ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Кутузов Дмитрий
Эксперт в сфере розничной торговли
Генеральный директор компаний
ООО "СантехМетиз" и ООО "КрепСантех"

FEATURES OF RETAIL TRADE FINANCING IN THE RUSSIAN FEDERATION

DOI: 10.31618/ESU.2413-9335.2023.2.104.1742

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена описанию особенностей и отдельных элементов системы привлечения капитала предприятиями розничной торговли в России и на мировом рынке. Автор выявляет цели финансирования предприятий и конкретные инструменты, которые игроки используют на широком рынке. Описывая динамику развития сферы ритейла в Российской Федерации, автор анализирует яркие проблемы в сфере финансирования, с которыми сталкиваются представители бизнеса. Более того, описанные в статье инструменты финансирования рассматриваются с точки зрения потенциальных выгоды и рисков для компаний и сетей розничной торговли. Также проводится сравнение методов финансирования в каждом сегменте рынка: среди небольших предприятий, крупных компаний и больших сетей.

ABSTRACT

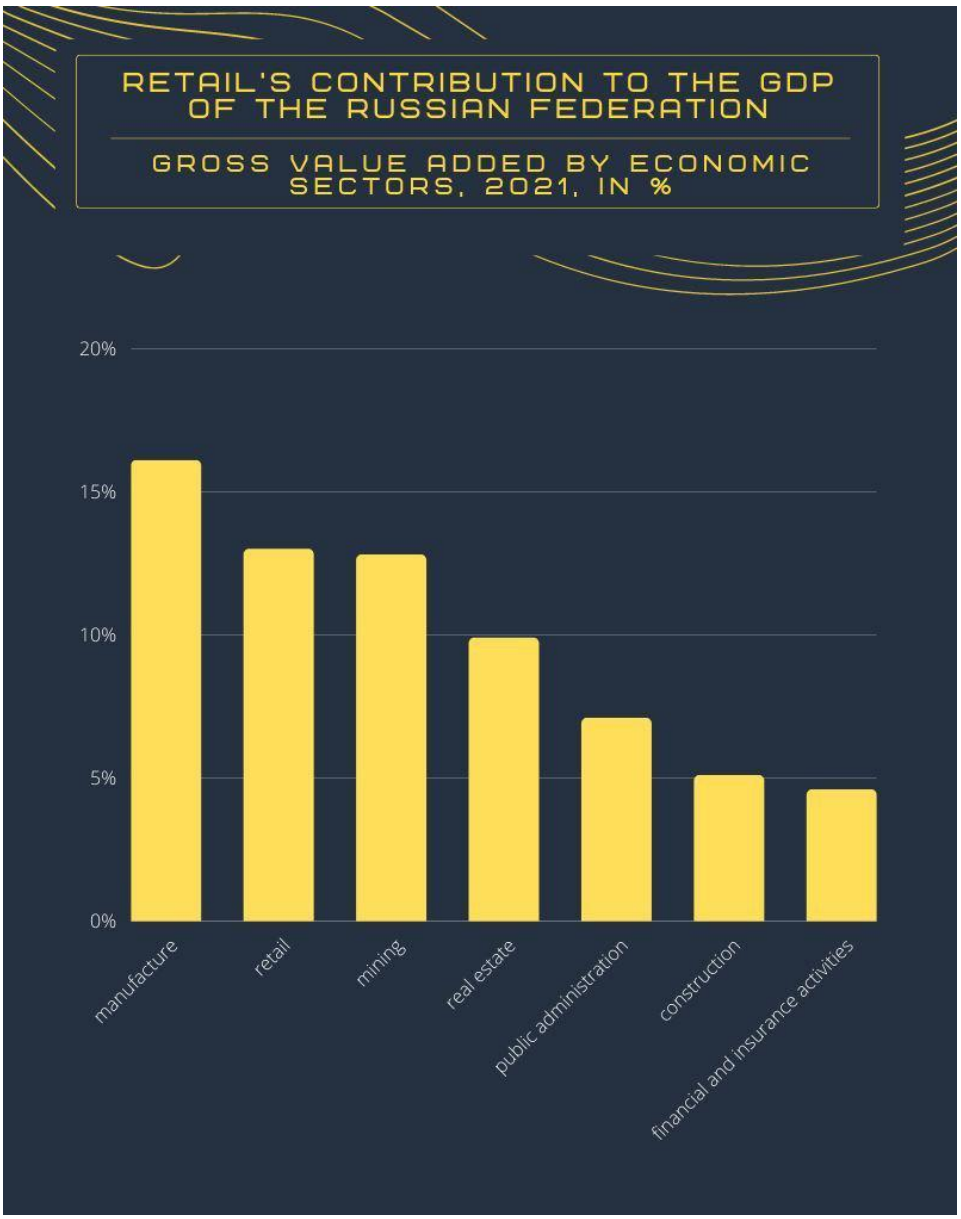
The article is devoted to the description of the features and elements of the capital raising system by retail enterprises in Russia and on the world market. The author identifies the goals of financing enterprises and specific tools that companies use in a wide market. Describing the dynamics of retail development in the Russian Federation, the author analyzes the main problems in the field of financing faced by business representatives. Moreover, the financing tools described in the article are considered in terms of potential benefits and risks for small companies and retail grid companies as well. There is also a comparison of financing methods in each market segment: among small enterprises, huge enterprises and large grid companies.

Ключевые слова: ритейл, розничная торговля, финансирование розничной торговли, методы финансирования розничной торговли, методы привлечения капитала в сфере ритейла, кредитование, коммерческие кредиты, акции, облигации.

Keywords: retail, retail trade, retail trade financing, retail trade financing methods, capital raising methods in retail, lending, commercial loans, stocks, bonds.

Место ритейла в экономической структуре Российской Федерации.

На протяжении долгого времени и на сегодняшний момент розничная торговля в России является одним из самых сильных факторов экономического роста и занимает высокую и одну из основных позиций в общей государственной экономической системе. Данная отрасль аккумулирует большое число рабочих мест и обеспечивает экономическую и физическую доступность населению продовольственных и непродовольственных товаров, что является важнейшим критерием продовольственной безопасности государства. Ритейл является необходимым элементом общей системы народного хозяйства, так как связывает на рынке производителей и потребителей товаров. Учитывая также большое количество открытых и действующих компаний данного сектора, можно определить, что розничная торговля вносит большой вклад в формирование ВВП страны.



Также данная сфера бизнеса имеет высокую привлекательность среди предпринимателей и компаний в первую очередь за счет низких порогов входа на рынок. [1] Низкий уровень порога входа на рынок в свою очередь определяется некоторыми фундаментальными особенностями:

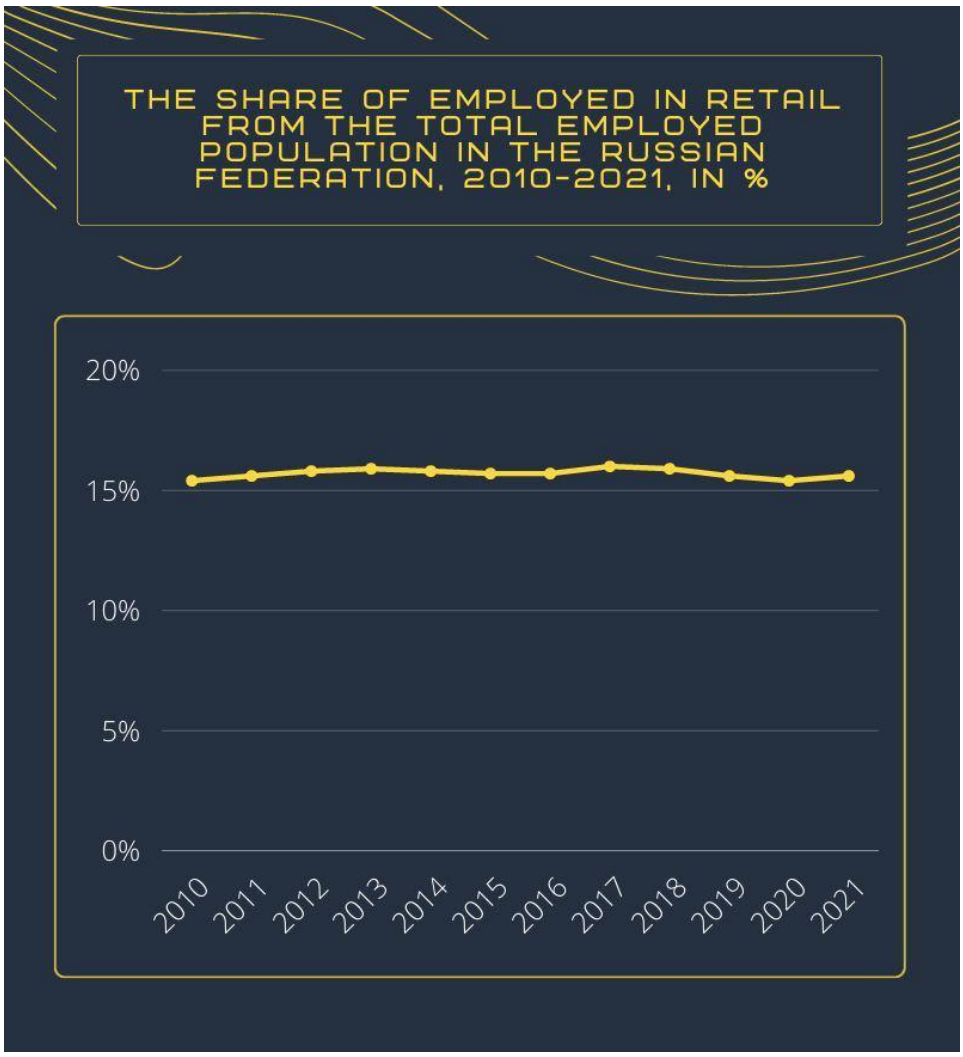
●отсутствие необходимости в высоких первоначальных капитальных затратах;

●отсутствие необходимости в больших объемах инвестиций в действующую компанию;

●низкие требования к квалификации большей части персонала, низкие затраты на оплату труда в среднем на сотрудника;

●законодательная и налоговая базы в данной сфере отличаются относительной простотой;

●сфера не является преимущественно инновационной, тем самым технология работы и структуры бизнеса является относительно понятной.



Основные аспекты финансирования предприятий в сфере ритейла

Все источники финансирования компаний в сфере ритейла можно разделить на два основных сегмента: собственные финансовые средства компании и привлеченные извне. Стоит отметить, что преобладающее большинство организаций и компаний используют оба способа финансирования для ускорения темпов развития. [2]

В отличие от других отраслей торговли в России компании отрасли ритейла активно используют коммерческое кредитования для финансирования операционной деятельности организации, в основном для закупки запасов продукции и оборотных активов в целом.

Но не только в Российской Федерации компании используют коммерческое кредитование для финансирования оборотных активов. Данный инструмент используют практически все мировые крупные компании в сфере ритейла. Стоит заметить, что для крупных мировых компаний данный инструмент чаще всего не является превалирующим.

Средние показатели мировой розничной торговли определяют значение текущей ликвидности компаний на уровне 1,2. Однако, данный показатель будет варьироваться даже среди крупных организаций и торговых сетей. Таким образом, она из крупнейших розничных компаний в мире, американская Wal-Mart, имеет уровень ликвидности, равный 0,85 (низкий уровень), а средний показатель ликвидности среди компаний индекса S&P 500 составляет примерно 1,8.

Если рассматривать крупные сети компаний розничной торговли в Российской Федерации, то уровень средней кредиторской задолженности в данном сегменте находится примерно на 15-16% от выручки организаций. Привлеченные средства путем кредитования в данном случае будут показывать уровень оборачиваемости задолженности около двух месяцев. Однако, в сравнении с крупными сетями малые предприятия статистически показывают более высокие уровни оборачиваемости, а потому средний показатель по отрасли находится в пределах 8% доли от выручки. Но вместе с тем автор указывает на важную тенденцию к увеличению процентной доли крупных сетей в общей совокупности компаний сферы ритейла.

В случае, когда с помощью коммерческого кредита компаниям не удается в должной мере покрыть объем оборотного капитала и необходимый запас продукции, часто принимается решение об использовании краткосрочного банковского кредита. [3] Также таким способом компании в сфере розничной торговли

поддерживают необходимый уровень текущей ликвидности, что выделяет краткосрочное банковское кредитование как еще один важный инструмент в операционной деятельности организаций.

Для масштабирования, развития и роста предприятия в сфере ритейла используют такой финансовый инструмент, как долгосрочные займы, реализованный преимущественно в виде банковских кредитов и облигаций. [4] Автор отмечает, что подобное привлечение капитала используется для крупных сделок и вложений, связанных с покупкой других компаний, в том числе и розничных, со строительством и покупкой дополнительных помещений и глобальной модернизацией предприятия.

При этом многие исследователи отмечают, что довольно большая доля организаций в сфере ритейла на протяжении долгого времени стабильно испытывает проблему недостатка финансирования. Около 45% организаций отмечают острую проблему в нехватке собственных финансовых средств, а также высокие проценты по кредиту, что создает дополнительные ограничения в возможностях роста и развития компаний.

Возможности и особенности финансирования на открытом рынке.

Модель финансирования, наиболее распространенная среди небольших розничных компаний и предприятий среднего размера в Российской Федерации, предполагающая использование собственного капитала, коммерческие кредиты и краткосрочное банковского кредитования, способна обеспечить ликвидность и поддержание запасов и оборотных активов предприятия. [5] Но данная стратегия не предусматривает возможность долгосрочного развития и достаточно быстрого и крупного масштабирования. Для этой цели используются несколько важных инструментов:

-долгосрочные банковские кредиты в больших размерах;

-выпуск облигаций компани;

-открытое размещение акций на фондовом рынке.

В целом, формат финансирования на открытом рынке имеет свои положительные и отрицательные стороны, инструменты имеют также свои риски.

Альтернативными друг другу инструментами для предприятия являются выпуск облигационных займов и получение крупного банковского кредита. Однако, между ними есть большая разница. В первую очередь, банковский кредит сильно ограничивает свободу и возможности компаний в определении и реализации политики по привлечению финансирования путем установления кредитных соглашений. С другой стороны, сложность размещения облигаций заключается в требовании к раскрытию информации и высоких затратах на выпуск ценных бумаг, что очень ограничивает возможность применения данного инструмента небольшими компаниями в первую очередь с точки зрения высокого порога затрат. Более того, при размещении облигаций небольшие предприятия сталкиваются с очень высоким уровнем финансового риска, который для многих не является сопоставимым с возможными преимуществами.

Однако, автор отмечает тенденцию последних лет в использовании инструментов фондового рынка средними и крупными компаниями в качестве привлечения капитала. Этому способствует несколько фундаментальным причин:

1.Меньшие по сравнению с банковским кредитованием процентные ставки в случае привлечения капитала на открытом рынке.

2.Компании в случае размещения на фондовом рынке становятся более свободными в определении как условий кредитования, так и структуры финансирования в целом.

3.Использование компаниями выпусков на открытом рынке в реализации публичной кредитной истории, что может стать причиной получения более выгодных условий финансирования в будущем, если компании смогут выполнить обязательства. Также кредитная история может помочь при выпуске акций и иных финансовых инструментов, что способно усилить позицию компании и дать хорошие перспективы.

Также важным инструментом привлечения капитала компаниями в сфере ритейла является публичное размещения акций компаний. Данный инструмент расширяет возможности в развитии и росте компании за счет ограничения в привлечении заемных средств, тем самым привлечение акционерного капитала увеличивает возможности для развития. Более того, данный инструмент позволяет получить объективную оценку предприятия со стороны широкого рынка, а держателям контрольных пакетов акций - диверсифицировать вложения и увеличить уровень ликвидности.

Список литературы

“New Developments in Retail Financing” by William F. Robinson, 1960

“From relationships to experiences in retail financial services” by Deirdre O'Loughlin, Isabelle Szmigin, Peter Turnbull, 2004

“Organisational Change and Retail Finance” by Richard Harper, David Randall, Mark Rouncefield, 1999

“Technological Innovation in Retail Finance: International Historical Perspectives” by Bernardo Batiz-Lazo, J. Carles Maixé-Altés, Paul Thomes, 2011

“The Equity Market Implications of the Retail Investment Boom” by Philippe van der Beck, Coralie Jaunin, 2021