

УДК: 336.63

Особенности управления денежными потоками в розничной торговле

Васильева О.В., магистрант 3 курса, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Кеменов А.В., доктор экономических наук, профессор департамента «Корпоративные финансы и корпоративное управление», ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Аннотация. В статье рассматриваются особенности управления денежными потоками в сфере розничной торговли. Знание данных особенностей может помочь в организации и осуществлении эффективной политики управления денежными потоками в розничной торговле.

Ключевые слова: денежные потоки, управление денежными потоками, розничная торговля.

Features of cash flow management in retail

Vasilieva O.V., Master's Degree student of the third course
Financial University under the Government of the Russian Federation

Kemenov A.V., Doctor of Economics,
Professor of the Department of Corporate Finance and Corporate Governance
Financial University under the Government of the Russian Federation

Annotation. The article examines the features of cash flow management in retail. Knowledge of these features can help in the organization and implementation of effective cash flow management policies in retail.

Keywords: cash flow, cash flow management, retail.

Управление денежными потоками в каждой отрасли имеет свои особенности. Так к особенностям управления денежными потоками в компаниях, которые занимаются розничной продажей продовольственных товаров, является то, что у них практически отсутствует дебиторская задолженность. То есть момент получения выручки и момент получения положительного денежного потока практически совпадают. Разница может быть несколько дней, в течение которых деньги поступают на счет через эквайринг. То есть для торговых компаний не стоит вопрос по управлению дебиторской задолженностью.

Другой особенностью управление денежными потоками компаний розничной торговли продовольственных товаров является то, что отсутствует как таковая сезонность поступлений, то есть положительный денежный поток от выручки равномерен практически на протяжении всего года.

Также так как компании связаны с пищевой продукцией, у которых есть сроки годности, то ей необходимо эффективно осуществлять закупочную деятельность, не допускать затоваривания продукции, так как испорченная продукция ведет к убыткам. Компании имеют большой объем оборотных активов в структуре капитала, то есть у подобного рода компаний высокая потребность в его эффективном управлении, которые сводится к управлению товарным запасом и кредиторской задолженностью.

Также в последнее время компании, занимающиеся торговлей продовольственными товарами, имеют большое количество промоактивностей. За счет этого компании вынуждены работать с невысокой валовой маржой. Так как валовая маржа у изучаемых 6 компаний (исключен «МЕТРО Cash and Carry») в среднем около 24%, то это означает, что себестоимость товара примерно у всех одинаковая, то есть в выбранных компаний примерно одинаковые условия по закупке товара, а также приходится давать одинаковые скидки, чтобы покупатели не ушли к конкурентам. Следовательно, чтобы получать больше операционного потока уже в виде маржи, компании нужно иметь высокий оборот. Соответственно, так как валовая маржа примерно

одинакова, то более эффективна будет та компания, которая лучше управляет своими расходами.

Самые большие расходы по операционной деятельности компании несут на закупку товара, оплату труда и связанные с ней налоги, складскую обработку, логистику, аренду и коммунальные платежи, а также расходы на рекламу.

Показатели финансово-хозяйственной деятельности торговых компаний зависят как от качества управления внутри компании, так и от покупателей, наличия платежеспособного спроса. Спрос со стороны конечного покупателя весьма изменчив, поэтому не удастся проследить устойчивые закономерности структуры и объема спроса. Поэтому как отмечалось ранее необходимо тщательно следить за состоянием запасов, чтобы не допустить убытков из-за скопления неликвидных запасов, а также списания скоропортящихся товаров. Компании розничной торговли продуктами питания менее подвержены кризисным явлениям, так как продают товары первой необходимости, даже в условиях кризиса люди редко сокращают потребление продуктов питания. Некоторая экономия может наблюдаться, однако на компаниях, занимающихся торговлей продуктами питания, это не сказывается в значительной степени, как на других компаниях, которые существенно страдают в условиях финансового кризиса. Соответственно, денежный поток таких компаний меньше подвержен цикличности экономики.

Для компаний розничной торговли крайне важно расположение торговых точек, так как выручка магазина напрямую зависит от трафика. Иногда магазины конкурирующих компаний находятся напротив друг друга, по разные стороны дороги. Такое часто можно наблюдать в Москве. Соответственно, так как расположение магазина зачастую является стратегическим выбором и продиктован в том числе борьбой с конкурентами, то большие денежные платежи приходится на оплату аренды.

Сравнительно новой тенденцией на рынке продуктового ретейла в России является активное развитие интернет-торговли. Данный тренд уже широко

распространен в зарубежных странах, особенно в США. Торговые сети, которые представлены в традиционном формате проигрывают конкурентную борьбу сетям, которые активно используют онлайн-канал. Примером, может служить сеть Walmart, которая ведет серьезную борьбу за потребителя с компанией Amazon. Но если у Walmart есть серьезное конкурентное преимущество в виде доступа к 90% населения США, что может обеспечить быструю доставку скоропортящихся продуктов, то такая сеть традиционной розничной торговли как Macy's испытывает серьезные проблемы. Компания теряет выручку, так как проигрывает свои конкурентам, которые активно используют онлайн-продажи, а её акции упали до 15 долларов за штуку в 2019 году со значения в 71 доллар в июне 2015 года.

Также стоит отметить, что для торговли характерно низкое значение величины свободных денежных средств, потому что для получения максимальной выручки денежные средства должны постоянно находиться в обороте. Свободный денежный поток у «Ленты» отрицательный с 2014 по 2018 год, в 2018 году компания вышла на около нулевое значение. У «Магнита» в рассматриваемом периоде свободный денежный поток был отрицательным только в 2017 году, в 2018 году его величина была равна 13,1 млрд рублей. У «X5» отрицательный свободный денежный поток наблюдался в 2015 и 2017 годах, а в 2018 году равнялся 24,5 млрд рублей. Таким образом эффективность деятельности компаний торговли характеризуют скорость оборота товаров и вложенных в них денежных средств.

Так как преобладающая часть денежных средств в компаниях розничной торговли вложена в товары, которые являются мобильными ценностями с небольшим сроком оборота и обладают высокой ликвидностью, то они служат хорошим предметом залога. Компании проще получить кредит под залог такого типа товаров, так как риск для банков оказывается низким.

Следующей особенностью компаний розничной торговли, вытекающей из предыдущего пункта, является высокая доля обязательств в структуре пассива и высокое значение коэффициента финансового левериджа. Например,

обязательства у «Ленты» занимают 70% баланса в 2018 году. С 2015 года показатель колеблется между значениями 70,3% - 74,2%, в 2014 же году этот показатель достигал 88,2%. У ПАО «Магнит» с 2014 по 2018 годы обязательства в структуре пассива занимают от 50,7% до 59,1%, причем в 2018 году показатель был равен 58,6%. У «X5» за аналогичный период показатель колебался от 72% до 87,7%, причем резкий рост до 87,7% произошел в 2018 году, до этого максимальное значение было 74,2%. Такой резкий рост был обусловлен увеличением долгосрочной задолженности почти в 4 раза по сравнению с 2017 годом, так как в составе долгосрочной задолженности была отражена задолженность по операционному лизингу. По полученным результатам видно, что такая особенность определяется именно спецификой отрасли компаний.

Таким образом можно сформулировать следующие особенности управления денежными потоками в розничной торговле:

1. Компании имеют низкую дебиторскую задолженность, так что для них остро не стоит вопрос по управлению дебиторской задолженностью.

2. Отсутствует сезонность поступлений, то есть положительный денежный поток от выручки равномерен практически на протяжении всего года.

3. У компаний высокая потребность в эффективном управлении запасами и кредиторской задолженностью, так как испорченный товар напрямую приводит к убыткам, а взаимодействие с поставщиками влияет на эффективность управления оборотным капиталом и на себестоимость продаж.

4. У компаний розничной торговли высокая доля оборотных активов, им требуется эффективное управление оборотным капиталом.

5. Большое количество промоактивностей, которые сказываются на маржинальности, необходимость в существенном росте выручки для улучшения финансового результата.

6. Наибольшие расходы по операционной деятельности, а следовательно, и отток денежных средств связан с закупкой товара, оплатой труда и связанных налогов, арендой, а также расходов на рекламу.

7. Низкая величина свободных денежных средств, у компаний часто присутствует отрицательный свободный денежный поток.

8. Активное развитие интернет-торговли значительно повлияет на бизнес компаний, будут увеличиваться расходы на логистику и рекламные расходы, взаимодействие с потребителями, и сокращаться расходы на аренду, оплату труда кассиров и другие расходы, связанные с традиционным форматом торговли.

9. Высокая доля обязательств в структуре пассивов порядка 70%, и высокое значение коэффициента финансового левериджа. Компаниям достаточно просто получить кредит, так как у их товара высокая ликвидность, а значит он может служить хорошим предметом залога. Необходимо следить за структурой капитала, чтобы не допустить банкротства.

Знание особенностей управления денежными потоками в сфере розничной торговли, может помочь в организации и осуществлении эффективной политики в сфере управления денежными потоками в данной отрасли.

Библиографический список

1. Кеменов А.В. Управление денежными потоками компании: Монография / А.В. Кеменов. – М.: Инфра-М, 2016. – 142 с.

2. Сайт компании Bloomberg [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bloomberg.com/> (дата обращения: 30.12.2019).

3. Секретное оружие Walmart: как компания собирается победить Amazon [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Fwww.forbes.ru%2Fbiznes%2F389949-sekretnoe-oruzhie-walmart-kak-kompaniya-sobiraetsya-pobedit-amazon> (дата обращения: 30.12.2019).

4. Финансовый портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.investing.com/> (дата обращения: 30.12.2019).

References

1. Kemenov A.V. Management of cash flows of the company: Monograph / A.V. Kemenov. – М.: Infra-M, 2016. – 142 p.

2. Website of the company Bloomberg [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.bloomberg.com/> (accessed: 12/30/2019).

3. Walmart's secret weapon: how the company is going to defeat Amazon [Electronic resource]. – Access mode: <https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Fwww.forbes.ru%2Fbiznes%2F389949-sekretnoe-oruzhie-walmart-kak-kompaniya-sobiraetsya-pobedit-amazon> (date of transmission 12/30/2019).

4. Financial portal [Electronic resource]. – Access mode: <https://ru.investing.com/> (accessed: 12/30/2019).