Вадим Сидоров,
директор по корпоративному финансированию и развитию, группа компаний «Шанс»

МЫ ПЛАНИРУЕМ ПРОДАТЬ 25–49% акций компании

В ИЮНЕ 2008 ГОДА НА РЫНКЕ ОБЛИГАЦИЙ ДЕБЮТИРОВАЛА ГРУППА КОМПАНИЙ «ШАНС», РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОПЕРАТОР СЕТИ МАГАЗИНОВ ЭЛЕКТРОНИКИ И БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ В ЦЕНТРАЛЬНО-ЧЕРНОЗЕМНОМ РЕГИОНЕ. О ТОМ, ПОЧЕМУ РЕГИОНАЛЬНЫЙ РИТЕЙЛЕР РИСКНУЛ ПРИЙТИ ЗА ФИНАНСИРОВАНИЕМ НА ПУБЛИЧНЫЙ ДОЛГОВОЙ РЫНОК В НЕСПОКОЙНОЕ ВРЕМЯ, ДА ЕЩЕ ЗАПЛАТИВ ЗА ЗАЕМНЫЙ КАПИТАЛ БОЛЬШЕ, ЧЕМ МОГ БЫ, ЕСЛИ БЫ ПРОСТО ПРИВЛЕК БАНКОВСКИЙ КРЕДИТ, CBONDS REVIEW РАССКАЗАЛ ДИРЕКТОР ПО КОРПОРАТИВНОМУ ФИНАНСИРОВАНИЮ И РАЗВИТИЮ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «ШАНС» ВАДИМ СИДОРОВ

Компания «Шанс» новичок на рынке облигаций, расскажите, что из себя представляет ваш бизнес, какие цели вы ставите перед собой?

Компания была создана в 1991 году, занималась торговлей, но четкой специализации на рынке бытовой техники и электроники сначала не было. Первый специализированный магазин был открыт в 2002 году, и в 2003 году была принята концепция развития, которая предусматривала развитие именно этого направления. Сейчас у нас 37 магазинов формата «супермаркет», торгующих электроникой и бытовой техникой, расположенных в Белгородской, Воронежской, Курской, Липецкой, Тамбовской, Орловской и Брянской областях. Концепция стратегического развития компании предусматривает, что по итогам 2010 года наша сеть должна состоять не менее чем из 100 магазинов формата «супермаркета». Целевые регионы для нас — Центральный, Южный и Приволжский федеральный округа, магазины «Шанс» будут открываться в областных и районных центрах этих федеральных округов.

Финансирование расширения сети будет осуществляться в том числе и за счет средств, привлеченных с рынка облигаций?

Сегодня львиную долю заемного финансирования мы привлекаем за счет банковских кредитов, но для дальнейшего развития нам уже не хватает этого источника, и это одна из причин, почему мы вышли на рынок публичных заимствований, на рынок облигаций. С помощью облигационного займа мы решаем несколько задач, которые стоят перед нами. Это реструктуризация задолженности, рефинансирование кредитного портфеля, в первую очередь, краткосрочных кредитных ресурсов. И второе направление использования средств облигационного займа — развитие сети. На рефинансирование кредитного портфеля пойдет примерно 50% займа, остальные 50% инвестируем в расширение торговой сетки.

Какова средневзвешенная процентная ставка по вашему кредитному портфелю?

Сегодня это порядка 14% годовых.

При этом вы готовы платить инвесторам рынка облигаций 16% годовых (ставка первых двух полугодовых купонов)?

Приоритетность источников финансирования даже с точки зрения их экономической эффективности не определяется только лишь величиной процентной ставки. Наше решение выйти на рынок облигаций было связано с необходимостью диверсифицировать источники привлечения финансовых ресурсов, кроме того, выход на публичный рынок заимствований — это первый этап на пути выстраивания публичности компании. Понимая, какие преимущества мы получим с выходом на открытый рынок заимствований, мы готовы были заплатить инвесторам премию, несмотря на сложность сегодняшнего рынка долгового финансирования.

«Повышение публичности» — стандартный лозунг эмитентов, впервые выходящих на рынок облигаций. Что вы подразумеваете под этим?

Помимо привлечения финансовых ресурсов в виде долгового финансирования и кредитов мы рассматриваем привлечение портфельного инвестора в нашу компанию, проводим переговоры с крупнейшими международными инвестиционными фондами, представительства которых находятся в России, по поводу участия в акционерном капитале компании. Мы рассматриваем возможность размещения пакета 25–49% акций компании. Финансовые ресурсы, которые мы в перспективе планируем привлечь через продажу пакета акций портфельному инвестору, мы направим на развитие бизнеса, и это поможет нам серьезно поменять структуру пассивов, вообще структуру капитала компании: увеличить долю собственных средств и снизить долю заемного финансирования.

Со сколькими фондами вы ведете переговоры сегодня, и когда может состояться сделка по продаже пакета акций?

Это пять фондов. Конкретное решение будет принято по итогам текущего года, так что сделка состоится, вероятно, в начале следующего года.

Сколько, по вашим оценкам, стоит группа компаний «Шанс» сегодня?

Сложно сказать. Компания развивается, средний рост выручки за последние четыре года составлял порядка 80–90% в год. По итогам 2007 года выручка составила 3.6 млрд руб., увеличившись на 81% по сравнению с 2006 года, рентабельность по EBITDA за год выросла с 7.3% до 7.8%. Объем выручки на конец 2010 года мы планируем в размере не менее 15 млрд руб. Понятно, что и стоимость компании тоже будет меняться серьезно.

У группы компаний «Шанс» есть векселя в обращении, каков объем вексельной программы сегодня и каковы ваши планы по использованию этого инструмента?

Вексельные программы мы используем в основном на коротких позициях для пополнения оборотных средств и покрытия кассовых разрывов. Сам рынок бытовой техники и электроники и бизнес на этом рынке достаточно сильно подвержены сезонности: если объем годовой выручки взять за 100%, то первое полугодие — это 30–33% от выручки в целом, соответственно, второе полугодие — около 70%, причем 40% от годовой выручки приходится на четвертый квартал. Есть определенные моменты, связанные с кассовыми разрывами, которые мы закрываем нашей вексельной программой.

Каков объем вашей вексельной программы сегодня?

Он варьируется, сейчас он составляет порядка 170–200 млн руб.

Вы планируете еще векселя эмитировать?

Все будет зависеть от ситуации с финансовыми ресурсами, вполне вероятно, что мы будем снижать объем вексельной программы, рефинансируя ее из средств, привлеченных с рынка облигаций.

Какова структура пассивов компании на сегодняшний день и как она будет меняться?

Если рассматривать пассивы компании в целом (в том числе и собственный капитал компании), то банковские кредиты составляют порядка 50% пассивов, вексельные заимствования — 10%, собственный капитал и задолженность перед поставщиками — 40%, по итогам года облигационный заем должен составлять порядка 45% наших заемных средств.

Как изменился уровень долгой нагрузки группы компании после привлечения средств на рынке облигаций?

Мы планируем по итогам 2008 года снизить показатель соотношения операционного долга к операционной прибыли до уровня 4.4x, максимум 4.5x. По итогам прошлого года показатель чистый долг/EBITDA составил 5.5x.

Какие из уже размещенных выпусков облигаций вы рассматривали как бенчмарки для определения доходности по вашим бондам?

Это облигационные выпуски региональных ритейлеров, таких как «Провиант», «Новые торговые системы». Мы ориентировались по верхней планке ценового диапазона; учитывая, что это был наш дебютный заем, мы были готовы давать премию к рынку.

Каковы дальнейшие планы компании по и использованию публичных финансовых инструментов?

Мы не будем останавливаться на одном облигационном выпуске, будем отслеживать конъюнктуру рынка, не исключаем возможности новых займов. Не будем ограничиваться двумя источниками привлечения финансовых ресурсов — банковскими кредитами и облигационными заимствованиями.

У компании есть отчетность по МСФО?

Мы планируем по итогам 2008 года подготовить отчетность группы компаний «Шанс» по МСФО. В этом году ЗАО «ШАНС Групп», материнская компания группы компаний «Шанс», подготовила отчетность по МСФО за 2006 год и 9 месяцев 2007 года, обзор отчетности для нас сделала аудиторская компания «2К-Аудит».

Компаниями, торгующими электроникой и бытовой техникой, в этом году заинтересовались налоговые органы, претензии были предъявлены компаниям «Техносила», «Эльдорадо», ЗАО «Связной». Есть ли риск того, что с похожими проблемами столкнется и «Шанс»?

Мы изначально не участвовали во внешнеторговых операциях по импорту бытовой техники и электроники, не закупали товары за рубежом, все торговые операции

по оптовым закупкам компания осуществляет в рублевой зоне у основных российских дистрибуторов и производителей. Мы с таможней никогда не работали и внешнеторговых операций не проводили, так что эти риски у нас минимизированы.

Компания увеличивает долю продукции, закупаемой непосредственно у производителей, которые имеют представительства и производство в Российской Федерации. Доля таких закупок составляет порядка 20–25%, по итогам 2008 года мы эту долю должны довести как минимум до 30–35%. Остальные 60–65% закупок мы делаем у основных оптовых операторов рынка.

Супермаркеты сети расположены преимущественно на взятых в аренду площадях, новые магазины вы намерены также открывать на чужих квадратных метрах?

Мы развиваемся преимущественно на арендованных площадях и планируем придерживаться этой стратегии в дальнейшем. Дело в том, что затраты на приобретение 1500–1600 кв. м торговой площади составляют 200–250 млн руб., на эти деньги на арендованных площадях мы можем открыть 4–5 магазинов.

Как вы выстраиваете коммуникации с инвесторами, кто является основными спикерами компании?

С инвесторами общаются акционеры компании и высший менеджмент. В течение последнего полугодия мы постоянно размещаем на собственном сайте и на специализированных информационных ресурсах пресс-релизы по поводу значимых событий, которые происходят в компании, оперативно предоставляем финансовую и иную информацию инвесторам.

В регионах, в которых уже присутствует «Шанс», а также в тех регионах, в которые компания только собирается выйти, уже работают крупнейшие федеральные сети. Как вам удается с ними конкурировать? На какую долю рынка целевых для вас регионов мы можете объективно рассчитывать?

Мы конкурируем с основными федеральными сетями — «М-Видео», «Техносила», «Мир», «Эльдорадо» — во всех регионах, в которых присутствуют магазины «Шанс». В конкурентной среде мы находимся все время существования нашей компании. Емкость рынка позволяет нам развиваться и увеличивать свою долю за счет неорганизованной розницы, мелких региональных сетей и отдельных специализированных магазинов, присутствующих в регионах. Важным фактором положительной динамики продаж является рост доходов населения и, как следствие, увеличение потребления товаров, в том числе и бытовой техники. Основные федеральные игроки рынка занимают около 40% рынка в России. Примерно 30% рынка электроники и бытовой техники в российских регионах приходится на региональные сети. Оставшиеся 30% рынка — это абсолютно свободная доля на рынке, ее получит тот, кто первым выйдет в регионы и будет в них развиваться, увеличивая свою долю присутствия. Сейчас мы занимаем второе место по количеству магазинов в Центрально-Черноземном регионе, уступаем по этому показателю лишь сети «Эльдорадо», которая включает франчайзинговые магазины. В таких областных центрах, как Воронеж, Белгород, Курск и Липецк, «Шанс» контролирует 10–25% рынка.

Беседовала Анна Чепракова