

Бизнес по аналогии: рыночные мультипликаторы развивающихся и развитых экономик «от мала до велика»

за 9 месяцев 2013 года



Содержание

Введение	
Крупный бизнес: переходная экономика	4
Крупный бизнес: развивающиеся экономики	7
Крупный бизнес: развитые экономики (страны Латинской Америки)	8
Средний бизнес: переходная экономика России	10
Малый бизнес	15

Введение

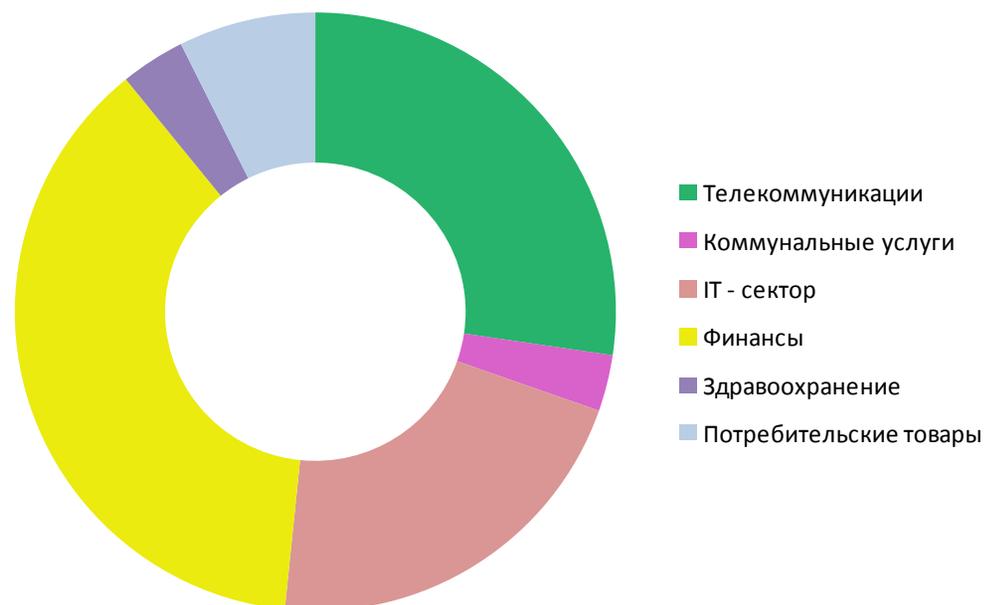
Настоящий анализ проведен нами с целью иллюстрации различия стоимостных показателей на разных уровнях бизнеса. Анализу подвергся не только традиционный крупный бизнес, преобладающий в качестве открытых частных компаний, но также средний и малый бизнес. Анализ крупного бизнеса проводился по странам с развитой экономикой (Латинская Америка), с развивающейся экономикой (Украина, Польша, Чехия, Латвия) и переходная экономика России. При этом основным объектом исследования были российские компании среднего и малого бизнеса.

Для дальнейшего удобства использования коэффициентов сравнительного анализа среднего и малого бизнеса используемого в корпоративном и государственном секторах, мы представляем настоящий обзор.

Информационными источниками послужили ряд известных порталов: Спарк-Интерфакс, S&P Capital IQ, портал Бизнес зона, Национальный реестр «Ведущие агропромышленные и сельскохозяйственные предприятия России», информационный портал «Реформа ЖКХ», информационный портал Mergers and Acquisitions

Средний объем выручки за 3 квартала 2013 г.

Наименование	Средний объем выручки за 3 кв. 2013, \$ млн.
Телекоммуникации	15 001,5
Коммунальные услуги	1 665,8
IT - сектор	11 682,8
Финансы	20 587,9
Здравоохранение	1 910,6
Потребительские товары	4 064,3

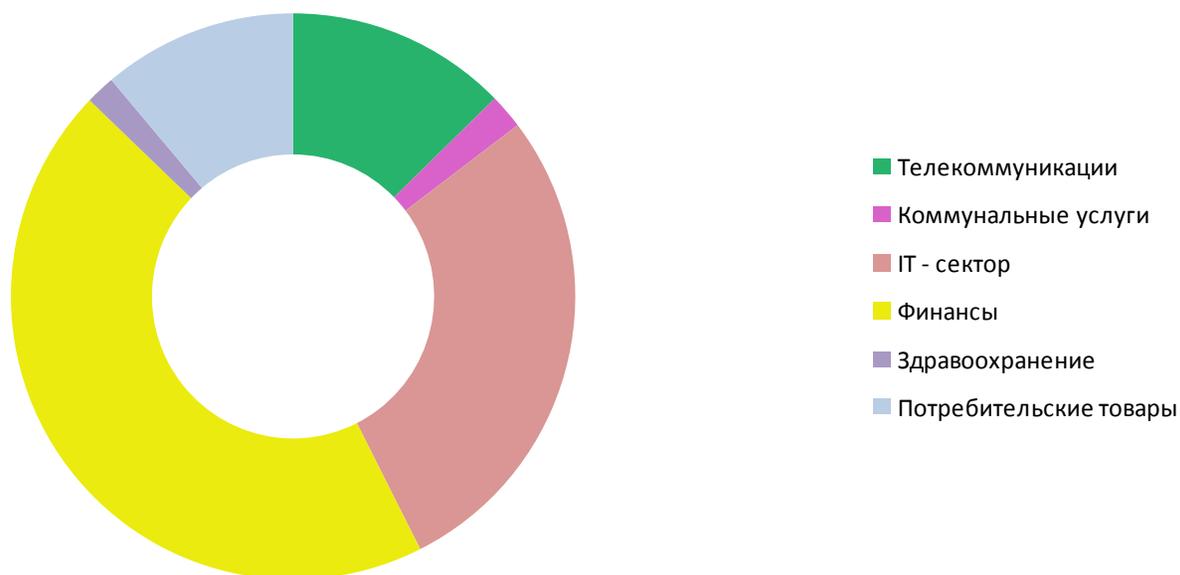


Крупный бизнес: переходная экономика

Россия

Нами было рассмотрено 6 наиболее значимых отраслевых сегментов необходимых развивающейся России: телекоммуникационная отрасль, коммунальное хозяйство, информационные технологии, финансовый сектор, здравоохранение и потребительский сектор.

Среднее значение рыночной капитализации за 3 квартала 2013 г.



Наименование	Среднее значение рыночной капитализации за 3 кв. 2013, \$ млн.
Телекоммуникации	17 197,2
Коммунальные услуги	2 697,6
IT - сектор	38 015,7
Финансы	60 703,7
Здравоохранение	2 281,5
Потребительские товары	15 110,6

В процессе анализа крупных публичных российских компаний использовались данные для определения следующих мультипликаторов: P/BV – отражающий стоимость активов на каждую единицу прибыли; P/LTM Diluted EPS Before Extra – отражающий стоимость разводненных акций (максимально возможное снижение прибыльности акций при неблагоприятных ситуациях) на единицу прибыли; EBITDA Margin % - рентабельность по EBITDA . Ниже представлены максимальные, минимальные и средние значения выборки определенные в процессе анализа.

Минимальные значения мультипликаторов

Наименование	P/LTM Diluted EPS Before Extra	P/BV	EBITDA Margin %
Телекоммуникации	3,6×	0,4×	23,5
Коммунальные услуги	0,4×	0,03×	0,7
IT - сектор	9,1×	1,0×	7,8
Финансы	3,9×	0,3×	0,1
Здравоохранение	3,2×	0,2×	3,6
Потребительские товары	0,4×	0,03×	3,6

Наибольший разброс рентабельности EBITDA в финансовом секторе, которая составляет 15,2%. При этом минимальная величина стандартного отклонения прибыли до вычета процентов, налогов и амортизации приходится на телекоммуникационную отрасль—7,9%.

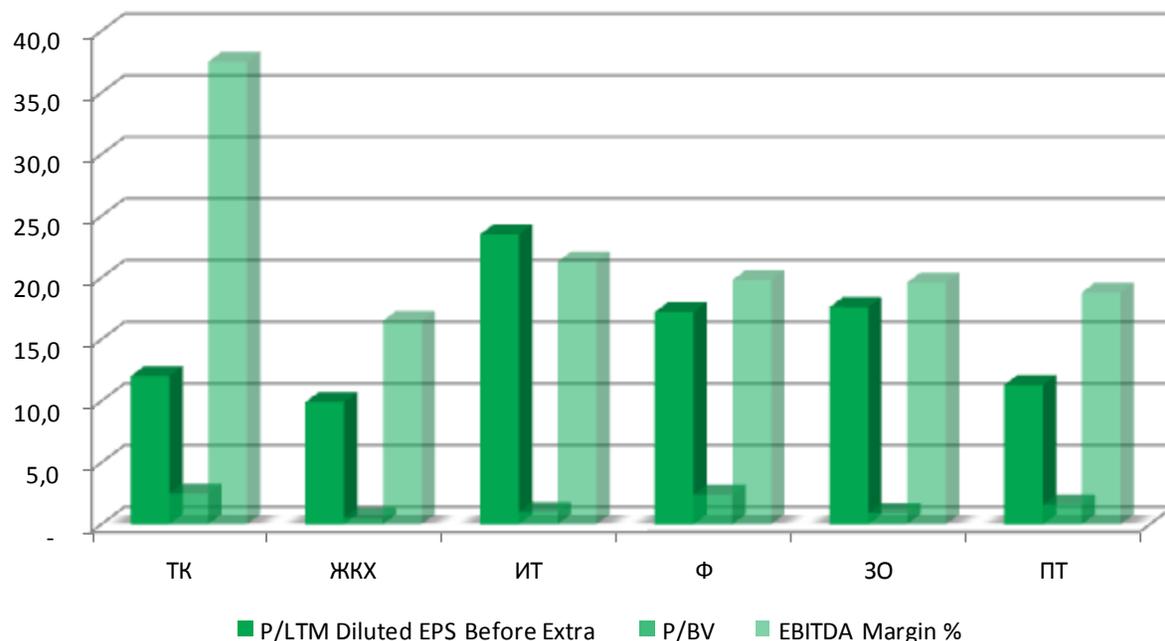
Пояснения:

ТК— телекоммуникации;
ЖКХ—коммунальные услуги;
ИТ—информационные технологии;
Ф—финансы;
ЗО— здравоохранение;
ПТ—потребительские товары.

Максимальные значения мультипликаторов

Наименование	P/LTM Diluted EPS Before Extra	P/BV	EBITDA Margin %
Телекоммуникации	20,5×	5,3×	45,4
Коммунальные услуги	46×	3,5×	44,8
IT - сектор	45,8×	27,5×	44,3
Финансы	54,3×	26,4×	65,0
Здравоохранение	51,3×	1,8×	38,9
Потребительские товары	51,3×	7,8×	46,1

Средние значения рыночных мультипликаторов с разбивкой по отраслям



Наиболее переоцененными в диапазоне средних значений мультипликаторов P/BV являются сектора телекоммуникации и финансы. Напротив недооцененными среди мультипликаторов P/LTM Diluted EPS Before Extra является сектор коммунальных услуг, который составил 9,9. Тогда как максимальный показатель приходится на сектор информационных технологий — 23,5.

Средние значения мультипликаторов

Наименование	P/LTM Diluted EPS Before Extra	P/BV	EBITDA Margin %
Телекоммуникации	12×	2,5×	37,5
Коммунальные услуги	9,9×	0,5×	16,5
ИТ - сектор	23,5×	1,0×	21,3
Финансы	17,2×	2,4×	19,8
Здравоохранение	17,6×	0,9×	19,6
Потребительские товары	11,3×	1,6×	18,8

Крупный бизнес: развивающиеся экономики

Украина/Польша/Чехия/Латвия

Помимо анализа рыночных коэффициентов российских компаний, мы провели сравнительный анализ ряда стран с развивающейся экономикой: Польша — Чехия — Украина — Латвия. Настоящий анализ позволит сравнить прибыльность компаний других стран.

Средние значения мультипликаторов

Наименование	Телекоммуникации	Коммунальные услуги	Информационные технологии	Финансы	Здравоохранение	Потребительские товары
Украина						
<i>P/BV</i>	н.д.	н.д.	н.д.	0,8×	н.д.	0,9×
<i>P/LTM Diluted EPS Before Extra</i>	н.д.	н.д.	н.д.	33,2×	н.д.	7×
<i>EBITDA Margin %</i>	н.д.	н.д.	н.д.	22	н.д.	29
Республика Польша						
<i>P/BV</i>	1,8×	1,1×	3×	2,1×	2,7×	2,7×
<i>P/LTM Diluted EPS Before Extra</i>	26,6×	20×	22,2×	19,8×	18,9×	21,7×
<i>EBITDA Margin %</i>	19,8	18,4	14,5	25,6	15,5	7,7
Республика Чехия						
<i>P/BV</i>	н.д.	1,1×	н.д.	1×	н.д.	н.д.
<i>P/LTM Diluted EPS Before Extra</i>	н.д.	11,3×	н.д.	15,6×	н.д.	н.д.
<i>EBITDA Margin %</i>	н.д.	39,1	н.д.	41,9	н.д.	н.д.
Латвия						
<i>P/BV</i>	н.д.	н.д.	н.д.	0,7×	1,1×	0,9×
<i>P/LTM Diluted EPS Before Extra</i>	н.д.	н.д.	н.д.	13,3×	11×	10,1×
<i>EBITDA Margin %</i>	н.д.	н.д.	н.д.	21,9	18,1	18,5

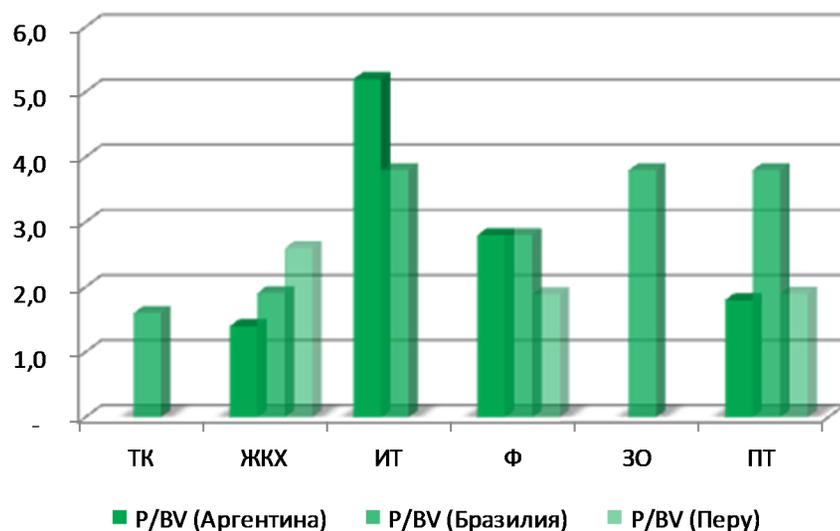
Исходя из представленной выборки компаний стран с развивающейся экономикой, наибольшую рентабельность рыночной капитализации в финансовой сфере имеют компании-резиденты республики Чехия — 82,31%. Минимальное значение в области потребительских товаров у компаний республики Польша—7%.

Крупный бизнес: развитые экономики (страны Латинской Америки)

Аргентина/Бразилия/Перу

В сравнительный анализ попали наиболее крупные экономики развитых стран Латинской Америки.

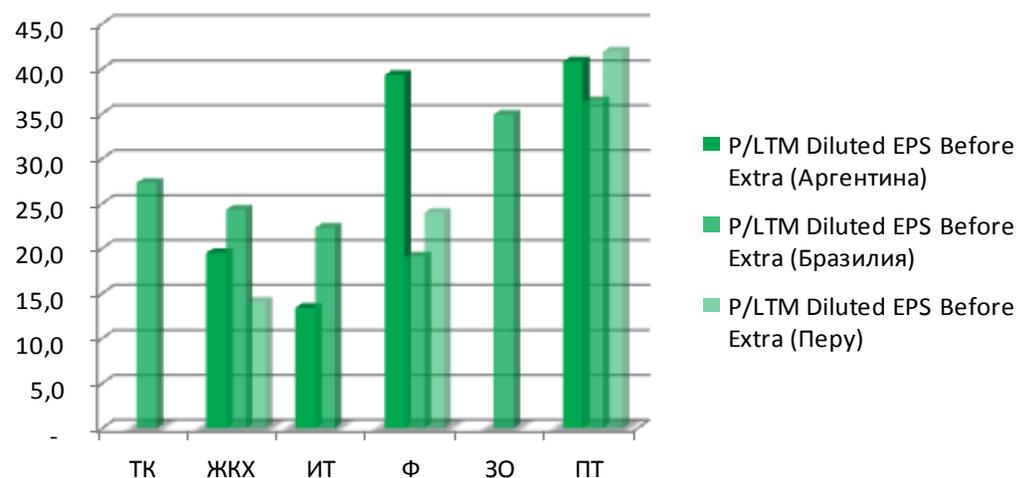
Средние значения мультипликатора P/BV по отраслям в Аргентине



Наибольшая средняя величина коэффициента разводнения акций на единицу прибыли во всех трех странах характерна для сектора потребительских товаров, на него приходится 36-41.

При этом, наименьшее среднее имеют сектора информационных технологий и коммунальных услуг— 13-24, что говорит о значительной доходности этих секторов по отношению к потребительским товарам.

Средние значения мультипликатора P/LTM Diluted EPS Before Extra по отраслям в Аргентине



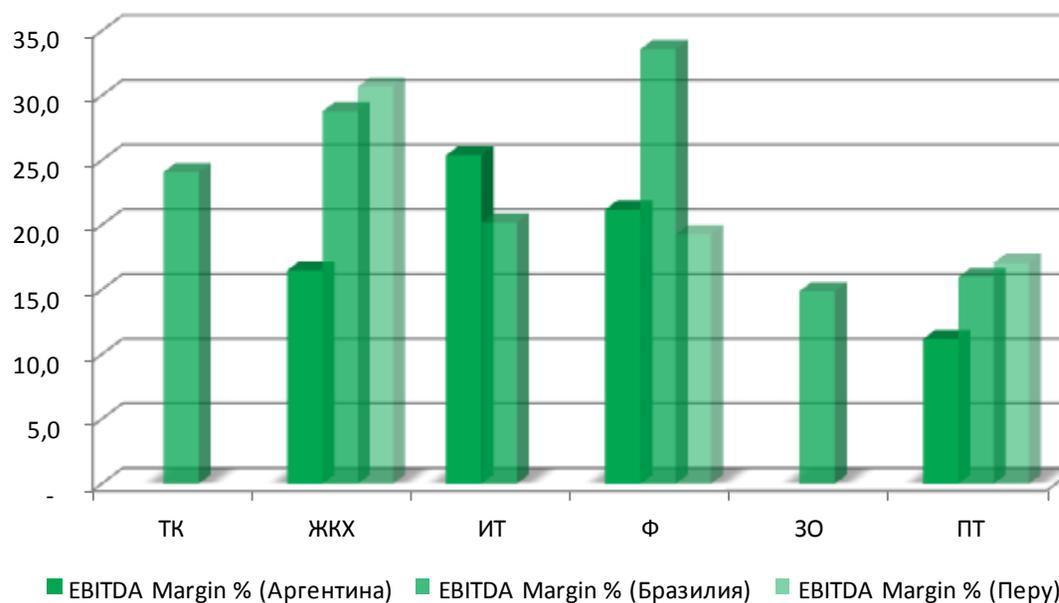
Максимальная величина средней стоимости активов в секторе информационных технологий в Аргентине и Бразилии— 3,8-5,2.

Из-за неполноты данных по экономическим показателям эффективности компаний, мы использовали только три сектора, для определения средней величины: «Коммунальные услуги», «Финансы», «Потребительские товары».

Таким образом, среднее значение рентабельности EBITDA по трем странам составляет 25,3% для сектора коммунальных услуг, 24,7% для финансового сектора и 14,8% для потребительского сектора.

Нами также были проанализированы экономические и стоимостные показатели республики Колумбия, однако ввиду незначительного объема информации связанного с некоторой степенью закрытости, анализу был подвергнут только финансовый сектор. Исходя из имеющейся информации необходимо отметить, что среднее значение рентабельности по EBITDA составляет для настоящего сектора 37%. Величина коэффициента P/BV колеблется в диапазоне 0,3-3,8, а коэффициента P/LTM Diluted EPS Before Extra в диапазоне 6,6-30.

Средние значения рентабельности EBITDA



Средний бизнес: переходная экономика России

В процессе анализа среднего бизнеса среди российских компаний мы решили представить не только сравнительные рыночные мультипликаторы, но и показать темпы роста быстроразвивающихся компаний. Это объясняется тем фактом, что значительная доля производимых товаров и услуг в существующей экономике генерируется средними и малыми компаниями в значительной мере.

Среднегодовые значения темпов прироста выручки российских компаний среднего бизнеса

Средние темпы прироста выручки за период с 2007 по 2012 гг., %



Особое внимание было уделено сфере «коммунальных услуг», как наиболее проблемной. Анализ проводился при условии, что в ведении управляющих компаний находятся площади не менее 450 тыс. кв.м. На основании полученных данных, доля частных компаний с таким объемом площадей в Москве и Санкт-Петербурге составляет порядка 7-11%. Существенная доля в этих городах приходится на юридические лица, 100% капитала которых принадлежит администрации города. Порядка 55% управляемых площадей ДИГМ контролирует через открытые акционерные общества, остальная часть приходится на ГУПы. Диапазон площадей находящихся в ведении компании составляет 900 – 1 700 тыс. кв.м. В отличие от практики ДИГМ, администрация Санкт-Петербурга владеет 100% долями обществ с ограниченной ответственностью.

Общий объем выручки по компаниям в 2012 году в Москве и Санкт-Петербурге составил 0,9-1,8 млрд. руб.

и 0,25-1,7 млрд. руб. соответственно. Ввиду того, что финансовая информация в сфере «коммунальных услуг» не носит репрезентативного характера для определения оценочных коэффициентов, мы ограничились кратким обзором основных положений.

Нами были определены мультипликаторы для среднего бизнеса российских компаний. Данные были использованы за период с 2009 по 2013 гг. В связи с закрытостью информации наиболее объективным было определение мультипликатора EV/S, т.к. он характеризуется высокой степенью репрезентативности и определяется маржинальной операционной прибылью после уплаты налогов, а также стоимостью привлечения капитала. Помимо этого мы также определили величину коэффициента P/E отражающего стоимость единицы прибыли компании. Однако необходимо понимать, что в отличие от EV/S мультипликатор P/E имеет в большей степени иллюстративный характер. Это связано с тем фактом, что отчетность по РСБУ и МСФО компаний существенно отличается. Тогда как целью МСФО является предоставление информации о финансовой деятельности и положении компаний при принятии экономических решений широким кругом лиц, РСБУ с аналогичными формулировками ориентированы в значительной степени на удовлетворение требований юридических аспектов. Т.е. в российской практике не учитывается экономическая сущность деятельности компаний как таковой.

Мультипликаторы для гостиничного и развлекательного сегментов

Год продажи бизнеса	Наименование	Стоимость бизнеса (100% пакет, доля), \$млн.	Мультипликатор EV/S	Мультипликатор P/E
2012	ОАО "Гостиница "Октябрьская"	9 800 000	7,8×	15,7×
2012	ЗАО "Ланч" (управляет 83 заведениями, включая 61 ресторан "Елки-палки", 11 точек "Маленькая Япония", 6 магазинов "Кулинария"); договор по обслуживанию 5 бизнес-залов и VIP-зала в аэропорту Домодедово	75 000 000	1,2×	н.д.
2011	ОАО "Гостиница Националь"	147 200 000	5,5×	44,9×
2011	ОАО "Гостиничный комплекс "Байкал"	15 500 000	15,5×	н.д.
2011	RSM Holdco Ltd., владеет ООО "Райзинг Стар Медиа"	35 000 000	0,4×	9,9×
2011	ОАО "Гостиница "Пекин" (199 номеров)	80 000 000	6,3×	19,2×

Мультипликаторы для сектора розничной торговли

Год продажи бизнеса	Наименование	Стоимость бизнеса (100% пакет, доля), \$млн.	Мультипликатор EV/S	Мультипликатор P/E
2012	ЗАО "Аэроферст"	58 050 000	0,3×	5,3×
2012	ЗАО "Фармацевтическая фирма "Лекко"	20 000 000	1,2×	н.д.
2012	ЗАО "Носимо"	50 000 000	0,7×	н.д.
2012	ООО "Сотмаркет"	78 431 373	0,9×	н.д.
2012	ЗАО "Эркафарм", владелец сети аптек "Доктор Столетов" (414 точек в 11 регионах)	65 000 000	1,0×	н.д.
2011	ООО "АнвиЛаб" (бывшее ЗАО "Научно-производственное объединение "Антивирал")	59 600 000	3,8×	10,3×
2011	ООО "ТК ПиК" (24 магазина сети "Народный")	18 200 000	0,4×	н.д.
2011	ООО "Дуглас Риволи" (Douglas Rivoli)	85 000 000	1,2×	н.д.
2010	ЗАО "Дети"	60 000 000	0,3×	13,6×
2010	ООО "Экспресс ритейл"	30 000 000	0,5×	н.д.
2010	ООО "ТК "Токо"	5 000 000	0,9×	14,4×
2010	ОАО "Нижегородская аптечная сеть" (НАС)	21 351 351	0,6×	56,8×
2009	Российские активы Quelle GmbH (ЗАО "Майл Ордер Сервис")	96 000 000	0,4×	3,6×

Стандартное отклонение выборки мультипликатора EV/S составляет 0,9. Это отражает предельно допустимую степень точности настоящей выборки, и говорит о высокой степени объективности полученных результатов.

Мультипликаторы для сектора финансовой сферы

Год продажи бизнеса	Наименование	Стоимость бизнеса (100% пакет, доля), \$млн.	Мультипликатор EV/S	Мультипликатор P/E
2011	ЗАО "КБ "Лада-кредит"	65 000 000	4,3×	н.д.
2011	ОАО "АКБ "Приморье"	28 500 000	0,4×	1,0×
2011	ОАО "Страховая компания "Москва"	5 000 000	3,1×	5,2×
2011	ООО "УК "Портфельные инвестиции"	12 000 000	0,7×	2,3×
2010	ЗАО "Сантандер Консьюмер Банк" (ЗАО "КБ Европлан")	60 000 000	3,4×	14,8×
2010	ЗАО "Международный Акционерный Банк"	22 000 000	0,8×	3,9×
2010	ОАО "НБ "Траст"	64 000 000	0,2×	н.д.
2009	ОАО "Уралфинпромбанк"	14 000 000	0,6×	11,7×
2009	ЗАО "Форс - банковские системы" (ЗАО "ФлексСофт")	17 000 000	7,4×	н.д.
2009	ЗАО "Компания объединенных кредитных карточек"	75 000 000	2,3×	14,6×
2009	ОАО "РБК Банк" (ОАО "АМБ Банк")	5 600 000	2,2×	0,6×
2009	ОАО "Коммерческий банк "Максвелл"	10 000 000	9,9×	0,9×
2009	ООО "СК "Северная казна"	12 800 000	0,7×	н.д.
2009	ООО "КБ "Белон"	5 000 000	1,7×	н.д.
2009	ЗАО "МФК "Траст"	10 000 000	3,0×	н.д.
2009	ООО "КБ "Трансинвестбанк"	45 500 000	12,7×	н.д.

Проанализировав настоящую выборку, необходимо сделать следующие выводы:

◦ В случае разбивки по годам в 2009 году наиболее недооцененным оказался ОАО "Уралфинпромбанк", при этом наибольшим доверием у инвесторов пользовался ООО «КБ «Трансинвестбанк».

◦ В 2011 году востребованным оказался ЗАО «КБ «Лада-кредит».

Наибольшими ожиданиями в 2009 году у инвесторов в пищевой промышленности пользовались ООО «Хороль Зерно» купленная компанией «Хёнде» в середине 2009 года за \$9,6 млн. долларов, и другой не менее интересный объект, - старейшее кондитерское предприятие России— ЗАО "Первый кондитерский комбинат "Азарт" за \$10 млн.

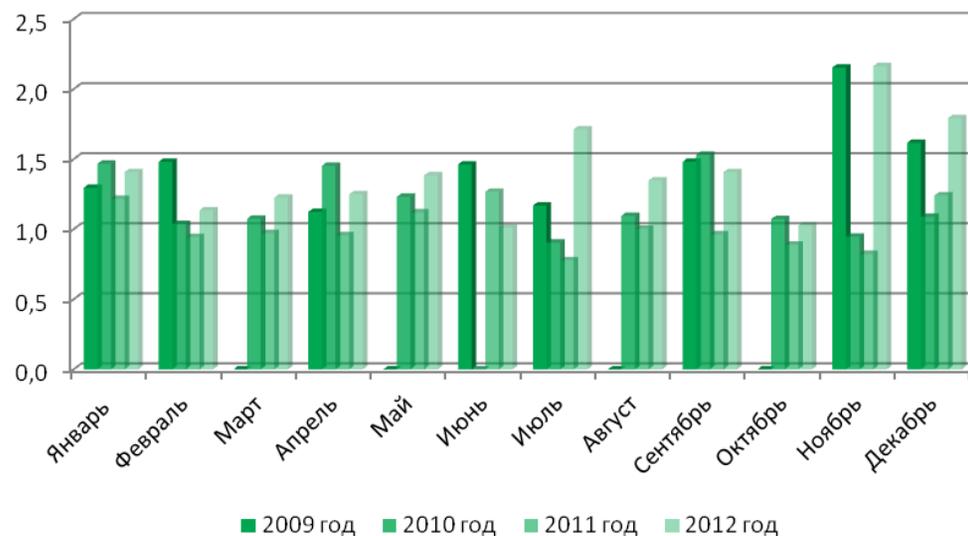
Мультипликаторы для сектора пищевой отрасли

Год продажи бизнеса	Наименование	Стоимость бизнеса (100% пакет, доля), \$млн.	Мультипликатор EV/S	Мультипликатор P/E
2012	ЗАО "Королевская вода"	50 000 000	1,8×	н.д.
2011	ЗАО "Холдинговая компания "Ополье"	65 000 000	0,6×	9,5×
2010	ОАО "Молкомбинат "Кунгурский"	20 000 000	0,5×	5,9×
2010	ОАО "АПК "Орловская Нива"	23 000 000	1,1×	26,4×
2010	ОАО "Лискисахар"	40 000 000	1,2×	н.д.
2009	ЗАО "Хомяковский хладокомбинат"	6 500 000	0,4×	н.д.
2009	ОАО "Пекарь"	10 000 000	0,6×	0,7×
2009	ЗАО "Первый кондитерский комбинат "Азарт"	10 000 000	6,4×	н.д.
2009	ООО "Ключ-агро"	10 000 000	3,6×	н.д.
2009	ОАО "Лужский комбикормовый завод"	8 100 000	0,3×	4,8×
2009	ООО "Хороль Зерно" (ООО "Хёндэ Хороль Агро")	9 600 000	5,7×	18,7×
2009	ЗАО "Балтимор-Нева"	60 000 000	2,9×	н.д.
2009	ОАО "Булочно-кондитерский комбинат "Нева"	10 000 000	5,2×	н.д.

Малый бизнес

Настоящий раздел освещает результаты анализа купли-продажи малого бизнеса в Москве. При проведении настоящего анализа мы руководствовались необходимостью получения достоверных данных коэффициента P/E в процессе реализации собственниками компаний малого бизнеса. Нами было изучено порядка 700 предложений по продаже малого бизнеса различных сферах деятельности, а также проведено около 300 интервью с собственниками бизнеса. В результативную часть настоящего исследования были включены также микропредприятия. Минимальное пороговое значение стоимости бизнеса не менее 1 000 тыс. руб., тогда как максимальное значение составило 40 000 тыс. руб. В область исследования попали компании следующих сегментов: «Здравоохранение и досуг», «Техническое обслуживание», «Общественное питание», «Розничная торговля», «Услуги населению».

Динамика изменения мультипликатора P/E за период с 2009 по 2013 гг.



Сегмент «Здравоохранение и досуг» включает в себя:

- аптечные пункты;
- фитнес-клубы;
- бильярдные клубы.

Диапазон стоимостных показателей P/E в сегменте «Здравоохранение и досуг» - аптечные пункты

Период	Максимум	Минимум	Среднее значение	Медиана
2009 год	2,2×	1,1×	1,5×	1,5×
2010 год	1,5×	0,9×	1,2×	1,1×
2011 год	1,3×	0,8×	1,0×	1,0×
2012 год	2,2×	1,0×	1,4×	1,4×

Информация о величине мультипликаторов для всех сегментов представлена за 2013 год.

Значение мультипликатора Р/Е для бильярдных и фитнес-клубов за 2013 г.

Бильярдные клубы	Р/Е	Фитнес-клубы	Р/Е
минимум	1,1×	минимум	0,3×
максимум	8,2×	максимум	1,0×
медиана	2,8×	медиана	0,7×
среднее	3,3×	среднее	0,7×

Среднее значение мультипликатора Р/Е в сегменте «Здравоохранение и досуг» составляет 1,5.

Значение мультипликатора Р/Е для сегмента «Техническое обслуживание» за 2013 г.

Автосервис	Р/Е	Шиномонтаж	Р/Е	Автомойка	Р/Е
минимум	0,3×	минимум	0,8×	минимум	0,6×
максимум	1,9×	максимум	1,7×	максимум	2,5×
медиана	0,8×	медиана	1,1×	медиана	1,1×
среднее	0,9×	среднее	1,2×	среднее	1,3×

Исходя из анализа коэффициентов Р/Е сегментов «Техобслуживание» и «Общественное питание» наиболее доходным бизнесом являются автосервисы (0,9) и бары (0,9) соответственно.

Значение мультипликатора Р/Е для сегмента «Общественное питание» за 2013 г.

Бар	Р/Е	Кафе	Р/Е	Ресторан	Р/Е
минимум	0,5×	минимум	0,4×	минимум	0,2×
максимум	1,3×	максимум	3,3×	максимум	2,1×
медиана	0,9×	медиана	1,0×	медиана	1,0×
среднее	0,9×	среднее	1,4×	среднее	1,0×

Значение мультипликатора Р/Е для сегмента «Услуги населению» за 2013 г.

Парикмахерская и салон красот	Р/Е	Детский центр развития	Р/Е	Туристическая фирма	Р/Е	Мини-отель/хостел	Р/Е
минимум	0,5×	минимум	0,9×	минимум	0,3×	минимум	0,04×
максимум	2,6×	максимум	2,1×	максимум	0,8×	максимум	8,6×
медиана	1,1×	медиана	1,5×	медиана	0,4×	медиана	0,1×
среднее	1,2×	среднее	1,5×	среднее	0,4×	среднее	1,2×

Последние 3 года в сфере услуг населению распространенным явлением стало открытие формата «дешевых гостиниц» - хостелов и детских центров развития. Оба объекта представляют собой аналоги крупных структур, таких как отели и детские сады. При этом в большей степени имеют сетевой характер. Как правило, в управлении одного собственника 4-5 таких объектов объединенных одним брендом и территориально расположенных в одном административном округе.

Настоящие объекты расположены на первых этажах жилых домов, где в собственности одного лица находится несколько квартир переведенных в нежилой фонд.

Значение мультипликатора Р/Е для сегмента «Розничная торговля» за 2013 г.

Продуктовый магазин	Р/Е	Минимаркет	Р/Е	Магазин одежды и обуви	Р/Е
минимум	1,7×	минимум	0,2×	минимум	0,5×
максимум	5,0×	максимум	1,8×	максимум	2,0×
медиана	2,6×	медиана	0,9×	медиана	0,9×
среднее	2,9×	среднее	1,0×	среднее	0,9×

Максимальная средняя доходность в сегментах «Услуги населению» и «Розничная торговля» характерна для турфирм и магазинов одежды соответственно.

Тогда как наименьшую среднюю доходность собственникам приносят детские центры (1,5) и продуктовые магазины (2,9).

В помощь мультипликатору P/E ...

Показатель P/E характеризует доходность компании, однако из-за значительной волатильности прибыли объективность настоящего показателя неоднозначна. Поэтому мы решили добавить к представленным ранее данным мультипликатор EV/S характеризующий компанию по выручке.

Степень полезности настоящего показателя определяется тем фактом, что он учитывает стоимость инвестированного капитала, тогда как свободные денежные средства исключаются.

Значение мультипликатора EV/S для сегмента «Здравоохранение и досуг» за 2013 г.

Аптека	EV/S	Фитнес-клуб	EV/S	Бильярдный клуб	EV/S
минимум	0,1×	минимум	0,4×	минимум	н.д.
максимум	0,5×	максимум	0,6×	максимум	н.д.
медиана	0,2×	медиана	0,5×	медиана	н.д.
среднее	0,2×	среднее	0,5×	среднее	н.д.

Значение мультипликатора EV/S для сегмента «Техническое обслуживание» за 2013 г.

Автосервис	EV/S	Шиномонтаж	EV/S	Автомойка	EV/S
минимум	0,1×	минимум	0,1×	минимум	0,2×
максимум	0,9×	максимум	0,5×	максимум	0,7×
медиана	0,3×	медиана	0,2×	медиана	0,5×
среднее	0,4×	среднее	0,3×	среднее	0,4×

Значение мультипликатора EV/S для сегмента «Общественное питание» за 2013 г.

Бар	EV/S	Кафе	EV/S	Ресторан	EV/S
минимум	0,1×	минимум	0,2×	минимум	0,2×
максимум	0,4×	максимум	0,8×	максимум	0,7×
медиана	0,3×	медиана	0,4×	медиана	0,5×
среднее	0,3×	среднее	0,4×	среднее	0,5×

Значение мультипликатора EV/S для сегмента «Услуги населению» за 2013 г.

Парикмахерская и салон красоты	EV/S	Детский центр развития	EV/S	Туристическая фирма	EV/S	Мини-отель/хостел	EV/S
минимум	0,2×	минимум	0,2×	минимум	0,02×	минимум	0,2×
максимум	0,7×	максимум	0,7×	максимум	0,4×	максимум	0,8×
медиана	0,4×	медиана	0,3×	медиана	0,05×	медиана	0,6×
среднее	0,4×	среднее	0,4×	среднее	0,1×	среднее	0,5×

Исходя из анализа представленных сфер деятельности малого бизнеса, необходимо отметить, что в сфере «здравоохранения и досуга» наиболее доходными по средним значениям являются фитнес - клубы (P/E и EV/S, которых равны 0,7 и 0,5 соответственно). В сфере «технического обслуживания» наибольшей доходностью по двум мультипликаторам характеризуются автосервисы и шиномонтажи. Бары и магазины одежды являются наиболее прибыльными объектами малого бизнеса в отраслях «общественное питание» и «розничная торговля».

Значение мультипликатора EV/S для сегмента «Розничная торговля» за 2013 г.

Продуктовый магазин	EV/S	Минимаркет	EV/S	Магазин одежды и обуви	EV/S
минимум	0,1×	минимум	0,3×	минимум	0,1×
максимум	0,4×	максимум	0,6×	максимум	0,7×
медиана	0,2×	медиана	0,4×	медиана	0,4×
среднее	0,2×	среднее	0,4×	среднее	0,4×

Большей доходностью в области «услуг населению» характеризуются туристические фирмы. Это объясняется следующими фактами. Из представленной выборки (86 объектов) 69% приходится на сетевые туристические фирмы работающие по франшизе, тогда как 31% предложений относится к туристическим фирмам работающим самостоятельно. Наибольшая доходность у турфирм работающих по франшизе (EV/S — 0,09), против (EV/S — 0,21) компаний работающих самостоятельно.

© Материал подготовлен консалтинговой компанией «2Б Диалог».

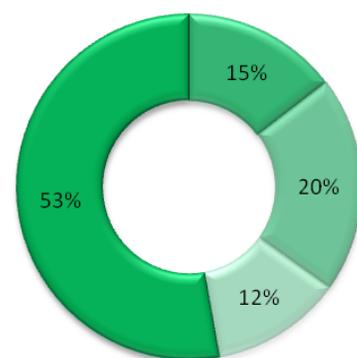
Все права защищены. Никакая отдельная часть данного исследования не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и каким бы то ни было средствами без разрешения ООО «КК «2Б Диалог».

Последним сегментом попавшим в настоящее исследование, являются информационные технологии, а именно наиболее распространенная форма малого бизнеса, — интернет - магазины.

Настоящая выборка представлена 104 предложениями. Интернет - магазины разделены по 4 категориями: «Товары для детей», «Электроника», «Одежда и обувь» и «Прочие».

Наиболее распространены интернет—магазины занимающиеся продажей электроники (мобильные устройства, бытовая техника и пр.)

Разбивка сегмента "информационные технологии" по категории товаров



■ Товары для детей ■ Электроника ■ Одежда и обувь ■ Прочие

Доходность интернет—магазинов за 2013 г.

Интернет - магазин	P/E	EV/S
минимум	0,2×	0,01×
максимум	3,2×	0,6×
медиана	0,7×	0,1×
среднее	0,7×	0,2×

В связи с тем, что в таблице «доходность интернет—магазинов за 2013 г.» содержится ценовая информация интернет—магазинов всех категории сложно определить доходность отдельной категории.

Поэтому в таблице «средние значения мультипликаторов за 2013 г.» представлены показатели с разбивкой по сегментам.

Средние значения мультипликаторов за 2013 г.

Интернет - магазин	P/E	EV/S
Товары для детей	0,9×	0,1×
Электроника	0,7×	0,2×
Одежда и обувь	0,6×	0,3×
Прочие	0,7×	0,2×