

## Как меняется бизнес-среда России: итоги 3 квартала 2015 года



## Содержание

---

### Введение

|   |    |
|---|----|
| Методология                             | 4  |
| Настроения бизнеса в 2015 году          | 6  |
| Малый и средний бизнес: Москва          | 7  |
| Малый и средний бизнес: Санкт-Петербург | 11 |
| Общие выводы                            | 16 |

## Введение

Целью настоящего исследования является измерение текущих и прошлых финансовых показателей компаний малого и среднего бизнеса в центральных регионах России. Снижающаяся последнее время деловая активность, структурные проблемы российской экономики оказали отрицательное влияние на экономический рост.

Используемые государством механизмы поддержки и развития малого и среднего предпринимательства не работают из-за:

- давления государства на частный сектор;
- не развитости рынка капитала, и попыток монополизации частного сектора (это обусловлено большим количеством моногородов);
- низким качеством отечественных товаров в рамках программы вынужденного импортозамещения;
- ограниченности и сложности получения финансирования;
- низкой квалификации кадрового состава.

В настоящее время Россия находится в стадии рецессии – это является следствием, в том числе привязки к системе государственного капитализма, в основном за счёт добровольно-принудительного квотирования государственными корпорациями субъектов малого и среднего предпринимательства, что вновь подтверждает намерения государства стать конструктором предпринимательской экосистемы (по решению правительства будет создана корпорация развития малого и среднего предпринимательства—Федеральный закон от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ (ред. от 29.06.2015) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации").

Настоящее исследование отражает результаты мониторинга деловой активности и инвестиционной привлекательности малого и среднего бизнеса по итогам 3 квартала 2015 года.

## Методология

Исследование проводилось исходя из ряда допущений: срок ведения бизнеса (не менее 3-х лет), стоимость бизнеса (не менее 500 тыс. руб.), реализация готового арендного бизнеса (предприниматели занимаются локальным, либо сетевым бизнесом не приобретая в собственность недвижимость, исключая компании сферы «легкой промышленности»).

Пороговые значения стоимости бизнеса составили 500 тыс. руб. – 468 000 тыс. руб., с объемом выручки 584 тыс. руб. – 1 500 000 тыс. руб.

В область исследования включены следующие сегменты:

- E-commerce;
- Техническое обслуживание транспорта;
- Розничная торговля;
- Общественное питание;
- Услуги населению;
- Деловые услуги;
- Легкая промышленность.

Общее количество выборочной совокупности (нарастающим итогом, согласно данным предыдущего исследования [http://2bdgroup.com/images/pdf/kak-menyaetsya-biznes-sreda-rossii-itogi-na-seredinu-2015-goda\\_2.pdf](http://2bdgroup.com/images/pdf/kak-menyaetsya-biznes-sreda-rossii-itogi-na-seredinu-2015-goda_2.pdf)) составило 5 192 субъектов, из них 1 970 интервью с руководящим составом.

При проведении исследования, использовались следующие бизнес-показатели инвестиционной привлекательности:

- P/E – коэффициент отражающий стоимость единицы прибыли компании (также может служить индикатором окупаемости бизнеса, в годах);

- EV/S – коэффициент характеризуется высокой степенью репрезентативности и определяется маржинальной операционной прибылью после уплаты налогов, а также стоимостью привлечения капитала (предполагается, что настоящий мультипликатор меньше остальных подвержен влиянию различий в бухгалтерском и налоговом учетах). Низкий коэффициент свидетельствует о высокой доходности компаний, т.е. чем ниже коэффициент, тем больше инвестор получит отдачи на вложенный капитал. Таким образом, определяется сколько рублей инвестиций платит инвестор за каждый рубль выручки;

- ROS (%) – рентабельность продаж, отражающая доходность каждой заработанной единицы выручки позволяет определить относительную степень эффективности. В настоящем исследовании мы используем средний показатель по определенному сектору.

В связи с низкой информативностью выборки в регионах России, проведенное по состоянию на 3 квартал 2015 года исследование, отражает бизнес-показатели инвестиционной привлекательности в г. Москва и Санкт-Петербург. (результаты по регионам России будут представлены в исследовании по итогам 2015 г.).

## Настроения бизнеса в 2015 году

Результаты сравнительного анализа деловой активности МСБ в г. Москва (по средним значениям)

| Наименование            | Результаты 1-го полугодия 2015 года |      |        | Результаты 3 квартала 2015 года |      |        |
|-------------------------|-------------------------------------|------|--------|---------------------------------|------|--------|
|                         | P/E                                 | EV/S | ROS, % | P/E                             | EV/S | ROS, % |
| Аптеки                  | 9,1                                 | 1,7  | 12%    | 9,1                             | 1,7  | 11%    |
| Автосервисы             | 7,7                                 | 2,7  | 25%    | 10,6                            | 4,4  | 28%    |
| Автомойки               | 8,3                                 | 3,8  | 34%    | 10,8                            | 5,4  | 33%    |
| Кафе                    | 4,2                                 | 1,0  | 27%    | 4,7                             | 1,8  | 27%    |
| Рестораны               | 6,7                                 | 1,6  | 23%    | 7,5                             | 1,8  | 23%    |
| Продуктовые магазины    | 1,8                                 | 0,4  | 23%    | 1,7                             | 0,3  | 22%    |
| Магазины одежды и обуви | 4,6                                 | 1,3  | 28%    | 5,9                             | 1,4  | 30%    |
| Хостелы                 | 9,4                                 | 3,5  | 37%    | 9,4                             | 2,0  | 39%    |
| Детские центры развития | 4,1                                 | 1,4  | 30%    | 4,1                             | 1,4  | 33%    |
| Туристические фирмы     | 3,0                                 | 0,5  | 17%    | 3,0                             | 3,0  | 11%    |

Результаты сравнительного анализа инвестиционной привлекательности субъектов малого и среднего бизнеса за период с 1-го полугодия 2015 по 3 квартал 2015 года показывают продолжающееся ухудшение деловой активности предпринимательской среды в г. Москва.

Так, коэффициент P/E отражающий срок окупаемости бизнеса увеличился с 1,8-9,4 до 1,7-10,8 лет. Показатели EV/S отражающие доходность на инвестированный капитал по большинству направлений ухудшились. В 1-м полугодии 2015 года доходность инвестиций для сегмента «Техническое обслуживание» (автосервисы, автомойки, шиномонтаж) снизилась с 2,7 рублей инвестированных на 1 рубль выручки, до 4,4-5,4 рублей на середину 2015 года, а период окупаемости увеличился с 7,7 до 10,8 лет, что говорит о слабом интересе инвесторов к настоящим субъектам бизнеса.

В целом, кроме направления розничной торговли продуктами, произошло снижение деловой активности на 20% по сравнению с результатами 1-го полугодия 2015 года.

## Малый и средний бизнес: Москва

Здравоохранение и досуг

### Показатели доходности (3 квартал 2015 г.)

| Наименование              | Мультипликатор P/E (отражает окупаемость бизнеса в годах) |          |         | Мультипликатор EV/S (отражает доходность инвестиций на вложенный капитал) |          |         | Рентабельность продаж (ROS - отражает долю прибыли в каждом заработанном рубле), % |          |         |
|---------------------------|---|----------|---------|---|----------|---------|--|----------|---------|
|                           | Минимум   | Максимум | Среднее | Минимум   | Максимум | Среднее | Минимум  | Максимум | Среднее |
| Салоны красоты            | 0,2   | 15,3     | 1,5     | 0,1   | 3,8      | 0,4     | 10%  | 70%      | 28%     |
| Парикмахерские            | 0,4   | 3,5      | 1,1     | 0,2   | 1,4      | 0,4     | 25%  | 48%      | 32%     |
| Косметологические центры  | 0,2   | 7,0      | 1,3     | 0,1   | 1,8      | 0,4     | 19%  | 44%      | 32%     |
| Медицинские центры        | 0,3   | 13,6     | 2,3     | 0,1   | 4,5      | 0,7     | 14%  | 57%      | 30%     |
| Стоматологические клиники | 0,5   | 4,5      | 1,8     | 0,1   | 1,7      | 0,5     | 17%  | 38%      | 29%     |

В 3 квартале средний период окупаемости бизнеса по сравнению с 1-м полугодием в сегменте «Здравоохранение и досуг» увеличился с 1,5 до 2,3 лет (P/E). При этом доходность инвестиций на инвестированный капитал снизилась до 0,7 рублей на рубль выручки компании, по сравнению с 0,6 рублями (EV/S) 3 месяцами ранее.

Несмотря на влияние текущей экономической ситуации на деловую активность бизнеса центральной России, малый и средний бизнес остается недооцененным. Также произошла корректировка рентабельности продаж в сторону понижения с 28-35%, до 28-32%.

Общее снижение показателей доходности бизнеса сферы здравоохранения и досуга, объясняется снижением покупательной способности населения и соответственно снижением спроса на предоставляемые услуги.

По словам самих предпринимателей, «для привлечения новых клиентов и удержания старых используются программы мотивации, включающие скидки на предоставляемые услуги, и акции на наиболее востребованные товары».

### Показатели стоимости бизнеса и денежных потоков (3 квартал 2015 г.)

| Наименование              | Стоимость бизнеса, руб. |            |           | Ежегодный объем чистой прибыли, руб. |            |           | Ежегодный объем выручки, руб. |            |            |
|---------------------------|-------------------------|------------|-----------|--------------------------------------|------------|-----------|-------------------------------|------------|------------|
|                           | Минимум                 | Максимум   | Среднее   | Минимум                              | Максимум   | Среднее   | Минимум                       | Максимум   | Среднее    |
| Салоны красоты            | 500 000                 | 32 000 000 | 2 545 406 | 360 000                              | 12 857 143 | 1 727 711 | 1 152 000                     | 36 000 000 | 6 494 565  |
| Парикмахерские            | 500 000                 | 8 300 000  | 1 832 500 | 360 000                              | 3 420 000  | 1 503 000 | 1 440 000                     | 9 600 000  | 4 609 200  |
| Косметологические центры  | 600 000                 | 6 000 000  | 2 770 791 | 600 000                              | 6 000 000  | 2 770 791 | 1 500 000                     | 18 000 000 | 8 931 692  |
| Медицинские центры        | 1 000 000               | 31 500 000 | 6 873 913 | 600 000                              | 18 000 000 | 3 763 694 | 2 100 000                     | 68 400 000 | 13 559 478 |
| Стоматологические клиники | 1 100 000               | 24 100 000 | 6 821 739 | 500 000                              | 11 666 667 | 4 190 145 | 1 800 000                     | 42 000 000 | 14 726 087 |

Средняя стоимость бизнеса в сфере «Здравоохранение и услуги» находится в диапазоне 1,8–6,8 млн. рублей. Наиболее дорогими являются «Медицинские центры» и «Стоматологические клиники», включающие в себя стоимость оборудования. При этом средний объем ежегодной прибыли такого бизнеса составляет 1,5-4,2 млн.

### Показатели затрат и численности персонала (3 квартал 2015 г.)

| Наименование             | Ежегодные затраты (включены все затраты: коммерческие, управленческие, прочие, формирующие чистую прибыль на основании выручки), руб. |            |           | Численность персонала, человек |          |         | Возраст бизнеса, лет |          |         |
|--------------------------|---|------------|-----------|--------------------------------|----------|---------|----------------------|----------|---------|
|                          | Минимум   | Максимум   | Среднее   | Минимум                        | Максимум | Среднее | Минимум              | Максимум | Среднее |
| Салоны красоты           | 350 000   | 31 800 000 | 4 692 698 | 1                              | 21       | 8       | 3                    | 26       | 7       |
| Парикмахерские           | 960 000   | 7 200 000  | 3 106 200 | 1                              | 14       | 7       | 3                    | 17       | 8       |
| Косметологические центры | 900 000   | 12 000 000 | 5 990 098 | 3                              | 13       | 7       | 3                    | 20       | 8       |
| Медицинские центры       | 1 400 000   | 50 400 000 | 9 704 479 | 3                              | 45       | 11      | 3                    | 11       | 7       |

Исследование отражает наличие результатов налоговой оптимизации со стороны предпринимателей. Средние численность персонала и возраст бизнеса, составляют 7-11 человек и 7-8 лет соответственно.



E-commerce

**Показатели доходности (3 квартал 2015 г.)**

| Наименование      | Мультипликатор P/E (отражает окупаемость бизнеса в годах) |          |         | Мультипликатор EV/S (отражает доходность инвестиций на вложенный капитал) |          |         | Рентабельность продаж (ROS - отражает долю прибыли в каждом заработанном рубле), % |          |         |
|-------------------|---|----------|---------|---|----------|---------|--|----------|---------|
|                   | Минимум   | Максимум | Среднее | Минимум   | Максимум | Среднее | Минимум  | Максимум | Среднее |
| Интернет-магазины | 0,1   | 4,0      | 0,8     | 0,1   | 2,2      | 0,3     | 7%   | 80%      | 32%     |

Привлекательность сегмента E-commerce снижается, как и у других направлений деятельности. Как свидетельствуют результаты исследования, доходность инвестиций в 3 квартале снизилась с 0,2 до 0,3 рублей на 1 рубль инвестиций, а рентабельность продаж с 33% до 32%.

**Показатели стоимости бизнеса и денежных потоков (3 квартал 2015 г.)**

| Наименование      | Стоимость бизнеса, руб. |            |           | Ежегодный объем чистой прибыли, руб. |            |           | Ежегодный объем выручки, руб. |             |            |
|-------------------|-------------------------|------------|-----------|--------------------------------------|------------|-----------|-------------------------------|-------------|------------|
|                   | Минимум                 | Максимум   | Среднее   | Минимум                              | Максимум   | Среднее   | Минимум                       | Максимум    | Среднее    |
| Интернет-магазины | 500 000                 | 80 000 000 | 3 054 539 | 172 740                              | 36 000 000 | 3 337 595 | 965 988                       | 228 000 000 | 14 111 206 |

Среднее количество сотрудников составляет 4 человека, при возрасте бизнеса 5 лет. Средняя стоимость бизнеса составляет 3 млн. рублей, при ежегодном объеме выручки 14,1 млн. рублей.

Несмотря на небольшое снижение, субъекты E-commerce остаются одними из привлекательных бизнесов.

**Показатели затрат и численности персонала (3 квартал 2015 г.)**

| Наименование      | Ежегодные затраты (включены все затраты: коммерческие, управленческие, прочие, формирующие чистую) |             |           | Численность персонала, человек |          |         | Возраст бизнеса, лет |          |         |
|-------------------|--|-------------|-----------|--------------------------------|----------|---------|----------------------|----------|---------|
|                   | Минимум  | Максимум    | Среднее   | Минимум                        | Максимум | Среднее | Минимум              | Максимум | Среднее |
| Интернет-магазины | 245 796  | 142 584 000 | 8 277 802 | 1                              | 30       | 4       | 3                    | 10       | 5       |

## Деловые услуги

**Показатели доходности (3 квартал 2015 г.)**

| Наименование            | Мультипликатор P/E (отражает окупаемость бизнеса в годах) |          |         | Мультипликатор EV/S (отражает доходность инвестиций на вложенный капитал) |          |         | Рентабельность продаж (ROS - отражает долю прибыли в каждом заработанном рубле), % |          |         |
|-------------------------|---|----------|---------|---|----------|---------|--|----------|---------|
|                         | Минимум   | Максимум | Среднее | Минимум   | Максимум | Среднее | Минимум  | Максимум | Среднее |
| Консалтинговые компании | 0,3   | 6,4      | 1,6     | 0,1   | 2,3      | 0,5     | 11%  | 77%      | 37%     |
| Кадровые агентства      | 0,5   | 1,8      | 1,0     | 0,1   | 1,0      | 0,4     | 16%  | 57%      | 32%     |

Как и в сфере услуг (здравоохранение и досуг), бизнес «консалтинговых услуг» и «кадровых агентств» менее доходен по сравнению с интернет-проектами, и генерирует 0,4-0,5 рублей на рубль выручки. Средняя рентабельность продаж находится в диапазоне 32-37% против 28-32% в сфере «здравоохранение и досуг».

По максимальному значению объема выручки (165 млн. руб.) консалтинговые компании Москвы относятся к малому бизнеса, тогда как локальные кадровые агентства к микропредприятиям.

**Данные по численности сотрудников и возрасту бизнеса (3 квартал 2015 г.)**

| Наименование            | Ежегодные затраты (включены все затраты: коммерческие, управленческие, прочие, формирующие чистую прибыль на основании выручки), руб. |            |            | Численность персонала, человек |          |         | Возраст бизнеса, лет |          |         |
|-------------------------|---|------------|------------|--------------------------------|----------|---------|----------------------|----------|---------|
|                         | Минимум   | Максимум   | Среднее    | Минимум                        | Максимум | Среднее | Минимум              | Максимум | Среднее |
| Консалтинговые компании | 600 000   | 74 745 763 | 10 832 724 | 2                              | 30       | 12      | 3                    | 20       | 8       |
| Кадровые агентства      | 1 080 000   | 9 600 000  | 3 577 818  | 1                              | 7        | 4       | 3                    | 23       | 14      |

**Показатели стоимости бизнеса и денежных потоков (3 квартал 2015 г.)**

| Наименование            | Стоимость бизнеса, руб. |             |            | Ежегодный объем чистой прибыли, руб. |            |           | Ежегодный объем выручки, руб. |             |            |
|-------------------------|-------------------------|-------------|------------|--------------------------------------|------------|-----------|-------------------------------|-------------|------------|
|                         | Минимум                 | Максимум    | Среднее    | Минимум                              | Максимум   | Среднее   | Минимум                       | Максимум    | Среднее    |
| Консалтинговые компании | 700 000                 | 165 000 000 | 17 277 289 | 1 200 000                            | 48 000 000 | 8 883 673 | 5 333 916                     | 192 000 000 | 29 286 211 |
| Кадровые агентства      | 600 000                 | 3 500 000   | 1 431 818  | 720 000                              | 2 400 000  | 1 392 727 | 1 800 000                     | 12 000 000  | 4 970 545  |

## Малый и средний бизнес: Санкт-Петербург

E-commerce

### Показатели доходности (3 квартал 2015 г.)

| Наименование      | Мультипликатор P/E (отражает окупаемость бизнеса в годах) |          |         | Мультипликатор EV/S (отражает доходность инвестиций на вложенный капитал) |          |         | Рентабельность продаж (ROS - отражает долю прибыли в каждом заработанном рубле), % |          |         |
|-------------------|---|----------|---------|---|----------|---------|--|----------|---------|
|                   | Минимум   | Максимум | Среднее | Минимум   | Максимум | Среднее | Минимум  | Максимум | Среднее |
| Интернет-магазины | 0.4   | 4.2      | 1.2     | 0.1   | 2.1      | 0.4     | 5%   | 64%      | 29%     |

Средний срок окупаемости интернет-коммерции в Санкт-Петербурге как и кварталом ранее выше, чем в Москве, что обусловлено высокой деловой активностью г. Москвы. При этом в 3 квартале произошла корректировка на понижение.

### Показатели стоимости бизнеса и денежных потоков (3 квартал 2015 г.)

| Наименование      | Стоимость бизнеса, руб. |            |           | Ежегодный объем чистой прибыли, руб. |            |           | Ежегодный объем выручки, руб. |            |           |
|-------------------|-------------------------|------------|-----------|--------------------------------------|------------|-----------|-------------------------------|------------|-----------|
|                   | Минимум                 | Максимум   | Среднее   | Минимум                              | Максимум   | Среднее   | Минимум                       | Максимум   | Среднее   |
| Интернет-магазины | 550 000                 | 33 000 000 | 3 547 826 | 420 000                              | 12 000 000 | 2 415 130 | 840 000                       | 30 000 000 | 9 367 826 |

Средняя стоимость бизнеса E-commerce в Санкт-Петербурге составляет 3,5 млн. рублей с ежегодной выручкой 9,4 млн., против стоимости бизнеса 3,05 млн. рублей и выручкой 14,1 млн. рублей в Москве. При этом объем ежегодной чистой прибыли в Москве на 29% выше.

Бизнес E-commerce в Москве моложе (средний возраст 5 лет), чем в Санкт-Петербурге (средний возраст 6 лет).

### Данные ежегодных затрат и численности персонала (3 квартал 2015 г.)

| Наименование      | Ежегодные затраты (включены все затраты: коммерческие, управленческие, прочие, формирующие чистую прибыль на основании выручки), руб. |            |           | Численность персонала, человек |          |         | Возраст бизнеса, лет |          |         |
|-------------------|---|------------|-----------|--------------------------------|----------|---------|----------------------|----------|---------|
|                   | Минимум   | Максимум   | Среднее   | Минимум                        | Максимум | Среднее | Минимум              | Максимум | Среднее |
| Интернет-магазины | 420 000   | 25 116 000 | 6 953 739 | 1                              | 12       | 3       | 3                    | 21       | 6       |

## Легкая промышленность

**Показатели доходности (3 квартал 2015 г.)**

| Наименование   | Мультипликатор P/E (отражает окупаемость бизнеса в годах) |          |         | Мультипликатор EV/S (отражает доходность инвестиций на вложенный капитал) |          |         | Рентабельность продаж (ROS - отражает долю прибыли в каждом заработанном рубле), % |          |         |
|--|---|----------|---------|---|----------|---------|--|----------|---------|
|  | Минимум   | Максимум | Среднее | Минимум   | Максимум | Среднее | Минимум  | Максимум | Среднее |
| Легкая промышленность (производство материала из дерева, камня, полиэтилена, швейное производство, в т.ч. ремонтные работы промышленной техники) | 0,3   | 12,8     | 1,9     | 0,1   | 4,9      | 0,6     | 8%   | 69%      | 27%     |

В 3-м квартале наблюдается незначительное улучшение бизнеса «Легкой промышленности» в части окупаемости. При это среднее значение чистой прибыли увеличилось на 10% по сравнению с 1-м полугодием, и составило 9,76 млн. рублей против 10,35 млн. рублей в Москве.

Бизнес в сфере «Легкой промышленности» Санкт-Петербурга более привлекателен, чем в Москве, где среднее значение периода окупаемости (P/E) составляет 2,5 лет. При этом доходность и рентабельность в обоих городах остается на одинаковом уровне 0,6 рублей на 1 рубль выручки и 26-27% соответственно.

Средний возраст компаний Санкт-Петербурга составляет 12 лет, против 9 лет в Москве.

**Показатели стоимости бизнеса и денежных потоков (3 квартал 2015 г.)**

| Наименование   | Стоимость бизнеса, руб. |             |            | Ежегодный объем чистой прибыли, руб. |            |           | Ежегодный объем выручки, руб. |             |            |
|--|-------------------------|-------------|------------|--------------------------------------|------------|-----------|-------------------------------|-------------|------------|
|  | Минимум                 | Максимум    | Среднее    | Минимум                              | Максимум   | Среднее   | Минимум                       | Максимум    | Среднее    |
| Легкая промышленность (производство материала из дерева, камня, полиэтилена, швейное производство, в т.ч. ремонтные работы промышленной техники) | 550 000                 | 180 000 000 | 16 789 091 | 720 000                              | 72 000 000 | 9 764 089 | 3 024 000                     | 450 000 000 | 51 103 330 |

## Розничная торговля

**Показатели доходности (3 квартал 2015 г.)**

| Наименование        | Мультипликатор P/E (отражает окупаемость бизнеса в годах) |          |         | Мультипликатор EV/S (отражает доходность инвестиций на вложенный капитал) |          |         | Рентабельность продаж (ROS - отражает долю прибыли в каждом заработанном рубле), % |          |         |
|---------------------|---|----------|---------|---|----------|---------|--|----------|---------|
|                     | Минимум   | Максимум | Среднее | Минимум   | Максимум | Среднее | Минимум  | Максимум | Среднее |
| Продуктовый магазин | 0,3   | 3,6      | 0,9     | 0,1   | 0,9      | 0,2     | 10%  | 50%      | 24%     |

В 3 квартале показатели окупаемости в сфере розничной торговли продуктами увеличились до 0,9 лет, доходность и рентабельность остались на уровне 1-го полугодия. Однако максимальный показатель рентабельности вырос до 50%.

Средний показатель ежегодной чистой прибыли в 3 квартале по сравнению 1-м полугодием увеличился на 22% до 1,64 млн. рублей, что говорит о положительной тенденции для бизнеса в сфере розничной торговли.

**Показатели стоимости бизнеса и денежных потоков (3 квартал 2015 г.)**

| Наименование        | Стоимость бизнеса, руб. |            |           | Ежегодный объем чистой прибыли, руб. |           |           | Ежегодный объем выручки, руб. |            |           |
|---------------------|-------------------------|------------|-----------|--------------------------------------|-----------|-----------|-------------------------------|------------|-----------|
|                     | Минимум                 | Максимум   | Среднее   | Минимум                              | Максимум  | Среднее   | Минимум                       | Максимум   | Среднее   |
| Продуктовый магазин | 500 000                 | 11 000 000 | 1 886 111 | 720 000                              | 4 200 000 | 1 638 000 | 2 160 000                     | 15 120 000 | 8 288 667 |

Средний возраст бизнеса составляет 9 лет, а численность персонала 3 человека.

Доходность продуктовых магазинов в Санкт-Петербурге выше, чем в Москве. Период окупаемости и доходность в Санкт-Петербурге 0,9 лет и 0,2 рублей, против 1,8 лет и 0,4 рублей в Москве.

**Данные ежегодных затрат и численности персонала (3 квартал 2015 г.)**

| Наименование        | Ежегодные затраты (включены все затраты: коммерческие, управленческие, прочие, формирующие чистую прибыль на основании выручки), руб. |            |           | Численность персонала, человек |          |         | Возраст бизнеса, лет |          |         |
|---------------------|---|------------|-----------|--------------------------------|----------|---------|----------------------|----------|---------|
|                     | Минимум   | Максимум   | Среднее   | Минимум                        | Максимум | Среднее | Минимум              | Максимум | Среднее |
| Продуктовый магазин | 960 000   | 11 880 000 | 6 371 667 | 1                              | 6        | 3       | 3                    | 18       | 9       |

## Здравоохранение и досуг

**Показатели доходности (3 квартал 2015 г.)**

| Наименование              | Мультипликатор P/E (отражает окупаемость бизнеса в годах) |          |         | Мультипликатор EV/S (отражает доходность инвестиций на вложенный капитал) |          |         | Рентабельность продаж (ROS - отражает долю прибыли в каждом заработанном рубле), % |          |         |
|---------------------------|---|----------|---------|---|----------|---------|--|----------|---------|
|                           | Минимум   | Максимум | Среднее | Минимум   | Максимум | Среднее | Минимум  | Максимум | Среднее |
| Салоны красоты            | 0,5   | 6,6      | 1,6     | 0,1   | 2,6      | 0,5     | 13%  | 42%      | 28%     |
| Стоматологические клиники | 0,7   | 7,6      | 2,2     | 0,2   | 2,2      | 0,7     | 18%  | 40%      | 32%     |

**Показатели стоимости бизнеса и денежных потоков (3 квартал 2015 г.)**

| Наименование              | Стоимость бизнеса, руб. |            |           | Ежегодный объем чистой прибыли, руб. |           |           | Ежегодный объем выручки, руб. |            |           |
|---------------------------|-------------------------|------------|-----------|--------------------------------------|-----------|-----------|-------------------------------|------------|-----------|
|                           | Минимум                 | Максимум   | Среднее   | Минимум                              | Максимум  | Среднее   | Минимум                       | Максимум   | Среднее   |
| Салоны красоты            | 550 000                 | 12 700 000 | 2 256 875 | 584 400                              | 4 200 000 | 1 278 975 | 1 440 000                     | 18 000 000 | 4 416 563 |
| Стоматологические клиники | 800 000                 | 20 000 000 | 6 278 636 | 1 178 571                            | 4 560 000 | 2 499 143 | 3 000 000                     | 14 136 000 | 7 648 364 |

В 3 квартале период окупаемости стоматологических клиник увеличился с 1,7 до 2,2 лет по отношению к 1-му полугодия 2015 года, доходность снизилась с 0,6 до 0,7 рублей на рубль выручки, при снижении рентабельности на 2%.

При этом, средняя стоимость бизнеса увеличилась на 33%, а ежегодная прибыль на 15%.

Сравнительный анализ показывает, что доходность бизнеса «Стоматологические клиники» в Москве выше, чем Санкт-Петербурге. Однако при одинаковой средней стоимости бизнеса, ежегодные объемы выручки и чистой прибыли в Москве значительно выше, чем в Санкт-Петербурге.

Доходность бизнеса «Салоны красоты» в Москве и Санкт-Петербурге находится на одинаковом уровне.



Причины продажи бизнеса

Сравнительный анализ результатов исследований на 1-е полугодие и 3 квартал 2015 года показывает снижение доли причин «Отсутствие капитала на развитие бизнеса» на 2% в 3 квартале 2015 года.

На причину «Смена вида деятельности» в 3 квартале 2015 года пришлось 19% выборочной совокупности, против 17% в 1-м полугодии 2015—это обстоятельство обусловлено диверсификацией рисков со стороны предпринимателей и развитием новых направлений бизнеса, по мнению самих предпринимателей «открываются новые ниши, в связи с выходом (банкротством) действующих участников рынка».

## Общие выводы

Основная доля предпринимательской активности в России приходится на г. Москву и Санкт-Петербург, что характеризуется значительной долей предпринимателей в пределах центрального федерального округа:

° в Москве наиболее привлекательными объектами инвестиций являются "Юридические компании", "Магазины цветов" и компании сегмента "E-commerce", средняя окупаемость которых составляет 0,8-0,9 лет, доходность 0,3-0,4 рубля на 1 рубль выручки, а рентабельность 31-42%;

° в Санкт-Петербурге инвестиционно-привлекательными являются «Кафе», «Продуктовые магазины», а также «Детские центры развития», средняя окупаемость которых находится на уровне 0,9-1,1 лет, доходность 0,2-0,3 рубля на 1 рубль выручки, а рентабельность 24-33%;

° сравнительный анализ результатов по состоянию на 3 квартал 2015 года показывает продолжающееся с середины 2015 года снижение деловой активности бизнеса, низкую инвестиционную привлекательность субъектов малого и среднего бизнеса.

Основными факторами влияющими на снижение активности являются: продолжающееся снижение покупательной способности; неопределенность принимаемых мер по развитию предпринимательства и снижению давления государственных органов в части чрезмерного давления со стороны контролирующих органов; отсутствие ориентированной на экспорт стратегии у компаний малого и среднего бизнеса; неопределенность законодательной базы в части регулирования.