

Как меняется бизнес-среда России: итоги середины 2015 года



Содержание

Введение

Методология 4

Что изменилось в предпринимательской
среде за последнее время ? 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 (Источник: http://2bdgroup.com/pdf/maliy_i_sredniy_biznes_v_rossii.pdf). Снижающаяся последние годы деловая активность и влияние внешних экстерналий от введенных против России санкций оказали отрицательное влияние на экономический рост страны.

Используемые государством механизмы поддержки и развития малого и среднего предпринимательства отражают патовость ситуации, это объясняется:

- Удорожанием кредитных продуктов (за счет увеличения ключевой ставки, и других факторов);
- Не эффективностью институтов развития предпринимательства (к примеру, доля предоставленных гарантий Агентством кредитных гарантий в 2014 году составила в пределах 5% от субсидий в размере 70 млрд. руб.);
- Возведением новых барьеров правительством Москвы и других регионов (конец 2014 – начало 2015 ознаменовались массовым изъятием земельных участков у предпринимателей и сносом торговых павильонов, запретом наружной рекламы на центральных улицах).

В настоящее время Россия находится в стадии рецессии – это является следствием, в том числе привязки к государственной монополии частного бизнеса, в основном за счёт добровольно-принудительного квотирования государственными корпорациями субъектов малого и среднего предпринимательства.

Представленное нами в январе 2014 года (по итогам 2013 года) исследование отражало инвестиционную привлекательность малого и среднего бизнеса по многим отраслям, однако текущее состояние дел характеризует негативные настроения в бизнес – сообществе.

Методология

Исследование проводилось исходя из ряда допущений: срок ведения бизнеса (не менее 2-х лет), доходность, объем выручки, стоимость бизнеса, реализация готового арендного бизнеса (т.е. предприниматели занимаются локальным, либо сетевым бизнесом не приобретая в собственность недвижимость).

Пороговые значения стоимости бизнеса были расширены, для учета микропредприятий, и составили 100 тыс. руб. (сегмент e-commerce) – 167 000 тыс. руб., с объемом выручки от 360 тыс. руб. до 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 выборки составило 3 670 субъектов, из них 1 520 интервью с руководящим составом. Исследуемые выборки не подчиняются принципу мультимодальности, на основании чего анализируемые данные подчиняются нормальному распределению, т.е. большая часть значений близка к среднему и объективно отражает стоимостные переменные приведенные в настоящем исследовании.

Методология

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 на середину 2015 года исследование, отражает бизнес-показатели инвестиционной привлекательности в г. Москва и Санкт-Петербург.

Что изменилось в предпринимательской среде за последнее время ?

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

Наименование	Результаты по итогам 2013 года			Результаты на середину 2015 года		
	P/E	EV/S	ROS, %	P/E	EV/S	ROS, %
Аптеки	1.4	0.2	10%	9.1	1.7	12%
Автосервисы	1.0	0.4	30%	7.7	2.7	25%
Автомойки	1.3	0.4	40%	8.3	3.8	34%
Кафе	1.2	0.4	27%	4.2	1.0	27%
Бары	1.0	0.3	25%	7.5	1.6	21%
Рестораны	1.0	0.5	26%	6.7	1.6	23%
Продуктовые магазины	1.8	0.2	16%	1.8	0.4	23%
Магазины одежды и обуви	1.1	0.4	32%	4.6	1.3	28%
Хостелы	1.3	0.5	42%	9.4	3.5	37%
Детские центры развития	1.5	0.4	38%	4.1	1.4	30%
Туристические фирмы	0.4	0.1	6%	3.0	0.5	17%

Результаты сравнительного анализа изменения показателей инвестиционной привлекательности субъектов малого и среднего бизнеса за период с 2013 по май 2015 года показывают ухудшение деловой активности предпринимательской среды в г. Москва.

Так, коэффициент P/E, отражающий срок окупаемости бизнеса увеличился с 1–1,8 до 4–9,4 лет. Показатели EV/S отражающие доходность на инвестированный капитал по большинству направлений ухудшились. В докризисном 2013 году доходность инвестиций для сегмента «Техническое обслуживание» (автосервисы, автомойки) снизилась с 0,4 рублей инвестированных на 1 рубль выручки, до 2,7–3,8 рублей на середину 2015 года, что говорит о снижении привлекательности в глазах инвесторов субъектов частного предпринимательства и потенциальных собственников.

Однако по другим направлениям предпринимательской деятельности не было существенных изменений.

Малый и средний бизнес: Москва

Здравоохранение и досуг

Показатели доходности

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	18,3	1,5	0,1	4,7	0,4	10%	56%	28%
Парикмахерские	0,4	2,5	1,1	0,2	1,0	0,4	25%	48%	34%
Косметологические центры	0,4	2,5	1,0	0,1	1,2	0,4	24%	57%	35%
Медицинские центры	0,4	7,5	2,2	0,1	2,6	0,6	15%	57%	30%
Стоматологические клиники	0,8	4,5	1,9	0,3	1,7	0,6	21%	38%	29%

Средний период окупаемости бизнеса в сегменте «Здравоохранение и досуг» составляет 1,5 года (P/E). При этом доходность инвестиций на вложенный капитал находится в диапазоне 0,4-0,6 рубля (EV/S) на рубль выручки компании.

Несмотря на влияние текущей экономической ситуации на деловую активность бизнеса центральной России, малый и средний бизнес остается недооцененным. По сравнению с докризисным периодом рентабельность продаж в целом по сегменту снизилась на 2-3,5% процентных пункта, и находится на уровне 28-35%.

Показатели стоимости бизнеса и денежных потоков

Наименование	Стоимость бизнеса, руб.			Ежегодный объем чистой прибыли, руб.			Ежегодный объем выручки, руб.		
	Минимум	Максимум	Среднее	Минимум	Максимум	Среднее	Минимум	Максимум	Среднее
Салоны красоты	200 000	32 000 000	2 468 513	360 000	12 857 143	1 686 788	936 000	36 000 000	6 299 312
Парикмахерские	400 000	6 000 000	1 858 333	360 000	3 420 000	1 580 000	1 440 000	9 600 000	4 677 000
Косметологические центры	550 000	21 000 000	3 329 412	600 000	8 400 000	2 782 588	1 872 000	18 000 000	7 771 765
Медицинские центры	1 000 000	31 500 000	6 994 828	600 000	11 640 000	3 397 351	2 400 000	42 600 000	11 983 034
Стоматологические клиники	1 100 000	24 100 000	6 654 167	500 000	6 000 000	3 376 667	1 800 000	18 000 000	11 675 000

Как показывают результаты сравнительного анализа к доходному бизнесу относятся узкоспециализированные компании. К примеру косметологические центры и парикмахерские более привлекательны с точки зрения сроков окупаемости, доходности на инвестированный капитал и рентабельности продаж, по сравнению салонами красоты, которые предоставляют комплексные услуги.

Средняя стоимость такого бизнеса составляет 2–3,3 млн. рублей. Тогда как компании из сегмента здравоохранения стоят дороже, в силу наличия большего количества оборудования.

Показатели затрат и численности персонала

Наименование	Ежегодные затраты (включены все затраты: коммерческие, управленческие, прочие, формирующие чистую прибыль на основании выручки), руб.			Численность персонала, человек			Возраст бизнеса, лет		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Салоны красоты	1 200 000	8 376 000	4 869 600	1	20	8	2	25	6
Медицинские центры	-	-	-	2	26	10	2	18	7

E-commerce

Показатели доходности

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	1.3	0.2	5%	90%	33%

В связи с низкими барьерами входа и быстрой окупаемостью, сегмент E-commerce является одним из самых привлекательных.

Показатели стоимости бизнеса и денежных потоков

Наименование	Стоимость бизнеса, руб.			Ежегодный объем чистой прибыли, руб.			Ежегодный объем выручки, руб.		
	Минимум	Максимум	Среднее	Минимум	Максимум	Среднее	Минимум	Максимум	Среднее
Интернет-магазины	100 000	80 000 000	3 278 167	180 000	36 000 000	2 982 727	360 000	228 000 000	14 190 485

Отдача на инвестированный капитал в среднем составляет 0,2 рубля на рубль выручки при среднем объеме выручки—14 млн. рублей.

Максимальный срок окупаемости бизнеса «Интернет-магазины» составляет 4 года, при максимальном объеме ежегодной прибыли— 36 млн. рублей.

Деловые услуги

Показатели доходности

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	0.1	4.3	1.4	0.1	1.4	0.5	17%	74%	38%
Кадровые агентства	0.6	1.8	1.1	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 0,5-0,6 рублей на рубль выручки. Средняя рентабельность продаж находится в диапазоне 32-38%, что выше бизнес-показателей сферы «здравоохранение и досуг».

По максимальному значению объема выручки (192 млн. руб.) консалтинговые компании Москвы можно отнести малому бизнесу, тогда как локальные кадровые агентства относятся к микропредприятиям.

Данные по численности сотрудников и возрасту бизнеса

Наименование	Численность персонала, человек			Возраст бизнеса, лет		
	Минимум	Максимум	Среднее	Минимум	Максимум	Среднее
Консалтинговые компании	2	30	9	2	21	7
Кадровые агентства	1	7	4	2	23	12

Показатели стоимости бизнеса и денежных потоков

Наименование	Стоимость бизнеса, руб.			Ежегодный объем чистой прибыли, руб.			Ежегодный объем выручки, руб.		
	Минимум	Максимум	Среднее	Минимум	Максимум	Среднее	Минимум	Максимум	Среднее
Консалтинговые компании	450 000	165 000 000	21 778 272	1 720 618	48 000 000	11 101 108	5 333 916	192 000 000	36 655 594
Кадровые агентства	600 000	3 500 000	1 378 571	720 000	2 040 000	1 262 857	1 800 000	6 160 000	4 279 429

Малый и средний бизнес: Санкт-Петербург

E-commerce

Показатели доходности

Наименование	Мультипликатор Р/Е (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	0.3	4.2	1.1	0.1	2.1	0.3	5%	64%	28%

В силу того, что Москва является главным экономическим центром России, бизнес интернет-коммерции здесь выше, чем в Санкт-Петербурге. Средний срок окупаемости интернет-коммерции в Санкт-Петербурге на 0,3 года выше, чем в Москве, также инвестор платит на 0,1 рубль инвестиций больше.

Показатели стоимости бизнеса и денежных потоков

Наименование	Стоимость бизнеса, руб.			Ежегодный объем чистой прибыли, руб.			Ежегодный объем выручки, руб.		
	Минимум	Максимум	Среднее	Минимум	Максимум	Среднее	Минимум	Максимум	Среднее
Интернет-магазины	200 000	15 000 000	1 724 667	236 111	4 200 000	1 581 862	840 000	26 400 000	6 644 417

Данные ежегодных затрат и численности персонала

Наименование	Ежегодные затраты (включены все затраты: коммерческие, управленческие, прочие, формирующие чистую прибыль на основании выручки), руб.			Численность персонала, человек		
	Минимум	Максимум	Среднее	Минимум	Максимум	Среднее
Интернет-магазины	360 000	7 800 000	3 265 476	1	4	3

Средняя численность персонала в сфере интернет-коммерции в г. Санкт-Петербург не значительно отличается от г. Москвы, 3 человека против 4. Тогда как максимально количество сотрудников значительно отличается, 4 против 30.

Реальный уровень прибыли предпринимателей отличается от номинального на 27%, что связано с налоговой оптимизацией.

Легкая промышленность

Показатели доходности

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, в т.ч. ремонтные работы промышленной техники)	0,4	12,8	2,1	0,1	4,9	0,6	8%	51%	26%

Средний срок окупаемости компаний легкой промышленности составляет 2,1 года, доходность инвестиций на вложенный капитал 0,4 рубля на рубль выручки. Средняя рентабельность продаж 26%

Компании легкой промышленности представляют собой небольшие производственные комплексы. Как правило, в собственности у компаний технологическое оборудование, эксплуатация помещений (зданий) осуществляется на арендной базе.

Средняя стоимость бизнеса составляет 17 млн. рублей, тогда как средний объем чистой прибыли 8,8 млн. рублей.

Показатели стоимости бизнеса и денежных потоков

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, в т.ч. ремонтные работы промышленной техники)	270 000	125 000 000	17 085 600	600 000	84 000 000	8 814 206	2 280 000	235 200 000	37 980 960

Розничная торговля

Показатели доходности

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	1,0	0,1	0,9	0,2	10%	47%	24%
Мебельные магазины	0,3	1,7	0,8	0,1	0,3	0,2	15%	36%	26%

Показатели стоимости бизнеса и денежных потоков

Наименование	Стоимость бизнеса, руб.			Ежегодный объем чистой прибыли, руб.			Ежегодный объем выручки, руб.		
	Минимум	Максимум	Среднее	Минимум	Максимум	Среднее	Минимум	Максимум	Среднее
Продуктовый магазин	300 000	11 000 000	1 730 000	360 000	4 200 000	1 281 527	1 680 000	15 120 000	5 714 800
Мебельные магазины	450 000	5 280 000	1 410 000	660 000	4 056 000	1 762 286	2 352 000	27 000 000	8 048 571

Мебельные магазины исходя из представленных показателей доходности, являются наиболее привлекательными, чем продуктовые. Тогда как средняя стоимость бизнеса "продуктовые магазины" в г. Санкт-Петербург на 22% выше, бизнеса "мебельные магазины".

Максимальная рентабельность продаж в представленных бизнесах достигает уровня 36 - 47%.

Здравоохранение и досуг

Показатели доходности

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	0,2	2,6	0,5	16%	50%	31%
Стоматологические клиники	0,7	7,6	1,7	0,2	2,2	0,6	26%	40%	34%

Показатели стоимости бизнеса и денежных потоков

Наименование	Стоимость бизнеса, руб.			Ежегодный объем чистой прибыли, руб.			Ежегодный объем выручки, руб.		
	Минимум	Максимум	Среднее	Минимум	Максимум	Среднее	Минимум	Максимум	Среднее
Салоны красоты	450 000	12 700 000	2 386 970	404 400	4 200 000	1 299 055	1 560 000	18 000 000	4 485 164
Стоматологические клиники	800 000	19 600 000	4 167 917	960 000	4 560 000	2 111 667	2 688 000	14 136 000	6 269 000

У компаний сегмента "здравоохранение и досуг" срок окупаемости достигает 2 лет, как и у компаний легкой промышленности. Доходность на инвестированный капитал для инвесторов и потенциальных покупателей составляет 0,4-0,5 рублей, при среднем показателе рентабельности продаж 31 - 34%.

При одинаковой доходности представленных бизнесов, средняя стоимость "стоматологических клиник" на 75% выше, чем у "салонов красоты", а средний объем выручки и чистой прибыли выше на 40% и 63% соответственно.



Причины продажи бизнеса

По сравнению с результатами исследования инвестиционной привлекательности субъектов малого и среднего предпринимательства по итогам 2013 года, доля приходящаяся на причину продажи бизнеса «Отсутствие капитала на развитие бизнеса» в исследовании на середину 2015 года, увеличилась на 7%.

Доля приходящаяся на причину «Создание бизнеса для развития и дальнейшей продажи» снизилась в середине 2015 году на 17%, по сравнению с аналогичными показателями 2013 года.

Общие выводы

Основная доля предпринимательской активности малого и среднего бизнеса в России приходится на г. Москву и Санкт-Петербург, что иллюстрируется высокой концентрацией предпринимательской инициативности в пределах центрального федерального округа:

- ° в г. Москва наиболее привлекательными объектами инвестиций являются «Косметологические центры», "Парикмахерские" и компании сегмента "E-commerce";

- ° для Санкт-Петербурга инвестиционно-привлекательными являются компании сегмента «E-commerce», «Продуктовые магазины», а также «Магазины мебели», при этом менее привлекательными традиционно остаются компании легкой промышленности;

- ° сравнительный анализ исследований по итогам 2013 и середины 2015 года показал снижение деловой активности института частного предпринимательства, низкую инвестиционную привлекательность субъектов малого и среднего бизнеса. Это обусловлено низкой эффективностью мер стимулирования по развитию частного предпринимательства, и влиянием санкций на проблемы импортозамещения с высокой степенью зависимости от крупных предприятий России.

Партнеры

При информационной поддержке:

