

Как меняется бизнес-среда в России: 1 квартал 2016 года



Содержание

Введение

Методология	4
Малый и средний бизнес: Москва	5
Малый и средний бизнес: Санкт-Петербург	8
Доходность предприятий легкой промышленности России	10
Мониторинг статей расходов малого бизнеса	11
Общие выводы	12

Введение

В рамках очередного исследования мы проводим мониторинг инвестиционной привлекательности и доходности субъектов малого и среднего предпринимательства.

Исследование осуществлялось на основании 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 от 500 тыс. руб., с объемом выручки от 430 тыс. руб.

В область исследования включены следующие сегменты:

- IT-технологии (интернет-магазины, IT компании—сегмент разработки ПО, провайдеры);
- Техническое обслуживание транспорта и логистика (автосервисы, автомойки, шиномонтажи, транспортные компании);
- Торговля (оптовая и розничная);
- Общественное питание (кафе- бары, столовые, рестораны);
- Сервисное обслуживание и образование (детские центры развития, учебные центры, юридические компании, ломбарды, типографии);
- Здравоохранение и красота (аптеки, медицинские центры, салоны красоты, стоматологические клиники);
- Досуг и развлечения (боулинги, бильярдные, аттракционы, ночные клубы, бани, сауны);
- Туризм (хостелы, туристические фирмы);
- Легкая промышленность. (производство материала из дерева, камня, полиэтилена, швейное производство, в т.ч. ремонтные работы промышленного оборудования).

Общее количество выборочной совокупности составило 1 720 субъектов МСБ, из них 217 интервью с руководителями компаний. В исследовании проведен анализ компаний малого и среднего бизнеса в 32 регионах России из 4 федеральных округов (Центральный, Южный, Сибирский, Приволжский).

Методология

При проведении исследования, традиционно 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 виду предпринимательской деятельности.

В процессе ряда исследований о доходности и экономической эффективности малого бизнеса, был введен дополнительный мультипликатор:

- C/S - коэффициент характеризует долю общей себестоимости приходящейся на 1 руб. выручки (низкий коэффициент свидетельствует об эффективности реализуемых товаров/услуг и качестве политики экономии, тогда как высокий показатель говорит о необходимости снижения затрат на производство товаров/услуг. Таким образом, определяется стоимость затрат на каждый рубль выручки).

Малый и средний бизнес: Москва

Сравнительный анализ доходности и окупаемости объектов бизнеса в г. Москва за период 2013-1 кв. 2015 гг.

№ п/п	Наименование	2013			2014			2Q_2015			3Q_2015			2015			1Q_2016		
		P/E	EV/S	ROS, %	P/E	EV/S	ROS, %	P/E	EV/S	ROS, %	P/E	EV/S	ROS, %	P/E	EV/S	ROS, %	P/E	EV/S	ROS, %
1	Аптеки	1.4	0.2	10%	1.8	0.2	19%	9.1	1.7	12%	9.1	1.7	11%	12.9	2.5	8%	4.2	0.4	9%
2	Автосервисы	1.0	0.4	30%	1.4	0.6	32%	7.7	2.7	25%	10.6	4.4	28%	10.3	4.3	29%	2.5	1.1	30%
3	Автомойки, включая услуги шиномонтажа	1.3	0.4	40%	1.9	0.9	38%	8.3	3.8	34%	10.8	5.4	33%	10.8	5.4	30%	1.4	0.4	25%
4	Кафе	1.2	0.4	27%	1.4	0.3	25%	4.2	1.0	27%	4.7	1.8	27%	8.0	2.9	26%	4.2	0.7	24%
5	Рестораны	1.0	0.5	26%	1.7	0.4	22%	6.7	1.6	23%	7.5	1.8	23%	8.3	2.5	24%	8.3	2.4	23%
6	Продуктовые	1.8	0.2	16%	1.0	0.2	22%	1.8	0.4	23%	1.7	0.3	22%	2.1	0.4	20%	1.4	0.3	22%
7	Магазины одеж-	1.1	0.4	32%	1.2	0.3	29%	4.6	1.3	28%	5.9	1.4	30%	9.6	1.3	27%	5.3	1.3	31%
8	Хостелы	1.3	0.5	42%	1.8	0.9	45%	9.4	3.5	37%	9.4	2.0	39%	6.5	2.2	37%	1.8	0.6	35%
9	Детские центры	1.5	0.4	38%	1.3	0.5	37%	4.1	1.4	30%	4.1	1.4	33%	8.9	2.6	30%	2.8	1.0	36%
10	Туристические	0.4	0.1	6%	0.7	0.1	11%	3.0	0.5	17%	3.0	0.5	11%	3.0	0.7	8%	2.2	1.1	6%

В Москве со 2 по 4 квартал 2015 года наблюдалось сокращение деловой активности субъектов малого и среднего бизнеса. Доходность сократилась с 0,2–0,9 рублей инвестиций на рубль выручки (2013-2014 гг.) до 0,4–5,4 рублей в 2015 году.

По результатам 1 квартала 2016 года инвестиционная привлекательность субъектом МСБ показала положительную динамику, при этом показатели доходности малых предприятий остались на низком уровне с данными 2013-2014 гг. Это объясняется «поздней реакцией» предпринимателей на новую экономическую реальность, в условиях когда уровень безработицы увеличивается, население переходит в сектор самозанятых. Согласно данным Росстата, отношение вновь созданных предприятий к ликвидированным в 2015 году увеличилось до 59%, против 17% в 2014 году, когда рост ликвидации в сентябре 2014 года составил 235% к сентябрю 2013 года.

Однако в целом, настроение предпринимателей показало отрицательную динамику, т.к. в январе–феврале 2016 года отношение создаваемых предприятий к ликвидируемым составило (–13%).

По итогам исследования на 1 квартал 2016 года, медианное значение окупаемости бизнеса в г. Москва составила 0,9–8,3 лет для предприятий сферы торговли и услуг, доходность инвестиций 0,2–2,4 рублей на 1 рубль инвестиций.

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)		
	Min	Max	Med	Min	Max	Med	Min	Max	Med
<i>IT технологии</i>									
Интернет-магазины	0.2	2.8	0.9	0.1	0.7	0.2	5%	88%	27%
IT компании (разработка)	0.4	6.3	1.9	0.1	1.7	0.7	11%	67%	39%
<i>Досуг и развлечения</i>									
Бани/сауны	0.4	3.0	1.2	0.2	0.6	0.3	11%	76%	36%
Ночные клубы	0.6	5.3	2.0	0.1	0.5	0.4	10%	29%	20%
<i>Торговля</i>									
Магазины цветов	0.3	1.4	0.9	0.1	0.4	0.3	16%	43%	28%
Магазины детских товаров	0.6	1.9	1.4	0.1	0.4	0.2	7%	29%	16%
<i>Здравоохранение и красота</i>									
Медицинские центры	0.6	8.0	2.6	0.2	1.8	0.6	15%	62%	30%
<i>Сервисное обслуживание и образование</i>									
Юридические компании	0.5	1.1	0.6	0.1	0.5	0.2	24%	69%	40%
Ломбарды	0.3	6.0	1.4	0.1	2.6	0.5	10%	52%	29%
Наименование	Стоимость бизнеса, млн. руб.			Ежегодный объем чистой прибыли, млн. руб.			Ежегодный объем выручки, млн. руб.		
<i>IT технологии</i>									
Интернет-магазины	0.5	30.0	2.5	0.4	24.0	2.6	1.0	240.0	17.8
IT компании (разработка)	0.5	8.0	3.4	0.1	7.2	2.8	0.4	38.4	10.5
<i>Досуг и развлечения</i>									
Бани/сауны	0.7	2.5	1.6	0.8	2.5	1.6	2.6	9.6	5.2
Ночные клубы	3.4	33.9	13.8	3.2	25.8	8.5	19.2	118.4	42.2
<i>Торговля</i>									
Магазины цветов	0.5	2.2	1.4	0.7	2.4	1.5	2.4	10.2	5.7
Магазины детских товаров	0.6	1.9	1.1	0.4	1.9	1.0	2.0	9.6	6.4
<i>Здравоохранение и красота</i>									
Медицинские центры	2.5	1,088.0	82.7	1.4	244.8	22.1	5.8	1,632.0	127.9
<i>Сервисное обслуживание и образование</i>									
Юридические компании	2.0	8.8	3.5	3.4	8.2	5.2	7.5	27.7	14.5
Ломбарды	1.0	14.3	4.6	2.4	6.1	4.0	5.4	50.1	21.7

Рентабельность продаж составила 6–40%. Стабильно низкий уровень рентабельности наблюдается у аптек и туристических фирм 9% и 6% соответственно.

Привлекательным остаются интернет – магазины и магазины цветов, где окупаемость не превышает 1 года, доходность инвестиций составляет 0,2–0,3 рубля на рубль выручки, а рентабельность 27–28%.

Медианное значение стоимости бизнеса «интернет-магазин» составляет 2,5 млн. рублей (максимальная стоимость достигает 30 млн. рублей) при величине ежегодной чистой прибыли 2,6 млн. рублей, «магазин цветов» - 1,4 млн. рублей (максимальная стоимость достигает 2,2 млн. рублей) при величине ежегодной чистой прибыли 1,5 млн. рублей.

Менее привлекательными по состоянию на 1 квартал 2016 года являются рестораны и магазины одежды и обуви, где окупаемость достигает 5–8 лет, доходность находится на уровне 1,3–2,4 рубля на 1 рубль выручки, рентабельность продаж составляет 23–31%.

Высокая инвестиционная привлекательность наблюдается в продуктовых магазинах формата «у дома» с малой товарной номенклатурой.

Аббревиатуры:

АП – аптеки;

АС – автосервисы;

АМ – автомойки;

КФ = кафе;

РТ – рестораны;

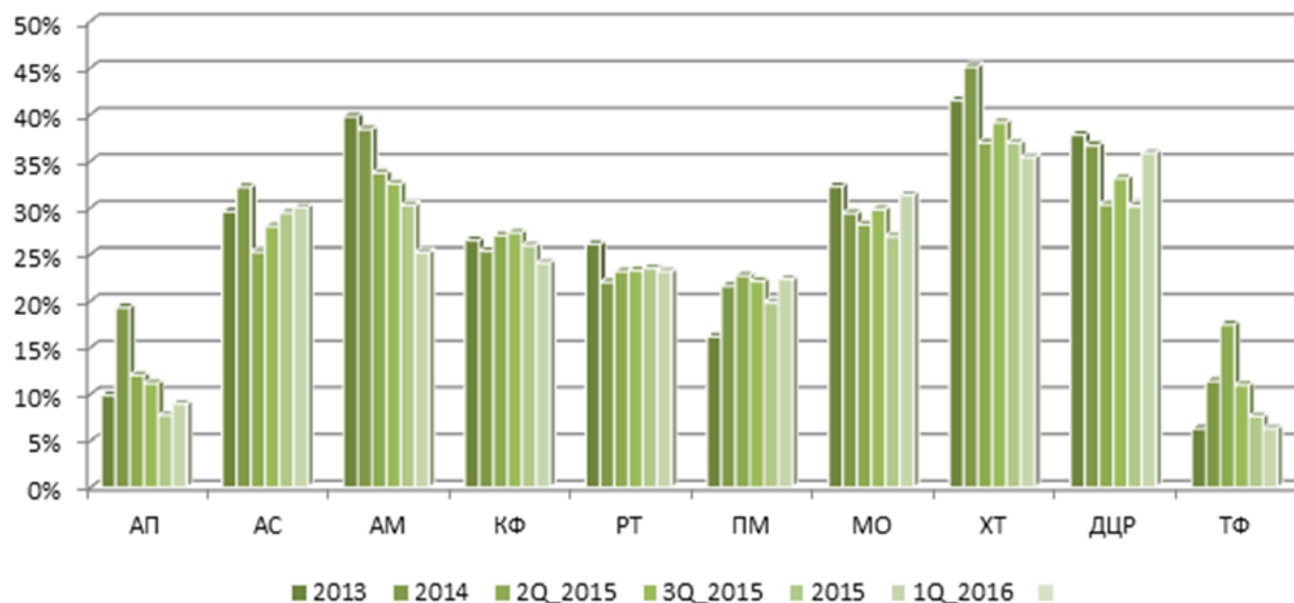
ПМ – продуктовые магазины;

МО – магазины одежды и обуви;

ХТ – хостелы;

ДЦР – центры детского развития;

ТФ – туристические фирмы.



Рентабельность продаж субъектом малого предпринимательства

Малый и средний бизнес: Санкт-Петербург

Сравнительный анализ доходности и окупаемости объектов бизнеса в г. Санкт-Петербург за период 2013-1 кв. 2016 гг.

№ п/п	Наименование	2013			2014			2Q_2015			3Q_2015			2015			1Q_2016		
		P/E	EV/S	ROS, %	P/E	EV/S	ROS, %	P/E	EV/S	ROS, %	P/E	EV/S	ROS, %	P/E	EV/S	ROS, %	P/E	EV/S	ROS, %
1	Автосервисы	1.4	0.4	30%	1.2	0.3	33%	4.1	1.7	31%	6.0	2.6	25%	7.0	2.0	29%	2.8	1.3	29%
2	Продуктовые магазины	1.3	0.2	14%	1.2	0.3	21%	3.6	0.9	24%	3.6	0.9	24%	5.4	1.0	24%	3.2	0.5	18%
3	Хостелы	1.2	0.6	51%	1.7	0.5	38%	12.3	5.1	38%	9.8	7.2	41%	12.5	7.3	41%	2.2	0.8	43%

В Санкт-Петербурге, как и в Москве доходность инвестиций малого бизнеса показала положительную динамику. Окупаемость бизнеса в 1 кв. 2016 года уменьшилась до 2,2–3,2 лет в сравнении 2015 годом (5,4–12,5 лет).

Доходность составляет 0,2–1,3 рублей на рубль выручки, рентабельность продаж 18–43%.

Наиболее привлекательными являются центры детского развития (0,9 лет; 0,3 рубля инвестиций; 37% рентабельности) и интернет-магазины (0,8 лет; 0,2 рубля инвестиций; 22% рентабельности). Стоимость бизнеса «центр детского развития» находится в диапазоне 0,7–1,3 млн. рублей, при медианном значении 1,1 млн. рублей (ежегодная чистая прибыль составляет 1,2 млн. рублей).

Стоимость бизнеса «интернет-магазин» в Санкт-Петербурге составляет 0,8–2,4 млн. рублей, против 0,5–30 млн. рублей в Москве, в связи с меньшим уровнем деловой активности.

Масштабным в сегменте малого бизнеса являются мебельные салоны и медицинские центры, где максимальный объем ежегодной чистой прибыли составляет 63 и 86 млн. рублей соответственно.

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), %		
	Min	Max	Med	Min	Max	Med	Min	Max	Med
<i>IT технологии</i>									
Интернет-магазины	0.6	1.1	0.8	0.1	0.3	0.2	9%	42%	22%
<i>Досуг и развлечения</i>									
Бани/сауны	0.8	1.6	1.3	0.4	0.6	0.5	34%	50%	40%
<i>Торговля</i>									
Магазины одежды и обу-	0.7	6.6	2.3	0.3	1.6	0.7	24%	56%	37%
Мебельные салоны	0.4	5.0	1.3	0.1	1.0	0.2	16%	30%	19%
<i>Здравоохранение и красота</i>									
Салоны красоты	0.5	5.5	1.3	0.1	0.9	0.3	17%	50%	22%
Медицинские центры	0.3	4.0	1.8	0.1	0.8	0.4	20%	36%	27%
<i>Сервисное обслуживание и образование</i>									
Центры детского разви-	0.8	1.1	0.9	0.3	0.4	0.3	32%	40%	37%
Типографии	1.2	1.7	1.3	0.2	0.3	0.3	17%	26%	20%
Наименование	Стоимость бизнеса, млн. руб.			Ежегодный объем чистой прибыли, млн. руб.			Ежегодный объем выручки, млн. руб.		
<i>IT технологии</i>									
Интернет-магазины	0.8	2.4	1.3	1.0	3.0	1.6	2.4	34.1	10.3
<i>Досуг и развлечения</i>									
Бани/сауны	1.4	7.9	4.0	1.8	4.9	2.8	3.6	14.3	7.6
<i>Торговля</i>									
Магазины одежды и обу-	1.1	43.0	10.1	1.0	15.3	4.1	2.1	41.4	11.9
Мебельные салоны	1.3	314.4	47.6	2.6	63.4	13.1	11.6	310.6	66.8
<i>Здравоохранение и красота</i>									
Салоны красоты	0.8	13.2	3.1	0.6	6.0	2.0	3.2	32.4	9.8
Медицинские центры	0.8	210.9	40.2	1.1	86.3	19.7	4.5	284.9	66.2
<i>Сервисное обслуживание и образование</i>									
Центры детского разви-	0.7	1.3	1.1	0.9	1.7	1.2	2.6	4.8	3.4
Типографии	1.4	10.0	4.6	1.2	6.0	3.1	6.4	36.0	16.7

Доходность предприятий легкой промышленности России

Показатели доходности предприятий легкой промышленности субъектов МСБ

Наименование	2015			1Q 2016		
	P/E	EV/S	ROS, %	P/E	EV/S	ROS, %
Москва	2.8	0.8	28%	2.2	0.6	29%
Санкт-Петербург	1.8	0.5	28%	2.1	0.4	21%
Центральный федеральный округ	4.3	2.5	34%	4.2	1.4	32%
Южный федеральный округ	4.3	0.7	17%	3.4	0.9	22%
Северо-Западный федеральный округ	2.9	0.7	28%	н/д	н/д	н/д
Сибирский федеральный округ	3.1	0.8	31%	2.5	0.4	18%
Уральский федеральный округ	4.4	1.5	36%	н/д	н/д	н/д
Приволжский федеральный округ	3.1	1.2	41%	2.7	0.7	29%

Композитный показатель инвестиционной привлекательности предприятий легкой промышленности по состоянию на 1 квартал 2016 года показал положительную динамику (2,6 лет; 0,7 рублей инвестиций; 29% рентабельности продаж) в сравнении с 2015 годом (3,1 года; 0,8 рублей инвестиций; 30% рентабельности продаж).

Доходность инвестиций уменьшилась с 0,5—2,5 рублей до 0,4—1,4 рублей инвестиций на 1 рубль выручки, при этом рентабельность продаж сократилась с 17—36% до 18—32%.

Наиболее привлекательными по состоянию на 1 квартал 2016 года являются предприятия легкой промышленности Санкт-Петербурга (2,1 года; 0,4 рубля инвестиций; 21% рентабельности) и Москвы (2,2 года; 0,6 рубля инвестиций; 29% рентабельности).

Менее привлекательными остаются предприятия Центрального (4,2 года; 1,4 рубля инвестиций; 32% рентабельности) и Южного (3,4 года; 0,9 рублей инвестиций; 22% рентабельности) федеральных округов.

Мониторинг статей расходов малого бизнеса

Расходы МСБ в г. Москва

Наименование вида деятельности	Мультипликатор C/S (отражает уровень себестоимости на 1 руб. выручки) -	
	2Q 2015	1Q 2016
IT технологии	0.38	0.32
Досуг и развлечения	0.48	0.49
Торговля	0.64	0.62
Здравоохранение и красота	0.65	0.65
Общественное питание	0.68	0.73
Сервисное обслуживание и образование	0.48	0.53
Техническое обслуживание транспорта и логистика	0.58	0.59
Сфера туризма	0.56	0.53

Расходы МСБ в г. Санкт-Петербург

Наименование вида деятельности	Мультипликатор C/S (отражает уровень затрат на 1 руб. выручки) -	
	2Q 2015	1Q 2016
IT технологии	0.58	н/д
Досуг и развлечения	0.50	н/д
Торговля	0.71	0.40
Здравоохранение и красота	0.68	н/д
Общественное питание	0.34	н/д
Сервисное обслуживание и образование	0.72	н/д
Техническое обслуживание транспорта и логистика	0.42	н/д
Сфера туризма	0.46	н/д

В рамках настоящего исследования, мы ввели новый мультипликатор C/S, который характеризует эффективность экономии предприятий сегмента МСБ.

Были представлены данные по итогам 1 кв. 2016 г. и 2 кв. 2015 г., с целью проведения сравнительного анализа, на предмет исследования эффективного управления затратами в условиях рецессии.

По состоянию на 1 кв. 2016 г. показатель затрат C/S в исследуемых сегментах бизнеса Москвы составляет 0,32—0,73 рублей на 1 рубль выручки. Минимальные затраты в сфере «IT технологий» 0,32 рубля на 1 рубль выручки, максимальный показатель затрат—0,73 рубля в сфере «Общественное питание». Показатель эффективности затрат города Москвы в сфере IT технологий сократился до 0,32 рублей на 1 кв. 2016 с 0,38 рублей во 2 квартале 2015 года.

Эффективность управления затратами во 2 квартале 2015 года по ряду направлений бизнеса была выше в Москве (IT технологии, Досуг и развлечения, Торговля, Здравоохранение и красота, Сервисное обслуживание и образование) - 0,38—0,65, чем в Санкт-Петербурге - 0,5—0,72 рублей на 1 рубль выручки.

Однако в направлениях бизнеса «Сфера туризма» и «Общественное питание» эффективными в части управления затратами, во 2 квартале 2015 года оказались предприятия малого бизнеса Санкт-Петербурга.

Общие выводы

По итогам 1 квартала 2016 года, инвестиционная привлекательность малого бизнеса в Москве и Санкт-Петербурге в первые за 3 квартала показала положительную динамику, несмотря на падение соотношения открываемых предприятий к ликвидируемым, которое в феврале 2016 года сократилось на 13%.

Доходность инвестиций бизнеса в Москве увеличилась до 0,4—2,4 рублей в 1 квартале 2016 года, против 0,4—5,4 рублей на 1 рубль выручки по итогам 2015 года.

В Санкт-Петербурге доходность увеличилась с 1—7,3 до 0,2—1,3 рублей на 1 рубль выручки.

Композитный показатель инвестиционной привлекательности предприятий легкой промышленности по состоянию на 1 квартал 2016 года показал положительную динамику (2,6 лет; 0,7 рублей инвестиций; 29% рентабельности продаж) в сравнении с 2015 годом (3,1 года; 0,8 рублей инвестиций; 30% рентабельности продаж)

Эффективность управления затратами во 2 квартале 2015 года по ряду направлений бизнеса была выше в Москве (ИТ технологии, Досуг и развлечения, Торговля, Здравоохранение и красота, Сервисное обслуживание и образование) - 0,38—0,65, чем в Санкт-Петербурге - 0,5—0,72 рублей на 1 рубль выручки.

Однако в направлениях бизнеса «Сфера туризма» и «Общественное питание» эффективным в части управления затратами, во 2 квартале 2015 года оказались предприятия МСБ Санкт-Петербурга.

Таким образом, доходность инвестиций субъектов МСБ Москвы и Санкт-Петербурга остается на низком уровне в силу влияния структурных рисков, при этом *композитный* показатель эффективности управления затратами по итогам 1 квартала 2016 года в Москве составил 0,59 рублей на рубль выручки.