**Малый бизнес наращивает доходность**

Продолжавшийся несколько лет спад деловой активности некрупного бизнеса в первом полугодии 2017 года остановился, следует из исследования «Тахометр малого и среднего бизнеса. Нормальная реальность» консалтинговой компании «2Б Диалог» на базе данных 1,6 тыс. субъектов МСП из Москвы и Санкт-Петербурга. Впрочем, рост рентабельности продаж свидетельствует скорее не о восстановлении экономики, а об адаптации бизнеса к конъюнктуре в условиях санкций и ограниченности финансирования.

В Москве быть предпринимателем с каждым годом становится все выгоднее. Так, по итогам второго квартала 2017 года сроки окупаемости бизнеса в столице составляли 0,7—10,2 года против 2,4–14,8 года в 2016 году. Показатель доходности инвестиций вырос до 0,1–1,3 руб. на вложенный рубль, вернувшись к предкризисному 2014 году, когда доходность бизнеса составляла 0,1–0,9 руб. на рубль вложений. Самыми доходными по рентабельности (отношение прибыли к выручке) во втором квартале 2017 года были хостелы (47%; см. график), магазины одежды и обуви, автомойки с услугами шиномонтажа (45%), автосервисы (40%). При этом турфирмы показали рост рентабельности до 12% по сравнению с 4% в 2016 году из-за открытия Турции для туристов. В Санкт-Петербурге во втором квартале окупаемость и доходность бизнеса также росли.

Позитивная динамика рентабельности, однако, сопровождается ростом издержек предпринимателей из-за косвенных и прямых платежей и усложняющихся правил ведения бизнеса. В «2Б Диалоге» подсчитали, что на избыточную отчетность предприниматели тратят 2,2 месяца в год, а сумма издержек при ее предоставлении составляет более 530 млрд руб., или 0,6% ВВП (расчеты были сделаны исходя из данных Росстата). «Период необходимо сокращать до 1–1,2 месяца для повышения добавленной стоимости выпускаемых товаров и услуг и оптимизации бизнес-процессов»,— отмечает управляющий партнер «2Б Диалога» Борис Богоутдинов. По его словам, это сдерживает и бизнес-активность населения — граждане предпочитают работать по найму в том числе и потому, что часть времени, затрачиваемая на предоставление отчетности, приводит к упущенной выгоде и возможностям, что является «критически важным фактором при принятии решения об открытии собственного бизнеса».