

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА НА ФАКТОРИТЕ, ВЛИЯЕЩИ ВЪРХУ ПРОДАЖНАТА ЦЕНА НА МИКРОБИЗНЕСИ В БЪЛГАРИЯ

Виктор Арсов

Университет за национално и световно стопанство

Резюме: Този доклад обсъжда критичната роля на микропредприятията в България, които съставляват по-голямата част от бизнесите. Фокусът е върху микропредприятия с до петима служители и под 1 000 000 лв. оборот или стойност на активите, които често се пренебрегват, но играят жизненоважна роля в предприемаческата екосистема. Фирмите за частен капитал обикновено се интересуват от придобиване на бизнес, преминал определен праг, което може да направи по-малките предприятия уязвими. Докладът изследва как определени фактори влияят върху стойността на съответните микропредприятия. От решаващо значение е тези предприятия да бъдат подкрепени, за да се гарантират тяхната устойчивост и растеж и да се запази значителният им принос към обществото.

Ключови думи: микропредприятие, оборот, активи, служители, мултипликатор на печалба.

Въведение

В България най-голям е дялът на предприятията, които имат до десет служители нает персонал и са категоризирани като „микропредприятия“. Тяхната рамка, освен по брой наети лица, е и по оборот и стойност на активите. Двата показателя не трябва да надвишават 3 900 000 лв. В настоящата разработка фокусът е насочен към този сегмент, но с оглед постигане на по-висока точност и детайлност на изследването той е стеснен до петима наети служители и до 1 000 000 лв. оборот или стойност на активите.

Причината за фокусиране на изследователското внимание именно върху този определен тип компании е фактът, че когато една фирма премине този праг, тя вече попада в ползрението на фирми, управляващи частен капитал, които започват да имат интерес към придобиването ѝ. Проблемът, е че фирмите с нает персонал до петима служители и с по-нисък оборот или активи също са изключително важни за обществото и те допринасят изключително много, за да бъде допуснато да бъдат закрити. Това

може да са нови, малки, иновативни компании или бизнеси на няколко години, заели своята позиция и роля в предприемаческата екосистема. Точно тези фирми представляват най-голям процент от всички съществуващи в България, а все още не е ясно как предприемачите могат да помогнат за запазването на тези бизнеси работещи и отворени, като в същото време извлекат ползи за себе си.

Методология на изследването

Целта на настоящото изследване е да обърне внимание върху един непопулярен, но важен въпрос – какво се случва с предприятията, които попадат в модифицираната от нас категория „микропредприятия“, както и какви са възможностите да се продължи съществуването на тези фирми и да се избегне тяхното закриване.

Негова подцел е да бъдат акумулирани данни и информация от собственици на бизнеси за установяване, анализ и обобщаване на нагласите им към продажба на дейността.

Задача, произтичаща от целта, е да се определят факторите, които влияят на стойността на един бизнес, както и да се обособят реални граници за допустима искана цена от продавача на базата на типа продаван бизнес и неговите специфики.

Обект на изследването са фирми, попадащи в т.нар. категория на „микропредприятия“, като фокусът е по-конкретно върху тези, които имат до петима души персонал и до 1 000 000 лв. оборот или 1 000 000 лв. искана продажна цена. След направено проучване е представена статистика от Националния статистически институт¹, която показва, че към 2018 г. тези предприятия представляват над 84% от всички предприятия на територията на България – като тогава общият брой на всички предприятия е бил 352 592.

Емпиричното изследване обхваща собственици, притежаващи бизнес в България, които по една или друга причина обмислят продажбата на своя бизнес.

Необходимите за анализ данни са събрани посредством анкетно проучване, проведено по електронен път в периода април – май 2023 г.

За анализиране на получените данни са използвани следните методи за статистическа обработка: Описателна статистика, Корелационен анализ (двустранен), Дисперсионен анализ (ANOVA) и Хи-квадрат анализ.¹

Анализът на получените данни е извършен посредством прилагане на следния специализиран софтуер: SPSS, собственост на технологичната компания IBM.

Извадката в изследването се състои от 66 собственици на микробизнес в България.

Работните хипотези са следните:

Съществуват ли конкретни фактори, които са свързани с висока търсена цена на бизнеса?

Има ли връзка между типа бизнес и исканата цена?

Как приходите и печалбата на даден бизнес влияят на неговата искана цена?

Има ли връзка между броя на годините, в които даден бизнес работи, и неговата искана цена?

Броят на служителите влияе ли върху исканата цена на бизнеса?

Състояние на изследваните променливи. Резултати:

Посредством описателна статистика бяха получени следните резултати:

Таблица 1. Описателна статистика на видовете бизнес

Изследвани параметри	Брой (n)	Процент (%)
Тип бизнес		
Физически бизнес	51	77,3
Онлайн бизнес	15	22,7
Общо	66	100
Собственост на бизнеса		
Собственик	56	84,8
Собственик и съдружник	10	15,2
Общо	66	100
Създател на бизнеса		
Да	62	93,9
Не	4	6,1
Общо	66	100
От колко години работи бизнесът		
0 – 1	3	4,5
1 – 3	12	18,2
3 – 5	7	10,6
5 – 7	10	15,2
7 – 10	34	51,5
Общо	66	100
Брой на лицата, работещи в бизнеса		
Работя сам	8	12,1
Работя с един служител	17	25,8
Работя с няколко служители	41	62,1
Общо	66	100

Тип бизнес: От отговорите виждаме, че 51 респонденти, или 77,3%, са собственици на физически бизнес, а 15 респонденти, или 22,7%, са собственици на онлайн бизнес.

Собственик на бизнес: От отговорите виждаме, че 56 респонденти, или 84,8%, са еднолични собственици на бизнеса, а останалите 10 респонденти, или 15,2%, са съдружници.

Създател на бизнес: От отговорите виждаме, че почти всички – 62 от общо 66 респондента или почти 94% са първоначалните основатели на бизнеса.

Години в бизнеса: От анализа виждаме, че 34 от общо 66 – над половината от бизнесите, съществуват вече близо десет години. Почти равен е броят на представителите на бизнес, функциониращ 1 и 3 години, и бизнес, работещ между 5 и 7 години. Най-малко са представителите на новооткритите бизнеси, които работят от по-малко от 1 година.

Брой служители: Бизнесите, в които единственият служител е самият собственик, са най-малко – осем, или 12,1%. След тях има 17 бизнеса (25,8%), в които има само един служител, който да помага на собственика, а най-голям е броят на бизнесите, в които освен собственика работят още няколко служители.

Допълнителна описателна статистика, извадена от данните от анкетата

Годишен оборот: Средната стойност е 226 899,91, медианата е 150 000,00, а стандартното отклонение е 220 285,240. Има няколко моди, като 70 000 е най-малката, 100 000 е втората, 175 000 е третата, а малко над 330 000 е четвъртата.

Чиста (нетна) печалба: Средната стойност е 44 563,44, медианата е 30 000,00, а стандартното отклонение е 42 919,472. Това предполага, че има доста вариации в стойностите на нетната печалба, като някои предприятия реализират значителна печалба, а други – много малка.

Надценка: Средната стойност е 142,82, медианата е 50,00, а стандартното отклонение е 286,928.

Желана продажна цена: Средната стойност е 168 996,53, медианата е 82 500,00, а стандартното отклонение е 231 724,037. Наблюдава се наличие на две моди – 20 000 и 100 000. Това предполага, че има широк диапазон от приблизителни продажни цени в набора от данни, като някои бизнеси струват значително повече от други.

Множител на печалбата: Средната стойност е 5,5032, медианата е 2,0000, а стандартното отклонение е 9,03254. Ако се

премахнат най-ниските и най-високите стойности, най-много отговори има в диапазона между 1 и 6.

Резултати от корелационния анализ

1. Резултати между броя на годините, през които работи бизнесът, и желаната продажна цена:

Корелационният анализ предполага, че има значителна положителна връзка между броя на годините, през които даден бизнес работи, и исканата цена за бизнеса. Коефициентът на корелация на Pearson между тези две променливи е 0,291, а коефициентът на корелация на Spearman е 0,342, което показва умерена положителна корелация. Р-стойността, свързана с този коефициент на корелация, е 0,018 за Pearson и 0,005 за Spearman, което е по-малко от алфа нивото от 0,05, което показва, че корелациите са статистически значими.

Това предполага, че колкото по-дълго работи бизнесът, толкова по-висока е сумата, на която потенциално може да бъде продаден.

Таблица 2. Резултати между броя на годините, в които работи бизнесът, и желаната продажна цена

Pearson Correlation	От колко години работи Вашият бизнес?	За колко бихте продали бизнеса си?
От колко години работи Вашият бизнес?	1	.291*
Sig. (2-tailed)		0.017851
N	66	66
За колко бихте продали бизнеса си?	.291*	1
Sig. (2-tailed)	0.017851	
N	66	66
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).		

Spearman's rho Correlation Coefficient	От колко години работи Вашият бизнес?	За колко бихте продали бизнеса си?
От колко години работи Вашият бизнес?	1	.342**
Sig. (2-tailed)		0.004939

N	66	66
За колко бихте продали бизнеса си?	.342**	1
Sig. (2-tailed)	0.004939	
N	66	66
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).		

2. Резултати между броя на персонала, който работи в бизнеса, и годишния оборот на бизнеса:

Резултатът показва корелации между двете променливи, като в този случай коефициентът на корелация на Pearson е 0,280, което предполага слаба положителна корелация. Тази корелация е статистически значима на ниво 0,05, тъй като р-стойността (0,023) е по-малка от 0,05.

Коефициентът на корелация на Spearman rho между двете променливи е 0,317, което отново предполага слаба положителна корелация между двете променливи. Тази корелация е статистически значима на ниво 0,01, тъй като р-стойността (0,010) е по-малка от 0,05.

Следователно можем да заключим, че има статистически значима слаба положителна корелация между броя на хората, които работят в бизнеса, и годишния оборот на бизнеса на респондента.

Таблица 3. Резултати между броя на персонала, който работи в бизнеса, и годишния оборот на бизнеса

Pearson Correlation	Колко души работят в бизнеса Ви?	Какъв е годишният Ви оборот?
Колко души работят в бизнеса Ви?	1	.280*
Sig. (2-tailed)		0.022641
N	66	66
Какъв е годишният Ви оборот?	.280*	1
Sig. (2-tailed)	0.022641	
N	66	66
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).		

Spearman's rho Correlation Coefficient	Колко души работят в бизнеса Ви?	Какъв е годишният Ви оборот?
Колко души работят в бизнеса Ви?	1	.317**
Sig. (2-tailed)		0.009525
N	66	66
Какъв е годишният Ви оборот?	.317**	1
Sig. (2-tailed)	0.009525	
N	66	66
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).		

3. Резултати между броя на годините, в които работи бизнесът и неговия мултипликатор:

Коефициентът на корелация на Pearson между „От колко години работи Вашият бизнес?“ и „Мултипликатор печалба“ е 0,293 ($p = 0,017$), а коефициентът на корелация на Spearman е 0,386 ($p = 0,001$). И двете корелации са статистически значими на ниво 0,05. Тези резултати предполагат, че има положителна корелация между броя години, в които бизнесът работи, и мултипликатора на печалбата.

В обобщение, резултатите показват, че броят години, в които даден бизнес работи, е в положителна корелация както с исканата цена за бизнеса, така и с мултипликатора на печалбата.

Важно е обаче да се има предвид, че корелацията не предполага причинно-следствена връзка. Само защото има връзка между тези две променливи, това не означава непременно, че броят години, през които даден бизнес работи, води задължително до увеличаване на исканата цена. Може да има други фактори, които влияят и на двете променливи.

Таблица 4. Резултати между броя на годините, в които работи бизнесът, и неговия мултипликатор

Pearson Correlation	От колко години работи Вашият бизнес?	Мултипликатор печалба
От колко години работи Вашият бизнес?	1	.293*
Sig. (2-tailed)		0.017
N	66	66
Мултипликатор печалба	.293*	1

Sig. (2-tailed)	0.017	
N	66	66
**. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).		

Spearman's rho Correlation Coefficient	От колко години работи Вашият бизнес?	Мультипликатор печалба
От колко години работи Вашият бизнес?	1	.386**
Sig. (2-tailed)		0.001
N	66	66
Мультипликатор печалба	0.001	1
Sig. (2-tailed)	66	
N	66	66
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).		

Резултати от Дисперсионен (ANOVA) анализ

Таблица 5. Резултати от Дисперсионен (ANOVA) анализ между годишен оборот и тип бизнес

Какъв е годишният Ви оборот?				95% Confidence Interval for Mean				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Lower Bound	Upper Bound	Min	Max
Физически бизнес	51	252101.76	232916.30	32614.81	186593.00	317610.53	31000	1000000
Онлайн бизнес	15	41213.60	146174.80	37742.17	60264.69	222162.51	40000	600 000
Total	66	226899.91	220285.24	27115.24	172747.04	281052.78	31000	1000000

Какъв е годишният Ви оборот?	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	142523963332.678	1	142523963332.678	3.029	0.087
Unweighted	142523963332.678	1	142523963332.678	3.029	0.087
Weighted	142523963332.678	1	142523963332.678	3.029	0.087
Within Groups	3011639196418.780	64	47056862444.043		
Total	3154163159751.460	65			

Резултатите от ANOVA показват, че няма достатъчни доказателства, за да се отхвърли нулевата хипотеза и да се заключи, че има статистически значима разлика в годишния оборот между физическия и онлайн бизнес, защото Р стойността е 0.087, което е по-голямо от 0.05.

Статистиката сочи, че физическите бизнеси обикновено имат по-висок годишен оборот от онлайн бизнесите. Средният годишен оборот за физическия бизнес е 252 101,76, със стандартно отклонение от 232 916,30. Средният годишен оборот за онлайн бизнеса е 141 213,60, със стандартно отклонение от 146 174,80. Общият среден годишен оборот (комбиниращ физически и онлайн бизнес) е 226 899,91, със стандартно отклонение от 220 285,24.

Резултати от XII анализа

1. Резултати при XII анализ между броя на персонала, който работи в бизнеса, и неговия тип:

Таблицата показва, че има шестима респонденти, които са имали физически бизнес и са работили сами, десет респонденти, които са имали физически бизнес и са работили с един служител, и 35 респонденти, които са имали физически бизнес и са работили с няколко служители. Общо са 51 респонденти в тази група. Процентните резултати са: 11,8% от респондентите с физически бизнес са работили сами, 19,6% са работили с един служител, а 68,6% са работили с няколко служители.

Втората част от таблицата анализира онлайн бизнесите. Виждаме, че има двама респонденти, които са имали онлайн бизнес и са работили сами, седем респонденти, които са имали онлайн бизнес и са работили с един служител, и шестима респонденти, които са имали онлайн бизнес и са работили с няколко служители. Процентните резултати са: 13,3% от респондентите с онлайн бизнес са работили сами, 46,7% са работили с един служител, а 40% са работили с няколко служители.

Таблица 6. Резултати при XII анализ между броя на персонала, който работи в бизнеса, и неговия тип

		Колко души работят в бизнеса Ви?			
Какъв тип е Вашият бизнес?		Работя сам	Работя с един служител	Работя с няколко служители	Total
Физически бизнес	Count	6	10	35	51
	Expected Count	6.181818	13.13636	31.68182	51
	% within Какъв тип е Вашият бизнес?	11,76%	19,60%	68,62%	100%
	% within Колко души работят в бизнеса Ви?	75,00%	58,82%	85,36%	77,27%
	% of Total	09,09%	15,15%	53,03%	77,27%
Онлайн бизнес	Count	2	7	6	15
	Expected Count	1.818182	3.863636	9.318182	15
	% within Какъв тип е Вашият бизнес?	13,33%	46,66%	4,00%	100%
	% within Колко души работят в бизнеса Ви?	25,00%	41,17%	14,63%	22,72%
	% of Total	03,03%	10,60%	09,09%	22,72%
Total	Count	8	17	41	66
	Expected Count	8	17	41	66
	% within Какъв тип е Вашият бизнес?	12,12%	25,75%	62,12%	100%
	% within Колко души работят в бизнеса Ви?	100%	100%	100%	100%
	% of Total	12,12%	25,75%	62,12%	100%

2. Резултати при XII анализ между броя на годините, в които работи бизнесът, и неговия тип:

От таблицата можем да видим, че има два типа бизнес – физически и онлайн. Физическите бизнеси представляват 77,3% от общия брой на бизнесите, докато онлайн бизнесите са 22,7%. По отношение на годините, в които работят бизнесите, най-много бизнеси са в категорията от 7 до 10 години (51,5%), следвани от категориите от 5 до 7 години (15,2%) и от 1 до 3 години (18,2%). Най-малко са представителите с бизнес (независимо от типа му),

функциониращ по-малко от година (4,5%), следвани от 3 до 5 години (10,6%).

Когато се разглежда пресечната точка на тези две променливи, таблицата показва, че по-голямата част от фирмите, които работят от 7 до 10 години, са „Физически бизнес“ (85,3%), докато само 14,7% от онлайн бизнесите са в тази категория.

Таблица 7. Резултати при ХИ анализ между броя на годините, в които работи бизнесът, и неговия тип

		От колко години работи Вашият бизнес?					
Какъв тип е Вашият бизнес?		0 – 1	1 – 3	3 – 5	5 – 7	7 – 10	Total
Физически бизнес	Count	2	8	5	7	29	51
	Expected Count	2.318182	9.272727	5.409091	7.727273	26.27273	51
	% within Какъв тип е Вашият бизнес?	03,92%	15,68%	09,80%	13,72%	56,86%	100%
	% within От колко години работи Вашият бизнес?	66,66%	66,66%	71,42%	7,00%	85,29%	77,27%
	% of Total	03,03%	12,12%	07,57%	10,60%	43,93%	77,27%
Онлайн бизнес	Count	1	4	2	3	5	15
	Expected Count	0.681818	2.727273	1.590909	2.272727	7.727273	15
	% within Какъв тип е Вашият бизнес?	06,66%	26,66%	13,33%	2,00%	33,33%	100%
	% within От колко години работи Вашият бизнес?	33,33%	33,33%	28,57%	3,00%	14,70%	22,72%
	% of Total	01,51%	06,06%	03,03%	04,54%	07,57%	22,72%
Total	Count	3	12	7	10	34	66
	Expected Count	3	12	7	10	34	66
	% within Какъв тип е Вашият бизнес?	4,54%	18,18%	10,60%	15,15%	51,51%	100%
	% within От колко години работи Вашият бизнес?	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	% of Total	4,54%	18,18%	10,60%	15,15%	51,51%	100%

Изводи

След извършването на всички анализи – описаните досега, както и неописаните заради нестатистически значимите връзки или резултати, можем да направим следните изводи.

Броят на физическите бизнеси за продажба е в пъти по-голям от броя на онлайн бизнесите. Почти всички респонденти са създателите на бизнеса и над 80% от всички бизнеси са собственост на един човек, а не са форма на съдружие. Най-голям е броят на бизнесите, които съществуват от поне седем години. Най-голям е дялът на бизнесите, в които работи собственикът заедно с няколко на брой служители. Оборътът най-често е около 70 000, 100 000 и 150 000, а чистата печалба е около 30 – 50 000. Двете най-често срещани надценки са около 30/35% и 100%. 100 000 лв. е едно кръгло и хубаво число, което е и най-желаната цена, когато се стигне до продажба на бизнеса. Множителят на печалбата варира най-често около 1 до 5 пъти.

Броят на годините, през които даден бизнес е функционирал, се отразява както на желаната цена, така и на множителя. След като даден бизнес съществува вече няколко години успешно, може би е логично той да има и повече от един служител. XII анализът потвърждава, че колкото по-отдавана функционира даден бизнес, толкова повече служители има. Резултатите от корелационния анализ пък потвърждават, че броят на служителите се отразява на годишния оборот на бизнеса. Относно оборота, ANOVA анализът показва, че има значителна разлика между годишния оборот и типа бизнес, като най-често физическият бизнес има по-висок оборот.

Заклучение

Ако приемем, че типът на бизнеса е нещо, което вече не подлежи на промяна, то от получените резултати може да се направят следните препоръки:

Най-добри показатели имат бизнесите, които имат вече няколко години зад гърба си. Статистиката на НСИ показва, че най-голям брой затворили и фалирали бизнеси се наблюдава през първите години на функциониране. Колкото по-бързо собственикът се отдалечи от ежедневните задачи на бизнеса и назначи служител, толкова по-добре за бизнеса. Оборътът се подобрява, печалбата се стабилизира, множителят се покачва, а оттам – и исканата цена. Преди бизнесът да достигне чиста годишна печалба поне 30 000 лв., интересът към него е доста слаб. Чистата печалба е по-важна като показател от оборота. Колкото по-малък е разходът на бизнеса, толкова по-висок е процентът на надценка, а колкото по-висока е тя, толкова по-доходоносен е

бизнесът. Това отново го прави по-предпочитан и пазарната му стойност се вдига.

Бележки

¹ **Национален** статистически институт. <<https://www.nsi.bg/bg>> (10.05.2023).

References/Литература

1. **Goev, V.** Statisticheski analiz v sotsiologicheski, ikonomicheski i biznes izsledvania. Sofia: UNWE, 2019.

За автора

Виктор Арсов е докторант по докторска програма „Икономика и управление“ в УНСС. Придобил е бакалавърска степен по „Бизнес икономика“ и магистърска степен по „Предприемачество“.

За контакт с автора: viktor.arsov@abv.bg

ANALYSIS AND EVALUATION OF THE FACTORS AFFECTING THE SALE PRICE OF MICRO BUSINESSES IN BULGARIA

Viktor Arsov

University of National and World Economy

Abstract: This paper discusses the critical role of micro-enterprises in Bulgaria, which make up the majority of businesses. The focus is on microenterprises with up to 5 employees and less than BGN 1,000,000 turnover or asset value, which are often overlooked but play a vital role in the entrepreneurial ecosystem. Private equity firms are typically interested in acquiring businesses that have passed a certain threshold, which can leave smaller businesses vulnerable. The paper examines how certain factors affect the value of microenterprises. It is crucial to support these businesses to ensure their sustainability and growth and to preserve their significant contribution to society.

Keywords: microenterprise, revenue, assets, employees, profit multiplier.

About the Author

Viktor Arsov is a doctoral student in the “Economics and Management” PhD program at UNWE. He has a BA degree in “Business Economics” and an MA degree in “Entrepreneurship”.

To contact the Author: viktor.arsov@abv.bg