



μικρομεσαίες

ΑΡΘΡΟ



Των Χρήστου Ρούση

Ο Χρήστος Ρούσης, M.Sc. in Economics, είναι μέλος του International Business Brokers Association IBBA® και του M&A Network in Corporate Finance in Europe®, ιδρυτής της deals&DEALS και του «www.e.dealsAndDEALS.eu», portal Καταχώρησης Επιχειρήσεων προς Πώληση.



και Γιάννη Εμπέογλου

Ο Γιάννης Εμπέογλου είναι πιστοποιημένος μεσολαβητής Επιχειρήσεων (CBI) από το International Business Brokers Association (IBBA), ιδρυτής της εταιρείας Synapsis και συγγραφέας του βιβλίου «Πόσο αξίζει μία επιχείρηση;».

Γιατί να αγοράσω μια υφιστάμενη επιχείρηση;

Από τη στιγμή που θα αποφασίσετε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά, θα πρέπει να αξιολογήσετε τις επιλογές:

- της εργασίας ως ανεξάρτητος συνεργάτης
- της δημιουργίας μιας δικής σας επιχείρησης

■ της αγοράς μιας υπάρχουσας επιχείρησης.

Σίγουρα υπάρχουν πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της κάθε εναλλακτικής. Εάν κάνετε μία προσεκτική ανάλυση, θα δείτε αυτό που πολλοί έμπειροι επιχειρηματίες έχουν ανακαλύψει: Ο δείκτης ρίσκου και ανταμοιβής είναι μικρότερος όταν αγοράζετε μια υπάρχουσα επιχείρηση.

Ομολογουμένως, ως ανεξάρτητος συνεργάτης (freelancer), το ρίσκο σας είναι μηδαμινό. Τα αρχικά κόστη και τα κόστη διοίκησης είναι περιορισμένα. Ωστόσο, χωρίς τη δυνατότητα της μόχλευσης της εργασίας με εργαζόμενους, τα έσοδα είναι περιορισμένα μέχρι της δικής σας προσωπικής δυνατότητας.

Ξεκινώντας τη δική σας επιχείρηση (start-up), το ρίσκο είναι σαφέστατα μεγαλύτερο. Οι περισσότερες νέες επιχειρήσεις (start-up) αμφισβητούνται για κάποιο διάστημα και τελικά το 50% κλείνουν στο πρώτο έτος και το 80% μέσα σε πέντε έτη.

Από την άλλη πλευρά, αγοράζοντας μία υφιστάμενη επιχείρηση, μειώνετε το επιχειρηματικό κίνδυνο και δημιουργείτε ελπίδες για αύξηση του κέρδους.

Υπάρχουν πολύ τέτοιοι λόγοι υπέρ της αγοράς μιας υφιστάμενης επιχείρησης:

■ **Αποδεδειγμένη πορεία.** Αγοράζοντας μία υφιστάμενη επιχείρηση αγοράζετε μία ήδη λειτουργούσα επιχείρηση με διαμορφωμένο «μείγμα» πωλήσεων, με αποδεδειγμένες πωλήσεις με αποτυπωμένα οικονομικά στοιχεία. Το μόνο που έχετε να εκτιμήσετε είναι εάν αυτή η πορεία θα διατηρηθεί και στο μέλλον.

■ **Φήμη και Πελατεία.** Όταν αγοράζετε μία υφιστάμενη επιχείρηση, αγοράζετε την υφιστάμενη φήμη και πελατεία. Τα οφέλη από ενέργειες marketing και δικτύωσης που έχει κάνει ο προηγούμενος ιδιοκτήτης, μεταφέρονται σε εσάς.

■ **Σχέσεις και Track record.** Με την αγορά μιας υφιστάμενης επιχείρησης, αγοράζετε τη βάση δεδομένων των πελατών και προμηθευτών, συνεργατών και ανταγωνιστών, καθώς και τις διαμορφωμένες σχέσεις με αυτούς. Είναι επίσης κοινή πρακτική ότι ο πωλητής παραμένει για λίγο διάστημα στην επιχείρηση για να μεταφέρει στον αγοραστή τις σχέσεις με όλους τους προμηθευτές και πελάτες.

■ **Ομάδας εργαζομένων.** Σε μία εξαγορά, ένα από τα πιο πολύτιμα και σπουδαία assets που αγοράζει κανείς είναι οι άνθρωποι. Πήρε χρόνο στον πωλητή να επιλέξει αυτούς τους εργαζομένους, να τους εκπαιδεύσει και να τους εμψυχήσει την κουλτούρα της επιχείρησης. Με τη σωστή ομάδα, όλα είναι ικανά να επιτευχθούν. Με σωστά εκπαιδευμένους ανθρώπους θα έχετε μεγαλύτερη ελευθερία κινήσεων, είτε για περισσότερες διακοπές είτε με την οικογένειά σας κ.λπ.

■ **Επικέντρωση στην ανάπτυξη.** Όταν αγοράζετε μία επιχείρηση, μπορείτε να αρχίζετε να δουλεύετε για τη βελτίωση και ανάπτυξή της, την επόμενη ακριβώς μέρα.

■ **Ρίσκο.** Ακόμη και μετά από όλα αυτά τα πλεονεκτήματα, υπάρχουν αρκετοί επιχειρηματίες που υποστηρίζουν ότι είναι φθηνότερο και με λιγότερο ρίσκο η ίδρυση μιας επιχείρησης «από το μηδέν» παρά η αγορά μιας υφιστάμενης. Αλλά το ρίσκο είναι σχετικό. Ένας αγοραστής δύναται να πληρώσει 200.000 ευρώ για μία υφιστάμενη επιχείρηση με κερδοφορία π.χ. 40.000 ευρώ ή να διαθέσει 100.000 ευρώ για την ίδρυση μιας επιχείρησης, η οποία προβλέπεται ότι θα έχει κερδοφορία 50.000€ μετά την τριετία.

Γινόμενοι οι ίδιοι επιχειρηματίες, σίγουρα παίρνετε ρίσκο. Όταν αγοράζετε μία υφιστάμενη επιχείρηση, τότε παίρνετε προϋπολογισμένο ρίσκο που περιορίζει κάποιες από τις παγίδες και το ενδεχόμενο αποτυχίας, που είναι σε μεγαλύτερο βαθμό σε ένα start-up.

«Εγώ μιλάω με επιχειρηματίες, όχι με συμβούλους». Το έχετε ακούσει, σας έχει συμβεί ή έχει συμβεί σε κάποιο γνωστό σας. Ο (υποψήφιος) αγοραστής θέτει ως όρο προκειμένου να συνεχίσει τις επαφές τη μη πα-

εμπλέκονται στη συναλλαγή, σύμφωνα με τον κώδικα δεοντολογίας του IBBA. Επιπρόσθετα, η αμοιβή του επαγγελματία συμβούλου είναι (στο μεγαλύτερο της μέρος) αμοιβή επιτυχίας. Συνεπώς, ο σύμβουλος έχει και κίνητρο να εξυπηρετήσει τον αγοραστή με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Αν ο αγοραστής δεν έχει ανταπόκριση σε εύλογο χρόνο στα αιτήματά του, αν τα στοιχεία που παρέχει ο σύμβουλος δεν είναι τα απαραίτητα, αν βρεθεί αντιμέτωπος με «εκπλήξεις» και αισθανθεί ότι ο σύμβουλος και ο πωλητής δεν είναι ειλικρινείς απέναντί του, θα αποσυρθεί από τη διαδικασία και ο σύμβουλος θα χάσει την αμοιβή του.

Συνεπώς, κύριοι αγοραστές που δεν μιλάτε με μεσάζοντες, αρνείστε τις υπηρεσίες του επαγγελματία συμβούλου ο οποίος: * Έχει δεοντολογική υποχρέωση απέναντί σας * Έχει κίνητρο να σας εξυπηρετήσει επαγγελματικά * Σας προσφέρει τη δυνατότητα σταδιακής προσέγγισης με τον πωλητή μεγιστοποιώντας τις πιθανότητες ολοκλήρωσης της συναλλαγής * Απαλλάσσει τη διαπραγμάτευση από τη συναισθηματική φόρτιση του πωλητή. Και όλα αυτά, δωρεάν.

Ο αγοραστής δεν έχει οικονομική υποχρέωση απέναντί μας, όταν μας έχει προσλάβει ο πωλητής. Η μοναδική υποχρέωση του αγοραστή απέναντί στον πωλητή και απέναντί μας είναι να σεβαστεί τη δεοντολογία και την εμπιστευτικότητα.

Ρωτήστε λοιπόν, ξανά, τον υποψήφιο αγοραστή να σας πει έναν (1) λόγο για τον οποίο αρνείται όλες αυτές τις ΔΩΡΕΑΝ υπηρεσίες. Ρωτήστε ξανά. Απάντηση δεν θα πάρετε. Θα πάρετε δικαιολογίες και μισό-

λογα: έχω κακή εμπειρία, ως επιχειρηματίες μιλάμε την ίδια γλώσσα, δεν μπορώ να ασχολούμαι με μεσσίες. Αυτά θα ακούσετε. Ουσιαστικό λόγο δεν θα ακούσετε. Γιατί, πολύ απλά, ο ουσιαστικός λόγος είναι ένας και μόνο: ο αγοραστής θέλει να είναι είστε σε μειονεκτική θέση.

Ο στόχος του αγοραστή είναι ένας και μοναδικός. Να ασκήσει τη μέγιστη δυνατή πίεση στον πωλητή. Για να μπορέσει να μάθει όσο το δυνατόν περισσότερα στοιχεία για την επιχείρηση χωρίς να έχει δώσει την παραμικρή ένδειξη για το ενδιαφέρον του, για να επιβάλει αποκλειστικότητα στις διαπραγματεύσεις χωρίς να έχει δεσμευθεί, και γενικότερα για να επιβάλει την εικόνα του μοναδικού «σωτήρα» που απαλλάσσει τον πωλητή από το βάρος της επιχείρησής του στο tμήμα που χαριστικά, από τη μεγαλοψυχία του, προσφέρει.

Αν η επιχείρησή σας έχει αξία -και για να προσπαθήσετε να την πουλήσετε θα πρέπει να έχει- δεν χρειάζεστε προετοιμασία, υπομονή επιμονή και τον κατάλληλο σύμβουλο. Αν λοιπόν οι αγοραστές συμπεριφέρονται σαν «σωτήρες» απορρίψτε τους κατηγορηματικά. Στις μεταβιβάσεις μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων πρέπει να υπάρχουν 2 νικητές. Αλλιώς, δεν υπάρχει μεταβίβαση. Αν οι αγοραστές το αγνοούν αγνοήστε τους.

Την επόμενη φορά, λοιπόν, που θα ακούσετε «Οχι συμβούλους» παραπέμπτε τον αγοραστή στο σύμβουλό σας γνωστοποιώντας την προσπάθεια παράκαμψης ή αν δεν είχατε μέχρι εκείνη τη στιγμή σύμβουλο προσλάβετε τον ή/και σταματήστε οποιαδήποτε επαφή με τον συγκεκριμένο αγοραστή. [SID:8475081]

Αγοραπωλησία μιας μμε με παρουσία συμβούλου

Τι είναι τελικά προτιμότερο; Να ιδρύσει κάποιος τη δική του επιχείρηση ή να αγοράσει μια υφιστάμενη; Να αγοράσει μια υφιστάμενη, όπως μας εξηγεί στο σημερινό άρθρο ο Χρήστος Ρούσης. Στο ίδιο άρθρο, ο Γιάννης Εμπέογλου αναδεικνύει το ρόλο του συμβούλου στην αγοραπωλησία των επιχειρήσεων, συστήνοντας ότι σ' αυτές τις περιπτώσεις η παρουσία του συμβούλου, ειδικά για τον πωλητή, είναι καθοριστική.

ρουσία συμβούλων και την απευθείας διαπραγμάτευση επιχειρηματία με επιχειρηματία. Συνήθως, η αξίωση αυτή συνοδεύεται με πρόφαση ευθύτητας, απλότητας και με απαξιωτικούς χαρακτηρισμούς για το ρόλο των μεσαζόντων. Η συμβουλή μας σε εσάς που εμπλέκεστε ή θα εμπλακείτε σε πωλήσεις επιχειρήσεων είναι να απορρίψετε κατηγορηματικά την αξίωση αυτή και να σκεφτείτε σοβαρά αν αξίζει να προχωρήσετε τις συζητήσεις με τον συγκεκριμένο συνομιλητή.

Ρωτήστε τον υποψήφιο αντισυμβαλλόμενο σας να σας πει έναν (1) πραγματικό λόγο για τον οποίο η απευθείας διαπραγμάτευση είναι προτιμότερη. Ρωτήστε τον, ποιος είναι αυτός ο τόσο σημαντικός λόγος που τον κάνει να προτιμά την απευθείας επαφή γνωρίζοντας ότι: * Η απευθείας διαπραγμάτευση είναι πιο χρονοβόρα. * Ο πωλητής - επιχειρηματίας δεν έχει ούτε το χρόνο ούτε το κίνητρο ούτε την υποχρέωση να ανταποκρίνεται σε εύλογο χρονικό διάστημα στα αιτήματα του δυνητικού Αγοραστή. * Ο ιδιοκτήτης - επιχειρηματίας δεν γνωρίζει -και δεν είναι η δουλειά του να γνωρίζει- πώς να παρουσιάζει την επιχείρησή του. Συνεπώς, η ποιότητα των στοιχείων που θα λάβει ο Αγοραστής δεν θα είναι η καλύτερη. * Ο ιδιοκτήτης - επιχειρηματίας είναι συναισθηματικά φορτισμένος. Μια λάθος κίνηση εκ μέρους του υποψήφιου αγοραστή ισοδυναμεί με το τέλος των συζητήσεων.

Ο επαγγελματίας σύμβουλος που έχει προσληφθεί από τον πωλητή έχει υποχρέωση να προσπαθήσει να επιτύχει την καλύτερη δυνατή συμφωνία για τον πωλητή -εντολέα του. Ταυτόχρονα, όμως, έχει και δεοντολογική υποχρέωση ίσης αντιμετώπισης όλων των μερών που