

Prodej firmy bez zbytečných ztrát

Úspěšný prodej firmy vždy začíná systematickou a strategickou přípravou. Ne několik měsíců před transakcí, ale dlouho předtím – způsobem, jakým je firma řízená, jak má nastavené procesy, jak diverzifikuje rizika a jak je připravená fungovat i bez svého zakladatele. Taková hodnota společnosti vzniká roky a zúročíte ji pak na úspěšném výsledku celé transakce.

Někdo chce odejít z podnikání a získat aktiva pro další investice nebo nový byznys. Někdo řeší nástupnictví, protože nemá v rodině komu byznys předat a chce firmu předat novému majiteli. Prodeje firem už nejsou tématem jen velkých korporací. Stále častěji jej v HAVEL & PARTNERS řešíme i s majiteli úspěšných podniků v regionech. Na co by v takové chvíli měli majitelé firem myslet?

Neprodávat firmu dřív v hlavě než na papíře

Polevit v každodenním řízení, odložit investice, přestat rozvíjet obchod, protože jako majitel z firmy odcházíte, to může být drahá chyba. Dobré je tedy dát si pozor na to, abyste při hledání kupce rovnou neprodávali firmu i ve své hlavě.

Kupujícího zajímá, jak firma funguje a bude fungovat po odchodu vlastníka. Jestli si udržuje zákazníky, jestli roste, zda není závislá na jednom člověku nebo jestli v posledních měsících nezačala ztrácet tempo. Na tom pak záleží často i hodnota celé transakce. Kupující může vnímat pokles výkonu nebo nedokončené investice jako riziko, které následně zohlední i v nabídnuté ceně. Ideální tedy je chovat se, jako byste firmu ještě dlouho prodát nechtěli.

Stanovit si cíl transakce

Prodej firmy má několik na sebe navazujících fází – přípravu, vyjednání hlavních komerčních podmínek, hloubkovou prověrku společnosti (tzv. due diligence), podpis transakční dokumentace a vypořádání transakce neboli closing.

Než ale začnete jednat o konkrétních podmínkách prodeje, ujasněte si, co od transakce vlastně očekáváte. Chcete po desítkách let podnikání firmu kompletně prodat a z byznysu odejít? Řešíte prodejem nástupnictví? Hledáte partnera, který do společnosti přinese kapitál a pomůže jí dál růst? Různé scénáře ovlivňují podobu celé transakce – od ceny a způsobu její úhrady přes další roli původního majitele až po záruky, odpovědnost a další smluvní podmínky. A to všechno se také zohledňuje ve smluvní dokumentaci.

Připravte firmu na prověrku

Jestli je firma dobře připravená na prodej, se ukáže při due diligence. Nevnímejte ji tak, že kupující hledá chyby. Jde spíš o test důvěry. Důvěra je jednou z nejceněnějších komodit každého prodeje – a velmi rychle se promítá do kupní ceny, rozsahu záruk i dalších podmínek. Každá firma má slabší a silnější místa a zkušený investor s tím počítá. Zásadní je, jestli o nich komunikujete otevřeně.



Foto: archiv AK HAVEL & PARTNERS

Promyslet, zda je nejvyšší nabídka zároveň nejlepší

Když už máte konkrétní nabídky na stole, neporovnávejte je jen podle nabídnuté sumy. Nejvyšší nabídka automaticky nemusí znamenat vždy i nabídku nejlepší. Dívat byste se měli i na to, kdo firmu kupuje, jak bude koupit financovat, co požaduje za záruky, ale taky třeba jak přemýšlí o dalším fungování společnosti. Pokud máte rodinnou firmu, budovali jste ji roky a záleží vám na osudu zaměstnanců a celé značky, je dobré si ověřit, jestli kupující splňuje představy, jak by ideálně měla firma dál pokračovat a jaké jsou jeho záměry. I to tedy ve výsledku může rozhodnout o tom, která nabídka je ta nejlepší. Prodej firmy totiž není jen finanční transakce. Pro majitele je to často završení desítek let práce. Proto se vyplatí věnovat přípravě i samotnému prodeji stejnou péči, s jakou jste předtím budovali svůj byznys. Dobře zvládnutý prodej pak může přinést výsledek, se kterým budete spokojeni i s odstupem času. ■

Jan Koval, partner HAVEL & PARTNERS