

PRODAJA PODJETJA: KAJ MORATE VEDETI, ČE SE ODLOČITE PRODATI PODJETJE

7 vprašanj in odgovorov

Špela Mikuš

spela.mikus@
finance.si

Imate dovolj podjetništva, pa - namesto da zaprete vse skupaj - raje razmišljate o prodaji? Preden se odločite za ta korak, morate dobro premisliti in podjetje na prodajo pripraviti. To pač ni nekaj, kar se zgodi z danes na jutri, zato je za optimalno prodajo potrebna dobra priprava.

1. Glede česa se morate najprej odločiti?

Urediti morate več stvari, denimo določiti ceno in jo znati dobro utemeljiti, pripraviti seznam možnih kupcev, določiti, kaj sploh prodajate - delež v podjetju ali dejavnost ... »Pred začetkom prodaje je smiselno poslovanje urediti tako, da lahko teče brez lastnika. Ena pogostih zahtev kupca je, da je vzpostavljen menedžment. Pri mikro podjetjih pa je pomembno, da znate pojasniti proces dela, da se bo kupec kot prevzemnik lahko hitro uvedel v poslovanje,« pravi Mateja Ahej iz družbe Targo finance.

2. Kaj je pomembno pred prodajo?

»Vsaj tri leta pred načrtovanim začetkom prodaje odsvetujem pretirano davčno optimizacijo, ki negativno vpliva na višino poslovnega rezultata, prav tako se v tem obdobju izognimo poslovno nepotrebnim izdatkom. Cilj v tem obdobju je pokazati čim bolj 'pravo' sliko poslovanja oziroma, še bolj praktično, čim višji EBITDA,« svetuje Ahejeva.

3. Prodaja je stekla. Kaj je treba urediti čim prej?

Ko navežete stik s potencialnimi kupci, se je proces prodaje podjetja začel. Takrat morate poskrbeti, da posel teče naprej. Če se bo poslovanje v tem obdobju občutno razlikovalo od poslovanja pred prodajo, je to izredno škodljivo za pogajanja in končno ceno.

Če ste postopek prodaje že začeli, Ahejeva odsvetuje večje kadrovske spremembe na ključnih položajih v podjetju.

4. Izbor kupca: kaj pretehtati?

»Preverite, ali je morebitni kupec sploh sposoben poravnati zahtevano kupnino in ali se vaš načrt strukturiranja prodaje ujema z njegovim. Če se pogovarjate s strateškim kupcem, bo treba pretehtati še morebitni interes, da med prodajo oziroma nakupom zgolj pridobi tržne informacije, ki jih lahko

uporabi pri svojem poslovanju,« svari Ahejeva. Izhajajte iz tega, kakšen cilj želite doseči s prodajo: je to čim višja cena, čim hitrejša prodaja, osebno zadovoljstvo ...? To morate najprej vedeti sami.

5. Prodati dejavnost ali delež v podjetju?

Pred prodajo je treba določiti ceno, ki pa jo je treba tudi dobro argumentirati. Pomembno je še, da določite, kaj sploh prodajate: delež v podjetju, dejavnost oziroma sredstva.

»Pri res majhnih podjetjih se večinoma prodajajo dejavnost oziroma sredstva podjetja. Taka podjetja lahko izkazujejo obveznosti do lastnikov ali drugih financerjev, ki niso nujne za poslovanje, prav tako je vprašljivo stanje terjatev in zalog. Zato je za kupca bolj varno premoženje podjetja in zaposlene prenesti na novo podjetje. Za prodajalca to seveda pomeni, da se mora po prodaji ukvarjati z likvidacijo preostalega podjetja in tudi davčno je velikokrat takšna pot manj ugodna,« pojasnjuje sogovornica.

Po drugi strani gre pri večjih družbah, ki imajo tudi dolgoročne dogovore o sodelovanju z dobavitelji in kupci, praviloma za prodajo deležev, da se zagotovi kontinuiteta delovanja, dodaja.

6. Kako prodajo predstaviti zaposlenim?

Prihod novega lastnika je za zaposlene večinoma stresen, saj prinaša negotovost, pogosto tudi strah, pravi Ahejeva in ob tem poudarja, da večina novih lastnikov nima nobenega interesa ustaviti poslovanje (razen morda v primeru sovražnih prevzemov, ki jih je zelo malo). Vendarle pa je zaradi potencialnega nemira z informacijo o prodaji treba ravnati previdno, opozarja sogovornica. »V praksi je najbolje počakati do trenutka, ko enemu ali več morebitnim kupcem dovolimo skrbni pregled in že imamo podpisan zavezujoč dogovor o prodaji.«

7. Katere stroške boste imeli s prodajo podjetja?

Stroški, na katere morajo računati lastniki, so:

- finančno svetovanje (ocena vrednosti, priprava prodajnih dokumentov, iskanje potencialnih kupcev, pogajanja, strukturiranje prodaje, zaključevanje posla);
- pravno svetovanje (pregled pisma o nameri, zavezujoče ali nezavezujoče ponudbe, priprava ali pregled kupoprodajne pogodbe, zapiranje posla ...);
- stroški premoženjskega prestrukturiranja, kadar je to potrebno za uspešno prodajo;
- stroški notarjev;
- davki.



Pred začetkom prodaje je smiselno poslovanje urediti tako, da lahko teče brez lastnika.

Mateja Ahej,
Targo finance