Введение

Если вы открыли эту книгу, то наверняка вами движет не праздный интерес. Уверены, вы хотите больше узнать о покупке готового бизнеса или франшизы.

Данные, представленные в этой книге, не взяты из стандартных маркетинговых теорий. Они являются результатом нашего опыта работы в сфере бизнес-брокерства. Поэтому вы можете быть уверены в точности всех приведенных юридических и экономических советов.

Долговые обязательства компании и условия аренды помещения, особенности оформления активов — все это слишком важные факторы, чтобы оставить их без внимания. Покупка готового бизнеса и франшизы рассматривается в условиях современного российского рынка, с примерами из нашей действительности.

Как в нашей стране принято смотреть на бизнес? Бизнес — это станки, стены, товар на складе и другие материальные составляющие, однако для нас бизнес — это сложная структура. Она состоит из множества различных деталей, каждая из которых важна и обеспечивает конечный результат — прибыльность компании и динамичность ее развития.

В книге вы найдете анализ самых разных элементов и аспектов малого бизнеса и процесса его покупки. Включая оценку материальных и нематериальных активов, разбор наиболее выгодных форм покупки бизнеса, тонкости его юридического оформления, выгоды и «подводные камни» франшизы.

Вероятно, некоторые тезисы будут для вас неожиданными и даже поразительными. Например, идея о том, что убыточный бизнес при определенных условиях может быть привлекательным для покупки и принести вам существенную прибыль.

Уверены, эта книга откроет вам много новой информации и поможет посмотреть на привычные и знакомые вещи под новым углом.

Максим Новицкий
Александр Мельников
Мария Кузнецова

alterainvest.ru

Глава 1.

Можно ли купить прибыльный бизнес

1.1.

Причины покупки готового бизнеса

Можно ли купить прибыльный бизнес в России? Конечно, можно. Мы видим вокруг много примеров, в которых люди приобрели готовый бизнес и остались довольны получаемыми результатами. Удовлетворены той окупаемостью, которую показала их компания, довольны тем, как быстро они вышли на рынок и начали «отбивать» свои инвестиции. Покупателей бизнеса устраивает то, что они получили большую базу клиентов, проверенных поставщиков с лучшими условиями сотрудничества, а также положительную репутацию компании на рынке. Очень часто бывало так, что люди, которые покупали определенный бизнес, самостоятельно не разбирались в сфере его деятельности, однако, благодаря наличию квалифицированной и укомплектованной команды, смогли сосредоточиться на управлении и вникать в изучение самого продукта постепенно. Это одно из главных преимуществ покупки готового бизнеса.

Сфера купли-продажи готового бизнеса в России очень молодая. Она зародилась в начале 2000-х годов, когда владельцы перестали бояться раскрывать внутреннюю информацию о компании. Тогда возник более-менее понятный предмет сделки и предприниматели увидели, что бизнес можно продавать, как и любой другой товар. Позже появились профессиональные игроки рынка, организовав специальные площадки, где продавцы и покупатели смогли встречаться друг с другом. Другими слова-

ми, таким образом начал зарождаться структурированный рынок продажи готового бизнеса.

К сожалению, спустя 16 лет он так и остался на стадии зарождения, хотя темпы роста, безусловно, увеличились. Именно поэтому на сегодняшний день мы еще не видим достаточного количества сделок в этой области.

Купля-продажа готового бизнеса в России очень сложна, потому что у нас до сих пор нет цивилизованного рынка и соответствующей культуры. В сфере недвижимости уже удалось структурировать рынок покупателей и продавцов, и сейчас примерно 95% сделок по недвижимости проходят с помощью профессионалов. Для рынка купли-продажи готового бизнеса эта доля значительно меньше. Покупка и продажа готового бизнеса сложны еще тем, что они объединяют в себе профессионалов из разных сфер деятельности: оценщиков бизнеса, юристов, экономистов, маркетологов, аудиторов и, конечно же, бизнес-брокеров. Но с участием данных специалистов сделки по продаже-покупке бизнеса правильно построены и могут обезопасить участников от рисков.

Почему люди хотят получить в свою собственность бизнес? Не будем сейчас отдельно выделять способ получения (купить готовый бизнес, франшизу, открыть собственное дело), а рассмотрим вопрос в общем. Что лежит в основе подобного решения? Конечно, каждый индивидуальный случай уникален, но все-таки можно выделить общие тенденции и причины.

Первая причина — деньги. Здесь имеет место как желание их заработать, так и намерение их вложить. При удачном развитии бизнеса доход растет намного быстрее и на большие суммы, чем зарплата наемного рабочего даже при самом успешном карьерном росте. Это достигается за счет масштабирования и, соответственно, увеличения денежного оборота в бизнесе.

Нередко можно наблюдать ситуацию, когда у человека есть определенные накопления, которые он хотел бы не потратить,

а сохранить и приумножить. Существует много вариантов вложения капитала, а открытие или покупка бизнеса занимает среди них не последнее место. Все же вкладывать деньги в акции или инвестировать в финансовый рынок, если вы не обладаете специфическими знаниями, слишком рискованно. Вложения в недвижимость или депозит в банке слишком статичны и не имеют желаемой рентабельности. В то время как бизнес — вполне осязаемое и динамичное капиталовложение, прибыль от которого легко может превысить стандартные банковские проценты.

Вторая причина приобретения бизнеса — это статус и карьера. Продвижение по карьерной лестнице может занять годы, а в собственном бизнесе вы сразу же становитесь директором и хозяином положения, и с ростом компании ваш социальный статус только улучшается. Вы сами определяете график работы и можете реализовать амбиции, не находившие воплощения на прежнем рабочем месте. К тому же статус бизнесмена в обществе весьма престижен, и для многих это важно.

Одна из не столь ординарных причин покупки или открытия своего дела — раскрытие творческого потенциала. Открыть или купить бизнес, который бы отражал ваши увлечения или интересы, — отличная возможность для самореализации. К тому же бизнес, который вам тематически интересен или в котором вы являетесь профессионалом, имеет дополнительные шансы на успех.

Не зря говорят, что бизнес — это хобби, приносящее доход. Большинство людей могут только завидовать тем, кто занимается любимым делом и получает за это достойное вознаграждение. Главное здесь — трезво сопоставить ваше увлечение с реальными возможностями и потенциальным доходом.

1.2.
Причины продажи прибыльного бизнеса

Продают ли прибыльный готовый бизнес в России? Мы постоянно слышим такие вопросы от клиентов и собеседников: «Зачем продавать дойную корову? Ведь такая корова нужна самому». Безусловно, доля правды в этом есть. Если бизнес приносит прибыль, бизнес-структура полностью дееспособна и показывает хорошие показатели, зачем продавать или как-то менять такую компанию? Пусть она работает и приносит дополнительную прибыль.

В глазах обывателей это выглядит именно так. Но существует много объективных причин того, почему собственники могут и хотят продать готовый бизнес, и не всегда они носят негативный характер. Давайте разберемся в тех причинах, которые могут заставить владельцев расстаться с прибыльным бизнесом. Мы не будем рассматривать совсем очевидные поводы, такие как смерть собственника или серьезные проблемы со здоровьем, то есть невозможность физически заниматься бизнесом.

Одна из основных объективных причин продажи бизнеса — переезд собственника в другую страну, населенный пункт или район крупного города. Ведь в современном мегаполисе дорога от дома до работы занимает одно из ключевых мест при выборе занятости. Если человек уезжает или он физически не может контролировать бизнес, будет выгоднее его продать.

Переезд обычно носит личностный характер и не связан с прибыльностью или убыточностью бизнеса. Если речь идет о малом бизнесе, то здесь очень важен постоянный личный контроль владельца фирмы, а при переезде такая возможность теряется, к тому же нанимать управляющего бывает ненадеж-

но, тем более если под рукой нет подходящей кандидатуры. Поэтому многие предпочитают при переезде на другое место жительства продать свой бизнес и не рисковать с передачей управления стороннему человеку.

Недостатком приобретения бизнеса, который продается по этой причине, является то, что владелец после продажи вряд ли сможет продолжительное время консультировать вас и вводить в курс дел компании. По этой же причине вам перед покупкой бизнеса самому следует задуматься над удобством посещения купленного объекта. Возможность быстро добираться до предприятия или часто его посещать крайне важна для успеха дела, поэтому подумайте, сможете ли вы ее для себя обеспечить.

Вторая причина — усталость. Не секрет, что результаты бизнеса зависят от энергии самого бизнесмена. Участие собственника в делах малого бизнеса — весомый фактор успешности предприятия. Энергия человека, к сожалению, конечна, и если владелец утратил желание заниматься этим бизнесом, то ему просто хочется передать компанию человеку, который продолжит его дело с новыми силами.

Владельцы воспринимают свой бизнес как ребенка, как то, что они создали с нуля и в чем добились определенных успехов. Наступает момент, когда собственники прекрасно понимают, что нужно делать для дальнейшего развития бизнеса, но энергии для осуществления этого уже нет. Однако они не хотят закрывать свой бизнес или губить его, оставив на произвол судьбы, им приятней продать свое дело тем людям, которые смогут достойно продолжить начатое.

Третья объективная причина — у собственника помимо этого бизнеса существует другой бизнес-проект. Если люди и компании параллельно владеют несколькими бизнесами, то рано или поздно встает вопрос: какой из них следует развивать в первую очередь? Приходится или менять структуру компании, выстраи-

вая новую схему общего управления, или, что намного проще — продать один из проектов.

Как правило, при этом собственники продают менее прибыльный и перспективный, но все же довольно успешный и стабильный бизнес. Либо уже поднадоевший и не приносящий морального удовлетворения проект. Собственник чаще отдает приоритет новому, более интересному делу.

К тому же, продав один бизнес, владелец получает свободные средства для инвестирования в другой проект. Таким образом, он убивает одновременно двух зайцев: освобождает время для занятия приоритетным бизнесом и находит дополнительные инвестиции в него. Продажа бизнеса как непрофильного актива — понятная причина как для продавца, так и для покупателей.

Четвертая причина — это разногласия собственников. Часто владельцев предприятия бывает несколько, и наступает время, когда их мнения о дальнейшем развитии бизнеса расходятся. Каждый совладелец считает, что именно его модель управления правильная. Это приводит к разногласиям в команде и невозможности продолжать совместную работу.

Один из способов выхода из конфликта — продажа бизнеса или своей доли в нем. Этим приемом очень часто пользуются и более крупные компании, если их акционеры не могут договориться, прийти к общему решению о дальнейшей судьбе бизнеса, то часто одна из сторон продает свою долю.

Так было, например, с сетью магазинов «Лента». Конфликт двух акционеров и «война» за управление компанией с применением силовых методов широко обсуждалась в средствах массовой информации. В итоге корпоративный конфликт был решен одним из акционеров компании продажей своей доли.

К этой же причине — разногласия собственников — можно отнести распад брака или иные конфликты в семье. Малый бизнес как в Европе, так и у нас часто основывается семейной парой.

В этом случае успех дела базируется на семейных ценностях и любовном взаимопонимании. Если брак распадается, то его владельцам становится сложно выстраивать необходимое для успешного развития бизнеса общение. Семейный конфликт в конечном итоге переходит в бизнес-сферу. Один из выходов — продажа бизнеса или доли в нем.

К тому же при разводе происходит раздел совместно нажитого имущества. Если супруги не просто работают в одной фирме на разных должностях, а являются совладельцами компании, то разделу подлежит и совместный бизнес.

Шестая причина — бизнес изначально создавался с целью продажи. Существует достаточно много примеров, когда люди начинают бизнес и уже на старте понимают, что через год или два они его продадут. Один из самых ярких сторонников такого подхода в России — Олег Тиньков, который создал и продал множество успешных проектов. На сегодняшний день его последователей в нашей стране становится все больше.

Эта причина одна из самых опасных. Потому что люди, создавая бизнес, уже понимали, что они будут выходить из него. Во-первых, они изначально относились к нему «без души», а во-вторых, понимали, что нужно будет для проверки, что потребует покупатель при проверке бизнеса, и изначально вели свою деятельность с оглядкой на данные аспекты. Многие показатели или элементы могут быть искусственно завышены или попросту изменены, для того чтобы в конечном итоге владелец получил большую цену за свой бизнес. Шесть основных причин продажи бизнеса, которые мы перечислили, — это объективные причины, из-за которых человек может продавать прибыльный бизнес. Их важно учесть при покупке, не только чтобы избежать обмана со стороны аферистов, но и потому что каждая из причин создает определенные условия для покупателя.

Зная причину продажи, вы можете сделать для себя важные выводы. Определить необходимые условия функционирования данного бизнеса, его плюсы и минусы. К тому же причина продажи бизнеса (например, переезд) диктует и сроки проведения переговоров. Исходя из вышесказанного, важно не только узнать, но и проверить реальную причину продажи бизнеса.

1.3. Сравнение франшизы и готового бизнеса

Многие специалисты считают, что способы покупки готового бизнеса можно разделить на две основные группы. Мы с этой классификацией категорически не согласны, однако возьмем ее за наиболее распространенную основу.

Первая группа — покупка бизнеса с помощью франчайзинга. Вторая группа — покупка готового бизнеса у собственника напрямую. Если сравнивать франшизу и готовый бизнес, то у каждого есть ряд характерных особенностей и специфических аспектов. Рассмотрим более подробно плюсы и минусы франчайзинга в сравнении с готовым бизнесом.

Франчайзинг — это такой вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (франчайзер) передает другой стороне (франчайзи) за плату (паушальный взнос и/или роялти, а возможно, и при отсутствии таковых) право ведения определенного вида бизнеса с использованием разработанной бизнес-модели, а также торговой марки.

Простыми словами, франшиза — это право пользования торговой маркой, технологиями, внутренними порядками и секретами компании, которые уже проверены другими собственниками.

Среди основных преимуществ франчайзинга выделим самые главные:

1. Испытанная бизнес-модель, проверенная годами, иногда десятками лет и более.

Очень часто бизнес-модель опробована в нескольких регионах или странах. Самая известная франчайзинговая модель — это «McDonald's». В ней мы видим успешный бизнес, работающий по единым стандартам по всему миру. В каждом ресторане «McDonald's» в любой точке мира мы можем получить одинаковый сервис и качество продукта. Это достигнуто благодаря грамотно разработанной системе франчайзинга и качественной работе с каждым франчайзи.

2. Поддержка со стороны франчайзера.

Хорошая франшиза всегда подразумевает помощь, консультации и дополнительное обучение от франчайзера к франчайзи. В этом заинтересованы обе стороны договора. Каждый магазин или точка обслуживания — отражение и построение мнения покупателей о качестве продукта и сервисе, лояльности к данному бренду. Безупречное качество работы всех франчайзи позволяет головной компании привлекать все больше партнеров для развития бренда.

Поддержка от франчайзера может осуществляться в разных формах, например, как тренинги для персонала, предоставление исключительного права на продажу товара, полное сопровождение покупки оборудования, предоставление юридической помощи и т. д. Если у вас возникнут проблемы или трудности в процессе работы, правильный франчайзер все объяснит и поможет разобраться.

3. Легкий путь получить финансирование под данный проект.

К примеру, сейчас очень активно развивается программа одного из государственных банков по финансированию малого бизнеса, открываемого по франшизе. Банки и другие финансовые институты выбирают и кредитуют, как известно, не все проекты. Основной упор делается на компании, которые зарекомендовали себя годами, и на ту бизнес-модель, которая проверена географией и временем присутствия на рынке. Возможность легкого получения денег на старте бизнеса — это очень важно.

Теперь коснемся минусов франчайзинга.

Одним из основных минусов является то, что часто покупка франшизы характеризуется большим порогом для входа в данный бизнес. Многие франчайзеры просят заплатить паушальный взнос, то есть платеж, за который вы покупаете саму возможность пользоваться франшизой. Сумма первоначального взноса будет меняться в зависимости от известности бренда. Обычно, чем сильнее бренд франчайзера, тем выше паушальный взнос.

Однако финансовые платежи не ограничиваются паушальным взносом. Большинство франчайзеров обязывают своих партнеров платить ежемесячный платеж — роялти. В основном роялти устанавливается в виде определенного процента от выручки компании. Если франчайзер ведет бизнес правильно, то роялти практически в полной мере расходуется на рекламную и маркетинговую кампанию всей сети.

Все эти финансовые расходы приводят к уменьшению общей прибыли компании-франчайзи. Однако не все франчайзеры требуют паушальный взнос и роялти. И не всегда наличие таковых платежей — это минус. Если компания-франчайзер правильно использует все поступающие платежи от своих партнеров, то это

укрепляет позиции бренда и увеличивает прибыль как всей сети, так и конкретного партнера.

Еще одним минусом франшизы можно назвать ограничение вашей инициативы. Вы получаете готовую схему (что очень удобно на старте), однако она же будет и вашим ограничителем. Вы будете стеснены, например, в проведении акций, маркетинговых действий или рекламных кампаний.

Обычно это становится заметным уже после покупки франшизы, когда вы ознакомились с делом и хотите что-то изменить, внести в него свои наработки. Вы ограничены в тех действиях, которые, на ваш взгляд, могут привести к положительным результатам, но не предусмотрены правилами франчайзинга. Если вы покупаете бизнес, чтобы в первую очередь реализовать свои идеи и творческий потенциал, то франчайзинг — не лучший вариант. Франчайзинг подходит для надежных и стабильных инвестиций. Поэтому перед приобретением франшизы задумайтесь о своих причинах покупки бизнеса.

Заработок франчайзи зачастую ограничен территориальным признаком. Это значит, что приобретается право развивать бизнес по франшизе лишь в одном регионе. Это может быть город или район. Поэтому, для того чтобы убрать этот минус, приходится покупать все новые и новые франшизы и, соответственно, платить дополнительные паушальные взносы, отчислять новые роялти и т. д. В противном случае вы упираетесь в потолок заработка, ограниченный региональной привязкой.

Отсюда вытекает еще один риск, который можно назвать региональным. Если франчайзинговая модель работает в одном регионе, не факт, что такие же результаты будут и в другом. Это справедливо и на макроуровне: если мы переносим модель, например, из США в Россию или, наоборот, из России в другие страны, то она может не сработать.

Этот риск остается и при переносе модели между городами внутри страны. Так, многие московские франшизы могут не работать в регионах из-за того, что услуга или товар там не востребованы или просто не известны. Также причиной неудачи может быть маленький рынок сбыта. Все эти риски нужно предусматривать, что тоже является минусами франшизы.

Еще одним минусом покупки франшизы можно назвать систему закупок. Очень часто франчайзеры сами организуют закупку всего оборудования и прочих товаров, как правило, это выгодно и для них и для вас. Но если у вас появляется возможность купить подобное оборудование дешевле или вы считаете, что лучше применить иную технологию, то, увы, возможности для этого у вас не будет.

И, конечно же, вы не застрахованы от неправильных действий со стороны компании-франчайзера. У вас практически полностью связаны руки по поводу ее решений. Если вдруг головная компания провела какие-то неправильные действия, непродуманную маркетинговую акцию или оказалась в центре скандала, то все неприятности испытаете и вы. К сожалению, имидж всей компании «бьет» и по вашему бизнесу в частности. Ведь ваше предприятие ассоциируют с компанией в целом. Клиенты не будут разбираться, кто виноват. Страдает бренд в целом.

Во франчайзинге, как и в готовом бизнесе, есть и плюсы, и минусы. И мы бы не стали говорить, что лучше, а что хуже в споре между этими двумя возможностями инвестирования, каждый сам для себя решает, что именно он хочет купить. Многие предпочитают готовый бизнес, однако динамика рынка франчайзинга показывает, что все больше предпринимателей выбирают открытие бизнеса по франшизе.

При выборе между покупкой готового бизнеса или франшизы нужно не забывать золотое правило инвестиций: «чем выше риск, тем выше доходность». Однозначно на вопрос выбора мо-

жете ответить себе только вы, основываясь на личном опыте, на экономических просчетах, на дислокации данного вида бизнеса. Мировые франшизы более устойчивы и более прогнозируемы в плане прибыльности, однако не всегда действенны в малых городах и, к сожалению, отличаются большим паушальным взносом.

Более подробно о франчайзинге вы узнаете из главы 11 данной книги.

1.4. Может ли убыточный бизнес стать прибыльным

Зачастую люди покупают бизнес, который заведомо убыточен. Большое количество подобных примеров мы можем увидеть на практике крупных бизнесов. Компании с плохими показателями, с отрицательной финансовой динамикой постоянно продаются и покупаются. И размеры данных сделок вызывают непонимание и удивление у большей части населения.

Вспомним кризис 2008 года, когда множество разорившихся или убыточных предприятий были куплены другими компаниями. Компании-банкроты обладали большой кредитной нагрузкой, серьезными финансовыми дырами, однако эти компании все равно покупались и за них платили хорошие деньги.

Не будем углубляться в тему крупного бизнеса и всех его процессов. Нас интересует вопрос, может ли убыточный малый бизнес быть объектом покупки и в дальнейшем приносить прибыль. Ответ: однозначно может.

Когда мы рассматриваем вопрос покупки компании, очевидно, что каждый хочет купить бизнес, который будет рентабелен и принесет ту прибыль, которую ожидает новый владелец. В то же вре-

мя на рынке купли-продажи готового бизнеса регулярно совершаются сделки по убыточным компаниям. Почему так происходит?

Покупку убыточного бизнеса нужно рассматривать детально. Для чего конкретно вы хотите приобрести именно его? Самый очевидный вариант — вы профессионал в этой области, у вас уже есть схожий бизнес, и он прибылен. Вы точно знаете, какие действия произвести и какие этапы развития в бизнесе пройти, чтобы преодолеть проблемы. В таком случае подобная покупка будет для вас целесообразна. Ведь вы заранее можете сказать, какую прибыль сможете получать при устранении ошибок, допущенных предыдущим собственником.

Нужно смотреть на ценность самого бизнеса, на ценность бренда, штата, материальных активов и, конечно же, базы клиентов. Но в целом, если вы профессионал этого рынка и у вас уже есть подобный бизнес, то вы экономите на масштабах. Не секрет, что две одинаковые компании при слиянии будут иметь меньшие расходы, чем обе по отдельности.

Когда вы покупаете бизнес, вы не только рассматриваете его как финансовые потоки, но и учитываете прочие преимущества, которые идут совместно с компанией. К примеру, вы можете купить компанию, потому что уверены в квалифицированном профессиональном штате сотрудников. Бизнес может быть привлекательным, если вы положительно оцениваете бренд компании. Имидж компании, за которым придут клиенты, — тоже важный фактор.

Положительным моментом в покупке убыточного бизнеса является его низкая стоимость. Обычно продавец не будет слишком сильно оспаривать цену продажи в сторону ее увеличения, поскольку понимает, что каждый месяц самостоятельной работы приносит ему лишь убытки. Убыточность бизнеса — очень хороший аргумент в вашу пользу на переговорах. Ускоряется и сам процесс переговоров. Ведь чем дольше тянет владелец, тем большие убытки он несет и тем сильнее снизится стоимость его

бизнеса при продаже. Так что если вы хотите купить бизнес дешево и быстро, зная, как привести его в дальнейшем в порядок, то это очень хороший вариант.

Конечно, подход, когда покупается убыточный бизнес, более применим для компаний, которые хотят расширить свое дело, войти в регионы, занять определенные позиции на рынке, захватить клиентскую базу покупаемого бизнеса. Для малого бизнеса этот пример применим, только если вы профессионал данного рынка и уверены, что выведете бизнес из убыточного положения. А также если вы точно решили войти на определенный рынок, а покупка убыточного бизнеса обойдется дешевле, чем создание компании с нуля.

Подводя итог, можно сказать, что купить прибыльный бизнес в России, конечно же, можно. Однако покупка бизнеса в нашей стране требует серьезных проверок и тщательного отношения к делу.

Глава 2.

Основные риски при покупке бизнеса

2.1. Мифы о продаже готового бизнеса

Одна из самых интересных тем при купле-продаже готового бизнеса — это мифы, имеющиеся в сознании людей. Сюда можно отнести риски и страхи, которые возникают у покупателей при таком виде сделок. В связи с ними существует много распространенных мифов, из-за которых люди так и не решаются купить готовый бизнес.

Риски и страхи — это именно то, что на данный момент мешает развиваться сфере купли-продажи готового бизнеса в России. Можно говорить о незнании, плохой культуре и непонимании того, что нужно делать при покупке готового бизнеса, и, как следствие, формирование большого числа мифов и страхов.

Например, если человек покупает машину, он везет ее в автосервис, где проверяет подвеску и мотор. Когда квалифицированные специалисты сделают выводы, что все в порядке, он проверяет сделку на юридическую чистоту и только после этого совершает ее.

Участники купли-продажи малого бизнеса в России почему-то еще не поняли, что бизнес тоже нужно проверять. Покупать бизнес, основываясь только на одном доверии к человеку, пусть даже это знакомый или родственник — огромная ошибка. К со-

жалению, покупая готовый бизнес в первый раз, большинство предпринимателей не имеют опыта и достаточных знаний, чтобы проверить бизнес самостоятельно с точки зрения тех рисков, которые могут их ждать впереди. А ведь большинство рисков можно нивелировать хорошей проверкой, нужно всего лишь не пожалеть денег на качественного юриста, бизнес-брокера и экономиста, чтобы они полностью проверили всю историю компании, юридическую и экономическую стороны ее деятельности и дали бы вам доскональный отчет.

В этом плане мы еще далеки от Европы, от устоявшегося рынка покупки-продажи готового бизнеса и соответствующей культуры ведения дел. У нас продавцы не готовят свои бизнесы к продаже, а покупатели не проверяют их при покупке. Именно это зачастую приводит покупателей к большим проблемам. А продавцы, в свою очередь, просто не могут продать готовый бизнес из-за того, что у них не подготовлена почва для этого.

Все риски покупателя готового бизнеса можно разделить на 7 основных видов:

1. *Обман или некачественная проверка бизнеса.*
2. *Утечка кадров.*
3. *Риск, связанный с разрешительной документацией.*
4. *Потеря клиентов.*
5. *Угроза отрасли.*
6. *Риск, связанный с площадями или основными средствами.*
7. *Риск, связанный с управлением.*

Рассмотрим все риски более подробно. И попробуем ответить на вопрос: как избежать этих рисков и сделать так, чтобы при покупке готового бизнеса вы не остались с носом, а приобрели хорошее, приносящее прибыль предприятие?

Конец ознакомительного фрагмента.
Приобрести книгу можно
в интернет-магазине «Электронный универс»
(e-Univers.ru)