

Як продати автобізнес?

дата публікації: 2020.11.02



Отже, ви думаєте про продаж свого бізнесу. Скільки він коштує? Як можна збільшити його цінність? Як все спланувати? Постараємося розкласти все по поличках.

Перш за все, потрібно трохи планування. Кожен має свою індивідуальну історію продажу, але в середньому можна говорити про те, що процес розтягнеться на півроку-рік. Хоча все залежить від розміру вашого бізнесу.

Продаж діючого підприємства складається з декількох етапів:

1. Підготовка
2. Визначення ціни
3. Пошук покупця
4. Переговори та угода.
5. Комплексна перевірка (Due Dilligence)
6. Завершення операції та оплата.

Пам'ятайте, що угода не відбулась, поки ви не отримаєте гроші! Як і всюди в житті, підготовка – ключ до максимального збільшення прибутку від передбачуваного продажу.

Отже, що ж важливо у цьому питанні?

Фінансова звітність

Вона має великий вплив на продажну ціну вашого бізнесу. Тому є сенс зустрітися з бухгалтером, щоб переконатися, що все в порядку. Ваші фінансові звіти повні? Чи відображає

ваш баланс товарно-матеріальні запаси та дебіторську заборгованість? Якщо ні, виправте це та обговоріть з бухгалтером всі нюанси.

Ви виконуєте частину роботи за готівку? І це не потрапляє у жодні бухгалтерські книги? Краще мінімізувати цей потік. Так, можливо зараз ви економите на податках. Але в результаті ви втрачаєте шматок вартості вашого бізнесу. Порахуйте, скільки ви витратите на податки за півроку і спробуйте працювати повністю «в білу», щоб підготувати реальний і чесний фінансовий звіт, який допоможе вам продати бізнес дорожче.

Бізнес-план

Хороший письмовий бізнес-план – фундаментальна складова успішного продажу бізнесу. Якщо ви можете показати як і куди рухається ваш бізнес, які у нього перспективи – у вас набагато більше можливостей для продажу.

Навіть якщо у вас немає бізнесплану зараз, почніть його складати в процесі підготовки бізнесу до продажу. Це розтягнеться на кілька місяців, але інвестиції окупляться.

Оренда

Багато автомайстерень, автомагазинів та інших підприємств у сфері обслуговування автовласників працюють в орендованих приміщеннях. Якщо ви один з них, то проведіть переговори з орендодавцем. Ідеально було б продовжити договір оренди на значний термін. Також виключити з договору всі пункти, які можуть перешкодити новому власнику орендувати приміщення. Тобто максимально знизити всі ризики цього фактора.

Маркетинг

Маркетингова діяльність вашого бізнесу теж грає важливу роль у тому, скільки грошей ви за нього отримаєте. Чи є у вас маркетинговий план, в якому показані поточні канали реклами та джерела залучення клієнтів? Ваш маркетинг-план актуальний? Чи користуєтеся можливостями інтернету та соціальних мереж? Наявність сайту, сторінок в соцмережах з підписниками, відгуків на профільних майданчиках, позначки та відгуки в Гугл-картах – все це маленькі плюсики, які або піднімають вартість вашого бізнесу або допомагають її обґрунтувати.

Скільки зараз коштує мій бізнес? Скільки грошей ви повинні отримати за свій бізнес? Прийшов час чесно поглянути на його цінність. Дуже рідко власники оцінюють свій бізнес реалістично.

Існує кілька методів оцінки вартості бізнесу, два з яких найбільш поширені – оцінка активів та оцінка грошових потоків. З них оцінка активів є найпростішою. Просто подивіться на свій баланс і знайдіть загальну кількість активів – це ціна продажу. Ви оплачуєте зобов'язання, і все, що залишається після сплати податків, залишається вашим. Ось чому критично важливо мати хороші фінансові показники, що відображають всі активи, навіть такі як незавершене виробництво й запаси.

Оцінка грошових потоків пов'язана з прибутком, який приносить ваш бізнес. У різних сферах бізнесу сума коливається від суми чистого прибутку за рік або два. Тому найчастіше використовується сума за 18 місяців.

Також ви можете найняти професійних і незалежних один від одного бізнес-оцінювачів. Така оцінка, до речі, може дати інформацію про те, що необхідно поліпшити в бізнесі, щоб максимізувати цінність. Це якщо ви не поспішайте продати свою справу, а хочете домогтися найбільш вигідної угоди.

Як шукати покупця

Це дуже тонке питання, яке вимагає деталей.

Якщо бізнес невеликий і вам просто хочеться вийти з нього, то спрацюють і соцмережі з майданчиками для розміщення оголошень. У такому випадку ви можете просто зустрітися з покупцем, обговорити деталі, вдарити по руках і, підписавши договір, отримати гроші.

Ще один варіант – звернутися безпосередньо до тих, хто володіє великою мережею у вашому місті. Це актуально для будь-яких автомийок і шиномонтажів, а також автомагазинів або автосервісів у місцях з хорошим потоком клієнтів. Взагалі-то, продати бізнес людям з вашої сфери може бути хорошим ходом, якщо ви впевнені в їхній порядності.

Якщо ваш бізнес середній або великий, варто задуматися над тим, щоб залучити бізнес-брокерів, і продавати з дотриманням конфіденційності продажу.

Чому так і які ризики? По-перше, ваші нечистоплотні конкуренти можуть пустити слух про ваш продаж і почати переманювати клієнтів. По-друге, ваш персонал теж не повинен знати про майбутній продаж – краще, щоб вони дізналися вже на завершальній стадії угоди. Такі процедури сприймаються найманими робітниками як нестабільність, вони замислюються про звільнення, а це може вплинути на ваш бізнес. Плюс, це можливе джерело зливу інформації. По-третє, в процесі публічного продажу до вас можуть звертатися псевдопокупці. Отримуючи доступ до внутрішньої інформації про бізнес, вони можуть наприклад переманити ваших співробітників. Тому завжди розкривайте всю інформацію тільки після підписання договору про наміри та отримання завдатку.

І це ще не всі підводні камені. Саме недотримання належного рівня конфіденційності багато експертів ринку називають однією з головних помилок при продажу бізнесу. Тому, обираючи як саме шукати покупця, необхідно зважити всі за і проти.

Перевірка Due Diligence

Отже, ви знайшли покупця на свій бізнес. Після укладання угоди ви та покупець переходите до «комплексної перевірки». Вона дозволяє покупцеві переконатися, що бізнес відповідає описаному раніше, а у вас є шанс переконатися, що покупець може виконати умови угоди.

Така перевірка теж стосується більше середніх і великих автосервісних підприємств. А з вашого боку залежить від того, чи хочете ви витратитися на перевірку людини, яка повинна придбати ваш бізнес.

Якщо покупець ретельно підходить до питання покупки, то чекайте докладного аудиту ваших фінансових показників і серйозних питань від контрагента.

Часто в ході комплексної перевірки ціна або умови продажу коригуються. Це нормально. Ризики зведуться до мінімуму, якщо ви ретельно підготувалися до продажу. Будьте гнучкими та шукайте безліч можливих варіантів врегулювання неминучих суперечок, що виникають в ході комплексної перевірки.

Отримання оплати та податки

Коли всі перевірки пройдено і ви нарешті отримуєте свою оплату, не забудьте про те, що з угоди вам доведеться сплатити податки, згідно з чинним законодавством. Тут знову знадобиться допомога юриста і бухгалтера.

Описати в цій статті деталі оподаткування навряд чи можливо, тому що вони залежать від великої кількості чинників. Як мінімум від того, продаєте ви бізнес як юрособа чи фізособа. І яким чином він продається – як продаж майна, як передача прав володіння, або акцій компанії

чи в інший спосіб.



Лайфхаки - як збільшити вартість

Поліпшіть зовнішній вигляд вашого бізнесу. Подумайте самі - чи заплатили б ви за ремонт машини в місці, яке виглядає так, ніби розвалюється на очах? Це схоже на звернення до кабінету лікаря або стоматолога: люди побоюються закладів, які не виглядають професійними. Також ніхто не хоче сидіти в кімнаті очікування, поки машина ремонтується, якщо в цьому приміщенні неприємно перебувати. Покупці шукають компанії, готові до роботи на 100%, у тому числі мається на увазі зовнішній вигляд бізнесу. Тому іноді варто витратитися на те, щоб довести до ладу свій об'єкт зовні.

Ще один спосіб збільшити вартість - це збільшити обороти. У цьому допоможе активний маркетинг, акції та промо-кампанії. Спробуйте використовувати соціальні мережі, щоб привернути до вас більше клієнтів (або збільшити продажі поточних клієнтів), пропонуючи знижки та розширені пакети послуг за більш доступними цінами. Ви також можете запропонувати купони для клієнтів, яким сподобалася ваша сторінка у Facebook, або купони, які можна використовувати тільки при покупці інших послуг. Такі види знижок можуть змусити клієнтів приходити до вас і показати покупцям, що ви активно намагаєтеся розширити свою клієнтську базу.

Підпишіть угоди з різними постачальниками. Так, можливо ви лояльні до дистриб'ютора, з яким працюєте багато років. Або вам просто зручно працювати з одним постачальником. Але з точки зору покупця фактором збільшення вартості вашого бізнесу є диверсифікація бази постачальників і укладення контрактів для забезпечення справедливих цін на запчастини або матеріали. Наявність різноманітної мережі постачальників сподобається покупцям, тому що це покаже їм, що ваш магазин завжди працює над підтриманням високого прибутку і низьких витрат.

Спробуйте стати партнером страхових компаній або підписати договір на корпоративне обслуговування. Партнерські відносини зі страховиками можуть бути джерелом надійного

доходу, що вдвічі цінніше в очах покупця. Це не тільки допомагає збільшити грошовий потік та продажі, а й покаже покупцям, що ваш бізнес є стабільним й авторитетним у галузі.

Замість висновків

Часто буває так, що якісно готуючи свій бізнес до продажу, підприємці замислюються, а чи варто продавати такий хороший автосервіс/автомагазин? Якщо у вас виникають такі думки, значить ви все зробили правильно і добре підготувалися. Успішного вам продажу!

Євген Пащенко

журнал "Сучасна автомайстерня" № 7-8 (144)

Джерело: