

Koupit či prodat firmu – mezník ve vašem životě

15.12.2011, Právní rádce 72, Příloha

Adéla Čermáková Vlčková

Ať už má soudobá finanční krize tvar „W“ nebo snad v době internetu tolik příznačného „www“, jedno je jisté. Mnoho firem se potácí v problémech a nejistotách, což je zatěžkávací zkouškou nejen pro manažery, ale i (především) pro společníky. České prostředí má nicméně podle odborníků velký podnikatelský potenciál.

Reakcí na finanční nestabilitu může být redukce nákladů především asi na personální obsazení kanceláře – tedy zaměstnance, méně četné organizování společenských akcí pro klienty a zákazníky, ale i myšlenka, zda firmu neprodat ještě dříve, než se dostane do problematiky dluhů. Možná podnikáte již řadu let a chcete si dopřát klid a využít zpeněžení na realizaci jiných projektů. Možná chcete naopak využít současné krize a máte chuť investovat do již fungující a zaběhnuté firmy a koupit ji. Na toto téma se konal dne 24. 11. 2011 v hotelu Boscolo Prague v Praze celodenní seminář s názvem Koupit či prodat firmu – mezník ve vašem životě, který se zaměřil na rady a návody, jak správně načasovat a vyhodnotit právní a finanční aspekty při řízení a procesu prodeje či koupě firmy.

České Prostředí má velký Podnikatelský Potenciál

Záměrem celé akce bylo seznámit účastníky (tedy generální ředitele, výkonné ředitele a další členy vedení firem) s výhledovými možnostmi týkajícími se jejich podnikání a poskytnout informace o tom, že české prostředí, i přes současnou globální ekonomickou krizi, má velký podnikatelský potenciál. David Marek z Patria Corporate Finance, hlavní ekonom, analytik a expert na ekonomické dění v České republice, v první sekci zhodnotil stávající ekonomické prostředí v České republice a pohovořil o budoucím vývoji podnikatelských podmínek u nás. Petr Šíma, spoluzakladatel **NSG Morison**, přiblížil model osobních výnosů, maximalizaci prodejní ceny a vnitřnímu „pořádku“. Jan Myška z Allen & Overy a Petr Studnička z Patria Corporate Finance, a. s. mluvili o fázi před samotnou transakcí prodeje či koupě firmy.

Smlouva o zachování důvěrnosti

V dalším bloku se přednášející věnovali samotnému průběhu transakce. Prokop Verner, advokát právní společnosti Allen & Overy, zdůraznil náročnost právě této fáze, která vyžaduje čas a energii na její přípravu. Mnoho prodávajících má strach, že při jednání se zájemcem o koupi firmy budou muset předložit doklady, které obsahují utajené informace a čísla, jež by mohla být jakkoliv zneužita. Prokop Verner účastníky uklidnil a zároveň doporučil takovým problémům předcházet uzavřením smlouvy o zachování důvěrnosti, kde je vhodné a nutné rozšířit povinnost zachovávat důvěrnost i na poradce, kteří s listinami přijdou pravděpodobně do styku, a hlavně i na fázi před uzavřením smlouvy o koupi firmy. Nejen zahraniční investoři budou potenciální transakci konzultovat se svými finančními řediteli a právníky a budou potřebovat všechny vstupní informace. Pokud ale nechce prodávající zájemci v této fázi poskytovat všechny detailní informace (například platy zaměstnanců), pak lze doporučit mechanismus zpřístupnění těchto informací například až mezi fází podpisu kupní smlouvy a vypořádáním s možností následného odstoupení od smlouvy.

Co určuje hodnotu firmy?

Cenu, za kterou bude ochoten zájemce firmu koupit, ovlivňuje pozitivně několik faktorů: hodnota majetku, návratnost investic, stabilní ekonomické výsledky, přesný business plán do budoucna, vybudované dobré jméno a pozice na trhu, portfolio klientů, know-how, ochranné známky a patenty a hlavně personál firmy a jeho stabilita. Negativně na rozhodování o ceně působí neprůhledné vztahy mezi společníky, špatné hospodářské výsledky, krátké trvání firmy, silná vazba výsledků firmy na osobu vlastníka jako top manažera, neprůkazně vedená účetní evidence, závislost na malém počtu velkých zákazníků a nepořádek ve firmě. Existuje řada metod pro oceňování podniku a často bývá

přítomen i subjektivní vliv hodnotitele ceny, důležitá je ovšem reálná tržní hodnota firmy. Na českém trhu existuje řada firem, jež nabízí oceňování firem znalci, kteří se na trhu pohybují a orientují a jsou pak schopni určit rozsah minimální a maximální ceny, za kterou lze firmu prodat či koupit. Hledání kupce pro firmu je stejně náročné jako hledání kupce výjimečné exkluzivní nemovitosti a doba prodeje se pohybuje v horizontu mnoha měsíců a dost možná i několika let.

Rady pro prodávající

Pokud hodláte prodat vaši firmu, měli byste si napřed ujasnit, za jakou cenu jste ochotni firmu prodat, stanovit si cenu k jednání a minimální cenu, získat souhlas všech spoluvlastníků (společníků) s prodejem firmy a prodejní cenou, shodnout se na tom, jaké informace poskytnete zájemcům a jak ochráníte citlivé informace o firmě – uzavřít dohodu o mlčenlivosti, ujasnit si, zda nemá firma nějaké skryté problémy či problémové zaměstnance. Pokud váháte, sepište si všechny důležité body a bedlivě si připravte postup na následujících několik měsíců a fází před prodejem a obrňte se trpělivostí, protože najít vhodného kupce vyžaduje kromě kvalitní přípravy transakce také trpělivost. Všechny informace týkající se prodeje držte v tajnosti a zajistěte, aby se mezi zaměstnanci nerozšířila zvěst o prodeji a panika, která by mohla vyústit jejich hromadným odchodem a ztrátou (snížením) hodnoty firmy. Pro prodej firmy si můžete vybrat ze širokého spektra firem takovou službu nabízejících, potom stačí vyplnění dotazníku na internetu a absolvování informativní schůzky, na které si domluvíte formu spolupráce a požadované služby.

Instrukce pro kupující

Ti z vás, kteří zvažují koupi již zavedené a fungující firmy – tedy akvizici (či případnou fúzi), by si měli nejprve najít jasné odpovědi na otázku, jaký typ firmy hledáte, v jaké právní formě, s jakou specializací a v jaké lokalitě, jaké jsou vaše finanční představy a možnosti, zda jste ochotni firmu zainvestovat i při jejich dlouhotrvajících problémech a jste ochotni na ekonomické výsledky čekat delší dobu – tedy počítáte s dlouhodobou návratností, jaký je váš podnikatelský záměr a jaké máte zkušenosti v oblasti činnosti firmy. Už dávno není doba spontánních rozhodnutí. Vše si řádně připravte. Jen dobře proplánované akvizice a fúze jsou úspěšné a přínosné. Máte-li již vhodnou firmu v úzkém výběru, pak se ptejte a zajímejte o to, proč se firma prodává, kdy vznikla, jak dlouho funguje na trhu, jaké má vybudované jméno, jakou má konkurenci, jaké jsou její hospodářské výsledky, zda je solventní, zda není předlužená, jak moc je propojená se stávajícím vlastníkem, zda chce stávající vlastník ve firmě zůstat v pozici například ředitele, jaká bude návratnost investice. Před samotným jednáním o koupi je vhodné obrátit se na odborníky (mnoho advokátních kanceláří má v akvizicích a fúzích letité zkušenosti) a nechte si zpracovat právní audit firmy a finanční, daňové a účetní analýzy. Celá transakce zabere několik měsíců, nespěchejte.

Nebojte se konzultovat

Existuje spousta firem, které se konzultacemi, radami i akcí koupě či prodeje na klíč zabývají. Zveřejňují dokonce seznam firem, jež jsou aktuálně k prodeji, a ze kterých si můžete vybrat či nechat si nabídky pravidelně zasílat. Koupit celé či jejich části lze akciové společnosti – a. s., společnosti s ručením omezeným – s. r. o., družstva, komanditní společnosti – k. s., veřejně obchodní společnosti – v. o. s., sdružení fyzických osob, podniky či hmotná a nehmotná aktiva společnosti. Zakládání nové firmy představuje náročnou administrativní agendu a zátěž. Výhodou koupení již založené firmy (tedy ready-made) je ušetření starostí a času a firmu můžete provozovat v kratším časovém horizontu než při zakládání nové. Firmy, které poradenství a zprostředkování transakce (se zárukou solidnosti a úspěšnosti kontraktu) nabízí, si účtují za své služby provizi, která činí zpravidla 3–10 % ze skutečně realizované kupní ceny a je samozřejmě hrazena pouze v případě úspěšného prodeje (akvizice) firmy. Vedle provize požadují firmy také úhradu části výdajů spojených s aktivním vyhledáváním potenciálních zájemců, která se pohybuje mezi 2 000 Kč až 5 000 Kč za měsíc a odvíjí od velikosti firmy, náročnosti zakázky a dalších faktorů.

Smlouva o převodu obchodního podílu

Mají-li obě strany dostatek vstupních informací, byla-li učiněna závazná nabídka a je jasné, z čeho a jak se bude transakce financovat, zbývá už jen podepsat závazný právní dvoustranný dokument – smlouvu o převodu obchodního podílu či akcií, která by měla obsahovat i závazné prohlášení o tom, že firma nemá žádné závazky a upravovat kompenzace při jejich zjištění ex-post.