

## KAKO PRODATI FIRMU

# Pustite „buvu“

Osim oglašavanja na poslovnim sajtovima ili časopisima, firmu je moguće prodati puštanjem informacije među poslovni svet. Uspeh zavisi od zdravlja, profitabilnosti i stvarne vrednosti preduzeća

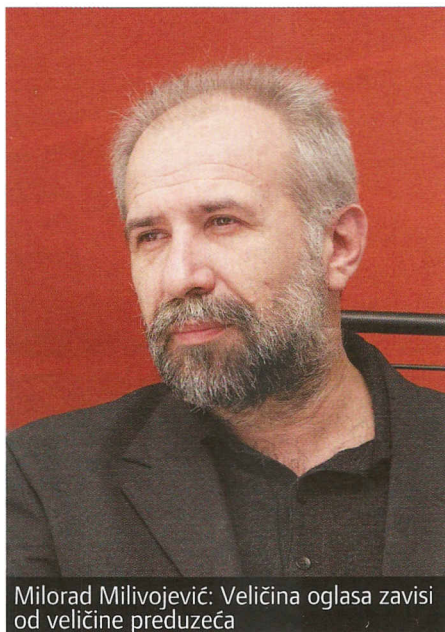
SUZANA BOJADIĆ

Razmišljam da prodam firmu koja nije u dugovima, ali bi mogla da bude jer posao ide sve lošije. Imam dosta zaliha i inventar i mislim da bi neko sposobniji bio bolji vlasnik. Interesuje me gde mogu da oglašim prodaju i šta dalje“.

Takvo pitanje zanima najveći broj preduzetnika koji želi da prodaju svoje preduzeće. Njihova najveća dilema jeste kako da obaveste javnost da prodaju firmu, a da to zvuči ozbiljno i da makar pruži mogućnost, ako ne i garanciju, da nađu ozbiljnog kupca. Takođe, malo je preduzetnika koji znaju kako ubediti kupca da ne prodaju preduzeće jer je loše, te kako da utvrde „pravu“ cenu, i konačno da uzmu „keš“.

### Preporuka zlata vredna

Gde da oglasi prodaju firme, mučilo je i našeg sagovornika koji je želeo da ostane anonimn, a koji je nedavno prodao firmu za proizvodnju vlažnih ubrusa. Problem je bio veći imajući u vidu da firma ima 12 godina iskustva, tržište u celom regionu i sposoban menadžment. „U opciji su bili i Halo oglasi, koji su u startu delovali neozbiljno i problematično, s obzirom na to da pružaju različite usluge i da je teško odrediti pod koju rubriku svrstati prodaju preduzeća. Sa druge strane, oglas u dnevnim novinama košta mnogo, a može da prođe nezapaženo“, ocenio je sagovornik Preduzeća. I biznis konsultanti smatraju da se firma ne prodaje preko oglasa, posebno ne u malim oglasima ili neozbiljnim dnevnim novinama. Na taj način vlasnika oglasa niko



Milorad Milivojević: Veličina oglasa zavisi od veličine preduzeća

neće shvatiti kao ozbiljnog prodavca. Osim toga, imajući u vidu poslovcu „kakav otac, takav sin“, oglas na lošem mestu bi direktno mogao da pošalje lošu sliku o preduzeću.

U MarkSoft konsaltingu kažu da je prodaju preduzeća najbolje oglašiti na namenskom mestu, bilo da je u pitanju štampari ili elektronski medij. „Najefektniji bi bili specijalizovani časopisi koje čita poslovni svet, neki poslovni sajt ili eventualno ozbiljan dnevni list“, pojasnio je za Preduzeće Milorad Milivojević iz MarkSoft konsaltinga. Takođe, veličina oglasa, ocenjuje Milivojević, zavisi od veličine preduzeća.

Kao i u svakom poslu, međutim, jedinstvena ocena jeste da je najbolji marketing preporuka. S obzirom na to da je posao odnos među ljudima, preporuka na prvom mestu uliva sigurnost i za kupca i za prodavca. U tom slučaju je bitno ko daje preporuku, da li taj neko ima iskustvo, ili je u pitanju rodbinska veza.

„Najbolje je pustiti informaciju u javnost, ili što bi neki rekli „buvu“, da prodajete nešto dobro. I to, među poslovni svet. Ako u celoj priči imate prijatelje u biznisu, uspeh je zagarantovan“, ocenio je bivši vlasnik preduzeća za proizvodnju vlažnih ubrusa.

### Zahtevan kupac

Pitanje prodaje i cene zavisi od toga koliko je preduzeće zdravo, njegove profitabilnosti i stvarne vrednosti. S tim u vezi kupac će prvo analizirati finansijske izveštaje firme. Neki od njih će imati u vidu da vlasnici često manipulišu finansijskim knjigama i da je mnogo legalnih načina

Sve više  
preduzetnika  
prodaje  
firmu zbog  
prezaduženosti



Foto: Dragan Milošević

47  
Pogodak: Poslovni časopisi i sajтови

### Tri koraka do prodaje firme

Oglasiti u poslovnom svetu da je firma na prodaju

Pripremiti finansijske i poslovne izveštaje

Vešto pregovarati - na početku pregovora tražiti više od očekivanog, cenjkati se

### Cena zavisi od

Veštine pregovaranja

Načina plaćanja (novac ili vrednosni papir)

Vrste vrednosnih papira (pouzdanost, perspektiva, kod akcija obične ili prioritetne)

Ponude (bitno je čime se trguje, kontrolnim paketom ili manjinskim udelom)

Stanja na tržištu, privredi i okruženju

Konkurentske sposobnosti firme i finansijske strukture

Od toga da li su potrebna velika dodatna ulaganja

za nameštanje profita preduzeća. Recimo, zalihe preduzeća se mogu računati na nekoliko načina, a svaki od njih različito utiče na visinu profita. Takođe, imovina kao što su mašine i zgrade se može iskazati u većoj ili manjoj vrednosti, a amortizacija se takođe može ubrzati ili usporiti. Da bi sproveo takvu reviziju, kupac će često angažovati računovođu i pravnika. Oni će utvrditi koliko su dugovanja i da li su naplativa, zatim stvarno postojanje i kvalitet zaliha, ispravnost opreme...

Sagovornik Preduzeća kaže da hrvatska firma koja je kupila njegovu firmu nije mnogo razmišljala jer je sve bilo „čisto“.

„Interesovali su ih prihodi, ulaz i zalihe robe. Bilo im je važno i to što nismo imali nikakvih dugovanja niti potraživanja“, kaže on. Dodaje da je u prirodi čoveka da se cenjka i da prodavac uvek treba da traži višu cenu.

Na cenu takođe utiču i motivi prodaje preduzeća. Sve je više preduzetnika koji prodaju firmu ili traže strateškog partnera zbog prezaduženosti. Jedan od razloga može biti, kažu u MarkSoftu, prezasićenje poslom i odluka gazde da ide na „put oko sveta“. Takođe, vlasnici firme često kažu da razlog

prodaje može biti kad firmu, zbog dobre ponude od druge kompanije, napuste kvalitetni radnici. Ako, pak, prodavac uslovi kupca da zadrži zaposlene, to bi moglo da obori cenu.

U Marksoftu kažu da cena zavisi i od toga da li vlasnici prodaju deo ili celo preduzeće, što uključuje ime, brend i imovinu. „Ako preduzeće nema imovinu, pa neka njegov vlasnik ima genijalnu ideju, slaba vajda da će ga neko i kupiti. U tom slučaju mnoga preduzeća nemaju tržišnu cenu jer danas otvaranje firme košta 250 evra. Zato se mala preduzeća obično gasē“, kaže Milivojević.

Cena zavisi od konkurentske sposobnosti firme, stanja na tržištu, privredi i okruženju, te od toga kolika su potrebna dodatna ulaganja.

Konačno, posle dogovora oko cene, sledi primopredaja novca. Kako bi umanjili poreske obaveze, događa se da kupac i prodavac utvrde tržišnu cenu, ali da „prijave“ nižu. „Prodavac proda firmu po tržišnoj ceni, ali da bi umanjio obaveze prema državi, sporazumno sa kupcem, zvanično umanja cenu. Kad prodajete udeo u preduzeću, kao ja, prodavac mora platiti 0,3 odsto poreza na transakciju. Kod prodaje cele firme, međutim, moraju se platiti PDV i porez na kapitalnu dobit od 20 odsto. Kad se sve to sabere i oduzme ušteda može da bude velika“, zaključio je naš sagovornik. ■

## INFOSTUD

### Kupac došao „na noge“

Internet kompaniji Infostud strateški partner je „došao na noge“. Daily Mail and General Trust Northcliffe International kupio je 25 odsto vlasništva srpskog sajta za zapošljavanje i na taj način pobedio brojne firme koje su u poslednje dve godine bile zainteresovane za kupovinu Infostuda. Direktor Infostuda Branislava Gajić kaže za Preduzeće da su novom partneru bili presudna profitabilnost sajta, njegov potencijal, poseta, vrste usluga i kvalitet menadžmenta.