

Του Αθαν. Χ. Παπανδρόπουλου

Επιχειρήσεις

Τι είναι οι σύμβουλοι επιχ

Η απόφαση της πώλησης μιας μικρής ή μεσαίας επιχείρησης αποτελεί μια από τις σημαντικότερες αποφάσεις στη ζωή του πωλητή-ιδιοκτήτη, καθώς η επιχείρηση αναπροσωπεί τους κόπους και τα επιτεύγματα μιας ζωής.

Οποιοσδήποτε και αν είναι ο λόγος της πώλησης, ο πωλητής θα πρέπει να είναι σε θέση να διαπραγματευτεί την πώληση της τουριστικής μονάδας ή του εστιατορίου του ή του καταστήματος λιανικού εμπορίου ή της βιοτεχνίας του, με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Θα πρέπει να βρει τους καλύτερους υποψήφιους αγοραστές, να συμφωνήσει μαζί τους το τίμημα και τους όρους της μεταβίβασης, να δεχθεί τους ελέγχους που αυτοί θα ζητήσουν, να διεκπεραιώσει τις τυπικές διαδικασίες της συναλλαγής. Και όλα αυτά χωρίς να βγάλει τον εαυτό του από την παραγωγική διαδικασία και χωρίς να διαρρεύσει άκαιρα ότι η εταιρεία είναι προς πώληση.

Ακούγεται δύσκολο και είναι. Οι σύμβουλοι επιχειρηματικών αποφάσεων υπάρχουν γι' αυτόν ακριβώς το λόγο. Η δουλειά τους είναι να φέρουν σε επαφή τους υποψήφιους πωλητές και αγοραστές μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων και να τους βοηθήσουν να γίνουν συνεργάτες αντί αντισυμβαλλόμενοι.

Όπως υπογραμμίζει ο κ. Γιάννης Εμπέογλου, σύμβουλος και ιδρυτής της εταιρείας Σύναψη, αν και ο θεσμός αυτής της κατηγορίας συμβούλων υπάρχει στις ΗΠΑ από τη δεκαετία του '60 και στις σκανδιναβικές χώρες από τη δεκαετία του '70, στην Ευρωπαϊκή Ένωση δεν έχει γνωρίσει αντίστοιχη ανάπτυξη. Αρχικά, ο κλάδος ονομαζόταν The Business Opportunity Business, καθώς οι αγγελίες για πώληση επιχειρήσεων καταχωρούνταν στο τμήμα Business Opportunities των εφημερίδων. Αργότερα επικράτησε το Business Brokerage. Ωστόσο, καθώς η λέξη broker μεταφράζεται στα ελληνικά τόσο ως μεσίτης όσο και ως χρηματιστής και καμία από τις δύο λέξεις δεν αποδίδει σωστά το αντικείμενο εργασιών,

επελέγη η περιφραστική απόδοση σύμβουλοι επιχειρηματικών αποφάσεων.

Στις ΗΠΑ υπολογίζεται ότι περίπου 2,7% του συνόλου των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, δηλαδή 240.000 επιχειρήσεις, αλληλάζουν χέρια κάθε χρόνο και οι περίπου 3.400 σύμβουλοι επιχειρηματικών αποφάσεων παρέχουν τις υπηρεσίες τους στις μισές από αυτές τις συναλλαγές. «Στην Ελλάδα υπάρχουν περίπου 150.000 εταιρείες - εξαιρουμένων των ατομικών - που απασχολούν λιγότερα από 20 άτομα και έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών μικρότερο από 5 εκατ. ευρώ. Σύμφωνα με την εμπειρία των ΗΠΑ, το δυνητικό σύνολο των προς πώληση εταιρειών προσδιορίζεται σε περίπου 20.000», λέει ο κ. Γ. Εμπέογλου.

Πώς μπορούν, λοιπόν, οι σύμβουλοι επιχειρηματικών αποφάσεων να βοηθήσουν αυτούς τους δυνητικούς πωλητές; Στη μεταβίβαση μιας μικρής ή μεσαίας επιχείρησης, επιστημαίνει ο κ. Γ. Εμπέογλου, τα δύο μέρη δεν έχουν απλή αντίθετες επιδιώξεις, όπως άλλωστε συμβαίνει και σε οποιαδήποτε συναλλαγή. Και τα δύο μέρη είναι συναισθηματικά φορτισμένα, έχουν τελείως διαφορετικές αντιλήψεις για την αξία της επιχείρησης και θα πρέπει να συνεργαστούν μετά την ολοκλήρωση της συναλλαγής. Εμφανώς, η παρουσία ενός συναισθηματικά ανεπηρέαστου επαγγελματία μόνον καλό μπορεί να κάνει στη συναλλαγή. Ας δούμε, όμως, τα πράγματα πιο αναλυτικά.

Ο πωλητής επιδιώκει να εισπράξει το μεγαλύτερο δυνατό τίμημα και το σύνολό του σε μετρητά. Γι' αυτόν, η εταιρεία αξίζει «όσα έχω επενδύσει» ή «όσα έχω μέσα», ή «όσα μου χρειάζονται για να αποσυρθώ». Ωστόσο, η αξία μιας επιχείρησης είναι αυτή την οποία κάποιος (δηλαδή η αγορά) είναι διατεθειμένος να πληρώσει για να την αγοράσει τη δεδομένη χρονική στιγμή. Και η αξία αυτή βασίζεται σε έναν και μόνο παράγοντα: τη δυνατότητα της να παράγει εισόδημα. Ο πωλητής που αγνοεί ή αρνείται να κατανοήσει τη βασική αυτή αρχή θέτει το τίμημα για την εταιρεία του σε παράλογο υψηλό επίπεδο.



Οι σύμβουλοι επιχειρηματικών αποφάσεων προσφέρουν πολύτιμη συμβολή στις αγοραπωλησίες μικρομεσαίων επιχειρήσεων, σύμφωνα με τον κ. Γιάννη Εμπέογλου, σύμβουλο με μεγάλη εμπειρία στις ΗΠΑ.

ειρηματικών αποφάσεων

δα, με αποτέλεσμα να αποξενώνει τους αγοραστές. Ο σύμβουλος επιχειρηματικών αποφάσεων μπορεί και πρέπει να τον καθοδηγήσει σε ρεαλιστικές προσδοκίες για την αξία της επιχείρησής του.

Από την ανάλυση του προφίλ των αγοραστών που ακολουθεί φαίνεται άμεσα ότι η διαδικασία αναζήτησης αγοραστών κάθε άλλο παρά εύκολη είναι, ακόμα και στην εποχή του διαδικτύου στην οποία ζούμε.

Κατά τον κ. Γιάννη Εμπέογλου, αντιθέτως με την επικρατούσα αντίληψη, η πλειοψηφία των αγοραστών δεν αποτελείται ούτε από στρατηγικούς αγοραστές που επιδιώκουν την ανάπτυξη μέσω εξαγωγών, ούτε από επενδυτές που επιδιώκουν υψηλές αποδόσεις. Η πλειοψηφία των αγοραστών αποτελείται από επιδοξους επιχειρηματίες. Είναι οι άνθρωποι εκείνοι που αποφασίζουν να πάρουν το οικονομικό τους μέλλον στα χέρια τους, είτε γιατί έχασαν ή πρόκειται να χάσουν τη δουλειά τους, είτε γιατί δεν αντέχουν άλλο τη σχέση εξαρτημένης εργασίας, είτε γιατί αυτό ήταν πάντα το όνειρό τους. Επίσης, αντιθέτως με την επικρατούσα αντίληψη, το κίνητρό τους δεν είναι χρηματικό: είναι να γίνουν αφενικά του εαυτού τους. Οι άνθρωποι αυτοί δεν αγοράζουν μια επιχείρηση, αγοράζουν ελευθερία.

Το προφίλ αυτό σίγουρα δεν ταιριάζει με την επιδίωξη του πωλητή να εισπράξει το σύνολο του τιμήματος σε μετρητά. Το 90% των υποψήφιων αγοραστών θα χρειαστεί χρηματοδότηση για την αγορά οποιασδήποτε επιχείρησης. Καθώς δε δεν αποτελούν ιδανικούς δανειολήπτες, η μόνη λύση είναι να εξοφλήσουν το τίμημα σταδιακά στο μέλλον. Ο σύμβουλος επιχειρηματικών αποφάσεων πρέπει να γνωρίσει την παράμετρο αυτή στον πωλητή, αλλιώς ο πωλητής θα βρεθεί απλά εκτός αγοράς.

«Με βάση την εμπειρία των ΗΠΑ, το 90% του συνόλου των αγοραστών δεν έχει ασκήσει ποτέ ξανά επιχειρηματική δραστηριότητα. Η μετάβαση από τη σχέση εξαρτημένης εργασίας στην επιχειρηματική δραστηριότητα είναι μία από τις πιο δραστικές αλλαγές τρόπου ζωής και απαιτεί "άλημα πίστωσης". Οι

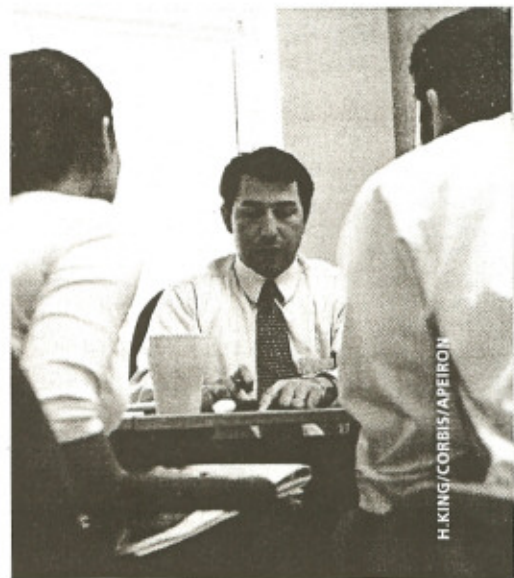
αγοραστές είναι αβέβαιοι για την ορθότητα της αποφάσεώς τους και τρομοκρατημένοι. Δεν είναι, συνεπώς, παράξενο ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εμφανιζομένων ως αγοραστών στην πραγματικότητα δεν είναι αγοραστές, δεν είναι έτοιμοι να πραγματοποιήσουν το "άλημα πίστωσης". Ούτε θα πρέπει να θεωρηθεί παράξενο ότι το 90% των όσων τελικώς αγόρασαν μία επιχείρηση, αγόρασαν επιχείρηση άλλη από αυτήν για την οποία αρχικά ενδιαφέρθηκαν. Μάλιστα, το 50% αγόρασε μία επιχείρηση διαφορετικού είδους», επισημαίνει ο κ. Γιάννης Εμπέογλου.

Ο ιδιοκτήτης επιχειρηματίας δεν έχει την πολυτέλεια του χρόνου για να αντιμετωπίσει τους αγοραστές οι οποίοι «απλώς κοιτούν»,

Ο σύμβουλος επιχειρηματικών αποφάσεων προσφέρει πρόσβαση σε ανθρώπους που αρχικά ενδιαφέρθηκαν για άλλη εταιρεία

ενώ ταυτόχρονα κινδυνεύει από τη δημοσιοποίηση του γεγονότος ότι η εταιρεία πωλείται, γιατί σημαντικοί υπάλληλοι θα θελήσουν να φύγουν, οι ανταγωνιστές θα δοκιμάσουν την τύχη τους με πελάτες που ήταν αποσιωπημένοι στον επιχειρηματία, οι προμηθευτές θα ζητήσουν αυστηρότερους όρους και οι πιστωτές θα επιδιώξουν να κλείσουν τα ανοίγματα. Αποτέλεσμα; Με τον έναν ή τον άλλον τρόπο, τα κέρδη της επιχείρησης θα μειωθούν και, κατά συνέπεια, η αξία της.

Η συμβολή του συμβούλου επιχειρηματικών αποφάσεων είναι καταλυτική στο σημείο αυτό. Όχι μόνον θα «επιλέξει» τους υποψήφιους αγοραστές που πληρούν τα τρία βασικά κριτήρια –τα 3Δ ή τα 3Ms: Διαθέσιμα



(Money), Διάθεση (Motivation) και Διοικητικές Ικανότητες (Management)– αλλά θα ελέγξει και τη ροή των πληροφοριών προς τους υποψήφιους αγοραστές, επιβάλλοντάς τους κατάλληλες ρήτρες εμπιστευτικότητας.

«Ο σύμβουλος επιχειρηματικών αποφάσεων δεν προσφέρει απλά πρόσβαση στο μεγαλύτερο δυνατό κοινό, μέσω της δικής του βάσης αγοραστών, των γνωριμιών του και της στρατηγικής μάρκετινγκ που είναι προσαρμοσμένη στις ιδιαιτερότητες της κάθε επιχείρησης. Προσφέρει "επιλογή" των αγοραστών και, παράλληλα, κάτι που ο ιδιοκτήτης δεν μπορεί ποτέ να επιτύχει μόνος του: πρόσβαση σε ανθρώπους που αρχικώς ενδιαφέρθηκαν για άλλη εταιρεία. Ταυτόχρονα, θα παρουσιάσει την εταιρεία στους αγοραστές όπως αυτοί θέλουν. Ο ιδιοκτήτης επιχειρηματίας τείνει να υπερτονίζει τη συμμετοχή του στην επιχείρηση, με αποτέλεσμα να την καθιστά μη ελκυστική προς τον αγοραστή. Ποιος θέλει να αγοράσει μία επιχείρηση η οποία θα είναι αδύνατον να λειτουργήσει την επόμενη μέρα μετά την αποχώρηση του ιδιοκτήτη;», λέει ο κ. Γ. Εμπέογλου.

Για όλους αυτούς τους λόγους, η συμβολή του συμβούλου επιχειρηματικών αποφάσεων στην πώληση μιας εταιρείας μπορεί να είναι καταλυτική.

«Αν, ωστόσο, θεωρείτε ότι μπορείτε να βρείτε το χρόνο να ψάξετε μόνοι σας για αγοραστές, ακόμα και αν δεν ενδιαφέρθηκαν αρχικά για τη δική σας επιχείρηση, να τους επιλέξετε μόνοι, να τους παρουσιάσετε μόνοι σας την εταιρεία με τρόπο επαγγελματικό και ανεπηρέαστο και, σε όλη αυτήν τη διαδικασία, να μην θέσετε σε κίνδυνο την κερδοφορία της επιχείρησής σας είτε λόγω της μείωσης του χρόνου απασχόλησής σας με τη δουλειά της εταιρείας, είτε λόγω της άκαιρης διαρροής της πληροφορίας ότι η εταιρεία σας είναι προς πώληση, τότε σαφώς δεν χρειάζεστε σύμβουλο επιχειρηματικών αποφάσεων», καταλήγει ο κ. Γιάννης Εμπέογλου, ο οποίος είναι και ο πρώτος που έφερε στην Ελλάδα αυτήν τη νέα για τη χώρα μας δραστηριότητα.