

АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ПРИ ПРИДБАННІ ТА ОБ'ЄДНАННІ ПІДПРИЄМСТВ

При здійсненні процесів придбання чи об'єднання підприємств продавець, звичайно, має на меті максимізувати чистий прибуток та мінімізувати ризики, які можуть виникнути після виконання угоди. Він також може прагнути здійснити операцію продажу якомога швидше та конфіденційно, якщо бізнес є невеликим і тривалість, і гласність процесу можуть призвести до зниження його вартості. Продавець може мати вмотивоване бажання знайти покупця, який буде продовжувати та розширювати напрями діяльності підприємства та сприяти зростанню професійної майстерності співробітників. Ці фактори часто впливають на вибір власником методу продажу бізнесу, який може здійснюватись через аукціон чи шляхом встановленої ціни продажу.

Якщо метою продавця бізнесу є одержання максимальної ціни, то він обере аукціонні торги, припускаючи, що підприємство може витримати відкриті громадські умови продажу. На попередніх етапах підготовки до проведення аукціонів ідентифікуються потенційні учасники торгів та укладаються з ними договори про конфіденційність інформації.

Продавець і його консультанти розглядають аукціон як маркетинговий процес, разом з цим покупець сприймає його як дослідницьку діяльність. З метою обґрунтування управлінських рішень щодо здійснення процесів придбання чи об'єднання підприємств проводиться процедура «Due Diligence», яка передбачає комплексний аналітичний огляд минулого, сучасного стану та оцінку майбутніх перспектив діяльності підприємства.

Компоненти процедури «Due Diligence» складаються з аналізу інформації, представленої менеджерами, інтерв'ю з провідними працівниками, перевірки даних, наступних питань про позиції, які виникають після презентації, інтерв'ю, а також детальнішого вивчення документації та фізичного огляду можливостей діяльності підприємства.

Зазвичай процесу продажу бізнесу передують підготовлений і запропонований «презентаційний лист». Він містить опис бізнесу, маркетингової діяльності, видів продукції, робіт, послуг за

видами діяльності, організаційної структури підприємства, динаміки фінансових показників і потенціалу розвитку в майбутньому. Застосування сучасних інформаційних технологій дає можливість одночасного доступу до інформації потенційним покупцям, здійснення контролю продавцем за ступенем її використання та встановлення певних обмежень доступу до неї.

Після проведеної презентації та уточнення питань, які виникли в результаті ознайомлення з презентаційним листом і в ході інтерв'ю, остаточно покупці мають можливість продовжити процедури «Due Diligence» ознайомлення з діяльністю підприємства шляхом огляду документації та наявних активів.

Іншим варіантом перебігу подій є ситуація, коли продавець націлений на певного покупця. За таких умов існує значний ризик продажу бізнесу не за максимальною ціною, проте є наявними інші переваги. Крім того, власники можуть вжити додаткових заходів для зменшення ризику укладання невдалої угоди, наприклад, шляхом встановлення додаткової плати (штрафу), яку сплачує покупець продавцю у випадку не здійснення угоди, а також готовності продажу бізнесу на аукціоні при анулюванні угоди.

За таких умов продавець, зазвичай, звертаються за консультацією до банкірів і брокерів, які беруть активну участь у процесі продажу. Такі консультанти намагаються зберегти якомога більше підстав та умов, вигідних для продавця. В більшості випадків, аналогічно аукціону, обмежується доступ до інформації про бізнес до тих пір, доки виникне переконання, що угода буде здійсненою на тих умовах і за ціною, які були заздалегідь визначені [1, с. 129].

Продавець має бути здатним продемонструвати, що придбання чи об'єднання відповідає його стратегічним цілям, а також обґрунтувати ту ціну, яку він готовий заплатити за купівлю бізнесу. З тактичних позицій важелі продавця у цьому разі є дещо зменшеними. Тому покупець, знаходячись на сильнішій позиції, може вимагати більшого доступу до інформації про підприємство. За таких умов група зі здійснення «Due Diligence» має більші можливості для проведення ширшого та детальнішого огляду.

Література

1. Gole, William J. Due Diligence: an M&A value creation approach / William J. Gole, Paul J. Hilger. — John Wiley & Sons. Inc., Hoboken, New Jersey. — 2009 — 281 p.