

ЕГОР ПАДАЛКИН

РЕАЛЬНАЯ ПРАКТИКА ОТ БИЗНЕС-БРОКЕРА N 1
НА РЫНКЕ ГОТОВОГО БИЗНЕСА

16+

КАК КУПИТЬ
ИЛИ ПРОДАТЬ
БИЗНЕС

ЗАЧЕМ ПРОДАЮТ БИЗНЕС, ЕСЛИ ОН ПРИНОСИТ ДЕНЬГИ?

КАК КУПИТЬ БИЗНЕС, ПОЛУЧАТЬ ПРИБЫЛЬ
И НИЧЕГО НЕ ДЕЛАТЬ?

КАКОЙ БИЗНЕС ПРИНОСИТ 300% ГОДОВЫХ?

Егор Падалкин

Как купить или продать бизнес

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=67591440

SelfPub; 2022

ISBN 978-5-532-92305-8

Аннотация

Хотите узнать, как продать или купить бизнес самостоятельно и не платить никому комиссию? Почему продавцы продают прибыльный бизнес и доходную недвижимость? Реально ли купить что-то действительно прибыльное, статусное, безопасное и стабильно приносящее доход? В этой книге – секретная информация из реальной практики лидера рынка брокерских услуг, которая поможет вам стать богаче. Рекомендовано для начинающих и опытных бизнесменов, стремящихся стать успешнее в бизнесе.

Содержание

| | |
|--|----|
| Благодарности | 5 |
| Глава 1. Короткое вступление | 7 |
| Почему эта книга полезна и принесет тебе много денег | 7 |
| Обыкновенная история | 11 |
| Кто ты: Инвестор – Предприниматель – Бизнесмен? | 15 |
| Купить и перепродать в минус | 18 |
| Купить и перепродать в плюс | 19 |
| Глава 2. Пять основных вопросов о сегодняшнем рынке готового бизнеса | 21 |
| Что выгоднее: купить бизнес или создать? | 21 |
| Почему люди продают курицу, несущую золотые яйца? Почему ошибаются в оценке бизнеса его Упаковать бизнес – провести предпродажную подготовку | 40 |
| Основные причины продажи бизнеса | 42 |
| Хорошие причины продажи бизнеса | 43 |
| Нехорошая причина продажи бизнеса | 52 |
| Российский или зарубежный бизнес – что прибыльнее? | 56 |
| Что покупают и продают чаще? | 60 |
| А что покупать выгоднее? | 63 |

| | |
|---|----|
| Бизнес как актив с пассивным доходом | 70 |
| Глава 3. Секретная информация! | 73 |
| Как продать бизнес самому, никому не выплачивая комиссию | 73 |
| Четко уяснить для себя, что ты продаешь. | 76 |
| Точнее, является ли то, что ты продаешь, бизнесом вообще или иным продуктом хотя бы в каком-либо виде | |
| Оценить реальную рыночную стоимость бизнеса | 78 |
| Почему ошибаются в оценке бизнеса его Владельцы | 82 |
| Конец ознакомительного фрагмента. | 84 |

Егор Падалкин

Как купить или продать бизнес

Благодарности

Огромное спасибо всем Клиентам организаций «Центр Продажи Бизнеса», «Северо-Западный Центр Консалтинга и Продажи Бизнеса» и некоммерческого партнерства «Коллегия Бизнес-Брокеров»! Без вас не было бы этой книги: ни материала, ни эмоций, ни большинства друзей, в которых переросли многие из вас за эти годы, да что греха таить – не было бы денег и того, каким я стал сейчас. :) Я рад, что многие из вас за эти годы стали нашими друзьями!

Спасибо команде «Центра Продажи Бизнеса», которая каждый день поднимает мне и нашим Клиентам настроение, а также благосостояние своей работой и профессионализмом, команде моих партнеров, которая стала для меня семьей. Особенно хочу поблагодарить Михаила Никитина и Анастасию Дахновскую (очень хочу поставить их обоих на первую ступень пьедестала наикрутейших специалистов переговорного процесса, не разделяя на первое или второе ме-

ста), которые помогли мне с написанием этой книги и поделились своим опытом и мудростью. Особое спасибо Михаилу Кузнецову, надежному партнеру и соратнику! Спасибо вам всем за то, что верите в меня и уже долгие годы идете со мной по этому пути, поддерживаете и помогаете!

Отдельное и самое огромное спасибо моей любимой Стасе за поддержку, любовь и титаническое терпение!:))

Маме Галине, сестре Наташе и дочке Алине огромный привет со страниц этой первой книги!

Спасибо крутому и скандальному бизнес-тренеру, бойцу;) Виктору Маркелову и его обаятельной супруге Ольге Ивановой.

Спасибо моему другу и партнеру Всеволоду Васильеву за бесценный опыт и надежное многомиллионное партнерство на протяжении многих лет!!!

Спасибо моему первому учителю Андрею Александровичу Бирюкову, который открыл для меня, что все мысли материальны.

Глава 1. Короткое вступление

Почему эта книга полезна и принесет тебе много денег

Привет!

Если откровенно, долго думал о том, в каком формате начать писать книгу и поделиться с тобой опытом. Я и моя команда компании «Центр Продажи Бизнеса» каждый день начиная с июня 2002 года помогаем в покупке и продаже, управлении, создании, улучшении и ликвидации бизнеса. Каждый день я и мои Бизнес-брокеры находимся на передовой, между молотом и наковальней, между Продавцом и Покупателем, между их обоюдными страхами, алчностью, нерешительностью и многими другими пороками или добродетелями.

Итак, о чем поведать? О бизнесе? О чем тебе будет интересно узнать? Про реальные ситуации из жизни моих клиентов? Про историю успеха или краха? Похвастаться или, наоборот, выступить в роли эдакого старца, умудренного опытом и сединами?:) Решил рассказать обо всем по чуть-чуть. И главное, в книге будет много реальных историй и опыт... много опыта из области продажи бизнеса. За подлинность

ручаюсь: все, о чем здесь написано, имело, имеет и будет иметь место в реальности.

Ты услышишь истории из практики – моей и моих любимых Брокеров. Истории, в которых нет хороших и плохих героев. Есть просто люди, такие же, как ты и я, каждый со своими проблемами и особенностями, желаниями и опасениями. Все имена, разумеется, изменены, а все выводы – это мое видение, с которым ты можешь согласиться или нет. Прошу не винить и не осуждать, так как я ничего не навязываю и не поучаю, а просто делюсь мыслями и историями. А выводы из них делай сам.:)

Я хочу, чтобы ты воспринимал эту книгу как нечто личное, ведь в ней я делюсь секретами своей профессиональной жизни. Но все же это, упаси боже, не учебник и не методичка, скорее доверительная беседа «под чаек» или что-то алкоголесодержащее (на твой вкус:)), но непременно душевная и доверительная. Именно поэтому я обращаюсь к тебе, дорогой читатель, на «ты», а не на «вы». Как к другу или деловому партнеру. Надеюсь, тебя это не обидит.

А теперь переходим к главному. Зачем тебе читать эту книгу?

Чтобы узнать:

- как продать или купить бизнес самостоятельно и не платить никому комиссию;
- как порвать в клочья миф, что «никто не будет продавать

курицу, несущую золотые яйца»;

- почему Продавцы продают прибыльный бизнес и доходную недвижимость и можно ли купить действительно что-то прибыльное, статусное и при этом безопасное и стабильно приносящее доход (раскрою секрет – можно! Как и почему? Читай дальше!);

- что происходит на рынке продажи бизнеса и что это такое. Что выгоднее: покупать бизнес или создавать;

- реальные истории из моего опыта и опыта моих коллег о том, как Продавцы и Покупатели кидают и обманывают друг друга и почему они это делают;

- истории из практики, которые помогут тебе сохранить миллионы и в которых нет плохих или хороших людей: они такие же, как и все, со своими проблемами, безысходностью, расчетливостью, драйвом и азартом;

- про друзей, нанятых представителей и родственников (кто они – помощники или убийцы твоего капитала?);

- кто такие Агенты, Юристы и Бизнес-брокеры: алчные посредники или благородные рыцари в сияющих доспехах, стоящие на страже твоих интересов? Нужны ли они;

- секретную и запретную информацию из реальной практики лидера рынка брокерских услуг, которая позволит тебе обогатиться (эти секретные сведения я спрячу в разных местах книги, поскольку только ее полное прочтение позволит ими правильно воспользоваться);

- и чтобы получить удовольствие от полезного и выгодно-

ГО ВО ВСЕХ ОТНОШЕНИЯХ ЧТЕНИЯ.:)

Заинтересовало? Тогда погнали!

Обыкновенная история

С одним Предпринимателем – его зовут Сергей – я знаком немало лет. За эти годы он многому меня научил, за что я, пользуясь случаем, хочу лишний раз сказать ему спасибо. Благодаря Сергею я заключил не одну успешную сделку. Казалось, он всегда чувствовал, с кем стоит работать, а с кем – нет, и однажды уберег меня от крайне невыгодного вложения средств.

Меж тем история самого Сергея довольно показательна. Вот почему я решил начать свою книгу именно с нее (и ею же закончить).

Сергей и Костя начинали как равноправные партнеры. Сергей (он был старший) к своим 40 с лишним успел выстроить и впоследствии продать небольшой бизнес – сеть магазинов белья. На вырученные деньги собирался заняться новым делом вместе с Константином. Костя был моложе и собственного опыта в бизнесе не имел, зато с детства мог рассчитывать на обеспеченных родителей.

Идея предприятия Сергея и Кости заключалась в грамотном пользовании федеральным законом № 159 о преимущественном праве выкупа. Говоря проще, в том, чтобы выкупать помещения от КИО (Комитет имущественных отношений Санкт-Петербурга, тогда – КУГИ). Вышеупомянутый закон позволяет Владельцу юридического лица с договором

аренды от города стать Собственником арендуемого помещения на льготных условиях – без торгов и с рассрочкой (есть и другие преимущества, но это не для массового читателя). В то время, когда Сергей с Константином решили этим заняться, помещения для выкупа оценивались согласно кадастровой стоимости (что намного дешевле их рыночной цены). Таким образом, выкупить можно было дешево, а перепродать – дорого: к этому и сводилась суть бизнеса.

Однако для того, чтобы выгодно продать выкупленный объект, он должен быть хорошим. Быстрее и дороже продаются те помещения, которые уже сданы либо легко сдаются Арендаторам (хорошие места, первые этажи и пр.). И их для начала нужно еще отыскать.

Сергей и Костя после безрезультатных самостоятельных поисков в Интернете и по знакомым разумно решили для поиска подходящих им помещений воспользоваться помощью Агентов. Так они нашли первый объект, который выкупили на двоих: каждый вложил по 50 % от требуемой суммы.

Но вот какое дело: Константин не захотел отдавать Агенту комиссию. Он считал, что Агент не сделал ничего особенного, чтобы ее заслужить, поэтому Агенту комиссию не заплатили, сэкономив хорошую сумму. Сергей, положив руку на сердце, тоже хотел сэкономить, но тем не менее заплатил комиссию посреднику из своих денег, как договаривались, так как

видел в этом огромный плюс, о котором Константин даже не догадывался. После того как партнерам нашли второй объект, Константин снова отказался давать Агенту деньги, Сергей опять выплатил комиссию сам.

Долго ли, коротко ли, для помещений, которыми теперь владели Сергей и Костя, были сперва найдены Арендаторы, а затем сами помещения выставили на продажу и благополучно реализовали. Приятели поделили выручку, доходность была ошеломляющей, каждый из них за неполных шесть месяцев заработал более 20 миллионов рублей чистой прибыли при вложенных 5 миллионах!!! На этом их партнерство завершилось. Точнее, его завершил Сергей: надоело платить одному и объяснять, на его взгляд, очевидные вещи партнеру... А тот, посчитав Сергея принципиальным идиотом, также перестал с ним общаться.

Так перспективный бизнес партнеры продолжили самостоятельно. По факту с одинаковым капиталом на старте, опытом и связями.

А вот к чему привел их разный подход к ведению одного и того же бизнеса спустя три года, я расскажу в конце, после того как ты проникнешься моралью и логикой всей книги, так сказать – под самый занавес, что называется – «на сладкое». Одно только скажу: контраст колоссальный! Одним этот рассказ даст бесценный опыт, как люди с нуля становятся о-о-очень богатыми, а другим – интересную исто-

рию.

Кто ты: Инвестор – Предприниматель – Бизнесмен?

Большинство людей готово безмерно много трудиться, лишь бы избавиться от необходимости немного подумать.

Томас Эдисон

Эта книга написана в первую очередь в помощь тем, кто продает или покупает: управлять бизнесом я никого не учу. Поэтому фигурирующие в моем повествовании Покупатель и Продавец часто читаются как Инвестор и Владелец. И оба «смешиваются» с Предпринимателем и Бизнесменом. Я делаю так, чтобы не заморачивать тебя, дорогой читатель, но отдаю себе отчет, насколько все это разные понятия. Если ты в процессе чтения поймешь, что обладаешь описанными ниже знаниями, значит, ты крут! Переходи к следующей главе. Но для остальных я не мог не заострить на этом внимания как на крайне важном моменте развития бизнес-процессов в России.

У нас в стране нет своей школы Бизнесменов, Предпринимателей. В 90-е годы Предпринимателями автоматически стали все, кто вовремя подсуетился. Но и по сей день людей, которые реально умеют заниматься предпринимательством, не так и много.

В России лишь немногие понимают, что, приобретая бизнес, ты еще не становишься Бизнесменом.

Покупатель становится Владельцем некоего дела. Инвестор вкладывает в дело средства. И какая им обоим разница, что там дальше с этим делом происходит?

Предприниматель занимается любимым делом, следит за ним, укрепляет его и развивает, а если нужно, то сам стоит за прилавком. Этаким универсальный солдат. На Предпринимателе замкнуты все бизнес-процессы: он должен вести операционное управление, всё и всех контролировать, справляться с многочисленными форс-мажорами, противостоять всем тем, кто стремится его обмануть (а то и обманывать сам). Это тяжкий труд. И зачастую неблагодарный.

Бизнесмены же – это отдельный класс Предпринимателей. Можно сказать, следующий этап развития. Бизнесмен выстраивает структуру бизнеса таким образом, чтобы рабочие процессы от него не зависели.

Рабочие процессы – дело команды. Бизнесмен – это тот, кто осуществляет лишь стратегическое управление.

Лично я очень бы хотел слегка подкорректировать мышление большинства Предпринимателей. Чтобы они поняли: пора уже становиться Бизнесменами. Можно быть первоклассным специалистом в маркетинге, менеджменте, финан-

сах, управлении персоналом, рекламе. Все эти навыки можно и нужно реализовывать в собственном бизнесе. С их помощью ты улучшаешь, расширяешь, развиваешь бизнес и, как следствие, поднимаешь его стоимость.

А потом продаешь его.

Это концептуально иной уровень. Он подразумевает, что ни один бизнес ты не заводишь навсегда. Бизнесмен покупает бизнес, возможно, в не очень хорошем состоянии, но у него есть опыт и умения, чтобы это состояние улучшить. Он вкладывает в него свои резервы, спустя какое-то время продает дороже и использует полученную прибыль, чтобы купить новый. Согласись, это выгодно!

При этом Бизнесмен постоянно увлечен созданием чего-то нового и не погружается в манящую рутину стабильности.

Кто-то скажет, что в такой механике многовато холодного расчета и маловато романтики. Ах, что может быть милее для внутреннего взора, чем картинка с тобой – тертым ветераном бизнеса за стойкой собственного бара, где звучат только твои любимые вековой давности песни, где ты можешь запустить в гнев бутылкой в снова накосячившего бармена, а каждый таракан уже лет 20 как знает тебя по имени... Да, в этом тоже есть плюсы. Но я говорю о той модели управления, за которой будущее: ты управляешь своим бизнесом, наслаждаясь «Маргаритой» на Маврикии, едешь на отдых, куда хочешь и когда хочешь, уделяя работе от силы 1–2 часа

в день – и то с помощью планшета, лежа в гамаке. Нет ли в этом своей романтики, а? Той, что без тараканов и битых бутылок?

Купить и перепродать в минус

Приобретая бизнес, многие ищут на самом деле не источник дохода, а усладу для души – детскую мечту, новую игрушку. Особенно часто это встречается в сфере развлечений и общепите. С одной стороны, в этом нет ничего плохого: наигравшись, Покупатель часто возвращается к нам и продает дело. С другой стороны, эта перепродажа крайне редко оказывается выгодной. Потому что, когда наш герой покупал, предположим, ночной клуб, он воображал себе зажигательные ночи в компании соблазнительных стриптизерш, с радужными коктейлями и модными диджеями. На зажигательные ночи в компании приходно-расходных книг и выматывающую работу он не подписывался.

Если нет грамотного менеджмента, если бизнес брошен на произвол судьбы, то его не спасет ни удачное местоположение, ни постоянная клиентура (есть несколько исключений, но ночные клубы и кафе к их числу не принадлежат). Посему крайне маловероятно, что под управлением короля вечеринок бизнес станет приносить больше денег. Хорошо, если не сильно меньше. А обычно продавать приходится с большой скидкой.

Такой вариант покупки с последующей перепродажей – это не бизнесменство, а экстренные меры по минимизации ущерба.

Купить и перепродать в плюс

С выгодой для себя продают бизнес те, кто знает, что будут продавать, еще тогда, когда покупают.

Брокерам нашей компании хорошо знаком некий пул бизнесов, которые мы продаем раз за разом, с определенной регулярностью. Пара отелей, стоматология, несколько кафе. У всех этих бизнесов есть некий потолок по доходности. И как тут ни крутись, выше его не прыгнуть, насколько бы качественным ни было управление. Когда Предприниматель знает этот потолок либо когда «потолочной прибыли» ему становится мало – он продает.

В других случаях реальная планка гораздо выше того уровня, на котором работает бизнес. Но Владелец не хочет «лезть на полоток». Он давно занимается этим бизнесом и устал от него. Либо понимает, что ресурсы на дальнейший рост будут уходить не в линейной, а в логарифмической прогрессии: усилий все больше, эффекта все меньше. И тогда он опять-таки продает.

«Точка принятия решения» у каждого своя: опытный Бизнесмен всегда почувствует наступление момента, после которого удерживать актив дольше не следует. Предпринима-

тель будет ориентироваться на интуицию или добиваться неких поставленных себе конечной целью финансовых показателей (хорошо бы реально достижимых). Так или иначе, оба воспринимают конкретный бизнес лишь как одну ступень на пути вверх. И эта позиция, я уверен, правильная и перспективная. Лично мое мнение после 15-летнего наблюдения за успешными Бизнесменами такое.

Посади семечко, поливай и удобряй росток, вырасти из него полноценный плодоносящий бизнес, а потом продай. И тогда ты сможешь вырастить новый – гораздо больше и урожайнее.

Глава 2. Пять основных вопросов о сегодняшнем рынке готового бизнеса

Что выгоднее: купить бизнес или создать?

Готовый бизнес – это объект предпринимательской деятельности различной сферы направленности и различной формы собственности, целью которого являются извлечение прибыли и удовольствие от участия в организации процессов.

Википедия

Пару-тройку лет назад я бы дал развернутый ответ на этот вопрос. Я бы долго перечислял «за» и «против», объясняя тебе, куда и почему имеет смысл вкладываться. Но сейчас 2018 год, и ситуация давно не кризисная, по крайней мере в Москве и Питере. Поэтому мой ответ, если кратко, будет звучать так: **вкладывай, куда захочешь!** Любой бизнес может приносить прибыль, если соответствует определенному набору факторов, но о них чуть позже.

Что угодно сегодня можно и продать, и купить выгодно.

Прибыльных бизнесов на рынке достаточно много. Я только еще раз напомним, что для кого-то и 100 тысяч рублей в месяц – достойная прибыль, а кому-то и миллиона «маловато будет». Все зависит от того, сколько они готовы вложить и сколько хотят получить.

Когда у тебя есть деньги, ты встаешь перед выбором: что выгоднее – покупать или создавать?

Каждый способ личного обогащения хорош для конкретного человека ровно настолько, насколько он сам для себя это определяет. Главное – результат. Что для тебя результат? Деньги?

Золотое правило для Покупателя или Инвестора и, на мой взгляд, показатель здравого смысла: прежде чем купить или создать, спроси себя: «Зачем мне это?»

Давний мой Клиент Станислав пришел ко мне с идеей продажи половины доли своего бара в центре города. В течение шести месяцев работы (с момента открытия) это заведение не приносило дохода, несмотря на вложенные в него 5 миллионов рублей и очень даже неплохую посещаемость.

Станислав сетовал на непонятливость совладельца, который и настаивал на продаже своей доли. Партнеру (и его можно понять) просто надоело участвовать в нулевом предприятии. Хотя сам Стас был уверен, что прибыль точно будет: нужно просто

подождать! Только пока неясно сколько. А сейчас, пока деньги еще не текут рекой, Станиславу требуется новый партнер – более терпеливый и «адекватный».

Почему Стас был так уверен в том, что его бар будет приносить доход? Да потому, что он его обожал! Считал его лучшим на свете! Это был именно ЕГО бизнес, выстроенный его же мозолистыми руками, кирпичик за кирпичиком. К своему бару Стас относился как к любимой женищине, а разве любимая бывает некрасивой?

Всю свою долгую и непростую жизнь (иначе не скажешь про человека, пережившего 90-е, войну и три с лишним брака) Стас занимался строительством. Не то чтобы он был сверхуспешен. Но тем не менее к своим 47 годам успел построить дом, зачать трех детей, дважды развестись и скопить небольшое состояние. Которое они с его последней спутницей жизни, особой юной и довольно капризной, героически пытались сохранить, развивая собственную сеть из двух столовых.

Когда Стас еще только вынашивал идею своего бара, я спросил: «Зачем тебе это? Почему именно бар?» И получил уверенный ответ: «Чтобы с друзьями встречаться! Буду общаться с гостями, всякие коктейли им придумывать. Знаешь, когда я последний раз сам делал коктейль?..» Далее последовало погружение в прошлое минут на 30. И, друг мой, видел бы ты его глаза! В них было столько восторга и предвкушения, что я просто не посмел разрушить эту

сказку своими грубыми прагматичными речами.

Стас подкопил деньжат, нашел партнера-инвестора и «сделал» свой бар от первого до последнего винтика. Сделал сам, для себя и на совесть. У него появилось огромное множество друзей, он собственноручно наливает им напитки, и заведение его никогда не пустует. Стас делает друзьям большие скидки или вообще угощает задарма – а как иначе, друзья же!

Но вспомним события, описанные в начале истории. Через полгода работы дохода как не было, так и нет. Потому что по-прежнему нет четкой системы, способной приносить прибыль. Стас управляет своим баром, следуя не системе, а велению сердца: у них, что называется, брак не по расчету, а по любви. И это прекрасно, говорю без капли иронии!

Но второй партнер ни на какую любовь не подписывался! Он изначально относился к этому бизнесу как к объекту для инвестиций, и объект, равно как и партнер, его ожиданий не оправдал. Так что теперь партнер хочет вернуть свои деньги, и Стас вынужден запустить продажу его доли.

Неужели бизнес Станислава не может приносить доход? Конечно, может. Но деньги ли на самом деле нужны Стасу? Или все-таки он хочет чего-то другого?

Поэтому еще до покупки или создания бизнеса задай себе вопрос: «Какую цель я преследую?» Получение прибыли? Самореализацию? Доказать что-то кому-то? Побороть

свой комплекс или зависимость? Получить больше свободы? Максимально загрузить себя и задействовать свой потенциал? Порадовать близких, сделать им подарок? Есть ли у тебя опыт управления бизнесом в конкретной сфере? Кто будет твоей командой? Будет ли она тебя поддерживать? Есть ли специалисты для выполнения линейных функций? Кто будет отвечать за безопасность? Как ты создашь систему, чтобы бизнес мог работать без твоего участия? И обязательно дай себе честные ответы!

А затем выучи формулу успешного бизнеса:

**Удовольствие × Компетентность × Система =
Прибыльный бизнес.**

Удовольствие – это все, что тебя волнует и радует в этом бизнесе: статус, самореализация, прибыль, власть. И этому аспекту я хочу уделить чуть больше внимания как более значимому. Есть известная фраза: «Бизнес должен приносить удовольствие». И действительно, только тогда он будет иметь шанс на успех. Но шанс – это не гарант успеха, это всего лишь дополнительный процент к вероятности удачного продолжения. А теперь самое интересное – вопрос, который чаще всего ставит в тупик наших клиентов, но именно он о-о-очень важен до начала поиска: «**А что тебе доставляет удовольствие в твоём бизнесе?**» Или: «Какое удовольствие ты хочешь испытывать, когда купишь бизнес?» Попробуй ответить на него. Прямо сейчас. Возьми паузу в чтении, закрой глаза и представь это, почувствуй.

Чаще всего отвечают: деньги! Или: когда все получается! Но так ли это на самом деле? Почему тогда почти все продавцы точно знают, как масштабировать свой бизнес и увеличить его прибыль? Они готовы часами рассказывать об этом покупателю, но сами месяцами или годами ничего из этого не делают. Врут? Нет, они чаще всего говорят реально крутые и правильные вещи, которые действительно приведут к прибыли. Но правда в том, что им это не нужно. Им не нужны деньги. И у всех так! Их больше не зажигает свой бизнес. Именно поэтому ничего не меняется и он начинает чахнуть. Нет удовольствия – нет действий. И прибыль здесь ни при чем. Нас просто никто не учил мыслить по-другому, в том числе критериями **УДОВОЛЬСТВИЙ**.

Многие пишут и говорят про то, что наше общество 80 лет мариновали, воспитывали в нас стремление к материальным ценностям: планы, показатели, стандарты, нормы и много еще чего... и не давали личности творчески реализовываться и развиваться, точнее, все творчество также было рамочное и стандартизированное.

Развитие и свобода были, но в дозволенных рамках. А когда в 90-е все вдохнули свободы и... ЭХ! А что с ней делать? Массы попрятались в ракушки привычной реальности, нас никто не учил получать удовольствие, более того, срамили за желание выделяться из толпы. Как итог, большинство до сих пор живет в рамках стандартов и технических характеристик и учит этому других.

Это не хорошо и не плохо, но это только 33,3 % из того, что реально нужно для успешного бизнеса. Остальные 66,7 % – это то, что нас развивает и делает сильнее: творчество, статус, самооценка, греховные и кра-а-айне «срамные» мотивы, дисциплина, системное и структурное мышление, радость и гордость за нас близких людей, уважение друзей, возможность помочь нуждающимся и много еще чего, что влияет на твое и мое решение при покупке. Ты задумывался, что это также имеет вес, но мы не придаем этому значения? Мы учитываем и такие мотивы у наших Клиентов (называем их скрытыми, так как чаще всего именно они диктуют решение, а Клиент называет их интуицией или «почему-то нравится»).

Компетентность – твое знание рынка в этой сфере, профессиональная команда и много еще чего, что должен знать Владелец бизнеса. Главное, чтобы эти знания реально были, посему дай себе реальную оценку: крут ли ты в выбранной сфере? Знаешь, как и сколько ворует линейный персонал? Знаешь, где взять дешевых поставщиков и выгодных потребителей твоего продукта? Умеешь правильно оценить рынок? Место нахождения торговой точки? И много еще чего... Если ответы не в твою пользу – найми профессионалов!

Система – это создание автономной структуры, способной работать и приносить прибыль без твоего участия. Кто будет управлять бизнесом вместо тебя? Кто будет за тебя считать деньги и анализировать результаты за неделю, месяц,

квартал, год? А затем строить планы вместе с тобой? Умеешь ли ты структурно мыслить, работать с людьми и создавать команду? Умеешь ли их стимулировать и мотивировать? Если да, то ты мегакрут! Ты сможешь выстроить систему!

А теперь еще раз посмотрим на формулу и вспомним школьный курс математики. Если хотя бы один из сомножителей равен нулю, то произведение... Ну, в общем, ты знаешь.

Итак, ПОКУПКА vs. СОЗДАНИЕ. Плюсы и минусы

Ты хочешь, чтобы у тебя появился бизнес. Или чтобы расширился тот, который уже есть. Ты можешь купить или создать. Что ты выберешь?

Если твой выбор – создать, то:

- вероятно, ты не веришь, что на рынке готовых бизнесов выставляют что-то стоящее. Тебе кажется, что надежнее взяться за дело самому;
- ты бы купил готовый бизнес, но твоя идея настолько креативна и экстраординарна, что ничего похожего на рынке не сыщешь;
- ты уже съел не одну собаку на этом деле и создаешь бизнес для того, чтобы потом выгодно его продать;
- тебя манит привлекательная франшиза, где, как вещает убедительная реклама с сайта, все уже продумано за тебя и ты просто обречен на прибыль. И я не премину высказаться на этот счет.

Приобретать франшизы в последнее время стало очень модно. Люди покупают чью-то готовую бизнес-модель и стараются реализовать ее самостоятельно. Но если ты подумаешь о таком варианте, боюсь, официальная статистика по этому поводу может тебя расстроить.

60 % купленных франшиз умирают в первые шесть месяцев, 30 % – в течение года, и только оставшиеся 10 % как-то вытягивают и даже становятся доходными.

Я часто, особенно за последние два года, сталкиваюсь с продаваемым бизнесом, открытым по франшизе (стоимостью до 5 миллионов рублей). Девяносто процентов из них продают неприбыльный или убыточный бизнес. И у этого есть объективная причина.

Мой друг Степан, молодой человек до 30, последние шесть лет работал завучем в школе и, как любой нормальный мужчина, созрел для собственного бизнеса. Его это больше не давало покоя и настаивало на открытии собственного дела, а поскольку ранее он бизнесом не занимался и не понимал всех тягот и выгод, решил на красочные обещания с сайта по продаже франшиз. Он собрал все, что было накоплено на бюджетной работе, и вложил кровью и нервами заработанные 600 тысяч рублей в покупку франшизы и оборудования для небольшого островка мороженого в торговом центре. Решился, потому что ему клятвенно

пообещали доход со второго месяца работы 50 тысяч рублей, а с третьего – 100 тысяч и более. При этом все процессы отлажены, место ему выбрать помогут, оборудование закупят, договоры заключат, персонал наберут и все запустят. В общем, живи и радуйся! Только приезжай за выручкой, оплачивай счета и клади прибыль в карман!

Даже я сейчас пишу и понимаю, что уже хочу купить такую франшизу! А ты? А! Забыл, перед этим его провезли по успешным точкам, которые и правда «качают», он пообщался с двумя франчайзи, которые его заверили, что надо брать! Ну он и взял.

Через неделю ушел продавец, Степе пришлось работать три недели за прилавком самому. И это, пожалуй, единственные его радостные воспоминания. Что может быть лучше – делать людям мороженое, прикалываться, шутить и поднимать настроение себе и любителям сладкого.

Продавца нашел, но первый месяц для него закончился с убытком 11 тысяч рублей, второй – с убытком 28 тысяч рублей (как он заметил, когда он сам стоит за прилавком, продажи идут значительно лучше, а заставить быть позитивным и продающим продавца у него не получалось), третий – с убытком 26 тысяч рублей. Кроме того, он столкнулся со штрафами от ТЦ за несвоевременное открытие точки, с опозданиями или невыходами продавцов, несвоевременными поставками, потерей клиентов из-за грубости или безответственности продавцов,

низким трафиком посетителей ТЦ и прочее. На все вопросы к владельцу франшизы тот только разводил руками и говорил, что ничего не понимает, все должно работать, что нужно, видимо, еще подождать... В итоге бизнес пришлось закрыть. Деньги Степан потерял.

На мой взгляд, большинство предложений по продаже франшиз на сегодняшнем рынке – откровенное разводилово. Покупателю обещают несметные богатства, дают увесистый томик детальных инструкций (это в лучшем случае), принимают от него любовно скопленные сбережения и делают ему ручкой. Человеку кажется, что на него упала халыва. Но никто не говорит, как ему интегрировать в свою голову понимание бизнес-процессов, видение продукта, опыт, а самое главное – порядок действий в случае нештатной ситуации (отсутствие клиентов/заказов, завышенная арендная ставка, воинственно настроенные соседи и много еще чего). Кстати, иногда у такого Инвестора желания зарабатывать собственными силами – и того нет. Да-да, я клоню к тому, что на рынке, само собой, есть крутые предложения по франшизе, но Инвестор сталкивается с другой проблемой – с собой!

Это неприятно, но чаще всего так и есть. В глазах профессионала это выглядит так, как будто ты захотел провести хирургическую операцию, хотя бы несложную. Ну... прямо с детства мечтал стать хирургом, готовился к этому, смотрел

сериалы «Доктор Хаус», «Клиника» и «Интерны». Штудировал умные энциклопедии и... копил деньги для того, чтобы начать оперировать! Ну да, так сразу. И тут тебе неожиданно повезло! Нашелся нуждающийся в деньгах человек, который ради них готов лечь под нож! Ты, как адекватный человек, само собой, все внимательно изучил, перечитал десять раз, как выполнять эту простую операцию, проконсультировался и начал резать! Каков шанс, что все пройдет хорошо? Не знаю. И ты не знаешь, хоть и подготовился. Теоретически может получиться, а может и человек умереть. Тогда ты и деньги потеряешь, и срок получишь. Если узнают. В любом случае риск гораздо выше вляпаться, чем если бы ты учился этому лет семь. Вот и в бизнесе так же. Если нет достаточного опыта, ты либо покупаешь готовую и доходную модель, которую до этого имеется возможность детально проверить. Либо создаешь с нуля с подсказками, а там будь что будет. Покупка франшизы жизнеспособна, когда Инвестор и так уже профессионал в конкретной сфере, и ему нужны только громкий бренд или прописанные регламенты и структура, чтобы выйти на рынок. Но даже такой Покупатель должен осознавать, что франшиза для него – смелый эксперимент: выстрелит – отлично, прогорит – ну и черт с ней.

Доход и прибыльность при покупке франшизы прогнозировать сложно. Когда кто-то гарантирует их тебе на 100 %, велика вероятность, что этот кто-то лукавит. Цена эксперимента с франшизой измеряется в твоих и только твоих де-

нежных затратах.

Когда выгоднее создавать бизнес с нуля или покупать франшизу:

- когда есть большой опыт в управлении и в сфере покупаемой франшизы;
- когда есть опытные друзья или родственники, на чью помощь можно рассчитывать;
- когда нет денег, чтобы сразу вложить в покупку нужную сумму, но достаточно, чтобы на что-то жить, пока прибыль идет на развитие нового бизнеса;
- когда денег очень много и какую-то их часть не жалко потерять, если твой эксперимент провалится.

Михаил Баженов, вице-президент холдинга компаний «Адамант» и совладелец известной ресторанной сети Ginza Project, обмолвился на одной из встреч: «Любой может потерять деньги, даже когда он все тщательно проверил». В пример он привел один из своих IT-проектов, план развития которого был просчитан самым тщательным образом и с учетом всевозможных рисков. Проект прогорел все равно, что привело к потере миллионных сумм. Но конкретно Баженов не пребывает по этому поводу в депрессии – он испытывает всего лишь неудовольствие. Попробовал, не получилось, делаем выводы и живем дальше. Он может себе это позволить. В отличие от большинства начинающих Бизнесменов.

В чем минусы создания бизнеса:

- тебя ждет достаточно длительный период выхода на самоокупаемость. Для каждого бизнеса этот период будет свой, но в среднем нужно быть готовым ждать от 10 до 30 месяцев;
- нужно быть готовым к тому, что первые 3–9 месяцев у тебя вообще не будет прибыли. А жить на что-то надо;
- ты будешь покупать новое оборудование дорого (при покупке готового бизнеса оно достанется тебе дешевле, а то и бесплатно);
- нужно быть готовым и к потере бизнеса, и к невозврату инвестиций;
- в случае с франшизой ежемесячно несешь дополнительные затраты на уплату роялти.

Конечно же, это не значит, что именно у тебя с созданием ничего не получится. Если ты настолько опытный и профессиональный Инвестор, что способен создать успешный бизнес на ровном месте, если создание бизнеса для тебя – хобби, предмет самореализации или у тебя креативная и творческая натура, тогда плюнь на все вышесказанное и создавай!

Когда выгоднее купить бизнес, чем создавать с нуля или взять франшизу:

- когда относительно понятно, на какую доходность рассчитывать с первого дня;

- есть желание сразу начать зарабатывать, ты до приобретения уже проверяешь и убеждаешься в доходности покупаемого актива. При этом у тебя может не быть достаточного опыта, знания, что и как делать, профессиональной команды. Но зато есть огромное желание работать на себя;
- относительно понятно (насколько это возможно в России), какое будущее ждет этот бизнес в дальнейшем;
- ты хочешь развивать уже существующий бизнес и нет времени на раскрутку новой точки, ты покупаешь уже раскрученный ликвидный актив;
- у тебя горят контракты или есть клиенты, которыми ты сразу можешь загрузить купленный бизнес. Это гораздо выгоднее, чем тратить время на построение новой структуры и притирку кадров;
- можно получить кредит под действующий бизнес;
- ты хочешь быстрых денег и, видя недооцененный актив, покупаешь его. Поддерживаешь работу или развиваешь, чтобы затем продать его дороже.

Как видишь, все эти плюсы объединяет важный для бизнеса фактор – время! Твое время!

Твое время – самый ценный ресурс, который ты не можешь купить, но можешь сэкономить.

Сейчас внимательный читатель может ткнуть меня носом в текст и заявить: *«Э, Егор, мне кажется, ты давишь на меня и подталкиваешь к покупке! Когда ты говорил про создание,*

то большие перечислил минусов, а когда про покупку – плюсы и никаких минусов!»

Да, верно, подталкиваю! А знаешь почему? Потому что всем, кто вставал перед выбором «покупка или создание», я всегда говорил и не устану повторять: **«Покупайте!** Или обращайтесь к тем, кто профессионально создает, а потом продает».

Именно покупка бизнеса подходит большинству Инвесторов гораздо лучше, потому что решает их текущие задачи (быстро приносит прибыль и реализует нематериальные желания) без «побочных эффектов» в виде воза и маленькой тележки задач по запуску и настройке процессов.

Плюсов много, они весомее, но **есть три серьезных минуса при покупке:**

1) **тебе могут врать.** Прибыль может оказаться убытком, персонал может уйти на следующий день, каждый день ты будешь узнавать о новых долгах... Продолжать? Риск реальный, но не критичный (если правильно подойти к проверке покупаемого актива). Но об этом в следующих главах;

2) **ты не видишь, что нужно покупать.** Зачастую неопытность, жадность или излишняя самоуверенность Покупателя не дают увидеть в куче песка золотую крупинку... Такое часто встречается, но исправимо (это мы также рассмотрим более подробно в следующих главах);

3) **ты не умеешь правильно покупать.**

Игорь обратился к нам, чтобы купить салон красоты. Мы подобрали ему очень интересный вариант, подходящий под все его запросы. Проверив доходность бизнеса по бухгалтерской отчетности, Игорь решил навеститься туда, подобно тайному Покупателю, и своими глазами увидеть, как идут дела.

Мы не первый раз работали с этим Клиентом и знали его как человека аккуратного и здравомыслящего. Никаких возражений его желание не вызвало. Правда, Продавцу мы все-таки рекомендовали присутствовать при этом визите, но он был сильно загружен и позволил Игорю действовать самостоятельно.

Через несколько дней Продавец позвонил нам в страшном расстройстве: оказалось, покупать Игорю больше нечего, поскольку из салона ушел почти весь персонал! И причиной тому, как выяснилось, стал тот самый «тайный» визит.

Изначально наш Клиент не планировал устраивать осмотр в день, когда в его офисе проходил корпоратив. Но под влиянием некоторых 40-градусных обстоятельств изменил планы и прямо с вечеринки вместе с коллегами, «профессионалами своего дела», но плохо контролирующими свои тела, поехал в салон проводить «аудит».

Там Игорь, во-первых, царственным жестом распахнул дверь. Во-вторых, с порога заявил перепуганным девушкам, видевшим его и еще четырех здоровых «ароматных» мужиков первый раз в жизни: «Я вас всех покупаю!» А в-третьих, потребовал

показать ему кассовую книгу и бухгалтерскую отчетность, что стало последней каплей для двух парикмахеров, маникюрщицы и администратора, которые через день уволились по собственному желанию, не захотев работать с таким новым Собственником.

Игорю, конечно, потом было стыдно, он очень извинялся, но бизнес не купил, сказав: «А за что я буду платить 2,5 миллиона, если теперь там нет персонала? Кто работать-то будет?» И быстренько слился. Бизнес, конечно, мы помогли реализовать, но, к сожалению, только через 1,5 месяца, когда Продавец восстановил ситуацию после такого «тайного визитера».

Как видишь, при покупке бизнеса может случиться всякое. Как говорится, понимание приходит с опытом. И в конечном счете человек сам выбирает, откуда ему этот опыт черпать: из собственных ошибок или из чужих.

Кому-то нравится наступать на грабли самому, а потом делать выводы, изучая окраску и степень болезненности собственных шишек. А кто-то предпочтет нанять «Телохранителя», который в случае «нападения граблей» прикроет его своим телом. Или «Врача», повидавшего на своем веку столько шишек, что хоть целую книгу о них пиши. Применительно к нашей теме и то и другое называется «обратиться к Бизнес-брокеру». Он и поможет, и убережет. Однако если ты захочешь сделать все самостоятельно – честь тебе, хвала

и флаг в руки! Можешь немедленно, не дочитывая эту главу, переходить к следующим, где я рассказываю о том, как правильно покупать и продавать бизнес.

Почему люди продают курицу, несущую золотые яйца? Почему ошибаются в оценке бизнеса его Упаковать бизнес – провести предпродажную подготовку

*О, если бы каждый раз, когда я это слышу, мне
давали по доллару!..
Ларри Лаффер*

Нет, серьезно: меня постоянно спрашивают о том, почему же люди продают свои бизнесы, если с ними все в порядке. И логики этот вопрос отнюдь не лишен. Казалось бы: зачем избавляться от хорошей вещи? Давай-ка прикинем. Зачем люди продают на «Авито» б/у мобильники, блендеры, шкафы, дамские сумочки, разборные гантели, детские коляски?

Да по одной простой причине: не нужны.

В бизнесе принцип схож, но все несколько сложнее. Ненужным продаваемый бизнес становится по разным причинам.

Так зачем продавать прибыльный бизнес? Тем, кто задает мне этот вопрос, я часто отвечаю: «Откуда Вы знаете, что Продавец прибыльного бизнеса считает нужным, выгодным или успешным, а что – нет?» Для одного чистая при-

быль 100 тысяч рублей в месяц – это безбедная жизнь всей семьи, включая домашних питомцев. Для другого – копейки, за которые и из дому-то выйти лень. Кто-то готов пахать днями и ночами ради этой суммы, а для кого-то это слишком муторно и неинтересно.

У людей меняются жизненные ситуации. Людям могут срочно понадобиться свободные средства для уплаты кредиторам или для новых инвестиций. Люди женятся и разводятся, переезжают на другое место жительства, меняют род деятельности. Для кого-то это источник заработка – купить дешево, раскрутить для того, чтобы затем продать дорого. Наконец, просто устают и решают посвятить остаток своих дней мирному выращиванию тыкв на приусадебном участке, понимая, что жизнь слишком коротка, чтобы тратить ее на работу.

Возьмем такой пример: в последние годы заметно выросло число предложений по продаже крупного бизнеса стоимостью от 1 миллиарда рублей. Почему? Не в последнюю очередь потому, что Владельцы такого бизнеса, как правило, уже далеко не юны. Им уже не так легко оперативно реагировать на изменение рыночной ситуации, а это, как известно, для успешного ведения дел совершенно необходимо. А чаще всего им это уже не приносит того драйва и удовольствия, как лет эдак ...надцать назад. Этим Предпринимателям надоедает оперативная деятельность в конкретной области, и они уходят в другую (правда, если по-честному, то мало в

ком из людей такого сорта вспыхивает страстная любовь к тыквам, чаще они просто меняют сферу бизнес-интересов, например, на рентный бизнес).

Основные причины продажи бизнеса

Изучая статистику, можно заметить такую закономерность: мотивы и для покупки, и для продажи проекта легко делятся на две группы. Первая – объективная (рациональная, логичная) мотивация. Вторая – мотивация субъективная (эмоциональная). При этом побудителем к продаже может быть как каждая из них по отдельности, так и обе вместе. И здесь также важно отметить, что чаще всего не деньги становятся причиной продажи такого бизнеса, а иные, в том числе эмоциональные, факторы. Точнее, если нет прибыли – все понятно, почему продают (об этом подробнее в конце). Мы же начнем с причин, почему продают, если прибыль есть. И даже попробуем разложить эти причины по полочкам (хорошие и плохие). Хорошие причины – это те, которые побуждают Продавца продавать, когда, казалось бы, в бизнесе все хорошо в плане доходности, но он все равно вынужден продавать по указанным ниже причинам. Плохие – когда все плохо, прибыли нет, Продавец беден и несчастен из-за всех и всего вокруг, кроме него самого (те причины, которые мы чаще всего подозреваем у Продавца и о которых слышим от других).

Хорошие причины продажи бизнеса

1. **Эмоциональное выгорание.** Как ты понимаешь, бизнес – дело рисковое. Оно требует физического напряжения, нервов (а они не у всех железные), времени и сил. Это надоедает. Понятно, что есть Цари-предприниматели, чьи характер, амбиции, желание всем владеть и все контролировать идеально позволяют управлять своим детищем до конца дней своих. Но этим могут похвастаться отнюдь не все. А если ты человек, постоянно увлекающийся чем-то новым, – бизнес рано или поздно тебя «достанет». Тебе будет порядочно лет, у тебя уже будет стабильный пассивный доход, ты решишь занять выгодную должность в чужой компании или увлечешься новым проектом, и – оп! (щелчок пальцами) – твой бизнес тебе больше нафиг не нужен.

У меня есть отличный пример такого выгорания – Предприниматель Виталий, бывший Владелец нескольких прибыльных автомоек. К тому времени, как пошел n-й год Виталия в бизнесе, эти мойки и сотрудники ему порядком осточертели.

И вот к его 50-летию мы помогли ему сделать себе подарок: автомойки перешли к новому хозяину, а Виталий взамен приобрел помещение с Арендатором (для пассивного дохода) и отличный пивной бар в центре Питера. Сейчас Хозяин-бармен Виталий стоит за стойкой собственного (ненаглядного) заведения,

принимает друзей и, судя по всему, совершенно счастлив.

2. Отход от дел. Как ни посмотри, бизнесу в России, каким бы он ни был, сегодня около 25 лет. Если человек начинал в 1990-е, то сейчас ему может быть лет 55–60. За свою жизнь он уже напахался выше крыши и теперь хочет передать свое дело кому-то другому, чтобы отдохнуть (да-да, тыквы) и заняться здоровьем, так как последствия бурной молодости не дают дальше полноценно вести бизнес.

Один мой Клиент (эх... жаль, нельзя называть имена и продаваемые компании... Как бы это подняло статус моей компании в твоих глазах) – один из монополистов в сфере определенных комплектующих для оборонки, руководит своей компанией более 30 лет. Бизнес прибыльный, а в свете последних политических событий так еще и на 0-го-го каком коне. Устал, управлением занимаются сотрудники, вроде все ладно и работает, но хочет продать, уехать из страны, на часть денег купить пару бизнес-центров, остальные – вложить в Австрию, где живут дочь и внуки. На мой вопрос: «Зачем продавать, если все автоматизировано? Езжайте и отдыхайте!» – ответил: «Так все равно душа болит, все же нужно контролировать и перепроверять, а вдруг кто не справится. Да и индусы эти... и китайцы...» Вот она, предпринимательская душа – все вроде автоматизировал, но все равно хочется все контролировать, и знать, и на все влиять, а это нервы, которые в его 66 лет уже пора

поберечь. Вот и получается, что проще продать и сбросить с плеч бремя ответственности, чем отдать в управление и пережить, «а вдруг не справятся».

3. Инвесторский подход. Многие деловые люди изначально не планируют посвящать всю жизнь конкретному бизнесу. Они приобрели его когда-то, желая только лишь выгодно вложить средства. И если стоимость такого актива достигает пикового значения, его быстро-быстро продают, чтобы вложить полученную выручку в новый.

Типичный пример – небезызвестные Тиньков и Фридман. Либо это профи своего дела, которые, купив убитый актив за копейки или создав с нуля, вложив время, знания и немного денег, раскручивают и продают его как действующий, перспективный и стабильный бизнес. У моей компании есть ряд таких клиентов в разных сферах, которые находятся в постоянном поиске и стабильно раз в 6–12 месяцев приходят ко мне продавать бизнес с подтверждаемой доходностью 100 000–200 000 руб./мес., а некоторые из них даже продолжают управлять им после продажи, обеспечив тем самым пассивный и стабильный доход Покупателю.

Мой друг и деловой партнер Вячеслав, когда-то бывший моим Клиентом, владеет сейчас собственноручно созданной сетью гостиниц в историческом центре Питера. Изначально он не имел в этой сфере опыта и занялся этим бизнесом исключительно для последующей продажи. Но увлекся,

втянулся, придумал сногшибательную концепцию... Сегодня им создано уже три гостиницы, первую из которых продал, но продолжает ею управлять. А на полученные деньги открыл две и продолжает их развивать, в его сети уже на три месяца вперед нет свободных мест.

4. Острая потребность в деньгах. Я не говорю сейчас про критические случаи типа неоплатного долга Дону Корлеоне или смертельной болезни близкого человека – нет, все может быть гораздо безобиднее. Скажем, Предприниматель владеет несколькими бизнесами. Он видит, что один из них способен именно сейчас принести бешеный доход. Но для этого в него требуется вложить время (которого, как всегда, на все не хватает) или деньги (например, для участия в тендере). И если чистой прибыли для одного вложения недостаточно, банк не дает кредит или просто нет времени его получить, то остается только продать один или несколько менее «хитовых» проектов.

5. Дележка между партнерами. Малоприятное явление, скажу прямо, но встречается нередко. Положим, когда-то ты вложил в бизнес пополам с лучшим другом. Или с женой. Потом жена увела друга, или наоборот, или ты с партнером просто разошелся во взглядах на то, как вести дела. Каков будет финал? Вы продадите дело, чтобы поделить деньги и разойтись на все четыре стороны.

Либо еще бывает так, как поется в мультике:

«Мы делили апельсин, много нас, а он один», то есть партнеров слишком много, а доход ограничен. Так, мы помогли продать доходный бизнес по оформлению праздников надувными шариками. Собственников четверо, среднемесячная прибыль – 250 тысяч рублей, вот и выходило на каждого чуть больше 60 тысяч рублей – негусто. Добавьте к этому еще и то, что чем больше Собственников, тем сложнее договориться о развитии и планах потребления прибыли: в бизнес или в карман? Вот и решили, что проще продать и остаться друзьями.

6. Неоправданные ожидания. Ты удивишься, какие радужные предвкушения бывают у людей по поводу их бизнеса. Некоторые просто не осознают, что выйти на самоокупаемость через месяц, а через два получать миллион долларов чистой прибыли, мягко говоря, сложновато. Когда идеальная картинка в голове рушится под натиском суровой правды жизни – бизнес продают.

7. Сброс балласта. Это очень характерно именно для русского человека: сперва схватиться за все, до чего дотянутся руки, а потом сообразить, что всего-то тебе не удержать. Если Предприниматель создает несколько компаний и все они успешно растут, в какой-то момент его корабль начинает «терять управление». Некоторые берут себе в помощь «старпомов» (наемных менеджеров, управленцев), но это не всегда хороший выход. Часто правильнее будет отказаться от каких-то бизнесов, чтобы сконцентрироваться на других.

Сюда же я бы отнес и бизнес, полученный за долги. А что? Бывает.

8. Высокая кредитная нагрузка. Бизнес прибылен и перспективен, но когда-то был куплен на кредитные деньги и большая часть прибыли уходит на их погашение. Собственник, как правило, устал работать на кредитора, понимает, как долго он не сможет свободно дышать и нормально развиваться. Как итог – продажа. В стоимость которой войдет погашение кредита + останется какая-то хорошая сумма для нового творческого полета. Нередко эти Продавцы остаются в этом бизнесе в качестве Управляющих или Совладельцев.

В моей практике это в основном производства. Из последних – пивоваренный завод и завод гофрокартона, которые продаются из-за сильной кредитной нагрузки. Каждый из этих бизнесов прибыльный и полностью официальный. Чистая прибыль первого – около 3 500 000 руб./мес., второго – около 4 000 000 руб./мес., но ежемесячные выплаты по банковским кредитам у каждого из них составляют около 90 % от чистой прибыли. С учетом того, что предприятия ближайšie несколько лет не смогли бы полноценно развиваться, Собственники пришли к мысли о продаже актива. Погасить кредит – и останется приличная сумма для новых инвестиций.

9. По личным причинам. О! Это одни из самых интересных и творческих причин! Так как именно их чаще всего озвучивают хитрецы-продавцы, желающие слить неликвид-

ный актив. Именно при таких причинах нужно максимально тщательно проводить проверку и убеждаться в их истинности. Но о хулиганах и хитрецах позже – им, как людям неординарным и, я бы даже сказал, гениальным в своей изобретательности, я посвятил отдельную главу. Так вот, это ХОРОШАЯ причина, если не врут. Под личными причинами я подразумеваю развод, беременность, переезд. Либо продажа в связи с тем, что бизнес когда-то покупался как игрушка для жены, ребенка или любовницы. И Собственник видит, как некогда прибыльный актив с каждым месяцем теряет обороты в неопытных руках. А сам он не готов браться за штурвал, поскольку слишком крут в другой области. Выход – продать бизнес, пока он еще кому-то может быть интересен.

10. И крайняя причина, неприятная, – смерть. Бывает так, что бизнес продают в связи со смертью Собственника, когда родственники не могут или не хотят им управлять. Это печально, но со всем присущим мне цинизмом могу сказать: это одна из самых выгодных для покупателя причин. Но чтобы не заканчивать на этой ноте, позволь я поменяю тональность твоего настроения. Помнишь, я говорил про креативных Продавцов?

Как-то пришел к нам Продавец хостела в центре Питера у станции метро «Маяковская», звали его Сергей. Как обычно, наш Брокер Анастасия, получив всю необходимую техническую информацию о бизнесе, задала вопрос о причине продажи. И услышала

крайне трогательную историю. Когда-то давным-давно (так обычно все они начинаются) жила счастливая семейная пара, и они очень любили друг друга, и было все у них хорошо. Плодом их любви стала дочка-красавица. Но затем наступили смутные времена, и влюбленные остались без работы, но с небольшими сбережениями, и решили они открыть бизнес. Ни большой, ни маленький, а так, нормальный такой бизнес – хостел. Ну и открыли, и стало у них вновь все хорошо. Дочка поступила в институт, сами они жили-поживали в этом хостеле и окружили они его домашней заботой и уютом. Всем гостям там нравилось, хостел процветал и приносил прибыль. Но неожиданно супруга заболела, и не просто заболела, а смертельно – рак! Вся прибыль уходила на лекарства, но ее не хватало. Дочка набрала кредитов, но и это не помогло. Мама умерла. Безутешный Сергей не мог больше находиться в месте, которое они с любимой создавали годами: каждая комната, каждый предмет интерьера напоминали ему об утрате и вызывали извержение вулкана страданий. Он решил продать этот бизнес, бывший когда-то его раем, и, вернув долги дочери, уехать в другой город.

Тут наш закаленный в сделках и мегаопытный Брокер дрогнул. Анастасия пустила слезу и во что бы то ни стало решила помочь Сергею. В хостел благодаря Анастасии было организовано буквально паломничество Покупателей, в день по 3–4 показа в течение недели. Бизнес не продавался. Покупателей

не трогала причина, их больше волновало, что хостел хоть и был прибыльным, но нужно было вкладывать деньги в ремонт (семейное гнездышко было на любителя – в каждой семье, как водится, свои каноны прекрасного). Когда был найден Покупатель, Анастасия столкнулась с неожиданной проблемой. После проверки доходной составляющей настала очередь встретиться с Собственником помещения. И только тут выяснилось, что с Собственником встретиться нет возможности, так как он – иностранец, которого представляло сомнительное лицо по доверенности. Нам пришлось остановить и сделку, и работу в принципе: покупать пусть и прибыльный бизнес, но без понятных отношений с Арендодателем – дело безрассудное. Договорились с Сергеем продолжить продажу сразу, как только он получит легитимный договор аренды и согласует возможность встретиться с Собственником помещения.

Примерно через месяц после данного случая Анастасия случайно наткнулась в Интернете на объявление, очень похожее на хостел Сергея. По нашему с ним договору мы были единственной компанией, занимающейся продажей его бизнеса. Анастасия позвонила, чтобы узнать, что продается. Так она познакомилась с Татьяной, которая сказала, что она Собственница того самого хостела. Анастасия, представившись Покупателем, назначила встречу и в тот же день принесла мне радостную весть. Татьяна

– жена Сергея! Она воскресла!

Итог этой истории: Анастасия получила еще один рубец на сердце (ведь она верила в человеческую порядочность и честность), ты – интересную историю, а Сергей буквально через месяц после знакомства Анастасии с женой Татьяной был выгнан из помещения, которое, как оказалось, ему дали во временное управление. Именно поэтому он и не мог ни представить договор, ни организовать встречу с ПИТЕРСКИМ Собственником помещения, а представителем, как ты уже понимаешь, была какая-то его знакомая. А вся эта история – лишь попытка впарить доверчивому Покупателю несуществующий актив.

На этом я, пожалуй, пока ограничу список хороших причин. Они, конечно, еще есть, но основные я озвучил. Перейдем к плохим причинам.

Нехорошая причина продажи бизнеса

Плохая причина, по сути, одна – отсутствие прибыли! Как следствие – долги, грязь, антисанитария, отсутствие разрешительной документации, плохие отношения с Арендодателем и прочее. Но это не значит, что бизнес неинтересен и неприбылен. Его также выгодно рассматривать. Вот парадокс, да? На мой взгляд, это значит лишь то, что такой бизнес можно купить дешево (желательно не за свои деньги)

и продать дорого. Конечно, кто-то действительно стремится сбыть с рук неликвидный актив. Но и здесь можно задуматься: а почему, собственно, актив неликвиден? Рост давления и контроля со стороны государства, прессинг со стороны конкурентов, неправильный расчет в бизнес-планировании, воровство сотрудников, не найден компромисс с Арендодателем? Да мало ли что могло случиться! У него, но не у тебя.

Мой опыт подсказывает, что 90 % случаев продажи такого бизнеса – результат неправильного менеджмента. Предприниматель не способен (либо не знает как) создать автономную систему управления, которая потребует минимум его участия. В итоге он либо устраняется от ведения дел, ожидая, что все «заработает само», либо сутками вьется над своим бизнесом, как трудолюбивая пчелка, но дело все равно приходит в упадок.

Разные бизнесы требуют разного подхода. В каждом найдется достаточно мелких нюансов, которые нужно учитывать. Но что тут скажешь: бизнес есть бизнес. Риск есть всегда. Зато и профит велик: это и достойный доход, и независимость, и статус.

Кто скажет, какова главная причина роста числа выставленных на продажу кафе и ресторанов, который мы наблюдали начиная с 2008 года? Правильно: появление на рынке большого количества не-Рестораторов. Которые ресторан покупали как игрушку, скажем, для супруги, для подруги

или просто от большой любви вкусно покушать. Чаще всего у такого «ресторатора» есть основной бизнес, никак с общепитом не связанный. Ему и уделяется все внимание, а не ресторану.

А ресторанному бизнесу внимания нужно ой как много, и вести его абы как – значит двигаться прямиком к провалу. Как итог – вбуханные Предпринимателями миллионы в помпезный ремонт помещений, которые потом покупаются профессиональными Рестораторами за сотни тысяч.

А вот тебе пример профессионального отношения к ресторанному делу. Мой Клиент Сергей лет десять владел кафе в торговом комплексе. Когда грянул кризис, выручка у всех на фуд-корте стала неуклонно падать, но не у Сергея. Все конкуренты побежали к Арендодателю жаловаться и просить о снижении арендной ставки. В то время как Сергей пошел к нему с предложением.

Кафе Сергея было для него Делом с большой буквы – он буквально жил на работе. И прекрасно чувствовал тенденции рынка и пожелания своих клиентов. Потому он забрал за копейки под себя двоих из трех своих конкурентов по фуд-корту, расширил количество посадочных мест, выбор блюд и снизил их стоимость, добившись при этом роста доходов на 20%! И никакой магии: просто опыт в конкретной сфере бизнеса.

Даже «убитый» бизнес, как правило, можно оживить и заставить работать. Вопрос только в

том, хватит ли знаний и желания.

Резюмирую вышеизложенное. Конечно же, люди и ситуации бывают разные. Любая из причин, перечисленных мной в этой главе, может заставить хорошего человека продать хороший проект (успешный или не очень) без камня за пазухой. Что называется, по-честному. Такие бизнесы регулярно появляются в продаже, потому важно постоянно быть «на волне» и не упустить ее, когда поймаете.

Российский или зарубежный бизнес – что прибыльнее?

Это еще ничего, что в Европе за наш рубль дают один полтинник, – будет хуже, если за наш рубль станут давать в морду.

Михаил Салтыков-Щедрин

Если ты можешь позволить себе покупку бизнеса за рубежом, почему бы этого не сделать? С финансовой точки зрения это может быть гораздо выгоднее, чем иметь активы на родине. Хотя и тут не без подводных камней.

Если сравнивать Россию (имею в виду в частности Питер и Москву) с остальным миром, то прибыльность бизнеса «там» может быть выше, чем «тут». Но стоит учитывать, что за счет невысокой налоговой ставки российские варианты по доходности значительно обгоняют зарубежные. В России ниже зарплаты для работников, дешевле сырье, а в правовой сфере сам черт ногу сломит (всегда есть шанс обернуть это себе на пользу). Плюс к этому в России многие используют работу «всерую». В итоге, работая у нас, Владелец бизнеса получает в 2–3 раза больше чистой прибыли, нежели работая, например, в Европе на 100 % «по-белому».

Чтобы не быть голословным, приведу статистику, пусть и немного устаревшую. Согласно данным инвестиционно-

го гуру Асвата Дамодарана, профессора финансового дела в Stern School Business при Университете Нью-Йорка, в 2013 году средняя рентабельность мирового капитала составила 11,3 %. Средняя по США – 15,7 %. А конкретно в ЕС рентабельность предприятий составила и того меньше – всего-то 8,3 %.

А это уже на 2017 год: рентабельность коммерческой недвижимости с Арендаторами в разных странах сильно уступает российской (с учетом налогообложения):

- Китай – 8–11 % годовых (минус подоходный налог – ставка 3–45 %);
- США – 7–10 % годовых (минус подоходный налог – ставка 3–10 % в зависимости от штата);
- Англия – 6–10 % годовых (минус подоходный налог – ставка 20–45 %);
- Германия – 6–10 % годовых (минус подоходный налог – ставка 14–45 %); Испания – 4–10 % годовых (минус подоходный налог – ставка 19–48 %).

Для сравнения в 2017 году объекты коммерческой недвижимости давали Владельцам:

- от 9 до 14 % годовых в Москве;
- от 12 до 18 % годовых в Санкт-Петербурге;
- от 20 до 35 % годовых в регионах России.

А многие сферы готового бизнеса показывали рентабельность **аж 100–300 % годовых!**

Несложно прикинуть, что с такими темпами коммерче-

ская недвижимостью с Арендаторами в России окупается за 6–10 лет, а готовый бизнес – уже за 4–12 месяцев.

Глядя на эти цифры, особенно на налоговые ставки, невольно начинаешь понимать, в каком благоприятном климате растет российский Бизнесмен. При этом я, пожалуй, сделаю акцент на том, что речь идет именно о рентном и готовом бизнесе (окупаемость которого и в подметки не годится нашим предложениям), но не об инвестициях в заграничные активы!

Регулярно ко мне обращаются всевозможные партнеры с предложениями привлечь российских Инвесторов к покупке и перепродаже жилой и коммерческой недвижимости. И цифры, если честно, завораживают. На фоне инвестиционной активности китайцев и русских то здесь, то там начинается строительный бум. Так, к примеру, сейчас в Канаде доходность от вложений в строительство жилой недвижимости составляет **от 40 до 73 % годовых** при возврате инвестиций за 4–8 месяцев, в Испании – **от 20 до 38 % годовых** при возврате инвестиций за срок до 12 месяцев. Само собой, есть и серьезные риски: другое законодательство, важно знать рынок и не нарваться на мошенников (они есть везде). Но на этом я, пожалуй, сейчас не буду акцентировать внимание. Сосредоточимся на более близком и понятном Инвестору российском рынке.

Этот раздел я закончу фразой одного моего Клиента, живущего в Испании.

**За границей хорошо жить. А бизнес выгодно
иметь в России.**

Что покупают и продают чаще?

Общепит. Все мы помним кризис 2014–2015 годов. Так вот, после него сильно подскочили цены на продукты, что естественным образом вызвало спад в сфере общепита и торговли этими самыми продуктами. В результате в 2015-м продавать такие бизнесы стали на 73 % чаще (и прогорело их на 170 % больше), чем годом ранее. И до сих пор на рынке сохраняется множество свободных площадей под аренду – в хорошем состоянии и с подходящим оборудованием.

Магазины. Кризис как минимум для Москвы и Питера миновал. И Предприниматели буквально набросились на готовые, свободные и недорогие бизнесы. Покупали (и продолжают покупать) хостелы и мини-отели, салоны красоты, небольшие кафе и продуктовые магазинчики. Надо сказать, все, что связано с продуктами и услугами, вообще приобретают активно. В последнее время, например, повысился спрос на общепитовские «малышки» шаговой доступности типа мини-пекарен, пирожковых, пышечных.

Производства. Весьма популярными после кризиса стали бизнесы, связанные с производством и продажей тех товаров, которые в их импортном исполнении оказались теперь слишком дорогими (еда, одежда, обувь, бытовая химия, электроника и т. д.). И это направление до сих пор остается одним из наиболее перспективных. Сейчас еще можно

выйти на рынок импортозамещения, не слишком потратившись. Инвесторы стали активно интересоваться сельским хозяйством. Также с 2016 года продолжает набирать обороты спрос на пищевые производства, поскольку на волне импортозамещения многие Инвесторы видят выгоду в этой сфере, плюс на руку играет то, что многие Производители находятся в плачевном состоянии, что позволяет скупать их активы значительно дешевле.

Услуги. Как и всегда, лидеры – гостиницы, салоны красоты, автомойки, медуслуги. Также наметилась интересная тенденция роста активности в сфере специфических услуг типа коллекторской деятельности или открытия/закрытия юридических лиц. А еще наши люди стали увлекаться современными направлениями – интернет-магазинами, системами онлайн-бронирования билетов, предложениями рынка digital.

И «новинка сезона» – IT-проекты! Интернет-магазинов становится все больше, и этот рынок большинство экспертов уже признали самым быстроразвивающимся и перспективным в России за последние пару лет. Именно поэтому все крупные российские корпорации объявили буквально сезон охоты за грамотными программистами. Сейчас в России 87,5 миллиона человек активных пользователей Интернета, и на всю эту аудиторию приходится уже более 45 тысяч интернет-магазинов, каждый из которых приносит своим Владельцам прибыль. По мнению экспертов, этот рынок

пока заполнен только на 50 % от своих возможностей. Эти бизнесы пока стоят недорого, от 200 тысяч рублей, и со временем обещают только расти в цене, что важно для многих Инвесторов, покупающих с дальним прицелом на последующую перепродажу.

Подытожу: если брать в расчет специфику по регионам, то отдельно для Питера и Москвы были и остаются прибыльным вложением гостиницы, хостелы и IT-проекты.

Для двух столиц и остальной страны в целом – общепит, магазины шаговой доступности, салоны красоты, автомойки, автостоянки, СТО и помещения с Арендаторами. Прошу прощения у Инвесторов из регионов, что обделяю их города вниманием, делая акцент на Питере и Москве. Возможно, в следующей книге расскажу о нюансах регионального бизнеса отдельно.

А что покупать выгоднее?

Животрепещущий вопрос для тех, кто приступил к изучению обстановки. За какое дело взяться, чтобы не прогореть? Какая сфера наиболее стабильна? Что гарантированно будет приносить прибыль?

Ниже я дам тебе свою оценку при покупке действующего бизнеса только среди наиболее популярных сфер, в которые проще зайти Инвестору без опыта в этом бизнесе и не прогореть (точнее, вероятность значительно меньше). Она основана на опыте и статистических данных «Центра Продажи Бизнеса». Это значит, что есть много и других интересных бизнесов, каждый из которых имеет свою специфику и риски. Это отдельная тема для книги, поэтому я пройду только по верхам. Также вкратце дам рекомендации, укажу минимальную стоимость входа и среднерыночную окупаемость для этой сферы. Само собой, всегда будут предложения, которые дешевле или дороже, окупаемость выше или ниже: вопрос – почему? Я указываю «среднюю температуру по больнице», чтобы дать тебе примерное представление о сегодняшнем рынке. А при любом значительном отклонении в меньшую сторону советую еще более внимательно изучить причину продажи. Сразу заострю внимание, что эта информация актуальна только для Питера и Москвы. В регионах совсем другая экономика и иные риски, об этом могу рас-

сказать тебе отдельно.

Рентный бизнес, помещения с Арендаторами. Предложений по продаже помещений сейчас довольно много. Этот рынок мне хорошо знаком, так как я в свое время активно инвестировал в этот бизнес. Стоимость покупки помещения в собственность, конечно, может начинаться и от 3 миллионов рублей, но это будет неликвид, поэтому ниже я указал сумму, за которую ты сможешь позволить себе более или менее достойное предложение. «Достойное» означает такое помещение, куда можно посадить стабильного Арендатора с вменяемыми деньгами, но будь внимателен: участились случаи продажи с «липовыми» Арендаторами. То есть они, конечно, есть и договоры есть, но после продажи могут сразу съехать. Поэтому Инвесторы все чаще покупают помещения с сетевыми Арендаторами, в этой ситуации есть хороший плюс, но есть и серьезный минус: помещение, в котором когда-то сидел сетевик, зачастую очень сложно сдать потом кому-либо еще на похожих условиях. Данные инвестиции также называют консервативными. Их нюансы в том, что твои деньги растут вместе со стоимостью недвижимости и наоборот + ты имеешь пассивный доход с Арендаторов. Основной минус – о-о-очень долгая окупаемость. В среднем 7–8 лет.

Стоимость – от 20 миллионов рублей. Окупаемость – от 80 месяцев.

Автостоянки — всегда востребованный бизнес. Опять-

таки для Владельца автостоянки ужесточение политики городских властей насчет парковок в центре и размещения транспорта во дворах – как бальзам на душу. Большое значение имеют месторасположение и чистота документов (с ними чаще всего и проблемы).

Основным плюсом является то, что минимизирован человеческий фактор, среднее число сотрудников – 3–4, что позволяет вкупе с видеонаблюдением осуществлять комфортный контроль.

Стоимость – от 5 миллионов рублей. Окупаемость – от 24 месяцев.

Автомойки также всегда востребованный бизнес. Последнее время акцент сместился на мойки самообслуживания. Бизнес очень зависим от трафика, месторасположения, чистоты документов, наличия очистных сооружений. Особое внимание – персоналу. С точки зрения даже не возможного воровства, а скорее профессионализма. Ведь любая ситуация, когда по халатности была поцарапана машина, может привести... сам знаешь к чему.

Стоимость – от 2 миллионов рублей. Окупаемость – от 10 месяцев.

Хостелы, мини-гостиницы и отели на сегодня лидеры «реального» бизнеса в Москве и Питере. Их рынок постоянно растет. Плюс здесь может сработать стратегия, нацеленная на сезонность: нетрудно подгадать со временем и вложиться в небольшую гостиницу перед пиком сезона, то

есть весной. Удобны по части контроля и управления. Если возникнет желание владеть, но при этом ничего не делать, реально передать в проверяемое и прозрачное управление. Обычно стоит от 20 до 30 % от суммы прибыли.

Стоимость – от 1 миллиона рублей. Окупаемость – от 10 месяцев.

Мини-пекарня, кондитерская, пирожковая, пышечная, шаверма. Такой небольшой общепит требует больше внимания, чем вышеуказанные бизнесы, открывают их чаще всего для души. Из любви к процессу и сфере. Сильно зависит от проходимости и контроля над персоналом.

Стоимость – от 500 тысяч рублей. Окупаемость – от 10 месяцев.

«Реальность виртуальная» – интернет-магазины. На этом пункте я бы хотел остановиться более подробно. И рассказать, чем это новое, но достаточно выгодное направление привлекает все больше Инвесторов.

Стоимость – от 200 тысяч рублей. Окупаемость – от 4 месяцев.

Итак, «реальность виртуальная». Сегодня я бы сказал так: в первую очередь присмотритесь к интернет-бизнесу. Разнообразные интернет-магазины растут сейчас быстрее всего, и спрос на них пока еще гораздо меньше предложений. Это позволяет купить интересный проект за небольшие деньги.

Огромный плюс интернет-проектов в том, что для них характерны:

- **доступная стартовая сумма.** Купить интернет-магазин можно по цене небольшого торгового отделчика на территории ТЦ (от 200 тысяч рублей);

- **высокая доходность и окупаемость.** Доходность может начинаться от 20 000 руб./мес. Наши интернет-проекты в среднем приносят 100 000–150 000 руб./мес., но это не предел. У некоторых наших клиентов при относительно пассивной работе прибыль достигает как 300 000, так и 1 500 000 руб./мес.;

- **простота управляемости.** Этот бизнес во многих отношениях легче раскручивать и контролировать. Минимизирован человеческий фактор, а в каких-то случаях и вовсе исключен;

- **зачастую более высокая маржинальность.** Окупаемость вложений по такому бизнесу пока, как правило, составляет не более шести месяцев в силу того, что еще мало кто понимает ценность такого виртуального бизнеса. Россияне привыкли понимать ценность того, что реально можно потрогать, а не чего-то виртуального и неосязаемого.

Интернет-проекты – это такой же актив, как и коммерческая недвижимость, который можно продать или купить.

Условные минусы:

- **Интернет-магазин создать просто и недорого, сложно создать рабочий бизнес.** Сейчас многие создают пародию на бизнес, по факту это одностраничный сайт, не имеющий перспектив и требующий постоянной подпитки больших бюджетов на рекламу. Поэтому важно обращаться не к дизайнерам и программистам, а к профессионалам сферы. Угадай, на кого я сейчас намекаю?;)

- **Сфера непонятна российскому Инвестору.** Так как приходится иметь дело с электронными платежами, забитыми складами (куда не нужно ездить и вкладывать в их наполнение), руководить сотрудниками без офиса и прочее, все это до сих пор смущает русского Инвестора. Как и отсутствие оборудования и материальных активов, вызывающее подсознательную неуверенность: «А что я, собственно, покупаю?»»

Вот и получается, что при всей кажущейся непонятности в этот бизнес сейчас вкладывается только очень ограниченный круг продвинутых Инвесторов. Которые не просто умеют мыслить на перспективу, но еще и умеют считать. Вот смотри: один интернет-магазин приносит при вложенных 200 000 рублей на старте... ну, пусть 50 000 руб./мес. А теперь представь, что ты купил или создал не один, а десять таких бизнесов за 2 000 000 рублей. Твой доход составит 500 000 руб./мес. При этом твои затраты в общем также сократятся. Окупаемость – 4 месяца = 400 % годовых! В двух сло-

вах по наиболее востребованным сферам бизнеса пока все. Повторюсь, что их очень много и каждая из них прибыльна и достойна отдельного внимания. Если тебе будет интересно, шли письмо на egor@allpbspb.ru. Я напишу об этом статью или отдельную книгу.

А пока я расскажу еще об одном интересном явлении. В последнее время к нам все чаще приходят Клиенты, у которых есть деньги, но нет желания заниматься бизнесом, тратить на него время, брать на себя связанные с этим риски. При этом они хотят зарабатывать значительно больше, чем банковский процент. Поскольку бизнеса, не требующего внимания, фактически не бывает, раньше с такими Клиентами, как правило, никто не работал либо им советовали брать недвижимость с Арендаторами. А что делать Инвесторам, если у них нет больших денег? Мы посидели, подумали и решили, что – черт возьми! – если людям реально нужно именно это, почему бы не создать такой бизнес для них? И создали продукт, которым я могу гордиться: «Бизнес как актив с пассивным доходом», или «Бизнес для ленивых». Это безопасная альтернатива всяким финансовым пирамидам, фондовым рынкам, золоту и прочему.

Бизнес как актив с пассивным доходом

Идея в том, что бизнес для Клиента с самого начала строит брокерская фирма или покупает вместе с ним и она же этим бизнесом впоследствии занимается. Главная цель – партнерские отношения, от которых все выигрывают (в частности, для тебя это стабильная прибыль и осуществление той самой розовой мечты многих Инвесторов: «ничего не делать и получать прибыль»).

Если речь идет о создании нового бизнеса в чистом поле, то этому процессу предшествуют все необходимые этапы: оценка рынка, поиск подходящего сегмента, исследование конкурентов, проверка рисков. Все это делаем за Клиента мы. Например, если речь о гостиничном бизнесе, то мы берем на себя бронирование, управление персоналом и бизнес-процессами, взаимодействие с ТСЖ или ЖК. А еще договоренности с поставщиками, настройку телефонии и подключение call-центра. На выходе Клиент получает жизнеспособный, прибыльный и практически автономный актив. Который, что немаловажно, не потеряет ликвидности со временем, а даже наоборот – может быть выгодно продан. Деньги инвестору переводят на карточку стабильно раз в месяц.

Бизнес как актив с пассивным доходом – это когда Инвестору не приходится почти ничего делать, чтобы получить в свое распоряжение полностью готовый, рабочий бизнес и прибыль от него.

Такой вид сотрудничества подразумевает оформление партнерских отношений между тобой и брокерской компанией. То есть компания берет на себя эффективное управление твоим бизнесом в обмен на процент от прибыли. Твоя выгода очевидна: такие Партнеры не предложат тебе инвестировать в какую-то фигню, поскольку рассчитывают получить с вашего совместного проекта прибыль, а чем больше получаешь ты, тем больше и они. И если у них достаточно опыта, то для тебя это удобно, надежно, безопасно и выгодно. Эта ниша очень востребована, но при этом требует большого профильного опыта.

В какой сфере можно открыть свой «ленивый» бизнес? Пока первые позиции занимают интернет-магазины, гостиницы и отели, автостоянки. Когда выйдет книга, думаю, перечень их будет больше. На втором месте (как более бюджетная сфера) – коммерческая доходная недвижимость. Помещения с Арендаторами, особенно с сетевыми. Этот рынок открыт, предложений много, окупаемость для Санкт-Петербурга – 6–8 лет (для Москвы – 8–15 лет). В регионах окупаемость еще выше: вполне может хватить 3–6 лет. Петербург по сравнению с ними кажется более стабильным и безопас-

ным: многие не представляют, как выглядит рынок в регионах, и связываться с ними опасаются. Но тем не менее именно там можно найти реально выгодные предложения, и у нас есть их примеры. Причем Собственники из этих примеров постоянно живут в одной из столиц и времени на управление бизнесом практически не тратят.

В любом случае, какая из сфер бизнеса ближе именно тебе, решать только тебе. Моя задача – дать тебе выбор и сориентировать, что происходит на этом рынке. Большинство людей, которые обращались за прошедшие годы в мою компанию, **гораздо больше волновала реальная окупаемость проекта, нежели сфера деятельности и их безопасность.** Чистая прибыль для человека обычно весомее, чем конкретное направление (конечно, в тех случаях, когда эту прибыль ему могут гарантировать). Заложниками становятся Инвесторы, которые, не имея опыта, достаточно амбициозны, чтобы слушать советы, хотят купить ресторан, ночной клуб, производство или салон красоты (то есть бизнес с ярко выраженной спецификой и рисками). Им я могу дать небольшой совет: заходить перед сезоном. В этом случае если Инвестор и сядет в яму, то хотя бы успеет вернуть часть вложений. Например, это может быть пивной магазин, шиномонтаж или туристическая фирма, которые становятся гораздо прибыльнее к лету. Либо ночной клуб или ресторан, которые, наоборот, в холодные зимние месяцы скрашивают жизнь офисным работягам.

Глава 3. Секретная информация!

Как продать бизнес самому, никому не выплачивая комиссию

| | |
|---|--|
| Цена | 370 000 руб. |
| Продавец | саша Показать телефон |
| Город | Санкт-Петербург, м. Пионерская показать на карте |
| Вид бизнеса: | Общественное питание |
| Кухня узбекиски ест Тандир круглосуточен ест окно улитья форточки . Блуда манти лагмон плов Самса пирашки через форточке можно продат зал пасатка сталов 20 человек ес виручка от 9000+ 12000 рубле туалет горяче вода . Аренда 70000 руб Электрик входят аренду срочна . 370000 рубл . Не агент 891 Шухрат . | |

Объявление на «Авито» от одного из Продавцов бизнеса

Как потенциальному покупателю я уже говорил тебе: любой бизнес может приносить доход. Я много лет занимаюсь своим делом и заявляю об этом со всей ответственностью: может. Теперь же, когда настало время поговорить о продаже проектов, у меня есть для тебя еще одна хорошая новость.

Любой бизнес можно продать! Вопрос лишь в том, за сколько и в какой срок.

Много раз я наблюдал такую картину: в наш город-милли-

онник приезжает человек с деньгами, которые жгут ему карман (часто это человек из северных регионов). Здесь у него разбегаются глаза и разыгрывается аппетит: нравится, хочу, дайте два! Он не тратит время на то, чтобы разобраться в экономике, вникнуть в ситуацию, изучить бизнес получше, – он просто хочет. Даже если что-то уж явно выглядит подозрительным, Продавцу, как правило, удается убедить загоревшегося Покупателя во временном характере этой проблемы и ее незначительности.

Сколько раз я сам пытался отговорить такого горе-покупателя от приобретения! «Что? Проверка бизнеса? За нее еще деньги платить? Да я 20 лет в бизнесе! Я сам все проверю!» В итоге, естественно, дело прогорает и человек возвращается ко мне, но уже в противоположной роли – не Покупателя, а Продавца.

Жизненный пример описанной выше ситуации. Именно по такому сценарию на моих ошеломленных глазах житель Мурманска приобрел ресторан на Васильевском острове. Чуть ли не за пару дней. Он отдал за него 1,8 миллиона рублей и «усталый, но довольный» отправился домой. После этого мурманчанин ежемесячно наведывался в свой ресторан с «проверкой», которая каждый раз показывала, что работает заведение отлично, только в минус. Через пять месяцев его долги набрали критическую массу, и ресторан пришлось продать опытному Предпринимателю, только уже за 900 тысяч рублей.

Чему учит эта история? А тому, что если тебе не нужен твой бизнес, а деньги нужны и все остальное тебя не колышет – ты продашь всегда. Тебе и помощники не понадобятся. Не так уж это сложно. Да, возможно, гораздо дешевле. Возможно, придется многое скрыть от Покупателя, возможно, даже впарить бизнес и, возможно, даже без последствий.

Нужно предпринять всего лишь несколько простых действий – пройти «программу “12 шагов” для Продавца».

1. Четко уяснить для себя, что ты продаешь. Точнее, является ли то, что ты продаешь, бизнесом вообще или иным продуктом хотя бы в каком-никаком виде.
2. Оценить реальную рыночную стоимость бизнеса.
3. Упаковать бизнес – провести предпродажную подготовку.
4. Сделать для твоего бизнеса продающий сайт и правильно разместить на нем предложение.
5. Разослать предложения партнерам, друзьям и всем подряд.
6. Рассчитать бюджет и запустить рекламную кампанию в Интернете.
7. Начать принимать звонки и обрабатывать их (телефонные продажи).
8. Проводить встречи и продавать лично.
9. В случае успеха подготовить бизнес и персонал к про-

даже.

10. Подписать предварительный договор, получить задаток.

11. Корректно передать бизнес новому Владельцу и не огрести при этом.

12. Не совершать пять основных ошибок, из-за которых Продавцы теряют деньги.

Понимаю, кое-что в этом списке может вызвать вопросы. Так что давай-ка теперь пройдемся по всем пунктам: к каждому из них в разных разделах этой главы я дам пояснения.

Четко уяснить для себя, что ты продаешь. Точнее, является ли то, что ты продаешь, бизнесом вообще или иным продуктом хотя бы в каком-либо виде

Возможно, Вас это удивит, но довольно часто я сталкивался с тем, что не могу понять, что же именно люди пытаются продать.

Джек Траут. Большие проблемы больших брендов

Чтобы что-то продать, ты должен иметь это что-то, пригодное для передачи Покупателю. И речь не только о материальных активах.

Хороший пример, проясняющий этот момент. Как-то в мою компанию обратился Клиент с пожеланием продать собственное дело: изготовление авторской мебели из металла. Дело хорошее, интересное, со множеством постоянных заказчиков – Владельцев интернет-магазинов. Бизнес приносил хозяину 100–150 тысяч рублей чистой прибыли ежемесячно, а назначенная им цена была относительно невысока – всего 500 тысяч рублей. То есть все обстоятельства продаже благоприятствовали.

Далее привожу наш с ним диалог.

– Как именно выглядит бизнес? Что Вы хотите продать?

– Ну... Я собираю мебель в гараже.

– А сколько у Вас сотрудников?

– Зачем мне сотрудники? Я все один делаю.

– То есть Вы продаете помещение с оборудованием, так?

– Не... Гараж свой не продам: он же мне самому нужен. А станок старый – кто его купит?

– Хорошо, а Поставщиков и Клиентов Вы отдавать Покупателю собираетесь?

– Ну, частью Клиентов я, конечно, поделюсь... Я ведь потому и продаю, что сам с заказами не справляюсь.

Продавец смотрел на свое дело изнутри и видел целый бизнес. Причем, как он достоверно знал, бизнес хороший и качественный. И пока он им занимался, ему было незачем смотреть на этот бизнес глазами

потенциального Покупателя. Так что теперь это пришлось сделать мне.

– То есть я правильно понимаю: Вы хотите продать бизнес, в котором некому, негде и не на чем работать, да еще с урезанной клиентской базой?

– Да...

– Но в таком случае за что Вы хотите получить деньги?

– Э-э-э...

Занятный разговор, да? А знаешь, что самое занятное? То, что продать можно и такой бизнес. Для этого и проводится такое мероприятие, как упаковка. Профессионально упаковав бизнес, грамотный Брокер может сделать из него буквально конфетку. То есть товар. Этот товар может называться «бизнес для продажи» или «франшиза» – без разницы: деньги Продавцу принесет и то и другое. Жаль, что чаще всего Продавец не утруждает себя этим и продает как есть, по принципу «если не дурак, разберется».

Оценить реальную рыночную стоимость бизнеса

*Самодовольство – наиболее коварная болезнь
бизнеса.*

Бак Роджерс

Очень, очень важный момент. Ты должен понимать, что

люди покупают то, в чем видят ценность. К примеру, у твоего бизнеса может быть классная идея, но если ты не сможешь передать ее новому Владельцу в том виде, в котором она существует сейчас, в том числе с эффективным Управляющим, весь актив не будет представлять для Покупателя никакой ценности.

Я уже достаточно рассказывал об объективной оценке бизнеса в предыдущем разделе. Просто помни, что у тебя как у Продавца есть определенный (и, конечно же, всегда правильный) взгляд на собственное дело. Штука в том, что это восприятие очень субъективно и полностью зависит от того, по какую сторону баррикад находится наблюдатель.

Вспомни себя за рулем. Какие тупицы эти пешеходы! Что они творят? Куда прут, опять двинули на желтый или не по зебре?

Да еще еле тащатся, а ты им уступай! Но что за волшебство происходит само собой, стоит тебе оставить авто возле дома и пройтись пешочком! Куда эти больные несутся, обязаны пропускать на зебре, летят под сотню в городе! Да им уже желтый давно горит! Стоять! Специально пойду под колеса, чтобы они резко надавили на тормоза!

Примерно то же самое происходит при продаже бизнеса. Если ты вложил в дело время, силы и душу, ты видишь, что он классный, он стоит огромных денег, другой такой днем с огнем не сыщешь! А Покупатель видит совсем иное: долги, тараканов, протекающую крышу в подсобке – и думает:

«Блин, а кто за меня управлять-то будет? Это же все сложно!»

Начну, как говорится, с азов. Итак, для оценки любого актива традиционно используются три подхода:

- **сравнительный.** Этот подход предполагает оценку бизнеса на основании того, за сколько его можно продать здесь и сейчас (если рынок в достаточной степени сформирован).

Проще говоря, почему нынче точно такие же;

- **затратный.** Подход, согласно которому нужно сперва оценить все активы бизнеса в совокупности (оборудование, имеющиеся на складах продукцию и сырье, стоимость бренда и т. д.), а затем вычесть из получившейся суммы его долги (обязательства). Величина, которую мы получим в результате, – это собственный капитал бизнеса. Если говорить проще, то затратный метод говорит о том, сколько было вложено в дело (или сколько потребуется вложить, чтобы открыть такое же). Чаще всего он используется для оценки производства и объектов строительства, коммерческих зданий и сооружений;

- **доходный.** При этом подходе бизнес рассматривают, грубо говоря, как дойную корову: считают, какова будет чистая прибыль, если использовать его по прямому назначению, и как быстро он окупится. Этот метод оценщики чаще всего используют применительно к готовому бизнесу.

Каждый из этих подходов хорош по-своему, и каждый может дать достаточно точный результат. Но все-таки результаты будут немного разные. Так что, если тебе нужна максимально объективная и адекватная оценка, стоит использовать все три подхода комплексно.

Почему ошибаются в оценке бизнеса его Владельцы

Субъективность, конечно же! Обычно именно она причина всему. В голове у хозяина бизнеса всегда имеется очень много соображений, собственное видение, которое приобретает иногда самые причудливые формы. Приведу примеры.

1. Отказ от какого-либо анализа. Это чуть ли не самая частая причина ошибки в оценке. Называя цену, Продавец не изучает рынок вообще, а руководствуется какими-то своими интуитивными соображениями. Подобно Портосу, говорившему: «Я дерусь, потому что дерусь», такой Владелец отвечает на вопрос «Почему такая цена?» словами «Потому что», «Так я решил» или «Ну, просто».

Частный случай – когда цена назначается исключительно на основании потребности в некой конкретной сумме. «Хочу продать за 2 миллиона, потому что мне как раз столько на новую машину не хватает».

Другой частный случай – торжество победившей жадности. Человеку ласкает слух словосочетание «10 миллионов», он хочет 10 миллионов, он продает за 10 миллионов.

2. Пребывание в иной реальности. Я не шучу! Само собой, каждый воспринимает этот мир субъективно и ориентируется в нем с помощью собственной логики. Но логика некоторых настолько изощрена, что постижению практиче-

ски не поддается.

Уникальный образчик такой инопланетности мышления я получил совсем недавно. Клиент по имени Кирилл обратился ко мне, желая продать медицинскую лабораторию известной сети. Знаешь, из тех, куда приходишь – и тебе платно и быстро делают любые анализы.

Изначально лаборатория была нужна какому-то родственнику Кирилла – не то деверю, не то шурину, у которого было помещение, но сдать в аренду его не получалось. Вот и решил он на своей площади организовать бизнес. Только денег у этого родственника не было. Так что покупал франшизу и вкладывался в ремонт и оборудование Кирилл. Договорились, что бизнес будет вести жена.

Но, как оказалось позже, жене этот бизнес быстро перестал быть интересен и начал приносить сплошные проблемы. Опыта ведения такого бизнеса у нее не было, в финансовых показателях она почти не разбиралась. А работать нужно, но когда неохота... что делать? Начались семейные ссоры.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.