

## Інформація про можливості організації бізнесу в Чеській Республіці

Можливості та умови організації бізнесу в Чеській Республіці наведені у матеріалах: «Заснування та реєстрація суб'єктів господарювання в Чеській Республіці» та «Концепція організації та діяльності представництв іноземних компаній у Чеській Республіці». Крім реєстрації нової компанії у наведених матеріалах наведено приклад створення Представництва іноземної компанії на території Чехії.

У разі злиття (поглинання), придбання «готового бізнесу» або створення холдингу, необхідно розглянути варіанти з урахуванням їхньої вигідності та законності функціонування (як з боку держави, звідки відбувається інвестування, так і з боку країни реєстрації).

### Варіант 1 (злиття або поглинання компаній)

1. Злиття або поглинання компаній можливе за їхньою взаємною згодою (тобто необхідна згода власників компаній). Звичайно, такі компанії зареєстровані і вже існують.

2. Якщо компанії перебувають у різних країнах, таке злиття (поглинання) можливе за дотримання законодавства обох країн.

**Вигоди:** злиття (поглинання) компаній дозволяє збільшити прибутковість новоствореної (тобто після злиття) компанії та, природно, збільшує конкурентоспроможність останньої.

**Невигоди:** як правило, скорочення числа працівників та звільнення управлінців, а також можливі юридичні нюанси та труднощі при створенні єдиної компанії (з урахуванням різної правової бази держав).

### Варіант 2 (придбання «готового бізнесу»)

1. Під поняттям придбання «готового бізнесу» мається на увазі можливість купівлі компанії цілком або її частки. Придбання компаній (або їх часткою) характерне як для Товариства з обмеженою відповідальністю (шляхом купівлі частки чи паю), так і для Акціонерного товариства (шляхом придбання акцій).

2. Якщо компанії перебувають у країні-нерезиденті, таке придбання можливе за дотримання законодавства обох країн. Тобто, з урахуванням вимог валютних законодавства та отримання необхідних дозволів (напр. на право інвестування за кордон).

**Вигоди:** немає потреби очікувати, встановлених законодавством, строків реєстрації суб'єктів господарської діяльності, а також можливість розпочати діяльність практично негайно.

**Невигоди:** компанії, що продаються, можуть, крім активів і пасивів мати, наприклад, борги перед кредиторами. Крім того, потрібен час для зміни юридичної адреси компанії, її назви та ін.

### Варіант 3 (створення холдингу)

1. Під поняттям холдингу слід розуміти можливість об'єднання (за різних умов) низки підприємств, зокрема, та зареєстрованих у різних країнах. Як правило, жодна з компаній холдингу не має та не претендує на повний контроль справ іншої компанії.

2. Договірні умови між такими компаніями, як правило, не реєструються. Взаємини компаній (наприклад, торгівля між ними) міжнародного холдингу регулюються законодавством кожної країни.

**Вигоди:** очевидна кооперація, взаємодопомога і можливість координації зусиль перед, наприклад, конкурентами. Можливість роботи «в одній упряжці» при купівлі та використанні авторських прав та винаходів тощо.

**Невигоди:** обмеження «свободи маневрів» для окремо взятої компанії та обов'язковість виконання договірних умов та зобов'язань.

### **Якщо компанія (наприклад, українська) має наміри скористатися послугами іншої, іноземної компанії, то доцільним буде розглянути наступні варіанти можливої співпраці:**

#### **Варіант 1 (організація продажу власного товару силами іноземної фірми)**

1. З метою визначення ємності місцевого ринку (в т.ч. визначення переліку основних постачальників-імпортерів, умови постачання та продажу, цінова політика, статистичні дані тощо), вартості аналогічного товару, а також з метою можливої легалізації (т. е. сертифікація, протоколи відповідності і т.д.), продукції партнера, іноземній фірмі необхідно провести маркетингові дослідження конкретного ринку.

2. За домовленістю, іноземна фірма від місцевих органів отримує необхідні дозволи та ліцензії. Крім того, остання (якщо не зазначено інакше) шукає основного Покупця, через якого йтиме реалізація у вже існуючу торговельну мережу місцевих магазинів та супермаркетів.

3. За потреби, іноземна фірма для свого партнера бере в оренду (або купує) складські та магазинні площі з метою організації хоча б одного-двох магазинів-салонів.

Для реалізації вищезазначеного між українською компанією та іноземною фірмою підписується **договір про представлення інтересів (або договір доручення на продаж)**. У договорі необхідно обумовити умови співробітництва, правничий та обов'язки сторін, питання взаєморозрахунків тощо.

#### **Витрати, які необхідно буде понести українській компанії:**

1. Маркетингові дослідження.
2. Сертифікація та ліцензування (у разі потреби).
3. Оренда (або купівля) складських та магазинних площ (у разі потреби).
4. Витрати на організацію дистрибуції (підписання договорів, перевезення тощо) у разі, якщо здійснювати постачання до вже існуючої торгової мережі місцевих магазинів та супермаркетів.

5. Рекламні та інші необхідні заходи.

Вищезгадані витрати можна віднести на отриманий прибуток від продажу.

**Вигоди вищезазначеного варіанта:**

1. Відносно невеликі витрати (особливо при постачанні до вже існуючої торгової мережі місцевих магазинів та супермаркетів).

2. Відпадає необхідність у реєстрації власної юридичної особи і не треба нести природні витрати за такою.

**Невигоди вищезазначеного варіанта:**

1. Необхідно «приймати умови роздрібної торгівлі». Тобто. істотні відстрочки взаєморозрахунків із постачальниками (у Європі – до 180 днів!).

2. Майже відсутність (або «втрата») власної торгової марки.

**Варіант 2 (просування товару української компанії через пошук іноземних партнерів)**

1. Іноземна фірма підбирає для української компанії кілька партнерів, які готові займатися реалізацією продукції української компанії, та обговорює з ними умови співпраці. Останнє має визначити українська компанія. Для ведення переговорів українська компанія має забезпечити довіреністю іноземну фірму.

2. Після проведення вищевказаних заходів, українська компанія приймає рішення щодо відбору одного або кількох потенційних партнерів.

3. Витрати, які необхідно зазнати українській компанії:

- покриття витрат іноземної фірми на пошук партнерів;
- Сертифікація та ліцензування (у разі потреби). за домовленістю з партнером;
- витрати на покриття витрат партнера на організацію дистрибуції (підписання договорів, перевезення тощо).

- Рекламні та інші необхідні заходи. За домовленістю із партнером.

Вищезгадані витрати можна віднести на отриманий партнером прибуток від продажів.

**Вигоди вищезазначеного варіанта:**

1. Щодо невеликі витрати.

2. Відпадає необхідність у реєстрації власної юридичної особи і не треба нести природні витрати за такою.

3. Можливість роботи за схемою франчайзингу.

**Невигоди вищезазначеного варіанта:**

1. Необхідно "приймати" умови партнера. Тобто. ті ж суттєві відстрочки взаєморозрахунків із партнером (відповідно до договору).

2. Майже відсутність (або «втрата») власної торгової марки.

3. Ексклюзив (тобто фактично монополія) для партнера не дозволить працювати з іншими замовниками. Інакше кажучи, працювати доведеться виключно через структуру партнера.

**Приклад**

**(коли українська компанія бажає продавати свій товар у країнах Європейського Союзу через власну структуру чи за допомогою партнера)**

Для цього найбільш доцільно:

1. Зареєструвати в країнах ЄС (напр. у Чехії) дочірнє підприємство (статус ТОВ) або Представництво своєї компанії.
2. Укласти договір-доручення (на просування свого товару), договір про співробітництво або представлення інтересів з іноземною фірмою.
3. Стати членом міжнародного холдингу.

Для реєстрації дочірнього підприємства або Представництва за кордоном, українська компанія має отримати низку дозволів, і головне – індивідуальну валютну ліцензію Національного банку України.

#### **Вигоди:**

1. Законність та легітимність діяльності за межами України.
2. Можливість взаємного інвестування, в тому числі й «перехресного».
3. Рейтинг української компанії (в Україні, як і в «очах» іноземних партнерів) зростає.
4. Кооперація (торгівля тощо) між нерезидентами єдиного власника взаємовигідна.

#### **Невигоди:**

1. Необхідно щомісяця (!) звітувати перед Національним банком України про «долю» інвестованих коштів. Іноземні банки, до такої «оперативності», практично не готові!
2. Діяльність дочірнього підприємства чи Представництва за кордоном фактично не лише на увазі, а й на «тотальному контролі» українських державних структур.
3. Найменше порушення (напр. пропущено терміни «звіту») дочірнім підприємством або Представництвом, тягне за собою санкції для української (тобто материнської) компанії, зрозуміло, з боку українських державних структур.

#### **Рекомендації:**

Виходячи з вищевикладеного, найбільш доцільним є варіант «договірної співпраці». Іншими словами, українська компанія укладає договір-доручення (на просування свого товару), договір про співробітництво чи представлення інтересів з іноземною фірмою. (Можливий варіант підписання всіх зазначених договорів). При цьому українська компанія може передбачити право використовувати офіс, оргтехніку та іншу іноземну фірму. У договорах, що підписуються, можливо, передбачити: поділ отриманого прибутку, терміни реалізації товару тощо.

Згодом можливий варіант утворення міжнародного холдингу із взаємним інвестуванням та в подальшому - у володінні частки у статутному фонді між учасниками холдингу. З урахуванням єдиного економічного та ринкового простору країн Європейського Союзу, така співпраця є найбільш ефективною та перспективною.

**Підготував,  
Юрій Ключівський,  
UCIAS**