

Информация о возможностях организации бизнеса Чешской Республике

Возможности и условия организации бизнеса в Чешской Республике, приведены в материалах: “Заснування та реєстрація суб’єктів господарювання в Чеській Республіці” и “Концепция организации и деятельности представительств иностранных компаний в Чешской Республике”. Кроме регистрации новой компаний в приведенных материалах приведен и пример создания Представительства иностранной компании на территории Чехии.

В случае слияния (поглощения), приобретения «готового бизнеса» или создания холдинга, необходимо рассмотреть варианты с учетом их выгоды и законности функционирования (как со стороны государства, откуда происходит инвестирование, так и со стороны страны регистрации).

Вариант 1 (слияние или поглощение компаний)

1. Слияние или поглощение компаний возможно по их обоюдному согласию (т.е. необходимо согласие собственников компаний). Естественно, что такие компании зарегистрированы и уже существуют.
2. В случае, если компании находятся в разных странах, такое слияние (поглощение) возможно при соблюдении законодательства обеих стран.

Выгоды: слияние (поглощение) компаний позволяет увеличить прибыльность новообразованной (т.е. после слияния) компании и, естественно, увеличивает конкурентоспособность последней.

Невыгоды: как правило, сокращение числа работников и увольнение управленцев, а также возможные юридические нюансы и трудности при создании единой компании (с учетом разной правовой базы государств).

Вариант 2 (приобретение «готового бизнеса»)

1. Под понятием приобретения «готового бизнеса» имеется ввиду возможность покупки компании целиком или ее доли. Приобретение компаний (или их долей) характерно как для Общества с ограниченной ответственностью (путем покупки доли или пая), так и для Акционерного общества (путем приобретения акций).
2. В случае, если компании находятся в стране-нерезиденте, такое приобретение возможно при соблюдении законодательства обеих стран. Т.е. с учетом требований валютных законодательств и получения необходимых разрешений (напр. на право инвестирования за рубеж).

Выгоды: нет необходимости ожидать, установленных законодательством, сроков регистрации субъектов хозяйственной деятельности, а также возможность начать деятельность, практически, немедленно.

Невыгоды: продающиеся компании могут, кроме активов и пассивов иметь, например, долги перед кредиторами. Кроме того, необходимо время для изменения юридического адреса компании, ее названия и т.д.

Вариант 3 (создание холдинга)

1. Под понятием холдинга след понимать возможность объединение (на разных условиях) ряда компаний, в т.ч. и зарегистрированных в разных странах. Как правило, ни одна из компаний холдинга не имеет и не претендует на полный контроль дел другой компании.

2. Договорные условия между такими компаниями, как правило, не регистрируются. Взаимоотношения компаний (напр. торговля между ними) международного холдинга регулируются законодательством каждой страны.

Выгоды: налицо кооперация, взаимопомощь и возможность координации усилий перед, например, конкурентами. Возможность работы «в одной упряжке» при покупке и использовании авторских прав и изобретений и т.д.

Невыгоды: ограничение «свободы маневров» для отдельно взятой компании и обязательность выполнения договорных условий и обязательств.

В случае, если компания (напр. украинская) имеет намерения воспользоваться услугами другой, иностранной компании, то целесообразным будет рассмотреть следующие варианты возможного сотрудничества:

Вариант 1

(организация продажи собственного товара силами иностранной фирмы)

1. С целью определения емкости местного рынка (в т.ч. определения перечня основных поставщиков-импортеров, условия поставок и продажи, ценовая политика, статистические данные и т.д.), стоимости аналогичного товара, а также с целью возможной легализации (т.е. сертификация, протоколы соответствия и т.д.), продукции партнера, иностранной фирме необходимо провести маркетинговые исследования конкретного рынка.

2. По договоренности, иностранная фирма, от местных органов, получает необходимые разрешения и лицензии. Кроме того, последняя (если не оговорено иначе) ищет основного Покупателя, через которого будет идти реализация в уже существующую торговую сеть местных магазинов и супермаркетов.

3. При необходимости, иностранная фирма для своего партнера берет в аренду (или покупает) складские и магазинные площади с целью организации хотя бы одного-двух магазинов-салонов.

Для реализации вышеуказанного, между украинской компанией и иностранной фирмой, подписывается **договор о предоставлении интересов (или договор поручение на продажу)**. В договоре необходимо оговорить условия сотрудничества, права и обязанности сторон, вопросы взаиморасчетов и т. д.

Затраты, которые необходимо понести украинской компании:

1. Маркетинговые исследования.
2. Сертификация и лицензирование (в случае необходимости).
3. Аренда (или покупка) складских и магазинных площадей (в случае необходимости).
4. Затраты на организацию дистрибуции (подписание договоров, перевозка и т.д.) в случае, если осуществлять поставки в уже существующую торговую сеть местных магазинов и супермаркетов.
5. Рекламные и иные необходимые мероприятия.

Вышеуказанные затраты можно отнести на полученную прибыль от продаж.

Выгоды вышеуказанного варианта:

1. Относительно небольшие затраты (особенно при поставках в уже существующую торговую сеть местных магазинов и супермаркетов).
2. Отпадает необходимость в регистрации собственного юридического лица и не надо нести естественные затраты по таковом.

Невыгоды вышеуказанного варианта:

1. Необходимо «принимать условия розницы». Т.е. существенны отсрочки взаиморасчетов с поставщиками (в Европе - до 180 дней!).
2. Почти отсутствие (или «потеря») собственной торговой марки.

Вариант 2

(продвижения товара украинской компании через поиск иностранных партнеров)

1. Иностранная фирма подбирает для украинской компании несколько партнеров, готовых заниматься реализацией продукции украинской компании, и оговаривает с ними условия сотрудничества. Последнее должна определить украинская компания. Для ведения переговоров украинская компания должна снабдить доверенностью иностранную фирму.
2. После проведения вышеуказанных мероприятий, украинская компания принимает решение по отбору одного или нескольких потенциальных партнеров.
3. Затраты, которые необходимо понести украинской компании:
 - Покрытие затрат иностранной фирмы на поиск партнеров;
 - Сертификация и лицензирование (в случае необходимости). По договоренности с партнером;
 - Расходы на покрытие затрат партнера на организацию дистрибуции (подписание договоров, перевозка и т.д.).
 - Рекламные и иные необходимые мероприятия. По договоренности с партнером.

Вышеуказанные затраты можно отнести на полученную партнером прибыль от продаж.

Выгоды вышеуказанного варианта:

1. Относительно небольшие затраты.
2. Отпадает необходимость в регистрации собственного юридического лица и не надо нести естественные затраты по таковом.
3. Возможность работы по схеме франчайзинга.

Невыгоды вышеуказанного варианта:

1. Необходимо «принимать» условия партнера. Т.е. те же существенные отсрочки взаиморасчетов с партнером (согласно договора).
2. Почти отсутствие (или «потеря») собственной торговой марки.
3. Эксклюзив (т.е. фактически монополия) для партнера не позволит «работать» с другими заказчиками. Иными словами, работать придется исключительно через структуру партнера.

Пример

(когда украинская компания желает продавать свой товар в странах Европейского Союза через собственную структуру или с помощью партнера)

Для этого, наиболее целесообразно:

1. Зарегистрировать в странах ЕС (напр. в Чехии) дочернее предприятие (статус ООО) или Представительство своей компании.

2. Заключение договор-поручение (на продвижение своего товара), договор о сотрудничестве или о представлении интересов с иностранной фирмой.
3. Стать членом международного холдинга.

Для **регистрации дочернего предприятия или Представительства за рубежом**, украинская компания должна получить ряд разрешений, и главное - Индивидуальная валютная лицензия Национального банка Украины.

Выгоды:

1. Законность и легитимность деятельности за пределами Украины.
2. Возможность взаимовыгодного инвестирования, в т.ч. и «перекрестного».
3. Рейтинг украинской компании (и на Украине и в «глазах» иностранных партнеров) возрастает.
4. Кооперация (торговля и т.д.) между нерезидентами единого собственника взаимовыгодна.

Невыгоды:

1. Необходимо ежемесячно (!) отчитываться перед Национальным банком Украины о «судьбе» инвестированных средств. Иностранные же банки, к такой «оперативности», практически не готовы!
2. Деятельность дочернего предприятия или Представительства за рубежом фактически не только на виду, но и на «тотальном контроле» украинских государственных структур.
3. Малейшее нарушение (напр. пропущены сроки «отчета») дочерним предприятием или Представительством, влечет за собой санкции для украинской (т.е. головной) компании, разумеется, со стороны украинских государственных структур.

Рекомендации:

Исходя из вышеизложенного, наиболее целесообразным есть вариант «договорного сотрудничества». Другими словами, украинская компания заключает договор-поручение (на продвижение своего товара), договор о сотрудничестве или о представлении интересов с иностранной фирмой. (Возможен вариант подписания всех указанных договоров). При этом украинская компания может предусмотреть право использовать офис, оргтехнику и другое иностранной фирмы. В подписываемых договорах, возможно, предусмотреть: разделение полученной прибыли, сроки реализации товара и т.д.

Со временем возможен вариант образования международного холдинга с взаимным инвестированием и в последствии владении доли в уставном фонде между участниками холдинга. С учетом единого экономического и рыночного пространства стран Европейского Союза, такое сотрудничество наиболее эффективно и перспективно.

Подготовил,
Юрий Ключивский,
GSM + 420-602261140
Skype: **gazdagroup**
mailcz@gazdagroup.com
www.gazdagroup.com