

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Центральный Банк Российской Федерации [Электронный ресурс]: офиц. сайт. — URL: <http://www.cbr.ru> (дата обращения: 16.11.2018).
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: офиц. сайт. — URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 16.11.2018).
3. Национальная ассоциация профессиональных коллекторских агентств [Электронный ресурс]: офиц. сайт. — URL: <http://www.narcsa.ru> (дата обращения: 19.11.2018).

Юхтанова Юлия Александровна

*кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры
экономической безопасности, системного анализа и контроля
Тюменского государственного университета*

Фаткуллина Алина Фархатовна

*студент 5 курса специальности «Экономическая безопасность»
Тюменского государственного университета*

МЕРЫ СЛУЖБЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ РИСКОВ И УГРОЗ РАБОТЫ С НЕБЛАГОНАДЕЖНЫМИ КОНТРАГЕНТАМИ

Аннотация. Экономическая безопасность предприятия — это состояние защищенности жизненно важных интересов предприятия от внутренних и внешних угроз. В современном мире важно учитывать факторы, которые могут повлиять на собственную безопасность предприятия и разработать меры по предотвращению рисков и угроз, в том числе и при работе с деловыми партнерами. Многолетний опыт показывает, что стороны договорных отношений пренебрежительно относятся к проверке потенциальных партнеров и не учитывают возможные риски и угрозы, которые могут возникнуть во время исполнения договорных обязательств.

При ведении хозяйственной деятельности на предприятии с точки зрения безопасности ведения бизнеса важна работа с надежными партнерами. Но ни один нормативно-правовой акт не обязывает хозяйствующие субъекты проводить проверку контрагентов перед совершением сделки. При работе с контрагентами существует большой риск столкнуться с неблагонадежным деловым партнером. Так, компания, которая ведет дела с таким

партнером, сама рискует стать банкротом, понести финансовые потери и ответственность в соответствии с законодательством.

Поэтому разработка собственной методики проверки контрагентов, во-первых, свидетельствует о добросовестном и осознанном отношении предприятия к выбору партнера, а во-вторых, позволяет предприятию сохранить состояние безопасности и обеспечить защиту собственных интересов путем минимизации риска работы с неблагонадежными контрагентами.


Ключевые слова: служба экономической безопасности, неблагонадежные контрагенты, угрозы.

Abstract. Economic security of the enterprise is a state of protection of vital interests of the enterprise from internal and external threats. In today's world, it is important to take into account factors that can affect the company's own security and develop measures to prevent risks and threats, including when working with business partners. Many years of experience shows that the parties to the contractual relationship are negligent to the verification of potential partners and do not take into account the possible risks and threats that may arise during the performance of contractual obligations.

When conducting business activities in the enterprise from the point of view of business security, it is important to work with reliable partners. But no legal act obliges business entities to carry out verification of contractors before making a transaction. When working with contractors, there is a high risk of encountering an unreliable business partner. Thus, a company that conducts business with such a partner risks becoming bankrupt, incur financial losses and liability in accordance with the law.

Therefore, the development of its own methods of verification of contractors, firstly, speaks of a conscientious and conscious attitude of the enterprise to the choice of a partner, and secondly, allows the company to maintain a state of security and protect its own interests by minimizing the risk of working with unreliable contractors.

Key words: economic security service, unreliable contractors, threats.

 Финансовый и репутационный ущерб предприятию может быть нанесен в результате ненадлежащего исполнения или нарушения обязательств деловыми партнерами, т. е. вызван внешними угрозами экономической безопасности предприятия.

Экономическая безопасность предприятия на сегодняшний день имеет множество трактовок, и взгляды на это понятие в научном сообществе существенно разнятся. Обзор мнений специалистов в отношении понятия «экономическая безопасность предприятия» выявил два основных подхода. Первый подход рассматривает экономическую безопасность как состояние безопасного функционирования и достижения целей деятельности. Другая группа исследователей отождествляет экономическую безопасность предприятия с системой мер, которая призвана обеспечивать возможность предупреждения и нейтрализации различных угроз и защищать экономические интересы предприятия [1].

В рамках второго подхода укладывается риск работы с неблагонадежными контрагентами. Сотрудничества с неблагонадежным контрагентом можно избежать, если принять предупредительные меры: узнать максимум информации о своем потенциальном партнере по бизнесу, провести оценку вероятности наступления банкротства и оценить степень его благонадежности. Факт проведения проверки потенциального контрагента и материалы, полученные в ходе этой проверки, могут послужить доказательством должной осмотрительности.

Содержание термина «должная осмотрительность и осторожность» раскрыто в Письме Федеральной налоговой службы (ФНС) от 16.03.2015 № ЕД-4-2/4124 «О рассмотрении обращения по вопросу разъяснения принятия мер должной осмотрительности при выборе контрагента» [2]. Именно на этапе выбора контрагента необходимо удостовериться в правоспособности юридического лица, являющегося участником сделок, и надлежащих полномочиях руководителя данного юридического лица, имеющего право на заключение и подписание договоров, влекущих правовые последствия, на законных основаниях. Таким образом, при заключении сделок предприятие должно убедиться в том, что его контрагент соответствует перечисленным условиям.

Далее в Письме ФНС от 24.07.2015 № ЕД-4-2/13005@ «Об информации, предоставляемой налоговыми органами налогопла-

тельщикам, проявляющим должную осмотрительность при выборе контрагентов» разъясняется, что предприниматель может быть лишен налоговой выгоды от сделки, если будет доказана ее необоснованность в результате того, что он не проявил должную осмотрительность и осторожность и вовремя не узнал о нарушениях, допускаемых контрагентом. В указанном документе ФНС дает пояснения, что именно на этапе выбора поставщиков необходимо проверять их юридический статус и деловую репутацию, проявляя тем самым должную осмотрительность [3].

Следует также отметить, что в Уголовном кодексе Российской Федерации с 2011 г. присутствуют ст. 173.1 «Незаконное образование (создание, реорганизация) юридического лица» и 173.2 «Незаконное использование документов для образования (создания, реорганизации) юридического лица», созданные для борьбы с фирмами-однодневками. Эти статьи предусматривают ответственность за незаконную организацию юридических лиц и незаконное использование для этого документов.

Таким образом, хозяйствующий субъект, который не проявил должную осмотрительность и осторожность, вполне может быть замешан в уголовном деле, что скажется на его деловой репутации.

При работе с контрагентами существует большой риск столкнуться с неблагонадежным контрагентом, например с фирмой-однодневкой. Для того чтобы проверить контрагента на благонадежность, необходимо воспользоваться методикой проверки вероятного делового партнера.

В нашем государстве зарегистрировано большое количество юридических лиц с одинаковыми названиями, поэтому искать необходимую информацию лучше с помощью идентификации по основному государственному регистрационному номеру (ОГРН), индивидуальному номеру налогоплательщика (ИНН), адресу местонахождения (юридическому адресу).

Основные открытые источники информации о контрагентах: Федеральная налоговая служба Российской Федерации; Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации; Феде-

ральная служба судебных приставов Российской Федерации; федеральные арбитражные суды Российской Федерации; федеральные и межведомственные службы.

Специальные сервисы, которые представлены на интернет-сайтах государственных структур, позволяют получить информацию о любом контрагенте.

1. Федеральная налоговая служба.

Сайт Федеральной налоговой службы помогает найти наибольшее количество сведений о юридических лицах:

а) сведения, внесенные в Единый государственный реестр юридических лиц (ЕГРЮЛ) или Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и крестьянских хозяйств (ЕГРИП).

Это один из самых полезных электронных ресурсов, который поддерживает ФНС, данные в нем актуализируются ежедневно. То есть если компания подала сведения о ликвидации, в этот же день вы можете увидеть эту информацию в выписке ЕГРЮЛ.

Сведения, представленные в выписке из государственных реестров, необходимы при ведении предпринимательской деятельности, заключении договоров, представлении интересов в суде. Выписка из ЕГРЮЛ/ЕГРИП доказывает факт существования юридического лица и индивидуального предпринимателя, подтверждает его правоспособность и дееспособность;

б) сведения о юридических лицах и индивидуальных предпринимателях, в отношении которых представлены документы для государственной регистрации. Данный сервис позволит получить информацию о характере изменений в ЕГРЮЛ;

в) сведения о лицах, в отношении которых факт невозможности участия в организации установлен в судебном порядке;

г) юридические лица, в состав исполнительных органов которых входят дисквалифицированные лица. С помощью этого сервиса можно определить, не дисквалифицировано ли лицо, которое входит в состав исполнительных органов контрагента и намеревается подписать документы по сделке;

д) адреса, указанные при государственной регистрации в качестве места нахождения несколькими юридическими лицами. Сервис предоставляет информацию о том, не числится ли контрагент по адресу «массовой» регистрации;

е) сообщения юридических лиц, опубликованные в журнале «Вестник государственной регистрации». Данный сервис позволит узнать сведения о ликвидации, реорганизации, уменьшении уставного капитала, приобретении обществом с ограниченной ответственностью 20% уставного капитала другого общества, а также иную информацию по изменениям юридических лиц, которую они обязаны публиковать в соответствии с законодательством Российской Федерации;

ж) сведения, опубликованные в журнале «Вестник государственной регистрации», о принятых регистрирующими органами решениях о предстоящем исключении недействующих юридических лиц из Единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ).

2. Федеральная служба государственной статистики.

В государственные органы статистики предприятия обязаны предоставлять данные годовой бухгалтерской отчетности.

3. Федеральные арбитражные суды Российской Федерации. Данный сервис показывает сведения по арбитражным делам контрагента, как в качестве истца, так и в качестве ответчика. Сервис находится на официальном сайте Высшего арбитражного суда Российской Федерации и называется «Картотека арбитражных дел». Чтобы воспользоваться сервисом, нужен только ИНН или наименование контрагента. Данная информация позволит сформировать портрет контрагента с точки зрения надежности.

4. Федеральная служба судебных приставов Российской Федерации. Сервис позволяет увидеть неоплаченные суммы, взыскание которых было передано в Федеральную службу судебных приставов. В эту базу данных попадают споры, которые не удалось урегулировать в досудебном и судебном порядках. Данный электронный сервис показывает суммы удержаний по исполнительным производством.

5. Прочие федеральные и межведомственные службы:

а) отсутствие контрагента в реестре недобросовестных поставщиков. Сервис расположен на сайте единой информационной системы в сфере закупок. Если контрагент занесен в реестр недобросовестных поставщиков, то нужно подумать, стоит ли работать с контрагентом на условиях отсрочки платежа или предоплаты;

б) действительность паспортных данных руководства контрагента. Данный электронный сервис находится на сайте главного управления по вопросам миграции Министерства внутренних дел России. Источником сервиса является ежедневно обновляемый список недействительных паспортов. Список размещен в формате открытых данных, но обезличен, чтобы не нарушать действующее законодательство в области персональных данных. По номеру и серии паспорта руководителя контрагента можно проверить, действует ли паспорт лица, уполномоченного на подпись документов. Если паспорт не действителен, то, скорее всего, контрагент является мошенником.

Кроме того, существуют специализированные электронные сервисы, которые представляют отчет по контрагенту:

1. Спарк. Отчет, выгружаемый из данной программы, содержит: сведения из ЕГРЮЛ и ЕГРИП; оценку основных факторов риска: возраст предприятия, наличие долгов, массовый адрес регистрации, данные о периодической смене директоров; реестр недобросовестных поставщиков; определение индекса благонадежности; сведения о том, планирует ли организация или ИП вносить изменения в учредительные документы (по запросу в ФНС); данные архива банкротств; информацию обо всех связях компании; сведения о наличии открытых вакансий; информацию о кредитной истории не только юридических, но и физических лиц; сведения обо всех арбитражных делах; проверку упоминаний в СМИ.

2. Интегрум. Отчет данной программы содержит следующие данные: сведения из ЕГРЮЛ и ЕГРИП; информацию об исполнительных производствах; сведения обо всех арбитражных делах; информацию об участии в торгах и контрактах; оценку финансовой

состоятельности и деловой репутации; мониторинг контрагентов в автоматическом режиме (отслеживание всех изменений); анализ сообщений из СМИ и социальных сетей.

3. Контур-Фокус. В данной программе содержатся: сведения из ЕГРЮЛ и ЕГРИП; сведения обо всех арбитражных делах; бухгалтерская отчетность организации; финансовый анализ состояния организации; информация об исполнительных производствах; информация о наличии процедуры банкротств; данные о заключенных государственных контрактах; информация обо всех связях компании; мониторинг контрагентов в автоматическом режиме (отслеживание всех изменений); информация об упоминаниях контрагента в Интернете [4].

Важно отметить, что данные интернет-ресурсы являются платными. На основе сведений можно отметить, что наибольшей функциональностью обладает профессиональная система для управления рисками «Спарк», предоставляющая в полном объеме всю информацию, которая может понадобиться в ходе проверки контрагента на благонадежность. Самым ограниченным в своих возможностях является справочный сервис «Интегрум». Необходимо также подчеркнуть, что программа «Контур-Фокус» предоставляет такую важную и полезную услугу, как автоматический мониторинг контрагентов, которая экономит время специалиста и своевременно оповестит о любых значимых изменениях в деятельности партнера.

Вместе с тем службе безопасности предприятия следует провести мониторинг средств массовой информации. Мониторинг средств массовой информации — это отслеживание сообщений средств массовой информации, соответствующих заданной тематике. То есть важно обращать внимание на публикации о компании-контрагенте в газетах, журналах, на телевидении и т. п.

При использовании неформальных источников для оценки потенциального партнера следует сопоставлять информацию из разных ресурсов. Часть информации можно уточнять напрямую путем запроса в компанию. Но ни компания, ни налоговый орган законодательно не обязаны предоставлять данные. Если контрагент ссыла-

ется на коммерческую тайну в предоставлении сведений, то нужно знать, что к коммерческой тайне не может быть отнесена следующая информация:

- учредительные документы;
- устав;
- документы, подтверждающие внесение записей в государственные реестры;
- сведения о составе имущества государственных компаний и об использовании ими бюджетных средств;
- документы, дающие право заниматься предпринимательской деятельностью (регистрационные удостоверения, лицензии, патенты);
- сведения о численности, составе работающих, их заработной плате и условиях труда, задолженности по выплатам, а также о наличии свободных рабочих мест;
- документы об уплате налогов и обязательных платежах.

Заключительным этапом методики проверки вероятного делового партнера может являться выезд по юридическому адресу контрагента.

Одним из важных нюансов проверки является проверка адреса на массовость. Массовый адрес регистрации юридических лиц — это адрес, по которому имеют регистрацию несколько организаций одновременно. Массовая регистрация юридических лиц не является незаконной, но может косвенно указывать на неблагонадежность компании. Наиболее благоприятный вариант для сотрудничества — совпадение фактического и юридического адреса. В таком случае организация вызывает доверие. В случае возникновения каких-либо проблем в исполнении договорных обязательств организацию будет легко найти, чтобы отправить претензию или подать исковое заявление. Чтобы убедиться в том, что контрагент является благонадежным, необходимо сделать выезд на адрес контрагента. Так, компания наглядно сможет убедиться, что контрагент действующий. Проверка юридического адреса позволяет обезопасить бизнес от действий мошенников, избежать денежных потерь и необходимости судебных

разбирательств. Наиболее благоприятными для сотрудничества являются организации, фактический и юридический адрес которых совпадают между собой.

На сегодняшний день одним из масштабных рисков в отношениях контрагентов является риск его банкротства, поэтому важно заранее узнать максимум информации о своем потенциальном партнере по бизнесу, провести оценку вероятности банкротства контрагента и спрогнозировать степень его благонадежности. Вопрос оценки вероятности банкротства контрагентов в условиях экономического кризиса является одним из главных для любой компании.

Существуют подходы к оценке признаков банкротства контрагента. Главной методикой анализа и оценки вероятности банкротства является методика арбитражных управляющих. Она разработана на основе Постановления Правительства РФ от 25.06.2003 № 367 «Об утверждении Правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа». Правила определяют принципы и условия проведения арбитражным управляющим финансового анализа, а также состав сведений, используемых арбитражным управляющим при его проведении [5].

Для проведения анализа и прогнозирования вероятности банкротства разработано множество российских авторских методик, в частности четырехфакторная модель прогноза риска банкротства (модель R-счета) Иркутской государственной экономической академии, двухфакторная модель М. А. Федотовой.

Для оценки вероятности банкротства могут использоваться интегральные показатели. В зарубежной литературе и практике наибольшую известность в этой области получила работа известного западного экономиста Эдварда Альтмана, разработавшего с помощью аппарата множественного дискриминантного анализа методику расчета индекса кредитоспособности. Этот индекс позволяет в первом приближении разделить хозяйствующие субъекты на потенциальных банкротов и не банкротов. Зарубежные методики по оценке вероятности наступления кризиса предприятия не всегда приемлемы для российских организаций, поскольку в них используются коэффици-

енты, рассчитанные в соответствии с иными условиями кредитования предприятий, налогообложения. В целом необходимо отметить, что зарубежные модели прогнозирования банкротства не в полной мере могут применяться для оценки деятельности отечественных компаний, поскольку не учитывают специфику финансовой отчетности российских организаций и отраслевые особенности сферы деятельности.

Следовательно, меры по предотвращению рисков и угроз работы с неблагонадежными контрагентами можно обобщить и представить схематично (рис. 1).



Рис. 1. Меры службы экономической безопасности по предотвращению рисков и угроз работы с неблагонадежными контрагентами

Таким образом, все более актуальным становится вопрос о том, как компаниям проверять контрагентов и тем самым снизить и минимизировать коммерческий риск. Решение данного вопроса видит-

ся в разработке внутреннего локального документа на предприятии — регламента проверки контрагентов. Единая форма регламента не урегулирована нормативными документами. Организация самостоятельно разрабатывает данный документ. К тому же следование регламенту при проверке благонадежности контрагентов станет доказательством того, что организация соблюдает должную осмотрительность и не допускает правонарушений.

Порядок проведения проверки контрагента, указанный в регламенте, может отличаться для разных категорий контрагентов. Например, процедуры могут быть следующими:

- для предприятий, которые существуют на рынке долгий срок, и предприятий-новичков (в первом случае исключен риск партнерства с фирмой-однодневкой, во втором случае он может присутствовать в полной мере);

- для компаний, с которыми сотрудничество происходит впервые, и для тех, с кем работа возобновляется после долгого перерыва (в первом случае сбор сведений и документов начинается с самого начала, а во втором случае должна быть сохранена информация о потенциальном партнере).

При проверке перед заключением договора могут быть запрошены у потенциального партнера следующие документы:

- копия документа, удостоверяющего личность представителя контрагента;

- копия документа, подтверждающего полномочия представителя;

- копия устава;

- копия ИНН;

- выписка из ЕГРЮЛ/ЕГРИП;

- копии лицензий на ведение какой-либо деятельности, если предстоящее партнерство предполагает деятельность, подлежащую лицензированию или сертификации.

Список документов организация может установить свой, но все они должны соответствовать требованиям закона о сохранении банковской, коммерческой, налоговой и государственной тайн.

В регламент проверки контрагентов считаем целесообразным включить следующие этапы:

1. Сбор необходимой документации и сведений о контрагенте. Регламент проверки контрагентов должен содержать информацию о том, какой набор документов и сведений необходимо собрать по каждой группе сделок или контрагентов. Кроме того, должно быть указано, какая информация собирается до заключения договора и какие данные будут контролироваться во время его исполнения.

2. Анализ и сопоставление сведений. Полученные сведения о будущем контрагенте должны быть проанализированы и сопоставлены, на основе чего будет принято решение, можно ли заключать сделку с этим контрагентом.

3. Ответственные лица. В регламенте необходимо указать ответственных лиц, которые будут заниматься проверкой контрагентов. Для этого нужно предоставить сведения о лице (ФИО или должность проверяемого) либо закрепить соответствующее подразделение (служба безопасности, юридический отдел или бухгалтерия).

4. Запрос или самостоятельное получение дополнительных данных о контрагенте. Данные о контрагенте можно получить из специальных источников: интернет-ресурсов, государственных источников (ЕГРЮЛ/ЕГРИП), сайтов арбитражного суда, Федеральной службы судебных приставов, Федеральной налоговой службы, а также с помощью использования электронных сервисов проверки («Спарк», «Контур-Фокус», «Интегрум»).

5. Принятие решения о возможности заключения договора с контрагентом. Когда сбор документации и информации о контрагенте проведен, информация проанализирована и сопоставлена и выявлены возможные риски, сотрудником компании или коллегиальным органом, имеющим полномочия, принимается решение о заключении договора с контрагентом. Результатом проверки может быть согласие или несогласие о заключении сделки. Решение о заключении сделки с потенциальным партнером должно быть закреплено в регламенте о проверке.

Регламент утверждается генеральным директором предприятия. Ознакомление с положениями регламента доводится под роспись до сведения всех работников, которые занимаются поиском клиентов и покупателей, поддерживают контакты с партнерами и сопровождают сделки. С регламентом следует ознакомить руководителей основных подразделений компании.

Регламент проверки контрагентов содержит следующие элементы:

1. Общие положения. В данном разделе прописывается цель разработки регламента, с какой даты начинает действовать данный регламент, для кого он обязателен, кто подлежит проверке в соответствии с регламентом, кто проводит проверку в соответствии с регламентом.

2. Категории сделок, заключаемые с контрагентами. Данный раздел содержит информацию о том, на какие категории нужно разделить сделки, по которым будет проводиться проверка контрагента, от чего будет зависеть количество собираемых сведений и документов.

3. Порядок проверки контрагента до заключения с ним сделки. Устанавливается категория сделки, по которой будет проводиться проверка контрагента. Специалист службы безопасности на стадии согласования договора обязан собрать сведения по контрагенту и провести проверочные мероприятия.

4. Сроки проведения проверки. В соответствии с категорией сделки проверки контрагента определяются сроки проверки.

5. Порядок действий после проведения проверки. Данный раздел содержит информацию о том, что нужно делать, если контрагент признан сомнительным или неблагонадежным.

6. Порядок проверки контрагента во время исполнения сделки.

7. Порядок и сроки хранения сведений о контрагенте. В данном разделе содержится информация о том, сколько будут храниться отчеты о проверке контрагента.

8. Меры поощрения и ответственность работников. В этом разделе указываются меры поощрения сотрудника, который выявил неблагонадежного контрагента и ответственность работников за неисполнение и ненадлежащее исполнение требований регламента.

Закон не содержит требования иметь разработанный регламент проверки контрагентов или проводить какие-либо виды проверок. Тем не менее наличие такого регламента способствует снижению рисков при работе с контрагентами и позволяет организации избежать финансовых и репутационных потерь.

Компания с большим объемом заключенных сделок нуждается в дополнительном контроле договоров. Данный контроль может осуществляться посредством ведения реестра договоров. Реестр договоров — это отдельный перечень соглашений, заключаемых компанией в процессе своей бизнес-деятельности. Такой реестр создается для учета договоров и контроля над их хранением. Компания сама выбирает форму реестра: бумажную или электронную. Договоры по завершённым сделкам хранят еще некоторое время, чтобы компания могла подкрепить свою позицию в арбитражном споре. Если в компании большой поток документов, отдельный список договоров позволит упорядочить работу.

Для того чтобы не было риска, что сотрудники упустят важные детали при работе с реестром договоров и партнеров, можно издать специальный внутренний локальный акт о ведении реестра договоров. В данном акте нужно закрепить правила ведения данного реестра. Кроме того, эти правила можно перечислить в положении о договорной работе.

В организации может быть несколько отделов. Каждый из отделов ведет свой реестр регистрации договоров. Для того чтобы упорядочить работу, в правилах ведения реестра договоров нужно отметить, что реестр какого-то определенного отдела имеет приоритет над списками других отделов. Необходимо, чтобы сотрудники других отделов сверяли свою информацию со сведениями реестра договоров, которым занимаются юристы.

По итогу собранной информации по контрагенту нужно составить справку о проверке.

Данная справка должна включать следующее:

1. Какие копии документов содержит данная справка.

2. По каким общедоступным ресурсам проводилась проверка контрагента.

3. Результаты проверки:

— соответствуют ли сведения о руководителе или учредителях сведениям, содержащимся в ЕГРЮЛ/ЕГРИП;

— значится ли контрагент в списке юридических лиц, имеющих задолженность по уплате налогов или не предоставляющих отчетность более года;

— представляет ли контрагент налоговую отчетность;

— принималось ли решение об исключении из ЕГРЮЛ юридического лица;

— содержится ли информация об участии контрагента в арбитражных судах в качестве ответчика.

4. Резолюция (категория контрагента). В этом пункте делается вывод о том, можно ли сотрудничать с данным контрагентом.

Наличие и использование таких локальных документов, как регламент проверки контрагента, реестр договоров значительно снижаются риски работы с неблагонадежными деловыми партнерами. По итогу проверки необходимо составить справку о проверке контрагента, в которой необходимо сделать вывод о том, можно ли сотрудничать с контрагентом.

Работа с неблагонадежным контрагентом несет в себе серьезные риски. Так, компания, которая ведет дела с таким партнером, сама рискует стать банкротом, потерять свои денежные средства и даже понести ответственность в соответствии с законодательством.

В соответствии с этим предлагаемые меры по определению и предотвращению неблагонадежного контрагента заключаются в следующем:

1. Проведение проверки вероятного делового партнера путем запроса у контрагента документов, а также путем самостоятельного использования общедоступных интернет-сервисов: сайтов федеральной налоговой службы, федеральной службы государственной статистики, федеральной службы судебных приставов, федеральных арбитражных судов Российской Федерации.

2. Использование платных источников информации о контрагенте, которыми являются данные специализированных интернет-сервисов проверки контрагентов, такие как «Спарк», «Контур-Фокус», «Интергум».

3. Введение внутри предприятия локальных нормативных документов, регламентирующих работу с контрагентами на предприятии: регламента проверки контрагентов, реестра договоров.

4. Изучение финансово-хозяйственной деятельности потенциального контрагента с точки зрения вероятности наступления банкротства и неисполнения им своих обязательств.

5. Мониторинг финансово-хозяйственной деятельности контрагента в процессе исполнения договорных обязательств.

Из всего вышесказанного можно заключить, что разработка собственной методики проверки контрагентов, во-первых, свидетельствует о добросовестном и осознанном отношении предприятия к выбору партнера, а во-вторых, позволяет предприятию сохранить состояние безопасности и обеспечить защиту собственных интересов путем минимизации риска работы с неблагонадежными контрагентами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Юхтанова, Ю. А. Исследование понятия и системы факторов-угроз экономической безопасности предприятия / Ю. А. Юхтанова // Казанский социально-гуманитарный вестник. — 2016. — № 6. — С. 100-103.
2. О рассмотрении обращения по вопросу разъяснения принятия мер должной осмотрительности при выборе контрагента [Электронный ресурс]: Письмо Федеральной налоговой службы от 16.03.2015 № ЕД-4-2/4124. — URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70890648/#ixzz5qFudZs4X> (дата обращения: 20.10.2018).
3. Об информации, предоставляемой налоговыми органами налогоплательщикам, проявляющим должную осмотрительность при выборе контрагентов [Электронный ресурс]: Письмо ФНС от 24.07.2015 № ЕД-4-2/13005@. — URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&ts=140582984606935151994729862&cacheid=E316239AB1AAA4CE5B42A737528C752F&mode=splus&base=QUEST&n=148366&rnd=0.06976691160706694#1qshkrbx4vb> (дата обращения: 20.10.2018).

4. Баранова, М. В. Организация проверки контрагентов на предприятии в целях предотвращения банкротства [Электронный ресурс] / М. В. Баранова, Е. В. Быкасова // Актуальные проблемы и тенденции развития экономики организаций в России: сб. науч. тр. к 15-летию кафедры аудита и контроллинга Московского гос. ун-та дизайна и технологии. — М., 2016. — С. 25-28. — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_27365500_32718026.pdf (дата обращения: 20.10.2018).
5. Об утверждении Правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 25.06.2003 № 367. — URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&ts=1313712274023613899828297846&cacheid=B826F73D03A54DC635AC938F57F606C4&mode=splus&base=LAW&n=42901&rnd=0.06976691160706694#dcjisyxzu0> (дата обращения: 20.10.2018).