

Особливості побудови інформаційного забезпечення системи економічної безпеки підприємства

У статті розглянуто основні критерії визначення надійності нового контрагента, виявлення наявності афілійованих осіб на етапі пошуку нових контрагентів, запропоновано механізм організації роботи інформаційної системи економічної безпеки на етапі вибору контрагентів та побудови подальшої роботи з ними.

The article describes the main criteria for determining the reliability of a new contractor, revealing the presence of affiliates at the stage of searching for new contractors, the mechanism of the organization of information security at the stage of selection of contractors and the construction of further work with them.

Ключові слова: *критерії надійності контрагента, економічна безпека, «належна обачність», афілійована особа.*

Вступ. В сучасному світі ведення договірної діяльності на підприємстві напряму залежить від фінансових відносин підприємства з контрагентами. Як правило, досвід таких взаємин показує ступінь надійності кожного з них. Наявність заборгованості, виплати згідно з термінами, можливість зв'язатися з кваліфікованим консультантом в разі необхідності, надання товарів чи послуг своєчасно – все це може бути критеріями визначення, надійний даний партнер чи ні. Однак, часто постає питання про пошук нових контрагентів, про укладення нових договорів з ними і в даному випадку немає ніякої історії співпраці і тоді визначати ступінь їх надійності доводиться за допомогою альтернативних критеріїв.

Необхідність пошуку нових незнайомих контрагентів і ведення з ними фінансових операцій спонукає замислитися про поняття економічної безпеки на етапах перевірки надійності потенційного постачальника. Дослідженню забезпечення економічної безпеки, її аспектів присвячено наукові праці В. Ярочкина, А. Шаваєва, В. Забродського, В. Шликова [4]. Однак, вивчаючи їх досягнення у цій галузі, слід зазначити, що етап перевірки нових контрагентів

та забезпечення економічної безпеки на перших етапах співпраці з потенційними постачальниками є недосить дослідженим ще й у зв'язку з тим, що інформація постійно поповнюється новою судовою практикою.

Постановка завдання. Метою статі є розглядання основних критеріїв визначення надійності нового контрагента, виявлення наявності афілійованих осіб на етапі пошуку нових контрагентів, визначення основних пунктів, що входять в поняття так званої «належної обачності». Запропоновано механізм організації роботи інформаційної системи економічної безпеки на етапі вибору контрагентів та побудови подальшої роботи з ними.

Результати. Поняття економічної безпеки досить широке і в загальному випадку охоплює декілька функціональних складових, які для кожного конкретного підприємства можуть мати різні пріоритети в залежності від характеру існуючих загроз. В загальному вигляді, економічна безпека підприємства – це наявність конкурентних переваг, обумовлених відповідністю матеріального, фінансового, кадрового, техніко-технологічного потенціалів і організаційної структури підприємства його стратегічним цілям та завданням. Проте в рамках статті розглядається лише аспект забезпечення його стійкості в різноманітних, в тому числі і в несприятливих умовах, які складаються у зовнішньому середовищі [3]. Оскільки одним із прикладів несприятливого впливу зовнішнього середовища може стати співпраця з неблагонадійним контрагентом, то в рамках цієї статті, під економічною безпекою підприємства будемо розуміти захищеність його діяльності від негативних впливів зовнішнього середовища, а також здатність швидко усунути різноманітні загрози або пристосуватися до існуючих умов, які не позначаються негативно на його діяльності. Загроза безпеки підприємства – це потенційна або реальна дія, процес або явище, здатні порушити його стійкість і розвиток або призвести до припинення його діяльності. Поняття «загроза» дуже тісно пов'язане з поняттям «ризик». Ризик можна розглядати як міру для кількісного виміру небезпеки, що представляє собою багатокомпонентну величину. Величину ризику можна виміряти, наприклад, за допомогою статистичних даних або розрахувати за допомогою імітаційних моделей, що включають кількісні показники збитків від впливу того чи іншого небезпечного фактора, ймовірності виникнення аналізованого небезпечного фактора, невизначеності в величинах збитку [1].

У зв'язку з таким визначенням економічної безпеки слід навести ряд факторів ризику при роботі із незнайомими контрагентами, які повинні контролюватися належним органом на підприємстві.

1. Ризик участі в судових процесах.

На момент укладання договору замовник ще не впевнений наскільки контрагент сумлінно виконуватиме свої обов'язки за договором. Звичайно, якщо контрагент порушить свої зобов'язання, то порушені права можна буде захистити в судовому порядку.

2. Ризики ліквідації, реорганізації та банкрутства контрагента.

Юридична особа, що перебуває в процесі реорганізації, незабаром припинить своє існування, а його права та обов'язки перейдуть до іншої особи (до інших осіб). Юридична особа, що перебуває в процесі ліквідації, незабаром припинить своє існування, і всі зобов'язання з цим контрагентом будуть припинені. У зв'язку з цим, вибір такого контрагента дуже ризикований [2].

Термін «належна обачність» не визначено ні в цивільному, ні в податковому кодексі. Однак цей термін часто вживається у випадках, коли податкова перевірка юридичної особи виявляє договірні відносини останнього з фірмами із сумнівною репутацією або порушеннями в організаційній схемі. Тому, образно кажучи, «належна обачність» передбачає ряд дій з боку підприємства-замовника щодо своїх потенційних контрагентів перед укладенням договору. У зв'язку з цим, після прийняття рішення про необхідність укладання договору з новими контрагентами, на підприємства зобов'язана бути створена група осіб за підтримки юридичного відділу, яка буде вести переговори з потенційними постачальниками, збирати про них інформацію і здійснювати ряд рекомендованих дій, які входять в поняття «прояв належної обачності». Слід зазначити, що перелік дій, що чиниться по відношенню до потенційних контрагентів, повинен бути зафіксований в документальній формі. Даний документ, по суті, буде містити процедуру вибору контрагентів.

На початковому етапі виділена група відповідальних збирає інформацію про нових контрагентів. Це необхідно виконувати в двох напрямках: безпосереднє спілкування з представниками контрагентів і збір інформації з загальнодоступних джерел. Безпосереднє спілкування з постачальниками передбачає надання останнім наступного переліку документів (слід зазначити, що перелік поповнюється новою судовою практикою):

1. Копії установчих документів
2. Копія свідоцтва про державну реєстрацію
3. Копії свідоцтва про постановку на облік в податковому органі
4. Копії ліцензії (якщо діяльність контрагента підлягає ліцензуванню)
5. Копії довіреності або наказу, що підтверджує право керівника підписувати документи
6. Інформації про те, чи не притягувався чи керівник організації до податкової або адміністративної відповідальності.
7. Термін діяльності компанії на ринку (як правило, не менше 6 місяців), враховуючи реорганізацію [1].

Огляд інформації із загальнодоступних джерел головним чином надає відомості щодо популярності даного контрагента, відгуки про нього як про партнера інших замовників.

Другим кроком у зборі інформації про контрагента є перевірка справжності. Базові положення (наявність державної реєстрації, ліцензії на ведення діяльності) можна перевірити за допомогою державних інформаційно-ресурсних центрів (наприклад, <http://irc.gov.ua/ua/Poshuk-v-YeDR.html>, <http://irc.gov.ua/ua/Poshuk-v-YeLR.html>), де відображається інформація з Єдиного державного реєстру.

Організаційно-управлінська діяльність потенційного контрагента вимагає особливої уваги щодо наявності афілійованих осіб.

Афілійовані особи – юридичні та фізичні особи, здатні впливати на діяльність інших юридичних і (або) фізичних осіб.

Причиною залежності одного самостійного суб'єкта підприємницької діяльності від іншого можуть бути відносини різного роду: майнові, засновані на володінні значним пакетом акцій (частками участі в статутному капіталі) господарського товариства; договірні, засновані на наявності договірних зобов'язань, що дозволяють одній стороні визначати умови ведення підприємницької діяльності іншою стороною; організаційно-управлінські, зокрема, засновані на участі одних і тих же осіб в органах управління двох і більше юридичних осіб; родинні, коли власник однієї юридичної особи є родичем власника іншої юридичної особи, пов'язаного з першим діловими відносинами.

Головною обставиною, яка може викликати сумніви, це можливість юридичної особи фактично розпоряджатися через третіх осіб, що може привести до плутанини в разі будь-яких фінансових непорозумінь.

Виявлення афіліювання може відбуватися за кількома напрямками:

1. Виявлення афіліювання за загальними людьми:

– загальний керівник або головний бухгалтеру декількох юридичних осіб;

– загальний засновник - фізична особа у кількох юридичних осіб.

2. Виявлення афіліювання за загальними об'єктами:

– загальна юридична адреса (з певною часткою ймовірності);

– загальна фактична адреса (з певною часткою ймовірності);

– загальна поштова адреса;

– загальний виробничий або складський комплекс.

3. Виявлення афіліювання за загальною бухгалтерією

– за печатками, що зберігаються в бухгалтерії;

– за документами, що оформлюються в бухгалтерії;

– за обліками, що ведуться в бухгалтерії.

У виявленні афіліювання також можуть допомогти інформаційні веб-ресурси, наприклад, Інтегрум – архів інформації з відкритих джерел за допомогою якого можна виявити ті організації, у яких керівник одне і те ж фізична особа або які компанії надають один і той же телефон.

Також обов'язковою складовою перевірки нових контрагентів та налагодження роботи з ними є облік документації. Основне призначення журналів реєстрації – підтверджувати третім особам, і насамперед у суді, переміщення документів підприємця. Як правило, на підприємствах ведеться чотири журнали обліку:

1) журнал обліку вхідної документації;

2) журнал обліку вихідної документації;

3) реєстр укладених договорів;

4) реєстр контрагентів.

Крім того, наявність подібних журналів та реєстрів може підтвердити або спростувати в суді заяву підприємця про направлення або отримання претензій, здійсненні листування по предмету і суті договору. Правильно поставлений документообіг та облік документації дозволяють ефективніше приймати управлінські рішення [5].

Основні розділи і порядок ведення трьох перших журналів обліку викладені в будь-якій інструкції з діловодства. «Реєстр контрагентів», в свою чергу, складається на підставі «Журналу обліку договорів» і містить зазвичай дані про контрагента (найменування, місце знаходження, П.І.Б. керівника або індивідуального підприємця, телефони, електронні адреси) і дані про суть і порядку виконання угоди (предмет договору, вид і терміни виконання основних зобов'язань, суми, що підлягають оплаті або отримання). «Реєстр контрагентів» дозволяє набагато ефективніше взаємодіяти з партнерами по договору.

З написаного раніше, можна зробити висновок, що збір інформації про потенційного контрагента відбувається з трьох джерел – від самого контрагента, із загальнодоступних джерел, а також в результаті аналізу архівної документації та використанні загальнодоступних інформаційних систем. Доповнює ці дані зареєстровані документи щодо взаємодії з контрагентом. Отриману інформацію доцільно зберігати централізовано з можливістю мати до неї швидкий доступ в необхідний момент. Така можливість надається, якщо на підприємстві існує власна інформаційна система економічної безпеки, куди надходять і зберігаються дані з різних джерел. Дана система повинна дозволити зберігання первинних даних про контрагента згідно джерела їх отримання, зберігання історії взаємин з контрагентом, мати канал узгодження даних з іншими загальнодоступними інформаційними системами для оновлення інформації. Така система дозволить не тільки відслідковувати процес взаємин з контрагентом на локальному рівні, який стосується тільки даного підприємства, а й отримувати загальні відомості ззовні, відстежувати і вести власний список ненадійних контрагентів, аналізувати інформацію щодо справжності даних, наданих контрагентами. Згідно вище викладеного, механізми взаємодії інформаційної системи економічної безпеки щодо виявлення надійності контрагентів може бути представлені в наступному вигляді (рис.1). На рисунку позначення $K_1 \dots K_n$ позначають Контрагента 1, ..., Контрагента n).

Головною складовою частиною інформаційної системи економічної безпеки повинна бути система управління ризиками. Узагальнена блок-схема процесу управління ризиками наведена на рис. 2.

Процес управління ризиками складається з трьох основних стадій:

- 1) уточнення очікувань та ідентифікація ризиків;
- 2) кількісна та якісна оцінка ризику і прийняття управлінського рішення;

3) проведення превентивних заходів, спрямованих на забезпечення економічної безпеки підприємства і запобігання настання негативних подій.

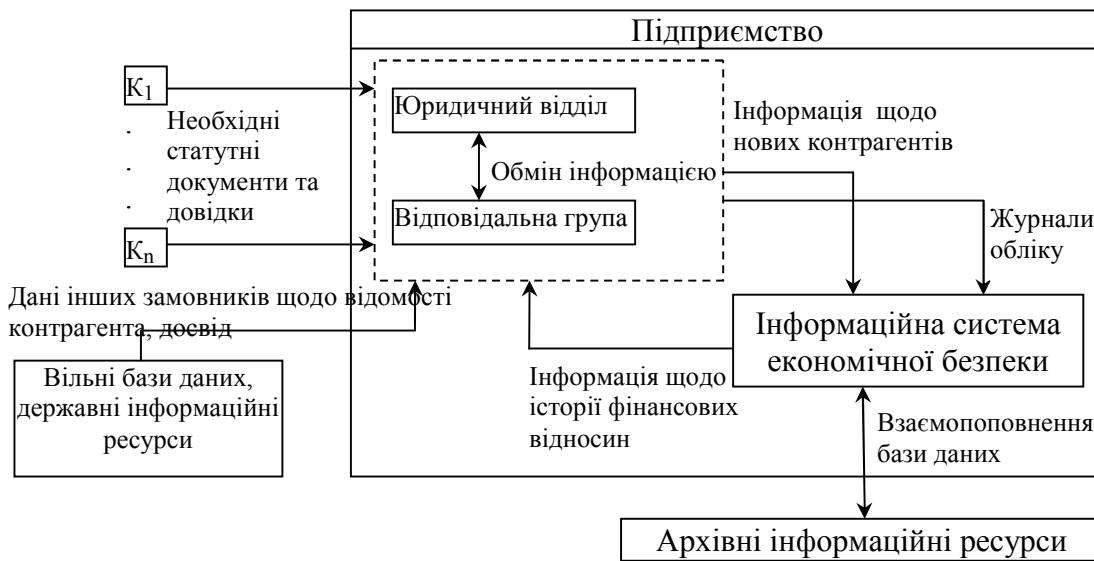


Рис.1. Механізми взаємодії інформаційної системи економічної безпеки щодо виявлення надійності контрагентів

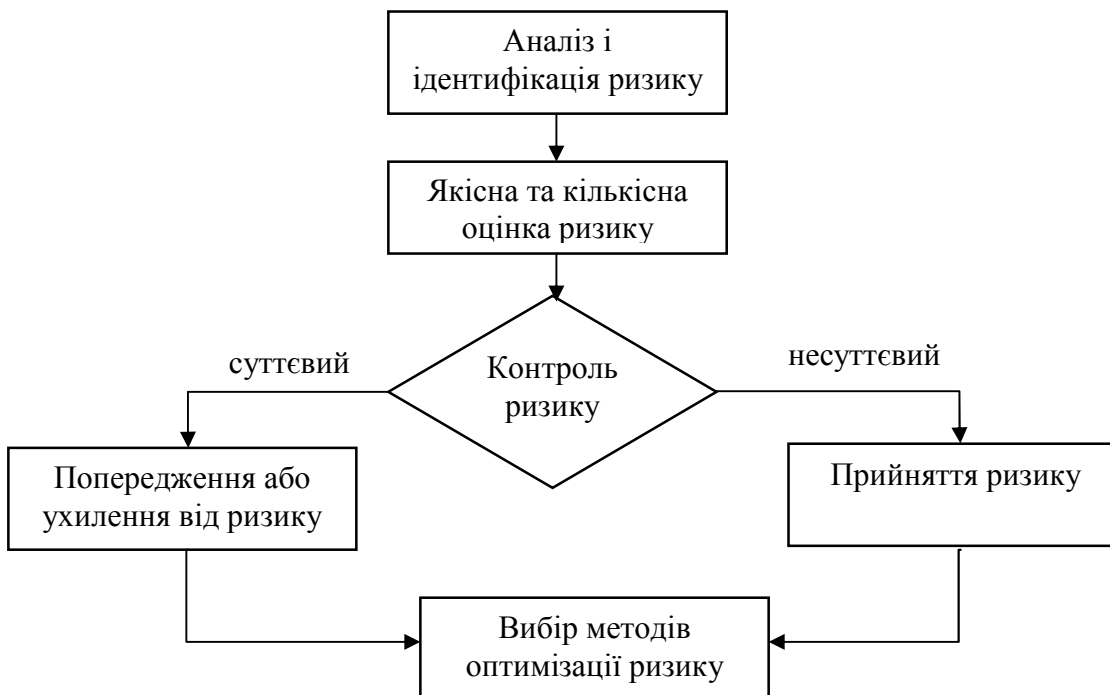


Рис. 2. Узагальнена блок-схема процесу управління ризиками

Висновки. Вивчення механізмів взаємодії різних інформаційних джерел з представниками підприємства-замовника та побудова на їх основі інформаційної системи безпеки допоможе не тільки систематизувати, зберігати і оновлювати дані про діючих і нових контрагентів, а також сприятиме

забезпеченню міцних договірних відносин з обраними контрагентами та стежити за успішним усуненням ризиків, що можуть з'явитися як на першому етапі взаємодії із постачальниками, так і на подальшій співпраці.

Література

1. Довбня, С. Б. Діагностика рівня економічної безпеки підприємства / С. Б. Довбня, Н.Ю. Гічова; Фінанси України. – 2008. – № 4.
2. Клейнер, Г.Б. Стратегии бизнеса: аналитический справочник / Под общей редакцией академика РАЕН, д.э.н. Г.Б. Клейнера; Москва, «КОНСЭКО», 1998
3. Ковалев, Д.А, Экономическая безопасность предприятия / Д.А. Ковалев, Т.А. Сухорукова; Экономика Украины. – 1998. – № 10.
4. Козаченко, А.В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения / А.В.Козаченко, В.П. Пономарев, А.Н. Ляшенко; – К.: Либра, 2003. – 280 с.
5. Россол, С.В. Проверяем контрагента / С.В. Россол; Журнал Арсенал предпринимателя», апрель 2007.