



## **Управление комплаенс-рисками при работе с контрагентами**

Результаты опроса экспертов рынка

2017

# Содержание

Вступление	03
О респондентах	04
Актуальные риски	05
Организация процесса	07
Области проверки	10
Технологии	15
Результаты	17
Контакты	18

# Вступление

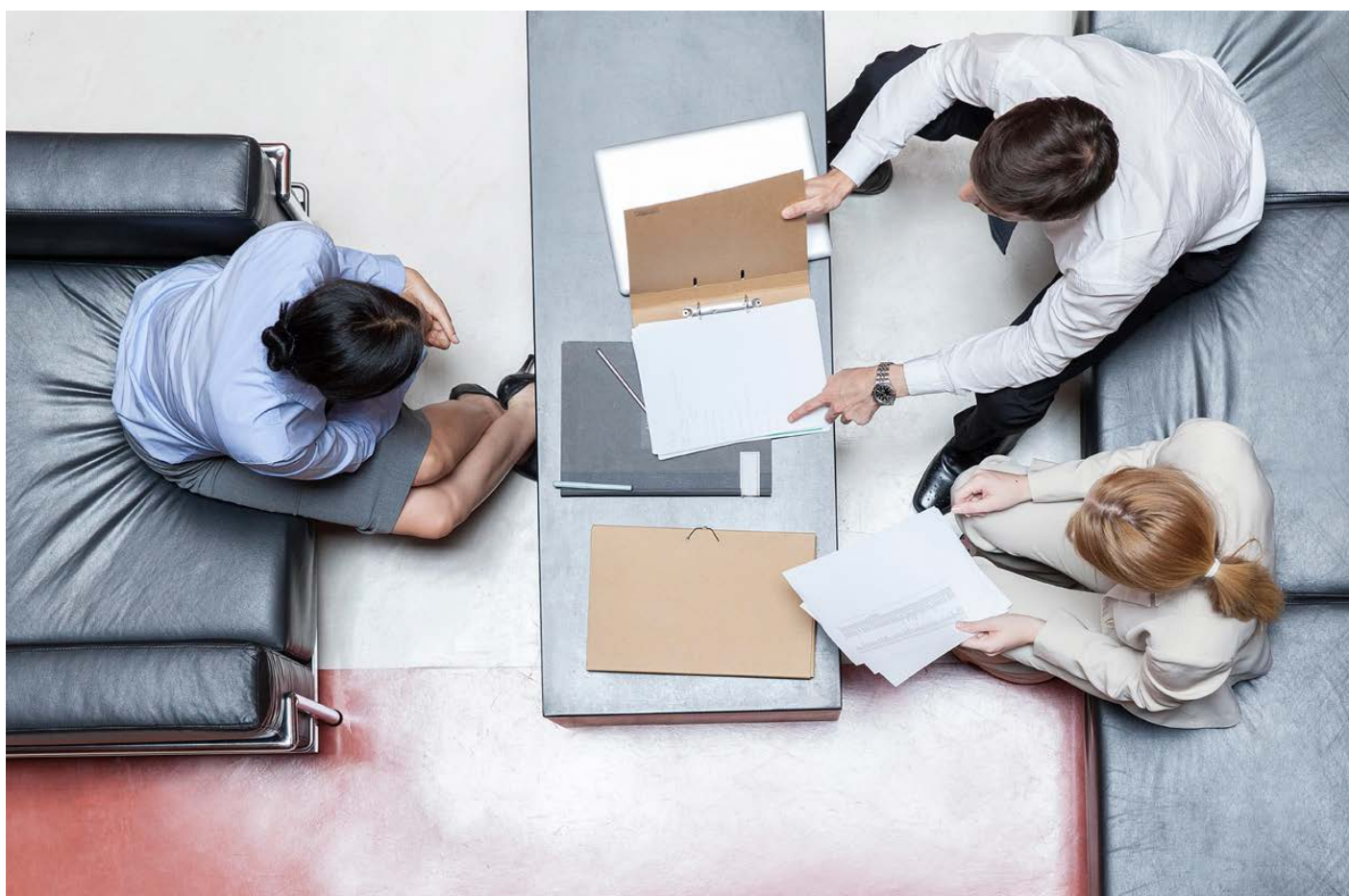
Анализируя существующую бизнес-практику, мы можем констатировать, что новые, а также уже существующие деловые отношения с контрагентами — юридическими и физическими лицами могут стать причиной возрастания рисков для бизнеса. Если эти риски своевременно не выявляются и не снижаются в дальнейшем, они могут привести к крупным финансовым потерям, репутационному вреду, привлечению к административной или уголовной ответственности.

Неблагонадежность контрагентов неизбежно приводит к финансовым потерям миллионов компаний по всему миру.

Невыполненные обязательства, исчезновение ответственных лиц, внедрение мошеннических схем — все это может повлечь неблагоприятные последствия для бизнеса, если в ходе сотрудничества вы не анализируете возможные риски. Необходимо понимать, что комплексный анализ различных источников информации дает возможность составить достаточно полное представление о контрагенте.

## О респондентах

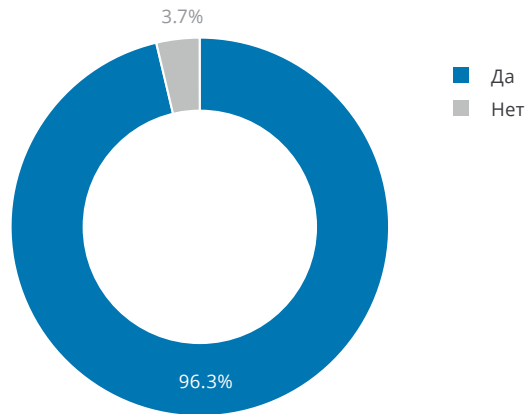
В исследовании, проведенном «Делойтом», приняли участие представители более 100 компаний крупного и среднего бизнеса из следующих отраслей: розничная торговля, телекоммуникации, банковский сектор, горнодобывающая промышленность и металлургия, а также фармацевтика.



## Актуальные риски

Большинство компаний, опрошенных «Делойтом», сталкивались с последствиями работы с неблагонадежными контрагентами.

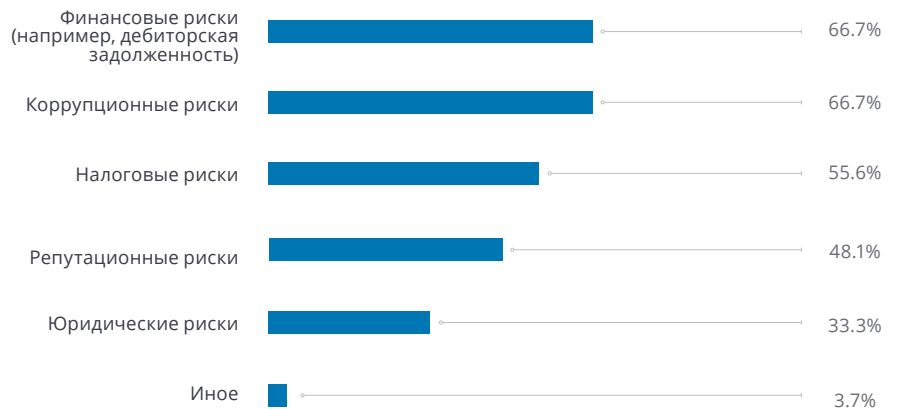
### Сталкивалась ли ваша компания с последствиями работы с неблагонадежными контрагентами?



Заключая договор с недобросовестным контрагентом, компания рискует своим финансовым благополучием, репутацией, а также доверием со стороны постоянных клиентов.

Как показал проведенный нами опрос, две трети респондентов столкнулись с финансовыми и коррупционными рисками, связанными с благонадежностью контрагентов, более половины респондентов отметили актуальность налоговых рисков, а почти каждая вторая компания уделяет пристальное внимание репутационным рискам.

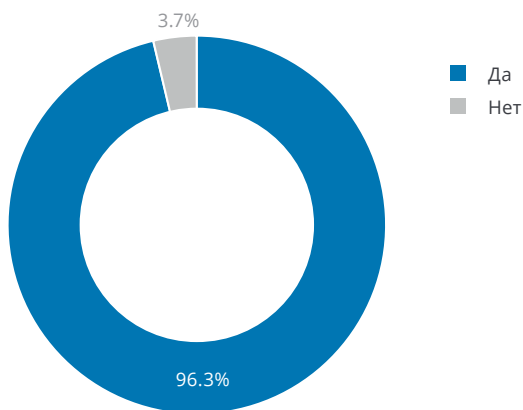
### Какие риски, связанные с благонадежностью контрагентов, наиболее актуальны для вашей компании?



В условиях современных экономических отношений вопросы благонадежности контрагентов приобретают первостепенное значение.

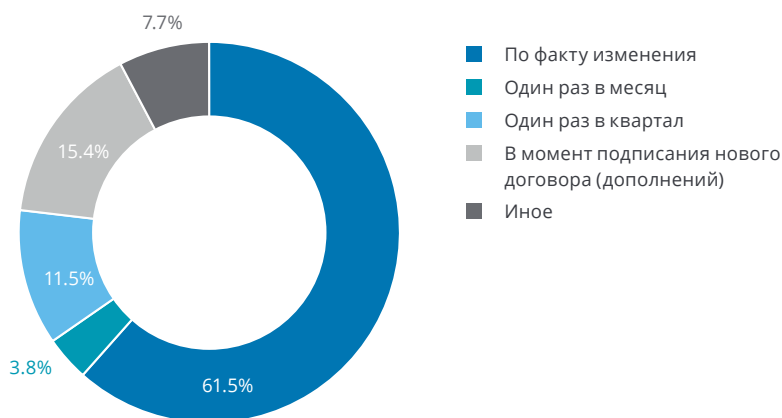
Постоянные изменения внешних факторов, влияющих на работу российского бизнеса, открывают возможности для появления новых финансовых схем. Для эффективной борьбы с ними критически важно получать своевременную актуальную информацию о существенных событиях и изменениях в жизни контрагентов.

**Важно ли вашей компании получать на регулярной основе новые уведомления об изменениях информации о действующих контрагентах и выявлять новые риски, связанные с уровнем их благонадежности?**



Результаты нашего исследования показали, что подавляющее большинство респондентов (более 96%) отметили важность получения новых уведомлений об изменениях информации о действующих контрагентах на регулярной основе, при этом более 60% желают получать такие уведомления по факту изменения.

**Если да, то на какой основе?**



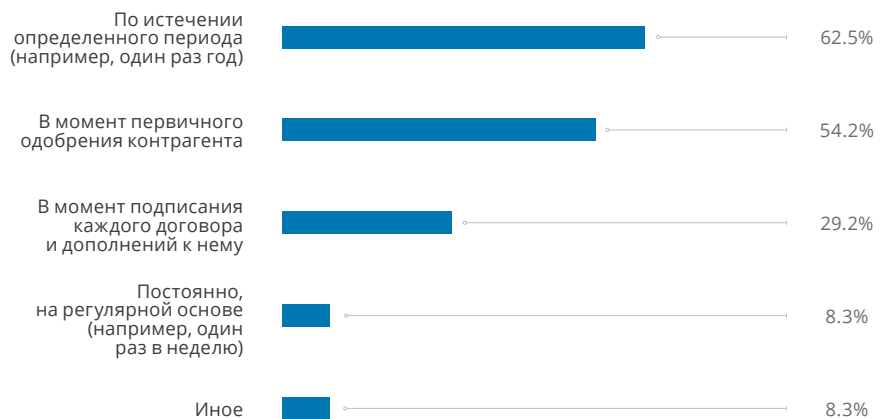
## Организация процесса

**В связи с совершенствованием незаконных финансовых схем, а также с ростом числа злоупотреблений в ходе исполнения заключенных контрактов, вопрос безопасности деловых связей, а именно изучения новых и существующих деловых партнеров, является необходимым элементом бизнеса.**

Пытаясь защитить себя от неблагоденных контрагентов, компании внедряют процесс проверки поставщиков и покупателей, при этом чуть больше половины опрошенных проверяют компании только при первичном одобрении, а также на периодической основе.

Более детальные проверки могут себе позволить не все компании. Так, только 30% опрошенных заявили, что проверяют контрагента перед подписанием каждого договора, а 8% проверяют базу контрагентов на регулярной основе, отслеживая изменения и важные события.

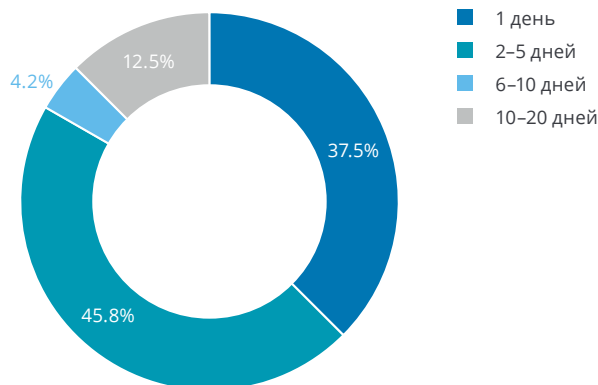
### В какой момент проводится оценка и переоценка благонадежности контрагентов в вашей компании?



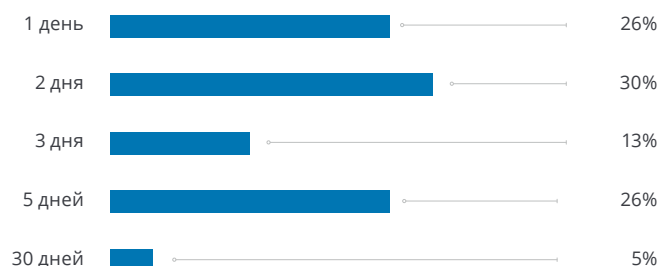
Опрошенные нами респонденты поделились с нами информацией о том, как внутри их компаний осуществляется проверка благонадежности контрагентов.

Скорость проверки очень сильно зависит от требуемой глубины проверки, используемых источников информации и аналитических инструментов. Более половины респондентов отметили, что проверка контрагентов занимает 5 и более дней, при этом 56% считают, что для эффективной работы бизнеса эта процедура не должна занимать более 1-2 дней.

### Сколько в среднем времени занимает процесс проверки благонадежности одного контрагента в вашей компании?

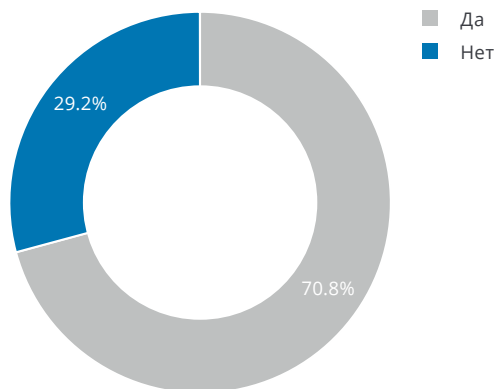


### Сколько времени, на ваш взгляд, должна занимать такая проверка?



Около трети респондентов не удовлетворены существующей скоростью проверки новых контрагентов. Это свидетельствует о том, что большая часть проверок осуществляется вручную, используется много разрозненных источников информации, обработка которых занимает значительное время.

**Устраивает ли вашу компанию скорость процесса проверки благонадежности контрагента?**



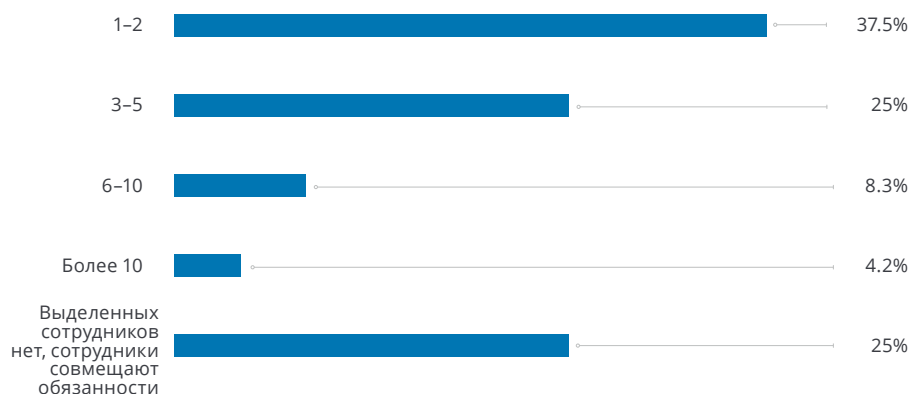
Проверить благонадежность контрагента можно как силами собственной службы безопасности, так и обратившись в специализированную информационную компанию. В первом случае в штате организации должен состоять отдельный сотрудник, имеющий достаточный опыт в этой области, или, если компания более крупная, должен быть специальный отдел.

Это свидетельствует о том, что для быстрой и эффективной проверки необходимо минимизировать ручные процедуры и использовать аналитические решения, обеспечивающие сбор и предварительную обработку разнородной информации из большого количества источников.

Также в целях повышения эффективности процесса проверки эту функцию можно вывести на аутсорсинг.

В четверти опрошенных нами компаний сотрудники совмещают проверку благонадежности контрагентов с другими обязанностями. Треть респондентов указала, что имеют только 1-2 выделенных сотрудников, в основные обязанности которых входит такая проверка.

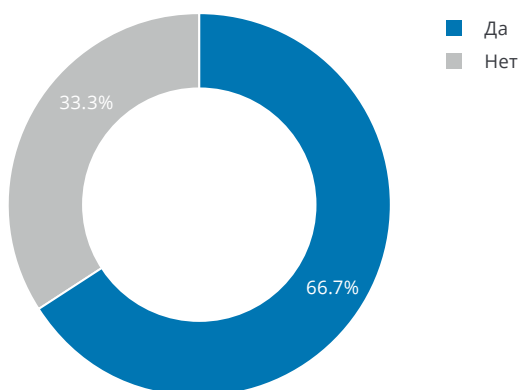
**Сколько выделенных сотрудников вашей компании осуществляют проверку благонадежности контрагентов?**





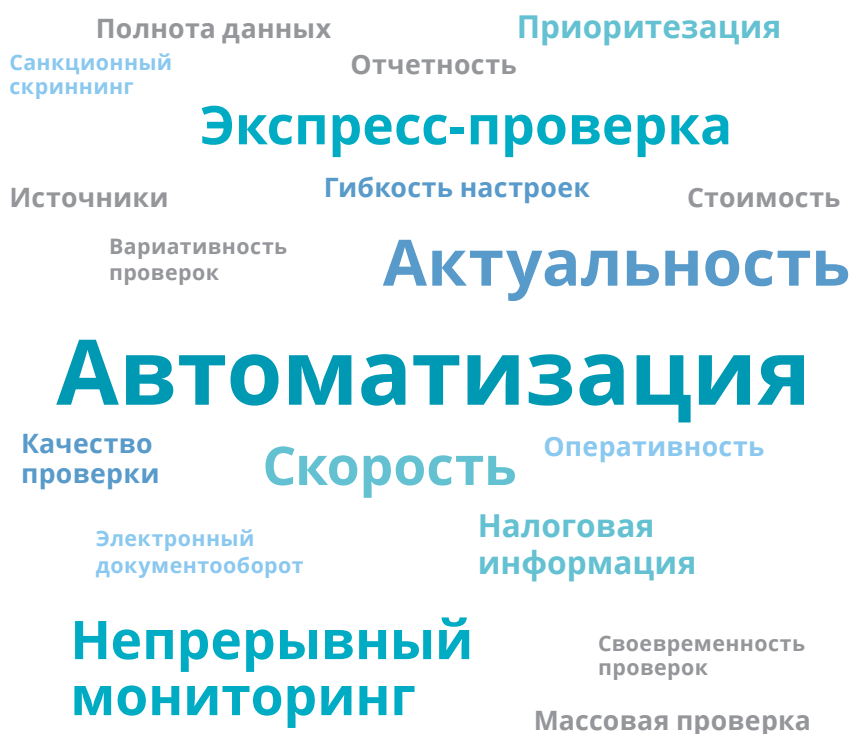
В условиях, когда бизнес ведется непрерывно, вовлечение большого количества сотрудников и длительное время проверки могут негативно отразиться на прибыли. Учитывая эти факторы, использование специализированных систем, по нашему мнению, позволяет более рационально использовать трудовые ресурсы компании и сократить время выполнения рутинных процедур по проверке. Это подтверждают и результаты опроса: более 66% респондентов отметили, что компании пользуются услугами внешних поставщиков для проведения проверки контрагентов.

**Пользуется ли ваша компания услугами внешних поставщиков (аутсорсинг) для проведения проверки контрагентов?**



Наконец, мы попросили участников опроса отметить, что бы они хотели улучшить в существующем процессе проверки контрагентов.

Основные пожелания респондентов по улучшению существующего процесса проверки контрагентов связаны со скоростью проверки и автоматизацией процесса. Часть респондентов отметили важность осуществления различных типов проверок в зависимости от категории контрагента и сокращение бумажных документов в досье контрагента.



## Области проверки

Наши респонденты отметили, что проверка благонадежности в их компаниях охватывает не только стандартные направления — анализ учредительных документов, сбор информации о судебных спорах, в которых задействован выбранный контрагент, — но и проверку по базе недобросовестных поставщиков, анализ информации из СМИ. Вот как разделились мнения участников опроса: на первом месте (73%) — проверка контрагентов на возможность применения санкционных мер к контрагенту и проверка связи контрагентов или их ключевых лиц с политически значимыми лицами, компаниями и лицами, включенными в международные и российские черные списки, а также собственные списки неблагонадежных лиц (при наличии).

Почти 64% респондентов выявляют также возможные конфликты интересов, и более половины участников опроса (59%) выявляют аффилированность между контрагентами и проводят анализ упоминаний в СМИ, учитывая как их частоту, так и тональность.

Как отметили участники опроса, более половины компаний осуществляют постоянный мониторинг конфликтов интересов между сотрудниками компании, компанией и ее контрагентами при приеме сотрудников на работу.

### Какие проверки, наряду со стандартными, вы проводите для оценки и переоценки благонадежности контрагента?

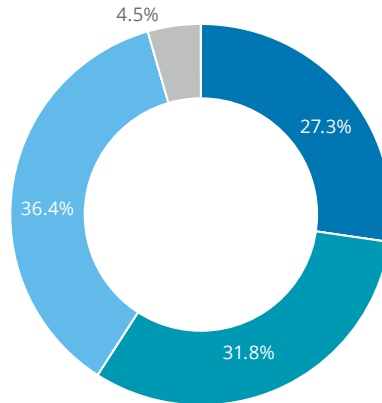


### Осуществляется ли в Вашей компании постоянный мониторинг конфликтов интересов между сотрудниками компании, компанией и ее контрагентами?



При анализе тендеров необходимо учитывать не только уровень риска каждого отдельного контрагента, но и их аффилированность друг с другом. Это позволяет минимизировать риск проведения тендера между участниками, находящимися в сговоре, что повышает прозрачность процедуры и обеспечивает рыночные условия закупки. Однако наш опрос показал, что часть респондентов не проводит анализ аффилированности контрагентов, что несет риск неэффективности тендерных процедур - на вопрос «Проводится ли в Вашей компании анализ аффилированности контрагентов друг с другом посредством наличия общих владельцев, руководителей, а также связи по общим адресам регистрации, местонахождения и другим контактными данным?» более трети опрошенных компаний (36%) ответили отрицательно.

**Проводится ли в вашей компании анализ аффилированности контрагентов друг с другом посредством наличия общих владельцев, руководителей, а также связи по общим адресам регистрации, местонахождения и другим контактными данным?**



- Да, для всех контрагентов
- Да, но только в рамках одной закупки (тендера) среди участников
- Нет, анализ аффилированности не проводится
- Иное

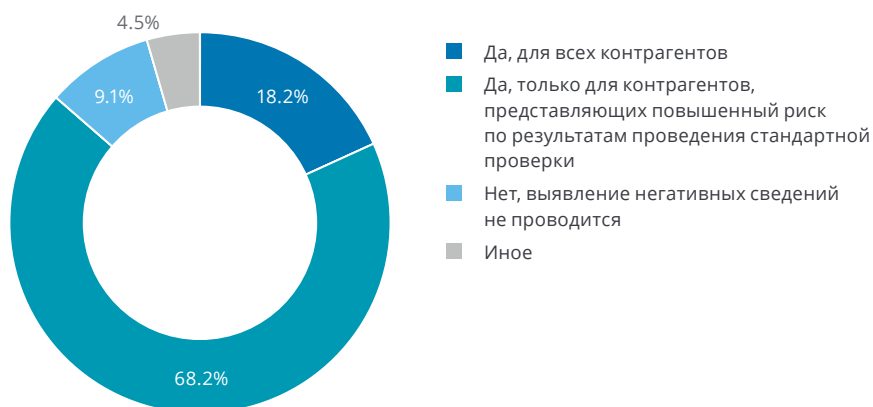


По мнению участников опроса, информация из открытых источников также играет важную роль, поскольку изучение общественного мнения в социальных сетях и на интернет-форумах, анализ судебных процессов и результаты независимых экспертиз помогают обнаружить недобросовестного партнера, что подтверждается результатами исследования: более половины опрошенных нами компаний осуществляют анализ активности/репутации контрагента, его учредителей.

**Осуществляется ли в вашей компании анализ активности/репутации контрагента, его учредителей, бенефициарных владельцев и аффилированных лиц в социальных сетях?**



**Осуществляется ли в вашей компании анализ СМИ и других публичных источников информации, доступных в сети Интернет, для оценки и переоценки благонадежности контрагентов?**

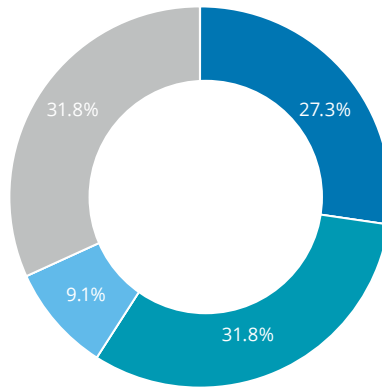


Более четверти респондентов отметили, что в компании осуществляется проверка на распространение санкционных мер в отношении контрагентов, включая всю цепочку владения до конечного бенефициара.

Для компаний важно проверить все свои контакты и выяснить, есть ли среди этих контактов запрещенные.

В огромном пуле бизнес-контактов компании всегда могут находиться предприятия, которые связаны с компаниями, на которые распространяются санкционные меры, и это риск, который нужно как можно скорее обнаружить и нейтрализовать.

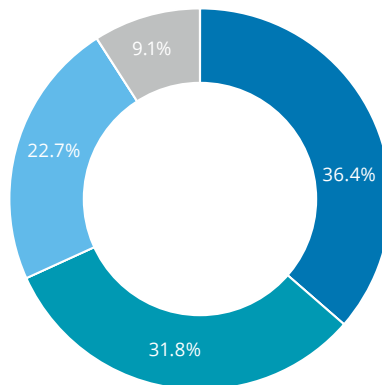
**Осуществляется ли в вашей компании проверка на распространение санкционных мер в отношении контрагентов и их ключевых лиц?**



- Да, для всех контрагентов, включая всю цепочку владения до конечного бенефициара
- Да, только для самих контрагентов и их конечных бенефициаров
- Да, проверку осуществляет внешний поставщик услуг (консультант или юридическая компания)
- Нет, проверка на санкции не проводится

Наконец, более трети опрошенных нами компаний подтвердили, что проверку на наличие связей контрагентов с политически значимыми лицами, объектами международных черных списков, российских списков неблагонадежных лиц, собственных внутренних черных списков они осуществляют по всем контрагентам.

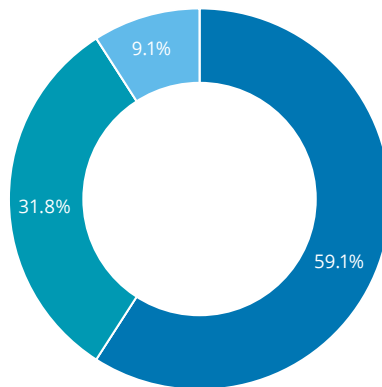
**Осуществляется ли в вашей компании проверка на наличие связей контрагентов компании с политически значимыми лицами, объектами международных черных списков, российских списков неблагонадежных лиц, собственных внутренних черных списков?**



- Да, осуществляется для всех контрагентов
- Да, только для контрагентов, представляющих повышенный риск по результатам проведения стандартной проверки
- Нет, проверка на наличие в списках и связей не проводится
- Иное

Более половины компаний при оценке и мониторинге благонадежности действующей базы контрагентов и сотрудников учитывают информацию, полученную по горячей линии по вопросам этики и комплаенс.

**Существует ли в вашей компании горячая линия по вопросам этики и комплаенс? Учитывается ли эта информация при оценке и мониторинге благонадежности действующей базы контрагентов и сотрудников?**

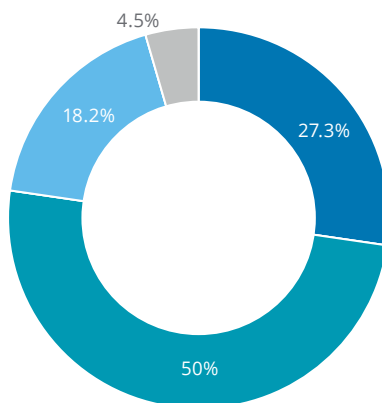


- Горячая линия есть, и информация учитывается при оценке контрагентов
- Горячая линия есть, но информация не учитывается
- Нет, в компании не организована горячая линия

Несмотря на то, что в большинстве компаний система проверки благонадежности контрагентов автоматизирована, лишь около трети опрошенных ведут детальное досье на каждого контрагента.

Между тем, всесторонняя проверка контрагента снизит риски при работе с ним, а наличие подробного досье может стать аргументом в пользу компании в случае разбирательств с налоговой, так как документально подтвердит осмотрительность при выборе деловых партнеров и клиентов.

**Осуществляется ли в вашей компании ведение досье на каждого контрагента?**



- Да, ведется детальное досье на каждого контрагента, в т. ч. история изменений
- Да, только базовая информация на каждого контрагента
- Нет, вся необходимая информация доступна в онлайн-базах (например, СПАРК-Интерфакс)
- Иное

## Технологии

Технологии не стоят на месте, и результаты проведенного нами исследования это подтверждают: более 60% респондентов полагают, что облачное решение более предпочтительно при проверке.

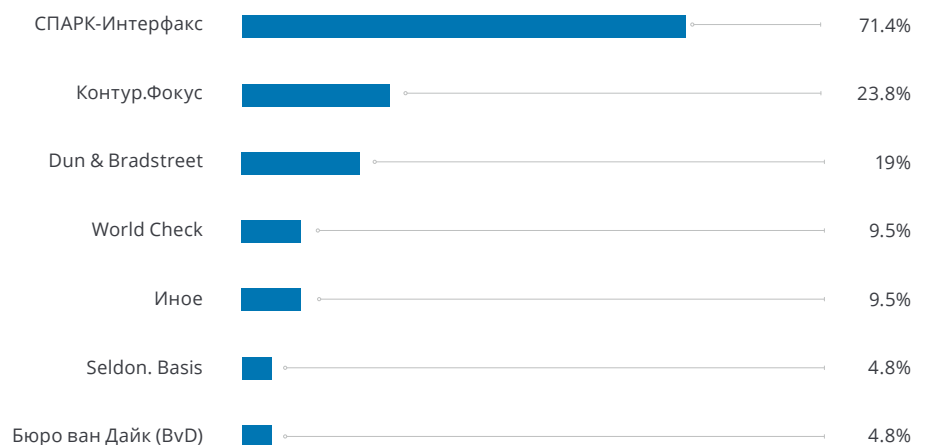
### В каком формате для вашей компании было бы удобно осуществлять проверку и мониторинг рисков благонадежности контрагентов?



Как показал проведенный нами опрос, большая часть респондентов уже используют решения для проведения самостоятельных проверок контрагентов. Наиболее популярный инструмент — аналитические базы данных (СПАРК-Интерфакс, Контур.Фокус, Dun&Bradstreet).

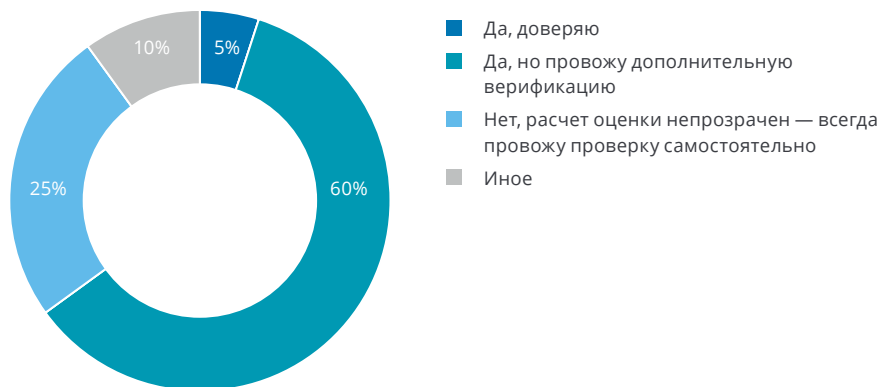
При этом 60% опрошенных проводят дополнительную проверку полученных сведений.

### Какую систему для проверки благонадежности контрагентов вы используете в настоящее время?



Несмотря на наличие во многих решениях автоматического расчета благонадежности контрагентов, для большинства опрошенных нами компаний этот расчет является непрозрачным, и компании вынуждены проводить дополнительную проверку самостоятельно.

**Доверяете ли вы оценке контрагента, рассчитанной автоматически системой проверки благонадежности контрагентов, или проводите дополнительную верификацию и проверку самостоятельно?**





## Результаты

Результаты опроса подтвердили наши наблюдения об усилении заинтересованности бизнеса в развитии функции комплаенс, и в частности — совершенствовании системы оценки рисков благонадежности клиентов, которая позволяет предупредить сотрудничество с высокорисковыми бизнес-партнерами, нивелировать риски мошенничества, хищений и коррупции и сократить потери от неправомерных действий.



# Контакты



**Алексей Ивлев**  
**Директор**

Тел: + 7 (495) 787 06 00  
доб. 5115  
Факс: + 7 (495) 787 06 01  
aivlev@deloitte.ru



**Максим Федотов**  
**Старший менеджер**

Тел: + 7 (495) 787 06 00  
доб. 5396  
Факс: + 7 (495) 787 06 01  
mafedotov@deloitte.ru



## deloitte.ru

### О «Делойте»

Наименование «Делойт» относится к одному либо любому количеству юридических лиц, включая их аффилированные лица, совместно входящих в «Делойт Туш Томацу Лимитед», частную компанию с ответственностью участников в гарантированных ими пределах, зарегистрированную в соответствии с законодательством Великобритании (далее — ДТТЛ). Каждое такое юридическое лицо является самостоятельным и независимым юридическим лицом. ДТТЛ (также именуемая «международная сеть «Делойт») не предоставляет услуги клиентам напрямую. Подробная информация о юридической структуре ДТТЛ и входящих в нее юридических лиц представлена на сайте [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about).

«Делойт» предоставляет услуги в области аудита, консалтинга, финансового консультирования, управления рисками, налогообложения и иные услуги государственным и частным компаниям, работающим в различных отраслях экономики. «Делойт» — международная сеть компаний, в число клиентов которой входят около четырехсот из пятисот крупнейших компаний мира по версии журнала Fortune. «Делойт» имеет многолетний опыт практической работы при обслуживании клиентов в любых сферах деятельности более чем в 150 странах мира и использует свои обширные отраслевые знания и опыт оказания высококачественных услуг для решения самых сложных бизнес-задач клиентов. Более 244 тысяч специалистов «Делойта» по всему миру привержены идеям достижения результатов, которыми мы можем гордиться. Для получения более подробной информации заходите на нашу страницу в Facebook, LinkedIn или Twitter.

Настоящее сообщение содержит информацию только общего характера. При этом ни компания «Делойт Туш Томацу Лимитед», ни входящие в нее юридические лица, ни их аффилированные лица (далее — «сеть «Делойт») не представляют посредством данного сообщения каких-либо консультаций или услуг профессионального характера. Прежде чем принять какое-либо решение или предпринять какие-либо действия, которые могут отразиться на вашем финансовом положении или состоянии дел, проконсультируйтесь с квалифицированным специалистом. Ни одно из юридических лиц, входящих в сеть «Делойт», не несет ответственности за какие-либо убытки, понесенные любым лицом, использующим настоящее сообщение.