



# Оценка благонадёжности существующих контрагентов: эффективность, необходимость и периодичность

**Галстян Норик**

Ведущий комплаенс-менеджер, ГК Softline

*LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/norgalstyan>*

*E-mail: [Norik.Galstyan@softline.com](mailto:Norik.Galstyan@softline.com)*

Вся информация, содержащаяся в презентации, а также высказывания, сопровождающие презентационный материал, носят информативный характер и не отражают позицию компании работодателя по какому-либо вопросу.

Выступающий не является на данном мероприятии представителем компании, а выступает от своего имени и его мнение может не совпадать с мнением компании. Выступающий делает любые заявления только лишь от своего имени, как физическое лицо.

# Disclaimer

## Структура выступления:

1. Для каких направлений комплаенс оценка благонадежности контрагентов имеет критически важное значение?
2. Необходимые ресурсы для проведения непрерывного мониторинга контрагентов.
3. Внутренняя матрица партнеров и их деление на категории.
4. Как работать с контрагентом, который поставлен в группу риска, но важен для бизнеса?
5. Порядок определения периодичности проверки.

# Для каких направлений комплаенс оценка благонадежности контрагентов имеет критически важное значение?

Оценка благонадежности существующих контрагентов: эффективность, необходимость и периодичность

Направления, в рамках которых осуществляется оценка благонадежности контрагентов:

Санкционный комплаенс

Противодействие  
мошенничеству и коррупции

ПОД/ФТ

Участие в публичных закупках

Оценка финансового  
состояния

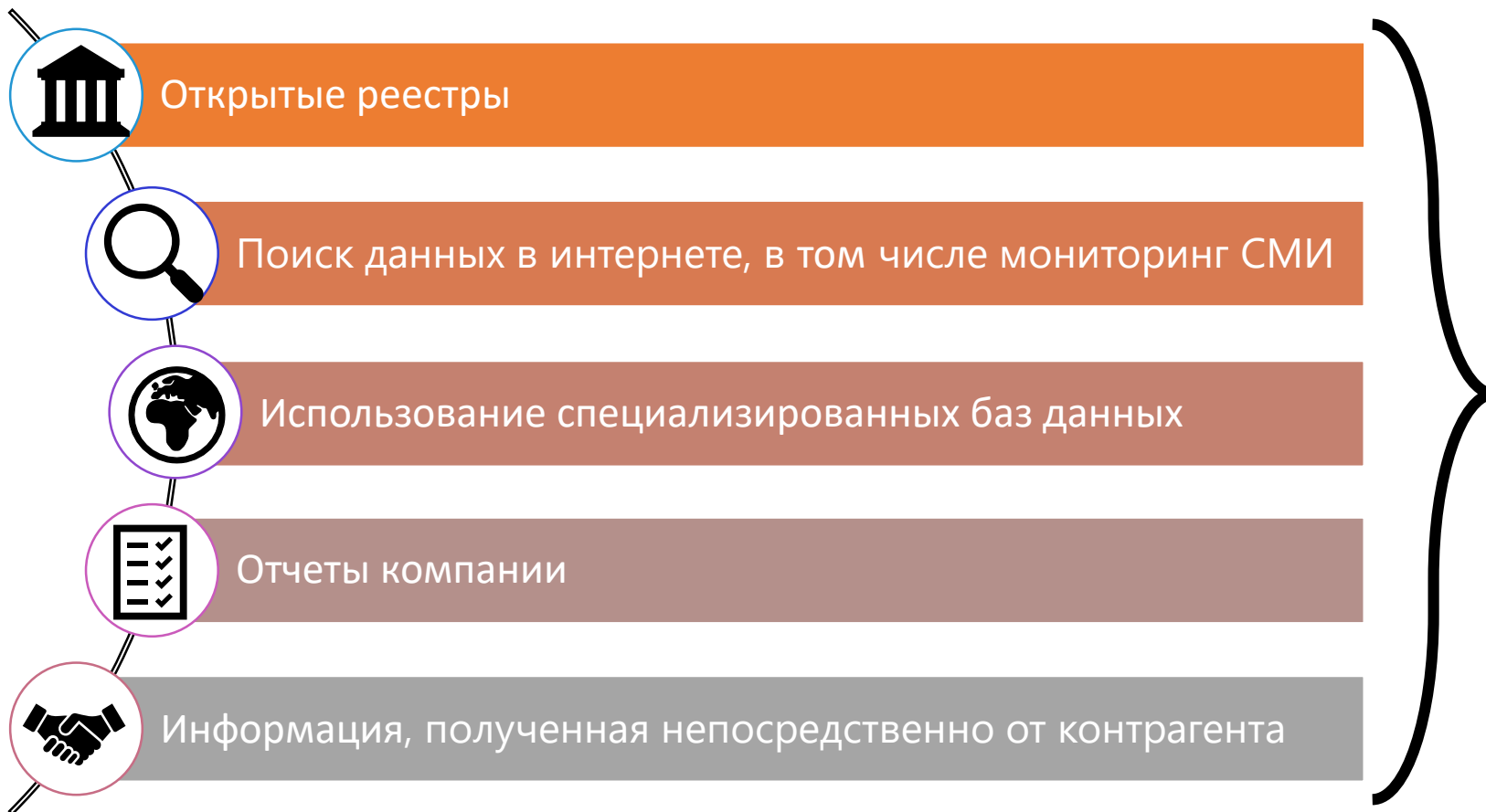
Анализ цепочки поставок

В процесс вовлечены многие подразделения: комплаенс служба, служба экономической безопасности, юридический департамент, отдел логистики, отдел закупки, финансовое управление, сам бизнес.

Итоговое решение о допустимости работы с контрагентом принимается комплаенс или СЭБ в зависимости от направления.

# Инструменты оценки благонадёжности контрагентов

Оценка благонадёжности существующих контрагентов: эффективность, необходимость и периодичность



Данные инструменты должны использоваться в совокупности исходя из целей оценки, конкретных контрагентов, особенностей сделки.

Они должны быть имплементированы в систему оценку благонадёжности.

Набор инструментов проверки определяется целями, для которых она проводится.

# Открытые данные и реестры



Оценка благонадёжности существующих контрагентов: эффективность, необходимость и периодичность

## Российские:

- ЕГРЮЛ/ЕГРИП
- Росстат;
- Государственный информационный ресурс бух. отчетности (ГИ БФО)
- Информационные системы и банки данных судов;
- Единый федеральный реестр сведений о банкротстве
- Единая информационная система в сфере закупок (ЕИС Закупки)
- Реестр недобросовестных поставщиков ФАС РФ (РНП)
- Центр раскрытия корпоративной информации

## Зарубежные:

Реестры компаний (Великобритания, BVI, Каймановы острова, Кипр, Белиз др.).

Санкционные списки (экспортные списки BIS США; EU Sanctions Map, OFSI Consolidated List Search, OFAC Sanctions List Search и др.)

## Поиск данных в интернете и СМИ



Поиск данных в интернете обладает рядом преимуществ и недостатков. Важное правило: обязательно сопоставлять информацию из СМИ и интернета в целом с другими источниками.

Использование только данных из интернета не позволит собрать объективные данные о контрагенте.

# Специализированные базы данных



Оценка благонадежности существующих контрагентов: эффективность, необходимость и периодичность

## Российские базы данных и системы проверки контрагентов

- Национальное кредитное бюро (НКБ)
- СПАРК
- X-compliance
- Контур
- List-Org
- Rusprofile
- СБИС
- 1С:Контрагент
- Credinform



## Зарубежные базы

- Dow Jones Risk &
- Compliance
- BvD Orbis
- Refinitiv TR

## Отчеты компании



1. Годовые отчеты;
2. Раскрытие списка аффилированных лиц;
3. Выписки из реестра акционеров;

Примечания к Консолидированной финансовой отчетности	
1.	Общие сведения о Группе и ее деятельности .....7
2.	Основные принципы подготовки Консолидированной финансовой отчетности .....9
3.	Основные положения учетной политики .....15
4.	Важные оценочные значения и суждения в применении учетной политики .....33
5.	Объединение бизнеса, приобретение и выбытие дочерних компаний .....36
6.	Основные средства .....52
7.	Нематериальные активы и гудвил .....53

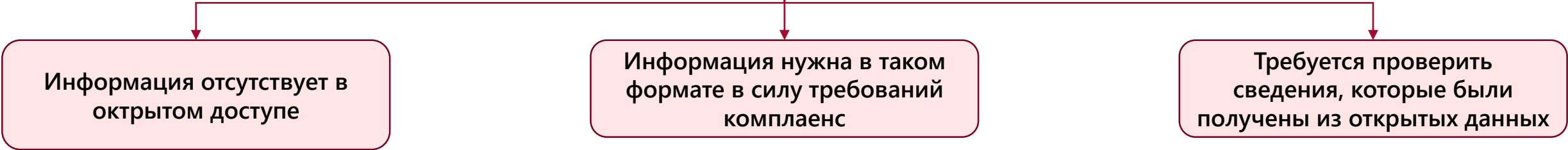
## 4. Консолидированная финансовая отчетность и примечания к ФО



# Информация, полученная от контрагента (1/2)

Оценка благонадёжности существующих контрагентов: эффективность, необходимость и периодичность

Информация запрашивается от контрагента в случаях, когда:



Запрошена может быть следующая информация:

- Раскрытие структуры собственности и списка бенефициаров
- Учредительные документы;
- Выписка из реестра акционеров;
- Иные официальные письма с запрошенной информацией.

Информация о цепочке собственников контрагента\*:

\_\_\_\_\_

[Полное наименование организации (делового партнера/контрагента)]

№ п/п	Информация об организации (деловом партнере/контрагенте)					№	Информация о цепочке собственников организации (включая конечных владельцев)						
	ИНН	ОГРН	Наименование краткое	Код ОКВЭД	Ф.И.О. руководителя		ИНН	ОГРН	Наименование / Ф.И.О.	Адрес регистрации (для юридических лиц)	Руководитель / участник / акционер (ФИО)	Размер доли (для участников / акционеров)	Информация о подтверждающих документах (наименование, реквизиты и т.д.)***
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	13
1.													

\_\_\_\_\_

(подпись уполномоченного лица) (Ф.И.О. и должность подписавшего)

« \_\_\_\_\_ » 202 \_\_\_\_ г.

Пример: запрос цепочки собственников контрагента



# Информация, полученная от контрагента (2/2)

Оценка благонадёжности существующих контрагентов: эффективность, необходимость и периодичность

Основные проблемы, возникающие при запросе информации от контрагента

Корректное пояснение оснований для запроса информации



- Законодательство Российской Федерации?
- Собственные комплаенс требования, изложенные в политиках?
- На основании договора?
- Требования сторонних партнеров компании?

*Успех в получении информации зависит от:*  
*1) правильно выстроенной коммуникации с контрагентом;*  
*2) собственного понимания целей запроса.*

Проблема «асимметричности информации»




Задачи в рамках оценки благонадежности:

- ☐ проанализировать данную информацию
- ☐ соотнести её с другими источниками
- ☒ сделать вывод о ее корректности или некорректности.

# Внутренняя матрица партнеров и их деление на категории (1/2)

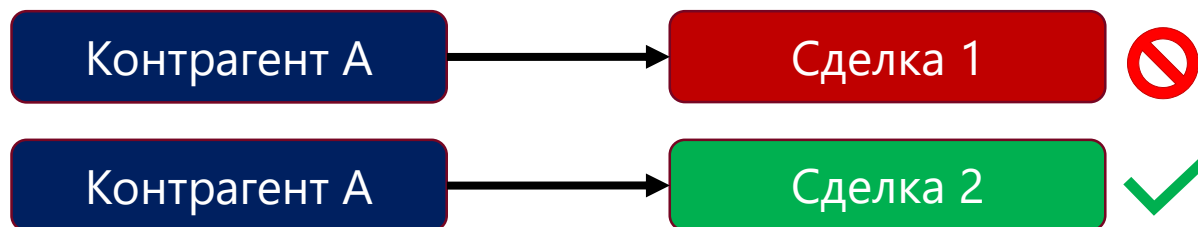
Классификация зависит от особенностей бизнеса, не существует универсальной.

В зависимости от типа контрагента для нас:

- 
1. Партнеры (вендоры, производители);
  2. Клиенты (заказчики);
  3. Поставщики;
  4. Подрядчики;
  5. Иные контрагенты.

В зависимости от цели оценки благонадежности:

1. Генеральный due diligence;
2. Санкционный комплаенс;
3. Проверка цепочки поставок;
4. Оценка риска коррупции и мошенничества;
5. ПОД/ФТ;
6. Оценка финансового состояния и др.



Проверка контрагента осуществляется только в контексте сделок. Для одной контрагент может быть признан благонадежным, а для другой – нет.









# Внутренняя матрица партнеров и их деление на категории (2/2)

Оценка благонадежности существующих контрагентов: эффективность, необходимость и периодичность

Для категоризации важно определить, для какой сделки проверка осуществляется. Например, для санкционного комплаенса нужно ответить на ряд вопросов:

- Кто стороны договора?
- Что именно поставляется?
- Какая валюта договора и какие финансовые организации вовлечены в сделку?
- Какие иные риски (не связанные со сделкой) может повлечь работа с данным контрагентом?

Категории деления контрагентов на группы:

Оценка проведена	{		Благонадежность подтверждена, работа по конкретной сделке возможна.	
			Контрагент неблагонадежный.	
			Благонадежность НЕ подтверждена в силу недостаточности информации.	
Оценка НЕ проведена	{		Проверка контрагента не проводилась, контрагент в «серой зоне».	

# Как работать с контрагентом, который поставлен в группу риска, но важен для бизнеса?

## Причины выявления рисков?

Понимание последствий от реализации риска  
работы с таким контрагентом.

*Бизнес должен четко понимать уровень риска-  
аппетит и для принятия решения.*

Сценарий 1. Риск выявлен по  
итомам проверки.

Сценарий 2. Риск выявлен в  
связи с недостатком данных.

Оценка вероятности реализации риска и последствий от  
реализации может отличаться.



Общие меры, связанные с формализацией отношений:

- Получение дополнительных подтверждений по вопросу, из-за которого существует риск;
- Поручительства аффилированных компаний, получение независимых гарантий;
- Внесение оговорок: санкционная оговорка, антикоррупционная оговорка и др.
- Работа по предоплате и постоплате (в зависимости от роли контрагента и нашей компании).

Дополнительные меры: постоянный мониторинг и контроль контрагента, разработка плана на случай реализации риска, способность адаптировать выбранный подход под реалии.

# Порядок определения периодичности проверки

Определение периодичности зависит от различных факторов:

- особенности бизнеса компании;
- применимое законодательство и характер законодательного регулирования;
- особенности контрагентов и отдельные риски, связанные с ними;
- существующая в компании методология оценки рисков и политики;
- информация, которая нужна для мониторинга (санкционные списки, изменение в структуре собственности, новости и др.);
- требования партнеров и др.



Эффективное обеспечение периодичности проверки невозможно осуществлять без автоматизированных решений.

Регламент проверки контрагентов должен определять периодичность проверки и используемые инструменты.

Постоянная и автоматическая проверка контрагентов – это дорогой и сложный технический процесс, который требует серьезных ресурсов, интеграции ERP систем и проч.



Q&A





Цифровая Трансформация.  
Успешная. Эффективная.