

ПЕРЕВІРКА ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Коржєвський І.І.,

*аспірант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» м. Київ, Україна,
e-mail: korzhevskiy@krok.edu.ua*

Стратегічні рішення, які щоденно приймає керівництво суб'єкта господарювання, повинні базуватися на достовірній, повній та своєчасній інформації. Це особливо важливо, коли мова йде про рішення щодо його економічної безпеки.

Інформація, яка дозволяє своєчасно запобігати, виявляти й упереджувати зовнішні та внутрішні, потенційні та реальні загрози, дає можливість уникнути шкоди та збитків.

Діяльність компанії - це постійна взаємодія із внутрішнім та зовнішнім середовищем. Найбільш важливою складовою внутрішнього середовища є персонал. Структурними елементами зовнішнього середовища є клієнти, конкуренти, ділові партнери і несумлінні партнери, підрядні організації, постачальники, органи державної влади, контролюючі та правоохоронні органи, кримінальні елементи, природні катаклізми тощо.

Зважена політика управління персоналом, розуміння порядку та алгоритмів функціонування структурних елементів зовнішнього середовища, наявність підтвердженої інформації щодо ділової репутації організацій та осіб, задіяних в процесі господарювання та управління компанії, є важливими складовими економічної безпеки, успішного менеджменту й прибуткової діяльності компанії.

Визначення категорії ділової репутації залишається актуальним і в теперішній час, як в юридичному, так і в економічному та інших аспектах наукової діяльності.

У ст. 2 Закону України «Про банки і банківську діяльність» від 7 грудня 2000 р. [1] ділова репутація визначена як «відомості, зібрані Національним банком України, про відповідність діяльності юридичної або фізичної особи, у тому числі керівників юридичної особи та власників істотної участі у такій юридичній особі, вимогам закону, діловій практиці та професійній етиці, а також відомості про порядність, професійні та управлінські здібності фізичної особи» (визначення терміна в редакції Закону № 3024-VI від 15.02.2011).

Узагальнення визначень ділової репутації дозволило авторам Гребешковій О. М., Шиманській О. В. виділити три постулати:

-репутація – це загальна поінформованість про діяльність компанії, що не передбачає глибокого аналізу її оцінки;

-репутація – це деяке знання, отримане шляхом безпосереднього залучення цільових груп до оцінки стану підприємства на основі власного досвіду або думок сторонніх експертів;

-репутація – це нематеріальний об'єкт, що має вартісне вираження, тобто, по суті, є фінансовим або економічним активом [2].

Дослідження змістовної сутності ділової репутації суб'єкта господарювання є необхідною умовою для подальшого її закріплення у законодавчих актах як об'єкта правовідносин, на який направлені суб'єктивні юридичні права та обов'язки їх учасників. Створення відповідної норми права, надасть можливість суб'єктам вказаних правовідносин вимагати захисту недоторканності ділової репутації, який полягає у забороні будь-яких протиправних дій щодо цього активу.

В сучасних умовах формування ринкової економіки, глобалізації, прискорення процесів обміну інформацією, удосконалення злочинної діяльності (особливо шахрайства) все більше суб'єктів господарювання зосереджують увагу на отриманні достовірної інформації про ділову репутацію об'єктів зацікавленості та її перевірці. Важливо не те, що декларує про себе потенційний бізнес-партнер, а те, що із задекларованого відповідає дійсності.

Для визначення потенційного бізнес-партнера та побудови з ним ділових взаємовідносин, менеджмент компанії спочатку приділяє увагу його публісیتی (англ. "publicity" – «публічність», «гласність») – широка позитивна популярність та визнання компанії, її персоналу і діяльності [3]. Вона формується з використанням ЗМІ та представляє зовнішню популярність підприємства. Крім того, приділяють увагу бренду потенційного бізнес-партнера, якості продукції, конкурентоспроможності, лояльності клієнтів, сприятливому іміджу тощо [4]. Після отримання та вивчення зазначеної інформації, важливим стає питання її перевірки (підтвердження). Перевірку ділової репутації проводить служба безпеки (далі СБ) компанії (за наявності) або сторонні експерти.

Перевірку здійснюють за допомогою інформаційних ресурсів, інструментарій яких дає можливість всебічно провести вивчення ділової репутації як фізичних, так й юридичних осіб. Найбільш ефективними на думку автора, є ресурси, які надають:

- ТОВ «Страбіс Феміда», код ЄГРПОУ 37079757, м. Київ, вул. Орловська, буд. 8/1, тел. +380445923312;

- ТОВ "Ю-Контрол" код ЄГРПОУ 39404434, м. Київ, вул. Шумського Юрія, буд. 1А, офіс 117, тел. +380800309077.

З практичного досвіду автора, під час проведення перевірки (підтвердження) ділової репутації юридичних осіб за допомогою зазначених ресурсів слід звертати увагу на:

- перевірку на предмет банкрутства;
- перевірку запропонованого в заставу нерухомого майна;
- перевірку на предмет накладення правоохоронними органами або судами арештів на майно. Також, це можливо робити через Інтернет-сайт «Єдиний державний реєстр судових рішень»;
- перевірку через представників служб безпеки банків даних про своєчасність та повноту погашення підприємством кредитів, наданих банками;
- перевірку даних про статутний фонд підприємства його керівників і власників;

-перевірку наданих підприємством даних про результати його фінансової діяльності, активи, пасиви, а також інформації про кількість офіційно працюючих осіб;

-аналіз фінансової діяльності підприємства;

-встановлення кола підприємств, якими керують або є засновниками посадові особи та засновники підприємства, що перевіряють, та їх родичі;

-виявлення приналежності підприємства, що перевіряють, засновників та посадових осіб до фінансово-промислових груп й політичних партій;

-виявлення інформації про наявність непогашених судимостей посадових осіб підприємства та їх засновників;

-вивчення інформації, розміщеної в мережі Інтернет про становище в галузі, до якої належить підприємство, що перевіряють.

За результатами перевірки ділової репутації, СБ або експерти надають висновок щодо:

1. можливості співпраці;

2. наявності підвищеного ступеня ризику співпраці;

3. недоцільності співпраці.

1. Висновок про можливість співпраці з потенційним бізнес-партнером ухвалюють у таких випадках:

-підприємство не є банкрутом, стосовно нього не розпочато процедуру банкрутства, його рахунки не заарештовані;

-підприємство веде прибуткову діяльність протягом останніх 2-х років, а його керівники та засновники й раніше вели успішну підприємницьку діяльність;

-підприємство своєчасно погашає заборгованості за кредитами, наданими банками;

-нерухомість, що можна передавати в заставу, не перебуває в обтяженні, навколо неї не ведуть судові тяжби;

-керівників та засновників підприємства, не притягували до кримінальної відповідальності, вони не схильні до зловживання алкогольними напоями або наркотичними засобами;

-щодо фінансово-промислової групи, до якої входить підприємство, не ведуть резонансні кримінальні справи;

-галузь, до якої входить підприємство, не є кризова;

2. Висновок про наявність підвищеного ступеня ризику співпраці з потенційним бізнес-партнером ухвалюють, якщо:

-підприємство зареєстроване нещодавно та ще не здавало до органів ДСС та ДПС України звітів про результати своєї фінансової діяльності, а його керівники (засновники), раніше не керували (не засновували) ніяких підприємств із аналогічним видом діяльності;

-підприємство не здавало до органів ДСС та ДПС дані про результати своєї фінансової діяльності протягом останніх 2-х років, або вело збиткову діяльність (дохід від реалізації продукції є незначним).

3. Висновок про недоцільність співпраці з потенційним бізнес-партнером ухвалюють, коли:

- підприємство, є банкрутом, або стосовно нього розпочато процедуру банкрутства або ліквідації;
- на рахунки підприємства накладено арешти;
- підприємство веде збиткову діяльність (на суми понад 1 мільйон грн.) протягом останніх 2-х років;
- підприємство несвоєчасно погашає заборгованості за кредитами, наданими банками;
- нерухомість, що можна передавати в заставу, перебуває в обтяженні або навколо неї йдуть судові тяжби;
- керівників та засновників підприємства притягували до кримінальної відповідальності за вчинення господарських злочинів, вони мають непогашені судимості, перебувають під слідством, у розшуку, схильні до зловживання алкогольними напоями або наркотичними засобами;
- щодо фінансово-промислової групи, до якої входить підприємство, є резонансні кримінальні справи;
- галузь, до якої входить підприємство - в стані кризи.

Зазначені вище інформаційні ресурси дають можливість проводити перевірку (підтвердження) ділової репутації юридичних і фізичних осіб-резидентів України.

Щодо нерезидентів, то як показує практичний досвід автора, для перевірки (підтвердження) їх ділової репутації, треба звертатися до міжнародних компаній які займаються кризовим менеджментом. Такими наприклад є:

- Компанія «Seccredo SIA» <https://www.linkedin.com/company/seccredo-sia/>;
- Компанія «Secua-risk-advisory» <https://www.linkedin.com/company/secua-risk-advisory/>.

Зазначені компанії займаються вивченням та перевіркою ділової репутації фізичних та юридичних осіб в будь-якій країні світу.

Таким чином, перевірка (підтвердження) ділової репутації є обов'язковим елементом функціонування системи економічної безпеки суб'єкта господарської діяльності. На підставі результатів, отриманих під час перевірки потенційного бізнес-партнера або контрагента тощо, керівництво компанії може приймати відповідні рішення щодо співпраці з ними.

Важливим елементом структури ділової репутації є її політична складова. За певних історичних обставин, зазначена складова стає основною для подальшого процесу функціонування суб'єкта господарської діяльності, незалежно від публісності, фінансових показників, бренду, іміджу, тощо.

Також, важливим елементом алгоритму перевірки ділової репутації є використання інформаційних ресурсів, які відповідають вимогам законодавчих, нормативно-правових та нормативних актів щодо інформаційної безпеки (стосовно захисту інформації) в Україні.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 р. № 2121-III. Відомості Верховної Ради (ВВР). 2001. № 5-6. Ст. 30.
2. Гребешкова О. М., Шиманська О. В. Ділова репутація як стратегічний актив компанії: Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право): наук. журнал. вип. 1-2/ за гол. ред. А. П. Степанов. Київ: НАУ, 2007. С. 493-502.

3. Соломанидина Т.В., Резонтов С.М., Новик В.И. Деловая репутация как одно из важнейших стратегических преимуществ компании. Управление персоналом. 2005. No 5. URL: <http://www.top-personal.ru/issue.html?379> (дата звернення: 18.11.2020).
4. Селезньова О.О., Стренковська А.Ю., Євдокімова О.М. Ділова репутація як визначальний фактор формування бренду підприємства: Науковий вісник Ужгородського національного університету. вип. 25, ч. 2. 2019. С. 115-119.