

Что такое компания: бизнес или юридическое лицо?

Большинство запросов, связанных с оценкой благонадёжности контрагента начинаются со слов: “мы собираемся работать с компанией <...> и хотим её проверить”. При этом клиенты могут вкладывать в эти слова совершенно разный смысл: одних интересует, не находится ли юридическое лицо – сторона контракта - в процессе банкротства, других – деловая репутация основных акционеров и происхождение капитала.

В решении подобных задач проявляется принципиальная разница между понятиями “бизнес” и “юридическое лицо”, знак равенства между которыми иногда приводит к колоссальным убыткам

Однажды к нам обратился клиент – директор транспортной компании, получившей заказ от крупного телекоммуникационного оператора. Он очень хотел продать свои услуги, поэтому не заподозрил подвоха, когда ему предложили заключить контракт с “одной из наших компаний”, финансовым агентом.

В течение пяти месяцев клиент авансом оказывал услуги, возил по всей стране оборудование этого оператора, получая заверения в скорой оплате. Когда задолженность превысила 15 миллионов рублей, он категорично потребовал денег. Представитель оператора отказался платить и напомнил, что контракт заключен не с самим оператором, а с его посреднической структурой, у которой нет таких средств.

По данным аналитического департамента Группы предприятий безопасности “Стаф-Альянс”, более 85% коммерческих организаций имеют в своей структуре два и более юридических лица. Среднее их число варьируется в зависимости от отрасли, предпочтений владельцев и массы других факторов.

Например, средний по масштабам инвестиционный бизнес использует порядка 7 - 12 юридических лиц; своеобразными рекордсменами являются производство (до 15 - 20) и сетевая розница (соразмерно числу магазинов).

Зачем бизнесу несколько юридических лиц?

Создание новых юридических лиц обычно связано с одной из следующих причин:

1. Повышение прозрачности бизнеса: консолидация владения (возникновение холдинговых компаний), выделение обеспечивающих функций в отдельные компании (бухгалтерский учёт, управление персоналом, юридическое сопровождение).
2. Управление рисками: обособление ликвидных активов¹ (недвижимости, эксклюзивных прав на объекты интеллектуальной собственности), распределение хозяйственных рисков (характерно для лицензируемых видов деятельности; например, для сети баров более безопасно получить лицензию на продажу алкоголя для каждого заведения, чем одну общую)
3. Перераспределение долей участия между владельцами

По мере роста бизнеса в нём увеличивается доля, так называемых, специальных юридических лиц (special purpose vehicle, SPV) – компаний, созданных для конкретных проектов и/или решения технических задач, преимущественно связанных с финансированием. Наиболее распространённые задачи:

- владение: холдинговые компании, управление недвижимостью
- финансирование: внутренние инвестиционные компании и “карманные” банки
- фиксация прибыли и уход от налогов: “прокладки” и “помойки”

¹ Так называемая, стратегия ограничения риска

Возможны и противоположные ситуации: одно юридическое лицо используется для нескольких не связанных между собой видов деятельности. Подобная практика в настоящее время слабо распространена, но ещё пять-десять лет назад существовали компании, совмещающие торговлю компьютерами с управлением недвижимостью и оказанием финансовых услуг.

С точки зрения управления, юридические лица вторичны по отношению к бизнесу, но только пока дело не коснётся подписания контракта. Наше законодательство практически не оперирует понятием “бизнес”, исключение составляют разве что антимонопольное и налоговое регулирование.

Расчёты производятся между юридическими лицами, они владеют активами и, совершая между собой сделки, обмениваются теми или иными правами. Поэтому на этапе заключения договора можете смело забыть про бизнес и громкое имя Вашего контрагента.

Как избежать обмана?

Многие компании практикуют так называемую проверку потенциальных контрагентов, по итогам которой принимается решение, стоит ли заключать контракт с этим юридическим лицом. В ходе такой проверки следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Связан ли контрагент (сторона договора) с бизнесом, который представляет? Не всегда ответ на этот вопрос очевиден, и тогда приходится выяснять:
 - как работает этот бизнес: каковы негласные правила отрасли, лучшие практики
 - можно ли считать контрагента связанным с другими компаниями этого бизнеса: например, единством владения или общим руководством
 - обычная практика работы с контрагентами, получить отзывы от их партнёров
 - практика урегулирования споров
2. Каково финансовое состояние контрагента (стороны договора)? Как правило, контрагенты сами готовы предоставить интересующие материалы: бухгалтерскую отчётность, свидетельства о регистрации, подтверждения прав на важные для контракта активы (недвижимость или интеллектуальная собственность). Хорошим тоном считается проверка предоставленных сведений с привлечением независимых источников (например, соответствующих государственных структур или провайдеров услуг по проверке контрагентов).
3. Как отнесётся к такому контракту Федеральная Налоговая Служба? Компании, заключающие контракты с фирмами-однодневками, находятся под подозрением в уходе от налогов. Бывали прецеденты, когда два-три неосторожно совершённых платежа приводили к внеплановой налоговой проверке.