

Poznáte svojho obchodného partnera?

Prieskum združenia Slovak Compliance Circle

Október 2016

Vstupovanie do obchodných vzťahov je podstatou podnikania. Väčšine podnikateľov nie je ľahostajné, s kým do obchodného vzťahu vstupujú. Prístup obchodného partnera, jeho výkonnosť, stabilita, ale aj integrita, to všetko sa v obchodnom vzťahu odzrkadľuje a ovplyvňuje jeho kvalitu a úspech.

Združenie Slovak Compliance Circle (ďalej „SCC“) v roku 2015 uskutočnilo prieskum zameraný na zistenie, čo slovenskí podnikatelia robia pre to, aby svojho obchodného partnera (dodávateľa, partnera, ale často i zákazníka) čo najlepšie spoznali a predišli možným problémom.

V rámci prieskumu sme sa rozprávali s viac ako sto osobami zo spoločností rôznej veľkosti i zamerania. Zároveň to boli predstavitelia rôznych profesií od právnikov, cez manažérov obchodu až po vlastníkov, čo nám pri hodnotení prieskumu poskytlo mnohé zaujímavé pohľady.

V blízkej budúcnosti je ambíciou SCC tejto téme venovať veľa pozornosti a pomôcť slovenským podnikom prakticky predvídať a odhaľovať riziká spojené s ich obchodnými vzťahmi.

Hlavné témy

- Ako vnímajú slovenské podniky riziká spojené s obchodnými vzťahmi?
- Preverujú v nejakej forme svojich aktuálnych a uvažovaných obchodných partnerov?
- Ak áno, prečo to robia?
- Aký reálny prínos preverovania obchodného vzťahu respondenti vidia?
- Ako takáto previerka vyzerá a prebieha?

Riziká spojené s obchodnými vzťahmi

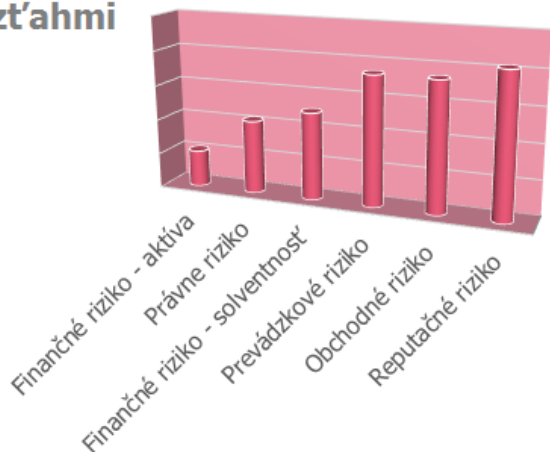
Až **77%** respondentov potvrdzuje, že reputácia obchodného partnera, jeho stabilita a schopnosť plniť si zmluvné povinnosti má závažný vplyv na postavenie, obchodný úspech a výsledky ich firmy.

Tretina z nich tento vplyv pripisuje prakticky každému obchodnému vzťahu ich firmy.

Viacerí z tých, čo si tento vplyv neprípúšťajú, boli vlastníci malých podnikov, teda práve tých, ktorých úspech je často závislý na niekoľkých obchodných vzťahoch.

Za najzávažnejšie možné dopady respondenti označili **riziká spojené s prevádzkou, predajom a reputáciou** spoločnosti. Priznali tým, že problém v jednom obchodnom vzťahu negatívne ovplyvňuje aj tie ostatné.

Významnosť rizík spojených s obch. vzťahmi



Ako najmenej citliví na obchodné riziká sa paradoxne ukázali respondenti, ktorí vo svojich podnikoch zodpovedajú práve za oblasť predaja.

Oveľa väčšie riziko obchodníci vidia v platobnej neschopnosti, ktorej oslovené firmy v priemere prisúdili menšiu závažnosť. Tú prisúdili aj riziku negatívnych právnych dopadov, najmenšiu riziku škody na majetku spoločnosti.

Najväčšiu citlivosť na právne riziká podľa očakávania ukázali právnici a Compliance officeri zúčastnených podnikov, naopak najmenšiu ich vlastníci.

3 podniky zo **4** – „Sme si vedomí významných rizík v našich obchodných vzťahoch“

Preverovanie obchodných partnerov a vzťahov – prečo?

Nie sú iba praktické dôvody, úlohu zohrávajú aj formálne požiadavky

Oslovené podniky sa obchodným vzťahom venujú, až 9 z 10 respondentov potvrdilo že ich firmy v nejakej forme vykonávajú previerku obchodných vzťahov.

Polovica z nich k tejto previerke pristupuje systematicky, dôkladne a v rámci možností nezávisle, na čo má aj interne stanovené pravidlá.

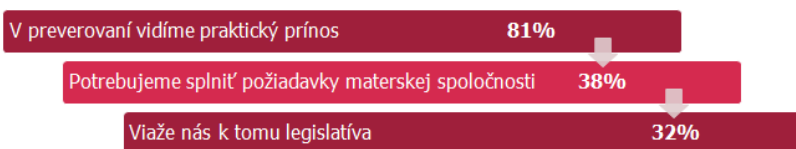
Druhá polovica oslovených firiem pri nadväzovaní obchodných vzťahov cielene zisťuje informácie nad rámec uvažovaného vzťahu, aby svojho nového partnera komplexne posúdila, napr. z pohľadu jeho skúseností alebo finančnej stability. Pre tento účel tieto podniky nemajú formálne prijaté pravidlá.

Ostatné spoločnosti zúčastnené na prieskume svojho obchodného partnera nijak špeciálne neposudzujú. Veria, že pri rokovaníach vyplynú všetky zásadné informácie, ktoré na svoje rozhodnutie potrebujú. Zanedbateľný počet z nich však plánuje koncept previerky v určitej forme zaviesť.

Vo všeobecnosti sa dá potvrdiť **priama úmera medzi veľkosťou podniku a dôslednosťou jeho prístupu** k preverovaniu jeho obchodných vzťahov.

Zároveň sa ukázalo, že táto téma je relevantná a aktuálna vo všetkých spoločnostiach pôsobiach v silne regulovaných odvetviach, ako napr. finančný sektor, telekomunikácie, doprava a energetika.

Pre tieto spoločnosti je preverovanie obchodných vzťahov väčšinou **priamou alebo nepriamou zákonnou povinnosťou** a teda jedným z dôvodov na jeho vykonávanie. V podobnom duchu sa vyjadrilo viac ako 40% podnikov, ktoré preverujú svojich partnerov.



O niečo menej respondentov ako jeden z podnetov na zavedenie previerky obchodných vzťahov označilo požiadavku svojej materskej spoločnosti.

Viac ako 90% podnikov, ktoré obchodných partnerov preverujú, **vidia konkrétny praktický prínos** v oblasti riadenia rizík, platobnej kondície, ochrany reputácie a podobne.

Preverka obchodného partnera – reálny prínos

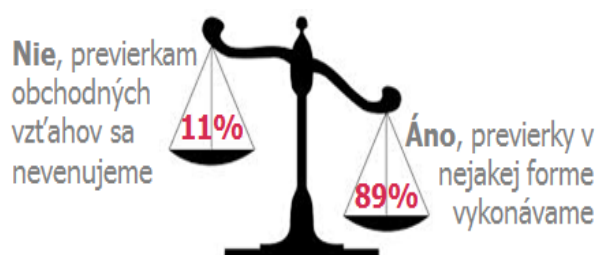
Podniky sa chcú aj vedieť vymedziť voči partnerom, ktorí nepodnikajú eticky

Výsledky prieskumu poskytli množstvo pohľadov na hodnotu, ktorú previerka obchodného partnera pred uzavretím zmluvy firme dáva. Je viditeľná súvislosť medzi vnímanými prínosmi previerky rizikami, ktoré respondenti v obchodných vzťahoch vidia.

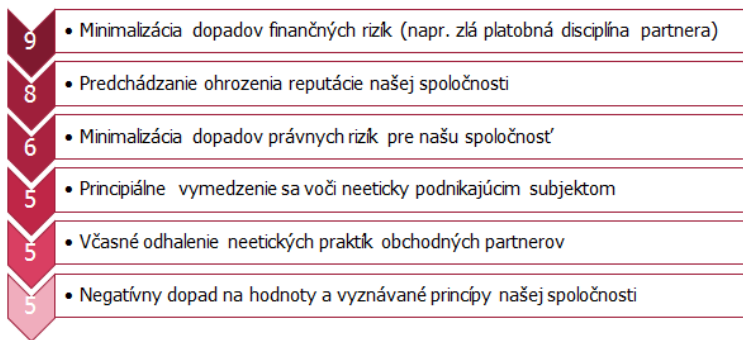
Ako najdôležitejšie prínosy preto uviedli minimalizáciu dopadov finančných rizík a ochrana pred ohrozením reputácie firmy, prihlásila sa k nim väčšina respondentov.

Zhruba ich polovica ako prínos uviedla o. i. odhalenie neetických praktík svojich obchodných partnerov a minimalizáciu súvisiacich právnych dopadov. Toto priznala aj cca polovica vlastníkov zúčastnených firiem, hoci ich vnímanie právnych rizík sa vo všeobecnosti ukázalo vlažné.

Ako podobne hodnotený prínos vyšla možnosť principiálne sa vymedziť voči obchodným partnerom, ktorí nepodnikajú poctivo a eticky. Aj v tomto sa potvrdilo vnímanie reputácie ako strategického aktíva podniku.



Koľkí respondenti z 10 vidia daný praktický prínos preverky partnera pred uzavretím obchodného vzťahu?



ktoré by vyžadovalo prijatie opatrení. V niektorých prípadoch ide o podniky, ktoré preverku obchodných partnerov vykonávajú iba formálne ako skupinovú, resp. právnu požiadavku.

Väčšina týchto podnikov však napriek tomu, že žiadna z posledných previerok nepriniesla žiadny výsledok, vyjadrila presvedčenie, že každá mala reálny význam a pomohla firmu ochrániť.

Ostatní respondenti (približne 42%) v poslednom roku evidovali preverky, kde konkrétne identifikované riziká bolo možné eliminovať formou prijatých opatrení.

Ako preverka obchodného partnera prebieha?

Od reaktívnej kontroly po preventívne preverenie každého obchodu

KOHO?

Zúčastnené firmy v najväčšej miere preverujú svojich **dodávateľov tovarov a služieb** , a to viac ako **82%** z nich. Možno trochu prekvapivo, ale takmer rovnaký počet z nich preveruje aj **svojich zákazníkov** , pričom rozhodne nejde iba o regulované podniky z finančného či energetického sektora, ale aj výrobné a stavebné firmy a poskytovateľov služieb, ktorých najviac ťaží riziko neuhradených dodávok zákazníkom.

V menšej miere sa podniky venujú preverke rôznych druhov partnerstiev (61%) a externých poradcov, sprostredkovateľov (56%), čo neznamená, že tieto vzťahy nepovažujú za citlivé, skôr že z hľadiska charakteru svojho podnikania mnohé podniky do takéhoto druhu vzťahov nevstupujú.

ČO?

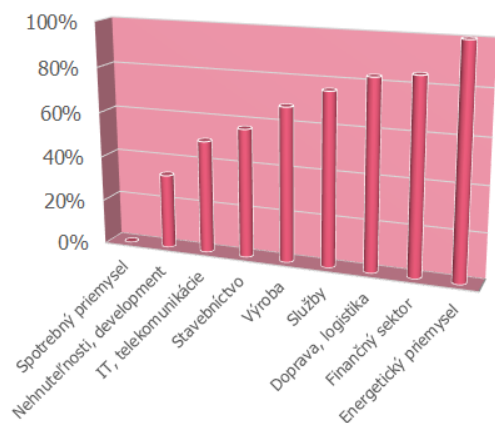
Prieskum ukázal, že podniky sa pri preverovaní obchodného partnera venujú rôznym oblastiam. Najviac ich zaujíma finančná stabilita partnera (92% t tých, ktorí sa previerkam venujú), jeho pozadie a vlastnícka štruktúra (81%), ale aj etablovanosť, referencie a reputácia z pohľadu spájania s protiprávnym / neetickým konaním (okolo 70%).

Menšiu časť respondentov pri preverke zaujímajú právne problémy (49%), najmenej sa venujú etickému profilu svojho obchodného partnera – tomu či sa hlási k etickému podnikaniu. Zdá sa, že napriek citlivosti na reputačné riziko, slovenskí podnikatelia zatiaľ tejto oblasti veľmi nedôverujú a viac ich zaujíma, ako ich partner podniká v skutočnosti.

V tejto súvislosti až tretina respondentov, ktorých podnik sa previerkam obchodných partnerov venuje, uviedla že **aspoň v jednom prípade za posledných 12 mesiacov vykonaná preverka reálne vyústila do ukončenia vzťahu s partnerom, resp. odmietnutia vstúpenia do vzťahu s ním.**

Iba každá štvrtá zúčastnená firma priznala, že preverky obchodných partnerov za posledný rok nepriniesli identifikáciu konkrétneho rizika,

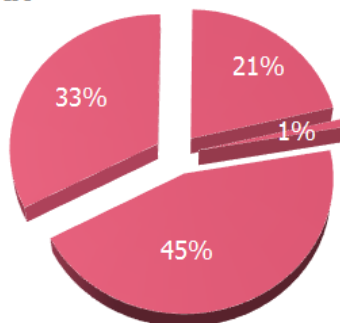
Kto sa pozerá „na zúbky“ aj zákazníkom?



KTO?

Kto a ako previerky vykonáva?

- Zamestnanec, ktorý rokuje - má predpísaný postup - 45%
- Nezávislý zamestnanec, má predpísaný postup - 33%
- Zamestnanec, ktorý rokuje - bez formálne predpísaného postupu - 21%
- Iné - 1%



Pri otázke, kto za preverenie obchodného vzťahu zodpovedá, sa ukázalo že takmer polovica zúčastnených podnikov previerku na základe predpísaného postupu vykonáva zamestnanec, ktorý s partnerom zároveň rokuje.

Ďalšia tretina respondentov má na výkon previerky určeného zamestnanca nezávislého od rokovaní

s partnerom, pričom táto osoba má opäť zadaný postup, ktorého sa má držať.

Ostatné firmy previerky vykonávajú v rámci obchodných rokovaní bez formálne predpísaného postupu a rozsahu procedúr.

AKO?

Ukázalo sa, že na spoznanie svojho obchodného partnera slovenské firmy používajú spektrum nástrojov a metód:

Výsledky poukázali na **malú mieru využívaniu tzv. whistle-blowing liniek**, ktoré v našich zemepisných šírkach nemajú tradíciu a zákonná povinnosť väčších podnikov ich prevádzkovať je v platnosti relatívne krátko.

Na druhej strane podniky vo veľkej miere **využívajú verejné databázy a registre**, napr. obchodný, živnostenský register, databáza dlžníkov Sociálnej poisťovne.

Približne **45% podnikov rozsah previerky cielene upravuje podľa rizikového profilu** obchodného partnera.

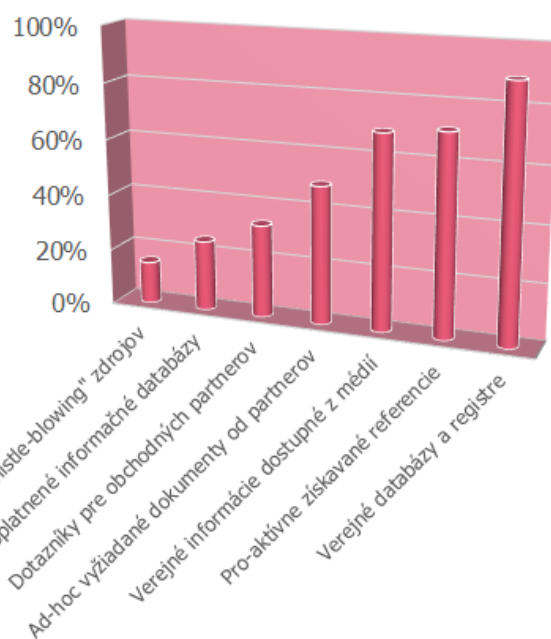
Ďalší každý štvrtý respondent síce rizikový profil obchodných partnerov vyhodnocuje, ale neprispôbuje mu rozsah ich previerok.

KEDY?

Slovenské firmy v prevažnej miere k previerke obchodného vzťahu pristupujú pri jeho vzniku, a to až 45% z nich.

4 z desiatich podnikov svoje previerky opakujú aj pri každej ďalšej obchodnej príležitosti, pričom rozsah „vstupnej“ a následne vykonávanej previerky je väčšinou rôznych.

Ostatné podniky k previerke pristupujú iba v reakcii na už vzniknutý problém v obchodnom vzťahu, napr. podozrenie z porušenia zákona.



Slovak Compliance Circle

Pozadie

Iniciatíva Slovak Compliance Circle vznikla ako reakcia na tendenciu prevažujúcu v rámci slovenského podnikateľského prostredia ohľadne úrovne etického správania všeobecne aplikovaného a akceptovaného na slovenskom trhu. S cieľom reagovať na tieto obavy slovenského podnikateľského prostredia zakladajúci členovia vypracovali a predložili koncept Združenia Slovak Compliance Circle. Vychádzajúc so silného záujmu a s dôrazom na podporu tejto témy viacerými kľúčovými biznis lídrami na Slovensku, zakladajúci členovia stanovili, že misiou navrhovaného Združenia bude propagácia a presadzovanie princípov Compliance a podnikateľskej etiky na Slovensku.

(Stanovy SCC, Preambula)

Vízia

Našou víziou je možnosť pracovať v transparentnom a etickom podnikateľskom prostredí na Slovensku.

Misia

Našou misiou je propagovať princípy podnikateľskej etiky a Compliance na Slovensku.

Ciele

SCC bolo založené za účelom podpory a propagácie úlohy Compliance a etického správania v rámci slovenskej podnikateľskej komunity, a to prostredníctvom:

- Vzájomného zdieľania všeobecne akceptovaných štandardov a praktík v oblasti Compliance v rámci slovenského podnikateľského prostredia;
- Podpory a propagácie úlohy Compliance officer a rovnako profesie Compliance officer na Slovensku;
- Propagácie etického správania a princípov Compliance v rámci generácie budúcich slovenských biznis lídrov.

<http://www.slovakcompliancecircle.sk/>