

**АНАЛИЗ ОЦЕНКИ КОНТРАГЕНТОВ: РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

**COUNTERPARTY EVALUATION ANALYSIS: RUSSIAN AND FOREIGN EXPERIENCE**

**CZU: [005.591.43:005.342](100+470+571)**

**DOI: 10.5281/zenodo.7059375**

**BYCHKOVA SVETLANA**

*Saint-Petersburg State Agrarian University, St.-Petersburg, Russia*

*Email: [smbychkova@mail.ru](mailto:smbychkova@mail.ru)*

**ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7684-9025>**

**SHVETS OKSANA**

*State Institute of Economics, Finance, Law and Technology, Gatchina, Leningrad reg.,  
Russian Federation*

*Email: [o.v.shvets@mail.ru](mailto:o.v.shvets@mail.ru)*

**ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2564-6882>**

**Аннотация:** Статья посвящена рассмотрению основных подходов к оценке благонадежности контрагентов при принятии решения о предполагаемом сотрудничестве с ними. В современных условиях сбор комплексной информации о потенциальном деловом партнере рассматривается как необходимое условие проявления должной осмотрительности организацией. С другой стороны, оценка контрагента в ходе процедуры договорной дью дилидженс может рассматриваться как инструмент обеспечения финансовой безопасности экономического субъекта. В статье определены основные преимущества и недостатки каждой из рассмотренных методик анализа потенциального делового партнера на предмет его добросовестности. Отдельным аспектом проводимого исследования стало рассмотрение особенностей реализации указанных подходов в российской и зарубежной практике оказания услуги договорной дью дилидженс.

**Abstract:** The article is devoted to the consideration of the main approaches to assessing the reliability of counterparties when deciding on the proposed cooperation with them. In modern conditions, the collection of comprehensive information about a potential business partner is considered as a necessary condition for the organization to exercise due diligence. On the other hand, the counterparty's assessment during the contractual due diligence procedure can be considered as a tool to ensure the financial security of an economic entity. The article identifies the main advantages and disadvantages of each of the considered methods of analyzing a potential business partner for his integrity. A separate aspect of the research was the consideration of the specifics of the implementation of these approaches in the Russian and foreign practice of providing contractual due diligence services.

**Ключевые слова:** благонадежность контрагента, рейтинговый подход, скоринг, риск-ориентированный подход, принцип «знай своего клиента».

**Keywords:** reliability of the counterparty, rating approach, scoring, risk-based approach, the principle of "know your customer"

**JEL Classifications:** M49

**Вступление**

Надлежащая проверка клиентов (проявление должной осмотрительности при выборе контрагентов, Customer Due Diligence) является процедурой, применяемой организациями для сбора и оценки соответствующей информации о потенциальном и действующем контрагенте. Она направлена на обнаружение потенциального риска для организации, который возникает в ходе деловых взаимоотношений с конкретной организацией или физическим лицом, и предполагает проведение анализа информации из различных источников [2, с. 28].

### Основное содержание

Указанная проверка предполагает проведение всестороннего анализа деятельности контрагента. В связи с тем, что отсутствует единая методика проведения Customer Due Diligence, в научной литературе и практической деятельности крупнейших аудиторских организаций предложены различные методики к выполнению указанной процедуры, которые требуют более детального рассмотрения.

Кузнецова С.Б. отмечает, что проверка контрагента на благонадежность охватывает следующие направления мониторинга:

- 1) административный;
- 2) коммуникативный;
- 3) оценочный.

В ходе административного мониторинга проверяются учредительная и бухгалтерская документация организации. Главная цель рассматриваемого этапа состоит в изучении текущей деятельности организации. Кроме того, анализу подлежит положение организации на рынке товаров и услуг, способность организации выполнять свои обязательства и ее деловая репутация.

Коммуникативный этап предполагает исследование перспектив роста организации, ее инвестиционной привлекательности, наличия зарегистрированных в соответствии с действующим законодательством прав, разрешений, лицензий, свидетельств о нахождении в конкретной саморегулируемой организации, а также ознакомление с направленностью маркетинговых исследований, проводимых экономическим субъектом.

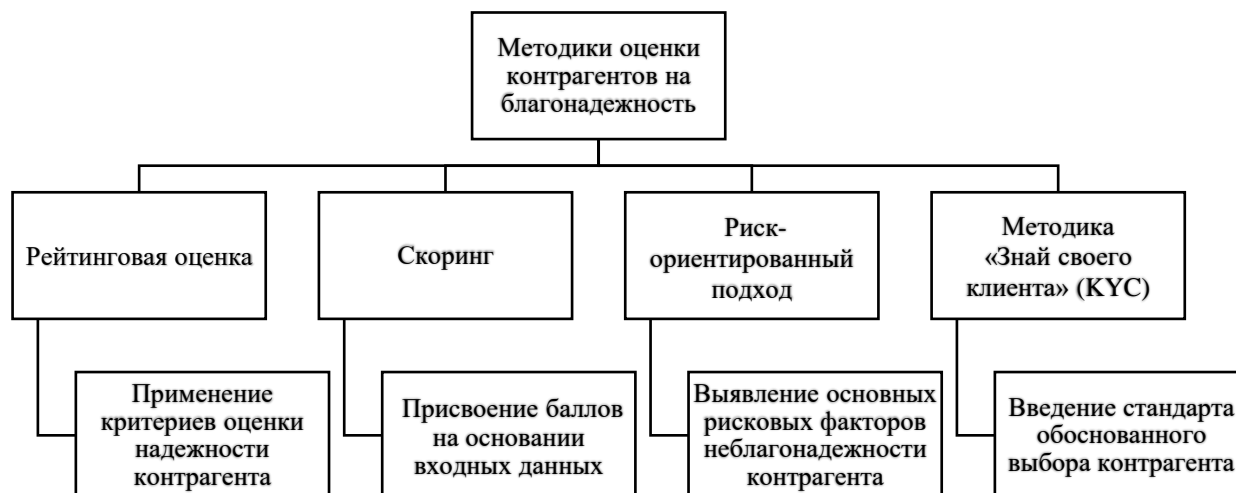
Оценочный этап мониторинга надежности потенциального делового партнера представляет собой комплексное финансовое исследование, предполагающее определение действительной стоимости активов экономического субъекта и прогнозирование направлений его дальнейшего развития. Важность оценочного этапа для формирования комплексного представления о деятельности контрагента проявляется в том, что по итогам проведенного анализа на этом этапе у заказчика процедуры customer due diligence имеется информация о коммерческой стоимости основных фондов проверяемой организации. Также в рамках оценочного направления мониторинга надежности контрагента проверяется финансовое обеспечение имеющихся у организации обязательств, изучаются имеющиеся судебные решения и наличие незакрытых исполнительных производств, состояние внутренней финансовой дисциплины экономического субъекта. По итогам проведенного исследования подготавливается отчет, раскрывающий все аспекты деятельности потенциального бизнес-партнера [3, с. 231-232]. В таблице 1 представлен перечень признаков добросовестности и, соответственно, недобросовестности контрагента.

**Таблица 1.** Критерии добросовестного и недобросовестного контрагентов

Признаки добросовестного контрагента	Признаки недобросовестного контрагента
<ul style="list-style-type: none"> <li>– неизменность юридического адреса и состава учредителей;</li> <li>– отсутствие существенной величины кредиторской задолженности на протяжении нескольких лет;</li> <li>– отсутствие отрицательной судебно-исполнительной практики в отношении использования бюджетных средств или исполнения договорных обязательств;</li> <li>– соответствие стоимости основных средств подтверждающим документам;</li> <li>– исполнение государственных контрактов в установленные сроки;</li> <li>– безупречная деловая репутация;</li> <li>– наличие необходимого персонала для выполнения взятых организацией на себя обязательств;</li> <li>– осуществление инвестиций в расширение производства и рынков сбыта;</li> <li>– финансирование маркетинговых программ и выход организации на международный рынок.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– признаки неплатежеспособности организации (высокая доля кредиторской задолженности, наличие административных санкций и исполнительных производств по обязательствам, низкий уровень рентабельности);</li> <li>– завышенная стоимость активов, наличие неотраженных в отчетности активов,</li> <li>– недостоверность бухгалтерской отчетности;</li> <li>– отсутствие у организации необходимых ресурсов для исполнения взятых на себя обязательств.</li> </ul>

Источник: [3, с. 232-233].

В современных условиях используются следующие подходы к оценке контрагентов, представленные на рисунке 1.



**Рис. 1.** Основные подходы к оценке контрагентов в российской и зарубежной практике

Источник: составлено авторами.

Представленные на рисунке 1 методики ориентированы на комплексную оценку возможного делового партнера и применяются и в российской, и в зарубежной практике процедуры дью дилидженс при анализе благонадежности контрагента.

В целом при осуществлении рейтинговой оценки поставщиков могут применяться следующие методы:

1. Математические (метод сумм, метод баллов, метод эталонов и т.п.).
2. Статистические.

3. Финансово-аналитические (метод анализа финансовой устойчивости, деловой активности, платежеспособности и т.п.).

4. Метод комплексной рейтинговой оценки [6, с.194-198].

Также следует учитывать определенные отличия в методах рейтинговой оценки поставщиков. Метод балльной оценки прежде всего ориентирован на получение максимального совокупного результата или показателя, позволяющего отнести контрагента к определенной группе. Метод расстояний базируется на определении минимального значения комплексной оценки, который характеризует расстояние от итогового фактического значения полученных расчетов до их эталонного значения. Метод негативных факторов предполагает проведение анализа деятельности поставщиков по определенным параметрам: минимальный уровень темпа роста цен, отклонения от сроков поставок, предусмотренных в договоре и других показателей, являющихся достаточно информативными для характеристики уровня качества предлагаемой контрагентом продукции и надежности поставщиков.

Методики анализа текущей платежеспособности и финансовой устойчивости поставщиков основаны на сравнении относительных коэффициентов, рассчитанных за прошлые периоды, с рекомендуемым (нормативным) уровнем данных показателей. Метод оценки деловой активности состоит в расчете показателей оборачиваемости хозяйственных средств, вложенных в производственные запасы. Метод комплексного рейтингового анализа финансово-хозяйственной деятельности делового партнера основан на выборе максимального из полученных результатов [6, с. 195-198].

На рисунке 2 представлен потенциал применения рейтингового подхода в рамках договорного дью дилидженс.



**Рис.2.** Отличительные особенности рейтингового подхода оценки благонадежности контрагентов

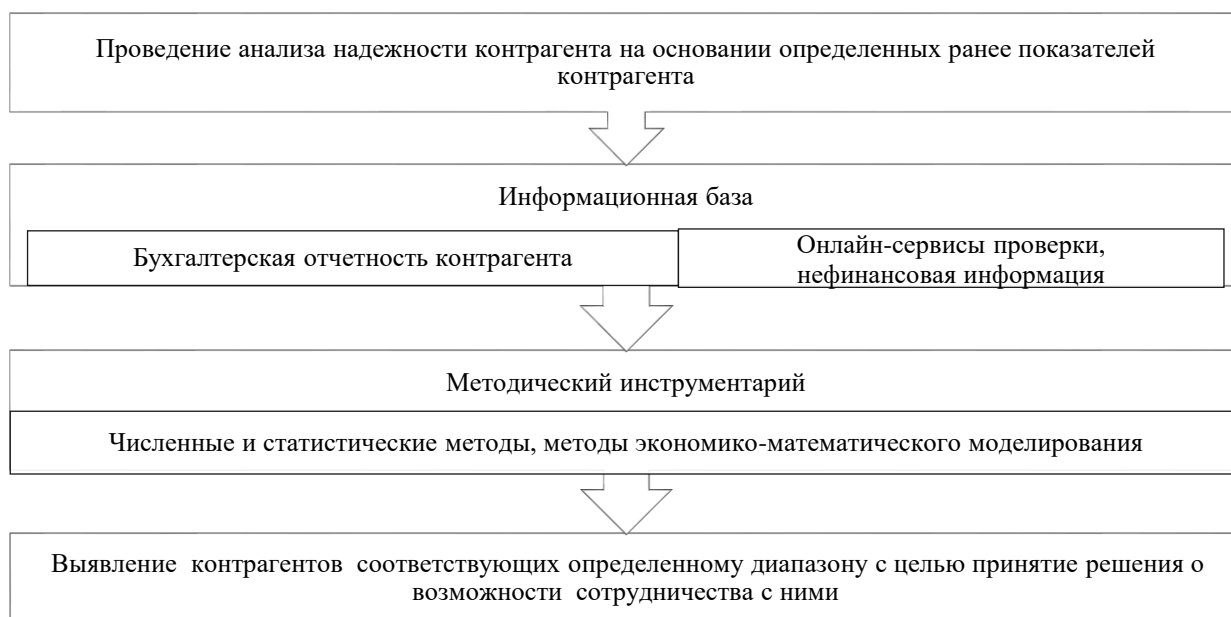
*Источник:* составлено авторами.

Таким образом, рейтинговый подход базируется на анализе значительного количества входных данных и рекомендуется к сотрудничеству контрагент с наиболее высоким рейтингом.

Для рейтингового подхода характерны определенные преимущества и недостатки. К несомненным преимуществам этого подхода можно отнести: комплексную оценку сильных и слабых сторон исследуемой организации и возможность использования экспертного мнения

при ранжировании контрагентов. Среди недостатков указанной методики можно отметить: необходимость постоянно мониторинга динамики критериев, входящих в рейтинговую модель; ретроспективный подход к анализу информации

Скоринговый метод оценки благонадежности потенциального делового партнера базируется на разделении исследуемых организаций на несколько категорий. Следует отметить, что скоринговый подход к анализу контрагента имеет ряд общих черт с рейтинговым подходом и нацелен на проведение анализа значительного количества разноплановых показателей и присвоение баллов полученным результатам. Итоговая оценка используется для принятия решения о возможности сотрудничества с конкретным контрагентом. На рисунке 3 представлен потенциал применения методики скоринга для оценки благонадежности организации.



**Рис.3.** Потенциал применения скоринга при анализе благонадежности контрагента

*Источник:* составлено авторами.

Скоринговая методика анализа контрагента позволяет осуществить построение аналитических процедур на данных о генеральной совокупности, а не на небольших выборках, что является несомненным ее преимуществом. Информация для построения скоринга общедоступна и верифицирована, что существенно облегчает проведение исследования. Указанной методике также присущи отдельные недостатки: отсутствие определенных сведений об исследуемом возможном деловом партнере по причине коммерческой тайны. Также эксперту, который проводит анализ, необходимо применить цифровые инструменты для обеспечения большей точности выходных результатов, что требует от исполнителя проверки определенных навыков в сфере цифровой грамотности.

Риск-ориентированный подход предполагает проведение анализа основных обстоятельств, свидетельствующих о неблагонадежности контрагента. Перечень основных рисков факторов, которые могут возникнуть при деловых взаимоотношениях с неблагонадежным контрагентом представлены на рисунке 4.

Нарушение установленных сроков поставок и условий по количеству и качеству продукции
Несоответствие способа оплаты, договоренности о ценах и т.п.
Неисполнение организацией по истечении срока, предусмотренного договором, взятых на себя обязательств
Финансовая несостоятельность или наличие признаков банкротства экономического субъекта
Остановка производства (деятельности) контрагента вследствие происшествий экологического характера (аварии, пожар) или обстоятельств непреодолимой силы
Налоговые риски
Политические ситуации (санкции)
Правовые риски
Риски невыявления признаков неблагонадежности контрагента

**Рис.4.** Рисковые факторы деловых взаимоотношений с неблагонадежным контрагентом

*Источник:* составлено авторами по [2, с. 25; 7, с. 48-52].

Для снижения негативного влияния на деятельность организации проводится проверка контрагентов с использованием риск-ориентированного подхода, который предполагает:

- 1) оценку предпринимательских рисков;
- 2) принятие взвешенных управленческих решений, которые основаны на комплексной информации об организации;
- 4) мониторинг деятельности проверяемой организации;
- 5) процесс взыскания проблемной дебиторской задолженности [5, с.1-2].

Последствия вышеперечисленных рисков способны оказать негативное влияние на деятельность современной организации, так как приводят к дополнительным расходам, срывам поставок или оказания каких-либо услуг, подрывают доверие со стороны клиентов. В связи с этим, усиливаются значение и роль процедуры проверки контрагентов на благонадежность [2, с. 25].

Для минимизации негативных последствий от представленных на рисунке 4 факторов проводится детальный анализ внешней и внутренней бизнес-среды организации, с использованием методов математической и финансовой статистики проводится их комплексная оценка [1, с. 18-20]. Потенциал применения риск-ориентированного подхода для оценки контрагентов представлен на рисунке 5.



**Рис. 5.** Потенциал применения риск-ориентированного подхода для оценки контрагентов

*Источник:* составлено авторами.

Риск-ориентированный подход является достаточно инновационным и занял свою нишу в оценке контрагентов. Этому способствовали преимущества, которые для него характерны. В первую очередь, оценка рисков взаимодействия с неблагонадежными контрагентами необходима для обеспечения финансовой безопасности организации. Несмотря на то, что указанная методика является трудоемкой, она позволяет получить комплексное представление о рискованных факторах взаимодействия с возможным деловым партнером.

Применение методики «знай своего клиента» (KYC) обусловлено тем, что она обеспечивает комплексный подход к оценке контрагента. Значительное количество экономических субъектов имеют предварительно разработанный регламент проверки потенциального контрагента перед началом делового сотрудничества с ним. В соответствии с этим регламентом определяется дальнейшая политика по выявлению неблагонадежных партнеров, с которыми сотрудничество нежелательно. Реализация принципа «знай своего клиента» предполагает отслеживание транзакций организации и сбор большого количества финансовой и нефинансовой информации [4, с. 97]. Очевидно, что в ходе реализации этого принципа активно применяются специализированные онлайн-сервисы, потенциал которых огромен. Эти цифровые инструменты позволяют существенно сократить трудовые затраты на сбор необходимой информации для ее дальнейшей обработки. Также, несмотря на тот факт, что принцип «знай своего клиента» является самостоятельным методическим инструментарием, необходимо отметить взаимосвязь этой политики с риск-ориентированным подходом. Потенциал применения указанной методики представлен на рисунке 6.



**Рис. 6.** Потенциал применения методики «Знай своего клиента» для оценки благонадежности контрагента

*Источник:* составлено авторами

Указанный подход ориентирован на методику, апробированную в кредитных организациях при анализе кредитоспособности заемщиков. В связи с этим эксперты, применяющие рассмотренную методику, могут оптимизировать временные затраты на проведение проверки экономического субъекта. Также необходимо учитывать, что для этой методики характерны определенные ограничения. Прежде всего, необходимо постоянно актуализировать полученную информацию о контрагенте. Кроме того, при реализации методики «знай своего клиента» имеет место субъективный подход, который может стать причиной недостоверной интерпретации полученных результатов.

### **Заключение**

Рассмотренные подходы применяются в российской и зарубежной практике, но с учетом определенных национальных особенностей. На рисунке 7 представлены отличительные черты каждого из рассмотренных подходов, характерные для российской и зарубежной практики.





**Рис.7.** Сравнительная характеристика интерпретаций основных подходов к оценке контрагента в российской и зарубежной практике

*Источник:* составлено авторами

В целом рейтинговый подход, применяемый в практике российских организаций, характеризуется преимущественным использованием финансовых показателей и критериев, в то время как в зарубежной практике существенное внимание уделяется применению нефинансовой информации, характеризующей устойчивое развитие экономического субъекта. В ходе проверки по методике скоринга для российских аудиторских и консалтинговых организаций, оказывающих процедуру договорного дью дилидженс, характерно широкое использование функциональных возможностей онлайн-сервисов для формирования мнения о надежности делового партнера. Зарубежный опыт использования скоринга для проверки контрагентов характеризуется использованием указанной методики предпочтительно для оценки платежеспособности и кредитоспособности контрагента. Риск-ориентированный подход базируется на комплексной оценке рисков и в России значительное внимание уделяется учету риска взаимодействия с фирмами-однодневками. В то же время зарубежная интерпретация указанного подхода основывается на достаточно широком использовании методики стресс-тестирования для прогнозирования рисков. Принцип «знай своего клиента» за рубежом первоначально использовался в практике финансовых институтов для оценки потенциальных заемщиков. В современных условиях в российских организациях значительный вклад в развитие и популяризацию применения данного принципа внесла методика Федеральной налоговой службы РФ, которая предписывает проявлять должную осмотрительность и обращать значительное внимание на надежность потенциального делового партнера.

Таким образом, можно сделать вывод, что все рассмотренные методики обладают значительным потенциалом для проверки контрагента на благонадежность. При условии их дальнейшего совершенствования применение их в ходе договорного дью дилидженс можно рассматривать как инструмент повышения эффективности указанной процедуры.

### Список литературы

1. Галимова С.А., Скороходова Л.А. Управление рисками при оценке контрагента предприятия // Economics. - 2015. - № 4 (5). – С.18-20.

2. Кадиева Л.М. Особенности проверки контрагентов в деятельности современной организации // Наука без границ. - 2018. - № 5. – С. 25-30.
3. Кузнецова С. Б. Due diligence (должная осмотрительность) как способ проверки контрагента при заключении контракта // Синергия Наук. - 2019. - №. 38. - С. 229-234.
4. Лебедев А.Р., Белоусова Н.А. Элемент управления рисками по принципу "Знай своего клиента", как инструмент минимизации финансовых угроз экономической безопасности хозяйствующего субъекта // От научных идей к стратегии бизнес-развития. – 2018. - С. 97-106.
5. Новичкова О.В. Современные подходы к управлению дебиторской задолженностью предприятия // Финансы и управление. – 2015. - № 1. – С. 1-10.
6. Сергеева И.Г., Поцулин А.Д. Совершенствование системы выбора и оценки поставщиков товаров // Modern economy success. – 2019. – №. 6. – С. 194-198.
7. Тихомиров Ю.А. Методология анализа и оценки рисков в законодательной деятельности // Юридическая техника. - 2015. - № 9. - С.46-52.