

Финансовая оценка контрагента: когда она нужна и как ее провести

Чтобы бизнес работал как часы, нужно выполнение многих условий. Одно из них — уверенность в том, что ваши контрагенты платежеспособны, то есть смогут **вовремя исполнить свои финансовые обязательства**. В противном случае коммерческая безопасность компании гарантирована быть не может, то есть существенно повышается риск убытка. В этом материале расскажем о том, как провести анализ платежеспособности контрагента.

Когда это необходимо

В идеале проводить оценку действующего или потенциального контрагента целесообразно перед любой сделкой. Однако это не всегда возможно. В обязательном порядке провести такой анализ следует, если:

- появляется новый бизнес-партнер;
- с контрагентом, с которым раньше сотрудничество носило эпизодический характер, планируется работать в долгосрочной перспективе;
- при подписании соглашения с отсрочкой платежа либо предварительной оплатой;
- всегда, когда возникают подозрения по поводу платежеспособности контрагента, в том числе потенциального.

Подход к оценке может быть разным: **полный анализ деятельности** субъекта бизнеса или **определение отдельных наиболее важных показателей**, анализа которых будет достаточно для выводов о платежеспособности и надежности контрагента.

Зачем это нужно

Доверие — вещь, безусловно, хорошая, но строить бизнес лишь на этом чревато неприятными последствиями. Их спектр весьма широк:

- финансовые потери;
- репутационные риски (например, из-за непоступления оплаты от контрагента компания не смогла выполнить свои кредитные обязательства);
- налоговые проверки, доначисления и санкции за непроявление должной осмотрительности при выборе контрагента;
- отказ в возмещении НДС;
- судебные разбирательства, привлечение к ответственности.

Этапы проведения анализа

В основном действия сводятся к получению о потенциальном или реальном контрагенте всевозможной информации из самых разных источников.

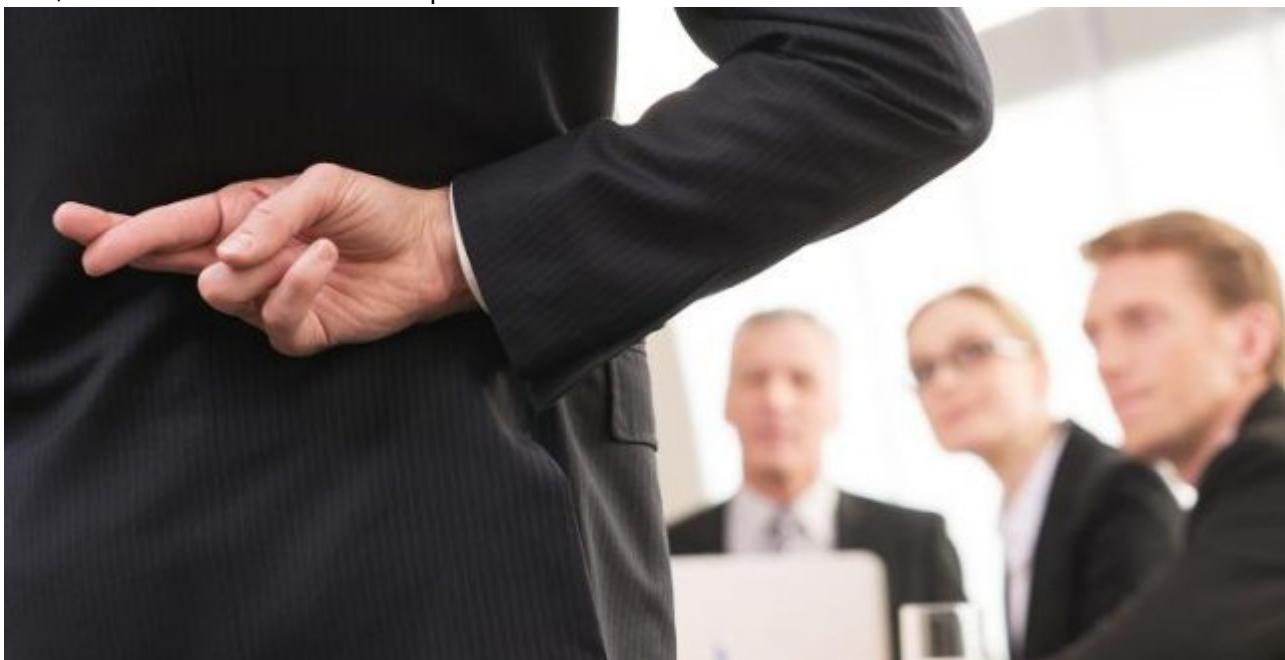
Запрос документов и сведений у контрагента

В первую очередь, нужно получить копии свидетельства о госрегистрации контрагента, документа о присвоении ему ИНН, а также Устава (для организаций). Запросить эти документы следует у самого контрагента.

Государственный номер (ОГРН или ОГРИП) и **ИНН** — базовые сведения,

на основе которых можно получить данные из открытых источников, в том числе выписку из ЕГРЮЛ. Вместе с тем отметим, что не стоит ограничиваться только выпиской — это не является проявлением должной осмотрительности.

Кроме того, можно запросить у контрагента **бухгалтерскую отчетность**, информацию о лицензиях, о том, как он рассчитывается с бюджетом, и некоторые другие сведения. Добросовестный бизнесмен, скорее всего, не станет возражать против предоставления такой информации, хотя закон и не обязывает этого делать. В любом случае отказ может говорить о том, что компании есть что скрывать.



Иногда владельцы бизнеса не хотят предоставлять такие сведения, ссылаясь на **коммерческую тайну**. Однако информация об учреждении компании и данные из реестра, сведения о лицензиях, налоговых отчислениях, финансовой отчетности и даже о заработной плате персонала не относится к коммерческой тайне. Стоит разъяснить это потенциальному контрагенту, и, возможно, тогда он пойдет навстречу.

Если контрагент не хочет давать запрашиваемые документы и данные, можно предложить ему выбрать иной способ подтверждения собственной платежеспособности.

Использование открытых источников

Провести анализ данных, которые содержатся в открытых источниках, удобнее всего через специальные сервисы проверки контрагентов, например, Контур.Фокус. Из таких систем можно получить много полезной информации. Они включают как сведения открытых реестров и баз данных, так информацию, которую условно можно назвать неофициальной. Это упоминание о компании в интернете, отзывы клиентов, работников и другие сведения. В следующей таблице мы собрали основные открытые источники данных, которые можно использовать для анализа.

Таблица. Ресурсы для анализа контрагента

Источник	Возможности
----------	-------------

egrul.nalog.ru	Реестр юридических лиц и ИП на сайте ФНС (выписка из Реестра без подписи);
service.nalog.ru/vyp/	Сервис по предоставлению выписки из Реестра на сайте ФНС (выписка подписана ЭЦП, нужна авторизация)
service.nalog.ru/disqualified.do /	Сведения из Реестра дисквалифицированных лиц
service.nalog.ru/disfind.do	Сведения о компаниях, в руководстве которых есть дисквалифицированные лица
vestnik-gosreg.ru/publ/vgr/	Сведения о принятом решении о реорганизации или ликвидации юридического лица
vestnik-gosreg.ru/publ/fz83/	Сведения о предстоящем исключении из Реестра ЮЛ или ИП
service.nalog.ru/addrfind.do	Массовые адреса регистрации
service.nalog.ru/zd.do	Сведения о ЮЛ, имеющих задолженность по уплате налогов сроком более 1 года
service.nalog.ru/mru.do	Сведения о ФЛ, которые руководят несколькими компаниями и / или участвуют в них
rospravosudie.com	Сведения о судебных решениях в отношении компании или ИП
fssprus.ru/iss/ip	База данных исполнительных производств
kad.arbitr.ru/	Картотека арбитражных дел
bankrot.fedresurs.ru	Реестр сведений о банкротстве

Расчет показателей

Если в вашем распоряжении есть бухгалтерская отчетность контрагента, можно рассчитать показатели его ликвидности и платежеспособности:

1. **Коэффициент общей ликвидности** равен отношению оборотных активов организации к краткосрочным обязательствам. Он показывает, насколько компания способна погасить свои текущие долги и обязательства только за счет оборотных средств. Чем больше значение этого коэффициента, тем более платежеспособным является контрагентом. Хорошо, если он равен 2 и более, но и 1,5 считается приемлемым результатом.
2. **Коэффициент платежеспособности** — это отношение собственного капитала к собственным активам. Он показывает, насколько организация не зависит от внешних источников финансирования. Считается, что если его значение ниже 0,5, то есть повод задуматься о финансовой устойчивости компании.