

УДК 336.563
DOI 10.17513/fr.43599

МЕТОДИЧЕСКИЕ И ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ РИСКА РАБОТЫ ОРГАНИЗАЦИИ С ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ КОНТРАГЕНТОМ

Плеханова В.С., Суханкина А.С., Лескина О.Н.

*Пензенский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации,
Пенза, e-mail: vsplekhanova@mail.ru, lina.suxankina@bk.ru, spring-ol@rambler.ru*

Аннотация. В настоящей статье исследуется актуальный вопрос эффективного взаимодействия с заказчиками. В частности, авторы предлагают методику оценки риска при взаимодействии с контрагентами. Подход включает в себя анализ финансового состояния потенциального клиента: расчет основных экономических показателей, свидетельствующих о платежеспособности, устойчивости и эффективности деятельности контрагента. Кроме того, учитывается опыт предыдущего сотрудничества: частота заказов, наличие задолженности и ее размер. Разработанная методика включает также оценку хозяйственной деятельности, а именно период функционирования на рынке. Авторы присваивают каждому из критериев баллы, при сложении которых выводится итоговая оценка, характеризующая уровень риска: низкий, средний или высокий. На основании полученной информации принимается решение о сотрудничестве с заказчиком или о том, что заключение договора нецелесообразно. Действие предложенной методики проиллюстрировано на практическом примере. Так, воспользовавшись алгоритмом и рассчитав влияние падения покупательной способности денежной единицы на реальную стоимость долга потенциального заказчика, авторы пришли к мнению о возможности заключения договора с контрагентом. В результате использование разработанного подхода поспособствует совершенствованию взаимодействия с заказчиками, снижению рисков потерь от сотрудничества с недобросовестными контрагентами.

Ключевые слова: расчеты с заказчиками, оценка и классификация риска, выбор контрагента

METHODOLOGICAL AND PRACTICE-ORIENTED ASPECTS OF RISK ASSESSMENT OF AN ORGANIZATION'S WORK WITH A POTENTIAL COUNTERPARTY

Plekhanova V.S., Sukhankina A.S., Leskina O.N.

*Penza branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation,
Penza, e-mail: vsplekhanova@mail.ru, lina.suxankina@bk.ru, spring-ol@rambler.ru*

Annotation. This article examines the topical issue of effective interaction with customers, in particular, the authors propose a methodology for assessing risk when interacting with counterparties. The approach includes an analysis of the financial condition of a potential client: calculation of the main economic indicators indicating the solvency, stability and effectiveness of the counterparty's activities. In addition, the experience of previous cooperation is considered: the frequency of orders, the presence of debt and its size. The developed methodology also includes an assessment of economic activity, namely the period of functioning in the market. The authors assign points to each of the criteria, adding them together, a final assessment is derived that characterizes the level of risk: low, medium or high. Based on the information received, a decision is made to cooperate with the customer or that it is impractical to conclude a contract. The effect of the proposed technique is illustrated by a practical example. So, using the algorithm and calculating the impact of a drop in the purchasing power of a monetary unit on the real value of a potential customer's debt, the authors concluded the possibility of concluding an agreement with a counterparty. As a result, the use of the developed approach will contribute to improving interaction with customers, reducing the risks of losses from cooperation with unscrupulous contractors.

Keywords: settlements with customers, risk assessment and classification, counterparty selection

В настоящее время вопрос минимизации рисков при взаимодействии с потенциальными клиентами является актуальной и важной темой для представителей бизнес-сообществ: как собственников фирм, так и наемных менеджеров. Проявление должной осмотрительности при заключении договора – это важная часть работы бизнеса, благодаря которой появляется возможность на раннем этапе обезопасить компанию от финансовых потерь и сотрудничества с ненадежными организациями [1].

Целью настоящего исследования является разработка методических и практико-ориентированных аспектов оценки риска работы организации с потенциальным контрагентом на основе переосмысления существующих подходов, их дополнения в соответствии с требованиями текущего времени.

Материалы и методы исследования

Информационной базой для написания настоящей работы послужили нормативно-законодательные акты [2, 3], учебно-мето-

дические [4–6], периодические издания по финансовому анализу и управлению рисками [7, 8]. Разработанная методика основана на подходах и предлагаемых принципах оценки рисков при взаимодействии с контрагентами, изложенных в работах таких авторов, как Е.Н. Шатина, С.В. Козменкова, Э.Б. Фролова [1], А.Е. Богданова [9], Г.С. Клычова, А.Р. Закирова, З.З. Хамидуллин [10].

В качестве материала для апробации предложенных методов использованы финансовая отчетность строительной компании ООО «Термит» за 2020–2022 гг., данные Росстата об индексе потребительских цен.

В работе применяются общенаучные методы проведения исследований: системный, метод сравнительного анализа, метод экспертных оценок и др. Широко используется математический инструментарий: коэффицентный, балансовый, экономико-статистический методы.

Результаты исследования и их обсуждение

В отраслях, подразумевающих взаимодействие с контрагентами, особое внимание следует уделять порядку сотрудничества с заказчиками, поскольку это напрямую влияет на результаты деятельности компаний. Данная тематика изучалась многими отечественными авторами. В частности, Д.Л. Скипин, Э.Э. Дмитриева, Е.С. Макарова предлагали в рамках подхода к снижению рисков взаимоотношений с недобросовестными контрагентами сформировать юридический отдел и службу экономической безопасности, внедрить систему проверки транзакций, электронный документооборот и использование сервисов проверки контрагентов [11]. В.Ю. Сутягин выделял такой способ, как создание стандартов оценки покупателей [7]. Такие авторы, как Н.В. Бондарчук, Ф.П. Харитонов, также предлагали применять интернет-ресурсы для проверки заказчиков, изучать ключевые характеристики их финансово-хозяйственной деятельности, выявлять существование возможной негативной информации о контрагентах во внешней среде [12].

Исследователь Е.И. Добрыянова классифицировала риски на группы и предложила меры по их минимизации в зависимости от класса риска, такие как: формирование системы защиты информации, системы мотивации сотрудников, работающих с контрагентами, переход на электронный документооборот [13].

Тем не менее, описанные работы содержат в большой степени теоретические аспекты работы с рисками, в то время как настоящее исследование предлагает балльную методику оценки риска, эффективность которой подтверждается альтернативным расчетом влияния падения покупательной способности денежной единицы на реальную стоимость долга.

В настоящее время существуют различные ресурсы, позволяющие проверить контрагента. Самыми распространенными из них являются сервис ФНС России «Прозрачный бизнес», сервис Сбербанка «СберКОРУС», онлайн-сервисы проверки рисков организаций СПАРК, проверка контрагента от СБИС, СКБ Контур, Rusprofile. В настоящее время данные сервисы активно развиваются, появляются новые платформы в помощь бизнесу. Однако бесплатные сервисы дают возможность изучить общую информацию о потенциальном контрагенте и не позволяют в полной мере оценить целесообразность заключения договора с ним. Платные ресурсы предоставляют больший функционал для оценки рисков, но требуют дополнительных затрат, которые могут быть нерентабельны для малого и среднего бизнеса. По этой причине авторы разработали собственную методику, которая позволит рассмотреть совокупность аспектов для принятия решения о работе с контрагентом и не потребует привлечения дополнительных инвестиций на приобретение подписок сторонних сервисов.

Предлагаем определить потенциальные риски, которые могут возникнуть в процессе сотрудничества с контрагентом, а именно в части расчетов. Выделим два вида риска, возможных к возникновению (рис. 1).



Рис. 1. Риски, возникающие при расчетах с заказчиками
Источник: составлено авторами



Рис. 2. Методика оценки риска при расчетах с заказчиками
 Источник: составлено авторами

Прежде чем работать с риском, необходимо установить уровень существенности и определить, какие суммы будут попадать под проверку.

В ходе анализа заказов, рассмотренных на примере ООО «Термит» на протяжении 2020–2022 гг., было выявлено, что в основном компания берет крупные заказы (составляющие, как правило, порядка 20% выручки в итоге). Наименьший заказ, зафиксированный в 2020 г., составил 5% от выручки. Будем считать, что, если сумма заказа менее 5% от планируемой выручки компании, данный заказ несущественен, в противном случае необходимо оценить риски.

Оценку риска предлагаем проводить при помощи балльной методики (рис. 2).

На первом этапе необходимо оценить опыт предыдущего сотрудничества с заказчиками: частоту заказов и наличие задолженности.

Выполнение работ для новых клиентов более рискованно для компании, поскольку нет возможности оценить их пла-

тежную дисциплину и вклад в выручку организации, поэтому им присваивается 0 баллов по критерию количества заказов. Периодические заказы предполагают обращение за выполнением работ не так часто (1–2 раза за последние 3 года). Это группа заказчиков, с которыми имеется опыт взаимодействия, но он не носит характер постоянного сотрудничества. Несмотря на это, данные заказчики более значимы для компании и вызывают больше доверия, нежели новые, поэтому им присваиваются 3 балла. Максимальный балл зарабатывают те компании, число заказов которых составляет 3 и более за три последних отчетных периода. Данные клиенты необходимы организации, поскольку представляют наибольшую ценность ввиду обеспечения стабильного получения дохода. Количество заказов для отнесения клиента к той или иной группе было установлено на основе анализа ОСВ по счету 62 за 2020–2022 гг.

Далее оценим наличие задолженности заказчиков. Наименьший балл присваива-

ется тем контрагентам, доля задолженности которых превышает 5% от выручки. Средняя задолженность компании составляет около 1 млн руб. на протяжении последних трех лет, что составляет порядка 5% выручки. Полагаем, что задолженность свыше данного значения – отклонение от нормы и представляет для компании серьезные риски при заключении договора с контрагентом, поэтому им присваивается оценка 0 баллов. Наличие задолженности менее 5% также представляет для компании определенные сомнения, связанные с погашением заказчиком своих обязательств, однако величина не так существенна, поэтому по данному критерию ставится оценка 3 балла. Если за прошлый отчетный период заказчик не имеет задолженности, считаем, что риск минимальный, и присваиваем максимальный балл – 6. Также максимальный балл получит новый заказчик, поскольку не имеет задолженности ввиду отсутствия сотрудничества с компанией. По мнению авторов, это позволит компенсировать полученную оценку 0 баллов по первому критерию и не понизить общий результат, поскольку нет абсолютной уверенности в том, что выполнение заказа для нового контрагента более рискованно, чем для старого.

Второй этап подразумевает оценку хозяйственной деятельности, а именно периода работы заказчика на рынке. Считается [9], что в первый год компания не успевает достичь достаточного уровня финансовой устойчивости и платежеспособности, поэтому есть риски, связанные с поступлением оплаты от контрагента, и по данному параметру выставляется оценка 0 баллов.

Ожидается, что деятельность заказчика на рынке от 1 года до 3 лет характеризуется большей стабильностью, и потому присваиваем ему 3 балла. Максимальный балл получают компании, осуществляющие деятельность на рынке более 3 лет, – считаем, что к этому моменту организация имеет достаточно ресурсов и отличается наибольшей устойчивостью по сравнению с другими рассмотренными.

Заключительный этап – оценка финансового состояния. Предлагаем произвести расчет показателей, представленных ниже (табл. 1).

При сопоставлении рассчитанных по отчетности должника коэффициентов с нормативными значениями [8] сформируется представление о финансовом положении контрагента, на основе которого потребуются оценить его количественно и присвоить оценку.

Балл для каждого коэффициента равен:

– нулю, если он меньше норматива;

– единице, если он больше или равен нормативному значению.

В результате максимальное количество баллов по итогам данного этапа – 6 баллов, характеризуем следующим образом:

0–2 балла – неудовлетворительное финансовое состояние, вероятность получения оплаты от контрагента низкая;

3–4 балла – приемлемое финансовое состояние, вероятность получения оплаты высокая, но возможны незначительные отсрочки платежей;

5–6 баллов – хорошее финансовое состояние, вероятность исполнения обязательств в срок высокая.

Таблица 1

Коэффициентный анализ финансового состояния должника

Группа показателей	Наименование показателя	Способ расчета	Нормативное значение
Платежеспособность	Коэффициент абсолютной ликвидности	$(\text{Денежные средства} + \text{Краткосрочные финансовые вложения}) / \text{Текущие обязательства}$	$\geq 0,1 - 0,7$
	Показатель обеспеченности обязательств должника его активами	$(\text{Оборотные активы} + \text{внеоборотные активы}) / (\text{Текущие обязательства} + \text{Долгосрочные обязательства})$	≥ 1
Устойчивость	Коэффициент автономии	Собственный капитал / Валюта баланса	0,4 – 0,6
	Коэффициент финансовой устойчивости	$(\text{Собственный капитал} + \text{Долгосрочные обязательства}) / \text{Валюта баланса}$	$\geq 0,6$
Эффективность	Рентабельность активов	Чистая прибыль / Совокупные активы	Оценочные значения, брать за основу среднеотраслевые показатели
	Норма чистой прибыли	Чистая прибыль / Выручка	

Источник: составлено авторами.

Таблица 2

Соотношение балльных оценок с уровнем риска и решением о сотрудничестве

Балльная оценка	Классификация риска	Принимаемое решение
17–24	Низкий	Заклучить договор
9–16	Средний – риск несоблюдения сроков оплаты	Рассчитать возможные потери
0–8	Высокий – риск неполучения оплаты	Не заключать договор

Источник: составлено авторами.

Таблица 3

Апробация риск-ориентированной модели оценки заказчиков

Набранный балл	Критерии		
	Предыдущий опыт сотрудничества	Хозяйственная деятельность	Финансовое состояние
	9	3	4
Итого			16

Источник: составлено авторами.

По итогам проведения трех этапов подсчитываются результаты и оцениваются риски.

Максимально возможный балл, который допускается получить по итогам 1-го этапа, – 12 баллов (по 6 баллов за каждый критерий), а также по 6 баллов по итогам этапов 2 и 3. Соответственно, максимально возможный набранный балл – 24.

Разработаем классификацию рисков в соответствии с набранными баллами (табл. 2). Деление по группам баллов сформировано на основе анализа научных работ по данной тематике [9, 10].

Итак, чем больше набрано баллов, тем менее рискованно взаимодействие с контрагентом. В случае если заказчик набирает 17 и более баллов, принимаем решение заключить договор на выполнение работ. Если значение находится в диапазоне от 9 до 16, то риск характеризуется как средний и связан с возникновением вероятности несоблюдения сроков оплаты, что, в свою очередь, может привести к потерям от инфляции ввиду падения реальной стоимости долга, поэтому необходимо рассчитать возможные потери и принять решение. Набраны 8 баллов и менее – высокий риск, есть шанс не получить денежные средства за выполнение работ, в данной ситуации следует принять решение об отказе в выполнении работ для данного клиента.

Рассмотрим действие методики на конкретном примере. В 2022 г. ООО «Термит» поступил заказ на выполнение работ для действующего заказчика ООО «Астон», за последние 3 года числится 2 выполненных заказа для данной компании. Поскольку есть

опыт сотрудничества с контрагентом, имеется информация о том, что заказчик платил вовремя. Выручка ООО «Термит» в 2022 г. составляет 21 667 тыс. руб., стоимость работ – 6 166 тыс. руб. Сумма заказа – 28% от выручки, данный уровень существенен для компании, т.е. потери для финансового состояния будут значительны, поэтому необходимо оценить риски, связанные с данным заказом (табл. 3).

Контрагент набрал 16 баллов, риск характеризуется как средний, необходимо оценить потери компании от инфляции, если заказчик все же просрочит срок оплаты. Предположим, что срок оплаты установлен 01.02.2022 г.

Под влиянием инфляции задолженность заказчиков теряет свою стоимость, в результате чего снижается величина покупательной стоимости долга, что негативно сказывается на результатах деятельности организации.

Для расчета используем данные по индексу потребительских цен (ИПЦ) за 2022 г. [14]. В феврале компания должна была получить 6 166 тыс. руб., цены по отношению к концу предыдущего месяца выросли в марте в 1,0761 раза. Коэффициент падения покупательной способности денежной единицы равен: $K_{pc} = 1 / ИПЦ = 0,9293$. Далее необходимо рассчитать реальную стоимость величины долга в марте 2022 г. с учетом изменения покупательной способности денег: $S1 = 6166 \times 0,9293 = 5730$ тыс. руб. Соответственно, потери от инфляции в марте составят: $6166 - 5730 = 436$ тыс. руб.

Аналогичным образом рассчитаем потери компании до конца года (табл. 4).

Таблица 4

Расчет влияния падения покупательной способности денежной единицы на реальную стоимость долга

Месяц	ИПЦ, доля	КПС, доля	Стоимость долга, тыс. руб.	Потери, тыс. руб.
февраль	–	–	6 166	–
март	1,0761	0,9293	5 730	436
апрель	1,0156	0,9846	5 642	524
май	1,0012	0,9988	5 635	531
июнь	0,9965	1,0035	5 655	511
июль	0,9961	1,0039	5 677	489
август	0,9948	1,0052	5 707	459
сентябрь	1,0005	0,9995	5 704	462
октябрь	1,0018	0,9982	5 694	472
ноябрь	1,0037	0,9963	5 673	493
декабрь	1,0078	0,9923	5 629	537

Источник: составлено авторами.

Так, наименьшие потери компания понесет, если заказчик погасит свой долг в марте, наибольшие – в декабре.

Средняя величина задолженности на протяжении 2020–2022 гг. составляет около 1 млн руб., по этой причине полагаем, что даже при оплате долга спустя 10 месяцев потери в 537 тыс. руб. не окажут резко негативного влияния на состояние расчетов с заказчиками, а также выручку. Делаем вывод, что компания может заключать договор на выполнение данного заказа.

Заключение

Таким образом, применение предлагаемой авторами универсальной методики оценки риска при взаимодействии с контрагентами, рекомендуемой для предприятий малого и среднего бизнеса разных отраслей, поможет компании классифицировать риск, принимать решения о заключении договора или отказе от выполнения работ, обеспечит компании должную осмотрительность во взаимодействии с заказчиками, что сможет обезопасить от сотрудничества с недобросовестными клиентами, не способными своевременно исполнять свои обязательства. Практическая значимость результатов настоящего исследования заключается в возможности их применения профессиональными экономистами, финансистами при определении перспектив взаимодействия с потенциальными и действующими контрагентами.

Список литературы

1. Шатина Е.Н., Козменкова С.В., Фролова Э.Б. Внутренний контроль: методические особенности проверки контрагентов на благонадежность // Международный бухгалтерский учет. 2018. Т. 21, №8 (446). С. 904-916.
2. Постановление Правительства РФ от 25.06.2003 N 367 «Об утверждении Правил проведения арбитражным

управляющим финансового анализа» [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_42901/ (дата обращения: 13.02.2024).

3. Приказ Минэкономразвития РФ от 21.04.2006 N 104 «Об утверждении Методики проведения Федеральной налоговой службой учета и анализа финансового состояния и платежеспособности стратегических предприятий и организаций» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61032/ (дата обращения: 13.02.2024).

4. Воронцовский А.В. Управление рисками: учебник и практикум для вузов. М.: Юрайт, 2024. 485 с.

5. Колбин В.В. Оценка и управление риском: учебник для вузов. СПб.: Лань, 2023. 248 с.

6. Николаенко В.С. Безупречный риск-менеджмент: учебное пособие. Томск: Издательство ТУСУРа, 2023. 140 с.

7. Сутягин В.Ю. Дебиторская задолженность: учет, анализ, оценка и управление. М.: ИНФРА-М, 2021. 216 с.

8. Евстафьева И.Ю. Финансовый анализ: учебник и практикум для вузов. М.: Юрайт, 2023. 337 с.

9. Богданова А.Е. Управление риском дебиторской задолженности коммерческой организации // Управленец. 2013. № 1 (41). С.18-22.

10. Клычова Г.С., Закирова А.Р., Хамидуллин З.З. Методические подходы к формированию политики финансового управления дебиторской задолженностью // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2019. Т. 14, № 1(52). С.126-131.

11. Скипин Д.Л., Дмитриева Э.Э., Макарова Е.С. Оценка благонадежности контрагента в системе обеспечения экономической безопасности бизнеса // Экономическая безопасность страны, регионов, организаций различных видов деятельности: материалы Третьего Всероссийского форума в Тюмени по экономической безопасности, (г. Тюмень, 20-21 апреля 2022 г.). Тюмень: ТюмГУ-Press, 2022. С. 406-416.

12. Бондарчук Н.В., Харитонов Ф.П. Проверка контрагентов как составная часть контроллинга // Контроллинг. 2022. № 2(84). С. 12-21.

13. Добрыянова Е.И. Совершенствование механизма проверки контрагентов в рамках риск-менеджмента на предприятиях малого бизнеса // Вестник евразийской науки. 2022. Т. 14, № 6. URL: <https://esj.today/PDF/85ECVN622.pdf> (дата обращения: 20.02.2024).

14. Социально-экономическое положение России: индексы потребительских цен на товары и услуги // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). 2023. № 12. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/osn-12-2023.pdf> (дата обращения: 11.02.2024).