

ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Борисевич И.С., соискатель высшего образования,
iborisev@mail.ru*

*Научный руководитель: Сырокваш Н.А., ст. преподаватель
Белорусский государственный аграрный технический
университет*

В статье рассмотрено информационное обеспечение анализа контрагента на ОАО «УКХ» «Минский моторный завод»

Целью исследования является повышение уровня экономической стабильности и коммерческой безопасности, путем проверки контрагента на добросовестность.

Договорная работа с контрагентами пронизывает всю хозяйственную деятельность предприятия, от ее эффективности во многом зависит финансовое состояние предприятия. Чем крупнее предприятие, тем больше у нее контрагентов – деловых партнеров, клиентов и подрядчиков.

Контрагент – это физическое или юридическое лицо, организация либо учреждение, которое при заключении договора является стороной в гражданско-правовых отношениях [1]. Каждая из сторон по отношению друг к другу является контрагентом, т.е. оба партнера, подписавших договор и есть контрагент.

Контрагенты поставляют материалы, отвечают за все проделанные действия второго лица перед кредитором, формируют портфель заказов, предоставляют услуги информационного и производственного характера, и др. В Республике Беларусь взаимоотношения организации с контрагентами достаточно неустойчивы из-за экономической ситуации, невысокого уровня надежности поставщиков и заказчиков, нестабильности собственного финансового состояния, и многочисленными иными внешними и внутренними факторами. Следовательно, грамотно выстроенные взаимоотношения с контрагентами могут значительно повлиять на финансовое благосостояние предприятия.

В настоящий момент организация расчетов с контрагентами является фактором, повышающим риск для предприятия. Зачастую, заказчики и покупатели могут задержать передачу важных документов, оплату поставленных товаров, выполненных работ или предоставленных услуг. К сожалению, аналогичные ситуации

неизбежны, в том числе в условиях стабильной экономики и высокой культуры предпринимательской деятельности, для белорусских хозяйствующих субъектов такие ситуации начинают носить регулярный характер. Для того, чтобы уберечь организацию от снижения деловой активности, необходимо сформировать политику ведения расчетов, в том числе и обмена документами с контрагентами, составлять бюджетные планы, регулярно осуществлять контроль дебиторской и кредиторской задолженности [2, с. 32]. Из этого следует сделать вывод о том, что каждый контрагент – всегда риск для компании. Главная задача работы менеджмента – окружить свое предприятие максимально надежными контрагентами.

Важным критерием оценки благонадёжности контрагента является общая информация о них. Компании, ценящие свою репутацию и финансовое состояние, детально изучают контрагентов перед заключением сделки. Лучше проверить информацию о контрагенте, для того, чтобы избежать ситуаций в виде судебных разбирательств либо восстановления репутации. Работа, выполняемая при проверке как потенциальных, так и действующих контрагентов предполагает выполнение определенных задач.

Потребуется выписка из инспекции министерства по налогам и сборам для того, чтобы узнать точную дату и адрес регистрации организации. При сроке существования около 3-х лет, можно сделать вывод о том, что компания способна разориться из-за повышенных рисков, либо же является «однодневной». Такой риск придется компенсировать условиями договора. Надежнее выбирать контрагента, существующего на платформе от 5 лет.

Стоит знать, кто руководит и владеет предприятием-контрагентом, какой срок управления. Важно проанализировать частоту смены руководства. Также особое внимание уделяется проверке предприятия на наличие заблокированных (арестованных) счетов. Товарный знак свидетельствует о индивидуализации предоставляемой продукции и серьёзности намерения компании.

Идентифицирование сайта контрагента и новости о контрагенте в сети Интернет также помогает выявить активность и серьёзность организации. Судебные дела, открытые исполнительные листы, информация о том, какие контракты и с кем заключались, своевременность оплаты, отзывы о сотрудничестве от других организаций – имеют значимость для серьёзных сделок.

Также можно провести анализ финансовых показателей, в которых будут указаны активы организации, капитал, резервы, выручка и прибыль от реализации, ликвидность, рентабельность. Для разовых сделок это не является обязательным критерием.

Проверить контрагента на добросовестность может бухгалтер-аналитик, либо менеджер, имеющий опыт работы в специализированной программе. Для проверки контрагента на благонадежность предоставлены как бесплатные, так и платные интернет-ресурсы. Сбором и обработкой полученных данных о контрагенте может заниматься специализированная организация. Проверка юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных в Республике Беларусь, производится сервисом LEGAT.BY в режиме online. Информацией полученной онлайн-системой проверки компаний является: юридический адрес компании, дата постановки на налоговый учет, судебная история анализ финансовой отчетности контрагента, сведения о задолженности юридических лиц перед бюджетом, ликвидации и банкротстве.

Следует сделать вывод о том, что функционирование организации не ограничивается процессами, протекающими исключительно внутри организации, необходимо взаимодействовать и с контрагентами. Возможными проблемами для менеджера при проверке контрагента являются нехватка информации о предприятии-партнере, знаний и навыков владения специализированной программой. Для работы с контрагентами (поиска и анализа информации о них) целесообразно в зависимости от их количества нанять или обучить персонал – аналитиков, которые будут определять допустимость сотрудничества и снижать риски организации.

Литература.

1. Контрагенты в 1С Бухгалтерия [Электронный ресурс]. Минск, 2021. Режим доступа: <https://rakonfi.com>. Дата доступа: 10.11.2021.
2. Цветков И.В. Договорная работа: учебник. Москва: Проспект, 2015. 192 с.