

**Фальченко Оксана Дмитриевна**

канд. экон. наук, доцент

**Шахурдин Алексей Вадимович**

магистрант

ФГБОУ ВО «Уральский государственный

экономический университет»

г. Екатеринбург, Свердловская область

## **К ВОПРОСУ ВЫБОРА ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ВНЕШНЕТОРГОВОГО ПАРТНЁРА**

*Аннотация:* в статье приводятся основные источники, на основании которых происходит процесс оценки внешнеторгового партнера. Раскрывается их характеристика и ключевые преимущества и недостатки. Анализируется целесообразность использования конкретных источников информации.

*Ключевые слова:* внешнеторговый партнер, контрагент, фирменные справочники, справочно-информационные агентства, оценка, внешнеэкономическая деятельность.

Одним из важнейших этапов при заключении сделки с иностранным партнером, является его оценка [2, с. 54–60]. В зависимости от формы ведения внешнеэкономической деятельности могут различаться и ключевые факторы, на которые обращают внимание специалисты фирмы. Анализ вашего потенциального внешнеторгового партнера заключается в сборе и систематизации информации о компании, которая будет выстроена в определенном порядке. Для получения необходимой для этого информации используется широкий ряд всевозможных источников с максимально достоверной информацией, которые и будут проанализированы ниже.

Основными источниками получения информации о потенциальном иностранном партнере являются: фирменные справочники; справочно-информационные агентства; годовые отчеты и балансы; каталоги продукции, проспекты, ре-

кламные материалы. Рассмотрим подробнее каждый из этих источников. Фирменные справочники представляют собой сборники отчетов и публикаций самих компаний, материалы, полученные от торгово-промышленных палат, и публикаций различного рода отраслевых ассоциаций, а также информацию из других источников по конкретной фирме. Главным достоинством такого рода справочников является большое количество компаний включенным в него, регулярные публикации о обновлении информации и высокая степень достоверности, изложенной в них информации. Такие справочники дают возможность собрать достаточно полную информацию о потенциальном внешнеторговом партнере. Например, один из наиболее полных и известных фирменных справочников для участников внешнеэкономической деятельности публикует компания Mergent, Inc имеющая более чем столетнюю историю, называется он «Mergent International Manual And News Reports» [4] он включает в себя обширную информацию о более чем 13000 компаний из 100 стран мира. Его структура выглядит следующим образом:

- история – значимые события с момента основания компании;
- бизнес – подробное описание сферы деятельности компании и её продукции;
- имущество компании – заводы, офисы и другие производственные активы;
- филиалы и дочерние компании – полный список включая страну базирования;
- управляющие – имена и должности высшего руководства;
- директора – полный список имен;
- долгосрочные долги компании – полная информация, включая рейтинги агентства Moody's;
- акционерный капитал – информация о простых и привилегированных акциях, варранты, права на покупку, опционы и информацию о размещении акций.
- обращение к акционерам – воспроизведенное дословно из годового отчета;

- примечания к финансовой отчетности – точные показания, подготовленные независимой аудиторской компанией;
- отчет о прибылях и убытках – включающий в себя информацию до семи последних лет;
- Балансовые отчеты – за последние семь лет;
- отчеты о движении денежных средств за последние три года;
- примечания – подготовленные компанией Mergent для высокой точности предоставляемых данных и лучшего их понимания.

Также в отчет могут включаться и другие сведения, такие как: аудиторы, главный юристконсульт, число сотрудников, адреса, телефоны и факсы, диапазоны цен за акцию, дивиденды, даты встреч акционеров и некоторые другие [4].

Как видно из информации, изложенной выше, фирменные справочники предоставляют достаточно исчерпывающую информацию о компании. Часто в различной литературе к недостаткам таких справочников относят не самую актуальную информацию, так было, когда справочники публиковались на бумаге раз в год или несколько лет. Сейчас в основном справочники представлены в онлайн версиях и постоянно обновляют информацию по мере поступления. К недостатку же можно отнести не самую низкую стоимость, например, справочник «Mergent International Manual And News Reports» на момент написания работы имел стоимость в 2866 долларов США, что может быть препятствием к его приобретению для некоторых российских компаний, представляющих малый бизнес и являющимися участниками внешнеэкономической деятельности.

Если интересующего предприятия не нашлось в фирменном справочнике или полученная информация не является исчерпывающей и достаточной для предполагаемой внешнеэкономической операции, то следует воспользоваться услугами справочно-информационных агентств. Такие компании собирают и систематизируют информации о различных фирмах, рынках или отдельных товарах. Справочно-информационные агентства существует практически во всех развитых и развивающихся странах мира. Их преимущество заключается в том, что

они, как правило, в состоянии предоставить информацию даже о самых небольших фирмах, это достаточно важно, так как маленькие компании обычно редко публикуют информацию о себе. Ценность такой информации состоит в том, что она собирается из широкого круга всевозможных источников, включающих реестры и данные государственных органов, компаний банковской сферы и информации предоставленной самой компанией, а также могут быть использованы оплаченные агенты в рядах служащих компании, банков и государственной среде. Поэтому часть информации является конфиденциальной и этот момент обговаривается с клиентом справочно-информационных агентств.

Наиболее авторитетным справочно-информационным агентством является американская компания Dun & Bradstreet, которая была основана в далеком 1841 году. Сказать о значимости этого агентства может тот факт, что в США присвоение DUNS номера, уникального идентификатора юридических лиц, созданного Dun & Bradstreet и ставшего стандартом ISO, является обязательным условием при регистрации любой компании. В Российской Федерации существует дочерняя компания данной фирмы, созданная совместно с Международной информационной Группой «Интерфакс» в 2008 году под названием «Интерфакс – Дан энд Брэдстрит», которая является эксклюзивным поставщиком продуктов и услуг Dun & Bradstreet на территории России, Армении, Азербайджана, Белоруссии, Грузии, Казахстана, Киргизии, Молдовы, Таджикистана, Туркменистана, Узбекистана и Украины.

Стандартная справка этого справочно-информационного агентства включает в себя реквизиты компании, адреса, номера телефонов, сведения о дочерних и материнских компаниях, информацию о регистрации/ликвидации, сфере деятельности, основные финансовые показатели, численность сотрудников, сведения о руководстве, а также рейтинг D&B. Также существует возможность заказать дополнительное исследование интересующей компании, если каких-то данных недостаточно для принятия решения. К недостатку же такого источника информации, можно отнести, как и в случае с фирменными справочниками, стои-

мость предоставления таких услуг. Например, стоимость справки по одной компании из КНР обойдется вам на материнском сайте компании в 630 долларов США, российский сайт предлагает приобрести эту же информацию за 41760 рублей [5].

Ценным источником информации могут выступать и годовые отчеты компаний. В них, как правило, существует множество разделов, посвященных как финансовым показателям компании, такие как счет поступления и расходования средств, счет прибылей и убытков, баланс компании, так и краткий обзор положения компании на различных отраслевых рынках или рынках стран, и многие другие данные. Но проблема заключается в том, что не всегда такие отчеты можно найти в открытом доступе, такой источник информации будет подходящим для анализа крупных акционерных компаний, публикующих свои отчеты ежегодно с целью привлечения новых акционеров, также недостатком может быть тот факт, что некоторые негативные цифры могут быть просто не включены в такой отчет, особенно это касается развивающихся стран, где законодательство и надзор в сфере публичности информации о деятельности компаний не такие строгие, также некоторые данные могут быть скрыты под предлогом коммерческой тайны. Но несмотря на эти недостатки, годовые отчеты обязательно для анализа если они присутствуют в открытом доступе, это даст понимание о текущем положении компании и её развитии за последние годы [1; 3].

Еще одним источником информации о фирме можно считать каталоги продукции, проспекты, рекламные материалы, они дают представление о ассортименте выпускаемой продукции, её технических характеристиках и потребительских качествах и полезны для понимания научно-технического потенциала фирмы и при составлении технологических и экономических сравнениях продукции выпускаемой различными компаниями.

Стоит отметить, что необходимая для совершения конкретной сделки информация не всегда должна включать исчерпывающие сведения о компании вплоть до реестра акционеров. Специалист ответственный за осуществление внешнеэкономической деятельности в фирме должен определить, что для данной

сделки является важным, а что второстепенным. На практике зачастую недостаточно времени на сбор такого объема информации, по каждой интересующей вас компании. Также стоит принимать во внимание и объем предполагаемой сделки, не всегда целесообразно затрачивать огромное количество времени и ресурсов выясняя, какое количество денежных средств тратит каждая компания на научные исследования, если вы собираетесь закупить партию товара, которая будет стоить меньше потраченных на выяснение данных сведений денежных средств. Каждая сделка индивидуальна, необходим профессионализм и опыт специалиста для определения значимых для ее осуществления данных.

### *Список литературы*

1. Журавлева Н.В. Актуальные вопросы и современный опыт анализа финансового состояния организаций [Текст]: Монография / Н.В. Журавлева, А.Н. Болтенков, А.В. Шипицын. – Белгород: Изд-во БУКЭП, 2016. – 188 с.

2. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью предприятия [Текст]: Учеб. пособие: В 2 ч. Ч. 1 / Авт. кол.: Е.Н. Борисова, В.В. Вязовская, В.Е. Ковалёв [и др.]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2014. – 215 с.

3. Шипицын А.В. Международный опыт финансового анализа предприятия [Текст]: Монография / А.В. Шипицын, И.Н. Гюнтер. – Белгород: Изд-во БУКЭП, 2013. – 163 с.

4. Mergent – Creating Global Financial Solutions [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.mergent.com/](http://www.mergent.com/)

5. Dun & Bradstreet [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.dnb.com/](http://www.dnb.com/)