

ПРОБЛЕМИ ЗАБОРГОВАНOSTІ ПІДПРИЄМСТВ, ЩО ЗДІЙСНЮЮТЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ

Назаренко Д.С., гр. МЕ-18

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Носач Л.Л.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

У світовій практиці підприємницької діяльності питання заборгованості підприємств (як дебіторської так і кредиторської) розкривається досить широко, адже її виникнення безпосередньо пов'язане з процесами організації товароруху, операціями купівлі-продажу, експортом та імпортом продукції. Однак серед основних проблем сьогодні є процес формування простроченої та безнадійної форм заборгованостей причинами виникнення яких може стати робота з неспроможними і неплатоспроможними підприємствами або з компаніями, що мають сумнівну репутацію на ринку. Щоб знизити ризик виникнення цих причин, необхідно проаналізувати наявну інформацію про потенційного партнера або клієнта. Якщо підприємство, з яким планується укласти договір, – резидент, то є можливість отримання інформації, спираючись на досвід роботи з нею інших компаній. Якщо ж не резидент – процес ускладнюється: з'являється потенційна необхідність зустрічі із представниками цієї компанії і можливість отримання відповідей на хвилюючі питання, а потім слідує процес перевірки цих даних (досить часто джерелом інформації про фірми, особливо великих, слугують комерційні журнали, газети, довідники, державна звітність).

На світовому ринку сьогодні існує чимало компаній, що ведуть свою діяльність в індустрії збирання, аналізу інформації і формування єдиної бази даних щодо юридичних осіб з різних регіонів. Вони готові надати інформацію практично по будь-якій компанії Європи, Росії, Білорусії, країн Балтії. Причому перевірку компанії вони проводять в оптимальний термін, їх бази даних постійно поповнюються як новими компаніями, так і змінами і доповненнями за вже існуючими учасниками ринку.

Таким чином, важкість управління заборгованостями підприємств, що здійснюють ЗЕД вбачаються, перш за все, у недостатній оперативності та правдивості інформації щодо взаєморозрахунків із зовнішніми постачальниками й споживачами, тому, працюючи на зовнішньому ринку, всю інформацію стосовно своїх потенційних партнерів варто використовувати вкрай обережно, але, ураховуючи, що вона може виявитися досить корисною.