

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ

Н.И. Малаш

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, natalka_ma@mail.ru

В настоящее время наблюдается значительный интерес практиков к процедурам исследования экономики предприятия, которые имеют в современных условиях первостепенное значение для принятия управленческих решений, так как своевременная экономическая диагностика может существенно повысить конкурентоспособность предприятия и привести к преодолению негативных ситуаций в экономическом развитии.

Понятие “диагностика” заимствовано из медицины, имеет греческое происхождение (diagnostikos) и означает распознавание и обозначение проблем. Экономическая диагностика направлена на установление нарушений нормального хода процессов в экономике или отклонений характеристик описываемого объекта от эталонных значений.

Процедуры экономической диагностики по своей сути предполагают определенное ранжирование предприятий по принятым критериям. В этом плане целесообразно включение в экономическую диагностику рейтинговой оценки.

Комплексная сравнительная рейтинговая оценка как этап экономической диагностики предприятия позволяет каждому субъекту хозяйствования четко ориентироваться в сложной обстановке рынка, правильно оценивать производственный и экономический потенциал, перспективы развития и финансовую устойчивость не только своего предприятия, но и возможных конкурентов.

По нашему мнению, рейтинг – это комплексный интегральный показатель, включающий самые важные для пользователя информацией о рейтинге параметры оценки исследуемого объекта.

Построение рейтингов может вестись по двум направлениям - собственно рейтинг и рэнкинг.

Виды и назначение рейтингов во многом зависят как от хозяйствующих субъектов, так и от потенциальных пользователей.

Повсюду в мире рейтинги разрабатывают и присваивают специальные рейтинговые агентства. История их деятельности начинается с XIX в. Первые рейтинговые агентства появились в США. Это такие ныне всемирно известные имена (бренды), как Moody's Investors Service (сокращенно - Moody's) и Standard & Poor's (S&P). Методики оценки деятельности предприятий давно отработаны и включают определенный набор показателей.

В отличие от западных рынков практика составления белорусских рейтингов небогата: только в последние годы отдельные отечественные агентства приступили к разработке методик и первым расчетам. Среди областей использования рейтингов можно выделить следующие: страхование, СМИ, образование и полити-

ка. Кроме того, в последнее время все чаще можно встретить рейтинги организаций, отобранных по заданному признаку, например, банки, которые ранжируются по величине уставного капитала.

Следует отметить преимущества, которые дают рейтинговые оценки.

Во-первых, рейтинг является источником информации об объекте оценки, включающем в себя комплекс параметров (надежный, платежеспособный, финансово устойчивый – для страховых компаний; интересный, популярный, имеющий определенный объем и качество аудитории – для СМИ; успешно освоивший курс учебной программы (изучил учебную дисциплину, написал и защитил курсовую работу, прошел производственную практику и итоговую государственную аттестацию – для студентов и т.д.).

Во-вторых, рейтинг является стимулом для оцениваемого объекта для решительных действий по улучшению своего положения.

В-третьих, рейтинг позволяет уменьшить влияние субъективных факторов, обычно оказывающих влияние на формирование мнений об объекте оценки.

В-четвертых, рейтинг может использоваться самим объектом оценки для продвижения и формирования собственного положительного имиджа для привлечения новых клиентов (покупателей) и партнеров, для формирования цен и т.д.

Указанные преимущества использования рейтинговых оценок не вызывают сомнений относительно необходимости их применения в деятельности организаций.

Наряду с преимуществами необходимо выделить ряд следующих проблем, которые затрудняют расширение направлений использования рейтингов:

- 1) узкий спектр законодательно определенных областей применения рейтингов;
- 2) сложность определения набора показателей, подлежащих оценке в процессе расчета рейтинга;
- 3) наличие нескольких, иногда противоречивых методик расчета рейтингов одного и того же объекта, приводящих к недоверию к получаемым оценкам;
- 4) проблема компетентности субъектов оценки;
- 5) низкий уровень знания субъектов рынка относительно возможностей рейтинговых оценок.