

*С.А. Зинченко*  
*магистрант каф. экономики и управления*  
*М.В. Жилина*  
*к.э.н., доц. каф. экономики и управления*  
*ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный*  
*технический университет», г. Алчевск*

## **МЕТОДИКА РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В условиях перехода к рыночным отношениям особую актуальность приобретают методы и способы качественной оценки деятельности предприятия, причем на основе ряда показателей, комплексно характеризующих эффективность данной деятельности [4].

Применение методики рейтинговой оценки организаций позволит в наиболее обобщенном виде представить деятельность предприятий на рынке, определить наиболее эффективные способы инвестирования капитала и тем повысить эффективность производства. Следует отметить, что методика рейтинговой оценки предприятий может также учитывать отраслевые особенности исследуемых компаний.

Использование оценок (вместо точных измерений и расчетов) как отдельных величин, так и интегральных характеристик физических и социально-экономических объектов — принятая и хорошо проверенная схема формирования и применения научных знаний в инженерии, в том числе финансовой инженерии. В последние годы широко применяются и хорошо зарекомендовали себя так называемые рейтинговые оценки — не только в экономике.

Оценки — удобное средство обоснования решений в экономике. Многие компании и квалифицированные специалисты опираются в своей деятельности на целые системы оценок в стремлении выбрать «единственно правильные» решения из множества альтернатив, как можно более точно предвидеть количественные и/или качественные показатели последствий этого решения [1].

Тем не менее, нельзя считать, что в теории достигнута адекватная систематизация подходов и методологии в целом применения оценок в экономике, формирования оценок в тех или иных целях. Потому нередко

различные виды оценок подменяются другими, которые не применимы для сферы или ситуации, в которых происходит оценка объекта/решения, что приводит к неожиданным результатам и некорректным выводам.

Таким образом, предприятиям необходим инструмент прогнозирования своей деятельности, отображающий, помимо существующих внутренних прогнозов компании, стороннее мнение специалистов на текущее и прогнозное положение компании на рынке по отношению к конкурентам/аналогичным компаниям, что осуществляется посредством составления рейтингов.

Итоговая рейтинговая оценка предприятия учитывает все важнейшие параметры (показатели) финансово-хозяйственной деятельности, так как при ее проведении используются показатели, характеризующие производственный потенциал предприятия, рентабельности его продукции, эффективности использования производственных и финансовых ресурсов, состоянии и размещении средств, их источниках и другие показатели. Выбор и обоснование исходных показателей исходит из цели оценки и задач, которые ставят перед собой субъекты хозяйствования, анализируя финансово-экономический потенциал предприятия [2].

Рейтинг (оценка, отнесение к классу, разряду, категории) — это оценка позиции анализируемого объекта по шкале показателей.

Методика рейтинговой оценки заключается в сравнении системы показателей, характеризующих финансово-экономическое состояние предприятия, с условным эталонным предприятием, имеющим наилучшие результаты по всем сравниваемыми показателями.

Рейтинговая оценка характеризуется значением конкретного показателя, который синтезирует определенные стороны деятельности объекта исследования, полученного на основе математической обработки системы отдельных показателей. В качестве эталона могут выступать, например, бюджетное или плановое задание, которое предприятие должно было выполнить в течение анализируемого периода времени, результаты базового периода или просто представление о некоем аналогичном «идеальном» предприятии.

Применение методики рейтинговой оценки организаций позволит в наиболее обобщенном виде представить деятельность предприятий на

рынке, определить наиболее эффективные способы инвестирования капитала и тем повысить эффективность производства.

Методика рейтинговой оценки предприятия включает следующие этапы: сбор и обработка аналитической информации за отчетный период; выбор и обоснование системы показателей, используемых для рейтинговой оценки; расчет итогового показателя рейтинговой оценки; классификация и ранжирование предприятий по рейтингу.

Методика рейтинговой оценки имеет ряд преимуществ:

1. Методика базируется на комплексном, многомерном подходе к оценке такого сложного явления, как финансовое состояние фирмы.

2. Рейтинговая оценка финансовой деятельности осуществляется на основе данных публичной отчетности фирмы по важнейшим показателям финансовой деятельности. Это делает оценку массовой, позволяет контролировать изменения в финансовом состоянии организации всем участникам экономического процесса, оценить результативность и объективность самой методики. Для этого используются важнейшие показатели финансового состояния, применяемые на практике.

3. Рейтинговая оценка сравнительная, учитывающая реальные достижения конкурентов.

4. Для получения рейтинговой оценки используется гибкий вычислительный алгоритм, реализующий возможности математической модели сравнительной комплексной оценки деятельности организации, прошедшей апробацию на практике [3].

#### **Перечень ссылок:**

1. Чайковский А.А. Рейтинговые оценки и их формирование в отраслевой экономике : автореф. дис. на получение степени канд. экон. наук : спец. 08.00.13 «Математические и инструментальные методы экономики» / А.А. Чайковский. — Москва, 2008. — 22 с.

2. Анализ хозяйственной деятельности [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://studbooks.net/53682/ekonomika/suschnost\\_vidy\\_reyting](http://studbooks.net/53682/ekonomika/suschnost_vidy_reyting).

3. Методика рейтинговой оценки финансового состояния организации [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.webkursovik.ru/>.

4. FitchRatings — Определение рейтингов и других видов оценок [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://docviewer.yandex.ua/>.