

Статистичні рейтингові оцінки підприємств машинобудівного комплексу України

Систематизовано існуючі види оцінок в економіці з виокремленням універсального виду оцінок – рейтингових оцінок. Розроблено методику ранжирування підприємств машинобудівного комплексу за інвестиційною привабливістю, яка базується на існуючих методах побудови рейтингів підприємств й аналізі кількісних і якісних показників діяльності підприємств.

Ключові слова: оцінка, рейтинг, кількісна оцінка, якісна оцінка, рейтингова оцінка, кластер.

Постановка проблеми. Розвиток сучасних підприємств різних сфер діяльності вимагає проведення комплексного оцінювання їх функціонування з метою підвищення ефективності діяльності компанії і зіставлення її з компаніями-конкурентами. Оцінка окремих складових частин підприємства не дає повної картини його функціонування. Поліпшення, що проводяться на окремих ділянках/підрозділах, мають менший ефект без розуміння ефективності діяльності підприємства в цілому. При цьому існуючі прогнози розвитку компанії, що розробляються підрозділами зі стратегії, вимагають підтвердження їх правильності із зовні. Одним із методів такого підтвердження є залучення консультантів для незалежного оцінювання розвитку бізнесу і зіставлення своєї компанії з конкурентами у галузі. Другий метод є набагато дешевшим і може бути використаний самою компанією.

Таким чином, підприємствам потрібен інструмент прогнозування їхньої діяльності, який відображує, окрім існуючих внутрішніх прогнозів компанії, незалежний погляд фахівців на поточне і прогнозне становище компанії на ринку відносно конкурентів/аналогічних компаній, що здійснюється за допомогою складання рейтингів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у вивчення теорії оцінювання і складання рейтингів внесли вітчизняні та зарубіжні вчені: Головач А. В., Захожай В. Б., Осауленко О. Г., Парфенцева Н. О., Ковальов В. В., Шеремет А. Д., Калейчик М. М., Івін А. А., Денісов Б. А., Литвак Б. Г. та ін. Дослідження ґрунтується на методах системного аналізу, сучасних математичних, статистичних, експертних та інших методах.

За результатами аналізу існуючих видів оцінок стає зрозумілим, що серед теоретиків і практиків відсутній єдиний підхід до систематизації існуючих видів оцінок, а також до розуміння поняття предмета оцінки.

Мета статті полягає в дослідженні універсального виду оцінок, які поєднують в собі як якісні, так і кількісні характеристики (рейтингові оцінки), розробленні схеми і методики складання рейтингу машинобудівних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Серед існуючих видів оцінок необхідно виділити три ключові, найбільш поширені: кількісна, якісна і рейтингова.

Якісне оцінювання належить до категорії вербальних (словесних) оцінок, які не вписані в регламентовану шкалу. Таке оцінювання найчастіше не впорядковане ні за складом, ні за рангом використовуваних оцінок. Якісне оцінювання визначається змістовним висловлюванням оцінок. При цьому такі загальноновживані оцінки, як “задовільна”, “незадовільна”, “добра”, “погана”, “відмінна”, “високого рівня”, “низького рівня”, можуть посилюватися або послаблюватися включенням до них таких оцінок, як “цілком задовільна”, “дуже позитивна”, “цілком не задо-

вольняє вимогам". Якісне оцінювання повинне як мінімум давати відповідь на питання, чи знаходиться робота в зоні допустимої якості, тобто чи задовольняє вона пред'явленим до неї вимогам. Змістовність якісних оцінок значно посилюється, якщо заздалегідь вказано, які сторони вони повинні оцінювати (наприклад, актуальність, новизну, ефективність, дотримання термінів та ін.), тим самим фактично формується вектор оцінок, компоненти якого відповідають окремим ознакам або критеріям.

Кількісні оцінки, виражені в числовому вигляді, також мають багатосторонню, недостатньо нормовану структуру. Числові показники можуть бути як розмірними, вираженими в певних одиницях вимірювання, так і безрозмірними, відносними. Слід зазначити, що разом з однозначною детермінованою оцінкою, представленою однією, цілком допустимі, а часто і потрібні інтервальні, "вилкові" оцінки з вказівкою нижньої і верхньої меж "від і до" та імовірнісні оцінки у вигляді математичного очікування значення оцінки і його дисперсії або навіть кривої розподілу значень оцінок [1].

Універсальним видом оцінок, на думку автора, є рейтингова оцінка, яка будується на основі складання інтегрального показника, що дозволяє оцінити як кількісні, так і якісні характеристики об'єкта, що оцінюється. Рейтинговим оцінкам властиві динамічність/прогнозованість, вони можуть бути скореговані, це дозволяє оцінити динаміку показника, спрогнозувати оцінку об'єкта для майбутнього тимчасового періоду, внести коригування до прогнозованої оцінки на основі фактичних даних і таким чином уточнити прогноз на наступний період, що виділяє цей вид оцінки як універсальний.

Оскільки виділяються різноманітні види оцінок, при визначенні будь-якого типу (найменування) оцінки важливим є забезпечення одноманітності початкових даних. Дані, які використовуються в процесі оцінювання, повинні мати інформаційну прозорість для усіх суб'єктів, потенційно зацікавлених у встановленні достовірної оцінки [2].

На рис. 1 представлено найбільш поширені види рейтингів (класифікація) [3].

У сучасному розумінні економістів рейтинг – це комплексна оцінка стану аналізованого суб'єкта, яка дає можливість включити його до деякого класу або категорії. Іншими словами, результати дослідження діяльності економічних суб'єктів виражаються комбінацією символів, на базі яких здійснюється певна кластеризація, що дає можливість проведення поточної і порівняльної оцінок.

Головна мета офіційних рейтингів – надання інформації інвесторам, що будують на їх основі свою інвестиційну політику, яка полягає в інвестуванні в компанії з рейтингом вище певного рівня. Таким чином, рейтинг – це непряма характеристика імовірності того, що інвесторові своєчасно і повністю будуть сплачені відсотки та повернена сума вкладених коштів, тобто характеристика ризику.

Присвоєння рейтингу економічному суб'єктові дає йому низку переваг перед іншими суб'єктами. Наприклад, в умовах випуску боргових зобов'язань кредитний та інші рейтинги [4]:

- знижують вартість запозичень, оскільки, з точки зору інвесторів, ризик за облігаціями знижується з невизначено високого до зафіксованого на зрозумілому для них рівні;
- розширюють коло потенційних інвесторів за рахунок консервативних учасників ринку капіталу, які рідко ризикують при здійсненні фінансових вкладень;
- сприяють зростанню популярності компанії та її боргових зобов'язань завдяки поширенню інформації каналами рейтингового агентства;
- демонструють наміри емітента будувати свої відносини з інвесторами на принципах інформаційної відкритості відповідно до міжнародних стандартів.

Таким чином, можна виділити основні переваги наявності рейтингу для фінансового посередника і для інвестора, які представлено в табл. 1 [1].

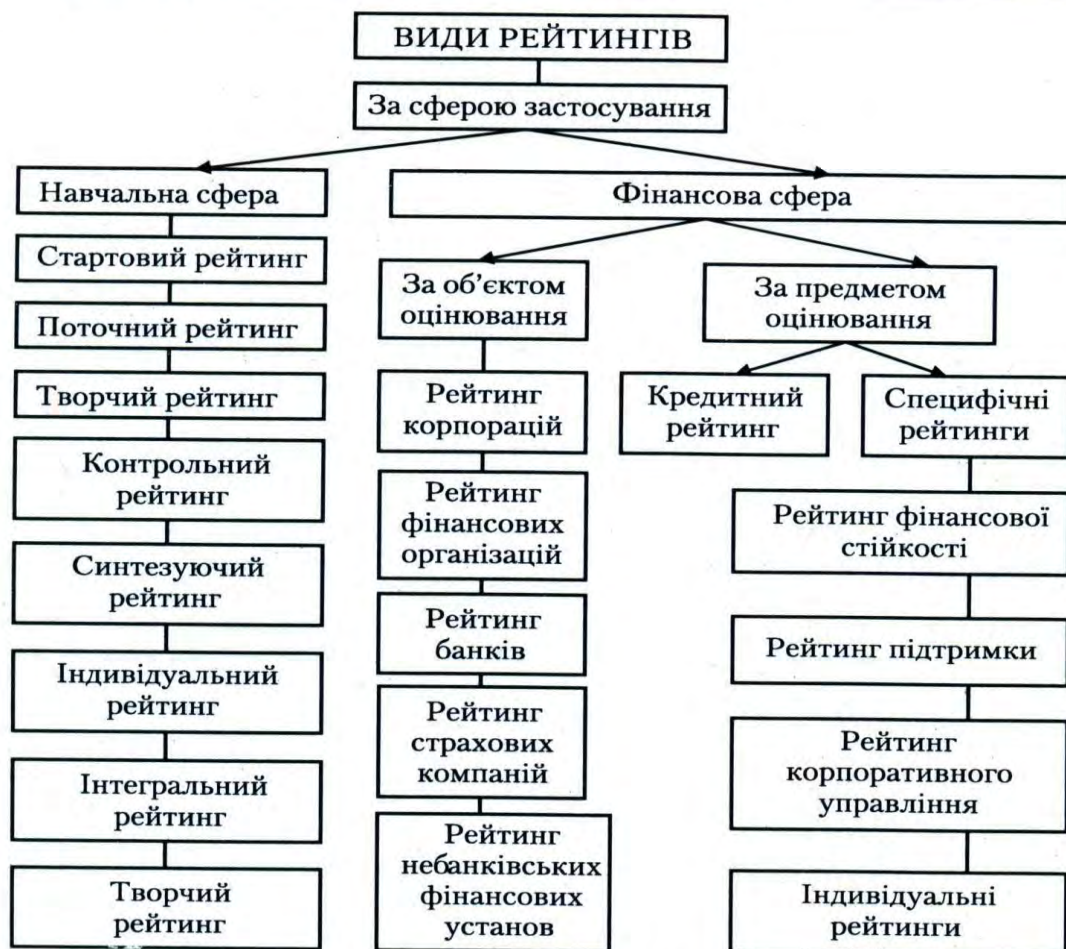


Рис. 1. Класифікація рейтингів

У статті автором зроблено акцент на побудову рейтингу машинобудівних підприємств. Найбільш поширеним серед аналітичних агентств та інвесторів є рейтинг фінансового стану підприємства – основа інвестиційної привабливості підприємств [5].

При аналізі фінансово-господарської діяльності підприємств часто постає питання про можливість порівняння результатів діяльності різних господарських одиниць. Це питання може мати два аспекти. Перший з них пов'язаний з порівнянням декількох підприємств або різних підрозділів одного підприємства на основі деяких об'єктивних показників, обраних аналітиком з міркувань важливості цих величин для комплексного оцінювання діяльності господарських суб'єктів. Таке порівняння можна назвати зовнішнім.

Другий аспект торкається проблеми відповідності досягнутих підприємством результатів деякому еталону, з яким результати порівнюються. Еталоном можуть бути, наприклад, бюджетне або планове завдання, яке підприємство повинно було виконати протягом аналізованого періоду, результати базового періоду або просто уявлення про деяке аналогічне “ідеальне” підприємство [6].

Для вирішення першої проблеми (зовнішнього порівняння) використовуються різного роду рейтинги. Вирішення другої проблеми пов'язано з розробленням інтегральних показників оцінювання економічної динаміки господарського суб'єкта, і його можна назвати внутрішнім рейтингуванням.

При складанні рейтингу підприємств використовується ідеологія параметричного аналізу, проте нормативні висновки здійснюються вже на базі кількісного

Переваги наявності рейтингу

Переваги	
для фінансового посередника	для інвестора
<p>Широкий доступ до ринку капіталів Наявність рейтингу у суб'єкта фінансового сектора досить часто на практиці покращує умови доступу до фінансових ринків внаслідок підвищення довіри інвесторів і кредиторів до його боргових зобов'язань. Це може привести до зниження витрат фінансування.</p> <p>Багато інституціональних інвесторів не купують боргові зобов'язання у суб'єктів, що не мають рейтингу. В умовах зростаючої глобалізації ринків рейтинги стали орієнтирами, що допомагають емітентам розміщувати свої цінні папери у всьому світі, розширюючи ринок залучення капіталу.</p>	<p>Можливість ухвалення усвідомленого інвестиційного рішення Наявність рейтингу у фінансової організації дозволяє інвесторові оцінити, чи задовольняє його співвідношення ризик/прибутковість для цього вкладення, і порівняти з альтернативним варіантом. Очевидно, що при інших рівних співвідношеннях між ризиком і прибутковістю інвестор вибере фінансового посередника, що має рейтинг провідного світового рейтингового агентства.</p>
<p>Управління вартістю кредитних ресурсів Фінансовий посередник, що має кредитний рейтинг, отримує більш широкий вибір на ринках капіталу. У нього більше альтернатив стосовно джерел фінансування, ніж у банку, що не має рейтингу. Це дає можливість фінансовим організаціям обирати найбільш ефективні форми запозичення і оптимізувати їхню вартість.</p>	<p>Велика відкритість емітента Як правило, наявність кредитного рейтингу у банку означає велику інформаційну прозорість його діяльності. Це пов'язано з тим, що банк при підготовці рейтингового висновку та в процесі процедури підтримки рейтингу надає рейтинговому агентству більш значний обсяг інформації, ніж інші компанії, і в більшості випадків ця інформація стає відкритою для усіх потенційних інвесторів.</p>

порівняння, тобто на основі обраних показників (коефіцієнтів), "зважених" за їхньою відносною важливістю, розраховується сукупна бальна оцінка підприємств, що є базою для визначення підсумкового місця підприємства в рейтингу. Таким чином, запропонована методика має універсальний характер.

Методика рейтингового оцінювання підприємств дозволяє виявити життєздатні підприємства шляхом їх порівняння як в часі, так і в просторі. Використання цієї методики дозволить більш обґрунтовано підходити до процесу реформування і реструктуризації підприємств. Застосування методики рейтингового оцінювання організацій дозволить в найбільш узагальненому вигляді представити діяльність підприємств на ринку, визначити найбільш ефективні способи інвестування капіталу і тим самим підвищити ефективність виробництва [7; 8].

Слід зазначити, що методика рейтингового оцінювання підприємств може також враховувати галузеві особливості досліджуваних компаній. Нижче представлено основні методи рейтингового оцінювання машинобудівних підприємств. Оцінювання може бути здійснене як кожним з цих методів окремо, так і з використанням усіх методів одночасно.

Метод створення рейтингу за допомогою ряду показників відносно простий і оснований на ранжируванні підприємств відповідно до значень відібраних для аналізу ключових показників. При цьому більш обґрунтованим є системний комплексний підхід до оцінювання фінансового стану, що дозволяє дати усебічну оцінку діяльності організації.

Метод кластерного аналізу в економіці дозволяє розбити за певними критеріями сукупність досліджуваних підприємств на групи, так звані кластери.

Для формування рейтингу фінансового стану підприємств методом кластерного аналізу рекомендується використовувати такі показники: коефіцієнт поточної ліквідності (або коефіцієнт покриття), коефіцієнт забезпеченості власними засобами, коефіцієнт оборотності, коефіцієнт рентабельності виробництва. Результати кластерного аналізу представлено в табл. 2.

Таблиця 2

Результати кластерного аналізу

Підприємства	Кластери				Підсумковий кластер
	1	2	3	4	
А	X	X	X	X	X
Б	X	X	X	X	X
В	X	X	X	X	X
та ін.					

Кластери 1–4 відповідають відібраним показникам. Якщо підприємство посідає за критерієм максимізації відповідного показника 1-е місце в кластері, то йому присвоюється 1 бал, якщо 2-е місце – 2 бали і т. д. В загальному підсумковому кластері підприємства розташовуються за принципом мінімуму набраних балів. Підсумковий кластер є рейтинговою оцінкою фінансового стану підприємств [9].

Матричний метод аналізу використовується для отримання узагальненої оцінки ефективності діяльності підприємства. В основі матричного методу лежить концепція, яка розкриває виробничий процес через систему “вхід – вихід” у вигляді матричної моделі. На вході споживаються ресурси і формуються витрати, а на виході відбувається постачання і збут готової продукції та визначаються результати діяльності у вартісній формі.

За основу матричної моделі економічного аналізу береться квадратна таблиця-матриця. Кожний елемент матриці відображає конкретний специфічний економічний зміст, яким визначається його назва. Деякі з цих елементів досить відомі, інші досі залишаються без належної уваги і не мають точних найменувань (наприклад, співвідношення між виробничими фондами і матеріальними витратами та інші взаємозв'язки). Але вони характеризують ту або іншу сторону діяльності підприємства і розглядаються як економічні коефіцієнти [10].

Приведена матриця показників ефективності господарської діяльності складається з парних локальних показників ефективності. У кожній парі (наприклад, рентабельність витрат і витратоємність прибутку) один показник (прямий показник ефективності) повинен збільшуватися при підвищенні ефективності, а інший (зворотний показник) – зменшуватися.

Матричну модель оцінювання господарської діяльності підприємства представлено в табл. 3.

За індексами відносних показників, що знаходяться під діагоналлю матриці, визначається значення рейтингового числа:

$$P = \frac{\sum_{i=1}^n A_i}{n}, \quad (1)$$

де A_i – індекс (темп зростання) i -го елемента матричної моделі;
 n – кількість елементів.

Матричний метод дозволяє провести порівняльний аналіз діяльності підприємства в динаміці за декілька звітних періодів і визначити значення узагальнюючого показника ефективності його діяльності. Якщо значення узагальнюючого показника більше 1, то ефективність зросла, якщо менше 1 – зменшилась. Цей

метод дає не лише узагальнюючу характеристику стану підприємства і динаміку його розвитку, а й дозволяє визначити зміни в процесі і результатах роботи, а також виявляти резерви підвищення ефективності виробництва.

Таблиця 3

Матрична модель оцінювання господарської діяльності підприємства

Знаменник \	Результати		Витрати		Ресурси		
	Прибуток	Виручка	Собівартість	Матеріали	Основні фонди	Фонд оплати праці	Чисельність персоналу
Прибуток	1						
Виручка		1					
Собівартість			1				
Матеріали				1			
Основні фонди					1		
Фонд оплати праці						1	
Чисельність персоналу							1

Висновки. У статті виділено основні сфери застосування оцінок в економіці: прийняття управлінських рішень; планування та прогнозування як макроекономічних показників, так і мікроекономічних показників діяльності окремого підприємства; оцінка вартості бізнесу (підприємства) як господарської одиниці в економіці країни; проведення маркетингових досліджень, а також складання таблиць оцінок з урахуванням напрямів і цілей застосування оцінок в кожній із ключових сфер. Запропоновано власну класифікацію видів рейтингів залежно від сфер їх застосування, а також систематизовано методи складання рейтингів суб'єктів економіки.

Список використаних джерел

1. Чайковский А. А. Рейтинговые оценки и ранжирование / А. А. Чайковский // Межвузовский сборник научных трудов «Экономика и технология». – М.: РЭА, 2007 – С. 65–71.
2. Криворотов В. В. Управление стоимостью. Оценочные технологии в управлении предприятием: [учебное пособие] / В. В. Криворотов, О. В. Мезенцева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 111 с.
3. Чайковский А. А. Применение оценок в экономике / А. А. Чайковский // Вестник Государственного Университета Управления. – 2007. – № 6. – С. 52–58.
4. Баканов М. И. Теория экономического анализа / М. И. Баканов, М. В. Мельник, А. Д. Шеремет [под ред. М. И. Баканова]. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 235 с.
5. Рожков И. М. Экономика производства и финансовые модели в экономике: продукция предприятия и финансирование ее производства. Курс лекций / И. М. Рожков, И. А. Ларионова, А. В. Пятецкая. – М.: МИСиС, 2011. – 139 с.
6. Ковалев В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: [учебник] / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – М.: ТК Велби, Издательство Проспект, 2011. – 424 с.
7. Севрук В. Т. Методики формирования рейтингов странового/суверенного риска / В. Т. Севрук // Банковское дело. – 2005. – № 12. – С. 18–22.
8. Симонов В. А. Кредитный рейтинг как механизм повышения инвестиционной привлекательности муниципальных образований / В. А. Симонов // Новые рынки. – 2012. – № 6. – С. 37–45.

9. Шабанов П. Методы научного прогнозирования и их практическое применение [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.topmanager.ru.
10. Скоробогатых И. И. Сравнительный анализ существующих методик оценки стоимости торговой марки / И. И. Скоробогатых, Д. А. Чиняева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – № 4. – С. 94–103.

О. А. КАЗАК,
соискатель степени кандидата экономических наук,
Межрегиональная академия управления персоналом, г. Киев

Статистические рейтинговые оценки предприятий машиностроительного комплекса Украины

Систематизированы существующие виды оценок в экономике с выделением универсального вида оценок – рейтинговых оценок. Разработана методика ранжирования предприятий машиностроительного комплекса по их инвестиционной привлекательности, которая базируется на существующих методах построения рейтингов предприятий и анализе количественных и качественных показателей деятельности предприятий.

Ключевые слова: оценка, рейтинг, количественная оценка, качественная оценка, рейтинговая оценка, кластер.

О. О. KAZAK,
Seeker of PhD (Economics),
Interregional Academy of Personnel Management, Kyiv

Statistical Ratings of Machine-Building Enterprises in Ukraine

Enterprises require a tool to prognosticate their activities, which, apart from the existing internal company prognoses, would incorporate independent expert opinions on the current and expected market performance of a company relative to competitive/analogous companies, which is carried out by estimation of ratings.

The aim of the study is to analyze the universal type of estimates combining both qualitative and quantitative characteristics (rating estimates), and to develop chart and methods of rating for machine-building enterprises.

The study consists of systematization of the existing types of estimates in an economy, selection of the universal type of estimates (rating estimates) and working out the method for rating of machine-building enterprises by investment attractiveness, which is based on existing methods for rating of enterprises and analysis of quantitative and qualitative indicators of the enterprise performance.

The author's classification of ratings types is proposed, based on the criterion of their application, methods for constructing business ratings are systematized.

Keywords: estimation, rating, quantitative estimate, qualitative estimate, rating estimation, cluster.

