

**К.М. Савчук,**  
*студент-магістр*  
*Львівської державної фінансової академії.*  
*Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Воляник Г.М.*

## **МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЙТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА**

Важливим інформаційно-аналітичним продуктом у результаті діагностики фінансово-господарської діяльності підприємств є рейтинг. Термін „рейтинг” походить від англійського дієслова „to rate”, що означає „оцінювання”. Рейтинг є оцінкою спроможності позичальника чи об’єкта інвестування виконувати свої зобов’язання. Поняття „рейтингова система” – сукупність методів, процесів, процедур контролю та заходів зі збирання та оброблення інформації, що спрямовані на визначення кредитних та інвестиційних ризиків шляхом присвоєння рейтингів.

Необхідність дослідження рейтингової оцінки підприємств, регіонів, держави зумовлена надзвичайною актуальністю рейтингів як інформаційного джерела прийняття управлінських рішень. Стрімке поширення рейтингування як інструменту оцінки інвестиційної привабливості та кредитоспроможності компаній стало реакцією на підвищення рівня фінансових ризиків та зростання кількості фінансово-неспроможних підприємств. Поштовхом до запровадження рейтингової системи оцінювання підприємств та окремих фінансових інструментів стало прийняття у 2003 р. Базельським комітетом з банківського нагляду рекомендацій „Базель II”.

Основні засади системи рейтингової оцінки сформовані в Концепції створення системи рейтингової оцінки регіонів, галузей національної економіки, суб’єктів господарювання, яка схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2004 р. Відповідно до закону України „Про державне регулювання ринку цінних паперів”, рейтингування є одним із елементів системи державного регулювання ринку цінних паперів та державного контролю за випуском і обігом цінних паперів та їх похідних.

Сформовано багато критеріїв оцінки якості рейтингів. Критерій достовірності характеризує якість рейтингової системи. Завдяки рейтингу можна чітко класифікувати підприємства у перерізі „кредитоспроможні – некредитоспроможні” або ж „інвестиційно

привабливі – інвестиційно непривабливі”. Критерій прозорості має забезпечити інформаційну прозорість рейтингової системи. Користувач має розуміти, на основі яких даних встановлено рейтинг, які чинники при цьому враховувалися. Критерій об’єктивності має мінімізувати суб’єктивний вплив аналітика чи експерта, який займається присвоєнням рейтингу.

Світовими лідерами з надання рейтингових послуг є такі рейтингові компанії, як FitchRating, Moody’s Rating, Standard & Poor’s. Згадані компанії переважно займаються аналізом крупних підприємств. В Україні, за результатами проведеного конкурсу з рейтингування регіонів, галузей і підприємств, переможцем визнано вітчизняне рейтингове агентство „Кредит-рейтинг”, яке є приватною структурою і компанією-монополістом у сфері надання рейтингових послуг [1, с. 121]. Окрім „Кредит-рейтинг”, доволі відомим в Україні рейтинговим агентством є Українське агентство фінансового розвитку.

Питання оптимізації рейтингів на крупних підприємствах знаходиться в компетенції фінансового контролера. Як зазначає проф. Європейської школи бізнесу (ESB) О. Шнек, майбутнє контролінгу без інструментарію рейтингу уявити неможливо [3, с. 38]. Рейтинг при цьому має бути основою побудови системи раннього попередження та реагування. Завдання контролінгу у цьому контексті концентрується на двох напрямках:

1) управління рейтингом власної компанії на основі забезпечення ефективної інформаційно-комунікаційної політики, сприятливої структури балансу та достатності показників інших форм звітності;

2) рейтингування чи аналіз рейтингів підприємств, з якими компанія в той чи інший спосіб може вступити у відносини комерційного кредитування чи інвестування.

Зовнішні рейтингові агентства фактично не несуть жодної відповідальності за присвоєні рейтинги. Між тим помилково присвоєні рейтинги тягнуть за собою серйозні наслідки як для капіталодавців, так і для компаній, які оцінюються. Для капіталодавців фальшивий (завищений) рейтинг може послужити сигналом для вкладання коштів у підприємство, внаслідок чого вони можуть зазнати збитків. Підприємству – об’єкту оцінки неправильна класифікація може зашкодити, негативно вплинувши на його імідж, що підвищує вартість залучення капіталу.

Питання рейтингування не знаходяться виключно в компетенції зовнішніх рейтингових агентств. Останнім часом усе більшою мірою присвоєнням внутрішніх рейтингів займаються як фінансово-кредитні установи, так і крупні концерни. Останні концентрують свої зусилля на формуванні рейтингу як критерії оцінки ризиків на власному підприємстві, а також на присвоєнні рейтингів для постачальників чинників виробництва та споживачів готової продукції. Рейтинг у цьому разі слугує інструментом оцінки ризиків контрагентів та підвищує ефективність управління дебіторською заборгованістю.

Результати внутрішньої рейтингової оцінки мають бути відображені у звіті про ризики. На нашу думку, внутрішнє рейтингування та відповідна звітність сприятиме покращанню фінансово-економічних кондицій підприємства. Зарубіжний досвід свідчить, що кваліфікована, прозора та зрозуміла звітність про динаміку внутрішнього рейтингу може забезпечити зниження кредитної ставки на 1 – 3 % [3, с. 39]. До позитивних наслідків внутрішнього рейтингування можна віднести покращання іміджу компанії, формування додаткової інформаційної основи для прийняття управлінських рішень, забезпечення порівняння з іншими підприємствами.

Рейтинг може слугувати також як індикатор раннього попередження кризи на підприємстві та продукт діагностики фінансового стану. Рейтинг фінансового стану підприємства – це система порівняльної оцінки з метою визначення місця підприємства в перерізі інвестиційної привабливості та платоспроможності в різних сферах діяльності, області, регіоні, країні і ґрунтується на даних офіційної звітності [2, с. 59]. У цьому випадку рейтинговим агентствам доцільно розширити коло своїх послуг: від рейтингової оцінки до рекомендацій щодо вжиття заходів з покращання фінансових параметрів. Однак за поєднання консалтингових послуг та послуг із присвоєння рейтингу в рейтингових агентствах може виникнути конфлікт інтересів. Саме тому потрібно відокремлювати консалтингову та оцінкову діяльності.

1. Корнєєв В.В. *Фінансові посередники як інститути розвитку: Монографія.* – К.: Основа, 2007. 2. Свиридова Н.В. *Рейтинг фінансового состояния организаций // Финансы.* – 2006. – №3. 3. Schneck O. *Controller als Rating-Advisor // REFA-Nachrichten.* – 2006. – № 5.