

ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНИХ РЕЙТИНГІВ У БІЗНЕСІ

За останні роки у засобах масової інформації щораз частіше появляється інформація про рейтингові компанії, а також про різноманітні кредитні рейтинги. Це зрозуміло, адже рейтинги для багатьох суб'єктів бізнес-середовища є важливим критерієм прийняття управлінських рішень.

Огляд й узагальнення літературних джерел дає змогу зробити висновок про те, що міжнародні рейтинги характеризуються низкою ознак, а саме: вони мають свого «автора» та цільову аудиторію; нерідко від рейтингів залежить рівень капіталізації компанії, курс її акцій, рівень кредитоспроможності тощо; міжнародні рейтинги мають свої позначення і нерідко декілька шкал; кожне рейтингове агентство використовує власну методологію; міжнародні економічні рейтинги покликані забезпечити більш легкий, вільний і стабільний доступ емітентів до глобального ринку капіталу, а також мінімізувати ризики; вони дають змогу одержати не тільки точкову оцінку, але й володіти інформацією в динаміці; кредитні рейтинги динамічні тощо.

Разом з тим, як свідчить теорія і практика, за останні роки суб'єкти бізнес-середовища ставлять під сумнів результати рейтингування провідних рейтингових агентств і наголошують на відсутності повної об'єктивності у висновках. Проблема набула особливої актуальності під час світової економічної кризи 2008 р., коли провідні рейтингові агентства присвоювали найвищі рейтинги надійності американським іпотечним установам, які вже згодом зазнали краху. Тоді ж Європейський Союз та Генеральна асамблея ООН поставили під сумнів результати рейтингування провідних рейтингових агентств. Відтак, ця проблема почала розглядатись на найвищому рівні. Проблема полягає ще й у тому, що найбільші рейтингові агентства з боку суб'єктів бізнесу звинувачуються і в зловживаннях за присвоєння вищих рейтингів від тих, які є насправді. Як слушно зауважує І. Ніконов [2], за останні роки рейтингові агентства «з гідів фінансового ринку і помічників інвестора перетворились в інструмент політичного та економічного тиску». У свою чергу, у роботі [1] зазначено, що більшість відомих світових економістів єдині у думці, що частка політизованості у діях рейтингових агентств таки наявна, однак зовсім незначна.

Проблема полягає ще й у тому, що в економічній підсистемі різних рівнів усі елементи в більшій чи меншій мірі впливають одне на одного. Відтак, зниження кредитного рейтингу одного суб'єкта нерідко призводить до зниження кредитного рейтингу іншого (наприклад, зниження кредитного рейтингу країни швидше за все призведе до зниження кредитного рейтингу компаній, що розташовані у цій країні, а також регіонів країни), хоча передумов для цього може і не існувати.

З-поміж інших недоліків міжнародних рейтингів за результатами огляду й узагальнення літературних джерел слід виокремити: доволі поширений суб'єктивізм як в індикаторах, на основі яких формується зведений індекс та визначається місце у рейтингу, так і в респондентах, які виступають експертами; нерідко існування часового лагу між оприлюдненням результатів рейтингу та періодом, за який аналізується інформація; прихований характер базових показників, на основі яких визначаються рейтинги; неврахування у багатьох випадках «тіньової» складової тощо.

Таким чином, сьогодні ставлення бізнесу до рейтингових агентств неоднозначне. Разом з тим можемо очікувати вже у короткостроковій перспективі зміни структури ринку рейтингування та появи на ньому нових «гравців».

Література:

1. «Большая тройка» рейтинговых агентств // Щоденна електронна галета «Утро.ru» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dengi.utro.ru/articles/bolshaya-troyka-reytingovykh-agentsv-887.html>.
2. Ніконов І. Рейтинги, которые могут убить / І. Ніконов // Інтернет-портал Правда.ru [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravda.ru/economics/market/03-06-2013/1159453-ratings-0/>