

этом сегменте явно прослеживается тенденция серьезного ограничения творчества самих преподавателей, переход к административному дозированию инновационных форм. Причем, направление этой дозации состоит в переводе инноваций чисто к задачам контроля усвоения знаний студентами. То есть контроля ретранслируемых знаний. Рейтинговая система, глобализация тестовой формы контроля сводит роль преподавателя в организации учебного процесса к значению статиста учитывающего достижения студента по типу знаком с транслированным ранее материалом или не знаком, запомнил его или нет. Так, например, полный отказ в заочном обучении от выполнения индивидуально выполняемых работ и замена текущего контроля выполнением тестов не позволяет не только развивать, а даже просто приобрести навыки исследователя, которые должны реализоваться при написании дипломного проекта.

Таким образом, самая большая проблема развития инновационного поля национальной экономической науки – это проблема отсутствия института, обеспечивающего обмен опытом и мнениями субъектов разрабатывающих это поле, доминирование в взаимодействии таких субъектов администрации различных уровней.

<http://edoc.bseu.by>

*Б.А. Железко, Е.Г. Новицкая
(Беларусь, Минск, Гродно)*

РЕЙТИНГОВЫЕ ОЦЕНКИ КАК СПОСОБ ОТРАЖЕНИЯ СТЕПЕНИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

В Республике Беларусь, как и во всем современном мире, одним из центральных показателей оценки социально-экономических объектов и процессов является их конкурентоспособность. Одно из общих определений этого понятия дано в [1, с. 169]: *«конкурентоспособность объекта – это его способность конкурировать (управлять своими конкурентными преимуществами, соперничать) с аналогичными объектами на данном рынке и в данное время»*. Связано столь широкое распространение данного термина с явлением рыночной экономики, которое предполагает, что отношения экономических субъектов складываются в условиях конкуренции, то есть в условиях борьбы. Соответственно, и оценка эффективности работы этих объектов должна осуществляться не опосредованно, а в привязке к уровню, достигнутому конкурентами. Очевидно, что одним из наиболее удобных и наглядных способов представления результатов такого сравнения является рейтинг, под которым будем понимать ранжированный (порядковый) показатель объекта в сравнении (списке) с конкурентами (соперниками), отражающий достигнутый уровень конкурентоспособности.

Некоторые ученые, например [2, с. 19], предлагают под рейтингом понимать расчетную величину показателя, по которому в дальнейшем будет составляться ранжированный список, а непосредственный порядковый номер, который будет присвоен объекту, получил название ранг. То есть, рейтингование – это процесс оценки интегрального критерия, а процесс упорядочивания объек-

тов по этому критерию – рейтинг. Но в обоих случаях основополагающим остается тот факт, что любой объект стремится получить как можно более высокое место в этом списке, используя для этого любые способы и приемы. Поэтому актуальной представляется задача оценки рейтинга как способа представления конкурентоспособности, определение положительных и отрицательных черт в этом явлении.

Обзор литературы на тему рейтингов и рейтинговых оценок показал, с одной стороны, универсальность рейтингов для представления информации, а с другой – недостаточную проработку теоретических основ этого процесса. При размещении слова «рейтинг» в запросе одного из наиболее популярных поисковых серверов, было получено более 18 миллиардов страниц, содержащих это слово. Причем из первых 50 ссылок только одна переходит на страницу, в которой размещена теория рейтингов. Все остальные – это различные топы и рейтинги социально-экономических явлений и процессов. Да и само место ссылки при опубликовании результатов поискового запроса является в той или иной мере отражением рейтинговой оценки сайтов. Другой способ оценки степени распространения рейтингов заключался в анализе литературных источников, размещенных в Национальной библиотеки Беларуси. Опубликованных работ по теме рейтингов здесь оказалось 113, из них книг только 24, причем описывающих явление рейтинга в целом, а не в приложении к некоторому явлению или объекту только 2.

Среди белорусских ученых вопросами рейтингов и рейтинговой оценки занимаются А.А. Ахрамейко, А.Б. Гедранович, Б.А. Железко, М.М. Ковалев, В.И. Ляликова, Е.А. Минюкович, О.А. Морозевич, и др. Научные интересы указанных ученых в основном касаются рейтингования банков, городов, регионов Республики Беларусь. В последнее время популярными стали рейтинги ВУЗов, информационных систем, сайтов.

Складывается впечатление, что все сегодня поддается рейтинговой оценке, и результаты работы всех объектов представляются в виде различных рейтингов. Если взять работу университета, то здесь составляются рейтинги студентов, студенческих групп, преподавателей, кафедр, факультетов, дисциплин, учебно-методических комплексов и т.д. Университет, как объект, в свою очередь, включается в рейтинги учреждений образования, сайтов ВУЗов, научных учреждений и т.д. И так происходит с любыми объектами и процессами. Причем, в последнее время обозначилась тенденция, кроме самого рейтинга выделять еще ТОП, в который могут входить от 5 до 100 объектов, имеющих наилучшее значение рейтингового показателя. И именно попадание в эту топовую группу является престижным, и, соответственно, иногда превращается в самоцель деятельности объекта. При этом вопросы адекватности применения рейтинговых оценок иногда отходят на второй план, в сравнении с громкими рекламнопропагандистскими лозунгами и званиями, которые сулит попадание в ТОП.

Таким образом, рейтинг является весьма распространенным явлением, он имеет обширную сферу применения, разрабатываются специализированные методики построения рейтингов, учитывающих особенности социально-

экономических объектов. Но в то же время, существует острая нехватка общей теории рейтингов, которая бы определяла границы его применения, обосновывала целесообразность его использования и методы построения.

Одними из важнейших свойств рейтингов являются компактность и наглядность. Именно благодаря этим характеристикам он стал таким востребованным и популярным. Большинство явлений социально-экономической жизни являются сложными и многогранными. Для оценки отдельных составляющих этих явлений разрабатываются частные критерии, которые в дальнейшем объединяются в итоговый (интегральный) показатель. Таким образом, этот рейтинговый показатель содержит информацию о многих характеристиках изучаемого явления. Использование рейтингов позволяет избежать контакта с большими объемами информации, а использовать лишь комплексные данные, что приводит к экономии финансовых, трудовых и материальных ресурсов.

Для построения рейтингов используется информации о многих объектах одного класса. В результате мы получаем список, в котором наглядно отображается уровень развития объекта по сравнению с конкурентами или даже с эталонными (идеальными) образцами.

Еще одним свойством рейтингов является их информативность, ведь в рейтинге содержится информация о многих объектах данного класса. Поэтому рейтинги часто являются основанием при разработке стратегии деятельности объекта, определении возможных границ в работе и т.д. Для контрагентов рейтинги могут являться индикатором доверия к объекту, его перспективности и востребованности. Регулярность построения рейтинга позволяет осуществлять с их помощью мониторинг объектов, то есть изучать динамику объекта за некоторое время, определять тенденции его дальнейшего развития и оценивать скорость роста (развития).

С другой стороны, в применении рейтинговых оценок наблюдаются и недостатки, которые связаны в большей степени с искаженным использованием этого инструмента или с упрощением методики его построения. Так, например, строятся рейтинги могут как на основе комплексного критерия, так и на основе единичного показателя. Очевидно, что один показатель не в состоянии отразить всю сложность и многогранность явления, а является лишь оценкой какой-либо одной его характеристики или признака. При этом результаты построенного таким образом рейтинга подаются в виде оценки всего объекта. Одним из примеров такого рейтинга является общеизвестный вебметрический рейтинг сайтов университетов, который часто выдается за рейтинг ВУЗов, хотя таковым, по сути, не является.

Иногда излишняя приверженность к рейтингам приводит к усложнению восприятия информации об объекте, что в итоге сводит на нет все достоинства комплексного представления данных. Это случается, когда отдельных рейтингов становится недостаточно и разрабатывается система рейтингов. Такая система может быть разработана как для характеристики различных свойств явления, так и в рамках одного свойства, когда показатели в различной комбинации друг с другом, образуют множество рейтинговых оценок. Информация стано-

вится загруженной рейтингами, а реальное место объекта среди конкурентов определить уже не представляется возможным.

Третий недостаток рейтингов – это их субъективность, которая выражается в выборе частных показателей для оценки явления и совокупности объектов, с которыми в дальнейшем будет проводиться сравнение; определении способа их нормировки и свертки, методов дальнейшего ранжирования и интерпретации. Иногда эта субъективность связана с острым желанием занять в рейтинге топовые места, и тогда сравнение проводится с заведомо слабейшими конкурентами, которые при этом могут быть объединены в некоторую совокупность с ярким названием. Например, номером 1 среди школьников может стать пищевой продукт, имеющий яркий вкус и цвет, если сравнивать его с натуральными продуктами без красителей и ароматизаторов.

Часто при построении рейтингов долго определяется такая совокупность показателей, которая позволит объекту быть лидером рейтинга. Например, по результатам XXX Летних Олимпийских игр был определен рейтинг стран по количеству завоеванных медалей. Так как показатель количества медалей является абсолютным и не позволяет анализировать уровень спортивной подготовки в стране, его сопоставляют с другими показателями, получая относительные, на основе которых можно построить новый рейтинг, где положение стран будет иным. Для построения таких рейтингов используют показатели ВВП на количество медалей (который показывает, какая сумма ВВП приходится на одну медаль), численности населения на количество медалей, численность команды, представленной на Олимпийских Играх на количество медалей и т.д. Но если и общепризнанные рейтинги не позволяют стране занять высшие места, то фантазия может позволить строить неограниченное число альтернативных рейтингов, взвешенных на различные показатели, аналогичные представленному в [3]. Результаты Топ-5 стран по итогам Олимпиады 2012 с использованием различных показателей представлены в таблице.

Таблица. Медальные результаты XXX Летних Олимпийских игр с использованием различных показателей

Место в рейтинге	Показатель, используемый в качестве основания, для построения рейтинга						
	Общее количество медалей	Количество золотых медалей	Количество атлетов на число медалей	Количество атлетов на число золотых медалей	Численность населения на число медалей	ВВП на число медалей	ВВП на душу населения на число медалей
1	США	США	Ботсвана	Гренада	Гренада	Эфиопия	Россия
2	Китай	Китай	Ямайка	Китай	Ямайка	Китай	Великобритания
3	Россия	Великобритания	Китай	Эфиопия	Новая Зеландия	Кения	Китай
4	Великобритания	Россия	Иран	США	Багамы	Украина	Венгрия
5	Германия	Южная Корея	Кения	Ямайка	Словения	Россия	Южная Корея

Источник: По материалам [3] и [4].

Как видно из таблицы, используя различные показатели – получаем различные результаты рейтингов. Известный статистик А.А. Чупров однажды сказал: «*Нередко случается, что ловкой обработкой одного и того же материала можно выжать из него при помощи этого приема прямо противоположные заключения*». В наше время, рейтинг превращается в инструмент по получению необходимых результатов, а, значит, перестает выполнять функцию отражения действительности.

Для того чтобы вести работы по построению рейтингов организованы рейтинговые агентства. Самыми известными из них являются Moody's Investors и Service Standart&Poor's. Коммерческая основа приводит к тому, что рейтинги строятся лишь для удовлетворения желания клиента попасть в топ, и, постепенно, теряют объективность. Некоторые рейтинги становятся платными, что объясняется как дороговизной их построения, так и востребованностью среди инвесторов и владельцев объекта.

Для построения рейтингов необходимо иметь информацию обо всех объектах исследуемой совокупности. Иногда кроме официально доступной информации требуются внутренние данные предприятий. Тогда без участия рейтинговых агентств не обойтись. В [5] утверждается, что, рейтинги строятся на фактических данных, и поэтому они не могут являться перспективной оценкой, а служат лишь констатацией фактов и текущего положения. То есть рейтинг является отражением фактической ситуации и не учитывает перспективы развития объектов.

В зависимости от выбранной системы показателей можно получить самые различные рейтинговые оценки. В связи с этим на первом этапе формирования рейтинговой оценки необходимо выбрать информативную систему показателей. Информативные показатели могут быть отобраны как экспертным путем, так и с применением методов прикладной статистики. Например, факторный анализ позволяет выделить показатели, которые имеют незначительный разброс для объектов исследования. С этой точки зрения они представляют собой величины, близкие к постоянным. Такие показатели не влияют на рейтинг и их следует исключить из системы показателей [6, с. 29].

В [7, с. 10] утверждается, что самой простой является линейная взвешенная свертка. Она позволяет учесть важность каждого показателя, а, чтобы обеспечить равную размерность, исходные данные могут быть пронормированы. Данная методика может быть легко автоматизирована, что значительно снижает трудоемкость работ и затраты времени на обработку данных. К тому же для повышения объективности вычислять коэффициенты важности можно без привлечения экспертов с использованием метода анализа иерархий или метода анализа сетей.

Преодолеть субъективность в построении рейтингов пытались С.А. Айвазян и В.С. Мхитарян с помощью использования факторного анализа. В случае тесной статистической зависимости между исходными показателями преобразование их с помощью метода главных компонент позволяет сильно сократить размерность изучаемого вероятностного пространства. Если первый главный

фактор сохраняет большую часть общей дисперсии исходных показателей, то значения первого главного фактора являются рейтинговыми оценками. Когда приходится привлекать более одного главного фактора для построения рейтинговой оценки, тогда неизбежен определенный экспертный подход. Если исходные показатели имеют слабую связь между собой, то применение факторного анализа неэффективно.

Применение кластерного анализа позволило при определении положения объекта в рейтинге исключить влияние незначительных различий между интегральными критериями [8, с. 115].

Один из недостатков, а именно необходимость использования цифровой информации, устранена благодаря применению нечеткой математики. Однако построение функций принадлежности, которые позволяют преобразить качественные данные в количественные, все таки, основано на субъективном мнении исследователя (или группы экспертов).

Таким образом, методы построения рейтингов только подчеркивают их субъективность. Все это требует осторожного использования рейтинговых оценок. В то же время нельзя игнорировать этот элемент, потому что он достаточно эффективен при сопоставлении конкурентов и позволяет выделить лидеров конкурентной борьбы, на которых стоит равняться и определять те параметры, которым стоит уделить первостепенное внимание.

Литература

1. Немогай, Н.В. Конкурентоспособность предприятия. Учебно-методический комплекс: учеб. пособие / Н.В. Немогай, Н.В. Бонцевич, В.В. Садовский. – Гомель: ЦИИР, 2009. – 259 с.
2. Карминский, А.М. Рейтинги в экономике: методология и практика / А.М. Карминский, А.А. Пересецкий, А.Е. Петров; под редакцией А.М. Карминского. – М: Финансы и статистика, 2005. – 235 с.
3. Альтернативная олимпийская медальная таблица: побеждает Россия // inoСМИ.ru [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://inosmi.ru/olympic/20120814/196571742.html>. – Дата доступа: 15.08.2012.
4. Medals per capita, GDP: Ranking the real Olympic superpowers // CBCNews [electronic source]. – Source of access: <http://www.cbc.ca/news/world/story/2012/08/09/f-efficient-olympics.html>. – Date of access: 15.08.2012.
5. Ахрамейко, А.А. Миграция банковских рейтингов: средство оценки перспектив банковской системы / А.А. Ахрамейко, Б.А. Железко, О.Н. Постоляко // IFEL Rus инвестиционно-консалтинговая сеть [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ifel.ru/br7/5.pdf>. – Дата доступа: 10.05.2012.
6. Ляликова, В.И. Методические аспекты ранжирования экономических объектов с помощью методов прикладной статистики / В.И. Ляликова // Вестник ГрГУ им. Я. Купалы. Серия 5. Экономика. – 2010.-№2. – С. 29-35.
7. Минюкович, Е.А. Рейтинговые оценки как инструмент совершенствования управления информатизацией системы образования: автореф.дис....канд. экон. наук: 08.00.13/ Е.А. Минюкович; БГУ. – Мн, 2010. – 28 с.

8. Новицкая Е.Г. Система оценки конкурентоспособности корпоративных веб-ресурсов на основе методов нечеткой математики / Е.Г. Новицкая // Наука и образование XXI века: Материалы V-й Международной научно-практической конференции (28 октября 2011 г., СТИ, г. Рязань). В 2-х томах: Т. 1. «Технические и гуманитарные науки» / Под общей ред. проф. А.Г. Ширяева; З.А. Атаев, А.В. Барановский. – Рязань, СТИ, 2011. – С. 112-119.

*М.Н. Коцупатрый
(Украина, Киев)*

О СОЦИАЛЬНОЙ ФУНКЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Внедрение принципов социальной ответственности в бизнес-процессы является важным фактором приоритетного развития предпринимательства и приобретает первоочередное значение при решении ряда социальных проблем. Бухгалтерский учет является важнейшей функцией управления, которая выявляет и систематизирует данные о хозяйственной деятельности, обеспечивая при этом принятие обоснованных управленческих решений. Информация, сформированная в бухгалтерском учете, должна обеспечивать своевременное определение внешних и внутренних условий, давать возможность исследовать, анализировать состояние и тенденции социального развития предприятий, регионов и страны в целом. Поэтому учетные данные в условиях социально ориентированного развития национальной экономики приобретают стратегическое значение и необходимость в более содержательном наполнении и расширении представления. Это обуславливает необходимость четкого определения социальной функции бухгалтерского учета как составляющей системы управления и обеспечения ее реализации.

Осознавая необходимость усовершенствования существующей учетной системы в сфере экономики, отечественные экономисты уделяют существенное внимание поиску новых учетных систем, которые бы на паритетных условиях удовлетворяли бы потребности граждан, предприятий и государства в целом.

Н.В. Кужельный и В.Г. Линник отметили, что «Бухгалтерский учет является основой информационного обеспечения, поэтому неслучайно во всем мире он выступает не просто как один из видов человеческой деятельности, а и как важнейшая функция управления, как средство для решения задач экономического и социального развития, как наука» [1].

О социальной направленности учета отмечает и М.С. Пушкарь: «Социальное значение учета базируется на предупреждении излишнего риска при принятии решений о деловых отношениях между предприятиями. В рыночной экономике считается вполне нормальным явление банкротства, а поэтому отношения между предприятиями должны основываться на взаимном информировании о финансовом состоянии, которое подтверждается публикацией заверенных аудитором основных форм отчетности. Таким образом, социальное значение системы учета возрастает в рыночной среде, без бухгалтерской информа-