

# ФІНАНСИ ТА СТАТИСТИКА

УДК 368

Александрова М.М., ст викл.

Полчанов А.Ю., студент

*Житомирський державний технологічний університет*

## ПОРЯДОК ЗДІЙСНЕННЯ РЕЙТИНГОВОЇ ОЦІНКИ СТРАХОВИКА

*Розглядаються питання стосовно поняття рейтингу страхових компаній на страховому ринку України, необхідність його проведення, класифікація рейтингів, проблеми їх встановлення та застосування для визначення фінансової стійкості та надійності страховика*

**Постановка проблеми.** Одним із найважливіших факторів, що перешкоджають розвитку вітчизняного страхового ринку, є невисокий рівень прозорості діяльності його учасників. Згідно світової практики одним із напрямків вирішення цієї проблеми є створення незалежного рейтингу на основі вивчення та аналізу публічної, статистичної, спеціальної, конфіденційної інформації, в тому числі й комерційної. Аналітики незалежного рейтингового агентства подають вивчену інформацію у більш спрощеній та відносно об'єктивній формі. В Україні, як і у будь-якій іншій країні світу, створення і функціонування системи незалежного рейтингу має свої особливості, що стає об'єктом дослідження вітчизняних науковців та практиків. Окрім того, вибір страховика, найбільш стійкого до економічних змін та платоспроможного, фінансово надійного в умовах активного залучення іноземних інвестицій є необхідним не тільки для страхувальників, партнерів, інвесторів, так і для самих страховиків. У цьому вирішальним є не тільки проведення внутрішнього аналізу діяльності страхової компанії, але й порівняння результатів її роботи з іншими страховиками. Тому питання рейтингування страхових компаній та створення ефективних методик його проведення є одним із актуальних.

**Стан вивчення проблеми.** Серед вітчизняних науковців, що досліджують зазначене питання, слід відмітити Р. Грищенка, Л. Шірінян, Д. Гапчина, Н. Внукову, В. Фещенка., Є. Романеска, О. Доценко та багато інших, які вивчають досвід країн СНД у створенні національних незалежних рейтингових агентств, досліджують значимість незалежного рейтингу для ринку страхових послуг України, обґрунтовують необхідність посилення регулятивних заходів держави в становленні рейтингової інфраструктури фінансового ринку, створюють методики рейтингування, тощо. Серед зарубіжних вчених, які досліджують питання рейтингування, привертають увагу праці Л. Андріанової, Є. Решетина, С. Сабіної, О. Іванівської, Я. Телєпіна, К. Щиборца, В. Іваницького, Д. Уарда та інших. Проте, на сьогоднішній день немає єдиного підходу до визначення рейтингу, його класифікації, методики проведення, встановлення вимог щодо нього, не вивчена навіть історія його виникнення та практика застосування.

**Викладення основного матеріалу.** Поняття "рейтинг" (з англ. to rate – оцінювати, визначати клас) означає кількісну або якісну оцінку рівня визнання або авторитету; тобто за допомогою рейтингу в стислій формі надається вичерпна інформація про його надійність.

У свою чергу, “рейтингова оцінка страховика” (англ. insurer rating) – це поточний висновок про стан показників страхової компанії з урахуванням ступеню розвитку страхового ринку та її ринкової ваги на предмет її фінансової стійкості у звичайний час і можливість управляти ситуацією при виникненні загрози фінансової кризи. В сучасних умовах рейтинг страховика стає могутнім інструментом для його інвесторів, кредиторів та клієнтів, оскільки очікувана ефективність діяльності, перспективи зростання страхової компанії багато в чому визначаються його рейтинговою оцінкою.

На нашу думку, рейтинг –представляє собою узагальнююче поняття, яке виражає істотні сторони економічних явищ і процесів, відбиває глибинні процеси економічного розвитку стає невід’ємною складовою сучасної ринкової економіки, фундаментом якої є самостійні економічні рішення суб’єктів, що приймаються на основі всієї доступної інформації.

На жаль, питання історії присвоєння рейтингів страховим компаніям в світі не знайшло своє відображення у працях вітчизняних науковців. Як наслідок про історію перших спроб рейтингування можна дізнатися лише з іноземних інформаційних джерел.

Перші спроби рейтингування підприємств, зокрема і страхових компаній були зроблені підприємствами, що спочатку надавали лише інформаційно-консультаційні послуги. Світовий досвід у сфері складання рейтингів налічує більше 100 років і кількох десятків рейтингових агентств. Як відомо світ рейтингових послуг стоїть на “трьох китах”: Moody’s Investor Service (40 %), Standard & Poor’s Corporation (40 %) та Fitch IBCA (14 % світового ринку) [4]. Хоча першим в світі агентством, що спеціалізувалось на оцінці платоспроможності та фінансової стійкості страхових компаній є заснована ще у 1899 році Альфредом Маджилтоном Бестом компанія A.M. Best Company, Inc [13]. До сьогодні рейтингування страхових компаній є виключною сферою діяльності цієї фірми. Підтвердженням цього є той факт, що Standard & Poor’s Corporation почала рейтингувати страховиків лише у 1983 році [15].

Важливим для впровадження рейтингу на вітчизняному страховому ринку є його класифікація. Узагальнюючи інформаційні джерела та практичний досвід ми виділили визначальні ознаки класифікації рейтингу страховиків (рис. 1).



Рис. 1. Ознаки класифікації рейтингу страховиків

Залежно від об’єкту оцінки виділяють:

- рейтинг ліквідності активів та відповідності розміщення страхових резервів вимогам чинного законодавства;
- рейтинг страхових виплат;

- рейтинг за розміром капіталу;
- рейтинг показників платоспроможності та ефективності діяльності;
- рейтинг страхових тарифів;

– рейтинг філіальної мережі та обсягів страхових премій тощо.

Залежно від *рейтингової шкали*:

- міжнародний;
- національний;
- регіональний.

Залежно від *типу страховика*:

- ризикової сфери чи довгострокової;
- галузі надання страхових послуг;
- форми проведення страхування тощо.

В залежності від *показника ефективності діяльності*:

- рейтинг платоспроможності;
- рейтинг фінансової стійкості;
- рейтинг інвестиційної привабливості

тощо.

В залежності від *бажання об'єкту рейтингування*:

- добровільний, ініціативний;
- обов'язковий.

У залежності від *фактору часу*:

- короткострокові (до року);
- довгострокові (більше року).

У чому ж полягає необхідність рейтингування страховиків? Рейтингування є невід'ємним атрибутом високорозвиненої економіки, існування якої неможливо без прозорості. Насамперед, одержання рейтингу необхідне страховику, який хоче підтвердити свою надійність і фінансову стабільність. Така необхідність найчастіше виникає в наступних випадках:

– при плануванні випуску корпоративних облігацій – оскільки основною формою страхових компаній є акціонерні товариства, рейтинг облігацій дозволяє покупцям швидко зорієнтуватися в якості цих облігацій та сприяє успішному їх розміщенню;

– при залученні іноземних інвестицій – наявність у страховика рейтингової історії створює сприятливу фінансову репутацію, що принципово важливо для іноземного інвестора;

– при проведенні перестраховання – за наявності рейтингу іноземні партнери можуть запропонувати більше вигідні умови розрахунків;

– при продажу страхових послуг та розробці страхових продуктів – хороший рейтинг є своєрідною рекламою страховика, сприяє збільшенню надходжень страхових премій;

– при здійсненні актуарних розрахунків та розробці тарифної політики – рейтинг дає можливість точно визначитись у ціні страхової послуги;

– при оцінці бізнесу, для аналізу сильних та слабких сторін страхової компанії тощо.

Проте вважати вирішальним фактором появи рейтингів, а разом з ними і рейтингових агентств, лише прагнення страхових компаній до публічного визнання є некоректним. Адже рейтинг є компромісом між страховиками, державними органами і страхувальниками. До того ж кількість показників для розрахунку рейтингів сильно варіюють. Більшу роль тут відіграє рівень доступу аналітиків до інформації, що надходить від страховиків та застосовування відповідної методики проведення рейтингування. Держава покликана забезпечувати прозорість страхового ринку і подолання інформаційної асиметрії між страховиками-клієнтами і рейтинговими компаніями, останні в свою чергу повинні мати доступ до відносно об'єктивної інформації про стан страхової компанії і на основі отриманих даних приймають рішення щодо місця їх в рейтинговій шкалі. Слід відзначити відповідальність як страхових так і рейтингових компаній за надану інформацію.

В Україні на основі одержаної про страховика інформації проводиться аналіз його діяльності, за результатами якого визначається рейтинг фінансової стійкості компанії за Національною Рейтинговою Шкалою, затвердженою Кабінетом Міністрів України. І вперше 18 вересня 2003 року внутрішній рейтинг фінансової стійкості страхової компанії на основі повноцінної рейтингової процедури, присвоєно ЗАТ “Страховій компанії “Кредо-Класік” – “uaAA”. В процесі аналізу перше спеціалізоване рейтингове агентство “Кредит-Рейтинг” використовувало повну фінансову

звітність страховика за 1998-2002 рік і перше півріччя 2003 року, звіти аудитора за розглянутий період, а також внутрішню інформацію, надану компанією. Рейтинг фінансової стійкості, присвоєний ЗАТ “Страхова компанія “Кредо-Класік” на один рік, свідчив про дуже високу здатність страховика виконувати в умовах вітчизняного фінансового ринку свої зобов’язання, відображає сильні конкурентні позиції на страховому ринку, досягнуті завдяки професійному менеджменту й вивіреним стратегії розвитку [14].

Однак, присвоєний рейтинг не виконував свого головного призначення — він не порівнював діяльність ЗАТ “Страховій компанії” “Кредо-Класік” з діяльністю інших учасників страхового ринку, оскільки останні не пройшли повноцінний процес рейтингування.

Присвоєння рейтингу представляє собою складний як методологічному так і в практичному плані процес.

Оцінка страховика здійснюється на підставі форм фінансової звітності, затверджених Міністерством фінансів

України, відповідно до Закону України “Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні”, розшифровок дебіторської та кредиторської заборгованості, структури запасів, основних фондів, а також форм звітності про доходи та витрати страховика, про розміщення страхових резервів тощо, затверджених розпорядженнями Держфінпослуг, а також на основі форм статистичної звітності [7, с. 43].

Згідно Методичних рекомендацій Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку щодо створення та розвитку незалежних інформаційних та рейтингових агентств процес рейтингування страховика скалатається з кількох послідовних етапів (рис. 2).

Звернення за рейтингом – офіційне запит страховика до обраного ним рейтингового агентства. Ним може бути як міжнародна агенція так і національна рейтингова агенція (до 7 вересня 2005 року монополію на національному ринку зберігав “Кредит-Рейтинг”).

Другим етапом виступає призначення команди аналітиків.

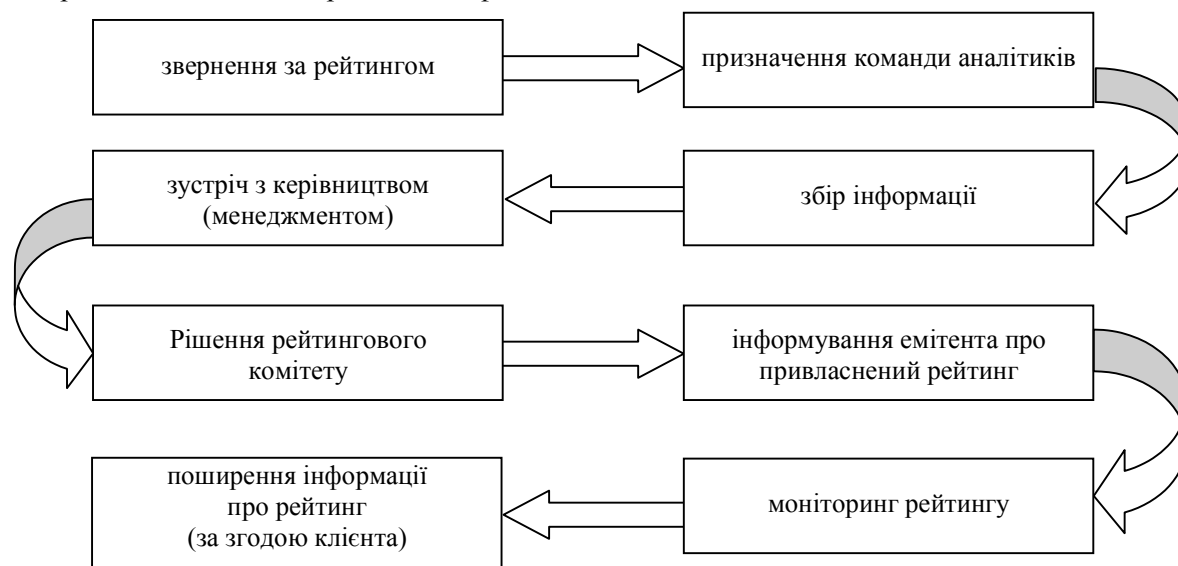


Рис. 2. Етапи процесу рейтингування

При одержанні запиту на присвоєння рейтингу формується аналітична група, що складається з фахівців, що володіють знаннями галузі страхування, актуарних розрахунків, бухгалтерського обліку та контролю, фінансів. Призначається провідний аналітик, який керує

процесом, і є головною контактною особою для суб’єкта рейтингування.

Збір інформації передбачає, що перед офіційною зустріччю страховика і команди аналітиків, група аналізує інформацію, надану компанією у запиті, а також інформацію з

інших джерел, яку рейтингове агентство вважає надійними: фінансова звітність за попередні періоди, прогнози фінансових показників і грошових потоків, документацію за угодами, юридичні висновки та інші дані.

Слід зазначити, що інформація, яку необхідно надати уповноваженому рейтинговому агентству, чітко зазначена у ст. 10 Рішення Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку “Про затвердження Правил визначення уповноваженим рейтинговим агентством рейтингової оцінки за Національною рейтинговою шкалою” № 1042 від 21.05.2007 (зокрема, про прийняті рішення про розміщення цінних паперів на суму більше 25% статутного капіталу, про рішення про викуп власних акцій, про зміну власників акцій, яким належить 10 і більше відсотків голосуючих акцій, річні звіти емітента, факти лістингу цінних паперів на фондовій біржі).

Згідно методології агентства “Кредит-Рейтинг” цей етап складається з 3-х частин:

1) аналіз стану страхової галузі з метою визначення ступеня галузевих ризиків для страхової компанії, за допомогою вивчення галузі в цілому, а також стану і перспектив її окремих сегментів (ринок і конкуренція, регулювання галузі, тенденції розвитку ринку й асортименту пропонованих послуг, бар’єри для вступу в галузь). До числа факторів, що аналізуються, відносяться перспективи економічного росту, цикли ділової активності, уразливість в умовах змін і перспективи регулювання і втручання;

2) якісний аналіз страхової компанії (об’єктами аналізу є організаційно-правова структура, розмір страхової компанії, структура власності і контролю над страховою компанією, потенційні конфлікти інтересів, стратегічний фокус, ділового потенціал, бренд і гудвіл, якість інвестиційного портфеля, менеджмент і персонал);

3) кількісний аналіз страхової компанії, що включає в себе дослідження достатності резервів, використання перестраховування, ліквідності, інвестиційного ризику, прибутковості, капіталізації і фінансування.

Під час четвертого етапу група аналітиків проводить зустріч з керівництвом (менеджерами) для обговорення основних факторів, що впливають на рейтинг, включаючи виробничі та фінансові плани і стратегію менеджменту.

П’ятий етап – рішення рейтингового комітету – підготовлений аналітичний звіт надається рейтинговому комітету, що складається зі старших аналітиків рейтингового агентства. Після обговорення усіх факторів, що впливають на рейтинг, приймається рішення щодо значення рейтингу.

Після ухвалення рішення рейтинговим комітетом головний аналітик інформує емітента про привласнений рейтинг, а також обґрунтовує це рішення.

У разі згоди страховика з привласненим рейтингом відбувається поширення інформації про рейтинг рейтинговим агентством за допомогою власної бази, через міжнародні і місцеві інформаційні агентства та ЗМІ. За кожним рейтингом публікується прес-реліз, коротке і повне обґрунтування рейтингу, яке розміщується на сайті агентства. У разі незгоди клієнта рішення може бути оскаржене протягом 5 робочих днів.

Після присвоєння рейтингу аналітики рейтингового агентства постійно проводять моніторинг рейтингу, тобто контролюють усі фактори, що можуть вплинути на нього, зокрема, зміни у структурі капіталу, поглинання інших компаній чи інші суттєві економічні події.

Присвоєний рейтинг не можна вважати рекомендацією щодо прийняття різного роду економічних та інвестиційних рішень, хоча він надає певну інформацію про стабільність страхової компанії. Однак, компанії, що отримали високий рейтинг не є надійними самі по собі, а більш надійними, ніж інші компанії. При оцінці фінансової стійкості страхової компанії рейтингове агентство повинно оцінювати не тільки миттєвий стан підприємства, а можливість компанії зберігати існуючий рівень стійкості.

За даними агентства Standard & Poor's Corp., із страхових компаній, що одержали в 1987 році рейтинг "CCC" (ненадійний), через 10 років розорилося 42,7%! Із власників рейтингу "B" (низький рівень надійності) – і 25,6%, "BBB" (задовільна надійність) – і 3,7% і всього 1,1% – і з найвищим рейтингом "AAA" [5].

Статистика банкрутств демонструє, що за допомогою рейтингу реально оцінено ризик втрати грошей, відданих страховикові. Залежність проста: чим нижче рейтинг, тим більше шансів втратити вкладені кошти. І не потрібно аналізувати її річні звіти, намагатися довідатися, де вона розміщає страхові резерви – і наскільки надійні банки, у яких зберігаються зібрані в клієнтів гроші, і що очікує цінні папери, у які вони теж вкладені. Відпадають питання про порядність партнерів, у яких компанія перестраховує свої ризики. Всю цю інформацію досліджують аудиторі, а потім – і рейтингові агентства.

Діяльність рейтингових агентств та їх відповідальність, необхідно регулювати на законодавчому рівні. Так, наприклад, у США існує "Акт про відповідальність консультантів". В Україні поки що не існує законодавчого механізму, який би дозволив оцінити якість присвоєння рейтингу, відповідальність агентств за збереження комерційної таємниці, адекватність присвоєного рейтингу тощо. Тому необхідне термінове врегулювання зазначеного питання для впровадження рейтингів в Україні.

Не слід перебільшувати і значення рейтингів. Незалежний рейтинг є об'єктивною оцінкою діяльності страховика, але основою взаємовідносин між страхувальником і страховою компанією є договір страхування. На жаль, питанням вибору страхової компанії на основі її рейтингу та аналізу договору страхування в літературі не приділяється значної уваги.

При виборі страховика рейтинги фінансової стійкості та платоспроможності є найбільш популярними, тому уточнення, сутність показників, їх розрахунок та

параметри платоспроможності страхової компанії є напрямом подальшого нашого дослідження.

#### **Висновки та перспективи подальших досліджень:**

1. Сутність рейтингу як поняття полягає у тому, що він відображає істотні аспекти діяльності страховика у доступній для страхувальника формі, є способом подолання інформаційної асиметрії між суб'єктами страхування. Внаслідок чого рейтинг стає невід'ємною складовою сучасної ринкової економіки, фундамент якої складають самостійні економічні рішення суб'єктів, що приймаються на основі всієї доступної інформації.

2. Необхідність рейтингування страховиків обумовлена тим, що з однієї сторони страхова компанія планує залучити іноземні інвестиції, випустити корпоративні облигації, співпрацювати з іноземними партнерами-перестраховальниками, з іншої – страхувальник отримує відносно об'єктивну інформацію про стан страховика, а держава при цьому долає інформаційну асиметрію і забезпечує прозорість страхового ринку.

3. Рейтингування страхової компанії являє собою складний як в методологічному, так і в практичному плані процес, що складається з восьми послідовних етапів.

4. Недоцільно вважати, що високий рейтинг страхової компанії є запорукою її успішного функціонування. Він надає лише певну інформацію про стабільність підприємства, основою ж взаємовідносин між страховиком і страхувальником є договір страхування. Компанія, що отримала більш високий рейтинг може запропонувати не такі вигідні умови договору, як у страховика з нижчим рейтингом. Але при виборі між поганими умовами договору з високим рейтингом компанії та вигідними умовами в компанії з низьким рейтингом, краще обрати перше (як синиця в руках і журавель в небі).

**Список використаної літератури:**

1. Андрианова Л. Рейтинг на рынке ценных бумаг и ведущие международные рейтинговые агентства // Финансы. – 2000. – № 8. – С. 58-60.
2. Ганчич Д.М. Становлення рейтингової інфраструктури фондового ринку України // Фінанси України. – 2005. – № 1. – С. 77-81.
3. Гриценко Р. Національні незалежні рейтингові агентства: концепція створення та функціонування // Вісник НБУ. – 2003. – № 6. – С. 22-24.
4. Давиденко Б. Рейтинговый заработок // Газета “Дело”. – 2007. – № 138 (428) – <http://gazeta.delo.ua/news/2007-08-30/48843.html>.
5. “За чистую воду” // Журнал “Деньги”. – 15.02.2007. – № 20 – <http://www.dengi-ua.com/clauses/10942.html>.
6. Концепція створення системи рейтингової оцінки регіонів, галузей національної економіки, суб’єктів господарювання *Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2004 р. № 208-р.*
7. “Рейтингова оцінка учасників страхового ринку України” // Страхова справа. – 2007. – № 1(25). – С. 42-46. – С. 43.
8. Романенко Є. Дискантне (публічне) рейтингування суб’єктів страхового бізнесу // Журнал “Персонал”. – 2007. – № 3 – <http://www.personal.in.ua/article.php?ida=460>.
9. “Что делать, если банк навязывает свою страховую компанию” // Журнал “Деньги”. – 29.11.2007. – № 47(61) – <http://www.dengi-ua.com/clauses/27744.html>.
10. Шкарпова О. “Корпоративні фінанси”: В2-В3 // Український діловий тижневик “Контракти”. – 16.04.2007. – № 16 – <http://contracts.com.ua/show/ukr/article/42/1620078846.html>.
11. Шірінян Л.В. Незалежний рейтинг ринку страхування // Фінанси України. – 2005. – № 11. – С. 119-125.
12. Щомісячний інформаційний бюлетень агентства “Кредит-Рейтинг”. – 2007. – № 1 – С. 24.
13. <http://www.ambest.com>.
14. <http://www.credit-rating.com.ua>.
15. [http://findarticles.com/p/articles/mi\\_m1094/is\\_n4\\_v28/ai\\_14604455/pg](http://findarticles.com/p/articles/mi_m1094/is_n4_v28/ai_14604455/pg).

АЛЕКСАНДРОВА Марія Михайлівна – старший викладач кафедри фінансів Житомирського державного технологічного університету

Наукові інтереси:  
– теорія фінансів;  
– страхова справа

ПОЛЧАНОВ Андрій Юрійович – студент групи Ф-5 обліково-фінансового факультету Житомирського державного технологічного університету

Наукові інтереси:  
– фінанси;  
– страхування