

Шірінян Л. В.^{1,2}

НЕЗАЛЕЖНИЙ РЕЙТИНГ РИНКУ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

¹ ЧНУ ім. Б. Хмельницького (Черкаси)

² ХНУ ім. В. Н. Каразіна (Харків)

1. Вступ

Постановка проблеми. Сьогодні поступово стають досить звичними та необхідними в Україні рейтинги банків, причому, як для спеціалістів, так і для вкладників¹. Щодо страхових компаній, то в Україні поки що не існує таких рейтингів, які б адекватно оцінювали діяльність страхових компаній України. Звітність про фінансові результати, що публікується страховиками України, не дає клієнтам і інвесторам достатньо повної інформації ні про фінансову стійкість, ні про платоспроможність страховика.

Ліга страхових організацій України публікує інформацію, яка ґрунтується на ранжуванні страхових компаній за загальним обсягом активів, величиною балансового прибутку, оплаченим статутним фондом тощо². Однак, такий підхід не відбиває реального фінансового стану страхових компаній України. Зрозуміло, що ні розмір компанії, ні обсяг діяльності не можуть слугувати безумовними гарантами її надійності. Як підтвердження цього можна навести приклад Росії, коли в 1998 році біля 20 великих банків (які вважалися надійними) внаслідок кризи банківської системи перестали існувати. Аналогічною є ця проблема і для страхових компаній. Саме тому актуальним є питання створення рейтингу, який буде побудований не лише на абсолютних показниках діяльності вітчизняних страхових компаній, а й на порівняльних, відносних показниках.

¹ Чайковський Я. Удосконалення методики комплексної оцінки кредитоспроможності позичальників // Вісник НБУ. - листопад. - 2003. - С. 30-34.

² <http://www.uainsur.com>.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На думку автора, у вітчизняній науково-економічній літературі не висвітлюється проблема оцінки фінансової надійності страхових компаній і створення рейтингу страховиків в сучасних умовах за деяким виключенням³. Серед зарубіжних вчених, які досліджували назване питання можна назвати А. Гвозденка, М. Жигас, В. Іваницького, О. Івановську, В. Кожінова, Ю. Браун-Грачеву, Н. Оленєва, Р. Партриджа. Віддаючи належне існуючим теоретичним розробкам, слід наголосити, що більшість з них відображає лише суб'єктивні підходи авторів. Проте методики складання рейтингу мають бути пристосовані до реальної ситуації на страховому ринку (в нашому випадку, українському) і бути відкритими для змін.

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Досвід зарубіжних країн показує, що адекватна оцінка стану страхового ринку можлива лише при наявності декількох незалежних рейтингів. Загально відомими рейтинговими агентствами є такі, як Standard & Poor's, A. M. Best, Duff & Phelps, Moody's та Weiss Research. Кожний з рейтингів цих агентств складається за унікальною методикою⁴. Оцінки рейтингових агентств використовуються як рекомендації для суб'єктів ринку, забезпечують його прозорість та прогнозованість, котра в подальшому впливає і на ринкову стабільність.

Нажаль, послуги зарубіжних рейтингових агентств не доступні українським страховим компаніям (в першу чергу за ціною). Окрім того, рейтингові оцінки зарубіжних країн у багатьох випадках для нас не підходять, а власні рейтингові оцінки дотепер ще не розроблені. У той же час за кордоном ця проблема для страхових компаній вже давно є вирішеною.

Отже, вивчення питання щодо створення в Україні незалежних рейтингових агентств, особливо актуальне для подальшого розвитку фінансового ринку в цілому і страхового ринку зокрема. Автор впевнений, що в Україні назріла така необхідність, оскільки рейтинг - це умова відкритої конкуренції на ринку страхування⁵.

³ Васильєв В. Вариант упорядочения страховых организаций по надежности на основе доступной публичной отчетности // Финансовые услуги. - № 9-10. - 1998. - С. 18-23.

⁴ Ивановская О. Ю. Рейтинговая оценка страховых компаний мировым рейтинговым агентством A. M. Best Company // Финансы. - № 2. - 2001. - С. 46-50.

⁵ Шірінян Л. В., Глущенко А. С. Вплив фінансової глобалізації на страхування в Україні // Економіка України. - № 5. - 2004. - С. 24-30.

Мета та задачі дослідження. У зв'язку з вищенаведеною проблемою виникає необхідність детального аналізу сучасної системи та розробка методології оцінки надійності страхових компаній на вітчизняному ринку в умовах конкуренції, що складає мету дослідження. Для реалізації поставленої мети були поставлені вирішувались такі завдання:

- узагальнення зарубіжного досвіду рейтингових оцінок страхових організацій,
- дослідження необхідності існування незалежного рейтингу,
- дослідження можливої схеми взаємовідносин страхових компаній, рейтингових агентств та державних органів нагляду за страховою діяльністю,
- порушення питання розробки власного рейтингу та удосконалення методології оцінки результатів діяльності страхових компаній України.

2. Рейтинг як механізм саморегуляції ринку страхування

Результати діяльності компанії складають інтерес як для потенційних страхувальників, так і для бізнес-партнерів. Для перших цей інтерес обумовлюється тим, що в умовах ринкової економіки дуже високими є ризики, і укладання договору страхування вимагає підвищеної уваги до фінансового стану компанії. Партнерам, щоб прийняти обґрунтовані рішення, також треба мати об'єктивну інформацію про фінансовий стан контрагента. Джерелом такої інформації можуть слугувати публічні рейтинги, які б визначалися спеціальними агентствами. Такі рейтинги, по-перше, дали б можливість отримати незалежну оцінку платоспроможності та фінансової стійкості страхових компаній, що так необхідно для того, щоб склалися відносини довіри між бізнес – партнерами на ринку страхування. По-друге, вони дали б можливість будь-якому користувачеві здійснювати порівняльну оцінку різних страхових компаній, навіть якщо вони не будуть вдаватися до детального аналізу їхнього фінансового стану.

Всі дослідження, що проводились за кордоном, підтверджують наявність кореляції між кредитною якістю компанії та ймовірністю банкрутства: чим вищий рейтинг, тим нижча ймовірність банкрутства, і навпаки.

Важко уявити, щоб уся діяльність страхової компанії була зведена до одного показника (коефіцієнта), величина якого визначала б її місце серед інших компаній. Кількість таких показників може досягати декількох десятків. Навіть такі відомі методи

дослідження (як дискримінантний аналіз Бівера, моделі Альтмана, Беєрмана та інші), де визначається інтегральний показник, застосовують не менш ніж 5-6 найбільш важливих показників^{6,7}. В рейтингу таких показників може бути скільки завгодно, адже наголос може бути зроблений на різні сторони діяльності компанії. Саме тому рейтинг Standard&Poor's мирно співіснує з рейтингами A. M. Best, Duff&Phelps, Moody's та Weiss Research.

В практиці оцінювання банків застосовуються два види рейтингів: експертні й дистанційні⁸. Дистанційний рейтинг використовує відкриту фінансову інформацію. Причому, він вважається відкритим, якщо публікується алгоритм розрахунку рейтингу, і відповідно закритим, якщо цього не має і рейтинг будується на основі оцінки експертів агентства. Експертний рейтинг використовує не лише відкриту інформацію, а й внутрішню фінансову інформацію компанії. Методика побудови експертного рейтингу є недоступною для загального користування.

Розглянемо зарубіжну практику рейтингових оцінок страхових компаній в деяких її аспектах на прикладі США⁹. У системі Національної асоціації страхових організацій США рейтингові показники згруповані таким чином: загальні показники, показники прибутковості, ліквідності, зміни у власних коштах. По-перше, рейтинговими агентствами США вивчаються багато фінансових показників: бізнес-план, положення (умови) по ухваленню страхових ризиків і їх перестраховці, умови по видачі полісів, стратегія маркетингу, організація страхової компанії і її структура, інвестиційна політика і багато іншого. По-друге, ретельно аналізуються основні фінансові показники: власний капітал, страхова виручка, резерви, страхові виплати, витрати на ведення справи і попереджувальні заходи, надходження (доходи) від інвестицій і т.і. Як бачимо, що рейтингові оцінки вельми складні і неоднозначні. Крім того, можливі різноманітні підходи до оцінки діяльності страхових компаній. З погляду на це, виникає питання який для нас є найбільш придатним?

⁶ Кочетков В. Сучасна практика рейтингової оцінки діяльності комерційних банків. // Економіка України. - № 6. - 2002. - С. 25-31.

⁷ Терещенко О. Дискримінантна модель інтегральної оцінки фінансового стану підприємства. // Економіка України. - № 8. - 2003. - С. 38-44.

⁸ Пересецький А.А., Карминский А.М., О. ван Суст А. Г. Моделирование рейтингов российских банков. // Экономика и математические методы. – Т. 40, № 4. - 2004. - С. 10-25.

⁹ Гвозденко А. А. Финансово-экономические методы страхования: Учебник. М., “Финанси и статистика”, 2000.

Не зменшуючи важливість рейтингів, треба зауважити, що рейтинг не вимірює конкретну величину ризику банкрутства страхової компанії, не є кількісним прогнозом його ймовірності. Рейтинг – це лише порівняльна оцінка рівнів ризику по різних страховим компаніям, спосіб зіставлення їх між собою за величинами показників, обраних як характерних. Рейтинг не вимірює абсолютну фінансову стійкість, платоспроможність, надійність компанії, не дає повної оцінки майбутнього фінансового стану страховика. Але рейтинг оцінює відносну фінансову безпеку страхувальників, які уклали договір із страховиком, і є зручним інструментом для диференціації кредитної якості страхових компаній ¹⁰.

Україна має потенційну кількість страхувальників на рівні найбільших країн світу, але якісна структура фінансових коштів вітчизняних страхових компаній, на жаль, різко відрізняється від зарубіжних. Важливим моментом для України є те, що основний грошовий потік при перестрахованні ризиків з нашої країни спрямовується у країни з більш високим рівнем розвитку страхового ринку.

Бажання захистити внутрішній вітчизняний ринок від відтоку капіталу диктує уряду нашої країни певні орієнтири у зовнішньому економічному середовищі. У рамках цього завдання Кабінет Міністрів України прийняв Постанову „Про затвердження вимог до рейтингів фінансової надійності (стійкості) страховиків та перестраховиків - нерезидентів” від 15 жовтня 2003 р. № 1640. Згідно Постанови такими орієнтирами можуть бути оцінки надійності визнаних рейтингових агентств. Однак страхові компанії України не можуть скористатись їх послугами, тому що вони є дуже дорогими. Дозволити це собі можуть лише деякі лідери страхового ринку.

У свою чергу, міжнародні рейтингові агентства, які не зустрічають попит на локальному українському ринку, не прагнуть вкладати кошти у вивчення вітчизняного ринку. Як наслідок, якість та глибина фінансового аналізу залишаються на дуже низькому рівні.

¹⁰ Иваницкий В., Браун-Грачева Ю. США нужны рейтинговые агентства в сфере страхования. А России? // Страховое дело. - № 3. - 2000. - С. 26-29.

За міжнародними стандартами рейтинг компанії не може перевищувати рейтинг країни. Виникає ситуація, коли низький незалежний рейтинг країни обмежує можливість міжнародних агентств з присвоєння рейтингу місцевим компаніям, тобто за більшу сплату кращі компанії країни можуть отримати рейтинг, який є незаслужено низьким на локальному ринку. І це цілком логічно, тому що відносно міжнародних страхових гігантів вітчизняні страхові компанії стоять далеко унизу на рейтинговій шкалі.

Тому у багатьох країнах світу страхові компанії надають перевагу послугам локальних рейтингових агентств. Цим обумовлено розвиток локального рейтингового бізнесу останнім часом. Сьогодні у світі діє більше 100 локальних рейтингових агентств: більше 10 у Німеччині, близько 30 у Китаї, 5 у Японії тощо¹¹. Їх перевага полягає в тому, що вони оцінюють надійність страхових компаній не на міжнародному ринку, а на ринку безпосередньої діяльності компаній, вони краще розуміють особливості ділового обороту та специфіку національного бухгалтерського та статистичного обліку.

На сьогоднішній день в Росії розпочали роботу декілька рейтингових агентств¹¹⁻¹³: “ЕА-Rating”, “Інтерфакс”, “Рус-Рейтинг”, “Експерт РА”, “FIRA”. Оцінки якості страхових компаній більшості країн Східної Європи за допомогою цих рейтингів стають визнаними на страхових ринках країн СНД та Балтії. В Україні нещодавно почало діяти перше агентство „Кредит-рейтинг”^{12,13}. За інформацією засновників, агентство є незалежним (що потребує ще ринкової екзаменації). Назване агентство пропонує проводити роботу з присвоєння рейтингів фінансової стійкості українським страховим компаніям, однак за даними лише одна страхова компанія виявила бажання отримати рейтинг фінансової стійкості за шкалою агентства „Кредит-рейтинг”. А в таких умовах будь-яке агентство не в змозі виконати статистичний порівняльний аналіз, якщо у списку лише одна компанія. А це означає, що порівняння надійності компаній буде не зовсім об’єктивним, тому що проводитиметься лише серед тих страховиків, які подали заяву на здійснення рейтингу.

¹¹ Гришанков Д. Рейтинги финансовых институтов. // Финансовые услуги. - № 4. - 2003. - С. 13-15.

¹² Габидулин И. Есть интересный подход к рейтинговой оценке страхового рынка. // Финансовые услуги. - № 4. - 2003. - С. 13-15.

¹³ Гриценко Р. Національні незалежні рейтингові агентства: концепція створення та функціонування. // Вісник НБУ. - червень. - 2003. - С. 22-24.

На думку автора, національне рейтингове агентство порівняно з іноземними може мати ширші можливості щодо подальшого супроводження рейтингу (моніторингу), постійного розширення й удосконалення інформаційної бази даних про страхові компанії. Довіра до рейтингу (і вітчизняних рейтингових агентств) має базуватися на високій репутації рейтингового агентства, на гарантії його об'єктивності і незалежності.

Важливо, щоб вітчизняні методики збору, обробки та аналізу інформації для встановлення рейтингу страхових компаній України були інтегровані у міжнародну практику присвоєння рейтингу страховим компаніям. Стандартизація методів оцінки рейтингу страхових компаній має велике значення для розвитку вітчизняного страхового ринку. Для інвесторів страхової компанії та їх клієнтів важливо те, що компанія пройшла ретельну перевірку за стандартними методиками, де враховується повна та достовірна інформація щодо усіх показників діяльності страхової компанії. Якщо навіть українська страхова компанія за стандартною методикою матиме низький рейтинг, вона зможе прийняти відповідну програму оздоровлення своєї діяльності та побудувати бізнес-план підвищення ефективності власного страхового портфелю.

У стандартизації методів оцінки рейтингу зацікавлені страхові компанії, які зорієнтовані на міжнародні угоди, перестраховання всередині країни та на закордонному ринку. За рейтингом будь – який суб'єкт господарювання, зацікавлений у ефективному страхуванні, зможе оцінити перспективи діяльності страхової компанії, якість управління страховою компанією, якість страхових послуг, стратегію розвитку страхової компанії, ефективність поточної діяльності, якість інвестиційного портфелю, адекватність капіталу, ліквідність активів та гнучкість фінансової діяльності. Також велике значення має урахування динаміки зміни основних показників діяльності страхових компаній як мінімум за останні десять років у приблизно постійних ринкових умовах, що поки що об'єктивно не виконується для українського ринку.

Таким чином, незалежне рейтингове агентство покликане слугувати головною частиною механізму саморегуляції ринку страхування, грати конструктивну і об'єктивну роль, слугуючи джерелом достовірної інформації на зазначеному ринку, підтримуючи фінансово здорову економіку через запобігання неплатоспроможності страховиків.

3. Рейтинговий аналітичний центр - ланка між суб'єктами ринку

На думку автора, в Україні існує потреба у створюванні рейтингових аналітичних центрів, які будуть зв'язуючою ланкою між суб'єктами рейтингу (страховими компаніями), споживачами (страхувальниками, реальними і потенційними) і органами контролю (центральною владою і управлінням, регіональними органами влади і управлінням, органами нагляду). Відповідна схема взаємовідносин наведена на рисунку 1.

Розглянемо механізм функціонування рейтингового агентства. Незалежний рейтинговий центр пов'язаний з чотирма основними групами суб'єктів страхового ринку: страховими компаніями, страхувальниками, Уповноваженим органом (Державною комісією з регулювання ринків фінансових послуг), регіональними органами влади і управлінням.

Рейтинг повинен складатися незалежними рейтинговими компаніями, що мають відповідні ліцензії. Таку ліцензію може давати Державна комісія з регулювання ринків фінансових послуг. На думку автора, керівник такого рейтингового агентства повинен мати вищу економічну або юридичну освіту, а інші працівники (фінансові аналітики) – вищу економічну. Для початку вітчизняним фахівцям необхідно вивчити досвід зарубіжних країн. На цьому етапі була б доцільною державна підтримка щодо домовленості з іноземними партнерами про стажування вітчизняних фахівців у зарубіжних рейтингових агентствах.

Для існування і ефективної роботи вітчизняних рейтингових агентств важливо буде зацікавити страхові компанії, регіональні органи влади та страхувальників отримувати рейтинги, і відповідно платити агентствам за надані послуги. Якщо одержувані рейтинги не даватимуть страховим компаніям ніякого фінансового виграшу, то вони особливо й не приваблюватимуть їх. Окрім того, очевидно, що компанія, яка не хоче подавати дані для участі в рейтингу, буде прирівнюватися до потенційних аутсайдерів ринку страхових послуг, які займатимуть останні строки списку. Однак, це можна буде вважати так, коли ціна на рейтинг буде доступною для всіх страховиків, а рейтингові агентства будуть насправді незалежними і об'єктивними.

На думку автора, методика, за якими мають працювати вітчизняні рейтингові агентства не повинні розголошуватись. По-перше, цією інформацією можуть скористуватися інші, а по-друге, є небезпека, що українські страховики, володіючи методикою, здатні підтасувати показники для покращення власного рейтингу.



Рисунок 1. Схема взаємовідносин між рейтинговим аналітичним центром, суб'єктами ринку і органами контролю. Основними споживачами рейтингового агентства є страховувальники, страхові компанії та державні органи влади у регіонах.

Страхові компанії надають свою фінансову звітність рейтинговому центру для участі у рейтингу. За домовленістю обох сторін можуть відбуватися особисті зустрічі страховиків з рейтинговими аналітиками для більш детального обговорення якісних показників діяльності компанії. Окрім цього страховики можуть бути замовниками на рейтинг інших суб'єктів ринку. Рейтинговий центр, у свою чергу, після здійснення аналізу надає результати рейтингу та (може надавати) рекомендації по підвищенню фінансової стійкості компанії.

Страхувальники здійснюють замовлення на рейтинги суб'єктів ринку і отримують їх за відповідну плату. Це дає можливість їм зробити для себе певні висновки і укласти договір страхування з тією чи іншою компанією.

Уповноважений орган отримує рейтинг та рекомендації щодо аналізу стійкості страхових компаній, що дає змогу порівнювати результати власного аналізу з незалежним та своєчасно контролювати і приймати рішення про подальшу діяльність страховиків. Уповноважений орган пов'язаний також з місцевими органами влади та управління, від яких отримує безоплатну інформацію та статистичну звітність, необхідну для виконання покладених на нього завдань.

Регіональні органи влади та управління замовляють аналітичному центру рейтинги на суб'єкти ринку та отримують разом з цим рекомендації в області соціально-економічної політики й реформування економіки. Внаслідок цього здійснюється диференційна підтримка страхових компаній через укладання договорів. Адже регіональні органи влади та управління також виступають страхувальниками на страховому ринку.

Для зниження загальної величини помилки в оцінці суб'єктів ринку необхідне існування не однієї методики, а системи незалежних методик оцінки фінансової стійкості і складання рейтингу, що безперервно змінюються. Такий підхід може бути реалізований через комплексну систему аналітичних центрів.

Рейтингування повинно постійно модифікуватись відповідно до змін на ринку страхування. Існування методик рейтингування, відкритих для безперервних змін, є об'єктивною необхідністю. Це пов'язано, по-перше, із змінами, що постійно

відбуваються, в законодавстві, податковій системі, практиці фінансово-кредитних інститутів. По-друге, математичні моделі фінансової стійкості безперервно еволюціонують. По-третє, при визначенні рейтингу досить важко уникнути помилок. Помилки першого роду виявляються в завищенні рейтингу компанії, що обмежує інтереси страхувальників. Результатом помилок другого роду є заниження рейтингу компанії щодо об'єктивного, що може істотно підірвати репутацію страховика і зіграти на реальне зниження його показників¹⁴. Отже, навіть теоретично неможлива однозначно задана ідеальна методика оцінки фінансової стійкості. Саме тому вітчизняне суспільство потребує системи аналітичних центрів для об'єктивної оцінки суб'єктів ринку.

Автором даної роботи розроблена власна методика рейтингової системи оцінки страхових компаній України. В основу покладено шкала оцінок, яка складається з 4 груп показників. Основою формування названого рейтингу є загально доступна звітність страховика, додаткова інформація, яка міститься у звітах аудиторів і додатках до бухгалтерський звітності. Кожна група умовно поділена на дві категорії: фінансову та страхову. Загальна кількість показників (у залежності від наявної інформації про діяльність компанії) складає близько 50 показників. Серед наявних показників є як вже загальновідомі показники діяльності, які застосовуються під час фінансово-економічного аналізу, так і розроблені власне автором роботи. Під час рейтингової оцінки автор спробував зробити наголос на відносні фінансові показники (наприклад, наявність значного за величиною власного капіталу при високій частці кон'юнктурних страхових ризиків, ще не є гарантією фінансової стійкості і платоспроможності страхової компанії), які незалежно від абсолютних дають можливість прослідити і порівняти тенденції розвитку і потенціал страховика з різними абсолютними показниками. Повний детальний опис такого підходу і результати рейтингу виходить за рамки даної роботи і буде приведений в наступній публікації.

¹⁴ Браун-Грачева Ю. В. Финансовая устойчивость страховых компаний: комплексная оценка. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Екатеринбург 2001. Уральский государственный экономический университет.

4. Висновки

Укладання договору страхування потребує підвищеної уваги до фінансового стану компанії у зв'язку з тим, що в економіці нашої країни достатньо високий рівень ризиків. Це означає, що фінансова стійкість, платоспроможність та інші характеристики фінансового стану, які побудовані на результатах діагностики з використанням фінансової звітності страхової компанії, мають бути доповнені інформацією про її рейтинг. Фінансовий стан компанії визначає її конкурентоспроможність, потенціал у діловому співробітництві, є гарантом реалізації інтересів для всіх учасників економічних взаємовідносин. Тому фінансовий стан має бути охарактеризований не тільки якісною стороною, але мати також й кількісний вимір. Останнє може бути реалізоване за допомогою рейтингової оцінки фінансового стану, яка базується на теорії фінансового аналізу.

Рейтинг – це метод порівняльної оцінки діяльності декількох підприємств галузі, регіону або конкурентів. В основі рейтингу лежить загальна характеристика компаній за певною системою показників, які відображають їх фінансовий стан. Підсумковий показник рейтингової оцінки відображає результати порівняння страхових компаній за кожним показником фінансового стану з еталонною компанією, яка має найкращі результати. В даному випадку базою відліку є не суб'єктивні міркування експертів або припущення щодо динаміки окремих показників, а найбільш високі результати, які склалися на реальному ринку страхових послуг зі всієї сукупності суб'єктів, що порівнюються. Еталоном для порівняння є найбільш вдалий конкурент, який має найкращі показники.

Таким чином, автором показано необхідність існування незалежного рейтингу на українському ринку страхових послуг. З погляду на це, виконаний відповідний аналіз і приведена схема взаємовідносин між рейтинговим аналітичним центром, суб'єктами ринку і органами контролю. В роботі окреслено нову, розроблену за власною методикою автора, рейтингову систему оцінки страхових компаній України, детальний аналіз і результати якої будуть приведені у наступній публікації.