



Внукова Наталия Николаевна

Профессор кафедры финансов
Харьковского национального экономического
университета, доктор экономических наук
Украина, Харьков, пр.Ленина, 9а, 61001,
8-057-702-18-36,
e-mail: bsbd@rambler.ru

Рейтинговые системы в управлении развитием национального страхового рынка в условиях интеграционных процессов

Конкуренция как один из важнейших показателей развитости экономики влияет на определение сравнительных *позиций* экономических объектов для разработки стратегии развития рынков, в том числе и финансовых, к которым принадлежит страхование.

В современных условиях для проведения сравнительных исследований все чаще используются **рейтинги** (комплексные или интегральные оценки), которые являются источником информации о состоянии и развитии страховых компаний, важным условием эффективного анализа и своеобразным индикатором, который подтверждает эффективность политики управления, особенно в условиях глобализации.

Рейтинговые системы – это многоцелевые инструменты, которые дают возможность проводить анализ в зависимости от поставленной задачи, поэтому выделение 30-50-100 страховых компаний для ранжирования должны указывать цель и задачи проведенного исследования. При выборе показателей желательно, чтобы свойства, применяемые для анализа, были независимыми. Например, один из вариантов ранжирования 50 страховых компаний¹ показал, что такой показатель как *уровень выплат* является функционально зависимым относительно двух других – *суммы страховых платежей и суммы страховых выплат*, также включенных в интегральный показатель, что вызывает кумулятивный эффект либо положительного либо отрицательного свойства для страховой компании.

Для улучшения методики рейтингования желательно весь перечень показателей условно разбивать на группы, например, для страховых компаний: по результатам финансовой и операционной (технологической) деятельности.

Рейтинги, объединяя разносторонние свойства сложных социально-экономических явлений, применяются для диагностики состояния страховых компаний, мониторинга конъюнктуры финансовых рынков, при прогнозировании рисков, в международных и межрегиональных сравнениях, что особенно важно в условиях глобализации.

Агрегирование свойств в рейтинге базируется на так называемой «*теории аддитивной ценности*», в соответствии с которой ценность целого составляет сумму ценностей его составляющих, поэтому проведенное суммирование мест

¹ Мир денег.- 2004.- №10.- С.58-59.

должно адекватно отражает ценность в целом страховой компании. Именно это свойство свертки нельзя нарушать, что в значительной степени связано с выбором показателей (свойств) оценивания.

Рейтинговый метод оценки направлен на учет индивидуальности конкретной ситуации, при этом выбор решения связан с риском. Построенный рейтинг должен учитывать индивидуальные свойства страховых компаний и не усиливать риск при возможном принятии решения пользователем, что способствуют развитию национального страхового рынка.

Это происходит через выявление лидеров и аутсайдеров на основе комплексной информации о состоянии страхового рынка, которая представлена в максимально сжатом виде. Выбранные для оценивания показатели должны давать объективное представление о состоянии экономической системы через оценку, например, платежеспособности страховой компании и ее финансовой устойчивости.

С точки зрения системного подхода, рейтинговая система является иерархической, она позволяет оценить ее элементы по шкале «Лучше, чем другой» на основе не только количественной, но и качественной информации.

Использование в основе рейтинга только результатов ранжирования является недостаточным для классификации выполненного ранжирования как рейтинг, так как **ре(а)нкинг** – это технически упорядоченная по какому-либо линейному показателю информация без какой-либо методики. *Основная его цель* – это получение *суммы цифр* без какого-либо учета индивидуальных особенностей страховых компаний, что дальше превращается в другую сумму цифр, которая *не может* выступить основой анализа.

Для повышения объективности рейтинга предварительно необходимо отобрать такие **показатели**, которые учитывают экономический смысл исследования.

Часто для построения обобщенных оценок успешно используют экспертно-статистические методы. В этом случае при рейтинговании показатели экспертами *отбираются*, и мнения экспертов *проверяются* на согласованность, что свидетельствует о не нарушении *экономического смысла* проведенных расчетов.

Имеющаяся практика показала, что использование рейтинговых систем не привело к существенной трансформации процедур принятия решений пользователями информации, что подтвердило оторванность методик рейтингования от реальной схемы принятия решений. Только прозрачные рейтинги могут быть использованы для принятия каких-либо решений, чтобы снизить влияние существенных недостатков, а также максимально отражать практику работы страховых компаний.

Важно учесть, что при всех преимуществах интегральных показателей, они служат только средством для установления *наличия проблем*. Рейтинги не отвечают на вопрос, а только помогают его правильно сформулировать.

Потребители рейтингов самыми важными критериями точности считают **методику интегрирования показателей**, а также **качество** входной информации, на основе которой он был получен.

При построении рейтингов существует значительное количество методов расчета интегральных показателей. Анализ методов показал, что наиболее приемлемым является «комплексный метод» отклонения от среднего, который был применен Министерством экономики Украины² для построения рейтинга инвестиционной привлекательности территорий, а затем использовался в Методике

² Аналіз інвестиційної привабливості регіону: Лист Міністерства економіки України № 64-26/547 від 22.06.2000.

определения комплексной оценки результатов социально-экономического развития регионов Украины³.

В табл.1 представлена динамика распределения страховых компаний на рынке по величине достигнутого рейтингового числа на основе анализа пяти показателей, которые постоянно публично представляются страховыми компаниями: активы, уставный капитал, страховые резервы, страховые выплаты, страховые платежи. Интервал рейтингового числа находился в пределах от 0 до 1 и был разбит на 5 равномерных интервалов с их характеристикой относительного влияния на развитие национального страхового рынка.

Таблица 1

Распределение страховых компаний в рейтинге по комплексному методу по состоянию их деятельности в 1999 — 2004 гг.

Интервал рейтингового числа, %	Интервал рейтингового числа	Влияние на общее состояние страхового рынка	Количество компаний в группе по годам:			
			1999	2000	2001	2004
0-20	1-0,8	Лидер	1	2	1	1
20-40	0,8-0,6	Сильное влияние	3	1	0	1
40-60	0,6-0,4	Среднее влияние	3	4	2	2
60-80	0,4-0,2	Слабое влияние	83	84	88	77
80-100	0,2-0	Аутсайдер	1	0	0	14

Как видно из табл.1 количество лидеров не увеличивается, при этом относительно низкое развитие рынка в 1999-2001 году в 2004 году не улучшилось, появились 14 аутсайдеров, что свидетельствует о негативных тенденциях. Наиболее важным в рейтинге следует считать его мониторинг, который может выступать индикатором успешного развития страхового рынка.

Причины недоверия рейтингов:

- дефицит достоверной входной информации;
- неправильная методика.
- отсутствие унифицированной системы показателей (желательно, чтобы она была стандартизирована).

Требования к построению рейтингов:

- системность;
- достижение баланса между взаимодействием компаний в системе, а также их взаимоотношений с внешней средой;
- включение в систему обратной связи;
- адекватное отражение **качественных** особенностей развития всей системы.

Установлено, что нельзя выявить преимущества каждого объекта относительно других с сохранением свойства транзитивности, потому что для интерпретации результатов рейтингования необходимо рассмотрение *методики выделения однородных групп*. Часто при проведении оценивания отсутствует доказательство однородности выделенных групп страховых компаний.

Законодательные изменения на рынке рейтингования свидетельствуют о значительном повышении требований к проведению рейтингов⁴, так как на страховом рынке осуществляется не просто интегрирование показателей результатов деятельности страховых компаний, а расчет кредитного рейтинга как условного выражения кредитоспособности объекта рейтингования в целом или

³ Методика визначення комплексної оцінки результатів соціально-економічного розвитку регіонів: Постанова Кабінету Міністрів України № 113 від 04.02.2004 // rada.kiev.gov.ua

⁴ Рекомендації щодо аналізу діяльності страховиків: Розпорядження Держфінпослуг від 17 березня 2005 року № 3755 // Україна-business.- 2005.- №13.- С.13-14.

его отдельного долгового обязательства по национальной шкале кредитных рейтингов.

Особенностью ее внедрения является доверие к ней за счет достоверности формирования набора показателей и применение методов интегрирования, которые не предоставляются публично рейтинговыми агентствами, что повышает риск субъективизма в оценке или может быть простой договоренностью между заказчиком и исполнителем.

Возможные последствия такого рейтингования:

- методика определения рейтингов является интеллектуальной собственностью рейтинговых агентств, что ограничивает возможности создания стандартизованных прозрачных методик рейтингового оценивания;
- методология присвоения рейтингов всех рейтинговых агентств носит исключительно общий характер, что способствует манипуляции управляющих брендами;
- субъекты рейтингования зависимы от рейтинговых агентств, что не способствует объективизации применения рейтинговых показателей;
- формирование управленческих решений на основе необъективных рейтингов используется как инструмента давления на компании.

Условия повышения доверия к рейтингу:

- повышение квалификации сотрудников;
- обеспечение правильности выбора показателей и их достоверности;
- научная обоснованность и публичность методик;
- обязательность проведения мониторинга;
- осуществление оценки рисков;
- высокий уровень государственного надзора за деятельностью рейтинговых агентств;
- повышение обоснованности построения шкал.

Выводы

1. Рейтинги, в том числе кредитные, должны быть максимально объективными и достоверными для публичного представления их в средствах массовой информации.

2. Для повышения их достоверности необходимо:

- формулировать цель построения рейтинга(ов);
- создать банк экспертов для выбора набора показателей (свойств) оценивания страховых компаний под выдвинутую задачу (цель);
- проводить сравнение полученной группы свойств с международными шкалами ;
- повысить прозрачность методики построения рейтинга;
- провести ее апробацию на большой совокупности страховых компаний в динамике;
- организовать проведение широкой дискуссии для установления согласованности мнений экспертов, руководителей страховых компаний, представителей Госфинуслуг Украины по составу показателей и методике оценивания;
- выполнять мониторинг развития национального страхового рынка на основе рейтинговых систем.

3. Не допускать опубликования противоречивых результатов какого-либо оценивания деятельности страховых компаний Украины.