

# Как рейтинги помогают страхователям, вкладчикам и инвесторам?

Каждый из нас является потребителем финансовых услуг. Ежедневно население проводит миллионы транзакций и взаимодействует с банками, страховщиками, компаниями по управлению активами или с торговцами ценными бумагами. Поэтому для всего населения, независимо от возраста и доходов, актуален вопрос о том, как правильно выбрать финансового посредника, которому можно доверить свои вклады, инвестиции или даже риски. Уже более 100 лет во всем мире как рядовые пользователи финансовых услуг, так и профессиональные участники рынка сверяют свой выбор финансовых посредников и эмитентов (организаций, выпустивших собственные ценные бумаги для своего развития – прим. ред.) облигаций для инвестирования с рейтингами рейтинговых агентств.

В Украине рейтинговый бизнес появился в 2003-2004 годах, а о полноценном развитии этого рынка можно говорить начиная с 2010 года. Рынок рейтинговых услуг в Украине развивается уже, по меньшей мере, 3 года в режиме активной конкуренции и прозрачности. Национальные агентства уже успели создать большое количество рейтинговых продуктов, в которых рядовому пользователю часто довольно трудно разобраться. В этой статье я попытаюсь классифицировать существующие в Украине и в мире рейтинги, чтобы пользователь/потребитель этих рейтингов мог ориентироваться в них с пользой для себя и для рынка.



**Андрей Никитин**

Директор РА «Стандарт-Рейтинг»  
Кандидат экономических наук,  
доцент, член Украинского общества  
финансовых аналитиков

Сайт: [www.standard-rating.com](http://www.standard-rating.com)

## Не путайте рейтинги с рэнкингами

Наиболее частой ошибкой пользователей является путание рэнкингов и рейтингов. Многочисленные журналы в Украине и такие регуляторы как НБУ каждый квартал публикуют списки участников рынка, ранжируя их по определенным показателям и создавая тем самым рэнкинг этих участников. В свою очередь, участники рынка часто подхватывают эту информацию, интерпретируя ее как свою победу в той или иной номинации «рейтинга». Компания с самой большой выручкой, банк с самой маленькой прибылью или страховщик с самым боль-

шим размером премий по определенному виду страхования – это не аналитическая, а PR-информация, которая не говорит ровным счетом ни о чем. То есть рэнкинги не отвечают на ключевые вопросы потребителей о том:

- какова надежность банка?
- какова устойчивость страховой компании?
- насколько эффективно управляет своими фондами компания по управлению активами (КУА)?
- насколько надежно вкладывать средства в облигации того или иного эмитента?



По моим наблюдениям, на практике как раз те компании, которые испытывают дефицит в позитивных новостях, в своем PR чаще всего используют такие итоги рэнкингов с тем, чтобы искусственно увеличить число своих достижений.

### Принципы создания рейтингов

Чтобы создать более-менее приличную рейтинговую модель, аналитики агентства должны изучить перечень факторов, которые вызывают реальные банкротства банков, страховщиков и других эмитентов ценных бумаг в разных отраслях экономики. После этого модели «из учебников» преобразуются в реально работающие и проверенные на статистике предыдущих лет модели.

### Наличие модели оценки, проверенной практикой

Прежде чем создавать модель, аналитик должен понимать, какой тип рейтинга будет определяться. На практике применяется несколько видов рейтингов:

- **Кредитный рейтинг** – показывает вероятность того, как заемщик (банк, предприятие, страна) может рассчитаться по своим обязательствам.
- **Рейтинг финансовой устойчивости** – указывает на вероятность прерывания бизнес-процессов в компании с последующим неисполнением своих обязательств. Обычно этот рейтинг определяется для страховых компаний, у которых факт уклонения от исполнения обязательств установить очень трудно.
- **Рейтинг эффективности управления** – как правило, указывает, насколько эффективно управляются инвестиционные фонды управляющей компанией. Обычно при-



сваивается каждому инвестиционному фонду в зависимости от значения набора специальных коэффициентов. На таких рейтингах специализируется рейтинговое агентство Morning Star.

- **Рейтинг корпоративного управления** – показывает, насколько правильно построена система корпоративного управления внутри компании. Как правило, эти рейтинги востребованы теми компаниями, которые прошли листинг (процедуру внесения акций компании в список котируемых на бирже – прим. ред.)
- **Рейтинг надежности инфраструктурного участника рынка** (некоторые агентства называют его инфраструктурным рейтингом) – указывает, насколько участник, ведущий деятельность в качестве субъекта инфраструктуры фондового или финансового рынка, способен справляться со своими обязанностями. Такие рейтинги могут присваиваться как компаниям по управлению активами, так и, например, хранителям (физ. или юр. лицам, осуществляющим хранение ценных бумаг и операции с ними – прим. ред.) В зарубежной практике на таких рейтингах специализируется рейтинговое агентство Fitch и рейтинговое агентство Thomas Murray.

Также модели могут создаваться не под участников рынка, а под конкретные инструменты. Например, кредитный рейтинг может быть присвоен эмиссии облигаций, или агентство может определять рейтинг надежности банковского депозита.

### Регулярность пересмотра рейтинга

Когда определен тип рейтинга, создается модель оценки. На практике, модель может включать от 3 до 50 показателей или факторов оценки. При этом все модели должны предполагать регулярную оценку. Например, законодательством Украины предусмотрена регулярность такой оценки по кредитным рейтингам с интервалом не реже чем 1 раз в 6 месяцев. Однако чем чаще пересматривается оценка, тем лучше.

### Открытость рейтингового процесса

Агентство должно не только раскрывать методологию присвоения рейтинга, но и преимущественно должно публиковать те рейтинги, которые определяет. В отдельных странах существует практика, когда клиент рейтинга оставляет за собой право определить, публиковать или не публиковать данные, сопровождающие присвоенные кредитные рейтинги. Однако отсутствие публичного обоснования кредитного рейтинга – это очень плохой знак как для клиента, так и для рейтингового агентства. По моему мнению, потребитель финансовых услуг должен опасаться использования таких рейтингов.



В целом, следует понимать, что использовать «журнальные рейтинги» для принятия решений, как правило, нельзя. Во всяком случае, Вы не можете рассчитывать, что такие решения будут качественными. Рейтинговое агентство не просто присваивает рейтинг, оно анализирует комплекс отчетности, сравнивает показатели своего клиента со своей моделью и выдает результат, а потом каждый месяц, квартал или каждые полгода пересматривает этот рейтинг.

### Вероятностная природа рейтингов

Когда Вы в своих решениях опираетесь на кредитные или любые другие виды рейтингов, Вы должны помнить о вероятностной природе самих рейтингов. Аналитик, который составляет рейтинговую модель, как правило, оперирует вероятностями. Поэтому если у Вашего банка или страховщика рейтинговая оценка



иаА, Вам следует понимать, что эта оценка не гарантирует отсутствие банкротства, а всего лишь означает, что из 100 банков с таким рейтингом может обанкротиться определенное число.

Из вероятностной природы рейтингов вытекает главное правило их применения: использовать рейтинги можно только на основе портфельного принципа. То есть если Вы вкладываете деньги в банки, ни в коем случае нельзя все деньги вкладывать в один банк, даже имеющий высокий рейтинг иаААА. Для того, чтобы рейтинги защитили Ваши инвестиции или портфель рисков, свои средства необходимо распределять между участниками рынка с высокими рейтингами.

На нашем рынке следует присматриваться не только к значению рейтингов, но и к тому агентству, которым они выданы. Нерегулярное обновление рейтингов, отсутствие детального письменного обоснования рейтинга, наличие у агентства большого количества дефолтов компаний с рейтингами инвестиционного уровня – вот лишь малый перечень признаков, по которым следует отказаться от использования рейтингов такого агентства при принятии решений. Не нужно также бояться задавать агентству вопросы о том, как был определен тот или иной рейтинг.

### Шкала рейтингов

В мировой практике каждое рейтинговое агентство имеет свою собственную шкалу. Однако в постсоветских странах для защиты рынков была введена так называемая национальная шкала. Такая шкала была введена и в Украине. Закреплена она Постановлением Кабинета Министров №665 от 26/04/2007. Данным Постановлением регламентирована шкала долгосрочных кредитных рейтингов от иаD до иаААА. При этом, чем ближе значение рейтинга к иаD, тем Ваш банк, или страховщик, или эмитент облигаций ближе

к дефолту. И наоборот, чем ближе рейтинг к uaAAA, тем компания надежнее. Компаниям, находящимся на инвестиционном уровне рейтинга, могут быть присвоены следующие рейтинговые значения (в порядке снижения надежности): uaAAA, uaAA, uaA, uaBBB. Что касается компаний, находящихся на спекулятивном уровне рейтинга, их рейтинговые показатели следующие (в порядке снижения надежности): uaBB, uaB, uaCCC, uaCC, uaC, uaD. Плюс или минус, фигурирующий в значении рейтинга, означает то, что рейтинг компании несколько лучше или хуже основного уровня рейтинга.

Законодательство Украины не запрещает рейтинговым агентствам работать по своей шкале. Однако если агентство имеет статус уполномоченного рейтингового агентства от Национальной комиссии по ценным бумагам и фондовому рынку (НКЦБФР), оно обязано присваивать обязательные по закону рейтинги по национальной шкале. В целом, унификация шкалы позволила стандартизировать оценки агентств и сделать их сравнимыми.

### Рекомендации по уменьшению рисков с помощью рейтингов

Итак, чтобы обезопасить свои инвестиции, Вам следует придерживаться простых правил:

- не нужно доверять все свои сбережения одному банку или компании;
- когда вкладываете деньги в банки, следите за их кредитными рейтингами. При этом, если Вы консервативный инвестор, вряд ли Вам стоит вкладывать в банки с рейтингом ниже uaA-.

Если Вы выбираете страховщика, то должны помнить, что рейтинги страховых компаний не показывают, насколько быстро они смогут произвести расчет по страховому случаю. Рейтинги страховых компаний, как правило, указывают на вероятность прерывания их бизнес-процессов. Поэтому, чтобы ограничить риски при выборе страховщика, старайтесь выбирать компании с рейтингом не ниже uaBBB+.

end



Клуб Cashflow приглашает вас посетить **тренинг-игру «Cashflow 101»**. Первая часть тренинга представляет собой тематический семинар, а вторая – бизнес-игру «Cashflow 101».

#### Что даст игра «Cashflow 101» ее участникам:

- Служащий по найму узнает, как ему стать финансово независимым;
- Предприниматель узнает, как увеличить масштаб деятельности и прибыли;
- Бизнесмен поймет, как расширить направление деятельности и рынки.

Чтобы уточнить информацию по дате, месту проведения и стоимости тренинга в Черкассах, Ивано-Франковске, Славянске и других городах Украины (клуб работает по всей Украине) позвоните или напишите нам.

Предварительная регистрация на тренинг является обязательной. Чтобы зарегистрироваться и получить ответы на интересующие вас вопросы звоните по телефону: **(096) 7219922, (063) 2202802** или пишите на почту: [victorsss85@gmail.com](mailto:victorsss85@gmail.com)

**В подарок игра на DVD «Cashflow 101+202» на русском языке!!!**

## Ближайшие тренинги клуба Cashflow:

**27.10.13 г. г.Киев «УПРАВЛЕНИЕ ЛИЧНЫМИ ФИНАНСАМИ. ЛИЧНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ ОТЧЕТ. ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ».** ТРЕНИНГ-ИГРА «CASHFLOW 101 и 202».

**10.11.13 г. г.Киев «ВЫСОКОДОХОДНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В БИЗНЕС, НЕДВИЖИМОСТЬ, КУА, БИРЖУ АКЦИЙ».** ТРЕНИНГ-ИГРА «CASHFLOW 101 и 202».

**24.11.13 г. г.Киев «ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОСТАНОВКА ЦЕЛЕЙ».** ТРЕНИНГ-ИГРА «CASHFLOW 101 и 202».

Тренер и ведущий:

**Алексей Половинкин**

Регистрация на семинаре: **11.45 ч.**

Время семинара: **12.00 ч. - 18.00 ч.**

**Адрес:** г. Киев, ул. Народного Ополчения, 1, оф.210. Севастопольская пл., в здании инвестиционной компании «Арт Капитал».

#### Стоимость участия:

Базовый курс (3 тренинга + игра) - 1000 грн.

Базовый курс (3 тренинга) - 800 грн.

Один тренинг (включает игру) - 400 грн.