

ТЕРЕЩЕНКО

Тетяна Євгенівна
tereschenkote@gmail.comк.е.н., доцент, Університет
митної справи та фінансів

УДК 368

МЕТОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ
СИСТЕМ РЕЙТИНГУВАННЯ СТРАХОВИХ
КОМПАНІЙMETHODICAL FEATURES OF BUILDING
THE INSURANCE COMPANIE'S RATING
SYSTEMS

ДОБРОЛЕЖА

Катерина Миколаївна

студент, Університет
митної справи та фінансів

Стаття присвячена аналізу особливостей побудови систем рейтингового оцінювання страхових компаній в Україні. Наведено поняття рейтингової оцінки страхової компанії та визначено законодавчі засади проведення рейтингової оцінки страховиків. Досліджено спільні риси побудови систем рейтингування уповноваженими агентствами та виділено основні недоліки даних систем. Визначено кількісні показники, які застосовуються у методиках рейтингової оцінки страхових компаній та розкрито методи аналізу даних показників. Запропоновано шляхи вдосконалення методології побудови систем рейтингування страховиків в Україні.

Статья посвящена анализу особенностей построения систем рейтингового оценивания страховых компаний в Украине. Приведено понятие рейтинговой оценки страховой компании и определено законодательные основы проведения рейтинговой оценки страховщиков. Исследовано общие черты построения систем рейтингования уполномоченными рейтинговыми агентствами и выделено основные недостатки данных систем. Определено количественные показатели, которые применяются в методиках рейтинговой оценки страховых компаний и раскрыто методы анализа данных показателей. Предложено пути усовершенствования методологии построения систем рейтингования страховщиков в Украине.

The article is devoted to the analysis of features of rating systems of insurance companies construction in Ukraine. The concept of insurance company's rating is given in the article and the legal basis for conducting a rating appraisal of insurers is defined. The common features of building rating systems by the authorized agencies and the main shortcomings of these systems are highlighted here. The quantitative indicators that are used in the methods of rating the insurance companies are defined and the methods of analysis of these indicators are disclosed. The ways of improving the methodology of building rating systems of insurers in Ukraine are offered.

Ключові слова: система рейтингування, рейтингова оцінка, рейтингова методика, рейтингове агентство, показники фінансової надійності, страхова компанія

Ключевые слова: система рейтингования, рейтинговая оценка, рейтинговая методика, рейтинговое агентство, показатели финансовой надежности, страховая компания

Keywords: rating system, rating estimation, rating methodology, rating agency, indicators of financial reliability, insurance company

ВСТУП

На сьогоднішній день проблема фінансової надійності суб'єктів господарювання є однією з ключових, оскільки держава, контрагенти та клієнти мають бути впевнені у стійкості організації та її здатності виконувати взяті на себе зобов'язання. Особливо гостро дане питання стосується страхових компаній, накопичення грошових фондів якими відбувається шляхом отримання страхових внесків від страхувальників. Звідси випливає, що існуючі та потенційні клієнти мають бути впевнені у фінансовій стійкості страхової компанії, а також повинні мати змогу на основі об'єктивної інформації обрати більш надійну

компанію. Це можливо завдяки існуванню такого ефективного інструменту як рейтингова оцінка.

Однак, якщо закордоном інститут рейтингового оцінювання страхових компаній є досить розвиненим, то в Україні існує проблема забезпечення якісного оцінювання діяльності страховиків через недоліки побудови систем рейтингування.

Особливості проведення процедури рейтингування страхових компаній були досліджені у працях таких вітчизняних науковців, як Александрова М.М., Войтович Л.М., Козьменко О.В., Лаврова О.О., Свічкарь В.А., а також Азаренков Г.Ф., Кравчук Г.В., Ткаченко Н.В., Шірінян Л.В. та ін.. Однак механізм

створення пристосованої до сучасного стану економіки системи рейтингування страхових компаній не був розроблений, тому проблема методологічного забезпечення якісної системи рейтингового оцінювання страховиків є відкритою.

МЕТА РОБОТИ полягає у визначенні особливостей побудови методик рейтингового оцінювання страхових компаній в Україні, узагальненні основних методів аналізу показників, що використовуються при побудові систем рейтингування, дослідженні їх недоліків та формулюванні пропозицій щодо вдосконалення методологічних засад рейтингового оцінювання страховиків в Україні.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є оприлюднені дослідження вітчизняних науковців, втілені в наукових працях, матеріали періодичних видань, електронні ресурси мережі Internet та чинні нормативно-правові акти.

Методологічною базою дослідження є загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання економічних процесів: логічного аналізу та синтезу, групування, порівняння, системного підходу.

РЕЗУЛЬТАТИ

Поняття «рейтинг (рейтингова оцінка) страхової компанії» у сучасній економічній літературі має різні означення. На нашу думку, у наступному визначенні втілені основні засади даної економічної категорії: рейтинг страхової компанії – це узагальнюючий та порівняльний показник, який надається вітчизняним або міжнародним рейтинговим агентством чи страховою компанією, що характеризує поточний стан страховика та показує його здатність своєчасно виконати взяті на себе зобов'язання перед контрагентами.

Згідно з розпорядженням Кабінету Міністрів України від 01.04.2004 №208-р «Про схвалення Концепції створення системи рейтингової оцінки регіонів, галузей національної економіки, суб'єктів господарювання» у процесі проведення рейтингової оцінки фінансової установи аналізуються виконання нею фінансових нормативів та показників, що встановлюються законодавством, ефективність управління фінансами та ризиками, а також програми її стратегічного розвитку, інвестиційна політика. Проводиться оцінка торгової марки та гудвілу [1].

Рейтингування страхових компаній в Україні здійснюється спеціалізованими уповноваженими рейтинговими агентствами. Регулювання діяльності рейтингових агентств відбувається відповідно до Закону України «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні» від 30.10.1996 р. №448-96-вр (зі змінами та доповненнями) та нормативно-правових актів Нацкомфінпослуг. Також, страхові компанії можуть створювати власні системи оцінювання, результати рейтингування за якими публікують засоби масової інформації, фінансові агентства тощо.

Лаврова О.О. у своєму дослідженні наголошує на тому, що всі процедури рейтингування уповноваженими агентствами мають певні спільні риси, до яких можна віднести:

1) процедура присвоєння рейтингу здійснюється

на замовлення страховика та на умовах її платності;

2) визначення оцінки відбувається на підставі спеціально розробленої авторської методики, що є інтелектуальною власністю компанії, з урахуванням вимог чинного вітчизняного законодавства та міжнародних стандартів;

3) присвоєний агентством рейтинг не є рекомендацією щодо будь-яких форм кредитування об'єкта чи купівлі або продажу його цінних паперів;

4) присвоєний агентством рейтинг, як і саме агентство, не є гарантом та не несе відповідальності за жодним борговим зобов'язанням об'єкта рейтингування;

5) агентство не проводить аудиту чи інших перевірок інформації і може в разі потреби покладатися на неперевірені фінансові дані. Рівень рейтингової оцінки залежить від якості, однорідності та повноти інформації, що є в розпорядженні рейтингового агентства;

6) рейтингова оцінка може бути змінена, призупинена чи відкликана у випадку появи нової суттєвої інформації, недостатності необхідної інформації для оновлення рейтингу або з інших причин, які агентство вважатиме достатніми для виконання таких заходів;

7) рейтингова оцінка присвоюється на підставі опрацювання великого масиву інформації, яку страхова компанія добровільно надає рейтинговому агентству. Ця інформація повинна відображати основні аспекти діяльності страхової компанії, її фінансово-майнового стану, обсягів та напрямів розміщення страхових резервів, а також результативності діяльності. До того ж, ураховуючи значущість рейтингу для успішності бізнесу страховика, він може надавати рейтинговому агентству додаткову інформацію, вивчення якої сприяє присвоєнню вищого рейтингу, а також відмовлятися від публічного оголошення рейтингової оцінки, з якою він не згодний або яка може нанести збитки його бізнес-інтересам;

8) остаточний рейтинг, який виставляється в буквенному, цифровому або символічному вираженні, є узагальнюючою оцінкою як поточної фінансової надійності (безпеки), так і оцінки галузевих та корпоративних ризиків втрати фінансової стійкості під впливом чинників внутрішнього і зовнішнього середовища, наявності у страховика потенціалу розвитку (розширення поля страхування, власного капіталу, підвищення ефективності управління, фінансової гнучкості тощо) і, як наслідок, підвищення в майбутньому його страхової та інвестиційної привабливості;

9) усі офіційні рейтингові оцінки приводять у відповідність до національної рейтингової шкали [2, с. 155 -157].

Зазначимо, що дані особливості, притаманні сучасним системам рейтингування в Україні, мають ряд недоліків, які пов'язані з тим, що, по-перше, авторська методика уповноважених рейтингових агентств є конфіденційною інформацією, яка не підлягає розкриттю, тому використовувана система показників у методології їх оцінювання може суттєво відрізнятись від науково обґрунтованих показників та їх нормативних значень, обчислених виходячи з сучасного стану економіки України; по-друге, рейтингове

агентство не має повноважень проводити перевірку інформації, наданої страховою компанією, тому достовірність звітних даних залежить від інформаційної відкритості страховика; по-третє, звернення за рейтинговою оцінкою є добровільним, як і її публічне оприлюднення, що впливає на об'єктивність прийняття рішення контрагентів щодо співпраці зі страховою компанією. Також, слід зауважити, що не всі рейтингові агентства проводять оцінку якісних характеристик розвитку страхової компанії, зупиняючись лише на розрахунку кількісних показників фінансової надійності страховика, що також впливає на об'єктивність оцінки ринкової позиції компанії, особливо у довгостроковій перспективі.

Кількісний аналіз компанії проводиться найчастіше на основі обчислення різних показників фінансової стійкості та надійності страховика. Кожна з методик рейтингування має унікальний набір даних показників.

Свічкарь В.А. виділяє головні два показники, які завжди присутні в таблицях рейтингів страхових компаній, – це сума зібраних премій та обсяг виплат (відшкодування) у разі настання страхових випадків. У рейтингових таблицях ці показники розташовують у порядку спадання (від найвищих до найнижчих значень). Крім абсолютних значень суми зібраних премій та обсягу виплат страхової компанії, корисно подивитися також на показник їх співвідношення. Цей показник носить назву «брутто-норма збитковості», а ще його називають «коефіцієнт понесених збитків» чи просто «рівень виплат». Рівень виплат страхової компанії розраховується як відношення суми всіх виплат за конкретний період до суми зібраних премій за цей самий період, помножене на 100 % [3].

Загалом, кількісний аналіз позиції страхової компанії проводять за наступними розділами:

- достатність резервів – оцінка фінансової стійкості страхової компанії, що залежить від достатності власного капіталу та адекватності страхових резервів за прийнятими страховиком на себе зобов'язаннями;

- використання перестраховування аналізується за розміром частки перестраховування в загальному обсязі страхових послуг;

- ліквідність. Високий показник свідчить про здатність компанії платити за своїми зобов'язаннями, тобто про надійність компанії, водночас про пасивність компанії щодо інвестування коштів;

- інвестиційний ризик – найбільш повний аналіз інвестиційного портфеля;

- прибутковість – розгляд загальної ефективності діяльності страхової компанії на основі аналізу її фінансових результатів (фінансовий результат від основної діяльності, від інвестиційної та іншої діяльності). Кінцевий фінансовий результат діяльності страхової компанії – балансовий прибуток чи збиток;

- капіталізація і фінансування – у випадку наявності у відкритому обігу цінних паперів страхової компанії проводиться аналіз їхніх котирувань з метою вивчення рівня капіталізації. Також проводиться аналіз джерел і методів фінансування компа-

нії своєї діяльності [4, с. 8].

Важливими факторами у рейтинговій оцінці страхової компанії є її термін роботи на страховому ринку, її діловий потенціал, історія діяльності, здійснені нею великі страхові виплати, маркетингова політика та рекламна активність, запропоновані страхові тарифи та умови страхування [5, с. 176].

Визначившись зі складом показників, які входять до інтегральної оцінки рейтингу страхової компанії, рейтинговим агентством обирається методика аналізу отриманих показників.

Войтович Л.М. зазначає, що при аналізі фінансової стійкості страховика використовують шість основних видів аналізу:

- 1) горизонтальний (часовий) аналіз – порівняння кожної позиції звітності з попереднім періодом;

- 2) вертикальний (структурний) аналіз – визначення структури фінансових показників з оцінкою впливу різних чинників на кінцевий результат;

- 3) трендовий аналіз – порівняння кожної позиції звітності з попередніми періодами та визначення тренду (за допомогою тренду здійснюється екстраполяція найважливіших фінансових показників на перспективу);

- 4) аналіз відносних показників (коефіцієнтів) – розрахунок співвідношень між окремими позиціями звіту або позиціями різних форм звітності, визначення взаємозв'язків між показниками;

- 5) порівняльний аналіз – внутрішньогосподарський аналіз зведених показників звітності за окремими показниками самого страховика та його дочірніх установ (філій), а також з урахуванням середньогалузевих та середніх показників;

- 6) факторний аналіз – визначення впливу окремих чинників на результативний показник детермінованих або стохастичних (що не мають певного порядку) прийомів дослідження [6, с. 804].

Козьменко О.В. наголошує на тому, що для побудови кількісної рейтингової оцінки використовуються однофакторні або багатфакторні методики («Z-аналіз» (модель Альтмана), метод коефіцієнтів, метод адитивного згортання, метод експрес-оцінки, методика CAMEL, метод прикладного статистичного аналізу, модель факторного аналізу) та імовірнісний підхід [4, с. 14].

Лаврова О.О. пропонує інтегральне оцінювання стану та перспектив розвитку страховика на підставі перелічених показників здійснювати за однією з таких методик:

1. Порівняльна. Оцінка стану страхової компанії та перспектив її розвитку проводиться шляхом порівняння ряду показників із показниками інших компаній, нормативними значеннями та середніми показниками галузі. Кількісний показник рейтингу визначається найчастіше шляхом ранжування компаній за обраними параметрами. Ця методика унеможливає врахування значної кількості факторів у зв'язку з їх непорівнюваністю.

2. Середньозважена. Така методика передбачає використання елементів попередньої, але з можливістю розширення спектру аналізованих критеріїв та приведення їх до порівнюваних значень шляхом окремої попередньої оцінки. Тобто аналізовані показ-

ники доцільно поділити на певні блоки (наприклад, показники фінансово-майнового стану, платоспроможності, стану на ринку), оцінити рейтинг компанії (або кількох) у кожному блоці окремо, а потім розрахувати усереднену оцінку за такою формулою:

$$P = \sum_{i=1}^n \frac{Зоп_{ij} \cdot Оп_{ij}}{ОПсер_{ij}}$$

де P – рейтинг страхової компанії;

n – кількість аналізованих компаній;

$Зоп_{ij}$ – значимість оцінки певного показника;

$Оп_{ij}$ – оцінка певного показника конкретної компанії;

$ОПсер_{ij}$ – середнє значення оцінки певного показника всієї сукупності аналізованих компаній.

Таким чином, постає необхідність розробки таблиці поправочних коефіцієнтів – показників значимості оцінки певних блоків.

3. Елементарного ранжування. Передбачає виконання елементарних дій за таким алгоритмом: визначення індивідуального рангу (місця) страховиків за окремими показниками оцінки розвитку (за критерієм максимізації показника оцінювання); визначення суми рангів (місць) за всіма показниками оцінки розвитку; ранжування страхових компаній у порядку зменшення узагальнюючого рангу. Критерієм оцінки найкращої страхової компанії за ступенем розвитку є мінімальне значення узагальнюючого рангу.

4. Гармонізованої оцінки. Така методика передбачає порівняння показників не лише на певний конкретний момент часу, а й у динаміці, з урахуванням темпів їх приросту. Ранжування темпових показників для отримання узагальнюючої оцінки відбувається з урахуванням досягнутої позиції страхової компанії в загальному обсязі відповідного показника для аналізованої сукупності. Доцільність такого підходу обумовлюється тим, що чим більший обсяг має певний показник, тим складніше забезпечити його збільшення. Для визначення інтегрального показника оцінки страхової компанії доцільно використати попередньо описану методику [2, с. 158 -159].

У методології присвоєння рейтингових оцінок страховим компаніям обов'язковим етапом є проведення постійного контролю рейтингу, тобто здійснення моніторингу за факторами зовнішнього та внутрішнього середовища, які можуть вплинути на надану рейтингову оцінку.

Таким чином, на основі проведеного дослідження можна сформулювати такі пропозиції щодо вдосконалення методології побудови систем рейтингування в Україні:

- здійснення розробки уніфікованої системи показників якісного та кількісного аналізу страхової компанії та визначити їх граничні значення, виходячи з сучасного стану розвитку фінансового ринку України;
- здійснення регулювання інформаційної

відкритості страхових компаній, задля унеможливлення надання ними недостовірної інформації рейтинговим агентствам;

– запровадження обов'язкового проходження процедури рейтингової оцінки за законодавчо затвердженою системою рейтингового оцінювання страхових компаній.

ВИСНОВКИ

Побудова системи рейтингування є досить трудомним, у методологічному плані, процесом і включає в себе велику кількість показників кількісного та якісного характеру й може будуватися на основі різних економетричних моделей та методів, однак точність оцінки цілком залежить від вихідних даних, наданих страховою компанією, тому відповідальність за правильність складеного рейтингу залежить як від добросовісності компанії, так і від професіоналізму рейтингових агентств.

Подальшого дослідження потребує механізм створення уніфікованої та адаптованої до сучасного стану національної економіки системи рейтингування страхових компаній, яка б затверджувалася на законодавчому рівні, була обов'язковою до використання, а її методологія була відкритою та включала в себе аналіз якісних показників розвитку компанії.

Список використаних джерел

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції створення системи рейтингової оцінки регіонів, галузей національної економіки, суб'єктів господарювання»: Розпорядження від 01.04.2004 №208-р // База даних «Законодавство України» / ВР України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/208-2004-p>.
2. Лаврова О.О. Бухгалтерська фінансова звітність про страхову діяльність суб'єктів господарювання [Текст]: дис. на здобуття наукового ступеня канд. екон. наук: 08.00.09 / Лаврова Олена Олексіївна. – Черкаси, 2016. – 337 с.
3. Свічкарь В.А. Маркетингові підходи у рейтингуванні страхових компаній [Текст] / В.А. Свічкарь, Л.Ф. Нелень // Ефективна економіка. - 2014. - №12. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3621>.
4. Козьменко О.В. Рейтингування страхових компаній і розрахунок страхових тарифів на базі використання економіко-математичних методів [Електронний ресурс]: монографія. – Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/handle/123456789/32>.
5. Александрова М.М. Страхування [Текст]: навчально-методичний посібник / М.М. Александрова. – К. : ЦУЛ, 2002. – 208 с.
6. Войтович Л.М. Рейтингова оцінка страхових компаній в Україні: сутність та особливості [Текст] / Л.М. Войтович // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Випуск 4. – С. 801-805.