

РАЗДЕЛ VI. РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА

УДК 336.71.078.3

ОСОБЕННОСТИ БАНКОВСКИХ РЕЙТИНГОВЫХ ОЦЕНОК

Е. Б. Никитина, к. экон. наук, доц. кафедры учета, аудита и экономического анализа

ГОУ ВПО «Пермский государственный университет», 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15

Электронный адрес: enika11@yandex.ru

В статье рассмотрены виды рейтинговых оценок банков и их применение в России и за рубежом. Выделены особенности различных рейтингов для получения окончательных аналитических оценок.

Ключевые слова: рейтинговая оценка банков; рэнкинг; дистанционный рейтинг; индивидуальный рейтинг.

Роль рейтинговых агентств как институтов, подкрепляющих организацию кредитного процесса, является важной и уникальной. Услуги рейтинговых агентств значительно упрощают и унифицируют процедуру определения кредитного риска, которая иначе требовала бы большей индивидуальной работы в каждом случае, и позволяют инвесторам в зависимости от их целей оперативно ориентироваться на финансовых рынках. Услуги рейтинговых агентств способствуют ускорению оборота капитала на финансовых рынках.

Любой рейтинг имеет в конечном счете практическую направленность. Многие банки, которые получили рейтинги, отмечают пользу рейтинга для понимания своих собственных действий. Оценка извне помогает глубже проанализировать сильные и слабые стороны банка. Возможно, руководство не всегда согласно с мнением аналитиков, но само видение того, как аналитики пришли к некоему заключению о месте банка в общей иерархии банковской системы, имеет существенное значение для выработки дальнейшей банковской политики [6, с.20]

Цель статьи – выделить виды рейтинговой оценки и определить их особенности для получения окончательных рейтинговых оценок.

Первые национальные рейтинговые агентства в России начали появляться сразу после того, как в результате приватизации начал формироваться финансовый рынок. Их развитие было достаточно успешным в связи активизацией финансового рынка, довольно

крупными объемами торгов на фондовых рынках. Значение рейтинговой деятельности было признано на государственном уровне: Президент РФ даже издал специальный указ о необходимости развития рейтинговой деятельности. Резкое снижение инвестиционной активности после кризиса 1998 г. привело к уменьшению спроса на информацию о российских компаниях и ценных бумагах. Многие из существовавших до кризиса известных рейтинговых агентств прекратили рейтинговую деятельность. Рейтинги до кризиса были мало похожи на кредитные рейтинги в классическом смысле (за исключением немногочисленных кредитных рейтингов, присвоенных международными агентствами). В большинстве случаев это были оценки, более близкие к рэнкингам или дистанционным рейтингам (на основе публичной информации о компании), с небольшим набором оцениваемых показателей.

Рейтинговая культура в классическом смысле начала формироваться в России лишь после кризиса, с началом реального экономического роста и роста рынка ссудных капиталов. Лишь в этот период для российских компаний стали приобретать реальное значение такие понятия, как "качество корпоративного управления", "информационная прозрачность", "репутация компании". Эмитенты долговых ценных бумаг и другие активные заемщики стали всерьез задумываться о формировании позитивной кредитной истории с целью улучшения условий финансирования в будущем (в том числе с целью привлечения в будущем средств иностранных инвесторов).

В методологическом плане следует выделить три основных подхода к построению комплексных рейтинговых оценок в зависимости от используемых технологий расчета:

- 1) рэнкинг;
- 2) дистанционный (неконтактный) рейтинг;
- 3) индивидуальный (контактный) рейтинг.

Рэнкинг банков – это перечень банков, упорядоченный по ряду признаков, т. е. банки ранжируются по убыванию величины показателя, по которому велось ранжирование [5]. В зависимости от задачи или направленности профессиональных интересов можно составить исходный список по интересующему ранжирующему показателю, например, от размеров кредитного портфеля до количества банкоматов у банков, и др. В рэнкингах банки обычно ранжируются по количественным (абсолютным) показателям. Так, журнал *The Banker* входит в группу *Financial Times* публикует топ-1000 крупнейших банков мира. Ежегодный рэнкинг журнал составляет с 1970 г., рэнкинг в нынешнем виде публикует с 1989 г. Чтобы попасть в него, нужно прислать в журнал специальную анкету и отчет о прибылях и убытках по МСФО за предыдущий год. Список составляется по методике Базельского банка международных расчетов, где основным критерием является капитал первого уровня (уставный фонд плюс нераспределенная прибыль).

Интерфакс-Центр экономического анализа уже более 10 лет рассчитывает и публикует свои статистико-аналитические обзоры в ежеквартальном списке банков «Интерфакс-100», по активам-нетто, собственному капиталу банков и другим показателям на основе оригинальной методики, отличной от методик Центрального банка. Источником данных для расчета показателей списка «Интерфакс-100» являются формы отчетности 101 (оборотная-сальдовая ведомость) и 102 (Отчет о прибылях и убытках), они публикуются на сайте Центрального банка.

Дистанционный (неконтактный) рейтинг базируется на финансовых показателях, полученных путем анализа публикуемой финансовой отчетности банков. Как правило, это определение соотношений между различными показателями, на основе которых вычисляется итоговый рейтинг, который считается адекватным отражением степени надежности банка. Дистанционный рейтинг является относительным, т. к. позиция финансовой устойчивости кредитной организации в той или иной группе определяется не только значением многофакторного показателя,

но и положением других банков в категории. Другими словами, если даже нет негативной динамики у конкретного банка, его позиция в категории может измениться в том случае, если у множества других банков повысятся значения основных финансовых показателей и их многофакторные показатели текущей финансовой устойчивости улучшатся по сравнению с прошлыми рейтингами. Например, журнал «Финанс» публикует дистанционные рейтинги банков. По мнению профессионального сообщества и финансовых регуляторов различных стран мира, дистанционные рейтинги неадекватно оценивают риски и поэтому не должны использоваться в целях регулирования. Если рейтинг выставляется «дистанционно», без доступа к закрытой информации, то риски могут быть оценены менее точно, что впоследствии может привести к финансовым затруднениям участников рынка, доверившихся банку с «дистанционным» рейтингом [2].

Индивидуальная экспертная оценка дается специалистами на основе их опыта и квалификации по всей имеющейся информации и на основе анализа количественной и качественной информации [7]. Естественно, что использование индивидуального экспертного подхода к построению рейтингов позволяет при определенных условиях выявить все нюансы и учесть неколичественную информацию, что в конечном итоге позволит дать адекватную оценку сложившейся ситуации. Присвоение индивидуального рейтинга требует более полной информации, компетентности и согласованности экспертов, хорошей организации работы группы экспертов, адекватных оценочных систем и технологии проведения экспертиз и методов обработки информации.

Считается, что именно рейтинговое агентство может оценить риски лучше рынка. Здесь в первую очередь значимость для оценки приобретает полнота информации. Рейтинговое агентство по сути является инсайдером. Адекватность оценок базируется на том, что рейтинговые агентства имеют доступ к конфиденциальной информации заемщика в рамках специального договора с ним. Заемщик раскрывает агентству гораздо больше информации, чем доступно у него на сайте и в Интернете. Кроме того, процесс построения индивидуального рейтинга в тесном контакте с эмитентом позволяет выявить не только количественные параметры кредитоспособности, но и качественные – например, как устроена система управления ликвидностью (это не совсем то же, что простой подсчет коэффициентов или гэпов).

Многие специалисты отмечают важнейшую функцию рейтингового агентства - раскрытие информации. Когда Альфа-банк не раскрывал структуру собственности, все ссылались на данные отчета *Standard & Poor's* [1]. Таким образом, агентство выполняло важнейшую функцию по раскрытию информации, которую сам эмитент не раскрывал. Индивидуальный рейтинг должен сочетаться с раскрытием информации. На его основе должен быть представлен специализированный рейтинговый отчет, который кредитор мог бы прочитать для получения необходимой информации об эмитенте. Рейтинговые агентства должны выполнять функции публикации таких отчетов, а не просто заниматься рассылкой пресс-релизов с информацией о том, что был присвоен тот или иной кредитный рейтинг. В этом смысле далеко не все национальные рейтинговые агентства могут похвастаться тем, что пишут что-либо кроме кратких пресс-релизов о присвоении кредитного рейтинга. Это, конечно, значительно сокращает сроки работы над рейтингом, что очень важно для клиентов, которым рейтинг был нужен "вчера", но вряд ли это способствует высокому качеству работы.

На рынке выделяют национальные и международные рейтинговые агентства.

В России уже действуют национальные агентства (см. табл. 1), которые начали создаваться в 1997 г., с агентства *Эксперт РА*, учрежденного одноименным деловым журналом, и рейтингового агентства *Интерфакс*. Министерство финансов России на конец 2008 г. аккредитовало четыре агентства: *Национальное рейтинговое агентство*, *AK&M*, *Рус-Рейтинг* и уже упомянутое *Эксперт РА*. По оценкам Национальной фондовой ассоциации в нашей стране было заявлено о создании около сорока рейтинговых агентств, однако сейчас действуют не более десяти, а международным нормам соответствуют, возможно, не более одного-двух [3]. Кроме того, следует иметь в виду, что рейтинги — необязательно прерогатива специализированных агентств. Оценки, которые дают *Economist Intelligence Unit*, *Institutional Investor* и *Euromoney*, также являются рейтингами, хотя официально и непризнанными. Рейтинги могут присваивать и информационные агентства, и аналитические центры, и редакции деловых изданий, и любые другие учреждения, обладающие необходимыми методиками.

Таблица 1

Аккредитованные российские рейтинговые агентства

Рейтинговые агентства:	Год создания	Сайт в Интернете	Сегмент рынка	Кол-во рейтингов банков	
				2008 г.	2011 г.
Эксперт РА	1997	raexpert.ru	банки, компании, регионы, облигационные займы, страховые компании, лизинговые компании, ПИФы, НПФ, управляющие компании, риск-менеджмент банков, гарантийное покрытие, микрофинансовые институты	39	101
Национальное рейтинговое агентство	2000	ra-national.ru	банки, инвестиционные компании, УК, небанковские кредитные организации, предприятия нефинансового сектора, эмитенты, страховые компании, НПФ, регионы, страновые рейтинги, рейтинги регистраторов	20	71
Рус-Рейтинг	2001	rusrating.ru	банки, промышленные предприятия, лизинговые компании	44	47
AK&M	2005	akmrating.ru	банки, регионы, предприятия, инвестиционные компании, облигационные займы, отрасли промышленности, сервисные агенты	20	43

Среди международных рейтинговых агентств наиболее авторитетными и известными считаются агентства *Fitch IBCA*, *Moody's* и *Standard & Poor's*. Эти агентства

рассчитывают большое количество рейтингов, важнейшими из которых являются международные кредитные и инвестиционные рейтинги (краткосрочные и долгосрочные),

описывающие ситуацию в области корпоративных и государственных финансов. Рассчитываются также специфические рейтинги (для таких сфер, как страхование, недвижимость, вложения во взаимные фонды и т.п.).

Российские рейтинговые агентства (впрочем, как и международные) можно разделить на два основных типа: это универсальные и специализированные агентства [4]. Универсальные рейтинговые агентства выставляют рейтинги различным компаниям как финансового сектора, так и других отраслей, и помимо этого выпускают ряд других информационно-аналитических продуктов. К числу таких агентств относятся *Эксперт РА*, *Moody's-Интерфакс*, российские подразделения международных агентств. Специализированные агентства анализируют определенный сегмент (например банковский рынок) и выставляют рейтинги участникам данного рынка (примеры - *НАУФОР*, *РусРейтинг*, *AK&M*).

Национальные рейтинговые агентства часто строят свои рейтинги на основе анализа публичной информации, поэтому их трудно отнести к классическим кредитным рейтингам (*РусРейтинг*). Рейтинги на общедоступной информации бесплатны, рассчитаны на завоевание доверия рынка. В мировой практике нередки случаи именно такого подхода к оценке финансовой устойчивости. Международная организация комиссий по ценным бумагам называет такие рейтинги «unsolicited ratings», т. е. рейтинги, которые присваиваются агентствами без формального заказа со стороны эмитента или заемщика. В подобных случаях не предполагается оплата за присвоение рейтинга и не предусмотрены встречи или обмен информацией между агентством и клиентом.

Кроме того, можно предположить, что безвозмездные рейтинги окажутся более консервативными, а значит, и более надежными для инвесторов и кредиторов. В Национальном банке Бельгии пришли к выводу, что безвозмездные рейтинги на основе публичной информации не уступают официальным и даже более осторожны. Вопрос, насколько рейтинг, выставленный на основании публичной информации, объективен и качествен, остается спорным. Международные агентства настаивают на том, что доступ к внутренней информации обеспечивает на порядок более высокое качество кредитного анализа. Однако если это так, то традиционный анализ облигаций и акций эмитентов, который производится тысячами инвесторов, исходя из публичной информации, теряет всякий смысл. В октябре 2008 г. Исследовательский институт Центрального банка Финляндии обнародовал результаты анализа, согласно которому модели

рейтингов, полагающиеся только на общедоступную информацию, имеют столь же хорошую оценку [3].

В конечном счете безвозмездные рейтинги позволяют:

- охватить широкий круг эмитентов и заемщиков, которые сами не желают приобрести рейтинг или не могут (или не хотят) за него платить;

- избежать rating shopping, когда эмитенты и заемщики заказывают дополнительные рейтинги в ожидании улучшения текущего рейтинга;

- стимулировать конкуренцию среди агентств (и больших, и маленьких), а также нарушить олигополию *Moody's*, *S&P* и *Fitch*.

На языке крупнейших агентств «unsolicited ratings» называются по-разному: «rating was initiated by agency» (*Moody's*), «initiated» или «shadow» (*Fitch*). Международные агентства сами активно прибегают к назначению безвозмездных рейтингов, чтобы привлечь новых клиентов и завоевывать рынок, особенно в Африке, Южной Америке и Азии. В 2001 г. в экономически развитых странах доля безвозмездных рейтингов у *S&P* достигала 6%, а у *Fitch* — 27% в общем числе присвоенных рейтингов. С 2001 г. *Moody's* заявило, что прекращает назначать безвозмездные рейтинги в Европе, а *S&P* — за пределами США.

Международные агентства, несмотря на многочисленную критику их деятельности, десятилетиями отработывали модели оценки эмитентов и заемщиков. В то же время отечественные методики рейтингования подготовлены российскими специалистами, глубоко понимающими особенности отечественного бизнеса. В отличие от зарубежных, их методики не носят формального характера. Кроме того, российские агентства заинтересованы в развитии местного финансового рынка и экономики страны, частью которой они являются. И все же статистическая выборка по России мала, модели недостаточно отработаны и нет уверенности в том, что в кризисной ситуации их результаты не окажутся плохими.

Крупнейшие международные агентства обладают огромным штатом экспертов, тратят большие деньги на исследования, их аналитическая мощь на порядок выше. Например, численность сотрудников *S&P* — около 8,5 тыс. человек, *Fitch Ratings* — 2,2 тыс., *Moody's* — 3,6 тыс., из них 1,2 тыс. аналитиков. Самое большое из российских агентств — *Эксперт РА* имеет в штате более 60 специалистов, из которых лишь 20 работают в департаменте рейтингов финансовых институтов. В других агентствах занято еще

меньше сотрудников. Информация об отечественных агентствах полностью закрыта, и можно опасаться, что их штат состоит из двух-трех экспертов, генерального директора и главного бухгалтера. Могут ли подобные агентства претендовать на оценку корпораций и

банков, чьи обязательства исчисляются миллиардами рублей? Каковы вероятные потери, если квалификация экспертов миниатюрных агентств и качество их анализа окажутся не на высоте?

Таблица 2

Характеристика видов рейтинговых оценок

Характеристика	Вид рейтинга		
	Рэнкинг	Дистанционный	Индивидуальный
Используемая информация	Открытая	Открытая	Открытая, закрытая
Используемые показатели	Количественные	Преимущественно количественные, качественные	Преимущественно качественные, количественные
Объективность оценки	Объективные	Субъективные	Субъективные и объективные
Направленность оценки	Узкая направленность, ранжирование по количественным показателям	Направленность шире, определение относительной финансовой устойчивости	Комплексная оценка, определение финансовой надежности
Относительность оценки	Ранг не зависит от позиций других банков	Ранг зависит от позиций других банков	Ранг не зависит от позиций других банков
Сроки работы над рейтингом	Короткие	Незначительные сроки	Значительные сроки
Количество банков в рейтинге	Неограниченное	Неограниченное	Ограниченное
Период пересмотра	Часто (1 раз в квартал)	Часто (1 раз в квартал)	Нечасто, зависит от банка
Возможность для регулирования	Не предназначены для регулирования	Не предназначены для регулирования	Возможно регулирование
Платность	Бесплатные	Бесплатные	Платные
Заинтересованность заказчика в рейтинге	Общая заинтересованность	Общая заинтересованность	Непосредственная заинтересованность

Итак, на основе вышесказанного можно сделать следующие выводы:

1. В практике рейтинговой оценки можно выделить три вида самостоятельных рейтинговых оценок: рэнкинги, дистанционные рейтинги, индивидуальные рейтинги.

2. Все перечисленные виды рейтингов как окончательные оценочные продукты имеют собственные предназначения и особенности (см. табл.2).

Рассмотренные виды самостоятельных рейтинговых оценок имеют свои особенности и свое предназначение, которые должны учитывать пользователи рейтинга.

Индивидуальный рейтинг присваивается с учетом дистанционного рейтинга, рэнкинга. Первоначальное построение оценочной системы проводится на основе количественных показателей, далее может определяться относительная финансовая устойчивость банков, которая корректируется с учетом более подробной информации о банках.

Те участники рынка, которые в своей деятельности используют дистанционные рейтинговые оценки, должны помнить, что это будет приближенная, не полная оценка банков.

Список литературы

1. Матовников М. Ю. Анализ последних признания национальных рейтинговых агентств. URL: <http://www.arfi.ru/files/1152/m.matovnikov.pdf> (дата обращения: 17.12.2010).

2. Матовников М. Ю. Как уполномочивать рейтинговые агентства для оценки кредитоспособности банков // Деньги и кредит. 2008. № 12. С. 22-25.

3. Мусеев С. Регулирование деятельности рейтинговых агентств на национальном рынке // Вопросы экономики. 2009. № 2. С. 39-50.

4. *Самиев П.* Рейтинговые агентства в России. URL://www.dv-reclama.ru (дата обращения: 10.04.2011).

5. *Сидоренков М. А.* Методологические основы формирования банковских рейтингов. URL: [www.cfin.ru / finanalysis/bank_ratings.shtml](http://www.cfin.ru/finanalysis/bank_ratings.shtml) (дата обращения: 29. 04. 2011).

6. *Шешукова Т. Г.*, Кац Е. Б. Рейтинговая оценка финансового состояния

коммерческих банков / Зап.-Урал. ин-т экономики и права, Пермь, 2001. 190 с.

7. *Шешукова Т.Г.*, Пономарева С.В. Адаптационная методика оценки финансовых инструментов по справедливой и амортизационной стоимости в соответствии с требованиями МСФО // Вестн. Пермского ун-та. Сер. Экономика. Вып. 2 (9) 2011. С. 86-92.