

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ПРОЕКТ

Ассоциации развития финансовых коммуникаций
и отношений с инвесторами (НОА «АРФИ»)

**«Цивилизованный рынок рейтинговых услуг
в Российской Федерации: конкурентоспособность,
антикризисные тренды, прогнозы развития
и перспективы сотрудничества»**

Предварительные
результаты первого этапа исследования
Комитета по рейтингам
НОА «АРФИ»

29 апреля 2009 г.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ ДЛЯ СПИСКА ЛИТЕРАТУРЫ

Зимин В.А. Цивилизованный рынок рейтинговых услуг в Российской Федерации: конкурентоспособность, антикризисные тренды, прогнозы развития и перспективы сотрудничества. Исследовательский проект НОА «АРФИ» // Круглый стол «День рождения IR-профессии. Новое в раскрытии информации»: Тезисы докладов. Москва, 29 апреля 2009 г. – М.: НОА «АРФИ», 2009.

- **Руководитель исследования:**
- **Зимин Виктор Алексеевич** - генеральный директор Экспертно-аналитической и информационно-рейтинговой компании «ЮНИПРАВЭКС», председатель Комитета по рейтингам Ассоциации распространителей финансово-экономической информации (НОА «АРФИ»)
- **Состав исследовательской группы:**
- члены Комитета по рейтингам Ассоциации распространителей финансово-экономической информации (НОА «АРФИ»);
- аналитики, эксперты, специалисты

- **Цель проекта** – участие в формировании цивилизованного рынка рейтинговых услуг, создание условий для добросовестной конкуренции на рынке рейтинговых услуг, развитие эффективной системы делового сотрудничества с рейтинговыми агентствами, утверждение в рейтинговом процессе сочетания принципа глобального подхода с пониманием местных особенностей и реальных условий ведения бизнеса на территории Российской Федерации, в строгом соответствии с законами и нормативными правовыми актами

- **Объект исследования** – рейтинговая деятельность, осуществляемая рейтинговыми агентствами на территории Российской Федерации
- **Предмет исследования:**
 - законодательные и нормативные правовые акты, регулирующие рейтинговую деятельность;
 - центры рейтинговой активности и рейтинговые кластеры;
 - конкурентоспособность, антикризисные тренды и прогнозные сценарии развития российского и международного рынков рейтинговых услуг

- **Единицы наблюдения/выборка:**
- **рейтинговые агентства;**
- **регуляторы рынка, представляющие государственные органы законодательной, исполнительной и судебной властей;**
- **клиенты рейтинговых агентств;**
- **потребители рейтинговой информации из базовых отраслей и инвестиционных секторов экономики;**
- **независимые эксперты рынка бизнес-услуг, в т.ч. аудиторские, оценочные, консалтинговые организации**

- **Период/режим проведения исследования**
Исследование проводилось в режиме мониторинга в виде полужформализованных интервью, а также открытого и закрытого анкетирования:
с 1 по 28 апреля 2009 г.
- **Методы исследования:**
- кабинетные исследования – сбор и анализ информации, поступающей в режиме мониторинга;
- полевые исследования – опросы руководителей, специалистов, представителей рейтинговых агентств, клиентов рейтинговых агентств, потребителей рейтинговой информации, аудиторских, оценочных консалтинговых организаций

- **Предварительные результаты исследования:**
- по итогам первого этапа исследования все полученные данные были сгруппированы по базовым рейтинговым кластерам
- представленные в данной презентации обобщенные сведения отражают сложность и многомерность рейтинговой деятельности как неотъемлемой части глобальной системы финансовых коммуникаций, направленных на формирование цивилизованной среды для развития инвестиционных процессов, определения статуса надежности объектов вложения капитала для привлечения инвестиций

**Анализ
рейтинговых продуктов/услуг,
представленных на рынке.
Специализация рейтинговых услуг**

Миссии рейтинговых агентств (выборочно):

- Повышение уровня защиты инвесторов, повышение информационной прозрачности экономики в целом и финансового рынка, а также обеспечение регулирующих органов и инвесторов объективными оценками качества активов
- <...>
- Содействие формированию прозрачной (транспарентной) и конкурентной среды на российском финансовом рынке и рынке рейтинговых услуг, участие в процессе развития национальных рейтинговых агентств, обеспечение потребителей качественными рейтинговыми услугами
- <...>
- Объективная оценка экологической, энергетической и экономической эффективности деятельности предприятий, компаний и регионов
- <...>
- Способствовать совершенству в управленческом консультировании и развивать профессиональную инфраструктуру для обеспечения качества консультационных услуг во всех сферах деятельности общества
- <...>

Основные виды деятельности рейтинговых агентств (в общей постановке):

- присвоение рейтингов различным объектам (юридическим лицам или группе юридических лиц, органам федеральной, субфедеральной или муниципальной власти и (или) финансовым активам и/или отдельным их категориям);
- составление рейтингов, позиционирующих компании и регионы;
- присвоение банкам рейтинга финансовой устойчивости и кредитоспособности, который подлежит подтверждению каждые 3 месяца, при присвоении рейтинга делается его прогноз в краткосрочной перспективе (позитивный, стабильный, негативный);
- рейтингование предприятий и анализ деятельности предприятий различного профиля и различного масштаба, работающих на российско-германском рынке или собирающихся работать с российским бизнесом в рамках совместного партнерства, или как иностранных предприятий, работающих на территории Российской Федерации;
- рейтинговая оценка экологического воздействия (экологической эффективности), энергоэффективности и экономической эффективности предприятий и компаний, оценка экологического воздействия хозяйства регионов на окружающую среду;
- присвоение рейтингов финансовой устойчивости стран <...>

Основные виды деятельности рейтинговых агентств (в общей постановке):

- <...>
- составление обзоров состояния банковского сектора и экономики России;
- анализ тенденций в мировой экономике;
- проведение комплексных аналитических исследований;
- проведение международного рейтингового мониторинга
- <...>

Специализация по видам рейтинговых услуг (выборочно):

- Рейтинг финансовой устойчивости стран
- Рейтинги эффективности международных инвестиций:
 - Рейтинг участия в международном бизнесе
 - Рейтинг признания страновой особенности партнера
 - Рейтинг долгосрочности проектов сотрудничества
 - Рейтинг повторяемости международных инвестиционных проектов
- Рейтинги субъектов федерации и муниципальных образований РФ
- Рейтинг финансовой устойчивости и кредитоспособности банков
- Рейтинг финансовых активов
- Рейтинг финансовых институтов (банков, инвестиционных компаний, управляющих компаний)
- <...>

Специализация по видам рейтинговых услуг (выборочно):

- **Рейтинги корпоративного управления:**
 - **Рейтинги соблюдения законов участниками (стремление к выработке
взаимоприемлемых правил (законов) и их соблюдение)**
 - **Рейтинги взаимного соблюдения интересов партнеров**
 - **Инновационные рейтинги (рейтинги принятия инновационных предложений от сотрудников)**
 - **Рейтинги лояльности к иностранным сотрудникам (Рейтинги признания образования/
иностранного опыта сотрудников)**
<...>
- **Рейтинги предприятий всех отраслей экономики (по ОКВЭД) <...>**

Проблемы авторского права в рейтинговой деятельности

Рейтинговые методики

- Методология зарегистрирована как база данных [подтверждено свидетельством о регистрации]
- <...>
- Авторство методики принадлежит рейтинговому агентству <...> [сведения о регистрации отсутствуют]
- <...>
- Методика разработана <...> [указаны Ф.И.О.], не зарегистрирована
- <...>
- Автор методологии <...> [указаны Ф.И.О.], не зарегистрирована, т.к. ее регистрация на данном этапе не предусматривается: методология распространяется как публичный общественно значимый продукт в России и других странах при поддержке Всемирного Банка и международных экологических организаций
- <...>

Клиенты рейтинговых агентств о рейтинговых методиках

- Мы были ознакомлены заранее с методологией рейтинга, но кто является ее автором **не знаем**
- зарегистрирована ли она на территории Российской Федерации (или на территории другого государства) - **НЕИЗВЕСТНО**
- причина, по которой данная информация о регистрации не была представлена: **репутация данного международного рейтингового агентства не вызывает сомнений**
- причина, по которой данная информация о регистрации не была представлена: **очевидно, это закрытая информация**
- Полную информацию получили с сайта российского рейтингового агентства

Юридические коллизии, связанные с регистрацией рейтинговых методик

Выводы

1. Подавляющее большинство респондентов не подтвердило наличие зарегистрированных рейтинговых методик
2. Авторы незарегистрированных рейтинговых методик не имеют имущественных прав на их использование, согласно Закону Российской Федерации от 9 июля 1993 г. № 5351-1 «Об авторском праве и смежных правах»

Основные тенденции в рейтинговом бизнесе

Положительные тенденции

- У Правительства РФ, регуляторов, многих инвесторов появилось понимание того, что оценки национальных рейтинговых агентств должны в полной мере быть востребованы, что российские рейтинговые агентства лучше зарубежных понимают специфику российской экономики
- Рейтинги российских рейтинговых агентств получили признание ЦБ РФ, ВЭБ
- Идет развитие национальных рейтинговых агентств, растет интерес банков и предприятий к рейтингам

Положительные тенденции

- Обвал доверия к финансовым и производным от них рейтингам на самом деле является фактором сугубо положительным, т.к. он дает конкурентные преимущества тем субъектам рынка, которые дают объективные цифры, а не «авторитетные мнения»
- Появился интерес у первых лиц государств, например, Германии и России, к изменению системы рейтингов – это говорил Медведев, это говорила Меркель: есть спрос – должно быть и предложение

Положительные тенденции глазами клиентов

- **Большое количество рейтингов позволяет идентифицировать лидеров и понимать, на кого ориентироваться**
- **Высокое место в рейтинге является большим мотивационным фактором для сотрудников соответствующего направления, их руководителей и высшего менеджмента компании**
- **Рейтинги являются публичной консолидированной информацией**

Отрицательные тенденции

- Недобросовестная конкуренция на рынке рейтинговых услуг, недостаточно прозрачные процедуры признания и аккредитации рейтинговых агентств
- Закрытость методик и преобладание «мнений», в тени которых осуществляется «торговля рейтингами».
- Подход к рейтингам как к «мнениям», разработка которых оплачивается ДО(!) получения оценки, оставляет этот вид деятельности под постоянным прессингом конфликта интересов, полностью выйти из-под которого в принципе невозможно

Отрицательные тенденции

- **Всяческие попытки в страновых рейтингах негативно высветить Россию на политической арене**
- **Все тенденции вялые...**

Отрицательные тенденции глазами клиентов

- **Слухи о коррумпированности некоторых рейтингов подрывают доверие к рейтинговому бизнесу в целом**
- **К сожалению, часть рейтингов не отражает реального состояния рынка**
- **Компании – участники рейтингов могут давать неточную информацию, а рейтинговые агентства не проверяют ее в полной мере**
- **Односторонний (рэнкинговый) подход**
- **Конкурентоспособность российского рейтингового рынка снижается в связи с негативной репутацией ряда конкурсов и рейтинговых агентств**

Актуальность ведения единого Реестра рейтинговых агентств

О едином Реестре рейтинговых агентств

- **Единый Реестр необходим, поскольку позволит повысить качество «надзора» за деятельностью рейтинговых агентств**
- **Проблема ведения единого Реестра рейтинговых агентств лежит в плоскости законодательного регулирования деятельности рейтинговых агентств. Поддерживая эту концепцию, мы вместе с тем считаем необходимым отметить, что регулирование деятельности рейтинговых агентств должно сочетаться с принципами свободы конкуренции на рынке рейтинговых услуг**
- **При ведении Реестра необходима прозрачность деятельности рейтинговых агентств и процесса их регулирования**

О едином Реестре рейтинговых агентств

- «Рублевый» рейтинговый Реестр нужен, поскольку время американской однополярности ушло, доллар является необеспеченной валютой. То, что доллар пока является популярной валютой – это результат столетней рекламы и навязывания «долларовых ценностей» всему населению Земли
- Подход к рейтингам, к системе и методикам рейтингования нужно пересмотреть. Для начала в Реестре надо уравнивать в правах и российские иностранные рейтинговые агентства, но проблема: западный мир привык к количественным оценкам, а разбираться в качественных оценках – сложно, сложно применить систему исчислений

Единая база данных рейтинговой информации

Проблемы формирования и практического использования Единой базы данных, составленной на основе информации, предоставляемой рейтинговыми агентствами

- Создание Единой базы данных с возможностью широкого доступа к ней способствовало бы развитию национальной системы рейтингования. Такой базой данных могли бы пользоваться инвесторы, кредиторы, регулирующие органы, другие заинтересованные лица
 - Проблема ведения Единой базы данных лежит в плоскости законодательного регулирования рейтинговой деятельности
 - Информация Единой базы данных должна быть тщательным образом проанализирована, систематизирована по отраслевому, территориальному и коммуникационному признаку. Все сведения должны быть использованы для разработки дальнейшей стратегии и развития международных рейтинговых процессов
- <...>

**Рейтинговые агентства
о потребителях
рейтинговых продуктов /
рейтинговой информации**

Основными потребителями рейтинговых продуктов / рейтинговой информации являются:

- **Банки**
- **Регуляторы рынка: государственные органы, саморегулируемые организации**
- **Инвестиционные компании**
- **Аналитики**
- **Предприятия, сектор реального бизнеса**
- **Клиенты (работодатели)**
- **Клиенты клиентов**
- **Потенциальные инвесторы**
- **<...>**
- **Граждане**

Потребители рейтинговых продуктов / рейтинговой информации о рейтинговых агентствах

Проблемы использования в практической деятельности информации рейтинговых агентств

- **Рейтинговая информация нами используется. Однако, американская монополия рейтинговых агентств затмевает некоторые, порой важные, моменты мировой экономики. Проблемы sub-prime тому пример. Потребность в рейтингах есть, но опять-таки благодаря американским рейтинговым агентствам, можем, как России преодолела инвестиционную грань в 2004 году, после которой началась интервенция рынка России мировыми инвесторами**
- **Рейтинговую информацию не используем: слабая информационная польза, отсутствие доступа к интересующей информации**
- **Есть определенный интерес к рейтингам корпоративного управления**

Конкурентоспособность рейтинговых агентств

Состояние конкурентной среды в рейтинговом бизнесе

- Пока иностранные агентства имеют преимущества, но ситуация меняется в лучшую сторону
- Конкуренция сдерживается непрозрачными механизмами аккредитации рейтинговых агентств, попытками поставить всевозможные барьеры, затрудняющие аккредитацию «неудобных» рейтинговых агентств. Так, членами комиссии по аккредитации рейтинговых агентств при Национальной фондовой ассоциации являются и представители <...>, которые не заинтересованы в аккредитации новых рейтинговых агентств. Такая практика аккредитации является, по сути, инструментом монополизации рынка рейтинговых услуг
- Конкуренстная среда слабая и несформированная

Состояние конкурентной среды в рейтинговом бизнесе

- Рейтинговые агентства в России разделены на два лагеря: «Западные» и «Российские». «Российские» рейтинговые агентства в состоянии более полно отразить состояние российского бизнеса, чем «Западные», которые и являются конкурентами в силу их известности. В России должно быть утверждено в законодательном порядке обязательное рейтингование в российских рейтинговых агентствах, а в остальных – по желанию
- Попытки отдельных компаний или органов власти создать управляемые ими системы рейтингования быстро выдыхаются из-за очевидности заказчика (как только заканчиваются отпущенные заказчиком средства на проект)

Главные факторы, положительно влияющие на развитие конкурентоспособного рынка рейтинговых услуг

- Главным позитивным фактором является масштабное признание на законодательном уровне национальных рейтинговых агентств. В законодательных актах, где поименно прописаны имена зарубежных агентств должны фигурировать имена и рейтинговые категории российских рейтинговых агентств
- Увеличивающийся спрос на рынке рейтинговых услуг объективно положительно влияет на его развитие
- Общее состояние экономики определяет развитие рынка рейтинговых услуг, даже, несмотря на кризис, рейтинговые услуги нужны и пользуются спросом

Главные факторы, положительно влияющие на развитие конкурентоспособного рынка рейтинговых услуг

- На уровне Правительства РФ и государственного регулятора - Минфина РФ есть четкое осознание, того, что рынок рейтингов должен быть конкурентным, на нем должны полноправно работать российские рейтинговые агентства
- В последние годы, рынок рейтингового бизнеса в России стал более цивилизованным. Увеличилось число национальных рейтинговых агентств. Качество предлагаемых ими услуг в целом не уступает зарубежным аналогам

Главные факторы, отрицательно влияющие на развитие конкурентоспособного рынка рейтинговых услуг

- **Главным отрицательным фактором является сохраняющийся монополизм зарубежных рейтинговых агентств**
- **Недобросовестная конкуренция, опирающаяся на административный ресурс. Она проявляется в непрозрачных и нечестных механизмах признания и аккредитации рейтинговых агентств**
- **Закрытость всей системы «рейтинговых отношений» из-за закрытости методик, индикаторов, клиентуры и т.д.**
- **Засилие в российском бизнесе недобросовестных западных компаний**

Главные факторы, отрицательно влияющие на развитие конкурентоспособного рынка рейтинговых услуг

- Рейтинги относятся к рынку сферы интеллектуальных услуг, который еще формируется... Рейтингование в России – есть следствие того, что развито
- Пока рейтинговый рынок не конкурентоспособный из-за сохраняющего доминирования иностранных рейтинговых агентств
- Недобросовестная конкуренция крайне отрицательно сказывается на развитии рынка рейтингового бизнеса России, его цивилизованности и конкурентоспособности

Конкурентоспособность рынка рейтинговых услуг глазами потребителей рейтинговых услуг

- **Уровень конкурентоспособности – низкий. Во многом это связано с тем, что не хватает популяризации данной темы в СМИ**
- **Нет понимания у потенциальных клиентов рейтинговых агентств экономической целесообразности и финансовой эффективности от получения того или иного рейтинга**
- **Высокая степень затратности процедур по присвоению и поддержанию рейтингов**
- **Боязнь потенциальных клиентов быть «недооцененными»**

Конкурентоспособность рынка рейтинговых услуг глазами потребителей рейтинговых услуг

- **О цивилизованности рынка рейтинговых услуг трудно говорить... Можно сказать, что сложилась стихийно некая Табель о рангах, точнее раздел между игроками разных сегментов. В каждом сегменте – свои главные игроки, которые задают «моду и стиль»...**

Технология рейтингового процесса: дистанционные рейтинги

Мнения рейтинговых агентств о дистанционных рейтингах

- Дистанционные рейтинги проводить целесообразно
- Дистанционные рейтинги позволяют «пристреляться» и определить селективным методом основной набор исследуемых стандартов
- Дистанционные рейтинги имеют преимущество в том, что они не платные и не позволяют влиять заинтересованным в рейтинге лицам на процесс рейтингования. Недостаток в том, что может быть мало информации о рейтингуемом объекте
- Имеют право на существование, но с оговоркой, что рейтинг дистанционный
- Рейтинговые оценки основаны на публичной информации, поэтому методология дистанционных рейтингов кажется вполне приемлемой и общественно-полезной
- <..>

О дистанционных рейтингах

Выводы

1. Рейтинговые агентства единодушно высказались за проведение дистанционных рейтингов, однако, имеют различную мотивацию
2. Респонденты отмечают наличие потенциала дистанционных рейтингов (раскрытия информации по набору стандартов) для использования участниками (финансового) рынка, государством и рейтинговыми агентствами

Ценообразование рейтинговых услуг

О «разбросе» цен (тарифов) на услуги рейтинговых агентств

- Ведущий фактор – коррупция, которая базируется на непрозрачности методик, состава критериев, сопоставимости данных по всей совокупности оцененных клиентов
- <...>
- По российским агентствам разброс относительно небольшой. Зарубежные агентства отличаются по цене в разы – берут деньги за бренд. Поэтому для многих небольших компаний услуги иностранных агентств недоступны
- <...>
- Западные услуги – дороже, они просто раскрученные, российские рейтинги требуют брендинга
- <...>

О «разбросе» цен (тарифов) на услуги рейтинговых агентств

- Недостаточный уровень развития рынка рейтинговых услуг, связанный с недобросовестной конкуренцией, препятствует выравниванию цен и способствует существованию монопольно высоких цен трех-четырех рейтинговых агентств
- <...>
- За услуги рейтинговых агентств должны платить инвесторы, или комиссионные должны быть включены в процентные выплаты по облигациям
- <...>
- Существует конфликт интересов: инвесторы заинтересованы в том, чтобы рейтинг был как можно ниже, ведь тогда доходность облигаций будет выше
- <...>

Клиенты рейтинговых агентств считают, что «разброс» цен (тарифов) на услуги рейтинговых агентств зависит от:

- **бренда поставщика услуг и от самооценки рейтингового агентства**
- **разных объемов работ по обработке рейтинга**
- **уровня рейтингового агентства (российское, иностранное), а также добросовестности или недобросовестности рейтингового агентства**
- **отсутствия единого понимания, кому и зачем это принципиально может быть нужно**
- **состояния конкурентной среды в рейтинговом бизнесе**

Потребители рейтинговой информации считают, что «разброс» цен (тарифов) на услуги рейтинговых агентств зависит от:

- **справедливости рейтинговой оценки, которая субъективна, а порой оставляет желать лучшего. А значит и цены можно ставить какие угодно, оценить подобный труд достаточно сложно. Кто-то делает это в две собственных руки, а кто-то привлекает (и хорошо оплачивает!) 20 высокопрофессиональных специалистов**
- **разных трудозатрат**
- **качества оказываемых услуг различными рейтинговыми агентствами**
- **слабой конкурентной среды, информационной непрозрачности**

**Нужна ли для развития
вашего бизнеса
рейтинговая оценка?**

Приходилось ли вам напрямую взаимодействовать с рейтинговым агентством? Если «да», какова цель сотрудничества, результат. Если «нет», готова ли ваша организация к такому сотрудничеству, нужна ли для развития вашего бизнеса рейтинговая оценка?

- **Учитывая специфику бизнеса нашей компании, хотелось бы отметить, что сотрудничество с рейтинговым агентством формирует вспомогательную информационную базу для наших клиентов, благодаря которой надежность инвестиций и уровень риска выходят на новый качественный уровень**

Приходилось ли вам напрямую взаимодействовать с рейтинговым агентством? Если «да», какова цель сотрудничества, результат. Если «нет», готова ли ваша организация к такому сотрудничеству, нужна ли для развития вашего бизнеса рейтинговая оценка?

- **Доводилось взаимодействовать с рейтинговыми агентствами в целях стратегических исследований и PR**
- **Напрямую взаимодействовать с рейтинговым агентством нам не приходилось, но в настоящее время мы рассматриваем возможность такого сотрудничества**

Проблемы подготовки кадров для рейтинговых агентств

**Какие структуры (учреждения, организации, профессиональные объединения, саморегулируемые организации), должны осуществлять подготовку конкурентоспособных специалистов для рейтинговых агентств?
Кто должен «отвечать» за качество «резерва кадров» с целью развития рейтингового бизнеса?**

- Никаких специальных структур не нужно. Нужны аналитики, имеющие хорошее образование, и, обладающие опытом работы
- Вузы, но важно наличие людей, способных понимать процессы рейтингования
- Ассоциации (отраслевые, СРО и др.)

**Какие структуры (учреждения, организации, профессиональные объединения, саморегулируемые организации), должны осуществлять подготовку конкурентоспособных специалистов для рейтинговых агентств?
Кто должен «отвечать» за качество «резерва кадров» с целью развития рейтингового бизнеса?**

- Естественно-научные ВУЗы с серьезной математической подготовкой и преподаванием научного знания, а не теорий (или даже гипотез), что свойственно гуманитарным ВУЗам
- В России есть достаточно авторитетные вузы, например, Финансовая Академия при Правительстве Российской Федерации, которые могут заниматься подготовкой таких специалистов. Плюс свою позитивную роль могли бы внести банковские ассоциации, например, АРБ, ассоциация региональных банков «Россия»

**Какие структуры (учреждения, организации, профессиональные объединения, саморегулируемые организации), должны осуществлять подготовку конкурентоспособных специалистов для рейтинговых агентств?
Кто должен «отвечать» за качество «резерва кадров» с целью развития рейтингового бизнеса?**

- **ВУЗы, готовящие специалистов-аналитиков, консалтинговые компании**
- **возможно, подготовкой специалистов для рейтинговых агентств целесообразно заниматься саморегулируемым организациям в рамках установленных законодательных норм**
- **<...>**

**Какие структуры (учреждения, организации, профессиональные объединения, саморегулируемые организации), должны осуществлять подготовку конкурентоспособных специалистов для рейтинговых агентств?
Кто должен «отвечать» за качество «резерва кадров» с целью развития рейтингового бизнеса?**

- **Качество «резерва кадров» - вопрос за государством. По крайней мере, в Москве достаточное число академий и университетов, которые способны организовать новые специальности на уже существующих факультетах. Хочется отметить, что курс специального обучения не должен ограничиваться экстерном (как аттестаты ФСФР) и должен длиться не менее двух лет**
- **Необходимо формировать специальную культуру преподавания, рассматривая больше практических ситуаций, нежели изучать экономическую теорию и банковское дело**

**Какие структуры (учреждения, организации, профессиональные объединения, саморегулируемые организации), должны осуществлять подготовку конкурентоспособных специалистов для рейтинговых агентств?
Кто должен «отвечать» за качество «резерва кадров» с целью развития рейтингового бизнеса?**

- **Необходим корпоративный профессиональный стандарт для специалистов рейтинговых агентств, определяющий требования к компетенциям и сертификация, СРО в идеале должны этим заниматься, но в силу ряда причин это мало реалистично**
- **ВУЗовское образование финансово-экономической направленности**
- **Высшие учебные заведения, ориентированные на подготовку данных специалистов**

Роль рейтинговых агентств в развитии Российской экономики

О роли рейтинговых агентств в развитии Российской экономики

- Роль в развитии экономики – повышение информационной прозрачности рынка, что приводит к снижению рисков
- Кредиторы, инвесторы, компании и граждане имеют возможность ознакомиться с объективной и независимой оценкой финансового состояния банков, что позволяет принимать им правильные решения при взаимодействии с этими банками. Публикация рейтингов способствует решению проблемы информационной асимметрии
- Рейтинг финансовой устойчивости стран позволяет инвесторам и кредиторам увидеть объективную оценку страновых рисков, что особенно важно в условиях глобального кризиса и неадекватной оценки таких рисков рядом международных рейтинговых агентств

О роли рейтинговых агентств в развитии Российской экономики

- Роль рейтинговых агентств в развитии экономики заключается в развитии международных отношений в области экономики, поднятии престижа России на международном уровне
- Прозрачность (публичность) информации о воздействии деятельности предприятия на природную среду стала в России признаком «хорошего тона», устойчивости предприятия и успешности его менеджмента. Предприятия-лидеры рейтинговых оценок получают конкурентные преимущества, что повышает привлекательность процесса раскрытия информации перед обществом. Налицо изменение «менеджмент-сознания», произошедшее за прошедшие 5-7 лет. В этой связи, важно от «всеобщих» - перейти к «отраслеспецифичным» рейтингам, позволяющим более точно и более объективно оценивать, в первую очередь, качество и уровень ответственности менеджмента, а значит и кредитоспособность предприятий

Клиенты о роли рейтинговых агентств в развитии Российской экономики

- Роль рейтинговых агентств в развитии экономики заключается в возможности получать внешнюю оценку в сравнении с другими субъектами бизнеса в России и за рубежом
- Рейтинги позволяют точно оценить состояние (инвестиционную привлекательность, темпы развития, возможности и т.д.) конкретного предприятия. Чем точнее рейтинговая информация (рейтинговые индексы), тем правильнее решение о взаимодействии с предприятием
- Роль рейтинговых агентств в развитии экономики – **существенная**
- Роль рейтинговых агентств в развитии экономики – **контролирующая**

Потребители рейтинговой информации о роли рейтинговых агентств в развитии Российской экономики

- **Рейтинг – показатель, отображающий важность или значимость определенного объекта. Рейтинг является неотъемлемым элементом в развитии как российской, так и мировой экономики. Во-первых, подобное обосновано тем, что в условиях осложнения деловых отношений и нарастающего недоверия, наблюдается высокий уровень потребности в справедливых показателях надежности по конкретным направлениям, обобщающим ряд мелких вопросов. Так, к примеру, хотелось бы увидеть новые рейтинги инвестиционной привлекательности регионов мира, которые бы считались по новым методикам, учитывающим проблемы настоящего. На наш взгляд, рейтинг необходим на всех уровнях экономики, подобный показатель способствовал бы быстрому и своевременному реагированию при нарастающих проблемах, а также объединял бы в группы новые перспективные компании, сектора, страны**

Потребители рейтинговой информации о роли рейтинговых агентств в развитии Российской экономики

- Роль рейтинговых агентств в развитии российской экономики:
- российских – минимальная, затрагивает деятельность нескольких десятков средних банков;
- иностраннных – определяет доступ и условия финансирования с внешних рынков Правительства РФ, субъектов Федерации, банков и корпораций

Потребители рейтинговой информации о роли рейтинговых агентств в развитии Российской экономики

- **Информация рейтинговых агентств позволяет проводить более глубокий анализ состояния российских предприятий, объективно оценивать возможные риски и принимать обоснованные решения, направленные на развитие российской экономики**
- **Рейтинги рассматриваем в качестве дополнительной информации**
- **<...>**

**Интеграция
и международное сотрудничество
с рейтинговыми агентствами
и представителями бизнеса
(реальными и потенциальными
клиентами) из стран СНГ,
ближнего и дальнего зарубежья**

Об интеграции и сотрудничестве с рейтинговыми агентствами и представителями бизнеса – клиентами из стран СНГ, ближнего и дальнего зарубежья

- Готовы к интеграции и сотрудничеству и прецеденты тому есть. Ничего особенно не мешает. Все зависит от стратегии развития рейтингового агентства
- Заинтересованность российских рейтинговых агентств, безусловно, имеется. Однако зарубежные партнеры, прежде всего, крупные международные рейтинговые агентства не заинтересованы в развитие национальных рейтинговых агентств, что негативно сказывается на международном сотрудничестве в этой сфере

Об интеграции и сотрудничестве с рейтинговыми агентствами и представителями бизнеса – клиентами из стран СНГ, ближнего и дальнего зарубежья

- Готовы к интеграции и международному сотрудничеству, осуществляем его и планируем расширение географии своей деятельности, например, в апреле 2009 г. на площадке Всемирного Банка проводим семинар для распространения нашего опыта в 9 странах СНГ
- В рамках процесса интеграции, прежде всего, должна быть проведена работа по признанию российского «рейтингового» образования на западе, например, посредством курсов MBA
- <...>

Клиенты об интеграции и сотрудничестве с рейтинговыми агентствами и представителями бизнеса – клиентами из стран СНГ, ближнего и дальнего зарубежья

- **Интеграции ничего не мешает в случае, если специалисты рейтинговых агентств имеют высокий профессиональный уровень**
- **Качественной работе российских рейтинговых агентств мешает закрытость большинства российских компаний**
- **Мешает отсутствие установленных и возможных форматов взаимодействия, а также единой методики**
- **<...>**

Потребители рейтинговых услуг об интеграции и сотрудничестве с рейтинговыми агентствами и представителями бизнеса – клиентами из стран СНГ, ближнего и дальнего зарубежья

- **Интеграции мешает однополярность финансового мира**
- **Интеграция и сотрудничество с рейтинговыми агентствами и представителями бизнеса – клиентами из стран СНГ, ближнего и дальнего зарубежья – вопрос времени, тем более для рейтингового бизнеса**
- **<...>**

Федеральный закон «О рейтинговой деятельности и рейтинговых агентствах»

Предпосылки разработки и принятия Федерального закона «О рейтинговой деятельности и рейтинговых агентствах»

- Основная проблема, с которой сталкивается рейтинговое агентство – в настоящее время в большинстве нормативных актах по-прежнему в качестве условий выступают рейтинги зарубежных агентств. Несмотря на то, что уже в ряде норм регуляторов есть упоминание российских рейтинговых агентств, потенциал для развития законодательной базы довольно большой
- Недостаточно прозрачная и честная процедура аккредитации и признания рейтинговых агентств
- Недостаточно прозрачная деятельность рейтинговых агентств, в том числе методик расчетов рейтингов

Предпосылки разработки и принятия Федерального закона «О рейтинговой деятельности и рейтинговых агентствах»

- Полное «принципиальное» неприятие всего русского, всего российского, постоянная пропаганда «плохой» России и «никудышного» Российского Правительства в иностранных средствах массовой информации
- Противоречие правовой практики, в соответствии с которой экологическая отчетность предприятий имеет статус «конфиденциальной», и требований Статьи 42 Конституции Российской Федерации, по которой экологическая информация не может быть секретной

Предпосылки разработки и принятия Федерального закона «О рейтинговой деятельности и рейтинговых агентствах»

- Скорее всего, Закон «О рейтинговой деятельности и рейтинговых агентствах» не нужен, поскольку наличие такого закона предопределил «жесткую» форму регулирования рейтинговой деятельности. Но ряд законов («О рынке ценных бумаг», «О банках и банковской деятельности» и др.) нуждаются в доработке в части рейтингов. В любом законодательстве, касающемся рейтингов готовы принять участие
- Закон нужен, т.к. разработка и принятие качественного закона, регулирующего рейтинговую деятельность, необходимы для успешного развития рынка рейтинговых услуг. С учетом большой роли и ответственности этого института в экономике необходимо скорейшее принятие такого закона, что соответствует и наметившимся международным тенденциям. Рейтинговое агентство готово принять участие в его разработке

Предпосылки разработки и принятия Федерального закона «О рейтинговой деятельности и рейтинговых агентствах»

- Закон не нужен. Во-первых, жесткость российского законодательства компенсируется необязательностью его исполнения. Во-вторых, запредельная коррупциогенность большей части законов, принятых в последние годы. И оно нам надо? Базовое направление – саморегулирование. В Законе заинтересованы те, кто хочет повернуть это «дышло» так, чтобы из него «вышло» быстрое наполнение их карманов
- Закон нужен. Назрела такая необходимость. Причем должна быть закреплена русская методика, русскими обозначениями и проведена широкомасштабная рекламная кампания. В России есть такая методика – совокупность рейтинговых индексов по каждой компании в сочетании с другими показателями отрасли является самым надежным индикатором рынка. Причем русский язык является одним из рабочих языков ООН

Клиенты о возможности принятия Федерального закона «О рейтинговой деятельности и рейтинговых агентствах»

- **Необходимость в жестком законодательном регулировании в этой сфере отсутствует, т.к. основополагающим для рейтинга является не его соответствие закону, а его достоверность. Однако нормативный документ, устанавливающий основные понятия, базовые нормы качества и прозрачности был бы полезен. Готовы участвовать в обсуждении данного вопроса**
- **Закон необходим, но должен быть связан общими понятиями, с законодательной базой в саморегулируемых организациях, чтобы система проверки пересекалась с данными, предоставляемыми участниками рейтингов в СРО**

Клиенты о возможности принятия Федерального закона «О рейтинговой деятельности и рейтинговых агентствах»

- **Нужен не просто закон, хотелось бы больше мероприятий, обзоров и пр., предоставляющих информацию о существующих рейтингах, их плюсах и минусах. Иначе невозможно оценить и сравнить все возможные рейтинги, понять их важность и степень достоверности**
- **<...>**

Потребители рейтинговой информации о целесообразности принятия Федерального закона «О рейтинговой деятельности и рейтинговых агентствах»

- **Закон необходим! Очень важно закрепить на федеральном уровне все аспекты рейтинговой деятельности, тогда и стремления в частных кругах будет больше. Но регулировать эту деятельность, в любом случае, придется государству**
- **Принятие отдельного закона прояснит понятийный аппарат в рамках данной деятельности и позволит повысить ее эффективность**
- **Закон нужен, готовы консультировать <...>**

Потребители рейтинговой информации о целесообразности принятия Федерального закона «О рейтинговой деятельности и рейтинговых агентствах»

- **Закон необходим, поскольку важно законодательно закрепить требования к методикам и правилам расчета рейтингов, созданию базовых систем показателей для подобных расчетов, проведению обязательных экспертиз научной обоснованности и валидности используемых для расчета рейтингов эмпирических баз данных**
- **<...>**

Идеи, замечания, предложения, пожелания...

- **Полагаем, подобный опрос будет являться одним из первых катализаторов развития рейтинговой индустрии России**
- **Более эффективно организовать публичное обсуждение проблемы рейтинговой деятельности в форме круглого стола**
- **Систему российских рейтингов надо принимать в законодательном порядке как можно скорее и широко представить в средствах массовой информации, причем процесс представления должен быть постоянным и направленным позитивно на международное сотрудничество**

Основные выводы и инициативы НОА «АРФИ»

- 1. Необходимо четко определить «рейтинговую деятельность» в нормативных документах Российской Федерации, в т.ч. внести необходимые дополнения в классификаторы деятельности и сформулировать критерии, которые позволят законодательно разграничивать рейтинговую и консультационную деятельность**
- 2. Важно дополнительно обсудить необходимость Федерального закона «О рейтинговой деятельности и рейтинговых агентствах», т.к. мнения экспертов расходятся по данному вопросу**
- 3. Для повышения имиджа российского финансового рынка необходима координация со стороны государства отраслевых инициатив, которые позволят повысить уровень качества услуг рейтинговых агентств и рейтинговых методик, применяемых на территории Российской Федерации**
- 4. Респонденты отметили наличие большого потенциала дистанционных рейтингов (раскрытия информации по набору стандартов) для использования участниками (финансового) рынка, государством и рейтинговыми агентствами**

- **Ольга Ринк** – исполнительный директор Ассоциации распространителей финансово-экономической информации (НОА «АРФЭИ»)
- **Виктор Зимин** – председатель Комитета по рейтингам Ассоциации распространителей финансово-экономической информации (НОА «АРФЭИ»)
- Тел.: +7(495) 250-89-13
- E-mail: contacts@arfi.ru
- www.arfi.ru