



ДЕРЖАВНА КОМІСІЯ З ЦІННИХ ПАПЕРІВ ТА ФОНДОВОГО РИНКУ

РІШЕННЯ

від 31 серпня 2004 року N 370

Про схвалення Методичних рекомендацій Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку щодо створення та розвитку незалежних інформаційних та рейтингових агентств, що спеціалізуються на наданні інформаційних послуг на фондовому ринку України

На виконання Указу Президента України від 26 березня 2001 р. N 198 "Про додаткові заходи щодо розвитку фондового ринку України" та згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 14 серпня 2001 р. N 1046 "Про затвердження Заходів щодо реалізації Основних напрямів розвитку фондового ринку на 2001 - 2005 роки", з метою посилення конкурентоспроможності фондового ринку Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку **вирішила:**

1. Схвалити Методичні рекомендації Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку щодо створення та розвитку незалежних інформаційних та рейтингових агентств, що спеціалізуються на наданні інформаційних послуг на фондовому ринку України (додаються).
2. Т. в. о. Виконавчого секретаря В. Прядку забезпечити публікацію рішення відповідно до чинного законодавства.
3. Контроль за виконанням цього рішення покласти на т. в. о. Виконавчого секретаря В. Прядка.

Голова Комісії

А. Балюк

Протокол засідання Комісії
від 31 серпня 2004 р. N 29

СХВАЛЕНО

рішенням Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку
від 31 серпня 2004 р. N 370

Методичні рекомендації щодо створення та діяльності незалежних інформаційних та рейтингових агентств, що спеціалізуються на наданні інформаційних послуг на фондовому ринку України

1. Передмова

Ці Методичні рекомендації підготовлені з врахуванням досвіду діяльності вітчизняних та зарубіжних інформаційних та рейтингових агентств, з метою:

- сприяння формуванню прозорого фондового ринку для прийняття виважених інвестиційних рішень та інтеграції України у світовий фондовий ринок шляхом надання періодичних та достовірних рейтингових оцінок учасникам та регуляторам ринку;
- захист інвестора від недоброякісної та неправдивої інформації;
- розбудови системи національного рейтингування.

Створення та розвиток незалежних інформаційних та рейтингових агентств, що спеціалізуються на наданні інформаційних послуг на фондовому ринку, забезпечить оптимальне розподілення кредитних ризиків та диференціацію відсоткових ставок у залежності від зобов'язань.

Подальший розвиток незалежних інформаційних та рейтингових агентств забезпечить:

- формування довіри до вітчизняних емітентів, покращання інвестиційної привабливості українських підприємств та країни в цілому;
- зниження ризиків та підвищення ліквідності на фондовому ринку України;
- дієвість моніторингу та контролю корпоративних дій акціонерних товариств;
- підвищення ефективності та покращання інформаційного забезпечення при прийнятті інвестиційних рішень;
- підвищення надійності та можливість передбачати наслідки фінансових операцій за рахунок наявності незалежної кваліфікованої думки третьої особи;
- збільшення обсягів кредитних операцій та покращання їх якості за рахунок зменшення витрат на збирання та обробку інформації;

- збільшення можливостей позичальників для залучення ресурсів та підвищення їх доступності.

2. Загальні положення

Ці Методичні рекомендації були розроблені на виконання Концепції створення системи рейтингової оцінки регіонів, галузей національної економіки, суб'єктів господарювання, схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2004 р. N 208-р.

Інформаційними агентствами, що спеціалізуються на наданні інформаційних послуг на фондовому ринку, можуть бути суб'єкти інформаційної діяльності, що діють з метою надання інформаційних послуг на фондовому ринку, зареєстровані як юридичні особи.

Інформаційні агентства у своїй діяльності керуються Конституцією України, законами України "Про інформаційні агентства", "Про інформацію", "Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні", "Про телебачення і радіомовлення", "Про державну таємницю", іншими законами України, постановами Верховної Ради України, актами Президента України і Кабінету Міністрів України, міжнародними договорами України в галузі інформації.

Свобода діяльності інформаційних агентств гарантується Конституцією України та чинним законодавством.

Забороняється цензура інформації, поширюваної інформаційними агентствами.

Інформаційні агентства у своїх матеріалах не розголошують дані, що становлять державну таємницю або іншу інформацію, яка охороняється законодавством.

Інформаційні агентства згідно з чинним законодавством України поширюють свою продукцію державною мовою, а також, на власний розсуд чи за бажанням замовника, іншими мовами, дотримуючись загально визначених етично-моральних норм слововживання.

Проведені інформаційним або рейтинговим агентством дослідження, в першу чергу, служать інтересам користувачів інформації.

Інформаційні та рейтингові агентства зберігають конфіденційність інформації, повідомленої клієнтами, якщо клієнтом було визначено конфіденційність такої інформації.

Інформаційні та рейтингові агентства не можуть вибірково ознайомлювати одного чи кількох інвесторів зі своїми дослідженнями, рекомендаціями, зміною цих рекомендацій, якщо вони не будуть доведені до відома всіх зацікавлених осіб. Усі користувачі інформації мають рівні умови і можливості доступу до висновків інформаційних та рейтингових агентств.

Як правило, це не поширюється на дослідження, що мають конкретного замовника і не призначені для оприлюднення.

Інформаційні та рейтингові агентства не повинні свідомо розробляти і доводити до відома інших звіти, оцінки і рекомендації, що містять помилкові, неточні чи упереджені висновки.

Інформаційним та рейтинговим агентствам не рекомендується свідомо використовувати помилкові, що вводять в оману або перебільшені твердження, або рекламу в прагненні забезпечити для себе можливість одержання вигоди.

Інформаційним та рейтинговим агентствам рекомендується утримуватись від заяв, в усній або письмовій формі, котрі невірно висвітлюють:

а) послуги, що агентство здатне надати клієнтам;

б) власну кваліфікацію, професійну підготовку, наявність спеціальних атестатів, ліцензій і дипломів;

в) аналітичну роботу, яка була виконана.

Інформаційні та рейтингові агентства повинні виконувати функції належним чином, об'єктивно і неупереджено.

Інформаційним та рейтинговим агентствам не рекомендується приймати замовлення, що включають наявність заздалегідь визначених думок та висновків.

Інформаційним та рейтинговим агентствам не рекомендується робити розбіжностей між фактами і висновками при поширенні інвестиційних рекомендацій. Інформаційні та рейтингові агентства не повинні вживати у своєму звіті емоційних або безпідставних тверджень, що не можуть бути підтверджені відповідними доказами. При рецензуванні звіту іншого інформаційного чи рейтингового агентства інформаційні чи рейтингові агентства надають відповідне неупереджене судження з обґрунтуванням своїх висновків на користь згоди чи незгоди з висновками запропонованого звіту.

Виходячи із зарубіжного досвіду, інформаційні та рейтингові агентства не дають, усно чи письмово, явно чи побічно, гарантій щодо повернення будь-якої інвестиції, а тільки повідомляють точну інформацію про умови інвестиції і зобов'язання емітента щодо даного фінансового інструменту.

Інформаційним та рейтинговим агентствам рекомендується утримуватися від будь-якої необдумані рекомендації щодо ціни і аргументування можливих гіпотез, що впливають з її аналізу. Агентства уточнюють ті дані, що є фактичними і об'єктивними, вказавши джерела; те, що відноситься до гіпотез є трактуванням і особистими оцінками самого агентства. Результати дослідження повинні бути продуктом власних міркувань, а не базуватися на заявах емітентів чи користувачів інформації.

Інформаційні та рейтингові агентства оприлюднюють аналітичні та статистичні методи, якими вони користувалися при проведенні дослідження. Як правило, ці методи повинні бути визнані професійним співтовариством як адекватні для сучасного розуміння можливості рішення проблеми аналітичного та рейтингового дослідження.

Якщо інформаційні та рейтингові агентства використовують нові чи оригінальні методи, що не мають широкого поширення у професійному середовищі, вони вказують на це, розкриваючи сутність цих методів.

Інформаційні та рейтингові агентства у разі необхідності перевіряють інформацію, на базі якої здійснюються дослідження. Інформаційні та рейтингові агентства зазвичай не використовують інформацію, у вірогідності, актуальності та повноті якої вони сумніваються, або вказують на подібні сумніви.

Інформаційним та рейтинговим агентствам не рекомендується поширювати чи використовувати будь-які документи або інформацію, підготовлені сторонньою особою, не посилаючись і не вказуючи автора чи видавця такого матеріалу.

Інформаційні та рейтингові агентства, володіючи закритою, комерційною, службовою або інсайдерською інформацією (далі - інсайдерська інформація), не можуть нею торгувати та повідомляти її стороннім особам.

Інформаційні та рейтингові агентства визначаються щодо конфіденційності інформації та щодо того, чи може її розкриття вплинути на ринкову ціну того чи іншого фінансового активу.

Якщо інформаційні та рейтингові агентства отримують інсайдерську інформацію в результаті особливих чи конфіденційних відносин, вони не повідомляють її стороннім особам.

Якщо інформаційні та рейтингові агентства володіють інсайдерською інформацією про перспективи чи стан якого-небудь емітента, фінансових інструментів, про перспективи якого-небудь фінансового інструменту, що котирується на біржі чи в позабіржових системах, вони не здійснюють чи не організують на ринку безпосередньо або через посередників будь-які операції доти, поки ця інформація не стане відома іншим.

Якщо результати діяльності інформаційних та рейтингових агентств не містять інсайдерської інформації та/або інформаційні та рейтингові агентства не використовували при підготовці звіту ніякої інсайдерської інформації при формуванні власної думки, ця інформація не розглядається як інсайдерська інформація навіть у разі, якщо поширення цієї інформації може вплинути на ринкову вартість певного фінансового активу.

Працівники інформаційних та рейтингових агентств повинні мати необхідну кваліфікацію, уміння та досвід для здійснення діяльності. Вони повинні мати вищу профільну освіту, а при відсутності такої бути здатними продемонструвати уміння працювати за напрямком, в якому вони збираються здійснювати діяльність. Вони повинні знати, розуміти і правильно використовувати ті визнані методи та способи, що необхідні для проведення якісного фінансового й інвестиційного аналізу.

Інформаційні та рейтингові агентства дотримуються діючого законодавства, нормативних актів органів державної влади, а також норм міжнародного права.

Інформаційні та рейтингові агентства самостійно піклуються про свій професійний рівень, підтримуючи і поліпшуючи його відповідно до національних та міжнародних стандартів у цій сфері.

Визначаючи доречність і придатність кожної інвестиції, інформаційні та рейтингові агентства враховують усі фактори, що мають до цього відношення. Вони поновлюють інформацію про інвестиційний досвід таким чином, щоб мати можливість скорегувати свої інвестиційні рекомендації відповідно до обставин, що змінилися.

Письмова аналітична інформація складається українською мовою, за винятком випадків, коли інформація не носить публічного характеру і поширюється винятково для іноземних клієнтів. У випадку публікації за кордоном для необмеженого кола користувачів ці звіти повинні бути доступні українською мовою без додаткових умов.

Як правило, інформаційні та рейтингові агентства ведуть архів усіх своїх публічних висловлювань, інтерв'ю, звітів, рекомендацій.

Інформаційні та рейтингові агентства розкривають безпосередньо в аналітичному звіті:

- найменування інформаційного або рейтингового агентства;
- інформацію про авторів даного звіту, а саме:
 - місце їх основної роботи;
 - відомості про кваліфікацію і досвід аналітичної роботи;
- джерела інформації, використаної при складанні рейтингів;
- час (дату) написання інформації;
- дата, на яку інформація, використана для визначення рейтингу, була актуальною.

Багато поширювати інформацію, рекомендації та зміну думки про об'єкти дослідження якомога раніше, щоб дозволити якомога більшій кількості зацікавлених інвесторів ознайомитись з новинами і діяти відповідним чином.

Інформаційні та рейтингові агентства можуть поширювати інформацію, рекомендації і зміну думки про об'єкти дослідження в друкованих засобах масової інформації або за допомогою мережі Інтернет.

Міжнародна діяльність інформаційних агентств України і співробітництво у цій сфері здійснюються на основі міжнародних договорів, ратифікованих Україною, Закону України "Про інформацію" та інших актів законодавства України.

Представництва іноземних інформаційних агентств здійснюють свою діяльність в Україні відповідно до чинного законодавства України.

Іноземні інформаційні агентства розповсюджують свою продукцію в Україні також відповідно до чинного законодавства України, якщо інший порядок не передбачається міжнародними договорами.

Міжнародними договорами, ратифікованими Україною, може передбачатися інший порядок розповсюдження інформації іноземних інформаційних агентств.

Усі конфлікти між інформаційними чи рейтинговими агентствами та споживачами їх продукції вирішуються у судовому порядку.

3. Загальні принципи діяльності інформаційних та рейтингових агентств

Діяльність інформаційних та рейтингових агентств повинна відповідати принципам, викладеним у їхніх статутах та внутрішніх документах, а також процедурам, викладеним у діючому вітчизняному та міжнародному законодавстві.

Інформаційні та рейтингові агентства підтримують високий стандарт професійної етики та здійснюють власну діяльність таким чином, щоб не нанести шкоди учасникам, інвесторам та регуляторам ринку.

Інформаційні та рейтингові агентства сприяють підвищенню та підтримці громадської довіри до інформаційних та рейтингових агентств.

Виходячи з досвіду роботи зарубіжних інформаційних та рейтингових агентств, рекомендується дотримуватись наступних базових принципів:

- чесність;
- справедливість;
- незалежність;
- об'єктивність та неупередженість;
- відповідальність;
- конфіденційність;
- сумлінність;
- легальність і неухильне дотримання закону;
- пріоритетність інтересів інвесторів;
- повага до колег по професійній діяльності;
- прагнення до постійної підтримки, удосконалення своєї професійної компетентності, підвищення свого професійного рівня.

Інформаційні та рейтингові агентства при виконанні своєї професійної діяльності дотримуються наступних морально-етичних правил:

- не здійснювати дій в інтересах певних осіб, що могли б поставити під сумнів незалежність і неупередженість діяльності інформаційних та рейтингових агентств;
- дотримуватись конфіденційності отриманої первинної інформації;
- виявляти ретельність і старанність, проводячи дослідження і надаючи висновки;
- мати обґрунтовану основу для висновків, рекомендацій чи дій, підкріплених відповідними дослідженнями;
- вести відповідні записи для підкріплення обґрунтованості та послідовності своїх рекомендацій і дій;
- докладати необхідних зусиль, щоб уникати будь-яких недостовірних джерел при поширенні власних висновків;
- виявляти розважливість щодо врахування чи не врахування факторів, що стосуються оприлюднених висновків;

- постійно підвищувати свій професійний рівень, компетентність, вивчати чинне законодавство.

4. Рекомендації щодо створення та діяльності інформаційних агентств

Діяльність інформаційних агентств - це збирання, обробка, зберігання, підготовка інформації до поширення, випуск та розповсюдження інформаційної продукції.

Випуск та розповсюдження інформаційними агентствами власної продукції з метою отримання прибутку є підприємницькою діяльністю у цій сфері і здійснюється відповідно до законодавства України.

Інформаційне агентство може виступати як засновник (співзасновник) інших інформаційних агентств, бути автором або власником інформації, видавцем (виробником) інформаційної продукції, розповсюджувачем і споживачем інформаційної продукції.

Юридична особа набуває статусу інформаційного агентства з дати її державної реєстрації у порядку, встановленому чинним законодавством України.

Інформаційне агентство діє на підставі свого статуту (положення), яким визначаються його мета, завдання, функції та порядок діяльності.

Статут (положення) інформаційного агентства затверджується засновником (співзасновниками) відповідно до чинного законодавства України.

У статуті (положенні) зазначаються відомості про інформаційне агентство, а також вимоги, встановлені законодавством України щодо установчих документів суб'єктів підприємництва.

Основними видами інформаційних агентств є державні та недержавні інформаційні агентства України та іноземні інформаційні агентства, які здійснюють діяльність в Україні через свої представництва.

Інформаційні агентства в Україні заснуються громадянами та юридичними особами України. Громадяни та юридичні особи інших держав мають право бути співзасновниками інформаційних агентств в Україні.

Співзасновниками є громадянин або (та) юридичні особи, які спільно заснують інформаційне агентство.

Не рекомендується створювати інформаційні агентства з іноземними інвестиціями, в статутному фонді яких більш як 30 відсотків іноземних інвестицій.

Інформаційні агентства в Україні можуть мати будь-які організаційно-правові форми, визначені чинним законодавством.

Державній реєстрації підлягають усі інформаційні агентства та представництва іноземних інформаційних агентств, що заснуються або здійснюють діяльність в Україні.

Державна реєстрація інформаційних агентств в Україні як суб'єктів підприємницької діяльності проводиться в порядку, строки та за умов, що встановлені чинним законодавством України про державну реєстрацію суб'єктів підприємництва.

Державна реєстрація інформаційних агентств в Україні, заснованих за участю громадян та (або) юридичних осіб інших держав, здійснюється відповідно до порядку, встановленого чинним законодавством України для державної реєстрації спільних (за участю іноземного капіталу) підприємств.

Державна реєстрація представництв іноземних інформаційних агентств в Україні проводиться відповідно до порядку державної реєстрації представництв іноземних суб'єктів підприємництва, встановленого чинним законодавством України.

5. Рекомендації щодо створення та діяльності рейтингових агентств

Випуск та розповсюдження рейтинговими агентствами власної продукції з метою отримання прибутку є підприємницькою діяльністю у цій сфері і здійснюється на основі чинного законодавства України.

Рейтингові агентства можуть бути утворені на базі інформаційних агентств та не потребують державної реєстрації у встановленому чинним законодавством порядку.

До складу засновників рейтингового агентства не рекомендується включати професійних учасників ринку цінних паперів, які прямо або опосередковано володіють такою часткою статутного капіталу рейтингового агентства, що може вплинути на прийняття рішення про присвоєння рейтингу.

У залежності від об'єкту оцінки розрізняють наступні види рейтингів:

- **кредитний рейтинг позичальника (емітента).** До цього виду рейтингу відноситься суверенний рейтинг, рейтинг адміністративно-територіальних утворень, кредитний рейтинг підприємства;
- **рейтинг цінних паперів з фіксованим доходом.** До цього виду рейтингу відносять рейтинги цінних паперів, які згідно з чинним законодавством мають фіксований дохід.

У залежності від фактору часу розрізняють короткострокові (за зобов'язаннями до року) та довгострокові (більше року) рейтингові оцінки.

Рейтинги можуть присвоюватись як на основі відкритої, доступної інформації, так і на основі інформації, наданої безпосередньо для призначення рейтингових оцінок.

Кредитний рейтинг може бути змінено, тимчасово призупинено або відізнано у результаті будь-яких змін в інформації або відсутності такої інформації, а також з інших причин.

Рейтингові агентства повинні нести відповідальність щодо наданих оцінок та рекомендацій.

Рейтинговим агентствам рекомендується розробити внутрішнє положення щодо апеляції стосовно присвоєного рейтингу.

6. Рейтингова шкала

У світовій практиці рейтингові агенції здійснюють рейтингову оцінку щодо широкого кола об'єктів, тому при здійсненні цієї діяльності використовуються різноманітні рейтингові оцінки та шкали. Рейтингова шкала базується на основі якісних оцінок. Такі якісні оцінки віддзеркалюють рівень можливостей об'єкту оцінки.

Кожна рейтингова оцінка відноситься до одного з наступних класів:

- **інвестиційний клас.** Присвоюється об'єктам, які мають сильні позиції за своїми зобов'язаннями та мають значні активи і високі норми прибутку;
- **не інвестиційний клас.** Присвоюється об'єктам, фінансова стабільність яких значною мірою залежить від загальної економічної ситуації;
- **аутсайдерський клас.** Присвоюється об'єктам, які знаходяться на межі банкрутства або нещодавно створеним об'єктам.

7. Процедури присвоєння рейтингу

Рейтингове агентство присвоює рейтинг тільки за наявності достатньої інформації, на основі прозорої методології, що враховує кількісні та якісні параметри, фінансові та інші ризики.

У залежності від виду емітента і типу рейтингу методика присвоєння рейтингів розрізняється. Так, при здійсненні аналізу характеристик компанії (сегмент ринку, конкурентні позиції, менеджмент, стратегія), фінансовий профіль (фінансова політика, прибутковість, структура капіталу, показники грошових потоків, фінансова гнучкість); для регіональних і місцевих органів влади враховуються такі показники, як економічне становище, передбаченість розвитку і стійкість підтримки системи державних і муніципальних фінансів, якість керування й інституціональний характер процедур, фінансова гнучкість, виконання бюджету, ліквідність і керування боргом, боргове навантаження, умовні зобов'язання; для банків - бізнес-фактори (позиція на ринку, структура власності, стратегія і менеджмент), фінансові фактори (якість активів, прибутковість, фондування і керування ліквідністю, капітал). Особлива методика використовується для присвоєння рейтингів корпоративного управління.

Після схвалення рішення про одержання рейтингу підписується угода, у якому визначені основні параметри взаємин між рейтинговим агентством і об'єктом з чіткими формулюваннями обов'язків обох сторін. При одержанні запиту на присвоєння рейтингу формується аналітична група, що складається з аналітиків, що володіють знаннями у відповідних галузях. Призначається провідний аналітик, який керує процесом і є головною контактною особою для об'єкта. Перед офіційною зустріччю група аналізує інформацію, надану об'єктом у запиті, а також інформацію з інших джерел, що рейтингове агентство вважає надійними: фінансова звітність за попередні періоди, прогнози фінансових показників і грошових потоків, документацію за угодами, юридичні висновки та інші дані. Наприклад, для корпорацій це - фінансова звітність (бажано підготовлена відповідно до Міжнародних стандартів бухгалтерської звітності), річні звіти, відомості про структуру галузі тощо. Уся конфіденційна інформація, передана рейтинговому агентству, зберігається в умовах суворої конфіденційності.

Група аналітиків проводить зустріч з керівництвом для обговорення основних факторів, що впливають на рейтинг, включаючи виробничі та фінансові плани і стратегію менеджменту. Ця зустріч дає об'єктам можливість обговорити питання, що є принциповими для рішення про присвоєння рейтингу. У свою чергу, аналітики можуть прояснити для себе ряд проблемних ситуацій, що виникли після ознайомлення з наданою інформацією. За підсумками обговорення може бути сформульований додатковий інформаційний запит.

Підготовлений аналітичний звіт надається рейтинговому комітету.

Рейтинговий комітет складається зі старших аналітиків рейтингового агентства. Після обговорення усіх факторів, що впливають на рейтинг, приймається рішення щодо значення рейтингу. Після ухвалення рішення рейтинговим комітетом головний аналітик повідомляє об'єкту про наданий йому рейтинг, а також обґрунтування цього рішення. У разі позитивного рішення об'єкта рейтингове агентство повідомляє про наданий рейтинг за допомогою власної бази даних через міжнародні і місцеві інформаційні агентства та ЗМІ. За кожним рейтингом публікується прес-реліз, коротке і повне обґрунтування рейтингу розміщується на сайті агентства.

У разі, коли є необхідність зміни рейтингу, проводиться попередній аналіз, результатом якого може бути реєстрація даного рейтингу в списку "рейтингів, що можуть бути змінені" (реєстрація у списку "рейтингів, що можуть бути змінені" вказує на те, що рейтинг може бути найближчим часом змінений. Це слугує сигналом для інвесторів про те, що проводиться додатковий аналіз.).

Наступним кроком є повномасштабний аналіз, який при необхідності включає в себе зустрічі з керівництвом і винесення питання на розгляд рейтингового комітету. Рейтинговий комітет розглядає питання, виносить рішення і повідомляє про нього об'єкта.

Після присвоєння рейтингу аналітики рейтингового агентства постійно контролюють усі фактори, що можуть вплинути на нього, зокрема, зміни у структурі капіталу, поглинання інших компаній чи інші суттєві економічні події. Істотні події, пов'язані з діяльністю об'єкта, відслідковуються щодня. Обов'язковою вимогою рейтингового агентства є проведення щорічних зустрічей з керівництвом (за необхідності ці зустрічі проводяться частіше). Грунтуючись на інформації, отриманій від об'єкта чи з інших відкритих джерел, рейтинг може підвищуватися або знижуватися так часто, як часто змінюється кредитоспроможність емітента. У разі якщо ніяких істотних подій не відбувається, перегляд рейтингу (його підтвердження або зміна) відбувається раз у рік. Індивідуальні рейтинги привласнюються всім борговим зобов'язанням об'єкта, випущеним після присвоєння рейтингу і розміщеним на фондових ринках. Рейтингове агентство розраховує на те, що керівництво буде повідомляти аналітиків про істотні фінансові і виробничі зміни, що могли б вплинути на рейтинг. Проте рейтингове агентство залишає за собою право змінювати рейтинг у будь-який час протягом усього циклу спостереження.

Етапи присвоєння рейтингу:

1. Звертання за рейтингом.
2. Призначення команди аналітиків.
3. Збір інформації.
4. Зустріч з керівництвом (менеджментом).
5. Рейтинговий комітет.
6. Інформування емітента про привласнений рейтинг.
7. Поширення інформації про рейтинг (за згодою клієнта).
8. Моніторинг рейтингу.

8. Шкали кредитних рейтингів

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2004 р. N 208-р схвалено Концепцію створення системи рейтингової оцінки регіонів, галузей національної економіки, суб'єктів господарювання. Рейтинговим агентствам рекомендується дотримуватись значень кредитних рейтингів за національною шкалою, визначених цією Концепцією.

Національна шкала кредитних рейтингів дає змогу оцінити кредитний ризик позичальника - регіону, органу місцевого самоврядування, суб'єкта господарювання та окремих боргових інструментів - облігацій, векселів, кредитних позичок.

Кредитний рейтинг позичальника характеризує рівень його спроможності своєчасно та в повному обсязі виплачувати відсотки і основну суму за борговими зобов'язаннями відносно боргових зобов'язань інших українських позичальників.

Кредитний рейтинг боргового інструменту характеризує рівень спроможності позичальника своєчасно та у повному обсязі обслуговувати зобов'язання за таким інструментом і може бути як нижчим, так і вищим від рейтингу позичальника (за наявності обставин, що зменшують кредитний ризик: застави, гарантії, що надаються третьою особою).

Кредитні рейтинги можуть бути короткостроковими (характеризують кредитний ризик у короткостроковій перспективі - до одного року) і довгостроковими (характеризують кредитний ризик у довгостроковій перспективі - понад один рік).

Значення кредитних рейтингів варіюються в межах від позначки "uaAAA" (найвища кредитоспроможність) до позначки "uaD" (дефолт) - для довгострокових кредитних рейтингів; у межах від позначки "uaK1" (найвища кредитоспроможність) до позначки "uaKD" (дефолт) - для короткострокових кредитних рейтингів.

Прогноз кредитного рейтингу (позитивний, стабільний чи негативний) є коментарем стосовно переважних тенденцій, які впливають на кредитний рейтинг, з точки зору його можливої (але не обов'язкової) зміни в подальшому.

Рейтинг може бути відкликаний, якщо позичальник не подає уповноваженому агентству інформацію, необхідну для поновлення рейтингу або з інших причин.

9. Рейтинг і оцінка рівня корпоративного управління

Корпоративне управління є важливим елементом ефективної ринкової економіки. Акціонери й інші зацікавлені особи повинні мати доступ до відповідної інформації та можливість здійснювати контроль і вплив у відношенні керівництва з метою забезпечення використання активів компанії в інтересах усіх цих осіб. Контроль здійснюється за допомогою як внутрішніх процедур управління, так і зовнішніх правових регулюючих механізмів. Можливість здійснення такого контролю важлива як в економічно розвинених країнах, так і в країнах з економікою, що розвивається.

Для інвесторів і кредиторів повинні бути зрозумілі та прийнятні ті форми, у яких акціонери реалізують свою здатність здійснювати контроль за діяльністю керівництва і брати участь у найважливіших рішеннях.

Сумлінна практика корпоративного управління служить заставою того, що наступні компанії враховують інтереси широкого кола зацікавлених осіб і що їхнє керівництво підзвітне їй акціонерам. Це, у свою чергу, допомагає підтримувати довіру з боку інвесторів як іноземних, так і вітчизняних і залучати довгострокові кредити.

Використовуючи відповідну методологію оцінки корпоративного управління, рейтингове агентство повинне аналізувати систему взаємодії між керівництвом компанії, її наглядовою радою, акціонерами й іншими зацікавленими особами, а також проводити всебічну оцінку стандартів управління за чотирма самостійними компонентами, а саме:

- структура власності і вплив з боку власників;
- відносини із зацікавленими особами;
- фінансова прозорість і розкриття інформації;
- структура і методи роботи органів управління.

Рейтинг корпоративного управління і здійснюваний з цією метою аналіз дозволяють даній компанії позиціюватися відносно інших емітентів цінних паперів у конкурентному ринковому середовищі. Рейтинг корпоративного управління передбачає проведення аналізу ефективності взаємодії між керівництвом, наглядовою радою і акціонерами компанії й іншими особами, що мають у ній фінансовий інтерес. Головним об'єктом аналізу є внутрішня структура і методи корпоративного управління. Основна увага приділяється тому, наскільки виконуються мінімальні вимоги місцевого законодавства і регулюючих принципів та може включати у себе аналіз корпоративного управління в країні (аналіз правової, регулюючої й інформаційної інфраструктури).

Оцінка корпоративного управління є конфіденційною послугою з діагностики процесу корпоративного керування з метою виявлення його сильних і слабких місць. Компанії також одержують можливість співвіднести свої внутрішні стандарти з існуючими кодексами і загальноприйнятими принципами у цій сфері. Спеціалізований аналіз конкретних компаній може також проводитися на прохання інвесторів на умовах конфіденційності.

Рейтинги й оцінки корпоративного управління можуть бути корисні компаніям для:

- позиціювання в очах інвесторів за рахунок розкриття інформації про дотримання стандартів корпоративного управління;
- довгострокового залучення нових інвесторів, які в іншому випадку могли б і не розглядати можливість інвестування у конкретну компанію;
- додаткового інформування інвесторів у процесі залучення капіталу; використання як орієнтиру при удосконаленні корпоративного управління,

а також інвесторам для:

- розуміння і порівняння стандартів корпоративного управління в різних компаніях;
- розуміння особливостей функціонування компаній і визначення відповідних характеристик ризику;
- розуміння застосовуваних методів врахування інтересів всіх акціонерів, включаючи міноритарних;
- розуміння рівня прозорості компанії;

- одержання додаткової інформації при прийнятті інвестиційних рішень (стратегічними і портфельними інвесторами).

10. Критерії рейтингу корпоративного управління

Рейтинг корпоративного управління компанії представляє собою поточний висновок рейтингового агентства щодо рівня відповідності практика корпоративного управління цієї компанії кодексам і принципам і кращій практиці у цій сфері.

Рівень, якому, на думку рейтингового агентства, відповідає компанія, відображається у рейтингу корпоративного управління у межах шкали від вищого балу до нижчого.

Крім цього, балами за шкалою від вищого до нижчого може оцінюватись кожний з чотирьох окремих компонентів. Мова йде про наступні компоненти і субкомпоненти:

1. Структура корпоративного капіталу:

- прозорість структури;
- концентрація капіталу і вплив з боку власників.

2. Відносини із зацікавленими особами:

- регулярність проведення зборів акціонерів, можливість прийняття в них участі й одержання інформації про їх проведення;
- процедури голосування і ведення зборів акціонерів;
- права власності (реєстрація і передача, рівність прав власності).

3. Фінансова прозорість і розкриття інформації:

- стандарти розкриття інформації;
- своєчасність і доступність інформації, що розкривається;
- незалежність аудитора.

4. Структура і методи роботи органів управління компанії:

- структура і склад наглядової ради;
 - роль і ефективність ради директорів;
 - незалежність зовнішніх директорів;
 - політика у сфері винагород, оцінки результатів роботи осіб органів управління компанії.
-