Ивановская Ольга Юрьевна. Формирование рейтинга страховых компаний : Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10 : Москва, 2001 252 c. РГБ ОД, 61:02-8/628-6

**Содержание к диссертации**

Введение

Глава 1. Рейтинг страховых компаний и его значение в рыночной экономике 11

1.1. Сущность и понятие рейтинга страховых компаний, цели его формирования 11

1.2. Существующие рейтинги страховых компаний и субъекты инфраструктуры рынка, их формирующие 29

1.3. Текущее состояние рынка рейтинговых услуг 40

Глава 2. Современный опыт формирования рейтингов страховых компаний 52

2.1. Формирование рейтингов страховых компаний ведущими международными агентствами 52

2.2. Анализ систем оценки страховых компаний на отечественном рынке 77

2.3. Рейтинговая оценка финансового состояния страховых компаний 4- государственными органами надзора 99

Глава 3. Разработка рейтинга российских страховых компаний 108

3.1. Методические рекомендации по формированию рейтинга страховых компаний 108

3.2. Методика формирования специализированного рейтинга финансового состояния страховых компаний 149

Заключение 187

Библиографический список 195

Приложение 1: Этапы анализа финансового состояния страховой компании, проводимого рейтинговым агентством А. М. Best Company 201

Приложение 2: Этапы анализа финансового состояния страховой компании, проводимого рейтинговым агентством Standard & Poor's Corp 208

4 Приложение 3: Этапы анализа финансового состояния страховой компании, проводимого рейтинговым агентством Moody's Investors Service 216

Приложение 4: Таблица 2.1. «Этапы анализа, проводимого рейтинговыми агентствами, и используемые финансовые показатели» 224

Приложение 5: Системы рейтинговых категорий мировых рейтинговых агентств... 229

Приложение 6: Таблица 2.2. «Сравнительная характеристика рейтингов» 235

Приложение 7: Таблица 3.1. «Классификация финансовых показателей деятельности страховых компаний» 236

Приложение 8: Схема 3.1. «Факторы финансовой устойчивости по возможности управления» 238

Приложение 9: Схема 3.2 «Факторы финансовой устойчивости по теории систем» 239

Приложение 10: Схема 3.3. «Факторы финансовой устойчивости, применяемые для

методики анализа финансовой устойчивости страховых компаний» 240

Приложение 11: Алгоритм расчета финансовых показателей, входящих в систему

показателей оценки финансового состояния страховых компаний 241

**Введение к работе**

Темой представляемого диссертационного исследования является «Формирование рейтинга страховых компаний».

Процесс интеграции России в международный рынок требует создания эффективной системы страховой защиты имущественных интересов отечественных юридических лиц и граждан. Одним из факторов развития страхового рынка является создание инфраструктуры страхового рынка, в том числе служб и агентств, осуществляющих информационное и консультационное обслуживание страхователей, страховщиков и страховых посредников. Инфраструктура страхового рынка должна представлять собой слаженно работающий механизм с развитой системой информационно-аналитического обеспечения, предоставляющей возможность субъектам страхового рынка и заинтересованным лицам ориеитировагься в многообразии страховщиков с целью выбора контрагента, приобретения страхового продукта платежеспособного и финансово устойчивого страховщика, объективной оценки приоритетов при инвестировании.

Деятельность российских информационно-аналитических организаций направлена на удовлетворение потребности страховщиков в информации и часто не учитывает потребности потенциальных страхователей, что создает проблемы в области добровольного страхования. В условиях недобросовестной страховой деятельности и осуществления «псевдостраховых» финансовых схем (сделок, проводящихся страховщиками под видом страховых операций, но на деле таковыми не являющихся), позволяющих предприятиям уклоняться от налогообложения и отчислений во внебюджетные фонды, страхователи и потенциальные страхователи теряют доверие к национальным страховым компаниям. Следовательно, одним из факторов развития добровольного страхования является наличие обобщенной структурированной достоверной информации о страховщиках. Что касается перестрахования, то в этой области частично и из-за отсутствия информации о финансовом состоянии потенциальных контрагентов не удается полностью сохранить инвестиционный потенциал страхового сектора и использовать его в интересах национальной экономики. Особенно остро стоит вопрос о финансовой надежности при перестраховании, когда партнерам по перестраховочным операциям переуступаются риски крупных и особо крупных размеров. Таким образом, страховщики, страхователи, страховые посредники и прочие заинтересованные лица, как и участники прочих отраслевых рынков, нуждаются в специализированной информации об общем состоянии страхового рынка и о состоянии и надежности отдельных субъектов рынка. Информация о состоянии страхового рынка представляет собой аналитический обзор с описанием внешних и внутренних факторов, влияющих на отдельные отрасли и виды страхования, тенденции и направления развития рынка и прочее. В отличие от обзоров о состоянии страхового рынка, наиболее оптимальным вариантом получения информации о страховщиках, понятной и доступной различным категориям пользователей, является рейтинг. Мировая практика показывает, что именно рейтинг, а не система показателей работы компании, полно и понятно раскрывает информацию о страховщике, так как при присвоении рейтинга учитываются особенности национальных страховых рынков в законодательстве, в системах бухгалтерского учета и налогообложения, в емкости страхового рынка, и многих других аспектах, отражающихся на деятельности страховщика. Анализ российского рынка показал, что рейтинги отечественных страховых компаний и апробированные методики их построения отсутствуют. Одним из официальных источников информации является публикация страховщиками сокращенных форм финансовой отчетности, однако, данные сведения не позволяют сделать определенные выводы пользователям, специализирующимся на анализе финансово -хозяйственной деятельности страховщиков, а тем более пользователям, не являющимся специалистами в области страхования. Так, аналитическая информация о российских страховых компаниях, предоставляемая независимыми информационными агентствами, является общим описанием деятельности компании с указанием основных, по мнению экспертов агентств, абсолютных показателей деятельности за определенный период с анализом тенденций их изменений. При этом сводная информация, отражающая мнение определенного агентства о состоянии конкретных страховых компаний отсутствует, что создает некоторые трудности при выборе предпочтительного партнера на страховом рынке. Информация о страховщиках, публикуемая Министерством финансов РФ, представляет собой сортировку страховщиков по двум абсолютным показателям: сумме собранных страховых премий и сумме страховых выплат, что не позволяет делать какие - либо определенные выводы о субъектах страхового рынка.

Понимая проблемную ситуацию, вызванную отсутствием структурированной объективной информации о состоянии российских страховщиков, отечественные информационные агентства и инициативные группы разрабатывают системы рейтинговой оценки деятельности страховых организаций. Однако опробованной на практике российской методики рейтинговой оценки страховщиков нет, и среди имеющихся невозможно выделить методику, которая в скором времени могла бы быть применена. Проверенные методики построения рейтинга имеют иностранные агентства, но эти системы построены на основании мировой практики и особенностей определенной страны. Изучение российского страхового рынка международными агентствами не проводилось, поэтому иностранные методики не включают в себя раздел оценки, адаптированный для российских страховщиков. Отличия в информационной базе и методическом обеспечении работы отечественных страховщиков от западных не позволяют использовать методики мировых рейтинговых агентств на российском рынке. Однако при наличии интереса со стороны пользователей, методики могут быть адаптированы для оценки российских компаний.

В качестве научной проблемы диссертант выделяет отсутствие работающей методики формирования рейтинга российских страховых компаний или ее проекта. Одной из причин сложившейся ситуации является отсутствие общей процедуры, основных принципов и этапов создания методики рейтинговой оценки деятельности отечественных страховщиков.

Актуальность проблемы формирования рейтинга страховых компаний неоднократно упоминалась в прессе теоретиками и практиками страхового дела: Р.Г. Глейзер, Е. В. Коломиным, Е.Д. Кочубеем, В.А. Суховым, Н.В. Тарасовой, К.Е. Турбиной.

Рейтинговая оценка прочих субъектов рынка на сегодняшний момент в России осуществляется: необходимо упомянуть методики анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий и банков. Наиболее полной и научно проработанной в рамках основных элементов и направлений анализа финансового состояния предприятий, с нашей точки зрения, можно назвать методику комплексного финансово-экономического анализа предприятий, подготовленную Институтом стратегического анализа и развития предпринимательства. Данная методика апробирована в 1998 году в рамках научно-исследовательской программы, утвержденной по выполнению Части Е Займа содействия осуществлению приватизации, предоставленного Международным банком реконструкции и развития, и обобщает накопленный российский и иностранный опыт анализа. Данный материал является одним из немногих российских изданий, где описана завершенная методика оценки финансового состояния предприятия, приведены нормативные и общепринятые в мировой практике значения финансово-экономических показателей, характеризующих результаты хозяйственной деятельности, эффективности управления, деловой активности, платежеспособности и финансовой устойчивости. Несмотря на различия в функционировании юридического лица в области страхования и в области производства, основные методологические наработки, касающиеся анализа, будут приняты во внимание в диссертации. В настоящем исследовании также использована применяемая методика составления рейтинга банков Кромонова В., а также рейтинговая методика оценки надежности банков Фетисова Г.Г. Однако, полностью использовать одну из апробированных и работающих методик для формирования рейтинга страховых компаний невозможно из-за существенных отличий в деятельности страховщиков, и, соответственно отличий в концепции платежеспособности, финансовой устойчивости или другой характеристики страховщика, в системе финансовых показателей и прочее.

Из вышесказанного следует вывод: отсутствие методики формирования рейтинга российских страховых компаний позволяет в диссертационной работе на основе обобщения имеющегося опыта и исследования некоторых теоретических проблем, разработать методический аппарат для построения системы рейтинговой оценки российских страховщиков.

Целью диссертационной работы является исследование процесса формирования рейтинга страховых компаний, разработка и апробирование методического аппарата для построения системы рейтинговой оценки российских страховщиков.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- проанализировать существующие понятия рейтинга и на этой основе дать авторское определение с учетом специфики страховой деятельности и целенаправленности оценки;

- изучить отечественные разработки в области рейтинговой оценки деятельности страховых компаний с целью определения возможностей их использования;

- изучить методики построения рейтинга страховых компаний, применяемые международными агентствами, с целью выявления основных подходов к оценке деятельности страховщиков, а также возможностей применения этих методик по отношению к отечественным страховщикам;

- разработать методический аппарат для построения системы рейтинговой оценки российских страховщиков.

- построить систему рейтинговой оценки отечественных страховщиков для использования органом государственного надзора за страховой деятельностью;

- выявить субъекты рынка, которые имеют возможность формировать независимый профессиональный рейтинг страховых компаний.

Объектом исследования выступают российские страховые компании. Предметом исследования являются методы оценки деятельности российских страховых компаний, представляемой в виде рейтинга.

Теоретическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных экономистов и специалистов в области страхового дела, финансового анализа и экономике - математических методов: А.С. Барышникова, Е.Ф. Дюжикова, В.В. Ковалева, Е.В. Коломина, В.К. Малиновского, Л.А. Орланюк - Малицкой, В.И. Рябикина, Ю.А. Сплетухова, В.А. Сухова. Г.В. Черновой, Р.Т. Юлдашева, J. David Cummins, Scott Е. Harrington, Robert W. Klein и других.

Информационной основой исследования явились законодательные акты, регламентирующие сграховую деятельность и бухгалтерский учет, диссертационные труды, научно-публицистические работы, материалы отечественных и зарубежных рейтинговых агентств, неопубликованные внутренние разработки различных организаций, касающиеся формирования рейтинга страховых компаний, а так же данные, полученные из системы Internet.

Большое значение в процессе выполнения работы имели материалы, собранные и обобщенные диссертантом в ходе подготовки сотрудниками кафедры «Страховое дело» научного исследования на тему "Методика оценки финансовой устойчивости и платежеспособности страховой организации, основанной на данных финансовой, налоговой и статистической отчетности" по государственному контракту от 17.03.2000 г. № 3.28.26/8 Министерства экономического развития и торговли РФ.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

- выявлена сущность процесса рейтинговой оценки и предложена дефиниция понятия «рейтинг»; на этой основе раскрыто содержание понятий «экспертный рейтинг», «рейтинг общественных предпочтений», «кредитный рейтинг страховых компаний», введенных в отечественный научный оборот впервые;

- предложена классификация кредитных рейтингов страховых компаний по отдельным критериям: по группам пользователей, по оцениваемому свойству объекта, по полноте информационных источников, по инициатору присвоения рейтинга, по периодичности проведения, по методу формирования;

- определены типы рейтингов, которые могут формироваться для российских страховых компаний;

- выявлены принципы и методы, на которых основаны системы рейтинговой оценки международных рейтинговых агентств, а также определена процедура рейтинговой оценки деятельности страховщиков, которую необходимо применять в ходе разработки российских методик;

- доказана невозможность применения зарубежной практики формирования рейтингов в существующем виде по отношению к отечественным страховщикам из-за различия информационной базы и методического обеспечения работы страховщиков;

- доказана неэффективность использования изученных российских проектов в области рейтинговой оценки деятельности страховщиков в существующем виде по причинам необоснованности выбора финансовых показателей, спорности отдельных экспертных оценок и прочее;

- разработан методический аппарат построения системы рейтинговой оценки российских страховых компаний, включающий в себя определение общей концепции методики и основных этапов процесса построения системы с постановкой задач и предложением методов их решения;

- предложена методика формирования специализированного рейтинга российских страховых компаний для выполнения контрольной функции органом государственного надзора за страховой деятельностью;

- доказана необходимость предъявления к организациям, осуществляющим рейтинговую оценку страховых компаний, требований независимости и специализации.

Теоретическая значимость проведенной работы заключается в классификации рейтингов и авторских определениях отдельных понятий, предлагаемых к использованию в процессе рейтинговой оценки деятельности отечественных страховщиков. Разработанный методический аппарат создания системы рейтинговой оценки может послужить базой для дальнейшего научного исследования в области страхования и экономико -математического моделирования.

В процессе разработки методики формирования регулирующего рейтинга, на основе теории финансовой устойчивости страховой компании Л. А. Орланюк - Малицкой1, была предложена система показателей финансовой устойчивости. Предложен впервые расчет таких финансовых показателей, как общехозяйственная платежеспособность страховой компании, средний уровень ответственности по одному договору страхования (по отношению к величине собственных средств). В ходе анализа деятельности пяти российских страховых компаний существенно модифицирован расчет таких финансовых показателей, как комбинированный показатель результата страховой деятельности, комбинированный показатель результата финансово - хозяйственной деятельности страховой компании, зависимость страховой компании от перестраховщиков и способность страховой организации при передаче риска в перестрахование покрыть убытки собственными средствами.

Практическая значимость результатов исследования, в частности методического аппарата, заключается в возможности широкого использования для построения методик рейтинговой оценки российских страховщиков. Предложенная методика формирования специализированного рейтинга страховщиков может быть использована российским органом государственного надзора за страховой деятельностью как дополнительный инструмент оценки деятельности страховой компании, своевременной диагностики несостоятельности и выявления нарушений в деятельности страховщика.

## Сущность и понятие рейтинга страховых компаний, цели его формирования

В последнее время рейтинги заняли прочное место в информационно -аналитическом обеспечении деятельности субъектов российского рынка. Рейтинги присваиваются как отдельным государствам, субъектам федерации и местным органам власти, или предприятиям и организациям, являющимся субъектами отраслевых рынков, так и отдельным физическим лицам (например, рейтинги профессионалов, рейтинги политиков) или отдельным услугам или товарам. В настоящей работе рейтинги отдельных физических лиц не изучаются. И прежде чем перейти к рассмотрению рейтингов, необходимо дать определение этому термину.

Рассмотрим существующие в отечественной литературе определения самого термина «рейтинг» без отнесения к страховой компании. Согласно некоторым источникам2, слово «рейтинг» впервые в русской лексикографической практике фиксируется в середине XX века и определяется как индивидуальный числовой показатель оценки спортивных достижений шахматиста в классификационном списке сильнейших шахматистов мира. Во второй половине XX века данный термин дополняется еще одним определением: индивидуальный числовой показатель оценки популярности какого - либо лица, общественной или государственной организации, теле- или радиопередачи на данный период времени, определенный по итогам голосования, анкетирования, опросов общественного мнения и т.д. В конце XX века появилось еще одно определение: рейтинг -это степень популярности политического деятеля. Именно два из указанных определения используются в энциклопедических словарях. Так, Большой энциклопедический словарь определяет: «рейтинг (от англ. rating) - 1) индивидуальный числовой показатель оценки спортивных достижений шахматиста в классификационном списке сильнейших шахматистов мира; 2) степень популярное известного деятеля.»

Однако данные определения рейтинга рассматриваются, в основном, в отношении конкретных физических лиц (спортсменов, политиков, известных деятелей). Учитывая, что в настоящем исследовании рейтинги рассматриваются только по отношению к юридическим лицам, можно применить следующее определение: рейтинг - это индивидуальный числовой показатель оценки популярности общественной или государственной организации на данный период времени, определенный по итогам голосования, анкетирования, опросов общественного мнения и т.д. Данное определение совершенно верно отражает суть одной из возможных форм рейтинга, формируемой на основе общественных предпочтений, но при этом на практике существуют рейтинги, формируемые группой экспертов. Это направление в определении термина не учитывается. Дополнительно необходимо отметить, что рейтинг может выражаться не только в виде числового показателя, но так же и в виде буквенного или символьного значения.

Обратимся к определениям отдельных авторов. Юлдашев Р.Т. дает определение термину «рейтинг» следующим образом: «рейтинг - оценка; отнесение к классу, разряду, категории.» В данном случае дается определение рейтингу как процессу и в случае применения определения к термину «рейтинговая оценка» оно совершенно верное.

Однако необходимо рассмотреть рейтинг не как процесс, а как способ изложения информации и определить его суть. Учитывая, что объектом рейтинговой оценки как процесса могут являться как физические или юридические лица, так и отдельные работы и проекты или социальные явления, не будем в определении указывать список объектов оценки. Отметим, что рейтинг, прежде всего, является одним из способов кратко и доступно для пользователя изложить информацию и целью формирования рейтинга является удовлетворение информационных потребностей пользователей о конкретном объекте. При этом рейтинг может формироваться различными методами и отражать либо мнение общественности, либо мнение экспертов, следовательно, в общем определении рейтинга не стоит указывать метод формирования рейтинга.

## Формирование рейтингов страховых компаний ведущими международными агентствами

В данной части работы исследуются методики формирования рейтингов страховых компаний и рейтинги трех из пяти ведущих мировых агентств: А. М. Best Company, Standard & Poor s Corp., Moody s Investor Service Inc. Что касается методики агентства Duff & Phelps Credit Rating Co., то она не рассматривается отдельно по причине достаточно большого сходства с методиками агентств Standard & Poor s Corp. и Moody s Investor Service Inc. Рейтинговое агентство Duff & Phelps Credit Rating Co. основано в 1932 году и с 1986 года формирует рейтинги страховых компаний. "Рейтинг платежеспособности" агентства Duff & Phelps подтверждает способность страховой компании полностью и своевременно произвести выплаты страхового возмещения и обеспечения по договорам страхования, а так же выполнить прочие обязательства перед страхователями, перестраховщиками и состраховщиками в краткосрочном и в долгосрочном периоде. Как и рейтинг платежеспособности агентства Standard & Poor s Corp., рейтинг платежеспособности Duff & Phelps является двухуровневым. Расчет включает в себя проведение анализа количественных и качественных показателей уровня риска, состояния филиальной сети, качества управления компанией, а также ее конкурентоспособности.

Отличным от четырех названных агентств является подход к присвоению кредитного рейтинга страховых компаний агентства Weiss Research Inc. При оценке финансового положения компании агентство исходит из необходимости оценить не степень надежности компании, а вероятность ее неплатежеспособности, а также из того, что цель кредитного рейтинга страховых компаний - выявление потенциально неплатежеспособных страховщиков. Отсюда, при анализе значений рассчитанных показателей, агентство Weiss Research Inc. применяет более строгие, по сравнению с другими агентствами, нормативные диапазоны значения. Дополнительно для достижения указанной цели агентство при оценке потенциального состояния страховой компании в краткосрочном и долгосрочном периоде принимает во внимание условие ухудшения экономической обстановки. Отличие существует и в добровольности оценки. Агентство Weiss присваивает рейтинги только по собственной инициативе и, в отличие от других агентств, не оценивает деятельность по заявкам страховых компаний. Клиентами агентства являются страхователи и страховщики, определяющие контрагента и партнера по операциям сострахования и перестрахования, и источником доходов агентства является продажа рейтинговой информации. Такой подход, по мнению агентства, позволяет ему, в отличие от других рейтинговых агентств, сохранять независимость от рейтингуемых компаний. Агентство знакомит руководство оцененной страховой компании с присвоенным рейтингом, но страховая компания не может повлиять на оценку. Что касается проведения рейтингового анализа, то в отличие от прочих агентств, Weiss Research Inc. проводит только анализ количественных показателей: при расчете рейтинга агентство применяет пятифакторную оценку, базирующуюся на индексах риска капитала, ликвидности, инвестиционной безопасности, прибыльности и стабильности.

Некоторые рейтинговые агентства, оценивая методику агентства Weiss Research Inc. в целом, заявляют о спорности как самого подхода к формированию рейтинга, так и рейтингового процесса. Вместе с тем, существуют положительные отзывы о методике агентства Weiss. Так, при сравнении эффективности результатов рейтинговой оценки пяти рейтинговых агентств за период с августа 1989 года по ноябрь 1994 года и соответствия присвоенных рейтингов фактическому положению дел, организация General Accounting Office (GAO) признала рейтинги Weiss наиболее точным и покрывающим период оценки 475 дней по сравнению с рейтингами агентства Standard & Poors Соф., занявшими второе место, и покрывающими период оценки в 314 дней.15 Понимая принципиальные отличия методики присвоения рейтинга страховых компаний агентства Weiss Research Inc. от других методик, в данной главе ставится цель не проведения анализа их различий, а исследования основных этапов формирования рейтинга и обобщения путей решения задач, применяемых в каждой рассматриваемой методике.

## Методические рекомендации по формированию рейтинга страховых компаний

Данная часть работы посвящена описанию процесса создания методики кредитного рейтинга страховщиков. На основании проведенного во второй части исследования зарубежных и российских методик формирования рейтингов и оценок финансового состояния страховщиков были определены основные требования, предъявляемые к методике формирования рейтинга, определены типы рейтинговых оценок, основные этапы разработки методики и варианты решения задач, стоящих перед аналитиками в рамках каждого этапа. Поскольку методика представляет собой совокупность принципов и методов, в работе диссертант излагает не только этапы разработки такой методики, но и наиболее приемлемые из возможных методы и варианты решения задач по каждому описываемому этапу.

Рассмотрев международную практику формирования кредитного рейтинга страховых организаций агентствами, можно сделать вывод о том что, несмотря на различие применяемых агентствами концепций оценки деятельности страховых компаний, методики рейтинговой оценки, разработанные различными агентствами за многолетнюю практику, имеют единую основу и подход. Общие требования к методике формирования рейтинга, предъявляемые агентствами, можно сформулировать следующим образом. Во-первых, методика должна позволить охватывать достаточное количество информации, наиболее полно характеризующей исследуемый объект, и изучать основные параметры его деятельности.

Во вторых, методика должна обладать признаком многовариантности, то есть в зависимости от специфики деятельности объекта оценки и некоторых его параметров, система должна позволять разделять совокупность объектов оценки на группы и содержать пакеты различных вариантов проведения анализа по каждой группе для формирования рейтинга. Помимо этого, система должна позволять формировать различные типы рейтинговых оценок в зависимости от исходной информации об объекте оценки и поставленной перед агентством задачи.

В третьих, несмотря на сложность рейтингового анализа, методика должна позволять предоставлять результаты рейтинга в наглядной и доступной форме. Выполнение данных требований, продиктованных рыночным спросом, можно наблюдать в рамках каждой из приведенных во второй части работы западных методик рейтинговых агентств. Российские методики во многом недоработаны и не апробированы и подобные требования не выполняются ни в одной из них.

Прежде чем описывать этапы методики формирования кредитного рейтинга страховых компаний необходимо отметить, что в основе методик лежат концептуальные принципы, которые должны быть выделены разработчиками и исходя из которых должны приниматься решения о применении тех или иных методов решения задач, встающих по каждому этапу методики. Правильное и полное определение основополагающих принципов дает возможность разработчикам выстроить логически завершенную методику и получить конечный результат, базирующийся на сформулированных в виде принципов взглядах группы разработчиков.

Диссертант может выделить несколько основных принципов методики:

1. Определение влияния направлений деятельности страховой компании на характеристику состояния компании. Так, международные рейтинговые агентства в основу методик положили условие, что необходимо изучать платежеспособность и финансовую устойчивость страховой компании только с позиций выполнения обязательств, возникших по операциям страхования, сострахования и перестрахования. Прочие обязательства в общей сумме обязательств занимают слишком маленькую долю и реального влияния на характеристику состояния компании не оказывают.