

Финист

НИСИП
Национальный институт
системных исследований
проблем предпринимательства

ИНДЕКС КРЕДИТНОГО БЛАГОПРИЯТСТВА РАЗВИТИЮ МАЛОГО БИЗНЕСА

МАРТ 2011



Лучшая линейка
кредитов для малого
бизнеса



ЛИДЕР



Промсвязьбанк

Самые длинные
кредиты

15 лет



Содержание:

РЕЗУЛЬТАТЫ МОНИТОРИНГА: ВЕСЕННИЙ РОСТ	3
ИНДЕКС КРЕДИТНОГО БЛАГОПРИЯТСТВОВАНИЯ	5
ИНДЕКС КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ	9
ИНДЕКС МАРКЕТИНГОВОЙ АКТИВНОСТИ	18
ИНДЕКС КАЧЕСТВА КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ.....	24
КАРТА РЫНКА	27
МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ	29
ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОРГАНИЗАТОРАХ	36

РЕЗУЛЬТАТЫ МОНИТОРИНГА: ВЕСЕННИЙ РОСТ

Весна создает условия для роста, в том числе и на банковском рынке. Несмотря на наши осторожные прогнозы, индекс кредитного благоприятствования вырос на 6%, достигнув 197 баллов.

Основной вклад в динамику индекса внесли улучшения, предпринятые банками на фронте консультирования клиентов. Ряд банков, ранее находившихся в аутсайдерах по данному блоку вопросов мониторинга, неожиданно исправилась, и даже попали в лидеры (Промсвязьбанк, АК Барс, Номос-банк).

Доля банков выражающих активную заинтересованность в кредитовании малых предприятий впервые с начала мониторинга превысила 50%. Банки еще не решили вопроса с размещением избыточной ликвидности и, по-видимому, все менее осторожничают.

В 2010 году основным объектом конкуренции были те клиенты, которые успешно прошли кризис, и даже увеличили бизнес – сохраняя жесткие требования к клиентам, банки активно боролись по процентным ставкам.

В 2011 году акцент будет смещаться на тех клиентов, которые просто выжили, и продолжают работать, пусть и после реструктуризации юридической структуры бизнеса. Заметно снижение требований к сроку деятельности компаний, увеличивается число беззалоговых кредитов, кредитов под залог товарно-материальных ценностей.

Собственно и активность банковских менеджеров направлена именно на эту группу клиентов, многие из которых в период кризиса приобрели негативный опыт работы с банками и теперь сторонятся кредитования. Именно их нужно сейчас убеждать, что кредитование доступно.

Впрочем, нужно отметить, что и кредитная политика, вопреки нашим ожиданиям, все-таки стала чуть мягче. Ожидавшегося в начале года повышения ставок по вкладам не произошло, наоборот, в апреле ставки в очередной раз упали, поэтому, несмотря на рост ставки рефинансирования, индикативные ставки кредитования в мартовском мониторинге снизились на 1%. Кроме того, ряд банков уменьшил дисконты, применяемые при оценке залогов, что также не в последнюю очередь определяет доступность кредитов.

Прошлогоднее весеннее ралли на рынке кредитования малого бизнеса плавно перешло в стагнацию, продолжавшуюся и в третьем, и в четвертом квартале 2010 года. Что ждет рынок в 2011 году, мы узнаем по итогам следующего мониторинга.

«Кредитование малого бизнеса жизненно важно для развития отечественной экономики. Стимулирование этого процесса является стратегической задачей для Российского банка развития. Но, к сожалению, технологии работы с клиентами из этого сектора еще недостаточно отработаны, что заставляет банки проводить чрезмерно консервативную политику кредитования. Это не может не влиять на темпы роста малого бизнеса. В этом свете «Индекс кредитного благоприятствования развитию малого бизнеса» является весьма актуальным инструментом для банков, позволяющим выявлять лучшую практику на рынке, способствовать ее распространению. Использование не только количественных данных, но и качественных, дает возможность лучше чувствовать конъюнктуру рынка, дает понимание тех «подводных камней», которые мешают кредитованию сегодня, и могут оказаться критичными завтра. Мониторинг ценен тем, что охватывает не только процентные ставки, но анализирует кредитную политику банков как систему, включающую и требования к заемщикам, и требования к залоговому обеспечению. Мониторинг маркетинговой и консультационной активности банков указывает на текущие проблемы (а у кого-то, наоборот, преимущества), которые можно очень быстро исправить и усовершенствовать, чтобы добиться в деле финансирования российского малого бизнеса новых успехов».
Афанасьев Михаил Кузьмич, Директор Департамента финансирования малого и среднего предпринимательства **ОАО «Российский банк развития»**

«Кризис идет на спад, и все наиболее «вкусные» клиенты сделали выбор в пользу того или иного банка. У банков опять стоит проблема поиска хороших заемщиков и размещения привлеченных депозитов. В этой связи, кредитование малого бизнеса в очередной раз становится актуальной темой, и представленный индекс позволяет ориентироваться в конкурентной среде, и составить наиболее интересное для заемщиков предложение».
Пухов Антон Владимирович, Начальник Управления розничного бизнеса **S3 Bank**

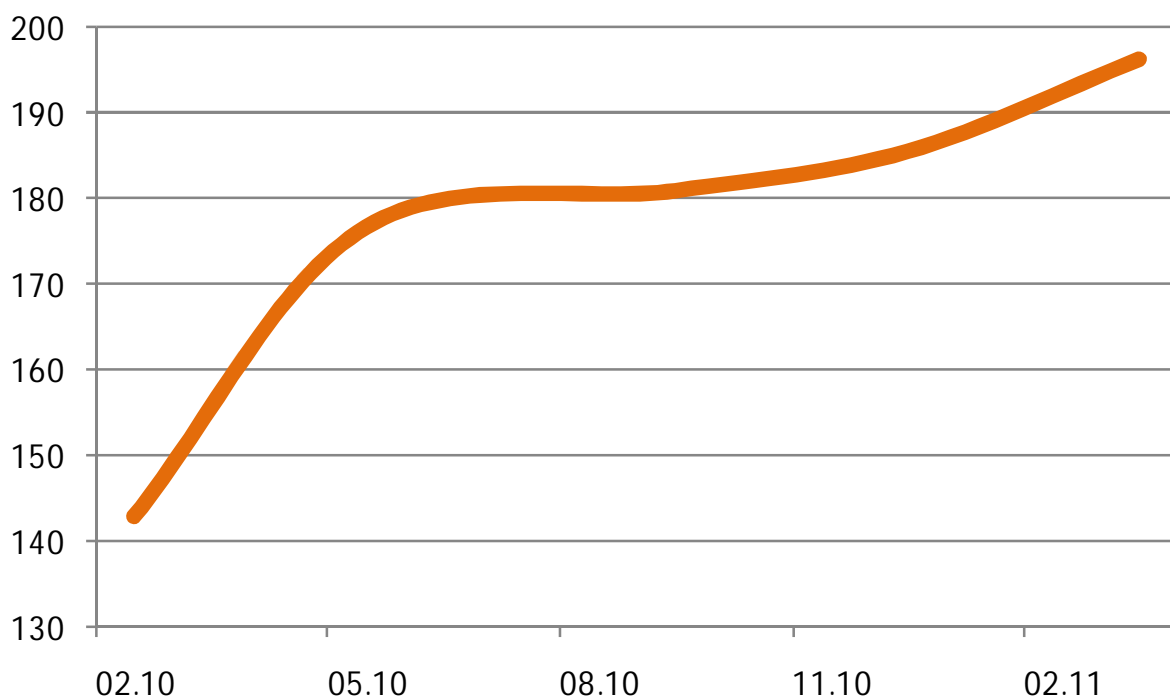
«Исследования, подобные «Индексу кредитного благоприятствования» почти отсутствуют на рынке. Между тем, информация, содержащаяся в данном исследовании, очень актуальна и, что важно, имеет высокую прикладную ценность. Прежде всего, исследование полезно тем, что вы получаете бенчмаркинг-инструмент для выявления лучших практик на таком важном для банков рынке, как рынок кредитования. Во-вторых, вы можете видеть недоработки и ошибки, допускаемые другими банками. И, в-третьих, данное исследование может быть полезно в качестве источника оперативной информации для корректировки собственных программ кредитования банка».
Голубцов Денис Валерьевич, Начальник службы маркетинга **ОАО АКБ "Урал ФД"**

ИНДЕКС КРЕДИТНОГО БЛАГОПРИЯТСТВОВАНИЯ

Индекс кредитного благоприятствования в марте 2011 г. составил 197 баллов, увеличившись по сравнению с декабрем 2010 года на 6% (с начала мониторинга Индекс прибавил 38%).

Рост Индекса кредитного благоприятствования был обусловлен в первую очередь улучшением показателей качества консультирования и продаж, ростом маркетинговой активности, тогда как изменения в кредитной политике были незначительными, хотя и положительными.

Рисунок 1. Индекс кредитного благоприятствования, баллы



Динамика с предыдущего мониторинга (декабрь 2010)	+6%
--	------------

Динамика с начала мониторинга (февраль 2010)	+38%
---	-------------

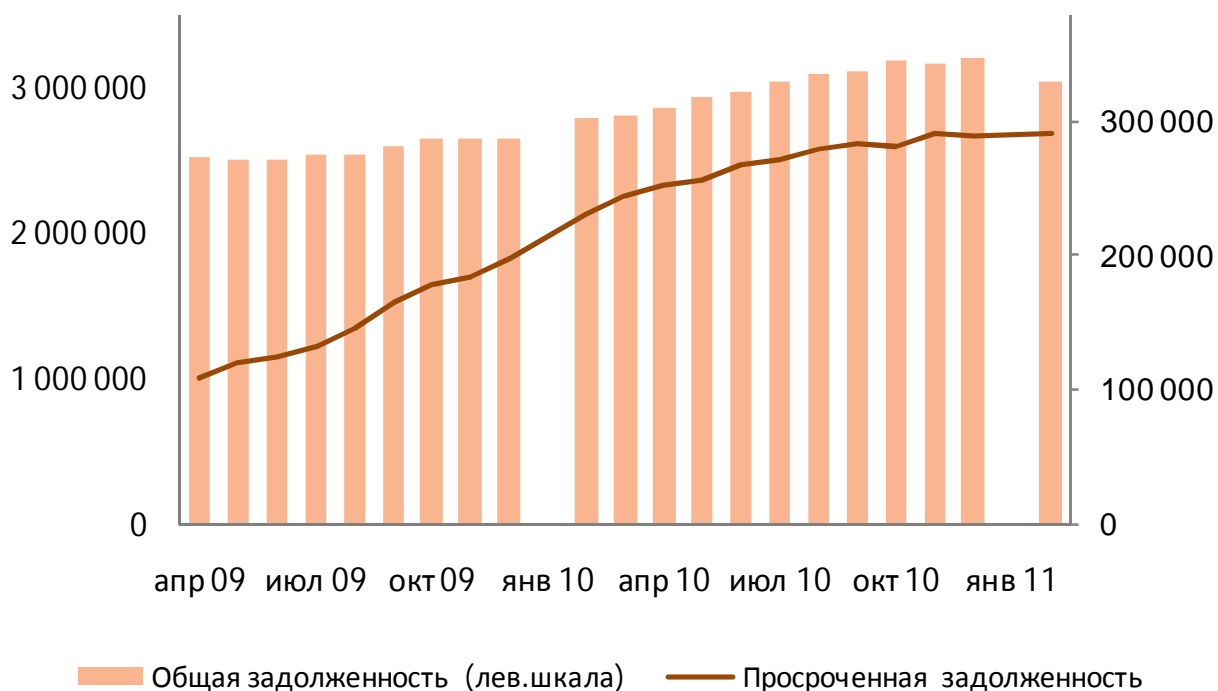
Ситуация в значительной мере схожа с весной 2010 года, когда банки активно конкурировали за клиентов, с тем лишь различием, что год назад для привлечения клиентов более активно использовались процентные ставки.

Мы уже отмечали, что в конце 2010 года тенденция снижения ставок затухла, а в начале 2011 года стал намечаться разворот в сторону их повышения из-за изменения ставки рефинансирования. Поэтому в конце 2010 года – начале 2011 года активность банков была направлена на оптимизацию продуктовых

линеек, маркетинговую поддержку продуктов для малого бизнеса, а также на улучшение уровня консультирования по первичным обращениям клиентов.

Данные ЦБ РФ в начале года зафиксировали сокращение объема задолженности малых предприятий по сравнению с декабрем 2010 года, хотя по сравнению с аналогичным периодом прошлого года рост все равно составил более 9% (рисунок 2). Неприятно удивили цифры по просроченной задолженности, которая вновь выросла, достигнув 9,9% от портфеля кредитов (максимальные значения с апреля 2009 года).

Рисунок 2. Общая сумма задолженности по кредитам, предоставленным субъектам малого и среднего предпринимательства, млн. руб.



Данные ЦБ РФ, с учетом данных по государственной корпорации "Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)"

По итогам мартовского мониторинга лидерство перешло к Промсвязьбанку (266 баллов), который весь 2010 год держался в почтительном удалении от лидеров, несмотря на то, что предлагал широкую линейку кредитных программ для малого бизнеса и являлся неизменным лидером по маркетинговой активности. В марте банк показал высокий уровень консультирования клиентов (это было одно из слабых звеньев банка) и смог вырваться на первую позицию.

На втором месте оказался банк Уралсиб, немного подтянувший уровень консультирования клиентов. Но в большей мере вторая позиция достигнута благодаря низкой активности конкурентов.

Росбанк, занявший первую строчку рейтинга по итогам 2010 года, за прошедший квартал не вносил заметных изменений по работе с клиентами малого бизнеса. Кроме того, банк снизил маркетинговую активность, поэтому уступил лидерство. Не исключено, что активность банка сдерживает грядущее объединение бизнеса с BSGV. В Росбанк уже перешли отдельные специалисты из французского банка, которые, по-видимому, будут корректировать его курс на рынке кредитования малого бизнеса.

Другой конкурент - банк Траст - не смог сохранить достигнутого по итогам 2010 года результата и, показав ухудшение качества консультирования клиентов, выбыл из тройки лидеров.

Необходимо отметить Номос-банк, который по итогам первого мониторинга в 2010 году, стал лидером, но затем переместился в середину ТОП-20, начав реорганизацию направления кредитования малого бизнеса. Было сокращено число продуктов, заметно снизилось качество консультирования. С третьего квартала банк постепенно улучшал свои показатели, и по итогам текущего мониторинга вышел на 4 позицию (223 балла).

На 4 позицию (223 балла) вышел и ВТБ24, улучшив условия кредитования, запустив новые продукты (в т.ч. кредитование под залог товаров в обороте), а также активизировав маркетинговую работу.

Таблица 1. Банковский индекс кредитного благоприятствования, баллы

	среднее 2010	дек 10	мар 11
Промсвязьбанк	189	217	266
Уралсиб	194	228	235
Росбанк	216	234	231
Номос-банк	191	204	223
ВТБ 24	174	182	223
Сбербанк	194	192	218
Траст	212	233	211
Банк Москвы	176	215	210
Локо-банк	209	223	207
АК Барс	158	153	203
МДМ-Банк	177	190	192
БСЖВ	186	209	187
Интеза	157	169	184
Росевробанк	143	166	180
Россельхозбанк	139	147	178
Возрождение	169	166	177
Инвестторгбанк	146	153	167
Юниаструм банк	144	159	160
НТБ	135	159	145
МИнБ			143

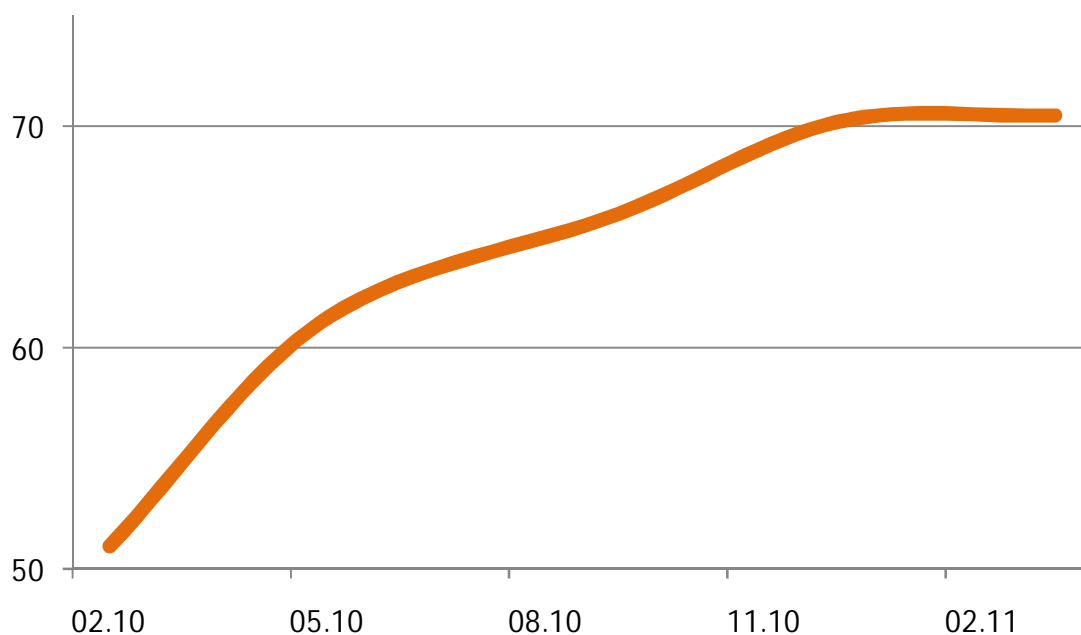
ИНДЕКС КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ

Индекс кредитной политики отражает позиции банков с точки зрения благоприятности экономических условий кредитования, а именно – запрашиваемой стоимости кредита и обеспечения по нему.

В марте 2011 года индекс кредитной политики составил 72 балла, практически не изменившись в сравнении с предыдущим мониторингом (70 баллов). Смягчение кредитной политики наблюдалось на протяжении 2010 года, однако в конце года эта тенденция стала затухать.

Очевидно, многие банки, не добившись в краткосрочном периоде хороших результатов в кредитовании малого бизнеса, стали ограничивать свои амбиции, направляя ликвидность на фондовый рынок и кредитование крупных и средних клиентов. ЦБ РФ также не создавал стимулов к активизации банков на этом рынке, подняв в начале 2011 года и ставку рефинансирования, и увеличив требования к нормам резервирования.

Рисунок 3. Индекс кредитной политики, баллы



Динамика с предыдущего мониторинга (декабрь 2010) **+2%**

Динамика с начала мониторинга (февраль 2010) **+41%**

Максимальное значение индекса кредитной политики по-прежнему принадлежит Сбербанку РФ. Также в пятерку банков по индексу кредитной политики вошли Локо-банк, Банк Москвы, Промсвязьбанк и Уралсиб. В первом квартале 2011 года эти банки сохранили ту же политику, что и в четвертом квартале 2010 (умеренные ставки кредитования и требования к заемщику и обеспечению), а Промсвязьбанк еще и несколько смягчил требования к обеспечению кредитов.

Таблица 2. Банковский индекс кредитной политики, баллы

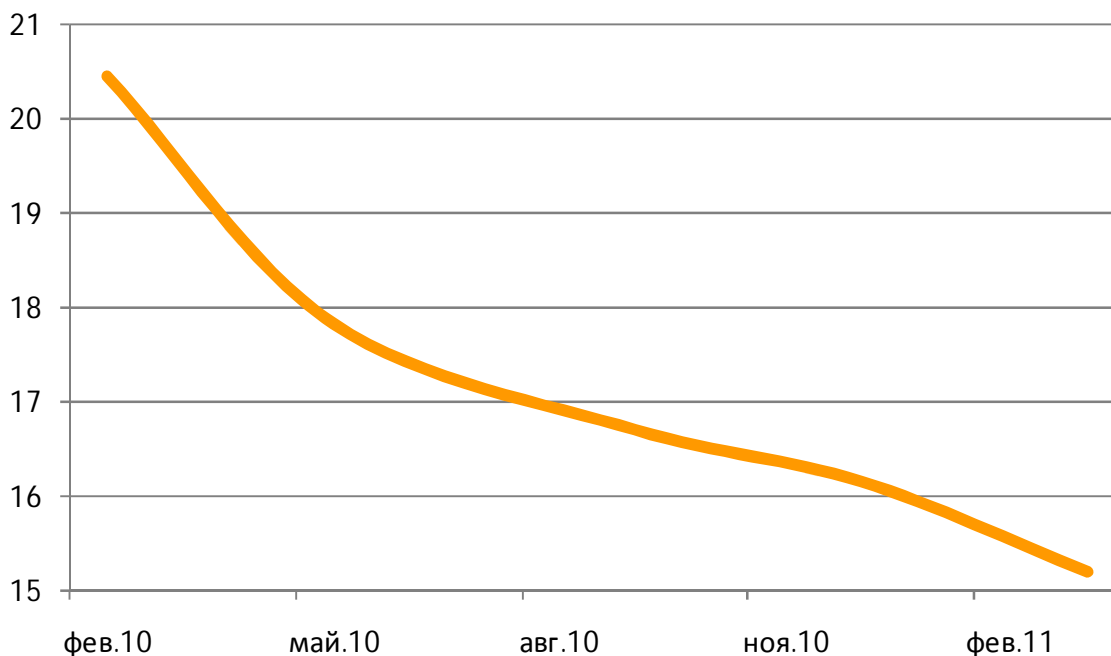
	среднее 2010	дек 10	мар 11
Сбербанк	89	104	104
Локо-банк	81	91	91
ВТБ 24	70	79	85
Банк Москвы	72	84	84
Промсвязьбанк	56	77	83
Уралсиб	72	79	79
Росевробанк	65	54	79
Росбанк	72	78	78
Россельхозбанк	54	50	71
Инвестторгбанк	53	58	70
Возрождение	62	69	69
Номос-банк	64	83	67
Траст	59	67	67
НТБ	52	58	67
БСЖВ	63	70	64
Юниаструм банк	58	64	64
Интеза	46	59	59
МДМ-Банк	37	51	58
МИнБ			52
АК Барс	63	65	47

Как и в 2010 году, банки весной начали ценовую борьбу. Средняя ставка по кредитам на 12 месяцев среди ТОП-20 снизилась до 15,2%. Впрочем, во многом снижение обусловлено проведением временных акций и уменьшением аппетита тех банков, которые на протяжении 2010 года запрашивали максимальные ставки. Сегодня такие ставки уже не конкурентоспособны и требуют коррекции, что и происходит. Однако среди лидеров дальнейших попыток снижать ставки не наблюдается.

Лидером рейтинга процентных ставок остается Сбербанк, чья ставка (13%) по-прежнему является наиболее привлекательной. Вплотную к лидеру примыкают Банк Москвы, Локо-банк, Возрождение, Россельхозбанк и БСЖВ, чья ставка составила 14%.

Необходимо отметить существенное улучшение позиций Россельхозбанка, который провел сезонное снижение ставок кредитования, несколько упростил условия оформления кредитов, в т.ч. для тех случаев, когда в сделке участвует гарантийный фонд. Кроме того, банк резко снизил требования к залогам, выразив готовность кредитовать только под будущий урожай.

Рисунок 4. Индикативные ставки кредитования (кредиты на срок 12 месяцев) банки ТОП-20, % годовых¹



¹ - Под индикативной ставкой кредитования называется средняя ставка (с учетом единовременных комиссий за выдачу и обслуживание кредита), декларируемая при обращении в банк потенциального клиента. При расчете ставки не учитываются беззалоговые кредиты. В действительности ставка может отличаться от приводимой в зависимости от специфики заемщика, непредвиденных расходов по обслуживанию кредита и т.п. При исследовании организатор прилагает усилия для обеспечения единообразия условий обращений в исследуемые банки.

Таблица 3. Индикативные ставки кредитования (кредиты на срок 12 месяцев), % годовых

	среднее 2010	дек 10	мар 11
Сбербанк	14	13	13
Банк Москвы	14	14	14
Возрождение	15	14	14
Россельхозбанк	15	15	14
БСЖВ	18	15	14
ВТБ 24	17	15	15
Инвестторгбанк	19	18	15
Локо-банк	16	14	15
Промсвязьбанк	20	16	15
Росбанк	17	15	15
Росевробанк	18	19	15
Уралсиб	17	16	15
АК Барс	18	15	16
Интеза	21	20	16
МДМ-Банк	22	18	16
Номос-банк	18	17	16
МИнБ			16
Юниаструм банк	19	17	16
НТБ	18	16	17
Траст	22	20	19

Наиболее жесткие требования к заемщикам по критерию длительность хозяйственной деятельности заемщиков предъявляются в МДМ-банке, где рассматривают заявки лишь от компаний, проработавших более 1,5 лет. В большинстве банков ориентируют на необходимый срок деятельности заемщика около 12 месяцев, хотя требования могут ужесточаться для больших сумм (как, например, в Промсвязьбанке) или определенных отраслей (для торговых компаний в ВТБ24 минимальный срок работы на рынке 12 месяцев против 6 месяцев для прочих заемщиков, тогда как в Сбербанке, наоборот, торговые компании могут обращаться за кредитом много раньше прочих – всего через 3 месяца работы).

Однако все большее число банков рассматривает заявки от компаний, проработавших на рынке полгода. За прошедший квартал этой тенденции последовали Номос-банк, Росбанк, Росевробанк.

Таблица 4. Минимальные требования банков к длительности ведения хозяйственной деятельности заемщиков, месяцев

	сен 10	дек 10	мар 11
Сбербанк	3	3	3
АК Барс	6	6	6
Банк Москвы	6	6	6
ВТБ 24	6	6	6
Локо-банк	6	6	6
Траст	6	6	6
Уралсиб	6	6	6
Номос-банк	12	12	6
НТБ	12	6	6
Росбанк	12	12	6
Росевробанк	12	12	6
Инвестторгбанк			12
МИнБ			12
Россельхозбанк	12	12	12
БСЖВ	12	12	12
Возрождение	12	12	12
Интеза	12	12	12
Промсвязьбанк	12	12	12
Юниаструм банк	12	12	12
МДМ-Банк	18	18	12

Одновременно банки увеличивают максимальные декларируемые сроки кредитования, которые достигают до 15 лет (Юниаструм-банк). Кредиты до 10 лет предлагают ВТБ24 (на покупку залогового имущества банка), Интеза, Сбербанк, Номос-банк и Уралсиб, а с 2011 года и Промсвязьбанк.

Впрочем, кредитные менеджеры по-прежнему обращают внимание на готовность банков кредитовать в пределах 18-36 месяцев, тогда как большие сроки доступны лишь избранным клиентам.

Растут и объемы кредитования в рамках программ для малых предприятий. Декларируемые суммы колеблются от 10 000 до 400 000 000 рублей. За прошедший квартал до 120 млн. рублей увеличил размер программы «Кредит-инвест» Промсвязьбанк, до 50 млн. рублей теперь готов кредитовать Юниаструм банк.

Таблица 5. Максимальные декларируемые сроки кредитования, месяцев

	сен 10	дек 10	мар 11
Юниаструм банк	180	180	180
ВТБ 24	120	120	120
Интеза	120	120	120
Сбербанк	120	120	120
Уралсиб	120	120	120
Номос-банк	120	120	120
Промсвязьбанк	84	84	120
Россельхозбанк	96	96	96
Траст	84	84	84
Росбанк	84	84	84
МДМ-Банк	84	84	84
Росевробанк	60	60	60
Возрождение	60	60	60
Банк Москвы	60	60	60
БСЖВ	60	60	60
Локо-банк	24	60	60
Инвестторгбанк	36	36	60
НТБ	36	36	36
АК Барс	36	36	36
МИНБ			24

Наиболее объемные кредиты готов предоставлять малым и средним предприятиям Ак Барс (до 400 млн. рублей), до 150 млн. рублей готовы предоставить НТБ, Номос-банк и Уралсиб.

Более доступным становится кредит для тех компаний, которые не имеют большого объема основных фондов для предоставления в качестве обеспечения по кредиту. В число банков, готовых кредитовать только (или преимущественно) под залог товаров в обороте добавились Росевробанк и НТБ, ВТБ24.

Таблица 6. Максимальные и минимальные декларируемые суммы кредитования по программам для малого бизнеса, тыс. рублей

	минимальная сумма кредита	максимальная сумма кредита
АК Барс	500	400000
НТБ	500	150000
Номос-банк	300	150000
Уралсиб	100	150000
ВТБ 24	850	140000
Интеза	150	120000
Траст	10	120000
Промсвязьбанк	150	120000
МДМ-Банк	300	60000
Возрождение	1000	50000
Юниаструм банк	500	50000
Росбанк	100	30000
Локо-банк	600	30000
Банк Москвы	100	25000
Инвестторгбанк	300	20000
Росевробанк	600	20000
БСЖВ	1000	15000
Россельхозбанк		10000

Таблица 7. Особенности использования в качестве обеспечения товаров в обороте ²

	не принимают	в небольшой доле в залоге (не более 30%)	только как доп. залог (не более 40-50%)	как основной залог (50-60% и более)
АК Барс		X		
Банк Москвы			X	
БСЖВ			X	
Возрождение		X		
ВТБ 24				X
Инвестторгбанк			X	
Интеза				X
Локо-банк				X
МДМ-Банк			X	
Номос-банк				X
НТБ				X
Промсвязьбанк				X
Росбанк			X	
Росевробанк				X
Россельхозбанк				X
СБ Банк			X	
Сбербанк			X	
Траст				X
Уралсиб				X
Юниаструм			X	

² - Здесь и далее приведены оценки, составленные на основании информации, полученной от менеджеров банка. В действительности анализируемые параметры могут отличаться от декларируемых при обращении потенциального клиента в зависимости от специфики заемщика, конъюнктуры на финансовом рынке и т.п. При исследовании организатор прилагает усилия для обеспечения единообразия условий обращений в исследуемые банки.

За прошедший период чуть более комфортными стали для клиентов ставки дисконтирования. Дисконты уменьшили ВТБ24, банк Возрождение, МДМ-банк, НТБ и Промсвязьбанк. Тем не менее, даже по таким ликвидным формам залога как новых автотранспорт существующие дисконты по-прежнему требуют двойного залога от заемщика.

Таблица 8. Особенности использования в качестве обеспечения грузового транспорта не старше 5 лет ³

	дисконт 30-40%	дисконт 40-50%	дисконт 50% и более
АК Барс			X
Банк Москвы	X		
БСЖВ			X
Возрождение			X
ВТБ 24		X	
Инвестторгбанк		X	
Интеза		X	
Локо-банк	X		
МДМ-Банк	X		
Номос-банк		X	
НТБ		X	
Промсвязьбанк	X		
Росбанк		X	
Росевробанк			X
Россельхозбанк			X
МИнБ		X	
Сбербанк		X	
Траст		X	
Уралсиб			X
Юниаструм банк			X

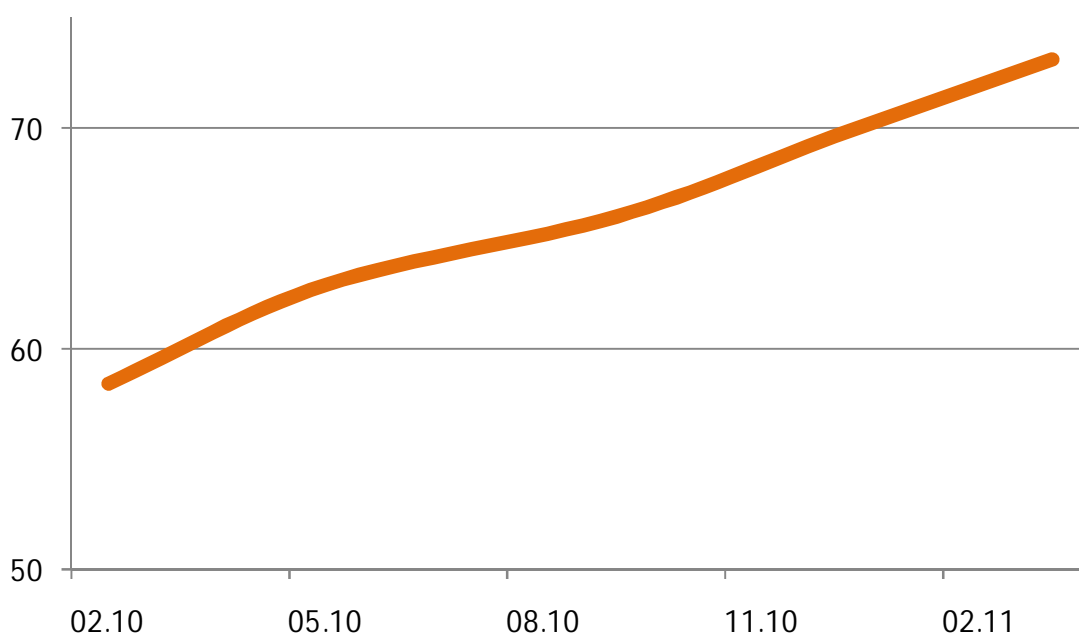
³ - Здесь и далее приведены оценки, составленные на основании информации, полученной от менеджеров банка. В действительности анализируемые параметры могут отличаться от декларируемых при обращении потенциального клиента в зависимости от специфики заемщика, конъюнктуры на финансовом рынке и т.п. При исследовании организатор прилагает усилия для обеспечения единообразия условий обращений в исследуемые банки.

ИНДЕКС МАРКЕТИНГОВОЙ АКТИВНОСТИ

Индекс маркетинговой активности отражает усилия, предпринимаемые банками для привлечения к сотрудничеству малых предприятий (работа в интернете, маркетинговые и рекламные акции, разработка и продвижение новых кредитных программ).

В марте 2011 года индекс маркетинговой активности составил 73 балла, увеличившись на 4% к декабрю 2010 года. С начала мониторинга индекс маркетинговой активности вырос всего на 24%, показывая худшую динамику в сравнении с индексом кредитной политики (+41%) и индексом качества консультирования (+61%).

Рисунок 6. Индекс маркетинговой активности, баллы



Динамика с предыдущего мониторинга (декабрь 2010)	+4%
--	------------

Динамика с начала мониторинга (февраль 2010)	+24%
---	-------------

Лидерские позиции по маркетинговой активности на протяжении всего мониторинга делят Промсвязьбанк, Траст и Росбанк.

Промсвязьбанк по-прежнему имеет одну из наиболее диверсифицированных линеек программ кредитования малого бизнеса, отличается от конкурентов высокой степенью открытости информации об условиях кредитования. Летом 2010 года банк запустил на своем сайте «банковского помощника»,

облегчающего подбор необходимого продукта, а также регулярно проводит кампании в связи со снижением ставок кредитования.

Банк Траст предлагает клиентам одну из наиболее широких линеек кредитных продуктов (более 10 программ), активно экспериментирует с различными инструментами стимулирования сбыта (пакеты услуг по на льготных условиях, сезонные скидки, агентские комиссии и т.д.). На сайте банка открыта одна из наиболее представительных коллекций «историй успеха» клиентов. Банк проводит регулярное исследование конъюнктуры на рынке кредитования малого бизнеса.

Таблица 9. Банковский индекс маркетинговой активности, баллы

	среднее 2010	дек 10	мар 11
Промсвязьбанк	104	108	108
Траст	94	100	108
Росбанк	101	108	99
Сбербанк	65	65	82
Номос-банк	74	89	81
Уралсиб	66	81	81
АК Барс	68	72	81
МДМ-Банк	85	80	80
ВТБ 24	44	55	74
Локо-банк	64	82	73
Банк Москвы	65	72	72
Юниаструм банк	65	72	71
Интеза	69	71	71
Возрождение	60	56	65
Россельхозбанк	47	47	64
БСЖВ	50	64	55
Инвестторгбанк	53	54	54
НТБ	56	53	53
Росевробанк	16	37	37
МИнБ			37

Росбанк, в целом, реализует схожий набор маркетинговых инициатив, хотя и не столь последовательно как первые банки (например, промо-сайт для малого бизнеса (<http://mbis.rosbank.ru>) не развивается, что вряд ли положительно сказывается на восприятии банка клиентами). Отличительной особенностью банка является программа лояльности для добросовестных заемщиков.

На 4 позиции находится Сбербанк, составляющий серьезную конкуренцию банку Траст по широте продуктовой линейки. При этом его линейка в большей мере специфицирована под потребности малого бизнеса (представлены кредиты на участие в государственном заказе, в приватизации арендуемых помещений, вариации кредитов для приобретения и управления недвижимостью, одна из немногих специализированных программ кредитования на покупку оборудования), доля универсальных программ в ней минимальна.

Необходимо отметить дальнейшее развитие партнерских программ банков (таблица 10). Одним из первых эту работу начал банк Возрождение, предложив клиентам программу «Стабильные продажи», предполагающую возможность поиска потребителей товаров или услуг среди клиентской базы банка. При этом выборку потенциальных клиентов в интересах компании, работающей с банком по этой программе, осуществляет сотрудник банка Возрождение.

Промсвязьбанк и Уралсиб запустили агентские программы, предполагающие выплату комиссионных за тех клиентов, которых привел агент (при этом в качестве агента может выступать как физическое, так и юридическое лицо).

Банк ВТБ24 запустил отдельную кредитную программу, разработанную с партнерами, предложив своим клиентам льготные условия кредитования за счет поддержки компаний-партнеров. Данная программа является одной из наиболее сфокусированных и актуальных в текущих макроэкономических условиях (работает как на партнеров, так и на будущих клиентов банка).

Банк Траст предложил клиентам 7-летние кредиты для приобретения продукции партнеров банка. При этом максимальная сумма кредитования может достигать 75 млн. рублей, а для небольших компаний предусмотрена возможность беззалогового кредитования в размере до 1,5 млн. рублей на 5 лет.

Развивает это направление и Сбербанк. Ранее в портфеле банка была лишь программа кредитования техники белорусского производства, поддерживаемая со стороны белорусского правительства. В первом квартале 2011 года банк запустил партнерскую программу с группой «ГАЗ», которая пока ориентирована лишь на коммерческие грузовики. Нет сомнений в том, что программа будет иметь успех – Сбербанк является лидером по ставкам

кредитования, а в рамках партнерской программы, скорее всего, сможет предложить еще более выгодные условия.

Анализ структуры кредитных программ показывает, что в банковском предложении преобладают оборотные (до 36% всех программ) и универсальные (еще 28%) программы, которые являются преимущественно краткосрочными.

Целевые долгосрочные программы занимают пока незначительное место в продуктовых линейках банков, а у многих банков и вовсе отсутствуют. Все это существенно ограничивает потенциал спроса на кредиты со стороны малого бизнеса, так как малые компании недостаточно маневренны в отношении требований, предъявляемых банками в рамках универсальных продуктов.

Таблица 10. Партнерские программы банков

Вид партнерских программ (банки)	Выгода для банка	Выгода для потенциального клиента
Информационные (Возрождение)	Рост бизнеса клиентов – рост комиссионных доходов, повышение лояльности клиентов	База потенциальных клиентов, имеющих более высокую лояльность, нежели клиенты «с улицы»
Агентские (Промсвязьбанк, Уралсиб)	Рост доходов по всем видам продуктов, участвующим в программе	Финансовое поощрение за привлечение клиентов, возможность расширения бизнеса за счет заемных средств банка или предоставления своим потребителям комплексных услуг
Кредитные (ВТБ24, Траст, Сбербанк)	Рост бизнеса клиентов – рост комиссионных доходов, рост доходов по кредитным продуктам	Льготные условия кредитования за счет поддержки компании-партнера банка

Число кредитных программ для малого бизнеса среди банков ТОП-20 выросло, и составило в первом квартале 2011 года 137 программы (+13 программ по сравнению с декабрем 2010 года).

Наиболее диверсифицированная линейка программ у Россельхозбанка (18 программ, которые можно отнести к ориентированным на малый бизнес). Однако портфель программ выглядит достаточно неуклюжим, цели

программ пересекаются, что, учитывая слабую коммуникационную активность банка на рынке кредитования малого бизнеса, может создавать сложности в выборе программ для потенциальных клиентов.

На втором месте по числу программ банк Траст – 12 программ, из которых более половины можно классифицировать как универсальные, различающиеся в основном по суммам и срокам кредитования. Благодаря активной коммуникационной поддержке продуктовый ряд Траста достаточно понятен для потенциального заемщика, однако легкая оптимизация вполне могла бы иметь место.

Необходимо отметить, что растет уровень презентации кредитных программ – почти половина банков готова предоставлять подробную информацию об условиях кредитования на своем сайте или в режиме предварительной консультации по телефону. С начала мониторинга многие из банков повысили содержательность своих сайтов, и детализировали описания кредитных продуктов.

Рисунок 7. Структура кредитных программ банков ТОП-20



Таблица 11. Уровень презентации кредитных программ

	количество программ	уровень презентации
Россельхозбанк	18	АА
Траст	12	ААА
Сбербанк	11	АА
Локо-банк	8	АА
ВТБ 24	8	А
МИнБ	7	А
АК Барс	7	ААА
Уралсиб	6	ААА
Росбанк	6	ААА
Промсвязьбанк	6	ААА
Номос-банк	6	ААА
Возрождение	6	А
Банк Москвы	6	ААА
Росевробанк	5	А
НТБ	5	ААА
Интеза	5	ААА
Юниаструм банк	4	ААА
МДМ-Банк	4	ААА
Инвестторгбанк	4	АА
БСЖВ	3	А

Примечание. Уровень презентации – полнота и релевантность предоставляемой (на сайте и в процессе телефонного консультирования) информации о кредитах с точки зрения клиента, рассматривающего несколько банков. ААА – высокий уровень презентации, АА – средний, А – низкий.

ИНДЕКС КАЧЕСТВА КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ

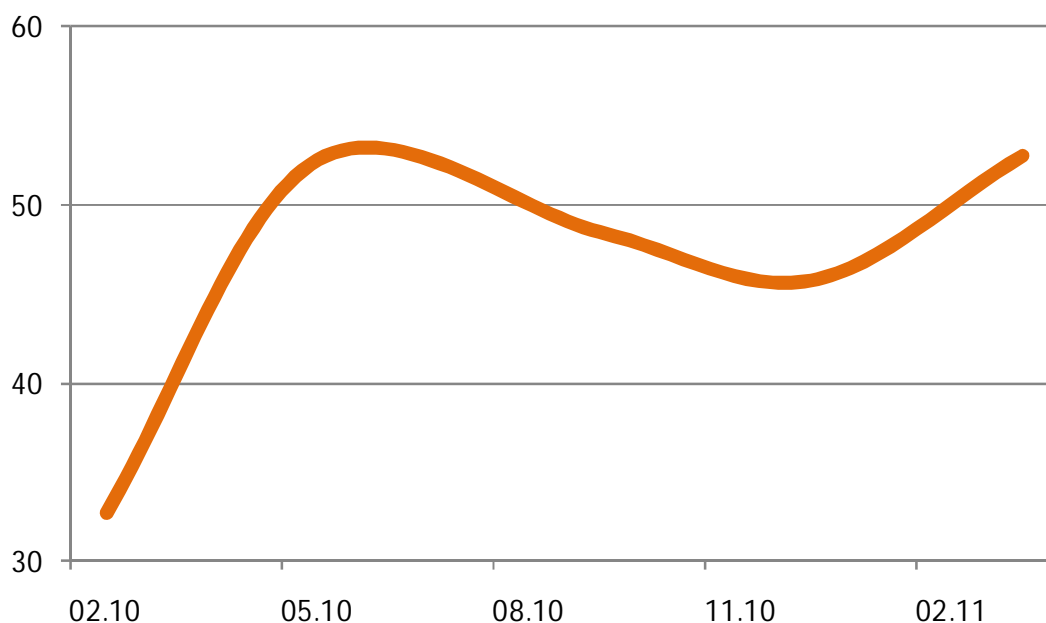
Индекс качества консультирования является индикатором уровня организации и контроля продаж в банке. От того, насколько удачно маркетинговые разработки были внедрены в сети банка, как происходит консультирование клиентов, зависят и позиции банка на рынке.

При этом, в отличие от кредитной политики, во многом определяемой требованиями надзорных органов и конъюнктурой на финансовых рынках, организация продаж (как и маркетинговая работа) достаточно доступна для управленческих воздействий.

В первом квартале 2011 года зафиксирован рост индекса качества консультирования на 15%, что было обусловлено значительным улучшением доступности и содержательности консультаций у ряда банков, ранее демонстрировавших довольно скромные результаты. В частности, впервые лидирующие позиции по этому показателю заняли такие банки как Промсвязьбанк, Номос-банк, АК Барс и Уралсиб.

В тройку вошли и лидеры декабрьского мониторинга БСЖВ и Росевробанк а также ВТБ 24, усиливший в первом квартале свои позиции по всем направлениям мониторинга.

Рисунок 8. Индекс качества консультирования и продаж, баллы



Динамика с предыдущего мониторинга (декабрь 2010) +15%

Динамика с начала мониторинга (февраль 2010) +61%

Очень неплохо дебютировал Московский индустриальный банк (четвертое место наравне с такими банками как МДМ-Банк, Банк Москвы, Росбанк, Интеза), который сменил в рейтинге лидеров по кредитованию малого бизнеса СБ-банк.

«Самым настойчивым банком» при взаимодействии с потенциальным клиентом в пятом мониторинге стал Промсвязьбанк, потеснивший бессменного номинанта 2010 года - Росевробанк.

Таблица 12. Банковский индекс качества консультирования и продаж, баллы

	среднее 2010	дек 10	мар 11
Уралсиб	57	68	75
Номос-банк	52	32	75
Промсвязьбанк	30	32	75
АК Барс	28	16	75
БСЖВ	73	75	68
Росевробанк	62	75	64
ВТБ 24	61	48	64
МДМ-Банк	56	59	54
Банк Москвы	39	59	54
Росбанк	43	48	54
Интеза	42	39	54
МИНБ			54
Локо-банк	64	50	43
Россельхозбанк	38	50	43
Возрождение	43	41	43
Инвестторгбанк	40	41	43
Траст	60	66	36
Сбербанк	41	23	32
НТБ	37	48	25
Юниаструм банк	27	23	25

Оценка готовности менеджером банка кредитовать заемщика является хорошим индикатором настроений участников рынка. Число банков с наиболее оптимистичными оценками с декабря 2010 года существенно увеличилось – теперь их более половины в нашем рейтинге.

Таблица 13. Оценка готовности банка кредитовать заемщика

	сен.10	дек 10	мар 11
АК Барс	BB	B	BBB
Банк Москвы	BB	BB	BBB
ВТБ 24	BB	BBB	BBB
Интеза	BBB	BBB	BBB
МДМ-Банк	BB	BB	BBB
Номос-банк	BB	BB	BBB
Промсвязьбанк	BB	BB	BBB
Росбанк	BBB	BBB	BBB
Росевробанк	BBB	BBB	BBB
МИнБ			BBB
Уралсиб	BB	BB	BBB
БСЖВ	BBB	BBB	BB
Возрождение	BBB	BB	BB
Инвестторгбанк	BBB	BB	BB
Локо-банк	BBB	BB	BB
НТБ	BB	BBB	BB
Россельхозбанк	BB	BB	BB
Сбербанк	BB	BB	BB
Траст	BBB	BBB	BB
Юниаструм банк	BB	BB	BB

Примечание. Субъективная оценка сотрудниками банка текущей возможности прокредитовать потенциального клиента фиксируется в ходе консультирования. BBB – высокая готовность, сотрудник убеждает клиента в высокой вероятности получения кредита, BB – умеренная готовность, сотрудник уклоняется от оценок, B – низкая готовность, сотрудник указывает на невозможность или незначительные шансы получения кредита. При исследовании организатор прилагает усилия для обеспечения схожести потенциальных клиентов, обращающихся в исследуемые банки.

КАРТА РЫНКА

Интегральным результатом мониторинга является «карта рынка», отражающая различия в позиционировании отдельных игроков. Основными переменными для группировки банков были выбраны кредитная и маркетинговая политика. На основании данных критериев участники рынка делятся на 4 группы, отражающие позиционирование банка относительно прочих:

А. «Звезды» - банки, характеризующиеся высокой маркетинговой активностью и жесткой кредитной политикой. Траст, Россельхозбанк, Номос-банк, АК Барс, МДМ-Банк

Б. «Претенденты» - банки, характеризующиеся высокой маркетинговой активностью, умеренной или мягкой кредитной политикой. Промсвязьбанк, Росбанк, Уралсиб, Сбербанк, ВТБ 24, Локо-банк

В. «Догоняющие» - банки, характеризующиеся умеренной или низкой маркетинговой активностью и мягкой кредитной политикой. Локо-банк, Банк Москвы, Росевробанк

Г. «Нишевые» - банки, характеризующиеся умеренной или низкой маркетинговой активностью и жесткой кредитной политикой. Юниаструм банк, Интеза, Возрождение, БСЖВ, Инвестторгбанк, НТБ, МИнБ

Таблица 14. Группы банков по сочетанию маркетинговой и кредитной политики

		Кредитная политика	
		мягкая	жесткая
Маркетинговая активность	высокая	Промсвязьбанк, Росбанк, Уралсиб, Сбербанк	Локо-банк, Траст, Номос-банк, АК Барс, МДМ-Банк, ВТБ24
	низкая	Банк Москвы, Росевробанк	Юниаструм банк, Интеза, Возрождение, БСЖВ, Инвестторгбанк, НТБ, МИнБ, Россельхозбанк

Стоимость кредитов у банков с высокой маркетинговой активностью в 2010 году была в среднем на 2,7% выше, чем у банков с маркетинговой активностью ниже среднего (таблица 15). В первом квартале 2011 года премия за маркетинговую активность снизилась до 0,9%.

Впрочем, и среди банков с высокой маркетинговой активностью есть те, которые капитализируют свои вложения в маркетинг (группа А, «Звезды»), тогда как банки из группы Б за счет более мягкой кредитной политики «реинвестируют» вложения в маркетинг, работая на расширение клиентской базы. Ставки у банков группы А превышают среднерыночные на 1,4%, тогда как у банков группы Б – ниже на 0,6%.

Таблица 15. Средние ставки кредитования по группам банков, %

	среднее 2010	дек 10	мар 11
А. «Звезды»	20,5	18,0	16,6
Б. «Претенденты»	16,3	15,3	14,6
В. «Догоняющие»	15,4	14,3	14,3
Г. «Нишевые»	16,1	13,6	15,1
Средняя ставка для банков с высокой маркетинговой активностью	18,4	16,7	15,6
Средняя ставка для банков с умеренной и низкой маркетинговой активностью	15,7	13,9	14,7
Премия за маркетинговую активность	2,7	2,7	0,9

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель проекта

Индекс кредитного благоприятствования развитию малого бизнеса рассчитывается Национальным институтом системных исследований проблем предпринимательства и консалтинговой компанией Финист с февраля 2010 года.

Цель проекта – предоставление банкам и предпринимателям актуальной информации о конъюнктуре на рынке кредитования малого бизнеса.

Индекс кредитного благоприятствования отражает настроения банков, их готовность кредитовать малый бизнес.

Основные черты такой готовности – открытость для клиентов (доступность информации о кредитовании), динамичность (изменения предложений для клиентов вслед за конкурентами), стремление к совершенствованию (улучшение качества сервиса, активное консультирование).

Ориентация на оценку конъюнктуры именно банковского рынка является отличительной чертой индекса кредитного благоприятствования (**ИКБ**) в сравнении с мониторингами Общероссийской общественной организации «ОПОРа России» и НБ «ТРАСТ», ориентированных на отслеживание динамики экономического положения малых предприятий и их ожиданий на финансовом рынке.

Изменение индекса кредитного благоприятствования в большую или меньшую сторону показывает настроения участников рынка, уровень их заинтересованности в кредитовании малых предприятий.

Задачи исследования и результаты для банков

Основное содержание исследования:

- Анализ существующих кредитных программ для малого бизнеса;
- Мониторинг процентных ставок кредитования;
- Качественная оценка организации консультирования клиентов;
- Общая оценка благоприятности кредитованию малого бизнеса со стороны исследуемых банков.

Отправной точкой для анализа является не банк, а каждая отдельная программа кредитования. По сравнению с кредитованием вообще программа имеет большую ценность, удовлетворяя конкретные потребности клиентов. Чем более четко сформулировано содержание программы, тем более она

полезна для потребителя. Сам факт наличия программ в банках уже является важным индикатором готовности банка кредитовать.

В идеале программы кредитования должны быть ориентированы на решение конкретных экономических вопросов и, поэтому, соответствовать определенному ряду требований, в частности, иметь:

1. цели предоставления финансирования (допустим конкретный перечень товаров и услуг, на которые разрешено использовать предоставленные средства);
2. четко формализованное описание потенциальных заявителей, включая отраслевую принадлежность, масштаб деятельности, география бизнеса и т.д.;
3. ценовые условия сотрудничества, включая различные возможности для оплаты услуг банка (фиксированные и плавающие процентные ставки);
4. доля участия банка в общем финансировании проекта;
5. сроки предоставления финансирования, включая возможности отсрочки платежей по процентам, основному долгу и т.д.;
6. порядок обеспечения по предоставленному финансированию;
7. ограничения действия программы конкретными временными рамками;
8. название.

При анализе программ мы не прибегаем к унификации критериев отнесения предприятий к малому или крупному бизнесу, ориентируясь на те параметры, которые задают сами банки (так, минимальные суммы кредитования малых и средних компаний начинаются от сотен тысяч, а максимальные - превышают сто миллионов рублей).

Использование общего и частных индексов позволяет отслеживать и общие тенденции рынка, и относительную конкурентоспособность банков друг к другу по отдельным аспектам – общее позиционирование на рынке (сайт, маркетинговые акции и пр.), уровень компетенции и квалификации в анализе потребностей целевой аудитории (содержание кредитных программ), уровень организационного планирования и контроля (консультирование клиентов).

Результаты исследования могут быть использованы банками для:

1. формирования ценовой политики банка и своевременной актуализации условий предложения услуг;
2. актуализации продуктового ряда в соответствии с маркетинговой политикой конкурентов, в том числе для разработки новых целевых продуктов для малого бизнеса;

3. оптимизации продвижения кредитных услуг для малого бизнеса, а также отдельных бизнес-процедур, связанных непосредственно с рассмотрением кредитных заявок и выдачей кредитов;
4. оценки текущей ситуации и прогнозирования таких параметров как кредитная активность, склонность рынка к риску, экономическая динамика сектора малого бизнеса.

Таблица 16. Портфель кредитов малому и среднему бизнесу (тыс. руб.)⁴

		2010	2009	Динамика 2010/2009
1	Сбербанк	528 794	469 774	13%
2	Россельхозбанк	300 000	277 463	8%
3	ВТБ 24	79 360	71 186	11%
4	Уралсиб	74 963	61 299	22%
5	АК Барс	50 000	50 000	0%
6	Возрождение	48 700	43 027	13%
7	Интеза	40 000	38 887	3%
8	Банк Москвы	40 000	50 000	-20%
9	Юниаструм банк	37 121	14 027	165%
10	МИНБ	35 000		
11	Промсвязьбанк	25 847	22 534	15%
12	Траст	21 927	10 523	108%
14	Инвестторгбанк	21 780	16 081	35%
15	Локо-банк	17 596	10 637	65%
16	Номос-банк	15 000	10 641	41%
17	Росевробанк	14 800	7 500	97%
18	МДМ-Банк	14 000	14 000	0%
19	БСЖВ	12 000	12 000	0%
19	НТБ	11 515	8 369	38%
20	Росбанк	11 000	10 000	10%

Использовались данные Эксперт РА, РБК, Creditforbusiness, оценки

⁴ - Список исследуемых банков может меняться в связи с изменениями их положения на рынке, однако не более, чем на 10% ежегодно, чтобы обеспечить необходимую преемственность данных. По сравнению с мониторингом 2010 года в марте 2011 года произошло обновление перечня – СБ-банк уступил место Московскому индустриальному банку, который по актуализированным данным, имеет больший портфель кредитов для малого и среднего бизнеса.

База для исследования

Исследование охватывает 20 крупнейших банков на рынке кредитования малого и среднего бизнеса. В качестве основного показателя для составления рейтинга был выбран совокупный портфель кредитов (использовались данные рейтинга РБК, а также собственные оценки на основании информации, публикуемой в СМИ). Совокупный кредитный портфель по кредитам малым и средним предприятиям данных банков на 1 января 2010 г. составлял более 1,4 трлн рублей, увеличившись за год на 17% .

Методика расчета индекса

Индекс кредитного благоприятствования рассчитывается на основании оценки банка в целом и отдельных его программ по формализованному набору критериев. В ходе разработки индекса были проанализированы несколько десятков критериев, из которых были отобраны 11 основных ⁵.

Основные принципы отбора критериев:

- ✓ доступность (наличие возможности для регулярного использования и сопоставления разновременных данных);
- ✓ динамичность (подверженность изменениям в зависимости от проводимой банком маркетинговой политики);
- ✓ дифференцированность (способность отражать различия в рыночной политике банков);
- ✓ возможность для управленческих воздействий на основании результатов мониторинга.

Отобранные критерии оценки:

1. Кредитная политика

- ставка кредитования
- требования к сроку деятельности заемщика
- готовность кредитовать под залог приобретаемого имущества
- ставка дисконтирования

2. Маркетинговая активность

- наличие на сайте банка специального раздела для малого бизнеса
- проведение банком специальных акций по кредитным продуктам или рекламных мероприятий

⁵ - Предусмотрено изменение набора критериев оценки в случае если они перестают соответствовать предъявляемым к ним требованиям, в частности, дифференцировать банки. В течение года допустимо изменение не более 1 критерия, чтобы обеспечить необходимую преемственность данных.

- наличие у банка специальных программ кредитования
- уровень презентации программ кредитования

3. Организация консультирования

- готовность предоставлять клиенту информацию о кредитовании
- субъективная оценка сотрудниками банка текущей возможности прокредитовать предприятие
- наличие выходов на клиента по инициативе банка после первичного контакта

Каждый из критериев оценивается от 0 до 3 баллов. Затем оценки взвешиваются для расчета частных индексов (наибольший вес имеет блок «кредитная политика», наименьший – «качество консультирования»):

- ✓ Индекс кредитной политики – отражает оценку банком рисков кредитования малого бизнеса, стоимость ресурсной базы банка (объекты оценки: ставки кредитования, требования к заемщику);
- ✓ Индекс маркетинговой активности – является индикатором специализации банка на кредитовании малого бизнеса (объекты оценки: сайт банка, маркетинговые акции, кредитные программы);
- ✓ Индекс качества консультирования – является индикатором уровня организации и контроля продаж в банке (объекты оценки: этапы консультирования клиентов по телефону).

Интегральный индекс кредитного благопритствования является суммой частных индексов, отражающих изменение активности банков по отдельным направлениям работы с малым бизнесом. Все оценки по индексам приведены в баллах. Оценка по критериям строго формализована, что обеспечивает сопоставимость результатов разновременных мониторингов, позволяет осуществлять внутренний контроль, а также в случае необходимости перепроверять результаты мониторинга.

Подписка на результаты мониторинга

Материалы мониторинга распространяются по подписке.

А. Базовый пакет. Подписка на основную версию мониторинга, охватывающую ТОП-20 игроков на рынке кредитования малого бизнеса.

Б. Расширенный пакет. Подписка на расширенную версию мониторинга, включающую ТОП-20, а также дополнительные банки (не более 5-ти, по согласованию), чьи конкурентные позиции актуальны для Банка.

Предусмотрена презентация результатов мониторинга для сотрудников Банка (возможно проведение проектного семинара, целью которого является обсуждение результатов и выработка мер по совершенствованию политик банка на рынке кредитования малого бизнеса).

Методика расчета Индекса на основании комплексной системы показателей, затрагивающих кредитную политику, маркетинг и организацию продаж, является удобной и технологичной формой конкурентного мониторинга рынка. Индекс может быть использован в системе управленческих показателей Банка. Преимуществом Индексов при мониторинге рынка является их оперативность, наглядность, возможность декомпозиции.

Стратегическое сотрудничество

Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства и Финист предлагают **стратегическое сотрудничество**, которое может включать в себя:

- ✓ Разработку индивидуального индекса кредитного благоприятствования Банка, более точно учитывающего конкурентные позиции банка на рынке кредитования малого предпринимательства. В частности, в соответствии с потребностями с Банка могут быть:
 - Разработаны дополнительные критерии оценки Банка и конкурентов;
 - Увеличена частота исследований;
 - Изменен список конкурентов;

При этом индивидуальный индекс сохранит возможность сопоставления с базовым индексом, рассчитываемым для лидеров рынка кредитования малого бизнеса.

- ✓ Расширенный мониторинг ставок кредитования на рынке;
- ✓ Регулярные исследования рынка – опросы представителей сектора малого предпринимательства, органов власти, экспертов рынка;
- ✓ Проведение экспертизы новых и существующих кредитных продуктов Банка, регламентов организации продаж и т.п.;
- ✓ Подготовка справочно-аналитических материалов о состоянии развития малого предпринимательства в РФ, отдельных регионах или отраслях;
- ✓ Проведение проектных и обучающих семинаров для сотрудников, вовлеченных в кредитование малого предпринимательства, в т.ч. при обсуждении результатов очередного мониторинга и выработке мер по совершенствованию кредитной, маркетинговой и консультационной политики Банка;
- ✓ Разработка программ лояльности клиентской базы малого предпринимательства, включая программы повышения финансовой грамотности предпринимателей;
- ✓ Проведение экспертизы нормативных правовых актов в сфере регулирования деятельности малого предпринимательства.

ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОРГАНИЗАТОРАХ

Консалтинговая компания Финист

Специализируется на исследованиях и консалтинге в области управления взаимоотношениями с клиентами для финансового рынка - для банков, страховых и инвестиционных компаний, финансовых брокеров, коллекторских агентств.

Компания работает с 2004 года, фокусируя компетенцию именно в финансовой сфере. Для решения задач клиентов Финист использует три формы сотрудничества - маркетинговые, консалтинговые и образовательные. Каждая из них может быть результативной в отдельности, но наибольшей эффективности можно добиться при совместном использовании. Это позволяет не только полностью реализовать потенциал компании, ее сотрудников, но и ускорить внедрение изменений.

Маркетинговые исследования позволяют собрать первичную информацию для принятия управленческих решений, подтвердить или опровергнуть сформулированные сотрудниками организации-заказчика гипотезы. Взгляд на исследуемый вопрос со стороны существующего или потенциального клиента, отраслевого эксперта или журналиста, помогает избежать ошибок, затрат времени и денег.

Поэтому важна профессиональная работа исследователя с источниками информации, профессиональная интерпретация полученных данных. Финист реализует большое число инициативных исследований, результаты которых находят свое отражение в деловых и отраслевых изданиях.

Исследовательская инфраструктура Финист позволяет проводить штучные узкопрофессиональные экспертные интервью, массовые телефонные и анкетные опросы, глубинные интервью, осуществлять аудит качества обслуживания в разветвленной сети филиалов финансовой организации.

География проектов в 2004-2011 гг.: Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Самара, Ростов-на-Дону, Краснодар, Белгород, Брянск, Волгоград, Воронеж, Иваново, Саранск, Саратов, Смоленск, Ставрополь, Таганрог, Тула, Казань, Ижевск, Екатеринбург, Челябинск, Пермь, Киров, Сыктывкар, Омск, Томск, Тюмень, Новосибирск, Кемерово, Иркутск, Хабаровск, Киев, Донецк, Львов.

Консалтинговые услуги являются комплексной программой, ориентированной на формирование и развитие в финансовой организации эффективной практики взаимоотношений с клиентами. Ведь при повышении уровня продаж, не стоит забывать о параллельных изменениях в системе обучения и мотивации персонала организации, в системе мониторинга качества обслуживания и коммуникационной политике. Ранее эффективная

клиентская работа завтра может потребовать коррекции из-за действий конкурентов, быстрого развития самой организации или иных причин.

Проект может включать как отдельные тематические блоки данной программы, так и весь комплекс:

- повышение уровня продаж;
- оценку и совершенствование качества предоставляемых услуг;
- повышение мотивации персонала;
- обучение персонала;
- повышение эффективности коммуникаций с клиентами;
- развитие филиальной сети.

Значительное место в работе Финист уделяется семинарам и другим формам **обучения**, которые используются в консалтинговых проектах в качестве важного инструмента диагностики и согласования позиций, а также являются самостоятельным продуктом компании, который позволяет консультантам Финист делиться накопленным опытом с коллегами в финансовых организациях.

В отличие от лекций, которые не способствуют капитализации навыков и знаний сотрудников организации, используются активные формы обучения с элементами тренинга и практическими упражнениями, вовлекая участников в образовательный процесс. Это позволяет выявить наиболее конструктивные пути решения накопившихся проблем, осознать ответственность за их решение и получить дополнительную мотивацию к дальнейшей работе.

Семинары дают участникам возможность совместно с консультантами Финист, опираясь на их опыт и экспертные данные, найти источники проблем, препятствующих активным продажам услуг организации, выработать согласованное решение по их устранению. Более детальная проработка вопросов, обсуждавшихся на семинаре, возможна в рамках консалтинговой программы.

Более подробную информацию об услугах Финист можно найти на сайте: <http://www.finistconsult.ru>. Дополнительная информация о работе компании, может быть предоставлена по телефону или при личной встрече.

Генеральный директор компании – Смирнов Михаил Алексеевич
(тел. 8 (499) 500-96-26) e-mail: smirnov@finistconsult.ru

Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства

Автономная некоммерческая организация «Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства» (НИСИПП) создана в 2001 году в целях содействия формированию рыночной экономики и эффективному развитию предпринимательства путем анализа и выработки рекомендаций по развитию благоприятной среды предпринимательства и общей экономической ситуации в целом.

Для достижения указанных целей НИСИПП осуществляет деятельность в целом ряде направлений, среди которых:

- проведение экономических и социологических исследований и осуществление на их основе анализа экономической и социальной среды развития предпринимательства, подготовки аналитических обзоров и выработке рекомендаций по ее улучшению, разработки проектов законов и других нормативных актов, экспертизы проектов законов и нормативных актов, экспертизы экономических проектов;
- оказание российским государственным органам, органам местного самоуправления, общественным организациям, а также иным физическим и юридическим лицам технической, правовой, административно-технической, консультативной и иной помощи и содействия по вопросам повышения эффективности управления и регулированию предпринимательской деятельности;
- создание и ведение информационных баз данных по экономическим вопросам; обработка данных, организация доступа пользователей к разрабатываемым базам данных, создание и ведение баз данных статистической информации;
- подготовка, выпуск и издание научной, справочной, методической, учебной и нормативной литературы, выпуск периодических изданий – журналов, газет, специальных бюллетеней, вестников, а также иных тематических публикаций;
- осуществление рекламной, издательско-полиграфической и иной информационной деятельности, направленной на улучшение развития предпринимательской среды;
- содействие созданию клубов предпринимателей, союзов, ассоциаций, саморегулируемых организаций, содействие в развитии инфраструктуры поддержки предпринимательства;
- координация и содействие во взаимоотношениях со спонсорскими организациями с целью повышения эффективности вложения кредитных ресурсов, пожертвований и технической помощи, направляемых на развитие рынка и предпринимательства в Российской Федерации;
- проведение мероприятий по привлечению средств российских и иностранных инвесторов для реализации программ (проектов), в том числе

путем разработки условий, организации и проведения конкурсов и тендеров по определению участников и исполнителей программ (проектов);

- организация, координация и финансирование работы постоянных и временных научных центров и творческих коллективов, экспертных советов, комиссий, курсов, в том числе с привлечением иностранных специалистов.

В своей деятельности НИСИПП опирается на богатый опыт своих учредителей и партнеров и в некотором смысле является продолжателем их традиций. Штатный и привлекаемый персонал Института – эксперты и консультанты – обладает высокой квалификацией, сотрудники имеют значительный опыт работы над проектами, связанными с изучением экономической и правовой среды предпринимательства. Это проекты Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации, Министерства промышленности и энергетики Российской Федерации, Министерства образования и науки РФ, Федеральной антимонопольной службы, Федеральной службы по финансовым рынкам, структур Росатома, Мирового Банка, Агентства США по международному развитию (USAID), Мирового Экономического Форума, программы TACIS, Фонда Карнеги, Фонда «Евразия», Московского общественного научного фонда, фонда поддержки малого предпринимательства «ФОРА», Российского микрофинансового центра, Академии менеджмента и рынка, Департамента развития и поддержки малого предпринимательства Правительства Москвы, Московского фонда подготовки кадров (МФПК), органов государственной власти Республики Татарстан, Краснодарского края, Новгородской, Мурманской, Калужской, Московской, Самарской и Оренбургской областей и др. субъектов Российской Федерации, ряда муниципальных администраций, коммерческих предприятий т.д.

Сайт института: www.nisse.ru

Президент НИСИПП – Чепуренко Александр Юльевич

(тел. 152-08-71) e-mail: a_chepurenko@hse.ru

Вице-президент НИСИПП – Бувев Владимир Викторович

(тел. 625-70-25) e-mail: buyev@nisse.ru

Генеральный директор НИСИПП – Литвак Евгений Геннадьевич

(тел. 624-65-93) e-mail: litvak@nisse.ru