

Финист

**НИСИП**  
Национальный институт  
системных исследований  
проблем предпринимательства

# ИНДЕКС КРЕДИТНОГО БЛАГОПРИЯТСТВА РАЗВИТИЮ МАЛОГО БИЗНЕСА

СЕНТЯБРЬ 2010



Самая  
низкая ставка



**13%**

Самый  
настойчивый банк



Лучшая партнерская  
программа



**Финист. Навстречу клиенту**

**Наша работа на Ваш успех**

111024, г. Москва, 1-я Энтузиастов ул., д. 3, стр. 1, этаж 4, оф. 5С tel. +7 499 500 96 26

## ИНДЕКС КРЕДИТНОГО БЛАГОПРИЯТСТВОВАНИЯ

Индекс кредитного благоприятствования в сентябре 2010 г. составил 179 баллов, увеличившись по сравнению с маем 2010 года всего на 2%, тогда как за второй квартал текущего года индекс прибавил более 24%. Замедление динамики индекса может указывать на торможение рынка кредитования малого бизнеса в третьем квартале.

Основные черты возможной стагнации:

- ✓ ухудшение качества консультирования клиентов и менее активная маркетинговая работа указывают на снижение заинтересованности в притоке новых клиентов;
- ✓ менее быстрое снижение ставок кредитования, чем в предыдущий период (отдельные банки, наоборот, стали поднимать ставки в связи с сохраняющимися рисками кредитования и инфляционной угрозой).

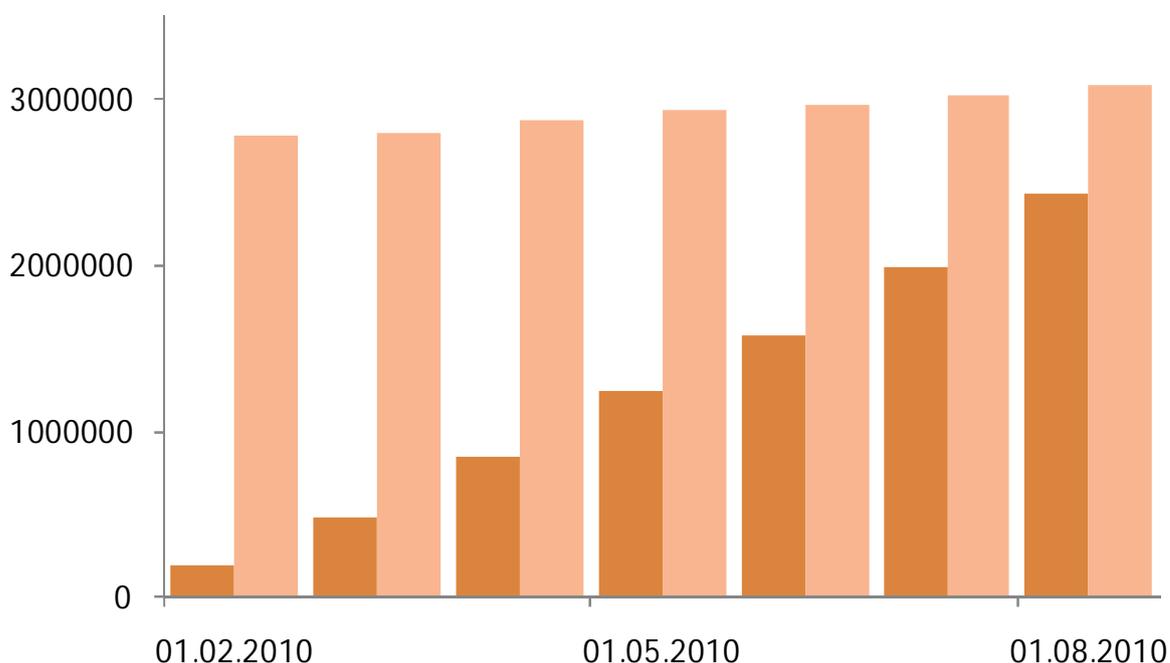
Таблица 1. Индекс кредитного благоприятствования, баллы

Февраль 2010	Май 2010	Сентябрь 2010
143	177	180
Динамика с предыдущего мониторинга (май 2010)		+2%
Динамика с начала мониторинга (февраль 2010)		+26%

Данные ЦБ РФ пока указывают на сохранение тенденции к расширению кредитования малого бизнеса – за период с 01.06.2009 по 01.08.2010 объем кредитов, выданных субъектам малого и среднего предпринимательства, вырос с 1,6 трлн. до 2,4 трлн. рублей. Общая задолженность сектора перед банками превысила 3 трлн. рублей (рисунок 1). При этом средние темпы роста задолженности (месяц к месяцу) в 2010 году пока выше, чем в 2009 году – 1,8% против 1,1%.



Рисунок 1. Общие объемы предоставленных кредитов субъектам малого и среднего предпринимательства, млн. руб.



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

Можно констатировать, что на рынке наблюдается очевидное перераспределение долей. Пользуясь снижением активности конкурентов, отдельные банки запускают новые продуктовые линейки, повышают привлекательность для заемщиков своей кредитной политики.

Лидерство в сентябрьском мониторинге сохранил банк Траст (242 балла), который в третьем квартале продолжил модификацию линейки услуг, продолжил курс на более мягкую кредитную политику, сохранив уровень консультирования клиентов.

Вместе с тем, лидерские позиции всерьез оспаривает Росбанк, который устойчиво входил в тройку лидеров с самого начала мониторинга. Летом активность банка на рынке заметно возросла. В частности, банк продолжил снижение ставок кредитования, декларирует достаточно мягкую залоговую политику по сравнению с конкурентами. Это позволило ему потеснить со второго места Сбербанк и вплотную приблизиться к лидеру.

В тройку лидеров ворвался банк Уралсиб, который летом запустил новую линейку кредитных продуктов для малого бизнеса, сохранив привлекательные условия для заемщиков.

Таблица 2. Банковский индекс кредитного благоприятствования, баллы

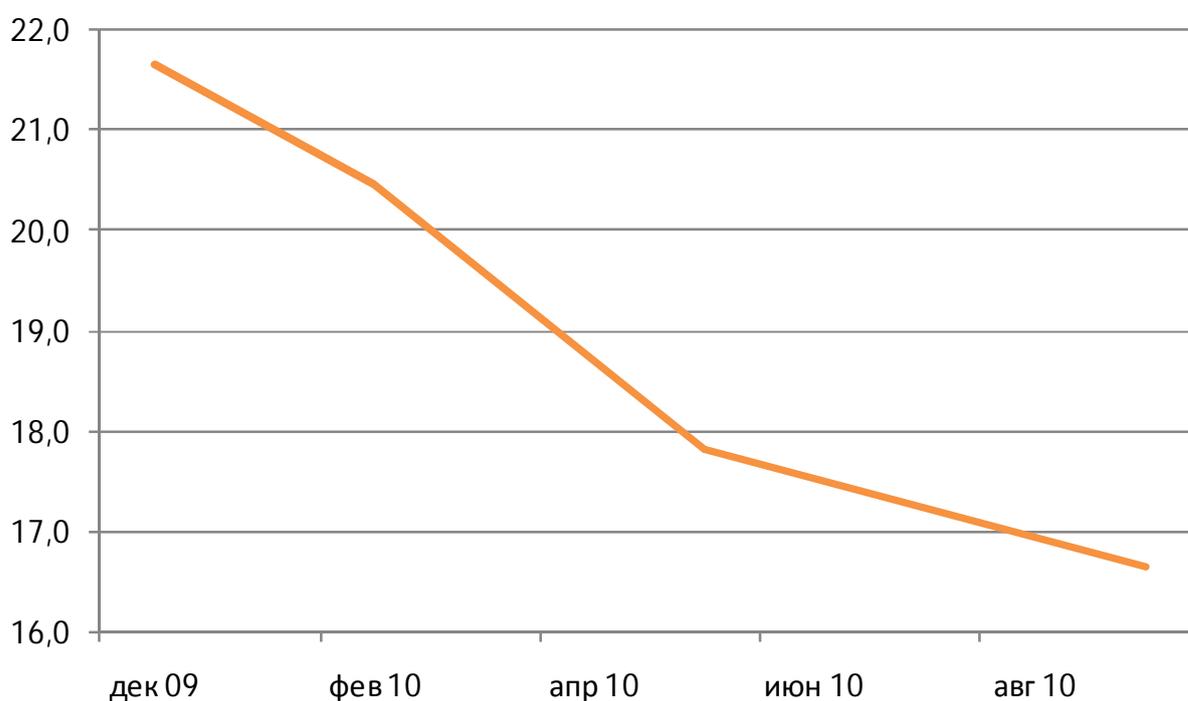
	фев.10	май.10	сен.10
Траст	148	226	242
Росбанк	182	209	239
Уралсиб	120	201	228
Локо-банк	186	207	220
Возрождение	141	160	209
БСЖВ	149	186	200
Промсвязьбанк	156	183	199
Сбербанк	179	211	195
ВТБ 24	156	165	193
Номос-банк	191	179	190
Банк Москвы	140	166	182
АК Барс	139	163	178
МДМ-Банк	148	197	172
Инвестторгбанк	121	148	161
Интеза	127	182	148
Росевробанк	112	154	138
НТБ	91	155	135
Россельхозбанк		142	129
СБ Банк		129	123
Юниаструм банк	106	192	118

Среди лидеров также следует отметить Локо-банк, стабильно попадающий в пятерку лучших банков по индексу кредитного благоприятствования.

Сбербанк показал наибольшее ухудшение рейтинга среди лидеров, продемонстрировав нестабильное качество консультирование. Кроме того, банк реализует довольно жесткую кредитную политику, которая лишь отчасти компенсируется низкими ставками, и как только другие участники рынка стали снижать ставки, Сбербанк стал терять свои преимущества и покинул пятерку лидеров, в которой он неизменно находился в феврале-мае 2010 года.

На рынке продолжается медленное снижение базовых ставок кредитования (средняя индикативная ставка по годовым кредитам, с учетом комиссий за выдачу и обслуживание кредита, для банков ТОП-20 составила в сентябре 16,7%), однако несколько ужесточились требования к заемщикам в части залогов. Поэтому декларируемые ставки на уровне 13-15% оказываются доступными только для наиболее качественных заемщиков, способных предоставить в качестве залога коммерческую недвижимость.

Рисунок 2. Индикативные ставки кредитования (кредиты на срок 12 месяцев) банки ТОП-20, % годовых<sup>1</sup>



Лидером рейтинга процентных ставок остается с начала года Сбербанк, чья ставка (13%) по-прежнему является наиболее привлекательной. Вплотную к лидеру примыкают Банк Москвы, Локо-банк и Уралсиб, чья ставка составила 14%. Список замыкают Интеза, МДМ-банк и Траст, у которых ставки кредитования и требования к заемщикам являются наименее привлекательными, несмотря на улучшение по сравнению с маем 2010 года.

<sup>1</sup> - Под индикативной ставкой кредитования называется средняя ставка (с учетом единовременных комиссий за выдачу и обслуживание кредита), декларируемая при обращении в банк потенциального клиента. 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

	фев.10	май.10	сен.10
<b>Сбербанк</b>	15	15	13
<b>Банк Москвы</b>	19	15	14
<b>Локо-банк</b>	18	17	14
<b>Уралсиб</b>	20	17	14
<b>НТБ</b>	22	17	15
<b>Возрождение</b>	16	16	15
<b>Россельхозбанк</b>		15	15
<b>АК Барс</b>	20	19	16
<b>ВТБ 24</b>	19	17	16
<b>Росбанк</b>	20	18	16
<b>СБ Банк</b>	18	17	16
<b>БСЖВ</b>	20	19	17
<b>Номос-банк</b>	20	20	17
<b>Инвестторгбанк</b>	19	19	18
<b>Промсвязьбанк</b>	25	21	19
<b>Юниаструм банк</b>	22	17	19
<b>Интеза</b>	27	18	20
<b>МДМ-Банк</b>	27	22	20
<b>Росевробанк</b>	17	16	20
<b>Траст</b>	24	22	20

На рынке сохраняется неопределенная ситуация с залоговым обеспечением. Подходы банков к использованию и дисконтированию стоимости отдельных видов залога существенно различаются. Так, например, товары в обороте отдельные банки как залог вообще не рассматривают, не смотря на то, что значительная часть их продуктовой линейки представлена оборотными кредитами для торговых компаний.

Тем временем, несмотря на значительные риски кредитования, большинство банков не снижает максимальные декларируемые сроки кредитования, которые достигают 15 лет у Юниаструм-банка. Кредиты до 10 лет предлагают ВТБ24 (на покупку залогового имущества банка), Интеза,



Сбербанк, Номос-банк и Уралсиб. Впрочем, кредитные менеджеры обращают внимание на готовность банка кредитовать в пределах 18-36 месяцев, тогда как большие сроки доступны лишь избранным клиентам.

Таблица 4. Максимальные декларируемые сроки кредитования, месяцы

	фев.10	май.10	сен 10
Юниаструм банк	120	144	180
ВТБ 24	120	120	120
Интеза	120	120	120
Сбербанк	120	120	120
Уралсиб	84	84	120
Номос-банк	60	60	120
Россельхозбанк	96	96	96
Траст	84	84	84
Росбанк	60	60	84
МДМ-Банк	36	36	84
Промсвязьбанк	36	36	84
Росевробанк	60	60	60
Возрождение	60	60	60
Банк Москвы	36	36	60
БСЖВ	36	36	60
НТБ	36	36	36
Инвестторгбанк	36	36	36
АК Барс	36	36	36
Локо-банк	24	24	24
СБ Банк			24

**Индекс кредитной политики** в сентябре 2010 года составил 66 баллов. По сравнению с предыдущим мониторингом рост индекса составил 8%, а с начала года 30%, обогнав по динамике интегральный индекс кредитного благоприятствования.

Таблица 5. Индекс кредитной политики, баллы

Февраль 2010	Май 2010	Сентябрь 2010
51	61	66

Динамика с предыдущего мониторинга (май 2010) +8%

Динамика с начала мониторинга (февраль 2010) +30%

**Индекс маркетинговой активности** составил 67 баллов, увеличившись всего на 5% к маю 2010 года. С начала мониторинга индекс маркетинговой активности вырос всего на 14%, показав худшую динамику в сравнении с индексом кредитной политики (+30%) и индексом качества консультирования (+48%).

Основным оружием банков в борьбе за заемщиков в этот период была кредитная политика (прежде всего, процентные ставки), тогда как необходимость маркетинговых усилий банками, по-видимому, оценивается как низкая.

Таблица 6. Индекс маркетинговой активности, баллы

Февраль 2010	Май 2010	Сентябрь 2010
58	63	67

Динамика с предыдущего мониторинга (май 2010) +6%

Динамика с начала мониторинга (февраль 2010) +16%

Основные тенденции в предложении кредитных программ, зафиксированные во втором квартале 2010 года – расширение перечня целевых программ (под покупку конкретных видов активов – транспорта, недвижимости, оборудования), снижение базовых ставок кредитования в рублях, активизация продвижения кредитных программ совместно с гарантийными фондами.

Отдельно необходимо отметить развитие партнерских программ банков. 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), поэтому ей присвоена номинация «Лучшая партнерская программа».

Таблица 7. Партнерские программы банков

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



**Индекс качества консультирования** в третьем квартале показал отрицательную динамику. Снижение качества консультирования отмечено сразу у нескольких игроков рынка, благодаря чему в сентябре 2010 года индекс качества консультирования составил 47 баллов против 53 баллов в мае 2010.

Таблица 8. Индекс качества консультирования и продаж, баллы

Февраль 2010	Май 2010	Сентябрь 2010
33	53	47
Динамика с предыдущего мониторинга (май 2010)		-11%
Динамика с начала мониторинга (февраль 2010)		+44%

## МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

### *Цель проекта*

Цель проекта – регулярный мониторинг конъюнктуры на рынке кредитования малого бизнеса.

Индекс кредитного благоприятствования – это индекс банковского рынка, отражающий настроения участников, 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).

Малые предприятия, как правило, ограничены в ресурсах для длительной работы с банками. Кредит часто нужен срочно, и тот банк, который окажется более оперативным в рассмотрении заявки, который предоставляет больше информации о своих услугах, и становится партнером предпринимателя. Оперативность и внимание представители малого бизнеса ценят и по той причине, что многие из них еще не имеют опыта кредитования (по данным 13-го мониторинга индекса ТРАСТ, более 80% малых предприятий не планируют пользоваться кредитами в течение ближайшего года).

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.

**Проект реализуется совместно с Национальным институтом системных исследований проблем предпринимательства (НИСИП), ведущей экспертной площадкой по вопросам развития предпринимательства в России.**

### *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.

В реальности столь детально описанных программ не зафиксировано, поэтому мы выбрали в качестве основного критерия программы тот факт, что она выделена банком в отдельную позицию и имеет свое название.

Дополнительный критерий – это различия не менее, чем по трем характеристикам программы (например, по требованиям к залогу, к оборотам заемщика, процентной ставке).

Поэтому те случаи, когда банк выделяет свои продукты отдельной строкой, дает каждому из них свое описание, дифференцирует по нескольким характеристикам, даже сохраняя видовое название кредитной программы (кредит «Овердрафт»), мы рассматривали как сознательное позиционирование нескольких продуктов, нацеленное на продажу клиенту не кредитования вообще, а отдельных кредитных программ.

Также 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).

Критерии оценки прозрачны, поэтому банки могут использовать результаты в управленческих целях, например, «подтягивая» работу по какому-то из «просевших» пунктов. Кроме того, 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.

### ***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 1,2 трлн рублей, увеличившись за год на 2% .

Таблица 9. Портфель выданных кредитов малому и среднему бизнесу (тыс. руб.)<sup>2</sup>

		01.01.10	01.01.09	Динамика 2010/2009
1	Сбербанк	469 774 157	469 774 157	0%
2	Россельхозбанк	277 462 793	201 561 065	38%
3	ВТБ 24	71 186 326	74 299 074	-4%
4	Уралсиб	61 298 741	88 296 812	-31%
5	Банк Москвы	50 000 000	45 000 000	11%
6	АК Барс	50 000 000	60 726 612	-18%
7	Возрождение	41 881 152	46 736 105	-10%
8	Юниаструм банк	31 807 672	21 794 916	46%
9	Интеза	30 000 000	51 779 749	-42%
10	Промсвязьбанк	22 533 997	18 886 308	19%
11	Инвестторгбанк	16 080 701	15 712 800	2%
12	МДМ-Банк	14 000 000	12 943 720	8%
14	БСЖВ	12 000 000	12 946 668	-7%
15	Траст	10 523 327	10 043 824	5%
16	Росбанк	10 000 000	9 878 713	1%
17	СБ Банк	9 532 000	3 981 000	139%
18	Локо-банк	8 500 000	11 544 495	-26%
19	НТБ	8 369 033	12 186 022	-31%
19	Росевробанк	7 500 000	12 798 266	-41%
20	Номос-банк	6 273 843	7 615 625	-18%

	оценка
	данные на 01.07.2009

### Методика расчета индекса

Индекс кредитного благоприятствования рассчитывается на основании оценки банка в целом и отдельных его программ по формализованному

<sup>2</sup> - 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 февральским мониторингом произошло обновление перечня банков – Альфа-банк и Абсолют-банк уступили место Россельхозбанку и СБ-банку, которые по актуализированным данным, имеют больший портфель кредитов для малого и среднего бизнеса.

набору критериев. В ходе разработки индекса были проанализированы несколько десятков критериев, из которых были отобраны 11 основных<sup>3</sup>.

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
- 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

<sup>3</sup> - 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 10% от перечня критериев, чтобы обеспечить необходимую преемственность данных. Распределение весов при изменении критериев не меняется.

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.

*«Кризис идет на спад, и все наиболее «вкусные» клиенты сделали выбор в пользу того или иного нового 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 благопритствования» 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"*

## 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 2004-2010 гг.: Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Самара, Ростов-на-Дону, 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 +7 (499) 500-96-26 или при личной встрече.

Генеральный директор компании – Смирнов Михаил Алексеевич  
(тел. 8 (499) 500-96-26) e-mail: [smirnov@finistconsult.ru](mailto: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](http://www.nisse.ru)

Президент НИСИПП – Чепуренко Александр Юльевич

(тел. 152-08-71) e-mail: [a\\_chepurenko@hse.ru](mailto:a_chepurenko@hse.ru)

Вице-президент НИСИПП – Бувев Владимир Викторович

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

Генеральный директор НИСИПП – Шеховцов Алексей Олегович

(тел. 624-65-93) e-mail: [shekhov@nisse.ru](mailto:shekhov@nisse.ru)