

Финист

НИСИП
Национальный институт
системных исследований
проблем предпринимательства

ПРОЕКТ: Мониторинг №00 февраль 2010

ИНДЕКС КРЕДИТНОГО БЛАГОПРИЯТСТВА РАЗВИТИЮ МАЛОГО БИЗНЕСА

= краткая версия =



**Самая
низкая ставка**



15%

**Самый
настойчивый банк**



**Максимальная
сумма кредита**



150 000 000 рублей



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



Содержание:

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ	3
ИНДЕКС КРЕДИТНОГО БЛАГОПРИЯТСТВОВАНИЯ.....	9
ИНДЕКС КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ	10
ИНДЕКС МАРКЕТИНГОВОЙ АКТИВНОСТИ.....	13
ИНДЕКС КАЧЕСТВА КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ И ПРОДАЖ.....	16
КАРТА РЫНКА	17
ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОРГАНИЗАТОРЕ.....	19



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 КБ «ТРАСТ», ориентированных на отслеживание динамики экономического положения малых предприятий и их ожиданий на финансовом рынке.

Изменение индекса кредитного благоприятствования (ИКБ) 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 залогам, 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).

Список исследуемых банков может меняться в связи с изменениями их положения на рынке, однако не более, чем на 20% ежегодно, чтобы обеспечить необходимую преемственность данных.

Банки, охваченные первым мониторингом (февраль 2010):

<i>Абсолют</i>	<i>МДМ-Банк</i>
<i>АК Барс</i>	<i>Национальный Торговый Банк</i>
<i>Альфа-банк</i>	<i>Номос-банк</i>
<i>Банк Москвы</i>	<i>Промсвязьбанк</i>
<i>БСЖВ</i>	<i>Росбанк</i>
<i>Возрождение</i>	<i>Росевробанк</i>
<i>ВТБ 24</i>	<i>Сбербанк</i>
<i>Инвестторгбанк</i>	<i>Траст</i>
<i>Интеза (КМБ-Банк)</i>	<i>Уралсиб</i>
<i>Локо-банк</i>	<i>Юниаструм банк</i>

Совокупный кредитный портфель по кредитам малым и средним предприятиям данных банков в 1 полугодии 2009 г. составлял более 1 трлн рублей.

Методика расчета индекса

Индекс кредитного благоприствования рассчитывается на основании оценки банка в целом и отдельных его программ по формализованному набору критериев.

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:

○ **Кредитная политика**

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

○ **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

○ **Организация консультирования и продаж**

- 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 благоприятствования 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. Например, банки, имеющие одинаковую структуру описания кредитных программ, хотя и различающиеся по стилистике изложения (которую можно трактовать как более или менее дружелюбную по отношению к клиенту), получают одинаковые оценки. Формализованный подход обеспечивает сопоставимость результатов разновременных мониторингов, позволяет осуществлять внутренний контроль, а также в случае необходимости перепроверять результаты мониторинга.



ИНДЕКС КРЕДИТНОГО БЛАГОПРИЯТСТВОВАНИЯ

Индекс кредитного благоприятствования в феврале 2010 г. составил 151 балл.

Таблица 1. Индекс кредитного благоприятствования

	фев 10
ИКБ ТОП-20	151
Номос-банк	208
Локо-банк	197
Сбербанк	197

По итогам следующего мониторинга появится возможность говорить о его динамике. В настоящий момент можно отметить то, что индекс едва набрал половину от максимально возможного при существующей методике расчета. При всем том, что рынок кредитования малого бизнеса постепенно оживает, организационная активность банков пока еще достаточно не высока - качество консультирования хромает даже у лидеров рейтинга. Жесткой остается кредитная политика.

Наибольшие значения индекса среди банков получили Номос-банк, Сбербанк и Локо-банк. Номос-банк и Локо-банк показали наилучшие результаты при консультировании клиентов. Сбербанк страны лидирующим местом обязан во многом привлекательным ставкам кредитного предложения.

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.

Лидером рейтинга является Сбербанк, чья ставка (15%¹) является наиболее привлекательной, при умеренных (близких к среднерыночным) требованиях к потенциальным заемщикам. Список замыкают МДМ-банк и Интеза, у которых ставки кредитования и требования к заемщикам являются наименее привлекательными.

Средняя ставка кредитования по исследованным кредитным программам составила в феврале 20,8%, снизившись по сравнению с декабрем 2009 г. на 2,6%.

Тенденции к снижению ставок были зафиксированы ЦБ РФ, согласно обследованию «Изменения условий банковского кредитования в IV квартале 2009 года», в 3 и 4 кварталах 2009 года. В частности, в 4 квартале доля банков, сообщивших о снижении ставок по кредитам населению и МСБ, превысила 25%, около 10% банков снизили комиссии.

Таблица 2. Индекс кредитной политики, баллы

	фев 10
Индекс кредитной политики ТОП-20	53
Сбербанк	84
АК Барс	66
Банк Москвы	66

Если накануне кризиса многие банки начинали активно работать с малыми предприятиями именно из-за возможности получения более высокой маржи, то сейчас такие возможности призрачны. Рентабельность операций предпринимателей резко упала, так как малый бизнес в основном работает на высоко конкурентных рынках. Позволить себе в этих условиях кредитоваться под 25-30% мало кто может позволить, так как в лучшем случае работают с

¹ - Здесь и далее под ставкой кредитования называется индикативная 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.

рентабельностью 5-6%, в худшем — в минус. Текущие ставки кредитования отпугивают потенциальных клиентов.

Банкам приходится либо снижать ставки, либо отказываться от активной работы в данном сегменте. Впрочем, поддаваясь общей тенденции снижения ставок, многие банки сохраняют достаточно жесткие требования к заемщикам.

Наиболее жесткие требования к заемщикам по критерию длительность хозяйственной деятельности заемщиков предъявляются в Альфа-банке, где рассматривают заявки лишь от компаний, проработавших более 2 лет. В МДМ-банке требования снижаются до 1,5 года. В большинстве банков ориентируют на необходимый срок деятельности заемщика около 12 месяцев, хотя для больших сумм требования могут ужесточаться (как, например, в Промсвязьбанке).

Наименее требовательным к заемщикам является Сбербанк, где отдельные программы кредитования допускают, чтобы предприятие проработало всего 3 месяца.

Развитие кредитования тормозится неопределенной ситуацией с залоговым обеспечением. Если накануне кризиса в качестве залога банки достаточно легко рассматривали даже товар в обороте, то сейчас, когда риск остаться с огромной партией товара на арендованной территории довольно велик, банки становятся более осторожными.

Кредитование под приобретение основных средств, которые сразу же оформлялись в залог (а также лизинговые сделки), представлялось доступным накануне кризиса даже для малого бизнеса. Теперь банки обременены оборудованием, транспортом, которые они не могут ни продать, ни заставить работать. В отдельных случаях банкам приходится вспоминать «давальческие» схемы, столь популярные в 90-х, чтобы хоть как-то возвращать свои средства банки сдают бывшим собственникам имущество в аренду, обеспечивая закупки сырья и сбыт продукции, пытаясь сохранить рыночную стоимость актива до появления покупателя.

Недвижимость является не менее болезненной темой, хотя большинство банков по-прежнему называют ее среди первоочередных предметов залога (в отдельных банках вообще невозможно получить кредит без обеспечения недвижимостью). Однако, как и до кризиса, банки не слишком внимательны при анализе залоговой недвижимости.

Поверхностный подход к работе с объектами недвижимости, пренебрежение как тщательной камеральной, так и полевой проверкой, чреватые аккумулярованием портфеля малоликвидной недвижимости. По большинству ипотечных кредитов для бизнеса сотрудники банка даже не выезжают на место. А если выезжал сотрудник аккредитованной оценочной

компании, то, конечно, за выезд он мог подтвердить только наличие объекта недвижимости. Однако проблемы не лежат на поверхности, скрываясь в соответствии объекта недвижимости документам, требованиям различных ведомств, соответствия координат реальным и т.п.

В этих условиях снова оказываются востребованными поручительства собственников и третьих лиц, которые позволяют банку уменьшить риски кредитования и получить пространство для ценового маневра.

Несмотря на значительные риски, большинство банков не снижает максимальные декларируемые сроки кредитования, которые достигают 10 лет. Такие кредиты предлагают ВТБ24 (на покупку залогового имущества банка), Интеза и Юниаструм банк. Вместе с тем, отдельные банки, наоборот, сокращают сроки кредитования, фокусируя свою работу на кратко- и среднесрочном кредитовании оборотного капитала малых предприятий.

Таблица 3. Максимальные декларируемые сроки кредитования, месяцев

	фев 10
Средний срок ТОП-20	64
ВТБ 24	120
Интеза (КМБ)	120
Сбербанк	120

Объемы кредитования в рамках программ для малых предприятий колеблются от 150 000 до 150 000 000 рублей. Наиболее объемные кредиты готов предоставлять малым и средним предприятиям Национальный торговый банк, чуть отстает ВТБ24.

Таблица 4. Диапазон объемов кредитования малых и средних предприятий

	минимальная сумма кредита, тыс.руб.	максимальная сумма кредита, тыс.руб.
Средние суммы ТОП-20	800	56 176
НТБ	500	150 000
ВТБ 24	800	140 000
Номос-банк	150	80 000

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 феврале 2010 года индекс маркетинговой активности составил 60 баллов.

Таблица 5. Индекс маркетинговой активности, баллы

	фев 10
Индекс маркетинговой активности ТОП-20	60
Промсвязьбанк	100
Росбанк	90
МДМ-Банк	82

Наибольшую оценку по данному блоку получил Промсвязьбанк, который имеет наиболее диверсифицированную линейку программ кредитования малого бизнеса, отличается от конкурентов высокой степенью открытости информации об условиях кредитования.

Необходимо отметить, что маркетинговая активность является наиболее доступным блоком для изменений в деятельности банка, направленных на привлечение малого бизнеса. Маркетинговая работа является, по сути, первым шагом банка на рынке кредитования малого бизнеса.

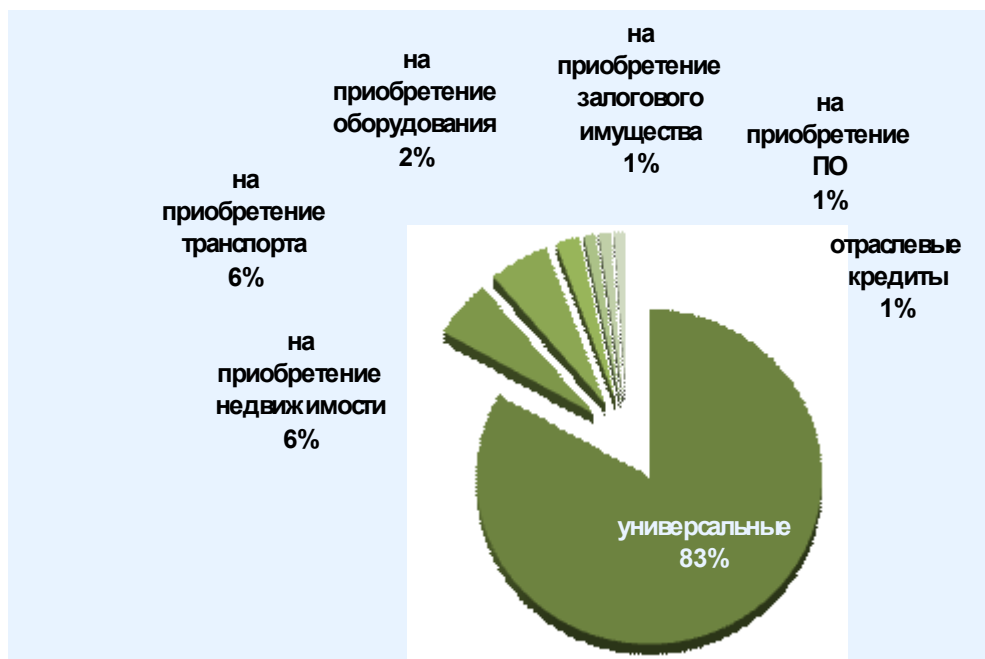
Поэтому заметны тенденции к расширению спектра предлагаемых программ кредитования малого бизнеса, а также мероприятий, направленных на повышение финансовой грамотности предпринимателей, привлечения их интереса к кредитованию как возможности развития бизнеса.

Одним из двигателей этого процесса выступают госбанки, в т.ч. Российский банк развития, который за последний год существенно расширил линейку финансовых продуктов для поддержки малого предпринимательства. Опыт сотрудничества банков-агентов в рамках программ с РосБР, несомненно, будет оказывать влияние и на повышение качества собственных программ кредитования.

Разрабатываемые программы не всегда отражают потребности бизнеса. Прежде всего, отмечается отсутствие продуктов, имеющих отраслевые

специфики. С определенными допущениями сюда попал лишь кредит для предприятия агропромышленного комплекса банка Возрождение. Преобладание универсальных программ, слабо учитывающих ограничения малых предприятий по залогам, ритмичности финансовых потоков, качеству учета и планирования, сдерживает развитие рынка. Впрочем, не менее сложным оказывается внедрение и универсальных программ – начинаются проблемы с продажами, качеством обслуживания, просрочками платежей и т.д.

Рисунок 1. Структура кредитных программ банков ТОП-20



Вместе с тем, заслуживает внимания опыт отдельных банков, которые пытаются учитывать современные требования рынка при разработке программ.

Так, расширяя спектр продуктов, доступных для собственников бизнеса, Промсвязьбанк допускает возможность оформления кредита и приобретаемых активов на физическое лицо. Это обосновано тем. Что снижение рентабельности бизнеса приводит к увеличению доли теневых операций, и клиентами банка, во многих случаях, становятся уже не компании, а предприниматели как частные лица.

Высокие рыночные риски (нарушения договоров, рост дебиторской задолженности) ограничивают стремление предпринимателей к развитию бизнеса. В этих условиях банк может выступить партнером, повышающим надежность в цепочках движения товара или услуги к потребителю. Вероятно, инструменты прямого финансирования будут уступать место

таким инструментам, как страховки и гарантии, факторинговые операции, хотя сегодня эти виды услуг освоены банками в недостаточной степени.

Например, активно рекомендуют факторинг специалисты БСЖВ, указывая его преимущества перед краткосрочным кредитованием.

Банк Возрождение в рамках программы «Стабильные продажи» готов предоставлять своим клиентам гарантии оплаты поставляемого товара покупателям в пользу клиента, решая тем самым проблему неготовности покупателей платить по предоплате.

Другая программа банка Возрождение - «Партнерство» - позволяет расширить продажи компании за счет клиентской базы банка. При этом организацию продаж берет на себя специальный менеджер банка.

Ориентация на более плотную работу с клиентской базой находит свое отражение и в акциях формата «приведи друга...», которые способствуют не только росту клиентской базы в условиях ослабления традиционных систем продаж, но также и увеличению ее стабильности и лояльности.

В качестве примера можно привести программу Промсвязьбанка «Оптом дешевле», предоставляющей льготную ставку кредитования тем, кто обратился в банк по рекомендации существующих клиентов.

Специальное предложение Росбанка ориентировано на добросовестных заемщиков, которые при повторном кредитовании могут получить льготы в виде снижения ставки по кредиту на 1% или до уровня ставки по предыдущему кредиту.

ИНДЕКС КАЧЕСТВА КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ И ПРОДАЖ

От того, насколько удачно маркетинговые разработки были внедрены в сети банка, зависят и позиции банка на рынке. Однако можно констатировать, что организации консультирования и продаж является одним из наиболее слабых мест в работе банков с малым бизнесом. При том, что 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 феврале 2010 года индекс качества консультирования составил 38 баллов.

Лидерами среди банков по индексу качества консультирования оказались Номос-банк и Локо-банк, индексы которых составили 84 пункта. Эти банки продемонстрировали высокую открытость для клиента, а также заинтересованность в клиенте.

Таблица 6. Индекс качества консультирования и продаж

	фев 10
Индекс качества консультирования ТОП-20	38
Номос-банк	84
Локо-банк	84
БСЖВ	76

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, сочетание которых позволяет оценивать те или иные шаги банка, строить прогнозы относительно дальнейших его действий.

Были выделены 4 групп игроков:

А. «Звезды» - банки, характеризующиеся высокой маркетинговой активностью и жесткой кредитной политикой. Промсвязьбанк, Траст, МДМ-Банк, Абсолют, Национальный Торговый Банк, Интеза (КМБ-Банк)

Б. «Претенденты» - банки, характеризующиеся высокой маркетинговой активностью, умеренной или мягкой кредитной политикой. Банк Москвы, Номос-банк, Росбанк, Сбербанк

В. «Догоняющие» - банки, характеризующиеся умеренной или низкой маркетинговой активностью и мягкой кредитной политикой. Возрождение, АК Барс, Инвестторгбанк, Локо-банк, Уралсиб, ВТБ 24, БСЖВ, Росевробанк

Г. «Нишевые» - банки, характеризующиеся умеренной или низкой маркетинговой активностью и жесткой кредитной политикой. Альфа-банк, Юниаструм банк.

Рисунок 2. Карта рынка

		Кредитная политика	
		мягкая	жесткая
Маркетинговая активность	высокая	Банк Москвы, Номос-банк, Росбанк, Сбербанк	Промсвязьбанк, Траст, МДМ-Банк, Абсолют, Национальный Торговый Банк, Интеза (КМБ-Банк)
	низкая	Возрождение, АК Барс, Инвестторгбанк, Локо-банк, Уралсиб, ВТБ 24, БСЖВ, Росевробанк	Альфа-банк, Юниаструм банк

Мониторинг №01 будет опубликован в мае 2010

Перечень приложений к мониторингу №01 (май 2010)

- 1. Приложение 1. Ставки кредитования по программам для малых и средних предприятий*
- 2. Приложение 2. Описание проанализированных кредитных программ*
- 3. Приложение 3. Основные маркетинговые акции для малых и средних предприятий*
- 4. Приложение 4. Рейтинг банков по размеру портфеля кредитов для малых и средних предприятий*

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

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 – Шеховцов Алексей Олегович

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