

Финист



# ИНДЕКС КРЕДИТНОГО БЛАГОПРИЯТСТВА РАЗВИТИЮ МАЛОГО БИЗНЕСА

ДЕКАБРЬ 2010



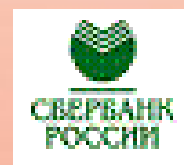
**Прорыв года**  
(Индекс +90%)



**Самый  
настойчивый  
банк**



**Самые низкие  
ставки**



**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:

---

<b>РЕЗУЛЬТАТЫ МОНИТОРИНГА 2010 .....</b>	<b>3</b>
<b>ИНДЕКС КРЕДИТНОГО БЛАГОПРИЯТСТВОВАНИЯ.....</b>	<b>6</b>
<b>ИНДЕКС КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ.....</b>	<b>10</b>
<b>ИНДЕКС МАРКЕТИНГОВОЙ АКТИВНОСТИ.....</b>	<b>14</b>
<b>ИНДЕКС КАЧЕСТВА КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ .....</b>	<b>17</b>
<b>КАРТА РЫНКА .....</b>	<b>18</b>
<b>МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ.....</b>	<b>20</b>
<b>ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОРГАНИЗАТОРАХ.....</b>	<b>26</b>



## РЕЗУЛЬТАТЫ МОНИТОРИНГА 2010

2010 год на рынке кредитования малого бизнеса принес и надежды и разочарования. С одной стороны, крупные игроки восстанавливались после кризиса, пытаясь вернуться к докризисным уровням кредитования. Некоторым удалось даже превысить докризисные уровни. Особенно радужным было настроение на рынке весной уходящего года, когда Индекс кредитного благоприятствования, рассчитываемый с начала 2010 года, показал быстрый рост (24%). На волне ожиданий посткризисного восстановления экономики банки спешили раздать дорогую ликвидность и застолбить себе долю на рынке.

Однако портфель нарастили далеко не все банки, да и в отношении тех, кто рапортовал о росте, высказывались неоднозначные комментарии, ставящие под сомнение качество выдаваемых кредитов.

К осени оптимизма стало меньше. Экономика по-прежнему стагнировала и надежды на быстрое восстановление сектора малого предпринимательства становились все призрачнее. К концу года над бизнесом стало довлеть грядущий рост налоговой нагрузки – компании заняли выжидательную позицию, что не могло не сказаться на настроениях банковских менеджеров. Во втором полугодии рост Индекса кредитного благоприятствования составил всего 5%.

Тем не менее, по итогам года можно говорить, что банкам удалось достичь неплохих результатов с точки зрения повышения комфортности условий сотрудничества для малых предприятий. Лидером в данном направлении по итогам года мы признали банк Уралсиб, индекс кредитного благоприятствования которого за 2010 год вырос на 90%, позволив банку со скромного 15-го места переместиться в тройку лидеров.

Итак, какие результаты показались нам интересным по итогам четырех мониторингов в уходящем году?

Во-первых, заметно улучшилось качество консультирования и продаж. Соответствующий индекс показал рост на 40%, хотя к концу года и несколько снизился по сравнению с пиковыми значениями в мае 2010 года. Прежде всего, рост качества обслуживания проявился в повышении доступности информации о кредитах в режиме предварительных консультаций, выросла квалификация консультантов.

По итогам года лучшим в номинации «Самый настойчивый банк» оказался Росевробанк, менеджеры которого проявили наибольшую заинтересованность в развитии отношений с клиентами, которые по нашей просьбе обращались в банки за консультацией.



Во-вторых, весьма существенно банки смягчили кредитную политику, что отразилось в росте соответствующего индекса на 38%. Прежде всего, это проявилось в снижении ставок кредитования – в среднем по рынку за год ставка снизилась с 20,5% до 16,2%. Отдельные банки смогли предложить малому бизнесу условия даже лучшие, чем были до кризиса.

В номинации «Самые низкие ставки кредитования» весь год уверенно побеждал Сбербанк (13%). К концу года у него появились конкуренты в лице Банка Москвы, Локо-банка и банка Возрождение, чья ставка составила 14%.

При этом банки увеличивали суммы кредитов, доступных по программам для малого бизнеса (банк Ак Барс готов кредитовать малые предприятия на суммы до 400 млн. рублей). Впрочем, в большей мере это можно объяснить желанием побороться за средний бизнес, так как весь год банкиры неустанно жаловались на дефицит качественных заемщиков.

Одновременно банки декларировали увеличение сроков кредитования. Максимальные сроки предложил Юниаструмбанк (до 15 лет), еще пять банков предлагают кредиты на 10 лет. Впрочем, кредитные менеджеры по-прежнему обращают внимание на готовность банков кредитовать в пределах 18-36 месяцев, тогда как большие сроки доступны лишь избранным клиентам.

Медленно банкам приходилось снижать требования к длительности ведения хозяйственной деятельности заемщиков, так как в кризис многим компаниям пришлось пройти реорганизацию. Наименее требовательным к заемщикам является Сбербанк, где отдельные программы кредитования допускают, чтобы предприятие проработало всего 3 месяца.

На протяжении года банки искали новые подходы к залоговой политике, меняя методики дисконтирования и оценки рисков. Однако нельзя сказать, чтобы в этом направлении была сформирована однозначная тенденция. По-прежнему, наблюдаем, как один банк принимает в залог товары в обороте, а другой – нет (другие банки уклоняются от обеспечения кредитов транспортом или отдельными видами недвижимости).

В-третьих, лидерами задан вектор маркетинговой политики, хотя в 2010 году индекс маркетинговой активности вырос незначительно (всего на 19%). Основными чертами такой политики являются – развитие информационных ресурсов банка для малого бизнеса (промо-сайты МДМ-банка и Росбанка, «банковский помощник» Промсвязьбанка, истории успеха банка Траст); регулярное проведение маркетинговых акций, направленных на привлечение малых предприятий; повышение открытости информации о кредитах; рост числа целевых программ кредитования, а также создание специальных партнерских программ банков. Лидерами по маркетинговой активности по итогам 2010 года стали Промсвязьбанк, Росбанк и банк Траст.



*«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"**

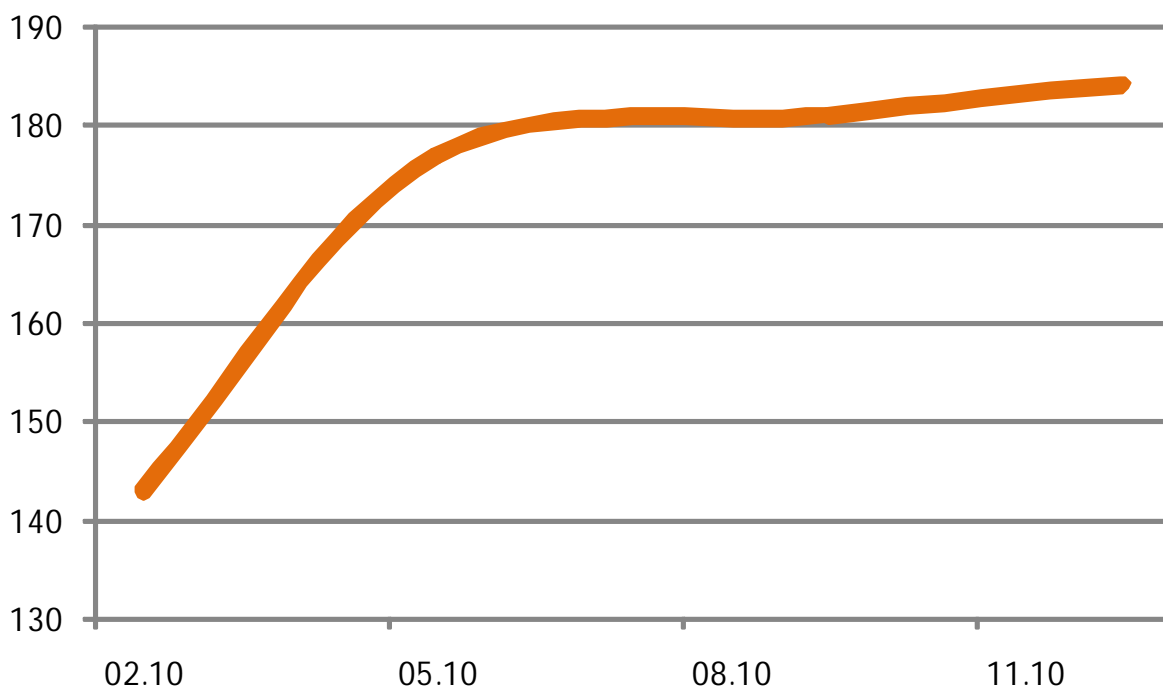


## ИНДЕКС КРЕДИТНОГО БЛАГОПРИЯТСТВА

Индекс кредитного благоприятствования в декабре 2010 г. составил 186 баллов, увеличившись по сравнению с сентябрем 2010 года на 3% (в третьем квартале рост составил всего 2%, тогда как за второй квартал текущего года индекс прибавил более 24%).

Слабый рост Индекса кредитного благоприятствования с трудом поддерживается незначительным ростом показателей кредитной политики и маркетинговой активности (4% и 6% соответственно), на фоне ухудшения показателей качества консультирования и продаж (-6% за четвертый квартал) на протяжении уже двух кварталов. Это может свидетельствовать либо о снижении интереса банков к кредитованию малых предприятий, либо о проводимых реорганизациях клиентских служб.

Рисунок 1. Индекс кредитного благоприятствования, баллы



Динамика с предыдущего мониторинга (сентябрь 2010)	+3%
--	-----

Динамика с начала мониторинга (февраль 2010)	+30%
--	------





Замедление динамики индекса второй квартал подряд указывает на торможение рынка кредитования малого бизнеса, хотя еще весной ожидания были чрезвычайно оптимистичны. Наиболее вероятные проблемы, сдерживающие дальнейший рост рынка – стагнация на многих товарных рынках, а также общая неуверенность предпринимателей в перспективах бизнеса, вызванная в т.ч. действиями государства (прежде всего, рост налоговой нагрузки с 2011 года). Банки, как ни кто другой чувствуют эти настроения, и меняют рыночную тактику привлечения и обслуживания клиентов.

Октябрьский мониторинг «ОПОРа России» показывает, что по сравнению с мартом дефицит финансовых ресурсов стал менее острым (значимой эта проблема была для 29% против 40% в марте 2010 года). Очевидно, что активность банков, зафиксированная весной (рост индекса кредитного благоприятствования за второй квартал составил 24%), позволила части предприятий решить вопросы с финансированием.

Однако, как свидетельствуют данные «ОПОРа», весьма серьезный дефицит по-прежнему наблюдается у производителей продуктов питания и общественного питания (значимой проблемы назвали 45% респондентов), строительных, транспортных и производственных компаний (42%, 31% и 29% соответственно). При этом лишь 23% опрошенных предполагают брать кредиты (в марте было 31%).

Данные ЦБ РФ, тем не менее, указывают на сохранение слабой тенденции к расширению кредитования малого бизнеса – на 01.11.2010 совокупная задолженность субъектов малого и среднего предпринимательства перед банками составила 3,1 трлн. рублей, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 20% (рисунок 2). При этом продолжает расти просроченная задолженность, которая достигает 9,2% от портфеля кредитов против 7% годом ранее.

В следующем году, очевидно, наш список ТОП-20 изменится. Ощущается как отдельные банки проявляют все меньше активности на рынке, уступая место более агрессивным игрокам.

По итогам декабрьского мониторинга лидерство перешло к Росбанку (234 балла), который устойчиво входил в тройку лидеров с самого начала мониторинга и лишь немного уступил в прошлом мониторинге банку Траст, удерживавшему лидерство на протяжении двух кварталов. Росбанк увеличил активность на рынке в третьем квартале, декларируя достаточно мягкую залоговую политику по сравнению с конкурентами и снизив ставки кредитования.

Среди лидеров необходимо отметить банк Уралсиб, которому присуждена номинация «прорыв года» за наибольшую динамику индекса кредитного благоприятствования – индекс банка вырос за 2010 год на 90%. Это

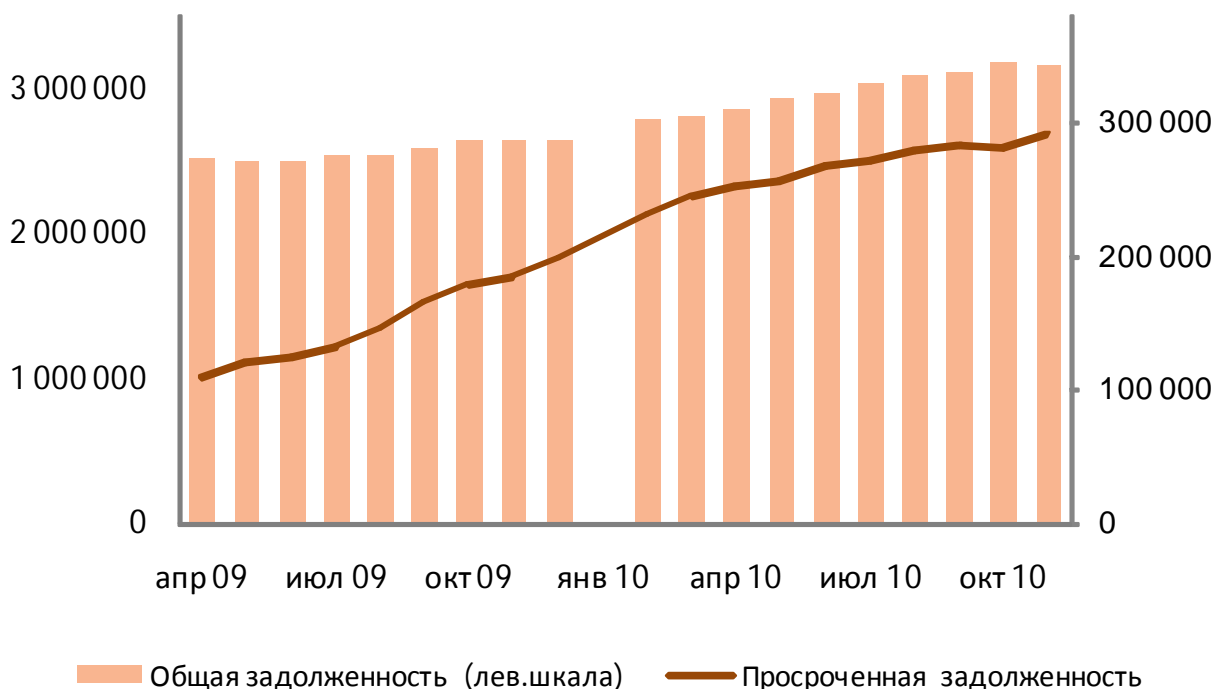


позволило банку занять третье место в рейтинге, хотя в начале года он занимал скромное 15-место в рейтинге.

Необходимо отметить Локо-банк, стабильно попадающий в пятерку лучших банков по индексу кредитного благоприятствования. Банк расширил линейку кредитных продуктов, проводит активную маркетинговую политику, повышает привлекательность своих продуктов для малого бизнеса, снижая ставки кредитования.

Заметно усилились позиции Банка Москвы, который показал более комфортный уровень организации консультирования и продаж, и несколько неожиданно смягчил требования к залоговому обеспечению.

*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)"*





Таблица 1. Банковский индекс кредитного благопритствования, баллы

	май 10	сен 10	дек 10
Росбанк	209	239	234
Траст	226	242	233
Уралсиб	201	228	228
Локо-банк	207	220	223
Промсвязьбанк	183	199	217
Банк Москвы	166	182	215
БСЖВ	186	200	209
Номос-банк	179	190	204
Сбербанк	211	195	192
МДМ-Банк	197	172	190
ВТБ 24	165	193	182
Интеза	182	148	169
Возрождение	160	209	166
Росевробанк	154	138	166
НТБ	155	135	159
Юниаструм банк	192	118	159
АК Барс	163	178	153
Инвестторгбанк	148	161	153
Россельхозбанк	142	129	147
СБ Банк	129	123	114

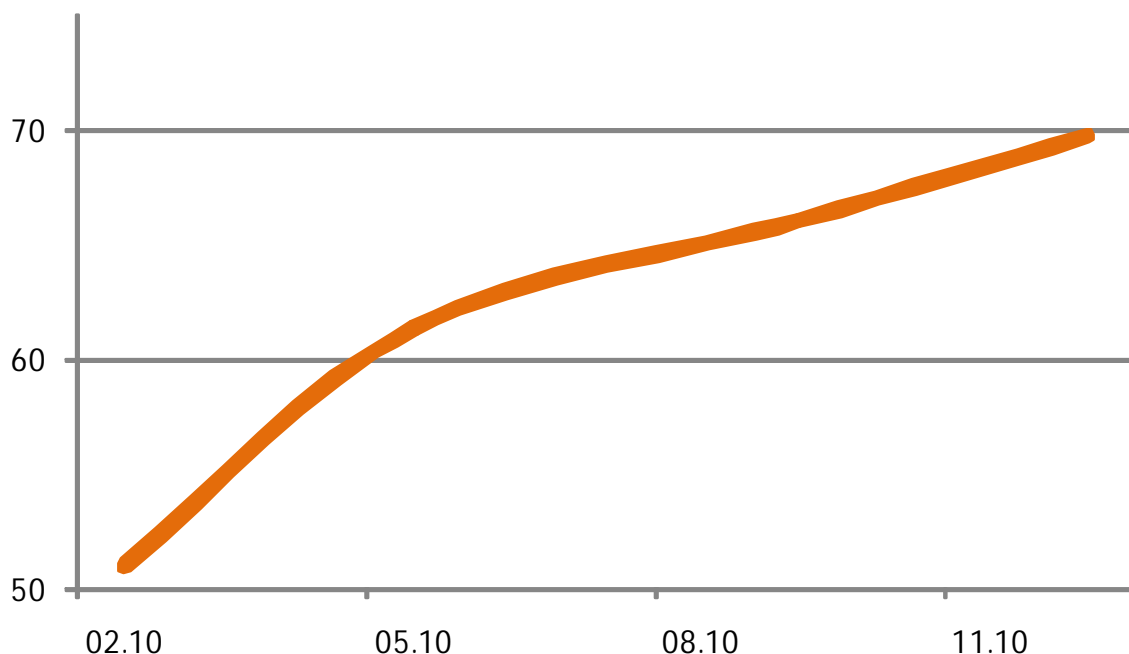


## ИНДЕКС КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ

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

В декабре 2010 года индекс кредитной политики составил 70 баллов. По сравнению с предыдущим мониторингом рост индекса составил 6%, а с начала года 38%, обогнав по динамике интегральный индекс кредитного благоприятствования (30%).

Рисунок 3. Индекс кредитной политики, баллы



**Динамика с предыдущего мониторинга (сентябрь 2010)** +6%

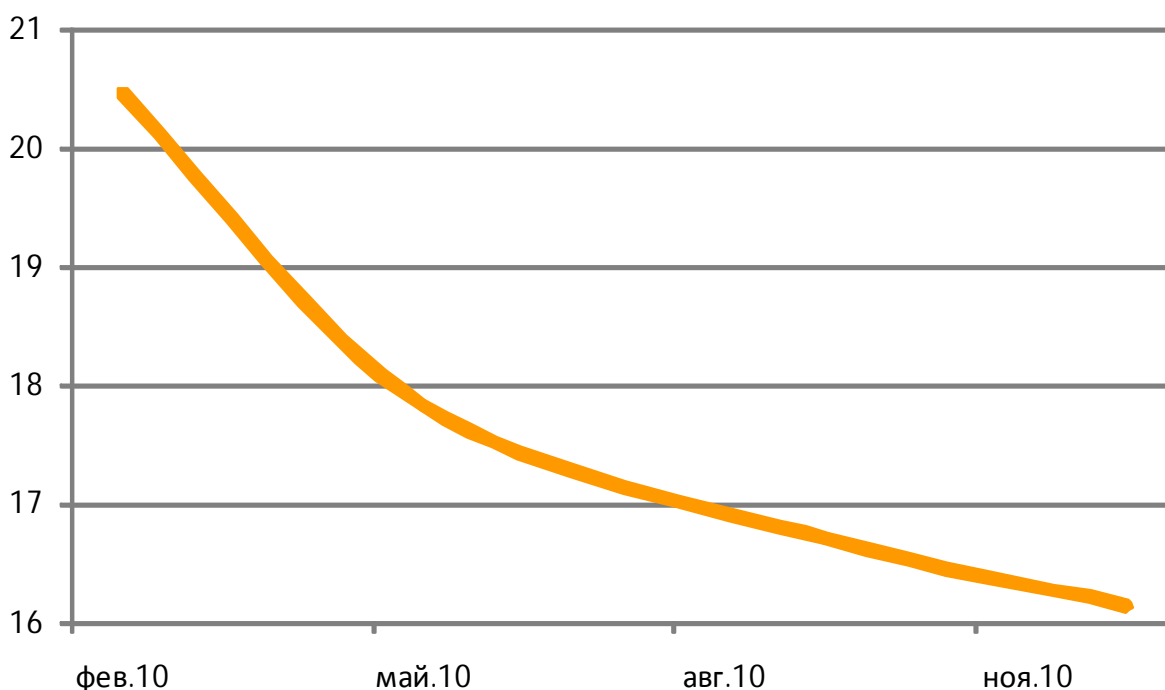
**Динамика с начала мониторинга (февраль 2010)** +38%

Максимальное значение индекса кредитной политики по-прежнему принадлежит Сбербанку РФ. Также в пятерку банков по индексу кредитной политики вошли Банк Москвы и Номос-банк. В четвертом квартале эти банки сохранили низкие ставки кредитования и несколько смягчили требования к залоговому обеспечению (зафиксировано снижение коэффициентов дисконтирования). Локо-банк, Уралсиб и ВТБ24, также входящие в пятерку по индексу кредитной политики, не изменили своих позиций, сохранив уровень ставок ниже среднерыночных, и гибкую залоговую политику.



Тенденция снижения процентных ставок затухает – в декабре средняя ставка по ТОП-20 составила 16,2% против 16,7% в сентябре. Дальнейшее снижение вероятно не ранее весны 2011 года. 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 Возрождение, чья ставка составила 14%.

*Рисунок 4. Индикативные ставки кредитования (кредиты на срок 12 месяцев) банки ТОП-20, % годовых<sup>1</sup>*



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 и Номос-банке) или определенных отраслей (для торговых компаний в ВТБ24 минимальный срок работы на рынке 12 месяцев против 6 месяцев для прочих заемщиков).

<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. 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 2. Индикативные ставки кредитования (кредиты на срок 12 месяцев), % годовых

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

Наименее требовательным к заемщикам по-прежнему является Сбербанк, где отдельные программы кредитования допускают, чтобы предприятие проработало всего 3 месяца. Впрочем, доступность подобных кредитных программ для действительно новых компаний оценить затруднительно и наиболее вероятно, что они ориентированы на тех, заемщиков, которые проводят реструктуризацию бизнеса со сменой юридического лица.

Прочие банки пока не следуют этой тенденции, хотя для большинства банков типовым становится требование ведения хозяйственной деятельности от 6 месяцев. Нельзя исключать, что в следующем году требования к сроку деятельности компаний малого бизнеса станут более либеральными, в т.ч. в



связи с возможной реструктуризацией компаний уже не только из-за кризиса (который еще не закончился, и по-прежнему негативно влияет на значительную долю малых предприятий), но и в виду изменения налоговой системы.

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. Другие банки готовы кредитовать под такие залоговые программы, допуская до 100% обеспечение только товарами в обороте.

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

Объемы кредитования в рамках программ для малых предприятий колеблются от 10 000 до 400 000 000 рублей. 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.

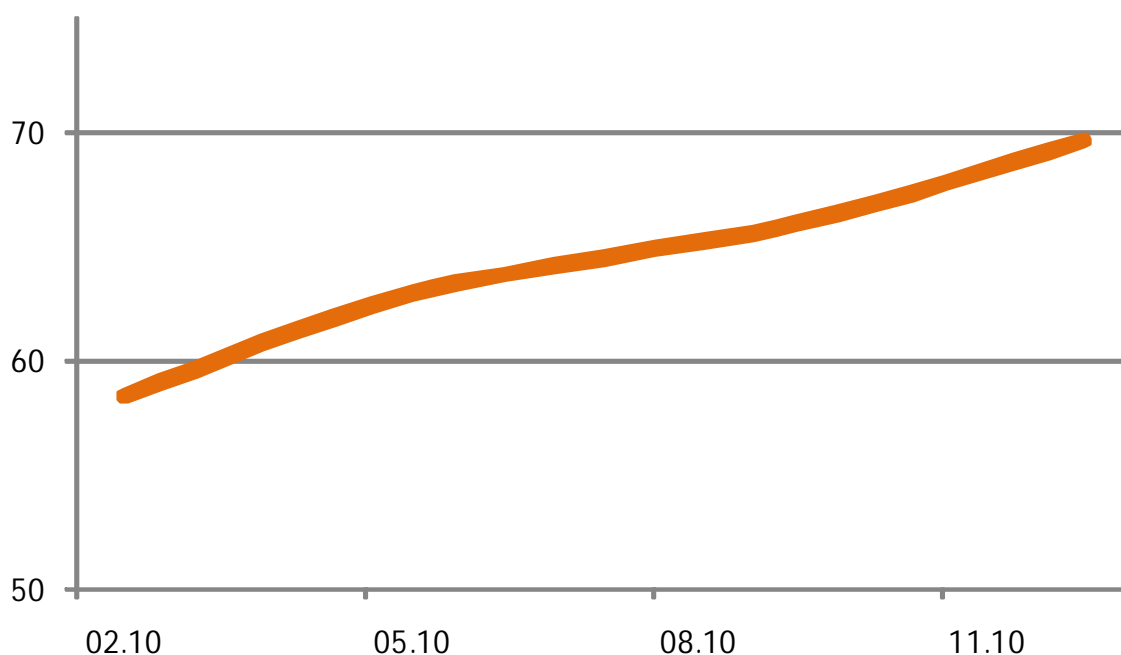


## ИНДЕКС МАРКЕТИНГОВОЙ АКТИВНОСТИ

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 декабре 2010 года индекс маркетинговой активности составил 70 баллов, увеличившись всего на 6% к сентябрю 2010 года. С начала мониторинга индекс маркетинговой активности вырос всего на 19%, показав худшую динамику в сравнении с индексом кредитной политики (+35%) и индексом качества консультирования (+40%).

Рисунок 5. Индекс маркетинговой активности, баллы



<b>Динамика с предыдущего мониторинга (сентябрь 2010)</b>	<b>+6%</b>
---	------------

<b>Динамика с начала мониторинга (февраль 2010)</b>	<b>+19%</b>
---	-------------

Лидерские позиции по маркетинговой активности делят Промсвязьбанк 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 банк запустил на своем сайте «банковского





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

Росбанк с майского мониторинга идет нога в ногу с Промсвязьбанком, реализуя схожий набор маркетинговых инициатив – летом банк реализовал акцию по снижению ставок кредитования, продолжил развивать программу лояльности для добросовестных заемщиков и промо-сайт для малого бизнеса (<http://mbis.rosbank.ru>).

На третьей позиции благодаря расширению линейки кредитных программ, а также регулярному проведению маркетинговых акций удерживается банк Траст. В рамках новой акции «Вознаграждение за рекомендацию» банк предоставляет право своим клиентам (или их партнерам) на получение одного из четырех кредитов - Бизнес-Он-Лайн, Бизнес-Экспресс, Бизнес-Рост, Бизнес-Класс - по ставке, сниженной на 0,5% годовых.

Заметно активизировался Номос-банк, который расширяет линейку кредитных продуктов, реализует маркетинговые акции для малого бизнеса, активно рекламирует в интернет именно направление кредитования малого бизнеса.

Основные тенденции в предложении кредитных программ, зафиксированные во втором-третьем квартале 2010 года – использование коротких акций с льготными условиями кредитования (от 6 до 24 месяцев) для поиска активных клиентов, находящихся в стадии выбора кредитного учреждения. Такие программы были запущены ВТБ24, Траст, Локо-банк.

Необходимо отметить дальнейшее 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.

В декабрьском мониторинге номинация «Лучшая партнерская программа» была присвоена банку Траст, который 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.



Анализ структуры кредитных программ показывает, что в преобладают оборотные (до 35% всех программ) и универсальные (еще 30%) программы, которые являются преимущественно краткосрочными. Целевые долгосрочные программы занимают 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.

Число кредитных программ для малого бизнеса среди банков ТОП-20 выросло, и составило на конец года 124 программы (+14 программ за год). 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.

Рисунок 6. Структура кредитных программ банков ТОП-20

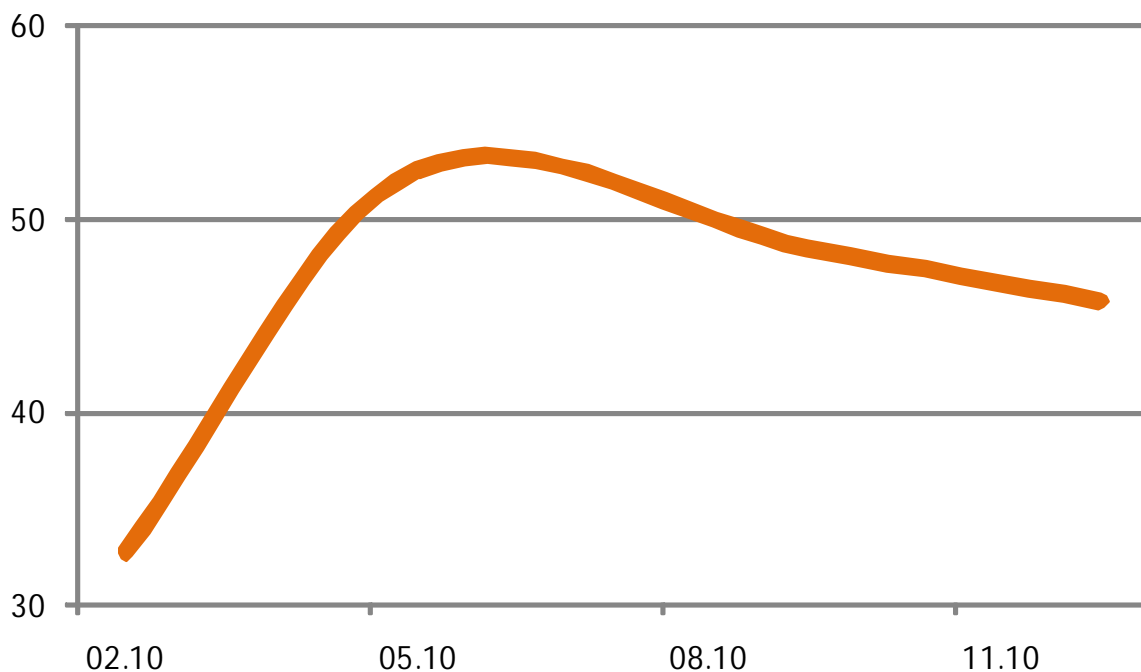




## ИНДЕКС КАЧЕСТВА КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ

В четвертом квартале зафиксировано очередное снижение индекса качества консультирования. Ухудшение показателя отмечено сразу у нескольких игроков рынка, благодаря чему в декабре 2010 года индекс качества консультирования составил 46 баллов против 47 баллов в сентябре 2010. Эта тенденция может свидетельствовать либо о снижении интереса банков к кредитованию малых предприятий, либо о проводимых реорганизациях клиентских служб.

Рисунок 7. Индекс качества консультирования и продаж, баллы



<b>Динамика с предыдущего мониторинга (сентябрь 2010)</b>	<b>-6%</b>
<b>Динамика с начала мониторинга (февраль 2010)</b>	<b>+40%</b>

Среди лидеров по индексу качества консультирования оказались БСЖВ и Росевробанк. Оба банка готовы предоставлять достаточно подробную информацию о кредитных продуктах в режиме предварительного консультирования по телефону, проявляются заинтересованность в развитии отношений с потенциальными клиентами (вторичные звонки и предложения). Росевробанк уже второй квартал отмечается как «Самый настойчивый банк» за активное взаимодействие с потенциальными клиентами.



## 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, МДМ-Банк, Интеза, АК Барс, Юниаструм

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

В. «Догоняющие» - банки, характеризующиеся умеренной или низкой маркетинговой активностью и мягкой кредитной политикой. Возрождение, БСЖВ, ВТБ24

Г. «Нишевые» - банки, характеризующиеся умеренной или низкой маркетинговой активностью и жесткой кредитной политикой. НТБ, СБ Банк, Россельхозбанк, Росевробанк, Инвестторгбанк

Таблица 3. Распределение банков между основными группами участников рынка кредитования малого бизнеса

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



Стоимость кредитов у банков с высокой маркетинговой активностью в среднем на 1,1% выше, чем у банков с маркетинговой активностью ниже среднего (таблица 14). В первом квартале 2010 года премия за маркетинговую активность была выше и достигала 3,5%.

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 1,8% (в феврале 2010 года аналогичный показатель составлял 4%).

Таблица 4. Средние ставки кредитования по группам банков, %

	фев 10	май 10	сен 10	дек 10
<b>А. «Звезды»</b>	25	20	18,8	18
<b>Б. «Претенденты»</b>	19	16	16	15,3
<b>В. «Догоняющие»</b>	18	17	15,2	14,3
<b>Г. «Нишевые»</b>	19	18	16,8	16,8
<b>Средняя ставка для банков с высокой маркетинговой активностью</b>	21,9	17,6	17,4	16,7
<b>Средняя ставка для банков с умеренной и низкой маркетинговой активностью</b>	18,4	17,3	16,0	15,5
<b>Премия за маркетинговую активность</b>	<b>3,5</b>	<b>0,3</b>	<b>1,4</b>	<b>1,1</b>



## МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

### *Цель проекта*

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.



### 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 5. Портфель 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

<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.



### **Методика расчета индекса**

Индекс кредитного благоприствования 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<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 1 критерия, чтобы обеспечить необходимую преемственность данных.



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. Регулярность: 4 раза в год.

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***

Финист предлагает **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 2004-2010 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 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)