

идет непрерывным потоком. Я много езжу по миру и могу с уверенностью сказать, что технологическая составляющая банковского сервиса в Казахстане находится на добротном уровне. Более того, однажды мы даже запустили в банковской сфере что-то раньше всех в мире (речь о мобильных переводах с карты на карту в 2008 году). Слышали ли вы, чтобы Казахстан делал что-то впервые в мире? В любой другой сфере? Зачем тогда ломать то, в чем мы лидеры?

Какие же доводы приводятся сторонниками ЕПЦ? Насколько я понял их два: во-первых, банки несут большие комиссии перед Visa и MasterCard и, во-вторых, для мелких банков нерентабельно содержание банкоматных и POS-терминальных сетей.

Что касается комиссии, то ее можно разделить на две части – комиссию с держателя карточки и комиссию с магазина, в котором обслужилась карточка. Так вот, при покупке по карточке в любом POS-терминале мира или в интернет-магазине вы как держатель карточки ничего не платите. Комиссия составляет 0%. Единственное исключение на рынке это Казком, который берет со своих держателей карт 0,5%, но, мне кажется, это временное явление, тем более что есть другие 25 банков, которые могут вам предложить свои карты без комиссии. Таким образом, вы как владелец карты платите только в случае снятия наличных в банкомате. Это глобальная политика международных платежных систем, направленная на стимуляцию безналичных платежей – не снимай нал, плати безналично, и с тебя никто не удержит комиссии. На это же, кстати, направлена и финансовая политика любого государства.

В отношении процента с коммерсантов – в среднем по стране он составляет 1% по своим картам и 2,5–3% по чужим. Важно отметить, что в этих 2,5–3% в среднем в районе 1,5% составляет так называемый Interchange – комиссия, которая платится банком-эквайером банку-эмитенту. Суть этой комиссии опять

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ БАНКОВСКОГО СЕРВИСА В КАЗАХСТАНЕ НАХОДИТСЯ НА ХОРОШЕМ УРОВНЕ

же в том, чтобы сделать для банка-эмитента выгодным безналичные платежи его клиента. Комиссии Visa и MasterCard в общей стоимости транзакции крайне незначительны. Это очень важно понимать тем, кто лоббирует ЕПЦ. Его создание не улучшит ситуации с комиссиями, но может сломать саму суть тонко отстроенного карточного бизнеса. Более того, кто мешает государству провести эксперимент и для начала объединить четыре процессинга госбанков – БТА, Альянса, Темирбанка и «Казпочты»? И потренируются, показав свою крутизну и эффективность рынку, и комиссии снизят. Не все знают, что в Казахстане кроме международных карт (VISA International, MasterCard Worldwide, American Express International и China Union Pay) банки выпускают и локальные карты – Altyn Card Народного Банка, SmartAlemCard БТА Банка и локальная карточка

В Казахстане уже была попытка создания единого процессингового центра. В начале 2000 года в состав АО «Процессинговый Центр» вошли Нацбанк РК (69%) и девять крупнейших коммерческих банков. В конце 2002 года он должен был провести первую транзакцию. В 2005 году был пресс-релиз о попытке через АО «Процессинговый Центр» выпустить платежные карточки для «Казпочты». С тех пор о нем ничего не слышно. «Казпочта» выпускает свои карточки с помощью процессингового центра Казкома. Сколько было потрачено госсредств на эту инициативу, неизвестно.

Ситибанка Казахстан. Но спрос на них постоянно снижается, и сейчас они занимают менее 5% рынка карт. Казахстанцы сами сделали свой выбор, показав, какими картами им удобнее пользоваться. Активных локальных карт и того меньше, даже Нацбанк на своем сайте почему-то считает и дает информацию только по картам Visa и MasterCard, не замечая остальные системы.

Говоря о нерентабельности сетей, здесь стоит отметить следующее. Во-первых, я нигде не слышал от мелких банков, что им невыгодно содержать инфраструктуру. Об этом говорят в основном банки с госучастием. У мелких же банков всегда есть выбор – покупать и расставлять свои банкоматы и POS-терминалы или использовать сети других более крупных банков (эту возможность использует 45% банков, напоминая: картами занимаются у нас 25 банков, а свои процессинги имеют только 14). Это рынок, и это конкурентный рынок. Во-вторых, почему если кто-то просчитался в расчетах и накупил банкоматов, которые не окупаются, государство теперь должно закрывать из госбюджета или за счет более сильных игроков рынка, объединяя всю инфраструктуру в единый процессинговый центр? Это же бизнес, друзья. Не приносит дохода, значит, продай и займись другим направлением. Не можешь – уходи из бизнеса, занимайся бизнесом попроще или иди на госслужбу. Почему мы считаем нормальным решение проблем в бизнесе одного собственника за счет частной собственности другого? Ведь, как сказал Фридрих Хайек, «частная собственность является главной гарантией свободы, причем не только для тех, кто владеет этой собственностью, но и для тех, кто ею не владеет».

Очень хочется надеяться, что второе пришествие единого процессингового центра не состоится. Иначе очень скоро вслед за единым пенсионным фондом и единым процессинговым центром появится единая страховая компания, единый кастоди, единый брокер, единый банк и т. д. – здравствуй, СССР. ■

АРХИВ ПРЕСС-СЛУЖБЫ

Текст: **Алексей Быков**

УВОЛЬТЕ ВСЕХ

Чтобы стать лидером рынка, «Технодому» предложено уволить каждого неулыбающегося продавца



где профессиональные тренеры-консультанты обучают молодежь (средний возраст сотрудника – 27 лет) тому, как и что делать.

Несмотря на это, компания решила обратиться к американскому специалисту в области сервиса. «Семинар Джона Шоула должен просто пинка нам нормального дать. Вдохнуть новые силы, жизнь, желание. У нас очень большие внутренние резервы, нам есть еще чему научиться», – поделился ожиданиями Эдуард Ким.

Последние 40 лет Джон Шоул работает в области культуры сервиса, но он не продавец, и ему не принадлежит компания, которая занимается продажами, у него нет сети ресторанов или отелей, ничего из того, где сервис стоит первым в списке приоритетов для клиента. Джон – тренер. Он учит другие компании работать с клиентом так, чтобы он не просто вернулся за следующей

покупкой, но и забыл про существование других магазинов. Джон учит делать из клиентов фанатов.

«Технодом» ставит себе задачу в течение года завоевать львиную долю казахстанского рынка, сделав своим конкурентным преимуществом невероятный сервис. «А для этого необходимо делегировать полномочия своим сотрудникам», – рассказывает Джон Шоул.

Делегирование – один из основных пунктов на пути достижения сервиса высшего уровня по методу Джона Шоула, но не единственный. Всего Шоул отмечает четыре шага к потрясающему сервису: первый – создание систем, политик и процедур, удобных для клиентов; второй – скорость; третий – сокращение издержек; четвертый – обучение всего персонала работе с клиентами каждые четыре-шесть месяцев по новой программе. По словам Шоула, каждый из сотрудников должен понимать: продажи – это в первую очередь работа с клиентом, а клиент не хочет видеть угрюмые лица продавцов, которые бубнят что-то себе под нос. Шоул рассказал, что за время пребывания в Алматы посещал магазины как конкурентов, так и собственно «Технодома» и заметил, что ему улыбнулся всего один человек – охранник одного из магазинов.

По сути, принципы, о которых говорит Шоул, не новы, скорее фундаментальны. Почему же тогда никто ими не пользуется? Джон Шоул утверждает, что большинство организаций не доверяют ни сотрудникам, ни клиентам. Поэтому компания, освоившая эти навыки, поднимется на самую вершину. ■