

Resume

The concept of "social media" combines different types of Internet resources for information exchange of messages between users. The social media are social networks (Facebook, Classmates), blogs, microblogs, Wikipedia, video hosting (Youtube), and other resources, characterized by the presence of the user community and their interaction around a specific type of content. These resources are collected by millions of audience members which are conducting on-line environment all time. Today social media enable companies to build lasting relationships with their customers, build loyalty, manage reputations of the company, increase sales and solve many other problems in business development.

Özet

"Sosyal medya" kavramı kullanıcıları arasında mesaj bilgi alışverişi için internet kaynakları farklı birleştirir. Sosyal medya sosyal ağlar (Facebook, sınıf arkadaşları), bloglar, microblogs, Wikipedia, video barındırma (Youtube), ve içeriği belirli bir tip çevresinde kullanıcı topluluğu ve onların etkileşim varlığı ile karakterize diğer kaynaklar vardır. Bu kaynaklar, on-line ortamda her zaman yapıyorlar seyirciler milyonlarca toplanmaktadır. Günümüzde sosyal medya şirketleri, müşterileri ile kalıcı ilişkiler kurmak sadakati oluşturmak, şirketin itibarına yönetmek, satışları artırmak ve iş geliştirme birçok diğer sorunları çözmek için sağlar.

А.Хамидуллин,

магистрант,

Университет имени Сулеймана Демиреля.

Алматы/Казахстан

БУДУЩЕЕ КРЕДИТНЫХ КАРТ В РК

Деньги всегда имели большую роль в человеческой жизни. Раньше это было железо, серебро, золото, потом их заменили бумажные деньги. В прошлом люди не знали, что когда-нибудь появятся бумажные деньги, а современные не подозревают, что однажды бумажные деньги исчезнут из оборота. На смену придут электронные карты и другие виды оплаты товаров и услуг. И вот теперь в мире происходит новый резонанс, все постепенно переходит на электронные деньги, т.е. на кредитные карты.

Сейчас уже во многих магазинах можно оплачивать с помощью кредитных карт, ведь это не только удобно, но и безопасно в тех случаях, когда товар стоит немалые деньги. По статистике оплата по средствам пластика производится только на незначительные платежи. Неплохое начало для постепенного перехода к электронным платежам.

Первые попытки приучить людей к пластику начались с того, что крупные предприятия страны перешли на выплату заработной платы своим сотрудникам безналичным путем. Люди шли к банкоматам и переводили их в бумажные деньги. Неудобства, связанные с работой банкоматов вызывали разговоры в среде обладателей пластиковых карт и никак не способствовали их дальнейшему применению. К тому же не каждый магазин мог предложить воспользоваться услугой оплаты через карту.

На пути к использованию пластиковых карт как платежных средств, еще стоит масса преград. Одним из основных, которых является устранение барьера страха и недоверия к не всем понятной технологии. Усугубляет недоверие и огромное количество заявлений в СМИ о различных способах мошенничества с использованием пластиковых карт. Доверия не прибавляет и то, что достаточно соблюдать всего лишь несколько правил безопасности во избежание случаев кражи средств со счетов.

Но какое же будущее кредитных карт в Казахстане?

Казахстанский рынок - один из приоритетных для развития, и за последние 20 лет мы наблюдаем здесь стабильный рост по всем основным показателям. Казахстанский банковский рынок сделал большие успехи в развитии системы безналичных платежей.

В Казахстане функционируют около 40 банков. Каждый из которых ведет борьбу за клиента, предоставляя для них различные услуги. В финансовом поле не так много сфер, которые могли бы похвастаться равномерной выгодой для всех сторон-участниц. Однако создание банковских объединений для удобства и улучшения обслуживания клиентов по «пластику» как раз такой вариант. Выгодно и кредитным организациям – инициаторам сотрудничества, и их партнерам, и держателям пластиковых карт, которые получают дополнительные возможности экономии при снятии наличных в гораздо большем числе терминалов. Количество стимулов к использованию карты, так же как и перспективность снятия денег со счета, для потребителя увеличивается. Создание подобных альянсов давно является общемировой практикой, применяемой с целью получения банками дополнительной сети устройств без существенных капитальных вложений. Основным инструментом является кредитная карта.

Кто с кем объединяется – вопрос разносторонний и зависит от многих факторов. Но в целом все руководствуются именно низкой стоимостью транзакции в объединенной сети за счет распределения инвестиций в оборудование и сервис среди всех ее участников. Многие акцентируют внимание на том, что участвующий в подобном соглашении банк получает сеть банка-партнера по «льготной» цене, не неся капитальные затраты на установку и обслуживания собственных банкоматов. Однако важной стороной сотрудничества одного банка с другим является разветвленность уже имеющейся «базы» сетей. Заинтересованность банков-партнеров друг в друге ориентирована именно на этот критерий.

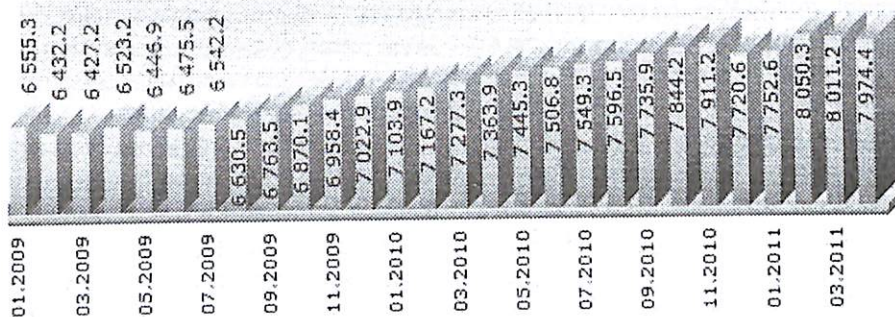
Посредством модернизации системы карточных платежей, банки предоставляют удобства для клиентов. При таких услугах основной сферой оборота является зарплатный проект, стипендия, пенсия.

По статистическим данным 9 из десяти трудоспособных казахстанцев имеют в своем распоряжении платежные карточки. На 8,6 миллионов экономически активных граждан республики (данные статистического агентства за первый квартал 2011) приходится 7,9 миллионов держателей карточек (данные Нацбанка за апрель 2011).

Индекс проникновения карточек среди экономически активного населения составил 93%. Для сравнения в 2010 и 2009 году этот индекс составлял 85% и 76%, соответственно. Из этого следует очевидный вывод – приток новых клиентов в платежную инфраструктуру существенно сократится, его рост будет в большей мере зависеть от таких факторов как: естественный рост экономически-активного населения; проникновение телекоммуникационных и финансовых технологий в село; расширение рынка легального труда.

С точки зрения клиентской базы рынок достиг насыщения в начале текущего года - в феврале зафиксирован абсолютный рекорд по количеству держателей карточек – 8,05 млн. человек, после чего пошел отскок вниз, и уже к апрелю держателей карточек стало меньше на 76 тысяч.

Держатели платежных карточек в Казахстане (человек).



Исторически рынок платежных карточек в Казахстане развивался от зарплатных проектов. По оценкам различных экспертов, 85-90% платежных карточек выпущено для получения заработной платы.

И в этом отношении интересна ситуация проникновения платежных карточек среди наемных работников – специалистов, получающих официальную заработную плату.

Сейчас на 100 наемных работников приходится 77 активно используемых карт, годом ранее - 70, а в 2008 - 56.

Как видно, ситуация по «зарплатным карточкам» также логически приходит к естественным границам клиентской базы. Если учесть, что существенная доля официальных работников трудится в сельской местности, где «карточный» вариант оплаты технически не готов, плюс работники маленьких компаний, не нуждающихся в администрировании оплаты труда, можно сказать, что у банков наступил период острого дефицита новых клиентов-зарплатников.

В зарплатном направлении рынок будет расти со скоростью увеличения наемных работников в экономике. А это 2-3%. К примеру, за год (первый квартал 2010-2011) количество наемных работников увеличилось на 117 тысяч. Если учесть последние, мартовские, данные по среднемесячной зарплате в 100 584 тенге и комиссию за обслуживание дебетной карточки со всеми инфоуслугами в 1%, получаем скромную цифру потенциального прироста дохода по зарплатному направлению в 1,4 миллиарда тенге в год.

О пределе зарплатных проектов говорит и тот факт, что объем выдачи наличных через платежные карточки стал перекрывать фонд заработной платы - в апреле 2011 на 18 миллиардов тенге.

Развитие рынка платежных карт является одним из ключевых индикаторов, который свидетельствует об уровне ритейлового бизнеса банков. В становлении и наращивании серьезных объемов эмиссии кредиток заинтересованы многие игроки данного сектора – международные платежные и страховые системы, отечественные финструктуры, торговые точки и др.

Изначально, деятельность казахстанских банков в области «пластика» стартовала в 1995 году. Спустя 17 лет мы можем наблюдать за глобальными процессами внедрения пластиковых карт в повседневную жизнь каждого члена общества. Так, если на 1 октября 2005 года банками выпущено 2.96 млн. платежных карточек, то в 2011 года банками выпущено 8.8 млн. платежных карточек.

Во втором квартале текущего года обнародован рейтинг кредитных карт банков Казахстана. Во время проведения анализа данного вида кредитования эксперты обращали внимание на ставку, льготный период использования, лимит, стоимость годового обслуживания, и еще 10 других важных критериев, которые суммировались.

Квалификация финструктур оценивалась по 5-бальной шкале. В исследовании принимали участие 40 программ тенге кредитных карточек 10 крупных банков РК. Лидером рейтинга оказался КАЗКОМ. В пятерку лучших были включены следующие кредитные организации БТА Банк, ХалыкБанк, ЦентрКредит, АТФ Банк

На становление казахстанского рынка кредитных карт существенно повлиял экономический кризис. Он не только затормозил развитие, но и сократил его объемы. Так, В декабре 2009 года объемы транзакций с использованием платежных карточек казахстанских эмитентов составили 300.6 млрд. тенге (рост по сравнению с декабрем 2008 года составил 18.4%). Количество транзакций за декабрь 2009 года составило 12.6 млн. транзакций и увеличилось по сравнению с декабрем 2008 года на 14.1%. При этом рост количества безналичных платежей составил 23.8% (2.2 млн. транзакций), а операций по снятию наличных денег 12.2% (10.3 млн. транзакций), а в мае 2010 году данный показатель снизился почти на 29.2 млрд. тенге и составил 271.4 млрд. тенге. Сейчас же наступил период оживления рынка. Активизация интереса клиентов к кредиткам осуществилась, в первую очередь, благодаря деятельности государственных банков.

В ближайшие годы лидерами «пластика» останутся вышеупомянутые банки. Но, в спину им дышат сильные конкуренты АО «Жилстройсбербанк Казахстана, АО «Kaspi Bank, ДБ АО «Сбербанк большинство из которых продолжит наращивать объемы своих кредитных портфелей.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Nationalbank.kz
2. Kkb.kz
3. www.banker.kz
4. Kazbank.org
5. Лаврушин П.А. Банковское дело. – М.: КноРус, 2007.
6. Гурьянов С.А. Маркетинг банковских услуг. – М.: Медиа-Пресс, 2009
7. Пластиковые карты. / 2-е изд., перераб. и доп. Сост. А.А. Андреев. – М.: Концерн «Банковский Деловой Центр», 2008.
8. Журнал «Банки Казахстана»

Түйін

Бұл мақалада Қазақстан Республикасы азаматтарының төлеу карточкаларын қолдану және оларды белсенділікпен қолдану туралы анализ өткізіліп, Қазақстанның ең жақсы банктарының ақпараты берілген.

Resume

This article indicates the usage of credit card by citizens of Republic of Kazakhstan and the analysis of its activeness, and reveals the information about the best banks in this country.

Özet

Bu makale, Kazakistan Cumhuriyeti vatandaşlarının kredi kartı kullanımını ve activeness analizi gösterir ve bu ülkede en iyi bankalar hakkında bilgi ortaya çıkarıyor.

Г. Алдибекова,

магистрант,

Университет имени Сулеймана Демиреля.

Алматы/Казахстан

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ АРЕНДНОГО ЖИЛЬЯ

В Казахстане доля многоквартирных домов составляет приблизительно 20% из общего количества жилья, при этом доля арендуемого жилья - менее 5%, из которых официально сдаётся менее 2% жилых помещений. [1] Сегодня рынок арендного жилья - это сегмент теневой экономики, поле деятельности для частных и полуправовых структур.