

# ориентация на интересы клиента – основа стратегии нашего бизнеса

беседовал Иван Петренко

Рынок банковских платежных терминалов в последнее время бурно растет. Банки осознали, что прием платежей в пользу третьих лиц – по всем признакам банковская операция, и стремительно отвоёвывают лидирующие позиции на рынке «cash-in» у небанковских терминальных сетей. По мнению коммерческого директора ЗАО «САГА Технологии» Оксаны Калашниковой, банки при выборе поставщика терминалов все чаще отдают предпочтение российским производителям.

**НБЖ:** Оксана Александровна, на чем специализируется ваша компания?

**О. КАЛАШНИКОВА:** ЗАО «САГА Технологии» – российская компания-вендор, производящая и поставляющая под собственным брендом программно-аппаратные комплексы, в том числе платежные и информационные терминалы, банкоматы cash-out/cash-in. ЗАО «САГА Технологии» – компания полного производственного цикла. Мы располагаем собственными сборочными цехами, конструкторским бюро, отделом ОКР и ПО в Москве, а так же цехом металлообработки по производству корпусов терминалов и банкоматов в Подмоскowie.

Наша команда имеет опыт на рынке платежных систем с 2001 года. В середине 2005 года рынок платежных терминалов начал резко расти. При участии российских профессиональных инвесторов мы начали свой новый «отсчет» под брендом SAGA Technologies, и продолжаем успешно

следовать однажды выбранной стратегии развития.

**НБЖ:** Как вам удалось преодолеть последствия финансового кризиса 2008 года?

**О. КАЛАШНИКОВА:** Вы не поверите, но мы ощутимо выиграли от финансового кризиса, значительно укрепив свои позиции на рынке. Конечно, поначалу было непросто, но, в результате мы все-таки увеличили свою долю рынка. Суть в стратегии, принятой нашими акционерами и менеджментом компании в самом начале пути, где в основе нашего бизнеса всегда была прозрачность и публичность, так как в долгосрочной перспективе мы намерены выйти на IPO. А с точки зрения целевой клиентской группы мы всегда ориентировались на банки, считая, что прием платежей в пользу третьих лиц – банковская операция. Надо заметить, что мы с удивлением наблюдали в 2005-2008 годах ситуацию, когда банки, по сути, игнорировали рост рынка платежных терминалов, который перед кризисом уже достигал годового оборота в 15-20 млрд. долларов. И все же кризис встряхнул банки, они обратили свои взоры на забытый доселе сегмент рынка. Так в 2009 году нам удалось выиграть ряд тендеров на поставку терминалов в средние и крупные банки. Нас также поддержали федеральные и муниципальные заказы, полученные ЗАО «САГА Технологии» в конце 2008-начале 2009гг.

**НБЖ:** На вашем корпоративном сайте много внимания уделено терминалам. Означает ли это, что они преобладают в объеме продаж?



**О. КАЛАШНИКОВА:** Это и так, и не так. С одной стороны, платежные терминалы на сегодня – самый востребованный товар, поставляемый под нашим брендом, и тенденция увеличения спроса со стороны банков закрепляется. Терминалы как устройство cash-in используются и для уже ставших классическими платежей в пользу третьих лиц и для погашения кредитов, пополнения счетов. При этом доверие к банковским платежным терминалам неизмеримо растет. Но, самое важное наше достижение – создание банкомата собственного производства с функциями cash-out/cash-in.

**НБЖ:** Какими вы видите перспективы рынка банковских терминалов и банкоматов?

**О. КАЛАШНИКОВА:** Мы видим, можно сказать, физически ощущаем потенциал в развитии банковских терминалов и универсальных российских банкоматов, что обеспечивает банкам резкое увеличение зоны клиентского покрытия. Прогресс не остановить, и мы лишь предлагаем с помощью новых информационных технологий идти в ногу со временем. **НБЖ**