МКБ
ПАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК»

«НАДО УМЕТЬ БЫСТРО И ГИБКО ДЕЛАТЬ ДОРАБОТКИ ПОД ЗАПРОСЫ ОПРЕДЕЛЕННЫХ КЛИЕНТОВ»

Сейчас многие банки делают ставку на развитие транзакционного бизнеса как источника стабильного комиссионного дохода и маржинального процентного дохода от пассивных операций. О том, как, будучи новичком на этом рынке, составить достойную конкуренцию и что особенного коммерческий банк может предложить средним и крупным клиентам, рассказал «Деньгам» директор департамента транзакционного бизнеса и привлечения ресурсов Дирекции корпоративного бизнеса МКБ **Филипп Литвиненко.**

ТЕКСТ **Ксения Дементьева**
ФОТО **Павел Кассин**

Сейчас все больше банков усиливают такое направление, как транзакционный бизнес. Как вы считаете, почему?

— Причины очень простые: ключевая ставка сейчас продолжает находиться на достаточно высоком уровне 7,75% годовых, что не дает возможности банкам заниматься только лишь кредитованием. После волны кризисов и дефолтов ряда крупных компаний банки стали уделять гораздо больше внимания стабильному безрисковому доходу, который может генерировать транзакционный бизнес.

Доход от транзакционного бизнеса можно поделить на две части: комиссионный и процентный от пассивных операций (депозиты, НСО и остатки на расчетных счетах). Сейчас ввиду пока еще высоких рыночных ставок отношение между комиссионным и процентным доходом находится в среднем на уровне 35% и 65% соответственно. По мере снижения рыночных ставок и, как следствие, снижения процентного дохода может наступить паритет между комиссионным и процентным доходом.

— На каком уровне данное соотношение сейчас у вас в МКБ?

— У нас есть определенная специфика, поэтому я говорил бы о 45% и 55%.

— Какие продукты и услуги МКБ вы объединяете в понятие «транзакционный бизнес»?

— В первую очередь это продукты РКО (счета, платежи, кассовые операции), валютный контроль, конверсионные операции, инкассация, самоинкассация, эквайринг (торговый и интернет), карточные решения (таможенные карты, корпоративные карты), каналы (системы ДБО, мобильный банкинг, решения host-to-host и т. д.), решения из линейки cash management (Расчетный Центр Корпорации, модуль контроля бюджетов и др.), а также продукты по управлению ликвидностью (физический и виртуальный пулинги, автоматический овернайт, НСО, различные виды депозитов и др.).

— Но что из всего перечисленного приносит вам больший комиссионный доход?

— В сегменте клиентов крупного бизнеса, наверное, основную долю комиссионного дохода приносят операции, связанные с внешнеэкономической деятельностью. Это валютный контроль, валютные переводы и конверсионные операции. Мы сейчас активно развиваем это направление и считаем, что у нас есть определенные преимущества, которые связаны в том числе с несанкционным статусом нашего банка. Поэтому мы уже сейчас наблюдаем положительную для нас динамику увеличения количества крупных клиентов, приходящих к нам на обслуживание.

— А в остальных сегментах?

— Если говорить о клиентах МСБ, то там в принципе структура комиссионного дохода несколько отличается от клиентов крупного бизнеса. Во-первых, этих клиентов гораздо больше, в десятки-сотни раз. Поэтому естественно, что по таким клиентам львиную долю комиссионного дохода генерируют обычные расчетно-кассовые операции (РКО). Несмотря на то что размер этих комиссий относительно небольшой, на массе клиентов это дает хороший результат. Также по клиентам МСБ достаточно большую долю комиссионного дохода дают корпоративные карты и операции, связанные с переводом денежных средств в адрес физических лиц. Такие операции уже несколько лет на рынке тарифицируются достаточно высоко всеми банками, поэтому, как правило, занимают одну из ключевых составляющих комиссионного дохода.

— Сейчас есть такая модная тема — выделение цифровых банков на отдельные лицензии или он на отдельном бренде. Как вы к этому относитесь?

— Это, конечно, определенный тренд, но совсем не факт, что за этим будущее, особенно в отношении обслуживания крупных корпоративных клиентов. Говоря о специально выделенном банке, у нас в группе есть банк СКС, который и развивается как цифровой. Это банк, который работает с физическими лицами. Если говорить о МКБ, то мы представляем на текущий момент более классический универсальный банк. Безусловно, мы достаточно активно развиваем свои каналы коммуникации с клиентами и стараемся максимальное количество сервисов перенести именно в каналы. Это касается и мобильного приложения, и решений host-to-host (прямая интеграция между системой клиента и банком), просто систем дистанционного банковского обслуживания (ДБО). Но пока мы не планируем выделять какое-то отдельное юридическое лицо для того, чтобы делать отдельный цифровой банк для бизнеса. Да и в целом мы ориентируемся на крупный, средний, малый бизнес — с годовой выручкой от 120 млн руб. Но и микробизнес без внимания не оставляем.

— Если говорить о вашем комиссионном доходе, насколько сильно он вырос и каких темпов роста вы ожидаете в следующем году?

— МКБ начиная с прошлого года сделал достаточно серьезный акцент в сторону развития транзакционного