

«В КОРПОРАТИВНОМ СЕГМЕНТЕ БУДЕТ ПЕРЕХОД К НЕВИДИМОМУ ИНТЕРНЕТ-БАНКУ»



ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ ПСБ БАНКА



Дистанционное банковское обслуживание (ДБО) для корпоративных клиентов — тема, несомненно, важная, но, кажется, не слишком новостная. Например, что изменилось в ДБО за последние пять лет?

— В развитии удаленных каналов обслуживания компаний с выручкой в несколько миллиардов рублей за последнее время произошли серьезные изменения. Российский рынок систем ДБО для корпоративных клиентов ушел далеко вперед, несмотря на то что Россия несколько отстает по уровню технологического развития от других стран.

— Почему?

— Если говорить про развитые страны, то у крупного бизнеса там есть своя длинная корпоративная история. А компании с историей, как правило, более консервативно относятся к каким-либо изменениям, в том числе к технологичности и скорости изменений обслуживающего банка. Отсутствие спроса со стороны

Крупный корпоративный бизнес принято воспринимать неповоротливым и неготовым к изменениям в банковском обслуживании, однако именно российские компании диктуют моду на технологические изменения в ДБО. Какие методы идентификации будут работать в корпоративном бизнесе, насколько технологичны предприятия ОПК и можно ли управлять финансовыми потоками крупного холдинга с помощью мобильного телефона, в интервью «Деньгам» рассказал директор департамента развития процессов и продуктов корпоративного бизнеса ПСБ банка **Дмитрий Туманский**.

клиентов, наверное, делает бессмысленным инвестировать в эту историю и банкам.

У нас в России ситуация складывалась несколько иначе — рыночный корпоративный бизнес появился в конце 90-х годов. В начале 2000-х в стране произошла технологическая революция — активное проникновение интернета, развитие телекомов. Сильно росла и трансформировалась экономика. Изменяющаяся среда ведения бизнеса повлияла и на требования корпоративных клиентов к обслуживающим банкам. Во главу угла встали технологичность и стоимость взаимодействия.

Кроме того, начиная с 2015 года маржинальность обслуживания корпоративного бизнеса для банков начала падать. Это подстегнуло банки развивать для сохранения прибыльности корпоративного направления технологии его обслуживания. Ровно эти два фактора — необходимость поддержания маржинальности и высокой технологичности банковского обслуживания для клиентов — обусловили динамичное развитие систем ДБО на российском рынке. На мой взгляд, лет на пять мы точно опережаем весь мир.

— Что же сейчас представляет собой ДБО для крупных корпоративных клиентов?

— В первую очередь это интернет-банк. Уровень проникновения интернета в стране за последние пять лет

вырос, активное развитие получили технологии защиты информации. На смену банк-клиенту пришел интернет-банк, который в качестве основного канала используют 99% корпоративных клиентов. Развитие мобильных приложений среди них тоже получило распространение, но не столь широкое, как в рознице или сегменте малого и среднего бизнеса.

— С чем это связано, по вашему мнению?

— Это связано с несколькими вещами. Первое — это безопасность. Корпоративные клиенты более чувствительны к этому вопросу: объемы, суммы финансовых операций и риск потерь, соответственно, гораздо выше, чем в МСБ или при работе с физлицами. Второй фактор, почему мобильные приложения пока не получили широкого распространения, — это сложность организационных структур и корпоративных процедур согласования и подписания платежных транзакций крупных компаний по сравнению с МСБ. В малом бизнесе, как правило, собственник является и генеральным директором, и бухгалтером, и лицом, принимающим решения. В корпорациях эти функции разделены или централизованы на уровне управляющей компании холдинга. Этот факт значительно усложняет развитие операционного функционала в мобильных приложениях и ограничивает их распространение в противоположность клиентам МСБ, где платежный функционал и большинство