

дуют выбирать Газпромбанк, например, в части депозитов. Потому что они устали терять деньги. При этом мы, безусловно, принимаем тот факт, что цифровой сервис — это важнейшая составляющая обслуживания, и здесь нужно искать современные и удобные решения, повышать удовлетворенность клиентов. Поверьте, через два-три года мы будем ассоциироваться с суперрозничным и очень современным банком.

— Каким будет соотношение розничного и корпоративного бизнеса в новом Газпромбанке?

— Мы запланировали существенный рост розницы в активах и пассивах. Наиболее стратегический момент здесь — это пассивы, потому что это диверсифицированная долгосрочная база, которая полезна не только для фондирования самой розницы, но и корпоративного сегмента.

По доле рынка мы хотим вырасти почти вдвое. Доля розницы в активах должна вырасти с 8% по итогам 2018 года до 14% по итогам 2022 года. В пассивах — с 15% до 28% соответственно. Это достаточно амбициозные цели, однако текущие темпы подтверждают, что мы можем их достичь. Уже сейчас доля розницы в активах банка составляет 11%. В комиссионных доходах банка розница занимала в 2018 году 28%, а сейчас мы уже вышли на 54%. Цель — 69%, и я вижу ее вполне достижимой. В целом прибыль от розничного бизнеса должна вырасти с 3,5 млрд руб. в 2018 году до 23 млрд руб. к 2022 году.

— Возможно, такие высокие темпы роста — это эффект низкой базы?

— Резонный вопрос, но это не так. Розничный портфель Газпромбанка составляет более 540 млрд руб. В пассивах — на 10% больше. При этом целевые показатели роста на этот год — 40% и 50% соответственно. Это сумасшедшие темпы как в отношении самого банка, так и относительно рынка. Уже сейчас мы существенно перевыполняем планы по росту доходов, делая невероятные усилия, чтобы опережать рынок.

— Тогда сразу возникает вопрос, за счет чего можно так быстро расти?

— В этом году мы запустили несколько крупных технологических проектов, и каждый существенно повлиял на рост продаж. Так, средняя дневная

выдача потребительских кредитов выросла с 200 млн руб. в январе до 800 млн руб. в августе, а в отдельные дни достигала 1 млрд руб. выдач. В частности, расширение дистанционных каналов привело к тому, что сейчас четверть всех потребительских кредитов выдается полностью онлайн в нашем мобильном банке. Во вкладах то же самое. Комиссионные доходы от продаж уже выросли в десять раз с начала года.

В августе благодаря этим инициативам Газпромбанк вошел в топ-4 по приросту портфеля розничных активов. А по приросту вкладов мы стали номер один в России, обогнав абсолютно всех конкурентов. Ключевые факторы, конечно, — это активизация продаж, существенное изменение системы управления розницей, работы сети, мотивация команд и огромный фактор технологий. К примеру, эффект от обновления

мобильного банка превзошел все наши ожидания — число клиентов, повторюсь, выросло в пять раз.

К слову, в сентябре наш мобильный банк победил в номинации «Быстрый старт» за лучшее приложение, выпущенное в 2018 году. Цифры по пользователям я уже приводил выше, но в целом надо сказать, что эффект от его обновления превзошел все наши ожидания. А в следующем году мы представим нашим клиентам абсолютно новую и самую современную версию мобильного банка.

— Как сумасшедший темп роста розницы, о котором вы говорите, согласуется с политикой ЦБ, который уже не первый год бьет тревогу о перегреве рынка потребкредитования?

— Действительно в какой-то момент ЦБ начал закручивать гайки в сегмен-

те потребительского кредитования. Но есть несколько важных уточнений для понимания нашей специфики. Во-первых, клиентская база розничных клиентов Газпромбанка — это, наверное, лучшая клиентская база в стране. У нас 3 млн активных клиентов и средний чек, например, по потребительскому кредитованию около 500 тыс. руб. против 170 тыс. по рынку. По вкладам средний размер — 1 млн руб. против 500 тыс. по стране. Сейчас мы, по сути, предлагаем одни из самых выгодных условий по кредитным продуктам самому качественному заемщику. Банк России, например, существенно ужесточает требования по резервированию в случае отсутствия справки 2НДФЛ, а для наших клиентов эта справка и так обязательно требуется. Это многое говорит о качестве нашей клиентской базы. Если говорить в целом о ситуации, то думаю, что основные

ПРЕСС-СЛУЖБА ГАЗПРОМБАНКА

