



АЛЕКСАНДР МИРЯДОНОВ / КОММЕРСАНТЪ

мы отказываем в одобрении кредита. Нам важны не краткосрочные финансовые цели, поэтому мы имеем смелость сказать «нет». Однако какая-то группа игроков в эту историю заиграется и качество их портфелей ухудшится. Как говорил Уоррен Баффетт, когда наступает отлив, хорошо видно, кто купался голым. На короткой перспективе иногда кажется, что отдельные игроки совершают чудеса, но потом наступает расплата за это.

— Взрывной рост ипотеки привел к росту цен, и Банк России назвал это «новой потенциальной уязвимостью». Вы разделяете эти опасения?

— Ничего хорошего в росте цен на недвижимость нет, но у него есть объективная причина — рассинхронизация финансового и строительного рынка, который очень зарегулирован. Девелоперам нужно два-три года, чтобы выйти на стадию котлована. В итоге сегодняшний объем предложений был запланирован еще в 2017–2018 годах, а это были сложные времена для застройщиков. Кроме того, по отрасли ударила приостановка работ в марте—июне. С учетом обычных темпов можно сказать, что за это время можно было построить порядка 30 этажей.

В то же самое время ставки на финансовом рынке стремительно упали, и спрос на недвижимость резко вырос. Я думаю, по окончании программы ситуация нормализуется.

— В начале нашего разговора вы сказали: есть проблема с тем, что заемщики переоценивают себя. Вы имеете в виду закредитованность?

— Кредитование — это способ ускорить потребление. Представим абстрактного заемщика, который может купить однокомнатную квартиру сейчас, а может подождать год-два и купить двухкомнатную с большим первоначальным взносом. Что выбрать? Человек решает этот вопрос для себя, оценивая свои обстоятельства, перспективы на работе, возможный рост дохода и прочее.

Но любопытно при этом, что в прошлогоднем отчете ЦБ на основе данных каталога кредитных историй было сказано, что порядка 40% россиян вообще никогда не брали кредиты, то есть у них нет кредитной истории. Это значит, они делают покупки четко в соответствии со своими финансовыми возможностями. А вот около 55 млн человек хотя бы однажды брали кредит, и большая часть из них находится в активной фазе задолженности. Большая часть этих людей берет кредит потому, что им не хватает денег на покупку какой-то дорогой базовой техники, например.

— Заемщики, которым не хватает текущих доходов, не опасны для банка?

— Совсем нет. Когда не хватает денег на крупную покупку и когда не хватает де-

нег на погашение — это разные истории. Взять хотя бы пенсионеров. Они не могут позволить себе крупную покупку, но они самые дисциплинированные заемщики. У этих людей часто есть накопления, но они не бегут снимать их на покупку холодильника, а предпочитают использовать для этих целей кредит. Это нормальная модель поведения. Риск в другом: когда человеку важно купить последнюю модель смартфона просто потому, что она есть у всех.

— Но ведь выдавая нецелевой кредит, банк не спрашивает клиента, купит ли тот холодильник или последнюю модель модного смартфона?

— Есть три прозрачных и объективных показателя. Самый главный для понимания, что происходит в жизни заемщика, — это ДТИ (соотношение платеж—доход). Чем он ниже, тем качественнее портфель. Его уровень не должен превышать 50% ни при каких обстоятельствах, но желательно, чтобы он был не выше 30%.

Второй объективный показатель — скоринг-балл. Это данные независимых БКИ. Если клиент шопоголик, не очень аккуратен с деньгами, рано или поздно он выходит в просрочку. Третий показатель — первоначальный взнос в целевых кредитах: между 20% и 30% — огромная разница в качестве.

Есть большое количество банков, которым важнее рост портфеля, но мы предельно консервативны. Даже в са-

мые жуткие кризисы просрочка в нашем портфеле находится на очень низких значениях.

— Мы знаем много о негативном влиянии пандемии, но было ли что-то позитивное для банковской отрасли?

— Первое — банки много сделали для того, чтобы сервисы стали удобными для клиентов. В этом году мы побили исторический рекорд — более 76% заявок на потребительский кредит клиенты подали и получили полностью онлайн. Мы ожидаем, что эта модель в дальнейшем закрепится, банк станет мобильным приложением. Для нас это возможность сосредоточить свои усилия. Второй позитивный факт — кризис для банков всегда повод сделать выводы и скорректировать модели оценки. Это приводит к очищению кредитного портфеля.

— Чему вас научил этот кризис?

— С точки зрения риска мы стали еще внимательнее смотреть на ДТИ и улучшили предложение для наших целевых клиентов. Мы увидели, что наше стремление быть прозрачными находит отклик. Банк запустил рекламу рефинансирования «Никаких От» и получил хороший прирост целевой аудитории, тех, кому важна простота и ясность.

— Сейчас время очень низких ставок, для каждого банка — это вызов. Чем еще конкурировать кроме ставки? Как вы решаете эту задачу?

— Наверное, мы ее еще не решили. Но на примере программы «Никаких От» мы вышли с предложением «7,99%». Хотя рынок пестрит «от 5,99%», увидели, как важно доверие к бренду. Наши клиенты предпочитают сотрудничать с банком, который держит слово. Это долгий путь, мы идем в эту сторону уже несколько лет.

— Какие планы вы поставили перед собой на следующий год?

— Наша цель — завершить процесс трансформации продаж в мобильном приложении всех наших кредитов, чтобы все было просто, быстро и понятно. Мы также планируем выпустить несколько продуктовых драйверов для усиления наших позиций в кредитных картах. В ипотеке мы хотим максимально сократить сроки рассмотрения. Казалось бы, самый сложный продукт, но в течение одного-двух лет он может стать полностью дистанционным. Мы активно работаем, чтобы стать лидером этого направления, чтобы с нами клиенты решали квартирный вопрос легко. ●