

МИКРОЗАЙМОВ СТАЛО

МЕНЬШЕ. Объем выдачи сократился впервые с 2017 года

ПРЕЗИДЕНТ МТС: Завтра мы

станем конкурентами Сбербанка и "Яндекса"

ALIBABA стала самой быстрорастущей компанией в России в сфере e-commerce

БАНК РОССИИ ВЛОЖИЛ В ЭКОНОМИКУ ОПТИМИЗМ.

Мониторинг ВВП

БРИТАНСКИЙ БИЗНЕС со смехом и слезами готовится к жесткому Brexit

Аналитики усомнились в новом кредитном перегреве в России

02 Августа 2019

News digest

EOS Россия

В мире 2

Британский бизнес со смехом и слезами готовится к жесткому Brexit. Курс фунта сильно упал после прихода к власти Бориса Джонсона 2

IT. Digital. Интернет. Телеком. Кибербезопасность 3

Роскачество порекомендовало заклеивать камеры и микрофоны на ноутбуках 3

Alibaba стала самой быстрорастущей компанией в России в сфере e-commerce 3

Экономика. Финансы. Потребительский рынок, рынок труда 4

Банк России вложил в экономику оптимизм. Мониторинг ВВП 4

В России впервые за два года зафиксирована недельная дефляция. Она может продлиться весь август, считают экономисты 5

Норма потребления граждан снижается второй квартал. Мониторинг частного спроса 6

Банковский сектор. МФО. Тренды. Показатели. Риски. Регулирование. 7

Аналитики усомнились в новом кредитном перегреве в России. Доходам населения

падать уже некуда, риски невыплат по займам снижаются 7

Контрнаступление под Базелем. Крупные заемщики просят проявить патриотизм в вопросе кредитных рисков 8

Микрозаймов стало меньше. Объем выдачи сократился впервые с 2017 года 10

По широкому кругу товаров. POS-кредитование расширяет ассортимент 12

Новости банков, компаний 13

Спорные акции из дела Baring Vostok дорожают. Банк «Восточный» просит 3,7 млрд рублей за пакет, который следствие оценило в 600 000 рублей, а Калви – в 2,5 млрд 13

Сбербанк ушел из Турции. Госбанк наконец продал Denizbank, выручив от сделки \$5 млрд 13

Интервью 14

Президент МТС: Завтра мы станем конкурентами Сбербанка и «Яндекса». Алексей Корня – о бесплатной связи, консолидации сотового рынка и инвестициях МТС в контент 14

В мире

Британский бизнес со смехом и слезами готовится к жесткому Brexit. Курс фунта сильно упал после прихода к власти Бориса Джонсона

Курс фунта к доллару США снизился до минимума с марта 2017 г., когда Великобритания начала официальный процесс выхода из Евросоюза. За последние пять торговых сессий фунт подешевел почти на 3%, а сначала июля – на 4% до \$1,215 к вечеру вторника.

Инвесторы обеспокоены тем, что позиция Бориса Джонсона, вступившего в должность премьер-министра 24 июля, может привести к выходу Великобритании из блока без каких-либо договоренностей. Это создаст проблемы местным производителям. Хотя некоторые компании пытаются отнестись к сложившейся ситуации с юмором и извлечь из нее выгоду.

Рискованная стратегия

Джонсон пообещал, что Brexit состоится 31 октября, даже если Лондон не договорится с Брюсселем об условиях выхода. ЕС отказывается вести с Джонсоном новые переговоры, поскольку нет гарантий, что британский парламент поддержит договоренность, ведь у консервативной партии в нем нет большинства. По мнению нового премьера, единственный способ заставить ЕС пойти на уступки – начать готовиться к жесткому Brexit. Поэтому Джонсон отказался от личных встреч с лидерами ЕС, пока они не согласятся изменить ключевые условия соглашения.

Однако Джонсон сильно рискует, пишет The Wall Street Journal. Конфедерация британской промышленности (CBI) предупредила его, что ни Великобритания, ни ЕС не готовы к жесткому Brexit. Кроме того, есть риск, что правительство Джонсона не продержится долго и в стране состоятся досрочные выборы. Поэтому он отправился в Шотландию, Уэльс и Северную Ирландию с целью добиться поддержки в этих регионах, где особенно сильно боятся жесткого Brexit.

Аналитики UniCredit теперь оценивают вероятность выхода Великобритании из ЕС без договоренностей в 40%. Их предыдущий прогноз был 25–30%. «Хотя [жесткий Brexit] до сих пор не является нашим основным сценарием, политический и экономический новостной фон, вероятно, сначала ухудшится и лишь потом

улучшится, – приводит Financial Times слова рыночного стратега JPMorgan Asset Management Карен Уорд. – Поэтому курс фунта может опуститься еще сильнее».

Смех и слезы бизнеса

Связанная с Brexit неопределенность негативно отражается на британской экономике. В апреле промышленное производство сократилось на 4,1%, что стало самым резким месячным падением с 2002 г. Отчасти это произошло из-за того, что многие автопроизводители перенесли техобслуживание заводов на апрель после первоначальной даты выхода из ЕС – 29 марта. Жесткий Brexit приведет к появлению таможенных проверок и пошлин в торговле с ЕС, что создаст серьезные проблемы многим производителям, полагающимся на беспрепятственные поставки компонентов. На днях французская группа PSA, которой принадлежит британский автопроизводитель Vauxhall, предупредила, что может переместить производство всех машин Vauxhall и Opel Astra в Европу, если их сборка в Великобритании станет убыточной. «Многим компаниям по-настоящему трудно, и некоторые оказались прижаты к стенке, – утверждает главный экономист ассоциации Make UK Симус Невин (цитата по FT). – Все больше компаний предупреждают, что выйдут из бизнеса, если такая ситуация будет сохраняться».

Некоторые попытались разрядить ее с помощью юмора и даже заработать на этом, пишет WSJ. Например, букмекер Paddy Power запустил весной акцию, разыгрывая право провести две ночи в «бункере Brexit» – форте викторианской эпохи в Ла-Манше, переоборудованном в отель. В рекламе снялся бывший футболист Эрик Кантона, а идея была в том, чтобы помочь людям «скрыться от Brexit», объяснил PR-директор Paddy Power Ли Прайс. Правда, сторонники выхода из ЕС жестко раскритиковали компанию в Twitter, признает он. Кроме того, Brexit был перенесен с 29 марта на 31 октября, но победители все равно хорошо провели время в отеле, утверждает Прайс.

Есть более успешные кампании. Авиаперевозчик Virgin Atlantic Ричарда Брэсона создал «калькулятор Brexit» в 2017 г., чтобы американцы могли подсчитать, насколько дешевле им обойдется путешествие в Великобританию в результате ослабления фунта. После референдума в июне 2016 г. курс фунта к доллару опустился примерно на 17%. Как утверждает представитель Virgin Atlantic, этот калькулятор и

позитивный образ Brexit в рекламе повысили узнаваемость бренда. ■

IT. Digital. Интернет. Телеком. Кибербезопасность

[Роскачество порекомендовало заклеивать камеры и микрофоны на ноутбуках](#)

Это не паранойя, заверяют эксперты, поскольку написанные хакерами программы-шпионы действительно могут активировать камеру или микрофон на устройствах и, таким образом, шпионить за жертвами

Эксперты Центра цифровой экспертизы Роскачества выпустили рекомендации по «цифровой гигиене» (есть у РБК) для тех, кто пользуется устройствами с выходом в интернет. Для того чтобы не стать жертвой киберпреступников, необходимо не только устанавливать антивирус и обновлять до последней версии программное обеспечение операционной системы, но и заклеивать камеры и микрофоны в моменты, когда они не нужны.

«Оказавшись на компьютере или смартфоне, вредоносная программа-шпион выполняет «полезную нагрузку», заложенную в нее создателем, — она способна не только копировать документы, перехватывать нажатия клавиш, читать сообщения жертвы, но и активировать микрофон или камеру на устройстве», — пояснил руководитель департамента системных решений Group-IB Антон Фишман.

По его словам, именно по такому принципу работает шпионская программа Pegasus, которая атаковала мобильные операционные системы Android и iOS через уязвимость, заложенную в старых версиях мессенджера WhatsApp.

«Важно понимать, что одной наклейкой на камеру проблему не решить. Чтобы не стать жертвой, пользователю необходимо соблюдать «цифровую гигиену» — например, не скачивать программы из недостоверных источников или ограничивать доступ приложений к диктофону или камере», — добавил он.

«Лаборатория Касперского» нашла читающую секретные чаты программу FinSpy. Эксперты Роскачества посоветовали использовать для заклейки камеры кусок непрозрачного скотча или изоленты. Также, отметили они, сейчас пользуются спросом специальные шторки, которые крепятся на камеру

ноутбука. Наибольший интерес у киберпреступников вызывает не то, как жертва выглядит перед монитором, а то, что она говорит, о чем беседует со своим окружением. Именно по этой причине необходимо заклеивать и микрофоны у ноутбуков.

Подобную проблему на смартфонах не решит закрытие разрешения на доступ приложений к камере или микрофону. Сами смартфоны собирают метаданные о своих пользователях, чтобы в дальнейшем использовать это для предоставления адресной рекламы, пишут эксперты.

«Роскачество вновь рекомендует внимательно относиться к запрашиваемым доступам мобильных приложений: ограничивать доступ к микрофону, камере, фотогалерее, геолокации и пр., если это не сказывается на работоспособности необходимых функций приложений», — резюмировали в Роскачестве.

[Alibaba стала самой быстрорастущей компанией в России в сфере e-commerce](#)

Китайский холдинг Alibaba в России стал самым быстрорастущим среди крупнейших компаний e-commerce в 2018 году. Другие крупные интернет-магазины также показали положительную динамику, исключение — сеть «Связной»

Выручка ООО «Алибаба.ком (ру)», под которым в России работают китайский холдинг Alibaba Group и, в частности, его популярный маркетплейс AliExpress, за 2018 год выросла на 137% и составила 11,6 млрд руб., следует из данных СПАРК. Чистый убыток компании за этот период равняется чуть более 2 млрд руб. В России она стала самой быстрорастущей среди других крупных компаний, работающих в сфере e-commerce.

С таким результатом Alibaba в России обогнала компанию «Яндекс.Маркет» (совместное предприятие «Яндекса» и Сбербанка), которая с мая 2018 года развивает конкурентов AliExpress маркетплейсы «Беру» и Bringly. В «Яндекс.Маркет» по итогам года сообщали о росте выручке на 59%, до 7,8 млрд руб. Согласно же данным СПАРК, выручка компании была чуть больше — 8,1 млрд руб. При этом 1 млрд руб. составил ее чистый убыток.

- Среди интернет-магазинов по числу заказов самый популярный в России, по итогам 2018 года, Wildberries, сообщали аналитики DataInsight. По данным СПАРК,

ООО «Вайлдберриз» за прошедший год нарастило выручку до 69,5 млрд руб., прирост составил 46,5%. Чистая прибыль магазина по итогам года равняется 1,8 млрд руб.

- У сети электроники Citilink, работающей под ООО «Ситилинк», выручка за прошедший год увеличилась на 29,5%, до 65,4 млрд руб., а чистая прибыль составила 830 млн руб.
- Интернет-магазин Ozon, которым управляет ООО «Интернет-решения», выручил за тот же период 37,4 млрд руб., что на 74% превышает аналогичный показатель за 2017 год. При этом чистый убыток компании тоже увеличился — в 2018-м он составил 4,6 млрд руб., в то время как годом ранее был 1,3 млрд руб.
- Онлайн-магазин Lamoda (ООО «Купишуз») по итогам 2018 года выручил 29,7 млрд руб., что лишь на 8,5% выше его показателей за 2017-й. Чистый убыток компании сократился с 2,4 млрд до 1,6 млрд руб.
- Среди магазинов, сочетающих онлайн- и офлайн-продажи, лидирует группа «М.Видео-Эльдорадо», которая по итогам 2018 года отчитывалась о росте выручки на 62%, до 321 млрд руб., и чистой прибыли на 20%, до 8,3 млрд руб. Следом за ней идет сеть магазинов электроники DNS, созданная предпринимателями из Приморья. По итогам 2018 года выручка ООО «ДНС Ритейл» увеличилась на 11,5%, до 220,5 млрд руб. Чистая прибыль компании составила 10,4 млрд руб.
- Отрицательную динамику среди крупнейших предприятий e-commerce показала лишь сеть магазинов «Связной». Выручка ООО «Сеть «Связной» упала почти на 24%, с 63,3 млрд руб. в 2017 году до 48,3 млрд руб. в 2018-м. У компании также вырос убыток: по итогам года он составил 2,6 млрд руб., хотя годом ранее равнялся 890 млн руб. ■

Экономика. Финансы. Потребительский рынок, рынок труда

[Банк России вложил в экономику оптимизм. Мониторинг ВВП](#)

Во втором квартале 2019 года рост ВВП ускорился до 0,5–1% — такие оценки аналитиков ЦБ приводятся в июльском комментарии регулятора об экономике. Ранее Минэкономки оценило рост ВВП во втором квартале в 0,7% после 0,5% в первом квартале 2019 года, пояснив, что основной вклад в улучшение динамики показателя внесла в июне промышленность. В ЦБ также полагают, что главным образом поддержала экономику обработка (см. график), но отмечают, что ускорение роста промпроизводства «может носить временный характер». Однако в июньских данных Росстата эксперты обнаружили серьезную методологическую ошибку, что может вызвать пересмотр показателей промпроизводства вниз с начала года (см. “Ъ” от 17 июля).

ОПЕРЕЖАЮЩИЙ ИНДИКАТОР ВЫПУСКА (ВКЛАД В П.П. В ГОДОВОЙ ПРИРОСТ)

ИСТОЧНИКИ: РОССТАТ, РАСЧЕТЫ БАНКА РОССИИ.



Пока Минэкономки и ЦБ оптимистичнее рынка и независимых аналитиков. После публикации основной макростатистики за второй квартал в РФПИ оценили рост ВВП за период менее чем в 0,5%, а в Capital Economics — лишь в 0,2%. «Экономический рост в последние полгода существенно замедлился. Можно даже говорить, что российская экономика втягивается в стагнацию... Кризисные явления отмечаются по широкому кругу элементов конечного спроса.

Одновременно становятся заметными изменения в поведении компаний» — «привыкание» к затяжному кризису и адаптация к нему, в частности, «за счет снижения спроса на труд», констатируют и в ЦМАКП, полагая, что второй квартал не будет лучше первого.

Истоки оптимизма экономистов ЦБ вызывают вопросы. Говоря об улучшении показателей потребительского спроса (с учетом сезонности), они признают, что годовой темп прироста розницы во втором квартале достиг лишь нижней границы прогноза ЦБ в 1,5–2% — в том числе вследствие улучшения потребительских настроений по Росстату. При этом в опубликованном вчера же докладе об инфляционных и потребительских ожиданиях ЦБ говорится, что «в июле индекс потребительских настроений продолжил снижаться второй месяц подряд».

В отсутствие заметных улучшений потребительского спроса в ЦБ оценивают годовой спад инвестиций во втором квартале 2019 года в 1,3–1,8% из-за снижения госвложений. «В третьем квартале по мере реализации нацпроектов и увеличения госинвестиций темп прироста ВВП ускорится до 0,8–1,3%», — надеются в ЦБ.

[В России впервые за два года зафиксирована недельная дефляция. Она может продлиться весь август, считают экономисты](#)

За неделю с 16 по 22 июля цены снизились на 0,1%, сообщил Росстат, а в годовом выражении – до 4,51% с 4,7% на начало июля. Недельная дефляция произошла впервые за два года – последний раз она была зафиксирована в сентябре 2017 г.

Торможение цен – явление сезонное. Обычно оно происходит в конце лета – начале осени (августе-сентябре) в связи с удешевлением сельскохозяйственных продуктов при хорошем урожае: снижение цен на продовольствие в этот период перекрывает рост цен на другие товары и услуги.

Дефляция в конце июля укладывается в сезонные тренды последних лет. Исключением стал 2018 г., когда ослабление рубля и рост цен на бензин перевесили сезонное снижение цен на овощи и фрукты, отмечает главный экономист «Нордеа банка» Татьяна Евдокимова.

Но в этом году дефляция зафиксирована немного раньше. Это связано с более ранней уборкой урожая по сравнению с прошлым годом, объяснял ЦБ и подтверждают данные Минсельхоза. В

ближайшие месяцы это может отразиться на повышении волатильности годовых темпов изменения цен на фрукты и овощи, а также инфляции в целом, предупреждал ЦБ. Из-за смещения сезонности июнь становится менее предсказуемым с точки зрения инфляции месяцем, согласна главный экономист Альфа-банка Наталия Орлова.

Также дефляция связана с изменениями цен на глобальном рынке, указывает главный экономист ING по России и СНГ Дмитрий Долгин. В 2019 г. мировые цены на зерно остаются стабильными, а не растут, как, например, в прошлом году, объясняет он. Такой фактор давит на российскую инфляцию довольно сильно. Замедление темпов роста мировых цен на зерно в рублевом выражении на 10 процентных пунктов (п. п.) замедляет продовольственную инфляцию в России на 1 п. п., а общую – на 0,4 п. п., подсчитал Долгин.

Инфляция начала сильно замедляться уже в июне. В годовом выражении она снизилась на 0,4 п. п. до 4,7%. ЦБ объяснял это замедлением продовольственной инфляции – на 0,9 п. п. до 5,5%. Сильнее всего на это повлияло снижение прироста цен на овощи и фрукты – на 5,5 п. п. до 4,2%.

Также ЦБ указывал на укрепление рубля, сдержанный потребительский спрос и эффект базы. За первое полугодие 2019 г. реальные располагаемые денежные доходы сократились на 1,3% к тому же периоду 2018 г., а розничная торговля выросла на 1,7%, что ниже темпов роста за тот же период 2018 г. (рост на 2,9%). Минэкономразвития также объясняло резкое замедление инфляции слабой динамикой совокупного спроса. На это указывает и базовая инфляция (за исключением продовольствия, регулируемых цен и тарифов и подакцизной продукции) – в июне темпы ее роста достигли минимума с июля 2018 г. (3%). В большей степени замедление роста цен связано с благоприятным урожаем, укреплением рубля и внешними факторами, а не низким спросом, спорит Долгин. В ближайшие недели дефляция сохранится, единодушны экономисты. Но к середине – концу сентября ситуация вернется к привычным показателям, считает Долгин. Это ставит под вопрос снижение инфляции до прогнозируемых Минэкономразвития 4,3%, говорит Орлова. Скорее всего, к концу 2019 г. инфляция замедлится сильнее – до 3,8–4%. Прогноз в 4% на конец 2019 г. и у Долгина. Центробанк на

заседании в июне уже снизил прогноз инфляции на 2019 г. с 4,7–5,2% до 4,2–2,7%.

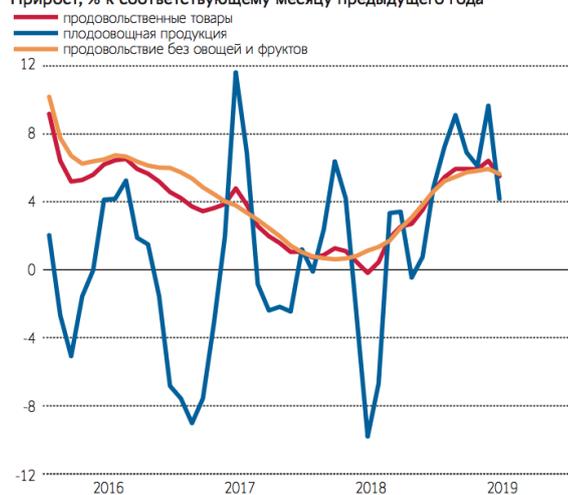
Дефляционные риски ставят ЦБ в сложное положение – сможет ли регулятор взять паузу в снижении ставки и найти аргументы для ее сохранения, говорит Орлова.

Вряд ли дефляция станет определяющим фактором для ЦБ при принятии решения по ставке, не согласна Евдокимова, регулятор использует сезонно сглаженные индикаторы и шаг снижения в 25 базисных пунктов (б. п.) вряд ли изменится. ЦБ снизит ставку на 25 б. п. в сентябре и, возможно, тогда же пересмотрит прогноз на конец года, но вряд ли предпримет какие-то более агрессивные действия, согласен Долгин. Максимум, что сделает регулятор, – дополнительно снизит ставку на 25 б. п. в декабре, прогнозирует он.

Минэкономразвития ждет, что инфляция за июль составит 0,2%, а в годовом выражении замедлится до 4,5–4,6%. Официальный прогноз министерства по итогам 2019 г. – 4,3%, но министр экономического развития Максим Орешкин неоднократно говорил, что инфляция может оказаться ниже 4%.

Как снижались цены на продовольствие

Прирост, % к соответствующему месяцу предыдущего года



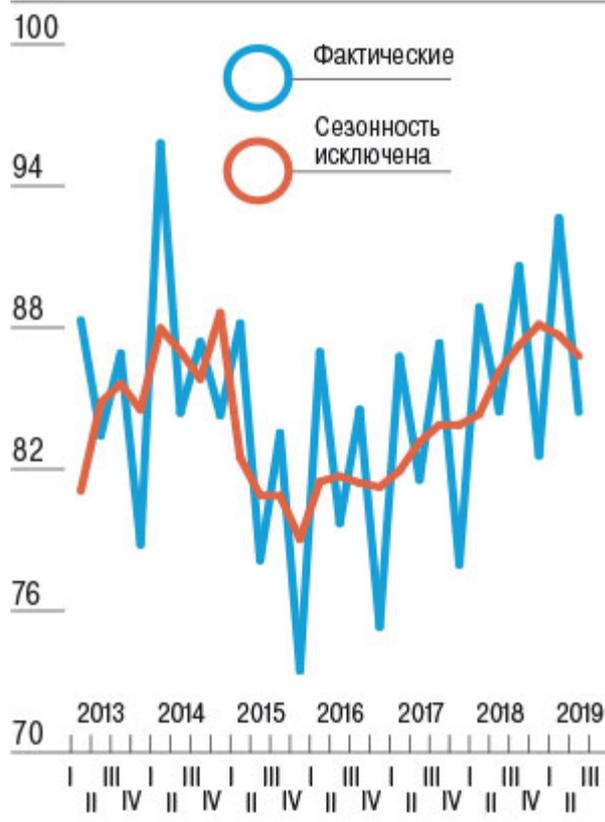
Норма потребления граждан снижается второй квартал. Мониторинг частного спроса

Основываясь на уточненных данных Росстата о потреблении домохозяйств, в ЦМАКП произвели новую оценку нормы потребления граждан. Оказалось, что с учетом сезонности показатель, который рассчитывается как потребление домохозяйств (оборот розничной торговли, объемы платных услуг и расходов в ресторанах, кафе и барах на территории РФ) к их располагаемым доходам, снижается второй

квартал подряд (см. график). При этом те же оценки на прежних данных Росстата предполагали, что норма потребления стала снижаться только во втором квартале. Причина — сильное ухудшение статистики о потреблении гражданами платных услуг: оно снижается в пяти из шести прошедших месяцев первого полугодия 2019 года, поясняет Игорь Поляков из ЦМАКП.

ДИНАМИКА НОРМЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ ДОМОХОЗЯЙСТВ (% РАСПОЛАГАЕМЫХ ДОХОДОВ)

ИСТОЧНИКИ: РОССТАТ, РАСЧЕТЫ ЦМАКП.



Такие данные меняют представление как об оценках частного потребления в первом полугодии, так и его влиянии на экономический рост: только частный спрос обеспечил слабый прирост ВВП в первом квартале 2019 года со стороны потребления. Между тем, исходя из фактических данных Росстата об использовании денежных доходов, второй квартал (в отличие от первого и второго кварталов год назад) оказался относительно урожайным для расширенных сбережений граждан — на них было использовано 5,2% всех денежных доходов (в первом квартале 2019 года они, наоборот, сократились на 1,7% денежных доходов). Несмотря на снижение ставок по рублевым депозитам, заметно росли валютные депозиты и, вероятнее всего, наличные валютные сбережения (на фоне заметного укрепления рубля). Кроме того, во втором квартале годовой темп сокращения доходов

населения сильно замедлился. «Это было связано с доведением пенсий до региональных прожиточных минимумов, в результате чего вклад социальных выплат в годовой прирост доходов стал положительным. Другим значимым фактором улучшения динамики доходов было замедление сокращения прочих денежных поступлений», — поясняют экономисты ЦБ на фоне замедления роста частного кредитования второй месяц подряд.

Впрочем, если в ЦБ обнаружили очищенный от сезонности рост частного потребления во втором квартале 2019 года (см. “Ъ” от 31 июля), то в Минэкономике, ЦМАКП и РФПИ фиксируют его снижение или стагнацию. Данные о норме потребления лишь подтверждают эти оценки. ■

Банковский сектор. МФО. Тренды. Показатели. Риски. Регулирование.

[Аналитики усомнились в новом кредитном перегреве в России. Доходам населения падать уже некуда, риски невыплат по займам снижаются](#)

Текущий рост потребительского кредитования необязательно обернется повторением перегрева 2013–2014 годов, говорится в обзоре Альфа-банка. Ранее о кредитном пузыре спорили глава ЦБ и министр экономики

Риски повторения в России кредитного перегрева 2013–2014 годов переоценены, следует из аналитического обзора Альфа-банка. Доходы населения, снижавшиеся несколько лет подряд, вряд ли упадут еще сильнее, а потому и рынок меньше подвержен рискам невыплат по займам, отмечает главный экономист банка Наталия Орлова.

Опасения рецессии

О рисках, связанных с быстрым ростом потребительского кредитования, в последние годы неоднократно заявлял министр экономического развития Максим Орешкин. Еще в конце 2017 года он предупреждал о том, как важно не допустить повторения «ошибки 2011–2012 годов, когда кредитная экспансия практически вся ушла в необеспеченное потребительское кредитование и затем ударила по прибылям банков в 2014–2015 годах».

«Почти все банки предлагают необеспеченные кредиты сроком на семь лет, а некоторые — до десяти или даже 15 лет. Мы считаем это высокорисковым подходом, который может

привести к перегреву, сходному с ситуацией 2013–2014 годов, когда потери по розничным кредитам резко увеличились, оказав давление на прибыльность банков и обусловив снижение капитала у некоторых розничных банков», — писали в феврале аналитики Fitch. Те банки, что в ходе прошлого бума демонстрировали «более взвешенный подход к управлению рисками», впоследствии «имели значимо меньшую частоту отзыва лицензии», говорилось в аналитической записке департамента исследований и прогнозирования ЦБ (*.pdf). «То есть отзыв лицензии отчасти был связан с результатом накопленных проблем кредитного портфеля от неправильного управления рисками», — отмечали аналитики регулятора.

В 2019 году Орешкин заявил, что при текущем темпе роста потребительского кредитования Россия в 2021 году может столкнуться с рецессией в экономике. Председатель ЦБ Эльвира Набиуллина возразила на это, что рисков пузыря нет, а темпы роста потребкредитования хоть и высокие, но соответствуют темпам роста ипотеки. Позднее ЦБ выпустил доклад, в котором утверждал, что без роста потребительского кредитования рост экономики в первом квартале 2019 года замедлился бы до нуля. Орешкин резко раскритиковал этот вывод в Facebook и предложил ЦБ не искать «оправдания», а думать, как выйти из сложившейся ситуации. В начале июля Набиуллина заявила, что в условиях плохого инвестиционного климата «простые решения» наподобие ограничения потребительского кредитования не улучшат экономическую ситуацию. Споры между министерством и регулятором, а также опыт кредитного перегрева 2013–2014 годов породили на рынке мнение о больших проблемах в розничном кредитовании, указывает Орлова. К тому же сам ЦБ за последний год принял меры по сдерживанию роста розничного кредитования: он дважды повысил рисковые надбавки, а кроме того — в сентябре и декабре 2018 года — ключевую ставку (хотя летом 2019 года снизил ее до 7,25%, сделав такой же, как и до повышения). Однако за счет этих мер охладить рынок не удалось, отмечает Орлова.

Чем ситуация не похожа на прошлый бум

Если при оценке рисков ориентироваться на 2014 год, выводы можно сделать весьма негативные, пишет Орлова: и ипотечный, и неипотечный

портфель сейчас больше, чем в 2014 году, отношение неипотечных кредитов на душу населения к средним зарплатам должно составить к концу 2019 года 145% (близко к 160–170% в 2013–2014 годах), а стоимость долга — 4% совокупных доходов домохозяйств (4,1% в 2014 году). Все это говорит о накоплении рисков. Но сходство между показателями еще не гарантирует, что ситуация повторится, считает Орлова. Во-первых, перегрев 2013–2014 годов произошел в ситуации быстрого роста реальных располагаемых доходов населения — в среднем на 3% в годовом выражении в 2010–2014-м и на 4,3% в 2012–2013-м. Кредитное сжатие началось, когда реальные доходы в 2014 году стали падать, а платежеспособность домохозяйств ухудшилась, напоминает эксперт.

Но сейчас розничное кредитование восстанавливается на фоне снижения реальных доходов: в 2017–2018 годах в среднем они падали на 0,6% в годовом выражении. Никто не прогнозирует, что в ближайшие годы они сократятся сильнее, хотя и значительного роста не ожидается, напоминает Орлова.

Во-вторых, в отличие от 2013–2014 годов сейчас в России действует режим инфляционного таргетирования, поэтому ставки гораздо более предсказуемы, а волатильность в большей степени абсорбируется валютным рынком, пишет Орлова: в 2018-м при ослаблении рубля на 17% ставка ЦБ на конец года составила 7,75%, то есть осталась на том же уровне, что и в 2017-м. Наконец, сейчас нет перегрева в потреблении. В 2013–2014 годах быстрый рост кредитов был частью потребительского бума, напоминает Орлова: с 2009 года потребление домохозяйств накопленным итогом к 2013-му выросло на 28%, в два раза превысив накопленный рост экономики, а сейчас эти показатели близки. Таким образом, риск резкого ухудшения динамики доходов, которые и так почти не растут, не слишком высок и не так грозит рынку розничного кредитования, резюмирует аналитик.

ЦБ примет меры по ужесточению кредитования, но, поскольку это негативно скажется на экономическом росте, ему придется дожидаться окна возможностей, считает Орлова, например когда ускорение экономики будут обеспечивать нацпроекты. Если Центробанк использует ближайшие кварталы, чтобы по совету Минэкономразвития затормозить рост розничного кредитования, перспективы ускорения экономики в 2020 году будут хуже, полагает экономист.

«Иными словами, сейчас не только рынок розничного кредитования менее подвержен рискам, связанным с сильным ухудшением динамики доходов (они и так почти не растут) или с ростом процентных ставок (сейчас ЦБ больше не обязан беспокоиться о волатильности курса рубля), но и последствия замедления роста розничного кредитования выглядят не такими болезненными для экономики по сравнению с тем, что было прежде», — резюмирует Орлова. В любом случае темпы роста кредитования замедляются второй месяц подряд. В июне, по данным ЦБ, они составили 1,4 против 1,9% годом ранее.

Оба бума — «нездоровые»

Общее у двух бумов потребительского кредитования в том, что оба не формируют устойчивой платформы для роста, рассуждает главный экономист Нордеа Банка Татьяна Евдокимова: прошлый соответствовал ситуации перегрева, который не может длиться долго, текущий — попытка сохранить прошлый уровень покупательной способности, а не стабильно наращивать потребление. «У нас пока не было продолжительного здорового цикла роста потребительского кредитования», — замечает экономист.

Единственное, что беспокоит в текущей картине, — если в 2011–2014 годах домохозяйства брали кредиты для увеличения потребления, то сейчас берут, чтобы поддержать его на прежнем уровне, рассуждает главный экономист ING по России и СНГ Дмитрий Долгин. Из высокой долговой нагрузки два выхода — через снижение задолженности и через рост доходов, говорит он: «То, что сейчас дискуссия сфокусирована на снижении нагрузки, указывает на то, что надежд на рост доходов мало».

[Контрнаступление под Базелем. Крупные заемщики просят проявить патриотизм в вопросе кредитных рисков](#)

В спор Минфина и Банка России по вопросу о новой системе учета в банковском надзоре кредитных рисков (см. “Ъ” от 23 июля) вмешались крупные заемщики. Главы «Газпрома», «Татнефти», НОВАТЭКа и «Северстали» в письме к Владимиру Путину просят его дать поручение ЦБ при расчете нормативов достаточности капитала банков с 2020 года ориентироваться на рейтинги отечественных рейтинговых агентств, а не на

предложенную ЦБ переходную «безрейтинговую» схему. Цена вопроса, по оценке ЦБ, от 0,5 трлн до 2,5 трлн руб. высвобождаемых кредитных ресурсов, но высвободиться они будут неравномерно: конкретные банки в том или ином варианте выиграны больше или меньше конкурентов.

Идущая с начала 2019 года дискуссия между Банком России и Минфином о способе внедрения с 2020 года нового стандартизированного подхода к оценке кредитного риска в банковской системе вышла на самый высокий уровень. Лоббисты идеи отказа от иностранных рейтингов при расчете кредитных рисков российских компаний донесли свою инициативу до президента Владимира Путина — письмо в его адрес 30 июня подписано главой «Газпрома» Алексеем Миллером, гендиректором «Татнефти» Наилем Магановым, главой НОВАТЭКа Леонидом Михельсоном и совладельцем «Северстали» Алексеем Мордашовым. Документ содержит отсылки на предыдущие обращения, из него можно сделать предположение, что из «корпоратов» первым в мае 2019 года включился в переписку НОВАТЭК. Письмо переадресовано президентом главе ЦБ Эльвире Набиуллиной, первому вице-премьеру Антону Силуанову, главе Минэкономки Максиму Орешкину и помощнику президента Андрею Белоусову с резолюцией от 29 июля: «Прошу рассмотреть и доложить».

Существует два варианта реформы, получившей в профессиональных кругах наименование «Базель-3,5» — речь идет о выполнении рекомендаций Базельского комитета по банковскому надзору (БКБН) «Basel III: Finalising post-crisis reforms» 2017 года. В первом варианте, публично предложенном ЦБ 3 июля в общих чертах, с 2020 года предлагается ввести в инструкции ЦБ №180-И пониженные коэффициенты риска для заемщиков «инвестиционного класса» и банков высшего класса (по классификации ЦБ по соблюдению ими нормативов), а также для субъектов МСП. Второй подход, отстаиваемый Минфином, заключается в учете при расчете нормативов рейтингов кредитных агентств, аккредитованных ЦБ. Банк России должен опубликовать новую версию инструкции №180-И в третьем квартале 2019 года.

Главы компаний-заемщиков однозначно ставят на вариант Минфина в наиболее рискованной его форме: их письмо — жалоба на излишне консервативную политику ЦБ в области надзора, она, по их оценкам, жестче рекомендаций БКБН.

Более того, авторы констатируют: даже если бы рейтинги российских компаний все же учитывались ЦБ при оценке кредитных рисков, внешние санкции в отношении РФ вызывают «занижение» как странового, так и корпоративных рейтингов иностранными рейтинговыми агентствами. «Международные агентства существенно завышают риски дефолта», — утверждается в письме. Российские же агентства могут не учитывать санкции — в результате одни и те же высокочастные заемщики имеют рейтинги уровня AAA от российских и на несколько ступеней ниже, уровня BBB, от международных рейтинговых агентств.

Из письма неявно следует, что предлагается «...ориентироваться на кредитные рейтинги аккредитованных Банком России национальных кредитных рейтинговых агентств», поскольку «это обеспечит снижение коэффициентов риска по высокочастным заемщикам до 20%» — это можно понять так, что рейтинги AAA, AA и A национальных агентств предлагается просто приравнять к рейтингам AAA, AA и A международных агентств. Поясняя потребность в дешевых кредитах, генерируемых таким образом, авторы обращения ссылаются на «масштабные инвестпроекты», многие из которых «нацелены на достижение стратегических задач», эффектом перехода на российские рейтинги авторы письма видят финансовую стабильность, облегчение рефинансирования внешнего долга и девальвацию экономики.

Минфин, комментируя письмо, вчера заявил “Ъ”, что «в целом поддерживает предложения бизнес-сообщества», это «позволит гарантировать большую надежность проведения кредитного анализа нефинансовых организаций». «Такой переход придаст необходимый импульс развитию... отечественного финансового рынка, что критически важно с точки зрения повышения конкурентоспособности экономики, укрепления экономической и национальной безопасности», — сообщили в ведомстве. По данным “Ъ”, позиция Минфина сводится к тому, что рейтинговые агентства оценивают риски точнее, чем подход ЦБ к «Базелю-3,5», при котором все риски банков в работе с заемщиками «инвестиционного класса» равны.

Сейчас на рынке есть два аккредитованных Банком России национальных рейтинговых агентства — АКРА и «Эксперт РА» (возможно получение к осени 2019 года лицензии третьим агентством, НКР). Для них дискуссия опасна: с одной стороны, патриотичная «изоляция» их от

международных рейтинговых агентств сильно затруднит любое международное развитие, с другой — увеличит спрос на их услуги в РФ. Игорь Зелезецкий, глава АКРА, заявил “Ъ”, что в целом подход, предусматривающий учет в регулировании ЦБ рейтингов рейтинговых агентств, имеет определенные преимущества, но есть критически важные ограничения. По его мнению, основными критериями для такого подхода являются качество работы национальных агентств, наличие у агентства развитой статистическо-информационной базы, прозрачность (в том числе публикация полных отчетов и наличие опубликованных методик) и для рынка, и для регулятора и — высокий уровень взаимодействия с Банком России.

«Мы понимаем масштабность задач по поддержанию и усилению экономического роста через увеличение корпоративного кредитования,— заявил он.— Только вариант с совместной и системной работой регулятора и агентств при строгом учете всех рисков и публичности этой работы позволит сделать такой рост устойчивым и не создаст рисков финансовой стабильности».

Сейчас ни одна из четырех компаний-подписантов обращения не имеет серьезных ограничений в кредитовании их крупными банками. В компаниях вчера лишь подтверждали авторство письма, в «Газпроме» обещали позже подготовить развернутый комментарий своей позиции.

В Банке России вчера пояснили “Ъ”, что сравнительный анализ влияния двух подходов показывает, что «безрейтинговый» вариант дает (при суверенном рейтинге РФ на уровне «ВВВ-») «гораздо большую экономию капитала для кредитования экономики, чем подход, основанный на рейтингах».

По оценке, приведенной пресс-службой ЦБ, потенциальный рост корпоративного кредитования в его варианте составляет 2,5 трлн руб. «против 500 млрд руб. кредитных активов, взвешенных по риску, по выборке банков, представляющих около 2/3 активов банковской системы РФ». Особенно резко ЦБ против идеи «тождества» рейтингов AAA по национальной и международной шкале (ее не поддерживает и Минфин). «Национальные рейтинги должны быть вписаны в таблицы соответствия с международными по уровню риска и вероятности дефолта», — заявляют в ЦБ. Мнение о том, что «существенное завышение национальных рейтингов над международным может привести к

снижению доверия участников рынка к национальной рейтинговой индустрии», высказываемое в ЦБ, неофициально разделяют и в агентствах. «Безрейтинговый» подход к «Базелю-3,5», по мнению ЦБ, рациональнее, по крайней мере, до большего уровня развития рейтингового бизнеса в РФ. ЦБ «изучит аргументацию крупных компаний, в первую очередь сырьевого сектора», но отмечает, что их кредитование росло опережающими темпами, а рисков снижения доступности для них кредитов ЦБ вообще не видит.

Выбор между двумя вариантами может рассматриваться не только как «абсолютный» (сколько всего дополнительных возможностей кредита получит экономика в целом), но и как «относительный»: одни банки в ходе меньшего валового высвобождения капитала могут обеспечить большие показатели кредитования относительно конкурентов. Точных расчетов в этой сфере аналитические институты не публиковали, по неофициальным оценкам, «рейтинговый» вариант более выгоден ВТБ и менее крупным госбанкам. В ВТБ вчера подтвердили “Ъ”, что одобряют подход, предложенный президенту главами сырьевых компаний.

Факт обращения заемщиков, в том числе госкомпаний, к президенту с просьбой надавить на регулятора, обеспечивая де-факто более мягкую денежно-кредитную политику, беспрецедентен и опаснее традиционных обращений «патриотической оппозиции» к властям с требованием снизить ключевую ставку. Де-факто это предложение об эксклюзивной «ключевой ставке» для крупных заемщиков РФ и крупных банков. Осмысленная регуляторная политика под давлением заемщиков и банков через политическую власть, очевидно, просто невозможна — впрочем, резолюция Владимира Путина на письме говорит, что им какое-либо решение не принято. Спор, собственно, между ЦБ и Минфином более содержателен, впрочем, он осложнен самыми различными последствиями государственствования экономики — от дефицита внешней экспертизы до возможности «вертикального» решения вопроса, который явно не должен решаться таким образом.

[Микрозаймов стало меньше. Объем выдачи сократился впервые с 2017 года](#)

Микрофинансисты впервые за полтора года сократили объем и количество выданных

займов, свидетельствуют данные бюро кредитных историй (БКИ). Участники рынка ожидали этого из-за усиления регуляторных требований и, как следствие, ужесточения требований микрофинансовых организаций (МФО) к заемщикам. Но эксперты считают, что тренд может быть связан с ростом серого рынка и исчерпанием проверенными заемщиками доступного им лимита средств.

По данным БКИ «Эквифакс» (входит в тройку крупнейших), рынок микрозаймов впервые за полтора года продемонстрировал снижение. Так, по итогам второго квартала 2019 года граждане взяли в МФО чуть более 4 млн займов на 53,7 млрд руб., против 4,7 млн на 54,7 млрд руб. кварталом ранее. Начиная с третьего квартала 2017 года рынок микрозаймов неизменно рос. Участники рынка в начале июня прогнозировали замедление темпов роста по итогам лета и осенью из-за вступивших в силу законодательных ограничений и необходимости для компаний более тщательно подходить к отбору заемщиков (см. “Ъ” от 6 июня).



По словам гендиректора БКИ «Эквифакс» Олега Лагуткина, из-за вводимых ЦБ ограничений меняется продуктовая линейка МФО в пользу займов с более высокой средней суммой. «Короткие займы в большей степени были подвержены кредитному риску и риску мошенничества, для компенсации которых микрофинансисты вынуждены были держать высокие ставки для поддержания доходности», — отмечает он. «Многие МФО стараются кредитовать проверенных заемщиков, которым можно делегировать займы на суммы свыше 10 тыс. руб., — подтверждает директор по маркетингу НБКИ Алексей Волков. — В целом рынок микрофинансирования меняется в сторону повышения качества оценки риск-профиля своих клиентов и снижения аппетита к риску». По данным «Эквифакса», средняя сумма займа во втором квартале текущего года увеличилась на 16% по сравнению с первым кварталом, достигнув 13,3 тыс. руб.

Участники рынка подтверждают, что падение объема выдачи может свидетельствовать о том, что участники сократили уровень одобрения,

чтобы снизить риски. «Доходность компаний на рынке в 2019 году упала почти вдвое, участники вынуждены сокращать расходы и пересматривать риск-модели», — указывает гендиректор MoneyMan Ирина Хорошко. — Другая причина — сложности с фондированием небольших и средних компаний, которые могут сократить выдачи из-за нехватки средств». По словам гендиректора группы TWINO Ашота Торосяна, многие компании стали отменять первые бесплатные займы и программы лояльности, что тоже влияет на объемы выданных займов. «Также компании стали делать больший упор на повторных клиентов, которых они знают, — отмечает он. — Затраты на привлечение таких пользователей намного ниже, чем новых».

При этом участники рынка пока не ожидают улучшения ситуации. «По данным большинства БКИ, общая закредитованность россиян растет, а МФО с октября 2019 года должны будут рассчитывать показатель ПДН на каждого заемщика, поэтому снижение объема выдач может продолжиться», — отмечают в пресс-службе СРО МиР. «Для компаний, не сумевших диверсифицировать бизнес в направлении выдачи длинных займов, наступает кризисный период: в ближайший год на рынке останется только около тысячи компаний, 70% объемов выдачи которых будут обеспечивать среднесрочные займы», — полагает гендиректор МФК «Займер» Роман Макаров. При этом, по оценке операционного директора ГК Eqvanta Сергея Весовщук, во втором полугодии продолжит расти средний чек займа.

Впрочем, по мнению экспертов, сокращение объема и числа выданных займов говорит о том, что проверенные постоянные и ответственные клиенты исчерпали весь доступный им лимит средств. «Законодательные ограничения не позволяют им больше перекредитовываться», — отмечает руководитель проекта ОНФ "За права заемщиков" Евгения Лазарева. — При этом многие заемщики сами не готовы вовлекаться в долговую спираль и стараются реже брать заемные средства». Одновременно часть кредиторов уходит в серую зону, считает госпожа Лазарева. «Они используют свои прежние клиентские базы и продолжают выдавать займы прежним заемщикам», — заключает она. — Обе эти тенденции очень опасны, поскольку могут привести к росту дефолтов и увеличению числа случаев неправомерного взыскания».

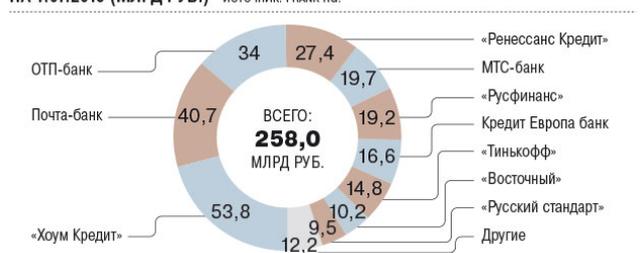
По широкому кругу товаров. POS-кредитование расширяет ассортимент

Стремясь увеличить прибыль в сегменте POS-кредитования (кредиты на товары), банки все активнее идут на эксперименты и осваивают новые ниши. Так, крупные игроки рынка начали выдавать кредиты на мототехнику, жилые дома, медицинские и образовательные услуги и другие, ранее не охваченные кредитованием направления. Однако эксперты отмечают, что для банков освоение новых сфер связано со значительными затратами и имиджевыми рисками.

О том, что лидеры рынка товарных кредитов начали активно диверсифицировать портфели и выдавать значительную долю ссуд на нетрадиционные направления, рассказали "Ъ" участники рынка. Классическими сегментами для рынка POS-кредитов считаются бытовая техника и электроника, мобильные устройства, дорогостоящая одежда (преимущественно дубленки и шубы) и товары для дома и ремонта. Однако эти сегменты близки к насыщению, что заставляет банки осваивать новые ниши.

По данным аналитического агентства Frank RG, по состоянию на 1 июля 2019 года портфель POS-кредитов составил 258 млрд руб. За год он вырос всего на 8,5%, тогда как год назад прирост составлял 15%, а два года назад — 18,5%.

КРУПНЕЙШИЕ БАНКИ ПО ПОРТФЕЛЮ POS-КРЕДИТОВ НА 1.07.2019 (МЛРД РУБ.) ИСТОЧНИК: FRANK RG.



У трех крупнейших игроков этого сегмента — «Хоум Кредита», Почта-банка и ОТП-банка (на них приходится 50% портфеля) — доля неклассических кредитов уверенно растет. «Среди тех направлений, которые стали развиваться последнее время, можно выделить детские товары, спортивные товары, образовательные услуги онлайн, DIY (товары для дома и ремонта. — "Ъ»),» — отметили в «Хоум Кредите». По словам директора по развитию партнерской сети Почта-банка Андрея Павлова, год назад банк начал работать с быстровозводимыми домами (см. "Ъ" от 12 июля 2018 года). «Мы ожидаем, что в ближайшие год-два этот сегмент будет занимать порядка 9% общего портфеля POS-кредитования», —

отмечает господин Павлов. По словам зампреда правления ОТП-банка Александра Васильева, «банк развивает специфические для себя сегменты — туризм, медицину, образовательные услуги». Доля неклассических сегментов составляет около 10% выдач POS-кредитов ОТП-банка.

Менее крупные игроки подходят к выбору альтернативных направлений более консервативно либо только задумываются о выходе в нетрадиционные сегменты. Как правило, доля таких кредитов в общем портфеле в несколько раз ниже, чем у лидеров. «Таковыми сегментами для банков являются услуги медицины и стоматологии, фитнеса, обучения иностранным языкам, товары для спорта и отдыха», — говорит начальник управления продаж Русфинанс-банка Владимир Григорьев. В числе банков, которые намерены развивать POS-кредитование в сфере обучения, — МТС-банк. «Также мы планируем запустить пилотный проект с сетью ювелирных украшений», — отмечает начальник управления продаж POS-кредитов департамента продаж банка Артур Мельников. По словам директора департамента продаж банковских продуктов «Ренессанс Кредита» Сергея Васильева, из новых для себя сегментов банк активно развивает сегмент мототехники. При этом, по словам Владимира Григорьева, новые сегменты могут быть связаны с дополнительными рисками для банка — как кредитными, так и репутационными. «В 2019 году банк "Русский стандарт" не открывал в POS-кредитовании новые сегменты, где риски не изучены, так как реализует бизнес-модель, в основу которой заложен принцип низких ставок при низких рисках», — сообщили в пресс-службе банка.

Эксперты считают, что POS-бизнес сейчас переживает период серьезной трансформации. «Часть этого бизнеса уходит в карты, в том числе карты рассрочки», — говорит гендиректор Frank RG Юрий Грибанов. «Некоторые POS-банки, стремясь к сокращению издержек, переходят на брокерскую модель, что также меняет ландшафт рынка». При этом для банков поиск новых направлений кредитования — довольно затратный процесс, в который входят и оценка рынка, и разработка кредитных продуктов, и подготовка сотрудников. При этом, как указывает господин Грибанов, «любая ниша ограничена по объему и не во всех из них граждане привыкли брать кредиты, а значит, необходимо будет инвестировать дополнительные средства в популяризацию этих направлений». К тому же

после громких историй с предоставлением недобросовестных услуг, например медицинских, указывает он, банки должны «очень внимательно относиться к верификации контрагентов, иначе это несет в себе значительные репутационные риски». ■

Новости банков, компаний

[Спорные акции из дела Baring Vostok дорожают. Банк «Восточный» просит 3,7 млрд рублей за пакет, который следствие оценило в 600 000 рублей, а Калви – в 2,5 млрд](#)

О люксембургской International Financial Technology Group (IFTG) стало известно после ареста руководителей инвестфонда Baring Vostok по обвинению в хищении из подконтрольного банка «Восточный» 2,5 млрд руб. Произошло это так: в качестве отступных по проблемному кредиту на 2,5 млрд руб. банк получил долю в IFTG, но следствие оценило акции в 600 000 руб. Основатель фонда Майкл Калви на суде предлагал установить истину, продав спорный пакет, и теперь банк пытается это сделать – пока акционеры воюют, нормативы банка приблизились к опасным уровням, и он продает непрофильный актив.

Им заинтересовались два фонда: американский Parus Marine и гонконгский Pacific World Fund Management (PWFМ). Они оценили пакет в 2,2–2,6 млрд руб. Однако банк считает 2,5 млрд руб. балансовой стоимостью пакета, а реальная стоимость доли IFTG – 3,7 млрд руб. Об этом говорится в письме и.о. предправления «Восточного» Вячеслава Арутюняна в IFTG («Ведомости» ознакомились с его содержанием). Его подлинность подтвердили человек, осведомленный о ходе переговоров, и человек, близкий к одному из акционеров банка. Банк оценил акции IFTG в 3,7 млрд, знает от топ-менеджера «Восточного» еще один собеседник «Ведомостей». Арутюнян и «Восточный» на запросы не ответили.

Покупатели предварительно оценили пакет в \$35–40 млн (2,2–2,5 млрд руб.), пишет Арутюнян в IFTG, ей «хорошо известно», что банк оценивает совокупную стоимость этого актива для себя в 3,7 млрд руб., или \$58 млн. Такова «текущая парадигма», установленная акционерами «Восточного» и которой «связано руководство банка»: вернуть все затраты, связанные со всеми непрофильными активами банка. Поэтому банк

будет рассматривать предложения только с оценкой от 3,7 млрд руб., заключает Арутюнян. Baring Vostok не известно о других оценках, кроме 2,5 млрд руб. в изначальном предложении, говорит представитель фонда, совет директоров или акционеры «Восточного» их не обсуждали. Крупнейший акционер банка – «Финвижн» Артема Аветисяна переадресовала вопросы в банк. Parus Marine оценил актив в \$41,25 млн (2,6 млрд руб.), PWFМ – в \$34–38 млн (2,1–2,3 млрд руб.). Есть и третье предварительное предложение, рассказывают два собеседника «Ведомостей». По информации одного из них, это британская фирма Thompson Crosby, которая специализируется на консультировании финансовых компаний: она оценила долю «Восточного» в IFTG в \$35–40 млн. Запрос ей остался без ответа.

Сложно объективно оценить этот актив из-за невозможности оценить стартапы, которыми владеет IFTG, говорит старший директор по банковским рейтингам «Эксперт РА» Руслан Коршунов, но и представить, что его можно продать за 3,7 млрд, тоже трудно. Банку нужен капитал – продажа акций высвободила бы 2,5 млрд руб. резервов, говорит аналитик. Вероятно, банк уже нашел другие источники для выправления капитала и решил отказаться от продажи, установив завышенную цену. Кроме того, если бы он их продал, то возник бы вопрос, на чем основывается дело Калви, резюмирует он.

*Чем владеет IFTG



[Сбербанк ушел из Турции. Госбанк наконец продал Denizbank, выручив от сделки \\$5 млрд](#)

«Мы покинули банк в гораздо лучшей форме, чем он был: количество клиентов выросло в 2 раза, активы – в 3», – заявил зампред правления Сбербанка Лев Хасис во время телеконференции, посвященной закрытию сделки по продаже турецкой «дочки» госбанка Denizbank дубайскому Emirates NBD.

Переговоры о продаже Denizbank Сбербанк вел с января прошлого года, но сделке мешало отсутствие согласования регуляторов. Вчера Сбербанк сообщил, что сделку одобрили регуляторы ОАЭ, Турции, Австрии и России. За 99,85% акций Denizbank Сбербанк выручил 170,7 млрд руб. С 2012 г., когда Сбербанк купил турецкий банк, он инвестировал в него 148 млрд руб. По условиям сделки Emirates NBD выкупит субординированный долг Denizbank перед

Сбербанком на сумму около \$1,2 млрд. Denizbank также погасит предоставленные Сбербанком межбанковские кредиты на сумму около \$1,1 млрд. В итоге выручка от продажи Denizbank составит \$5 млрд, сообщил Сбербанк.

Часть межбанковских кредитов и субордов уже перечислена Сбербанку, уточнил его зампред правления Александр Морозов, сейчас согласовывается расписание по оставшимся траншам: все возвращенные средства будут отражены в отчетности за III квартал. По его словам, полученные деньги от сделки Сбербанк потратит на кредитование клиентов и покупку ценных бумаг – никаких особых планов по использованию этих средств нет.

«Мы бы никогда не стали выходить из этого бизнеса, если бы не санкционный режим. К сожалению, мы не можем получать дивидендов, мы не можем предоставлять финансирование нашему банку, мы не можем привлекать деньги с рынка. Наш турецкий банк вывели из-под американских санкций, но он находится под европейскими санкциями, что делает его неконкурентоспособным на турецком рынке», – говорил в мае прошлого года президент Сбербанка Герман Греф, объявляя о соглашении с Emirates NBD.

Капитал накопленный

Неоднократный перенос сделки по продаже Denizbank, а также пересчет операционного риска в рамках «Базеля III» помешал Сбербанку достигнуть показателя достаточности капитала в 12,5% в прошлом году – именно начиная с этого уровня госбанк готов начать платить своим акционерам 50% чистой прибыли в виде дивидендов. За 2018 г. достаточность капитала составила 11,9%, в итоге госбанк заплатил акционерам 43,5% от чистой прибыли. Аналитики оценивали, что продажа Denizbank высвободит Сбербанку около 100 б. п. достаточности капитала.

Вышло лучше. В результате сделки взвешенные по риску активы сократятся на 9% (примерно 2,9 трлн руб.), а это скажется на достаточности капитала первого уровня по МСФО – она увеличится более чем на 120 б. п., сообщил Морозов. «Мы повысили прогноз по росту капитала первого уровня до 13% к концу 2019 г.», – объявил он. Прежний прогноз был 12,5%. При этом, по словам Морозова, планы по выплате дивидендов на уровне 50% чистой прибыли Сбербанк пересматривать не

планирует: «Обновление дивидендной политики будет сделано вместе с представлением новой стратегии банком на 2021–2023 гг.».

Негативный эффект

Продажа Denizbank еще не учтена в отчетности Сбербанка – вчера он раскрыл данные за первое полугодие по МСФО. За январь – июнь госбанк заработал 476,9 млрд руб. чистой прибыли, что на 11,6% больше, чем за аналогичный период 2018 г.

Но в результатах за семь месяцев будет отражен отрицательный эффект от продажи Denizbank в размере 70 млрд руб., сообщил Сбербанк. Причина – реклассификация накопленной отрицательной валютной переоценки из собственных средств в соответствии с МСФО, указал госбанк: с момента покупки Denizbank турецкая лира обесценилась по отношению к рублю на 37%.

«То, что Сбербанк довел эту сделку до конца, уже позитивный шаг. Это правильное решение – сфокусироваться на домашнем рынке. Говоря об этой сделке, нужно фокусироваться не на убытке в 70 млрд руб., что является просто следствием курсовой разницы, а на высвобождении капитала в размере 120 б. п.», – сказал аналитик «ВТБ капитала» Михаил Шлемов. Именно от этого зависит, как банк будет выполнять требования по капиталу ЦБ, как на него повлияет регулирование потребкредитования с точки зрения расчета показателя долговой нагрузки.

«С точки зрения рынка в краткосрочной перспективе важно увеличение дивидендов, и продажа турецкой «дочки» – правильный шаг, который дает возможность увеличить возврат капитала как через, например, промежуточные дивиденды, так и через выкуп привилегированных акций в рамках следующей стратегии, которая будет представлена во втором полугодии 2020 г.», – заключает он. ■

Интервью

[Президент МТС: Завтра мы станем конкурентами Сбербанка и «Яндекса». Алексей Корня – о бесплатной связи, консолидации сотового рынка и инвестициях МТС в контент](#)

В мае президент АФК «Система» Андрей Дубовсков, ранее возглавлявший МТС, уверял, что сотовый оператор – лучшая платформа для создания бизнесов будущего. Сменивший его на посту президента МТС

Алексей Корня говорит, что сейчас около 20% выручки компания получает за счет не телекоммуникаций, а новых бизнесов. Вслед за IT-интеграцией, финансовыми сервисами, киберспортом, онлайн-билетами МТС заинтересовалась контентом и его сопродюсированием – благо у крупнейшего оператора страны есть, по словам Корни, все основные способы доставки телевидения до клиента. Помимо привычной конкуренции между операторами связи Корня указывает на более интересную – межвидовую – конкуренцию: завтра оператору предстоит соревноваться с банками и интернет-компаниями.

– Как вы принимали решение публично предупредить о возможном уходе МТС с биржи?

– Есть совершенно понятная последовательность и логика для правильной коммуникации с рынком: у всех должна быть равная информация. Если я, например, приду на встречу к одним акционерам и скажу им, что думаю «о правильной структуре капитала», о возможном перемещении акций с одной биржи на другую и т. п., это будет несимметричным предоставлением информации, сразу возникнут претензии, что я обсуждаю информацию, которая не предоставлена в рынок. Поэтому, если я хочу с кем-то из акционеров в принципе поднять и обсудить этот вопрос, я должен сначала сделать публичное заявление и только после этого начинать диалог. Это правило работы любой публичной компании. Что касается сроков, с итоговыми соображениями вернемся в конце лета.

– С момента объявления прошло несколько месяцев. Были сообщения, что вместо листинга в Нью-Йорке среди вариантов вы рассматриваете выход на Лондонскую биржу. Какую работу вы провели за это время, какие вопросы ставили перед собой и к каким выводам пришли? На ваш взгляд, живая ли Московская биржа?

– Главное, что речь не идет об изменении публичного статуса – мы подтверждаем приверженность его сохранению. За 20 лет с момента нашего IPO в Нью-Йорке многое поменялось. В то время не существовало инфраструктуры региональных бирж, американский рынок был чуть ли не единственным, где можно было привлечь капитал. Теперь намного больше компаний

торгуется на региональных биржах, очень многие ушли с североамериканской биржи на домашние. Сегодня 90% бизнеса МТС находится в России, часть наших акций торгуется на Московской бирже, наш общий долг на 92% рублевый, а чистый вообще на 100% в рублях – т. е. возникает вопрос, насколько наша операционная модель соответствует нашей структуре капитала и какие преимущества от листинга в Нью-Йорке, Москве, Лондоне или еще где-либо мы получаем или можем получить.

Мы смотрим на оптимальную для нас структуру капитала с учетом присутствия на разных рынках. Московская биржа – абсолютно живая, это основная площадка для многих бумаг, которые в том числе котируются на международном уровне. Все локальные биржи сейчас стали намного более открытыми, понятными и соответствующими стандартам для доступа международного инвестиционного сообщества. Поэтому мы видим все больше фондирования, размещения и торговли на региональных площадках.

– А с точки зрения маркетинга сейчас звучат высказывания, что большая тройка перестала существенно различаться чем-то, кроме цвета брендов. Вы с этим согласны?

– МТС в России в I квартале выросла по выручке на 7,9%, «Мегафон» – на 4,8%, «Вымпелком» – на 4,4%. Очевидно, что мы по-разному работаем с абонентом и предоставляем разный набор сервисов и продуктов, который по-разному потребляется клиентами. И с развитием новых цифровых продуктов эта разница будет становиться еще более ощутимой.

– Что у вас происходит в Узбекистане и Туркменистане?

– В Узбекистане ничего не происходит – мы продали нашу долю в местном операторе три года назад. Против Туркменистана мы ведем судебное разбирательство в Международном центре по урегулированию инвестиционных споров при Всемирном банке.

Цифровые KPI

– Как повлияет на управление компанией появление в совете директоров Валентина Юмашева?

– Я как менеджер рад работать с любым советом директоров.

– Но вы уже пообщались?

– Да. В рабочем порядке.

– Что успели обсудить, каким он видит будущее бизнеса?

– Валентин Борисович погружается в бизнес МТС. Уже сейчас очевидно, что его опыт и знания будут востребованы.

– Расскажите про свои KPI – как они устроены, чего от вас ждут акционеры? Как с точки зрения KPI измерить цифровую трансформацию?

– Мои формальные KPI можно поделить на три группы. Первая – это набор финансовых метрик: доходы, OIBDA, свободный денежный поток. Вторая группа связана с успешностью цифровой трансформации МТС: увеличение доходов новых продуктов и сервисов, создание экосистемы сервисов вокруг базового продукта, расширение портфеля, выход за пределы классического телекома. Когда мы выходим на новые рынки, нужны совершенно другие компетенции и знания. Третья группа связана с развитием комплаенс-системы в компании. И еще есть личный неформальный KPI – то, что ты считаешь правильным, даже если оно противоречит другим KPI.

– Например?

– В прошлом году мы решили принципиально сократить объем навязываемых абонентам услуг. Это всевозможные контент-сервисы, когда человек заходит на сайт и подписывается на услуги, плата за которые потом списывается с его счета. Хотя это не наши сервисы, и мы выступаем только посредниками, люди воспринимают это как фрод от оператора, что вредит репутации компании и сказывается на лояльности клиентов. Поэтому мы ограничили взаимодействие с такими партнерами, ввели жесткие требования по уведомлению абонентов. В прошлом году мы недосчитались около 5 млрд руб., но в моем понимании это правильно для долгосрочного развития. Повторюсь, мы единственные, кто сейчас делает это на рынке так жестко, но зато у нас сразу вырос NPS (показатель приверженности потребителя какому-то товару или компании), по этому показателю в I квартале мы стали существенно лучше других операторов большой тройки.

– Какую долю выручки занимают сейчас новые бизнесы, какие целевые показатели?

– По нашим оценкам, уже больше 20% нашего бизнеса – это не телекоммуникационные продукты и сервисы. В остальном важны определения, что называть добавленными сервисами.

– А вы что называете?

– Интеграторские продукты и сервисы, финансовые, облачные, розничный ритейл – везде свои метрики и цели. Есть кластер развлечений: телевидение; все, что связано с мероприятиями, – онлайн-билеты и все вокруг них, киберспорт. Есть умные образование и медицина.

– Сейчас это 20%. А цель какая?

– Неправильно себя ограничивать и измерять именно долями. Потому что мы хотим, чтобы росли и базовые продукты, и новые – как общая ценность бизнеса.

– То есть правильная метрика – общий рост бизнеса?

– И рост бизнеса, и свободный денежный поток, и OIBDA – это многомерное пространство.

– Насколько вам близка логика отказаться от ARPU как показателя?

– Мы еще несколько лет назад отказались от такой логики, потому что эта метрика не дает реального понимания, что происходит на рынке. При этом мы публикуем достаточное количество данных, чтобы акционеры могли посчитать ARPU, если интересно. Мы считаем, что правильно смотреть на общий валовой показатель развития бизнеса, на продуктовые линии.

– Готовы ли вы первыми предпринять шаги по сокращению розницы?

– У нас и вправду избыточная розница, но ее объем диктуется конкурентной ситуацией. Иными словами, сейчас у всех операторов большой тройки избыточная розница. При этом мы все сталкиваемся сегодня с новыми вызовами, которые потребуют пересмотра действующей модели. Во-первых, увеличивается срок замены телефонного оборудования, потому что пользовательский опыт даже флагманских моделей смартфонов не сильно отличается от предыдущего. То есть люди стали реже покупать телефоны. Во-вторых, все уходит в онлайн. В этом году онлайн-рынок продаж телефонов вырос более чем на 30%, тогда как весь рынок гаджетов в целом – в пределах 10%. В-третьих, люди все

больше уходят из уличного розничного ритейла в торговые центры. В среднесрочной перспективе мы будем сокращать и оптимизировать розницу. И все к этому придут.

– Ваш предшественник Андрей Дубовсков планировал сделать сотовую связь бесплатной и высказывал аргументы «за». Мы к этому движемся?

– Это снова вопрос дефиниции. Когда я начинал в МТС 15 лет назад, 80–90% дохода сотовые компании получали от голосовых услуг. Сегодня мы можем смело говорить, что голос бесплатный: в пакетированном предложении вы платите за данные, а голос – составная часть данных. Даже те протоколы, по которым сейчас ходит голос, – это дата-протоколы, и вы платите за доступ в интернет. Отрасль в глобальном масштабе движется к тому, чтобы базовые телекомсервисы, не только голос, были бесплатными. Бесплатные телекомсервисы – это производная от количества новых продуктов, которые в комплексе закроют потребности абонентов. За доступ к экосистемам этих продуктов абоненты будут готовы платить, и тогда вопрос о плате конкретно за голос или мобильный интернет постепенно сойдет на нет.

Экосистема МТС

– У вас уже сейчас есть такие экосистемные предложения?

– Если тот же «МТС банк» отделить от остального бизнеса, то его экономическая модель будет хуже, чем когда они объединены. Так же мы сейчас продаем фиксированное и спутниковое ТВ в одном пакете с мобильным интернетом – покупать их вместе выгоднее. И будущее сложной монетизации в том, что люди будут, как из кубиков, собирать нужный набор сервисов: развлечения, обучение, финансы, медицина, облачные решения и многое другое. Будете сами выбирать, складывать и решать, за что вы платите, и какие-то из сервисов – например, связь – будут просто включены по определению.

– Вы внутри разделяете абонентов МТС и участников экосистемы, которые ею активно пользуются? Это две разные сущности?

– Любой наш абонент уже является клиентом нашей экосистемы. Вопрос в том, насколько он ею пользуется и насколько мы успешны в создании продуктов, которые будут им востребованы. Сейчас мы на ранней стадии движения, т. е. уровень проникновения сервисов в нашу базу далек от желаемого, но дорогу осилит идущий. Я

не думаю, что «экосистема» – это термин для клиента, мы не должны ему этот термин продавать и продвигать. Клиент думает в контексте потребления конкретного сервиса. У нас скоро уже будет под миллион абонентов спутникового ТВ, несколько миллионов абонентов платного телевидения, более 15 млн пользователей приложения самообслуживания, миллионы клиентов финансовых сервисов. Они не живут в категории экосистемы, они просто пользуются сервисами. Безусловно, для нас важно, какую долю в кошельке клиента мы займем. Мы хотим дать клиенту больше, чтобы он больше у нас взял и больше нам заплатил.

– Вы измеряли NPS для каких-то сервисов, кроме связи?

– Да, обязательно. Сейчас он растет – в базовых коммуникационных сервисах, в рознице достаточно сильно, в банковских услугах. В целом я бы сказал, что по основному количеству продуктов мы видим положительную динамику.

– У вас есть перед глазами пример оператора, который бы уже прошел этот путь трансформации?

– Может быть, это звучит нескромно, но я считаю, что мы один из лучших операторов в мире в том числе по диверсификации бизнеса. В Корею достаточно успешны операторы, в Китае. В этом плане российский рынок, как и корейский и китайский, создает уникальные возможности, потому что по пальцам одной руки можно пересчитать рынки, где в цифровой сфере лидируют локальные игроки, а не глобальные – «Яндекс» как поиск, «В контакте» как соцсеть, Ivi как онлайн-кинотеатр, даже ритейл – Wildberries, Ozon. Проблема любого оператора Европы и США в том, что он сразу начинает конкурировать на глобальном рынке. При этом, когда мы смотрим, какие продукты создавать и в какие сегменты идти, есть основные критерии: нужны потенциально миллионы пользователей и то, насколько он уже комплементарен продуктам, которые у нас есть.

– На каких принципиально новых для вас рынках вы сейчас видите такие совпадения? Какие планы по M&A до конца 2019 г.?

– Нет смысла говорить о сферах, куда мы еще не вышли. Прямо сейчас готовим интересный продукт в финансах – будущий софт кредитной карты через наши приложения, чтобы ее можно было получить онлайн.

– У вас есть целевые показатели по переводу абонентов МТС в постоянные клиенты «МТС банка»?

– В такой формулировке нет. Хотя после консолидации банка мы существенно увеличили объемы выдачи кредитов – в рознице кредитный портфель вырос примерно на 60%. Это комбинация факторов. Использование наших больших данных, новых каналов коммуникации и, как следствие, более таргетированных предложений. В прошлом году выдачи потребительских кредитов в «МТС банке» выросли более чем в 2 раза.

– А что пошло не так в опыте с «МТС такси»?

– Просто не состоялась бизнес-модель, на которой мы строили проект. Как с любым новым проектом, вы создаете MVP (Minimum viable product, минимальный жизнеспособный продукт. – «Ведомости»), смотрите, насколько есть спрос, что можно сделать, чтобы поднять востребованность. Очень важно не бояться этих экспериментов – быстро принимать решение и быстро отказываться от того, что менее интересно в пользу большего.

– Если смотреть в целом на новые направления и логику экосистем – у вас нет ощущения, что вы размываетесь?

– Все основные тренды сейчас – в комплексности. С другой стороны, чтобы точнее адресовать этот вызов, мы с прошлого года создаем в компании бизнес-вертикали. Сейчас мы будем делать следующие шаги и выделять из вертикалей полноценные бизнесы, чтобы люди могли полностью на них сфокусироваться. Финансы, телеком и развлечения все же требуют разных компетенций. Мы выделяем отдельные команды, делегируем им значительные полномочия, возможность принимать решения и быстро реагировать на вызовы рынка. При этом мы будем их поддерживать ключевыми элементами: брендом, едиными каналами дистрибуции там, где это выгодно.

Мы, например, видим, что у продавца, который обычно продает своему корпоративному клиенту телекомсервисы, не получается продавать одновременно цифровые сервисы. Эти дополнительные сервисы для него как нелюбимая падчерица. Поэтому для продажи цифровых сервисов должны быть отдельные люди, которые будут заниматься только ими 24/7. Но у клиента должна быть одна точка входа в МТС.

– Получается подобие АФК «Система»?

– Не совсем. Мы операционная компания, у нас есть четкие интеграционные шины – каналы продаж, бренд, IT-платформы. Ближе пример Google, YouTube. Вы находитесь на единой платформе, но там совершенно разные продукты.

Большие данные для скоринга

– Как вы используете большие данные?

– Много направлений – финансовые сервисы; розница – продажи телефонного оборудования, оптимизация собственной сети и т. д. Для розницы мы могли купить похожий продукт на рынке, но сделали сами и очень довольны. А потенциал использования данных безграничен. Мы видим профиль потребления абонента: как он платит, ездит ли в роуминг, ряд других параметров. По ним можно делать скоринг и определять кредитные лимиты. Есть предиктивная модель по необходимости покупки телефонного оборудования. Конечно, вся работа с большими данными сейчас обезличена.

– Обезличенность – это хорошо или плохо?

– Это правильно, потому что человек хочет чувствовать определенный комфорт. Проблема скорее в том, что требования к операторам в законе «О связи» и по защите персональных данных намного строже, чем к интернет-игрокам. Для них фактически нет ограничений по использованию и сбору данных. Мы видим в этом серьезную асимметрию на рынке. Важно иметь единое очерченное пространство для всех. Где-то должны быть послабления нам, где-то ограничения для интернет-игроков.

– Об использовании больших данных для скоринга. Лучший скоринг должен снижать риски. В итоге должны или серьезно снижаться ставки, или заметно расти маржа. Какой сценарий вам ближе? Почему мы не видим глобальных изменений?

– Результаты от лучшего скоринга могут быть и теми, и другими – это правда. Но радикальных изменений и мы нигде не видим. Учитывайте большую многофакторную модель с высокой конкуренцией и большой инерцией. Все будет, но со временем. Плюс есть асимметрия информации – клиент не знает, что он может получить условия лучше. У нас, например, до сих пор до 30% трубок только на сети 2G, а мы с вами обсуждаем уже 5G. Так же и здесь: если вы ждете, что завтра ставки поменяются, – такого не будет.

– Насколько хорош ваш скоринг, чтобы можно было говорить о снижении ставок на несколько процентных пунктов?

– Это слишком большие величины. Я думаю, сейчас речь может идти о десятых долях процентного пункта. Благодаря совместному использованию данных «МТС банка» и МТС мы можем значительно снизить, например, риски невозврата кредита – до 30% по сравнению с тем, когда банк использовал только собственные данные. Когда «МТС банк» получает дополнительные аргументы в пользу надежности клиента, он может сформулировать для него наиболее выгодное предложение.

– Кому и какую аналитику на основе ваших больших данных вы продаете вне компании, на рынок? Сколько на этом зарабатываете?

– Относительно основного бизнеса это небольшие суммы – десятки миллионов рублей. Потребители – финансовые организации, департаменты транспорта, розничные клиенты. Но мы предпочитаем продавать конечные продукты или совсем сегментные нарезки – например, для маркетинговых продвижений.

Новые конкуренты

– О конкуренции. По вашему мнению, как повлияет на рынок сделка «Ростелекома» и Tele2?

– Я считаю, что любая консолидация рынка создает добавленную стоимость, поэтому смотрю на нее положительно. В целом мое мнение, что одна из проблем телекома – это очень интенсивная внутривидовая конкуренция. Очень часто она ведет к снижению выживаемости в межвидовой конкуренции, хотя в новой экономике мы завтра должны быть конкурентами «Яндексу», Сбербанку, а послезавтра я даже не знаю, кому еще.

Точно так же, если вы посмотрите на европейский рынок, очевидно сокращается количество рынков с четырьмя игроками и увеличивается – с тремя. Что говорить, даже Индия от восьми игроков и жесточайшей конкуренции консолидировалась в несколько больших групп. Это показывает, что определенная консолидация – это просто вопрос выживания. И хотя у нас самих сейчас нет никаких конкретных планов по этой части, это не значит, что мы не видим рациональности в консолидации отрасли.

– Как изменилась ваша конкуренция с «Мегафоном» после его ухода с биржи?

– Принципиальных изменений мы не видим. Конкуренция сейчас зависит от сегментов присутствия. В каких-то продуктах мы, безусловно, конкурируем с «Мегафоном» или «Билайном», но если речь идет, например, о финансовых сервисах, то мы видим конкурентами Сбербанк, Альфа-банк и «Тинькофф банк». По IT-сервисам мы конкурируем с интеграторами и IT-компаниями.

– Сложившаяся сегодня в России структура из четырех игроков – в какой временной перспективе устойчива, а в какой уже нет?

– На горизонте трех лет, думаю, достаточно устойчивая. На горизонте 5–10 лет увидим какую-то консолидацию.

– Сделка «Ростелекома» и Tele2 может привести к новым ценовым войнам?

– Я не вижу, почему конкретно это событие как-то должно поменять конкретную ценовую ситуацию на рынке.

– А в целом какова вероятность ценовых войн?

– У нас, по последним исследованиям, самая низкая цена на мобильные сервисы из крупных рынков; еще, может быть, Индия и Казахстан. Я не понимаю – куда дальше?

– Тем не менее мы были самыми дешевыми и несколько лет назад, а войны были.

– Мы сейчас на таком низком уровне стоимости, что возникает вопрос инвестиционного потенциала этого рынка в преддверии развития 5G. Мне кажется, здесь надо думать и регуляторам, и операторам о том, насколько текущее ценообразование в целом способствует созданию инвестиционного потенциала и созданию инфраструктуры. У всех операторов есть хоть и умеренная, но все же долговая нагрузка, поэтому потенциал роста инвестиций за счет долговой нагрузки ограничен и должен лежать именно в области того, сколько мы заработаем на рынке.

Но знаете, в любом бизнесе есть некая пирамида последовательности. В ее основании всегда лежит клиент, а уже потом какие-то доходы. Если у вас нет клиента, то выше вы ничего не построите. И если кто-то приходит и забирает клиента за счет ценовых атак, вы будете защищаться.

Контент от МТС

– Вы диверсифицируете бизнес. У вас есть планы, например, по контенту?

– Мы единственный игрок, у которого есть все основные способы доставки телевидения клиенту: спутник, IPTV, кабельное, мобильное и OTT-платформа. У нас порядка 4 млн абонентов спутникового, кабельного и IPTV. И еще столько же пользователей телевизионной OTT-платформы МТС ТВ.

Глобальный тренд в том, чтобы выстраивать вертикально-интегрированную историю. Есть пример Disney, который как производитель контента сказал, что у него теперь будет свой канал доставки. Или, наоборот, Apple TV, Amazon, которые сказали, что у них есть свое телевидение, мотивированные клиенты – и они будут создавать смыслы. В какой-то степени и пример «Яндекса». Поэтому для нас совершенно естественно идти в вертикальную историю – от каналов до работы с контентом. А моделей таких много: и сопродюсирование может быть, что-то с контентом пользователей, полное создание своего контента. Варианты могут отличаться, но что мы будем как-то работать и с контентной составляющей, с наполнением своего ТВ – это очевидно.

– То есть вы будете делать свой контент?

– Под словом «делать» может подразумеваться очень многое. В какие-то модели мы пойдем, но конкретнее пока рано говорить. Мы очень аккуратны по финансовой части и не хотим угрожать туда сотни миллионов долларов.

– А сколько хотите?

– У нас нет конкретной цели, сколько хотим. Какими-то рамками не могу поделиться.

– Ваших 4 млн абонентов достаточно для раскатки истории с собственной работой над контентом?

– Более чем. Это хорошая критическая масса и стартовая точка, но у нас точно есть амбиции, что число будет расти.

– Когда появится первый контент, маркированный МТС?

– На первом этапе мы говорим больше про сопродюсирование – о готовности заходить в эту историю вместе с другими игроками, инвестировать в контент и потом делить его на своих платформах. А дальше будем смотреть.

Это как вход в воду. У нас есть телевидение – мы уже в воде, а дальше будем постепенно двигаться.

– Есть договоренности с партнерами для сопродюсирования?

– Точно есть переговоры с российскими партнерами, но я пока не готов делиться, с кем и о чем.

– Какую модель организации телеканалов в онлайн вы считаете наиболее эффективной для оператора? Сейчас активно обсуждается идея создания единого плеера вещателями.

– Сейчас действительно идет дискуссия о том, чтобы создать единый OTT-плеер для вещателей первого и второго мультиплексов, где бы вещатели объединились в группу и предоставляли весь свой контент в интернете через этот единый плеер. Такой формат исключает оператора из монетизации контента, и практически это подразумевает консолидацию рекламных бюджетов только у вещателей. Но модель работы OTT-приложений отличается от эфирного вещания тем, что имеет возможность дополнительно зарабатывать на продвижении контента, на его таргетировании и таргетировании рекламы. Это правильная мотивация интернет-игроков продвигать контент мультиплексов, но она не реализуема при едином плеере.

Операторы и государство

– Что вы тестируете по будущему закону о суверенном интернете и на каком этапе находитесь?

– Роскомнадзор тестирует оборудование, необходимое для выполнения этого закона. Комментировать детали тестирования – прерогатива Роскомнадзора.

– А 5G важнее?

– Это намного важнее, потому что от того, насколько быстро 5G станет массовой и доступной технологией, зависит уровень цифровизации экономики страны и ее конкурентоспособность на международных рынках.

Сегодня всем очевидно, что основными инвесторами в сети пятого поколения будут операторы, поскольку 5G – это органичное продолжение предыдущей технологии. Для того чтобы начать строить, нужны частоты и инвестиции. Что касается частот, то мы ждем решения правительства об использовании

диапазонов. Хочу напомнить, что внедрение каждого нового стандарта связи в России, будь то 3G или 4G, всегда происходило на фоне отсутствия необходимых частот. Но каждый раз находились оптимальные решения, которые обеспечивали развитие телекомотрасли и не ослабляли обороноспособность страны. Что касается денег, то, несмотря на ограниченные темпы роста отрасли за последние несколько лет, низкие тарифы на телекомуслуги и довольно дорогостоящие в реализации регуляторные активности – при наличии частот и понятных правил игры, – операторы найдут достаточный CAPEX.

МТС поступательно отстаивает позицию конкурентного развития. Именно такой подход позволит всем жителям и предприятиям страны получить доступ к новым технологиям. Пример развития стандартов 3G и 4G это наглядно продемонстрировал. Конкуренция заставляла операторов строить качественные сети на всей территории страны, даже в дотационных регионах. По сути, операторы выполняли и выполняют значимую социальную функцию: мы забираем деньги из богатых регионов и инвестируем их в бедные. В Москве наше соотношение CAPEX/sales – 8–10%, а, например, в Туве или Магадане тот же показатель может быть 50–60%. То есть большую часть доходов, которые мы получаем в Москве, мы инвестируем в регионы со значительно меньшим доходом.

– Как на действующей инфраструктуре разворачивается закон Яровой? Были новости, что вам будут поставлять оборудование Huawei.

– У нас нет договора с Huawei о поставке оборудования под этот закон. У нас есть план-график реализации требований по этому закону, и мы по нему движемся, оценки затрат мы тоже озвучивали, они не меняются.

Мы провели тендер, который выиграла «Норси-транс», по крайней мере на определенное количество этапов реализации, и мы заключили договор, по которому они работают. В значительной степени на их стороне решение – они должны обеспечить работоспособность оборудования.

– А можете назвать какие-то участки, регионы, где оборудование уже расставлено и работает?

– Мы это не комментируем.

– Вам не кажется, что по рынку единая ситуация, что все только ведут подготовку, а закон буквально не исполняется? Регуляторы вас не торопят?

– Мне кажется, что все примерно в одной ситуации, но детали взаимодействия с регулятором не комментирую.

– Были разговоры, что до конца 2018 г. регуляторы просили запустить оборудование в Москве и Санкт-Петербурге. Было такое?

– Не комментируем.

– Будет ли Huawei доминировать в 5G-оборудовании?

– Нет, мы исходим из мультивендорной модели, у нас на сети и Ericsson, и Huawei, и Nokia, у нас подписаны одинаковые меморандумы о развитии 5G. Такое решение никак не связано с геополитикой, мы просто обеспечиваем конкуренцию на нашей сети. И для Huawei мы не видим никаких геополитических ограничений, мы с ними нормально работаем.

– Вы перечислили только иностранные решения. Российскому оборудованию нет места в этой конкуренции? Оно вообще есть?

– Пока о таких решениях мы не знаем. Если появится задача создать, я бы начинал с конечного оборудования, каких-то датчиков, систем, которые будут в интернете вещей, – их проще локализовать.

Если говорить про сетевое оборудование, то хороший аналогичный пример был в автопроме, когда мировые гранды и технологии были локализованы на местном рынке с созданием местных рабочих мест. Но при всем этом очень важно двигаться путем, который точно не создаст рисков для развития телекоминфраструктуры. Потому что иметь качественную инфраструктуру связи не менее, а может, и более важно, чем загрузить локальные производства и обеспечить рабочие места. Баланс нужно искать осторожно.

– Консорциум, единый инфраструктурный оператор по 5G – в чем разница между этими моделями и какие из них вам более подходят?

– Мы готовы входить в консорциум, готовы к совместным действиям отрасли, чтобы освободить спектр и создавать условия для развития 5G. Наша принципиальная позиция в том, что частоты должны на равных условиях распределяться между действующими операторами. Это рационально, потому что

технологически 5G гораздо лучше работает в связке с 4G. Данные идут в двух направлениях – на смартфон и обратно, и когда вы можете развести эти потоки по разным стандартам связи, это сразу увеличивает покрытие и скорость передачи данных. Экономический смысл еще в том, что вы сохраняете разумную конкуренцию, обеспечиваете безопасность, отказоустойчивость сети – в отличие от модели, где сеть одна.

– Вы уже считали бизнес-кейсы для 5G?

– Это слишком рано. Даже в мире еще толком нет оборудования на 5G. Понятно, что, так же как с любой новой технологией связи, по мере проникновения гаджетов с поддержкой 5G будет расти трафик. Дальше будут появляться какие-то бизнес-модели, связанные с промышленной автоматизацией, интернетом вещей. На всех предыдущих поколениях основным потребителем связи был человек, что бы он ни потреблял. И рынок ограничивался населением. А когда мы уходим в 5G, основным потребителем становится устройство. Это может быть все – от ошейника для животных до холодильника. Тем более что появление eSim значительно удешевит появление сим-карты внутри разных девайсов. Поэтому если у нас раньше потолок количества симок был привязан к населению в 140 млн

человек, то в 5G могут быть миллиарды устройств только на нашем рынке.

– После последних назначений – вашего, Геворка Вермишяна в «Мегафоне», Василя Лацанича в «Вымпелком» – заметно, что профиль управленца в телекоме меняется. Есть бэкграунд в финансах, маркетинге. А кто вас сменит через 10 лет?

– Это как в анекдоте. Летят два кирпича, и один говорит: «Что-то погода сегодня нелетная», а второй: «Что погода? Главное, чтоб человек хороший попался».

– Вы как-то общаетесь втроем?

– Да, конечно, мы все в той или иной степени выходцы из «Системы». Я думаю, это лучшая телекомшкола.

