

27.07.2022

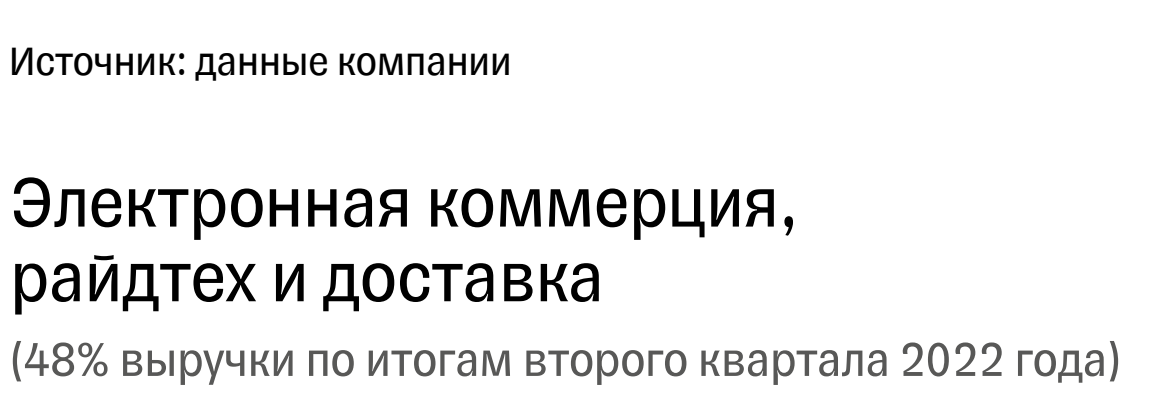
Коротко

Российский IT-гигант отчитался по итогам второго квартала. Выручка выросла на 45% год к году, до 117,7 млрд рублей, а скорректированная EBITDA увеличилась более чем в четыре раза, до 25,7 млрд рублей. А скорректированная чистая прибыль вернулась в положительную зону после убытка в прошлом квартале и составила 13,1 млрд рублей.

Сегменты бизнеса

С первого квартала 2022 года компания изменила структуру сегментов, объединив электронную коммерцию с сервисами райдтеха и доставки и выделив их в отдельный сегмент выручки.

Динамика выручки по сегментам, млрд руб.



Источник: данные компании

Электронная коммерция, райдтех и доставка

(48% выручки по итогам второго квартала 2022 года)

Самый крупный сегмент бизнеса. Выручка сегмента выросла на 53% год к году, в основном за счет роста райдтеха и электронной коммерции (наибольший вклад в рост внесли Яндекс.Лавка и Яндекс.Маркет).

С первого квартала 2022 года компания включает в сегмент:

- такси Яндекс.Go в России, странах СНГ и Восточной Европы (ЕМЕА), каршеринг Яндекс.Драйв и самокаты;
- сервисы электронной коммерции в России и СНГ (Яндекс.Маркет, Яндекс.Лавка, Яндекс.Еда);
- прочие O2O-бизнесы (из онлайн в офлайн): Яндекс.Доставку, доставку продуктов питания из Яндекс.Еды, Яндекс.Лавку в Израиле и прочие мелкие эксперименты компании.

E-commerce

Совокупный товарооборот (GMV) подсегмента показал рост на 67%, до 58,6 млрд рублей. Яндекс.Маркет показал схожую динамику: 1,7х рост до 44,8 млрд рублей по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Доля оборота сторонних продавцов (3P) в Яндекс.Маркете составила 84% (70% годом ранее). Рост доли 3P связан со стратегией компании по сохранению запасов товаров по модели прямых продаж (1P) на фоне проблем в цепочках поставок и недостатка локального снабжения с конца февраля 2022 года.

Количество активных покупателей на платформе выросло в 1,6 раза, до 11,4 млн, а количество заказов — в 1,3 раза, до 21,5 млн.

Среди проданных товаров за последние 12 месяцев преобладала техника (40%) и товары первой необходимости (FMCG, 33%). Всего ассортимент продукции насчитывает 39,9 млн уникальных позиций на фоне расширения прямого импорта и активного привлечения местных брендов.

Выручка сервисов электронной коммерции выросла на 36%, до 19,7 млрд рублей. Более медленный, чем рост GMV, рост выручки в первую очередь объясняется изменением структуры 1P и 3P на Яндекс.Маркете.

Доходы от прямых продаж 1P (72% выручки сегмента) выросли на 20% по сравнению с прошлым годом благодаря росту Яндекс.Лавки, что было частично компенсировано снижением 1P-продаж на Яндекс.Маркете. Комиссионные и другие доходы от электронной коммерции (3P-продажи) выросли на 109% за счет роста доли 3P GMV и роста комиссий на Яндекс.Маркете.

Райдтех

Совокупный GMV райдтеха достиг 179 млрд рублей по итогам квартала (+29% год к году). А выручка сегмента увеличилась на 62%, до 29,9 млрд рублей.

Во втором квартале, по сравнению с первым кварталом 2022 года, поездки выросли на 6%, в то время как GMV увеличился на 7%. В июне 2022 года пользователи такси совершали в среднем 7,1 поездки в месяц — это меньше, чем в марте, в результате традиционной сезонности.

Рост количества поездок составил 28% и 62% на двухгодичной основе, без учета второго квартала 2020 года с сильным негативным влиянием COVID-19 на частоту поездок. Ежемесячное количество пользователей приложения Yandex.Go составило 35,8 млн человек (+17% год к году). Доля пользователей услуг такси составила 97% от совокупного MAU Yandex.Go.

Увеличение произошло в основном за счет новых клиентов службы такси в СНГ и в регионах ЕМЕА. За пределами России на конец квартала было произведено 27% поездок. Поездки в регионе ЕМЕА в совокупности выросли почти в четыре раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. На Африку пришлось примерно 60% GMV в регионе ЕМЕА в июне. База автомобилей каршеринга Яндекс.Драйв на конец квартала составила 14,8 тысячи.

Доставка

К прочим O2O-услугам теперь относится Яндекс.Доставка, Яндекс.Еда и Яндекс.Лавка в Израиле. GMV подсегмента показал рост на 56%, до 23,4 млрд рублей, с выручкой в 8 млрд рублей (+80% год к году).

Яндекс.Лавка в России стала прибыльной на скорректированном уровне EBITDA, что позволило значительно сократить потери бизнеса Яндекс.Еды. Вклад Яндекс.Лавки в России в рост выручки всего сегмента электронной коммерции, райдтеха и доставки стал вторым после подсегмента такси.

В сегменте доставки еды доля собственной доставки достигла 87% по объему GMV. Яндекс.Доставка смогла нарастить количество заказов и общий товарооборот на 1,7х и перешла в положительную зону по скорректированной EBITDA в России и странах СНГ.

Самый крупный сегмент по выручке наконец сумел выйти на положительную скорректированную EBITDA — 2,1 млрд рублей по итогам квартала. Это прежде всего связано с приостановкой инвестиций в активное развитие в связи с текущей макроэкономической ситуацией — с более строгим контролем затрат, включая приостановку найма, оптимизацию маркетинговых и других расходов.

Яндекс сумел снизить относительные потери сегмента электронной коммерции (в процентах от GMV) в два раза по сравнению с аналогичным кварталом прошлого года. Это сдержало замедление темпов роста GMV, в первую очередь за счет оптимизации стратегии ценообразования, более низких рекламной активности и расходов на маркетинг, замораживания найма, а также нормализации общего рынка электронной коммерции в России после пика продаж в марте. Яндекс надеется на ускорение роста уже в третьем квартале 2022 года.

Значительно улучшилась и юнит-экономика (доход на один заказ): +5% с прошлого квартала и +20% с прошлого года. Сейчас она находится вблизи точки безубыточности.

Доля GMV от подписчиков Яндекс.Плюса во втором квартале составила около 60%, а их конверсия в 3,5 раза выше, чем у клиентов без сервисной подписки.

Яндекс также видит синергию с финтех-сегментом (услуги BNPL, «купи сейчас, заплати позже») и, в частности, с продуктом Split. Яндекс.Маркет генерирует 10% GMV за счет покупателей, которые выбирают этот способ оплаты.

На рынке фудтеха Яндекс видит значительный потенциал для дальнейшего роста. Ожидается, что в 2022 году объем этого рынка составит 0,7 трлн рублей. Яндекс планирует увеличить инвестиции в фудтех во втором полугодии текущего года.

Поиск и портал

(43,5% выручки по итогам второго квартала 2022 года)

Второй по размеру выручки сегмент компании. Выручка сегмента выросла на 31% год к году, до 51,2 млрд рублей. Рост был обусловлен устойчивыми тенденциями в рекламной сети Яндекса и в основном в поисковом бизнесе. На руку IT-гиганту также сыграл уход конкурентов с рынка и, как следствие, увеличение доли рынка в результате перераспределения рекламных бюджетов.

Однако в разбивке по секторам рекламные бюджеты все же сократились в сегменте потребительской электроники и бытовой техники из-за приостановки деятельности и отзыва рекламных бюджетов международными компаниями.

Поиск остается одним из основных источников роста доходов от рекламы. Рост в поисковом бизнесе был поддержан дальнейшим увеличением доли поисковика Яндекс (особенно на iOS) на 48,5% (+6,2% год к году).

Скорректированная EBITDA сегмента увеличилась на 53,5%, до 28,5 млрд рублей, при рентабельности в 55,6%. Рост рентабельности бизнеса был связан с контролем затрат в свете общего внимания компании к сохранению денежных средств, а также с ростом доходов от рекламы.

Прочие бизнесы и инициативы

(8,8% выручки по итогам второго квартала 2022 года)

Этот сегмент стал третьим по вкладу в общий объем выручки за квартал. Рост выручки составил +107% год к году. Сюда входят беспилотные автомобили (Яндекс SDG), Дзен, Яндекс.Облако, Яндекс.Образование, умные устройства, финтех, Толока, RouteQ и ряд других экспериментов.

Рост выручки более чем в два раза связан в первую очередь с ростом продаж смарт-устройств (+165% год к году), облачных технологий (+207% год к году) и образовательных услуг.

Спрос на умные устройства Яндекса продолжает расти, но сбои в поставках из-за локдаунов в Китае негативно отразились на темпах роста продаж. Росту спроса на облачные вычисления способствовало значительное увеличение доли Яндекса на внутреннем рынке после ухода конкурентов.

Несмотря на выход смарт-устройств и «облака» на безубыточность по скорректированной EBITDA, совокупный убыток по скорр. EBITDA составил 2,9 млрд рублей (включая 1,5 млрд рублей инвестиций в беспилотники) по сравнению с 2,8 млрд рублей во втором квартале 2021 года. Тем не менее сегмент продемонстрировал существенное улучшение относительных убытков в процентах от выручки.

Яндекс.Плюс

и развлекательные услуги

(5,2% выручки по итогам второго квартала 2022 года)

Выручка этого сегмента выросла на 50% год к году. Основным драйвером стал рост доходов от подписки (рост на 61% в годовом исчислении) на фоне расширения базы платных абонентов, а также изменения тарифов. Количество подписчиков Яндекс.Плюса достигло 13,7 млн (рост на 53% в годовом исчислении) на конец второго квартала 2022 года.

В среднем подписчики Плюса производят покупки на 37% чаще, по сравнению с остальными пользователями, и с большим чеком (на 85%). Подписчики Яндекс.Плюса в среднем генерируют около 60% GMV для Маркета, Еды и Лавки.

Кинопоиск сохраняет первое место на рынке видео по запросу по общему количеству подписчиков, а также платных подписчиков: 6,2 млн от общей MAU составляют подписчики Яндекс.Плюса.

Сегмент тем не менее не смог выйти в плюс по скорректированной EBITDA: убыток вырос в два раза, до 2,6 млрд рублей.

Сервисы объявлений

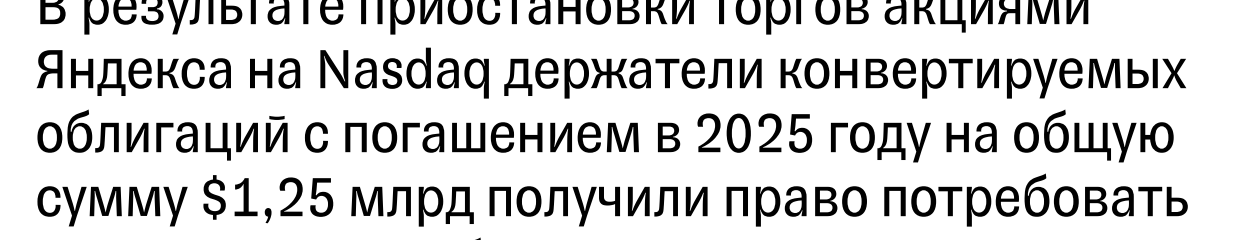
(1,8% выручки по итогам второго квартала 2022 года)

Выручка выросла на 5% год к году на фоне повышения комиссий дилеров, а также сильных показателей Яндекс.Недвижимости, которые компенсировали негативное влияние значительного спада на рынке новых автомобилей.

Скорректированная EBITDA сегмента составила 541 млн рублей — это на 26% ниже прошлогодних значений.

Несмотря на крайне сложный внешний фон, Яндексу удалось показать по итогам второго квартала довольно высокие финансовые результаты. Инициативы компании по оптимизации затрат и сохранению денежных средств принесли свои плоды.

Скорр. EBITDA по сегментам, млрд руб



Источник: данные компании

Коротко

Торговля акциями класса A на Nasdaq по-прежнему приостановлена. Яндекс продолжает рассматривать различные варианты, в том числе размещение бумаг на другой международной фондовой бирже.

В результате приостановки торгов акциями Яндекса на Nasdaq держатели конвертируемых облигаций с погашением в 2025 году на общую сумму \$1,25 млрд получили право потребовать погашения этих облигаций по номиналу и с учетом уже начисленных процентов (купон по этому выпуску — 0,75%). По состоянию на 30 июня 2022 года Яндекс завершил покупку и погашение 93,2% совокупной номинальной стоимости этих облигаций. У Яндекса также есть колл-опцион, дающий право выкупить все облигации до 12 сентября 2022-го по цене покупки. Яндекс взял на себя обязательство выкупить 100% облигаций.

Ну и что?

- Несмотря на крайне сложный внешний фон, Яндексу удалось показать по итогам второго квартала довольно высокие финансовые результаты. Инициативы компании по оптимизации затрат и сохранению денежных средств принесли свои плоды.
- Выручка выросла на 45% год к году, а скорректированная EBITDA увеличилась более чем в четыре раза, до 25,7 млн рублей. Консолидированная чистая прибыль также сумела вернуться в положительную зону после убытков в прошлом квартале.

- Сегмент электронной коммерции, райдтеха и доставки (крупнейший по выручке) сумел выйти в плюс по скорректированной EBITDA впервые за долгое время. Однако оптимизация затрат в сегменте повлекла замедление темпов роста товарооборота. Но Яндекс надеется на ускорение роста уже в третьем квартале 2022 года.
- Сейчас акции компании торгуются с мультипликатором EV/S, равным 1,8х, и с EV/EBITDA на уровне 17,8х.
- Несмотря на крайне сложный внешний фон, Яндексу удалось показать по итогам второго квартала довольно высокие финансовые результаты. Инициативы компании по оптимизации затрат и сохранению денежных средств принесли свои плоды.

Остались вопросы?

Задайте их вашему персональному менеджеру

⚠️ Ценные бумаги и другие финансовые инструменты, упомянутые в данном обзоре, приведены исключительно в информационных целях; обзор не является инвестиционной идеей, советом, рекомендацией, предложением купить или продать ценные бумаги и другие финансовые инструменты. Уведомляем Вас о том, что при приобретении и владении иностранными ценными бумагами вы можете столкнуться с рисками депозитарной инфраструктуры, связанными с геополитической ситуацией.

[Весь текст дисклеймера](#)