

МКПАО «Яндекс»

Финансовые результаты Яндекса за 2 квартал 2024 год

Транскрипт аудиозаписи звонка на русском языке

Оператор

Уважаемые дамы и господа! Приветствуем вас на звонке, посвященном финансовым результатам Яндекса за 2 квартал 2024 года. Звонок записывается. Прошу обратить внимание: на экране будет транслироваться презентация компании. На этом передаю слово компании. Прошу вас.

Екатерина (представитель Компании)

Добрый день! Мы рады приветствовать вас на первом звонке компании МКПАО «Яндекс», посвященном результатам 2 квартала 2024 года. На этом звонке мы расскажем о результатах квартала и ответим на ваши вопросы на сессии Q&A. После звонка мы выложим стенограмму основной части звонка. Слайды уже доступны на нашем сайте для инвесторов.

Следующий слайд, пожалуйста.

Как обычно, важный дисклеймер немного на юридическом. Презентация может содержать прогнозные заявления, связанные с рисками и неопределенностями. Фактические результаты могут существенно отличаться от результатов, прогнозируемых или подразумеваемых такими заявлениями, и их не следует рассматривать как показатель будущих результатов нашей деятельности. Вся информация в настоящей презентации приведена по состоянию на 30 июля 2024 года (если не указано иное), при этом Яндекс прямо отказывается от обязанности обновлять указанную информацию, если закон не требует иного.

Спасибо. С формальными частями мы закончили. И теперь я передаю слово Александру. Следующий слайд, пожалуйста.

Александр (представитель Компании)

Спасибо, Катя.

Не буду долго задерживаться на этом слайде. В июле мы закончили разделение двух бизнесов, новой головной компанией стала российская компания МКПАО «Яндекс», зарегистрированная в Калининграде. Компания сохранила все основные активы нидерландской компании Яндекс N.V., за исключением дата центра в Финляндии и четырех зарубежных стартапов.

Выручка и [скорректированный показатель] EBITDA головной компании в 2023 году составили 798 млрд рублей и 121 млрд рублей против 800 млрд рублей и 97 млрд рублей Yandex N.V., который вы можете помнить по релизу Yandex N.V.

Кроме того, 24 июля акции начали торговаться на Московской бирже под тикером YDEX.

Следующий слайд.

Мы с вами долго не общались, и я хотел бы просто напомнить, что такое Яндекс.

Многие из вас часто пользуются нашими сервисами: кто-то на ежедневной основе ищет информацию или товары в Поиске, кто-то ездит на такси или самокате, заказывает продукты и готовую еду в Лавке и Еде пользуется навигатором, получает килограмм огурцов от родителей через Яндекс Доставку, начинает утро с Алисой, приходя вечером, смотрит сериал на Кинопоиске, слушает Яндекс Музыку или читает книжку в Букмейте, бронирует туры в Путешествиях, рисует картинку в Шедевруме. И так далее — пользовательские сценарии можно перечислять бесконечно.

Кроме того, мы являемся партнером для наших рекламодателей, таксопарков, продавцов, а также предоставляем ИТ-услуги, такие как облачные технологии, нашим B2B-клиентам.

Все это стало возможным благодаря диверсификации нашего бизнеса, развитию новых продуктов и новых рынков с применением наших технологий.

Следующий слайд, пожалуйста.

Теперь непосредственно к результатам 2 квартала.

На уровне Группы выручка компании во 2 квартале выросла на 37% год к году. Росту выручки в абсолютных значениях в рублях способствовали Поиск и портал, бизнесы Екома, Райдтех, Плюс и развлекательные сервисы и другие. Бизнесы для вашего удобства перечислены в порядке убывания эффекта на прирост выручки год к году.

Прибыль по скорректированному показателю EBITDA выросла на 56% год к году и составила 47,6 млрд руб. Рентабельность этого показателя составила 19,1% и стала самым высоким показателем за шесть кварталов по Группе.

Обратите внимание, что мы ориентируемся на более консервативный показатель EBITDA, который включает в себя расходы по операционной аренде. Вынос этих расходов ниже показателя EBITDA, как принято некоторыми компаниями, которые отчитываются по стандартам МСФО, приводит нас к скорректированной EBITDA в 52 млрд рублей. Оба показателя EBITDA вы можете для своего удобства найти в первой таблице нашего пресс-релиза.

Инвестиции в капитальные затраты составили 9% от выручки во 2 квартале.

Численность основного персонала выросла на 16% до 26,7 тысяч человек. Это узнаваемая вами цифра. Однако компания обеспечивает занятостью большее количество людей. Это ассессоры, сотрудники колл-центров и другие поддерживающие функции. Общая численность персонала на конец квартала составила 85 тысяч человек и выросла на 26% год к году. При этом важно понимать, что наши сервисы предоставляют возможность зарабатывать миллионам людей в стране. Это и наши партнеры водители, курьеры, кладовщики и многие другие.

Следующий слайд, пожалуйста.

Переходя к структуре выручки во 2 квартале 2024 года, обратите внимание на темпы роста наших основных сегментов. Несмотря на зрелость наших бизнесов, некоторые из которых существуют десятилетиями, мы показываем существенные темпы роста по всем направлениям.

Следующий слайд.

Спустя долгое время, мы возобновляем практику делиться нашими ожиданиями по основным показателям на текущий год. В настоящее время мы предполагаем, что общая выручка Группы в 2024 году вырастет в диапазоне от 38% до 40%. Учитывая, что рост выручки в первом полугодии был 38%, мы предполагаем как минимум сохранение, если не ускорение, темпов роста выручки во втором полугодии 2024 года.

По нашим ожиданиям, скорректированный показатель EBITDA группы за 2024 год составит от 170 до 175 млрд рублей. Мы планируем продолжить инвестировать в наши фокусные направления, среди которых развитие генеративного искусственного интеллекта, Екома, Облако, усиление позиций Яндекс Путешествий, Финтеха, и других направлений, а также в продвижение наших технологий в мире.

Несмотря на то, что многие наши рынки уже достаточно зрелые, мы считаем, что у компании есть много точек для роста как в этих бизнесах, так и во многих других перспективных направлениях. Рекламный рынок, например, заходит в принципиально новую стадию развития, и наше технологическое преимущество здесь может оказаться определяющим. Наша экосистема и дистрибуционная платформа — отличный способ запуска и роста новых способов потребления. Мы видим большие перспективы в Облаке, Финтехе, Екоме, B2B, продвижении наших технологий в мире. Это огромные рынки, на которых нам есть что сказать.

Следующий слайд.

Несмотря на то, что мы продолжаем демонстрировать уверенный рост и инвестировать в развитие наших бизнесов, Совет директоров по предложению менеджмента рассмотрит вопрос о выплате первых дивидендов в размере 80 рублей на акцию. С учетом всех корпоративных процедур

Оператор

Дамы и господа! Возникла маленькая техническая неполадка. В данный момент она устраняется. Пожалуйста, оставайтесь с нами. Извините за неудобства.

Екатерина (представитель Компании)

Добрый день еще раз! Подскажите, пожалуйста, слышно ли нас сейчас.

Оператор

Всё слышно.

Екатерина (представитель Компании)

Всё чудесно, спасибо. Александр, продолжай, пожалуйста.

Александр (представитель Компании)

Два года не пользовались современными технологиями. Короче, первый блин комом.

Я думаю, что вы нас потеряли на разговоре про дивиденды.

Несмотря на то, что мы продолжаем демонстрировать уверенный рост и инвестировать в развитие наших бизнесов, Совет директоров по предложению менеджмента рассмотрит вопрос о выплате первых дивидендов в размере 80 рублей на акцию. С учетом всех корпоративных процедур мы ожидаем, что дивиденды будут выплачены не позднее конца октября 2024 года. Мы полагаем, что в будущем будем платить дивиденды на полугодовой основе.

Давая такую рекомендацию Совету директоров, менеджмент принял во внимание многие факторы, включая динамику финансовых результатов компании, потребность в инвестициях для обеспечения будущего роста, уровень долговой нагрузки и уровень рыночной конкуренции.

Следующий слайд.

Теперь мы перейдем к динамике развития сегментов. И следующий слайд, пожалуйста.

Поиск и портал — наш основной зарабатывающий бизнес — вырос на 32% год к году. Выручка составила 103 млрд рублей. Рост обусловлен увеличением поисковой доли, расширением рекламного инвентаря, в том числе на мобильных платформах, и повышением эффективности рекламных форматов за счет развития технологий. Рентабельность бизнеса составила 50.7%. При этом мы продолжали нанимать специалистов для развития продуктов для малого и среднего бизнесов, усиления направлений Екома, и, конечно, продолжили инвестировать в развитие продуктов и технологий, включая нейросети.

У Поиска около 107 миллионов активных пользователей ежемесячно, а дневная аудитория приближается к 50 миллионам [активных пользователей] в России. Наша доля на рынке поиска продолжает расти и близка к историческому рекордному уровню, а количество поисковых запросов увеличилось на 7% год к году. На фоне улучшений поиска, в том числе за счет внедрения генеративных нейросетей, это очень высокий показатель для зрелого бизнеса. В апреле этого года мы объединили возможности поиска и больших генеративных моделей в новом сервисе Нейро. И хотя генеративный искусственный интеллект пока показывает ограниченную монетизацию во всем мире, мы верим в этот бизнес, потому что умеем делать хорошие продукты на основе передовых технологий. Продолжение роста запросов на базе искусственного интеллекта и умение их монетизировать может быть новым прорывом в мире поиска и монетизации онлайн-рекламы.

Вы можете обратить внимание на нормализацию темпов роста выручки этого сегмента. Такая динамика обусловлена высокой базой первого полугодия прошлого года в результате изменения конкурентной среды на рекламном рынке.

Поиск — зрелый бизнес, которому 27 лет и который работает на рынке с достаточно высоким проникновением, что будет и дальше влиять на нормализацию темпов роста бизнеса. При этом есть факторы, которые нам помогают: уход западных площадок с рекламного рынка сократил много инвентаря. Мы работаем над поиском новых проектов, форматов и площадок, чтобы создавать новый инвентарь на рынке. Появление новых брендов взамен ушедших нам тоже безусловно помогает.

Следующий слайд, пожалуйста.

Наша поисковая доля продолжает расти на всех платформах. При этом важно понимать, что глобальные поисковики доступны на нашем домашнем рынке и люди продолжают ими пользоваться. Рост нашей доли отражает качество нашего сервиса.

Доля на мобильных платформах также продолжает расти, несмотря на постепенное увеличение доли телефонов, которые ввозятся в страну без предустановленного Поиска или браузера Яндекса

Рост выручки на мобильных платформах составляет почти две трети от общей выручки, и улучшение монетизации на мобильных платформах — один из фокусов нашего бизнеса.

Следующий слайд.

Несмотря на зрелость этого бизнеса, мы продолжаем работать над эффективностью наших продуктов.

В Рекламной Сети Яндекса (РСЯ) мы расширяем инвентарь на мобильных. Количество подключенных мобильных приложений к РСЯ увеличилось на 38% год к году, а рост выручки от рекламы в мобильных приложениях партнеров РСЯ составил 79% по сравнению с прошлым годом.

Малый и средний бизнес — один из ключевых драйверов рекламной выручки. Наши рекламные технологии помогают МСБ продвигать свои сервисы и продукты. На этот сегмент приходится порядка 55% нашей рекламной выручки. Одним из важных продуктовых запусков квартала стала реклама без сайта для малого и среднего бизнеса. Этот инструмент Яндекс Директа создает рекламное предложение на основании Yandex GPT. Для этого достаточно в свободной форме рассказать, чем занимается бизнес рекламодателя.

С точки зрения улучшения эффективности рекламы, мы продолжаем развивать технологии автоматизации, чтобы давать максимальную эффективность рекламодателям.

Автотаргетинг — технология, которая помогает находить целевую аудиторию для рекламных кампаний и повышает ее эффективность, — обеспечил 68% выручки от performance-рекламы в Поиске и 93% — в РСЯ по итогам 2 квартала.

Доля Автостратегий в РСЯ достигла 99% на конец 2 квартала 2024 года. Автостратегия — это способ управления рекламными кампаниями, при котором рекламодатель задает цель, а алгоритмы Яндекса управляют ставками и показами объявлений. Такими целями могут быть рентабельности рекламной кампании, количество привлеченных посетителей и так далее.

Следующий слайд.

Выручка в сегменте Электронная коммерция, Райдтех и Доставка выросла на 42% год к году. Прибыль по скорректированному показателю EBITDA в этом сегменте составила 8,9 млрд рублей, увеличившись на 6 млрд [рублей] квартал к кварталу и на 15 млрд рублей год к году. Это вызвано значительным улучшением экономики всех бизнесов сегмента, включая Яндекс Маркет.

Доля оборота этого транзакционного сервиса в потребительских расходах населения, за вычетом оборота B2B-направлений бизнесов и оборота заправок, составила 2.5% во 2 квартале.

Следующий слайд.

Оборот (GMV) в направлении Райдтеха вырос во 2 квартале 2024 года на 38% год к году в результате роста спроса на услуги сервисов и, соответственно, поездок, а также чека на фоне ограниченного предложения машин эконом-класса и перетока заказов в повышенные классы. Доля поездок в повышенных классах тарифов в Яндекс Такси выросла на 4 п. п. год к году.

Рост выручки обусловлен ростом крупнейшего бизнеса этого сегмента — такси. Аудитория Яндекс Go на конец 2 квартала составила 49 млн человек, на 16% больше, чем год назад. Мы продолжаем инвестировать существенный процент от оборота Такси в субсидии для водителей для привлечения их на платформу, в ситуации существенного роста издержек наших партнеров на фоне увеличения стоимости ремонта машин, удорожания лизинга и высоких цен на новые автомобили. Эффективный take rate (комиссия, определяющая рост выручки сервиса за вычетом субсидий) составила 10% во 2 квартале 2024 года. Доходы наших партнеров в Такси во 2 квартале выросли до 307 млрд рублей.

Уже сейчас Яндекс Такси занимает третье место в мире по количеству поездок после публичных глобальных игроков Uber и DiDi. Увеличение проникновения сервиса такси в среднесрочной перспективе будет определяться ростом заказов на домашнем рынке, развитием более дешевых продуктов, и дистрибуцией наших технологий в мире.

Важными сопутствующими продуктами городской мобильности являются Самокаты и Яндекс Драйв. Яндекс Драйв присутствует в четырех городах России, парк автомобилей вырос на 21% год к году и составил 18 тысяч машин. Мы видим существенный рост утилизации автомобиля (19% год к году) и рост спроса на сервис. Наш парк самокатов вырос до 77 тысяч, на 37% год к году. Аудитория сервиса выросла на 82%.

Екатерина (представитель Компании)

Следующий слайд, пожалуйста.

Александр (представитель Компании)

Товарооборот сервисов Электронной коммерции (GMV) во 2 квартале 2024 года вырос на 53% год к году, в основном за счёт роста частоты заказов на пользователя.

GMV Маркета вырос на 52% на фоне инвестиций в рост в фокусных регионах и роста частоты заказов на пользователя, которая выросла на 35% год к году. Рост оборота Маркета ускорился каждый месяц квартала: в июне, например, он составил 60% и 66% в фокусных регионах.

Рост GMV Фудтеха составил 54% за счет роста базы активных пользователей Лавки и Еды.

Выручка Электронной коммерции выросла на 41% в 2 квартала 2024 года, где наибольший вклад внесли Лавка и Еда.

Доля товарооборота сторонних продавцов на Яндекс Маркете (3P) во 2 квартале 2024 года составила 93% и увеличилась по сравнению с аналогичным показателем год назад, когда она составляла 84%. Мы продолжаем осознанно сокращать долю 1P продаж в GMV Маркета, что естественным образом замедляет рост выручки этого сегмента.

Экономика каждого из бизнесов электронной коммерции существенно улучшилась во 2 квартале 2024 года: в Маркете — за счет фокуса на развитии в целевых регионах, в Еде и Лавке — за счет масштаба бизнеса и продолжающегося улучшения частотности заказов, что совокупно позволяет работать над оптимизацией логистических затрат на заказ при повышении заработка курьера в час. При этом рентабельность Лавки была положительной как по скорректированному показателю EBITDA, так и по Free Cash Flow. Лавка доказала свою бизнес-модель и продолжила ускоряться, в том числе в столицах. Во втором полугодии мы будем инвестировать в развитие новых регионов и больших форматов.

Рентабельность по EBITDA в Екоме в проценте от GMV улучшилась на 5,4 п. п.

Следующий слайд.

Количество активных продавцов на Яндекс Маркете к концу 2 квартала 2024 года выросло на 31% по сравнению с аналогичным показателем год назад и превысило 80 тысяч. Количество наименований товаров на Яндекс Маркете превысило 100 миллионов. Это рост в два раза год к году. Количество Дарксторгов Лавки выросло до 515, при этом мы продолжаем увеличивать долю Лавок с более широким ассортиментом (более 6 тысяч SKU), а также оснащать их модулями горячей еды. Количество активных пользователей Лавки выросло на 41% год к году. Еда продолжает активно развиваться в регионах: доля региональных заказов превысила 60%, количество активных пользователей в месяц увеличилось на 25% по сравнению с прошлым годом.

Мы продолжаем развивать рекламные продукты в сервисах Екома. Рекламная выручка Яндекс Маркета выросла почти в 3 раза год к году. Во 2 квартале она составила почти 5% от GMV по сравнению с 2,6% годом ранее.

Рост валовой стоимости заказов (GMV) Доставки и других O2O-сервисов во 2 квартале 2024 года составил 65% год к году. Сегмент в основном представлен бизнесом Яндекс Доставка, который развивает сервис доставки последней мили в форматах экспресс, доставки на следующий день и карго. Яндекс Доставка пользуется огромным спросом среди малого и среднего бизнеса и является основополагающим партнером для многих наших Еком-сервисов.

Яндекс Заправки — сервис для оплаты топлива на АЗС через приложение — вносит ощутимый вклад в рост товарооборота сегмента за счет значительного объема пролива топлива (630 млн л и он вырос на 54% год к году), при этом не является существенным драйвером роста выручки этого сегмента из-за малой эффективной комиссии сервиса.

Основной рост выручки был обеспечен сервисом Яндекс Доставка на фоне роста посылок.

Следующий слайд.

Сегмент Плюс и развлекательные сервисы представлен линейкой наших контентных сервисов, которые являются основой программы лояльности Яндекс Плюс. Во 2 квартале количество Плюсовиков выросло до 33,7 миллионов человек, при этом число платящих подписчиков выросло на 30% год к году. Этот рост в совокупности с увеличением проникновения дополнительных опций к подписке обеспечил рост выручки сервиса Плюс на 41% год к году. В целом выручка этого сегмента выросла на 43%.

Рентабельность скорректированного показателя EBITDA во 2 квартале 2024 года составила 1,3%. На динамику показателя год к году повлияли как инвестиции в продвижение контента, так и увеличение расходов на персонал и маркетинг, а также прочие расходы, связанные с развитием дистрибуционных механик контентных сервисов.

Следующий слайд, пожалуйста.

За годы работы мы сформировали широкое предложение релевантных контентных сервисов. Эти сервисы, хотел бы отметить, позволяют нам развивать базу наших будущих активных пользователей во всей экосистеме.

Выручка в сегменте Сервисов объявлений выросла на 51% год к году. Яндекс Путешествия — наш сервис бронирования — занял, по нашим оценкам, лидирующее положение на рынке.

Авто.ру вырос за счёт расширения базы дилеров, увеличения их активности как в новых автомобилях, так и в автомобилях с пробегом. Также мы усилили позиции сервиса Яндекс Недвижимость в категории новостроек.

Рентабельность скорректированного показателя EBITDA во 2 квартале 2024 года составила отрицательные 12,6%. Увеличение убытка связано с инвестициями в укрепление позиций Яндекс Путешествий и Недвижимости на соответствующих рынках и дальнейшим развитием Авто.ру, прибыль которого частично покрывает инвестиции в другие фокусные направления сервисов объявлений.

Следующий слайд.

Мы активно инвестируем в наши перспективные направления развития. Этот сегмент включает в себя фокусные для нас направления B2B (в том числе Облако), Устройства, Финансовые сервисы, self-driving vehicles и многое другое. Эти бизнесы важны нам с точки зрения развития новых рынков и дальнейшей диверсификации бизнеса.

Следующий слайд, пожалуйста, и я возвращаю слово Кате.

Екатерина (представитель Компании)

Спасибо большое, Саша.

Обращаю ваше внимание, что следующие два слайда даны в информационных целях и связаны с переходом компании на отчетность по стандартам МСФО. Здесь вы можете найти сравнимые исторические цифры по сегментам. На сайте для инвесторов выложен датабук с этими данными. Пожалуйста, обращайтесь, если вдруг вы его не найдете, по контактам.

Следующий слайд, пожалуйста. И еще один. И следующий.

Теперь мы готовы перейти к секции вопросов и ответов. Я заранее попрошу прощения за то, что мы не сможем ответить на все вопросы, которые поступили к нам в чате, поэтому обратите внимание на последний слайд с контактами и пишите — мы обязательно к вам вернемся в максимально ближайшее время с ответами на те, на которые мы не сможем ответить.