

МКПАО «Яндекс»

Финансовые результаты Яндекса за 1 квартал 2026 года

Транскрипт аудиозаписи звонка на русском языке

Оператор

Уважаемые дамы и господа! Мы рады приветствовать вас на звонке, посвященном финансовым результатам Яндекса за 1 квартал 2026 года. Прямая трансляция звонка также доступна через Телемост. Звонок записывается. Прошу обратить внимание: на экране будет транслироваться презентация компании. На этом передаю слово компании. Алексей, прошу вас.

Алексей Субботин

Добрый день! Мы рады приветствовать вас на онлайн-звонке, посвященном финансовым результатам Яндекса за 1 квартал 2026 года. На звонке мы обсудим результаты прошедшего квартала, а также ответим на ваши вопросы. После звонка мы выложим на сайт его транскрипт. Презентация доступна на нашем сайте для инвесторов.

Следующий слайд, пожалуйста.

Как обычно, важный дисклеймер: данная презентация содержит прогнозные заявления, которые включают риски и неопределенности. Фактические результаты могут значительно отличаться от прогнозируемых или подразумеваемых, и их не следует рассматривать в качестве показателя будущих результатов деятельности компании. Вся информация представлена по состоянию на 28 апреля 2026 года (если не указано иное). МКПАО «ЯНДЕКС» не берет на себя обязательство обновлять эту информацию, если иное не предусмотрено законодательством.

Следующий слайд, и передаю слово Александру.

Александр Балахнин

Всем привет! Очень рад вас приветствовать на нашем звонке.

Мы всегда говорим, что Яндекс — это технологическая компания. И для нас важно, что технологии — это не отдельный слой, а то, что напрямую влияет на экономику наших бизнесов.

В 1 квартале мы продолжили масштабирование ключевых технологических направлений. Во-первых, это ARGUS. Мы уже внедрили эту рекомендательную модель в ряд продуктовых вертикалей — от [Яндекс] Музыки до транзакционных сервисов — и видим эффект через оптимизацию процессов. Теперь мы интегрировали модель в платформу продвижения и рекламы. Мы уже видим улучшение эффективности рекламных инструментов и позитивный отклик со стороны рекламодателей. И это как раз тот тип изменений, который сначала проявляется в метриках эффективности, а затем отражается в финансовых результатах — по мере масштабирования в течение года.

Во-вторых, физический AI. Мы расширяем географию рободоставки и готовим кратное увеличение флота. И здесь важно не только масштабирование, но и экономика — по мере роста доли роботизации сервис становится более эффективным и предсказуемым.

Третье — внедрение искусственного интеллекта (ИИ) в разработку показало средний рост производительности инженеров на 43% за последний год. Мы переходим от экспериментов к масштабированию этого опыта. Так, мы запустили Stackland — платформу, которая ускоряет разработку ПО в закрытом контуре компаний и позволяет снизить затраты на разработку в полтора раза и снизить time to market, ускоряя, таким образом, внедрение ИИ. Саму эту платформу мы писали с использованием ИИ, и это потребовало на 60% меньше инженеров, чем это было бы в рамках традиционного пути разработки.

Если смотреть по объему продуктового кода по компании, он вырос в марте на 45% год к году, во многом за счет использования ИИ. Это позволяет быстрее создавать новые и улучшать существующие продукты, а также адаптироваться под динамичную внешнюю среду.

В целом мы сейчас находимся в точке, где использование AI растет быстрее, чем любой продукт в истории компании, и постепенно начинает появляться первый слой монетизации и улучшения эффективности.

Следующий слайд.

Скажу пару слов про операционную среду в 1 квартале 2026 года. Она была непростая: продолжается замедление экономики, была нетипичная сезонность и сказывалось ограничение в работе интернета. Тем не менее, на этом фоне мы сохранили рост и улучшили эффективность.

В 1 квартале выручка составила 372,7 млрд рублей, что показывает рост 22% год к году. Скорректированная EBITDA выросла на 50% до 73,3 млрд рублей, рентабельность достигла почти 20%. Скорректированная чистая прибыль выросла в 2,7 раза до почти 35 млрд рублей.

Наши бизнесы разные, находятся в разной фазе продуктовых изменений и по-разному подвержены воздействию макро-ситуации, но именно это позволяет нам демонстрировать такие финансовые результаты. С одной стороны, это результат дисциплины — управление затратами, фокус на эффективности, возврат на капитал. С другой стороны, это отражение масштаба и структуры самого бизнеса.

Следующий слайд.

Важно понимать, что Яндекс сегодня — это не набор отдельных сервисов. Это крупнейшая в России цифровая дистрибуционная платформа. У нас десятки миллионов пользователей в ключевых продуктах, около 110 млн [человек] аудитории в Поиске, почти 61 млн пользователей в Городских сервисах, 48 млн подписчиков Плюса. И это не просто аудитория. Это связанная экосистема, где пользователи взаимодействуют с несколькими сервисами одновременно. Это дает нам несколько ключевых преимуществ. Во-первых, дистрибуция новых продуктов. Мы можем масштабировать новые технологии — в первую очередь AI — через уже существующие поверхности, а не строить их с нуля. Во-вторых, это монетизация. Наличие собственной рекламной платформы, платежных инструментов и транзакционных сервисов позволяет нам быстрее конвертировать пользовательский опыт в выручку. И в-третьих, операционный рычаг. Наша задача — конвертировать максимум

валовой прибыли наших зрелых бизнесов в итоговый финансовый результат. Этот подход позволяет постоянно повышать их эффективность, финансировать наши технологические прорывы и улучшать на возврат на капитал по всей компании.

Второй важный элемент — это инфраструктура. Яндекс сегодня обладает крупнейшей IT-инфраструктурой в России: это более 200 МВт мощности дата-центров, свыше 150 тысяч серверов и десятки терабит внешнего трафика. Это фундамент, который позволяет нам обучать и развивать собственные AI-модели, обеспечивать стабильность и качество сервисов и быстро масштабировать новые продукты. Важно, что эта инфраструктура уже создана и продолжает развиваться. Отчасти поэтому временная волатильность Сарех, которую мы видим в 1 квартале, не отражает наших реальных инвестиционных возможностей и планов. По году мы ожидаем Сарех на уровне 10–12% от выручки, что соответствует нашему историческому уровню.

Следующий слайд, и мы переходим к бизнес-группе Поиск и ИИ.

В сегменте Поиска и ИИ выручка снизилась на 1%. Помимо макродавления, на это повлияли изменения внутригрупповых расчетов, эффект которых, по сути, заканчивается в 1 квартале. Обратную сторону этого эффекта вы можете видеть в масштабном снижении общегрупповых расходов компании.

Если смотреть на underlying динамику по всему Яндексу, оборот рекламы и продвижения вырос примерно на 9% год к году. Мы видим восстановление спроса в ряде категорий: Путешествия и туризм выросли на 22%, Фарма и медицина — на 21%, Финансы и страхования — на 16%. И это происходит на фоне всё еще очень сдержанного макро.

Главный драйвер — это эффективность. Интеграция ARGUS уже привела к улучшению ROI для рекламодателей. По мере масштабирования этих решений это начнет отражаться и в динамике выручки ближе ко второй половине года.

Теперь про Алису AI.

Аудитория продолжает расти, это 24 млн еженедельных пользователей в чатах. Замечу, это наш ключевой фокус. Кроме того, почти 50 млн пользователей ежемесячно взаимодействуют с быстрыми ответами Алисы AI под поисковой строкой. Алиса AI стала самой быстрорастущей российской нейросетью и продолжает оставаться самым популярным ИИ-сервисом в России. Важно, что мы начинаем видеть первые сценарии монетизации через подписку, рекламу и транзакции. Пока это ранняя стадия, но это уже не вопрос «если», это вопрос темпов масштабирования этих сценариев в течение ближайших кварталов.

По EBITDA у нас было падение год на год, и это связано с наращиванием инвестиций в развитие наших ИИ-продуктов, отчасти с эффектом базы и изменением внутригрупповых расчетов. В течение года мы ожидаем выправления динамики по EBITDA в этом блоке.

Следующий слайд.

В Городских сервисах выручка выросла на 18%, EBITDA выросла в 2,5 раза. Несмотря на макро, сезонность и ограничение предложения, бизнес остается очень устойчивым. Наш ключевой фокус — это экономика. Мы системно фокусируемся на unit economics и оптимизируем фиксированные затраты во всех бизнесах без исключения. Маркет — хороший пример в этом.

Мы пошли на сознательное замедление GTV ради улучшения экономики через оптимизацию промо-механик, маркетинговой активности и фиксированных затрат.

Помимо этого, в Городских сервисах начинают работать несколько структурных драйверов по дальнейшему улучшению этого бизнеса. Первое — это домонетизация, которая включает в себя Рекламу, Финтех и страховые продукты. Это естественный источник дополнительного дохода, который становится особенно важным в условиях замедления экономики. Второе — это роботизация. По мере роста доли автоматизации сервис становится более предсказуемым с точки зрения затрат и менее чувствительным к инфляции. И третье — это внедрение AI в наши бизнес-процессы, которое позволяет снижать стоимость привлечения и удержания пользователей при одновременном улучшении качества сервиса. Всё это работает на улучшение долгосрочного профиля прибыльности блока.

Следующий слайд.

В Персональных сервисах выручка выросла на 30%, и мы достигли положительной EBITDA. Кроме того, Финтех показал положительный финансовый результат. На рентабельности сегмента также сказывается объем инвестиций в распространение наших технологий на новых рынках, но это давление будет со временем ослабевать.

Ключевой операционный фокус — это рост стереопользователей, тех, кто использует продукты не менее двух направлений. Это важно, потому что это ядро аудитории, которое формирует долгосрочную монетизацию. Напомню, что у нас 48 млн подписчиков [Яндекс] Плюса в 1 квартале.

В 1 квартале мы видели временное замедление темпов роста выручки развлекательных сервисов, но ожидаем ускорения по мере реализации продуктовых инициатив. Важно, что в этом сегменте мы видим значительный операционный рычаг. Наше технологическое лидерство и масштаб платформы означают, что по мере роста выручки будет улучшаться маржинальность. Мы растем не только количественно, но и качественно за счёт более глубокого вовлечения пользователей наших платформ. Например, на обновленной платформе Кинопоиска более 13 млн подписчиков Яндекс Плюса смотрели фильмы, сериалы и шоу, доступные на витринах партнеров. Это сегодня 19% от всего времени просмотра на платформе.

В Финансовых сервисах GMV вырос на 30% и превысил 300 млрд рублей, более половины из которых совершаются за пределами нашей экосистемы. Обращу внимание, что внешний оборот растет существенно быстрее, и это подтверждает устойчивость нашей бизнес-модели.

Следующий слайд.

Б2Б Тех среди всех наших бизнесов наименее подвержен давлению со стороны замедления потребительского спроса. Его выручка выросла на 36%, и маржинальность улучшается. Ключевые драйверы для нас — это ИИ и безопасность, где выручка выросла в два раза год на год, а также рост объемов использования наших PaaS продуктов клиентами. С учетом размера нашей инфраструктуры и широты решений, которые мы предлагаем, текущая динамика цен на новое оборудование дает нам конкурентное преимущество на рынке.

Отдельно замечу, что запущенная в прошлом году Yandex AI Studio показывало кратный рост использования — примерно в 30 раз год к году, до 109 млрд токенов в марте. Тут, конечно, есть эффект низкой базы, поэтому обращу внимание, что за квартал потребление токенов

выросло в 1,5 раза. Это ранняя стадия, но уже видно формирование нового рынка, и рост спроса носит структурный характер.

Мы развиваем Яндекс 360 как экосистему офисных решений. Ей уже пользуются более 175 тысяч организаций, общее количество платных пользователей продукта достигло 8,3 млн.

Аудитория [Яндекс] Телемоста — одного из флагманских продуктов направления — выросла в три раза год к году и превысила 8,3 млн пользователей.

Следующий слайд.

В Автономных технологиях у нас более 500 роверов на улицах города. План — довести это количество до 5 тысяч [роверов] до конца года. Но основная цель — это эффективность. В районах, где мы масштабируем роверы, мы планируем достичь существенного снижения стоимости доставки. В ближайшее время мы поделимся первыми результатами такого подхода.

Роботакси. Как мы говорили, до конца 2026 года планируется вывести 200 машин на улицы города. Мы постепенно переходим от разработки к коммерциализации. Кроме того, мы продолжаем развивать нашу платформу роботраков.

Хочу обратить внимание, что в сегменте Автономных технологий мы не просто создаем технологию. Мы используем существующий рычаг наших городских сервисов для постоянного улучшения продукта, скорости масштабирования и улучшения экономики.

Следующий слайд.

Здесь я, пожалуй, обращаю ваше внимание на то, о чем мы говорили последние четыре квартала. Ключевой фокус — это контроль затрат и оптимизация внутригрупповых расчетов. Как следствие, финансовый результат сегмента существенно улучшается. Также не могу не отметить, что неденежные расходы по программе мотивации продолжают снижаться, как мы и говорили.

Следующий слайд.

Мы подтверждаем прогноз: рост выручки около 20% [год к году] и EBITDA на уровне 350 млрд [рублей] за 2026 год. Кроме того, мы ожидаем, что капитальные вложения составят 10–12% от выручки в 2026 году, что примерно соотносится с нашим долгосрочным уровнем инвестиций на протяжении последних пяти лет. Не могу не заметить, что это всё при существенном росте рентабельности по EBITDA. При этом мы сохраняем осторожность в оценке макроситуации, которая, конечно, далека от исправления.

Следующий слайд.

На этом слайде я хотел бы показать вам, как наши ежедневные действия за последние годы отражаются на создаваемой нами экономической стоимости. В конечном итоге все сводится к возврату на капитал. Именно этот показатель и определяет долгосрочное создание стоимости для акционеров.

Возврат на капитал за последние годы существенно вырос и сейчас находится на уровне выше 30%. Это один из самых высоких уровней за всю публичную историю компании. Для

контекста в 2023 году он был на уровне 14%. И важно не просто само значение, а то, что за ним стоит. Это не результат одного удачного года или какого-то отдельного сегмента. Это результат системной работы по всей компании: дисциплины в выборе рынков, на которых мы работаем, фокуса на unit economics в каждом продукте, последовательного контроля над постоянными затратами. Мы выбираем позиции, где можем создать долгосрочное конкурентное преимущество и заработать возврат на капитал. И вы уже видите это в динамике наших бизнесов: в Городских сервисах — через кратный рост EBITDA и улучшение экономики, в Персональных сервисах — через переход к платформенной модели развития, в B2B — через рост с одновременным расширением маржи, в более зрелых сегментах — через повышение эффективности общих расходов.

При этом важно подчеркнуть: этот уровень возврата на капитал уже включает в себя наши масштабные инвестиции в ИИ, в автономные технологии и инфраструктуру. Мы уже сегодня показываем высокий возврат, одновременно инвестируя сотни миллиардов рублей в следующие технологические циклы. И это, на наш взгляд, ключевая характеристика текущего состояния Яндекса. Наши зрелые бизнесы генерируют устойчивый и растущий денежный поток. Вместе с высокой дисциплины по аллокации капитала это дает нам возможность инвестировать в новые технологии с высоким возвратом, масштабировать уже доказанные направления и одновременно улучшать профиль вознаграждения акционеров. В конечном счете, именно возврат на капитал является для нас главным ориентиром при принятии решений. И, по сути, это тот показатель, ради которого строится вся наша операционная и инвестиционная модель.

Следующий слайд.

До какой-то степени динамика возврата на капитал подводит к этому слайду. Для нас байбек — это один из инструментов создания стоимости для акционеров, которого не хватало в нашем арсенале. Поэтому 4 мая Совет директоров рассмотрит вопрос об одобрении программы обратного выкупа до 50 млрд рублей для программы мотивации сроком на два года. Это позволит ограничить прирост количества акций в свободном обращении и является привлекательным инструментом использования капитала.

Это заключительный слайд нашей презентации. Спасибо, и мы готовы перейти к вопросам.