МКПАО «Яндекс»

Финансовые результаты Яндекса за 3 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 3 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, представитель Компании

Добрый день! Мы рады приветствовать вас на онлайн-звонке, посвященном финансовым результатам Яндекса за 3 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 29 октября 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, представитель Компании

Лёша, спасибо большое! Приветствую всех на нашем звонке, посвященном результатам 3 квартала. Прежде чем перейти к результатам, хочу остановиться на событиях последних недель и рассказать, как Яндекс справляется с их последствиями.

В октябре мы столкнулись с беспрецедентными атаками на наши дата-центры. Самое важное — в результате этих атак никто не пострадал. Масштаб произошедшего действительно серьезный. Несмотря на значительные повреждения инфраструктуры, нам удалось восстановить ключевую функциональность всех основных сервисов. Сегодня миллионы людей могут заказывать такси и еду, строить маршруты, пользоваться Поиском и другими нашими продуктами. Мы также восстановили основные возможности рекламных кабинетов: рекламодатели могут создавать и редактировать кампании в [Яндекс] Директе, управлять их запуском и бюджетами. При этом показы рекламы продолжались даже в период, когда доступ к отдельным инструментам был ограничен. Мы продолжаем восстанавливать доступ к данным пользователей и корпоративных клиентов. На сегодняшний день мы уже вернули доступ к 96% данных на Яндекс Диске и более чем к 90% данных клиентов Yandex Cloud.

Конечно, работа по восстановлению еще продолжается, но ключевая функциональность наших сервисов уже доступна пользователям и бизнесу. При этом хочу подчеркнуть, насколько сложной оказалась эта работа. На сервисы повлиял не только масштаб самих повреждений, но и необходимость экстренно остановить часть инфраструктуры для ее безопасности. Инженерам пришлось в короткие сроки перестраивать работу многих систем, адаптировать их к доступным мощностям и снижать нагрузку на инфраструктуру. Мы автоматизируем процессы и пересматриваем отдельные технические решения. За этим стоит большая работа наших инженеров. Я хочу поблагодарить всю команду за то, что сделано за последние недели, и, конечно, наших партнеров и коллег по рынку, которые предложили свою помощь и поддержали нас.

Но важно понимать, что этого удалось добиться не только благодаря усилиям последних недель. Во многом нам помогли технологии и инженерные решения, которые мы развивали на протяжении многих лет. Мы создавали резервные мощности, повышали надежность сервисов и готовились к различным сценариям сбоев. Сейчас одним из наших главных приоритетов стало развитие распределенной инфраструктуры — по факту ее децентрализация. Мы хотим, чтобы работа сервисов как можно меньше зависела от отдельных дата-центров, и при возникновении проблем нагрузку можно было переносить на другие площадки.

Еще один важный фактор — использование искусственного интеллекта (ИИ) в разработке. В прошлом квартале мы рассказали о программе 75/75/75. Сегодня 96% наших разработчиков регулярно используют ИИ-агентов, и мы уже превысили целевой показатель. Это оказалось особенно важно в последние недели. Команды смогли быстро задействовать ИИ-инструменты для восстановления инфраструктуры и сервисов. Наши инженеры использовали ИИ во многих процессах — от переноса сервисов на новую инфраструктуру до поиска ошибок и оптимизации потребления ресурсов. С его помощью команды также создавали новые инструменты для восстановления и резервные версии продуктов.

Не менее важную роль сыграла и финансовая устойчивость компании. Мы последовательно работали над повышением эффективности бизнеса, укреплением баланса и ростом денежного потока. В результате Яндекс подошел к событиям октября с низкой долговой нагрузкой и значительными финансовыми ресурсами.

Теперь несколько слов о финансовых последствиях атак. Их точный масштаб нам еще предстоит оценить. Я понимаю, что вас эти цифры интересуют уже сейчас, и поэтому я дам несколько факторов, которые могут помочь вам составить представление о возможном эффекте.

Прежде всего, это скорость восстановления сервисов. Буквально за несколько дней мы восстановили работу основных сервисов, хотя работа над возвращением дополнительных функций еще продолжается. Кроме того, мы сохранили все три наших суперкомпьютера. Они не пострадали в результате атак, и сейчас мы разворачиваем их на новых площадках. Мы продолжим использовать эти вычислительные мощности как для работы сервисов, так и для обучения собственных фундаментальных ИИ-моделей. Ну и наконец, мы восстановили весь ключевой функционал монетизации наших бизнесов — рекламу, подписку и транзакции — что обеспечивает нашу финансовую стабильность и перспективы развития компании.

Но это не означает, что финансовых последствий не будет. Мы уже понимаем, что события октября повлияли на выручку и прибыльность 4 квартала относительно нашего базового сценария. Обычно в октябре мы уже достаточно точно понимаем, какими будут финансовые результаты года, но сейчас ситуация другая: события последних месяцев влияют не только на наш бизнес, но и на ситуацию вокруг нас.

Конечно, мы управляем своими операционными решениями, развиваем инфраструктуру, эффективно используем доступные ресурсы и продолжаем улучшать работу сервисов. Но мы не можем точно предсказать, как будет развиваться ситуация и как это отразится на наших финансовых результатах до конца года. Мы не хотим создавать у рынка иллюзию определенности там, где ее сегодня объективно быть не может. Поэтому мы приняли решение отозвать ранее опубликованные прогнозы по выручке и EBITDA на 2026 год. Когда ситуация станет более предсказуемой, мы рассмотрим возможность вернуться к публикации прогнозов. Вместе с тем, несмотря на последствия атак мы не меняем наши планы по капитальным затратам в 2026 году. Запланированных инвестиций достаточно как для дальнейшего развития бизнеса, так и нашей инфраструктуры.

А теперь предлагаю перейти к результатам 3 квартала. Напомню, что отчетный период завершился 30 сентября, поэтому октябрьские события не повлияли на финансовые показатели, которые мы сегодня представляем. При этом результаты квартала позволяют увидеть, с какими финансовыми и операционными показателями Яндекс подошел к событиям октября. И именно на этом я предлагаю сейчас остановиться.

Следующий слайд.

В этом квартале мы работали в условиях обострения геополитических рисков и сложной макроэкономической ситуации. Выручка группы в 3 квартале выросла на 12% год к году и составила 411 млрд рублей. Скорректированный показатель EBITDA по итогам 3 квартала вырос на 12% год к году до 88 млрд рублей, а по итогам девяти месяцев — на 30% год к году до 250 млрд рублей. Это еще раз подчеркивает уровень нашего операционного рычага.

Динамика нашей выручки зависит не только от макроэкономической ситуации. Конечно, мы работаем в тех же рыночных условиях, что и остальные компании, но на наши результаты влияют и решения, которые мы принимаем сами. Мы не стремимся максимизировать темпы роста выручки любой ценой. Для нас важно, чтобы этот рост был прибыльным и устойчивым, и в отдельных случаях мы сознательно выбираем более умеренные темпы роста сегодня, если понимаем, что это позволит нам обеспечить более высокую эффективность бизнеса в будущем.

Яндекс занимает уверенные лидирующие позиции на рынках цифровой рекламы, персональной мобильности, фудтеха, развлекательных сервисов и многих сегментах B2B-рынка. Масштаб бизнеса и диверсификация обеспечивают Яндексу дополнительную устойчивость в условиях внешних вызовов. Большинство наших бизнесов уже прошли фазу активных инвестиций, и теперь мы сосредоточены на их устойчивом росте и повышении эффективности.

Отдельно хочу остановиться на капитальных затратах. За девять месяцев мы проинвестировали 115 млрд рублей в развитие нашей инфраструктуры и стратегических направлений бизнеса. В последние годы мы закупали необходимое оборудование, создавали

резервные мощности и повышали надежность наших технологий. Это помогает нам сейчас восстанавливать сервисы и поддерживать их работу. Как я уже говорил, мы не планируем увеличивать капитальные затраты в этом году относительно первоначальных планов. При этом события октября показали, насколько важно снижать зависимость сервисов от отдельных дата-центров. Поэтому сейчас мы сосредоточились на развитии распределенной инфраструктуры, чтобы в случае сбоев можно было быстрее переносить нагрузку между площадками.

Еще одно направление нашей работы — это повышение эффективности использования вычислительных ресурсов. Мы оптимизируем нагрузку на оборудование и пересматриваем отдельные технические решения.

Следующий слайд.

Переходим к наших ключевым бизнес-направлениям и традиционно начинаем с Поиска.

Ключевой бизнес в этом сегменте — реклама — вырос на 9% год к году. Рыночные условия в 3 квартале несколько отличались от наших ожиданий. Общая выручка сегмента выросла в 3 квартале на 4%. На динамику показателя повлияли снижение продаж умных устройств на фоне перестройки логистики после атак на склады маркетплейсов, падение спроса на туристические поездки, а также продажа бизнеса Авто.ру.

Если возвращаться к рекламе, то выручка от активно развивающихся форматов в 3 квартале выросла на 72%. Это произошло за счет повышения эффективности и расширения рекламного инвентаря. Драйвером роста также стало увеличение инвестиций иностранных компаний в рекламу в наших сервисах. За девять месяцев их рекламные бюджеты выросли на 62% год к году. Больше всего в продвижение в наших сервисах вкладывает бизнес из Китая, Казахстана, ОАЭ, Турции и Узбекистана.

Нашими рекламными инструментами пользуются более 640 тыс. рекламодателей. В 3 квартале мы запустили «Панораму» — новый рекламный инструмент. Он дает доступ ко всем онлайн- и офлайн-площадкам сервисов Яндекса и партнеров. Его охват — порядка 120 млн пользователей в России. Это на 62% больше, чем у популярных маркетплейсов и классифайдов. Мы рассчитываем, что это станет популярным охватным инструментом.

На фоне динамики рекламного рынка хочется выделить сильные результаты Яндекс Браузера. В сентябре его месячная аудитория достигла 104 млн активных устройств — на 9 млн больше, чем в начале квартала. Вместе с аудиторией [Яндекс] Браузера растет и востребованность встроенных в него Алисы AI и других ИИ-функций. По итогам квартала число пользователей этих функций выросло на 40% до 46 млн человек.

Постоянное развитие новых форматов и способов монетизации уже вносит заметный вклад в финансовые результаты. Даже на фоне инвестиций в развитие ИИ сегмент заработал 67,3 млрд рублей EBITDA по итогам 3 квартала. Рентабельность выросла до 46,5%. Это говорит о высокой операционной эффективности направления и позволяет нам развивать наши стратегические инициативы.

Развитие ИИ остается нашим приоритетом. Сегодня Алиса AI — самая популярная нейросеть в стране с 45 млн пользователей в неделю. Мы сохраняем наши планы по разработке собственных фундаментальных моделей. Например, в ближайшее время в Алисе AI появится

новая генеративная модель для изображений. Благодаря инженерным оптимизациям она работает в 2,8 раза быстрее предыдущей модели.

Для нас важно не просто увеличивать размер моделей и объем вычислительных мощностей, но и повышать эффективность их использования. Мы уделяем большое внимание компактным моделям, которые требуют меньше ресурсов, но при этом могут превосходить значительно более крупные модели по качеству решения конкретных задач. И здесь у нас уже есть хорошие результаты. В сентябре мы выложили в открытый доступ две собственные языковые модели. Их важная особенность — обе были обучены с нуля на собственной архитектуре и данных компании. Первая — Alice AI Search, которая отвечает за быстрые ответы Алисы в Поиске. Вторая — Alice AI Foundation LLM. Она опережает более крупные зарубежные модели в ряде задач на фактологические знания и программирование.

При этом мы развиваем не только сами модели, но и технологии, которые усиливают их возможности, в частности, систему управления работой моделей harness — он дает моделям агентные возможностями и обеспечивает безопасность их работы — и, кроме того, routing — он помогает подбирать и сочетать наиболее подходящие решения для разных задач.

Следующий слайд.

Переходим к Городским сервисам. Выручка наших транзакционных сервисов выросла на 11%. Это произошло на фоне общего замедления потребительского спроса. Рост показателя во многом обеспечила Яндекс Еда, которая увеличила выручку на 33% благодаря росту пользователей, повышению эффективности логистики и развитию новых категорий.

В 3 квартале мы продолжили снижать операционные и фиксированные затраты. Их динамика отражает диверсификацию и платежную связанность наших Городских сервисов. Совокупная EBITDA Городских сервисов составила 28,9 млрд рублей, что на 53% больше чем год назад. Это прямое отражение нашего операционного рычага.

Коротко о наших основных бизнесах в этом сегменте.

Рост оборота Райдтеха ускорился до 14% год к году. Выручка выросла на 11%, а рентабельность по EBITDA как процент от оборота составила 7,4%. Это включает в себя наши инвестиции в лояльность партнеров-водителей. Считаем, они обеспечат нам устойчивый рост бизнеса в будущем.

Выручка сервисов Электронной коммерции в 3 квартале выросла на 10% год к году, во многом благодаря росту [Яндекс] Еды. Сейчас мы адаптируем стратегию развития собственных торговых марок в связи с дестабилизацией работы маркетплейсов. Оборот Яндекс Еды в 3 квартале вырос на 30%, а [оборот] Яндекс Лавки — на 21%. Мы стали эффективнее привлекать пользователей в Фудтех из аудитории Яндекс Go с помощью более точно настроенных персональных предложений. Общий убыток по показателю EBITDA в Электронной коммерции составил 4 млрд рублей — на 39% меньше, чем год назад. Мы последовательно снижаем операционные затраты и развиваем кросс-сервисное взаимодействие внутри экосистемы. В следующем году это выведет наш E-com на устойчивую положительную рентабельность.

Рост оборота в Доставке и других O2O-сервисах составил 29% год к году, а выручка выросла на 20%. Перестройка логистики у маркетплейсов увеличила спрос на услуги, а наличие собственной сети позволило быстро подключиться к новым задачам клиентов.

Следующий слайд.

Переходим к Персональным сервисам. Скорректированная EBITDA всего блока составила 1,8 млрд рублей — она снизилась на 46% год к году. Это связано с инвестициями в развитие новых направлений бизнеса. В [Яндекс] Плюсе и развлекательных сервисах EBITDA снизилась на 14% до 2,9 млрд рублей. Основные факторы — инвестиции в ИИ, музыкальный контент и развитие на новых рынках. При этом Финансовые сервисы показали рост прибыльности: их EBITDA увеличилась на 34% и достигла 700 млн рублей.

Мы впервые преодолели отметку в 50 млн подписчиков Яндекс Плюса — до порядка 52 млн «плюсовиков». Именно подписка остается ядром экосистемы: она обеспечивает низкую стоимость привлечения пользователей и высокую частотность использования сервисов. На этой базе активно масштабируются финансовые и транзакционные продукты.

Фокусом для Фантеха остается развитие развлекательной платформы. Так, Кинопоиск продолжает развивать платформу с витринами партнеров. Это позволяет предлагать зрителям больше контента, а партнерам — привлекать новую аудиторию. В 3 квартале к витрине присоединился онлайн-кинотеатр PREMIER.

Наряду с подписочной моделью мы продолжаем развивать и транзакционную. Так, в 3 квартале оборот прямых продаж билетов на Яндекс Афише и других сервисах Яндекса вырос на 28,7% год к году до 13,3 млрд рублей. Продажи на сайтах партнеров увеличились на 21,6% [год к году] до 3,8 млрд рублей.

Финтех завершил 3 квартал с высоким запасом прочности: высоколиквидные активы покрывали более 80% средств клиентов, а нормативы ликвидности и капитала выполнялись с большим запасом. Наши планы по Финтеху не меняются: это один из главных источников роста Яндекса, и мы продолжим в него инвестировать.

Оборот Финансовых сервисов вырос на 54% год к году и впервые превысил 1 трлн рублей уже за девять месяцев. При этом доля оборота за пределами экосистемы Яндекса выросла до 62%. Рост внешнего оборота — это один из наших ключевых приоритетов.

Мы развиваем финансовую платформу на основе капиталоэффективной партнерской модели и расширяем линейку продуктов для частных клиентов и бизнеса. Это позволяет нашим пользователям удобнее управлять своими средствами. В 3 квартале мы расширили линейку фондов и запустили три новых — акций и облигаций, золота, а также рублевых облигаций. Теперь пользователи могут выбирать инструменты под свои финансовые цели и распределять инвестиции между разными классами активов.

Следующий слайд.

Б2Б Тех в 3 квартале показал сильные результаты: рост выручки ускорился до 32% год к году, а маржинальность по EBITDA выросла на 17 п. п. и превысила 30%.

За последний год мы убедились, что бизнес готов внедрять ИИ быстрее. Главный фактор здесь — реальный экономический эффект: сколько времени сэкономили, сколько процессов автоматизировали, сколько денег заработали и сэкономили.

Но недостаточно просто дать доступ к технологии. Важно предложить надежное решение, которое легко встроиться в их работу. Этот запрос мы хорошо видим в Облаке, где крупные клиенты уже формируют более половины выручки. При этом потребности бизнеса сильно различаются: крупным компаниям нужны гибкость, контроль над данными и безопасность, а небольшим — готовые инструменты, которыми можно начать пользоваться сразу. Именно с учетом этих потребностей мы в сентябре запустили Алису AI для бизнеса в двух версиях, которая интегрирована в продукты Яндекс 360, аудитория которых превысила 119 млн пользователей и 200 тыс. организаций. К концу месяца количество задач в облачной версии Алисы AI для бизнеса превысило 1 млн.

В 3 квартале наши клиенты потребили 946 млрд токенов — в четыре раза больше, чем за весь 2025 год, и в 2,4 раза больше, чем во 2 квартале. Растет и выручка от использования наших ИИ-технологий. По итогам сентября годовая рекуррентная выручка Yandex AI Studio в Облаке превысила 2,4 млрд рублей.

Мы продолжаем развивать собственные ИИ-модели и создаем единую технологическую платформу, которая объединяет их с лучшими открытыми моделями. Она позволяет решать сложные задачи в несколько шагов: планировать действия, сохранять контекст и выбирать наиболее подходящую модель для каждого этапа.

Следующий слайд.

Теперь про Автономные технологии. Мы продолжаем развивать Автономные технологии и переходим от тестирования к их коммерческому применению. При этом мы продолжаем развитие единой технологической платформы, которую можно использовать для доставки заказов, перевозки пассажиров и грузов. Наиболее заметные результаты уже показывает рободоставка. За 3 квартал роверы выполнили более 750 тыс. заказов — почти втрое больше, чем во 2 квартале. Сегодня они работают в 13 городах и доставляют заказы из более чем 170 даркстеров Яндекс Лавки, а также от партнеров [Яндекс] Еды и [Яндекс] Доставки.

Важным шагом для дальнейшего масштабирования рободоставки стал запуск в сентябре трехлетнего экспериментального правового режима. Он позволит отработать правила массовой работы роботов-доставщиков в городах и создать базу для изменения правил дорожного движения.

Параллельно мы масштабируем роботакси. В 3 квартале мы начали тестирование в двух районах Москвы, где вызвать роботакси уже могут пользователи Яндекс Go. До конца года планируем вывести на дороги столицы 100 роботакси, доступных для заказа.

Мы продолжаем развивать и автономные грузоперевозки: наш коммерческий парк уже достиг 27 грузовиков, что уже сопоставимо с парками некоторых региональных логистических операторов.

Направление автономного транспорта (АТ) пока остается в активной инвестиционной фазе. Мы продолжаем вкладывать в развитие технологий, инфраструктуру и расширение парка, что

отражается в размере наших инвестиций. Этим мы создаем устойчивую базу для коммерциализации технологий в будущем.

Следующий слайд.

В блоке Прочие сервисы и инициативы отражены прежде всего наши образовательные проекты и общекорпоративные расходы. Мы сотрудничаем с ведущими университетами, школами и педагогами. Наша цель — превратить опыт наших экспертов, технологии и культуру Яндекса в знания, навыки и вдохновение для тех, кто будет вместе с нами создавать технологии завтра.

В 3 квартале убыток блока вырос на 85%, в основном за счет роста внутригрупповых и общекорпоративных расходов. Мы продолжаем работу над оптимизацией этих затрат.

Следующий слайд.

Последние годы мы последовательно повышали эффективность бизнеса, укрепляли баланс и наращивали денежный поток и сегодня особенно хорошо видим результаты этой работы. За это время наш бизнес заметно изменился: пять лет назад рентабельность составляла около 9%, сегодня — уже 21%. За этими цифрами стоит последовательная работа над эффективностью бизнеса, развитие технологий и инвестиции, которые мы делали на протяжении многих лет.

Один из важных факторов — это операционный рычаг. По мере масштабирования бизнеса наша прибыль растет быстрее выручки. Это позволяет нам повышать рентабельность и создавать основу для инвестиций в стратегические инициативы. Обращу внимание, что в 3 квартале мы инвестировали 49 млрд [рублей] в развитие ИИ и АТ, что сравнимо с инвестициями в эти направления за первую половину года.

Наш главный принцип — эффективное использование капитала. В 3 квартале показатель ROIC составил 32%. Это отражает наши усилия по контролю над затратами на всех уровнях и фокусный подход к развитию бизнеса. В результате мы подошли к событиям октября с серьезным финансовым запасом прочности. Сегодня у нас сильный баланс, значительный запас денежных средств и низкая долговая нагрузка. Это позволяет нам направлять необходимые ресурсы на восстановление инфраструктуры и одновременно продолжать инвестировать в развитие компании. При этом наш подход к распределению капитала остается прежним. Наши приоритеты — это инвестиции в развитие бизнеса, стратегических инициатив и инфраструктуры, финансовая стабильность компании и вознаграждение акционеров. Атаки на дата-центры компании не изменили наших долгосрочных приоритетов.

Мы продолжаем активно инвестировать в развитие компании, ИИ, АТ, новые технологии и продукты. Мы строим Яндекс на десятилетия вперед. Для нас важно не только то, какие результаты компания показывает сегодня, но и какую стоимость она способна создавать для пользователей и акционеров в будущем.

Спасибо за внимание и давайте перейдем к вопросам.