

Яндекс объявляет финансовые результаты за I квартал 2022 года

Москва — Амстердам, 27 апреля 2022 года. Яндекс (NASDAQ и MOEX: YNDX), крупнейшая российская поисковая система и интернет-портал, объявляет неаудированные финансовые результаты за первый квартал 2022 года.

1 КВАРТАЛ 2022

Финансовые результаты

106 млрд руб.

Выручка группы
+45% год к году

1,3 млрд руб.

Скорр. EBITDA группы
7,2 млрд руб. без учёта
единоразовой выплаты
сотрудникам

Поиск и портал (реклама)

+25%
Рост выручки сегмента

42%
Маржинальность по EBITDA

Доля Поиска Яндекса, рост

+1,0 п.п.
Всего (60,0% -> 61,0%)

+4,2 п.п.
iOS (41,9% -> 46,1%)

Райдтех, Электронная коммерция и Доставка


x2,6
Рост GMV Электронной
коммерции

x1,4
Рост GMV Райдтеха

x1,9
Рост GMV других O2O-
сервисов¹

+61%
Рост выручки сегмента

(8,2) млрд руб.
Скорр. EBITDA сегмента

 Рост/изменение показателей в инфографике указан по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, если не указано иначе


Выручка по сегментам за 1 квартал 2022 год


Поиск и портал
+25%
43,8 млрд руб.


Прочие
бизнесы
+67%
5,8 млрд руб.

106 млрд руб.
Выручка группы

Райдтех, Электронная
коммерция и Доставка²
+61%
54,9 млрд руб.

 Райдтех
(Такси, Драйв)
+47%
26,6 млрд руб.


 Электронная коммерция
(Маркет, Лавка³, E-grocery Еда⁴)
+70%
20,7 млрд руб.

 Другие O2O-
сервисы¹
+123%
8,8 млрд руб.


1. Online-to-offline, интернет-сервисы, предоставляющие технологическую возможность совершить покупки и заказывать услуги онлайн, а получить их в реальном мире. Включают Яндекс.Доставку (логистика), сервис доставки еды из ресторанов Яндекс.Еда, Яндекс.Лавку Израиль и несколько других небольших экспериментальных O2O-сервисов.
2. Включая коррекцию на внутрисегментные расчёты (eliminations) на (1,2) млрд руб.
3. Яндекс.Лавка в России
4. В данном случае под E-grocery подразумевается доставка продуктов из магазинов Яндекс.Еда

 **34 млн**

Кол-во активных
пользователей в месяц
(MAU) Яндекс Go

 **12,2 млн**

Кол-во подписчиков
Яндекс Плюса

 **5,8 млн**

Кол-во смотрящих
подписчиков
Кинопоиска

 **x2,6**

Рост выручки Cloud

19,2 тыс.

Кол-во платящих
клиентов Cloud

88 млрд руб.

Остаток денежных
средств, денежных
эквивалентов и депозитов

Ключевые финансовые и операционные показатели за I квартал 2022 года^{1,2}

До 23 февраля 2022 года мы демонстрировали значительный рост в большинстве наших направлений. За последние пять недель первого квартала на деятельность некоторых наших направлений негативно повлияли геополитические события, что отразилось на результатах за весь первый квартал.

В миллионах рублей		Три месяца, закончившиеся 31 марта		
		2021	2022	Изменение
Результаты группы компаний	Общая выручка	73 136	106 010	45%
	Выручка от продажи интернет-рекламы	35 996	41 658	16%
	Общий скорректированный показатель EBITDA	11 021	1 271	-88%
	Рентабельность общего скорректированного показателя	15,1%	1,2%	-13,9 п.п.

	<i>EBITDA (total adjusted EBITDA margin), %</i>			
	Скорректированный показатель EBITDA до единовременной выплаты персоналу ³	11 021	7 161	-35%
	<i>Рентабельность скорректированного показателя EBITDA до единовременной выплаты персоналу (adjusted EBITDA margin), %</i>	15,1%	6,8%	-8,3 п.п.
	Чистый убыток	(3 220)	(13 037)	н/прим.
	Скорректированная чистая прибыль/(убыток)	3 008	(8 124)	н/прим.
Поиск и портал	<i>Доля компании на российском поисковом рынке, %</i>	60,0%	61,0%	1,0 п.п.
	<i>Доля поисковых запросов на устройствах на базе Android, %</i>	59,3%	59,9%	0,6 п.п.
	<i>Доля поисковых запросов на устройствах на базе iOS, %</i>	41,9%	46,1%	4,2 п.п.
	Выручка	34 945	43 834	25%
	Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	28 616	37 125	30%
	Скорректированный показатель EBITDA	17 106	18 399	8%
	<i>Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin), %</i>	49,0%	42,0%	-7,0 п.п.
	Электронная коммерция, Райдтех и Доставка	Выручка	34 132	54 899
Рост числа заказов райдтех-сервисов год к году, %		22,0%	36,4%	14,4 п.п.
Валовая стоимость заказов райдтех-сервисов (GMV) ⁴		119 402	167 418	40%
Товарооборот сервисов электронной коммерции (GMV) ⁵		24 486	64 580	164%
Валовая стоимость заказов прочих O2O-сервисов* (GMV) ⁶		12 657	24 322	92%
Общий скорректированный показатель EBITDA		(3 161)	(8 203)	н/прим.
Медиа-сервисы	Число подписчиков Яндекс Плюса, млн	9,0	12,2	36%

* O2O-сервисы (online-to-offline) – интернет-сервисы, предоставляющие технологическую возможность совершать покупки и заказывать услуги онлайн, а получать их в реальном мире.

Финансовый прогноз

Учитывая значительные изменения внешней обстановки и высокую степень неопределённости в отношении геополитических событий в будущем (включая вероятность новых санкций и их влияние на российскую и мировую экономику), возможность прогнозирования в краткосрочной и среднесрочной перспективе ограничена. Поэтому на данном этапе мы отзываем сделанный нами ранее финансовый прогноз на 2022 год. В дальнейшем, когда появится больше ясности относительно макроэкономической обстановки в целом и её влияния на Яндекс в частности, мы можем возобновить предоставление финансовых прогнозов на будущие периоды.

Корпоративная деятельность и события после отчётной даты

- 28 февраля 2022 года американские фондовые биржи NYSE и Nasdaq приостановили торги ценными бумагами ряда компаний, ведущих основную деятельность в России. Среди них были акции класса А компании Yandex N.V. Торги нашими акциями на бирже Nasdaq по состоянию на отчётную дату приостановлены, и у нас нет информации о том, могут ли они возобновиться и когда. Торги акциями Yandex N.V. на Московской бирже были приостановлены 28 февраля 2022 года и возобновились 29 марта 2022 года. Однако в соответствии с недавно принятым законом нерезиденты не могут продавать акции на Московской бирже. Более того, поскольку международные расчётные системы остаются закрытыми для сделок в рублях и торговли любыми ценными бумагами российских компаний, в настоящее время расчёты по сделкам между акционерами, которые приобрели наши акции на бирже Nasdaq, и инвесторами на Московской бирже невозможны, а объём наших акций, доступных для торговли на Московской бирже, ограничен. В настоящее время мы рассматриваем альтернативные варианты, которые позволят предоставить нашим акционерам возможность торговать нашими акциями, в том числе размещение акций в установленном порядке на другой международной фондовой бирже.
- 7 марта 2022 года Яндекс объявил о том, что в результате приостановки торгов нашими акциями класса А на бирже Nasdaq на срок более пяти торговых дней владельцы конвертируемых облигаций общей стоимостью 1,25 миллиарда долларов с купонным доходом 0,75% и сроком погашения до 2025 года получили право потребовать от компании их погашения по номиналу плюс начисленные проценты. Мы ведём переговоры со специально созданным комитетом держателей облигаций, чтобы найти справедливое решение, которое устроит все заинтересованные стороны.
- 18 марта 2022 года Яндекс объявил о том, что компания рассматривает различные стратегические решения в отношении сервиса агрегирования новостей и информационно-развлекательной платформы Яндекс Дзен, включая их продажу. В дальнейшем Яндекс намерен сосредоточиться на развитии поисковых, технологических и транзакционных сервисов.

Консолидированные результаты

Обзор ключевых **консолидированных финансовых показателей** за три месяца, закончившихся 31 марта 2021 и 2022 годов.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 31 марта		
	2021	2022	<i>Изменение</i>
Выручка	73 136	106 010	45%
Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	67 735	99 864	47%
Операционный убыток	(267)	(12 434)	<i>н/прим.</i>
Скорректированный показатель EBITDA	11 021	1 271	-88%
Чистый убыток	(3 220)	(13 037)	<i>н/прим.</i>
Скорректированная чистая прибыль/(убыток)	3 008	(8 124)	<i>н/прим.</i>

Раскрытие выручки по сегментам отражено ниже.

Остаток денежных средств, денежных эквивалентов и депозитов на 31 марта 2022 года:

- 88,0 миллиарда рублей (1 047,1 миллиона долларов США) на консолидированной основе, из которых 39,0 миллиарда рублей денежных средств, доступных за пределами России (включая 4,2 миллиарда рублей группы компаний MLU). Совокупный остаток денежных средств юридических лиц Яндекса в России (за исключением группы компаний MLU) составил 49,0 миллиарда рублей (включая активы, деноминированные в долларах США, на сумму 13,0 миллиарда рублей).

Обзор выручки по сегментам

Чтобы лучше отражать операционные показатели компании, начиная с первого квартала 2022 года Яндекс вносит следующие изменения в структуру сегментов, в соответствии с которой компания отчитывалась о финансовых результатах ранее:

- мы ввели новый сегмент Электронная коммерция, Райдтех и Доставка, который объединяет наши ключевые транзакционные O2O-сервисы*;
- сегменты Такси (MLU) и Яндекс Маркет переходят в сегмент Электронной коммерции, Райдтеха и Доставки. Более подробное описание этого сегмента представлено ниже;
- Толока, наше решение на основе технологий ИИ для работы с данными, которое позволяет обрабатывать большие объёмы данных для машинного обучения, и RouteQ (ранее Яндекс Маршрутизация), облачная платформа для оптимизации доставки на этапе «последней мили» с учётом пробок, переходят из сегмента Поиска и портала в сегмент Прочих бизнес-юнитов и инициатив;

- сервисы Яндекс Услуги и Едадил, ранее относившиеся к сегменту Прочих бизнес-юнитов и инициатив, переходят в сегмент Электронной коммерции, Райдтеха и Доставки.

*O2O-сервисы (online-to-offline) — интернет-сервисы, предоставляющие технологическую возможность совершать покупки и заказывать услуги онлайн, а получать их в реальном мире.

Данные изменения применяются к предыдущим финансовым периодам ретроспективно.

Поиск и портал

Сегмент Поиска и портала включает Поиск, Геосервисы, Яндекс 360, Погоду, Новости, Путешествия, голосового помощника Алису и ряд других сервисов Яндекса в России, Беларуси и Казахстане.

Ключевые операционные показатели:

- **Доля компании на российском поисковом рынке** (включая поиск на мобильных устройствах) в первом квартале 2022 года составила в среднем 61,0%, тогда как в первом квартале 2021 года она составляла 60,0%, а в четвертом квартале 2021 года — 60,2% (по данным аналитического сервиса Яндекс Радар).
- В России **доля поисковых запросов к Яндексу на устройствах на базе Android** в первом квартале 2022 года составила 59,9%, тогда как в первом квартале 2021 года она составляла 59,3%, а в четвертом квартале 2021 года — 59,2% (по данным аналитического сервиса Яндекс Радар).
- В России **доля поисковых запросов к Яндексу на устройствах на базе iOS** в первом квартале 2022 года составила 46,1%, тогда как в первом квартале 2021 года она составляла 41,9%, а в четвертом квартале 2021 года — 44,0% (по данным аналитического сервиса Яндекс Радар).
- **Доля поисковых запросов с мобильных устройств** в первом квартале 2022 года составила 65,7% от всех поисковых запросов к Яндексу. Трафик с мобильных устройств обеспечил 57,4% выручки от продажи рекламы на странице результатов поиска в первом квартале 2022 года.
- **Количество поисковых запросов (search queries)** выросло на 8% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2021 года.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 31 марта		
	2021	2022	Изменение
Выручка	34 945	43 834	25%
Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	28 616	37 125	30%

Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	17 106	18 399	8%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	49,0%	42,0%	-7,0 п.п.

В первом квартале 2022 года выручка в сегменте Поиска и портала выросла на 25%, а выручка за вычетом вознаграждения партнёрам — на 30% по сравнению с аналогичными показателями год назад. Этот результат в первую очередь связан с ростом Рекламной сети Яндекса за счёт развития рекламных продуктов и технологий, а также с укреплением нашего основного бизнеса — Поиска, доля которого выросла на всех ключевых платформах. Что касается наших рекламных партнёров, сегмент малого и среднего бизнеса продемонстрировал высокую устойчивость и внёс основной вклад в рост выручки в этом квартале, в то время как на сегмент крупных клиентов негативно повлиял уход с рынка международных рекламодателей и заморозка рекламных бюджетов отечественных компаний.

Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin) в первом квартале 2022 года составила 42,0%, тогда как в первом квартале 2021 года этот показатель составлял 49,0%. Без учета единовременных расходов на персонал в марте 2022 года рентабельность скорректированного показателя EBITDA в сегменте Поиска и портала составила 46,4%. На динамику рентабельности в годовом исчислении также повлияли наши затраты на продуктовый и перформанс-маркетинг для поддержки роста поисковой доли на мобильных платформах, включая iOS (где мы добились значительного увеличения доли — на 2,9 п.п. за квартал).

Электронная коммерция, Райдтех и Доставка

В сегмент Электронная коммерция, Райдтех и Доставка входят транзакционные O2O-сервисы.

1. Райдтех включает сервис заказа такси в России, СНГ, а также странах Европы, Ближнего Востока и Африки, сервис аренды самокатов и сервис каршеринга для физических и юридических лиц Яндекс Драйв.
2. Электронная коммерция включает мультикатегорийную торговую платформу Яндекс Маркет, сервис гиперлокальной доставки продуктов и хозяйственных товаров Яндекс Лавка в России и сервис доставки продуктов из магазинов Яндекс Еда.
3. Другие O2O-сервисы включают Яндекс Доставку — сервис доставки на этапе «последней мили» для физических и юридических лиц, сервис доставки заказов из ресторанов Яндекс Еда, сервис гиперлокальной доставки продуктов и хозяйственных товаров Яндекс Лавка Израиль, а также несколько небольших экспериментальных O2O-сервисов.

Ключевые операционные показатели:

- **Товарооборот на сервисах электронной коммерции (GMV)** в первом квартале 2022 года вырос на 164% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал прошлого года.

Яндекс Маркет

- **Доля товарооборота (GMV) сторонних продавцов на Яндекс Маркете (ЗР)** в первом квартале 2022 года достигла 81%, тогда как в первом квартале 2021 года этот показатель составлял 66%.
- **Количество наименований товаров на Яндекс Маркете** к концу первого квартала 2022 года достигло 26,1 миллиона, тогда как в конце первого квартала 2021 года это число составляло 3,8 миллиона, а в конце четвертого квартала 2021 года — 22,6 миллиона.
- **Количество активных покупателей⁷** на Яндекс Маркете в первом квартале 2022 года выросло на 79% по сравнению с аналогичным показателем год назад и составило 10,8 миллиона.
- **Количество активных продавцов⁸** на Яндекс Маркете в первом квартале 2022 года выросло на 230% по сравнению с аналогичным показателем год назад и составило 28,3 тысячи.

Райдтех

- **Число заказов на сервисах Райдтеха** увеличилось на 36% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2021 года.
- **Валовая стоимость заказов (GMV) на сервисах Райдтеха** выросла на 40% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 31 марта		
	2021	2022	Изменение
Валовая стоимость заказов (GMV):			
Райдтех	119 402	167 418	40%
Электронная коммерция	24 486	64 580	164%
Прямые продажи (1P)	11 384	19 177	68%
Комиссионная модель (ЗР)	13 102	45 403	247%
Другие O2O-сервисы	12 657	24 322	92%
Выручка:			
Райдтех	18 054	26 561	47%
Электронная коммерция	12 202	20 745	70%
Выручка от продажи товаров (1P) ⁹	9 396	15 560	66%
Комиссионные и другие доходы ¹⁰	2 806	5 185	85%
Другие O2O-сервисы	3 951	8 796	123%
Внутрисегментные расчёты	(75)	(1 203)	н/прим.
Общая выручка	34 132	54 899	61%

**Скорректированный показатель EBITDA сегмента
Электронная коммерция, Райдтех и Доставка
(adjusted EBITDA):**

(3 161)

(8 203)

160%

Валовая стоимость заказов (GMV) на сервисах Райдтеха выросла в первом квартале 2022 года на 40% в годовом исчислении за счёт роста числа клиентов и частоты поездок в связи с высоким спросом на услуги транспортных сервисов. Товарооборот Электронной коммерции (GMV) в первом квартале 2022 года вырос на 164% год к году, в основном за счёт роста доли сторонних продаж (ЗР) на Яндекс Маркете на фоне устойчивого потребительского спроса на покупку товаров онлайн, а также в связи с рядом качественных улучшений нашего сервиса, расширением базы продавцов и ассортимента товаров. Рост валовой стоимости заказов (GMV) других O2O-сервисов в первом квартале 2022 года составил 92% в годовом исчислении, при этом наибольший вклад в рост данного показателя внёс сервис Яндекс Доставка, а также сервис доставки заказов из ресторанов Яндекс Еда.

Выручка в сегменте Электронной коммерции, Райдтеха и Доставки выросла на 61% в годовом исчислении, в основном за счёт развития сервисов Электронной коммерции (где наибольший вклад в рост выручки внесли Яндекс Маркет, а также Яндекс Лавка) и сервисов Райдтеха (главным образом за счёт высоких результатов сервиса заказа такси). Выручка сервисов Райдтеха выросла на 47%, в первую очередь за счёт уверенного роста числа поездок и валовой стоимости заказов (GMV) в сервисе такси, однако высокий рост в сегменте такси был частично нивелирован более медленным ростом выручки каршеринга Яндекс Драйв. Выручка сервисов Электронной коммерции в первом квартале 2022 года выросла на 70% по сравнению аналогичным показателем в первом квартале 2021 года. Выручка росла медленнее, чем товарооборот, из-за изменений в структуре выручки маркетплейса (доля сторонних продаж (ЗР) в первом квартале 2022 года увеличилась до 81% по сравнению с 66% в первом квартале 2021 года). Доходы от прямых продаж (1Р) выросли на 66% в годовом исчислении за счёт роста прямых продаж на Яндекс Маркете, а также благодаря росту Яндекс Лавки (на фоне расширения числа дарксторов в отдельных регионах присутствия сервиса). Комиссионные и прочие доходы маркетплейса от сторонних продаж (ЗР) выросли на 85% в связи с общим ростом товарооборота (GMV) и увеличением доли сторонних продаж (ЗР) в общем товарообороте (GMV). Выручка других O2O-сервисов выросла на 123% в годовом исчислении, в основном за счёт роста Яндекс Доставки и доставки заказов из ресторанов сервиса Яндекс Еда. На рост выручки в абсолютных значениях также оказало развитие Яндекс Лавки в Израиле.

Внутрисегментные расчёты выручки в сегменте Электронной коммерции, Райдтеха и Доставки представляют собой элиминацию внутригрупповой выручки между сервисами сегмента. Изменение этого показателя по сравнению с аналогичным показателем год назад связано в основном с увеличением числа заказов на сервисах электронной коммерции, доставленных сервисом Яндекс Доставка, и эффектом низкой базы. На динамику этого показателя также повлиял рост числа заказов на Яндекс Маркете, которые были доставлены с помощью автомобилей сервиса Яндекс Драйв.

Убыток по скорректированному показателю EBITDA (adjusted EBITDA) сегмента Электронной коммерции, Райдтеха и Доставки в первом квартале 2022 года составил 8 203 миллиона рублей, тогда как в первом

квартале 2021 года он составлял 3 161 миллион рублей. Положительное значение скорректированного показателя EBITDA сервисов Райдтеха было нивелировано инвестициями в стремительно развивающиеся сервисы Электронной коммерции и другие O2O-сервисы, а также единовременными расходами на персонал в марте 2022 года. Все наши бизнесы, находящиеся на стадии инвестирования, продемонстрировали улучшение операционной эффективности (даже с учётом дополнительных расходов на персонал). В сегменте Электронной коммерции мы значительно улучшили юнит-экономику каждого сервиса (Яндекс Маркета, Яндекс Лавки в России и сервиса доставки продуктов из магазинов Яндекс Еды). В Яндекс Доставке нам также удалось снизить размер убытков относительно валовой стоимости заказов (в % GMV). Рост убытков данных сервисов в абсолютных значениях связан исключительно с их быстрым развитием и ростом масштабов бизнеса. Кроме того, Яндекс Лавка в России и сервис доставки заказов из ресторанов Яндекс Еды показали сокращение убытков по скорректированному показателю EBITDA в абсолютных значениях по сравнению с прошлым годом даже несмотря на продолжающийся уверенный рост этих сервисов.

Медиасервисы

В сегмент Медиасервисов входят единая подписка на сервисы Яндекса — Яндекс Плюс, Яндекс Музыка, Кинопоиск, Яндекс Афиша, а также продюсерский центр Яндекс Студия.

Ключевые операционные показатели:

- **Число подписчиков Яндекс Плюса** в первом квартале 2022 года достигло 12,2 миллиона, увеличившись на 36% по сравнению с аналогичным показателем на конец первого квартала 2021 года.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 31 марта		
	2021	2022	Изменение
Выручка	3 486	5 831	67%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(1 257)	(3 171)	152%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	-36,1%	-54,4%	-18,3 п.п.

Выручка в сегменте Медиасервисов в первом квартале 2022 года выросла на 67% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2021 года. Этот рост был вызван в основном увеличением доходов от продаж единой подписки на сервисы Яндекса, продаж устройств и лицензий, а также ростом транзакционной выручки. Убыток по скорректированному показателю EBITDA составил 3,2 миллиарда рублей и был вызван инвестициями в видеоконтент, единовременными расходами на персонал в марте, затратами на найм в связи с ростом бизнеса, а также затратами на ранее спланированные маркетинговые кампании для поддержки роста аудитории подписчиков Яндекс Плюса.

Сервисы объявлений

Сегмент сервисов объявлений включает Авто.ру, Яндекс Недвижимость, Яндекс Аренду.

<i>В миллионах рублей</i>	Три месяца, закончившиеся 31 марта		
	2021	2022	Изменение
Выручка	1 783	2 172	22%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	385	277	-28%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	21,6%	12,8%	-8,8 pp

Выручка в сегменте сервисов объявлений в первом квартале 2022 года выросла на 22% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2021 года. Этот рост обусловлен увеличением доходов от размещения объявлений автодилеров — их стало в 1,4 раза больше по сравнению с аналогичным показателем год назад в связи с тем, что мы оптимизировали стратегии монетизации и внесли ряд улучшений в нашу брокерскую модель. Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA) в первом квартале 2022 года снизился на 28% по сравнению с аналогичным показателем в первом квартале 2021 года. Такая динамика связана в основном с единовременными расходами на персонал, частичным расширением штата сотрудников быстрорастущего сервиса Яндекс Аренда, а также запланированными ранее затратами на маркетинг.

Прочие бизнес-юниты и инициативы

Сегмент Прочих бизнес-юнитов и инициатив включает направление разработки беспилотных автомобилей (Yandex SDG), Дзен, Yandex Cloud, Яндекс Образование, Устройства, Финтех, Толоку, RouteQ, эксперименты Яндекс Лавки на международных рынках и другие экспериментальные продукты.

<i>В миллионах рублей</i>	Три месяца, закончившиеся 31 марта		
	2021	2022	Изменение
Выручка	4 812	7 265	51%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(2 148)	(6 127)	185%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	-44,6%	-84,3%	-39,7 п.п.

Выручка в сегменте Прочих бизнес-юнитов и инициатив в первом квартале 2022 года увеличилась на 51% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2021 года. Этот рост был связан в основном с увеличением доходов сервиса Yandex Cloud, сегмента Устройств и Образования. Доходы Yandex Cloud росли вместе с ростом спроса на услуги сервиса. Мы расширили линейку продуктов и инвестировали в повышение качества сервиса, что позволило нам увеличить долю на рынке на фоне приостановки деятельности международных конкурентов. Мы также увеличили наше предложение дополнительных услуг. Выручка в сегменте Устройств выросла в первом квартале 2022 года на 32% по сравнению с аналогичным показателем год назад и составила 2,2 миллиарда рублей. Этот рост был вызван устойчивым спросом на умные устройства Яндекса, а также увеличением объемов выпуска наших новых устройств и телевизионных приставок. На этот

рост также повлияло внедрение новой бизнес-модели на различных видеосервисах. Задержки в поставках и на производстве в Китае из-за вновь возникших ограничений в связи с пандемией коронавируса оказали негативное влияние на темпы роста выручки в этом сегменте.

Убыток по скорректированному показателю EBITDA составил 6,1 миллиарда рублей, тогда как в первом квартале 2021 года он составлял 2,1 миллиарда рублей. На динамику убытков в основном повлияли инвестиции в разработку беспилотных автомобилей (где убыток по скорректированному показателю EBITDA в первом квартале 2022 года составил 1,8 миллиарда рублей), а также затраты на сегмент Устройств и Дзен. На рост убытков также повлияло увеличение расходов на персонал (единоразовая выплата в марте и выборочное расширение штата сотрудников), а также рост цен на хостинг и мощности, используемые нашими сервисами.

Внутрисегментные расчёты

Внутрисегментные расчёты выручки представляют собой элиминируемые обороты внутри операционных сегментов, включая доходы от рекламы и внутрисегментные доходы, связанные с выплатами за использование товарного знака, виртуальные сервера, а также с продажами устройств и другими операциями.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 31 марта		
	2021	2022	Изменение
Выручка:			
Выручка по всем сегментам	79 158	114 001	44%
Внутрисегментные расчёты	(6 022)	(7 991)	33%
Общая выручка	73 136	106 010	45%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA):			
Скорректированный показатель EBITDA по всем сегментам (adjusted EBITDA)	10 925	1 175	-89%
Внутрисегментные расчеты	96	96	0%
Общий скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	11 021	1 271	-88%

Внутрисегментные расчёты выручки в первом квартале 2022 года увеличились на 33% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2021 года. Этот рост был в основном связан с элиминируемыми оборотами выручки в сегменте Поиска и портала (связанными с выплатами за использование товарного знака, платой бизнес-юнитов за аренду дата-центров, а также с перекрёстными рекламными и маркетинговыми кампаниями разных сервисов).

[Полная версия пресс-релиза \(на английском языке\).](#)

¹ Согласно правилам Комиссии по ценным бумагам и фондовым биржам о переводе единиц иностранной валюты, суммы в российских рублях были переведены в суммы в долларах США по курсу 84,0851 рубля за 1 доллар США — официальному курсу обмена Центрального банка Российской Федерации на 31 марта 2022 года.

² Эти показатели не являются общепринятыми показателями GAAP: выручка за вычетом вознаграждения партнёрам; скорректированный показатель EBITDA; отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке; скорректированная чистая прибыль. Подробное описание расчетов этих показателей приводится в разделе «Использование показателей, не являющихся общепринятыми финансовыми показателями в рамках ОПБУ США».

³ В марте 2022 года Яндекс понес единовременные расходы на персонал в связи с выплатой сотрудникам дополнительной заработной платы в целях их поддержки на фоне макроэкономической нестабильности.

⁴ Валовая стоимость заказов (GMV) райдтех-сервисов — совокупная сумма платежей пользователей за заказы в сервисах такси, каршеринга и аренды самокатов, сделанных на нашей платформе, включая НДС.

⁵ Товарооборот (GMV) в сервисах электронной коммерции — совокупная стоимость всех проданных, доставленных и оплаченных товаров на платформах Яндекс Маркет, Яндекс Лавка, а также стоимость оплаченных и доставленных товаров, приобретенных через доставку из магазинов сервиса Яндекс Еда, включая НДС.

⁶ Валовая стоимость заказов (GMV) прочих O2O-сервисов (online-to-offline) включает в себя совокупную сумму платежей пользователей и бизнесов-партнеров за услуги сервисов Доставки, совокупную стоимость заказов, доставленных сервисами Яндекс Еда (доставка еды из ресторанов), Яндекс Лавка Израиль, а также платежи по некоторым другим небольшим экспериментальным O2O-сервисам, включая НДС.

⁷ Активный покупатель — это покупатель, совершивший не менее одной покупки в течение 12 месяцев до отчётной даты.

⁸ Активный продавец — это продавец, совершивший не менее одной продажи в течение одного месяца до отчётной даты.

⁹ Выручка от продажи товаров (1P) включает выручку от прямых продаж товаров на Яндекс Маркете, выручку от продаж товаров в Яндекс Лавке в России, где мы используем модель прямых продаж и выступаем как прямой розничный продавец, и не включает выручку от услуг доставки данных бизнесов.

¹⁰ *Комиссионные и другие доходы включают комиссионную выручку Яндекс Маркета (ЗР), выручку от услуг доставки, сервисные сборы и доходы от рекламы сервиса доставки продуктов из магазинов Яндекс Еды, а также выручку от услуг доставки и рекламные доходы Яндекс Лавки в России и прочие доходы.*

Контакты

Для прессы:

Пресс-служба компании «Яндекс»

Илья Грабовский

Тел.: +7 495 739-70-00

Электронная почта: pr@yandex-team.ru