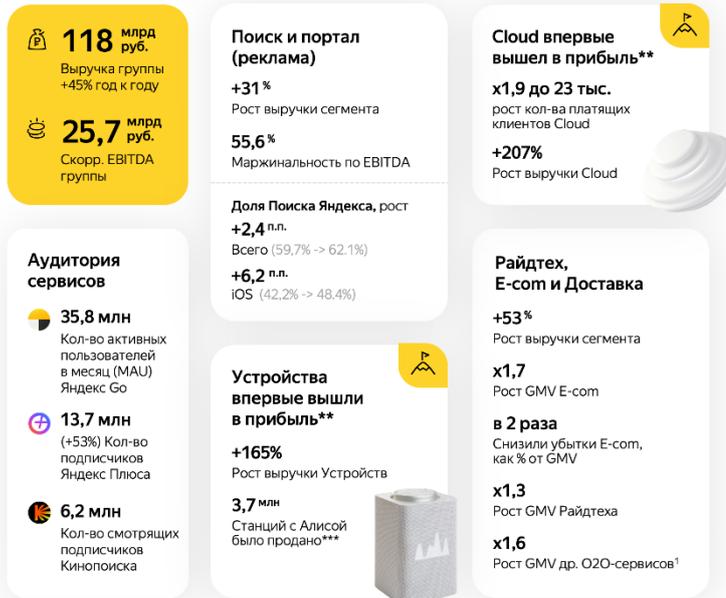


Яндекс объявляет финансовые результаты за II квартал 2022 года

Москва — Амстердам, 26 июля 2022 года. Яндекс (NASDAQ и MOEX: YNDX), крупнейшая российская поисковая система и интернет-портал, объявляет неаудированные финансовые результаты за второй квартал 2022 года.

Финансовые результаты 2 квартал 2022



Рост/изменение показателей в инфографике указан по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, если не указано иначе.
**по скорр. EBITDA
***с запуском в 2018 году

Выручка и прирост по сегментам* группы за 2 квартал 2022, млрд руб.



1. Online-to-offline, интернет-сервисы, предоставляющие технологическую возможность совершать покупки и заказывать услуги онлайн, а получать 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. Яндекс.Лавка в России
3. Доставка продуктов из магазинов с помощью сервиса Яндекс.Еда

Распределение выручки по сегментам



*Помимо вышележащих сегментов, выручка включает коррекцию на внутрисегментные расчёты (eliminations) на (9,5) млрд руб.

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

В миллионах рублей

Три месяца, закончившиеся 30 июня

		2021	2022	Изменение
Результаты группы компаний	Общая выручка	81 402	117 748	45%
	Выручка от продажи интернет-рекламы	39 586	48 430	22%
	Общий скорректированный показатель EBITDA	5 780	25 694	345%
	Рентабельность общего скорректированного показателя EBITDA (total adjusted EBITDA margin), %	7,1%	21,8%	14,7 п.п.
	Чистая прибыль/(убыток)	(4 664)	8 056	н/прим.
	Скорректированная чистая прибыль	1 012	13 134	н/прим.
	Доля компании на российском поисковом рынке, %	59,7%	62,1%	2,4 п.п.

Поиск и портал	Доля поисковых запросов на устройствах на базе Android, %	59,5%	61,9%	2,4 п.п.
	Доля поисковых запросов на устройствах на базе iOS, %	42,2%	48,4%	6,2 п.п.
	Выручка	39 212	51 233	31%
	Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	32 151	43 215	34%
	Скорректированный показатель EBITDA	18 543	28 461	53%
	<i>Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin), %</i>	47,3%	55,6%	8,3 п.п.
Электронная коммерция, Райдтех и Доставка	Выручка	37 007	56 474	53%
	Валовая стоимость заказов райдтех-сервисов (GMV) ³	138 580	178 963	29%
	Товарооборот сервисов электронной коммерции (GMV) ⁴	35 007	58 568	67%
	Валовая стоимость заказов прочих O2O-сервисов* (GMV) ⁵	15 071	23 439	56%
	Общий скорректированный показатель EBITDA	(9 062)	2 139	н/прим.
Плюс и развлекательные сервисы	Число подписчиков Яндекс Плюса, млн	9,0	13,7	53%

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

Финансовый прогноз

На сегодняшний день возможность прогнозирования в краткосрочной и среднесрочной перспективе по-прежнему остаётся ограниченной из-за сохраняющейся высокой степени неопределённости в отношении геополитических и макроэкономических событий в будущем. Поэтому мы не готовы дать прогноз финансовых показателей на 2022 год, но планируем и дальше подробно информировать о результатах компании и ключевых направлениях развития нашего бизнеса в ежеквартальных финансовых релизах и письмах акционерам.

Корпоративная деятельность и события после отчётной даты

- 28 февраля 2022 года биржа Nasdaq приостановила торги ценными бумагами ряда компаний, ведущих основную деятельность в России. Ограничения в том числе коснулись акций класса А компании Yandex N.V. На сегодняшний день торги акциями Yandex N.V. на Nasdaq не возобновились, и пока неясно, когда это может произойти. Торги на Московской бирже продолжаются, однако международные системы расчётов по-прежнему закрыты для торговли ценными бумагами российских компаний и торговли в рублях. Из-за этого в настоящее время расчёты по сделкам между акционерами, которые приобрели наши акции на бирже Nasdaq, и инвесторами на Московской бирже невозможны. Ликвидность наших акций на текущий момент ограничена количеством ценных бумаг, хранящихся в Национальном расчётном депозитарии (НРД). Ситуацию также осложняют санкции в отношении НРД, которые повлияли на возможность проводить взаиморасчёты. Мы продолжаем изучать разные варианты в поисках решения, которое позволит нашим акционерам торговать акциями Yandex N.V.
- 28 апреля 2022 года Яндекс подписал соглашение об основных условиях сделки с VK по продаже сервисов Яндекс Новости и Дзен. Сделка должна будет пройти одобрение ФАС.

- 22 июня 2022 года Яндекс объявил о том, что годовое общее собрание акционеров компании в 2022 году состоится позднее, чем обычно. Дата собрания будет объявлена позже.
- 23 июня 2022 года сооснователь Яндекса Аркадий Волож покинул посты гендиректора и исполнительного директора Yandex N.V., а также все руководящие должности в международных подразделениях компании. Кроме того, он вышел из состава совета директоров Yandex N.V. Также по решению Аркадия Воложа семейный траст, через который он владеет своими акциями с 2019 года, на время действия санкций не будет принимать его указания относительно того, как голосовать этими акциями. Траст будет голосовать акциями согласно рекомендациям совета директоров, что обеспечит устойчивость процесса принятий решений и управления компанией.
- В июне 2022 года Яндекс объявил о закрытии сделки по выкупу 93,2% конвертируемых облигаций со сроком погашения в марте 2025 года. Общая номинальная стоимость выпуска составляла 1,25 млрд долларов, ставка 0,75%. Соглашение о выкупе 93,2% облигаций было подписано 15 июня 2022 года. В соответствии с условиями займа, изменёнными 10 июня 2022 года, Яндекс также получил право выкупить все оставшиеся облигации этого выпуска при соблюдении определённых условий. Ожидается, что все оставшиеся облигации будут выкуплены или погашены до 12 сентября 2022 года включительно.
- Ни сама Yandex N.V., ни какие-либо из её дочерних компаний не находятся под санкциями США, Евросоюза, Швейцарии или Великобритании. Яндекс продолжает внимательно следить за развитием ситуации в этом отношении.

Консолидированные результаты

Обзор ключевых **консолидированных финансовых показателей** за три и шесть месяцев, закончившихся 30 июня 2021 и 2022 годов.

<i>В миллионах рублей</i>	Три месяца, закончившиеся			Шесть месяцев, закончившиеся		
	30 июня			30 июня		
	2021	2022	Изменение	2021	2022	Изменение
Выручка	81 402	117 748	45%	154 538	223 758	45%
Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	75 171	110 412	47%	142 906	210 276	47%
Операционная прибыль/(убыток)	(4 723)	8 746	н/прим.	(4 990)	(3 688)	-26%
Скорректированный показатель EBITDA	5 780	25 694	345%	16 801	26 965	60%
Чистая прибыль/(убыток)	(4 664)	8 056	н/прим.	(7 884)	(4 981)	-37%
Скорректированная чистая прибыль	1 012	13 134	н/прим.	4 020	5 010	25%

Раскрытие выручки по сегментам отражено ниже.

Остаток денежных средств, денежных эквивалентов и депозитов на 30 июня 2022 года:

- 75,6 миллиарда рублей (1 477,6 миллиона долларов США) на консолидированной основе, из которых 23,7 миллиарда рублей (463,3 миллиона долларов США) находятся на счетах за пределами России.

Обзор выручки по сегментам

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

- Сегмент Медиауслуги переименован в Плюс и развлекательные сервисы. Такое название лучше отражает суть входящих в сегмент направлений.

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) во втором квартале 2022 года составила в среднем 62,1%, тогда как во втором квартале 2021 года она составляла 59,7%, а в первом квартале 2022 года — 61,0% (по данным аналитического сервиса Яндекс Радар).
- В России **доля поисковых запросов к Яндексу на устройствах на базе Android** во втором квартале 2022 года составила 61,9%, тогда как во втором квартале 2021 года она составляла 59,5%, а в первом квартале 2022 года — 59,9% (по данным аналитического сервиса Яндекс Радар).
- В России **доля поисковых запросов к Яндексу на устройствах на базе iOS** во втором квартале 2022 года составила 48,4%, тогда как во втором квартале 2021 года она составляла 42,2%, а в первом квартале 2022 года — 46,1% (по данным аналитического сервиса Яндекс Радар).
- **Доля поисковых запросов с мобильных устройств** во втором квартале 2022 года составила 67,2% от всех поисковых запросов к Яндексу. Трафик с мобильных устройств обеспечил 58,6% выручки от продажи рекламы на странице результатов поиска.
- **Количество поисковых запросов (search queries)** во втором квартале 2022 года выросло на 6% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2021 года.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 30 июня			Шесть месяцев, закончившиеся 30 июня		
	2021	2022	Изменение	2021	2022	Изменение
Выручка	39 212	51 233	31%	74 157	95 067	28%
Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	32 151	43 215	34%	60 767	80 340	32%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	18 543	28 461	53%	35 649	46 860	31%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	47,3%	55,6%	8,3 п.п.	48,1%	49,3%	1,2 п.п.

Во втором квартале 2022 года выручка в сегменте Поиска и портала выросла на 31%, а выручка за вычетом вознаграждения партнёрам — на 34% по сравнению с аналогичными показателями год назад. Этот результат связан с хорошей динамикой развития Рекламной сети Яндекса и нашего основного бизнеса — Поиска, доля которого продолжает расти на всех платформах, особенно заметно на iOS. Наибольший вклад в рост выручки РСЯ и Поиска внёс сегмент малого и среднего бизнеса, а также рост доли рынка, которая увеличилась благодаря развитию наших рекламных продуктов и технологий и перераспределению рекламных бюджетов в связи с изменением конкурентной среды.

Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin) во втором квартале 2022 года достигла 55,6%, значительно увеличившись по сравнению с 47,3% во втором квартале 2021 года. Ключевыми факторами роста рентабельности стали оптимизация операционных расходов в рамках общего фокуса группы компаний Яндекса на сохранении денежных средств и повышении операционной эффективности. На рост рентабельности также повлиял положительный эффект операционного рычага, обусловленный уверенным ростом рекламной выручки.

Электронная коммерция, Райдтех и Доставка

В сегмент Электронной коммерции, Райдтех и Доставки входят транзакционные O2O-сервисы.

1. Райдтех включает сервис онлайн-заказа такси в России и других странах СНГ, Европы, Ближнего Востока и Африки, сервис каршеринга для физических и юридических лиц Яндекс Драйв, а также сервис аренды самокатов.

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)** во втором квартале 2022 года вырос на 67% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал прошлого года.

Яндекс Маркет

- Доля **товарооборота (GMV) сторонних продавцов на Яндекс Маркете (ЗР)** во втором квартале 2022 года достигла 84%, тогда как во втором квартале 2021 года этот показатель составлял 70%.
- **Количество наименований товаров на Яндекс Маркете** к концу второго квартала 2022 года достигло 39,9 миллиона, тогда как в конце второго квартала 2021 года это число составляло 16,8 миллиона, а в конце первого квартала 2022 года — 26,1 миллиона.
- **Количество активных покупателей⁶** на Яндекс Маркете во втором квартале 2022 года выросло на 60% по сравнению с аналогичным показателем год назад и составило 11,4 миллиона.
- **Количество активных продавцов⁷** на Яндекс Маркете во втором квартале 2022 года выросло на 137% по сравнению с аналогичным показателем год назад и составило 30,8 тысячи.

Райдтех

- **Число поездок Райдтех-направления** увеличилось на 28% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2021 года.
- **Валовая стоимость заказов (GMV) на сервисах Райдтеха** выросла на 29% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 30 июня			Шесть месяцев, закончившиеся 30 июня		
	2021	2022	Изменение	2021	2022	Изменение
Валовая стоимость заказов (GMV):						
Райдтех	138 580	178 963	29%	257 982	346 381	34%
Электронная коммерция	35 007	58 568	67%	59 493	123 148	107%
Прямые продажи (1P)	14 228	17,418	22%	25 612	36 595	43%
Комиссионная модель (ЗР)	20 779	41 150	98%	33 881	86 553	155%
Другие O2O-сервисы	15 071	23 439	56%	27 728	47 760	72%
Выручка:						
Райдтех	18 496	29 938	62%	36 550	56 499	55%
Электронная коммерция	14 429	19 653	36%	26 630	40 397	52%

Выручка от продажи товаров (1P) ⁸	11 791	14 140	20%	21 187	29 700	40%
Комиссионные и другие доходы маркетплейса ⁹	2 638	5 513	109%	5 443	10 697	97%
Другие O2O-сервисы	4 424	7 966	80%	8 375	16 761	100%
Внутриsegmentные расчёты	(342)	(1 083)	н/прим.	(417)	(2 284)	н/прим.
Общая выручка	37 007	56 474	53%	71 138	111 373	57%
Скорректированный показатель EBITDA сервисов электронной коммерции, райдтеха и доставки (adjusted EBITDA):	(9 062)	2 139	н/прим.	(12 223)	(6 064)	н/прим.

Валовая стоимость заказов (GMV) в направлении Райдтеха выросла во втором квартале 2022 года на 29% в годовом исчислении за счёт роста общего числа поездок на основе увеличения количества пользователей и частоты поездок. Товарооборот сервисов электронной коммерции (GMV) во втором квартале 2022 года вырос на 67% год к году под влиянием того, что в этом квартале компания сконцентрировалась на повышении операционной эффективности и контроле затрат, а также в связи с нормализацией темпов роста рынка электронной коммерции после скачка спроса в марте 2022 года. Рост валовой стоимости заказов (GMV) других O2O-сервисов во втором квартале 2022 года достиг 56% в годовом исчислении, при этом наибольший вклад в рост этого показателя внесла Яндекс Доставка, почти наравне с ней — сервис доставки заказов из ресторанов Яндекс Еда.

Выручка в сегменте Электронной коммерции, Райдтеха и Доставки выросла на 53% в годовом исчислении, в основном за счёт сервисов Райдтеха и сервисов электронной коммерции (где наибольший вклад в рост выручки внесла Яндекс Лавка, а следом за ней — Яндекс Маркет). Выручка сервисов Райдтеха выросла на 62%, в первую очередь за счёт уверенного роста числа поездок и валовой стоимости заказов (GMV), а также за счёт повышения эффективности платформы и увеличения количества водителей. Выручка сервисов электронной коммерции во втором квартале 2022 года выросла на 36% по сравнению аналогичным показателем во втором квартале 2021 года. Выручка росла медленнее, чем товарооборот, из-за изменений в структуре выручки маркетплейса (доля сторонних продаж (3P) во втором квартале 2022 года увеличилась до 84% по сравнению с 70% во втором квартале 2021 года). Доходы от прямых продаж (1P) выросли на 20% в годовом исчислении за счёт роста Яндекс Лавки (на фоне увеличения числа даркстортов в отдельных регионах). Однако рост 1P-доходов частично замедлило то, что прямые продажи Яндекс Маркета снизились, в первую очередь из-за стратегического решения сохранять запасы товаров, чтобы избежать дефицита в условиях усложнения логистики. Комиссионные и прочие доходы маркетплейса выросли на 109% в связи с ростом сторонних продаж (3P) в общем товарообороте (GMV) и повышением эффективной комиссии Яндекс Маркета. Выручка других O2O-сервисов выросла на 80% в годовом исчислении, в основном за счёт роста Яндекс Доставки и высоких результатов Яндекс Еды, а также благодаря успехам Яндекс Лавки в Израиле.

Внутриsegmentные расчёты выручки в сегменте Электронной коммерции, Райдтеха и Доставки представляют собой элиминируемые обороты выручки внутри сервисов и направлений этого сегмента. Изменение этого показателя по сравнению с аналогичным показателем год назад связано в основном с увеличением числа заказов на сервисах электронной коммерции, доставку которых осуществлял логистический сервис Яндекс Доставка, а также с эффектом низкой базы. На динамику этого показателя также повлиял рост числа заказов на Яндекс Маркете, которые были доставлены с помощью сервиса Яндекс Драйв.

Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA) сегмента Электронной коммерции, Райдтеха и Доставки во втором квартале 2022 года составил 2 139 миллионов рублей, тогда как во втором квартале 2021 года убыток по этому показателю составлял 9 062 миллиона рублей. Значительный прирост прибыли в первую очередь объясняется улучшением операционной эффективности большинства ключевых направлений сегмента, а также ориентацией всей группы компаний на увеличение денежных поступлений и более строгий контроль затрат. Это выразилось в том числе в ограничении найма новых сотрудников, оптимизации маркетинговых и прочих накладных расходов.

Плюс и развлекательные сервисы

В сегмент Плюса и развлекательных сервисов 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** на конец второго квартала 2022 года достигло 13,7 миллиона, увеличившись на 53% по сравнению с аналогичным показателем на конец второго квартала 2021 года.
-

<i>В миллионах рублей</i>	Три месяца, закончившиеся 30 июня			Шесть месяцев, закончившиеся 30 июня		
	2021	2022	Изменение	2021	2022	Изменение
Выручка	4 094	6 150	50%	7 579	11 981	58%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(1 732)	(2 595)	50%	(2 990)	(5 766)	93%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	-42,3%	-42,2%	0,1 п.п.	-39,4%	-48,1%	-8,7 п.п.

Выручка в сегменте Плюса и развлекательных сервисов во втором квартале 2022 года выросла на 50% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2021 года. Этот рост в основном был вызван увеличением доходов от продаж единой подписки на сервисы Яндекса на фоне роста общего числа платных подписчиков и изменения структуры подписок в сторону более премиальных. На рост выручки также повлияла хорошая динамика других доходов, в том числе от продажи лицензий и доходов Яндекс Афиши. Убыток по скорректированному показателю EBITDA в размере 2,6 миллиарда рублей отражает увеличение затрат на развитие бизнеса, необходимое 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 30 июня			Шесть месяцев, закончившиеся 30 июня		
	2021	2022	Изменение	2021	2022	Изменение
Выручка	1 995	2 085	5%	3 778	4 257	13%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	728	541	-26%	1 113	818	-27%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	36,5%	25,9%	-10,6 п.п.	29,5%	19,2%	-10,3 п.п.

Выручка в сегменте сервисов объявлений во втором квартале 2022 года выросла на 5% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2021 года. Такая динамика обусловлена ростом дополнительных услуг и более эффективной стратегией монетизации, увеличением показателя удержания автодилеров и хорошими результатами Яндекс Недвижимости. Всё это в совокупности компенсировало негативный эффект от резкого спада на рынке новых автомобилей. Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA) во втором квартале 2022 года составил 0,5 миллиарда рублей по сравнению с 0,7 миллиарда рублей во втором квартале 2021 года. Рентабельность по скорректированному показателю EBITDA снизилась на 11 процентных пунктов год к году в связи со снижением темпов роста выручки, однако оптимизация затрат на уровне группы компаний частично компенсировала это снижение.

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 и другие экспериментальные продукты.

<i>В миллионах рублей</i>	Три месяца, закончившиеся 30 июня			Шесть месяцев, закончившиеся 30 июня		
	2021	2022	Изменение	2021	2022	Изменение
Выручка	4 929	10 185	107%	9 741	17 450	79%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(2 779)	(2 896)	4%	(4 927)	(9 023)	83%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	-56,4%	-28,4%	28 п.п.	-50,6%	-51,7%	-1,1 п.п.

Выручка в сегменте Прочих бизнес-юнитов и инициатив во втором квартале 2022 года увеличилась на 107% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2021 года. Этот рост был связан в основном с увеличением доходов сегмента Устройств, сервиса Yandex Cloud и Образования. Доходы сегмента Устройств выросли на 165% год к году и достигли 4,3 миллиарда рублей во втором квартале 2022 года. Такой рост обусловлен высоким спросом на умные устройства, включая флагманскую Яндекс Станцию второго поколения, выпущенную в мае 2022 года, а также постепенным восстановлением производства и поставок в Китае после ограничений в связи с пандемией коронавируса. Доходы Yandex Cloud выросли на 207% год к году в связи с ростом спроса на услуги сервиса, а также увеличением его доли на рынке благодаря запуску новых продуктов и изменениям конкурентной среды.

Убыток по скорректированному показателю EBITDA составил 2,9 миллиарда рублей (включая 1,5 миллиарда инвестиций в Yandex SDG), тогда как во втором квартале 2021 года убыток составлял 2,8 миллиарда рублей. Сегмент существенно улучшил относительный показатель убытка в процентах от выручки благодаря сильным результатам сегмента Устройств и сервиса Yandex Cloud, которые впервые вышли на положительный скорректированный показатель EBITDA.

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.

<i>В миллионах рублей</i>	Три месяца, закончившиеся 30 июня			Шесть месяцев, закончившиеся 30 июня		
	2021	2022	Изменение	2021	2022	Изменение
Выручка:						
Выручка по всем сегментам	87 237	126 127	45%	166 393	240 128	44%
Внутрисегментные расчёты	(5 835)	(8 379)	44%	(11 855)	(16 370)	38%
Общая выручка	81 402	117 748	45%	154 538	223 758	45%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA):						
Скорректированный показатель EBITDA по всем сегментам (adjusted EBITDA)	5 698	25 650	350%	16 622	26 825	61%
Внутрисегментные расчеты	82	44	-46%	179	140	-22%
Общий скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	5 780	25 694	345%	16 801	26 965	60%

Внутрисегментные расчёты выручки во втором квартале 2022 года увеличились на 44% по сравнению с аналогичным показателем за второй 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 51,1580 рубля за 1 доллар США — официальному курсу обмена Центрального банка Российской Федерации на 30 июня 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 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.

⁴ 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.

⁵ Валовая стоимость заказов (GMV) прочих O2O-сервисов (online-to-offline) включает в себя совокупную сумму платежей пользователей и бизнесов-партнёров 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.

⁶ Активный покупатель — это покупатель, совершивший не менее одной покупки в течение 12 месяцев до отчётной даты.

⁷ Активный продавец — это продавец, совершивший не менее одной продажи в течение одного месяца до отчётной даты.

⁸ Выручка от продажи товаров включает выручку от прямых продаж (1P) Яндекс Маркета, выручку от прямых продаж Яндекс Лавки в России, где мы работаем по бизнес-модели прямых продаж и выполняем роль продавца, и не включает выручку от платы за доставку в этих сервисах.

⁹ Комиссионные и другие доходы маркетплейса включают комиссию Яндекс Маркета за сторонние продажи, плату за доставку, за услуги сервиса, а также рекламную выручку сервиса доставки продуктов из магазинов Яндекс Еда, плату за доставку и рекламную выручку Яндекс Лавки в России и прочие доходы.

Контакты

Пресс-служба компании «Яндекс»

Илья Грабовский

Тел.: +7 495 739-70-00

Электронная почта: pr@yandex-team.ru