

Яндекс объявляет финансовые результаты за III квартал 2022 года

Москва — Амстердам, 3 ноября 2022 года. Яндекс (NASDAQ и MOEX: YNDX), крупнейшая российская поисковая система и интернет-портал, объявляет неаудированные финансовые результаты за третий квартал 2022 года.



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

В миллионах рублей

		Три месяца, закончившиеся 30 сентября		
		2021	2022	Изменение
Результаты группы компаний	Общая выручка	91 305	133 163	46%
	Общий скорректированный показатель EBITDA	5 622	20 003	256%
	Рентабельность общего скорректированного показателя EBITDA (total adjusted EBITDA margin), %	6,2%	15,0%	8,8 п.п.
	Чистая прибыль/(убыток)	(3 908)	45 541	н/прим.
	Включая единовременный неденежный эффект от деконсолидации Новостей и Дзена	-	38 051	н/прим.
	Скорректированная чистая прибыль	1 340	5 009	н/прим.

Поиск и портал	Доля компании на российском поисковом рынке, %	59,3%	62,0%	2,7 п.п.
	Доля поисковых запросов на устройствах на базе Android, %	58,9%	61,9%	3,1 п.п.
	Доля поисковых запросов на устройствах на базе iOS, %	42,8%	48,3%	5,5 п.п.
	Выручка	41 951	60 853	45%
	Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	34 313	50 710	48%
	Скорректированный показатель EBITDA	20 995	33 789	61%
	<i>Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin), %</i>	50,0%	55,5%	5,5 п.п.
Электронная коммерция, Райдтех и Доставка	Выручка	42 509	63 348	49%
	Валовая стоимость заказов райдтех-сервисов (GMV) ³	156 136	198 041	27%
	Товарооборот сервисов электронной коммерции (GMV) ⁴	41 825	72 465	73%
	Валовая стоимость заказов прочих O2O-сервисов* (GMV) ⁵	34 063	46 649	37%
	Общий скорректированный показатель EBITDA	(10 647)	(2 402)	-77%
Плюс и развлекательные сервисы	Число подписчиков Яндекс Плюса, млн	10,3	15,8	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, 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

- 12 сентября 2022 года Яндекс закрыл сделку по продаже Дзена и Новостей и покупке 100% сервиса доставки еды Delivery Club. Эта сделка отражает стратегическое решение Яндекса выйти из медиабизнеса, за исключением развлекательного контента в онлайн-кинотеатре. Следующей этой

стратегии, Яндекс запустил новую главную страницу ya.ru, которая стала основной точкой входа в Поиск, Почту и другие немедийные сервисы компании.

- По состоянию на 31 октября 2022 года Яндекс выкупил свыше 99% своих конвертируемых облигаций со сроком погашения в марте 2025 года. Общая номинальная стоимость выпуска составляла 1,25 млрд долларов, ставка 0,75%. В дополнение к этому Яндекс выпустил 2,5 млн акций класса А (2,2 млн на конец третьего квартала, остальные в октябре 2022 года), которые были использованы в качестве вознаграждения держателям облигаций в соответствии с генеральной лицензией номер 45 Управления по контролю за иностранными активами Министерства финансов США. Яндекс твердо намерен выполнить свои обязательства в отношении оставшихся облигаций (менее 1% от всего выпуска) и обладает необходимыми для этого ресурсами.
- На момент публикации этого пресс-релиза торги акциями класса А компании Yandex N.V. на Nasdaq, приостановленные 28 февраля 2022 года, не возобновились, и пока неясно, когда это может произойти. Торги на Московской бирже продолжаются, однако международные системы расчетов по-прежнему закрыты для торговли ценными бумагами российских компаний и торговли в рублях, и ликвидность наших акций на Мосбирже ограничена количеством ценных бумаг, хранящихся в Национальном расчетном депозитории (НРД).
- Ни сама Yandex N.V., ни какие-либо компании группы не находятся под санкциями США, Евросоюза, Швейцарии или Великобритании. Компании группы Яндекса не принадлежат на 50% и более лицам, попавшим под такие санкции, и не находятся под контролем таких лиц. Яндекс продолжает внимательно следить за развитием ситуации в этом отношении.

Эффекты текущего геополитического кризиса

Текущая геополитическая напряжённость и её влияние на российскую и мировую экономику создали исключительно сложные условия для нашего бизнеса, команды и акционеров.

Эти события негативно повлияли (и могут в будущем оказать существенное негативное влияние) на макроэкономический климат в России и привели к волатильности рубля, валютному контролю, существенному повышению процентных ставок и инфляции, потенциальному сокращению потребительских расходов, а также к уходу иностранных предприятий и поставщиков с российского рынка. Кроме того, существует некоторая вероятность принятия новых законов или нормативных актов, которые могут негативно повлиять на наших иностранных акционеров и на стоимость принадлежащих им акций Яндекса. Мы предоставили подробную информацию о возможных рисках и вероятных неблагоприятных последствиях для нашего бизнеса в нашем годовом отчёте по форме 20-F за год, закончившийся 31 декабря 2021 года. Отчёт был представлен 20 апреля 2022 года.

Мы продолжаем поддерживать бесперебойную работу сервисов для пользователей и партнёров. В этот период неопределённости мы принимаем надлежащие меры по сохранению денежных средств и эффективному распределению капитала и бюджета, при этом мы намерены и дальше инвестировать в развитие наших ключевых бизнесов и продуктов. Мы внимательно следим за развитием ситуации с санкциями и экспортным контролем, а также за макроэкономическим климатом и настроениями потребителей в России и оцениваем разные планы действий на случай непредвиденных изменений. Совет директоров и менеджмент компании уделяют особое внимание благополучию сотрудников (около 20 тысяч человек) в России и за рубежом (особенно в свете недавно проведённой частичной мобилизации), делая при этом всё возможное для защиты интересов наших акционеров и других заинтересованных сторон.

Консолидированные результаты

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

В миллионах рублей

Три месяца, закончившиеся

30 сентября

Девять месяцев, закончившиеся

30 сентября

	2021	2022	Изменение	2021	2022	Изменение
Выручка	91 305	133 163	46%	245 843	356 921	45%
Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	84 430	123 940	47%	227 336	334 216	47%
Операционная прибыль/(убыток)	(5 684)	10 797	н/прим.	(10 674)	7 109	н/прим.
Скорректированный показатель EBITDA	5 622	20 003	256%	22 423	46 968	109%
Чистая прибыль/(убыток)	(3 908)	45 541	н/прим.	(11 792)	40 560	н/прим.
Скорректированная чистая прибыль	1 340	5 009	н/прим.	5 360	10 019	87%

Начиная с третьего квартала 2022 года Яндекс вносит ряд изменений в структуру сегментной отчётности компании. Они отражены ниже, в части «Обзор выручки по сегментам», и учтены в исторической отчётности прошлых периодов. Помимо них Яндекс представляет следующие изменения, которые будут применяться перспективно и отобразятся только в будущих финансовых периодах компании:

- Поскольку в оставшийся период 2022 года и в течение 2023 года Яндекс выплачивает сотрудникам дополнительные денежные вознаграждения взамен невозможных к реализации опционов, соответствующие компенсационные расходы будут включены в расчёт скорректированного показателя EBITDA, который отражает прибыли и убытки сегментов.
- Яндекс исключит некоторые корпоративные расходы из расчёта скорректированного показателя EBITDA сегментов, чтобы он точнее отражал операционные показатели сегментов. Имеются в виду, например, административные расходы, такие как оплата юридических и финансовых услуг, и другие расходы, не относящиеся к сегментам напрямую. Эти корпоративные расходы будут учитываться в сегменте Прочих бизнес-юнитов и инициатив.
- Яндекс консолидировал финансовые показатели Delivery Club с 8 сентября 2022 года, то есть с даты покупки этого сервиса в рамках завершения данного этапа сделки по продаже Дзена и Новостей и покупке Delivery Club. Эти показатели отражены в сегменте Электронной коммерции, Райдтеха и Доставки.
- Яндекс деконсолидировал Новости и Дзен из финансовых результатов компании начиная с 12 сентября, когда эти сервисы были проданы. Ранее финансовые результаты Новостей и Дзена были представлены в сегментах Поиска и портала и Прочих бизнес-юнитов и инициатив соответственно.

Раскрытие выручки по сегментам отражено ниже.

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

- 101,1 миллиарда рублей (1 760,9 миллиона долларов США) на консолидированной основе.

Обзор выручки по сегментам

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

- Сервис Яндекс Путешествия — агрегатор билетов, отелей и туров — перенесён из сегмента Поиска и портала в сегмент Сервисов объявлений.
- Сервис Яндекс Заправки, который позволяет оплачивать топливо на АЗС не выходя из машины, перенесён из сегмента Поиска и портала в категорию других O2O-сервисов в сегменте Электронной коммерции, Райдтеха и Доставки.

Эти изменения применяются к представленным финансовым периодам ретроспективно.

Поиск и портал

Сегмент Поиска и портала включает Поиск, Геосервисы, Яндекс 360, Погоду, Новости (до 12 сентября 2022 года, когда была завершена деконсолидация сервиса), 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 третьем квартале 2022 года составила в среднем 62,0%, тогда как в третьем квартале 2021 года она составляла 59,3%, а во втором квартале 2022 года — 62,1% (по данным аналитического сервиса Яндекс Радар).
- В России **доля поисковых запросов к Яндексу на устройствах на базе Android** в третьем квартале 2022 года составила 61,9% — это на 3,1 п.п. выше, чем в третьем квартале 2021 года, когда она составляла 58,9%, и столько же, сколько во втором квартале 2022 года — 61,9% (по данным аналитического сервиса Яндекс Радар).
- В России **доля поисковых запросов к Яндексу на устройствах на базе iOS** в третьем квартале 2022 года составила 48,3% — на 5,5 п.п. больше, чем в третьем квартале 2021 года, когда она составляла 42,8%. По сравнению со вторым кварталом 2022 года (48,4%) доля осталась примерно такой же (по данным аналитического сервиса Яндекс Радар).
- **Доля поисковых запросов с мобильных устройств** в третьем квартале 2022 года составила 69,3% от всех поисковых запросов к Яндексу. Трафик с мобильных устройств обеспечил 59,6% выручки от продажи рекламы на странице результатов поиска.
- **Количество поисковых запросов (search queries)** в России в третьем квартале 2022 года выросло на 4% по сравнению с аналогичным показателем за третий квартал 2021 года.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 30 сентября			Девять месяцев, закончившиеся 30 сентября		
	2021	2022	Изменение	2021	2022	Изменение
Выручка	41 951	60 853	45%	115 457	154 989	34%
Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	34 313	50 710	48%	94 429	130 101	38%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	20 995	33 789	61%	56 814	80 829	42%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	50,0%	55,5%	5,5 п.п.	49,2%	52,2%	3 п.п.

В третьем квартале 2022 года выручка в сегменте Поиска и портала выросла на 45%, а выручка за вычетом вознаграждения партнёрам — на 48% по сравнению с аналогичными показателями год назад. Этот рост прежде всего связан с хорошими результатами Рекламной сети Яндекса и нашего основного бизнеса — Поиска, достигнутыми благодаря развитию рекламных технологий и продуктов, особенно в сегментах электронной коммерции и малого и среднего бизнеса. На рост также повлияли изменения конкурентной среды, благодаря которым рыночная доля Яндекса выросла относительно 2021 года. Сегмент малого и среднего бизнеса внёс наибольший вклад в рост выручки, однако и крупные клиенты, обычно увеличивающие рекламные бюджеты к концу года, постепенно начали восстанавливать свою активность.

Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin) в третьем квартале 2022 года достигла 55,5% по сравнению с 50,0% в третьем квартале 2021 года. На рост рентабельности в основном повлияли оптимизация рекламных и маркетинговых расходов (включая перенос расходов на будущие периоды), положительный эффект от исключения корпоративных расходов из скорректированного показателя EBITDA сегментов, а также эффект положительного операционного рычага на фоне значительного роста выручки. Эти факторы позволили компенсировать умеренный негативный эффект, вызванный отделением Новостей и Дзена (с учётом того, что их деконсолидация состоялась незадолго до конца квартала), а также снижение прибыли из-за включения в расчёт скорректированного показателя EBITDA компенсационных расходов, связанных с выплатой сотрудникам дополнительных денежных вознаграждений взамен невозможных к реализации опционов.

Электронная коммерция, Райдтех и Доставка

В сегмент Электронной коммерции, Райдтеха 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 сервисы доставки продуктов из магазинов Яндекс Еда и Delivery Club (с 8 сентября 2022 года, когда была закрыта сделка по покупке сервиса).

3. Другие O2O-сервисы включают Яндекс Доставку — сервис доставки на этапе «последней мили» для физических и юридических лиц, сервисы доставки заказов из ресторанов Яндекс Еда и Delivery Club, сервис гиперлокальной доставки продуктов и хозяйственных товаров Яндекс Лавка Израиль, сервис для оплаты топлива на АЗС с телефона Яндекс Заправки, а также несколько небольших экспериментальных O2O-сервисов.

Ключевые операционные показатели:

- **Товарооборот на сервисах электронной коммерции (GMV)** в третьем квартале 2022 года вырос на 73% по сравнению с аналогичным показателем за третий квартал прошлого года.

Яндекс Маркет

- **Доля товарооборота (GMV) сторонних продавцов на Яндекс Маркете (3P)** в третьем квартале 2022 года достигла 83%, тогда как в третьем квартале 2021 года этот показатель составлял 78%.

- **Количество наименований товаров на Яндекс Маркете** к концу третьего квартала 2022 года достигло 49,3 миллиона, тогда как в конце третьего квартала 2021 года это число составляло 20,9 миллиона, а в конце второго квартала 2022 года — 39,9 миллиона.
- **Количество активных покупателей⁶** на Яндекс Маркете в третьем квартале 2022 года выросло на 49% по сравнению с аналогичным показателем год назад и составило 12,5 миллиона.
- **Количество активных продавцов⁷** на Яндекс Маркете в третьем квартале 2022 года выросло на 98% по сравнению с аналогичным показателем год назад и к концу квартала достигло 35 000.

Райдтех

- **Число поездок Райдтех-направления** увеличилось на 24% по сравнению с аналогичным показателем за третий квартал 2021 года.
- **Валовая стоимость заказов (GMV) на сервисах Райдтеха** выросла на 27% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 30 сентября			Девять месяцев, закончившиеся 30 сентября		
	2021	2022	Изменение	2021	2022	Изменение
Валовая стоимость заказов (GMV):						
Райдтех	156 136	198 041	27%	414 118	544 422	31%
Электронная коммерция	41 825	72 465	73%	101 318	195 614	93%
Прямые продажи (1P)	14 247	19,835	39%	39 859	56 431	42%
Комиссионная модель (3P)	27 578	52 630	91%	61 459	139 183	126%
Другие O2O-сервисы ⁸	34 063	46 649	37%	84 534	124 588	47%
Выручка:						
Райдтех	22 082	31 015	40%	58 632	87 514	49%
Электронная коммерция	15 355	23 520	53%	41 986	63 918	52%
Выручка от продажи товаров (1P) ⁹	11 724	15 944	36%	32 911	45 643	39%
Комиссионные и другие доходы маркетплейса ¹⁰	3 631	7 576	109%	9 075	18 275	101%
Другие O2O-сервисы	5 821	10 344	78%	14 525	27 593	90%
Внутрисегментные расчёты	(749)	(1 531)	104%	(1 274)	(3 970)	212%
Общая выручка	42 509	63 348	49%	113 869	175 055	54%
Скорректированный показатель EBITDA сегмента Электронной коммерции, Райдтеха и Доставки (adjusted EBITDA):	(10 647)	(2 402)	-77%	(22 906)	(8 502)	-63%

Валовая стоимость заказов (GMV) в направлении Райдтеха в третьем квартале 2022 года выросла на 27% в годовом исчислении преимущественно за счёт роста общего числа поездок на фоне увеличения количества

пользователей и частоты поездок. Товарооборот сервисов электронной коммерции (GMV) в целом в третьем квартале 2022 года вырос на 73% год к году, товарооборот одного Яндекс Маркета — на 78%. В июле, августе и первой половине сентября товарооборот рос опережающими темпами, но во второй половине сентября недельная динамика GMV была отрицательной. Рост валовой стоимости заказов (GMV) других O2O-сервисов в третьем квартале 2022 года достиг 37% в годовом исчислении, при этом наибольший вклад в рост GMV внесла Яндекс Доставка, почти наравне с ней — сервис доставки заказов из ресторанов Яндекс Еда и только приобретённый сервис Delivery Club. Без учёта недавно присоединённого сервиса Яндекс Заправки GMV других O2O-сервисов выросла на 59%, что говорит об ускорении роста год к году в третьем квартале 2022 года по сравнению со вторым кварталом.

Выручка в сегменте Электронной коммерции, Райдтеха и Доставки выросла на 49% в годовом исчислении, в основном за счёт сервисов Райдтеха и электронной коммерции (где наибольший вклад в рост выручки внёс Яндекс Маркет, а следом за ним — Яндекс Лавка). Выручка сервисов Райдтеха выросла на 40%, в первую очередь за счёт уверенного роста числа поездок и валовой стоимости заказов (GMV). Выручка сервисов электронной коммерции в третьем квартале 2022 года выросла на 53% по сравнению аналогичным показателем в третьем квартале 2021 года. Выручка росла медленнее, чем товарооборот, из-за изменений в структуре выручки маркетплейса (доля сторонних продаж (3P) в третьем квартале 2022 года увеличилась до 83% по сравнению с 78% в третьем квартале 2021 года). Доходы от прямых продаж (1P) выросли на 36% в годовом исчислении за счёт роста Яндекс Лавки (рост сервиса в годовом исчислении был обусловлен в первую очередь ростом количества товаров в заказе, что положительно сказалось на среднем чеке) и прямых продаж Яндекс Маркета — они увеличились благодаря росту товарооборота и бизнеса в целом. 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 78% в годовом исчислении, в основном за счёт роста Яндекс Доставки и Яндекс Еды, а также благодаря покупке Delivery Club.

Внутрисегментные 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 автомобилей Яндекс Драйва.

Убыток по скорректированному показателю EBITDA (adjusted EBITDA) сегмента Электронной коммерции, Райдтеха и Доставки в третьем квартале 2022 года составил 2 402 миллиона рублей, тогда как в третьем квартале 2021 года он составлял 10 647 миллиона рублей. Такое снижение в первую очередь объясняется улучшением операционной эффективности в большинстве ключевых направлений сегмента (прежде всего в Такси и всех вертикалях сегмента Электронной коммерции), а также оптимизацией маркетинговых расходов за счёт приоритизации наиболее прибыльных каналов при распределении бюджетов.

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 третьего квартала 2022 года достигло 15,8 миллиона, увеличившись на 53% по сравнению с аналогичным показателем на конец третьего квартала 2021 года.

<i>В миллионах рублей</i>	Три месяца, закончившиеся 30 сентября			Девять месяцев, закончившиеся 30 сентября		
	2021	2022	Изменение	2021	2022	Изменение
Выручка	4 311	7 817	81%	11 891	19 798	66%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(1 589)	(1 498)	-6%	(4 578)	(7 264)	59%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	-36,9%	-19,2%	17,7 п.п.	-38,5%	-36,7%	1,8 п.п.

Выручка в сегменте Плюса и развлекательных сервисов в третьем квартале 2022 года выросла на 81% по сравнению с аналогичным показателем за третий квартал 2021 года. Этот рост в основном был вызван увеличением доходов от продаж единой подписки на сервисы Яндекса на фоне роста общего числа платящих подписчиков и средней выручки от одного подписчика, а также хорошей динамикой других доходов, в том числе от продажи лицензий. Убыток по скорректированному показателю EBITDA уменьшился в абсолютном выражении по сравнению с третьим кварталом 2021 года и составил 1,5 миллиарда рублей. Положительная динамика объясняется ростом доходов от продажи подписок и лицензий благодаря ставке на оригинальный контент. Основные статьи расходов в этом сегменте — это контент и маркетинг, расходы на персонал и аутсорсинг услуг, необходимых для поддержки роста бизнеса.

Сервисы объявлений

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

<i>В миллионах рублей</i>	Три месяца, закончившиеся 30 сентября			Девять месяцев, закончившиеся 30 сентября		
	2021	2022	Изменение	2021	2022	Изменение
Выручка	2 421	3 371	39%	6 664	8 350	25%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	450	237	-47%	1 424	903	-37%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	18,6%	7,0%	-11,6 п.п.	21,4%	10,8%	-10,6 п.п.

Выручка в сегменте сервисов объявлений в третьем квартале 2022 года выросла на 39% по сравнению с аналогичным показателем за третий квартал 2021 года. Такая динамика обусловлена ростом дополнительных услуг и более эффективной стратегией монетизации, хорошими результатами Яндекс Путешествий и Яндекс Недвижимости, которых удалось добиться благодаря растущему спросу на наши сервисы и изменению конкурентной среды на российском рынке начиная со второго квартала 2022 года. На рост выручки негативно повлиял резкий спад на рынке новых автомобилей, который отразился на показателях сервиса автомобильных объявлений. Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA) в третьем квартале

2022 года составил 0,2 миллиарда рублей по сравнению с 0,4 миллиарда рублей в третьем квартале 2021 года. Рентабельность по скорректированному показателю EBITDA снизилась на 12 процентных пунктов год к году в связи с ростом рекламных и маркетинговых расходов, инвестициями в новые направления, такие как Яндекс Аренда, и расходами на персонал, необходимыми для поддержки развития сервисов.

Прочие бизнес-юниты и инициативы

Сегмент Прочих бизнес-юнитов и инициатив включает направление разработки беспилотных автомобилей (Yandex SDG), Дзен (до 12 сентября 2022 года, когда была завершена деконсолидация сервиса), Yandex Cloud, Яндекс Образование, Устройства, Финтех, Толоку, RouteQ и другие экспериментальные продукты, а также корпоративные расходы, не относящиеся к сегментам напрямую.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 30 сентября			Девять месяцев, закончившиеся 30 сентября		
	2021	2022	Изменение	2021	2022	Изменение
Выручка	6 006	10 194	70%	15 747	27 644	76%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(3 671)	(10 207)	178%	(8 598)	(19 230)	124%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	-61,1%	-100,1%	-39 п.п.	-54,6%	-69,6%	-15 п.п.

Выручка в сегменте Прочих бизнес-юнитов и инициатив в третьем квартале 2022 года увеличилась на 70% по сравнению с аналогичным показателем за третий квартал 2021 года. Этот рост был связан в основном с увеличением доходов сегмента Устройств, сервиса Yandex Cloud и Образования. Доходы сегмента Устройств в третьем квартале 2022 года выросли на 74% год к году и составили 3,7 миллиарда рублей. Темпы роста немного снизились относительно сильных показателей второго квартала из-за падения спроса, вызванного ухудшением макроэкономической обстановки, а также из-за временных трудностей с поставками. Доходы Yandex Cloud выросли на 175% 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 на российском рынке начиная со второго квартала 2022 года.

Убыток по скорректированному показателю EBITDA составил 10,2 миллиарда рублей (включая 1,6 миллиарда инвестиций в Yandex SDG), тогда как в третьем квартале 2021 года убыток составлял 3,7 миллиарда рублей. Тем не менее, по сравнению с третьим кварталом 2021 года показатели ключевых направлений бизнеса улучшились: сегмент Устройств и сервис Yandex Cloud второй квартал подряд приносят прибыль по скорр. EBITDA, и закрытие международных бизнесов Яндекс Лавки дало положительный эффект. На рост убытка повлияло изменение структуры сегментов, так как корпоративные расходы, не относящиеся к сегментам напрямую, теперь учитываются не в показателях этих сегментов, а отдельно, в сегменте Прочих бизнес-юнитов и инициатив.

Внутрисегментные расчёты

Внутрисегментные расчёты выручки представляют собой элиминлируемые 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 30 сентября			Девять месяцев, закончившиеся 30 сентября		
	2021	2022	Изменение	2021	2022	Изменение
Выручка:						
Выручка по всем сегментам	97 198	145 583	50%	263 628	385 836	46%
Внутрисегментные расчёты	(5 893)	(12 420)	111%	(17 785)	(28 915)	63%
Общая выручка	91 305	133 163	46%	245 843	356 921	45%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA):						
Скорректированный показатель EBITDA по всем сегментам (adjusted EBITDA)	5 538	19 919	260%	22 156	46 736	111%
Внутрисегментные расчёты	84	84	0%	267	232	-13%
Общий скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	5 622	20 003	256%	22 423	46 968	109%

Внутрисегментные расчёты выручки в третьем квартале 2022 года увеличились на 111% по сравнению с аналогичным показателем за третий квартал 2021 года. Этот рост был в основном связан с внутригрупповыми элиминируемыми оборотами выручки, которые растут по мере того, как группа компаний Яндекса расширяется и связи между разными сервисами усиливаются. Элиминируемые обороты выручки связаны с перекрёстными рекламными и маркетинговыми кампаниями разных сервисов, платой за услуги доставки, платой всех бизнес-юнитов за использование дата-центров, другой IT-инфраструктуры и прочих централизованных 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 57,4130 рубля за 1 доллар США — официальному курсу обмена Центрального банка Российской Федерации на 30 сентября 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 сервисов Яндекс Еда и Delivery Club, 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 и Заправок, совокупную стоимость заказов, доставленных сервисами Яндекс Еда и Delivery Club (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 *Валовая стоимость заказов (GMV) и выручка других O2O-сервисов включают показатели сервиса Яндекс Заправки, который в предыдущих финансовых периодах учитывался в сегменте Поиска и портала.*

⁹ *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.*

¹⁰ *Комиссионные и другие доходы маркетплейса включают комиссию Яндекс Маркета за сторонние продажи, плату за доставку, за услуги сервиса, а также рекламную выручку сервисов доставки продуктов из магазинов Яндекс Еда и Delivery Club, плату за доставку и рекламную выручку 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