VK Company Limited

Финансовые и операционные результаты

3 квартал 2022

Заявление об ограничении ответственности

Информация, представленная в данной презентации, может включать заявления прогнозного характера. Прогнозные заявления содержат заявления, касающиеся планов, задач, целей, стратегий, будущих событий или результатов деятельности, а также лежащие в их основе предположения и другие заявления, которые отличаются от заявлений об исторических фактах. Слова "полагать", "ожидать", "предвидеть", "намереваться", "оценивать", "прогнозировать", "проектировать", "будет", "может", "должен" и подобные выражения относятся к заявлениям прогнозного характера, но не являются исключительным средством для обозначения таких заявлений.

Заявления прогнозного характера фигурируют в ряде мест в данной презентации и могут включать заявления относительно: стратегии, прогнозов и перспектив развития; будущих планов, ожиданий, прогнозов и потенциала будущего роста; планов или намерений, связанных с приобретениями; будущих доходов и результатов деятельности; ликвидности, капитальных ресурсов и капитальных затрат; экономических перспектив и отраслевых тенденций; влияния регуляторных инициатив; конкурентных преимуществ и недостатков; преимуществ конкурентов; ожидаемого влияния пандемии коронавируса (COVID-19), включая, без ограничений, влияние на экономические и финансовые рынки и на Компанию, макроэкономические и геополитические события.

Прогнозные заявления в данной презентации основаны на различных предположениях, многие из которых, в свою очередь, основаны на других предположениях, включая, но не ограничиваясь, изучения руководством исторических тенденций деятельности, данных, содержащихся в документации Компании, и других данных, полученных от третьих сторон. Хотя Компания считает, что эти предположения были обоснованными на момент их выдвижения, эти предположения по своей природе подвержены значительным известным и неизвестным рискам, неопределенностям, непредвиденным обстоятельствам и другим важным факторам, которые трудно или невозможно предсказать и которые находятся вне контроля Компании.

Такие риски, неопределенности, непредвиденные обстоятельства и другие важные факторы могут привести к тому, что фактические результаты деятельности Компании или отрасли будут существенно отличаться от результатов, выраженных или подразумеваемых в данной презентации посредством таких прогнозных заявлений.

Не существует никаких заверений, что любое из этих прогнозных заявлений или прогнозов сбудутся, или что любой прогнозируемый результат будет достигнут, и мы предостерегаем вас от чрезмерного полагания на любое прогнозное заявление.

Все прогнозные заявления действительны только на дату их составления и отражают добросовестные убеждения, предположения и ожидания Компании, но не являются гарантией будущих результатов или событий. Никто не обязуется публично обновлять или пересматривать любое такое прогнозное заявление.

Инвестиции в ценные бумаги, включая ГДР, сопряжены с существенным риском. Указания на будущие доходы не являются обещаниями или даже оценками фактических доходов, которых может достичь инвестор. Прогнозы, содержащиеся в настоящем документе, приведены исключительно в иллюстративных целях и не должны рассматриваться как совет или интерпретироваться как инвестиционная консультация или рекомендация в соответствии с каким-либо законодательством, включая российское законодательство.

Инвестирование в ценные бумаги может быть ограничено применимым законодательством, в связи с чем инвестор должен внимательно самостоятельно изучить возможности инвестирования в ГДР Компании, применимые к нему ограничения и налоговые последствия.

Информация, приведенная в настоящем документе, отражает оценку Компанией преобладающих условий н текущую дату, которые могут измениться.

Данная презентация не предназначена и не является частью какого-либо предложения, приглашения или рекомендации о покупке, приобретении, подписке, продаже или ином отчуждении каких-либо ценных бумаг или обязательств, или любого другого приглашения или побуждения к участию в инвестиционной деятельности; ни данная презентация (или любая ее часть), ни факт ее распространения не являются основанием для заключения какого-либо договора или принятия инвестиционного решения и не могут быть положены в его основу.

Информация и мнения, содержащиеся в данной презентации, предназначены исключительно для справочных целей. Компания не дает никаких заверений, гарантий или обязательств, явных или подразумеваемых, в отношении точности, полноты информации или мнений, содержащихся в данной презентации. Компания не берет на себя обязательство по обновлению представленной информации.

Содержание

Ключевые цифры и события 4

Финансовые результаты 7

Сегментные результаты 12

Реклама 17

ВКонтакте 20

Одноклассники 29

Образование 32

Новые инициативы 33

Ключевые показатели 3 кв. 2022

Операционные

76,9 млн

ВКонтакте MAU (Россия)
+6,9% г/г

38 млн

Одноклассники MAU (Россия)
стабильно г/г

12 млн

Учеников на платформах Образования [1]
1,4х рост г/г

Финансовые [2]

млрд руб.	3 кв. 2021	3 кв. 2022	Изм. г/г	9 мес. 2021	9 мес. 2022	Изм. г/г
Выручка	19,9	24,1	21%	55,4	66,1	19%
Скорр. EBITDA	8,4	9,8	16%	21,2	17,0	-20%
Рентабельность скорр. EBITDA, %	27,7%	30,6%	3 п.п.	23,9%	18,0%	-6 п.п.
Чистая прибыль / убыток	-2,4	41,2	н.п.	-9,8	-10,1	н.п.

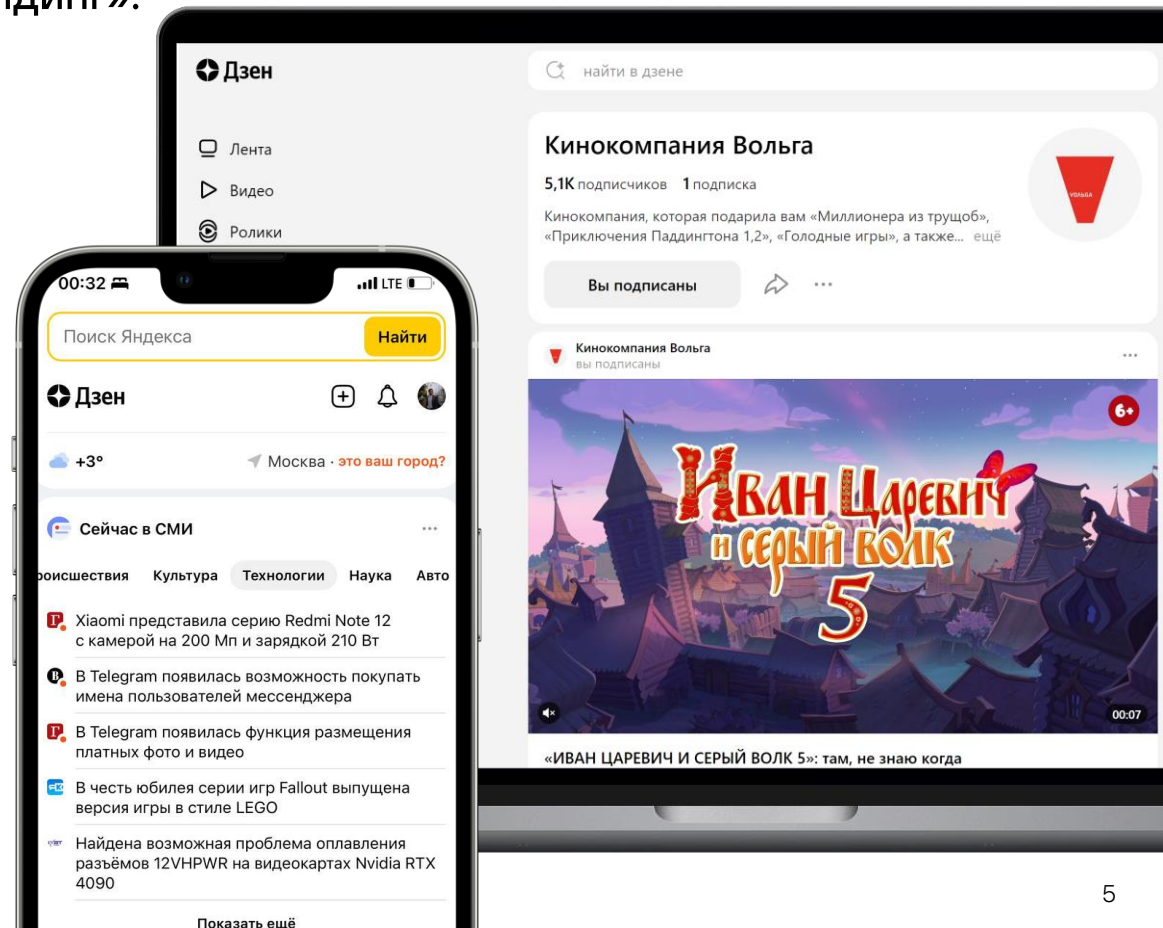
Примечание: (1) Ученики на платформах Образования – это кумулятивное количество зарегистрированных учеников на образовательных платформах Skillbox Holding Limited на конец периода. (2) Скорректированные показатели за 2021 и 2022 гг. включают в себя MY.GAMES, т.к. актив выбыл только в самом конце 3 кв. 2022 г. Из показателей по МСФО MY.GAMES исключен согласно требованиям МСФО 5.

Реализована сделка по покупке Дзен и Новостей

- VK продолжает усиливать фокус на контентных сервисах и развитии бизнеса на базе фундаментальных продуктов компании: социальных сетей, коммуникационных, развлекательных и образовательных платформ.
- 12 сентября VK закрыла сделку по приобретению у Яндекса контентных платформ Дзен и Новости. Одновременно компания продала Яндексу 100% долю в сервисе доставки готовой еды и продуктов Delivery Club и полностью вышла из состава участников «О2О Холдинг».

~40 млн

Открытий dzen.ru в день



- Сервисы сохраняют привычный пользователям интерфейс
- Развивается отдельное приложение Дзен

Цели:

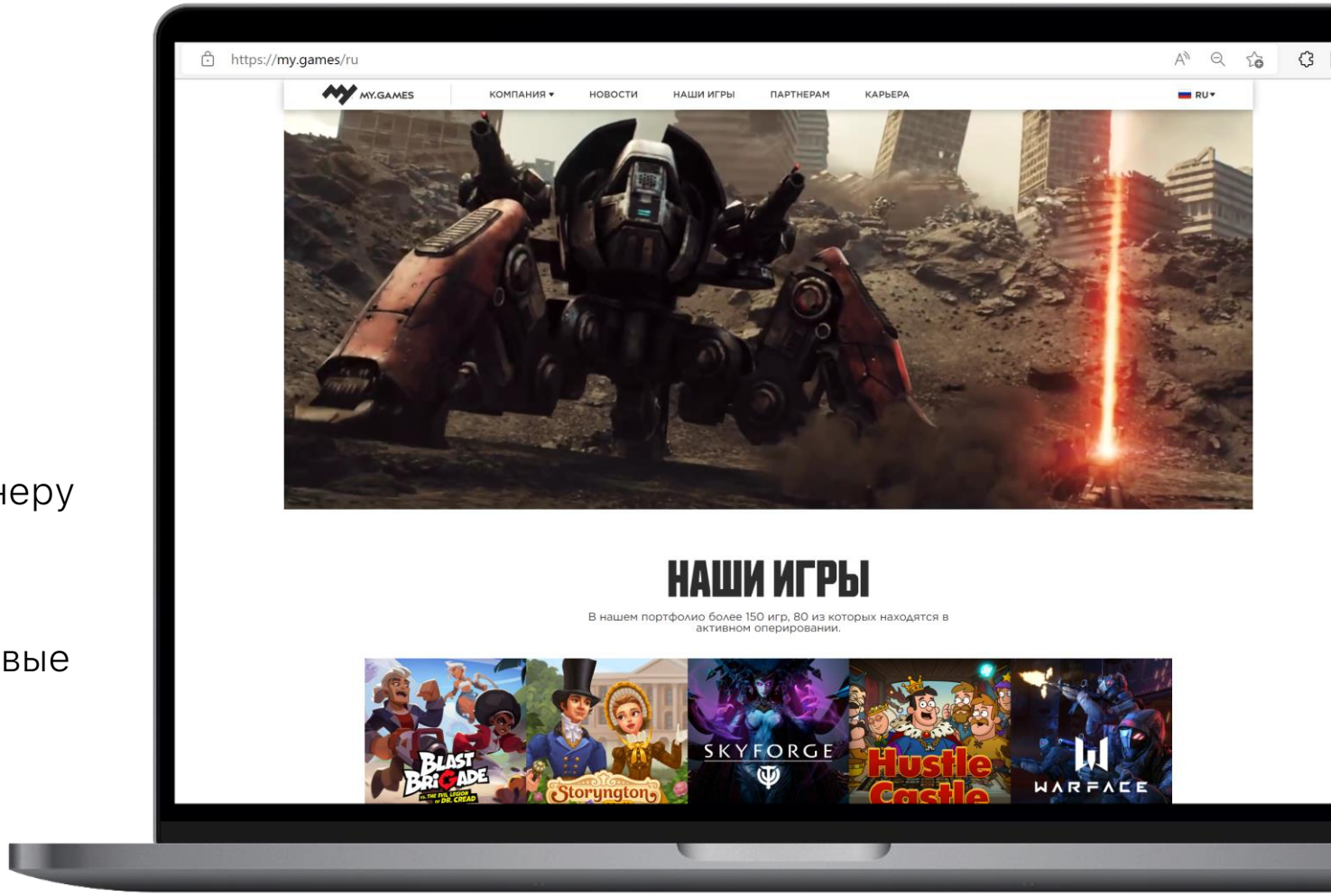
- Развитие самостоятельного бренда Дзен
- Синергия контентных и рекомендательных платформ
- Фокус на молодых авторах и аудитории

Объявлена сделка по продаже международного игрового направления MY.GAMES

$642 млн

Стоимость сделки

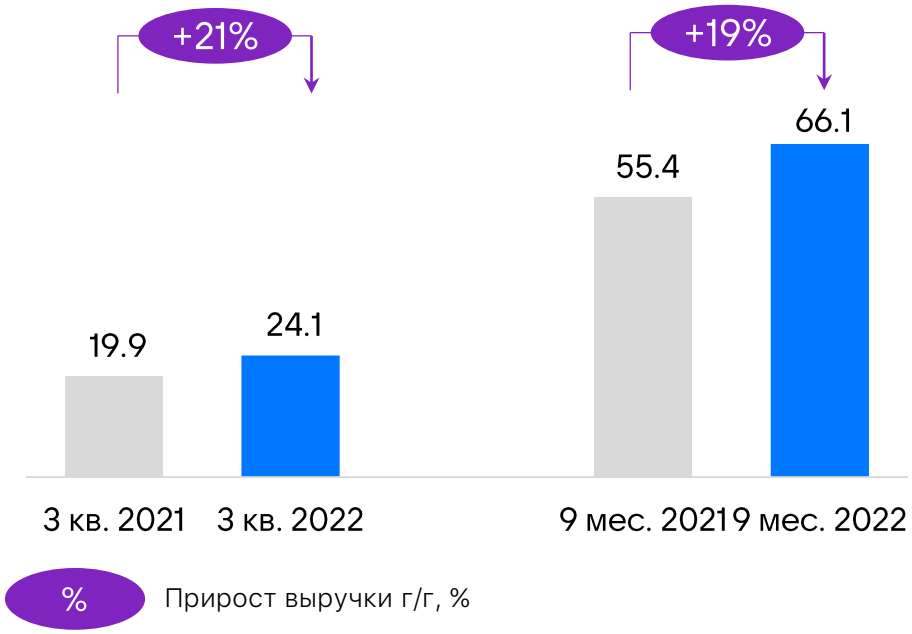
- 27 сентября 2022 года VK объявила о продаже игрового актива MY.GAMES Александру Чачава, управляющему партнеру LETA Capital.
- Несмотря на выход из MY.GAMES, VK продолжает развивать собственные игровые сервисы под брендом VK Play.



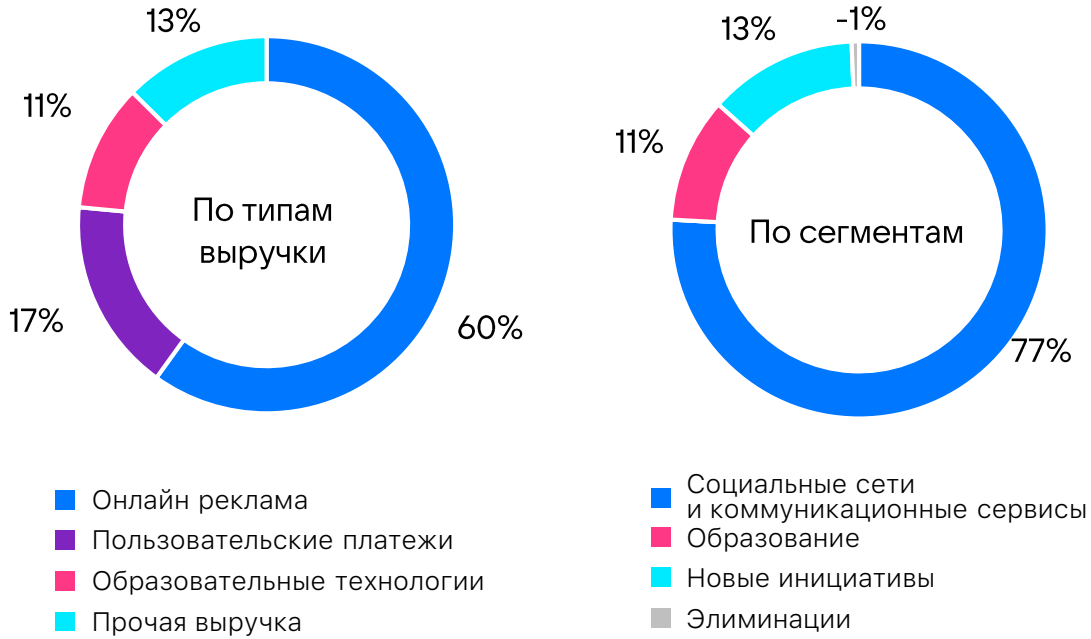
Финансовые результаты

Динамика и структура выручки в 3 кв. 2022

Выручка по МСФО, млрд руб. (1)



Структура выручки, % от общей

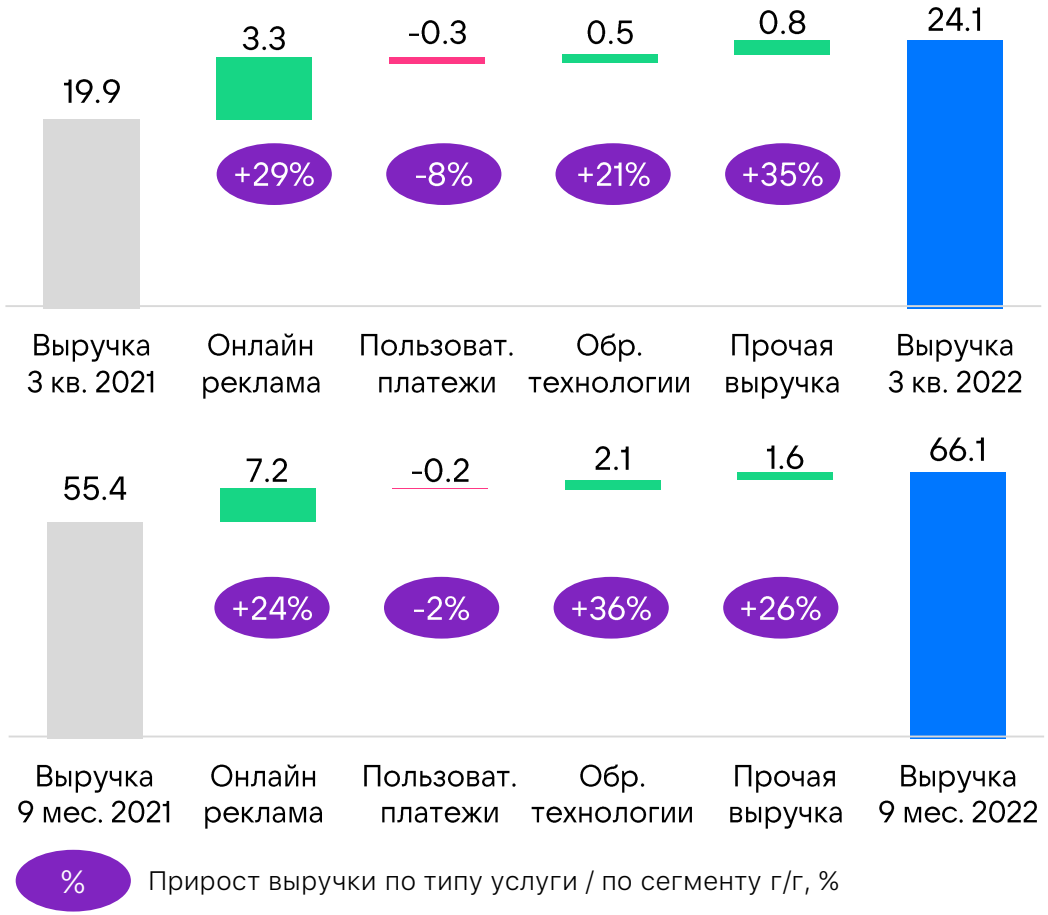


- Наибольший вклад в рост выручки в 3 кв. 2022 г. внесла выручка от онлайн рекламы (+29% г/г).
- Услуги образования и прочие сервисы также показали уверенный рост (+21% и +35% г/г соответственно).
- Среди сегментов максимальный рост показали «Социальные сети и коммуникационные сервисы» (+24% г/г).
- Сегмент «Образование» также продемонстрировал высокий темп роста несмотря на макро (+20% г/г).

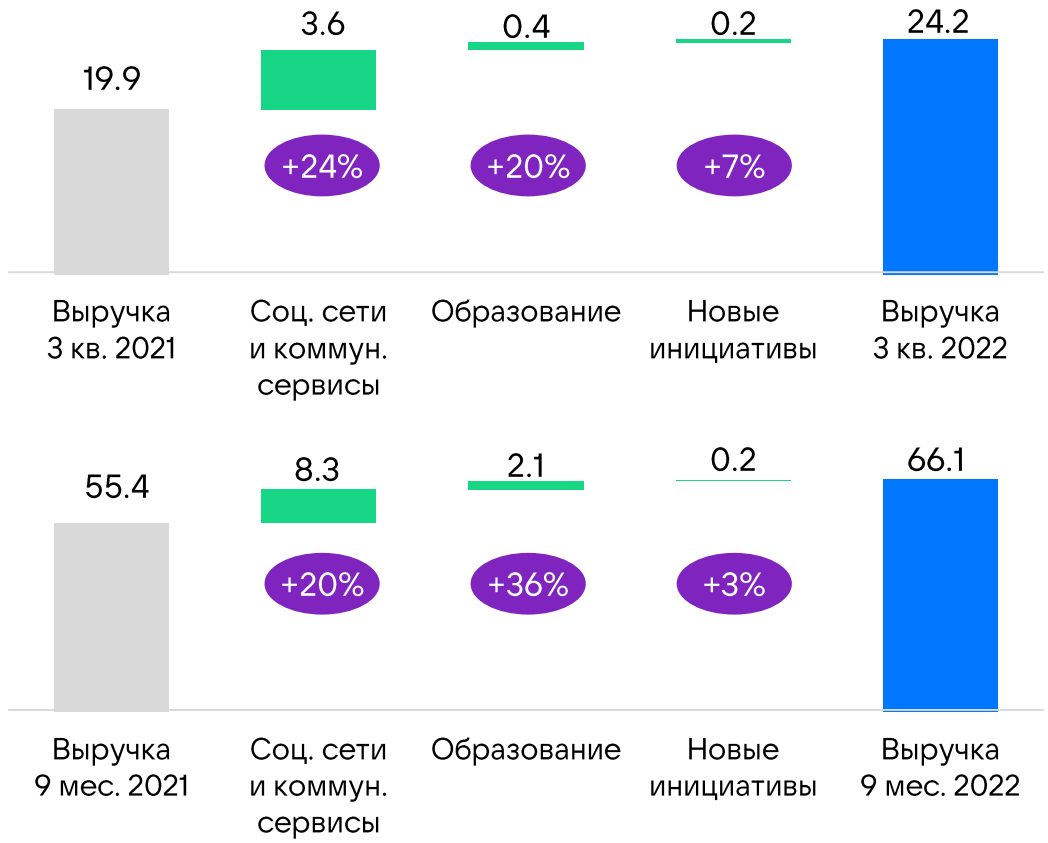
Источник: данные VK Company Limited. Представлены показатели по МСФО. (1) Из показателей по МСФО за 3 кв. 2021 и 2022 и за 9 мес. 2021 и 2022 показатели MY.GAMES были исключены согласно требованиям МСФО 5, т.к. этот актив был продан в конце 3 кв. 2022 г.

Факторы динамики выручки

Динамика выручки по типам, млрд руб.



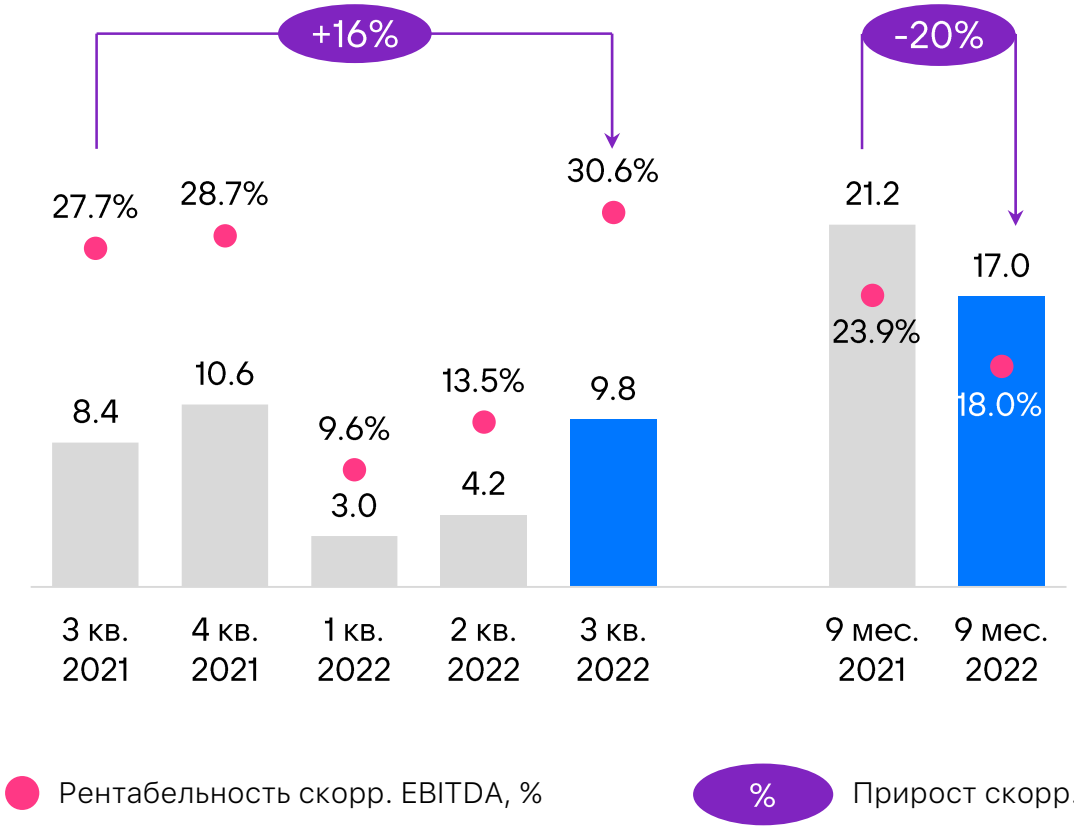
Динамика выручки по сегментам, млрд руб. (1)



Источник: данные VK Company Limited. Примечание: Из показателей по МСФО за 3 кв. 2021 и 2022 и за 9 мес. 2021 и 2022 показатели MY.GAMES были исключены согласно требованиям МСФО 5, т.к. этот актив был продан в конце 3 кв. 2022 г. (1) На графиках выручки по сегментам для упрощения представления не указаны Элиминации и Нераспределенная выручка, которые имеют минимальное влияние на динамику показателей.

Динамика скорр. EBITDA в 3 кв. 2022

Скорректированная EBITDA, млрд руб. (1)



Драйверы скорр. EBITDA в 3 кв. 2022

↑ Рост выручки

↑ Оптимизация вознаграждения агентам / партнерам

↑ Эффект от полученных IT льгот

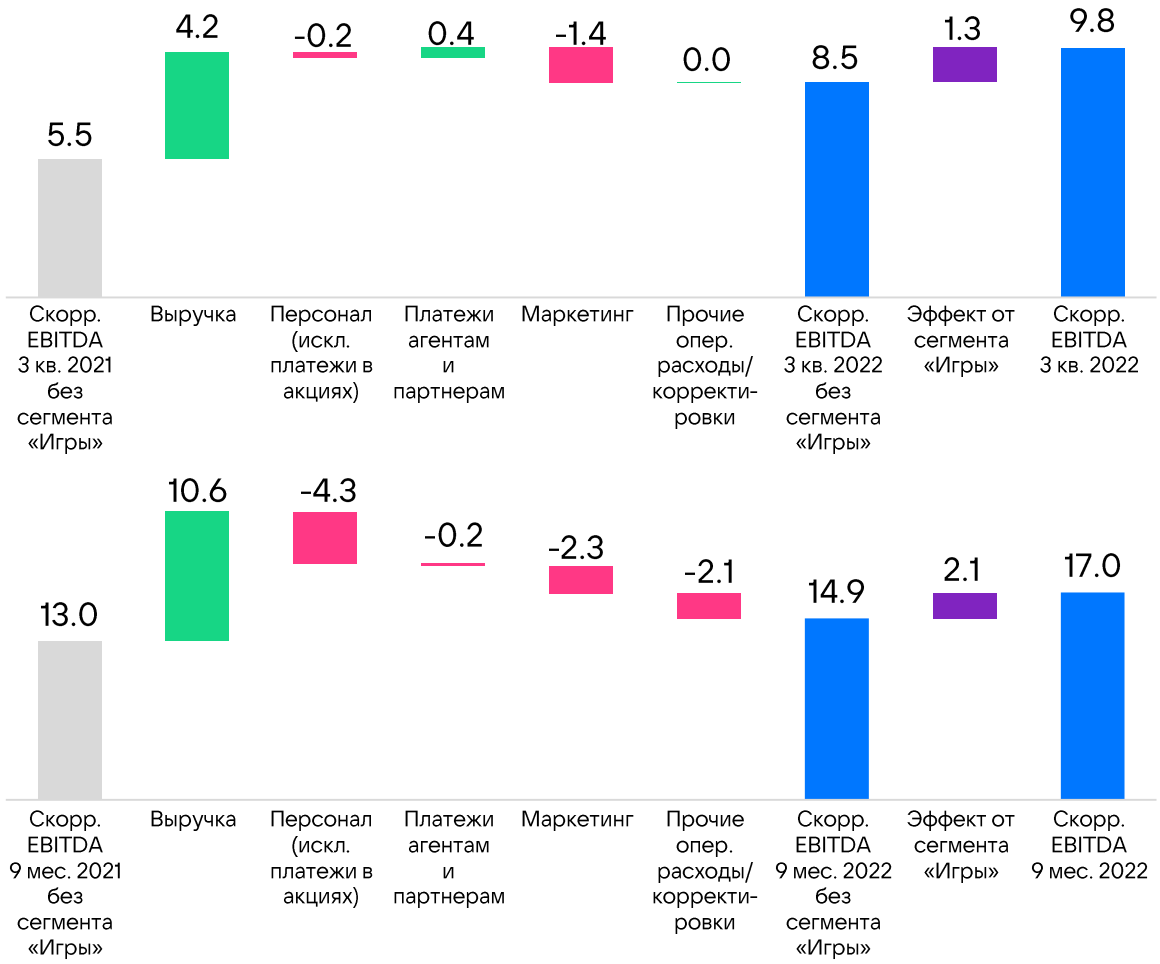
↓ Увеличение расходов на персонал в связи с увеличением численности сотрудников в рамках активного запуска новых продуктов и приложений

↓ Рост маркетинговых затрат в связи с активным позиционированием VK, инвестициями в повышение узнаваемости и силы бренда, а также поддержкой ряда новых продуктов

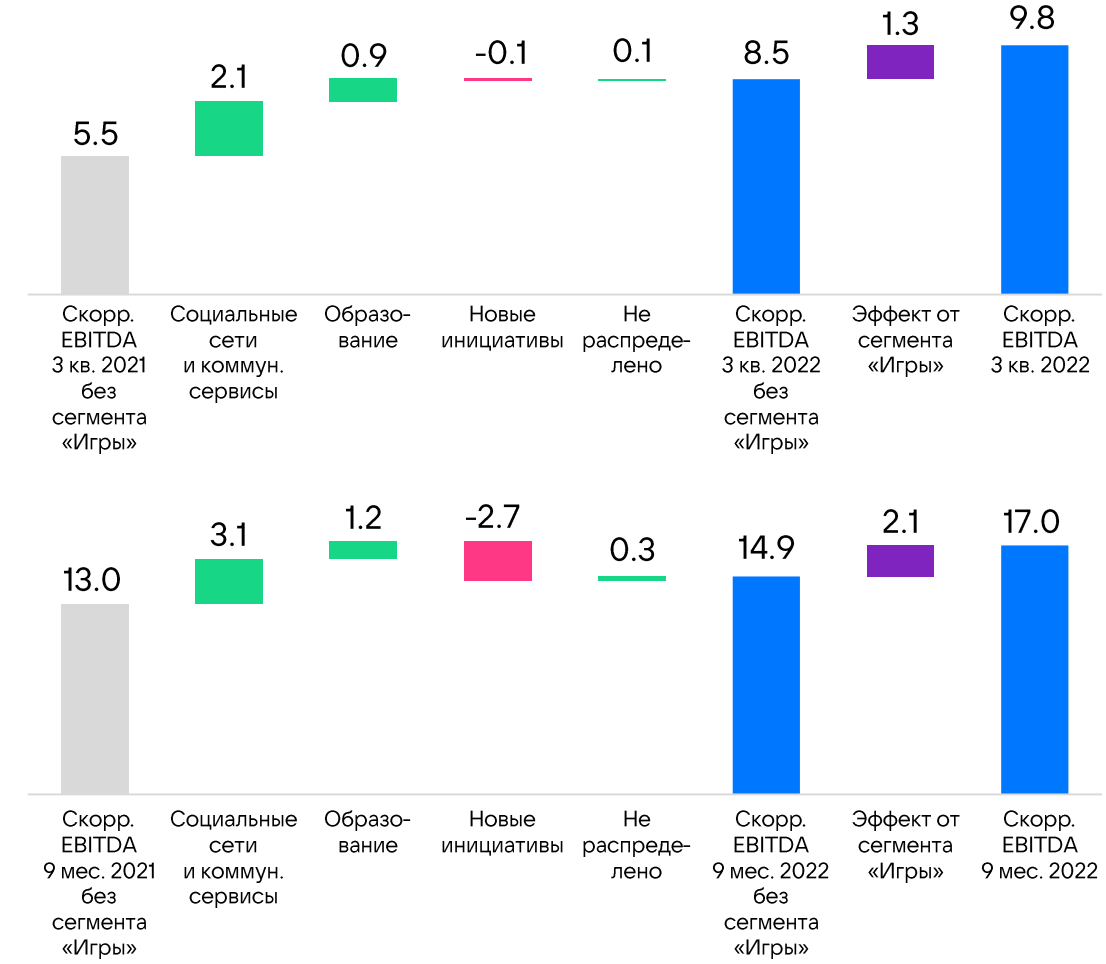
Источник: данные VK Company Limited. Примечание: скорректированный показатель EBITDA не является финансовым показателем по МСФО.
(1) Скорректированные показатели за 2021 и 2022 гг. включают в себя MY.GAMES с учетом его выбытия в самом конце 3 кв. 2022 г.

Факторы динамики скорр. EBITDA

Факторы скорр. EBITDA, млрд руб.



Динамика скорр. EBITDA по сегментам, млрд руб.

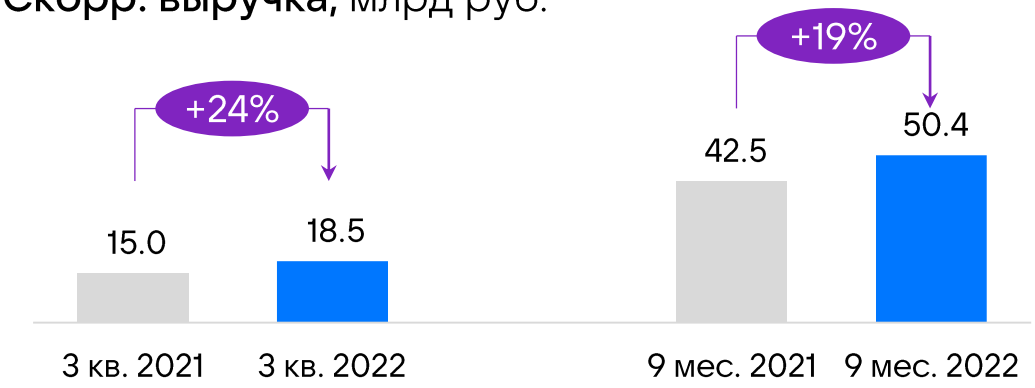


Источник: данные VK Company Limited. Примечание: скорректированный показатель EBITDA не является финансовым показателем по МСФО. Скорректированные показатели за 2021 и 2022 гг. включают в себя MY.GAMES, т.к. актив выбыл только в самом конце 3 кв. 2022 г.

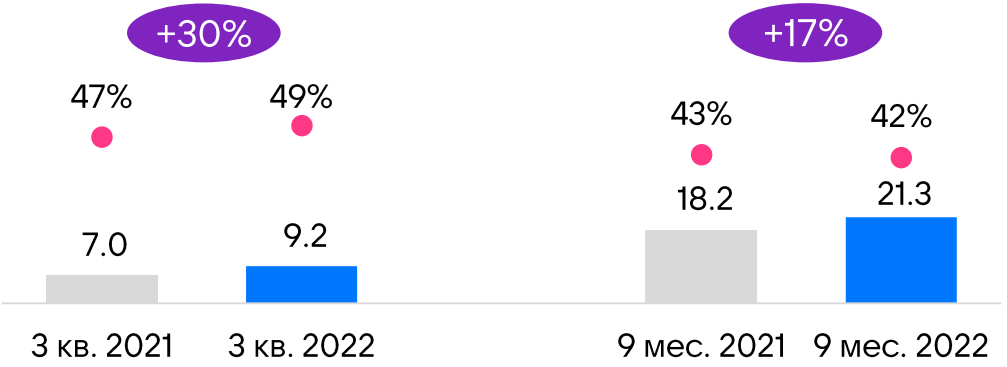
Сегментные результаты

Социальные сети и коммуникационные сервисы

Скорр. выручка, млрд руб.



Скорр. EBITDA, млрд руб.



● Рентабельность скорр. EBITDA, %

Драйверы скорр. выручки в 3 кв. 2022

↑ Рост рекламной выручки в связи с ростом аудитории и ее вовлеченности: дневная аудитория ВКонтакте выросла на 7,1% г/г до рекордных 49,4 млн пользователей

↑ Среди продуктов ключевой драйвер - ВКонтакте с ростом выручки ~34% г/г

Драйверы скорр. EBITDA в 3 кв. 2022

↑ Рост выручки

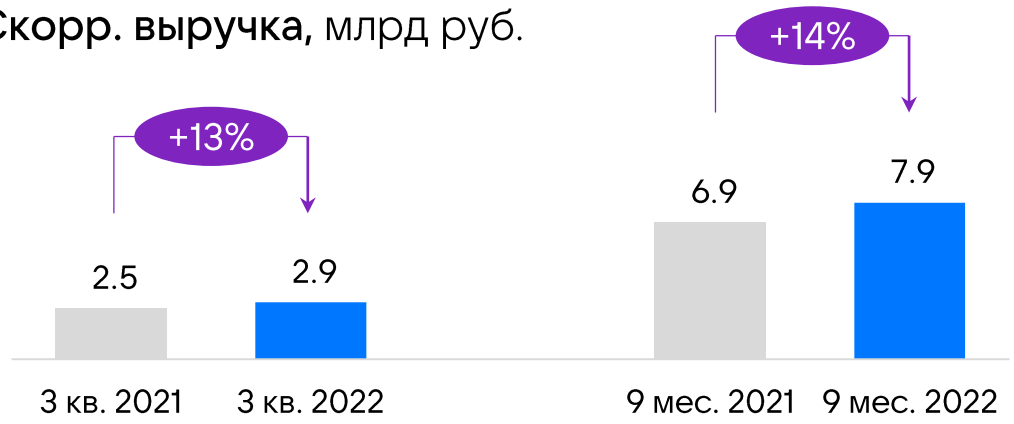
↑ Снижение вознаграждений агентам / партнерам

↑ Эффект от полученных IT льгот

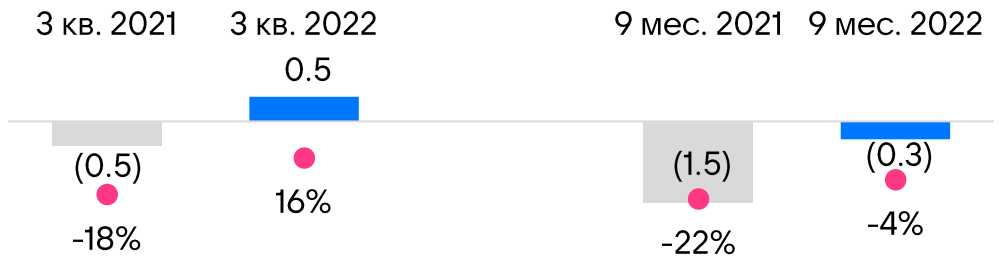
Источник: данные VK Company Limited. Примечание: Сегмент «Социальные сети и коммуникационные сервисы» включает в себя Социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники, Мой Мир), сервис электронной почты (Почта Mail.ru), музыкальный и видеосервисы (VK Музыка и VK Видео), мессенджер (VK Мессенджер), портал (главная страница и медиапроекты), поисковая система (Поиск Mail.ru), платформы рекомендаций контента Пульс и Relap (с 2022 г), Дзен и Новости (с начала сентября 2022 г.). Источники выручки включают рекламу, комиссии от разработчиков приложений, зависящие от их выручки этих приложениях, пользовательские платежи за музыкальные подписки, виртуальные подарки и стикеры.

Образование

Скорр. выручка, млрд руб.



Скорр. EBITDA, млрд руб.



● Рентабельность скорр. EBITDA, %

Драйверы скорр. выручки в 3 кв. 2022

↑ Рост числа покупок курсов в результате снижения процентных ставок – благодаря росту кредитных сделок и высвободившимся накоплениям

↑ Высокий спрос на продукты в ключевом для SHL IT направлении

↓ В целом неблагоприятная макроэкономическая ситуация

Драйверы скорр. EBITDA в 3 кв. 2022

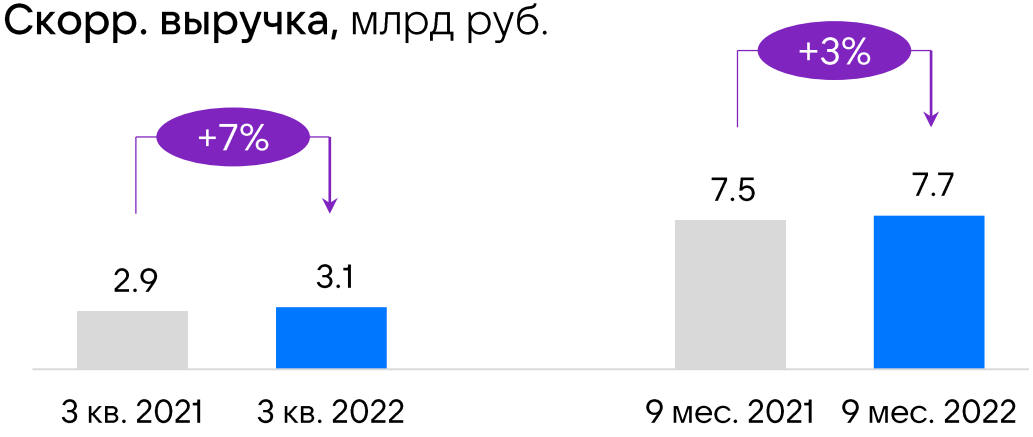
↑ Повышение операционной эффективности

↑ Эффект от полученных IT льгот

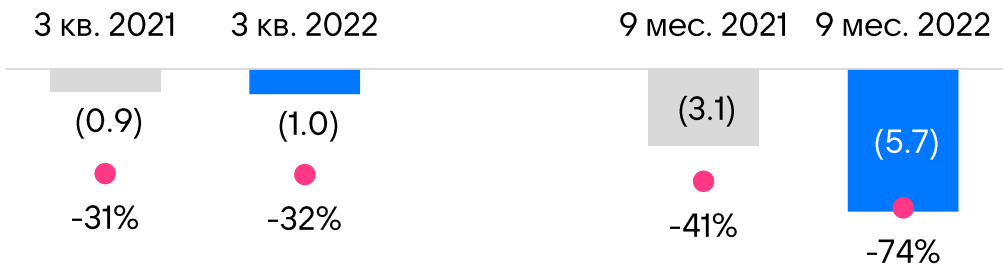
Источник: данные VK Company Limited. Примечание: Сегмент «Образование» (EdTech) включает в себя сервисы образования на базе Skillbox Holding Limited, в составе которого находятся Skillbox (100%), GeekBrains (100%), SkillFactory (63,75%), Mentorama (90%), Lerna (70%). Сегмент получает практически все доходы от предоставления образовательных услуг.

Новые инициативы

Скорр. выручка, млрд руб.



Скорр. EBITDA, млрд руб.



● Рентабельность скорр. EBITDA, %

Драйверы скорр. выручки в 3 кв. 2022

↑ Рост выручки B2B +28% г/г до >1 млрд руб. (главный источник – облачный сервис VK Cloud)

↑ Сервисы корпоративных коммуникаций увеличили выручку на +343% г/г

↑ Выручка от платформы налогового мониторинга VK Tax Compliance выросла +129% г/г

↑ Выручка от недавних запусков (VK Play, VK Клипы)

Драйверы скорр. EBITDA в 3 кв. 2022

↓ Рост инвестиций в VK Play, VK Клипы, VK Звонки, RuStore и другие новые инициативы

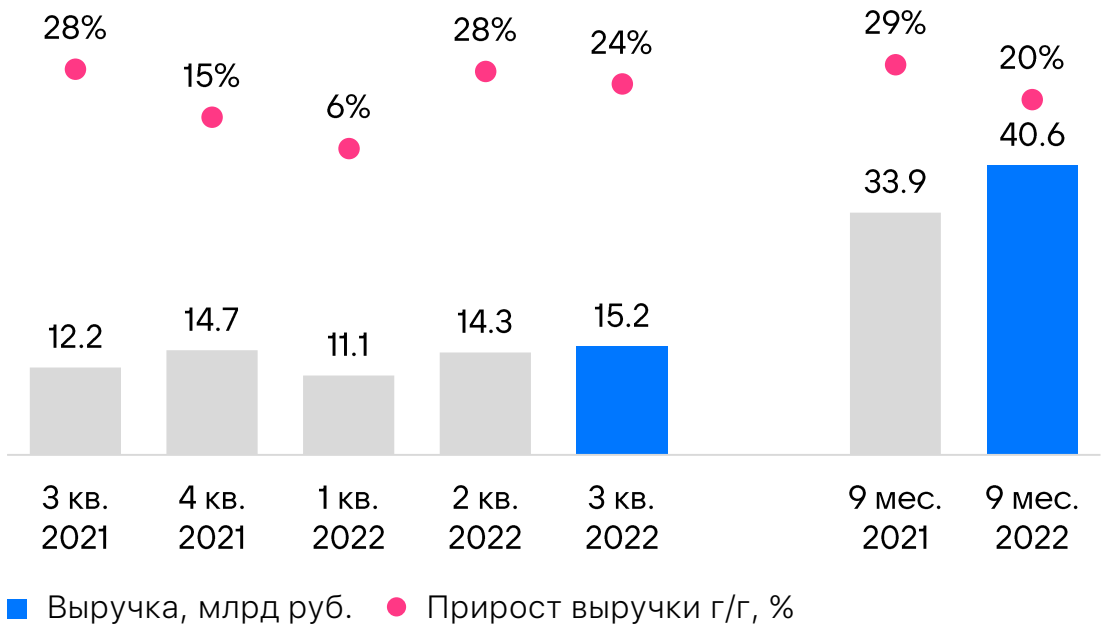
↑ Эффект от полученных IT льгот

Источник: данные VK Company Limited. Примечания: Сегмент «Новые инициативы» включает в себя экспериментальные и находящиеся на начальной стадии продукты, в т.ч. сервис онлайн-объявлений на основе определения местоположения Юла, B2B-сервисы (вкл. VK Cloud), умные колонки (Капсула и Капсула Мини), голосовой помощник Маруся, VK Клипы, VK Звонки, VK Play, экосистемные продукты и др.

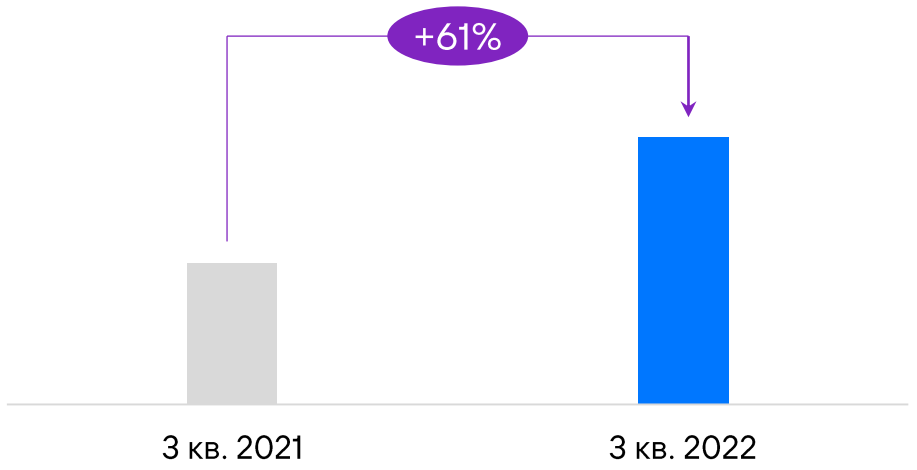
Ключевые результаты активов

Реклама: ключевые результаты

Выручка от онлайн рекламы (1)



Рост количества платящих СМБ рекламодателей



Категории рекламодателей – лидеры **по темпам роста** затрат на рекламу внутри VK, 3 кв. 2022:

- Недвижимость
- Товары для дома
- Электронная коммерция

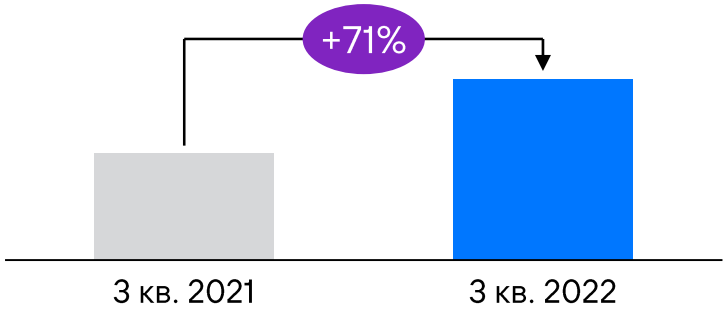
Категории рекламодателей – лидеры **по объему затрат** на рекламу внутри VK, 3 кв. 2022:

- Электронная коммерция
- Отдых и развлечения (вкл. стриминговые сервисы)
- Банковские и финансовые сервисы

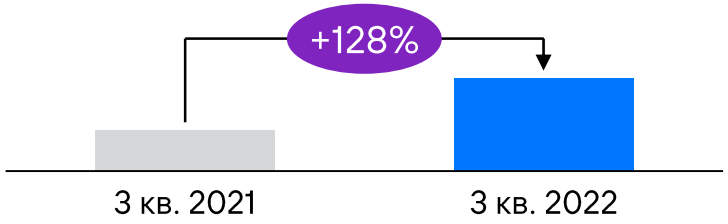
Источник: данные VK Company Limited. Примечание: (1) в составе Скорректированной выручки компании. Скорректированные показатели за 2021 и 2022 гг. включают в себя MY.GAMES с учетом его выбытия в самом конце 3 кв. 2022 г.

Реклама: стратегические сегменты

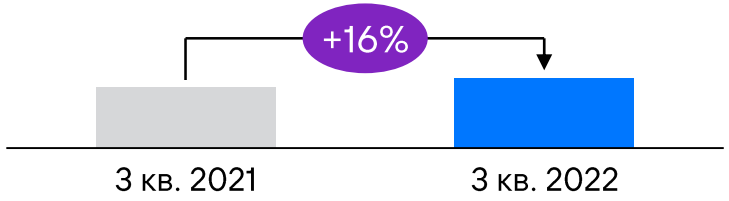
Выручка от перформанс рекламы



Выручка от рекламы СМБ



Выручка от видеорекламы(1)



Стратегический фокус

Автоматизация рекламных кампаний на основе современных алгоритмов для увеличения ROI

Набор простых инструментов для СМБ, вкл. высокоэффективные рекламные продукты

Широкий выбор рекламных форматов для монетизации растущего видеоинвентаря

Недавние обновления

- 2,4x рост доходов в сегменте рекламы мобильных приложений (см. слайд далее)
- Расширенная статистика кампаний в VK Реклама в разрезе демографии, географии и контекстных фраз
- Автогенерация наиболее конверсионных комбинаций заголовка и текста объявления на основе нейросети
- Упрощение интерфейса запуска рекламы с мобильных устройств, чтобы СМБ сообщества могли гибко настраивать эффективные таргетинги
- Тесты рекламы СМБ сообществ из ВКонтакте в новой VK Реклама: привлечение подписчика в сообщество дешевле на 68%, чем на старой платформе VK
- Instream реклама на коротких видеороликах (15-30 сек.)
- Монетизация прямых эфиров во ВКонтакте (рекламный ролик перед эфиром)

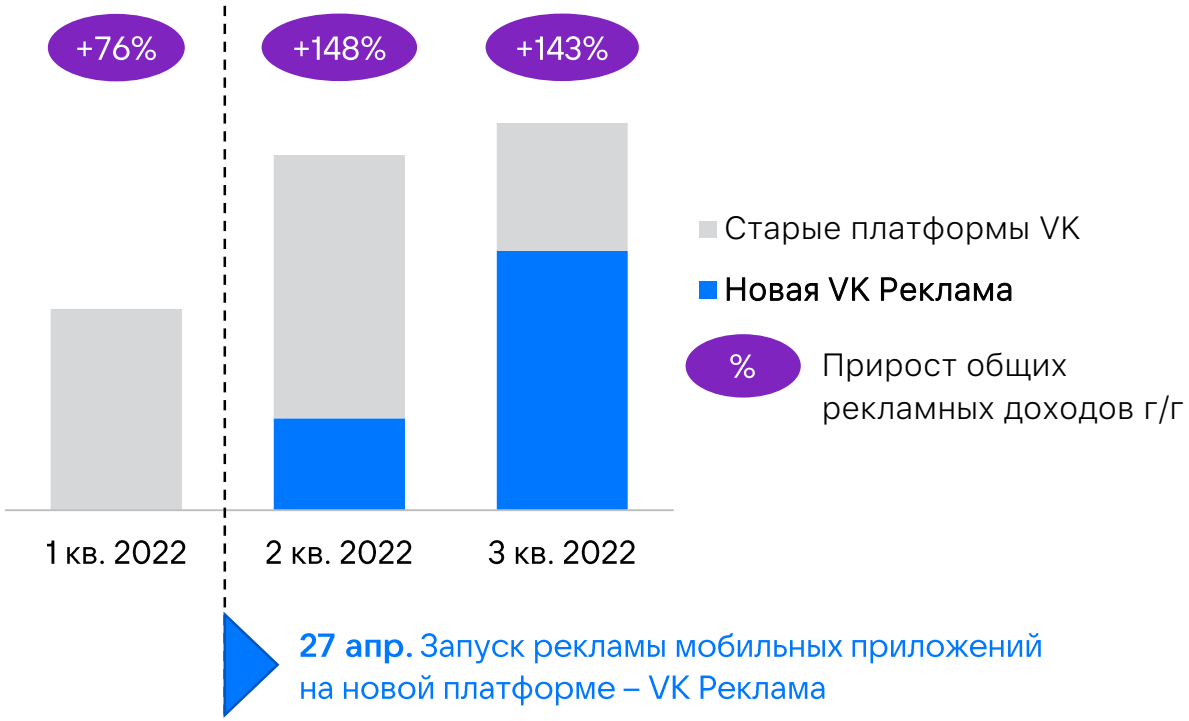
Источник: данные VK Company Limited. Примечание: (1) Выручка от видеорекламы до вычета агентской комиссии.

Новая единая рекламная платформа

VK Реклама

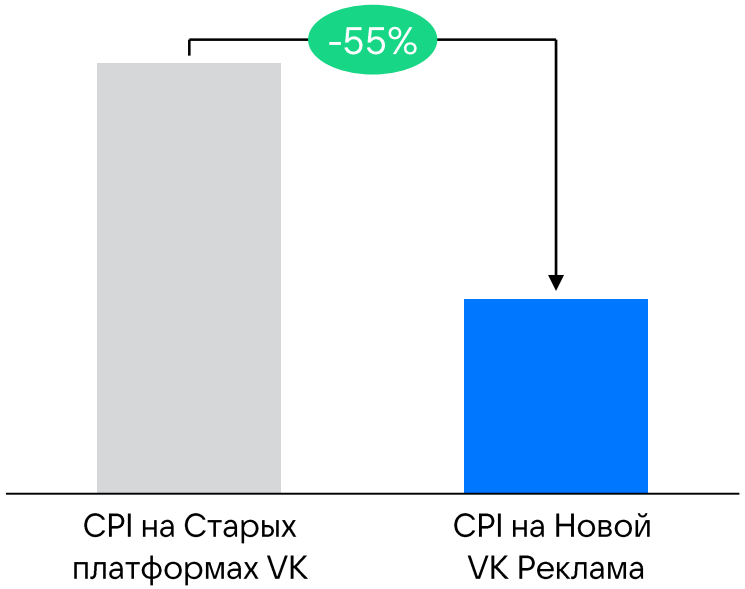
VK Реклама стала основной для рекламы мобильных приложений

Доходы от рекламы мобильных приложений [1]



Сравнение средней стоимости установки приложения – CPI [2]

для рекламодателя в VK Рекламе дешевле на



Источник: данные VK Company Limited. Примечание: (1) Доходы до вычета агентской комиссии; (2) Июн-Июл. 2022, среди топ-10 приложений по объему трат в VK Рекламе (~47% от всех трат).

ВКонтакте: рост аудитории и ее вовлечённости

Лидирующая социальная сеть в России

Россия

MAU

76,9 млн

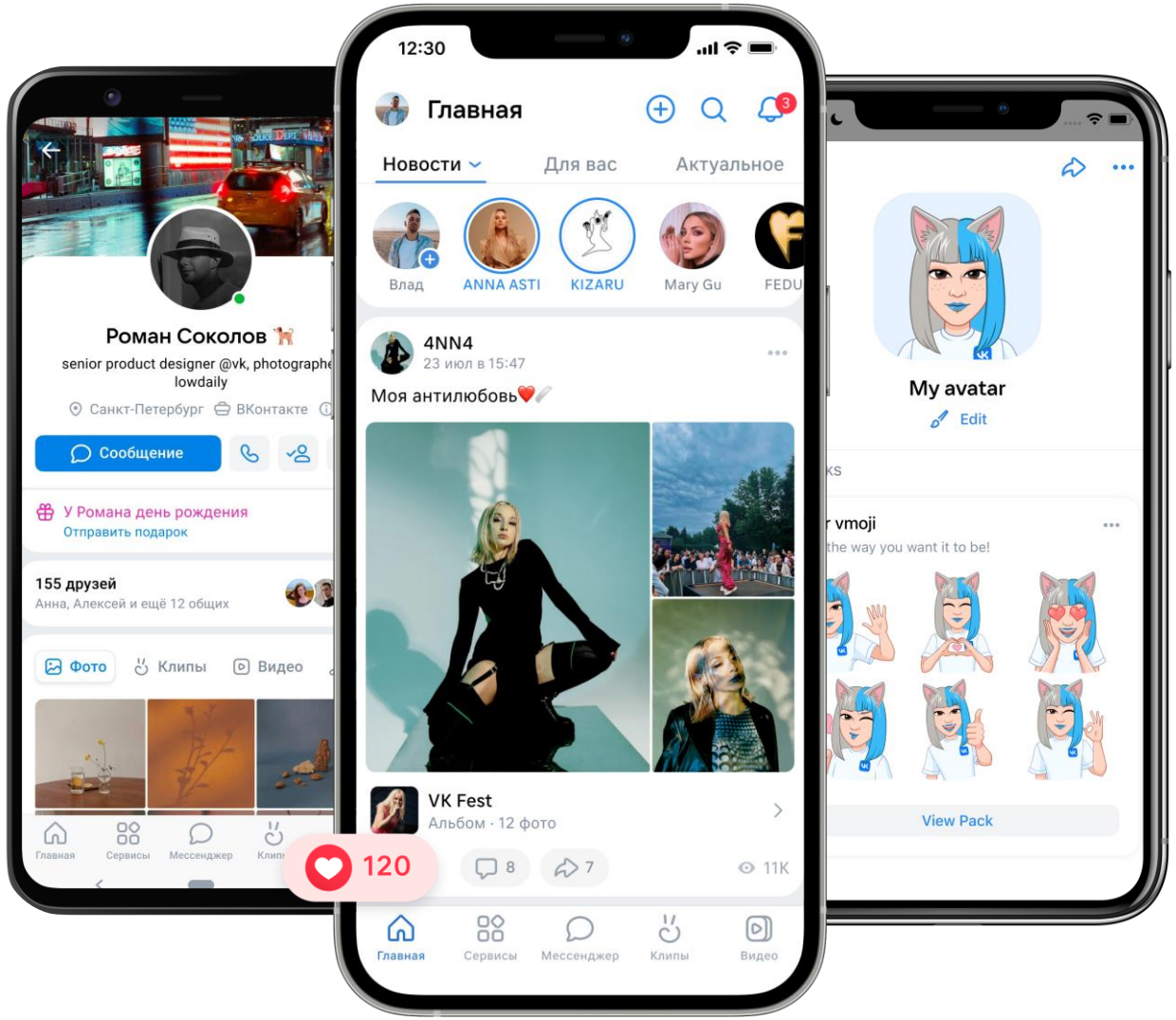
среднее за 3 кв. ▲ +6,9% г/г

Россия

DAU

49,4 млн

среднее за 3 кв. ▲ +7,1% г/г



В 3 кв. 2022:

- Стартовало глобальное обновление мобильного приложения с максимальным фокусом на контенте
- Запущен новый дизайн ленты и личного профиля
- Запущены vmoji, которые создали >6 млн пользователей (1)

Источник: данные VK Company Limited. Рост г/г указан за 3 кв. 2022 к 3 кв. 2021, если не указано иное. (1) Данные на 07.11.2022.

ВКонтакте: рост аудитории и ее вовлечённости

64%

Пользователей ВКонтакте заходят в соцсеть каждый день

85%

Аудитории Рунета ежемесячно – охват ВКонтакте (1)

45,2

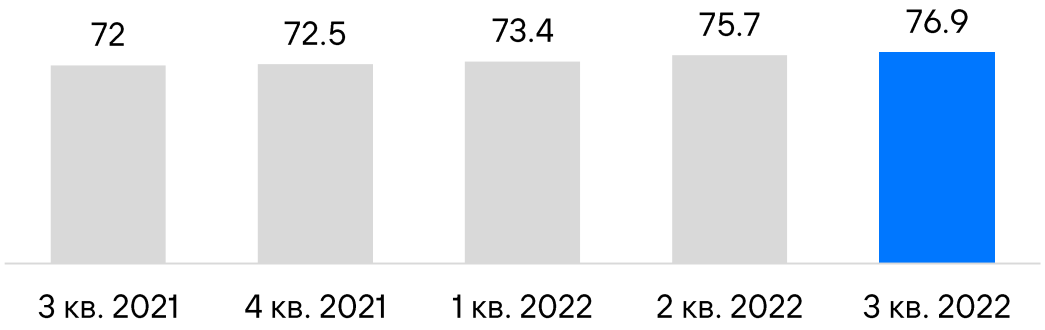
Минуты в день в среднем проводили пользователи во ВКонтакте в 3 кв. 2022 (2)

54%

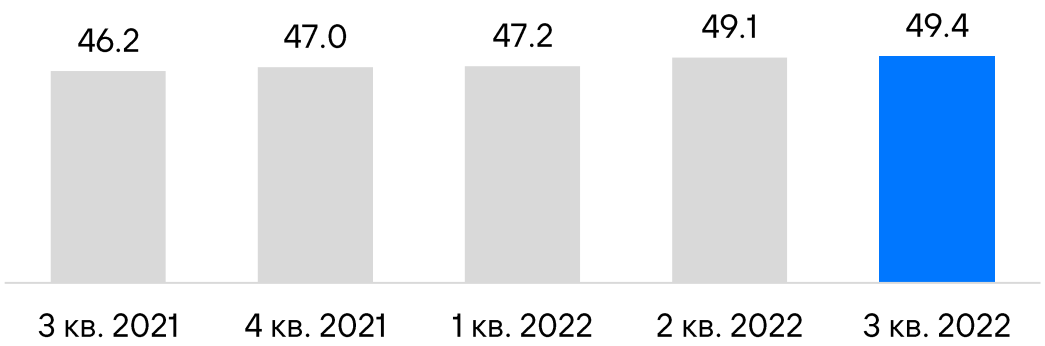
Аудитории Рунета ежедневно в сентябре – охват ВКонтакте (1)

55 крупных продуктовых обновлений вышло в 3 кв. 2022

ВКонтакте Россия MAU, млн



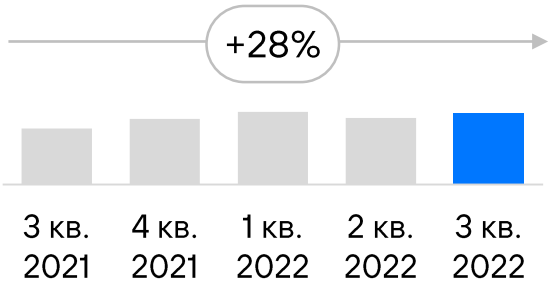
ВКонтакте Россия DAU, млн



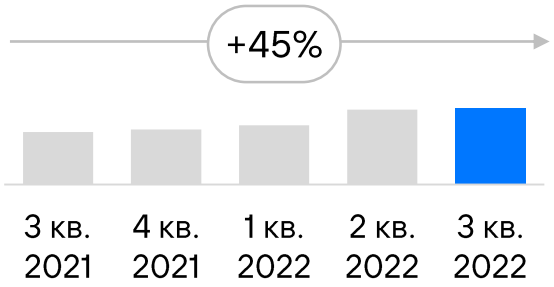
Источник: данные VK Company Limited. (1) Mediascope, сентябрь 2022 года, Россия (города 0+, возраст 12+), десктоп и мобильные устройства. (2) Mediascope, 3 кв. 2022 года, Россия (города 0+, возраст 12+), десктоп и мобильные устройства.

Авторы ВКонтакте: рост создания и потребления контента

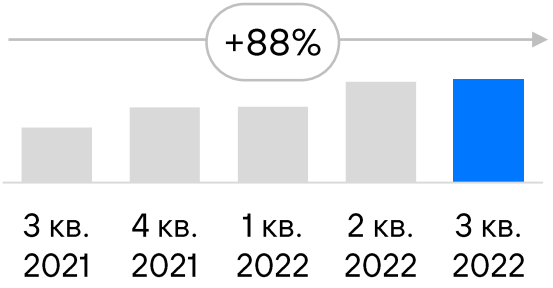
Число созданных сообществ



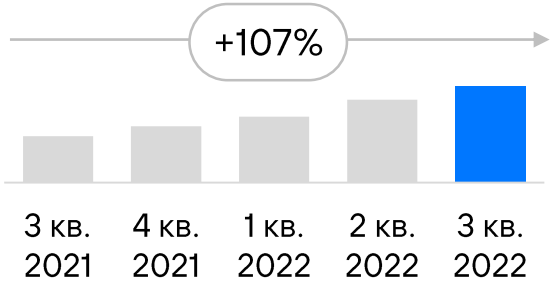
Число просмотров ленты



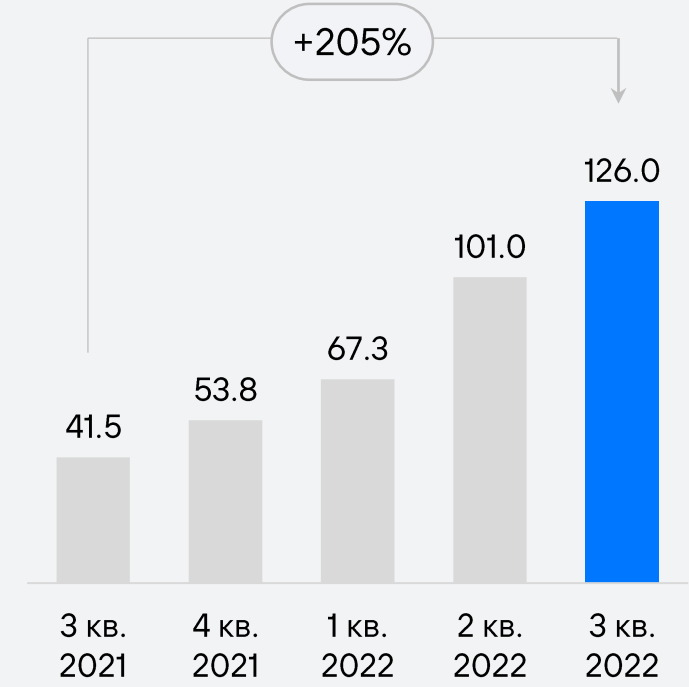
Рост доходов сообществ с помощью официальных инструментов монетизации



Рост числа подписчиков, которые перечисляют средства через VK Donut



Выручка сообществ, использующих VK Donut, млн руб.



Источник: данные VK Company Limited. Рост г/г указан за 3 кв. 2022 к 3 кв. 2021, если не указано иное.

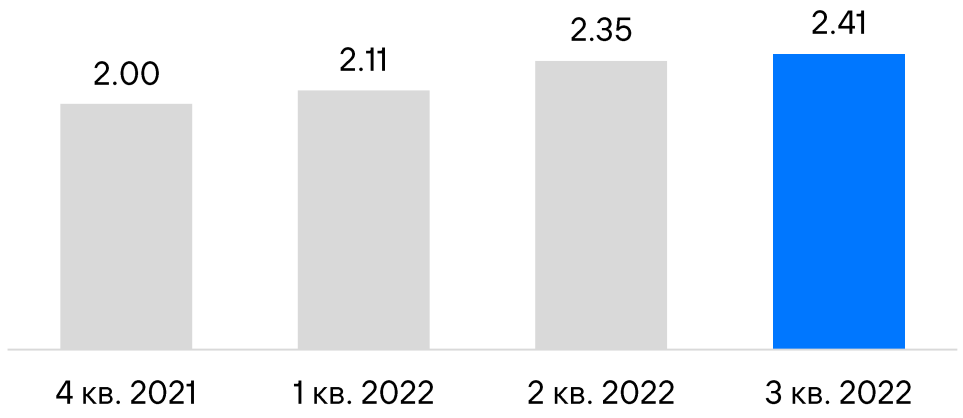
Постоянный рост видеопотребления

2,41 млрд

Среднее количество ежедневных просмотров на платформе видеотехнологий VK (VK Видео и VK Клипы) в 3 кв. 2022

Среднее количество просмотров в день, млрд

VK Видео + VK Клипы



Среднесуточные просмотры за 3 кв. 2022

VK Видео
ВКонтакте и Одноклассники, не включая VK Клипы
1,69 млрд

Видео внутри ВКонтакте
1,16 млрд
▲ +45% г/г

VK Клипы
717 млн
▲ +152% г/г

Источник: данные VK Company Limited. Рост г/г указан за 3 кв. 2022 к 3 кв. 2021, если не указано иное.

VK Клипы: рост просмотров и авторов

717 млн

Просмотров в день
в среднем в 3 кв. 2022 (+152% г/г)

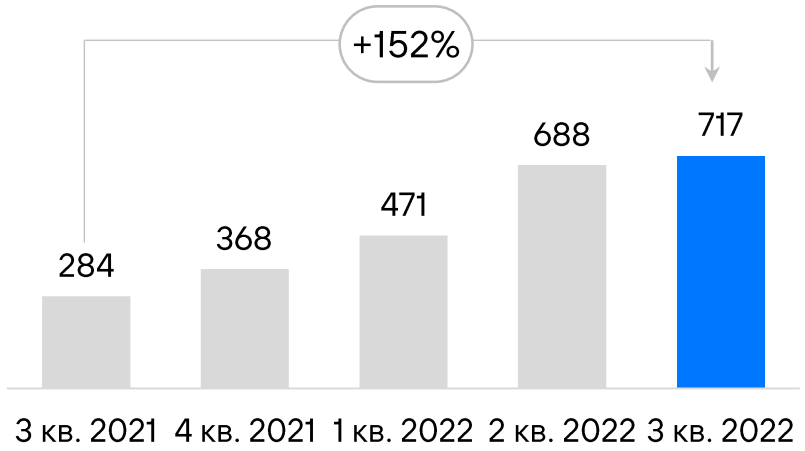
+312%

Рост количества
опубликованных клипов г/г

+122%

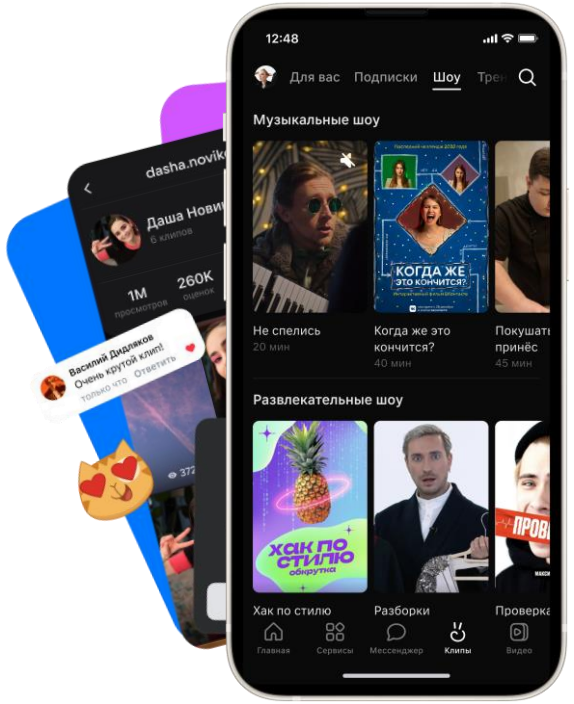
Рост количества активных
авторов г/г

Среднее количество просмотров в день, млн



В 3 кв. 2022 появились возможности:

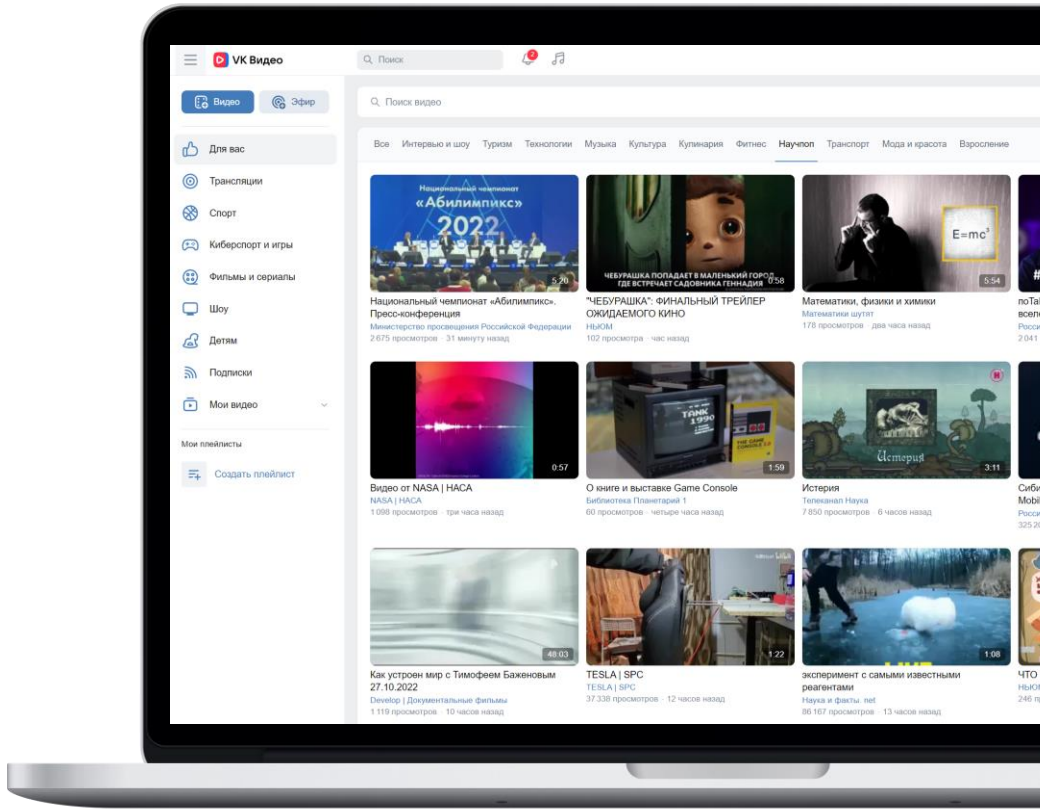
- публиковать клипы через веб-версию
- автоматически конвертировать короткие видео в клипы
- перемотка для клипов длиннее 15 секунд
- съёмка в режиме hands free для авторов



Источник: данные VK Company Limited. Рост г/г указан за 3 кв. 2022 к 3 кв. 2021, если не указано иное.

VK Видео: продуктовые обновления в 3 кв.

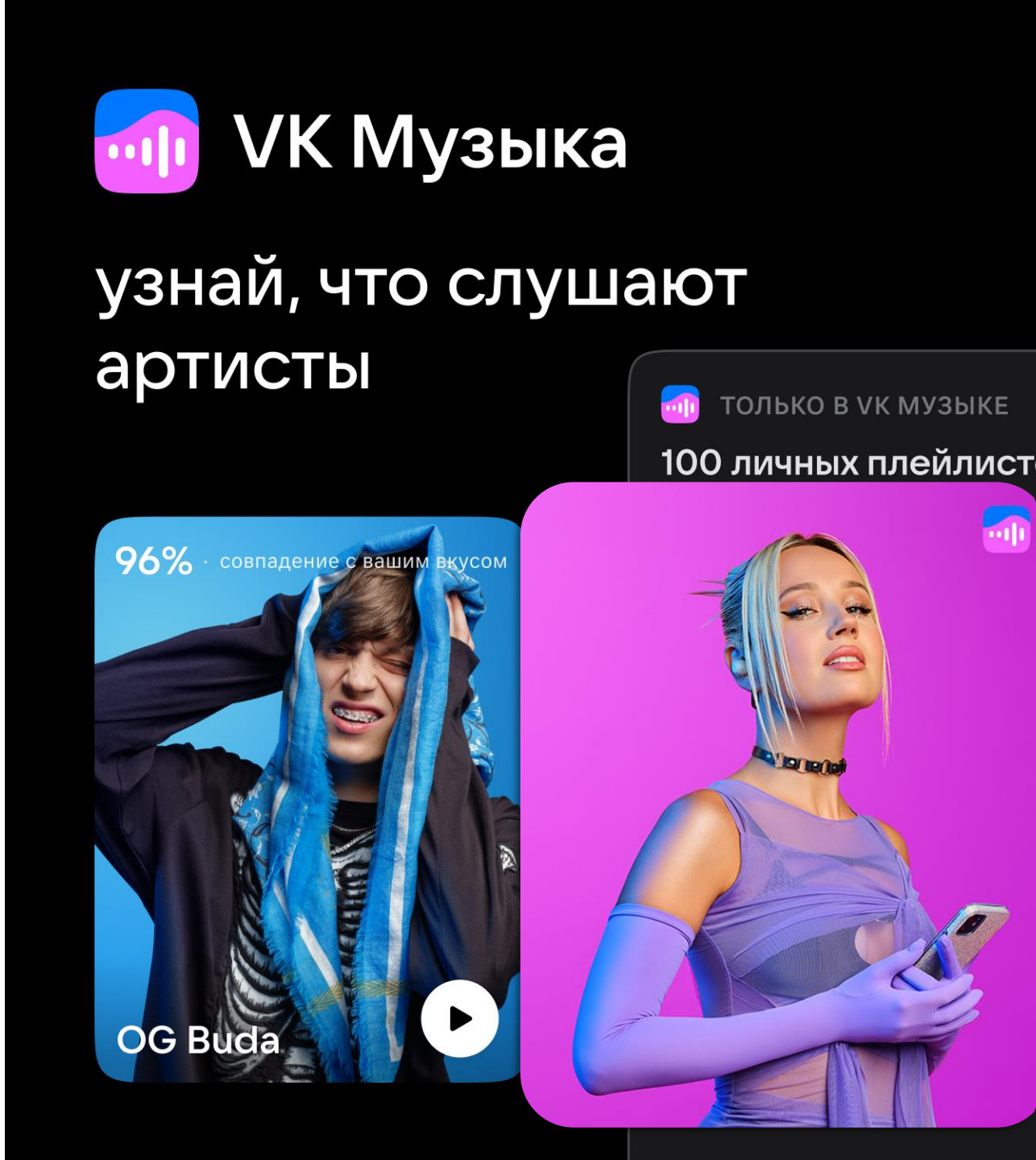
- VK Видео открыла доступ к монетизации прямых эфиров для авторов
- VK Видео запустила бета-версию кабинета автора
- VK Видео обновила интеллектуальную систему рекомендаций — благодаря этому выросли просмотры рекомендованных роликов на видеовитрине



Источник: данные VK Company Limited.

Развитие VK Музыка

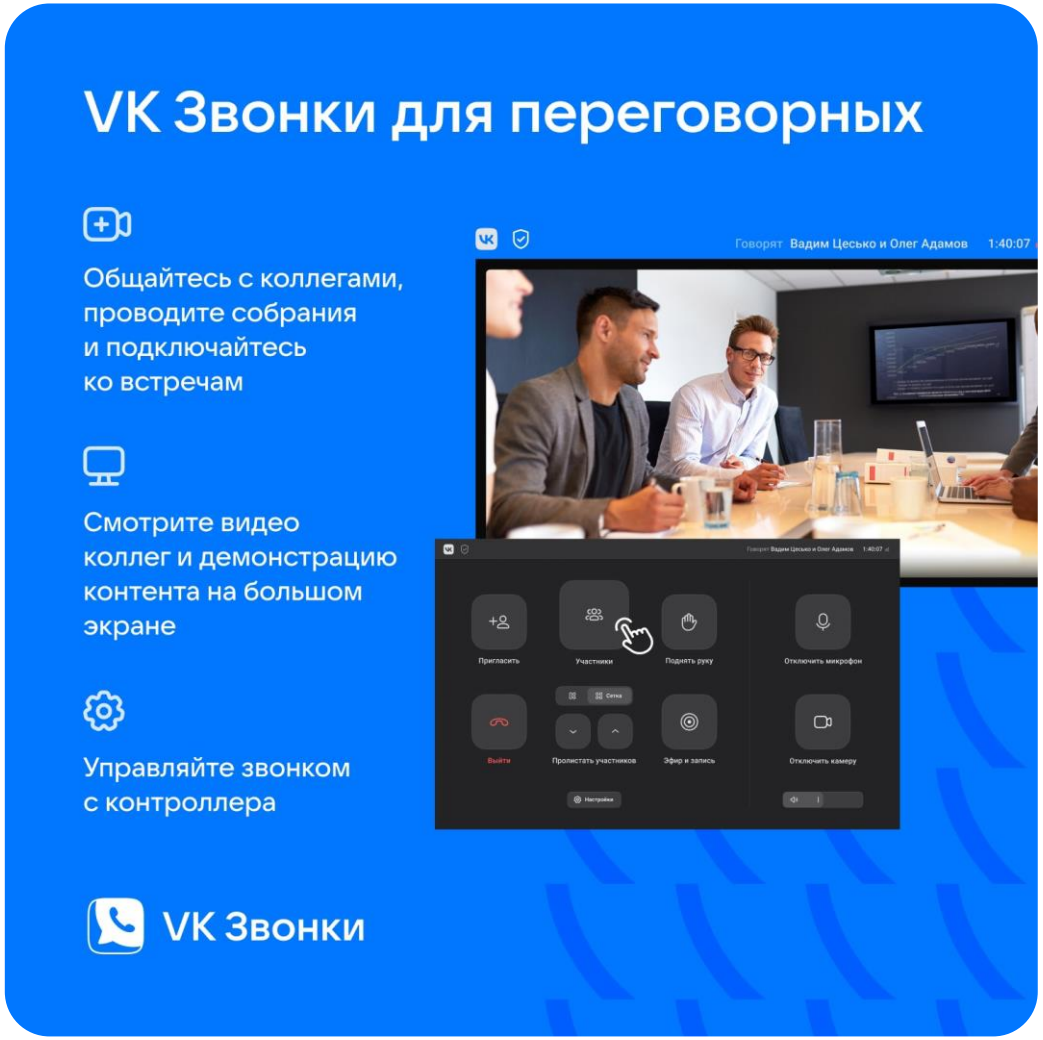
- «Прислушайтесь к звездам» – более 100 плейлистов звезд с 80 млн прослушиваний
- Интеграция в клипы, концерты, шоу – суммарные охваты >10 млн
- Импорт плейлистов из других приложений - 60 тыс. пользователей перенесли 140 тыс. плейлистов



Источник: данные VK Company Limited.

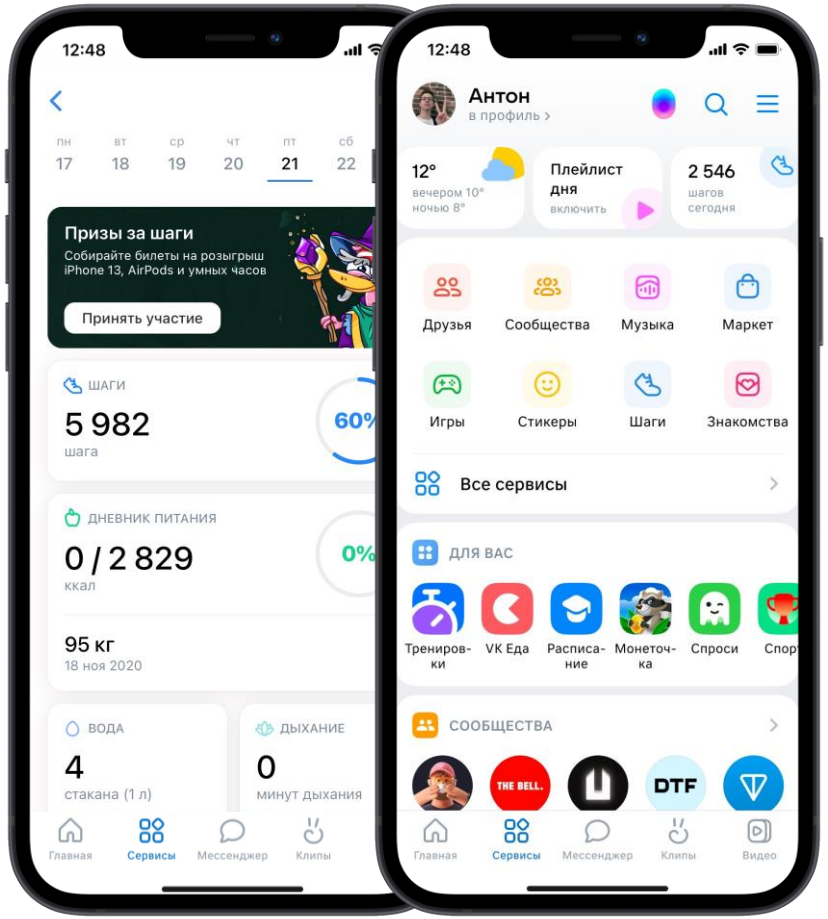
VK Звонки и VK Мессенджер

- Представлена бета-версия приложения для связи в переговорных комнатах и конференц-залах
- Появилась функция планирования звонков
- ВКонтакте открыла API для управления видеозвонками
- Запущена первая масштабная рекламная кампания VK Звонков
- В VK Мессенджере запустили моментальный перевод текста в чатах на другие языки



Источник: данные VK Company Limited.

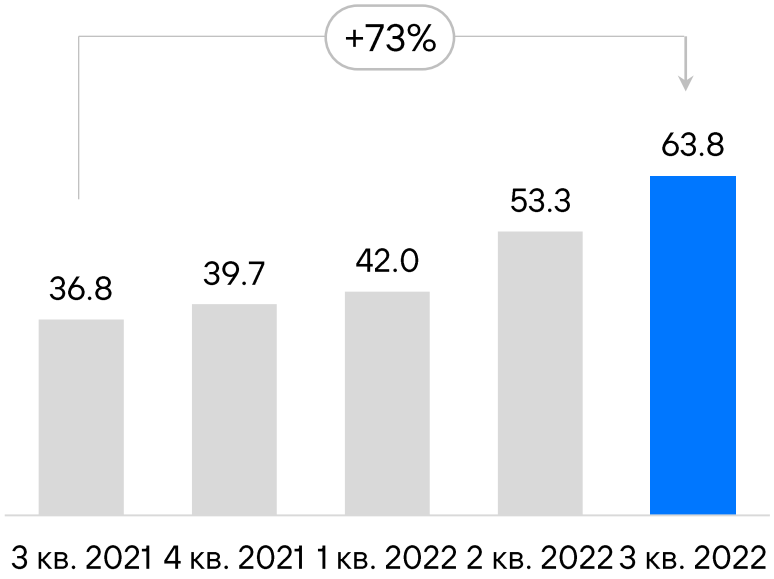
VK Mini Apps: дальнейший рост активности



+45%

Рост рекламной монетизации мини-приложений, г/г

Количество мини-приложений, тыс.



38,4

млн

Месячная аудитория (MAU) мини-приложений
+15% г/г

Источник: данные VK Company Limited. Рост г/г указан за 3 кв. 2022 к 3 кв. 2021, если не указано иное.

ОК: Социальная и развлекательная платформа

Ключевые показатели 3 кв. 2022

38 млн
Средний MAU в России

+8,3%
Новых регистраций пользователей в сентябре г/г

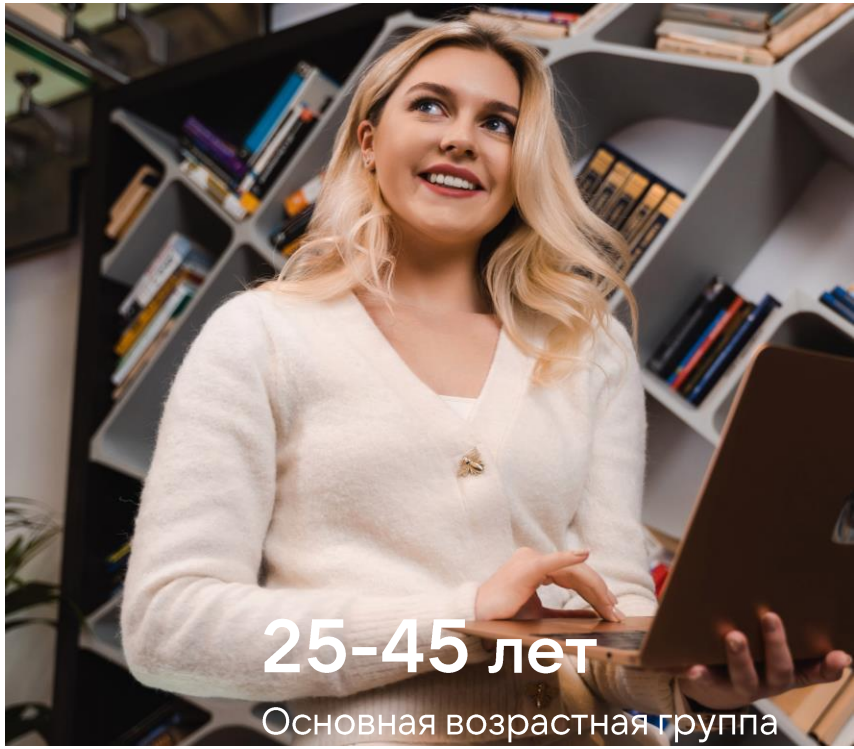
+66,3%
Новых групп

Пользователи отправили

325 млн
Открыток

490 млн
Стикеров

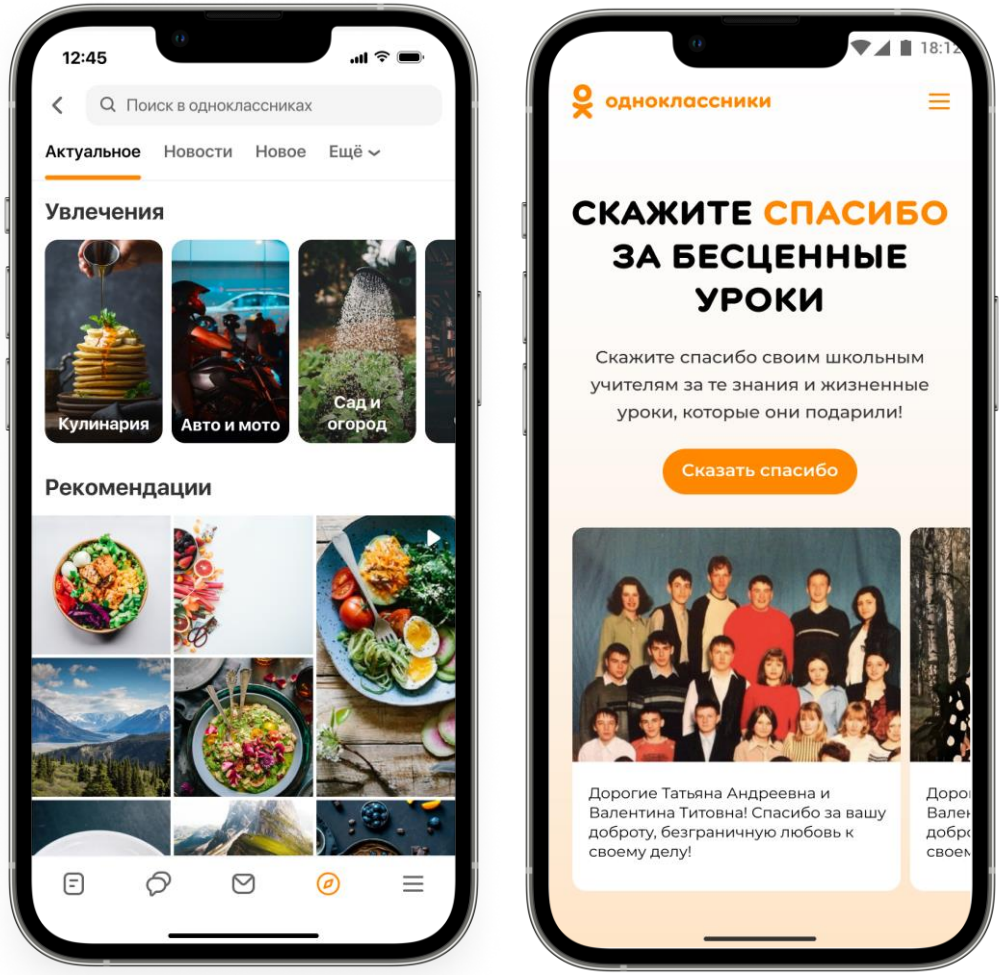
6,4 млрд
Виртуальных подарков



Источник: данные VK Company Limited. Рост г/г указан за 3 кв. 2022 к 3 кв. 2021, если не указано иное.

Обновленное позиционирование и рекламная кампания «Мои увлечения – это ОК»

- ОК запустила обновленное позиционирование и появилось новое направление — хобби и увлечения
- Значительно обновился интерфейс мобильного приложения: меню начало подстраиваться под интересы каждого пользователя, а навигация стала еще удобнее
- Перезапущена система рекомендации контента, появилась монетизация для сообществ с видеоконтентом



Развитие «Моментов» и растущий интерес бизнеса к ОК

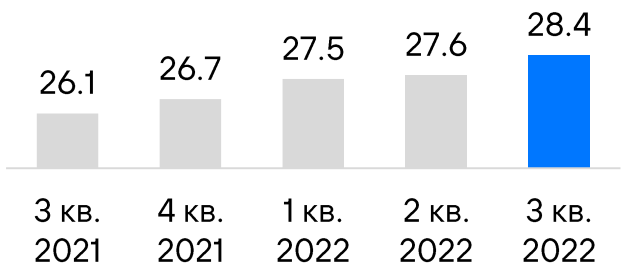
Сервис «Моменты» в 3 кв. 2022

28,4 млн

Месячная аудитория (MAU)

+8,8% г/г

MAU, млн

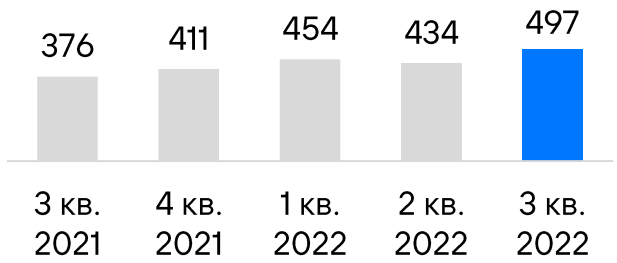


497 млн

Среднемесячные просмотры

+32% г/г

Просмотры, млн



Направление СМБ в 3 кв. 2022

+26,5%

Рост рекламной выручки от СМБ

+44,5%

Рост бизнес-групп, которые публикуют контент в ОК

+12,9%

Уникальных платящих предпринимателей

Источник: данные VK Company Limited. Рост г/г указан за 3 кв. 2022 к 3 кв. 2021, если не указано иное. Примечание: «Моменты» - сервис с исчезающими фотографиями и видео.

Образование: рост базы пользователей

12 млн

Зарегистрированных учеников на платформах VK кумулятивно

1,4x рост г/г

465 тыс.

Платящих учеников кумулятивно

1,7x рост г/г

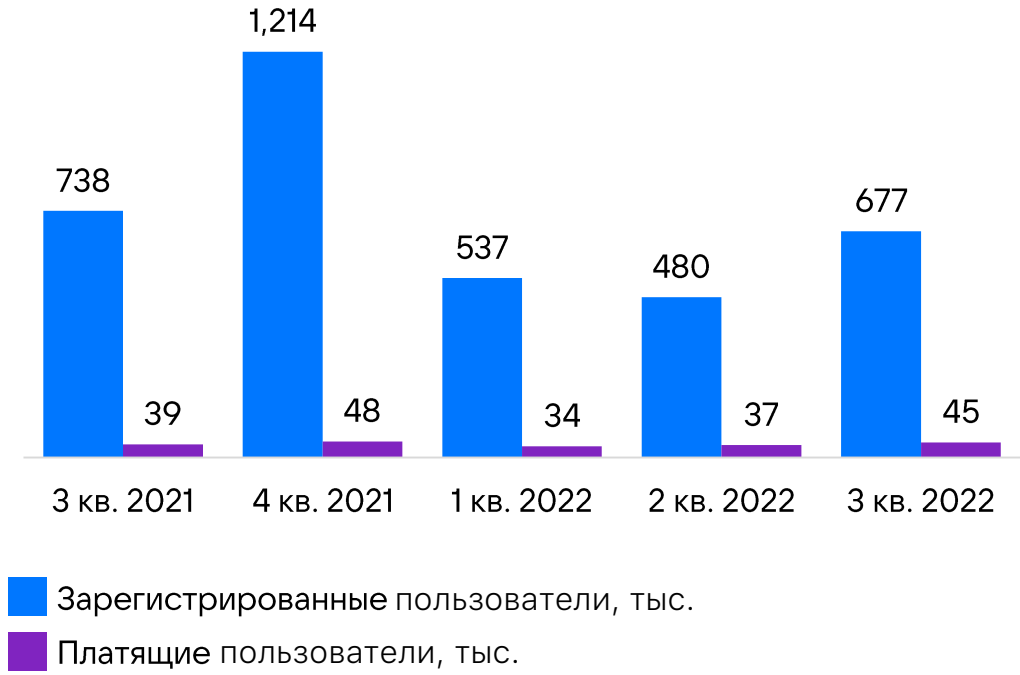
677 тыс.

Новых регистраций за 3 кв. 2022

~45 тыс.

Новых платящих пользователей за 3 кв. 2022

Новые пользователи образовательных платформ (1)



Источник: данные VK Company Limited. Рост г/г указан за 3 кв. 2022 к 3 кв. 2021, если не указано иное.
Примечание: (1) Зарегистрированные пользователи имеют доступ к платформе (вкл. ее платные и бесплатные услуги). Показатели предыдущих периодов могут корректироваться по мере того, как Skillbox Holding Limited улучшает и меняет свои подходы к операционным метрикам и методам их измерения.

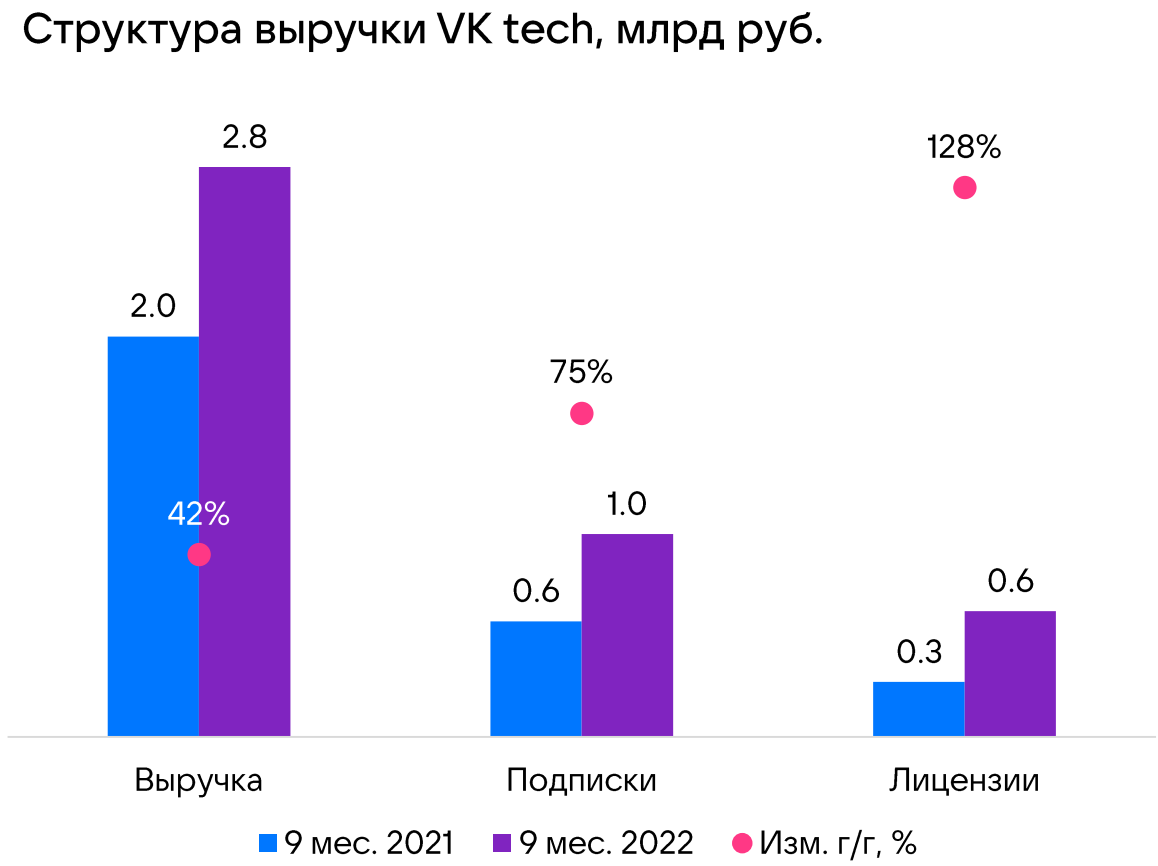
Новые инициативы: B2B вкл. облачные сервисы

4,5x

Прирост выручки коммуникационных сервисов за 9 мес. 2022 г/г

9,9x

Прирост выручки частного облака за 9 мес. 2022 г/г



Источник: данные VK Company Limited. Примечание: В дополнение к подписке и лицензиям выручка VK tech включает в себя разные кастомизированные проекты.

Новые инициативы: VK Play

- С момента запуска в апреле 2022 года VK Play стала крупнейшей российской игровой площадкой в России.

Каталог игр

Облачный гейминг VK Play Cloud

Стриминг VK Play Live

Платформа для кибер-турниров

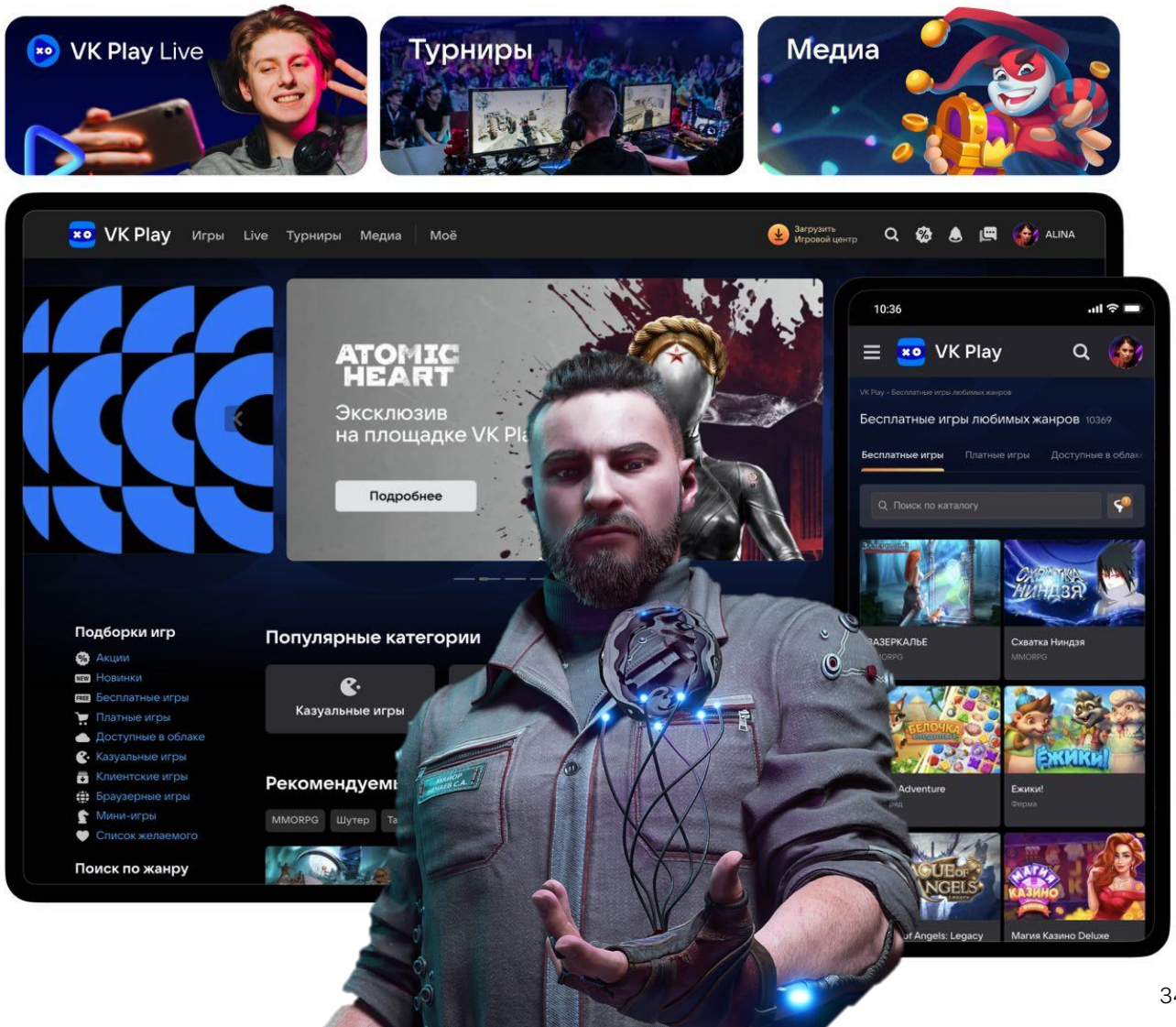
Игровое медиа

13 тыс.

Простых браузерных игр в каталоге

350+

Игр в каталоге VK Play Cloud (вкл. игры на других платформах)



Источник: данные VK Company Limited.

Новые инициативы: VK Play

5000

Заявок от российских стримеров на участие в бета-тесте VK Play Live за первые две недели

>7 млн

Зарегистрировано пользовательских аккаунтов с момента запуска площадки

>92%

Российских стримеров работает с нашими инструментами

5%

Комиссия для разработчиков игр на VK Play

Эксклюзив Atomic Heart на VK Play в 4 кв. 2022

Источник: данные VK Company Limited.

Новые инициативы: RuStore

- RuStore – официальный российский магазин Android-приложений, запущенный в мае 2022
- Опубликованы TOP 20 российских мобильных приложений

>1700

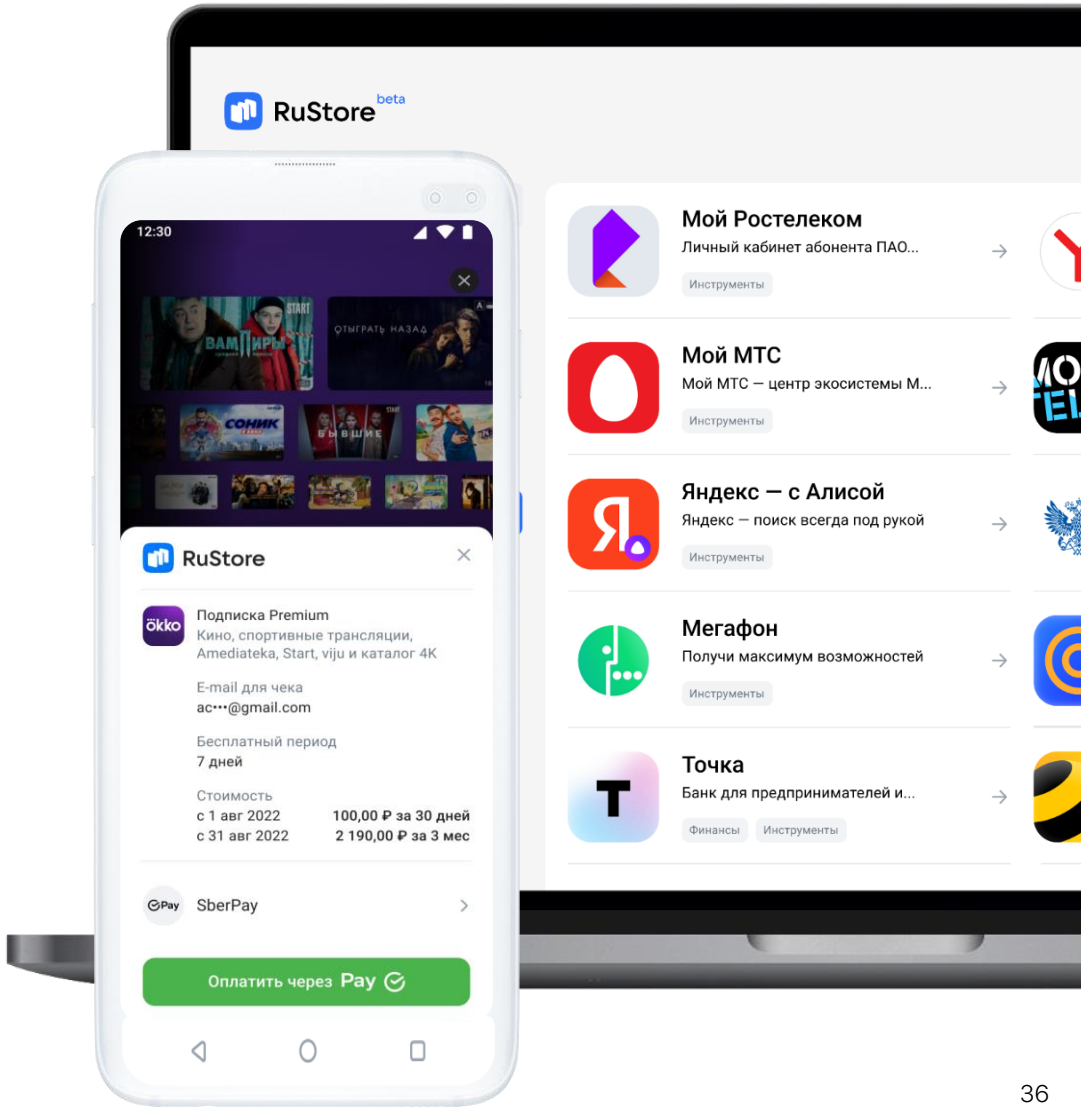
Количество приложений в RuStore

>4 млн

Количество установок приложений из RuStore

В 3 кв. 2022 появились новые возможности:

- доступ для разработчиков-физлиц,
- возможность разделения приложений на категории, отзывы и рейтинги,
- возможность совершать покупки внутри приложений и инструменты для продвижения.



Источник: данные VK Company Limited на 30.09.2022.

Глоссарий

Ключевые термины
MAU (Monthly Active Users) – активная месячная аудитория.
DAU (Daily Active Users) – активная дневная аудитория.
Пользовательские платежи – платежи пользователей за сервисы в социальных сетях, включая подарки, музыкальную подписку, покупки в играх.
MMO игры – массовые многопользовательские онлайн-игры.
F2P (Free-to-play) игры – игры, которые дают игрокам доступ к значительной части своего контента без оплаты или не требуют оплаты для продолжения игры.
B2P (Buy-to-play) игры – игры, в которые можно играть только после ее приобретения.
Месячный ABPU (Average Bookings Per User) - месячная средняя скорр. выручка на одного пользователя. Рассчитывается как скорр. выручка от игр, разделенная на среднее значение MAU в отчетном квартале и на 3.
Скорректированная выручка игр (**Bookings**) – выручка с учетом отложенной выручки.
B2B (Business-to-business) – продукты и сервисы для бизнеса.
СМБ – средний и малый бизнес.
Медийная реклама имеет цель познакомить с брэндом/товаром/услугой как можно больше людей. **Перформанс** реклама нацелена на то, чтобы привести клиента на сайт/в мобильное приложение и побудить его совершить заказ, подать заявку и т.д.

Состав сегментов

Сегменты включают:
Социальные сети и коммуникационные сервисы
Социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники Мой Мир), сервис электронной почты (Почта Mail.ru), музыкальный и видеосервисы (VK Музыка и VK Видео), мессенджер (VK Мессенджер), портал (главная страница и медиапроекты), поисковая система (Поиск Mail.ru), платформы рекомендаций контента Пульс и Relap (1), Дзен и Новости (2). Источники выручки включают рекламу, комиссии от разработчиков приложений, зависящие от их выручки этих приложениях, пользовательские платежи за музыкальные подписки, виртуальные подарки и стикеры. (1) С 2022 г., ранее эти сервисы входили в состав сегмента «Новые инициативы». (2) С сентября 2022 г.
Игровое направление
Услуги онлайн-игр, в том числе MMO, социальные и мобильные игры, стриминг игр и платформенные решения, игры для ПК, консолей и мобильных устройств, игровые студии, облачный игровой бизнес, сервисы для монетизации (DonationAlerts и Boosty.to). Сегмент получает практически все доходы от продажи виртуальных внутриигровых предметов пользователям (F2P) или продажи цифровых копий игр (B2P), роялти за игры и игровые решения, лицензированные сторонним операторам онлайн-игр, внутриигровую рекламу и доходы от стриминговых сервисов и услуг игровой платформы. **По состоянию на 30 сентября 2022 г., Сегмент «Игры» является прекращенной деятельностью.**
Образование
Сервисы образования на базе Skillbox Holding Limited, который включает Skillbox (100%), GeekBrains (100%), SkillFactory (63,75%), Mentorama (90%), Lerna (70%). Сегмент получает практически все доходы от предоставления образовательных услуг.
Новые инициативы
Экспериментальные и находящиеся на начальной стадии продукты, в т.ч. сервис онлайн-объявлений на основе определения местоположения Юла, B2B-сервисы (вкл. VK Cloud), умные колонки (Капсула и Капсула Мини), голосовой помощник Маруся, VK Клипы, VK Звонки, VK Play, экосистемные продукты и др.

Спасибо

За дополнительной информацией
обращайтесь по адресу
ir@vk.company