

# **ОТЧЕТ ОБ УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ ГРУППЫ КОМПАНИЙ ЯНДЕКСА 2020**



# Содержание

## Поговорим о главном 3

## Мы — Яндекс 7

Миссия и принципы  
Экосистема сервисов  
Ключевые результаты деятельности

## Наш бизнес — про прочный фундамент 11

Повестка Яндекса в области устойчивого развития  
Информационная безопасность  
и защита персональных данных  
Качество работы с контентом  
Деловая этика и права человека  
Интеллектуальная собственность  
Ответственные закупки  
Экологическая ответственность

## Про пользователей 54

Простота и доступность  
Коммуникации и пользовательский опыт  
Безопасный комфорт

## Про взаимодействие с партнерами сервисов 65

Партнеры сервисов Яндекса  
Социальная поддержка партнеров  
Здоровье и безопасность партнеров  
Яндекс для бизнеса

## Про пользу для общества 79

Образовательная инициатива Яндекса  
Поддержка незащищенных слоев населения

## Про команду 94

Люди, с которыми работает Яндекс  
Подход к найму сотрудников  
Социальный пакет и комфортные условия труда  
Обучение и развитие лидерства  
Оценка вовлеченности сотрудников  
Оценка деятельности и вознаграждение  
Здоровье и безопасность сотрудников

## Корпоративное управление 113

Система корпоративного управления  
Управление устойчивым развитием  
Управление рисками устойчивого развития

## Об Отчете 131

Определение существенных тем и ESG-повестки  
Принципы подготовки Отчета  
Взаимодействие с заинтересованными сторонами  
Контакты

## Приложения и таблицы 141

Детализация вклада в ЦУР ООН  
Таблицы ESG-показателей  
Указатель GRI Standards  
Указатель SASB



# Поговорим о главном

102-14

**Джон Бойнтон**, председатель Совета директоров и Комитета по корпоративному управлению

**Эстер Дайсон**, член Совета директоров и Комитета по корпоративному управлению

**Тигран Худавердян**, управляющий директор группы компаний Яндекса

**Елена Бунина**, генеральный директор Яндекса в России и HR-директор



Мы все время пытаемся заглянуть в будущее и представить, каким оно будет. Это помогает Яндексу создавать продукты, которые будут актуальны и через пять, и через десять лет. Такие продукты не могут появиться на пустом месте, нужна база, на которой они будут расти, — нужны технологии, знания, люди и бизнес-модели. Для нас очень важно поддерживать эту базу, а для этого мы должны ответственно относиться к ресурсам и людям, с которыми работаем. Мы строим бизнес на десятилетия вперед и ставим устойчивое развитие выше, чем кратковременный успех.

**Тигран Худавердян**

**Яндекс представляет свой первый Отчет об устойчивом развитии. А что для вас устойчивое развитие?**

**Елена Бунина:** Бизнес ради материальных выгод в моменте — недально-видный подход. В Яндексе мы придерживаемся мнения, что устойчивое развитие и бизнес неразделимы, а корпорации должны делать все, что в их силах, чтобы улучшать жизнь людей и общества в целом.

**Джон Бойнтон:** Быть устойчивым — это делать мир вокруг лучше, чем он был до нас. Быть ответственным членом бизнес-сообщества и действовать не только ради выгоды. Быть работодателем, который понимает, что новаторству способствует то, насколько отличными друг от друга, уникальными являются члены команды, — и ценит такое разнообразие. У Яндекса много амбициозных планов, при этом он осознает ту ответственность, которая стоит за их реализацией.

**Эстер Дайсон:** Устойчивое развитие для меня — это мыслить не только сегодняшним днем, создавать долговечные продукты, способные меняться вместе с тем, как меняется мир вокруг, как меняются предпочтения пользователей, ожидания сотрудников, инвесторов. У нас нет единой фиксированной цели, но есть единое направление — мы движемся только вперед.



## А еще сегодня Яндекс впервые рассказывает о ключевых направлениях работы в этой области. Почему именно они?

**Елена Бунина:** Часть направлений — это те сферы, в которых компания обладает большой экспертизой, где наш вклад может быть максимально эффективным. Это, к примеру, наши образовательные проекты. Еще есть направления, где мы хотели бы делать больше, видим в этом большой потенциал — например, сокращение углеродного следа. Поэтому мы выделили их в качестве приоритетов на будущее, это наша инвестиция на перспективу.

**Тигран Худавердян:** Большинство направлений — это то, что лежит в основе наших сервисов и продуктов. Нам всегда было важно, чтобы они были качественными, надежными, чтобы им можно было доверять. Важно и то, чтобы отдельным людям и командам, которые создают эти сервисы и продукты, было комфортно заниматься любимым делом. Поэтому среди ключевых направлений у нас базовые ценности компании — забота о сотрудниках, обеспечение качества, информационная безопасность и другие основы основ.

## Яндекс — очень разнообразный бизнес, и экспертиза у компании очень широкая. Приведете пример того, как ваша экспертиза используется в целях устойчивого развития?

**Тигран Худавердян:** Мы в первую очередь технологическая компания, и поэтому используем наши технологии, чтобы улучшать жизнь людей. Например, во время пандемии мы запустили проект [«Помощь рядом»](#) для поддержки медицинских и социальных служб — предоставляли им



Мы сосредоточены на том, в чем можем принести максимальную пользу и что лучше всего умеем

Елена Бунина

бесплатные поездки через наш сервис такси. Сейчас проект помогает с перемещением маломобильным гражданам.

Почему мы выбрали такой подход? Сам по себе благотворительный проект может быть конечным. Но когда получается создать сервис, который может работать на благо общества и привлекать все большее количество участников, от этого выигрывают все в долгосрочной перспективе.

Мы наблюдаем за тем, что происходит вокруг, и видим, все больше наших пользователей интересуются тем, что компании, включая Яндекс, делают для общества. И правильно, что интересуются. Это подстегивает нас придумывать новые сервисы и продукты.

**Елена Бунина:** Яндекс также запустил Образовательную инициативу — еще один пример того, как мы используем наши технические компетенции, на этот раз для улучшения образовательной среды. Внедрение технологий в образование — безграничное поле для деятельности. Мы видим, что можем помочь учителям, ученикам и студентам, и поэтому разрабатываем для них доступные образовательные инструменты и технологии, развивая экосистему российского образования.



## Как бы вы описали корпоративную культуру Яндекса?

**Елена Бунина:** Свобода — это базовая ценность наших людей, и дальше вокруг себя уже они сами формируют открытую и демократичную культуру, которая впоследствии помогает им мыслить вне рамок и создавать уникальные продукты. Свобода изначально транслируется со стороны топ-менеджмента компании, который поощряет открытость и отсутствие страха перед начальством. Мы и людей набираем таких — свободных и инициативных, не боящихся продвигать свои идеи.

**Эстер Дайсон:** В Яндексе мы стараемся создавать все условия для того, чтобы люди могли оставаться собой, даже если мы уже не маленькая команда, а крупный бизнес с множеством подразделений. Из небольшой группы инженеров-разработчиков Яндекс вырос в огромный механизм со своим укладом, принципами и ценностями. Главными среди них являются свобода мыслить и самостоятельно принимать решения, а также забота о благополучии сотрудников. Именно это позволяет двигаться к целям в области устойчивого развития.

## А что с экологическими вопросами? Уделяется ли им в Яндексе внимание?

**Елена Бунина:** Конечно, заботиться об окружающей среде важно, и Яндекс сосредоточился на тех областях, где может принести пользу. Например, проводится непрерывная работа для повышения энергоэффективности дата-центров, внедряются технологии маршрутизации для оптимизации пути автомобилей, строится офис по стандартам устойчивого развития, внедряется раздельный сбор отходов. Яндекс стремился и будет стремиться к улучшениям там, где это возможно.

## Сейчас люди начнут читать ваш Отчет. Что вы хотите, чтобы читатели в нем увидели?

**Елена Бунина:** Яндекс — про людей. Мы стремимся, чтобы в Яндексе или с Яндексом было комфортно всем — нашим сотрудникам, нашим партнерам и, конечно, нашим пользователям.

**Тигран Худавердян:** Яндекс — про классные полезные сервисы, которые делают жизнь удобнее и лучше как прямо сейчас, так и в долгосрочной перспективе.

**Эстер Дайсон:** Яндекс — про прозрачность и реальное положение вещей. Яндекс объективен и учитывает все точки зрения. А еще Яндекс — про умение обыгрывать жизненные ситуации. В начале 2000-х годов я увидела надпись на будках дежурных московского метрополитена: «Дежурный у эскалатора справок не дает». А в вагоне метро висело остроумное рекламное объявление поискового бизнеса: «Машинист справок не дает. Все вопросы к Яндексу». Умение видеть потребность и предлагать решения, которые удобны и понятны, — это тоже про Яндекс.

**Джон Бойнтон:** С самых первых дней и уже на протяжении более двух десятилетий Яндекс остается лидером в своей отрасли. Это ведущий бренд, в основе которого — передовые технологии и лучшие практики корпоративного управления. Я надеюсь, что информация, которую читатели найдут в Отчете, поможет оценить масштаб работы, которую проделявает Яндекс, чтобы стать лидером в области устойчивого развития. Я горжусь нашими результатами и с большим удовольствием представляю их всем заинтересованным сторонам.





102-6

# Миссия Яндекса — помогать людям решать их задачи с помощью современных технологий

102-2

102-6

Компания «Яндекс» (далее — компания, Яндекс) появилась в 2000 году — через три года после запуска портала yandex.ru, а история Яндекса началась задолго до ее образования — еще в начале 1990-х годов. Сегодня Яндекс — ведущая поисковая система в России (и одна из крупнейших в мире) и IT-компания, которая разрабатывает самые разные сервисы для людей и бизнеса, в том числе сервисы такси и доставки, решения для навигации и электронной торговли, приложения для развлечений и облачные сервисы.

102-16

В 2020 году Яндекс впервые публично поделился своими [принципами](#) работы, которые были сформулированы за годы существования компании.

- Команда Яндекса делает сервисы, которыми хотела бы пользоваться сама, делиться с друзьями и близкими. Яндекс не создает сервисы только ради зарабатывания денег.
- Яндекс не обманывает пользователей и не зарабатывает обманом.
- Яндекс осознает свою ответственность за сервисы, которыми пользуются миллионы людей, и старается развивать их таким образом, чтобы максимизировать пользу и минимизировать вред.
- Сервисы Яндекса должны быть полезны не только пользователям, но и нашим партнерам — курьерам, водителям, ресторанам и всем остальным. Все они наши пользователи.
- Яндекс тщательно защищает данные своих пользователей и обращается с ними очень бережно.
- Сервисы Яндекса не имеют никакой позиции и политической окраски: они одинаково хорошо работают для всех.



С полным перечнем принципов можно ознакомиться по [ссылке](#). А еще у Яндекса есть правила, которых компания придерживается в работе, — о них читайте [здесь](#).

## География присутствия

102-4

102-6

Яндекс предоставляет сервисы и имеет офисы-представительства в 22 странах.

### Сервисы

#### Европа и СНГ

- Россия
- Беларусь
- Казахстан
- Азербайджан
- Армения
- Грузия
- Кыргызстан
- Латвия
- Литва
- Молдова
- Сербия
- Турция
- Узбекистан
- Финляндия
- Эстония

#### Африка

- Гана
- Кот-д'Ивуар

#### Америка

- США

#### Ближний Восток

- Израиль

### Представительства

#### Европа

- Нидерланды
- Швейцария

#### Азия

- Китай

# Экосистема сервисов и продуктов

(в разбивке по бизнес-юнитам)

## Поиск и Портал

Поисковый портал  
Геосервисы  
Яндекс.Браузер  
Алиса  
Яндекс.Толока  
Яндекс.Почта 360  
Яндекс.Кью

## Медиасервисы

Яндекс Плюс  
Яндекс.Музыка  
КиноПоиск  
Яндекс.Афиша

## Такси

Яндекс Go и Uber  
Яндекс.Доставка  
Яндекс.Драйв  
Яндекс.Еда  
Яндекс.Лавка

## Иные бизнес-юниты и инициативы

Беспилотные технологии  
Образовательная инициатива Яндекса  
Умные устройства  
Яндекс.Дзен  
Яндекс.Услуги  
Yandex.Cloud

## Вертикали

Авто.ру  
Яндекс.Недвижимость  
Яндекс.Объявления

## Яндекс.Маркет



Это еще не все! Список всех актуальных сервисов и продуктов Яндекса можно найти [здесь](#).







102-7

## Яндекс в цифрах

### Ключевые операционные показатели

данные за март 2021 года

**60%**

доля компании  
на российском  
поисковом рынке

**>96 млн**  
**пользователей**

месячная аудитория  
сайта Яндекса

**9 млн**

подписчиков  
Яндекс Плюса

**20,5 млн**  
**пользователей**

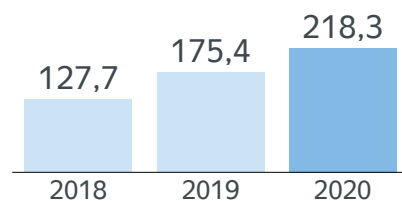
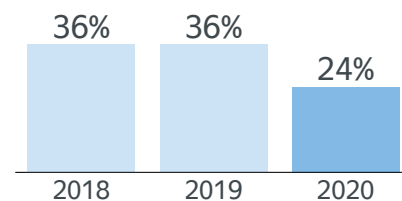
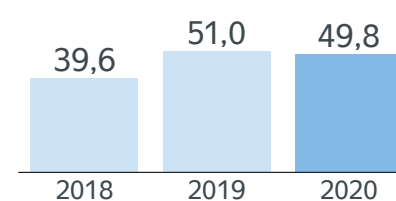
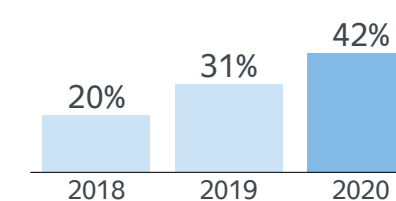
ежедневная аудитория  
Яндекс.Дзена

**2,4 млрд**  
**поездов**

годовой run-rate  
Яндекс.Такси  
(март 2021 года)

### Ключевые финансовые результаты

за 2020 год

**Консолидированная выручка,  
млрд руб.****Рост консолидированной  
выручки, год к году****Скорректированный показатель  
EBITDA, млрд руб.****Доля выручки от нерекламных  
бизнесов**

Полный перечень ключевых операционных и финансовых результатов на конец 2020 года представлен в публичном [анонсе](#) компании. Подробнее о финансовых результатах Яндекса за 2020 год читайте в [Годовом отчете компании](#) (стр. 3).



## Ключевые ESG-результаты

за 2020 год

### Экологическая ответственность

**На 21% ниже**

средний PUE дата-центров (ДЦ) по сравнению со средним глобальным показателем PUE<sup>1</sup>

**10%**

составляет расход энергии на оборудование от каждого ватта, затраченного на вычисления в новых ДЦ

**Это в 6 раз лучше** среднего значения по миру

**92% и 15%** упаковки

Яндекс.Маркета и Яндекс.Лавки соответственно — из вторичных или повторно использованных материалов

**67%** отходов Яндекс.Маркета

за двухлетний период были переработаны или повторно использованы

### Партнеры

**300 млрд руб.**

заработали на заказах водители-партнеры Яндекс.Такси

### Сотрудники

**>1/3**

женщин среди сотрудников

**1/3**

женщин среди руководителей

**4,5%** нежелательная текучесть

**>50%**

сотрудников участвовали в опционной программе

**3–5%**

разница в среднем размере оплаты труда мужчин и женщин среди разработчиков на самых распространенных должностных уровнях (на некоторых уровнях перевес в сторону женщин)

### Образование

**>2 млн человек**

воспользовались бесплатными образовательными возможностями Яндекса

### «Помощь рядом»

**>400 000**

бесплатных поездок для

**12 000**

врачей и медицинских работников в ходе пандемии

**70 фондов**

с бесплатным доступом к сервисам Яндекса для бизнеса<sup>2</sup>

<sup>1</sup> PUE (power usage effectiveness) — отношение общего энергопотребления дата-центра к энергопотреблению IT-оборудования. Средний PUE дата-центров Яндекса в 2020 году — 1,25. Согласно международному исследованию [2020 Data Center Industry Survey Results](#), проведенному Uptime Institute, среднее значение PUE дата-центров в России составляет 1,6, в мире — 1,59, в Европе — 1,46.

<sup>2</sup> На март 2021 года.



# Наш бизнес — про прочный фундамент

Повестка Яндекса в области устойчивого развития  
Информационная безопасность и защита персональных данных  
Качество работы с контентом  
Деловая этика и права человека  
Интеллектуальная собственность  
Ответственные закупки  
Экологическая ответственность



# Повестка Яндекса в области устойчивого развития

Как одна из крупнейших технологических компаний Яндекс влияет на развитие цифровых технологий, различных индустрий, а также сфер человеческой жизни. Стремление к тому, чтобы это влияние было положительным, лежит в основе экосистемы Яндекса.

С каждым годом Яндекс растет, и структура бизнеса становится более сложной и диверсифицированной. В этих условиях важно понимать, в каких сферах компания уже вносит значимый социально-экономический и экологический вклад, где может быть полезной в перспективе. Так появилась задача по систематизации деятельности Яндекса в области устойчивого развития. Ее итогом стало формирование единой ESG-повестки<sup>3</sup>, объединившей 12 направлений устойчивого развития, близких Яндексу.

Большинство из них являются основами бизнеса, и от работы по этим направлениям напрямую зависят финансовые и операционные результаты компании. Среди них — информационная безопасность, качество сервисов и качество контента, а также благополучие сотрудников. Всем им уделяется особое внимание с первых дней существования компании.

Другая часть повестки — это области, в которых технологии Яндекса могут сыграть важную роль в решении социальных или экологических вопросов и где еще есть зоны для роста. Здесь Яндекс обозначил конкретные планы: развивать систему образования в сфере IT, повышать доступность сервисов для людей с особенностями здоровья, отслеживать углеродный след собственной инфраструктуры и отдельных сервисов, развивать практики управления отходами и упаковкой, содействовать поддержке операционных партнеров сервисов — водителей, курьеров и других партнеров, оказывающих офлайн-услуги. Здесь уже сделаны важные шаги, которые лягут в основу будущих действий.

Наши 12 направлений устойчивого развития были разделены на четыре области для удобства управления: качество жизни, этика и добросовестность, развитие людей и экологическое воздействие.



Подробнее о процессе формирования повестки устойчивого развития Яндекса читайте в главе [«Об Отчете»](#).

Для каждого направления были сформулированы цели. В основу многих из них легли принципы работы, которые ответственные команды используют уже на протяжении многих лет.

Движение к целям будет отслеживаться через принятые в компании показатели эффективности (метрики), которые могут пересматриваться, обновляться и дополняться, чтобы лучше отвечать самым актуальным бизнес-задачам. Такой гибкий подход был выбран в силу того, что бизнес Яндекса динамично меняется. Для относительно новых направлений

<sup>3</sup> Термин ESG обозначает экологическую (Environmental, E), социальную (Social, S) повестку бизнеса и повестку в области корпоративного управления (Governance, G).

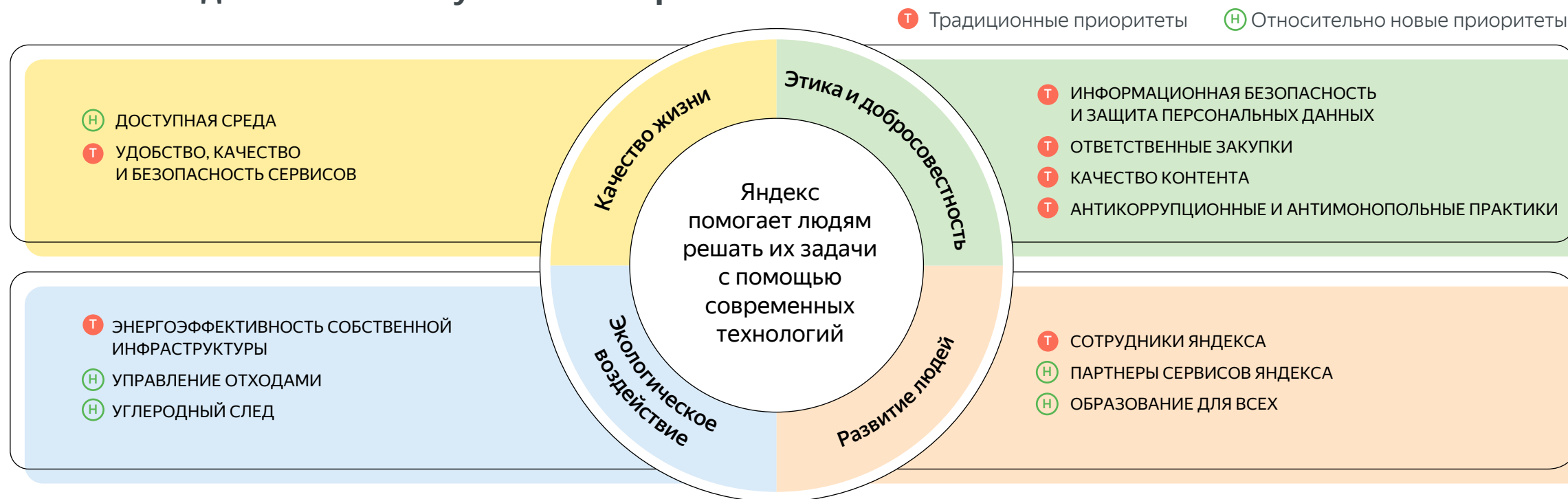
(например, управления отходами), метрики будут разрабатываться в течение следующего отчетного периода. При определении новых метрик Яндекс будет опираться на их полезность: насколько те помогают отследить прогресс и принять бизнес-решения. Если уже принятая метрика в какой-то момент перестанет удовлетворять этим условиям, она будет пересмотрена.

Такую же гибкость Яндекс проявляет и при постановке целевых значений. Компания предпочитает динамическое планирование фиксированным целям. Это означает, что видение желаемого результата и его количественное

выражение корректируются с учетом изменений в бизнесе, в отрасли и на рынке. Яндекс не стремится утвердить долгосрочные целевые значения там, где они будут быстро терять свою актуальность.

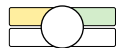
Гибкость целеполагания не противоречит твердости намерений, а, напротив, свидетельствует о стремлении достичь по-настоящему значимых результатов даже в условиях перемен. Для того чтобы это стремление не выглядело голословно, компания планирует рассказывать о результатах на регулярной основе начиная с текущего Отчета.

## Повестка Яндекса в области устойчивого развития





## Повестка Яндекса в области устойчивого развития: цели и метрики



### Качество жизни

#### Удобство, качество и безопасность сервисов

- Ц Обеспечивать полезность сервисов Яндекса для решения повседневных задач, поддерживать их высокое качество, заботиться о безопасности пользования
- М Метрики удовлетворенности пользователей и партнеров сервисов, отслеживаемые разными сервисами Яндекса

и другие метрики

#### Доступная среда

ОТНОСИТЕЛЬНО НОВЫЙ ПРИОРИТЕТ

- Ц Повышать доступность сервисов Яндекса для людей с особенностями здоровья
- Ц Применять технологии и технические компетенции Яндекса, расширять партнерства с благотворительными организациями, чтобы оказывать помощь тем, кто в ней больше всего нуждается, и наращивать количество тех, кто помощь уже получил
- М Количество благополучателей программ Яндекса / фондов, подключенных к программе

и другие метрики



Ц Цель М Метрика

### Этика и добросовестность

#### Информационная безопасность и защита персональных данных

- Ц Обеспечивать высокий уровень защищенности персональных данных пользователей
- М Нулевое значение количества случаев наложения штрафов или иных видов ответственности за нарушение законодательства о персональных данных

и другие метрики

#### Ответственные закупки

- Ц Предоставлять разным поставщикам равные возможности сотрудничества с Яндексом
- Ц Выстраивать долгосрочные отношения с поставщиками, которые проявили себя как надежные партнеры, и быть надежным партнером для них
- Ц Транслировать добросовестные практики ведения бизнеса, принятые в Яндексе, по всей цепочке поставок
- М Доля закупок у местных поставщиков от общего объема закупок, исходя из затраченных средств

и другие метрики

#### Качество контента

- Ц Контролировать качество, безопасность и правомерность контента на интернет-ресурсах Яндекса
- М Количество рекламных объявлений, отклоненных в связи с нарушениями
- М Доля публикаций на блогерской платформе, отклоненных в связи с нарушениями до того, как пользователи о них сообщили
- М Время ответа на жалобы пользователей

и другие метрики

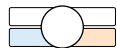
#### Антикоррупционные и антимонопольные практики

- Ц Непрерывно поддерживать культуру полного неприятия коррупции и ограничения конкуренции
- М Доля сотрудников, прошедших тренинг по деловой этике
- М Нулевое значения количества случаев, признающих компанию нарушителем антикоррупционного / антимонопольного законодательства

и другие метрики



## Повестка Яндекса в области устойчивого развития: цели и метрики



### Экологическое воздействие

#### Энергоэффективность собственной инфраструктуры

- Ц Внедрять энергоэффективные решения на этапах строительства собственной инфраструктуры с учетом возможностей оптимизации затрат и снижения экологического воздействия
- М PUE дата-центров  
и другие метрики

#### Управление отходами

относительно новый приоритет

- Ц Оптимизировать управление отходами в сервисах электронной коммерции
- Ц Развивать практики передачи отходов для переработки
- М Объем образованных отходов по способу утилизации  
и другие метрики

#### Углеродный след

относительно новый приоритет

- Ц Регулярно отслеживать экологическое воздействие собственной инфраструктуры и оценивать возможности по его снижению
- Ц Анализировать возможности оценки углеродного следа сервисов для его дальнейшего снижения
- М Удельный коэффициент выбросов парниковых газов собственной инфраструктурой (Scope 1 + Scope 2) на единицу выручки  
и другие метрики



Ц Цель М Метрика

### Развитие людей

#### Образование для всех

относительно новый приоритет

- Ц Повышать доступность образовательных сервисов и готовить квалифицированных специалистов для IT-индустрии
- М Количество человек, воспользовавшихся бесплатными образовательными возможностями Яндекса
- М Число выпускников, подготовленных при помощи Образовательной инициативы Яндекса
- М Число выпускников, продолживших работу в IT-индустрии  
и другие метрики

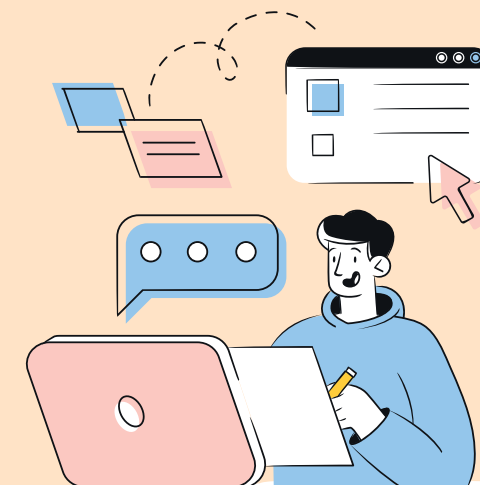
#### Партнеры сервисов Яндекса

относительно новый приоритет

- Ц Содействовать повышению социальной защищенности и качества жизни водителей, курьеров и других партнеров, которые оказывают офлайн-услуги в рамках партнерств с сервисами Яндекса
- М Метрики удовлетворенности партнеров сервисов, отслеживаемые разными сервисами Яндекса  
и другие метрики

#### Сотрудники Яндекса

- Ц Удерживать лучшие кадры, предоставляя им комфортные условия труда и возможности для роста, развития и инноваций
- М Нежелательная текучесть
- М Доля положительных ответов в опросах об удовлетворенности работой в Яндексе  
и другие метрики





# Цели в области устойчивого развития ООН

Яндекс поддерживает Цели в области устойчивого развития Организации Объединенных Наций (ЦУР ООН), принятые в 2015 году. Они учитывались в процессе систематизации инициатив устойчивого развития и легли в основу 12 направлений ESG-повестки. Из 17 ЦУР Яндекс выбрал 10 Целей, которые в большей степени пересекаются с текущими задачами бизнеса и в рамках которых компания может внести наибольший вклад. Среди них были выделены Цели, первостепенные для Яндекса на ближайшую перспективу (их назвали

«фокусными»). Остальным был присвоен статус «дополнительных» (но не менее важных). В их рамках компания стремится поддерживать передовые практики или выстраивать их там, где Яндекс еще в середине пути.



Подробнее о вкладе Яндекса в достижение ЦУР ООН читайте в [приложениих](#). А по тексту Отчета ищите условные обозначения ЦУР, которыми помечены знаковые инициативы и практики Яндекса, помогающие решать задачи глобальной повестки устойчивого развития.

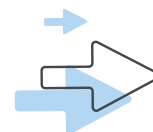
## Фокусные ЦУР



## Дополнительные ЦУР



## Иные ЦУР



## Фокусные ЦУР (условные обозначения)



## Дополнительные ЦУР (условные обозначения)



## Иные ЦУР (условные обозначения)







# Информационная безопасность (ИБ) и защита персональных данных

## Управление рисками ИБ

TC-IM-220a.1 Пользователи доверяют Яндексу свои данные, поэтому обеспечение информационной безопасности — важная задача для компании.

CG-EC-220a.2

TC-SI-220a.1

103-2

За это направление работы отвечает служба информационной безопасности<sup>4</sup>, которая выполняет следующие функции:

- контролирует соблюдение требований законодательства и международных стандартов в области информационной безопасности;
- отслеживает, выявляет и расследует инциденты;
- обеспечивает безопасность инфраструктуры Яндекса и безопасность сервисов<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> В некоторых сервисах есть дополнительные подразделения, которые занимаются обеспечением информационной безопасности (например, в Yandex.Cloud).

<sup>5</sup> В работе новых сервисов задействованы выделенные специалисты по ИБ, так как развитие новых продуктов связано с дополнительными рисками.

Каждые полгода служба информационной безопасности проводит встречи с руководителями компании, где рассказывает о результатах работы и планах.

Обеспечение информационной безопасности — обязанность каждого сотрудника Яндекса. Все сотрудники проходят обязательное обучение по защите персональных данных, конфиденциальности информации и защите от фишинга<sup>6</sup>.

TC-IM-230a.2

CG-EC-230a.1

TC-SI-230a.2

В компании действует **Политика по информационной безопасности**, закрепляющая обязанности и ответственность сотрудников, компаний-партнеров и иных лиц, с которыми работает Яндекс, в области защиты информации. Яндекс следует лучшим практикам управления в сфере информационной безопасности, сервисы компании проходят регулярные сертификационные аудиты в соответствии с утвержденным планом-графиком. Безопасный протокол HTTPS<sup>7</sup> работает абсолютно на всех сервисах Яндекса, а платежные данные обрабатываются в соответствии с требованиями международного стандарта PCI DSS<sup>8</sup>.

<sup>6</sup> Фишинг — вид интернет-мошенничества, направленный на получение идентификационных данных пользователей.

<sup>7</sup> HTTPS (Hypertext Transport Protocol Secure) — это протокол, который обеспечивает безопасное соединение между сайтом и устройством пользователя.

<sup>8</sup> Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS) — это стандарт безопасности данных о держателях платежных карт, разработанный Советом по стандартам безопасности индустрии платежных карт. Аудиты по соответствию стандарту PCI DSS проводятся регулярно для отдельных сервисов в соответствии с планом-графиком. В 2020 году все плановые аудиты были пройдены.

103-3 Там, где уровень риска более высокий, используются специальные механизмы защиты. Так, система управления информационной безопасностью Yandex.Cloud с 2020 года сертифицирована по стандартам **ISO/IEC 27001:2013, ISO/IEC 27017:2015 и ISO/IEC 27018:2019**, а [AppMetrica](#) и Яндекс.Метрика имеют сертификаты соответствия стандарту **ISO/IEC 27001:2013**<sup>9</sup>.

Яндекс.Паспорт, сервис единой аутентификации Яндекса, в апреле 2020 года прошел независимый аудит по критериям международной организации AICPA и получил заключения независимого аудитора в отношении соответствия **SOC 2** и **SOC 3**<sup>10</sup> (критерии безопасности, доступности, конфиденциальности). Для успешного аудита все процессы должны были работать безупречно в течение всего периода, за который проводилась проверка (тип проверки — Type 2).

TC-IM-230a.2 В Яндексе также внедрен процесс управления рисками информационной безопасности, разработанный с учетом требований стандартов CG-EC-230a.1 ISO/IEC 27000:2018 и ISO 31000:2018<sup>11</sup>. Он курируется службой информационной безопасности и юридическим департаментом и включает оценку, обработку и мониторинг рисков. Процесс управления рисками непрерывен, а оценка рисков проводится ежегодно и в случаях, когда в бизнес-процессах происходят существенные изменения.

<sup>9</sup> Серия международных стандартов по информационной безопасности, разработанная совместно Международной организацией по стандартизации (International Organization for Standardization, ISO) и Международной электротехнической комиссией (International Electrotechnical Commission, IEC). ISO/IEC 27001:2013 — стандарт для создания, развития и поддержания системы управления информационной безопасностью. ISO/IEC 27017:2015 устанавливает руководящие принципы в отношении средств управления информационной безопасностью, применимых к предоставлению и использованию услуг облачных сервисов. ISO/IEC 27018:2019 устанавливает общепринятые цели контроля, средства контроля и руководящие принципы для реализации мер по защите персональных данных.

## Yandex.Cloud — первая публичная облачная платформа в России и СНГ, выстроившая управление безопасностью информации по международным стандартам ISO/IEC 27017:2015 и ISO/IEC 27018:2019



Процессы разработки, запуска и обновления продуктов и сервисов Яндекса тоже тщательно отслеживаются и оцениваются с точки зрения возможных рисков. Здесь помогают процедуры безопасной разработки (Security Development Lifecycle, SDL), согласно которым управление рисками начинается с момента проектирования новых продуктов или сервисов и не прекращается на протяжении всего срока их существования.

<sup>10</sup> Отчеты Service and Organization Controls 2 и Service and Organization Controls 3 разработаны Американским институтом дипломированных общественных бухгалтеров (American Institute of Certified Public Accountants) и дают независимую оценку контрольных процедур по управлению рисками кибербезопасности в IT-компаниях, предоставляющих сервисы пользователям. Публичная форма отчета об итогах аудита SOC 3 Яндекс.Паспорта за период с сентября 2019 года по февраль 2019 года доступна по [ссылке](#). На момент публикации Отчета была завершена проверка за период с марта 2020 года по февраль 2021 года.

<sup>11</sup> Стандарт ISO 31000:2018 «Управление рисками» разработан Международной организацией по стандартизации (ISO) и содержит требования, касающиеся принципов, структуры и процесса управления рисками.



## Охота за ошибками

В Яндексе трудятся эксперты, которые ежедневно отслеживают уровень защищенности систем, следуя всем необходимым процедурам информационной безопасности. Однако компания приглашает и сторонних пользователей выступить в роли исследователей и помочь выявить уязвимости. Делается это в рамках конкурса [«Охота за ошибками»](#). Помимо поиска технических недостатков, конкурс дает возможность развить технические навыки. Участвовать могут не только взрослые пользователи, но и юные программисты старше 14 лет (с письменного согласия родителей). В 2020 году участие в конкурсе приняли 88 исследователей.

Конкурс включает две программы — основную область тестирования (инфраструктура, веб-сервисы, мобильные и десктопные приложения, которые работают с личной информацией пользователей) и Яндекс.Браузер. Исследователи, способные найти уязвимость, ранее не выявленную иными участниками конкурса, сотрудниками Яндекса или контрагентами, привлеченными к тестированию систем информационной безопасности, получают денежный приз. Помимо этого, Яндекс выражает персональную благодарность «охотникам», отмечая их аккаунты в [Зале Славы](#). За 2020 год они отловили 174 небольших недочета.

Так как исследователи тестируют среду, которая обеспечивает стабильность работы сервисов Яндекса, то компания внимательно следит, чтобы их деятельность не создавала дополнительные риски. Также от участников требуется добросовестность и соблюдение «правил игры»: если для выявления уязвимости исследователь, к примеру, пытался получить доступ к чужим аккаунтам или проникнуть в офисы Яндекса, то вознаграждение аннулируется.

## Защита персональных данных

TC-IM-220a.1

CG-EC-220a.2

TC-SI-220a.1

Сервисам Яндекса нужны данные пользователя для того, чтобы они могли наилучшим образом решить его задачу. Это могут быть не только такие данные, как имя, пол или возраст, но и технические сведения: файлы cookie<sup>12</sup>, IP-адреса или геокоординаты.

103-2

Яндекс очень внимательно относится к персональным данным пользователей и обрабатывает их в строгом соответствии с применимым законодательством. Подход компании к работе с персональными данными, а также роли и обязанности Яндекса в этой сфере закреплены в [Политике конфиденциальности](#). В документе поясняется, какие виды персональной информации собирает Яндекс, для каких целей (и какие основания для этого существуют), и указываются категории тех, кому персональная информация может быть передана<sup>13</sup> с соблюдением существующих законодательных требований.

<sup>12</sup> Файл cookie — это небольшой фрагмент данных, отправленный в браузер с сайта, который посетил пользователь.

<sup>13</sup> Информация может быть передана в рамках группы компаний Яндекса, а также некоторым третьим лицам, полный перечень категорий которых приведен в п. 7.2. Политики конфиденциальности. К ним, с соблюдением определенных условий, могут относиться владельцы сайтов и приложений, предоставляющие Яндексу услуги по размещению рекламы, партнеры-рекламодатели и регулирующие органы. Яндекс берет на себя ответственность за обеспечение конфиденциальности персональной информации, полученной от третьих лиц, при этом возлагает ответственность на третьих лиц об уведомлении пользователей о том, что их персональные данные были переданы.



Доступ к персональным данным внутри компании ограничен — практически всегда они обрабатываются автоматически, и без крайней необходимости никто не может получить к ним доступ, в том числе сотрудники компании (они получают доступ только к данным, необходимым для выполнения рабочих обязанностей). Аутентификационные данные хранятся только в зашифрованном виде.

Часть информации, которая известна Яндексу и его сервисам, видна в Яндекс.Паспорте, где пользователь может ее корректировать или удалять. Пользователям Поискового портала доступны [настройки поиска](#), в которых можно ограничить сбор той или иной информации (например, информации о количестве посещений сайтов), если пользователь захочет. Если у пользователей остаются вопросы касательно их персональных данных, они всегда могут обратиться в [службу поддержки](#).

103-2 Помимо службы информационной безопасности, за защиту персональных данных отвечает отдел правового сопровождения онлайн-сервисов и работы с персональными данными. Он отслеживает изменения в законодательстве и специальных требованиях для IT-компаний и обеспечивает их соблюдение в Яндексе. Также в компании выделена роль директора по защите данных (Chief Privacy Officer, CPO), который является связующим звеном между всеми сервисами Яндекса и службой информационной безопасности. Его ключевая задача — обеспечить защиту персональных данных пользователей там, где есть риски. Прежде всего это партнерские отношения (передача данных партнерам и обращение с персональными данными, полученными от третьих лиц), взаимодействие сотрудников (доступ к персональным данным у сотрудников), взаимодействие сервисов внутри Яндекса (обмен данными между сервисами).

## Ограничение работы сторонних трекеров

В феврале 2021 года в Яндекс.Браузере произошло важное обновление — в дополнение к защите от опасных сайтов, материалов и мошенничества с целью перехвата паролей и банковских карт, которой занимается технология Protect, Браузер сделал доступной функцию Your Tracking Protection (YTP), предоставляющую возможность выбора ресурсов, которым пользователь хочет доверить свои данные при посещении сайта<sup>14</sup>. Ранее (с сентября 2020 года) технология ограничивала работу сторонних cookies в режиме Инкогнито.

Многие сайты используют сторонние трекеры, которые запоминают информацию, оставляемую пользователем на странице, — например, номер телефона. Как только пользователь зайдет на страницу третьего лица, у которого установлен такой же сторонний трекер, то владельцы сайта могут использовать эти данные. К примеру, позвонить пользователю и предложить услугу, которую тот не запрашивал. Для того, чтобы защитить пользователя от этого, Яндекс.Браузер внедрил «пульт управления» — возможность увидеть список трекеров и вручную выбрать, каким из них позволить отслеживать свои данные. Сделать это можно, нажав на иконку щита в адресной строке, — она покажет количество отфильтрованных трекеров.

Директор по использованию данных выявляет риски и информирует службу безопасности о необходимости дополнительных мер защиты. Среди планов на 2021 год — непрерывный мониторинг соответствия законодательным требованиям, отслеживание защищенности персональных данных сервисов, а также разработка политик сервисов по взаимному использованию данных.

<sup>14</sup> Ограничение работы сторонних трекеров доступно всем пользователям десктопной версии Яндекс.Браузера после перезагрузки, а также в мобильном приложении для устройств на базе Android начиная с версии 20.12.3 и для iPhone начиная с iOS 14.



Как IT-компания, осуществляющая деятельность и на территории стран Европейского союза, Яндекс подпадает под действие Общего регламента о защите данных (GDPR)<sup>15</sup>, который вступил в силу в 2018 году. Он нацелен на усиление защиты персональных данных и повышение прозрачности их сбора, хранения и обработки. Яндекс принимает все необходимые меры для соблюдения требований GDPR.

**418-1** В период с 2018 по 2020 год на Яндекс не были наложены штрафы или иные виды ответственности за нарушение законодательства о персональных данных.



Подробнее о работе Яндекса в области защиты персональных данных читайте в разделе «Конфиденциальность» на [сайте](#) компании и в [блоге Яндекса](#) на Хабре.

<sup>15</sup> Общий регламент о защите персональных данных (General Data Protection Regulation (GDPR)) — регламент, который регулирует сбор и обработку персональных данных физических лиц, находящихся в Европейской экономической зоне.

## Реагирование на инциденты

В компании принята и действует Политика управления инцидентами, которая служит инструкцией по выявлению нарушений безопасности и реагированию на них. За управление инцидентами в Яндексе отвечает центр операционной безопасности, который входит в состав службы ИБ. В работе центра участвуют сотрудники профильных подразделений, они оказывают правовую и административную поддержку.

Несмотря на все меры безопасности, действующие в компании, в феврале 2021 года в ходе регулярной проверки служба ИБ раскрыла факт внутренней утечки. Во время внутреннего расследования было обнаружено, что сотрудник предоставлял несанкционированный доступ в почтовые ящики пользователей. Это был один из трех системных администраторов, обладавших такими правами доступа, необходимыми для выполнения рабочих задач по обеспечению технической поддержки сервиса. В результате его действий было скомпрометировано 4 887 почтовых ящиков.

Неавторизованный доступ в скомпрометированные ящики был заблокирован, а их владельцы получили уведомление о необходимости смены пароля от своей учетной записи. Также компания обратилась в правоохранительные органы.

По выявленному инциденту было проведено внутреннее расследование, в результате которого были пересмотрены процессы работы сотрудников, обладающих административными правами такого уровня доступа. Результаты расследования были подтверждены независимым аудитом, который также признал список дополнительных контролей безопасности, предложенный Яндексом, оптимальным и достаточным, а уровень защищенности инфраструктуры управления аккаунтами в Яндексе — соответствующим современным стандартам с учетом запланированных изменений.



## Взаимодействие с государственными органами

TC-IM-220a.4

TC-SI-220a.4

Яндекс регулярно получает запросы от органов государственной власти в отношении данных пользователей. Законодательства стран, где работает Яндекс, обязывают компанию отвечать на такие запросы, если они соответствуют формальным требованиям. Яндекс выполняет обязательства: рассматривает официальные запросы, касающиеся данных пользователей, и предоставляет ровно столько информации, сколько необходимо для ответа.

В 2020 году Яндекс впервые опубликовал [Transparency Report](#) — отчет о количестве запросов органов государственной власти, касающихся раскрытия пользовательских данных. Компания привела общую статистику, отдельно выделяя те сервисы, которые получили наибольшее число запросов<sup>16</sup>. Значения долей удовлетворенных запросов сопоставимы со значениями, публикуемыми компаниями отрасли. Яндекс планирует обновлять отчет каждые полгода, а также публиковать информацию о количестве обращений по закону «о праве на забвение»<sup>17</sup>.

<sup>16</sup> Сервисы Почта, Паспорт, Такси, Драйв, Еда, вертикали, геосервисы и медиасервисы.

<sup>17</sup> Этот закон обязывает поисковые системы удалять из результатов поиска ссылки на незаконную, недостоверную или неактуальную информацию о заявителе.

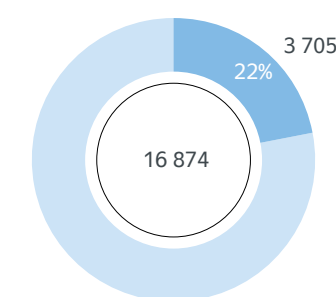
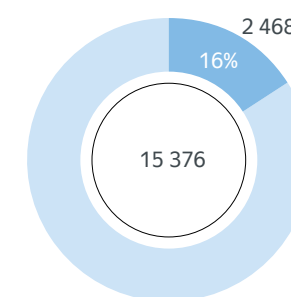
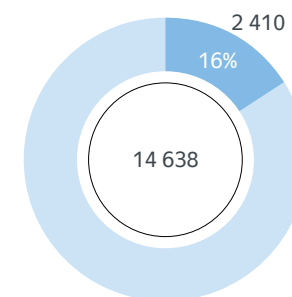
<sup>18</sup> Некоторые ссылки могут иметь больше одного обоснования и учитываться несколько раз, поэтому суммировать число ссылок с разными обоснованиями нельзя. В статистике учитываются только обращения, отправленные в электронном виде, и не учитываются некорректно заполненные заявления.

### Запросы органов власти

Июль — декабрь 2019 года

Январь — июнь 2020 года

Июль — декабрь 2020 года



● Число запросов

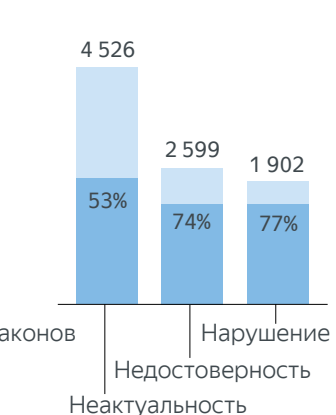
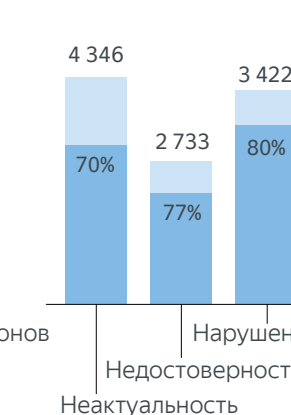
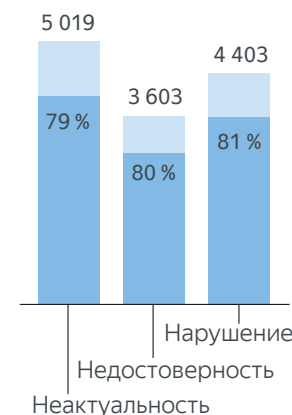
● Доля отказов

### Количество полученных ссылок из обращений по закону «о праве на забвение»<sup>18</sup>

Июль — декабрь 2019 года

Январь — июнь 2020 года

Июль — декабрь 2020 года



● Число запросов

● Доля отказов





# Качество работы с контентом

## Работа с рекламным контентом

**103-2** В сфере рекламы Яндекс выполняет сразу несколько ролей. Первая из них — роль платформы для рекламодателей, которым Яндекс также предоставляет свои инструменты для размещения рекламы. Речь идет о контекстной и медийной рекламе в Яндекс.Директе, продвижении товаров и услуг на площадках Яндекса (Маркет, Услуги, Афиша, Недвижимость) и других продуктах<sup>19</sup>.

Яндекс может размещать рекламу как на своих сервисах (например, контекстная реклама в результатах Поиска), так и на сайтах или в приложениях партнеров, которые образуют Рекламную сеть Яндекса (РСЯ). Здесь Яндекс выступает в роли посредника. Еще одна роль Яндекса — роль рекламодателя, который рекламирует собственные сервисы и продукты. Как ответственная компания Яндекс обеспечивает честную конкуренцию между рекламодателями, борется с мошенничеством и оберегает пользователей от нежелательной рекламы.



Подробнее о подходе Яндекса к рекламе собственных сервисов читайте в разделе [«Ответственный маркетинг»](#).

<sup>19</sup> Подробнее о рекламных продуктах Яндекса читайте [здесь](#).

<sup>20</sup> В Яндексе действуют следующие документы, закрепляющие требования к размещению рекламы: [Общие положения](#), [Требования к рекламным материалам](#), [Правила размещения рекламы на Яндексе](#), [Требования к рекламным материалам](#), [Запрещенные товары, услуги, интернет-ресурсы и методы рекламирования](#) и ряд других документов, которые опубликованы [на сайте](#).

### Защита пользователей

Чтобы не допустить размещения ненадлежащей рекламы, все объявления проходят модерацию: их проверяют на соответствие законодательству и требованиям Яндекса к рекламным материалам<sup>20</sup>.

Рекламные объявления Яндекс.Директа проверяют роботы. Они оценивают соответствие контента закону (например, возрастные метки), безопасность контента, добропорядочность рекламодателя в сети. При размещении рекламы некоторых видов товаров и услуг дополнительно проверяются специальные документы (лицензии, сертификаты, регистрационные удостоверения). После успешной автоматизированной проверки рекламное объявление допускается к публикации. В некоторых случаях, например, если робот сомневается, объявление проверяют специалисты Яндекса. Они руководствуются четкими инструкциями и критериями для обеспечения объективности. Кроме того, иногда Яндекс обращается к своим пользователям, чтобы понять их отношение к тому или иному рекламному баннеру, и учитывает их мнение при дальнейших проверках.

Яндекс постоянно совершенствует машинные алгоритмы и ручные настройки модерации, чтобы учесть предыдущий опыт, изменения в законодательстве и новые мошеннические схемы<sup>21</sup>.

<sup>21</sup> Примеры мошеннического поведения: замена контента на странице перехода после модерации на контент, не соответствующий законодательству или требованиям Яндекса; создание обманных рекламных кампаний с целью маскировки объявлений противозаконных товаров и услуг и др.



При показе рекламы Яндекс учитывает интересы пользователей, которые определяются по их поведению на Яндексе и площадках Рекламной сети Яндекса. Это позволяет избавить пользователей от просмотра ненужных и неинтересных объявлений. При этом все обрабатываемые Яндексом данные охраняются [Политикой конфиденциальности](#). Также Яндекс.Браузер фильтрует рекламу, мешающую просмотру контента.

103-3 Яндекс внимательно следит за качеством рекламы, реагирует на жалобы пользователей и при необходимости принимает меры.

Около **150** млн

объявлений с нарушениями<sup>22</sup> Яндекс отклонил в 2020 году

Около **95** тыс.

рекламодателей, которые не отвечали требованиям, заблокировал Яндекс в 2020 году

<sup>22</sup> Количество критичных отклонений, связанных с мошенничеством. Не включает отклонения по причине некритичных факторов (например, опечаток в объявлении).

10

## Социальная реклама

Яндекс помогает привлекать внимание общественности к важным социальным проблемам. В марте 2021 года Яндекс представил обновленные [правила размещения социальной рекламы](#) в Яндекс.Директе. Социальной является реклама, направленная на достижение благотворительных и общественно полезных целей.

Новые правила содержат требования к самим объявлениям и к тем, кто их размещает. Например, в рекламе не должно быть политического контента, провокационных образов и угроз. Также не допускается эксплуатация чувства совести, то есть создание негативного впечатления о тех, кто такое чувство не проявляет или проявляет недостаточно активно. Если рекламодатель — благотворительная организация, которая собирает пожертвования, у нее на сайте должна быть актуальная финансовая отчетность. О размещении социальной рекламы Яндекс будет публично рассказывать в [специальном отчете](#).

Яндекс предлагает благотворительным фондам гранты на размещение социальной рекламы. Подать заявку можно на [официальном сайте](#) проекта [«Помощь рядом»](#), частью которой становится грантовая программа.





## Работа с рекламодателями и рекламными площадками

Для защиты интересов рекламодателей и обеспечения свободной конкуренции Яндекс проверяет все действия, которые совершаются с рекламой. Например, алгоритмы автоматически фильтруют накрутку кликов, показов и переходы роботов и мошенников, поэтому эти недобросовестные действия не влияют на бюджеты и статистику рекламной кампании<sup>23</sup>.

В 2020 году Яндекс прошел сертификацию по универсальным международным стандартам **MRC/IAB**<sup>24</sup>. Стандарт предполагает применение технологий учета видимости (viewability) для медийных баннеров и видеорекламы. Видимым рекламное сообщение считается тогда, когда пользователь действительно его просмотрел. Согласно стандарту MRC, это условие выполняется, если как минимум 50% рекламной площади находились в зоне видимости как минимум одну секунду. Для видеорекламы требования строже — ролик должен находиться в зоне видимости непрерывно две секунды. Учет видимости обеспечивает рекламодателей прозрачной статистикой и противодействует некачественному трафику.

Яндекс тщательно оценивает качество рекламных площадок, которые входят в РСЯ<sup>25</sup>. Стать участниками РСЯ могут только те площадки, которые ответственно подходят к размещению рекламы и соблюдают правила Яндекса.

<sup>23</sup> Роботы и мошенники могут имитировать действия реального пользователя. Они генерируют недобросовестные клики и накручивают показы рекламных объявлений с целью потратить бюджет рекламодателя.

<sup>24</sup> Международные стандарты управления и измерения рекламного трафика, разработанные отраслевыми организациями Interactive Advertising Bureau (IAB) и Media Rating Council (MRC). Полный список стандартов в сфере рекламы, по которым Яндекс прошел сертификацию, доступен по [ссылке](#).

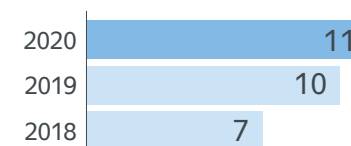
<sup>25</sup> Рекламная сеть Яндекса.

Каждая рекламная площадка проходит многоступенчатую модерацию и подключается к мониторингу качества. К участию не допускаются площадки, имеющие сомнительный контент и созданные специально для заработка на размещении рекламы.

### 417-3 **Случаи обращения к Яндексу как к платформе для других рекламодателей по вопросам несоблюдения требований о размещении контента**<sup>25</sup>

Рост количества жалоб, в частности предписаний о прекращении размещения рекламы, является ожидаемым, так как доля интернет-рекламы на рынке с каждым годом становится более значительной по сравнению с долей офлайн-рекламы, что приводит к более пристальному мониторингу со стороны регуляторов.

#### **Случаи несоблюдения требований о размещении контента, которые повлекли штрафные санкции**



#### **Количество полученных предписаний о прекращении размещения рекламы**





## Работа с контентом в Поиске

**103-2** При помощи Поиска миллионы пользователей могут найти самую разную информацию, которая уже размещена в сети и открыта для всех. Поиск — «зеркало» интернета, а не создатель контента, и потому не отвечает за качество материалов на сайтах, попадающих в поисковый индекс<sup>26</sup>. При этом Яндекс несет ответственность за то, чтобы результаты поиска были качественными, и стремится защитить пользователей от ненадлежащего контента. Поисковые алгоритмы Яндекса исключают из выдачи спам, а также ссылки на веб-страницы, содержание которых не соответствует критериям фильтрации, например является неприемлемым (допустим, детская порнография). Если веб-страница запрещена регулятором, в результатах поиска появляется уведомление о том, что часть результатов скрыта в соответствии с требованиями закона. Совершенствовать методы и атрибуты фильтрации контента помогает сотрудничество с международными организациями — например, с [Internet Watch Foundation](#), в фокусе которой находится тема детского насилия и нераспространение данного содержания в интернете. Еще Яндекс проверяет индексируемые веб-страницы на наличие вирусов: пользователи могут узнать о рисках с помощью специальных обозначений в поисковой выдаче.

**103-3** Пользователи просматривают результаты поиска сверху вниз, поэтому первыми Яндекс показывает страницы, наиболее подходящие заданному запросу. Набор страниц в выдаче и их очередность определяется полностью автоматически — с помощью сложных формул, учитывающих тысячи свойств запроса. Алгоритмы подбирают и другие элементы поиска — например, новости, соответствующие содержанию запроса, или примеры запросов в строке поиска. Полезность результатов для пользователя — один из основных показателей качества поиска. Также используется критерий авторитетности источника — в частности, при поиске ответов по медицинской тематике. Яндекс (с привлечением ассессоров-медиков) оценивает корректность материала по поисковому запросу, надежность

автора публикации и принадлежность сайта к медицинской организации. Таким образом в поисковой выдаче в первую очередь появляются ссылки на источники, где можно найти качественную информацию о здоровье.

Процесс упорядочивания найденных результатов по релевантности называется ранжированием. Алгоритмы ранжирования Яндекса используют машинное обучение и постоянно совершенствуются, что делает их устойчивыми к внешнему влиянию. [Принципы ранжирования поиска Яндекса](#) и [Принципы поисковой оптимизации](#) находятся в публичном доступе.

Ранжирование и поисковая фильтрация являются одними из методов технического противодействия поисковому спаму<sup>27</sup> и некорректным методам продвижения, которые снижают качество поиска и зачастую делают его небезопасным. Страницы, специально созданные с целью обмануть поисковую систему (например, промежуточные страницы, которые перенаправляют посетителя на сторонние сайты), исключаются из поиска или понижаются в ранжировании. Ниже в поисковой выдаче располагаются сайты с рекламой, закрывающей содержание страницы или мешающей ее просмотру, выше — сайты, где пользователь может найти ответ на свой вопрос без помех. Не показываются в результатах поиска — или показываются существенно ниже других — сайты с контентом для взрослых, если запрос пользователя прямо не подразумевал потребность в нем.



Подробнее о подходе Яндекса к фильтрации сайтов с контентом для взрослых читайте [здесь](#).

<sup>26</sup> Поисковый индекс — это база данных, которая хранится на поисковом сервере. С ее помощью осуществляется поиск информации, запрошенной пользователем.

<sup>27</sup> Поисковый спам — это страницы, владельцы которых стараются обманом поднять их повыше в результатах поиска. Часто на них нет ответов на вопросы пользователей — зато есть много рекламы, а иногда и ловушки мошенников. Веб-сайты, использующие поисковый спам, могут быть понижены при ранжировании или исключены из базы поисковой системы из-за невозможности их корректного ранжирования.



Для секции новостей алгоритмы настроены так, чтобы отражать то, о чем пишут большинство авторитетных источников, в нейтральных формулировках, которые максимально близки к фактам, а не к оценочным суждениям.

## Работа с контентом на блогерской платформе Яндекс.Дзен

**103-2** Яндекс следит за качеством контента, размещенного на платформе Яндекс.Дзен, чтобы тот не нарушал требования законодательства и внутренние правила Яндекса. Для этого ведется работа по нескольким направлениям: модерироваться материалы, размещаемые на платформе, обрабатывается обратная связь пользователей и проводится проверка фактов.

### 10 Модерация контента

Весь контент в Дзене, включая публикации каналов и сайтов источников, комментарии блогеров и пользователей, должны соответствовать [требованиям](#) платформы к качеству и содержанию материалов. Например, нельзя размещать контент, который побуждает пользователя к участию в азартных играх или нарушению закона, нельзя публиковать шокирующие, оскорбительные или пропагандирующие насилие материалы.

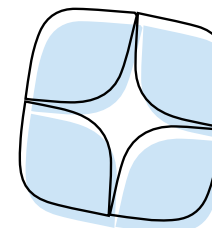
Каждый материал в Дзене проходит модерацию. Ее выполняют роботы, толокеры (партнеры краудсорсингового сервиса Яндекс.Толока) и модераторы Яндекс.Дзена. Автоматическая проверка позволяет выявить базовые нарушения, а толокеры приходят на помощь, если робот не смог однозначно ответить, нарушает публикация правила или нет. Модераторы дополнительно проверяют документы для контроля

качества роботов и разбирают самые сложные ситуации, например отслеживают кликбейт<sup>28</sup>. Яндекс регулярно обновляет правила платформы, чтобы учитывать все возможные способы нарушений.

**99%** публикаций, нарушающих требования Яндекс.Дзена и законодательства, удаляются до того, как о них сообщили пользователи

**0,1%** показов в ленте успевают собрать публикации, которые удаляются Яндексом по причине нарушения требований Яндекс.Дзена и законодательства

**12%** комментариев к размещенным материалам удаляются и не показываются пользователям по причине нарушения требований Яндекс.Дзена и законодательства



### 103-3 Работа с обратной связью

Пользователи Дзена могут пожаловаться на контент, если они сочли его неприемлемым или недостоверным. Сервис отслеживает такие сообщения и дополнительно проверяет статьи, качество которых вызвало сомнение. По результатам проверки Дзен вносит изменения в автоматические методы модерации и блокирует материалы, если те действительно нарушили требования платформы, и жалоба была обоснованной.

<sup>28</sup> Кликбейт — это оформление карточки публикации с использованием уловок, которые манипулируют вниманием пользователей и заставляют их на нее кликнуть.



## Как Яндекс работает с жалобами

Пользователи могут свободно высказывать мнение о качестве контента других пользователей на ресурсах Яндекса и направлять компании жалобы. Если материал противоречит правилам Яндекса, то он сразу же удаляется.

Когда Яндекс не может с должной долей уверенности установить, что контент что-то нарушает, автору жалобы предлагается прислать подробное описание претензий. Необходимо указать данные, достаточные для определения заявителя, а также точный адрес размещения материалов.

Яндекс направляет автору публикации уведомление о закрытии доступа к материалам в связи с поступившим обращением, после чего он может либо удалить материалы, либо выразить несогласие и уведомить Яндекс о желании урегулировать спор. Без подобного уведомления спорные материалы будут удалены автоматически. Урегулировать спор автору контента и жалобщику предлагается напрямую: это та ситуация, при которой Яндекс использует принцип «ограничения прав анонимного контента»<sup>29</sup> и передает сторонам информацию, необходимую для обсуждения вопроса. Стороны могут принять решение продолжить диалог с участием государственных органов или суда. Если спор решается в пользу жалобщика (и Яндексу поступает подтверждение), то спорный контент удаляется. Такая процедура позволяет заинтересованным лицам защитить свои права и свободы всеми предусмотренными законодательством способами.

<sup>29</sup> Яндекс признает право каждого пользователя, размещающего информацию на интернет-ресурсах компании, на анонимность и не раскрывает личные сведения, кроме случаев, когда этого требует закон (в соответствии с условиями [Политики конфиденциальности](#)) — это называется правом анонимного контента.

## Проверка фактов

В 2020 году Дзен запустил проверку фактов и выявление фейков<sup>30</sup>. К этому проекту привлекаются отраслевые эксперты и специалисты в узких областях. Сегодня Дзен сотрудничает с информационными агентствами [ТАСС](#) и [«Интерфакс»](#), интернет-изданием [The Bell](#), деловой газетой [«Ведомости»](#) и некоммерческим проектом [«Проверено»](#).

Поводами для проверки являются большой охват публикации, высокое число жалоб, а также «острая» тематика материала. Обычно одна публикация отправляется сразу двум или более партнерам, которые проверяют факты независимо друг от друга. Финальное решение принимает Яндекс на основе результатов проверки. В 2021 году сервис совместно с Высшей школой экономики изучает алгоритмические способы выявления фейков.

**Яндекс.Кью** создает социальную сеть для экспертов в разных областях и дает доступ к их знаниям и опыту. Летом 2020 года Кью создал систему проверки экспертизы: каждый, кто хочет получить статус эксперта, должен подтвердить свои знания в тематике. Сегодня Кью объединяет 5 тыс. экспертов по 60 научным и прикладным темам. Каждый опубликованный ответ проходит проверку достоверности: эксперты оценивают тексты друг друга и выносят вердикт. В декабре 2020 года Кью оставил в дистрибуции (в сервисе и поиске) только тот контент, который написан проверенными авторами или признан достоверным, а в 2021 году запустил рейтинг авторов. Он отражает их репутацию в профсообществе.

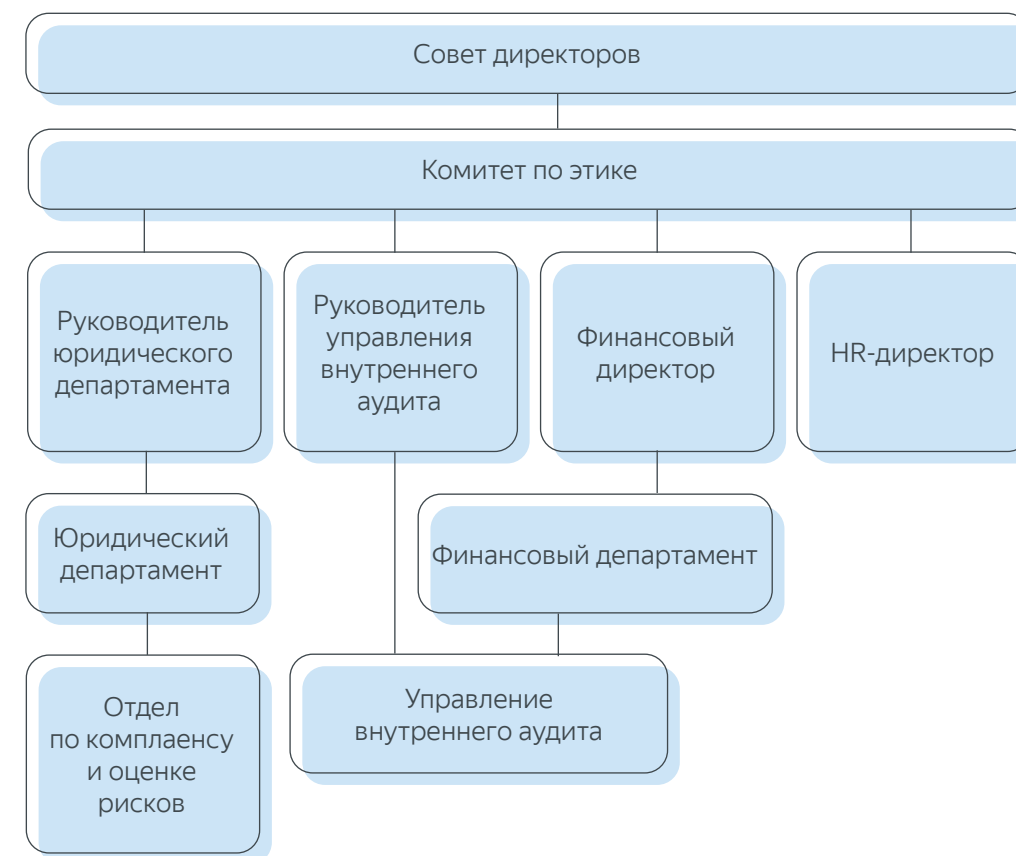
Качественные ответы ранжируются выше и привлекают больше читательского внимания. Таким образом создается экосистема, в которой выгодно публиковать достоверную информацию, и которая развивает медиаграмотность — критичное отношение пользователей к информации.

<sup>30</sup> Фейком считается публикация, которая основана на недостоверных фактах.

## Деловая этика и права человека

**102-16** Яндекс ценит доверие сотрудников, пользователей, партнеров и общества и строит свою работу, руководствуясь принципами честности, добросовестности и прозрачности. В компании действуют [Правила деловой и корпоративной этики](#), которым обязаны следовать все сотрудники Яндекса и команда поддержки бизнеса<sup>31</sup>. Компания ожидает, что партнеры, контрагенты, поставщики и другие люди, работающие с компанией, тоже будут соблюдать эти правила.

За управление вопросами деловой этики и соблюдения законодательства отвечает Отдел по комплаенсу и оценке рисков в составе юридического департамента, а также Управление внутреннего аудита, входящее в финансовый департамент. Руководитель юридического департамента и начальник Управления внутреннего аудита входят в состав Комитета по этике вместе с финансовым, операционным<sup>32</sup> и HR-директорами. Комитет по этике подотчетен Совету директоров и рассматривает вопросы, связанные с деловой этикой и соблюдением законодательства.



<sup>32</sup> До апреля 2021 года обязанности финансового и операционного директоров совмещались.

<sup>33</sup> На момент составления отчета в Яндексе работают пять сотрудников, не достигших 18 лет (всем по 17 лет). Среди требований, которые соблюдаются при оформлении таких сотрудников в соответствии с Трудовым кодексом Российской Федерации и иным применимым законодательством: сокращенное рабочее время, 31 день отпуска в любое время, непривлечение к работе в ночное время и в выходные дни, отсутствие командировок, прохождение медосмотра до даты выхода, отсутствие испытательного срока.

<sup>31</sup> Подробнее о команде поддержки бизнеса читайте в главе [«Про команду»](#).



Культура компании подразумевает свободные и открытые отношения, в которых свобода слова и мнения — это не формальная истина, а рабочий инструмент.

Яндекс толерантен ко всему, кроме нетолерантности, которая может принимать форму насилия или угроз насилия, оскорблений, грубых высказываний на темы пола, расы, национальности, религиозных и политических взглядов и сексуальной ориентации. Уважение прав человека — принцип, которого Яндекс придерживается не только внутри компании, но и при любом взаимодействии с людьми.

**103-2** В своей деятельности в онлайн-пространстве Яндекс ориентируется на международные стандарты в области прав человека, включая положения [Международного пакта о гражданских и политических правах](#). Яндекс стремится защищать права пользователей, строго следя за содержанием контента и не допуская никаких материалов и высказываний, нарушающих права человека.



Подробнее о работе Яндекса с контентом читайте в разделе [«Качество работы с контентом»](#).

Деловая этика — приоритет для Яндекса, поэтому компания постоянно работает над программами обучения. Каждый новый сотрудник должен ознакомиться с правилами и пройти тренинг по деловой этике, который охватывает такие темы, как конфликт интересов, противодействие коррупции, защита конфиденциальной информации, недопущение дискриминации, способы сообщения о нарушениях правил корпоративной этики и другие. Все сотрудники компании регулярно сдают укороченный тест для подтверждения своих знаний. Кроме

общего тренинга сотрудники проходят дополнительные курсы, например по работе с инсайдерской информацией.

Тон задается сверху. Все топ-менеджеры компании были проинформированы о политике по корпоративной этике, включающей антикоррупционные темы, и прошли курс по этике. В 2021 году в Яндексе было проведено внутреннее мероприятие Compliance Week, в рамках которого для всех сотрудников были подготовлены материалы по корпоративной этике в разных форматах (ролики и комиксы, разбор кейсов и пр.), а для топ-менеджмента и ключевых сотрудников были проведены тренинги, затрагивающие различные темы деловой этики.

**100%** сотрудников Яндекса и команды поддержки бизнеса были ознакомлены с Правилами деловой и корпоративной этики

В конце 2020 года Яндекс также запустил пилотный курс по этике для части сотрудников команды поддержки бизнеса. Компания изучает эффективность выбранного формата, прежде чем обсудить возможность масштабирования курса.

Исследование вовлеченности сотрудников 2020 года показало, что Яндекс хорошо информирует сотрудников обо всех изменениях законодательства: 94% сотрудников положительно ответили на вопрос об этом.



Подробнее об исследовании вовлеченности читайте в разделе [«Оценка вовлеченности сотрудников»](#).





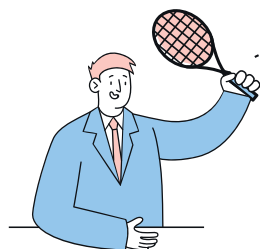
## Честная конкуренция

**103-2** Конкуренция помогает Яндексу не останавливаться на достигнутом и постоянно улучшать качество сервисов. Пользователи сделают выбор в пользу сервиса Яндекса только тогда, когда именно он решит их задачу наилучшим образом. Важно предоставлять пользователю такой выбор. Например, прямо на странице результатов поиска Яндекс размещает ссылки на другие поисковые системы — на случай, если поиск Яндекса не смог помочь пользователю.

**103-3** Компания проводит регулярный мониторинг потенциальных случаев нарушения антимонопольного законодательства в процессе принятия продуктовых и любых других бизнес-решений. Все сделки и иные действия, которые потенциально могут повлиять на состояние конкуренции, внимательно анализируются и, в случае необходимости, согласуются с антимонопольными органами. В 2020 году в отношении Яндекса не было вынесено решений, которые бы признавали компанию нарушителем антимонопольного законодательства.

**206-1**

В 2021 году компания планирует подготовить антимонопольные политики для разных подразделений и дополнительно проинформировать сотрудников о важности честной конкуренции.



## Противодействие коррупции

**16**

**103-2**

**103-3**

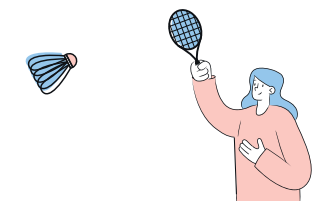
Яндекс не приемлет и строго запрещает коррупцию и взяточничество в любых формах. Правила деловой и корпоративной этики группы компаний Яндекса содержат положения о противодействии коррупции. В компании действует **Политика по борьбе со взяточничеством** и выстроена комплаенс-программа по вопросам соблюдения антикоррупционного законодательства. В Яндексе принята стандартная антикоррупционная оговорка, которая обязывает контрагентов соблюдать требования применимого законодательства по борьбе с коррупцией. Яндекс также ожидает, что контрагенты, поставляющие товары или услуги для Яндекса или от лица Яндекса, будут следовать принципам Правил деловой и корпоративной этики — об этом тоже есть пункт в оговорке.

**205-3**

В 2018–2020 годах не было ни одного случая нарушения Яндексом применимого антикоррупционного законодательства: в отношении компании и, насколько известно Яндексу, ее сотрудников не было судебных решений о признании их виновными в коррупционных действиях. Также Яндексу не известно о случаях нарушения применимых антикоррупционных требований среди партнеров Яндекса в рамках отношений с компанией.

**205-2**

Обучение основам противодействия коррупции происходит в том числе в рамках тренинга по деловой этике.





## Ответственный маркетинг

Яндекс транслирует свои ценности через маркетинговые коммуникации. Например, Яндекс.Маркет делится секретами ответственного потребления в своем блоге и пишет о том, как рационально подходить к покупкам. Яндекс.Лавка запустила [сайт с подсказками](#), по которым можно узнать, какие отходы подходят для переработки и как их утилизировать. А Яндекс Go стремится менять отношение к профессиям водителя и курьера, например, публикуя истории о слабослышащих водителях и водителях-женщинах, которые успешно сотрудничают с Яндекс.Такси. Во время пандемии компания рассказывала о том, как водители и курьеры работали в сложных условиях и вносили свой вклад в общую безопасность.

COVID



417-3 Как компания-рекламодатель Яндекс строго соблюдает требования законодательства и размещает только достоверную рекламу, которая не вводит пользователей в заблуждение и правдиво рассказывает о функциях и услугах сервисов. В 2020 году в компании было два случая, связанных с несоблюдением правил маркетинговых коммуникаций, оба из которых не были существенными нарушениями. Несоответствия были устранены, а каждый случай был тщательно проанализирован, чтобы избежать подобных ситуаций в будущем или снизить вероятность их возникновения.

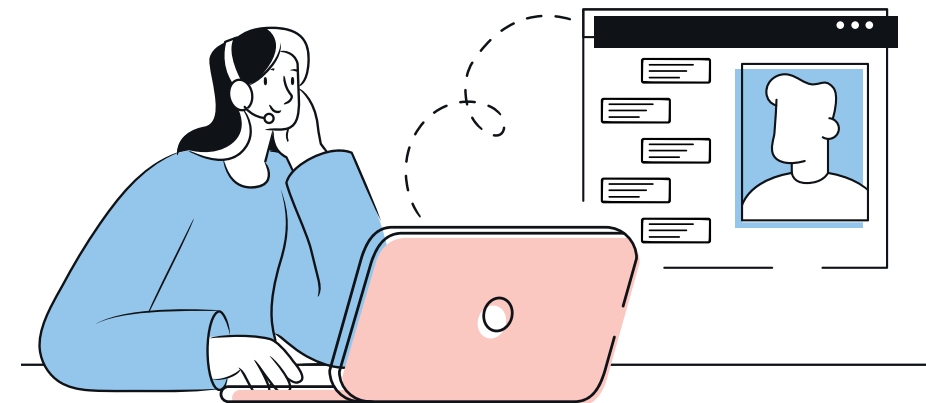


Подробнее о работе Яндекса как платформы для других рекламодателей читайте в разделе [«Работа с рекламным контентом»](#).

## Обратная связь

103-3  
102-17 Все сотрудники и партнеры Яндекса могут обратиться за советом или консультацией по вопросам деловой этики. В компании есть [горячая линия](#) для анонимных и неанонимных сообщений, а также специальная линия для вопросов, связанных с противодействием коррупции ([stop\\_corruption@yandex-team.ru](mailto:stop_corruption@yandex-team.ru)). Канал горячей линии для анонимных сообщений обслуживается внешней независимой организацией, являющейся авторитетным и надежным оператором подобного рода обращений.

Все обращения тщательно рассматриваются и анализируются в условиях строгой конфиденциальности. Также в компании действует запрет на применение ответных мер к добросовестным заявителям. Несоблюдение данного требования является нарушением Правил деловой и корпоративной этики.







# Интеллектуальная собственность

103-2

SV-ME-520a.1

Яндекс управляет интеллектуальной собственностью (ИС) по двум ключевым направлениям: защищает интеллектуальную собственность компании<sup>34</sup> и правообладателей контента. За выполнение этих задач отвечает юридический департамент, при этом ответственность распространяется и на сотрудников других функций.

В зависимости от текущего запроса и потребностей сервиса сотрудников обучают основам интеллектуальной собственности. Например, в 2020 году команда КиноПоиска прошла курс по защите интеллектуальной собственности при производстве видеоконтента. Его разработали и провели специалисты Яндекса.

Помимо обязательных образовательных программ для профильных сотрудников, Яндекс приветствует самостоятельное обучение. Каждый, кто хочет лучше разбираться в вопросах интеллектуальной собственности, может найти полезные материалы на эту тему на внутреннем портале компании.

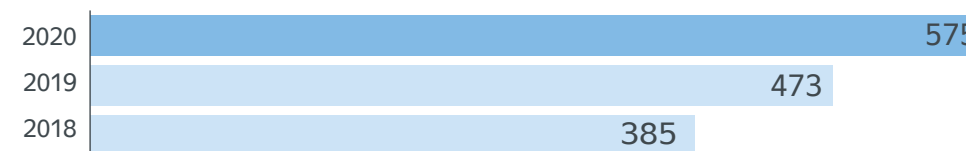
<sup>34</sup> Деятельность компании по защите интеллектуальной собственности распространяется на всю группу компаний Яндекса.

## Защита интеллектуальной собственности Яндекса

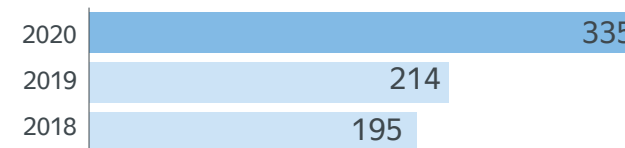
103-3

Для защиты своей интеллектуальной собственности Яндекс патентует разрабатываемые технологии. Чаще всего патентные заявки подаются на технологии определенного типа, а не на единичную технологию, то есть являются «широкими» и охватывают целый спектр разработок. Программы компании также регистрируются в [Едином реестре российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных](#). Яндекс поощряет инновации и выплачивает денежное вознаграждение изобретателям, результаты интеллектуальной деятельности которых компания патентует.

### Выданные патенты



### Заявки на патенты на рассмотрении

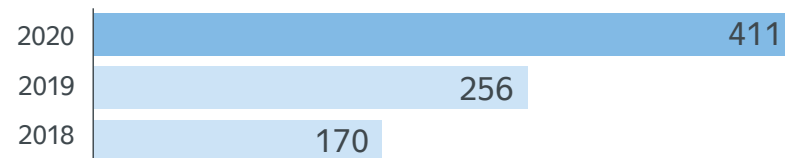




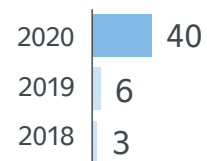
В случае нарушения интеллектуальных прав Яндекса (например, если товарные знаки Яндекса используются на посторонних сайтах) компания защищает свои интересы, направляя жалобы, блокируя соответствующие сайты или прибегая к судебным процессам.

Благодаря развитию технологий все чаще появляются результаты интеллектуальной деятельности, при создании которых были задействованы алгоритмы машинного обучения и нейросети. Вопрос защиты интеллектуальных прав на такие объекты приобретает свою актуальность, и Яндекс внимательно следит за развитием лучших практик в этом направлении.

#### Количество товарных знаков



#### Количество записей в Едином реестре российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных



## Защита авторских прав правообладателей в сервисах Яндекса

Яндекс развивает культуру защиты авторских прав в странах, в которых работает. Сервисы Яндекс.Музыка и КиноПоиск HD дают возможность законно слушать музыку и другой аудиоконтент, смотреть кино и сериалы. Все пользователи соглашаются с условиями и обязуются не нарушать авторские права правообладателей контента.

Компания тщательно следит за соблюдением договоров с правообладателями: например, за тем, чтобы кино и сериалы были доступны пользователям только в рамках той модели монетизации и получения доступа к контенту (EST, TVOD, SVOD, AVOD), которая согласована с правообладателем в договоре, а также чтобы контент не появлялся на сервисах раньше, чем это разрешено такими договорами.

В 2018 году Яндекс подписал меморандум по предотвращению пиратства, заключенный между крупными IT-компаниями России и правообладателями. Согласно документу телевизионные холдинги, онлайн-кинотеатры и продюсеры могут вносить ссылки на пиратские сайты в реестр, и пользователи не увидят такие ссылки на странице с результатами поиска. Это позволяет решить многие вопросы в досудебном порядке и упрощает защиту интеллектуальной собственности. С момента подписания меморандума Яндекс удалил из поисковой выдачи более 15 млн ссылок на сайты с нелегальным контентом.



Дополнительную информацию о защите прав правообладателей можно найти по [ссылке](#).



## Сотрудничество и открытые инновации

Наравне с крупнейшими IT-компаниями, Яндекс является участником патентных пулов [LOT Network](#) и [Open Invention Network \(OIN\)](#), которые защищают интересы компаний, занимающихся исследованиями и разработками. LOT Network защищает инновационные компании от патентных троллей<sup>35</sup>. OIN, в свою очередь, позволяет участникам сообщества безвозмездно использовать патенты Linux и связанное с ними программное обеспечение с открытым исходным кодом<sup>36</sup>, а также предоставляет защиту от патентных исков по этой теме.

Компания активно участвует в развитии открытых инноваций и является частью сообществ различных проектов и продуктов с открытым исходным кодом — в частности, доступных на [GitHub](#), крупнейшей платформе для размещения открытых исходных кодов. Открытые коды каждого автора или компании располагаются в собственном репозитории — «хранилище кодов».

«Полезность» и «интересность» открытого кода Яндекса при его использовании третьими лицами можно измерить с помощью «форков» — копий, которые были сняты с репозитория, и «звезд», которыми пользователи отмечают для себя интересные репозитории. Количество «звезд» для каждого из пяти наиболее популярных проектов Яндекса превышает 1 тыс.

<sup>35</sup> Патентный тролль — лицо, не производящее собственный запатентованный продукт, а лишь использующее патенты, которыми владеет, преимущественно для шантажа и принуждения других компаний к выплате лицензионных платежей с помощью претензий и судебных исков.

Наиболее популярный проект Яндекса на GitHub — [ClickHouse](#). Свободный доступ к проекту дает возможность сторонним разработчикам применять в своих приложениях такие же технологии, как и у Яндекса. Метрики — второй по величине системы веб-аналитики в мире, для которой разрабатывался ClickHouse. Сегодня<sup>37</sup> проект имеет 14,4 тыс. «звезд» и 2,9 тыс. «форков» от пользователей GitHub.

Работа с открытым исходным кодом связана с множеством юридических вопросов. Их можно разделить на две основные группы: случаи, когда открытый код Яндекса используется третьими лицами, и случаи, когда сам Яндекс использует открытые коды третьих лиц.

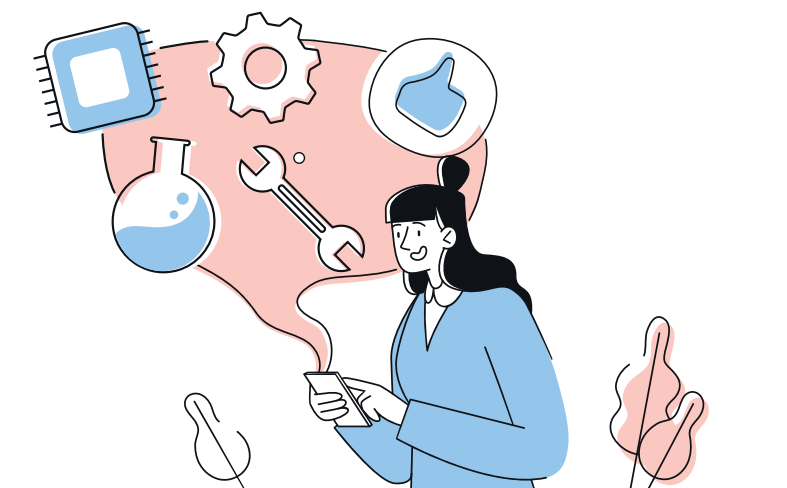
Работа в опенсорс-пространстве регулируется внутренними документами: **Политикой по открытому исходному коду** и **Регламентом работ по выбору лицензий для опенсорсных продуктов Яндекса**. Эти документы регламентируют публикацию открытого кода компании и использование стороннего кода. К тем, кто хочет включить изменения или дополнения в открытый код Яндекса, применимо [Лицензионное соглашение с Контрибьютором](#).

<sup>36</sup> Открытый исходный код (open source) — текст компьютерной программы на каком-либо языке программирования, который доступен для просмотра, изучения и изменения широкому кругу пользователей на условиях соответствующей открытой лицензии.

<sup>37</sup> Данные предоставлены на февраль 2021 года.

Публикации открытого кода предшествует обширный процесс минимизации рисков, включающий внутреннее согласование раскрытия информации между командами разработчиков, с юридическим департаментом, в том числе с патентным отделом. Использование стороннего кода возможно только после проверки условий соответствующих открытых лицензий, проверки на предмет получения разрешения от автора или иного правообладателя (если код не является открытым) и некоторых других процедур.

Яндекс создает специальные сервисы, которые содействуют защите интеллектуальной собственности в России. В 2019 году Яндекс запустил платформу [Яндекс.Патенты](#), где любой пользователь может бесплатно найти российские патенты и авторские свидетельства СССР. Значимость платформы для развития научно-технического прогресса и защиты интеллектуальной собственности была отмечена руководителями Роспатента.



## Ответственные закупки

**102-9** Яндекс очень внимательно относится к выбору потенциальных партнеров и работает только с надежными и добросовестными поставщиками.

**103-2** В компании есть пять основных направлений закупок: маркетинговые, инженерные, проектные, услуги для бизнеса, а также IT-закупки. За управление закупками в Яндексе отвечает централизованная служба закупок. Она охватывает все подразделения, кроме Группы MLU B.V.<sup>38</sup>, у которой есть собственная служба закупок и процедура выбора поставщика.

Яндекс работает как с российскими, так и с зарубежными поставщиками, однако больший объем закупок приходится на местных поставщиков<sup>39</sup>. Среди поставщиков Яндекса встречаются как крупные компании, так и малый бизнес, и компания не накладывает ограничений на участие индивидуальных или социальных предпринимателей в тендерах. Главный критерий выбора поставщика — возможность выполнить техническое задание Яндекса.

<sup>38</sup> MLU B.V. — объединенная компания Яндекс.Такси и Uber, которая управляет сервисами Яндекс.Такси, Яндекс.Еда, Яндекс.Лавка и Яндекс.Драйв.

**204-1** <sup>39</sup> Местные поставщики — юридические лица, индивидуальные предприниматели и самозанятые лица, зарегистрированные на территории Российской Федерации. В 2020 году значения фактических затрат на закупки в разбивке по региону регистрации поставщика имеет возможность представить только для MLU B.V. (объединенная компания Яндекс.Такси и Uber, которая управляет сервисами Яндекс.Такси, Яндекс.Еда, Яндекс.Лавка и Яндекс.Драйв). Доля объема закупок у местных поставщиков составила более 99%. Для остальных закупок Яндекса объемы закупок в разбивке по региону регистрации поставщика представлены в виде резервных значений: предполагалось, что на закупки у местных поставщиков в 2020 году будет потрачено около 52% зарезервированного бюджета.



## Отбор поставщиков

- 103-2 В Яндексе разработана процедура выбора поставщиков, которая регулирует процесс закупок и служит инструкцией для менеджеров по закупкам и тех инициаторов в рамках подразделений компании, которые могут совершать закупки самостоятельно. Каждую закупку ведет рабочая группа, в нее входят инициаторы закупки и сотрудник службы закупок. Чем выше сумма закупки, тем больше заинтересованных сотрудников входит в состав рабочей группы, чтобы обеспечить выбор из как можно более широкого круга поставщиков.

8 Яндекс ожидает, что все третьи лица, в частности поставщики, подрядчики, консультанты, агенты и прочие контрагенты, поставляющие товары или услуги для Яндекса или от лица Яндекса, будут придерживаться основных принципов [Правил деловой и корпоративной этики](#), включая требования применимого законодательства о противодействии коррупции. О любых предполагаемых нарушениях деловой этики поставщики могут сообщить на горячую линию Яндекса. Чтобы не допустить сделок с недобросовестными контрагентами, Яндекс проверяет на благонадежность каждого поставщика, оборот с которым по году превышает 3 млн руб. до уплаты НДС<sup>40</sup>. Проверяется наличие активных судебных разбирательств, задолженностей, наличие бухгалтерской отчетности и другие аспекты. В отдельных случаях Яндекс проводит специальные выездные проверки (как до момента выбора поставщика, так и в процессе выполнения договора). Например, для инженерных закупок

12

предварительно может быть проведен первичный аудит производства: оцениваются производственные мощности, мощности складских помещений, уровень производственной культуры и соблюдение требований по охране труда и промышленной безопасности. Также регулярно проверяется качество условий труда в колл-центрах.

Иногда в рамках отбора поставщиков просят выполнить определенное задание — например, когда необходимо разработать стратегию развития бренда. Понимая, что на это тратятся значительные ресурсы поставщика, Яндекс оплачивает участие в таких тендерах и стремится к тому, чтобы все участники получали оплату в равном размере. Кроме того, Яндекс оплачивает сигнальные образцы<sup>41</sup>, если их разработка является одним из требований тендера.

Чтобы повысить прозрачность и удобство процесса взаимодействия с поставщиками, Яндекс внедряет систему SAP Ariba. Она позволит автоматизировать проверку поставщиков на соответствие требованиям компании и сократит сроки проведения процедуры. Также отдел закупок планирует перейти на электронный документооборот (ЭДО) с максимально возможным количеством поставщиков, чтобы повысить эффективность взаимодействия с бизнесом и сократить расходы бумаги. При этом Яндекс оставляет за поставщиками право самостоятельно оценивать возможность перехода. Если по каким-то причинам поставщик не может внедрить ЭДО, сотрудничество продолжится в традиционном формате.

<sup>40</sup> Расход смотрится по всем бизнес-юнитам группы компаний Яндекса за исключением MLU B.V.

<sup>41</sup> Сигнальный образец — это первый единичный экземпляр продукта.



## Экологическая ответственность

Цифровые технологии и онлайн-сервисы могут значительно облегчить задачу по ведению экологичного образа жизни. Экологичными должны быть и сами технологии, то есть физическая инфраструктура, которая их поддерживает. Это, к примеру, дата-центры, где установлено серверное оборудование, или офисы, где разрабатывают технологии

и сервисы. Яндекс уделяет особое внимание тому, чтобы дата-центры компании были энергоэффективными, а офисы, где трудятся тысячи людей, — с каждым годом становились более «зелеными». А еще компания работает над тем, чтобы сами сервисы все больше заботились об окружающей среде.

**52%**

всего углеродного следа инфраструктуры Яндекса пришлось на потребление электроэнергии

**на 2,2%**

улучшился средний показатель PUE<sup>42</sup> дата-центров Яндекса по сравнению с 2019 годом

**15%**

использованной упаковки Яндекс.Лавки сделаны из переработанного материала или вторичного сырья

**и 44%**

выбросов парниковых газов — на сжигание топлива автомобильным транспортом, находящимся в собственности или лизинге (Беспилотные Технологии и Яндекс.Драйв)

**67%**

отходов Яндекс.Маркета за двухлетний период были переработаны или повторно использованы

**почти 500 тонн**

отходов отдала на переработку Яндекс.Лавка

## Управление ресурсами инфраструктуры<sup>43</sup>

**11****Дата-центры Яндекса****13****Энергопотребление и потребление воды****103-2**

Дата-центр (ДЦ или ЦОД, центр обработки данных) — это сооружение, в котором установлены тысячи серверов, хранящих информацию и обрабатывающих запросы пользователей. У Яндекса таких пять: четыре находятся в России (во Владимире, Сасово, Ивантеевке и Мытищах) и один — в Финляндии (в городе Мянсяля). Они являются ключевой частью инфраструктуры Яндекса, и ими управляет Дивизион эксплуатации дата-центров Яндекса.

**ТС-ИМ-130а.3**

Дата-центры работают круглосуточно и потребляют много электроэнергии — она питает серверы и охлаждающие их промышленные кондиционеры. Как крупный потребитель энергии Яндекс модернизирует дата-центры, чтобы они отвечали самым строгим требованиям энергоэффективности, энергосбережения и экологической безопасности.

<sup>42</sup> PUE (power usage effectiveness) — отношение общего энергопотребления дата-центра к энергопотреблению IT-оборудования.

<sup>43</sup> Для целей Отчета под инфраструктурой Яндекса понимаются центры обработки данных, офисы компании, фулфилмент-центры.





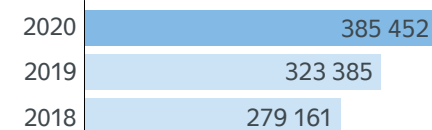
Во всех дата-центрах параметры энергоэффективности учитывались еще на этапах проектирования: Яндекс внедрял наиболее современные технологии энергосбережения, доступные на момент постройки. Например, новые дата-центры во Владимире, Сасово и Мянтыся с самых первых дней эксплуатации используют прогрессивную технологию фрикулинга (free-cooling), которая позволяет охлаждать серверное оборудование за счет прохладного уличного воздуха.

В 2020 году потребление электроэнергии дата-центрами выросло на 20% по сравнению с 2019 годом (в 2019 году — на 16% по сравнению с 2018 годом) за счет расширения мощностей дата-центров, а потребление тепловой энергии — на 4%. Из-за того, что перебоев электроснабжения стало меньше, расход дизельного топлива, которое используют для собственной аварийной генерации, сократился почти на 30% в сравнении с 2019 годом. Потребление природного газа, напротив, выросло на 12% из-за более теплого лета и возросшей потребности в газе для абсорбционных холодильных машин.

Яндекс снижает показатель PUE<sup>44</sup> — важный критерий оценки энергоэффективности дата-центров. В 2020 году средний PUE по дата-центрам Яндекса составил 1,25, что на 2,2% ниже, чем аналогичный показатель в 2019 году.

<sup>44</sup> Чем ниже значение PUE, тем эффективнее расход энергии. Идеальным PUE считается значение, равное 1: при этом значении вся энергия, затрачиваемая дата-центром, используется для вычислений. Если PUE, к примеру, равен 1,5, то это значит, что на каждый ватт энергии, затрачиваемой на вычисление, дата-центр потребляет еще 0,5 ватта энергии на поддержку функционирования серверов (охлаждение, распределение мощности и др.).

#### 302-1 Потребление электроэнергии в дата-центрах, МВт • ч



Потребление в ГДж составило:

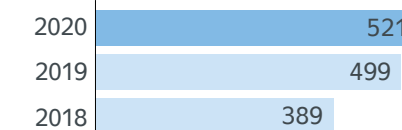
2020 — 1 387 628 ГДж

2019 — 1 164 185 ГДж

2018 — 1 004 979 ГДж

(переводной коэфф. МВт • ч / ГДж = 3,6).

#### Потребление тепловой энергии в дата-центрах, Гкал



Потребление в ГДж составило:

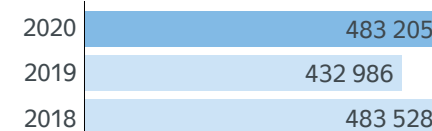
2020 — 2 179 ГДж

2019 — 2 086 ГДж

2018 — 1 627 ГДж

(переводной коэфф. Гкал / ГДж = 4,184).

#### Потребление природного газа в дата-центрах, м³



Потребление в ГДж составило:

2020 — 16 560 ГДж

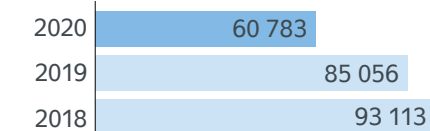
2019 — 14 839 ГДж

2018 — 16 571 ГДж

(используемые вводные для пересчета:

плотность природного газа (некомпримированного) при температуре 20° С, тонна/м³ = 0,000714, переводной коэфф. (НТС<sup>45</sup>) = 48)

#### Потребление дизельного топлива в дата-центрах, л



Потребление в ГДж составило:

2020 — 2 169 ГДж

2019 — 3 036 ГДж

2018 — 3 323 ГДж

(используемые вводные для пересчета:

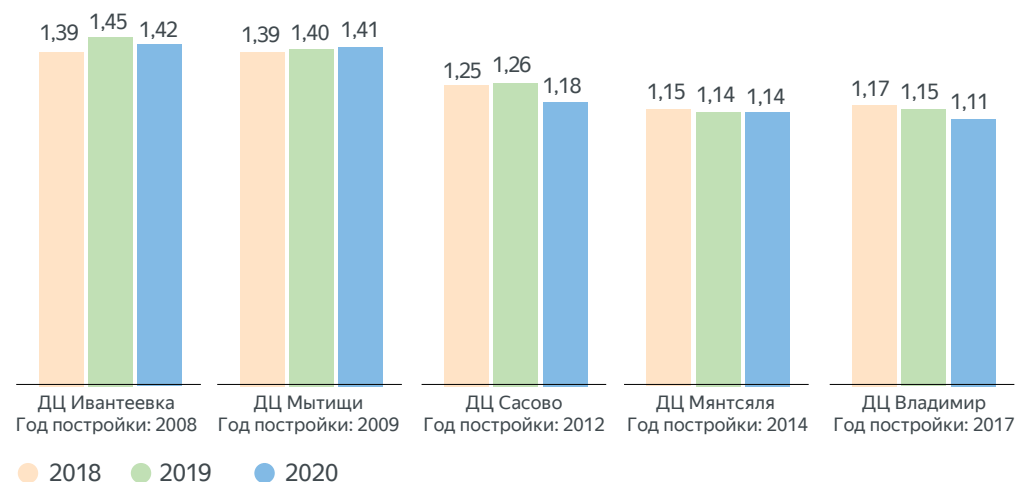
плотность дизельного топлива при температуре 20° С, тонна/м³ = 0,83, переводной коэфф. (НТС) = 43)

<sup>45</sup> Для расчета были использованы значения низшей теплотворной способности (НТС) из руководящих принципов МГЭИК (Руководящие принципы национальных инвентаризаций парниковых газов МГЭИК, 2006. Т. 2. Энергетика. Гл. 1 («Введение»), стр. 1.19–1.20, табл. 1.2).



По сравнению со среднемировым и среднероссийским значениями PUE функциональное потребление дата-центров Яндекса оказалось почти на 21%<sup>46</sup> эффективнее. А самые новые дата-центры Яндекса — дата-центры в Мянтсяля и Владимире, построенные в 2014 и 2017 годах соответственно — демонстрируют эффективность расхода энергии на поддержку функционирования самого оборудования в 6 раз выше, чем в среднем по миру. У обоих дата-центров показатель PUE составил 1,1 в 2020 году.

#### 302-4 Показатель PUE дата-центров



<sup>46</sup> Согласно международному исследованию [2020 Data Center Industry Survey Results](#), проведенному Uptime Institute, среднее значение PUE дата-центров в России составляет 1,6, в мире — 1,59, в Европе — 1,46.

<sup>47</sup> Обычно в дата-центрах работают машины промышленного кондиционирования, в которых в качестве охлаждающего агента используются жидкости или газы. Такой системе для функционирования требуется много электрической или тепловой энергии.

## Как дата-центр отапливает дома

Для дата-центра в городе Мянтсяля (Финляндия) Яндекс разработал уникальную систему охлаждения серверного оборудования, которая позволяет использовать отработанное тепло в полезных целях — для отопления жилых домов города. Технология, разработанная совместно с компанией Nivos Ltd., устроена так: вместо традиционных промышленных кондиционеров<sup>47</sup> серверы круглый год охлаждаются естественным способом — холодным воздухом с улицы. Воздух, проходя через серверную зону, нагревается и с помощью вентиляторов нагнетается в огромные камеры — теплообменники, куда подается вода из городской сети Мянтсяля. Вода нагревается до 30–45° C, после чего специальная станция доводит температуру до стандартных 55–60° C и возвращает в городскую сеть.

Коммунальные службы Мянтсяля рассчитали, что в 2020 году «серверная» теплоэнергия, продаваемая энергетической компании, составила 51% от объемов поставок тепловой энергии городу. Также был изучен экономический эффект: благодаря «серверному» теплоснабжению затраты жителей города на отопление сократились максимум на 12% в 2019 году. А Яндекс, продавая городу тепло, снижает свои расходы на электроэнергию на 30%.

Технологическая возможность для внедрения схожих решений есть и в России, и Яндекс заинтересован в развитии партнерств для расширения успешной практики.

#### Продажи тепловой энергии дата-центром Мянтсяля, МВт • ч





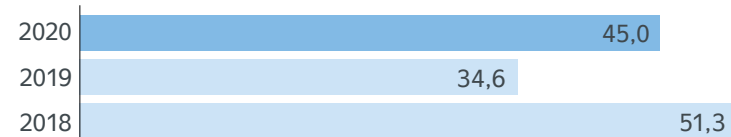


Воду для работы дата-центров Яндекс получает либо из собственных скважин (две<sup>48</sup> находятся в ДЦ Сасово и две — в ДЦ Владимир), либо из муниципальных систем водоснабжения<sup>49</sup>. В 2020 году общий забор воды составил 45,05 Мл<sup>50</sup>, увеличившись на 30% по сравнению с предыдущим годом в связи со строительством и вводом в эксплуатацию нового здания на территории одного из объектов, а также необходимостью проверки и отладки работы водопроводных, канализационных сетей и противопожарного водопровода.

303-3

**Потребление воды в дата-центрах, Мл**

TC-IM-130a.2

**Управление отходами**

306-1

Яндекс работает над тем, чтобы дата-центры производили как можно меньше отходов, в особенности высокого класса опасности. Вместо источников бесперебойного питания с химическими аккумуляторными батареями, которые требуют специальной утилизации, используются только безопасные кинетические накопители. Также больше не используются газоразрядные лампы — они были заменены на светодиодное освещение.

<sup>48</sup> Из которых одна — на стадии бурения.

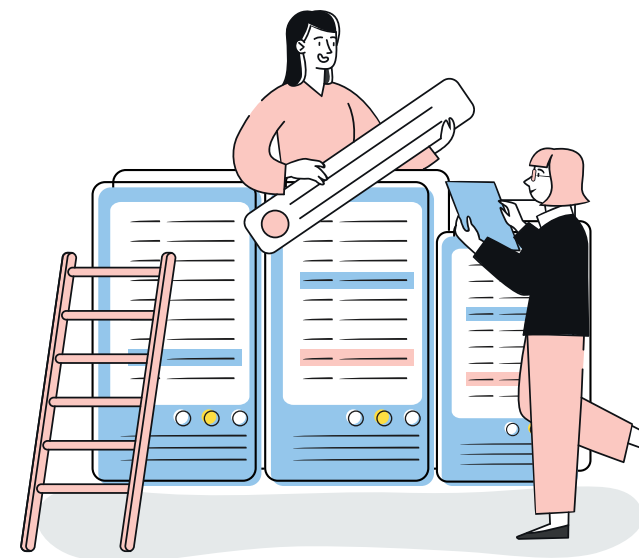
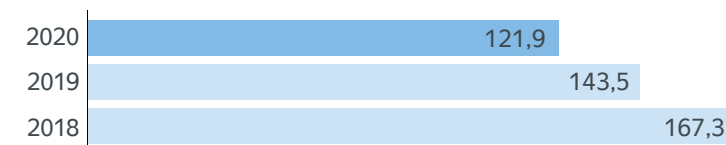
<sup>49</sup> Данные о водозаборе из муниципальных систем водоснабжения предоставлены по дата-центрам в городах Мытищи и Мытсыя.

<sup>50</sup> Данные представлены по дата-центрам в городах Владимир, Мытищи, Сасово и Мытсыя. В дата-центре в городе Ивантеевка отдельный учет водозабора не ведется (потребление воды включено в общую стоимость коммунальных услуг).

В 2020 году дата-центры во Владимире и Мытсыя<sup>51</sup> произвели 122 тонны отходов. Дата-центр в городе Мытсыя утилизирует почти 100% отходов без отправки на полигон, в основном перерабатывая их или сжигая с получением энергии, а дата-центр во Владимире ведет работу по поиску партнеров-операторов отходов для экологичной утилизации.

306-4

306-3

**Образование отходов в дата-центрах, тонны**

<sup>51</sup> Отдельный учет данных по образованию отходов в дата-центрах в городах Ивантеевка, Мытищи и Сасово в отчетном периоде не велся.



## 11 Офисы Яндекса

12

103-2

«Зеленые» стандарты постепенно становятся частью офисной жизни Яндекса. Компания стремится укреплять практики передачи отходов на повторное использование или утилизацию, а также заботится о рациональности энергопотребления в офисах. Эту деятельность координирует Группа управления объектами недвижимости.

### Энергопотребление и потребление воды

Все офисы Яндекса в 2020 году — арендованные, и потребляемые ими энергия и вода закупается у третьих лиц: энергетических компаний и муниципальных служб. Компания стремится рационально использовать ресурсы на арендованных офисных площадях. Для экономии электроэнергии установлены системы, которые автоматически регулируют яркость освещения. Совокупное потребление электроэнергии в 2020 году составило 9 754 МВт · ч, тепловой — 8 536 ГКал<sup>52</sup> и снизилось более чем в полтора раза по сравнению с предыдущим годом, так как большинство сотрудников перешли на удаленную работу в период пика пандемии. С этим же связано двукратное уменьшение потребления воды<sup>53</sup>. Удельное потребление электроэнергии в офисах в 2020 году составило 106,85 кВт · ч / м<sup>2</sup>, уменьшившись на 36% по сравнению с прошлым годом.

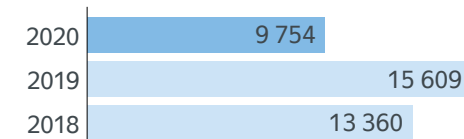
<sup>52</sup> Данные по потреблению электроэнергии в 2019 и 2020 годах представлены по офисам в БЦ «Красная Роза» (Москва), БЦ «Аврора» (Москва), БЦ «Око» (Москва) и БЦ «Бенуа» (Санкт-Петербург) (более 90% офисных площадей, исходя из данных о площади объектов). Данные БЦ «Око» отражают потребление электроэнергии с июня 2020 года, когда офис был арендован. В 2018 году в БЦ «Бенуа» отдельный учет потребления электроэнергии не велся. Данные по потреблению тепловой энергии представлены по офисам в БЦ «Красная Роза» (Москва) и БЦ «Аврора» (Москва) (более 80% офисных площадей, исходя из данных о площади объектов). В БЦ «Бенуа» отдельный учет потребления тепловой энергии не ведется (потребление теплоэнергии включено в общую стоимость коммунальных услуг).

<sup>53</sup> Данные по водопотреблению представлены по офисам в БЦ «Красная Роза» (Москва) и БЦ «Аврора» (Москва) (более 80% офисных площадей, исходя из данных о площади объектов).

302-1

TC-IM-130a.1

### Потребление электроэнергии в офисах, МВт · ч



Потребление в ГДж составило:

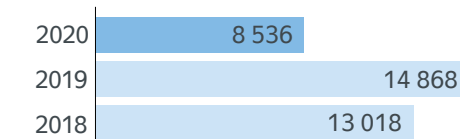
2020 — 35 113 ГДж

2019 — 56 193 ГДж

2018 — 48 097 ГДж

(переводной коэф. МВт · ч / ГДж = 3,6).

### Потребление тепловой энергии в офисах, Гкал



Потребление в ГДж составило:

2020 — 35 716 ГДж

2019 — 62 207 ГДж

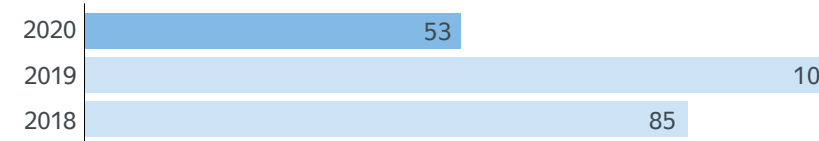
2018 — 54 469 ГДж

(переводной коэф. Гкал / ГДж = 4,184).

303-3

TC-IM-130a.2

### Объем потребления воды в офисах, Мл



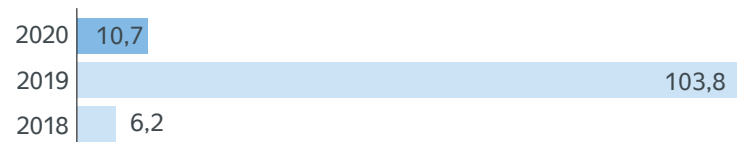


Через несколько лет в Гагаринском районе Москвы появится новая штаб-квартира Яндекса. Она спроектирована британским бюро PLP Architecture с учетом требований международного экологического стандарта BREEAM: при строительстве будут использованы устойчивые технологии, которые позволят внедрить высокоэффективные инженерные системы, включая освещение, отопительные, вентиляционные и водопроводные системы<sup>54</sup>. Возле здания будет благоустроена большая зеленая территория: появится парк, который будет открыт для всех желающих и станет комфортным местом для работы и отдыха.

### 306-3 Управление отходами

В офисах Яндекса в основном образуются неопасные отходы<sup>55, 56</sup>. Значительный скачок в образовании отходов в 2019 году связан с ремонтом: в офисах утилизировали старую мебель и строительный мусор.

#### Объем образованных отходов в офисах, тонны



<sup>54</sup> BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method) — метод оценки экологической эффективности зданий, разработанный британской компанией BRE Global в 1990 году. Эксперты присуждают баллы за каждый параметр, влияющий на окружающую среду, комфорт и безопасность. Среди них, например, расход энергии, воды и материалов, утилизация отходов и другие параметры.

<sup>55</sup> К опасным отходам относятся отходы I–II класса опасности, неопасным отходам — III–V класса опасности. Классы опасности представлены в соответствии с [Федеральным классификационным каталогом отходов](#) (Приказ Росприроднадзора от 22.05.2017 № 242 (с изменениями от 2 ноября 2018 года № 451)). Помимо неопасных отходов, в незначительном объеме в офисах Яндекса образуются и опасные: лампы, аккумуляторы и батарейки.

306-2 В некоторых офисах началась подготовка к отдельному сбору отходов. Помимо сортировки перерабатываемых отходов — бумаги, пластика, металла, стекла и упаковок тетрапак, предусматривается отдельный сбор отработанных батареек, энергосберегающих и люминесцентных ламп.

В деловом квартале «Красная Роза», где расположена штаб-квартира Яндекса, идею отдельного сбора мусора предложили сотрудники компании. Один из вариантов проекта предполагает такой процесс: сортированные отходы будут отправляться в специальные контейнеры, которые разместят на территории бизнес-центра. Затем отходы будут передаваться в пункт мусорозаготовки, откуда их смогут вывозить компании-партнеры (при этом батарейки будут храниться и транспортироваться отдельно). Планируется, что у каждого типа отходов будет свой переработчик.

В Яндексе есть клуб эоактивистов, который создали сотрудники. В нем состоят около 500 человек. Они реализуют разные экологические проекты, например проводят тренинги по отдельному сбору отходов и публикуют полезную информацию по теме на внутреннем портале. Канцелярия в офисах экологичная — используются экоручки<sup>57</sup> и бумага, сертифицированная FSC<sup>58</sup>.

<sup>56</sup> Данные по образованию отходов представлены по офисам в БЦ «Красная Роза» (Москва) и БЦ «Аврора» (Москва) (более 80% офисных площадей, исходя из данных о площади объектов).

<sup>57</sup> Экоручки — ручки, которые сделаны из картона или переработанных материалов.

<sup>58</sup> Лесной попечительский совет (Forest Stewardship Council, FSC) — международная некоммерческая организация, которая разработала систему добровольной лесной сертификации.



11

12

306-2

## Утилизация электронных отходов

Яндекс признает важность переработки электронных отходов. Как компания, широко использующая электронное оборудование, Яндекс развивает программу утилизации техники, выведенной из эксплуатации, чтобы продлить ее жизненный цикл. Рабочие ноутбуки и мониторы, с момента закупки которых прошло более пяти лет, могут выкупить сотрудники за небольшую цену. В 2020 году 1 744 единицы техники — как ноутбуки и мониторы, так и системные блоки, мобильные телефоны — нашли своих новых хозяев.

Старое сетевое оборудование отвозят в дата-центр в Мытищах, где продают компаниям-партнерам для повторного использования или переработки в лом. В 2020 году было продано 36 320 единиц серверного оборудования<sup>59</sup>.

В Яндексе также запущена инициатива по приему Яндекс.Станций и схожих устройств сторонних производителей для утилизации после окончания их использования. Для этого был выбран оператор, который анализирует сданную технику для извлечения полезных фракций и их переработки во вторичное сырье, а оставшуюся часть деталей утилизирует безопасным способом.

<sup>59</sup> Среди серверного оборудования — жесткие диски, запоминающие устройства с произвольным доступом (англ. Random Access Memory, RAM), узлы сети, другие запоминающие устройства.

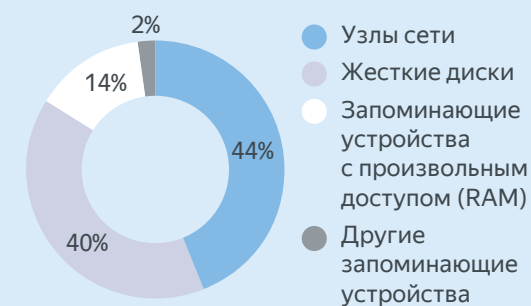
306-4

## Продажи серверного оборудования

### Продано и утилизировано серверного оборудования, ед.



### Продажи серверного оборудования, в разбивке по типам

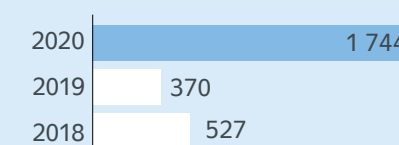


В категорию «продано» попадает техника, проданная третьей стороне для повторного использования, использования запчастей, перепродажи контрагентам или переработки в лом. В категорию «утилизировано» — техника, направляемая на захоронение после надлежащей утилизации. Техника, выведенная из эксплуатации, передается на склад и бронируется под продажу на время поиска контрагента. Количество забронированных для продажи или утилизации единиц выведенного из эксплуатации серверного оборудования, находящихся на складе на конец периода: 2018 — 88 982 единиц, 2019 — 127 772 единиц, 2020 — 120 570 единиц.

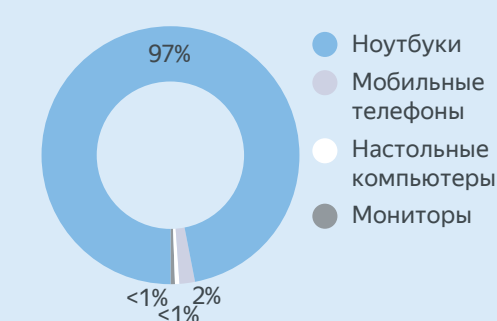
306-4

## Продажи офисного оборудования

### Продано офисного оборудования, ед.



### Продажи офисного оборудования, в разбивке по типам





## Фулфилмент-центры

Такие сервисы, как Яндекс.Лавка и Яндекс.Маркет, дают людям возможность выбирать и заказывать продукты и множество других товаров: сегодня в ассортименте сервисов представлено множество товарных позиций (тысячи позиций в Яндекс.Лавке и более 3 млн — в Яндекс.Маркете). Чтобы заказы доставлялись быстро, Яндекс развивает собственную логистическую сеть.

Яндекс.Маркет управляет крупными складскими помещениями. У сервиса есть четыре фулфилмент-центра<sup>60</sup>, которые находятся в долгосрочной аренде: три из них расположены в Подмосковье (один — в Томилино и два — в Софьино) и один — в Ростове. Общее потребление электроэнергии этих объектов в 2020 году составило 3 271 МВт · ч<sup>61</sup>, потребление тепловой энергии — 3 761 Гкал. Реализуются инициативы по энергосбережению: например, в фулфилмент-центре Софьино установлены автоматизированные системы управления освещением.

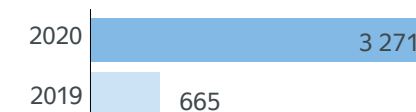
Яндекс.Лавка работает по другой модели — через сеть небольших локальных складов, расположенных в разных районах тех городов, в которых представлен сервис. Это позволяет обеспечить не только быструю доставку, но и высокое качество и свежесть продуктов. На конец 2020 года в логистическую сеть Лавки входили 270 складов<sup>62</sup>.

<sup>60</sup> Фулфилмент-центр — складские помещения, в которых обрабатываются и собираются заказы. На момент публикации Отчета был открыт пятый фулфилмент-центр в Екатеринбурге.

<sup>61</sup> Данные за 2018 год не были доступны. Данные по потреблению электроэнергии в 2019 и 2020 году представлены по фулфилмент-центрам в городах Ростов-на-Дону, Софьино (один центр, второй был введен в эксплуатацию в 2021 году), Томилино (только за 2020 год). Данные по потреблению тепловой энергии в 2019 и 2020 году представлены по фулфилмент-центрам в городах Ростов-на-Дону, Софьино (один центр, второй был введен в эксплуатацию в 2021 году), Томилино.

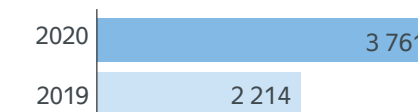
302-1  
ТС-ИМ-130a.1

## Потребление электроэнергии фулфилмент-центрами, МВт · ч



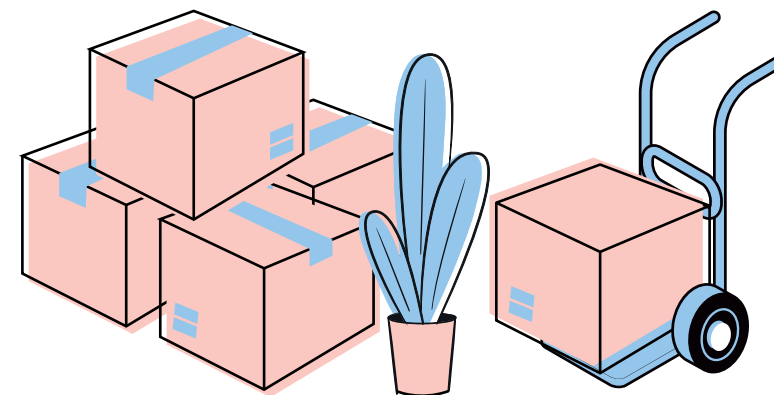
Потребление в ГДж составило:  
2020 — 11 775 ГДж  
2019 — 2 394 ГДж  
(переводной коэф. МВт · ч / ГДж = 3,6).

## Потребление тепловой энергии фулфилмент-центрами, Гкал



Потребление в ГДж составило:  
2020 — 15 736 ГДж  
2019 — 9 264 ГДж  
(переводной коэф. Гкал / ГДж = 4,184).

Потребление электро- и теплоэнергии увеличилось по сравнению с предыдущим годом за счет строительства новых центров и расширения существующих, а также роста заказов и товарооборота (в 2,5 раза по сравнению с 2019 годом).



<sup>62</sup> Яндекс.Лавка запустилась во второй половине 2019 года. В 2020 году сервис налаживал бизнес-процессы, в частности, систему управления складами. Этим объясняется недоступность данных об энергопотреблении складов на момент подготовки Отчета. Сервис планирует сформировать систему сбора данных в будущих отчетных периодах.



## 13 Климатическая повестка Яндекса

Яндекс разделяет стремление мирового сообщества решить проблему изменения климата. Компания понимает, что отслеживание собственного углеродного следа<sup>63</sup> — выбросов парниковых газов, которые способствуют глобальному потеплению — является важным шагом на этом пути. В 2020 году Яндекс изучил рекомендации TCFD<sup>64</sup> и планирует учитывать их в бизнес-практике при развитии подходов к управлению климатическими рисками и анализе возможностей по декарбонизации бизнеса. В 2020 году Яндекс впервые провел оценку прямых и косвенных энергетических выбросов парниковых газов (ПГ) (в профессиональной терминологии они обозначаются как Scope 1 и Scope 2). 2018 календарный год был определен в качестве базового для дальнейшего мониторинга. В качестве стандарта для расчета использовалась признанная во всем мире методология **Greenhouse Gas Protocol** (GHG Protocol)<sup>65</sup>.

Прямые энергетические выбросы (Scope 1)<sup>66</sup> включают парниковые газы, попавшие в атмосферу из источников, которыми компания управляет. В случае Яндекса это автомобильный транспорт в собственности (автомобили-беспилотники) или в лизинге (автомобили Яндекс.Драйва), автономные генераторы электрической и тепловой энергии, использующие в качестве сырья дизельное топливо и природный газ, а также

холодильное оборудование. Косвенные энергетические выбросы (Scope 2)<sup>67</sup> Яндекса — это парниковые газы, образованные за счет потребления тепловой и электрической энергии, которую компания не вырабатала самостоятельно, а закупила у третьих сторон, например, у сетевых компаний.

В 2020 году объемы прямых выбросов (Scope 1) составили 94 624 тонны CO<sub>2</sub>-эквивалента, увеличившись на 11% по сравнению с предыдущим годом из-за расширения Яндекс.Драйва и роста потребления топлива автомобилями каршеринга. Объем косвенных энергетических выбросов (Scope 2) вырос на 14% и составил 116 390 тонн CO<sub>2</sub>-эквивалента как следствие роста потребления электроэнергии при незначительном снижении потребления тепловой энергии. Косвенные энергетические выбросы превышают объемы прямых выбросов, так как энергия в основном закупается у третьих лиц.

Совокупный объем выбросов Scope 1 и 2 увеличился примерно на 12% по сравнению с 2019 годом, что коррелирует с ростом бизнеса.

<sup>63</sup> Углеродный след — это общий объем выбросов парниковых газов, образованных от определенной деятельности. Парниковые газы пропускают солнечный свет, но при этом поглощают инфракрасное излучение, исходящее от поверхности Земли. Увеличение их концентрации в атмосфере приводит к усилению парникового эффекта и росту средней температуры планеты.

<sup>64</sup> [Task Force on Climate-related Financial Disclosures](#) — Рабочая группа по вопросам раскрытия финансовой информации, связанной с изменением климата.

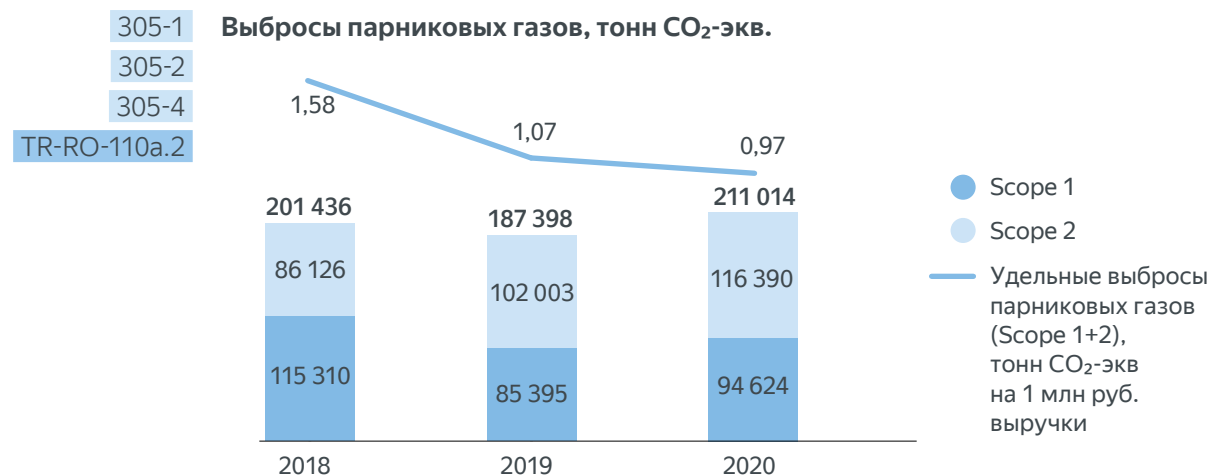
<sup>65</sup> GHG Protocol устанавливает глобальные стандартизированные рамки для измерения и регулирования выбросов парниковых газов в результате деятельности частного и государственного секторов, а также производственно-сбытовых цепочек. Инициативой GHG Protocol также предоставляются наиболее широко используемые в мире стандарты учета парниковых газов. Стандарт корпоративного учета и отчетности (The Corporate Accounting and Reporting Standard) описывает рекомендации по расчету выбросов, которые могут применяться практически любой организацией в мире.

<sup>66</sup> В расчет Scope 1 вошли следующие виды парниковых газов: диоксид углерода (CO<sub>2</sub>), метан (CH<sub>4</sub>), оксид азота (N<sub>2</sub>O) и ГФУ (гидрофторуглероды).

<sup>67</sup> В расчет Scope 2 вошли следующие виды парниковых газов: диоксид углерода (CO<sub>2</sub>), метан (CH<sub>4</sub>) и оксид азота (N<sub>2</sub>O).



Удельные выбросы в 2020 году составили 0,967 тонны CO<sub>2</sub>-эквивалента на 1 млн руб. консолидированной выручки, что сопоставимо<sup>68, 69</sup> с крупнейшими игроками IT-сектора.



В текущем отчетном периоде не проводилась оценка выбросов парниковых газов, образованных в рамках цепочки создания ценности (Scope 3), — например, автомобилями партнеров, которые совершают поездки в сервисе Яндекс.Такси. Яндекс планирует провести такую оценку в будущем.

<sup>68</sup> Эквивалентно 71,4 тонны CO<sub>2</sub>-эквивалента на 1 млн долл. выручки, 17,2 тонны CO<sub>2</sub>-эквивалента на одного сотрудника (для расчета использовано среднесписочное количество сотрудников за год) и 0,27 тонн CO<sub>2</sub>-эквивалента на 1 МВт · ч потребленной энергии. Потребленная энергия включает объем потребленного топлива (Scope 1), потребление электроэнергии и тепловой энергии (Scope 2).

<sup>69</sup> С учетом паритета покупательной способности и при использовании регионального метода расчета Scope 2.

## Сервисы Яндекса и экологическая ответственность

### 11 Райдтех-сервисы

13 В 2019 году Яндекс.Такси и компания «Газпром газомоторное топливо» заключили соглашение о долгосрочном сотрудничестве, благодаря которому партнеры сервиса могут перейти на использование компримированного природного газа (КПГ) в качестве топлива. КПГ является более экологичной альтернативой бензину. В рамках соглашения разработана система распределения машин по сертифицированным центрам для установки газобаллонного оборудования, а партнерам предложены специальные условия для переоборудования автомобилей. По имеющимся оценкам, инициатива позволяет снизить расходы таксопарков на топливо в 2,5 раза, а также способствует снижению воздействия транспорта на окружающую среду в городах.

## на 18,5%

увеличилось количество автомобилей партнеров, использующих КПГ, за год реализации инициативы

Пользователи Яндекс.Драйва в Москве могут арендовать электро-мобили Nissan Leaf — они наносят меньше вреда окружающей среде, чем обычные автомобили, а еще бесшумны и преодолевают без подзарядки 270 километров. Сейчас в автопарке сервиса несколько десятков таких электрокаров.





## Фудтех-сервисы

### Яндекс.Еда

Яндекс.Еда помогает ресторанам-партнерам и клиентам использовать экологичную упаковку. В онлайн-магазине сервиса можно приобрести контейнеры и крышки разных размеров из перерабатываемых материалов. Для жидких продуктов используется упаковка из полилактида — компостируемого полимера. Кроме того, пользователи могут отказаться от приборов при оформлении заказа.

11

12

### Яндекс.Лавка

103-2 С момента запуска в 2020 году Яндекс.Лавка получала много вопросов от пользователей о том, насколько экологична та упаковка, в которой приезжают заказы. Поэтому в сервисе появился эконо́нсультант, который развивает направление устойчивой упаковки и ведет просветительскую работу с поставщиками.

306-3 CG-EC-410a.2 Всего за год работы Лавка использовала 16,5 млн товарных единиц<sup>70</sup> упаковки<sup>71</sup>. Больше всего упаковки требовала готовая еда собственного производства (69%) и товары собственной торговой марки (16%). Почти 15% от всей использованной упаковки были сделаны из переработанного материала или вторичного сырья, и задача Лавки — наращивать эту долю.

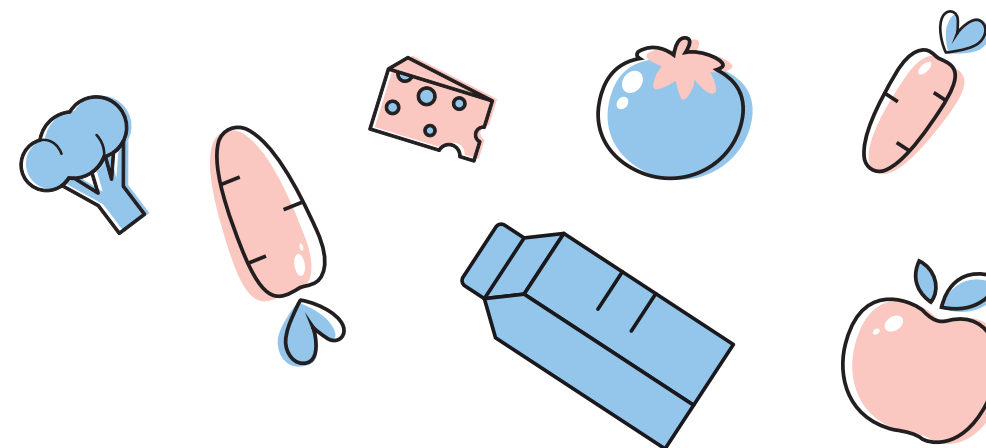
<sup>70</sup> Товарная единица — отдельная единица (штука), которая выступает предметом сделки.

<sup>71</sup> В расчет были включены категории «СТМ», «Готовая Еда / Кухни», «Готовая Еда / Собственное производство», «Овощи, фрукты и ягоды». В расчет не вошла упаковка для товаров Яндекс.Лавки в категории «Готовая еда от поставщиков».

В основном в Лавке образуются неопасные отходы<sup>72</sup>: пищевые, отходы упаковки и производства. Управлять пищевыми отходами помогает система «Умный заказ»: она предсказывает спрос на товары в каждой Лавке и позволяет заказывать на склад ровно столько товаров, сколько покупают пользователи. Для того чтобы снизить объемы отходов упаковки, Лавка все чаще использует оборотные короба для внутренней логистики и делает выбор в пользу перерабатываемых материалов.

306-4 В 2020 году на переработку было направлено 466 тонн такой тары. Подложки для упаковки овощей и фруктов сделаны из вторичного сырья — пульперкартона<sup>73</sup>. За инициативы в области экологизации упаковки сервис получил премию «Лучшие социальные проекты России — 2019–2020» в категории «Экологические проекты и инициативы».

103-3



<sup>72</sup> Помимо неопасных отходов, в незначительном объеме в Лавке образуются и опасные: лампы, аккумуляторы и батарейки.

<sup>73</sup> Пульперкартон — формованное бумажное волокно, которое является продуктом переработки макулатуры.

## Фабрика-кухня Яндекс.Лавки

Осенью 2020 года Яндекс.Лавка закончила масштабную модернизацию собственной фабрики-кухни в Санкт-Петербурге. Ранее на ней производили наборы с рецептами для сервиса Яндекс.Шеф. Теперь это комплекс по производству готовой еды, в котором внедрены самые современные цифровые технологии, гарантирующие санитарную безопасность и экологичность производственного процесса.

Благодаря переоборудованию всего процесса логистики внутри фабрики и подключению предприятия к приложению Яндекс.Фабрика (оно автоматически следит за всеми этапами производства и предупреждает о возможных сбоях) удалось выстроить эффективный производственный цикл — от поступления сырья до упаковки готового продукта. Бесперебойность, четкая последовательность этапов и надежные технологии для обработки продуктов позволяют сокращать нежелательные отходы, связанные с ненадлежащим хранением сырья и его перемещением между цехами, а также с избыточным расходом ингредиентов.

**413-1** Лавка старается найти безопасный и наиболее экологичный вариант пакетов, в которые упаковывается заказ для последующей доставки. Сервис начал использовать небольшие пакеты из переработанной макулатуры, чтобы разделять пищевые и непищевые товары: например, стиральный порошок и детское питание внутри одного заказа. Чтобы пользователи знали больше об упаковке, Лавка создала [информационный портал](#), где можно узнать, что означают маркировки и куда можно сдать упаковку на переработку.

**306-2** А еще проводятся сравнительные анализы и исследования, которые позволяют оценить рациональность выбора Лавки в пользу того или иного упаковочного материала. В рамках одного из таких анализов Яндекс совместно с компанией «ЭкоТехнологии» сравнил жизненные циклы бумаги и полиэтилена. Учитывались все этапы — от затрат ресурсов на производство до возможностей правильной утилизации. Результаты показали, что, в сравнении с полиэтиленовым пакетом, производство бумажного требует в 17 раз больше воды, в пять раз больше энергии и почти в два раза больше ископаемого топлива. Помимо этого, производство сырья для бумажных пакетов связано с вырубкой лесов. Поэтому Лавка выбрала пластиковые пакеты, которые можно сдать на переработку или использовать повторно. Об этом пользователям напоминает текст на каждом пакете.

На основе проведенного анализа сервис также разработал рекомендации по устойчивой упаковке для поставщиков фруктов и овощей, партнеров-поставщиков готовой еды, собственного производства готовой еды в Санкт-Петербурге, а также для собственной торговой марки (СТМ). В разработке рекомендаций учитывались и данные от поставщиков — они предоставили информацию об особенностях своих производственных процессов.





**306-2** В конце 2020 года Лавка запустила еще одно исследование — оценку жизненного цикла пакетов<sup>74</sup> совместно с компанией «Простое дело». На этот раз предметом исследования стали три вида пакетов: одноразовые пластиковые пакеты из полиэтилена низкого давления (HDPE), а также наиболее распространенные альтернативы<sup>75</sup> — пакеты из полиэтилена высокого давления (LDPE) — и бумажные пакеты из первичной целлюлозы. Оценка опиралась на различные стандарты ISO, например, ISO 14040.

**103-3** Исследование находится на стадии завершения на момент публикации Отчета, при этом некоторые наблюдения уже дают бизнесу важную информацию для принятия решений. Так, анализ показывает, что пакет HDPE, который сейчас использует Лавка, — более легкий, чем бумажный, что снижает его экологический след при транспортировке. При этом пакет HDPE — более прочный и обладает высокими защитными свойствами (например, он водонепроницаемый). Это позволяет ему защищать товар от внешних воздействий. Такие пакеты реже требуют замены, и для упаковки тяжелого заказа их требуется меньше, так как они выдерживают больший вес. Пластиковые пакеты переработать в России сложнее, чем бумажные, при этом на рынке возникают новые возможности: сейчас во всех городах присутствия Лавки сбор и передачу на переработку осуществляют несколько проектов.

<sup>74</sup> Возможность повторного использования пакета в качестве мешка для мусора в анализе не учитывалась.

CG-EC-410a.2

## Экологичная доставка

С апреля 2020 года Яндекс отказался от мототранспорта в курьерской доставке в пользу более экологичного средства передвижения — велосипеда. Так, Яндекс.Лавка уже полностью перешла на сотрудничество с велокурьерами: сегодня все «непешие» курьеры — 4 500 человек — используют велосипеды. В Яндекс.Еде доля велокурьеров в среднем составляет 42% от общего числа партнеров-курьеров. Среди лидеров — Москва, где доля велокурьеров достигает 71%, Санкт-Петербург (66%), Калининград (64%), Алматы (41%), Ростов-на-Дону (40%), Краснодар, Сочи и Тула (38%). Оставшуюся долю в основном составляют пешие партнеры-курьеры, а доля автокурьеров Яндекс.Еды — незначительна.

Безопасному и комфортному использованию велотранспорта содействует развитие инфраструктуры. Яндекс обсуждает с регулятором создание и развитие условий для велосипедного движения: прокладывание велосипедных дорожек и удобную разметку на дорогах.



Об обучении велокурьеров правилам дорожного движения читайте в главе [«Про взаимодействие с партнерами сервисов»](#).

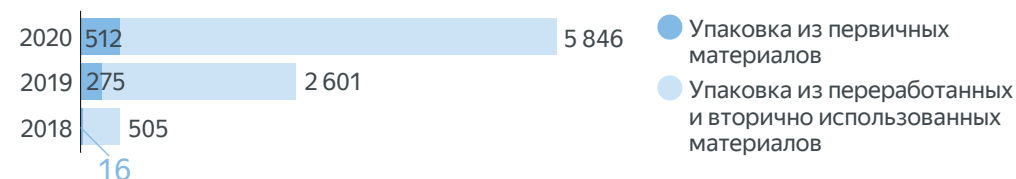
<sup>75</sup> Бумажные пакеты из вторичной целлюлозы были намеренно исключены из анализа, так как был сделан вывод о нерациональности их использования. Согласно требованиям российского законодательства (стандарта ГОСТ 33772-2016 «Пакеты из бумаги и комбинированных материалов. Общие технические условия») пищевая продукция не должна соприкасаться с вторичным бумажным сырьем. Решением является создание «прослойки», что, однако, усложняет процесс производства, увеличивает количество используемых материалов и приводит к невозможности повторного использования и переработки таких пакетов.



## Яндекс.Маркет

Яндекс.Маркет — быстрорастущий бизнес по доставке товаров, поэтому он активно использует упаковочные материалы. В 2020 году потребление материалов превысило 6 350 тонн. Несмотря на рост количества заказов и доставок товаров Маркету удалось сохранить высокую долю упаковки из вторичных или повторно использованных материалов<sup>76</sup>. В 2020 году она составила почти 92%. В сервисе также действуют [Правила упаковки](#), согласно которым продавец отвечает за качество упаковки заказа. Для упаковки можно использовать картонные коробки, стретч-пленку, бумажные пакеты и скотч.

### Общий объем использованной упаковки в Яндекс.Маркете, тонны



Больше всего в упаковке используется картон — 84% от общего потребления. Помимо картона, сервис использует бумагу (7%), бумажные пакеты (3%), стретч-пленку (3%), клейкую ленту, поддоны и этикетки (все по 1%)<sup>77</sup>.

<sup>76</sup> 100% картона, бумаги в роллах, пакетов и поддонов в Яндекс.Маркете сделаны из переработанных материалов или используются вторично.

<sup>77</sup> Также в количестве менее 1% в компании используются контрольные пломбы, полиэтиленовые и полипропиленовые пакеты, пузырчатая пленка.

Картон и пленка отправляются на переработку, а для перемещения между складами и внутри них используется оборотная тара. В 2021 году сервис планирует использовать ее и для доставки товаров клиентам. Общий объем образованных отходов в 2019–2020 годах составил 2 290 тонн, из которых 67% отходов были переработаны или повторно использованы.

Если товар потерял часть своих качеств, но пригоден для использования<sup>78</sup>, магазин может разместить его на маркетплейсе в разделе уцененных товаров, где он найдет нового владельца. Чтобы покупатели видели достоверную информацию о дефектах товаров, служба качества Маркета всегда проверяет причины уценки, указанные продавцом. Также Маркет не выбрасывает товары с браком — они продаются компаниям-партнерам, которые их ремонтируют или восстанавливают, а затем перепродают<sup>79</sup>.

Для того чтобы пользователи могли легко найти товары с экологическими сертификатами, повышенным классом энергоэффективности или натуральным составом, в 2020 году на Маркете появились специальные бейджи, отмечающие экологичные товары. Их получили 16 тыс. карточек товаров. Подход к такой маркировке помогли разработать эксперты FSC России и Экологического союза.

<sup>78</sup> К таким относятся новые товары, уцененные из-за недостатков, или товары, бывшие в употреблении.

<sup>79</sup> Оба проекта по повторному использованию товаров не включают продовольственные товары, бытовую химию и товары личной гигиены.



## CG-EC-410a.2

Отдельное внимание уделяется управлению маршрутами доставок товаров из Маркета. В доставках, которые курирует сам сервис (в апреле 2021 года это уже 63% доставок против 38% на начало 2021 года), используются технологии [Яндекс.Маршрутизации](#) — платформы для автоматизации логистики. Это позволяет планировать маршруты таким образом, чтобы расстояние и время в пути были наиболее оптимальными, и тем самым снижать климатическое воздействие транспорта. Также Маркет снижает число перевозок, помогает выбрать экологичный маршрут курьерам продавцов и развивает сеть точек выдачи заказов.

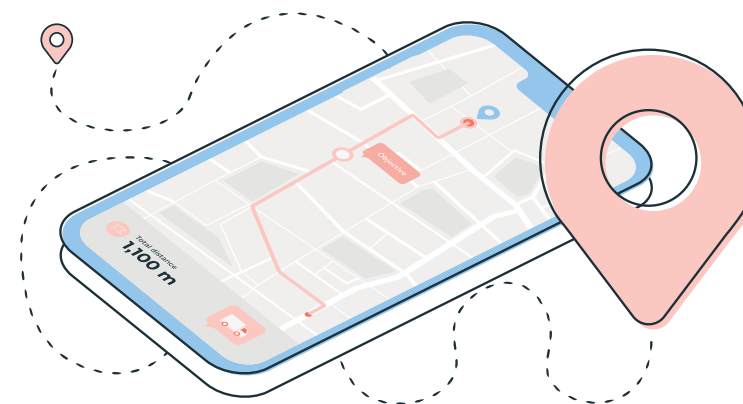
**Геосервисы**

11

12

Способы передвижения людей по городу (и не только) играют важную роль в снижении углеродного следа инфраструктуры. Геосервисы Яндекса позволяют быстро и легко спланировать поездку с учетом множества факторов — от загруженности дорог и изменений в расписании общественного транспорта до наличия станций для зарядки электромобилей. Карты подскажут, если в городе пробки или в пункте назначения нет парковки. Тогда можно воспользоваться общественным транспортом вместо личного автомобиля или поехать на велосипеде, если есть доступный маршрут.

В 2020 году Яндекс.Карты приняли участие в проекте PepsiCo «Утилизируй правильно». Его цель — вовлечь потребителей в сортировку отходов. Для этого на этикетках бутылок Pepsi размещены специальные QR-коды, по которым можно загрузить интерактивную карту точек раздельного сбора отходов. Места для утилизации можно также найти по запросу «раздельный сбор отходов» в поисковой строке Яндекс.Карт.





## Ключевое о вопросах устойчивой упаковки и отходов

Задачи Яндекса:

**найти** такие упаковочные решения, которые бы удовлетворяли потребности фудтех-сервисов и сервиса электронной коммерции, и при этом были бы наиболее устойчивыми из возможных.

**сделать** так, чтобы отходы офисов и дата-центров Яндекса не попадали на полигон там, где есть такая возможность.

**рассказывать** пользователям о бережном отношении к окружающей среде и о грамотной утилизации отходов.

За это в компании отвечают команды Яндекс.Лавки, Яндекс.Маркета, а также департамент эксплуатации и строительства (по вопросам управления отходами инфраструктуры). Верхнеуровнево повестку курирует Совет директоров.

Команды регулярно отслеживают объемы образованных отходов по способу их дальнейшей утилизации, объемы использованной упаковки по типу материала, обратную связь пользователей, а также другие применимые метрики.

## Ключевое о вопросах углеродного следа

Задачи Яндекса:

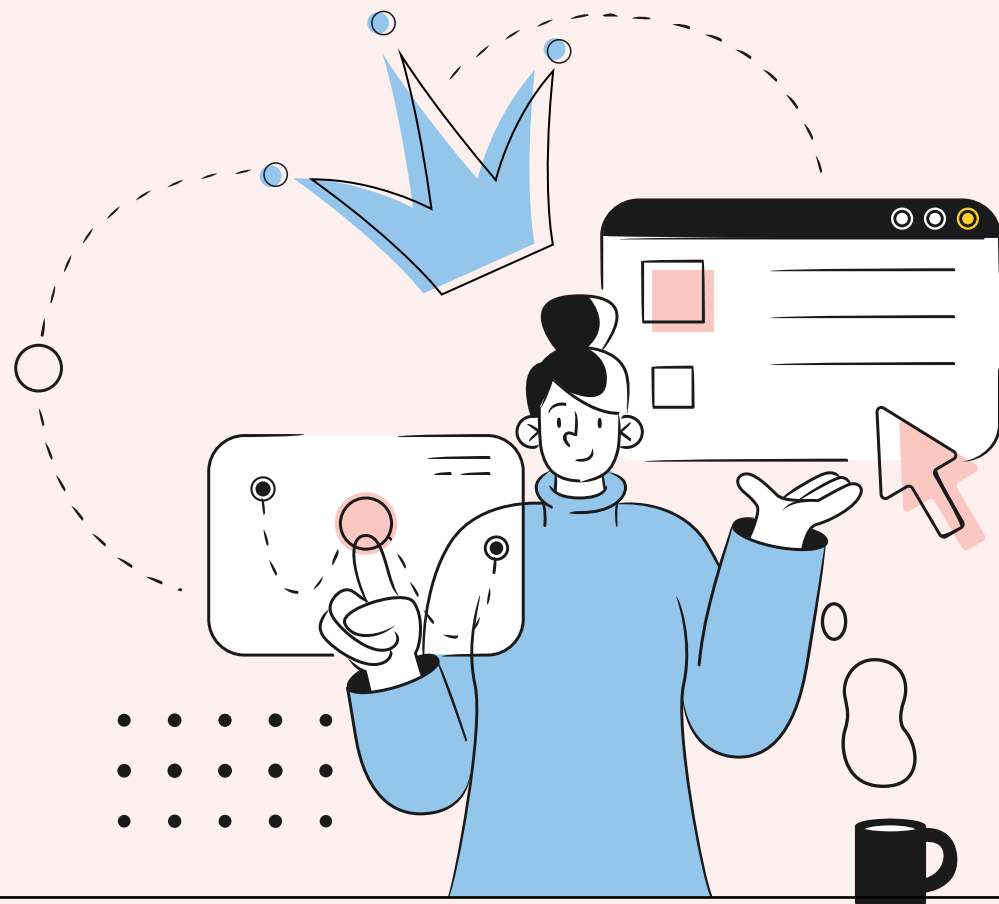
регулярно **измерять** выбросы парниковых газов, которые образуются инфраструктурой Яндекса.

**внедрять** энергоэффективные решения и энергосберегающие технологии.

**проводить** расчет углеродного следа отдельных сервисов.

За это в компании отвечает департамент эксплуатации и строительства, включая дивизион эксплуатации дата-центров, а также команды отдельных сервисов, среди которых — Яндекс.Такси, Яндекс.Драйв, команда беспилотных технологий. Верхнеуровнево повестку курирует Совет директоров.

Команды регулярно отслеживают показатели энергопотребления, энергоэффективности оборудования и инфраструктуры, ведут учет порожнего пробега, расхода топлива движимым имуществом Яндекса, а также других применимых метрик.



# Про пользователей

Простота и доступность  
Коммуникации и пользовательский опыт  
Безопасный комфорт



## Яндекс для пользователей

Все сервисы Яндекса делаются для того, чтобы делать жизнь людей удобнее, безопаснее и комфортнее.

**96 млн**

пользователей — месячная аудитория Яндекс.Поиска в марте 2021 года

**Более 45 млн**

пользователей в месяц у голосового помощника Алисы на конец февраля 2021 года

**6 млн**

человек — ежедневная аудитория Яндекс.Маркета

**50 млн**

активных пользователей ежемесячно используют Яндекс.Карты

**20,5 млн**

человек — ежедневная аудитория Яндекс.Дзена в марте 2021 года

**3,2 млн**

пользователей — ежедневная аудитория медиасервисов Яндекса в марте 2021 года

## Простота и доступность

103-2

Сервисы Яндекса меняют привычную среду и помогают людям легче справляться с ежедневными заботами.

Сегодня поисковый сервис Яндекса — один из основных для жителей России способов находить информацию в интернете. Благодаря мгновенным ответам, умной поисковой строке, навигационным подсказкам и другим технологиям 75% пользователей находят нужную информацию быстрее, чем за секунду.

11

Приложение Яндекс Go помогает людям решать повседневные задачи в городе — быстро и выгодно добраться до нужного места на такси или каршеринге, посмотреть расписание общественного транспорта, передать посылку или отправить груз, а еще заказать еду из любимого ресторана или магазина в Яндекс.Еде или купить продукты домой в Яндекс.Лавке.

Поиск и покупку товаров в интернете упростил сервис Яндекс.Маркет, который объединил в себе площадку для сравнения цен и маркетплейс, где можно найти и купить подходящий товар по выгодной цене.

11

Сделать передвижение по городу (и не только) более удобным помогают геосервисы Яндекса. Яндекс.Карты находят нужное место и показывают движение общественного транспорта в более чем 100 городах России, а также позволяют рассчитать время в дороге и проложить оптимальный путь.



Заправиться, не выходя из машины, можно через сервис Яндекс.Заправки — такая заправка занимает примерно две минуты. Этот сервис доступен как в приложениях Яндекс.Карты и Яндекс.Навигатор, так и в отдельном приложении и особенно удобен в поездках с маленькими детьми: теперь не нужно думать, брать ребенка с собой при расчете в кассе или оставить в машине. Сервис пользовался спросом в период пандемии, так как позволил снизить количество контактов с людьми. Ежемесячно через Яндекс.Заправки проходит более 3,5 млн заказов.

С Яндексом можно смотреть фильмы и сериалы на КиноПоиске, слушать музыку и подкасты в Яндекс.Музыке, читать статьи в Яндекс.Дзене и делать много других полезных и приятных дел.

Пользователи также могут подключить подписку [Яндекс Плюс](#): она дает выгодный доступ к сервисам экосистемы Яндекса, а также возможность возвращать часть денег баллами. Яндекс Плюс был запущен в мае 2018 года на территории России. Сегодня подписка также доступна в Казахстане, Беларуси, Узбекистане, Израиле и некоторых других странах. Кешбэк копится незаметно и помогает экономить на покупках и услугах, делая их еще более доступными, а цифровую среду — комфортной, позволяющей решать важные задачи. Получать баллы можно в одном сервисе (например, при оплате поездок в такси в Яндекс Go), а использовать в другом — предположим, за покупки в Яндекс.Маркете). Баллы не сгорают в течение трех лет после начисления, если учетная запись пользователя была активна хотя бы раз за последний год. Дополнительный бонус — закрытые распродажи, акции и мероприятия для подписчиков, которых на конец марта 2021 года насчитывалось уже 9 млн. Яндекс планирует расширять возможности использования баллов в разных сервисах.

Чтобы технологиями Яндекса могли пользоваться разные люди, компания повышает доступность сервисов для слепых и слабовидящих пользователей и помогает маломобильным людям передвигаться по городу.



Подробнее о том, как Яндекс адаптирует сервисы для разных пользователей, а также для глухих и слабослышащих водителей и курьеров, читайте в разделе [«Повышение доступности сервисов»](#).

## Коммуникации и пользовательский опыт

103-2

Чтобы сервисы всегда вызывали у пользователей положительные эмоции, Яндекс непрерывно работает над их развитием и улучшением.

103-3

Компания общается с пользователями на простом и понятном языке и уделяет особое внимание тому, чтобы коммуникации были честными и человечными.

### Обратная связь

Команды сервисов регулярно анализируют обратную связь пользователей и учитывают их пожелания и замечания. Например, в сервисах Яндекс Go мониторинг обратной связи проводится ежемесячно. Он охватывает пользователей Яндекс.Такси, Драйва, Еды и Лавки.



Подробнее о мониторинге обратной связи водителей-партнеров читайте в главе [«Про взаимодействие с партнерами сервисов»](#).



Пользователи такси могут оценить соотношение цены и качества услуги, удобство приложения и комфортность поездки. А пользователи Лавки, к примеру, могут поделиться мнением о том, нравятся ли им продукты собственной торговой марки сервиса.

В Яндекс.Маркете есть специальное подразделение, которое занимается улучшением клиентского опыта. Одна из его задач — поддержка пользователей и анализ их потребностей и пожеланий. Команда ежемесячно анализирует возможные несовершенства в процессах сервиса и оперативно принимает меры для их устранения. Особые темы, например, качество доставки, обсуждаются чаще. Еще в сервисе разработаны метрики удовлетворенности пользователей, которые помогают понять, над чем нужно работать. Среди них — своевременность доставки, NPS<sup>80</sup>, доля вопросов, решенных при первом обращении пользователя в службу поддержки. Улучшение этих показателей — среди критериев, по которым оценивается эффективность команды.

## Безопасный комфорт

403-7 Сервисами Яндекса пользуются миллионы людей, поэтому безопасность пользователя — одна из первоочередных задач компании.

### Защита персональных данных

Персональные данные в сервисах Яндекса обрабатываются при помощи защищенных алгоритмов, без ручного вмешательства, которое могло бы снизить надежность передачи данных. Кроме случаев, предусмотренных законодательством и [Политикой конфиденциальности](#), никто не может получить

доступ к персональным данным пользователя. Аутентификационная информация (например, пароли) хранится в зашифрованном виде.

Компания использует сервис единой аутентификации — Яндекс.Паспорт, куда обращаются сервисы Яндекса, если им требуется информация о пользователе. Такой подход минимизирует риск утечки.



Подробнее о том, как Яндекс защищает персональные данные пользователей, читайте в разделе [«Информационная безопасность и защита персональных данных»](#).

### Безопасность контента

Многие сервисы Яндекса предоставляют доступ к стороннему контенту, поэтому среди первоочередных задач — защита пользователей от взаимодействия с ненадежной или нежелательной информацией. Для этого используются специальные технологии.

Алгоритмы защиты в Поиске проверяют все сайты и документы, предупреждая пользователя о возможной опасности. Яндекс.Браузер блокирует скаченные вредоносные файлы до того, как они успеют причинить вред. Также Браузер предупреждает о подписках на платные услуги, что помогает избежать незапланированных трат.

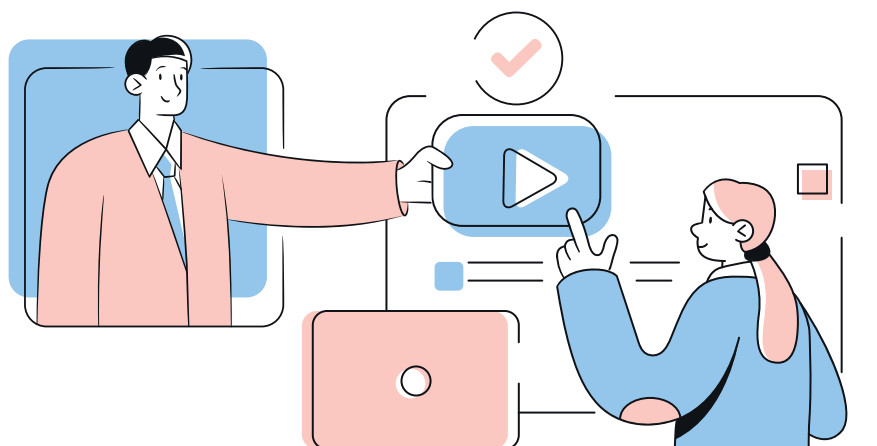
Специальные алгоритмы препятствуют кибербуллингу и блокируют неприемлемые высказывания и спам в сервисах с функцией общения. Еще Яндекс контролирует качество материалов, размещаемых в Яндекс.Дзене и проверяет рекламные объявления, которые размещает на собственных и партнерских площадках.

<sup>80</sup> Индекс потребительской лояльности (Net Promoter Score, NPS) — индекс, с помощью которого оценивается готовность потребителя рекомендовать товары или услуги друзьям и знакомым.

Семейный режим в Поиске позволяет родителям не беспокоиться за безопасность детей в интернете. Из результатов поиска полностью исключается контент для взрослых — его не будет в выдаче, даже если запрос явно направлен на его поиск. Также в выдачу не попадают сайты, содержащие нецензурную лексику. Детский режим есть и в онлайн-кинотеатре КиноПоиск HD — алгоритм сформирует для ребенка подборку фильмов и мультиков, соответствующих его возрасту и интересам. Родители также могут ограничить время, которое дети проводят перед экраном.



Подробнее о том, как Яндекс контролирует качество контента и рекламы, читайте в разделе [«Качество работы с контентом»](#).



## Безопасность поездок в такси

Сервисы **Яндекс.Карты** и **Яндекс.Навигатор** помогают не только выстраивать оптимальные маршруты и экономить время в пути, но и сохранять бдительность за рулем. Сервисы оповещают о превышении разрешенной скорости и напоминают о камерах контроля скорости. На всей территории России действуют уведомления о приближении к школам — таким образом водители могут заранее понять, что на данном участке нужно быть особенно внимательными.

3

Сервис **Яндекс.Такси** постоянно улучшает стандарты качества и разрабатывает технологии для предотвращения инцидентов в поездках.

### Проверка и обучение водителей

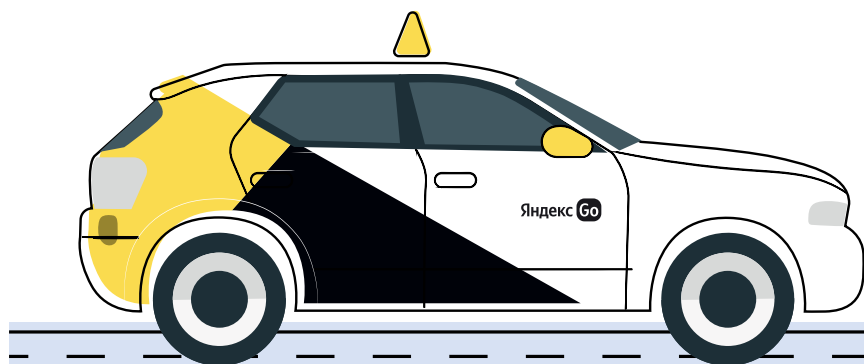
Заказы Такси выполняют водители из таксопарков-партнеров сервиса и водители-прямые партнеры — самозанятые и индивидуальные предприниматели. При заключении договора о сотрудничестве с таксопарком Яндекс проводит проверку его добросовестности. Водители-прямые партнеры также проходят проверку.

Чтобы сохранять доступ к заказам, водители регулярно подтверждают соответствие стандартам Яндекса. Для этого проводятся фотоконтроль автомобилей и документов, мобильный контроль в пунктах проверки машин и проверка тайными покупателями в некоторых тарифах<sup>81</sup>. У каждого водителя есть личный показатель качества — рейтинг, сформированный на основании последних 150 оценок пользователей. При снижении рейтинга ниже 4,5 доступ водителя к сервису ограничивается.

<sup>81</sup> Проверки проходят в тарифах Комфорт+, Детский и в тарифах линейки Ultima.

Все водители проходят проверку личности — дополнительную идентификацию по селфи<sup>82</sup>. Подходящее время для проверки определяет алгоритм, это происходит, когда водитель не выполняет заказы. Так пользователь может убедиться, что к нему приедет именно тот человек, который указан в деталях заказа.

Чтобы выполнять заказы в тарифах Комфорт, Комфорт+, Детский и ряде других, водители проходят обязательное обучение. Оно состоит из курса о стандартах работы в тарифе и тестирования для проверки знаний. В некоторых тарифах предусмотрено дополнительное обучение. Например, для работы в тарифе Детский<sup>83</sup> водители проходят специальный курс, где их учат, как правильно устанавливать и настраивать детское кресло, общаться с родителями и корректно реагировать на поведение маленьких пассажиров.

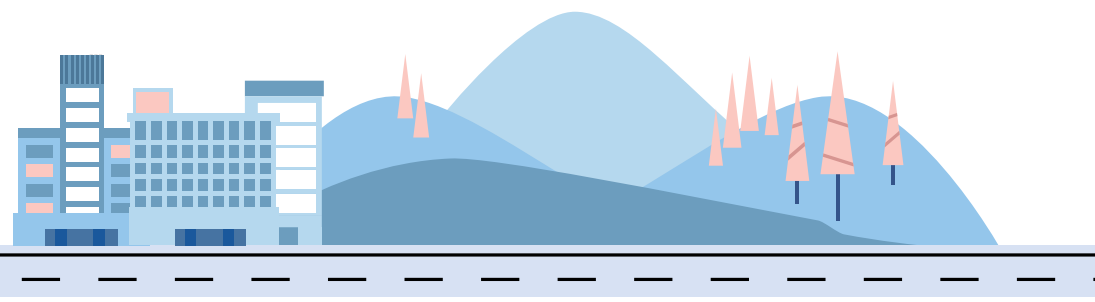


## В поездке

Технологии Яндекса помогают пользователям чувствовать себя безопасно в поездке.

Яндекс.Такси применяет технологии мониторинга скорости и манеры вождения, которые позволяют отслеживать превышения скорости или опасные маневры водителей (например, резкие торможения). Если системы регулярно замечают нарушения, то водитель получает предупреждение, а в случае неоднократных нарушений — лишается доступа к сервису. Данные мониторинга по водителям, которые чаще всего нарушают правила, ежедневно передаются в таксопарки, с которыми работают водители.

Приложение Яндекс Go скрывает от водителя телефонный номер пользователя, а от пользователя — номер водителя, тем самым обеспечивая конфиденциальность персональных данных. Кнопка «Поделиться маршрутом» позволит родственникам и друзьям наблюдать за движением машины в реальном времени. Через приложение также можно связаться с родными или вызвать экстренную службу.



<sup>82</sup> Селфи — фотография лица на фронтальную камеру.

<sup>83</sup> К обучению и дальнейшему выполнению поездок с детьми допускаются водители со стажем вождения более трех лет и самыми высокими оценками.



## Реагирование на инциденты

Отслеживание телеметрических данных автомобилей дает сервису понять, когда машина резко останавливается и не едет дальше. Это сигнал возможного ДТП. В таких случаях служба поддержки уточняет у пользователя (и у водителя), что случилось. Экстренно связаться со службой поддержки в случае ДТП или другого инцидента можно прямо из приложения.

Во время поездки жизнь и здоровье всех пользователей и водителя застрахованы на сумму до 2 млн руб. Страхование действует с момента нажатия водителем кнопки «В пути» и прекращается после закрытия поездки. Выплаты осуществляются в соответствии с утвержденной страховой схемой в случае наступления происшествия. Чтобы пользователям было удобно и комфортно взаимодействовать со страховыми компаниями, сервис берет на себя коммуникационную функцию — в Яндексе эту функцию называют «консьержем». В случае наступления страхового случая сотрудник службы поддержки проводит пользователя сервиса по основным шагам и затем уточняет, смог ли пострадавший оформить выплату.

Также Яндекс страхует посылки или грузы, отправленные через тарифы Доставка, Курьер и Грузовой. Они застрахованы на сумму до 500 тыс. руб., которая выплачивается по утвержденной схеме в случае повреждения или потери груза<sup>84</sup>. Страхование бесплатное, начинается с момента прибытия водителя или курьера и заканчивается, когда посылка или груз доставлены пользователю.



Подробнее о мерах безопасности, действующих в Яндекс.Такси, читайте на [сайте](#), а о том, как Яндекс обеспечивает безопасность водителей и курьеров, — в главе «[Про взаимодействие с партнерами сервисов](#)».

<sup>84</sup> Под страховку не попадают предметы искусства, стеклянно-фарфоровые изделия без специальной упаковки и еще ряд грузов. С правилами страхования можно ознакомиться [здесь](#).

## Безопасность каршеринга

Яндекс следит за безопасностью пользователей **Яндекс.Драйва**.

В каждом автомобиле установлены сотни датчиков и сенсоров. Они сами считывают показания со спидометра, тормозов и других важных приборов и передают данные от каждой машины на центральный сервер. Алгоритм фиксирует резкий рост скорости или торможение и сообщает об этом водителю. Как правило, пользователь получает три предупреждения, а если ничего не меняется — доступ к сервису блокируется. При грубом нарушении правил дорожного движения пользователь может быть заблокирован сразу.

Весной 2021 года Драйв в тестовом режиме запустил новую модель ограничения доступа к сервису за нарушение ПДД. Теперь стоимость аренды для пользователей, которые не реагируют на предупреждения о нарушении, автоматически увеличивается (ее определяет специальный алгоритм). Если пользователь продолжает превышать скорость или водить агрессивно, доступ к сервису ограничивается на количество дней, пропорциональных числу предупреждений, а затем может заблокироваться навсегда.

Драйв часто обновляет автопарк и вводит в него новые автомобили. Мониторинг автопарка автоматизирован: если датчики показывают, что транспортное средство неисправно, то команда Драйва сразу видит это в системе и выводит его из доступа. Пользователи с детьми могут арендовать машины, оборудованные специальными детскими креслами с усиленной защитой, — такие есть в нескольких сотнях автомобилей.



Подробнее о мерах безопасности, действующих в Яндекс.Драйве, читайте на [сайте](#).

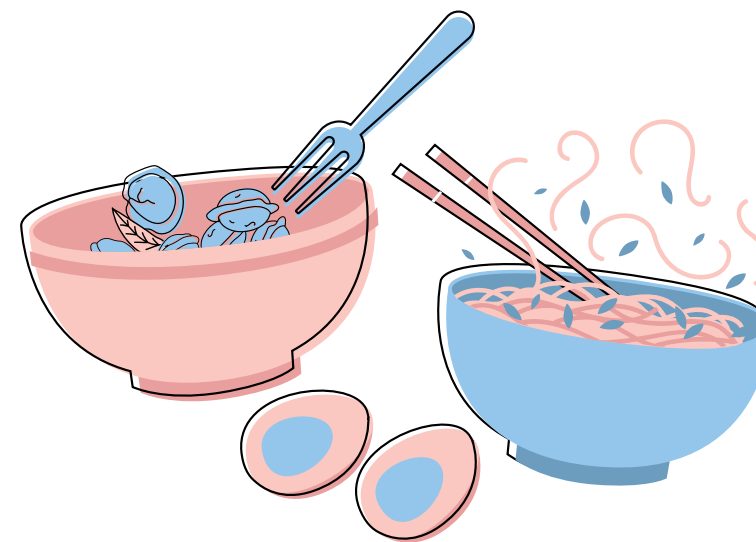


## Безопасность и польза продуктов питания

**Яндекс.Лавка** строго следит за безопасностью и качеством продуктов, которые доставляет пользователям. Все поставщики проходят тщательный отбор и регулярно оцениваются в процессе работы. Также Лавка проводит аудиты производства как у новых, так и у действующих поставщиков.

На новой фабрике-кухне Лавки в Санкт-Петербурге, которая производит готовую продукцию, особое внимание уделено соблюдению санитарных норм: автоматическая система обрабатывает руки и обувь антибактериальным раствором, а все сотрудники ежедневно перед сменой проходят обязательный осмотр врача, который измеряет температуру и уровень кислорода в крови. Еще на заводе уложены полимерные полы — на них нанесен специальный резиновый слой, который препятствует появлению микробов и плесени. Помимо ультрафиолетовых ламп, внедрена особая система очистки воздуха: внутри небольшого металлического контейнера установлены два мощных магнита, которые расщепляют любой биоматериал, а на выходе его остатки улавливает фильтр.

Лавка думает не только о безопасности продуктов, но и об их пользе для здоровья. В сервисе есть категория «Полезно и вкусно», в которой можно заказать продукты без сахара, лактозы, глютена и кофеина, вегетарианские и веганские продукты и еду для спортсменов. Для каждого из продуктов, включая готовые блюда, в карточке продукта отражается вес, состав, производитель, питательная ценность (белки, жиры, углеводы, калорийность), срок годности и рекомендуемые условия хранения. Это дает пользователям возможность сделать оптимальный выбор, исходя из собственных потребностей и особенностей диеты.



**Яндекс.Еда** заботится о том, из каких ресторанов пользователь заказывает свои блюда. Перед подключением к платформе сервис проверяет рейтинг заведения на Яндекс.Картах и отзывы посетителей. Для подключения в Москве и Санкт-Петербурге ресторан должен иметь рейтинг выше 4, а в других регионах — выше 3,8. Рейтинг подключенных ресторанов постоянно отслеживается: при его снижении заведение получает предупреждение, а в случае серьезных нарушений отключается от платформы. На заведения, которые открылись недавно и еще не накопили статистику, требование наличия определенного рейтинга не распространяется, однако Яндекс внимательно отслеживает первые оценки и отзывы. Также Яндекс.Еда внедрила редакционные рекомендации и опцию добавления рецензий от пользователей. Это позволяет выбирать рестораны, блюда из которых получали высокие оценки.





## Безопасная доставка

Каждый курьер, который выполняет заказы сервисов Яндекса, проходит проверку личности, а также получает медицинскую карточку. Все курьеры Яндекс.Еды, выходя на смену, проходят идентификацию с помощью селфи, а также имеют на своих сумках уникальный номер, позволяющий их идентифицировать. В сервисе Яндекс.Про, через который курьеры получают заказы, номера клиентов шифруются в целях их безопасности.

С начала пандемии каждый курьер перед началом смены проходит медицинский осмотр и термометрию. Помимо этого, Еда и Лавка ввели новый стандарт бесконтактной доставки: начиная с марта 2020 года все заказы передавались не из рук в руки, а оставлялись у двери клиента. При этом курьер находился на безопасном расстоянии и следил за тем, чтобы получатель забрал заказ.



## Безопасные покупки

Яндекс тщательно проверяет все площадки, через которые пользователь может приобрести товары или имущество. Так, **Яндекс.Маркет** проверяет продавцов, которые подключаются к маркетплейсу: они должны иметь все необходимые документы, в том числе сертификаты на продукцию, предусмотренные законом. В отдельных случаях Маркет запрашивает дополнительные подтверждающие документы у производителей продукции. Сервис также следит за ценообразованием на своей площадке: несмотря на то, что магазины сами определяют, какие товары и по каким ценам будут продаваться, Яндекс оставляет за собой право временно снимать с продажи любой товар, стоимость которого более чем на 20% превышает медианную. При этом после снижения

продавцом цены на товар, скрытые товары будут возвращаться на витрину. Кроме того, Яндекс.Маркет проверяет все магазины, которые размещают свои товары на платформе сравнения цен, через оформление заказа на сайте самого магазина. Роботы проверяют время отклика на заказ, а специалисты службы качества — актуальность цен, сроков доставки и другие данные, которые Маркет получает от магазина.

Все объявления в Яндекс.Недвижимости и на Авто.ру проходят модерацию. **Яндекс.Недвижимость** показывает в объявлениях информацию из Единого государственного реестра недвижимости (ЕГРН), в которой приведены кадастровая стоимость продаваемой квартиры или дома и список всех владельцев с датами вступления в право собственности. **Авто.ру** предоставляет отчеты с историей подержанных автомобилей — они помогают узнать, что происходило с приглянувшейся машиной с момента выпуска. С 2017 года в сервисе работает проверка по VIN (Vehicle Identification Number, или идентификационный номер транспортного средства), с 2018 — по государственному номеру. Продавцы обязаны указать их при регистрации объявления на сайте, после чего Яндекс производит проверку, запрашивая сведения о технических характеристиках автомобиля, наличии залогов, ДТП и прочие значимые данные у соответствующих ведомств. По итогам успешно пройденной проверки в объявление добавляется соответствующее обозначение: пользователю сообщают, что технические характеристики соответствуют заявленным и что проблем в истории владения автомобилем не обнаружено. Такая процедура контроля позволяет значительно снизить риск взаимодействия покупателей с недобросовестным автодилером и повысить качество проверки транспортного средства продавцом перед размещением объявления.

## Безопасные устройства

Устройства Яндекса — Станция и устройства для умного дома (розетки, пульты, лампочки) — соответствуют всем требованиям безопасности, определенным законодательством<sup>85</sup>. Требования распространяются как на технические характеристики устройства (чтобы при надлежащей эксплуатации не было рисков получения, к примеру, электрического шока), так и на материалы, из которых устройства изготавливаются (чтобы те не были токсичными). Устройства производятся на фабриках ведущих зарубежных производителей, которые имеют необходимые сертификации и соответствуют стандартам Яндекса. Станции также помогают снижать экранное время, позволяя пользователю управлять запросами голосом.

Пользователи приобрели 1,3 умных устройств<sup>86</sup> Яндекса с момента их первого выпуска. В отчетном периоде самыми популярными стали Яндекс.Станция и Станция Мини, за ними следует новейшая Яндекс.Станция Макс и умные колонки партнеров, в которые встроена Алиса.



<sup>85</sup> Информацию о сертификатах устройств можно найти [здесь](#) и [здесь](#).

<sup>86</sup> Данные от марта 2021 года.

## Безопасность беспилотных технологий

Беспилотные технологии представляются будущим городской инфраструктуры. Компания активно развивает это направление и уже тестирует собственный беспилотный транспорт там, где для этого есть соответствующие разрешения. Робот-курьер Яндекс.Ровер уже осуществляет доставку продуктов из Яндекс.Еды и Яндекс.Лавки в нескольких районах Москвы, а также помогает доставлять документы и посылки на территории Инновационного центра «Сколково». Беспилотные автомобили продолжают «обучаться» в Сколково, Иннополисе, Тель-Авиве (Израиль), с 2020 года — в Энн-Арборе, Мичиган (США).

Самоуправляемый транспорт Яндекса соблюдает правила дорожного движения, определяет и объезжает препятствия, пропускает пешеходов и при необходимости экстренно тормозит. Все процессы, связанные с тестированием автомобилей, построены в строгом соответствии с требованиями применимого законодательства. Кроме того, при идентификации и оценке рисков принимаются во внимание положения стандартов OHSAS 18001:2007, ISO 45001:2018, ISO 26262, ISO 21448 и других<sup>87</sup>.

<sup>87</sup> Беспилотные технологии Яндекса принимают во внимание положения стандартов OHSAS 18001:2007 «Системы менеджмента безопасности труда и охраны здоровья», ISO 45001:2018 «Система менеджмента охраны здоровья и безопасности труда», ISO 26262 «Функциональная безопасность дорожных транспортных средств», ISO 21448 «Дорожные транспортные средства. Безопасность заданных функций» и ряда других стандартов и методик управления рисками.

3

### Поддержка пользователей во время пандемии

COVID



Во время пандемии Яндекс помогал делать жизнь пользователей в режиме самоизоляции немного проще.

На главной странице Яндекса был размещен отдельный информационный блок про коронавирус, который держал в курсе ситуации. Здесь была собрана статистика заражений по регионам, новости, полезные ссылки и рекомендации от Всемирной организации здравоохранения, Министерства здравоохранения Российской Федерации и Роспотребнадзора, а также оперативных штабов регионов.

В марте Яндекс создал алгоритм для расчета индекса самоизоляции, показывающий<sup>88</sup>, насколько в каждом регионе соблюдается предписанный режим. Для этого сравнивается уровень городской активности в текущий момент и в обычный день до пандемии. Индекс строится на основе открытых обезличенных данных, полученных от сервисов Яндекса. Результаты этого проекта стали известны и на международном уровне: Российская Федерация отчиталась о наличии индекса в [UNCTAD](#)<sup>89</sup>, а сам индекс удостоился международной награды на фестивале [Eurobest](#).

В марте 2020 года Яндекс запустил проект «Помощь рядом», в рамках которого организовал бесплатные поездки на такси для врачей, медицинских работников и благотворительных фондов и доставку продуктов нуждающимся.

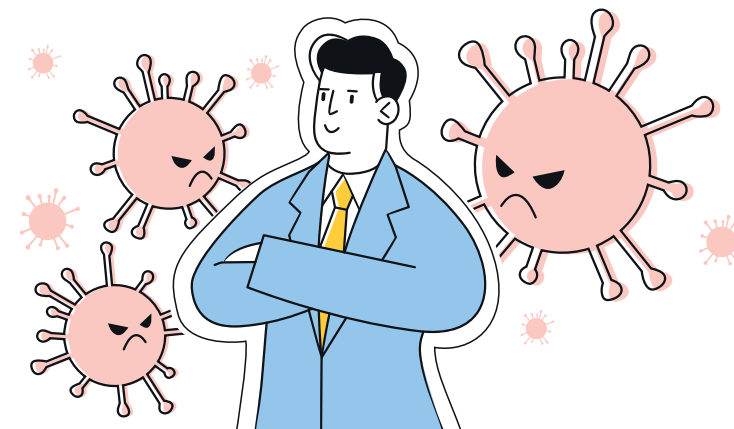


Подробнее о том, как Яндекс помогал врачам и благотворительным фондам во время пандемии, читайте в разделе [«Помощь рядом»](#).

4

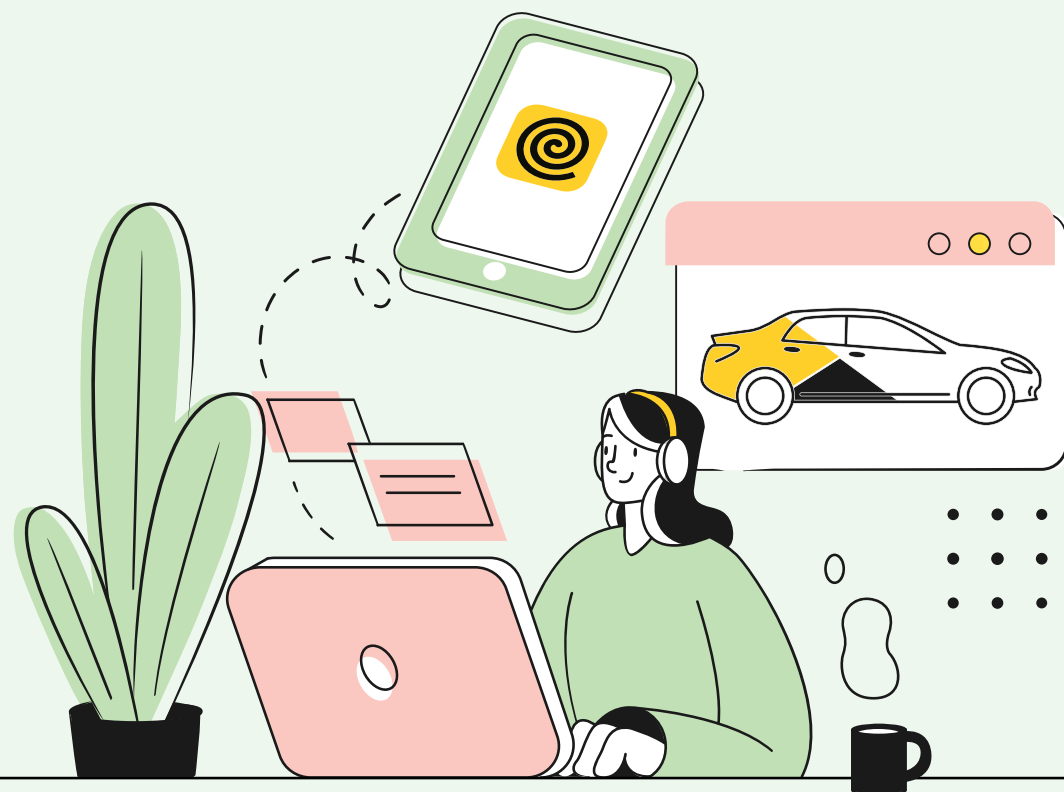
Для школьников была запущена бесплатная [Яндекс.Школа](#), разработанная совместно с Центром педагогического мастерства Москвы. Школьникам 5–11 классов были доступны онлайн-трансляции уроков по 17 общеобразовательным предметам, а старшеклассникам — курсы для подготовки к ЕГЭ и ОГЭ.

Яндекс.Лавка полностью отменила плату за доставку и расширила зону обслуживания в Москве и Санкт-Петербурге. Команда Яндекс.Маркета следила за ценами, не позволяя недобросовестным продавцам спекулировать на дефицитных позициях: при выявлении резких накруток сервис скрывал предложения магазина. А еще онлайн-кинотеатр КиноПоиск HD дарил временную бесплатную подписку.



<sup>88</sup> С результатами работы алгоритма можно ознакомиться на [сайте](#).

<sup>89</sup> United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) — Конференция ООН по торговле и развитию — орган Генеральной Ассамблеи ООН, задачами которого являются содействие развитию международной торговли и равноправного, взаимовыгодного сотрудничества между государствами.



# Про взаимодействие с партнерами сервисов

Партнеры сервисов Яндекса  
Социальная поддержка партнеров  
Здоровье и безопасность партнеров  
Яндекс для бизнеса



# Партнеры сервисов Яндекса

103-2 Сотрудничество с сервисами Яндекса дает тысячам людей возможность получать доход. При этом партнеры сервисов Яндекса<sup>90</sup> сами определяют свой график и могут работать в удобном для себя режиме.

## Партнеры-люди

- Водители такси и курьеры получают заказы через платформу [Яндекс.Про](#)
- Курьеры доставляют заказы [Яндекс.Еды](#), [Яндекс.Лавки](#) и [Яндекс.Доставки](#), а собирают заказы мастера покупок<sup>91</sup>
- Асессоры<sup>92</sup> и толокеры<sup>93</sup> анализируют, оценивают и модерируют контент
- Блогеры ведут каналы на платформе [Яндекс.Дзен](#)
- Мастера находят клиентов через [Яндекс.Услуги](#)

## Партнеры-бизнесы

- Рекламные агентства и прочие рекламные партнеры размещают рекламу в [Яндекс.Директе](#), на других площадках Яндекса и в РСЯ
- Таксопарки привлекают новых клиентов, подключаясь к [Яндекс.Такси](#)
- Магазины получают новых клиентов и наращивают товарооборот, становясь партнерами [Яндекс.Маркета](#)
- Рестораны, продуктовые магазины и рынки получают онлайн-заказы через [Яндекс.Еду](#)
- Поставщики (включая небольшие локальные производства) и рестораны размещают свои товары на «полках» Яндекс.Лавки, расширяя каналы продаж

Более **700 тыс.**  
активных водителей  
во всех странах  
работы Яндекс.Такси

**300 тыс.** курьеров  
сотрудничали  
с Яндекс.Едой  
и Яндекс.Лавкой  
за все время существо-  
вания сервисов

более **1,8 тыс.**  
внешних асессоров со-  
трудничают с Яндексом

**170 тыс.**  
активных толокеров  
в месяц

**45 тыс.** активных  
блогеров ведут каналы  
в Яндекс.Дзене

более **100 тыс.**  
мастеров-специалистов  
используют Яндекс.Услуги

<sup>90</sup> Партнеры Яндекса (водители, курьеры, внешние асессоры, толокеры и другие) — специалисты, которые не являются сотрудниками Яндекса, а оказывают услуги, используя сервисы компании.

<sup>91</sup> Мастера покупок — это сборщики заказов Яндекс.Еды.

<sup>92</sup> Асессоры оценивают качество работы и обучают поиск, модерируют контент, собирают и обрабатывают данные, а также помогают в создании автоматизированных процессов сбора данных. В Яндексе есть две категории асессоров. Первые являются сотрудниками команды поддержки и работают в Яндексе по трудовому договору. Внешние асессоры работают у компаний-партнеров, которые помогают Яндексу на некоторых проектах.

<sup>93</sup> Толокеры — это специалисты, привлеченные к партнерству через сервис Яндекс.Толока. Чаще всего они выполняют задачи, связанные с анализом и оценкой различного контента.



Система партнерств Яндекса очень обширная и включает в себя не только известные профессии (как водители и курьеры), но и совершенно новые (например, мастер покупок или толокер). Профессия «толокер» приобрела свое имя благодаря сервису Яндекс.Толока.

## Кто такие толокеры?

Толокеры — это специалисты, которые сотрудничают с сервисом Яндекс.Толока. Он дает возможность зарабатывать в интернете, выполняя задания, с которыми не справляются компьютеры. Например, толокеры проверяют соответствие сайтов поисковым запросам, модерируют контент, оценивают качество работы онлайн-магазинов и выполняют множество других задач. Задания размещает как Яндекс, так и другие компании или люди.

Сегодня Яндекс.Толока широко востребована на рынке. С сервисом уже сотрудничают в среднем 170 тыс. толокеров в месяц, в 2019 году аналогичный показатель составлял 130 тыс. исполнителей. В 2020 году около 30% выплат толокерам поступало не от Яндекса, а от сторонних заказчиков (по сравнению с 7% в 2019 году). Толока развивается и на международном рынке, соединяя исполнителей и заказчиков из разных стран. В 2020 году в среднем 17 тыс. толокеров в месяц были из стран дальнего зарубежья<sup>94</sup>, что составляет 10% от среднемесячного числа активных исполнителей. В четверку зарубежных стран, активно пользующихся сервисом<sup>95</sup>, входят Турция, Индия, Вьетнам и Аргентина.

<sup>94</sup> Учитывались толокеры из стран, отличных от России, Беларуси, Казахстана, Узбекистана и Украины.

<sup>95</sup> Исходя из объема выплат толокерам.

1

3

8

# Социальная поддержка партнеров

203-2

Яндекс не только открывает доступные возможности для заработка, но и заботится о благополучии своих партнеров.

## Программа привилегий для водителей и курьеров

Для водителей и курьеров Яндекса действует программа привилегий, которая позволяет получать разные скидки и бонусы. В программе четыре уровня, и каждый открывает доступ к комплекту преимуществ: например, водителям доступны скидки на топливо и техобслуживание у партнеров Яндекса, приоритет при распределении заказов и многое другое. Чтобы получить уровень, нужно регулярно выполнять поездки и поддерживать высокий рейтинг. Программа уже работает во многих городах России<sup>96</sup>, и этот список постоянно расширяется.

Чтобы увеличить свой заработок, водители могут пройти обучение и перейти на более высокий тариф<sup>97</sup>. Обучение состоит из курса и тестирования, а в некоторых тарифах проводятся дополнительные проверки знаний. С началом пандемии все обучение, которое проводилось в центрах для водителей, было переведено в онлайн. Благодаря этому водители сохранили возможность перехода на более высокие тарифы.



Подробнее о том, как обучение водителей помогает обеспечивать высокое качество сервиса для пользователей, читайте в главе [«Про пользователей»](#).

<sup>96</sup> Список городов, в которых работает программа привилегий, можно найти [здесь](#).

<sup>97</sup> Комфорт, Комфорт+, Детский, Курьер, Доставка и тарифы линейки Ultima (Business, Premier, Élite, Cruise, Driver). Водитель должен обладать транспортным средством соответствующего класса.





Для курьеров, сотрудничающих с Яндекс.Едой и Яндекс.Лавкой, предусмотрены скидки на ежедневное питание от 50% до 90%. Кроме того, курьеры могут покупать продукцию, с которой работают сервисы, по льготным ценам. В октябре 2020 года в Яндекс.Еде стартовала уникальная инициатива по переподготовке персонала: с помощью Яндекс.Практикума курьеры бесплатно смогут обучиться профессиям тестировщика, аналитика данных или веб-разработчика. Интерес к этой программе проявили 86% опрошенных курьеров.

## Поддержка самозанятых

**207-1** Яндекс поддерживает партнеров, которые зарегистрировались как самозанятые. Этот налоговый режим позволяет сотрудничать с компанией напрямую, платить налог по пониженной налоговой ставке и получать дополнительные преимущества в программе привилегий.

Перейти на новый статус помогает приложение Яндекс.Про: в нем можно зарегистрироваться в качестве самозанятого и синхронизировать данные с официальным приложением Федеральной налоговой службы (ФНС) России «Мой налог», чтобы все необходимые платежи и налоги перечислялись автоматически. Например, самозанятые партнеры Яндекс.Еды и Яндекс.Лавки, которым платят ежедневно, видят в приложении «Мой налог» свой заработок, в том числе чаевые за доставку заказов.

Толокеры со статусом самозанятого получают доступ к более сложным и высокооплачиваемым заданиям, что помогает им развивать свои навыки, а заказчикам — получать более опытных и квалифицированных исполнителей. Самозанятые водители и курьеры получают приоритет при распределении заказов, бесплатную юридическую поддержку и дополнительные баллы

в программе привилегий. В 2020 году самозанятым водителям и водителям-партнерам в статусе индивидуальных предпринимателей также стали доступны автокредиты на льготных условиях и скидки на автомобили у официальных дилеров и по государственной программе автокредитования Минпромторга России<sup>98</sup>.

Сейчас Яндекс рассматривает различные варианты поддержки партнеров сервисов и оценивает, какие из них могут быть наиболее полезными. В марте 2021 года для партнеров был запущен аналог больничного — это первая подобная инициатива на рынке. Компания ежемесячно оплачивает своим прямым партнерам 50% стоимости страхового полиса, который в случае болезни позволяет им получать финансовую компенсацию и медицинскую помощь. А еще Яндекс разрабатывает программу наставничества — опытные водители с высоким рейтингом могут помогать новым партнерам адаптироваться к работе в сервисе и получать за это дополнительные преимущества.

**103-3** Яндекс регулярно проводит опросы партнеров и анализирует полученную обратную связь. Это помогает узнавать их пожелания и потребности и развивать сервисы в нужном направлении. Например, Яндекс спрашивает водителей-партнеров о том, насколько, по их мнению, технологии сервиса Яндекс Go делают поездки безопаснее, надежно ли компания защищает их персональные данные, знают ли они о страховании поездок.

<sup>98</sup> Министерство промышленности и торговли Российской Федерации.





## Как Яндекс сотрудничает с внешними асессорами

В 2020 году около 20%<sup>99</sup> асессоров были специалистами внешних организаций, среди них почти 100 человек на конец 2020 года сотрудничали с Яндексом более трех лет. Компания ценит вклад партнеров в свой бизнес, отслеживает показатель NPS<sup>100</sup> и регулярно собирает обратную связь, на базе которой продумывает мероприятия по поддержке. Среди них — управление потоками заданий, чтобы эффективно распределять задачи и обеспечивать стабильный доход, предоставление скидок от компаний-партнеров.

Все партнеры-ассессоры могут обратиться в службу поддержки и получить оперативный ответ на любой вопрос, который возникает в процессе выполнения заданий. По результатам оценок за 2020 год более 90% партнеров были довольны скоростью и качеством ответов операторов. В период пандемии Яндекс выделил дополнительные ресурсы для обработки обращений и организовал гибкую систему работы, которая учитывала индивидуальную ситуацию каждого асессора. Те, кто не имел возможности выполнять задания, могли временно отключаться от системы. А еще была введена опция выполнения заданий не только своего направления, но и из других областей.



О том, как Яндекс взаимодействует с асессорами, которые входят в команду поддержки бизнеса, читайте в главе [«Про команду»](#).

<sup>99</sup> В 2018 году более 40% асессоров были внешними, в 2019 — около 25%. Численность внешних асессоров оставалась стабильной в период с 2018 по 2020 год. Изменение доли связано с ростом числа внутренних асессоров.

<sup>100</sup> Индекс потребительской лояльности (Net Promoter Score, NPS) — индекс, с помощью которого оценивается готовность потребителя рекомендовать товары или услуги друзьям и знакомым.

3

8

## Здоровье и безопасность партнеров

403-7

403-8

TR-RO-320a.3

Яндексу важно, чтобы партнеры могли работать безопасно и комфортно. Для этого компания помогает заботиться о здоровье и создает технологии, которые позволяют предотвращать опасные ситуации.

### Физическая безопасность водителей и курьеров

Чтобы предупредить нарушения скоростного режима, которые ставят под угрозу безопасность водителей и пассажиров, Яндекс внедрил технологию мониторинга скорости при помощи данных GPS. Она предупреждает водителя о регулярном превышении скорости на 20 км/ч и больше. Если водитель продолжает ездить слишком быстро, то приложение закрывает ему доступ к заказам сервиса. Яндекс.Навигатор также помогает делать поездки безопаснее. Приложение показывает текущую скорость машины и разрешенную скорость на конкретном участке. Если водитель превышает скорость, то включается предупреждающий звуковой сигнал. Еще Навигатор присылает предупреждения о произошедших ДТП и о приближении к нерегулируемым пешеходным переходам около школ.

Следить за манерой вождения также помогает система мониторинга, которая фиксирует опасные маневры (резкие торможения, ускорения и повороты). Таксометр считывает данные акселерометра устройства, на которое он установлен, — смартфона или планшета. Если водитель совершит агрессивный маневр, то акселерометр зафиксирует перегрузку. За неаккуратное вождение водитель получает предупреждение. В случае повторных нарушений доступ к сервису закрывается.



Яндекс разрабатывает собственную технологию мониторинга внимания водителей — камеру мониторинга внимания Signal Q2. Она анализирует уровень внимания при помощи технологий компьютерного зрения и алгоритмов: в реальном времени отслеживается 68 точек на лице водителя, направление его взгляда и другие параметры. Когда водитель отвлекается от дороги или алгоритм обнаруживает признаки усталости, устройство подает звуковой сигнал. Сейчас камера тестируется в некоторых таксопарках-партнерах Яндекс.Такси в России. Пользователям сообщают о том, что в салоне автомобиля установлено данное устройство.

Во время поездки жизнь и здоровье водителя (и пассажиров тоже, об этом — в главе «[Про пользователей](#)») застрахованы на сумму до 2 млн руб.<sup>101</sup> Страхование бесплатное и действует с момента нажатия водителем кнопки «В пути» и до закрытия поездки. В случае происшествия выплаты осуществляются в соответствии с утвержденной страховой схемой. Курьеры обеспечены страхованием жизни и здоровья на время смены — страховое возмещение в соответствии с утвержденной страховой схемой на сумму до 2 млн руб. можно получить в случае серьезных травм. Как и в такси, страхование бесплатно и начинает действовать, как только курьер заходит в приложение и приступает к выполнению заказов.

Все курьеры, в том числе пешие, проходят обязательное обучение правилам дорожного движения (ПДД), чтобы их передвижение по городу было безопасным.

<sup>101</sup> Подробнее о страховании читайте [здесь](#).

Так как Яндекс сотрудничает с тысячами велокурьеров, с ними проводится отдельная работа. Информация о ПДД для велотранспорта входит в обязательный вводный курс при найме: во всех городах работы Еды и Лавки курьерам показывают обучающие видео о том, как соблюдать правила, также предлагается пройти тест на проверку знаний. После активации учетной записи в сервисе курьеры получают рассылку с памятками о том, как пользоваться велосипедом, как безопасно ездить и что делать в случае ДТП. Периодически проводятся ПДД-квизы. Например, при рутинном обращении в службу поддержки курьеру предлагается ответить на вопрос о ПДД — это помогает освежить знания. Кроме того, в Telegram-каналах Еды и Лавки публикуются актуальные новости о ПДД, а в пунктах сбора курьеров (хабах) размещаются плакаты-памятки, которые регулярно обновляются. Так они продолжают привлекать внимание.

Яндекс отслеживает статистику ДТП среди велокурьеров и анализирует причины инцидентов. Курьеры, попавшие в ДТП, заново проходят обучение ПДД и сдают тест, чтобы снизить риск аварий в будущем.

А еще Яндекс ведет работу со СМИ, чтобы привлечь внимание к важности темы соблюдения ПДД велокурьерами. Например, Еда и Лавка вместе с проектом по развитию велокультуры Let's bike it! выпустили [ролик](#) о безопасной езде на велосипеде в городе. Он пригодится не только курьерам, но и всем велосипедистам.



## Взаимоуважение пользователей и исполнителей

Яндексу в равной степени важна безопасность пользователей и партнеров сервиса. Также важно то, чтобы пользователи и исполнители относились друг к другу с уважением и доверием. От этого напрямую зависит качество услуги.

Водители могут обратиться по любым вопросам в службу поддержки Яндекс.Такси через приложение или форму на сайте Яндекс.Про. В неоднозначных ситуациях с пассажирами поможет функция «Конфликт» в Яндекс.Про, которая позволяет записать на аудио все, что происходит в салоне<sup>102</sup>. Приложение предупреждает о начале аудиозаписи голосовым оповещением, а запись сохраняется в памяти телефона. После отправки записи с водителем связываются специалисты службы поддержки, чтобы уточнить подробности и дать дальнейшие рекомендации. Записи хранятся не более одного месяца в зашифрованном виде.

Если пользователь ведет себя грубо и агрессивно по отношению к курьеру, то Яндекс.Еда и Яндекс.Лавка — в соответствии с обновленным [пользовательским соглашением](#) от января 2021 года — могут ограничить ему доступ к отдельным функциям сервисов или вовсе заблокировать его. Яндекс также рассматривает возможность введения других дополнительных мер для защиты курьеров. Например, предоставление юридических консультаций у компаний-партнеров и введение рейтинга пользователей.



Подробнее о том, как Яндекс обеспечивает безопасность и комфорт пользователей, читайте в главе [«Про пользователей»](#).

<sup>102</sup> На момент подготовки Отчета описанная схема работы функции «Конфликт» доступна для водителей, выполняющих заказы в Казани.

## Благонадежные таксопарки

Стандарты качества, разработанные для каждого тарифа, помогают обеспечить безопасность поездок. Перед началом сотрудничества с партнерами-таксопарками компания проверяет их благонадежность. Компания регулярно проверяет, как водители соблюдают стандарты, например, проводит стационарный и мобильный контроль автомобилей.



Подробнее о том, как Яндекс следит за соблюдением стандартов качества, читайте в главе [«Про пользователей»](#).





## Здоровье водителей и курьеров

Чтобы не допускать переработок курьеров, в Яндекс.Еде и Яндекс.Лавке действует система мониторинга времени смены: система не позволяет выбирать слот продолжительностью более 12 часов подряд и следит, чтобы между длинными сменами обязательно были перерывы. Специальная опция в приложении для курьеров показывает рестораны, которые имеют зоны отдыха для курьеров, а каждый десятый ресторан, работающий с Яндекс.Едой, предлагает бесплатные чай, воду и возможность зарядить телефон. Курьерам Яндекс.Еды и Яндекс.Лавки также предоставляются скидки на ежедневное питание: от 50% до 90%.

Яндекс заботится и о режиме работы водителей. Уменьшить вероятность переработок помогает система учета времени на линии. По истечении определенного времени работы она блокирует доступ к заказам до тех пор, пока водитель не возьмет время на отдых (об этом водителя предупреждают заранее).

Яндекс сотрудничает с глухими и слабослышащими водителями и курьерами. Чтобы помочь им адаптироваться к работе в сервисе, Яндекс.Такси и Яндекс.Еда создали специальные страницы<sup>103</sup>, на которых можно познакомиться с профессией и оставить заявку на подключение. Также все обучающие материалы сопровождаются переводом на жестовый язык, а пользователи и рестораны могут видеть, что их заказ выполняет водитель или курьер с нарушениями слуха.



Подробнее о том, как Яндекс повышает доступность сервисов, читайте в разделе [«Поддержка незащищенных слоев населения»](#).

<sup>103</sup> [Страница](#) для глухих и слабослышащих водителей-партнеров сервиса Яндекс.Такси. [Страница](#) для курьеров-партнеров сервиса Яндекс.Еда.

3

## Поддержка водителей и курьеров в период пандемии



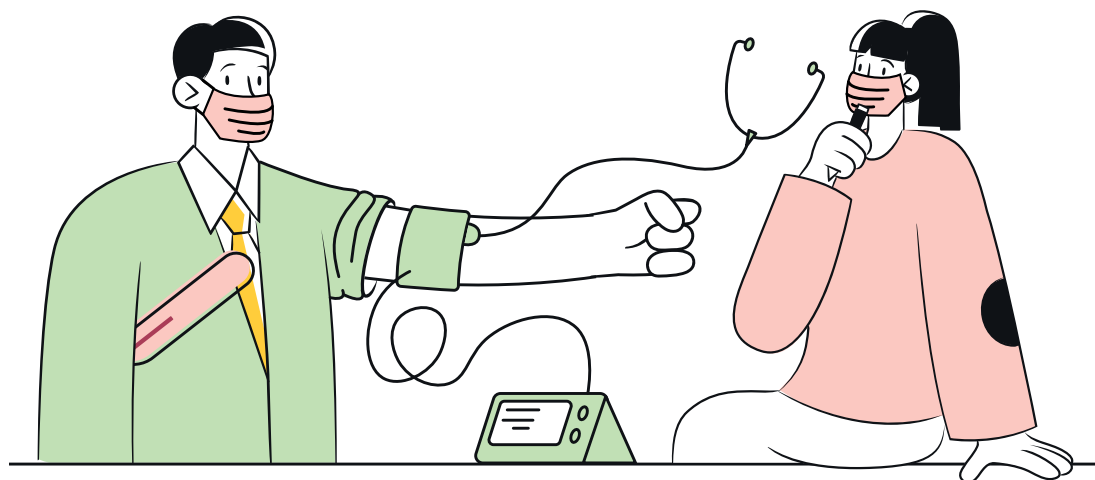
Водители и курьеры, сотрудничающие с сервисами Яндекса, обычно контактируют с десятками людей в день. С началом пандемии их работа стала незаменимой в условиях реалий ограниченного передвижения. Чтобы поддержать партнеров, Яндекс ввел дополнительные меры безопасности, а также сформировал фонд финансовой помощи, который продолжает работу в 2021 году. В 2020 году на помощь в борьбе с распространением коронавируса Яндекс.Такси направило 600 млн руб.

Для водителей и курьеров, заболевших коронавирусом или оказавшихся на карантине, Яндекс.Такси запустил [программу](#) по дополнительному вознаграждению в период пандемии, которая будет действовать до конца 2021 года. Она доступна для всех водителей-партнеров<sup>104</sup>, которые были активны на линии установленное количество часов до необходимости изоляции, независимо от их гражданства и позволяет получить единовременную выплату за 14 дней болезни или карантина. Размер выплаты определяется индивидуально, в зависимости от среднего дохода водителя за период.

Для водителей, выполняющих заказы Яндекс.Такси в России, организованы [пункты бесплатной дезинфекции автомобилей](#) в Москве, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге<sup>105</sup>, где машины тщательно обрабатываются специальными средствами.

<sup>104</sup> Программа по дополнительному вознаграждению в период пандемии доступна водителям из таксопарков-партнеров сервиса, а также водителям-прямым партнерам — самозанятым и индивидуальным предпринимателям. Программа действует до конца 2021 года на территории России, Беларуси, Казахстана, Грузии, Латвии, Армении, Эстонии, Сербии и Молдовы.

<sup>105</sup> В каждом из указанных городов действует один пункт бесплатной дезинфекции автомобилей. Пункт в Екатеринбурге работал до 9 марта 2021 года. Также водителям доступны около 110 платных точек обработки автомобилей в других городах РФ.



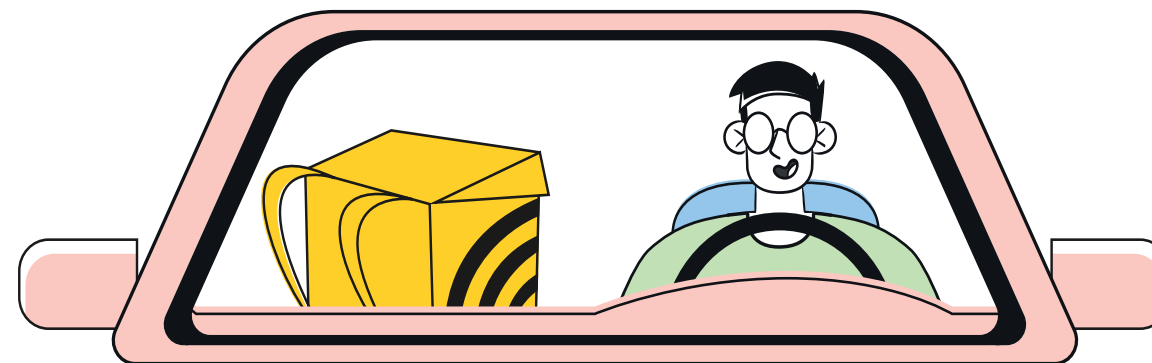
На пике пандемии приложение Яндекс.Про напоминало о необходимости дезинфекции и проветривания салона после каждой шестой поездки. В Яндекс.Еде и Яндекс.Лавке курьерам перед каждой сменой выдают набор из маски, перчаток, антибактериальных салфеток и санитайзеров и измеряют температуру, а их сумки дезинфицируются перед каждым заказом. Помимо этого, в приложении Яндекс.Про есть полезная информация о профилактике и симптомах вирусных инфекций. На складах Яндекс.Лавки дезинфекция проходит два раза в день.

С марта по ноябрь 2020 года водители и курьеры, работающие в Москве, также могли бесплатно измерить температуру и давление в одной из 50 точек телемедицинского контроля. Также с осени Яндекс каждые две недели бесплатно выдавал маски и санитайзеры водителям-партнерам на территории аэропорта Шереметьево в Москве.

Из-за пандемии у водителей снизилось количество заказов. Чтобы помочь им сохранить привычный заработок, Яндекс открыл доступ к заказам Яндекс.Еды и Яндекс.Лавки, а также запустил собственный логистический сервис. Так у водителей появилась возможность работать и в качестве курьеров, нагрузка на которых существенно возросла с ростом спроса на сервисы доставки в период самоизоляции.



Подробнее о том, как Яндекс помогает защищать здоровье водителей и курьеров от коронавируса, читайте [здесь](#).





ТС-ИМ-220а.1

## Защита персональных данных

Чтобы получать заказы в Яндекс.Про, водители предоставляют компании свои персональные данные<sup>106</sup>. Это необходимо для того, чтобы идентифицировать личность и аккаунт водителя. Яндекс тщательно следит за безопасностью данных, которые передают партнеры, — они хранятся на защищённых серверах и охраняются законом и стандартами безопасности компании. Персональные данные обрабатываются строго в соответствии с [Политикой конфиденциальности](#).

Защитить аккаунт водителя помогает функция «Проверка личности» — дополнительная идентификация по селфи<sup>107</sup>, которая занимает несколько секунд. Она позволяет убедиться, что за рулем именно тот водитель, который был допущен к заказам сервиса, и защищает аккаунт от мошенников.

Также приложение Яндекс.Про скрывает настоящие номера телефонов водителя и пассажира — они не могут видеть номера друг друга. Во время звонка пассажир слышит робота, который соединяет его с водителем (то же самое происходит, когда водитель звонит пассажиру). Шифрование работает в большинстве регионов России и в ближайшее время покроет всю территорию страны.



Подробнее о том, как Яндекс защищает персональные данные водителей, читайте [здесь](#).

<sup>106</sup> Перечень персональных данных, которые водители предоставляют Яндексу, опубликован [здесь](#).

<sup>107</sup> Селфи — фотография лица на фронтальную камеру.

<sup>108</sup> На март 2021 года.

<sup>109</sup> На апрель 2021 года.

8

9

203-2

## Яндекс для бизнеса

Несмотря на то, что большинство сервисов Яндекса ориентированы на широкую аудиторию, компания учится работать и с бизнесом. У Яндекса уже есть десятки сервисов, которые позволяют автоматизировать бизнес-процессы и привлекать новых клиентов. Компания предлагает решения как для крупного, так и для малого и среднего бизнеса, предоставляя последним выгодные условия и способствуя их развитию. Чтобы лучше понимать потребности бизнеса, Яндекс собирает и анализирует обратную связь и отслеживает удовлетворенность партнеров.

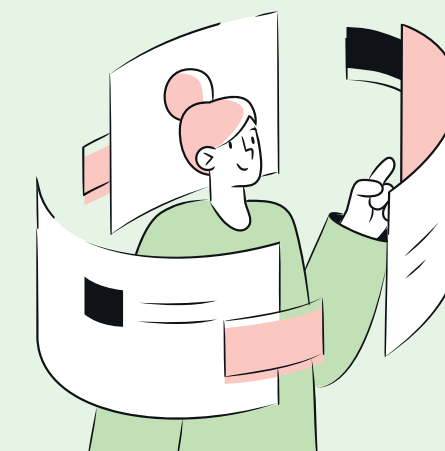
**>600 тыс.**  
рекламных партнеров

**10 тыс.** продавцов<sup>109</sup>  
на маркетплейсе Яндекс.Маркета

**33 тыс.** ресторанов  
работали на платформе  
Яндекс.Еды в марте 2021 года

**Более 20** ритейл-сетей  
в Москве, Санкт-Петербурге  
и нескольких регионах России  
пользовались доставкой Яндекс.Еды  
по состоянию на март 2021 года

**22 тыс.** клиентов<sup>108</sup>  
используют технологии  
Yandex.Cloud для развития  
и цифровизации своего бизнеса







## Помощь в развитии

Решения и технологии Яндекса дают возможность клиентам развивать свой бизнес.

При помощи рекламных продуктов Яндекса бизнес находит контакт с целевой аудиторией и получает доступ к удобным инструментам рекламной аналитики. Многие клиенты Яндекс.Директа пользуются бонусными программами и могут получить дополнительный бюджет в размере до 10% от ранее вложенных в рекламу средств.



Подробнее о том, как Яндекс контролирует качество рекламы, читайте в разделе [«Качество работы с контентом»](#).

С помощью облачной платформы **Yandex.Cloud** бизнес может создавать и развивать свои проекты, используя те же технологии, на основе которых работает сам Яндекс. Российские и международные компании используют Yandex.Cloud для переноса корпоративных приложений из собственной инфраструктуры в облачную, разработки собственных цифровых продуктов, обработки и хранения данных, внедрения уникальных сервисов Яндекса на базе машинного обучения и искусственного интеллекта. Сервис популярен среди компаний различных отраслей — так, платформой пользуются представители финтеха, ритейла, страхования, разработки программного обеспечения и других сфер бизнеса — всего 22 тыс. клиентов<sup>110</sup>. Также в Yandex.Cloud действует программа поддержки Yandex Cloud Boost — она дает возможность компаниям любого размера, создающим цифровой продукт, получить грант на использование технологий сервиса размером до 1 млн руб.

<sup>110</sup> На март 2021 года.

Приложение **Яндекс Go** тоже имеет решения для бизнеса: с его помощью компании могут пользоваться услугами корпоративного такси (используют 75 тыс. клиентов), а также быстро и недорого отправлять покупателям заказы. Небольшие посылки доставляют пешие и автокурьеры, а крупные отправления — грузовики.

Сервис **Яндекс.Маршрутизация** позволяет компаниям автоматизировать собственную доставку: планировать оптимальные маршруты для водителей и пеших курьеров и следить за их выполнением в режиме онлайн. Система может одновременно планировать маршруты как для автомобилей, так и для пеших курьеров. Она автоматически распределяет заказы и в расчетах учитывает более 50 параметров, включая габариты грузов, время работы складов и совместимость товаров. Яндекс.Маршрутизация отслеживает, где находятся курьеры, и, если потребуется, курьерские службы смогут поделиться этой информацией со своими клиентами. Платформа подходит не только компаниям с собственным автопарком, но и всем, кто хочет сократить транспортные издержки: крупным торговым сетям и интернет-магазинам, производителям товаров, банкам.

**Яндекс.Маркет** активно сотрудничает с онлайн-магазинами, подключая их к своей системе и помогая найти новых покупателей и организовать работу с ними. Сервис работает как система «одного окна» для бизнеса. Так, Маркет берет на себя представление товаров на витрине, общение с покупателями и доставку заказов.

**Яндекс.Еда** помогает развиваться кафе и ресторанам, доставляя их еду пользователям. В личном кабинете есть возможность отслеживать статистику работы заведения, например, оборот ресторана, динамику заказов по периодам и другие показатели. Кроме того, сервис разработал собственную рекламную платформу на основе технологий Яндекс.Директа:





воспользоваться функцией может любой ресторан, чей рейтинг превышает 4, вне зависимости от его размера. Рекламу можно запустить прямо из личного кабинета – после этого продукция ресторана попадает в категорию «Обратите внимание», где ее заметят больше покупателей. На февраль 2021 года уже больше 500 ресторанов воспользовались этой возможностью.

Локальные производители продуктов питания в разных регионах страны, которым сложно попасть в крупные торговые сети, а также локальные рестораны, кофейни или пекарни могут предложить свою продукцию в **Яндекс.Лавке** в качестве эксперимента. Если продукция окажется востребованной, то останется в ассортименте сервиса.

Развиваться небольшим компаниям помогает сервис **Яндекс.Бизнес**. Он объединяет несколько инструментов для привлечения клиентов и размещения рекламы в интернете. Например, функции онлайн-записи и умной клиентской базы. А при подключении рекламной подписки на Яндекс малый бизнес может просто и быстро запустить рекламу сразу на нескольких площадках: в Поиске, Картах, Дзене, Услугах и Рекламной сети. Компании достаточно оформить месячную подписку, а Яндекс сам распределит бюджет и выберет, какая площадка и рекламный инструмент будут наиболее эффективными.

Для малого бизнеса некоторые сервисы Яндекса доступны совершенно бесплатно. Например, Справочник, Почта и Диск для бизнеса, Вебмастер, сервисы аналитики и маркетинга сайтов и приложений Метрика и AppMetrica, Формы, Кью, конструкторы карт и турбо-страниц, поиск для сайта и другие.



Подробнее об этих и многих других сервисах Яндекса для бизнеса читайте [здесь](#).

3

8

COVID



## Поддержка малого и среднего бизнеса в период пандемии

В рамках программы поддержки малого и среднего бизнеса в период пандемии предприниматели и небольшие компании могли получить бонусы до 15 тыс. руб. на рекламу в Яндекс.Директе и воспользоваться другими сервисами на льготных условиях (например, Телефонией, Маршрутизацией, Диском и другими). Специалисты Яндекса также бесплатно помогали настроить рекламу как уже зарегистрированным, так и новым рекламодателям. Небольшим и средним площадкам Рекламной сети Яндекса (РСЯ) компания предоставляла дополнительные выплаты за каждую тысячу видимых показов рекламы РСЯ и промокоды на рекламу своего ресурса в Яндекс.Директе.

Помимо централизованной программы поддержки, сервисы Яндекса реализовывали и собственные инициативы по поддержке бизнеса. В Яндекс.Еде ускорили процедуру подключения ресторанов, она стала занимать один день вместо семи. Локальные рестораны и небольшие сети, подключившиеся в период с 15 марта по 15 июня 2020 года, получили 100 бесплатных доставок за счет сервиса. Также доступ к размещению заказов на платформе получили кофейни.

Кроме того, рестораны могли отказаться от использования курьерских услуг Яндекс.Еды, подключившись к сервису как к маркетплейсу — для таких партнеров сервис обнулil комиссию. А благодаря привлечению водителей-партнеров Яндекс.Такси к доставке еды рестораны расширили зону доставки и отправляли заказы из центра в дальние районы Москвы.



Яндекс.Такси выделило 600 млн руб. на помощь в борьбе с распространением коронавируса. В частности, организовано более 150 пунктов дезинфекции автомобилей.

В 2020 году сервис запустил программу «Пакет помощи» для поддержки локальных ресторанов и небольших сетей, у которых есть не более трех точек по всей России. Программа стала продолжением тех мер поддержки партнеров, которые Яндекс ввел в период пандемии. «Пакет помощи» предусматривал нулевую комиссию на заказы с самовывозом, неделю бесплатного рекламного размещения на сервисе, бесплатный доступ к созданию безопасного электронного меню для заказов в зале и выплату бонусов за временную переквалификацию сотрудников в курьеров сервиса. Специальные условия помогали ресторанам экономить на доставке, разгрузить залы, не теряя заказов, и позаботиться о сотрудниках и гостях. На реализацию программы Яндекс выделил 120 млн руб.

В 2021 году программа была обновлена — теперь ее фокус смещен на стимулирование заказов в регионах, в которых рестораторы больше всего пострадали от последствий пандемии. Яндекс субсидирует стоимость доставки для конечных пользователей, продвигает локальные несетевые заведения и качественные ресторанные проекты и организует гастрономические события.

Яндекс.Лавка тоже поддержала рестораны, включив в ассортимент доставки больше готовых блюд от партнеров.

Яндекс.Маркет предоставлял бонусы магазинам, которым особенно нужна была поддержка. Это малый и средний бизнес, продавцы товаров для здоровья и продуктов, а также компании любого размера, которые перестраивались на онлайн-продажи. Бонусы можно было использовать для оплаты размещения на Маркете. А Яндекс Go в марте запустил новый тариф Курьер. Этот тариф позволяет передавать небольшие посылки до 10 кг. Он оказался особенно актуален для небольших компаний, которым пришлось экстренно перейти на удаленный режим работы.

## Надежные партнерства

16

Яндекс строит взаимоотношения с партнерами честно и открыто. Этические стандарты, закрепленные в нормативных документах Яндекса (например, в Правилах деловой и корпоративной этики, Политике по борьбе со взяточничеством), распространяются не только на саму компанию, но и на ее партнеров. Яндекс внимательно относится ко всем, с кем вступает в деловые отношения, проверяет партнеров до начала взаимодействия, а также оставляет за собой право на регулярные проверки. В ходе проверок Яндекс контролирует, как партнеры соблюдают условия договоров.



Подробнее о том, как Яндекс контролирует соблюдение этических стандартов, читайте в разделе [«Деловая этика и права человека»](#).



Используя сервисы для бизнеса, компании доверяют Яндексу свои данные. Как надежный партнер Яндекс обеспечивает физическую безопасность своей инфраструктуры и защиту персональных данных клиентов. Все сервисы компании соответствуют требованиям законодательства в области информационной безопасности и промышленным стандартам. Например, Yandex.Cloud соответствует требованиям о хранении персональных данных GDPR, промышленных стандартов ISO и PCI DSS<sup>111</sup>.



Подробнее о том, как Яндекс обеспечивает информационную безопасность, читайте в разделе [«Информационная безопасность и защита персональных данных»](#).

Яндекс регулярно проводит обучение для клиентов и партнеров. У каждого сервиса могут быть свои программы. Например, Яндекс.Маркет проводит ежегодную образовательную конференцию для магазинов. В 2020 году на конференции говорили о трендах рынка электронной коммерции, ближайших планах Маркета и инструментах, которые помогают сделать размещение на сервисе максимально эффективным. Бесплатные вебинары и мастер-классы также проводятся для рекламодателей и партнеров РСЯ.

<sup>111</sup> General Data Protection Regulation (GDPR) — общий регламент о защите данных, регулирует сбор и обработку персональных данных физических лиц, находящихся в Европейской экономической зоне. Подробнее о стандартах, которым соответствует Yandex.Cloud, и о сертификациях платформы читайте [здесь](#).

### Ключевое о вопросах поддержки партнеров сервисов Яндекса

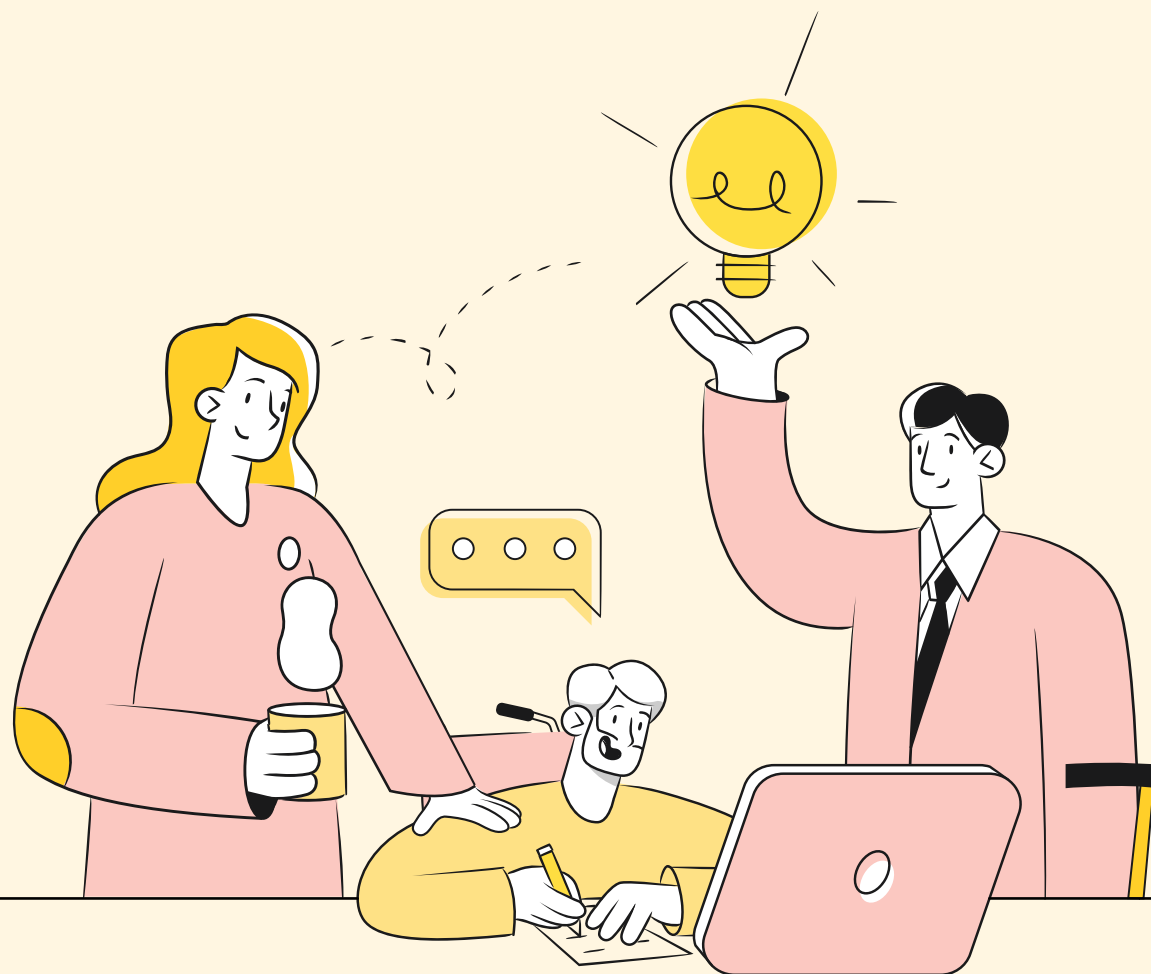
#### Задачи Яндекса:

**развивать** практики поддержки партнеров сервисов, которые станут признанными стандартами на рынке.

**разрабатывать** и внедрять технологии, которые помогут обеспечить физическую безопасность партнеров при сотрудничестве с сервисами.

За это в компании отвечают команды по работе с партнерами в рамках отдельных сервисов (Яндекс.Такси, Яндекс.Еда, Яндекс.Лавка и некоторые другие), а также руководители сервисов, которые входят в состав топ-менеджмента. Верхнеуровнево повестку курирует Совет директоров.

Команды регулярно отслеживают показатели удовлетворенности партнеров, статистику инцидентов, обратную связь пользователей касательно качества работы партнеров, регулярно проводят опросы партнеров (в Яндекс Go мониторинг обратной связи проводится ежемесячно), а также другие применимые метрики.



# Про пользу для общества

Образовательная инициатива Яндекса  
Поддержка незащищенных слоев населения

# Образовательная инициатива Яндекса

**103-2** Яндекс занимается образовательными проектами уже 15 лет, с момента открытия Школы анализа данных в 2007 году.

**203-1**

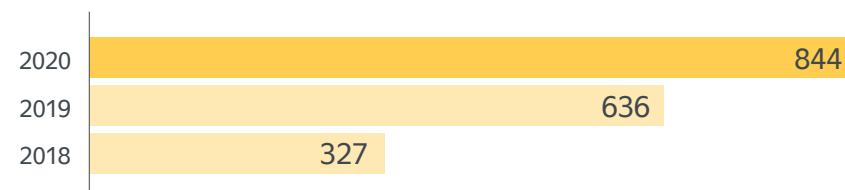
**413-1**

В 2019 году компания запустила Образовательную инициативу — программу улучшения образовательной среды с помощью технологий. Изначально программа была рассчитана на три года, но в 2020 году она стала бессрочной.

**4**

Образовательная инициатива помогает учителям в работе и развитии, готовит специалистов для IT и цифровой экономики, поддерживает науку и стремление людей к познанию, а также делает технологии доступными для образования. С началом пандемии появилась еще одна приоритетная задача: обеспечить непрерывность образовательного процесса с помощью технологий, а также поддержать учителей и школьников в сложных, непредсказуемых условиях.

**203-1** Объем затрат на образовательные проекты, млн руб.<sup>112</sup>



<sup>112</sup> На графике показаны объемы затрат за календарные годы, то есть с 1 января по 31 декабря соответствующего года.

## Основные результаты Образовательной инициативы Яндекса<sup>113</sup>

**103-3**

В 2019–2020 учебном году в рамках Образовательной инициативы были реализованы десятки разных проектов, однако в Отчет вошли только некоторые из них. Обо всех направлениях программы можно узнать на [официальном сайте](#) Образовательной инициативы и в ее [годовом отчете](#).

**>2 млн человек**

воспользовались бесплатными образовательными возможностями Яндекса

**180 тыс. учителей**

участвовали в образовательных программах проекта «Я Учитель»

**1,9 млн школьников**

использовали Яндекс.Учебник на уроках

**86 тыс. учителей**

использовали Яндекс.Учебник на уроках

**Высшая школа экономики**

(НИУ ВШЭ) в партнерстве с Yandex.Cloud запустили проект масштабной цифровизации вуза

Цель проекта — создание профессиональной среды для работы студентов, преподавателей, исследователей и ученых

<sup>113</sup> Отчетный период Образовательной инициативы соответствует учебному году в России, поэтому результаты программы, представленные в Отчете (кроме данных об объеме затрат), охватывают период с сентября 2019 года по сентябрь 2020 года.

## Яндекс.Практикум

Сервис онлайн-образования [Яндекс.Практикум](#) позволяет освоить востребованную IT-специальность или выучить английский язык. Курсы Практикума адаптированы для пользователей с разным уровнем знаний, что позволяет каждому найти для себя что-то доступное и полезное. Аудитория сервиса охватывает как студентов, так и опытных профессионалов, которые бы хотели сменить специальность. По статистике сервиса, 70% выпускников завершают начатый курс и вскоре находят работу по новой специальности.

Одним из принципов работы Практикума является то, что каждый должен получать практическую пользу от обучения — это отражает название самого сервиса. Для этого в рамках обучения пользователи погружаются в реальные ситуации и выполняют задания, схожие с теми, что делают профильные специалисты: на занятиях по программированию студенты с первого урока пишут код, а на занятиях по дизайну — работают с реальными макетами. Знания передаются поступательно, чтобы обучающемуся было удобно сразу же применить их на деле. Для этого Практикум разработал множество онлайн-тренажеров, а также предоставляет доступ к реальным рабочим инструментам. В процессе обучения студентов поддерживают профессиональные наставники, задача которых — помочь разобраться в сложных вопросах, дать оценку прогрессу, а также поделиться практическим опытом.

## Подготовка специалистов для IT и цифровой экономики

Специалисты Яндекса делятся своими знаниями и опытом и помогают обучать IT-специалистов по всей России. Это позволяет не только готовить лучшие кадры, но и развивать цифровую экономику страны.

### Яндекс.Лицей

- 4 [Яндекс.Лицей](#) помогает школьникам 8–10 классов бесплатно научиться основам промышленного программирования на языке Python, который востребован как в науке, так и в бизнесе. В течение двухгодичного курса ученики Лицея знакомятся с теорией и учатся решать прикладные задачи. Занятия ведут сертифицированные Яндексом преподаватели, прошедшие специальный отбор и обучение, — это профессиональные разработчики, преподаватели вузов, школьные учителя, студенты старших курсов технических специальностей.



Во время пандемии традиционно очные занятия в Лицее были заменены дистанционным обучением.

**8,2** тыс. школьников изучали программирование по программам Яндекс.Лицея



## Школа анализа данных

- 4** [Школа анализа данных](#) (ШАД) — это бесплатная двухгодичная образовательная программа в области компьютерных наук и анализа данных для студентов и выпускников вузов, которые хотят заниматься исследованиями или работать в IT-индустрии. Эксперты Яндекса и ведущих университетов ведут обучение по специальностям data science, разработка машинного обучения и другим IT-специальностям. ШАД представлена в России, Беларуси и Израиле.
- 8**
- 9**

ШАД раскрывает потенциал студентов и нацелена на то, чтобы каждый получил желаемое место работы и успешно применял свои навыки в выбранной сфере. Выпускники Школы становятся специалистами мирового уровня и работают в крупнейших российских и зарубежных IT-компаниях, среди которых, помимо Яндекса, Google, Amazon, Microsoft, Сбер, Тинькофф и Mail.ru.

COVID



Чтобы студенты не выключались из учебного процесса и во время пандемии, ШАД запустила прямые трансляции лекций, открыла виртуальные кофейни, где студенты могли пообщаться между собой и с преподавателями, и проводила психологические тренинги и мероприятия.

**20** человек на место

средний конкурс  
при поступлении в ШАД

**979** специалистов

выпустил ШАД  
с 2007 по 2020 год

**57%**

выпускников работают  
или работали в Яндексе

## Помощь учителям в работе и развитии

Технологии и сервисы Яндекса расширяют профессиональные возможности учителей и позволяют автоматизировать рутинную работу, чтобы педагоги могли сосредоточиться на самом важном — обучении и общении с учениками.

### Яндекс.Учебник

- 4** Бесплатный онлайн-сервис [Яндекс.Учебник](#) дает учителям возможность составлять индивидуальные образовательные траектории для школьников и адаптировать программу под учащихся с разным уровнем подготовки. Сервис позволяет учителю выдавать задания из обширной и постоянно пополняемой библиотеки и следить за успеваемостью учеников с помощью встроенных инструментов аналитики.
- 8**

COVID



С марта 2020 года в Яндекс.Учебнике стали доступны инструменты для удаленного проведения уроков: занятия по видеосвязи, чаты с классом для обмена сообщениями и файлами с материалами и домашними заданиями.

Яндекс.Учебник — это платформа не только для учителей, она позволяет каждому ребенку получить доступ к качественному образованию. Каждое задание в Яндекс.Учебнике максимально продумано: современные темы заданий (например, о дронах и героях мультфильмов) позволяют учителю говорить с учениками на одном языке, а подсказки и несколько попыток решения мотивируют продолжать заниматься, даже если поначалу не все получается.



**103-3**  
**413-1** В 2019 году Яндекс провел [исследование](#) об эффективности Яндекс.Учебника совместно с НИУ ВШЭ при участии специалистов из Стэнфордского и Калифорнийского университетов. В нем приняли участие 6 тыс. третьеклассников и их учителей из 343 школ в Новосибирской области и Алтайском крае. Исследование показало, что, выполняя онлайн-задания, дети улучшают свои образовательные результаты и позитивнее воспринимают обучение в школе. Например, удалось выяснить, что выполнение 10 упражнений в Яндекс.Учебнике в течение недели повышает успеваемость по математике на 16–18%.

Такой эффект наблюдался у детей с изначально слабой успеваемостью: возможность выполнять задания онлайн помогала им самостоятельно работать над ошибками и закреплять материал. Если ребенок делал ошибку в примере, сервис предлагал ему подсказку. При этом учитель мог отслеживать успехи ученика и менять сложность заданий. В итоге школьникам было легче совершенствоваться и повторять пройденное.

Анкетирование учеников в конце года показало, что дети из экспериментальных групп начали считать и русский язык, и математику более полезными предметами. Интерес к учебе к концу года у них был выше, чем у учеников в контрольной группе. Отношение к школе в целом к этому времени у них тоже улучшилось.

Дети при этом, по оценке учителей, не были перегружены: в экспериментальных группах им давали столько же заданий, сколько в контрольной. Задания по Яндекс.Учебнику им приходилось решать онлайн, так что это побудило их чаще использовать гаджеты в образовательных целях. Сами учителя также стали чаще использовать технологии на уроках.

## «Я Учитель»

**4** Программа развития педагогов [«Я Учитель»](#), разработанная Яндексом совместно с вузами и институтами повышения квалификации, помогает освоить новые практики преподавания, необходимые для обучения детей в современном мире. Она включает бесплатные курсы по методикам преподавания, вебинары, диагностику по гибким и цифровым компетенциям, а также лучшие статьи экспертов — готовые приемы, которые можно сразу применять на уроках.

**>45** тыс. учителей  
прошли курсы повышения  
квалификации по программе  
«Я Учитель»

**>77** тыс. учителей  
приняли участие  
в вебинарах

**48** регионов  
подключены к проекту  
«Я Учитель»

**21** тыс. учителей  
посмотрели вебинары о мето-  
диках преподавания в онлайн-  
и смешанном формате

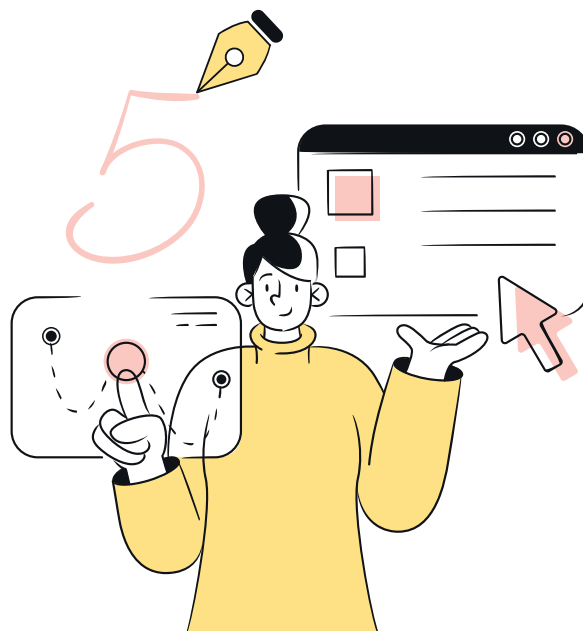
**120** тыс. учителей  
со всей России смогли оценить свои компетенции в рамках  
онлайн-интенсива и получили рекомендации по развитию



Необходимость быстро перестроиться на работу в удаленном режиме в период пандемии стала настоящим вызовом даже для опытных педагогов. Чтобы помочь учителям организовать процесс дистанционного обучения, методисты программы подготовили курсы и вебинары, позволяющие лучше понять методики и технологии преподавания в онлайн- и смешанном формате.

**11** тыс. учителей  
прошли курсы по органи-  
зации учебы в онлайн-режиме

**10** тыс. учителей  
активно и регулярно поль-  
зовались новыми возмож-  
ностями сервиса в самый  
сложный период начала  
пандемии



## Предоставление технологий для образования

Яндекс стремится создать комфортную и доступную цифровую образовательную среду для людей разных возрастов и уровня подготовки: для школьников и выпускников вузов, начинающих специалистов и профессионалов.

### Yandex.Cloud и вузы

4

8

9

Весной 2020 года НИУ ВШЭ в партнерстве с Yandex.Cloud запустили программу построения Цифрового университета — единой цифровой среды для студентов, преподавателей, исследователей и ученых. ВШЭ применяет сервисы Yandex.Cloud для проведения аттестаций, а также планирует использовать их как платформу для разработки и внедрения рекомендательных и прогнозных систем на основе искусственного интеллекта.



В связи с пандемией коронавируса Яндекс также предложил университетам льготный доступ к использованию сервисов Yandex.Cloud, чтобы помочь вузам в короткие сроки увеличить объемы IT-инфраструктуры.

## Поддержка науки и стремления людей к познанию

Уважение к науке, образованию и культуре лежит в основе ценностей Яндекса. В рамках Образовательной инициативы компания поддерживает научные и культурные проекты, а также популяризирует разные области знания с помощью технологий.

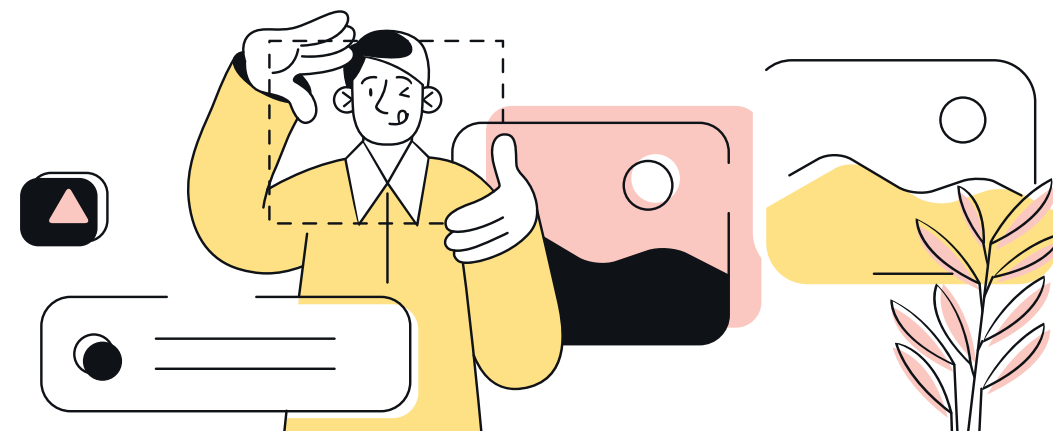
### «Культурный марафон»

В 2020 году вновь прошел [«Культурный марафон»](#) — всероссийский образовательный проект, который знакомит детей с культурой. В основе марафона — необычный мультимедийный онлайн-тест, который не проверяет знания, а погружает школьников в культурный контекст. На этот раз марафон был посвящен культуре народов России. Тест состоял из 40 вопросов, сочетающих редкие фольклорные находки с явлениями современной культуры, например якутские мифы и брейк-данс, татарских лесных духов и современную поп-музыку. Участники марафона могли не только расширить свои знания о культуре, но и выиграть одну из тысячи Яндекс.Станций Мини.

**860 ТЫС. участников**  
прошли «Культурный марафон — 2020»

### «Урок цифры»

**4** Яндекс поддерживает [«Урок цифры»](#) — масштабный образовательный проект<sup>114</sup>, который знакомит детей с основами цифровой экономики, технологий и программирования через онлайн-уроки. Такой формат обучения позволяет выйти за рамки традиционного школьного урока информатики и пробуждает живой интерес к современным IT-профессиям. Для проекта Яндекс разработал урок о персональных голосовых помощниках, на котором можно узнать, как они устроены, познакомиться с их функциями и научить чат-бота отвечать на вопросы. В 2021 году Яндекс запустил новый урок — о беспилотном транспорте.



<sup>114</sup> Проект Министерства просвещения Российской Федерации, Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации и АНО «Цифровая экономика».

## Научная премия Яндекса имени Ильи Сегаловича

- 4** Молодые исследователи и научные руководители могут подать заявку на [Премию имени Ильи Сегаловича](#), которая учреждена для поддержки научного сообщества в России, Беларуси и Казахстане. Премия вручается с 2019 года за достижения в области компьютерных наук. Лауреатов выбирает Совет премии и жюри, в которое входят руководители Яндекса и ученые.
- 9**

В 2020 году лауреатами стали 12 человек: трое научных руководителей и девять молодых ученых. Все лауреаты в номинации «Молодые исследователи» уже успели представить свои работы на престижных международных конференциях. Размер премии для молодых исследователей составил 350 тыс., а для научных руководителей — 700 тыс. руб.

### 25 лауреатов

(18 молодых исследователей и семь научных руководителей) получили премию за два года ее существования

#### Ключевое об образовательных проектах

Задачи Яндекса:

**использовать** технологии и компетенции Яндекса для практически направленной подготовки специалистов для IT и цифровой экономики.

**развивать** сообщество преподавателей и разработчиков образовательных программ.

## Yet Another Conference on Education

- 4** В ноябре 2020 года Яндекс провел первую онлайн-конференцию, посвященную вопросам образования, — Yet Another Conference on Education (YaC/e). Конференция стала не только знаковым событием для компании, но и крупнейшим образовательным мероприятием 2020 года — к трансляции присоединились более 50 тыс. человек. В 2021 году мероприятие планируется повторить.

На конференции говорили о современном образовании, делились опытом и обсуждали новейшие технологические решения для сферы образования. 90 спикеров, среди которых педагоги, методисты, ученые и разработчики цифровых образовательных продуктов, выступили в восьми тематических треках: для учителей, директоров школ и вузов, дизайнеров образовательного опыта и других аудиторий. Больше информации о мероприятии будет опубликовано в годовом отчете Образовательной инициативы за 2020–2021 год.

За это в компании отвечает команда Образовательной инициативы, на уровне топ-менеджмента проекты курирует Елена Бунина, генеральный директор Яндекса в России и HR-директор. Верхнеуровнево повестка рассматривается Советом директоров.

Команда регулярно отслеживает количество выпускников образовательных программ Яндекса, статистику трудоустройства по итогам, количество пользователей образовательных сервисов, обратную связь участников программ, а также другие применимые метрики.



# Поддержка незащищенных слоев населения

**203-1** Яндекс верит в то, что может менять мир к лучшему при помощи своих сервисов и технологий. Поддержка людей, которым она больше всего необходима, является важной частью социальной миссии компании.

2020 год для многих оказался непростым, и необходимость помогать друг другу стала особенно ощутимой. Во время пика пандемии Яндекс запустил проект «Помощь рядом»: его задачами стали организация поездок на такси для медицинских и социальных работников и доставка продуктов нуждающимся. А в октябре 2020 года проект трансформировался в постоянную социальную программу компании. Параллельно команда Яндекса продолжала работу по повышению доступности сервисов и приложений.

**Свыше 400 млн руб.** перечислил Яндекс на социальные и благотворительные цели<sup>115</sup>

**119 млн руб.** пожертвований было собрано<sup>116</sup>

**250 млн руб.** выделил Яндекс на проект «Помощь рядом»

Проекты «Помощь рядом» и «Глухие и слабослышащие водители в Яндекс.Такси» — победители премии [«Лучшие социальные проекты России»](#)

## «Помощь рядом»

**11** Чтобы поддержать тех, кто оказался в эпицентре борьбы с пандемией, весной Яндекс запустил социальный проект «Помощь рядом» более чем в 100 городах России.

203-1

COVID



С марта по сентябрь люди, находящиеся в зоне риска, — врачи, медицинские и социальные работники, доноры — могли бесплатно передвигаться по городу на автомобилях партнеров Яндекс.Такси. Удобный и быстрый транспорт дал врачам возможность посещать в два раза больше пациентов за одну смену. Кроме того, компания поддержала благотворительные фонды, чтобы их сотрудники, волонтеры и подопечные могли безопасно добираться на работу и лечение.

Чтобы врачи, медицинские и социальные работники, а также работники лабораторий-партнеров могли безопасно добираться на вызовы, Яндекс с партнерами сформировали отдельный парк автомобилей, которые были оборудованы защитными экранами.

<sup>115</sup> Объем безвозмездных перечислений благотворительным фондам, учебным заведениям, а также расходы на проведение конференций и отраслевых мероприятий. Эта сумма не включает расходы на программу [«Помощь рядом»](#) и проекты Образовательной инициативы.

<sup>116</sup> Сумма сверх средств, выделенных Яндексом, собрана жертвователями в период с марта по октябрь 2020 года.

Для многодетных семей, пенсионеров и людей из незащищенных слоев населения компания вместе с региональными властями и некоммерческими организациями организовала бесплатную доставку продуктов и товаров первой необходимости.

### Результаты проекта «Помощь рядом» в период обострения распространения коронавируса (март — сентябрь 2020 года)

**>400 тыс. поездок** для **12 тыс. врачей**  
и медицинских работников в 34 городах

**56 тыс. продуктовых наборов**  
для 14 НКО  
в 58 городах

**>45 тыс. поездок**  
для 65 НКО  
в 104 городах

**>13 тыс. поездок**  
для доноров  
в 78 городах

103-2 Уже первые результаты «Помощи рядом» показали, что созданная модель благотворительности — эффективная, так как опирается на инфраструктуру сервисов Яндекса как инструмент создания социального блага. Именно поэтому Яндекс принял решение поддерживать

благотворительные фонды и иные некоммерческие организации на постоянной основе: в октябре 2020 года проект был расширен и перезапущен. Двумя ключевыми направлениями стали организация бесплатных поездок для людей, которым нужна помощь в передвижении, а также предоставление сервисов и технологий Яндекса благотворительным фондам для эффективной работы.

413-1

Обновленная инициатива была построена таким образом, чтобы иметь возможность подключать разные сервисы Яндекса в перспективе и масштабировать результаты. Были определены ключевые цели:

- технологическая и сервисная помощь некоммерческим организациям;
- популяризация системной благотворительности;
- ознакомление широкой аудитории с социальными проблемами.

103-3

Для каждой цели подобрано несколько показателей эффективности, которые отслеживаются командой Яндекса на ежемесячной основе, а результаты проекта публикуются на его [официальном сайте](#). Это, к примеру, количество человек, получивших поддержку, количество поездок, совершенных подопечными фондов, количество пользователей, подписанных на регулярные пожертвования.

203-1

В 2020 году компания направила на проекты «Помощи рядом» 250 млн руб.



## Организация поездок для маломобильных людей

«Помощь рядом» совместно с Яндекс Go организует поездки для тех, кому нужна помощь в передвижении, — это люди с двигательными особенностями, тяжелыми заболеваниями и ментальными особенностями развития. Вместе с фондом-партнером «Друзья» Яндекс отбирает и верифицирует организации, которые помогают маломобильным людям, после чего они получают доступ к бесплатному тарифу. К концу 2020 года в программе участвовало уже 14 фондов.

Подопечные фондов могут бесплатно ездить на прием к врачу, реабилитацию или обучение. Поездки на такси для них — это не только комфорт в передвижении, но и возможность быть полноправными участниками городской жизни, регулярно и своевременно посещать реабилитацию и повышать ее качество. Заказы выполняют водители с высоким рейтингом, прошедшие специальное обучение по работе с маломобильными пассажирами. Сейчас в программе доступны два тарифа — детский (на основе обычного детского тарифа с дополнительной помощью от водителя) и взрослый. Труд водителей, занятых на этих тарифах, оплачивается из средств Яндекса и пожертвований пользователей, поддерживающих «Помощь рядом».

В будущем в рамках данной инициативы Яндекс планирует увеличивать число регионов, в которых доступны бесплатные поездки для маломобильных людей.

### Результаты организации поездок для маломобильных людей (данные от марта 2021 года)<sup>117</sup>

**18 186** совершенных поездок

**40 тыс.** водителей участвуют в проекте

**15** регионов подключено к проекту с Такси

## Бесплатный доступ к сервисам Яндекса

9

Еще одно направление проекта «Помощь рядом» — предоставление фондам бесплатного доступа к сервисам Яндекса для бизнеса. Это помогает сотрудникам и волонтерам эффективнее решать рабочие задачи. Для того чтобы получить доступ к Диску, Трекеру, Yandex.Cloud и Телефонии, необходимо подать заявку и пройти верификацию. В 2020 году уже 53 фонда (а в марте 2021 число достигло 70 фондов) подключились к программе.

**70** фондов

получают бесплатный доступ к сервисам Яндекса в марте 2021 года

<sup>117</sup> Результаты проекта меняются динамически и представлены на конец периода, указанного в заголовке.



## Развитие системной благотворительности

Помимо помощи собственными силами, компания вносит свой вклад в развитие системной благотворительности. Сервисами Яндекса ежедневно пользуются миллионы людей. Имея доступ к широкой аудитории, компания рассказывает пользователям о необходимости решения социальных проблем и стимулирует благотворительное движение.

В 2020 году в [Щедрый вторник](#)<sup>118</sup> Яндекс запустил благотворительное округление. Теперь в приложении Яндекс Go стоимость поездок на такси можно округлять до 10 руб., а разница пойдет на организацию поездок для маломобильных людей. Уже 1 декабря 2020 года, в сам Щедрый вторник, 11 тыс. человек подписались на округление, а в марте 2021 года число подписчиков превысило 195 тыс. человек. Кроме того, пользователи могут оформить разовое или ежемесячное пожертвование на [сайте](#) проекта «Помощь рядом». Эти опции, помимо основного назначения, помогают продвигать идею регулярной поддержки благотворительных организаций. В 2020 году Яндекс ежемесячно удваивал сумму пожертвований пользователей из собственных средств.

Чтобы как можно больше людей узнали о проблемах, которые решает «Помощь рядом», в Яндекс Go появилась информация о проекте и его результатах, которая регулярно обновляется.

<sup>118</sup> Международный день благотворительности, который проходит в более чем 100 странах мира (в 2020 году был проведен 1 декабря). В этот день миллионы людей рассказывают, как и кому они помогают, а некоммерческие организации, компании и инициативные группы объединяются для проведения благотворительных акций. В России акция [«Щедрый вторник»](#) проводится с 2016 года.

### Системная благотворительность в цифрах (данные от марта 2021 года)<sup>119</sup>

более **195** тыс.  
**человек** подписаны  
на округление в Яндекс Go

более **1,5** тыс.  
**человек** подписаны на еже-  
месячные пожертвования на сайте



<sup>119</sup> Результаты проекта меняются динамически и представлены на конец периода, отмеченного в заголовке, если не указано иное.



# Повышение доступности сервисов

## Поддержка незрячих людей

**9** Яндекс стремится создавать инклюзивную цифровую среду, в которой каждый пользователь будет чувствовать себя комфортно. Для этого компания работает над адаптацией существующих сервисов под потребности людей с особенностями здоровья и постепенно расширяет возможности их использования. При этом конечной целью является развитие культуры разработки цифровых продуктов с учетом требований доступности — на этапе написания первичного кода.

**103-2** Для повышения доступности сервисов для слепых пользователей Яндекс ориентируется на стандарт Web Content Accessibility Guidelines 2.1 (WCAG)<sup>120</sup> и национальный стандарт ГОСТ Р 52872-2019<sup>121</sup>. Для сотрудников Яндекса, занимающихся адаптацией сервисов, в 2019 году был запущен обучающий курс про доступность. В него входят мастер-классы по работе со скринридерами<sup>122</sup>, разработке и тестированию доступности.

<sup>120</sup> Руководство по обеспечению доступности веб-контента (Web Content Accessibility Guidelines, WCAG) в редакции 2.1, разработанное Консорциумом Всемирной паутины (World Wide Web Consortium, W3C).

<sup>121</sup> ГОСТ Р 52872-2019 «Интернет-ресурсы и другая информация, представленная в электронно-цифровой форме. Приложения для стационарных и мобильных устройств, иные пользовательские интерфейсы. Требования доступности для людей с инвалидностью и других лиц с ограничениями жизнедеятельности (с поправкой)».

Сейчас для слепых пользователей адаптированы десктопная версия Яндекс.Поиска, Яндекс.Погоды и главной страницы Яндекса, а также интерфейсы десктопной версии Яндекс.Браузера и мобильного приложения Яндекс.Метро. Читать любые тексты в Яндекс.Браузере умеет голосовой помощник Алиса. Также Браузер поддерживает специальные сторонние программы JAWS, NVDA и Window-Eyes<sup>123</sup> для незрячих и слабовидящих пользователей.

**103-3** Яндекс регулярно проводит исследование технических предпочтений слепых пользователей. В 2020 году онлайн-опрос, который стал уже четвертым, прошли 555 человек. Итоги исследования показали, что слепым пользователям крайне важна доступность мобильных приложений, при этом мобильная веб-версия не может стать достаточно удобной заменой. С учетом результатов опроса команда Яндекса будет развивать доступность приложения Яндекс и сервисов, наиболее востребованных среди данной группы пользователей. В планах — поиск решений для адаптации приложения Яндекс Go, Яндекс.Дзена, голосового помощника Алисы, мобильной и десктопной версий Яндекс.Диска, Яндекс.Новостей, плеера<sup>124</sup>, а также мобильного приложения Яндекс.Браузер.

<sup>122</sup> Скринридер (Screen reader) — это программа, позволяющая определять и интерпретировать события, происходящие на экране (обычно в виде звуковых и/или голосовых оповещений).

<sup>123</sup> JAWS (Job Access With Speech), NVDA и Window-Eyes — это программы экранного доступа для слепых и слабовидящих людей.

<sup>124</sup> Плеер — функция в Яндекс.Браузере, которая позволяет просматривать видеоконтент.

## Другие инициативы

Сервисы Яндекса работают над повышением доступности и по другим направлениям, причем не только для пользователей, но и для партнеров компании.

- 10** Яндекс.Карты помогают маломобильным людям заранее оценить препятствия на дороге: фотографии пешеходных маршрутов позволяют узнать, например, есть ли пандус у входа в нужное здание.
- 8** Для глухих и слабослышащих водителей и курьеров доступны специальные версии рабочих приложений, адаптированные тренинги и отдельные сайты, где водители могут найти работу в таксопарках-партнерах, а курьеры — подключиться к Яндекс.Еде или Яндекс.Лавке.<sup>125</sup>
- 10** Пользователи заранее знают, что заказ будет выполнять водитель или курьер с нарушением слуха: эта информация отображается в приложении. Для общения пользователей со слабослышащими водителями и курьерами есть возможность переписки в чате. Для общения курьера с рестораном были разработаны специальные визуальные карточки, с помощью которых можно решить типовую ситуацию, например, если в ресторане закончилось какое-то блюдо или курьеру нужно подзарядить телефон. Программа по адаптации сервиса для глухих и слабослышащих курьеров была разработана совместно с Всероссийским обществом глухих и запущена в Москве в конце 2020 года. В будущем сервис будет адаптирован и в других городах.

**Около 1,2 тыс. водителей** с нарушениями слуха активно используют платформу Яндекс.Про

## Сотрудничество с волонтерскими движениями и фондами

Параллельно с развитием программы «Помощь рядом» Яндекс активно участвует в благотворительных акциях фондов-партнеров и сотрудничает с различными проектами.

- 1** Яндекс уже несколько лет поддерживает поисковый отряд «Лиза Алерт» — сотрудничество с фондом началось еще в 2018 году. Задача отряда — помощь в поиске потерявшихся людей и дезориентированных взрослых. К проекту добровольно присоединились партнеры сервисов Яндекс.Такси и Яндекс.Еда в разных регионах страны: более 80% водителей и курьеров подтвердили, что хотят принять участие в поиске людей. Во время работы им могут приходить ориентировки на людей, пропавших рядом с ними.
- 3** В октябре 2020 года Яндекс поддержал проект [«Доброшрифт»](#), организованный фондом «Подарок Ангелу». Этот проект направлен на помощь детям с детским церебральным параличом и привлечение внимания общества к проблемам людей с этим заболеванием. Около 400 брендов и тысячи людей каждый год используют уникальный шрифт, созданный по образцам почерка детей с ДЦП, чтобы помочь им с реабилитацией.
- 11**

<sup>125</sup> [Страница](#) для глухих и слабослышащих водителей-партнеров сервиса Яндекс.Такси.  
[Страница](#) для курьеров-партнеров сервиса Яндекс.Еда.



Для Яндекса подопечные фонда нарисовали интерфейс поисковой строки и иконки сервисов. Нажав на специальный логотип на главной странице, пользователи попадали на страницу, где могли поддержать организацию бесплатного такси для детей с ДЦП в рамках программы «Помощь рядом» или помочь фонду напрямую. К проекту присоединились сразу несколько сервисов: Яндекс.Еда выпустила лимитированную серию толстовок с «Доброшрифтом», Яндекс Go рассказал о проекте пользователям приложения, а Яндекс.Лавка привозила заказы в брендированных пакетах: по QR-коду можно было перейти на сайт проекта.

#### Результаты программ по сотрудничеству с фондами (данные от октября 2020 года)

**1,4** млн руб.

собрано на поездки  
детей с ДЦП на такси

**2 540**

**поездов**

обеспечили партнеры  
Яндекса на собранные  
средства

**1,37** млн

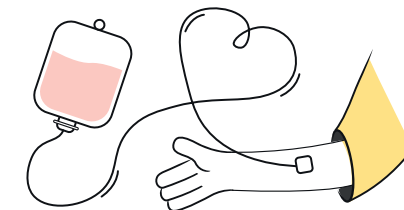
человек перешли  
на страницу проекта  
«Доброшрифт»

- 3** Яндекс уже несколько лет поддерживает школу-интернат Редькино в Калужской области. Группа волонтеров регулярно встречается
- 4** с ребятами и проводит для них творческие, научно-образовательные, спортивные и интеллектуальные занятия, которые помогают детям социализироваться и узнавать что-то новое о мире вокруг.

**3**

Несколько раз в год в офисах Яндекса совместно с ФМБА России проводятся Дни донора — выездные донорские акции, в рамках которых можно сдать кровь. Также сотрудники офисов в Москве и Санкт-Петербурге могут отдать ненужные вещи в хорошем состоянии в фонд «Лавка радостей». Вещи собирают в специальный контейнер, установленный в офисах, а потом передают новым хозяевам.

**1**



#### Ключевое о вопросах поддержки незащищенных слоев населения

Задачи Яндекса:

**использовать** технологии и компетенции Яндекса, чтобы оказывать системную благотворительную помощь.

**повышать** доступность сервисов Яндекса для людей с особенностями здоровья.

За это в компании отвечает команда «Помощи рядом», а также выделенные специалисты в сервисах (по вопросам технической адаптации). На уровне топ-менеджмента проект курирует Дмитрий Иванов, руководитель Яндекс.Дзена. Верхнеуровнево повестка рассматривается Советом директоров.

Команды регулярно отслеживают количество благополучателей, число пользователей сервисов, подписанных на благотворительное округление в Яндекс Go и ежемесячные пожертвования, обратную связь фондов и иные применимые метрики, а также проводят анализ технических предпочтений слепых пользователей.



# Про команду

Люди, с которыми работает Яндекс  
Подход к найму сотрудников  
Социальный пакет и комфортные условия труда  
Обучение и развитие лидерства  
Оценка вовлеченности сотрудников  
Оценка деятельности и вознаграждение  
Здоровье и безопасность сотрудников

# Люди, с которыми работает Яндекс

Яндекс растет и развивается благодаря слаженной работе десятков тысяч человек. Именно они делают Яндекс таким, каким его привыкли видеть пользователи — простым, удобным и надежным.

Люди, с которыми работает Яндекс, выполняют самые разные задачи и взаимодействуют с компанией на разных условиях.

- **Сотрудники Яндекса** — это специалисты, которые связаны с компанией трудовым договором, получают фиксированное вознаграждение наряду с премиальной составляющей.
- **Сотрудники команды поддержки бизнеса** — это специалисты, поддерживающие работу сервисов Яндекса. К примеру, ассессоры, тестировщики, переводчики, копирайтеры, модераторы, сотрудники колл-центров и другие специалисты. Они работают на условиях трудового договора, и в большинстве случаев вид работы предусматривает сдельную оплату<sup>126</sup> и работу по гибкому графику.

<sup>126</sup> Размер вознаграждения для данной категории специалистов зависит от сложности и количества выполненных задач, а также качества их исполнения. Специалисты команды поддержки бизнеса получают социальные льготы, гарантированные трудовым законодательством Российской Федерации.



# Сотрудники Яндекса

102-7

102-8

Сотрудники Яндекса (иногда зовут себя «яндексоидами») открыты новым идеям, не боятся задавать вопросы, экспериментировать и ошибаться, ведь по-другому сложно сделать что-то новое.

На конец 2020 года в Яндексе трудились 11 864 сотрудника<sup>127</sup>. Это на 4% больше, чем в конце 2019 года (11 389 сотрудников), и на 30% больше, чем в конце 2018-го (9 143 сотрудника). Общее количество специалистов, работавших в Яндексе в течение отчетного года, достигло значения 15 666 человек<sup>128</sup>, более трети из которых — женщины. В 2020 году больше всего сотрудников (более 30%) работали в Поисковом портале. Другими крупными подразделениями стали команды Маркета (21%), Такси (15%) и общие подразделения<sup>129</sup> (10%).

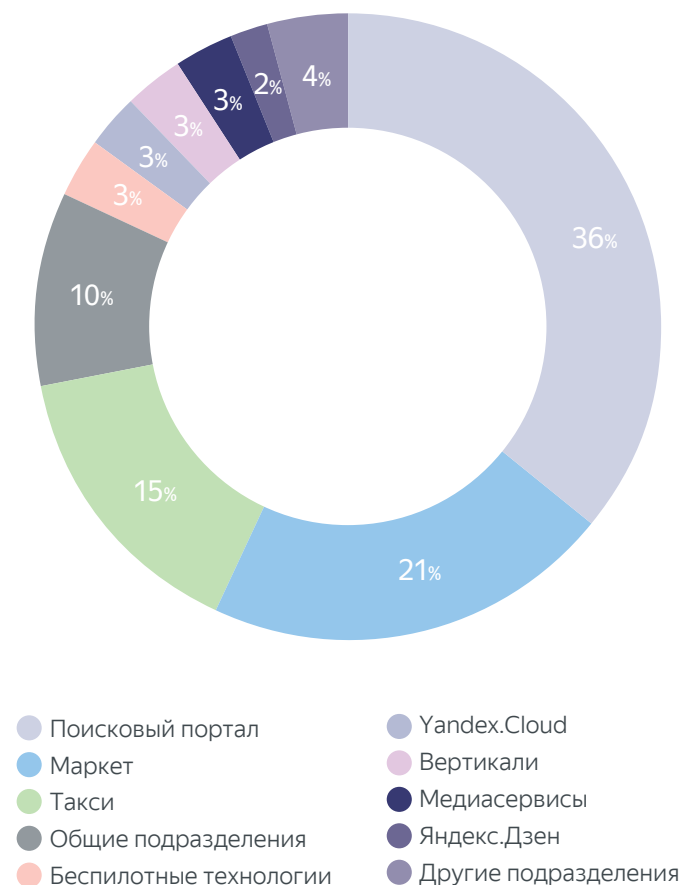
Яндекс стремится создавать продолжительные отношения с командой: 98% сотрудников имеют постоянный трудовой договор. Оставшиеся 2% заняты в проектной деятельности, которая ограничивается сроком завершения проекта. Полный рабочий день в Яндексе работают 98% сотрудников, при этом компания предоставляет возможность и частичной занятости — например, если сотруднику так удобнее в силу личных обстоятельств или если сотрудник совмещает работу с учебой.

<sup>127</sup> Срез количества сотрудников на 31 декабря 2020 года.

<sup>128</sup> Значение из расчета числа уникальных сотрудников за год, не является срезом на определенную дату.

<sup>129</sup> HR-департамент, финансовый департамент, юридический департамент, департамент эксплуатации и строительства, департамент корпоративных коммуникаций, департамент по корпоративным отношениям и другие подразделения.

## Распределение сотрудников Яндекса по подразделениям



Разбивка представлена для общего количества сотрудников, работавших в Яндексе в течение периода (2020 года). Категория «Другие подразделения» включает сотрудников Яндекс.Практикума и Яндекс.Инвестиций.





В компании работают самые разные специалисты, но традиционно самая большая категория — это разработчики (36%). Много людей также занято в развитии бизнеса, управлении продуктами и проектами, закупках и логистике.

В силу того, что технические специалисты на рынке труда — это в основном мужчины<sup>130</sup>, большинство разработчиков в Яндексе — тоже мужчины. При этом компания следует принципам равного и справедливого найма и активно привлекает женщин на любые позиции, в том числе технические и околотехнические: на роли как разработчиков, так и тестировщиков, аналитиков данных, дизайнеров, менеджеров продуктов и проектов. В 2020 году доля женщин на таких позициях составила 22%. Кроме того, женщины составляли треть всех руководителей, что соответствует показателям компаний отрасли.

Решению проблемы гендерного дисбаланса среди специалистов технических специальностей содействует Образовательная инициатива Яндекса, одна из задач которой — популяризация IT-образования. Чем популярнее будут образовательные программы в сфере IT среди старшеклассниц и старшеклассников, тем больше на рынке появится высококвалифицированных выпускников технических вузов и среди них — кандидатов на технические позиции.



Подробнее об Образовательной инициативе читайте в разделе [«Образовательная инициатива Яндекса»](#).

<sup>130</sup> Согласно статье [Gender effect in postgraduate studies at higher technical institutions in Russia, Austria and the UK](#) (Global Journal of Engineering Education, 2020), в 2019 году на 3–5 студентов-аспирантов мужского пола в лучших технических вузах России (МИСиС, МГТУ им. Н.Э. Баумана, Университет ИТМО и др.) приходилась одна женщина-аспирантка. В 2017–2018 учебном году женщины составляли только 29% студентов инженерно-технических вузов. К схожим выводам пришло исследование российского рынка [«Роль гендерных стереотипов в отсеве студентов инженерно-технического профиля»](#) (НИУ ВШЭ, 2020): в нем отмечается, что доля девушек в общем приеме на направление «Компьютерные и информационные науки» в 2018 году составила 27%.

## Распределение сотрудников Яндекса по профессиональным областям



Разбивка представлена для общего количества сотрудников, работавших в Яндексе в течение периода (2020 года).

Яндекс — компания, в которой работают люди разных возрастов. Половина команды (55%) — это сотрудники от 30 до 50 лет, 44% сотрудников еще нет 30 лет. В компании есть и сотрудники старше 50 лет (в основном в командах Маркета, Поискового портала и общих подразделениях). Самому взрослому сотруднику на момент подготовки Отчета — 78 лет.



405-1

ТС-IM-330a.3

Самое ценное для Яндекса — это талант, а талант не зависит от пола, возраста, культурных, религиозных и любых иных предпочтений. Многообразие — базовый принцип подхода Яндекса к подбору персонала. В компании работают специалисты с разными индивидуальными особенностями, которые не просто не препятствуют, а, напротив, помогают им становиться лучшими в своей роли. Так, в Яндексе трудятся почти 200 специалистов с инвалидностью или особенностями здоровья.

Как крупная международная компания, Яндекс имеет офисы в разных странах и городах мира. Большинство сотрудников (97%) трудоустроены в России, однако у компании есть сотрудники в офисах Беларуси (2%), Казахстана и других стран. В России сотрудники в основном работают в Москве (67%) и Санкт-Петербурге (8%)<sup>131</sup>.

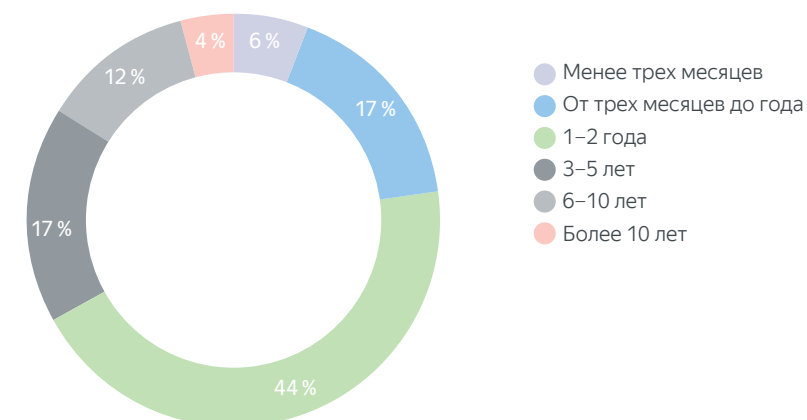
Яндекс заинтересован в том, чтобы удерживать квалифицированных специалистов и предоставить им все условия для профессионального развития. Учитывая высокую скорость технологического развития и усиливающую конкуренцию в разных сегментах бизнеса, сделать сотрудникам уникальное предложение и продолжать оставаться самым желаемым работодателем<sup>132</sup> — задача далеко не из легких.

<sup>131</sup> На долю Казахстана, Швейцарии, Нидерландов, Китая, США и Израиля приходится менее 1% сотрудников. В России сотрудники компании работают в Москве, Санкт-Петербурге, с. Софьино (Московская область), Нижнем Новгороде, Екатеринбурге, Инополисе, Ростове-на-Дону, Казани, Новосибирске, Симферополе, Владивостоке, Краснодаре, Самаре, Челябинске, Перми, Туле, Сочи, Уфе, Красноярске, Тюмени, Воронеже; в Беларуси — в Минске; в Казахстане — в Алматы; в Швейцарии — в Люцерне; в Нидерландах — в Амстердаме; в Китае — в Шанхае; в США — в Ньюбериporte; в Израиле — в Тель-Авиве.

<sup>132</sup> Яндекс возглавил [рейтинг](#) лучших российских работодателей Forbes в 2020 году.

Здесь Яндексу есть чем гордиться: треть всех сотрудников работает в компании уже более трех лет, а более 600 сотрудников в 2020 году были с Яндексом уже более 10 лет.

### Продолжительность работы сотрудников в Яндексе



401-1

CG-EC-330a.2

TR-RO-320a.2

Показатели текучести оставались в пределах ожидаемого уровня на протяжении трехлетнего периода. Средняя текучесть кадров в 2020 году составила 24%<sup>133</sup> — это несколько выше, чем в 2019 году (18%) и в 2018 году (17%), что обусловлено кризисными явлениями в экономике, в том числе пандемией. Нежелательная текучесть — один из ключевых показателей, отслеживаемых Яндексом, который отражает уход из компании наиболее ценных кадров, — 4,5% (в 2019 — 4,3%, в 2018 — 4%).

<sup>133</sup> Складывается из добровольной текучести, которая учитывает сотрудников, покинувших компанию по собственному желанию (17%), и принудительной текучести (7%) — сотрудников, трудовые отношения с которыми были прекращены по инициативе Яндекса. Принудительная текучесть была вызвана в том числе кризисной ситуацией на рынке. К сожалению, в 2020 году Яндексу пришлось расстаться с небольшой частью своего штата. Всем сотрудникам, попавшим в данную группу, предоставлялась возможность воспользоваться услугами агентства-партнера Яндекса, которое помогало с дальнейшим трудоустройством.

## Команда поддержки бизнеса

Команда поддержки бизнеса (КПБ) помогает сервисам Яндекса работать непрерывно для всех пользователей. Эти специалисты отвечают на запросы в колл-центрах, модерируют контент и выполняют множество других задач, жизненно важных для бизнеса. Многие выполняют задания удаленно — среди них есть мамы с маленькими детьми, пенсионеры и люди с инвалидностью.



В 2020 году команда поддержки бизнеса насчитывала почти 17 тыс. специалистов<sup>134</sup>, большинство из них были заняты на позициях ассессоров (33%), операторов (22%) и специалистов служб поддержки или колл-центров (18%).

Ассессоры — самая многочисленная категория специалистов в КПБ. Это тысячи сотрудников из разных городов страны, которые выполняют задания в разных часовых поясах. Для того чтобы каждый из них смог воспользоваться оперативной помощью, ежедневно, включая выходные и праздники, работает служба поддержки ассессоров CWAS (Communication With Assessors Support). Оценка уровня удовлетворенности в 2020 году показала, что ассессоры КПБ довольны работой службы. Так, более 90% отмечали высокую скорость и качество работы операторов.

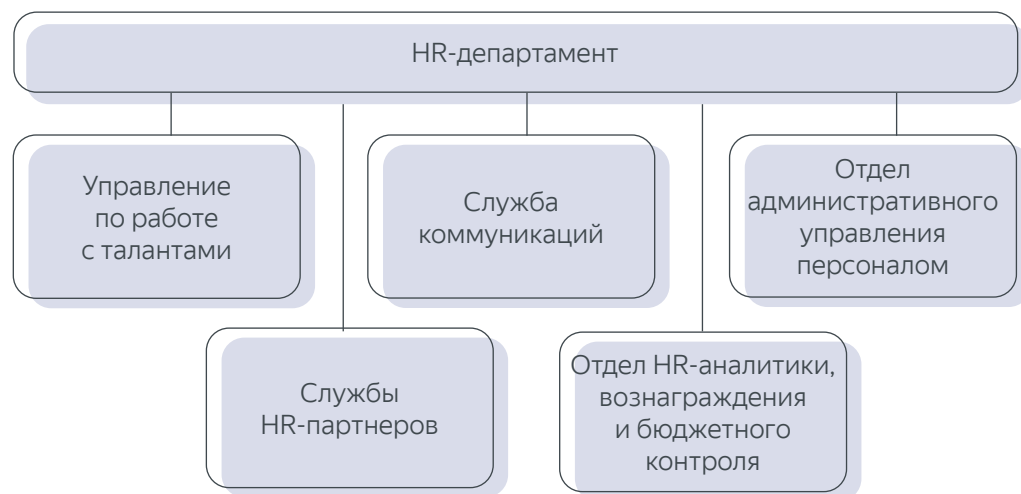
Для специалистов создаются возможности как для горизонтального развития, так и для вертикального роста. Это помогает обеспечить их вовлеченность и увлеченность. Существует ротация между направлениями и разными заданиями, а для тех, кто хочет расти вертикально, схемы развития до старших ролей, например до позиций кураторов групп. Чтобы поддержать эмоциональный настрой специалистов во время самоизоляции, был создан внутренний кластер с подробной информацией об условиях работы, советами о здоровье и планировании досуга.

<sup>134</sup> Число уникальных специалистов команды поддержки за год, которое не является средом на определенную дату. Внутренний учет численности специалистов команды поддержки ведется отдельно от сотрудников Яндекса, которые работают на условиях полной занятости.

# Подход к найму сотрудников

## 8 Кто управляет персоналом

103-2 Благополучие и комфорт каждого сотрудника обеспечивает команда HR-департамента<sup>135</sup>, которым с 2011 года руководит Елена Бунина, HR-директор и генеральный директор Яндекса в России.



<sup>135</sup> На схеме представлена структура центрального HR-департамента. В крупных сервисах (в Яндекс.Такси и Яндекс.Маркете) есть дополнительные HR-подразделения, которые занимаются подбором, адаптацией и обучением сотрудников.

103-3 Яндекс — большая компания, поэтому в общих подразделениях и сервисах есть свои HR-партнеры. Они курируют все кадровые вопросы в своих подразделениях и помогают руководителям лучше понимать потребности каждого направления бизнеса. HR-департамент регулярно оценивает эффективность своей работы при помощи таких показателей, как уровень вовлеченности персонала (их мотивации выполнять работу еще лучше благодаря чувству комфорта на работе) и нежелательная текучесть.

## Подход к найму сотрудников

Профессионализм — одна из ключевых характеристик сотрудников Яндекса. Поэтому в процессе найма компания выбирает тех кандидатов, которые наилучшим образом могут справиться с поставленной задачей<sup>136</sup>. Пол, возраст, национальность и другие характеристики, не относящиеся к профессиональным навыкам, не имеют значения. Это правило обязательно и для всех других направлений работы с сотрудниками.

401-1 В 2020 году в Яндекс пришло 3 662 новых сотрудника по сравнению с 4 693 сотрудниками в прошлом году, что связано с пандемией. Большая часть специалистов присоединилась к командам Яндекс.Маркета, Яндекс.Такси и Поискового портала.

**3,6–4,6 тыс.**

новых сотрудников присоединялись к Яндексу ежегодно в 2018–2020 годах

<sup>136</sup> Подробнее о процессе отбора в Яндекс читайте [здесь](#), а о стажировках — [здесь](#).



IT-индустрия быстро растет, а вместе с ней растет и спрос на высококвалифицированных профессионалов. Проблема дефицита IT-кадров в России стала одной из причин запуска Образовательной инициативы Яндекса. Помимо своей основной цели — обучения нового поколения специалистов, — Образовательная инициатива помогает Яндексу привлекать уже подготовленных кандидатов.

В рамках одного из направлений Образовательной инициативы Яндекс принимает на стажировки студентов и начинающих специалистов. В 2020 году стажировку прошли 626 человек<sup>137</sup>, большая часть — в команде Поискового портала. Из-за пандемии коронавируса набор стажеров было решено сократить (в 2019 году стажировку прошли 1 597 человек) — не все направления стажировок могли быть одинаково эффективны в условиях удаленного режима работы по сравнению с очным форматом.



<sup>137</sup> Общее количество уникальных стажеров за год, не является срезом на определенную дату.

## Адаптация новичков

Еженедельно в Яндекс приходит до 200 новых сотрудников. В первый день новичок получает ноутбук и другое оборудование и участвует в мероприятии «Добро пожаловать в Яндекс», где топ-менеджеры и руководители сервисов рассказывают о традициях и внутренних процессах компании.

На время испытательного срока новому сотруднику может быть назначен наставник, который поможет с любыми рабочими вопросами. Новым сотрудникам доступны все материалы, необходимые для погружения в работу: дистанционные курсы, сайт для новичков, приветственные письма, инструкции и чаты с поддержкой. Для технических специалистов, которым нужна адаптация к собственным продуктам Яндекса, проводится дополнительная программа «Погружение в профессию».



Во время пандемии процесс адаптации немного изменился: все необходимое новым сотрудникам привозили курьеры на дом, а мероприятие «Добро пожаловать в Яндекс» перешло в онлайн-формат.

**Результаты опроса новых сотрудников, вышедших в 2020 году, по итогам первого месяца работы:**

**4,5/5** — оценка того, насколько успешно проходит адаптация

**4,7/5** — оценка комфорта работы в новой команде



# Социальный пакет и комфортные условия труда

- 1 Яндекс заботится о благополучии сотрудников и предоставляет самые разные социальные льготы — от добровольного медицинского страхования и компенсации питания до помощи в приобретении жилья.

401-2

## Социальные льготы<sup>138</sup>

- Добровольное медицинское страхование, страхование от несчастных случаев, страхование для поездок за границу
- Страхование близких родственников<sup>139</sup>
- Жилищная программа
- Корпоративное питание
- Корпоративная сотовая связь
- Врач, психотерапевт и массаж в офисе
- Корпоративные скидки на путешествия, обучение, магазины и многое другое
- Спортивный клуб Яндекса — онлайн-тренировки и спорт в офисе



Подробнее о том, как Яндекс заботится о здоровье сотрудников, и в частности о программе добровольного медицинского страхования, читайте в разделе [«Здоровье и безопасность сотрудников»](#).



Во время пандемии коронавируса сотрудники Яндекса работали из дома. Чтобы команда могла легко переключиться на удаленный режим, Яндекс закупил модемы и другое оборудование, необходимое для дистанционной работы, и подключил новые корпоративные тарифы на интернет. С апреля 2021 года сотрудники могут вернуться в офис на постоянной основе, однако возможность удаленной работы сохраняется: каждый выбирает удобный для себя формат работы (полностью из офиса, полностью удаленно или гибридный формат), предварительно согласовав его с руководителем. Большинство сотрудников выбрали формат работы из офиса.

## Помощь с переездом

Офисы Яндекса находятся в разных городах и странах, и может сложиться так, что новая должность, предложенная сотруднику, находится не в том регионе, где он живет. В этом случае Яндекс помогает сотрудникам с переездом и предоставляет релокационный пакет, в который входит компенсация определенных видов расходов, помощь с поиском жилья и компенсация от двух недель до трех месяцев аренды. Специалист по релокации помогает адаптироваться в новой среде, например подобрать школу и детский сад для детей.

## Более 1 ТЫС. сотрудников

поддержал Яндекс при переезде в другой город или страну с 2017 по 2020 год

<sup>138</sup> Указанные льготы доступны сотрудникам Яндекса, работающим на условиях полной занятости.

<sup>139</sup> Яндекс оплачивает 80% полной стоимости базовой программы страхования супругов и детей, а 20% удерживается из зарплаты сотрудника ежемесячно равными частями до конца страхового периода.





## Помощь с жильем

Чтобы помочь сотрудникам с приобретением собственной квартиры или дома, Яндекс выдает льготные займы на покупку жилья. Они предполагают более выгодные условия по сравнению с другими кредитными инструментами. Например, краткосрочные займы выдаются без процентов, а долгосрочные — под 3% годовых. Сотрудники могут участвовать в программе при соблюдении определенных условий, включая стаж работы в Яндексе (не менее года), наличие в собственности акций компании (для получения долгосрочного займа), получение хороших оценок по результатам ревью и ряда других требований. Займы выдаются на 3 года или на 10 лет, а их размер рассчитывается исходя из дохода сотрудника<sup>140</sup>. При этом приобретаемое жилье должно располагаться в городах присутствия офисов Яндекса или соответствующих регионах — с обязательным условием, что сотрудник работает в городе, где приобретается жилье.

**611 сотрудников** воспользовались льготами по жилищной программе в 2020 году



<sup>140</sup> Жилищная программа Яндекса действует в России, Беларуси и Казахстане. Выдача льготных займов согласуется компенсационным комитетом, в который входят несколько топ-менеджеров компании. Под жильем понимается квартира, частный дом или апартаменты.

## Комфортная рабочая среда

Яндекс создает для сотрудников свободную и комфортную рабочую среду. Офисы компании устроены как единое пространство: система опенспейсов и стеклянные перегородки обеспечивают свет и простор. Такая планировка подчеркивает философию сплоченности и открытых дверей, которой придерживается Яндекс: любой сотрудник может задать вопрос коллеге или руководителю и получить нужный совет или помощь.

Помимо рабочих зон, предусмотрено много помещений, где можно отвлечься от работы и поиграть в настольный теннис или бильярд, отдохнуть в массажном кресле и поиграть на музыкальных инструментах. В центральных офисах есть комната матери и ребенка, душевые, а также вендинговые автоматы, фотокабины, химчистка, прачечная и ремонт обуви. Благодаря этому и многому другому сотрудники Яндекса воспринимают офис как второй дом, в который хочется возвращаться каждый день.



Компания постаралась сохранить ощущение дома и при переходе на удаленный формат работы. Все общие собрания, встречи и даже корпоративные мероприятия были переведены в режим онлайн. Трансформировались и некоторые социальные льготы. Например, сотрудникам стали доступны онлайн-тренировки. Лимит, выделенный на компенсацию расходов на питание, можно было использовать для заказов в Яндекс.Еде и Яндекс.Лавке с доставкой на дом. Яндекс также помогал оборудовать домашний офис: например, сотрудникам разрешалось забрать рабочее кресло домой.





# Обучение и развитие лидерства

4

Яндекс поощряет сотрудников в стремлении постоянно учиться новому, развивать навыки и экспериментировать.

8

9

Программы обучения и развития доступны всем сотрудникам.

404-2

Они включают очные и онлайн-тренинги, организованные специалистами Яндекса и привлеченными экспертами, а также сотни курсов на собственной платформе дистанционного обучения.

Среди направлений, по которым можно учиться, управление проектами, языки программирования, развитие навыков коммуникации, личная эффективность и многие другие. Обязательными для всех сотрудников являются курсы по деловой этике, защите персональных данных, конфиденциальности и защите от фишинга<sup>141</sup>. Нововведениями 2020 года стали школа фасилитации (управление обсуждением в группе), курс по обратной связи для руководителей и сотрудников и тренинги по развитию коммуникативных навыков (soft skills) на английском языке.

В Яндексе существует практика составления индивидуальных планов развития (например, в Поисковом портале, Вертикалях и Маркете). Их цель — помочь сотрудникам построить собственные программы профессионального роста, которые отвечают их интересам.

Такая инициатива может исходить как от сотрудника, так и от руководителя, при этом план они создают совместно — сотрудник рассказывает о своих идеях и пожеланиях, а руководитель предлагает оптимальные шаги с учетом навыков, компетенций и потенциала члена своей команды.



Из-за пандемии коронавируса все обучение, включая очное, было переведено в онлайн-формат. Чтобы обеспечить непрерывность учебного процесса, Яндекс запустил новые дистанционные курсы, разработал собственные продукты, способные заменить тренинги от внешних провайдеров, а также перевел корпоративную библиотеку в электронный формат. В рамках программы «Как провести мозговой штурм онлайн», которая появилась в период режима удаленной работы, сотрудники учились тому, как эффективно обсуждать идеи в виртуальном пространстве. В дополнение к этому на внутреннем портале Яндекса появилось руководство, как проводить продуктивные встречи с командой в формате видеоконференции.

404-1

После начала пандемии и перевода сотрудников на удаленную работу очные тренинги, среди которых продолжительные программы, были отменены, в связи с чем среднее количество часов обучения на одного сотрудника снизилось — с 11 часов в 2019 году до 4 часов в 2020 году.

<sup>141</sup> Фишинг — вид интернет-мошенничества, который направлен на получение идентификационных данных пользователей.



## Развитие руководителей

В компании каждый месяц назначают до 60 новых руководителей, поэтому развитие управленческих навыков — приоритетное направление. Вопреки пандемии, число продвижений на роль руководителя не снизилось, а продолжило стабильно расти, во многом благодаря активному развитию направлений райдтеха и электронной коммерции, а также росту Поискового портала. В 2019 году обучение руководителей перешло на модульный формат, что позволило в несколько раз увеличить ежегодное число обучаемых. В 2020 году обучение прошли 317 руководителей (в 2019 году — 296, в 2018 году — 71).

**404-1** В 2020 году в Яндексе появилась новая дистанционная программа «Погружение в роль руководителя» для тех, кто только готовится к этой позиции. Вместе с ней запустился Центр оценки, который помогает определять ключевые компетенции будущего руководителя и выявлять области для улучшения. Оценка проводят более 30 внутренних ассессоров, прошедших дополнительное обучение. В 2020 году руководители в среднем потратили на обучение восемь часов.

## 103-2 Эксперименты

**103-3** В Яндексе существует система экспериментов, благодаря которой сотрудники могут предлагать новые проекты. Все проекты оценивает комитет по инвестициям и, если решение положительное, то проект получает команду, бюджет и другие необходимые ресурсы. Сервисы Яндекс.Дзен и Yandex.Cloud начинались как эксперименты, а сейчас это успешно развивающиеся бизнес-единицы. Еще один пример — сервис Яндекс.Драйв, который появился в 2018 году как эксперимент одного из менеджеров продуктов Яндекс.Карт и его команды.

Сегодня Яндекс.Драйв является крупнейшим каршерингом в России: сервис представлен в четырех городах, и его автопарк насчитывает 16 тыс. автомобилей.

## Программа ротации

Каждый сотрудник Яндекса может изъявить желание перейти из одного подразделения в другое: сменить проект или даже специальность и локацию. Для этого существует программа ротации, которая дает сотрудникам возможность найти наилучшее применение своих навыков в интересующей сфере. Для участия в программе необходимо выполнить несколько условий, среди которых — определенный стаж работы в Яндексе (более года) и хорошие результаты по итогам прошлых оценок деятельности. Все открытые позиции публикуются на внутреннем портале Яндекса.

Яндекс изучил первые оценки результатов работы сотрудников после ротации и обнаружил, что примерно у 40% людей оценка улучшилась, еще у 40% осталась стабильно хорошей. И хотя на результаты ревью влияет множество факторов, есть основания предположить, что программа ротации способствует успешному карьерному развитию. Ротация полезна не только сотрудникам, но и компании: это позволяет принимать на вакантные места уже подготовленных людей, знакомых с культурой и принципами работы компании.

**7–9%** сотрудников Яндекса ежегодно используют программу ротации

**около 50%** ротирующихся сотрудников переходят в другое подразделение



# Оценка вовлеченности сотрудников

103-3

Вовлеченность — важный для Яндекса показатель, который отражает отношение сотрудников к работе в компании: чем выше вовлеченность, тем сильнее мотивация команды. Ежегодно Яндекс проводит исследование вовлеченности сотрудников<sup>142</sup>, в процессе которого компания узнает об их потребностях.

Исследование проходит в формате опроса и охватывает самые разные аспекты — от оценки возможностей для профессионального развития до отношения к ценностям компании. Результаты исследования 2020 года показали, что доля сотрудников, которым нравится работать в Яндексе, остается на стабильно высоком уровне (95%). Сотрудники

ценят стабильность, отношения в команде, возможность развиваться и решать интересные и сложные задачи, участвовать в создании продуктов, значимых для пользователей и общества.

В 2020 году компании также было важно узнать, как сотрудники чувствовали себя в режиме удаленной работы. 77% опрошенных считают, что Яндекс успешно справился с задачей адаптации команды к новым условиям. В связи с оформлением ESG-повестки в опросе 2021 года появились вопросы об устойчивом развитии: сотрудникам предлагается выразить мнение о том, насколько им важны социальные и экологические инициативы Яндекса.

Вовлеченность — это также причастность к тому, что происходит в разных сегментах бизнеса. Для того, чтобы сотрудники своевременно узнавали о свежих новостях и запусках, проводятся еженедельные хуралы (встречи-трансляции), в рамках которых разные команды рассказывают о своих проектах.

**87%** — уровень вовлеченности сотрудников в 2020 году

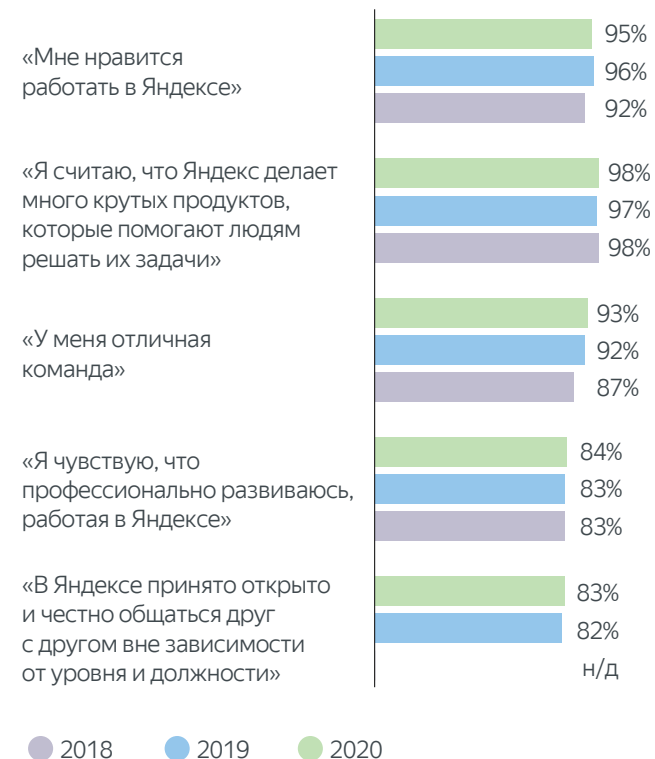
**70%** сотрудников приняли участие в опросе вовлеченности 2020 года

<sup>142</sup> Исследование вовлеченности состоит из ряда вопросов об удовлетворенности работой в Яндексе, наиболее важных характеристиках работы и общем физическом и эмоциональном состоянии сотрудников. Список вопросов меняется от года к году, но незначительно. В 2020 году в опросе приняли участие 73% руководителей и 69% специалистов всех грейдов и профессий. Среди них — как относительно новые сотрудники (работающие в компании менее двух лет), так и сотрудники, которые с Яндексом более трех лет. Также опрос прошли 94% стажеров. В 2019–2020 годах общий уровень вовлеченности был примерно одинаковым (86–87% активно вовлеченных сотрудников). В 2018 году

он был немного ниже (72%), что связано с тем, что использовалась пятибалльная шкала ответов, которая интерпретировалась консервативно (сотрудники, поставившие балл выше среднего, не учитывались как активно вовлеченные). С 2019 года шкалу заменили конкретные варианты ответов («да», «скорее да», «скорее нет», «нет» и «затрудняюсь ответить»), которые позволили более точно классифицировать ответы респондентов. Больше информации об исследовании — в разделе [«Таблицы ESG-показателей»](#).

## Доля положительных ответов

Исследование включает более 10 вопросов. Для целей Отчета на графике показаны результаты по некоторым из них.





# Оценка деятельности и вознаграждение

**8** 404-3 Два раза в год сотрудники Яндекса проходят ревью — оценку результатов работы. В 2020 году ревью прошли 100% сотрудников. По его итогам определяется размер вознаграждения и ставятся задачи на следующие полгода.

Критерии оценки синхронизированы между отделами и специальностями, что обеспечивает прозрачную и предсказуемую схему вознаграждения. Руководители оценивают не только что сделано, но и как сделано: например, проактивность, соблюдение сроков и другие критерии. Также руководители обязательно указывают причины выставления той или иной оценки и защищают ее перед своими руководителями, что помогает избежать необъективности.



Регулярная обратная связь помогает сотрудникам понять, над чем работать для того, чтобы развиваться. Кроме того, есть возможность высказать свое мнение — после каждого ревью сотрудники проходят опрос о том, согласны ли они с оценкой и понимают ли свои цели на следующие полгода.

Система поощрений в Яндексе включает заработную плату, премии, которые выплачиваются по результатам ревью, и социальные льготы. Также сотрудники могут получать вознаграждение в виде прав на владение акциями Яндекса и таким образом участвовать в капитале компании.



Подробнее о льготах читайте в разделе [«Социальный пакет и комфортные условия труда»](#).

Зарплата сотрудника определяется в процессе приема на работу, в том числе при помощи инструментов HR-аналитики, и может быть пересмотрена по итогам ревью. От результатов ревью зависит и переменная часть вознаграждения — премии и права на владение акциями Яндекса (подробнее — на следующей странице): чем выше оценка, тем выше вознаграждение. Почти 100% сотрудников получали переменную часть вознаграждения в той или иной форме в 2020 году.

**3–5%** — разница в среднем размере оплаты труда мужчин и женщин среди разработчиков на самых распространенных должностных уровнях (на некоторых уровнях перевес в сторону женщин)



## Опционная программа

Яндекс — одна из немногих российских компаний, в которой действует опционная программа, доступная широкому кругу сотрудников. В рамках программы сотрудники могут получить вознаграждение, основанное на акциях компании. Это могут быть опционы (options), права на прирост стоимости акций (share appreciation rights), акции с ограничениями (restricted shares), акции с ограничениями с отложенным переходом права собственности (restricted share units, RSU) и другие виды вознаграждений.

Основной финансовый инструмент программы — поощрение в виде RSU, которое дает сотруднику право на бесплатное получение определенного числа акций класса А с учетом периода вестинга (vesting), в течение которого сотруднику постепенно переходит право на получение акций. Как правило, этот период длится четыре года, при этом сотрудник должен продолжать работать в компании. Количество выдаваемых RSU зависит от позиции каждого сотрудника и оценки результатов его работы.

Данный тип вознаграждения всегда будет представлять материальную выгоду для сотрудника, которая будет увеличиваться в соответствии с изменением стоимости акций компании. Вознаграждение в виде RSU является важным инструментом с точки зрения удержания и мотивации персонала, а также помогает совместить интересы команды и акционеров компании.



Данные о доле сотрудников, владеющих опционами компании, в разбивке по регионам представлены в разделе [«Таблицы ESG-показателей»](#).

**69%** мужчин среди всех мужчин, когда-либо работавших в Яндексе, участвовали в опционной программе

**42%** женщин среди всех женщин, когда-либо работавших в Яндексе, участвовали в опционной программе

Более **50%** сотрудников Яндекса участвовали в опционной программе на конец 2020 года



## 3 8 Здоровье и безопасность сотрудников

Яндекс заботится о благополучии сотрудников, помогает вести здоровый образ жизни и обеспечивает безопасные условия труда.

### Забота о здоровье сотрудников

403-3 С первого месяца работы Яндекс предоставляет сотрудникам страхование жизни, добровольное медицинское страхование (ДМС) с широким набором услуг и страховой полис для поездок за границу<sup>143</sup>. В рамках ДМС все желающие сотрудники могут ежегодно проходить медосмотр. В корпоративную страховку входит стоматология, лазерная коррекция зрения при наличии медицинских показаний, расширенная программа по ведению беременности и родам, значительно превышающая государственное медицинское обеспечение. Также сотрудники с первого дня работы могут оформить полис ДМС для супругов и детей на льготных корпоративных условиях<sup>144</sup>, а в качестве бонуса родственникам предоставляется полис для поездок за границу.

В офисах компании работают кабинеты врача, массажиста и психотерапевта, также есть залы для фитнеса, йоги и танцев, помещения для игры в настольный теннис и бильярд.

<sup>143</sup> Указанные льготы доступны сотрудникам Яндекса, работающим на условиях полной занятости.

<sup>144</sup> Яндекс оплачивает 80% полной стоимости базовой программы, а 20% удерживается из заработной платы сотрудника ежемесячно равными частями до конца страхового периода.

Понимая, что большинство профессий в Яндексе не предполагают активных физических нагрузок, компания предлагает сотрудникам самые разные виды спортивных занятий, которые помогают поддерживать здоровый образ жизни. В центральном офисе работает штатный тренер — он же возглавляет корпоративный спортивный клуб. Сотрудникам доступны функциональные и интервальные тренировки, танцевальные программы, занятия по растяжке и многие другие виды тренировок. С наступлением карантина активный образ жизни стало вести еще труднее, поэтому Яндекс запустил онлайн-тренировки, в которых на конец 2020 года приняли участие 2,6 тыс. человек (уникальные участники онлайн-эфиров).

Комфорт на рабочем месте важен так же, как и безопасность, поэтому сотрудники всегда могут обустроить рабочую зону по своему вкусу. Например, ее можно оборудовать столом для работы стоя или взять более удобное кресло.







COVID



## Защита сотрудников во время пандемии

С началом пандемии коронавируса Яндекс принял все необходимые меры для защиты здоровья сотрудников.

В марте 2020 года компания отменила командировки и мероприятия и перевела команду на удаленный режим работы. Программы медицинского страхования были дополнены телемедициной от Яндекс.Здоровья — приложением и сайтом для онлайн-консультаций с врачами. Тем, кто был нужен в офисе, Яндекс компенсировал поездки на такси и автомобилях Яндекс.Драйва до офиса и обратно.

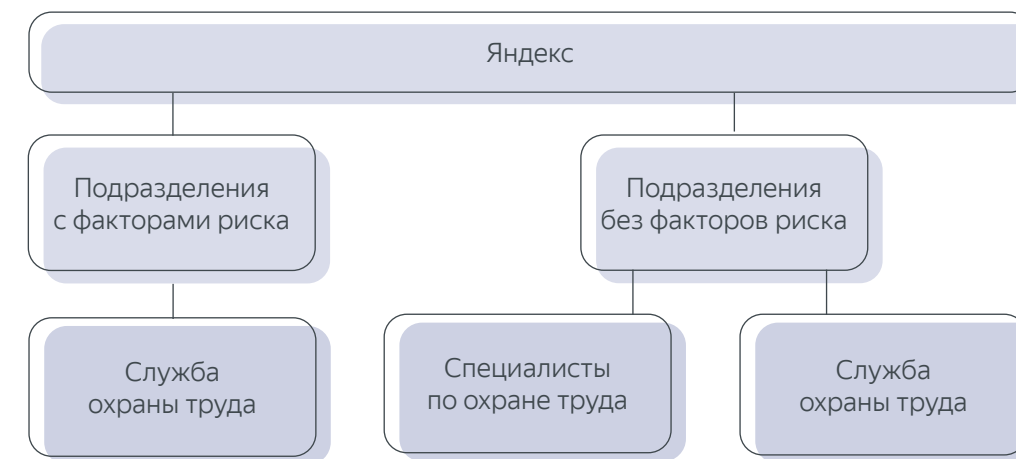
Все офисы проходили регулярную санитарную обработку. В них поставили дезинфекторы для рук, на входе всем измеряли температуру, а сотрудников рассаживали с соблюдением принципов социальной дистанции.

С сентября 2020 года сотрудники при желании могли работать из офиса. Чтобы исключить риск заражения коронавирусом, сотрудники регулярно сдавали ПЦР-тесты<sup>145</sup>. Это можно было сделать прямо в офисе за счет компании, бесплатно в клиниках и лабораториях, с которыми было заключено соглашение, а также в любой иной лаборатории — компания возмещала стоимость ПЦР-тестирования до 3 тыс. руб.

<sup>145</sup> Полимеразная цепная реакция (ПЦР) — метод лабораторной диагностики, который позволяет выявить присутствие вируса в организме.

## Управление охраной труда

103-2 Управление охраной труда в Яндексе осуществляется Службой охраны  
403-1 труда, а также выделенными специалистами по охране труда на отдельных  
403-8 объектах или в сервисах, где требуется особая компетенция<sup>146</sup>. И хотя зоны ответственности у всех разные, задача одна — обеспечить безопасные рабочие места для всех сотрудников<sup>147</sup>, то есть создать все условия для того, чтобы свести к минимуму риск травм и нанесения вреда здоровью. Совет директоров и топ-менеджмент Яндекса участвуют в управлении охраной труда и регулярно обсуждают вопросы, связанные с безопасностью и здоровьем сотрудников.



<sup>146</sup> Служба охраны труда отвечает за два центра обработки данных в Москве (в Ивanteeвке и Мытищах) и сервис Яндекс.Лавка (относятся к подразделениям с факторами риска), а также офисы Яндекса (подразделения без факторов риска). Выделенные специалисты по охране труда отвечают за крупные центры обработки данных (во Владимире и Сасово), ООО «Яндекс.Испытания» и направление беспилотных технологий (Yandex Self-Driving Group). Они подчиняются не Службе охраны труда, а техническим и генеральным директорам соответствующих подразделений. В Яндекс.Маркете также работают выделенные специалисты по охране труда.

<sup>147</sup> Система охраны труда охватывает всех сотрудников, отношения с которыми закреплены трудовым договором.

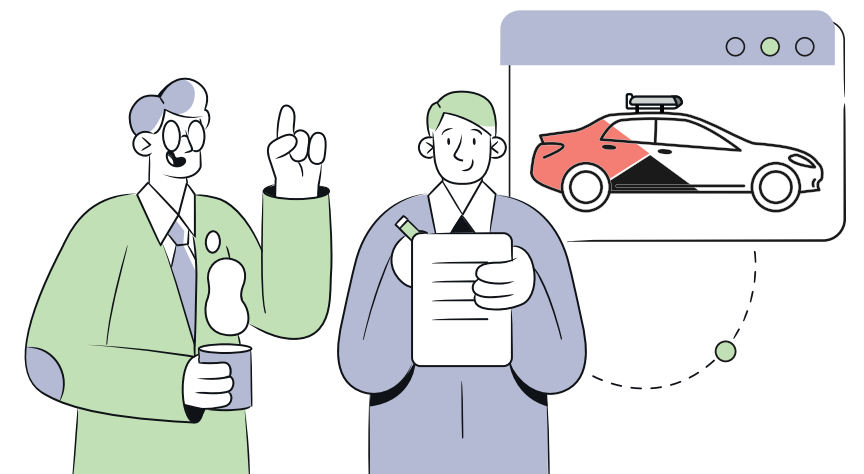




**103-3** Специалисты по охране труда оценивают риски в тех подразделениях, которые считаются условно производственными (с факторами риска). Частота и процедура оценки зависят от конкретного бизнес-процесса. Например, в команде разработки беспилотных автомобилей, где одним из приоритетов является безопасность водителей-испытателей, проводятся еженедельные встречи с участием руководства. На них обсуждают дорожно-транспортные происшествия, если они имели место быть, и определяют задачи по управлению рисками. Сейчас особое внимание уделяется безопасности запусков беспилотников и недопущению повторяющихся инцидентов. При серьезных изменениях в текущих технологиях или запуске новых проводится отдельный анализ рисков.



Подробнее о том, как Яндекс обеспечивает безопасность в своих сервисах, читайте в главах [«Про пользователей»](#) и [«Про взаимодействие с партнерами сервисов»](#).



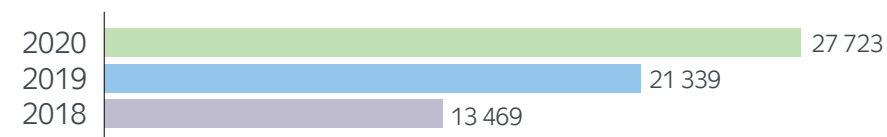
## Обучение по охране труда

**403-5** Все сотрудники Яндекса, а также сотрудники команды поддержки бизнеса проходят обязательное обучение по охране труда, установленное законодательством (например, вводные инструктажи), а также регулярные проверки знаний.

Программу обучения составляют специалисты по охране труда с учетом потребностей каждого подразделения. Она включает тренинги о правилах безопасной работы и поведении в чрезвычайных ситуациях. Все курсы ведут специалисты, которые прошли профильное обучение.

Яндекс постоянно расширяет систему обучения по охране труда, что отражается и на количестве обученных сотрудников. В 2020 году обучение прошли 27 723 человека, что на треть больше, чем в 2019 году (это коррелирует с увеличением численности сотрудников Яндекса и команды поддержки бизнеса). Также все сотрудники могут ознакомиться с инструкциями по охране труда и другими материалами по данной теме на внутреннем портале.

### Количество обученных сотрудников, человек



Число сотрудников, прошедших обязательный инструктаж по охране труда, включая специалистов команды поддержки бизнеса.

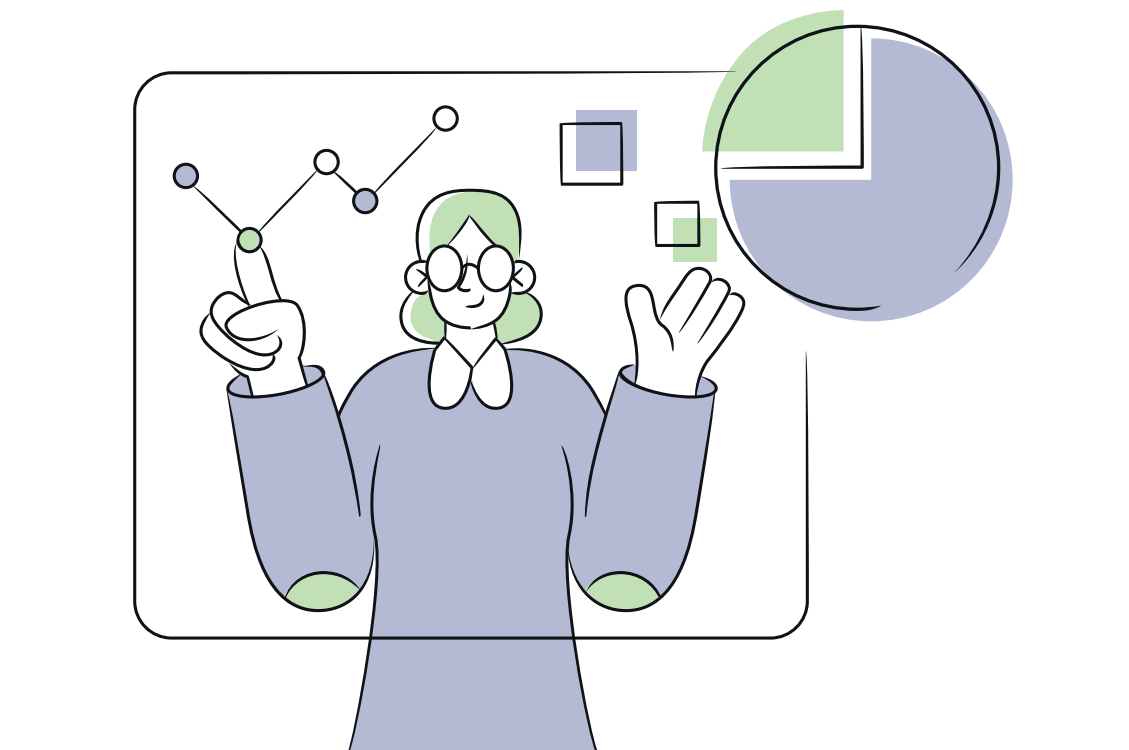


В отдельных подразделениях (например, в команде разработки беспилотных автомобилей) сотрудники подтверждают полученные знания: сдают тесты на теорию или практические экзамены<sup>148</sup> на полигоне. После успешной сдачи тестов сотрудники допускаются к работе с беспилотными автомобилями.

### Показатели травматизма

**103-3** Специфика бизнеса Яндекса не связана с работой на травмоопасных промышленных объектах, при этом компания с не меньшей долей внимательности относится к тому, чтобы на рабочем месте риски травмирования или возникновения несчастных случаев были минимальными. Компания регулярно проводит специальную оценку условий труда во всех подразделениях, а сотрудникам, чьи обязанности связаны с производственным риском, выдаются СИЗы<sup>149</sup>.

**403-9** Яндекс расследует каждый инцидент в порядке, установленном законодательством. В 2020 году в компании не было зарегистрировано несчастных случаев и случаев профессиональных заболеваний.



<sup>148</sup> Результаты тестов и экзаменов также используются для анализа индивидуальной и групповой динамики — это помогает оценить эффективность обучающих материалов.

<sup>149</sup> СИЗ — средство индивидуальной защиты.

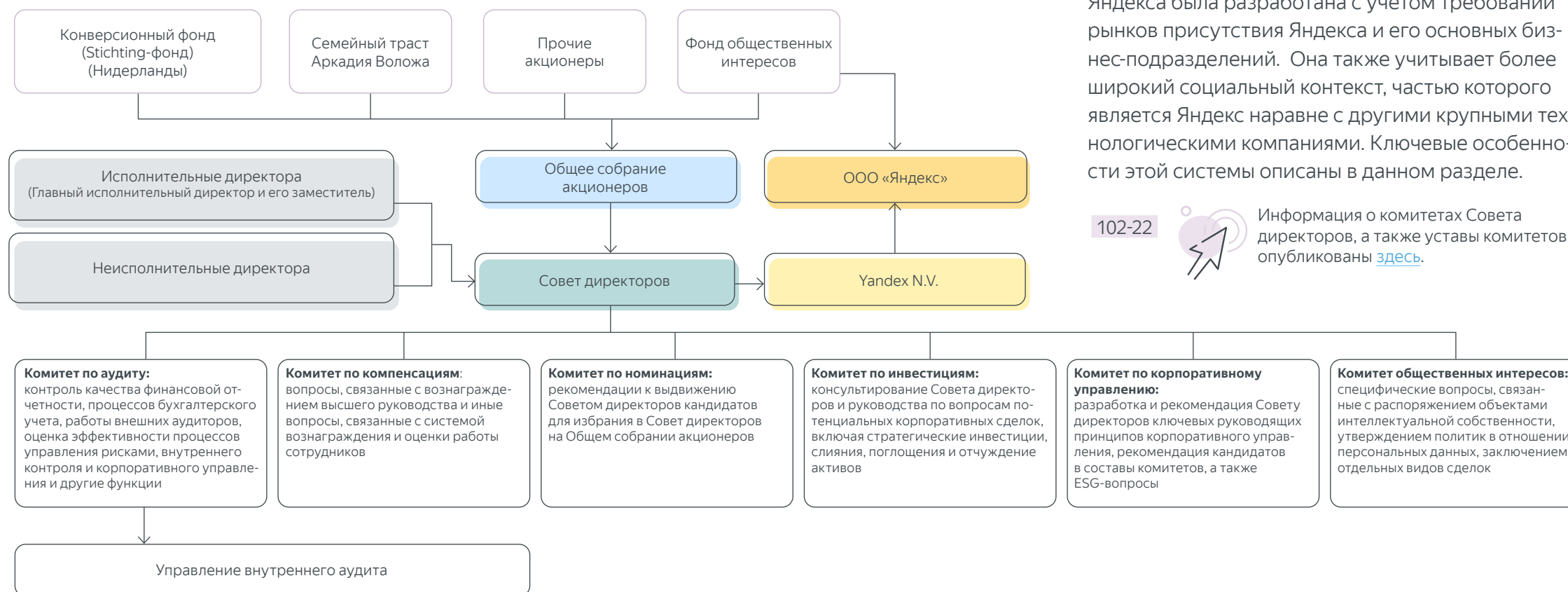


# Корпоративное управление

Система корпоративного управления  
Управление устойчивым развитием  
Управление рисками устойчивого развития

# Система корпоративного управления

102-18 Систему корпоративного управления Яндекса можно представить в виде структуры:



В своем первом Отчете об устойчивом развитии Яндекс рассказывает о своей системе корпоративного управления. Компания Yandex N.V. зарегистрирована в Нидерландах, основной бизнес ведется в России, а акции компании обращаются на бирже NASDAQ<sup>150</sup> и на Московской бирже. Система корпоративного управления Яндекса была разработана с учетом требований рынков присутствия Яндекса и его основных бизнес-подразделений. Она также учитывает более широкий социальный контекст, частью которого является Яндекс наравне с другими крупными технологическими компаниями. Ключевые особенности этой системы описаны в данном разделе.

102-22



Информация о комитетах Совета директоров, а также уставы комитетов опубликованы [здесь](#).

<sup>150</sup> National Association of Securities Dealers Automated Quotation (NASDAQ) — одна из основных фондовых бирж США.

## Общее собрание акционеров

Высшим органом управления Яндекса является Общее собрание акционеров. Акционерный капитал компании состоит из акций разных классов, которые предоставляют акционерам разное количество голосов<sup>151</sup>:

- акция класса А — 1 голос;
- акция класса В — 10 голосов;
- приоритетная акция — 100 голосов на Общем собрании акционеров и определенные ограниченные права по отдельным вопросам управления.

Держателем приоритетной акции является Международный фонд «Фонд общественных интересов» (далее — Фонд). Фонд был зарегистрирован в марте 2020 года в соответствии с решением общего собрания акционеров Яндекса, состоявшегося 20 декабря 2019 года<sup>152</sup>.

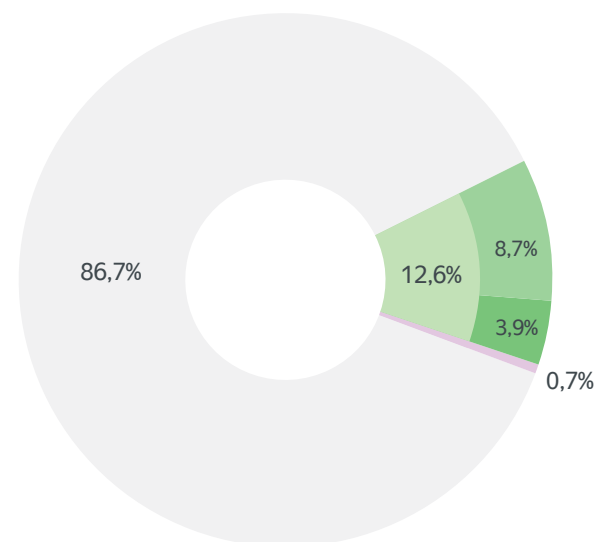
<sup>151</sup> Также существуют акции класса С, которые используются в технических целях при конвертации акций класса В в акции класса А.

<sup>152</sup> Подробнее читайте в [пресс-релизе](#) о результатах внеочередного собрания акционеров от 20 декабря 2019 года.

<sup>153</sup> Казначейские акции (treasury shares) — это акции, которые находятся в собственности компании-эмитента, не обладают правом голоса и не участвуют в распределении дивидендов.

## Структура акционерного капитала

Право собственности



Пре-IPO-акционеры:  
директора,  
руководители  
и сотрудники

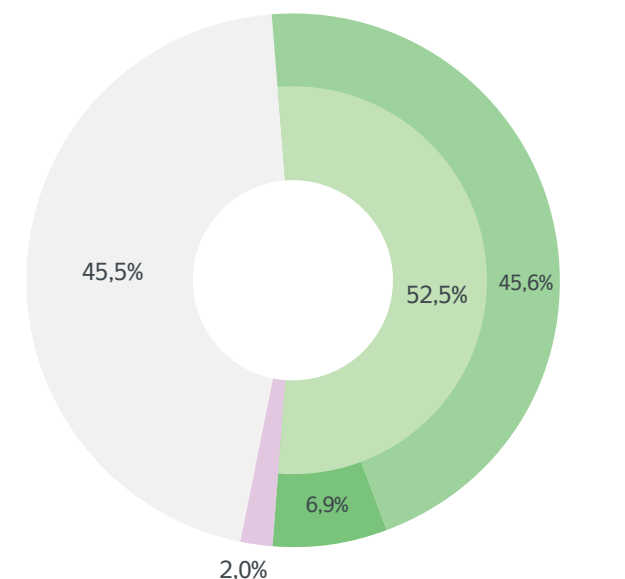
Семейный траст  
Аркадия Воложа

Прочие директора,  
руководители  
и сотрудники

Прочие  
пре-IPO-акционеры

Акции  
в свободном  
обращении

Право голоса



Общее количество выпущенных и находящихся в обращении акций по состоянию на 31 декабря 2020 года — 354 210 533 (без учета 1 928 621 казначейской акции<sup>153</sup> класса А).

Согласно поправке, касающейся автоматической конвертации акций класса В в акции класса А, акции класса В, принадлежащие семейному трасту Аркадия Воложа, не будут автоматически конвертироваться в акции класса А до истечения двухлетнего периода со дня смерти учредителя траста, после чего акции будут автоматически конвертированы в акции класса А. Кроме того, все акции класса В, принадлежащие в настоящее время Аркадию Воложу и его семейному трасту, заблокированы, и распоряжение данными акциями не может производиться до 1 января 2022 года.

103-2

## Фонд общественных интересов

Фонд был создан в рамках проекта по реструктуризации системы корпоративного управления в Яндексе. Его появление вызвано необходимостью соблюдения баланса между интересами компании и общественными интересами, касающимися деятельности компании, такими как обращение с персональными данными российских пользователей и распоряжение интеллектуальной собственностью компании.

Фонд является держателем приоритетной акции, которая дает возможность выдвинуть двух специальных директоров (о них — на следующей странице) из 12 директоров в Совет директоров Яндекса, а также участвовать в принятии решений в рамках ограниченного и четко определенного списка вопросов. К таким решениям, в частности, относятся согласование сделок по консолидации 10% и более голосов или экономических акций в одних руках, согласование передачи существенной интеллектуальной собственности, согласование политик компании

в отношении защиты персональных данных и необезличенных больших данных российских пользователей, согласование возможных партнерств компании с правительствами других стран. У Фонда отсутствуют полномочия в отношении иных оперативных, стратегических и экономических вопросов деятельности Яндекса.

Фонд управляется советом Фонда, в который входят 11 человек, включая трех представителей менеджмента компании<sup>154</sup>, пятерых представителей российских вузов (ВШЭ, МФТИ, МГУ, СПбГУ и ИТМО<sup>155</sup>), с которыми Яндекс реализует совместные образовательные и научные проекты, и трех директоров, представляющих негосударственные организации (РСПП<sup>156</sup>, Школа управления «Сколково» и Фонд поддержки 57-й школы (Москва)), с которыми Яндекс связывают давние партнерские отношения.

Фонд создан для поддержки Совета директоров в соблюдении баланса интересов

при обсуждении существенных для общества вопросов. Но в исключительных случаях, если Совет директоров намеренно не выполняет решения Фонда, затрудняет работу новой структуры или принимает решения, способные повлиять на национальную безопасность, Фонд имеет право инициировать временную смену генерального директора ООО «Яндекс» до прекращения подобных обстоятельств. К таким случаям относится наступление особой корпоративной ситуации (связанной с ненадлежащими действиями Yandex N.V. в части избрания специальных директоров и деятельности Комитета общественных интересов) или особой ситуации (связанной с вопросами национальной безопасности и общественной стабильности). Основания наступления таких ситуаций и последовательность действий сторон подробно описана в учредительных документах.



Более подробная информация доступна в [Циркулярном письме собранию акционеров](#).

<sup>154</sup> Генеральный директор группы компаний Яндекса Аркадий Волож, заместитель генерального директора группы компаний Яндекса Тигран Худавердян и генеральный директор Яндекса в России и HR-директор Елена Бунина.

<sup>155</sup> Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ), Московский физико-технический институт (МФТИ), Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова (МГУ), Санкт-Петербургский государственный университет (СПбГУ) и Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики (ИТМО).

<sup>156</sup> Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП).



## Совет директоров

**103-2** Ключевым органом управления компанией является Совет директоров, в состав которого входят два исполнительных директора (генеральный директор (CEO) и его заместитель) и неисполнительные директора. Исполнительные директора отвечают за операционную деятельность, а неисполнительные — за общее руководство деятельностью компании. Два неисполнительных директора являются так называемыми специальными директорами, которые номинируются в особом порядке: их кандидатуры должны быть предложены для избрания в состав Совета директоров Фондом общественных интересов. В текущем составе Совета директоров специальными директорами являются Алексей Яковицкий и Алексей Комиссаров.

### 102-22 Состав Совета директоров

Имя		Год вступления в должность директора или исполнительного директора	Окончание текущего срока полномочий
Джон Бойнтон (Председатель Совета директоров с 2016 года)	нд н	2000	2021
Аркадий Волож	и	2000	2024
Тигран Худавердян	и	2019	2022
Чарльз Райан	нд н	2011	2022
Александр Волошин	нд н	2010	2022
Рохье Рийниа	нд н	2013	2022
Эстер Дайсон	нд н	2006	2021
Илья Стребулаев	нд н	2018	2021
Алексей Комиссаров	нд н с	2020	2023
Алексей Яковицкий	нд н с	2020	2023

нд — Неисполнительный директор и — Исполнительный н — Независимый с — Специальный

Максимальное количество директоров в составе Совета директоров — 12 человек. На момент подготовки Отчета у Яндекса десять директоров (два исполнительных и восемь неисполнительных). Все восемь действующих неисполнительных директоров, включая специальных директоров, являются также независимыми директорами. Председателем Совета директоров является независимый директор Джон Бойнтон.

**103-23**



Подробнее о составе Совета директоров Яндекса читайте [здесь](#).

### Членство в комитетах

Комитет по аудиту	Комитет по компенса- циям	Комитет по номи- нациям	Комитет по инвести- циям	Комитет по кор- поративному управлению	Комитет общественных интересов
○	○	○	○	●	
			○		●
○			●		
		○		○	
	●	○			
	○	●	○	○	
●					
		○			○
					○

● — Председатель комитета ○ — Член комитета





Определяя соответствие директоров критериям независимости, Яндекс следует критериям независимости биржи NASDAQ, на которой обращаются акции компании. При этом как компания, зарегистрированная в Нидерландах, Яндекс подпадает и под положения Кодекса корпоративного управления Нидерландов (далее — Кодекс), который, однако, предусматривает принцип *comply or explain* («соблюдай или разъясняй»). Согласно Кодексу, отступление от его принципов и рекомендаций допускается, если компания предоставляет содержательные и прозрачные разъяснения. Следуя этому принципу, компания приняла решение соблюдать требования NASDAQ и в ряде случаев отступает от соблюдения некоторых правил Кодекса.

Ключевым показателем независимости по правилам NASDAQ является отсутствие у директора таких отношений внутри и вне компании, которые бы наносили ущерб его независимости, то есть возможности принимать объективные и взвешенные решения. Вопрос о прекращении соответствия директоров указанным критериям поднимается при возникновении обстоятельств, которые свидетельствовали бы об этом. Более того, срок службы директора в Совете директоров компании не влияет на статус независимости директора согласно правилам NASDAQ.

## Критерии выдвижения и отбора членов Совета директоров

102-24

Устав компании содержит ряд критериев, которые применяются к кандидатам при выдвижении в состав Совета директоров на позицию неисполнительного директора. Среди них, например, отсутствие конфликта интересов с компанией. [Устав Комитета по номинациям](#) содержит более развернутый перечень требований, связанных также с профессиональными компетенциями кандидатов. Среди прочего кандидаты должны иметь безупречную репутацию, знания и соответствующий опыт в области глобальных технологий, разбираться в отраслях, в которых работает Яндекс, понимать интересы различных заинтересованных сторон и принимать их во внимание при принятии решений, а также следовать высоким этическим стандартам.

Яндексу важно этническое и социокультурное многообразие в Совете директоров. Комитет по номинациям должен по мере необходимости уделять внимание вопросу соотношения национальностей, представленных в Совете директоров, с учетом географического охвата деятельности группы. Эта обязанность закреплена в Уставе Комитета. Яндекс часто слышит от заинтересованных сторон, что в Совете директоров не хватает женщин и их количество нужно увеличить. Компания признает эти пожелания и будет работать в этом направлении.

102-27

Устав Комитета предусматривает, что опыт и квалификация директоров, их знания и способности должны охватывать широкий перечень профессиональных областей, чтобы Совет директоров эффективно осуществлял свои функции. Совет директоров Яндекса полностью соответствует данному принципу.

Члены Совета директоров избираются Общим собранием акционеров. Кандидаты, включая тех, которые переизбираются на новый срок, сначала рассматриваются на уровне Комитета по номинациям. Затем рекомендуемые Комитетом кандидатуры обсуждаются Советом директоров, а после этого выдвигаются на утверждение Общим собранием акционеров. Совет директоров вправе выдвинуть кандидата даже в случае его несоответствия отдельным критериям. Это может быть сделано тогда, когда это не вредит репутации компании, не противоречит ее интересам и позволяет привлечь к работе директора с уникальным набором компетенций. Завершается процесс голосованием по выдвинутым кандидатурам на Общем собрании акционеров.



Более подробная информация о процессе выдвижения членов Совета директоров, включая выдвижение директоров различных классов, доступна в [Циркулярном письме к собранию акционеров](#).

Совет директоров не переизбирается в полном составе, его состав обновляется частями в связи с истечением срока полномочий отдельных директоров. С 2019 года максимальный срок полномочий члена Совета директоров составляет четыре года, затем директор может быть переизбран на новый срок. На годовом Общем собрании акционеров происходит либо переизбрание тех членов Совета директоров, срок полномочий которых подошел к концу, либо избрание новых кандидатов на освободившиеся вакансии — с четким указанием срока действия полномочий. Это обычная практика многих компаний, которая позволяет среди прочего обеспечить преемственность в Совете директоров.

## Система вознаграждения членов Совета директоров и высшего руководства

- 102-35 В 2016 году решением годового Общего собрания акционеров были утверждены Equity Incentive Plan (Программа поощрения акциями компании) и General
- 102-36 Guidelines for Compensation of the Board of Directors (Общие правила вознаграждения), которыми компания руководствуется по сей день.
- 103-2
- 103-3

Вознаграждение членов Совета директоров включает в себя денежную часть и гранты, предоставляющие право на получение акций компании — такую структуру определил Комитет по компенсациям в соответствии с Общими правилами вознаграждения. Денежная часть представляет собой базовое годовое вознаграждение для всех членов Совета директоров и для председателя Совета директоров. Гранты предусмотрены как базовые, размер которых одинаков для всех членов Совета директоров, так и дополнительные — для председателя Совета директоров, председателей комитетов и членов комитетов.

Вознаграждение высшего руководства Яндекса включает фиксированную заработную плату, бонусную часть, которая зависит от результатов деятельности, а также гранты на получение акций компании, выдаваемые по рекомендации Комитета по компенсациям на основании решения Совета директоров. Такие гранты обычно рассчитаны на несколько лет и исполняются на основании определенного графика или на иных условиях, предусмотренных и утвержденных администратором — Комитетом по компенсациям или Советом директоров в соответствии с их компетенцией. Исполнительные директора компании, являющиеся членами Совета директоров, не получают дополнительного вознаграждения, помимо заработной платы и грантов менеджмента.

Для высшего руководства компании<sup>157</sup> основными целевыми показателями, от которых зависит переменная часть вознаграждения (бонусы и гранты), являются рост выручки и скорректированного показателя EBITDA по группе компаний Яндекса, а также по фокусным для компании направлениям (электронная коммерция, Яндекс.Плюс и другие направления). Для руководителей ключевых бизнес-единиц есть дополнительные целевые операционные показатели, применимые к деятельности конкретного сервиса (среди них — среднедневная аудитория, прирост рыночной доли, рост бизнес-подразделения). Компания также выдала гранты в форме performance share unit (PSU), которые дают право бесплатно получить ряд акций класса А при условии достижения определенных критериев эффективности в течение определенного срока. Критерием эффективности в отношении премий в форме PSU, выданных в 2020 году, являлась общая доходность акций Яндекса класса А по сравнению с общей доходностью акционеров компаний, входящих в индекс NASDAQ 100 за определенный период. При этом премии в форме PSU дают участнику право заработать до 250% от целевого количества PSU с учетом достигнутых показателей. Держатели RSU и PSU не имеют прав на дивиденды или их эквиваленты.

В среднем доля переменной части вознаграждения топ-менеджмента компании<sup>158</sup>, зависящая от достижения определенных целевых показателей, составляет более 80%.

<sup>157</sup> Генеральный директор, управляющий директор, финансовый директор, руководители двух ключевых бизнес-групп — бизнес-группы Поиска, рекламных и облачных сервисов и бизнес-группы электронной коммерции и райдтех.

<sup>158</sup> Высшее руководство и главы бизнес-юнитов.

103-3 Данная система вознаграждения позволяет сблизить интересы членов органов управления компании и ее акционеров, поскольку топ-менеджеры и члены Совета директоров также становятся акционерами компании.

Несмотря на то, что отдельные ESG-показатели на сегодняшний день формально не входят в число ключевых показателей эффективности высшего руководства компании, показатели эффективности бизнеса Яндекса уже их учитывают. Успех деятельности по разным направлениям устойчивого развития, который отслеживается при помощи различных метрик на уровне ответственных команд, неразрывно связан с финансовыми и операционными результатами.

#### 102-25 Управление конфликтами интересов

Согласно [Положению о Совете директоров](#) (Board Rules), директор не должен участвовать в обсуждениях и принятии решений по вопросу, в отношении которого он или она имеет прямой или косвенный личный интерес, вступающий в конфликт с интересами компании и ее бизнеса. Решения по таким вопросам принимаются в отсутствие такого директора. Сделки, в которых присутствует конфликт интересов, заключаются на обычных для соответствующей отрасли условиях и требуют одобрения Совета директоров. А сделки компании со связанными сторонами подлежат рассмотрению и обязательному одобрению Комитетом по аудиту.

103-3 Ежегодно директора Яндекса заполняют анкеты, включающие вопросы о конфликте интересов, членстве в органах управления и владении акциями других организаций, раскрывают информацию о своих аффилированных лицах. Это позволяет компании своевременно выявлять сделки со связанными сторонами и применять надлежащие процедуры их одобрения.

# Управление устойчивым развитием

Следуя лучшим международным практикам, Яндекс развивает систему управления устойчивым развитием и экологическими, социальными и экономическими рисками, связанными с этим направлением работы.

## Структура управления устойчивым развитием

- 102-18 Яндекс давно и много занимается социальными и экологическими во-
- 102-26 просами и применяет самые высокие стандарты корпоративного управ-
- 102-29 ления. При этом системная работа по взаимодействию с широким кругом заинтересованных сторон, включая акционеров и инвесторов, по ESG-темам в привычном для них формате началась сравнительно недавно. Совет директоров уполномочил Комитет по корпоративному управлению курировать разработку и внедрение в компании политик и практик в области ESG. Эти компетенции закреплены в [Уставе Комитета](#). Председателем Комитета является Председатель Совета директоров Джон Бойнтон.
- 102-31 Сейчас ESG-вопросы рассматриваются на уровне Комитета и подробно
- 102-27 обсуждаются. Отчеты о работе Комитета регулярно представляются

на рассмотрение Совета директоров, члены которого обладают необходимыми компетенциями в области устойчивого развития. Для повышения эффективности обсуждения ESG-вопросов на заседаниях Комитета и Совета директоров приглашаются руководители, ответственные за соответствующие направления деятельности.

- 102-19 Руководители информируют Совет директоров о результатах взаимодействия с заинтересованными сторонами, о разработанных планах действий и проектах, которые уже запустили или планируется запускать. В рамках обсуждения члены Совета директоров могут дать обратную связь. Также могут быть предложены кандидатуры кураторов озвученных инициатив со стороны руководителей.
- 102-20 Топ-менеджмент Яндекса активно вовлечен в процесс совершенствования практик устойчивого развития компании: утверждает новые
- 102-26 инициативы, обсуждает планы и их реализацию совместно с руководителями сервисов и подразделений компании, оценивает результативность текущих проектов, организует обмен опытом между командами, а с 2020 года — утверждает отчет по устойчивому развитию. Топ-менеджеры курируют отдельные направления работы. Например, такие направления, как информационная безопасность, защита персональных данных, качество контента, курируются генеральным директором, заместителем генерального директора и руководителями бизнес-подразделений. Елена Бунина, генеральный директор Яндекса в России и HR-директор, курирует проекты Образовательной инициативы Яндекса, совместно с финансовым директором — вопросы, связанные с кадрами, деловой и корпоративной этикой (и входит в состав Комитета по этике).
- 102-32



Для развития дополнительных компетенций топ-менеджмента проводятся сессии, посвященные различным аспектам устойчивого развития.

**102-19** На уровне операционного менеджмента центром экспертизы в области устойчивого развития выступает Группа по связям с инвесторами. С 2020 года в составе Группы выделена должность менеджера по устойчивому развитию, задачей которого является выявление зон роста в области устойчивого развития, координация и мониторинг реализации ESG-инициатив бизнес-подразделений, организация обмена опытом среди задействованных команд, взаимодействие с инвесторами и иными заинтересованными сторонами по ESG-вопросам, информирование о результатах деятельности, в том числе в формате подготовки отчета об устойчивом развитии.

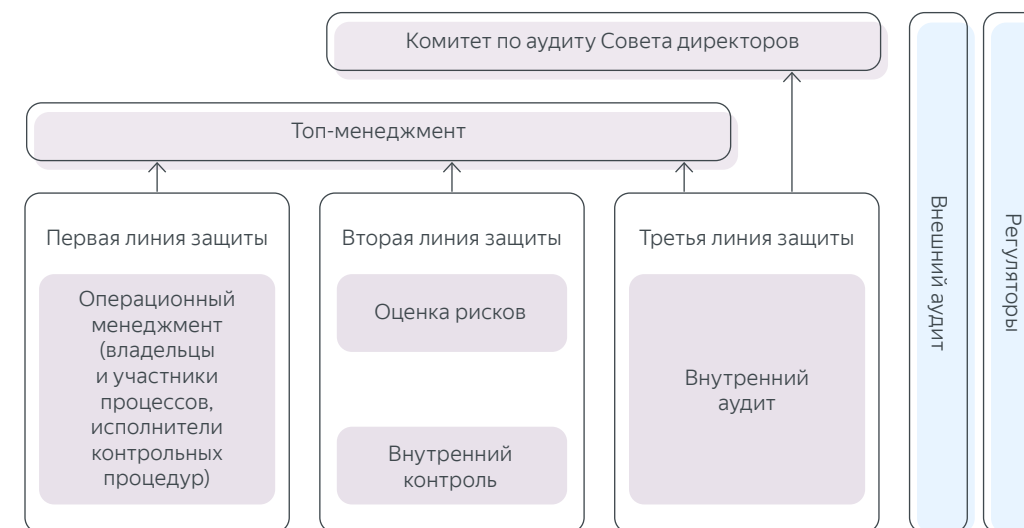
За внедрение практик устойчивого развития в бизнес-процессы отвечают руководители сервисов и подразделений компании. Вместе со своими командами они ищут способы использования технологий Яндекса на пользу обществу. Команды делятся своим опытом в рамках еженедельного хурала — общей встречи-трансляции, к которой могут подключиться все сотрудники Яндекса для того, чтобы услышать о ярких новостях за неделю, запусках новых продуктов и сервисов, планах команд и результатах, в том числе по проектам устойчивого развития.

**102-15****102-29****102-30****103-2****103-3**

## Управление рисками устойчивого развития

Управление рисками в Яндексе построено по модели трех линий защиты и осуществляется на уровне руководителей направлений и сервисов, топ-менеджмента и Комитета по аудиту Совета директоров. Руководители и топ-менеджмент участвуют в управлении рисками в своей повседневной деятельности: участвуют в оценке рисков и выполняют контрольные процедуры. В зону ответственности Комитета по аудиту Совета директоров входит рассмотрение и согласование принципов Яндекса в области оценки и управления рисками и надзор за эффективностью процессов, связанных с управлением рисками и внутренним контролем.

### Модель трех линий защиты



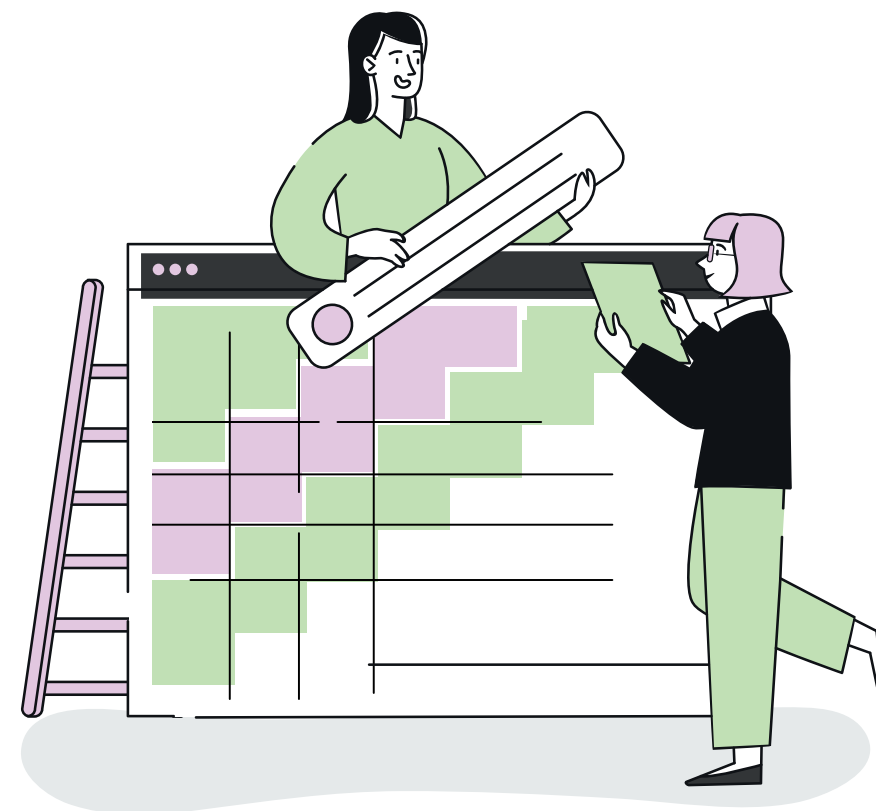
В компании разработан корпоративный реестр рисков, который включает общие риски и высокоуровневые специфические риски, относящиеся к отдельным сервисам. Процессы, связанные с оценкой рисков, координирует отдел по комплаенсу и оценке рисков, который входит в состав юридического департамента. Команда отдела совместно с руководителями сервисов проводит периодическую оценку рисков. В нее могут входить как формирующиеся вовне компании риски — рыночные, политические, регуляторные, социальные, так и внутренние — инфраструктурные, риски безопасности, HR-риски и пр. Также существуют матрицы рисков и контрольных процедур для подтверждения достоверности финансовой отчетности для ключевых сервисов. Это помогает строго соблюдать требования закона Сарбейнса-Оксли (SOX)<sup>159</sup>, который применим к деятельности Яндекса вследствие того, что акции компании обращаются на американской фондовой бирже NASDAQ.

Для сервисов, которые сертифицируются по стандартам информационной безопасности ISO и SOC<sup>160</sup>, проводится отдельная оценка соответствующих рисков.

Среди планов Яндекса в области управления рисками — развитие направления операционных аудитов бизнес-процессов, а также переоценка рисков для ряда ключевых сервисов.



Подробнее о сервисах, которые прошли сертификацию по стандартам информационной безопасности, читайте в разделе [«Информационная безопасность и защита персональных данных»](#).



<sup>159</sup> Закон Сарбейнса-Оксли (Sarbanes-Oxley Act, SOX) устанавливает требования к финансовой отчетности компаний, ценные бумаги которых зарегистрированы Комиссией по ценным бумагам и биржам США.

<sup>160</sup> Стандарты информационной безопасности Международной организации по стандартизации (International Organization for Standardization, ISO) и стандарты информационной безопасности Service and Organization Controls (SOC) Американского института дипломированных общественных бухгалтеров (American Institute of Certified Public Accountants).





## Риски в сфере устойчивого развития



Подробнее о рисках, выделяемых компанией, читайте в [годовом отчете Яндекса за 2020 год](#) (стр. 5).

Наименование риска	Краткое описание риска	Меры по управлению риском
<b>Этика и добросовестность</b>		
Риски, связанные с недостаточностью мер информационной безопасности, принимаемых компанией	Если меры информационной безопасности и защиты персональных данных, принимаемые компанией, окажутся недостаточными, продукты и услуги компании могут восприниматься как небезопасные. Как следствие, пользователи и клиенты могут перестать пользоваться продуктами и услугами или пользоваться ими реже, а компания может подвергнуться значительным юридическим, финансовым и регуляторным рискам.	<ul style="list-style-type: none"><li>Внедрен процесс управления рисками информационной безопасности, разработанный с учетом требований стандартов ISO/IEC 27000:2018 и ISO 31000:2018.</li><li>Действует Политика по информационной безопасности, Политика конфиденциальности, Политика управления инцидентами и другие документы, регулирующие защиту информации.</li><li>Сервисы компании проходят регулярные сертификационные аудиты в соответствии с утвержденным планом-графиком.</li><li>Все сотрудники проходят обязательное обучение по защите персональных данных, конфиденциальности информации и защите от фишинга.</li><li>Выделена роль директора по защите данных (Chief Privacy Officer, CPO), который подотчетен топ-менеджменту компании.</li></ul> <p>Подробнее об этих и других мерах читайте в разделе <a href="#">«Информационная безопасность и защита персональных данных»</a>.</p>
Риск несоблюдения законодательства в области защиты прав на интеллектуальную собственность	В случае несоблюдения прав на интеллектуальную собственность компания может быть привлечена к ответственности, что повлияет на бренды компании, ее финансовое состояние и результаты деятельности. В частности, несоблюдение прав на интеллектуальную собственность может повлечь дорогостоящие для компании судебные тяжбы, а также невозможность предоставить пользователям определенный контент и сервисы, что негативно скажется на ее конкурентоспособности.	<ul style="list-style-type: none"><li>Компания является подписантом меморандума по предотвращению пиратства, заключенного между крупными IT-компаниями России и правообладателями.</li><li>Отслеживается соблюдение договоров с правообладателями.</li><li>Работа с открытым исходным программным кодом регулируется внутренними документами: Политикой по открытому исходному коду и Регламентом работ по выбору лицензий для продуктов Яндекса с открытым исходным кодом.</li><li>В зависимости от текущего запроса и потребностей того или иного сервиса сотрудники проходят обучение основам законодательства в области интеллектуальной собственности.</li></ul> <p>Подробнее об этих и других мерах читайте в разделе <a href="#">«Интеллектуальная собственность»</a>.</p>





Наименование риска	Краткое описание риска	Меры по управлению риском
Риски, связанные с управлением контентом, размещаемым на платформах компании третьими лицами	Компания может быть привлечена к ответственности и понести репутационный ущерб в случае, если на ее платформах размещается контент, который является незаконным, недостоверным, вредоносным, клеветническим, оскорбляет нравственность, демонстрирует (или пропагандирует) насилие и жестокость, нарушает права интеллектуальной собственности, пропагандирует ненависть и/или дискриминацию людей по расовому, этническому, половому, религиозному, социальному признакам, содержит иные нарушения.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Действуют Правила размещения рекламы и ряд других документов, которые закрепляют требования к рекламным материалам.</li><li>• Все объявления Яндекс.Директа проходят модерацию. Также каждая площадка РСЯ проходит многоступенчатую модерацию и подключается к мониторингу качества.</li><li>• Проводится непрерывная работа по совершенствованию поисковых алгоритмов для защиты пользователей от ненадлежащего контента.</li><li>• Осуществляется сотрудничество с международной организацией Internet Watch Foundation, в фокусе которой находится тема насилия над детьми и нераспространение данного содержания в интернете.</li><li>• Все материалы, публикуемые на блогерской платформе Яндекс.Дзен, проходят модерацию на предмет соответствия требованиям к качеству и содержанию материалов.</li><li>• Публикации, размещенные на блогерской платформе Яндекс.Дзен, которые имеют большой охват, высокое число жалоб, а также материалы на «острую» тематику, дополнительно проверяются независимыми партнерами на достоверность.</li></ul> <p>Подробнее об этих и других мерах читайте в разделе <a href="#">«Качество работы с контентом»</a>.</p>
Риск несоблюдения законодательства контрагентами	Компания ожидает от всех контрагентов следования Правилам деловой и корпоративной этики, предпринимает должную осмотрительность и оставляет за собой право на выполнение необходимых проверок контрагентов. Если этих мер окажется недостаточно, компания может быть подвергнута значительным репутационным, юридическим и финансовым рискам.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Проводится проверка контрагентов, с которыми Яндекс вступает в деловые отношения, на соответствие требованиям законодательства.</li><li>• В отдельных случаях проводятся специальные выездные проверки.</li><li>• В договоры с контрагентами включаются комплаенс-оговорки.</li></ul> <p>Подробнее об этих и других мерах читайте в разделах <a href="#">«Деловая этика и права человека»</a>, <a href="#">«Ответственные закупки»</a> и главах <a href="#">«Про пользователей»</a>, <a href="#">«Про взаимодействие с партнерами сервисов»</a>.</p>
Риск несоблюдения антимонопольного законодательства	Компания может быть привлечена к ответственности в случае несоблюдения антимонопольного законодательства, что повлияет на бренды компании, ее финансовое состояние и результаты деятельности.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Проводится регулярный мониторинг потенциальных случаев нарушения антимонопольного законодательства в процессе принятия бизнес-решений.</li><li>• Сделки и иные действия, которые потенциально могут повлиять на состояние конкуренции, в случае необходимости согласуются с антимонопольными органами.</li><li>• Направление взаимодействия с органами власти, включая вопросы соблюдения антимонопольного законодательства и взаимодействия с Федеральной антимонопольной службой (ФАС России), курирует генеральный директор Яндекса в России Елена Бунина.</li></ul> <p>Подробнее об этих и других мерах читайте в разделе <a href="#">«Деловая этика и права человека»</a>.</p>



Наименование риска	Краткое описание риска	Меры по управлению риском
Риск несоблюдения обязательных требований бирж, на которых обращаются акции компании	Яндекс представлен на американской фондовой бирже (NASDAQ) и Московской бирже, акции доступны широкому кругу инвесторов. В случае несоблюдения требований Комиссии по ценным бумагам и биржам США, несоответствия закону Сарбейнса-Оксли (Sarbanes-Oxley Act, SOX) или правилам листинга Московской биржи, на компанию будут наложены штрафы, из-за которых акции потеряют в цене или даже будут исключены из списка биржи.	<ul style="list-style-type: none"><li>Разработаны матрицы рисков и контролей над достоверностью финансовой отчетности для ключевых сервисов для соблюдения требований закона Сарбейнса-Оксли (SOX).</li><li>Разработан корпоративный реестр рисков, который включает общие риски и высокоуровневые специфические риски, относящиеся к отдельным сервисам.</li><li>Управление рисками осуществляется на уровне руководителей направлений и сервисов, топ-менеджмента и Комитета по аудиту Совета директоров.</li></ul> <p>Подробнее об этих и других мерах читайте в разделе <a href="#">«Управление рисками устойчивого развития»</a>.</p>
Риски, связанные с изменением структуры корпоративного управления	Несмотря на реструктуризацию корпоративного управления, проведенную в конце 2019 года, компания не может быть уверена в том, что не подпадет под действие нового законодательства, ограничивающего владение акциями компании или осуществление контроля в секторе иностранными лицами, которое в конечном итоге может быть принято. Если бизнес компании подпадет под действие такого законодательства или не будет соответствовать его требованиям, компания не может гарантировать, что против нее не будут применены меры со стороны органов государственной власти РФ.	<ul style="list-style-type: none"><li>Проводится регулярный мониторинг изменений законодательства.</li><li>Отслеживается эффективность текущей структуры корпоративного управления.</li></ul> <p>Подробнее об этих и других мерах читайте в главе <a href="#">«Корпоративное управление»</a>.</p>
Риски, связанные с деятельностью в рамках совместных предприятий с третьими сторонами	Яндекс стремится выстраивать доверительные отношения с бизнес-партнерами. При этом компания понимает, что осуществление деятельности через совместные предприятия с третьими лицами может быть связано с появлением рисков, в том числе ESG-рисков, не связанных с основным бизнесом компании.	<ul style="list-style-type: none"><li>Проводится проверка всех контрагентов, с которыми Яндекс вступает в совместные предприятия, на соответствие требованиям законодательства и внутренним стандартам компании.</li><li>Сделки и иные действия, которые потенциально могут повлиять на состояние конкуренции, в случае необходимости согласуются с антимонопольными органами.</li></ul> <p>Подробнее об этих и других мерах читайте в разделе <a href="#">«Деловая этика и права человека»</a>.</p>



## Наименование риска

## Краткое описание риска

## Меры по управлению риском

### Экологическое воздействие

Риски низкой энергоэффективности операций

Компания стремится использовать наиболее энергоэффективные технологии в своей инфраструктуре, обеспечивающей работу бизнеса, и осознает, что неспособность поддержания высокого уровня энергоэффективности может привести к дополнительным затратам и иным операционным рискам.

- Наиболее современные технологии энергосбережения и энергоэффективности внедряются на этапе постройки объектов инфраструктуры.
- В арендованных офисных помещениях, а также в фулфилмент-центрах применяются различные решения для рационального использования ресурсов.
- Проводится регулярный мониторинг показателей энергоэффективности.

Подробнее об этих и других мерах читайте в разделе [«Экологическая ответственность»](#).

Риск изменения предпочтений клиентов в сторону компаний, ответственно управляющих углеродным следом

Если компания в своей деятельности не будет учитывать растущий интерес заинтересованных сторон к теме управления углеродным следом, это может привести к возникновению репутационных рисков, а также негативно повлиять на финансовое состояние компании и результаты деятельности.

- Проводится оценка прямых и косвенных энергетических выбросов парниковых газов (Score 1 и 2), разрабатываются мероприятия по оценке выбросов отдельных сервисов (Score 3).
- Разрабатываются и внедряются инициативы в рамках отдельных сервисов (например, по переходу к более экологичным транспортным средствам в сервисах доставки).

Подробнее об этих и других мерах читайте в разделе [«Экологическая ответственность»](#).

Риск несоблюдения экологического законодательства

В случае неспособности компании обеспечить вывоз отходов в соответствии с требованиями законодательства либо в случае невыполнения обязательств по вывозу отходов подрядными организациями компания может быть привлечена к ответственности в форме штрафов или административного приостановления деятельности.

- Производится контроль за соблюдением применимых требований экологического законодательства и регулярный мониторинг изменений.
- Производится проверка контрагентов на соответствие требованиям законодательства. Такая процедура проводится и в отношении компаний-операторов, занимающихся утилизацией отходов.

Подробнее об этих и других мерах читайте в разделе [«Экологическая ответственность»](#).

Наименование риска	Краткое описание риска	Меры по управлению риском
Риск негативного воздействия неблагоприятных погодных условий	Компания понимает, что влияние суровых погодных условий или техногенных факторов, таких как снежный буран, наводнение или опасное загрязнение воздуха, может заставить компанию и/или ее партнеров прибегнуть к временному закрытию бизнеса, ограничению рабочего времени, установлению ограничений на поездки и/или визиты к клиентам и партнерам в течение длительного периода времени, а также принимать другие существенные меры. Возникновение стихийного бедствия или других непредвиденных проблем в регионах эксплуатации дата-центров может привести к перебоям в обслуживании, если существующих мер будет недостаточно.	<ul style="list-style-type: none"><li>Разработаны инструкции, которым необходимо следовать в случае наступления аварийных ситуаций, вызванных техногенными и природными факторами, чтобы обеспечить бесперебойную работу бизнеса.</li><li>Дата-центры Яндекса имеют оборудование для собственной аварийной генерации электроэнергии на случай перебоев электроснабжения у поставщиков.</li></ul>

Развитие людей

Риск неспособности привлечь, удержать и мотивировать квалифицированный персонал	Потеря любого из ключевых сотрудников компании или неспособность привлечь, удержать и мотивировать квалифицированный персонал может оказать существенное негативное влияние на бизнес, финансовое состояние и результаты деятельности компании.	<ul style="list-style-type: none"><li>Сотрудникам предоставляется достойное вознаграждение, которое включает заработную плату, премии и вознаграждение в виде прав на получение акций компании, широкий перечень социальных льгот, возможности для обучения, комфортные и безопасные трудовые условия.</li></ul> <p>Подробнее об этих и других мерах читайте в главе <a href="#">«Про команду»</a>.</p>
Риск неспособности поддерживать культуру инноваций	Если компания не сможет поддерживать корпоративную культуру с фокусом на инновациях и экспериментах, это будет иметь негативное влияние на способность удержать квалифицированный персонал, а также на финансовое состояние и результаты деятельности компании.	<ul style="list-style-type: none"><li>Поддерживается программа экспериментов, благодаря которой сотрудники могут предлагать новые проекты и получать финансирование и другие ресурсы на их реализацию.</li></ul> <p>Подробнее об этих и других мерах читайте в главе <a href="#">«Про команду»</a>.</p>



### Наименование риска

### Краткое описание риска

### Меры по управлению риском

Риск снижения уровня удовлетворенности водителей и курьеров

В случае если компания не будет уделять должного внимания необходимости содействия повышению социальной защищенности и качеству жизни водителей и курьеров, оказывающих офлайн-услуги в рамках партнерств с сервисами Яндекса, это может привести к снижению доверия со стороны партнеров, препятствиям к выстраиванию долгосрочных отношений, что окажет негативное влияние на бизнес, финансовое состояние и результаты деятельности компании.

- Разрабатываются и реализуются программы социальной поддержки водителей, включая схемы — аналоги больничного, программы привилегий, программы нематериальной поддержки (программы наставничества).
- Разрабатываются меры по обеспечению физической безопасности водителей и курьеров, включая меры поддержки в период пандемии.
- Осуществляется сотрудничество с глухими и слабослышащими водителями и курьерами и проводится их адаптация к работе в сервисе.

Подробнее об этих и других мерах читайте в главе [«Про взаимодействие с партнерами сервисов»](#).

## Качество жизни

Риск ошибок и сбоев в работе интернет-инфраструктуры в странах присутствия

Любые ошибки, сбои или нарушения в продуктах и услугах, предоставляемых сторонними поставщиками наших основных интернет-соединений и оборудования, а также любые нормативные ограничения в интернете в России могут существенно негативно повлиять на бренд компании, ее финансовое состояние и результаты деятельности.

- Осуществляется техническое обслуживание интернет-инфраструктуры в странах присутствия и постоянный мониторинг условий, которые могут повлиять на непрерывность деятельности.
- Проводится взаимодействие с органами власти и профессиональным сообществом по вопросам функционирования интернет-инфраструктуры: компания подключается к обсуждению актуальных проблем на ранних этапах и помогает дать оценку ситуации на основе собственной экспертизы.



Наименование риска	Краткое описание риска	Меры по управлению риском
Риск невозможности предложить новый или обновленный сервис/продукт в соответствии с потребностями пользователей	В случае если компании не удастся вовремя выявить возможность запуска и/или обновления сервиса или продукта, который бы соответствовал актуальным потребностям пользователей, и если компания не сможет поддерживать качество предоставляемого сервиса на должном уровне и/или вовремя адаптировать продукты для функционирования на устройствах с обновленными техническими характеристиками, это может привести к оттоку пользователей, негативно повлиять на финансовое состояние компании и результаты деятельности.	<ul style="list-style-type: none"><li>Проводится регулярный мониторинг удовлетворенности пользователей, анализируется обратная связь — на уровне компании, на уровне отдельных сервисов.</li></ul> <p>Подробнее об этих и других мерах читайте в главе <a href="#">«Про пользователей»</a>.</p>
Риск изменения предпочтений пользователей, клиентов, партнеров и инвесторов в пользу социально ответственных компаний	Если компания в своей деятельности не будет учитывать растущий интерес заинтересованных сторон к теме социально ответственного ведения бизнеса и создания социального блага, это может привести к возникновению репутационных рисков, а также негативно повлиять на финансовое состояние компании и результаты деятельности.	<ul style="list-style-type: none"><li>Вопросы устойчивого развития рассматриваются на уровне топ-менеджмента компании: утверждаются новые инициативы, обсуждаются планы и их реализация совместно с руководителями сервисов и подразделений компании, оценивается результативность текущих проектов.</li><li>Реализуется Образовательная инициатива, которая охватывает более 30 образовательных проектов для людей разных возрастов и разного уровня подготовки.</li><li>Реализуется социальная программа «Помощь рядом», в рамках которой организуются бесплатные поездки для людей, которым нужна помощь в передвижении, и поддерживаются благотворительные фонды за счет предоставления доступа к сервисам Яндекса.</li><li>Проводится работа по повышению доступности сервисов и приложений для людей с особенностями здоровья.</li></ul> <p>Подробнее об этих и других мерах читайте в главе <a href="#">«Про пользу для общества»</a>.</p>



# Об Отчете

Определение существенных тем и ESG-повестки  
Принципы подготовки Отчета  
Взаимодействие с заинтересованными сторонами  
Контакты



# Об Отчете

**102-50** Яндекс публикует Отчет об устойчивом развитии впервые. Теперь  
**102-51** в одном месте и в удобном формате можно прочитать о самых раз-  
**102-52** ных проектах и их результатах, узнать о вкладе в ЦУР ООН, понять, чем живет компания и как она видит свою роль в обществе.

Яндекс планирует рассказывать о деятельности в области устойчивого развития ежегодно: бизнес непрерывно трансформируется и придумывает что-то новое, и компании важно, чтобы все заинтересованные стороны оставались в курсе проделанной работы и могли следить за прогрессом.

**102-54** Отчет рассчитан на широкую аудиторию — в нем собраны как интересные факты деятельности, так и раскрытия для профессиональной аудитории. Отчет подготовлен в соответствии с международными стандартами отчетности GRI Standards, уровень раскрытия «Основной» (Core), а также стандартами Sustainability Accounting Standards Board (SASB). Было использовано отраслевое руководство Internet Media & Services, применимое к роду деятельности Яндекса согласно классификатору SASB, а также некоторые стандарты отраслевых сборников E-Commerce, Software & IT Services, Media & Entertainment и Road Transportation. Так как Яндекс объединяет в себе множество бизнесов, было принято решение учесть широкий спектр требований. Отчет публикуется на русском и английском языках.

- Информация, раскрытая в Отчете, охватывает деятельность группы компаний Яндекса — публичной компании с ограниченной ответственностью «Яндекс Н.В.» (Public Limited Liability Company Yandex N.V.) и ее дочерних обществ, если не указано иное.
- Информация, раскрытая в Отчете, охватывает период с 1 января по 31 декабря 2020 года, если не указано иное.
- Инфографика, представленная в начале глав, раскрывает количественные результаты на конец 2020 года, если не указано иное.
- Терминология, использованная для представления количественных данных, а также представленные категории учета могут отличаться от терминов и классификаций, принятых в российском законодательстве по схожим вопросам. Если не указано иное, в Отчете используется терминология и классификация, предложенная международными стандартами отчетности GRI Standards и стандартами SASB.
- Прогнозные заявления касательно планов компании и ожиданий от результатов основаны на вводных, имеющихся на момент подготовки Отчета. Конечные результаты могут отличаться от заявленных из-за возникновения обстоятельств и рисков, неизвестных на момент планирования.



## Определение существенных тем и ESG-повестки

102-46

Отчет является логичным продолжением работы по систематизации всех ESG-инициатив, которую Яндекс провел в 2020 году. Направления повестки Яндекса в области устойчивого развития и существенные темы Отчета<sup>161</sup> были определены в рамках одного процесса, который состоял из нескольких этапов.



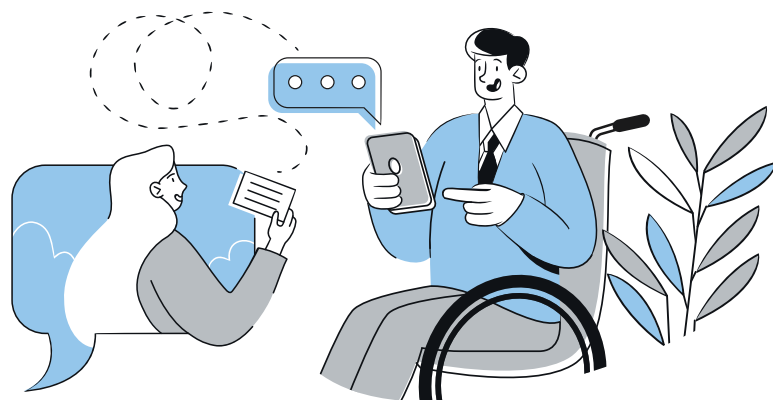
Подробнее о повестке Яндекса в области устойчивого развития читайте в одноименной [главе](#).

Сначала руководители самых разных подразделений Яндекса — среди них ответственные за развитие бизнеса, кадровые вопросы, этику и комплаенс, управление рисками, информационную безопасность, социальные проекты Яндекса, управление объектами инфраструктуры, взаимодействие с партнерами, поставщиками, СМИ и инвесторами — сформировали рабочую группу, которая провела «перепись» всех существующих программ и инициатив Яндекса по разным направлениям устойчивого развития.

Затем Яндекс проанализировал контекст, в котором работает компания. Для этого изучили признанные практики IT-отрасли, критерии оценивания IT-компаний, применяемые инвестиционным сообществом, направления повестки устойчивого развития России и мира, а также прогнозы исследований касательно того, в каких сферах технологии могут повышать «устойчивость» жизни.

<sup>161</sup> Согласно стандартам GRI Standards, в отчете об устойчивом развитии должны быть раскрыты существенные для компании темы. Это темы, которые отвечают двум условиям: во-первых, имеют большое значение для внутренних и внешних заинтересованных сторон и, во-вторых, касаются тех областей, в которых компания оказывает существенное экономическое, экологическое и/или социальное воздействие.

После этого Яндекс собрал обратную связь от тех, кто так или иначе формирует бизнес компании — сотрудников<sup>162</sup>, топ-менеджеров и Совета директоров, пользователей и клиентов, партнеров<sup>163</sup> и инвесторов. Компания связалась более чем с 300 представителями разных групп заинтересованных сторон и попросила их поделиться ожиданиями от деятельности Яндекса в области устойчивого развития. Также были использованы результаты регулярных опросов пользователей и партнеров сервисов. Компания изучила, в каких вопросах удовлетворенность высокая, а в каких от Яндекса ожидают большего. В анализе были учтены ответы более 1,3 тыс. респондентов.



<sup>162</sup> В текущем отчетном периоде опрос проводился среди группы сотрудников. В нее вошли представители разных направлений и сервисов, которые могли представить интересы и мнения своих команд. Был обеспечен баланс должностных уровней, а также гендерный баланс опрошенных.

<sup>163</sup> В опросе приняли участие партнеры-рекламные агентства, с которыми сотрудничает Яндекс. Решение провести опрос среди агентств связано с тем, что рекламный сегмент все еще является самым крупным в структуре выручки компании.

Не без внимания осталось и восприятие бренда Яндекса в СМИ — аналитика охватила новостные и информационные статьи как об отдельных сервисах Яндекса, так и о деятельности компании в целом, опубликованные в период с начала 2019 по конец 2020 года.

Последним шагом стало определение тех направлений, где пересекались бы три составляющие: текущие бизнес-интересы Яндекса, потенциал компании в области устойчивого развития и ожидания заинтересованных сторон. В результате обсуждения с представителями разных команд и топ-менеджерами были сформулированы направления повестки в области устойчивого развития. Они также стали основой для 17 существенных тем (или наиболее значимых, если отступить от терминологии GRI Standards), которым Яндекс посвятил данный Отчет.

Чтобы лучше понять, каким темам стоит уделить больше внимания, Яндекс провел их ранжирование. Ранжировать было решено не все 17, а только 13 тем. Оставшиеся четыре темы являются фундаментом бизнеса, поддерживают деятельность по всем направлениям устойчивого развития, и потому среди них невозможно выделить «более важную». Отчет рассказывает о каждой из них.

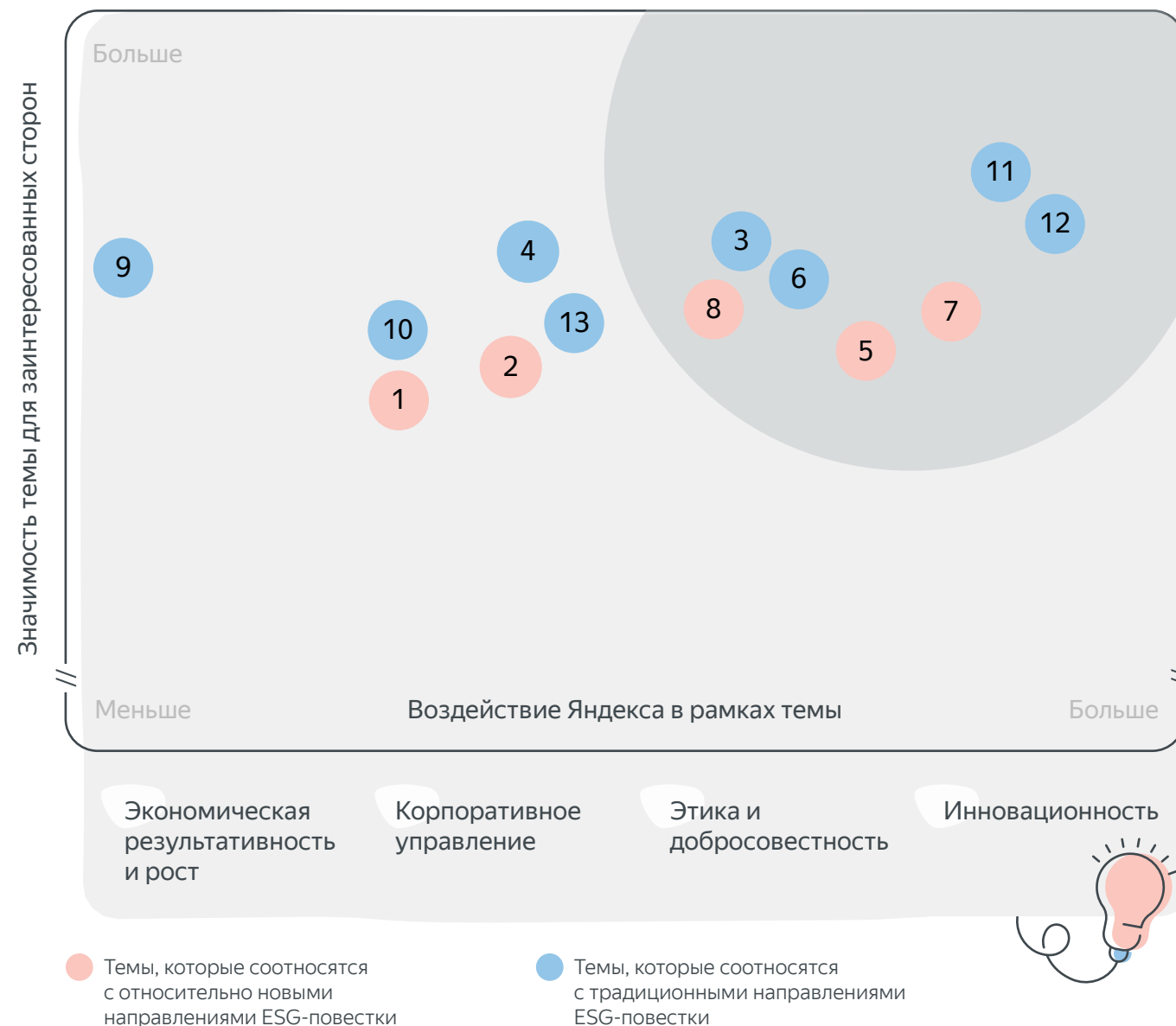
Для ранжирования были использованы результаты взаимодействия с заинтересованными сторонами. В итоге получилась матрица существенности, в правом верхнем углу которой отмечены темы, являющиеся не только самыми важными в глазах опрошенных, но и темы, на которых была сфокусирована работа компании в 2020 году.

**102-47 Матрица существенности****Существенные темы, предложенные для ранжирования**

1. Влияние Яндекса на окружающую среду и изменение климата
2. Рациональное потребление ресурсов: энергоэффективность, утилизация техники и иных отходов
3. Привлечение, развитие и удержание кадров
4. Уважение прав человека и предоставление равных возможностей сотрудникам
5. Поддержка и развитие партнеров сервисов Яндекса (водителей, курьеров и других партнеров)
6. Обеспечение безопасных и комфортных условий труда
7. Развитие образовательных услуг, доступных для широкой аудитории
8. Повышение доступности сервисов Яндекса для людей с особенностями здоровья
9. Ответственный выбор контрагентов
10. Содействие развитию социальных и благотворительных организаций
11. Информационная безопасность и защита персональных данных
12. Контроль за качеством продуктов и сервисов
13. Содействие развитию комфортной среды

**Темы-фундамент**

14. Экономическая результативность и рост
15. Корпоративное управление
16. Этика и добросовестность
17. Инновационность



### Принципы подготовки Отчета

Качество для Яндекса первостепенно. Чтобы раскрытия в области устойчивого развития тоже были качественными, Яндекс следовал принципам подготовки отчетности стандартов GRI Standards.

### Принципы определения содержания Отчета

Принцип	Комментарий
Взаимодействие с заинтересованными сторонами	Для определения содержания Отчета был проведен опрос ключевых групп заинтересованных сторон (сотрудники и топ-менеджмент, инвесторы, поставщики и бизнес-партнеры), также была учтена обратная связь, полученная от пользователей. Существенные темы, раскрытые в Отчете, соотносятся с темами, выявленными в результате взаимодействия с заинтересованными сторонами.
Контекст устойчивого развития	<p>Отчет поясняет, как именно Яндекс формировал свою повестку в области устойчивого развития, приводит перечень основных направлений работы, раскрывает ключевые ESG-риски.</p> <p>Также в Отчете отражена информация о том, какой вклад вносит Яндекс в достижение ЦУР ООН: инициативы и проекты компании соотнесены с соответствующими целями и задачами.</p> <p>Информация, представленная в Отчете, позволяет сделать вывод о масштабе воздействия, которое оказывает Яндекс в регионах присутствия: приводятся пояснения, сравнения и ссылки на исследования рынка где применимо.</p>
Существенность	<p>Существенные темы, раскрытые в Отчете, отражают интересы как внутренних заинтересованных сторон, так и широкого круга внешних заинтересованных сторон.</p> <p>Они позволяют раскрыть экономическое, социальное и экологическое воздействие компании с учетом регуляторного контекста, применимого к бизнесу Яндекса.</p> <p>Материалы для раскрытия существенных тем были предоставлены компетентными сотрудниками Яндекса, что позволило достоверно и детально рассказать о целях, задачах и результатах деятельности по направлениям ESG-повестки Яндекса.</p> <p>При формировании перечня существенных тем были учтены и результаты сравнительного анализа (бенчмаркинга) практик подготовки нефинансовой отчетности компаний IT-отрасли.</p>
Полнота	<p>Объем информации, представленной в Отчете, является достаточным для полноценного раскрытия всех существенных тем и учитывает все принципы подготовки отчетности.</p> <p>При формировании Отчета также были учтены результаты работ по систематизации ESG-инициатив Яндекса.</p> <p>Информация в Отчете отражает воздействие компании, оказанное в экономической, экологической и социальной областях. Работа Яндекса строится на принципе честности, а один из принципов коммуникации, закрепленный как стандарт, звучит так: «Мы никогда не передергиваем факты». Компания не исключает из текста Отчета релевантную информацию, чтобы привести читателя к более выгодным для компании выводам, которые бы не отражали действительность.</p>



## Принципы подготовки Отчета (продолжение)

### Принципы обеспечения качества Отчета

Принцип	Комментарий
Точность	<p>В Отчете представлены достоверные количественные данные, позволяющие заинтересованным сторонам оценить результаты деятельности Яндекса в области устойчивого развития.</p> <p>К тем данным, которые были рассчитаны, оставлены комментарии-пояснения и описания методологий расчета. Возможные погрешности в данных незначительны и не влияют на объективное суждение читателя.</p> <p>Количественная, графическая и текстовая информация, раскрытая в Отчете, не противоречат друг другу.</p>
Сбалансированность	<p>В Отчете раскрыты объективные тренды деятельности: как положительные, так и отрицательные. Количественные данные представлены за 2018, 2019 и 2020 годы, что позволяет проследить динамику результатов. К ключевым изменениям оставлены пояснения. В случаях, когда предоставление данных за трехлетний период было невозможным, были оставлены соответствующие комментарии с указанием причины.</p>
Ясность	<p>Информация, представленная в Отчете, является достаточной для формирования объективных выводов читателя и не содержит лишних деталей.</p> <p>Отчет представляет информацию в понятной и доступной форме, используя разные форматы подачи информации (графики, таблицы, текст) исходя из удобства для читателя.</p> <p>Отчет выпускается в электронном формате на русском и английском языках и доступен на официальном сайте Яндекса.</p>
Сопоставимость	<p>Отчет включает информацию за текущий и предыдущие отчетные периоды, позволяя отследить динамику результатов. К ключевым трендам оставлены пояснения.</p> <p>Терминология, использованная для представления количественных данных, а также представленные категории учета могут отличаться от терминов и классификаций, принятых в российском законодательстве по схожим вопросам. Если не указано иное, в Отчете используется терминология и классификация, предложенная международными стандартами отчетности GRI Standards и стандартами SASB.</p>
Надежность	<p>Информация, опубликованная в Отчете, была предоставлена непосредственными владельцами данных — сотрудниками соответствующих подразделений Яндекса. Они принимали участие во всех этапах подготовки Отчета, обеспечивая точность и достоверность представленных данных и их интерпретации.</p> <p>Отчет не проходил процедуру независимого внешнего заверения.</p>
Своевременность	<p>Отчет опубликован во II квартале 2021 года.</p> <p>Информация, раскрытая в Отчете, охватывает период с 1 января по 31 декабря 2020 года, если в тексте Отчета не указано иное. Для инициатив, результаты которых меняются динамично (например, результаты программы «Помощь рядом»), представлены самые актуальные данные на момент подготовки Отчета, а также даны ссылки на публичные веб-страницы, где данные обновляются регулярно.</p>



## Заинтересованные стороны

Яндексу важно слышать всех. Мнения и отзывы заинтересованных сторон позволяют компании становиться лучше, работать над ошибками, придумывать действительно полезные и нужные сервисы и продукты. Поэтому Яндекс уделяет особое внимание взаимодействию с разными аудиториями. Сбором обратной связи и выстраиванием взаимоотношений с заинтересованными сторонами занимается множество специалистов (а иногда и целые отделы) в разных бизнес-единицах.

102-40

Заинтересованные стороны Яндекса — это сотрудники, пользователи, партнеры сервисов Яндекса, акционеры и инвесторы, поставщики, деловые партнеры, органы государственной власти и жители регионов присутствия компании (местные сообщества). Группы заинтересованных сторон были определены исходя из понимания двусторонней зависимости: как того, насколько значительно деятельность компании влияет на каждую из групп, так и того, насколько их мнения влияют на принятие бизнес-решений.

102-42

## Взаимодействие с заинтересованными сторонами

102-43

102-44

Заинтересованные стороны	Ключевые темы для взаимодействия	Механизмы взаимодействия	Раздел Отчета
Сотрудники	<ul style="list-style-type: none"><li>Справедливое вознаграждение и социальная поддержка</li><li>Безопасные и комфортные условия труда</li><li>Возможности для обучения и профессионального развития</li><li>Инновационная деятельность и эксперименты</li><li>Соблюдение правил деловой этики и противодействие коррупции</li><li>Поддержка в период пандемии коронавируса</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Опросы вовлеченности</li><li>Регулярная оценка результатов работы в рамках процедуры ревью</li><li>Горячие линии для обращений по вопросам деловой этики</li><li>Система внутренних коммуникаций (чаты, корпоративный портал и др.)</li><li>Еженедельные общекорпоративные встречи (хуралы)</li></ul>	<a href="#">Про команду</a>
Пользователи	<ul style="list-style-type: none"><li>Защита персональных данных</li><li>Качество продуктов и сервисов</li><li>Безопасность при использовании сервисов</li><li>Доступность сервисов для людей с особенностями здоровья</li><li>Прозрачные коммуникации и механизмы обратной связи</li><li>Поддержка в период пандемии коронавируса</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Службы поддержки и другие механизмы обратной связи в сервисах Яндекса</li><li>Опросы удовлетворенности пользователей</li><li>Исследования пользовательского опыта для развития сервисов (например, проведение опроса для определения технических предпочтений слепых пользователей)</li><li>Взаимодействие в социальных сетях</li><li>Публикация актуальных новостей о компании на сайтах сервисов и в СМИ</li></ul>	<a href="#">Про пользователей</a>





Заинтересованные стороны	Ключевые темы для взаимодействия	Механизмы взаимодействия	Раздел Отчета
Партнеры сервисов Яндекса	<ul style="list-style-type: none"><li>Предоставление возможности зарабатывать через сервисы Яндекса</li><li>Вопросы социальной поддержки</li><li>Безопасность при использовании сервисов</li><li>Доступность сервисов для партнеров с особенностями здоровья</li><li>Поддержка малого и среднего бизнеса</li><li>Поддержка в период пандемии коронавируса</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Службы поддержки и другие механизмы обратной связи в сервисах Яндекса</li><li>Опросы удовлетворенности партнеров сервисов Яндекса</li><li>Информирование обо всех нововведениях на сайтах сервисов и в рабочих приложениях</li><li>Взаимодействие с бизнесом в рамках мероприятий: конференций, образовательных сессий и пр.</li></ul>	<a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a>
Акционеры и инвесторы	<ul style="list-style-type: none"><li>Экономическая результативность и рост</li><li>Инновации и новые технологии</li><li>Эффективная система корпоративного управления и управления рисками</li><li>Обеспечение информационной безопасности</li><li>Соблюдение правил деловой этики и противодействие коррупции</li><li>Вовлеченность персонала и удержание кадров</li><li>Стратегия в области устойчивого развития</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Общее собрание акционеров</li><li>Публикация финансовой и нефинансовой отчетности</li><li>Регулярное взаимодействие профильных специалистов с инвестиционным сообществом</li><li>Публикация актуальной информации на официальном сайте компании</li></ul>	<a href="#">Наш бизнес — про прочный фундамент</a> <a href="#">Корпоративное управление</a>
Поставщики	<ul style="list-style-type: none"><li>Прозрачные и справедливые закупочные процедуры</li><li>Соблюдение правил деловой этики и противодействие коррупции</li><li>Экономическая результативность и рост</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Встречи с поставщиками</li><li>Информирование о закупочных процедурах</li><li>Информирование о практиках внедрения устойчивой упаковки в Яндекс.Лавке</li><li>Горячие линии для обращений по вопросам деловой этики</li></ul>	<a href="#">Ответственные закупки</a>
Деловые партнеры <sup>164</sup>	<ul style="list-style-type: none"><li>Качество продуктов и сервисов</li><li>Проверка деловых партнеров на добросовестность</li><li>Соблюдение правил деловой этики и противодействие коррупции</li><li>Экономическая результативность и рост</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Горячие линии для обращений по вопросам деловой этики</li><li>Публикация актуальных новостей о компании на сайтах сервисов и в СМИ</li></ul>	<a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a>

<sup>164</sup> К деловым партнерам относятся в том числе рекламные агентства и партнеры Рекламной сети Яндекса.



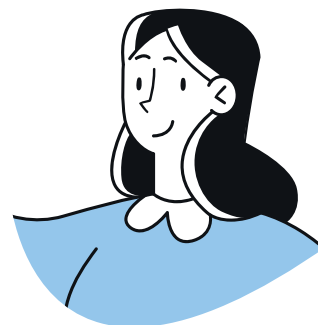
Заинтересованные стороны	Ключевые темы для взаимодействия	Механизмы взаимодействия	Раздел Отчета
Органы государственной власти	<ul style="list-style-type: none"><li>Экономическая результативность и рост</li><li>Инновации и новые технологии</li><li>Вклад в социально-экономическое развитие регионов присутствия</li><li>Уплата налогов</li><li>Соблюдение требований применимого законодательства</li><li>Соблюдение норм деловой этики</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Участие в развитии законодательства, которое связано с влиянием новых технологий на жизнь общества</li><li>Своевременное реагирование на запросы государственных органов</li><li>Мониторинг изменений законодательства и проактивное соблюдение законодательных норм</li></ul>	<a href="#">Наш бизнес — про прочный фундамент</a> <a href="#">Корпоративное управление</a>
Жители регионов присутствия Яндекса (местные сообщества)	<ul style="list-style-type: none"><li>Развитие проекта «Помощь рядом» (поддержка благотворительных фондов и некоммерческих организаций и помощь маломобильным людям)</li><li>Развитие образовательных проектов и программ, доступных широкой аудитории</li><li>Поддержка в период пандемии коронавируса</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Службы поддержки и другие механизмы обратной связи в сервисах Яндекса</li><li>Официальные сайты компании, проекта «Помощь рядом» и проектов Образовательной инициативы</li></ul>	<a href="#">Про пользу для общества</a>

102-53

## Контакты

[sustainability@yandex-team.com](mailto:sustainability@yandex-team.com)**Дарья Мухортова**

менеджер по устойчивому развитию

**Юлия Герасимова**

директор по связям с инвесторами

**Илья Грабовский**

руководитель пресс-службы



# Приложения и таблицы

Детализация вклада в ЦУР ООН  
Таблицы ESG-показателей  
Указатель GRI Standards  
Указатель SASB



# Детализация вклада в достижение ЦУР ООН

## Соотнесение ЦУР ООН с повесткой Яндекса в области устойчивого развития

### Фокусные ЦУР ООН

#### Направление повестки Яндекса в области устойчивого развития

Сотрудники Яндекса

Партнеры сервисов Яндекса

Образование для всех

Доступная среда

Удобство, качество и безопасность сервисов

Энергоэффективность собственной инфраструктуры

Управление отходами

Углеродный след

Информационная безопасность и защита персональных данных

Ответственные закупки

Качество контента

Антикоррупционные и антимонопольные практики

4

8

9

10

11

4

Обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех

8

Содействие поступательному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех

9

Создание стойкой инфраструктуры, содействие всеохватной и устойчивой индустриализации и инновациям

10

Сокращение неравенства внутри стран и между ними

11

Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и экологической устойчивости городов и населенных пунктов



## Соотнесение ЦУР ООН с повесткой Яндекса в области устойчивого развития (продолжение)

### Дополнительные ЦУР ООН

#### Направление повестки Яндекса в области устойчивого развития

Сотрудники Яндекса

Партнеры сервисов Яндекса

Образование для всех

Доступная среда

Удобство, качество и безопасность сервисов

Энергоэффективность собственной инфраструктуры

Управление отходами

Углеродный след

Информационная безопасность и защита персональных данных

Ответственные закупки

Качество контента

Антикоррупционные и антимонопольные практики

3

7

12

13

16



3

Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте

7

Обеспечение доступа к недорогим, надежным, устойчивым и современным источникам энергии для всех

12

Обеспечение перехода к рациональным моделям потребления и производства

13

Принятие срочных мер по борьбе с изменением климата и его последствиями

16

Содействие построению миролюбивого и открытого общества в интересах устойчивого развития, обеспечение доступа к правосудию для всех и создание эффективных, подотчетных и основанных на широком участии учреждений на всех уровнях

# Фокусные ЦУР ООН

4

Цель 4. Обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех

Яндекс содействует достижению данной Цели за счет масштабной деятельности по направлению **«Образование для всех»**. В его рамках реализуется Образовательная инициатива Яндекса, которая включает более 30 образовательных проектов.

Задача ЦУР ООН <sup>165</sup>	Вклад Яндекса	Больше информации в Отчете
4.1. К 2030 году обеспечить, чтобы все девочки и мальчики завершали получение бесплатного, равноправного и качественного начального и среднего образования, позволяющего добиться востребованных и эффективных результатов обучения	<ul style="list-style-type: none"><li>Развитие проектов Образовательной инициативы Яндекса для школьников и учителей (сервис Яндекс.Учебник, программа «Я Учитель», проекты «Урок музыки», «Урок цифры» и другие)</li><li>Популяризация IT-профессий среди школьников и обучение базовым IT-навыкам в рамках Образовательной инициативы (Яндекс.Лицей, партнерство с образовательным центром «Сириус» и другие проекты)</li><li>Запуск бесплатной Яндекс.Школы в период пандемии с онлайн-трансляциями уроков и курсами для подготовки к выпускным экзаменам</li><li>Проведение развивающих мероприятий для ребят из детских домов</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Образовательная инициатива Яндекса</a></li><li><a href="#">Про пользователей</a></li><li><a href="#">Сотрудничество с фондами</a></li></ul>
4.3. К 2030 году обеспечить для всех женщин и мужчин равный доступ к недорогому и качественному профессионально-техническому и высшему образованию, в том числе университетскому образованию	<ul style="list-style-type: none"><li>Развитие Школы анализа данных (ШАД), Академии Яндекса, ведение бакалаврских и магистерских программ, а также программ дополнительного образования в восьми российских вузах</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Образовательная инициатива Яндекса</a></li></ul>

<sup>165</sup> В колонке здесь и далее приведены формулировки задач в рамках [Целей в области устойчивого развития ООН](#). Не являются задачами группы компаний Яндекса.

**Задача ЦУР ООН****Вклад Яндекса****Больше информации в Отчете**

4.4. К 2030 году существенно увеличить число молодых и взрослых людей, обладающих востребованными навыками, в том числе профессионально-техническими навыками, для трудоустройства, получения достойной работы и занятий предпринимательской деятельностью

- Реализация проектов Образовательной инициативы, которые помогают развить профессионально-технические навыки: обучение основам и прикладным навыкам IT-профессий в Школе анализа данных (ШАД), Академии Яндекса, ведение бакалаврских и магистерских программ, а также программ дополнительного образования в восьми российских вузах, проведение стажировок для молодых специалистов, чемпионата по программированию Yandex Cup, содействие приобретению IT-знаний и переквалификации в технические роли в рамках проекта Яндекс.Практикум
- Проведение программ профессионального обучения и развития среди сотрудников Яндекса для успешного роста внутри компании и в индустрии

- [Образовательная инициатива Яндекса](#)
- [Про команду](#)

4.5. К 2030 году ликвидировать гендерное неравенство в сфере образования и обеспечить равный доступ к образованию и профессионально-технической подготовке всех уровней для уязвимых групп населения, в том числе инвалидов, представителей коренных народов и детей, находящихся в уязвимом положении

- Создание сервисов для обучения (Яндекс.Учебник, Яндекс.Школа) и обучающих программ и проектов (Яндекс.Лицей, «Уроки музыки», «Урок цифры», «Культурный марафон»), доступных широкой аудитории

- [Образовательная инициатива Яндекса](#)

4.7. К 2030 году обеспечить, чтобы все учащиеся приобретали знания и навыки, необходимые для содействия устойчивому развитию, в том числе посредством обучения по вопросам устойчивого развития и устойчивого образа жизни, прав человека, гендерного равенства, пропаганды культуры мира и ненасилия, гражданства мира и осознания ценности культурного разнообразия и вклада культуры в устойчивое развитие

- Создание обучающих проектов, которые помогают детям приобретать знания о мире искусства и культуры («Уроки музыки», «Культурный марафон»)

- [Образовательная инициатива Яндекса](#)



**Задача ЦУР ООН****Вклад Яндекса****Больше информации в Отчете**

4.a. Создавать и совершенствовать учебные заведения, учитывающие интересы детей, особые нужды инвалидов и гендерные аспекты, и обеспечить безопасную, свободную от насилия и социальных барьеров и эффективную среду обучения для всех

- Создание сервисов для обучения (Яндекс.Учебник, Яндекс.Школа) и обучающих программ и проектов (Яндекс.Лицей, «Уроки музыки», «Урок цифры», «Культурный марафон»), доступных широкой аудитории

- [Образовательная инициатива Яндекса](#)

4.b. К 2020 году значительно увеличить во всем мире количество стипендий, предоставляемых развивающимся странам, особенно наименее развитым странам, малым островным развивающимся государствам и африканским странам, для получения высшего образования, включая профессионально-техническое образование и обучение по вопросам информационно-коммуникационных технологий, технические, инженерные и научные программы, в развитых странах и других развивающихся странах

- Присуждение учебной стипендии Яндекса имени Ильи Сегаловича за успехи в учебе и научной деятельности
- Присуждение стипендий лучшим студентам, учащимся на совместных образовательных программах Яндекса и российских вузов

- [Образовательная инициатива Яндекса](#)

4.c. К 2030 году значительно увеличить число квалифицированных учителей, в том числе посредством международного сотрудничества в подготовке учителей в развивающихся странах, особенно в наименее развитых странах и малых островных развивающихся государствах

- Проведение программы развития для учителей «Я Учитель» в рамках Образовательной инициативы

- [Образовательная инициатива Яндекса](#)

8

Цель 8: Содействие поступательному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех

Среди направлений ESG-повестки Яндекса одновременно два напрямую содействуют достижению данной Цели: **«Сотрудники Яндекса»** и **«Партнеры сервисов Яндекса»**. Ключевые задачи обоих направлений — уделить должное внимание содействию повышению качества жизни людей, профессиональная деятельность которых связана с Яндексом (трудовыми отношениями — в случае сотрудников, партнерскими отношениями — в случае партнеров сервисов). Также вклад в достижение цели вносит работа по направлению **«Образование для всех»**.

Задачи ЦУР ООН	Вклад Яндекса	Больше информации в Отчете
8.3. Содействовать проведению ориентированной на развитие политики, которая способствует производительной деятельности, созданию достойных рабочих мест, предпринимательству, творчеству и инновационной деятельности, и поощрять официальное признание и развитие микро-, малых и средних предприятий, в том числе посредством предоставления им доступа к финансовым услугам	<ul style="list-style-type: none"><li>Предоставление сотрудникам возможности экспериментировать и развивать собственные инновационные проекты в рамках системы экспериментов</li><li>Предоставление доступных возможностей для заработка широкому кругу партнеров через сервисы Яндекса</li><li>Поддержка партнеров сервисов Яндекса, имеющих статус самозанятого (подробнее об особенностях юридического статуса самозанятого в Российской Федерации читайте в комментарии к <a href="#">индикатору 207-1 в Указателе GRI Standards</a>)</li><li>Создание сервисов и продуктов для малого бизнеса, предоставление льготного доступа к другим сервисам Яндекса, реализация масштабной программы поддержки малого и среднего бизнеса в период пандемии</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Про команду</a></li><li><a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a></li></ul>



## Задачи ЦУР ООН

## Вклад Яндекса

## Больше информации в Отчете

8.5. К 2030 году обеспечить полную и производительную занятость и достойную работу для всех женщин и мужчин, в том числе молодых людей и инвалидов, и равную оплату за труд равной ценности

- Обеспечение прозрачной и достойной системы поощрений для всех сотрудников, включающей заработную плату, премии и социальные льготы
- Реализация программы опционов, в рамках которой половина сотрудников в 2020 году получила вознаграждение в виде акций Яндекса
- Развитие программ экспериментов и внутренней ротации с целью предоставления сотрудникам возможностей для наилучшего применения навыков и знаний
- Забота о создании выгодных условий сотрудничества для партнеров сервисов Яндекса
- Сотрудничество с глухими и слабослышащими водителями и курьерами в сервисах Яндекс.Такси и Яндекс.Еда, оказание поддержки при адаптации к работе

- [Про команду](#)
- [Про взаимодействие с партнерами сервисов](#)

8.6. К 2020 году существенно сократить долю молодежи, которая не работает, не учится и не приобретает профессиональных навыков

- Развитие доступных образовательных сервисов и программ для школьников и студентов в рамках Образовательной инициативы
- Развитие Школы анализа данных, выпускники которой работают в ведущих международных и российских компаниях
- Развитие сервиса онлайн-образования Яндекс.Практикум, в котором можно получить новую профессию без профильного высшего образования и найти работу в IT-отрасли
- Организация стажировок для студентов с последующим трудоустройством

- [Образовательная инициатива Яндекса](#)

8.7. Защищать трудовые права и содействовать обеспечению надежных и безопасных условий работы для всех трудящихся, включая трудящихся-мигрантов, особенно женщин-мигрантов, и лиц, не имеющих стабильной занятости

- Уважение прав человека и поддержка культуры открытости и равенства возможностей внутри компании
- Создание условий для минимизации рисков в области охраны труда и физической безопасности на рабочих местах

- [Про команду](#)



## 9 Цель 9: Создание стойкой инфраструктуры, содействие всеохватной и устойчивой индустриализации и инновациям

Основной вклад в развитие инфраструктуры вносится в рамках двух направлений ESG-повестки: **«Удобство, качество и безопасность сервисов»** и **«Доступная среда»**. Сервисы компании меняют инфраструктуру регионов присутствия, делая ее более комфортной и удобной для разных пользователей. А наращиванию потенциала IT-отрасли, что входит в задачи ЦУР 9, способствует деятельность по направлению **«Образование для всех»**.

Задачи ЦУР ООН	Вклад Яндекса	Больше информации в Отчете
9.1. Развивать качественную, надежную, устойчивую и стойкую инфраструктуру, включая региональную и трансграничную инфраструктуру, в целях поддержки экономического развития и благополучия людей, уделяя особое внимание обеспечению недорогого и равноправного доступа для всех	<ul style="list-style-type: none"><li>Развитие транспортной инфраструктуры путем создания экосистемы, объединяющей дорожное и качественные сервисы перевозок (Такси, Драйв и пр.), логистические сервисы, а также системы навигации, доступные широкому кругу пользователей (Карты, Навигатор, Расписания, Метро и др.)</li><li>Расширение доступности инфраструктуры для маломобильных людей в рамках программы «Помощь рядом»</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Про пользователей</a></li><li><a href="#">«Помощь рядом»</a></li><li><a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a></li></ul>
9.3. Расширить доступ мелких промышленных и прочих предприятий, особенно в развивающихся странах, к финансовым услугам, в том числе к недорогим кредитам, и усилить их интеграцию в производственно-сбытовые цепочки и рынки	<ul style="list-style-type: none"><li>Создание сервисов и продуктов для малого бизнеса, предоставление льготного доступа к другим сервисам Яндекса, реализация масштабной программы поддержки малого и среднего бизнеса в период пандемии</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a></li></ul>
9.5. Активизировать научные исследования, наращивать технологический потенциал промышленных секторов во всех странах, особенно развивающихся странах, в том числе путем стимулирования к 2030 году инновационной деятельности и значительного увеличения числа работников в сфере научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) в расчете на 1 миллион человек, а также государственных и частных расходов на НИОКР	<ul style="list-style-type: none"><li>Вручение премии Яндекса имени Ильи Сегаловича за достижения в области компьютерных наук</li><li>Реализация программы построения Цифрового университета для НИУ ВШЭ — единой цифровой среды для студентов, преподавателей, исследователей и ученых — на основе технологий Yandex.Cloud</li><li>Предоставление возможности бесплатного обучения в Школе анализа данных (ШАД) для специалистов, которые хотят заниматься исследованиями в области компьютерных наук или работать в IT-индустрии</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Образовательная инициатива Яндекса</a></li></ul>



## Задачи ЦУР ООН

## Вклад Яндекса

## Больше информации в Отчете

9.b. Поддерживать разработки, исследования и инновации в сфере отечественных технологий в развивающихся странах, в том числе путем создания политического климата, благоприятствующего, в частности, диверсификации промышленности и увеличению добавленной стоимости в сырьевых отраслях

- Предоставление сотрудникам возможности экспериментировать и развивать собственные инновационные проекты в рамках системы экспериментов
- Патентование разрабатываемых технологий, развитие открытых инноваций и различных проектов и продуктов с открытым исходным кодом (open source)

- [Про команду](#)

9.c. Существенно расширить доступ к информационно-коммуникационным технологиям и стремиться к обеспечению всеобщего и недорогого доступа к интернету в наименее развитых странах к 2020 году

- Предоставление благотворительным фондам бесплатного доступа к сервисам Яндекса для бизнеса (Диск, Трекер, Yandex.Cloud и Телефония)
- Адаптация сервисов Яндекса для слепых пользователей

- [«Помощь рядом»](#)
- [Повышение доступности сервисов](#)



## 10 Цель 10. Сокращение неравенства внутри стран и между ними

Цели Яндекса для направления **«Доступная среда»** коррелируют с ЦУР 10: компания стремится создать условия, в которых любой человек вне зависимости от своих особенностей может чувствовать себя комфортно и на равных. Схожие цели преследует направление **«Образование для всех»**, в рамках которого Яндекс развивает бесплатные образовательные возможности для всех желающих. Принципов равенства возможностей Яндекс придерживается и в отношениях с сотрудниками и в партнерских отношениях — за это отвечает работа по направлениям **«Сотрудники Яндекса»** и **«Партнеры сервисов Яндекса»**.

Задачи ЦУР ООН	Вклад Яндекса	Больше информации в Отчете
10.1. К 2030 году постепенно достичь и поддерживать рост доходов наименее обеспеченных 40 процентов населения на уровне, превышающем средний по стране	<ul style="list-style-type: none"><li>Обеспечение прозрачной и достойной системы поощрений для всех сотрудников, включающей заработную плату, премии и социальные льготы</li><li>Реализация программы опционов, в рамках которой половина сотрудников в 2020 году получила вознаграждение в виде акций Яндекса</li><li>Забота о создании выгодных условий сотрудничества для партнеров сервисов Яндекса</li><li>Сотрудничество с глухими и слабослышащими водителями и курьерами в сервисах Яндекс.Такси и Яндекс.Еда, оказание поддержки при адаптации к работе</li><li>Создание сервисов и продуктов для малого бизнеса, предоставление льготного доступа к другим сервисам Яндекса, реализация масштабной программы поддержки малого и среднего бизнеса в период пандемии</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Про команду</a></li><li><a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a></li></ul>
10.2. К 2030 году поддерживать законодательным путем и поощрять активное участие всех людей в социальной, экономической и политической жизни независимо от их возраста, пола, инвалидности, расы, этнической принадлежности, происхождения, религии и экономического или иного статуса	<ul style="list-style-type: none"><li>Организация бесплатных поездок на такси для маломобильных людей в рамках программы «Помощь рядом»</li><li>Адаптация сервисов Яндекса для слепых пользователей</li><li>Сотрудничество с глухими и слабослышащими водителями и курьерами в сервисах Яндекс.Такси и Яндекс.Еда, оказание поддержки при адаптации к работе</li><li>Участие в проекте «Доброшрифт»: сбор средств через программу «Помощь рядом» и организация бесплатных поездок на такси для детей с ДЦП</li><li>Введение специальных правил размещения социальной рекламы и выделение такой рекламы особым знаком; предоставление грантов на размещение рекламы некоммерческим организациям</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">«Помощь рядом»</a></li><li><a href="#">Повышение доступности сервисов</a></li><li><a href="#">Сотрудничество с фондами</a></li><li><a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a></li><li><a href="#">Качество работы с контентом</a></li></ul>



## Задачи ЦУР ООН

## Вклад Яндекса

## Больше информации в Отчете

10.3. Обеспечить равенство возможностей и уменьшить неравенство результатов, в том числе путем отмены дискриминационных законов, политики и практики и содействия принятию соответствующего законодательства, политики и мер в этом направлении

- Контроль за соблюдением Правил деловой и корпоративной этики, в которых закреплён принцип нулевой толерантности Яндекса к дискриминации и нарушениям прав человека, обучение сотрудников правилам деловой этики, обеспечение работы горячей линии для анонимных и неанонимных сообщений
- Уважение прав человека и поддержка культуры открытости и равенства возможностей внутри компании
- Уважение международных стандартов в области прав человека в собственной деятельности в онлайн-пространстве, включая положения Международного пакта о гражданских и политических правах; строгий контроль за содержанием контента и недопущение никаких материалов и высказываний, нарушающих права человека
- Реализация проектов в рамках Образовательной инициативы, направленных в том числе на повышение популярности IT-специальности и развитие IT-навыков среди молодежи (включая старшеклассниц и старшеклассников), и содействие решению проблемы гендерного дисбаланса среди выпускников технических вузов в России

- [Деловая этика и права человека](#)
- [Образовательная инициатива Яндекса](#)
- [Качество работы с контентом](#)

10.4. Принять соответствующую политику, особенно бюджетно-налоговую политику и политику в вопросах заработной платы и социальной защиты, и постепенно добиваться обеспечения большего равенства

- Обеспечение прозрачной и достойной системы поощрений для всех сотрудников, включающей заработную плату, премии и социальные льготы
- Реализация программы опционов, в рамках которой половина сотрудников в 2020 году получила вознаграждение в виде акций Яндекса
- Поддержка партнеров сервисов Яндекса, имеющих статус самозанятого (подробнее об особенностях юридического статуса самозанятого в Российской Федерации читайте в комментарии к [индикатору 207-1 в Указателе GRI Standards](#))

- [Про команду](#)
- [Про взаимодействие с партнерами сервисов](#)





## 11 Цель 11: Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и экологической устойчивости городов и населенных пунктов

Деятельность Яндекса по сразу нескольким направлениям — «Доступная среда», «Энергоэффективность собственной инфраструктуры», «Углеродный след», «Управление отходами», «Сотрудники Яндекса» — помогает решать задачи в рамках Цели.

Задачи ЦУР ООН	Вклад Яндекса	Больше информации в Отчете
11.1. К 2030 году обеспечить всеобщий доступ к достаточному, безопасному и недорогому жилью и основным услугам и благоустроить трущобы	<ul style="list-style-type: none"><li>Развитие сервиса Яндекс.Недвижимость для помощи людям в поисках доступного и качественного жилья</li><li>Выдача льготных займов сотрудникам на покупку жилья в рамках жилищной программы</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Про команду</a></li><li><a href="#">Про пользователей</a></li></ul>
11.2. К 2030 году обеспечить, чтобы все могли пользоваться безопасными, недорогими, доступными и экологически устойчивыми транспортными системами, на основе повышения безопасности дорожного движения, в частности расширения использования общественного транспорта, уделяя особое внимание нуждам тех, кто находится в уязвимом положении, женщин, детей, инвалидов и пожилых лиц	<ul style="list-style-type: none"><li>Развитие транспортной инфраструктуры путем создания экосистемы, объединяющей недорогие и качественные сервисы перевозок (Такси, Драйв и пр.), логистические сервисы, а также системы навигации, доступные широкому кругу пользователей (Карты, Навигатор, Расписания, Метро и др.)</li><li>Организация бесплатных поездок на такси для маломобильных людей в рамках программы «Помощь рядом»</li><li>Участие в проекте «Доброшрифт»: сбор средств через программу «Помощь рядом» и организация бесплатных поездок на такси для детей с ДЦП</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">«Помощь рядом»</a></li><li><a href="#">Повышение доступности сервисов</a></li><li><a href="#">Сотрудничество с фондами</a></li><li><a href="#">Про пользователей</a></li><li><a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a></li></ul>

**Задачи ЦУР ООН**

11.6. К 2030 году уменьшить негативное экологическое воздействие городов в пересчете на душу населения, в том числе посредством уделения особого внимания качеству воздуха и удалению городских и других отходов

**Вклад Яндекса**

- Использование наиболее современных энергоэффективных технологий на этапах строительства дата-центров (включая технологии фрикулинга), разработка собственных технологий энергосбережения и энергоэффективности; в новых дата-центрах почти вся затрачиваемая энергия используется для непосредственной обработки данных, а не для обслуживания серверов, что снижает их экологическое воздействие
- Минимизация отходов дата-центров, в особенности отходов высокого класса опасности
- Реализация программы продажи электронного оборудования (серверов, офисной техники), выведенного из эксплуатации, для вторичного использования или переработки во вторичное сырье
- Внедрение устойчивой упаковки в сегменте электронной коммерции, передача отходов на переработку в Лавке и Маркете
- Размещение уцененных товаров на маркетплейсе Яндекс.Маркета и продажа товаров с браком компаниям-партнерам для последующего ремонта и перепродажи
- Участие сервиса Яндекс.Карты в проекте ОНФ по мониторингу состояния контейнерных площадок для отходов и в проекте PepsiCo «Утилизируй правильно»
- Развитие платформы Яндекс.Маршрутизация, которая позволяет планировать оптимальные маршруты и эффективно использовать ресурсы как сервисам Яндекса (например, Яндекс.Маркету), так и другим компаниям-клиентам
- Развитие парка электромобилей Яндекс.Драйва, являющихся более экологичной опцией, чем обычные автомобили

**Больше информации в Отчете**

- [Экологическая ответственность](#)



## Дополнительные ЦУР ООН

### 3 Цель 3: Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте

Яндекс содействует достижению данной Цели путем обеспечения полезности и безопасности собственных сервисов в рамках направления **«Удобство, качество и безопасность сервисов»**, внедрения программ заботы о сотрудниках и партнерах в рамках направлений **«Сотрудники Яндекса»** и **«Партнеры сервисов Яндекса»**, реализации благотворительных инициатив в рамках направления **«Доступная среда»**.

Задачи ЦУР ООН	Вклад Яндекса	Больше информации в Отчете
3.4. К 2030 году уменьшить на треть преждевременную смертность от неинфекционных заболеваний посредством профилактики и лечения и поддержания психического здоровья и благополучия	<ul style="list-style-type: none"><li>Предоставление сотрудникам ДМС, страхового полиса для поездок за границу, возможности посещать врача, массажиста и психотерапевта прямо в офисе; проведение бесплатных спортивных занятий</li><li>Развитие категории «Полезно и вкусно» в Яндекс.Лавке, где можно заказать продукты без сахара, лактозы, глютена и кофеина и другие полезные товары</li><li>Проведение Дня донора в офисах Яндекса совместно с ФМБА России</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Про команду</a></li><li><a href="#">Про пользователей</a></li><li><a href="#">Сотрудничество с фондами</a></li></ul>
3.6. К 2020 году вдвое сократить во всем мире число смертей и травм в результате дорожно-транспортных происшествий	<ul style="list-style-type: none"><li>Внедрение технологий и мер безопасности для снижения рисков возникновения ДТП при пользовании сервисами Яндекс.Такси и Яндекс.Драйв: мониторинг скорости и манеры вождения, предупреждения о превышении скорости, тестирование камер мониторинга внимания водителей в Яндекс.Такси и другие технологии</li><li>Обучение велокурьеров Яндекс.Еды и Яндекс.Лавки правилам дорожного движения с последующей проверкой знаний, снабжение инструкциями и подсказками по безопасному пользованию велотранспортом на протяжении периода активности в сервисе</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Про пользователей</a></li><li><a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a></li></ul>
3.8. Обеспечить всеобщий охват услугами здравоохранения, в том числе защиту от финансовых рисков, доступ к качественным основным медико-санитарным услугам и доступ к безопасным, эффективным, качественным и недорогим основным лекарственным средствам и вакцинам для всех	<ul style="list-style-type: none"><li>Предоставление сотрудникам ДМС, страхового полиса для поездок за границу, возможности посещать врача, массажиста и психотерапевта прямо в офисе; проведение бесплатных спортивных занятий</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Про команду</a></li></ul>



### Задачи ЦУР ООН

3.d. Нарастивать потенциал всех стран, особенно развивающихся стран, в области раннего предупреждения, снижения рисков и регулирования национальных и глобальных рисков для здоровья

### Вклад Яндекса

- Принятие мер для защиты здоровья сотрудников в период пандемии коронавируса: перевод на удаленный режим работы, предоставление услуги телемедицины в рамках ДМС, регулярная санитарная обработка офисов и другие меры
- Поддержка партнеров сервисов Яндекса в период пандемии: организация пунктов дезинфекции машин и пунктов телемедицинского контроля, обеспечение водителей и курьеров масками, перчатками и санитайзерами и другие меры
- Поддержка пользователей: информирование о статистике заболеваемости на главной странице Поиска, создание алгоритма для расчета индекса самоизоляции и другие меры
- Поддержка медицинских исследований путем инвестирования в компанию Genotek, которая занимается генетическими исследованиями

### Больше информации в Отчете

- [Про команду](#)
- [Про взаимодействие с партнерами сервисов](#)
- [Про пользователей](#)



## 7 Цель 7: Обеспечение доступа к недорогим, надежным, устойчивым и современным источникам энергии для всех

Яндекс влияет на достижение данной Цели путем внедрения энергоэффективных технологий в собственной инфраструктуре — эти проекты относятся к направлению **«Энергоэффективность собственной инфраструктуры»**. Содействовать достижению Цели будет также инициатива по отслеживанию выбросов парниковых газов, которую компания запускает в рамках направления **«Углеродный след»**.

Задачи ЦУР ООН	Вклад Яндекса	Больше информации в Отчете
7.3. К 2030 году удвоить глобальный показатель повышения энергоэффективности	<ul style="list-style-type: none"><li>Использование наиболее современных энергоэффективных технологий на этапах строительства дата-центров (включая технологии фрикулинга), разработка собственных технологий энергосбережения и энергоэффективности; в новых дата-центрах почти вся затрачиваемая энергия используется для непосредственной обработки данных, а не для обслуживания серверов, что снижает их экологическое воздействие</li><li>Использование систем регенерации тепла, позволяющих использовать отработанное тепло от серверов для отопления жилых домов в городе Мянтсяле (Финляндия)</li><li>Контроль за энергопотреблением во всех объектах инфраструктуры Яндекса</li><li>Развитие платформы Яндекс.Маршрутизация, которая позволяет планировать оптимальные маршруты и эффективно использовать ресурсы как сервисам Яндекса (например, Яндекс.Маркету), так и другим компаниям-клиентам</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Экологическая ответственность</a></li></ul>



## 12 Цель 12: Обеспечение перехода к рациональным моделям потребления и производства

Экологические инициативы Яндекса в рамках направлений **«Управление отходами»**, **«Энергоэффективность собственной инфраструктуры»** и **«Углеродный след»** содействуют решению задач в рамках Цели. Помимо этого, достижению Цели способствует деятельность по направлению **«Ответственные закупки»**.

Задачи ЦУР ООН	Вклад Яндекса	Больше информации в Отчете
12.2. К 2030 году добиться рационального освоения и эффективного использования природных ресурсов	<ul style="list-style-type: none"><li>Использование наиболее современных энергоэффективных технологий на этапах строительства дата-центров (включая технологии фрикулинга), разработка собственных технологий энергосбережения и энергоэффективности</li><li>Использование систем регенерации тепла, позволяющих использовать отработанное тепло от серверов для отопления жилых домов в городе Мянтсяле (Финляндия)</li><li>Контроль за энергопотреблением во всех объектах инфраструктуры Яндекса</li><li>Развитие платформы Яндекс.Маршрутизация, которая позволяет планировать оптимальные маршруты и эффективно использовать ресурсы как сервисам Яндекса (например, Яндекс.Маркету), так и другим компаниям-клиентам</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Экологическая ответственность</a></li></ul>
12.3. К 2030 году сократить вдвое в пересчете на душу населения общемировое количество пищевых отходов на розничном и потребительском уровнях и уменьшить потери продовольствия в производственно-сбытовых цепочках, в том числе послеуборочные потери	<ul style="list-style-type: none"><li>Сокращение объемов пищевых отходов в Яндекс.Лавке при помощи системы «Умный заказ»</li><li>Модернизация собственной фабрики-кухни Лавки в Санкт-Петербурге и внедрение современных технологий, позволяющих сократить образование пищевых отходов в процессе производства продуктов категории «готовая еда»</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Экологическая ответственность</a></li></ul>



## Задачи ЦУР ООН

## Вклад Яндекса

## Больше информации в Отчете

12.4. К 2020 году добиться экологически рационального использования химических веществ и всех отходов на протяжении всего их жизненного цикла в соответствии с согласованными международными принципами и существенно сократить их попадание в воздух, воду и почву, чтобы свести к минимуму их негативное воздействие на здоровье людей и окружающую среду

12.5. К 2030 году существенно уменьшить объем отходов путем принятия мер по предотвращению их образования, их сокращению, переработке и повторному использованию

- Минимизация отходов дата-центров, в особенности отходов высокого класса опасности
- Реализация программы продажи электронного оборудования (серверов, офисной техники), выведенного из эксплуатации, для вторичного использования или переработки во вторичное сырье
- Внедрение устойчивой упаковки в сегменте электронной коммерции, передача отходов на переработку в Лавке и Маркете
- Размещение уцененных товаров на маркетплейсе Яндекс.Маркета и продажа товаров с браком компаниям-партнерам для последующего ремонта и перепродажи
- Участие сервиса Яндекс.Карты в проекте ОНФ по мониторингу состояния контейнерных площадок для отходов и в проекте PepsiCo «Утилизируй правильно»

- [Экологическая ответственность](#)

12.6. Рекомендовать компаниям, особенно крупным и транснациональным компаниям, применять устойчивые методы производства и отражать информацию о рациональном использовании ресурсов в своих отчетах

- Публикация Отчета об устойчивом развитии, в котором раскрывается информация о воздействии Яндекса на окружающую среду, включая данные о потреблении ресурсов
- Взаимодействие Яндекс.Лавки с поставщиками-производителями по вопросам внедрения устойчивых видов упаковки (например, использование рекомендаций по упаковке для производителей СТМ)
- Разработка специальных бейджей в Яндекс.Маркете, отмечающих экологичные товары

- [Об Отчете](#)
- [Экологическая ответственность](#)

12.7. Содействовать обеспечению экологичной практики государственных закупок в соответствии с национальными стратегиями и приоритетами

- Внедрение электронного документооборота в отделе закупок для сокращения расхода бумаги

- [Ответственные закупки](#)





## Задачи ЦУР ООН

12.8. К 2030 году обеспечить, чтобы люди во всем мире располагали соответствующей информацией и сведениями об устойчивом развитии и образе жизни в гармонии с природой

## Вклад Яндекса

- Взаимодействие Яндекс.Лавки с поставщиками-производителями по вопросам внедрения устойчивых видов упаковки (например, использование рекомендаций по упаковке для производителей СТМ)
- Запуск информационного сайта Яндекс.Лавки с подсказками о том, какие отходы подходят для переработки и как их утилизировать
- Использование специальных бейджей в Яндекс.Маркете, отмечающих экологичные товары
- Публикация статей об ответственном потреблении в блоге Яндекс.Маркета

## Больше информации в Отчете

- [Экологическая ответственность](#)
- [Ответственный маркетинг](#)

13

Цель 13: Принятие срочных мер по борьбе с изменением климата и его последствиями

Яндекс содействует достижению Цели, работая над энергосбережением в рамках направления «**Энергоэффективность собственной инфраструктуры**». Прямое влияние на достижение Цели будет оказывать инициатива по отслеживанию климатического воздействия, которую компания запускает в рамках направления «**Углеродный след**».

Задачи ЦУР ООН	Вклад Яндекса	Больше информации в Отчете
13.2. Включить меры реагирования на изменение климата в политику, стратегии и планирование на национальном уровне	<ul style="list-style-type: none"><li>Расчет прямых и косвенных энергетических выбросов парниковых газов (Score 1 и 2) для отслеживания углеродного следа</li><li>Развитие платформы Яндекс.Маршрутизация, которая позволяет планировать оптимальные маршруты и эффективно использовать ресурсы как сервисам Яндекса (например, Яндекс.Маркету), так и другим компаниям-клиентам</li><li>Развитие парка электромобилей Яндекс.Драйва, которые наносят меньше вреда окружающей среде, чем обычные автомобили</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Экологическая ответственность</a></li></ul>
13.3. Улучшить просвещение, распространение информации и возможности людей и учреждений по смягчению остроты и ослаблению последствий изменения климата, адаптации к ним и раннему предупреждению	<ul style="list-style-type: none"><li>Публичная коммуникация о значимости климатических аспектов и прозрачная отчетность об углеродном следе инфраструктуры Яндекса</li><li>Возможность просмотра метеорологических данных как в табличном формате, так и в виде интерактивной карты по всему миру в сервисе Яндекс.Погода</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Экологическая ответственность</a></li></ul>



16

## Цель 16: Содействие построению миролюбивого и открытого общества в интересах устойчивого развития, обеспечение доступа к правосудию для всех и создание эффективных, подотчетных и основанных на широком участии учреждений на всех уровнях

Задачи, которые Яндекс решает в рамках многих направлений, включая **«Антикоррупционные и антимонопольные практики»** и **«Качество контента»**, неразрывно связаны с глобальной Целью укрепления этических норм и справедливости в обществе.

Задачи ЦУР ООН	Вклад Яндекса	Больше информации в Отчете
16.1. Значительно сократить распространенность всех форм насилия и уменьшить показатели смертности от этого явления во всем мире	<ul style="list-style-type: none"><li>Контроль за безопасностью контента в собственных информационных ресурсах и противодействие распространению шокирующего и оскорбительного контента, а также пропаганде насилия</li><li>Создание комфортной среды для общения на ресурсах Яндекса и модерация высказываний с нецензурной лексикой, спамом или оскорблениями</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Качество работы с контентом</a></li></ul>
16.5. Значительно сократить масштабы коррупции и взяточничества во всех их формах	<ul style="list-style-type: none"><li>Контроль за соблюдением Правил деловой и корпоративной этики, которые содержат в том числе положения о противодействии коррупции, и Политики по борьбе со взяточничеством, что включает поддержание эффективной комплаенс-программы по вопросам соблюдения применимого антикоррупционного законодательства: например, обучение сотрудников основам противодействия коррупции, в том числе в рамках тренинга по деловой этике, обеспечение работы горячей линии для анонимных и неанонимных сообщений и пр.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Деловая этика и права человека</a></li><li><a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a></li></ul>
16.b. Поощрять и проводить в жизнь недискриминационные законы и политику в интересах устойчивого развития	<ul style="list-style-type: none"><li>Контроль за соблюдением Правил деловой и корпоративной этики, в которых закреплен принцип нулевой толерантности Яндекса к дискриминации и нарушениям прав человека, обучение сотрудников правилам деловой этики, обеспечение работы горячей линии для анонимных и неанонимных сообщений</li><li>Уважение прав человека и поддержка культуры открытости и равенства возможностей внутри компании</li><li>Уважение международных стандартов в области прав человека в собственной деятельности в онлайн-пространстве, включая положения Международного пакта о гражданских и политических правах</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">Деловая этика и права человека</a></li></ul>



# Таблицы ESG-показателей

102-7

## Консолидированные финансовые результаты

руб., млн	12 мес.			
	2018	2019	2020	Изменение
Выручка	127 657	175 391	218 344	24%
Выручка за вычетом вознаграждения партнерам	107 159	152 251	198 398	30%
Операционная прибыль	20 842	24 700	16 249	−34%
Скорректированный показатель EBITDA	39 575	51 014	49 762	−2%
Чистая прибыль	44 258	11 199	24 149	116%
Скорректированная чистая прибыль	22 124	23 540	21 018	−11%

Приведены ключевые **консолидированные финансовые результаты** Яндекса за 12 месяцев 2018, 2019 и 2020 годов, включая результаты Яндекс. Маркета, консолидированные с 24 июля 2020 года.



## 205-2 К главе «Наш бизнес — прочный фундамент»

**Общее число и доля сотрудников, которые были проинформированы о правилах деловой этики и методах противодействия коррупции и прошли тренинг по этике (включающий антикоррупционные темы), в разбивке по должности и региону**

		Россия			Другие страны		
		2018	2019	2020	2018	2019	2020
Руководители							
проинформированы о политике по корпоративной этике, включающей антикоррупционные темы	человек	1 578	1 980	2 332	40	52	53
	%	100	100	100	100	100	100
прошли курс по этике, включающий антикоррупционные темы	человек	1 406	221	1 117	26	3	20
	%	89	11	48	65	6	38
Специалисты							
проинформированы о политике по корпоративной этике, включающей антикоррупционные темы	человек	9 863	11 708	12 877	667	402	404
	%	100	100	100	100	100	100
прошли курс по этике, включающий антикоррупционные темы	человек	8 094	2 642	6 201	265	62	146
	%	82	23	48	40	15	36
Общее число сотрудников							
проинформированы о политике по корпоративной этике, включающей антикоррупционные темы	человек	11 441	13 688	15 209	707	454	457
	%	100	100	100	100	100	100
прошли курс по этике, включающий антикоррупционные темы	человек	9 500	2 863	7 318	291	65	166
	%	83	21	48	41	14	36

100% стажеров (не учитываются в численности персонала) были проинформированы о политике по корпоративной этике, включающей антикоррупционные темы.

Снижение доли сотрудников, прошедших курс по этике в 2019 году, связано с тем, что компания разрабатывала новый кастомизированный курс (как следствие, курс был недоступен определенное время). Часть сотрудников, которым курс был предложен для обязательного прохождения в 2019 году, технически смогли это сделать в конце 2020 года, что объясняет рост доли в 2020 году. При этом из-за того, что разработка нового курса завершилась в последнем квартале 2020 года, многие сотрудники закончили курс уже в 2021 году, и попадут в статистику этого периода. Ожидается, что к концу 2021 года показатели прохождения курса вернутся на уровень до «переходного» периода.

К другим странам относятся Беларусь и Казахстан, так как курс по этике пока доступен только на русском языке.

Общее число сотрудников, прошедших курс по этике, отличается от общего числа сотрудников, указанных в разделе «Сотрудники Яндекса», потому что курс доступен только на русском языке и невозможен к проведению в части регионов ведения деятельности компании.



### 204-1 Доля закупок у местных поставщиков в MLU B.V., согласно фактическим затратам

	2018	2019	2020
Процент закупок у местных поставщиков	97,6%	98,9%	99,9%

### Доля закупок у местных поставщиков в Яндексе, согласно резервам на год

	2018	2019	2020
Процент закупок у местных поставщиков	67,3%	76,5%	52,0%

Под **долей закупок** подразумевается процент от суммы затраченных средств, а не от общего числа поставщиков.

MLU B.V. — объединенная компания Яндекс.Такси и Uber, которая управляет сервисами Яндекс.Такси, Яндекс.Еда, Яндекс.Лавка, Яндекс.Драйв и логистическими сервисами. Данные об объеме закупок у местных поставщиков в Яндексе рассчитаны на основе бюджета, зарезервированного под закупки. Фактические затраты не были использованы для расчета, так как в 2020 году не велся их учет в разбивке по региону регистрации поставщика.

Среди факторов, повлиявших на снижение объема закупок у местных поставщиков в 2020 году, закупка лицензионного контента для Яндекс.Музыки и КиноПоиска HD (спрос на эти сервисы возрос в период пандемии), строительство новой очереди дата-центра в Финляндии и закупка серверного оборудования.

## 302-1 К разделу «Экологическая ответственность»

TC-IM-130a.1

CG-EC-130a.1

TC-SI-130a.1

TR-RO-110a.3

### Потребление энергии в дата-центрах, офисах, фулфилмент-центрах, единицы учета в компании и ГДж

Вид источника энергии		2018	2019	2020
Дизельное топливо	литры	93 113	85 056	60 783
	ГДж	3 323	3 036	2 169
Природный газ (некомпримированный)	м³	483 528	432 986	483 205
	ГДж	16 571	14 839	16 560
Электроэнергия	кВт • ч	292 521 071	339 658 812	398 476 817
	ГДж	1 053 076	1 222 772	1 434 517
Тепловая энергия	Гкал	13 407	17 580	12 818
	ГДж	56 095	73 556	53 631

### Дата-центры

Вид источника энергии		2018	2019	2020
Дизельное топливо	литры	93 113	85 056	60 783
	ГДж	3 323	3 036	2 169
Природный газ (некомпримированный)	м³	483 528	432 986	483 205
	ГДж	16 571	14 839	16 560
Электроэнергия	кВт • ч	279 160 781	323 384 698	385 452 303
	ГДж	1 004 979	1 164 185	1 387 628
Теплоэнергия	Гкал	389	499	521
	ГДж	1 627	2 086	2 179



## Офисы

Вид источника энергии		2018	2019	2020
Электроэнергия	кВт · ч	13 360 290	15 609 082	9 753 594
	ГДж	48 097	56 193	35 113
Теплоэнергия	Гкал	13 018	14 868	8 536
	ГДж	54 469	62 207	35 716

## Фулфилмент-центры

Вид источника энергии		2018	2019	2020
Электроэнергия	кВт · ч	—	665 032	3 270 920
	ГДж	—	2 394	11 775
Теплоэнергия	Гкал	—	2 214	3 761
	ГДж	—	9 264	15 736

### Используемые вводные для пересчета:

- **Природный газ:** плотность природного газа (некомпримированного) при температуре 20 °С, тонна/м<sup>3</sup> = 0,000714, переводной коэффициент (низшая теплотворная способность<sup>166</sup>) = 48)
- **Дизельное топливо:** плотность дизельного топлива при температуре 20 °С, тонна/м<sup>3</sup> = 0,83, переводной коэффициент (низшая теплотворная способность) = 43)
- **Электроэнергия:** переводной коэффициент = 0,0036
- **Тепловая энергия:** переводной коэффициент = 4,184

<sup>166</sup> Для расчета были использованы значения низшей теплотворной способности (НТС) из Руководящих принципов МГЭИК (Руководящие принципы национальных инвентаризаций парниковых газов МГЭИК, 2006. Т. 2. Энергетика. Гл. 1 («Введение»), стр. 1.19–1.20, табл. 1.2).

**Дата-центры:** данные по потреблению электроэнергии и тепловой энергии в 2018–2020 годах представлены по всем дата-центрам: в городах Ивантеевка, Мытищи, Сасово, Мытссяля, Владимир.

**Офисы:** данные по потреблению электроэнергии в 2019 и 2020 году представлены по офисам в БЦ «Красная Роза» (Москва), БЦ «Аврора» (Москва), БЦ «Око» (Москва) и БЦ «Бенуа» (Санкт-Петербург) (более 90% офисных площадей, исходя из данных о площади объектов). Данные БЦ «Око» отражают потребление электроэнергии с июня 2020 года, когда офис был арендован. В 2018 году в БЦ «Бенуа» отдельный учет потребления электроэнергии не велся. Данные по потреблению тепловой энергии представлены по офисам в БЦ «Красная Роза» (Москва) и БЦ «Аврора» (Москва) (более 80% офисных площадей, исходя из данных о площади объектов). В БЦ «Бенуа» отдельный учет потребления тепловой энергии не ведется (потребление теплоэнергии включено в общую стоимость коммунальных услуг).

**Фулфилмент-центры:** данные за 2018 год не были доступны. Данные по потреблению электроэнергии в 2019 и 2020 году представлены по фулфилмент-центрам в городах Ростов-на-Дону, Софьино (один центр), Томилино (только за 2020 год). Данные по потреблению тепловой энергии в 2019 и 2020 году представлены по фулфилмент-центрам в городах Ростов-на-Дону, Софьино (один центр), Томилино. Второй фулфилмент-центр в Софьино был введен в эксплуатацию в 2021 году.



**303-3 Водозабор в дата-центрах и офисах, Мл**

TC-IM-130a.2

CG-EC-130a.2

TC-SI-130a.2

	2018	2019	2020
<b>Водозабор в дата-центрах</b>	<b>51,3</b>	<b>34,6</b>	<b>45,0</b>
• Владимир	23,7	16,1	21,9
• Сасово	22,9	15,4	20,3
• Мытищи	0,5	0,6	0,6
• Мытссяля	4,2	2,5	2,2
<b>Водозабор в офисах</b>	<b>85,1</b>	<b>106,7</b>	<b>52,7</b>
<b>Итого общий водозабор</b>	<b>136,4</b>	<b>141,3</b>	<b>97,7</b>

Яндекс ведет забор пресной воды из собственных скважин дата-центров (Сасово и Владимир). Еще два дата-центра (Мытссяля и Мытищи) получают воду из центральных систем водоснабжения. Данные о водозаборе представлены по дата-центрам в городах Владимир, Мытищи, Сасово и Мытссяля. В дата-центре в городе Ивантеевка отдельный учет водозабора не ведется (водопотребление включено в общую стоимость коммунальных услуг). В офисы Яндекса вода поступает из муниципальных систем водоснабжения (представлены данные по БЦ «Красная Роза» и БЦ «Аврора»).

**306-3 Объем образованных отходов в дата-центрах и офисах, тонны**

	2018	2019	2020
<b>Всего в дата-центрах</b>	<b>167,3</b>	<b>143,5</b>	<b>121,9</b>
ДЦ Владимир	143,8	89,2	93,4
• Опасные	0,0	0,0	0,0
• Неопасные	143,8	89,2	93,4
ДЦ Мытссяля	23,5	54,3	28,5
• Опасные	0,6	0,8	1,7
• Неопасные	22,9	53,5	26,8
<b>Всего в офисах</b>	<b>6,2</b>	<b>103,8</b>	<b>10,7</b>
• Опасные	0,0	0,0	0,0
• Неопасные	6,2	103,8	10,7
<b>Всего отходов</b>	<b>173,5</b>	<b>247,3</b>	<b>132,6</b>

Данные об образовании отходов в дата-центрах включают данные по дата-центру во Владимире и Мытссяля. Отдельный учет данных образования отходов в дата-центрах в городах Ивантеевка, Мытищи и Сасово в отчетном периоде не велся. Данные по образованию отходов в офисах включают данные по БЦ «Аврора» и БЦ «Красная Роза».

Под опасными отходами в настоящем Отчете понимаются отходы I–II класса опасности, согласно [Федеральному классификационному каталогу отходов](#) (ФККО), Приказу Росприроднадзора от 22.05.2017 № 242 (с изменениями от 2 ноября 2018 года № 451). Под неопасными отходами в настоящем Отчете понимаются отходы III–V класса опасности, согласно ФККО.



#### 306-4 Объем образованных отходов в дата-центрах по способу обращения с отходами, тонны

Способ обращения с отходами	2018	2019	2020
Повторное использование и переработка	3,1	7,6	5,7
• ДЦ Владимир	0,0	0,0	0,0
• ДЦ Мянтсяля	3,1	7,6	5,7
Сжигание с получением энергии, пригодной к использованию	4,2	6,2	5,2
• ДЦ Владимир	0,0	0,0	0,0
• ДЦ Мянтсяля	4,2	6,2	5,2
Иные способы восстановления и утилизации	16,1	39,7	17,3
• ДЦ Владимир	0,0	0,0	0,0
• ДЦ Мянтсяля	16,1	39,7	17,3
Обезвреживание с последующим захоронением или сжиганием без получения энергии, пригодной к использованию	143,9	90,0	93,6
• ДЦ Владимир	143,8	89,2	93,4
• ДЦ Мянтсяля	0,1	0,8	0,2
<b>Всего отходов</b>	<b>167,3</b>	<b>143,5</b>	<b>121,9</b>

#### Обращение с отходами в ДЦ Владимир, в разбивке по классу опасности, тонны

Способ обращения с отходами	2018	2019	2020
Захоронение	143,7	88,8	92,5
• Класс опасности IV	46,8	28,0	1,5
• Класс опасности V	96,9	60,8	91,0
Сжигание без получения энергии, пригодной к использованию	0,1	0,4	0,9
• Класс опасности IV	0,1	0,0	0,0
• Класс опасности V	0,0	0,4	0,9
<b>Всего отходов, обезвреженных с последующим захоронением или сжиганием без получения энергии, пригодной к утилизации</b>	<b>143,8</b>	<b>89,2</b>	<b>93,4</b>

Данные об обращении с отходами в дата-центрах включают данные по дата-центру во Владимире и Мянтсяля (в других дата-центрах отдельный учет данных по образованию отходов в отчетном периоде не велся). Дата-центр во Владимире передает твердые коммунальные отходы региональному оператору ООО «Биотехнологии», а промышленные отходы — оператору ООО «Унр». Дата-центр в Мянтсяля в соответствии с требованиями законодательства отправляет почти 100% отходов на переработку или сжигание с получением энергии.

Значение в строке «Обезвреживание с последующим захоронением» для дата-центра Мянтсяля за 2018 год включает отходы, метод обращения с которыми не был известен.



### 305-1 Объем прямых и косвенных энергетических выбросов парниковых газов (Score 1 и 2), удельные выбросы

305-4

	2018	2019	2020
<b>Прямые выбросы (Score 1), тонн CO<sub>2</sub>-экв.</b>	<b>115 310</b>	<b>85 395</b>	<b>94 624</b>
• Диоксид углерода (CO <sub>2</sub> )	109 789	81 078	90 012
• Метан (CH <sub>4</sub> )	1 101	796	862
• Оксид азота (N <sub>2</sub> O)	3 326	2 421	2 647
• ГФУ (гидрофторуглероды)	1 094	1 100	1 103
<b>Косвенные энергетические выбросы (Score 2), тонн CO<sub>2</sub>-экв.</b>	<b>86 126</b>	<b>102 003</b>	<b>116 390</b>
<b>Итого тонн CO<sub>2</sub>-экв.</b>	<b>201 436</b>	<b>187 398</b>	<b>211 014</b>

	2018	2019	2020
<b>Удельные выбросы парниковых газов</b>			
Удельные выбросы (Score 1 + 2), тонн CO <sub>2</sub> -экв. на 1 млн рублей выручки	1,577	1,068	0,967
Удельные выбросы (Score 1 + 2), тонн CO <sub>2</sub> -экв. на 1 млн долларов выручки	109,619	84,246	71,395
Удельные выбросы (Score 1 + 2), тонн CO <sub>2</sub> -экв. на 1 сотрудника	22,126	17,656	17,243
Удельные выбросы (Score 1 + 2), тонн CO <sub>2</sub> -экв. на 1 МВт · ч потребленной энергии	0,266	0,270	0,270

### Score 1: разбивка по видам имущества и объектов, тонн CO<sub>2</sub>-экв.

	2018	2019	2020
Движимое имущество (автотранспорт и беспилотники)	113 117	83 307	92 505
Дата-центры	2 170	2 060	2 091
Офисная инфраструктура	23	28	28
Фулфилмент-центры	0	0	0
<b>Всего выбросов</b>	<b>115 310</b>	<b>85 395</b>	<b>94 624</b>

### Score 2: разбивка по видам имущества и объектов, тонн CO<sub>2</sub>-экв.

	2018	2019	2020
Движимое имущество (автотранспорт и беспилотники)	0	0	0
Дата-центры	74 669	87 824	105 372
Офисная инфраструктура	11 457	12 983	8 559
Фулфилмент-центры	0	1 196	2 459
<b>Всего выбросов</b>	<b>86 126</b>	<b>102 003</b>	<b>116 390</b>

### Score 1 + 2: разбивка по видам имущества и объектов, тонн CO<sub>2</sub>-экв.

	2018	2019	2020
Движимое имущество (автотранспорт и беспилотники)	113 117	83 307	92 505
Дата-центры	76 839	89 884	107 463
Офисная инфраструктура	11 480	13 011	8 587
Фулфилмент-центры	0	1 196	2 459
<b>Всего выбросов</b>	<b>201 436</b>	<b>187 398</b>	<b>211 014</b>



## Допущения и расчетные значения, использованные при расчете

Расчет проводился для трех периодов: с 1 января по 31 декабря 2018 года, с 1 января по 31 декабря 2019 года и с 1 января по 31 декабря 2020 года. Базовым годом для расчета выбросов компания определила 2018 календарный год, руководствуясь 5-й главой GHG Protocol. В организационный периметр расчета вошли следующие объекты компании:

1. движимое имущество (автомобильный транспорт, находящийся в собственности и в лизинге);
2. дата-центры (ДЦ Владимир, ДЦ Ивантеевка, ДЦ Мытищи, ДЦ Мянтсяля, ДЦ Сасово);
3. офисная инфраструктура (БЦ «Красная Роза», «Аврора», «Око» в г. Москва, офисы в Екатеринбурге, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге, Симферополе, Сочи, Иннополисе, Казани, Красноярске, Перми, Самаре, Сколково, Тюмени, Уфе, Челябинске);
4. фулфилмент-центры (Софьино 1, Томилино, Ростов).

В расчет Scope 1 вошли следующие виды парниковых газов: диоксид углерода (CO<sub>2</sub>), метан (CH<sub>4</sub>), оксид азота (N<sub>2</sub>O) и ГФУ (гидрофторуглероды). Большая часть выбросов Scope 1 обусловлена сжиганием топлива передвижными источниками выбросов, находящимися на балансе Яндекса. Для перевода сжигаемого топлива в выбросы в соответствии с руководством GHG Protocol были использованы коэффициенты межправительственной группы экспертов по изменению климата — 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories. Для того чтобы рассчитать количество парниковых газов, образованных во время потребления и утечек хладагентов, были также использованы коэффициенты МГЭИК.

В расчет Scope 2 вошли следующие виды парниковых газов: диоксид углерода (CO<sub>2</sub>), метан (CH<sub>4</sub>) и оксид азота (N<sub>2</sub>O). Первостепенными источниками данных о потреблении энергии являлись показатели потребления тепловой и электрической энергии в натуральном выражении, то есть количество потребленной энергии в соответствии с установленными счетчиками и снятыми по ним показаниями за выбранный временной период. В случае если данные о фактическом потреблении энергии невозможно было предоставить, использовался расчетный метод, основанный на информации о площадях объектов компании. В таком случае был использован усредненный показатель потребления энергии по схожим объектам для расчета общего потребления энергии за 2018–2020 годы.

Для определения объема выбросов от использованной компанией электроэнергии и тепловой энергии по всем объектам были использованы региональные коэффициенты МЭА для России, опубликованные в 2020 году. Расчет косвенных энергетических выбросов был проведен региональным методом с использованием универсальных для России региональных коэффициентов пересчета потребленной электроэнергии в выбросы.

Удельные выбросы парниковых газов (Scope 1 + 2) представлены в расчете на один миллион рублей консолидированной выручки, на один миллион долларов США консолидированной выручки, на одного сотрудника (для расчета использовались показатели среднесписочной численности персонала) и на 1 МВт · ч потребленной энергии. Потребленная энергия включает объем потребленного топлива (Scope 1), потребление электроэнергии и тепловой энергии (Scope 2).

**Объем отходов, образованных в Яндекс.Маркете, тонны**

306-3

306-4

306-5

Способ обращения с отходами	2019	2020
<b>Повторное использование</b>	—	<b>672,0</b>
• Класс опасности IV	—	0,0
• Класс опасности V	—	672,0
<b>Переработка</b>	—	<b>868,0</b>
• Класс опасности IV	—	0,0
• Класс опасности V	—	868,0
<b>Захоронение</b>	<b>8,1</b>	<b>741,6</b>
• Класс опасности IV	8,1	741,6
• Класс опасности V	0,0	0,0
<b>Общий вес отходов</b>	<b>8,1</b>	<b>2 281,6</b>

В Яндекс.Маркете повторно используются или направляются на переработку картон, пленка и дерево.

Значения для категорий «Повторное использование» и «Переработка» за 2020 год представляют собой суммарное значение отходов, образованных в 2019 и 2020 годах, что связано с выставлением счетов покупателям данных категорий отходов в 2020 году и отражением продаж в учете 2020 года.

306-3

306-4

306-5

**Объем отходов, образованных в Яндекс.Лавке****Объем отходов, образованных в распределительных центрах**

Классификация отходов	Ед. изм.	2020
Класс опасности IV (пищевые отходы)	товарные единицы	498 266
Класс опасности V (прочие отходы, период с 16 ноября по 31 декабря 2020 года)	м³	250

Объем отходов, образованных на фабриках-кухнях собственного производства

Классификация отходов	Ед. изм.	2020
Класс опасности IV	тонны	16
Класс опасности V	тонны	27

Объем отходов, образованных на складах Лавки

Классификация отходов	Ед. изм.	2020
Класс опасности V	м³	12 131

Яндекс.Лавка отправляет на переработку картон, а остальные виды отходов передает операторам для обработки, обезвреживания и утилизации. Операторами являются ООО «Экопром» и ООО «Эколайн».



## К главе «Про команду»

### 102-8 Структура персонала

Общая численность сотрудников с разбивкой по договору о найме, полу и региону

	2018	2019	2020
<b>Россия</b>			
Количество сотрудников с постоянным трудовым договором	11 246	13 506	15 110
• в том числе женщин	4 064	4 623	5 424
• в том числе мужчин	7 182	8 883	9 686
Количество сотрудников с временным трудовым договором	199	183	98
• в том числе женщин	125	110	64
• в том числе мужчин	74	73	34
<b>Другие страны</b>			
Количество сотрудников с постоянным трудовым договором	491	263	278
• в том числе женщин	214	102	118
• в том числе мужчин	277	161	160
Количество сотрудников с временным трудовым договором	212	190	180
• в том числе женщин	70	57	50
• в том числе мужчин	142	133	130
<b>Итого:</b>	<b>12 148</b>	<b>14 142</b>	<b>15 666</b>

Общая численность сотрудников с разбивкой по типу занятости и полу

	2018	2019	2020
Количество сотрудников с постоянным типом занятости	11 737	13 769	15 388
• в том числе женщин	4 278	4 725	5 542
• в том числе мужчин	7 459	9 044	9 846
Количество сотрудников с частичным типом занятости	411	373	278
• в том числе женщин	195	167	114
• в том числе мужчин	216	206	164
<b>Итого:</b>	<b>12 148</b>	<b>14 142</b>	<b>15 666</b>

Согласно методологии учета персонала в компании, в таблице приведено количество уникальных сотрудников за отчетный период (не среднесписочная численность и не количество сотрудников на конец отчетного периода).

**405-1 Сотрудники в разбивке по должностному уровню**

	2018	2019	2020
Руководители	1 618	2 032	2 385
• в том числе женщин	481	608	726
• в том числе мужчин	1 137	1 424	1 659
Специалисты	10 530	12 110	13 281
• в том числе женщин	3 992	4 284	4 930
• в том числе мужчин	6 538	7 826	8 351
<b>Итого сотрудников</b>	<b>12 148</b>	<b>14 142</b>	<b>15 666</b>
• в том числе женщин	4 473	4 892	5 656
• в том числе мужчин	7 675	9 250	10 010

**Стажеры**

	2018	2019	2020
<b>Итого в компании</b>	<b>916</b>	<b>1 597</b>	<b>626</b>

Стажеры не учитываются в общей численности персонала.

**102-8 Общее число сотрудников команды поддержки бизнеса**

Категория	Россия			Другие страны		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
• Ассессоры	1 908	4 645	5 262	0	5	0
• Операторы	979	1 585	3 135	320	329	347
• Специалисты поддержки (включая колл-центр)	172	815	2 796	16	154	93
• Модераторы	145	300	341	0	8	0
• Логисты	0	0	1 117	0	0	0
• Работники склада	0	0	1 304	0	0	0
• Другие категории	519	1 646	1 690	18	12	76
<b>Всего сотрудников команды поддержки</b>	<b>3 723</b>	<b>8 991</b>	<b>15 645</b>	<b>354</b>	<b>508</b>	<b>516</b>





## Наем и текучесть персонала

### 401-1 Общее число новых сотрудников, нанятых в течение отчетного периода, в разбивке по возрастной группе, полу и региону

	2018	2019	2020
<b>Россия</b>			
До 30 лет	2 947	2 723	1 838
• в том числе женщин	1 204	900	702
• в том числе мужчин	1 743	1 823	1 136
30–50 лет	1 352	1 794	1 693
• в том числе женщин	486	600	733
• в том числе мужчин	866	1 194	960
Старше 50 лет	15	54	57
• в том числе женщин	5	32	35
• в том числе мужчин	10	22	22
<b>Всего новых сотрудников</b>	<b>4 314</b>	<b>4 571</b>	<b>3 588</b>
<b>Другие страны</b>			
До 30 лет	296	68	31
• в том числе женщин	128	20	8
• в том числе мужчин	168	48	23
30–50 лет	67	54	41
• в том числе женщин	25	22	20
• в том числе мужчин	42	32	21
Старше 50 лет	0	0	2
• в том числе женщин	0	0	1
• в том числе мужчин	0	0	1
<b>Всего новых сотрудников</b>	<b>363</b>	<b>122</b>	<b>74</b>

### Текучесть сотрудников в течение отчетного периода, в разбивке по типу текучести и основным бизнесам, 2018 год

	Итого в компании	Поисковый портал	Такси	Маркет
Общая текучесть	17%	17%	26%	13%
• Нежелательная текучесть	4%	5%	3%	3%

### Текучесть сотрудников в течение отчетного периода, в разбивке по типу текучести и основным бизнесам, 2019 год

	Итого в компании	Поисковый портал	Такси	Маркет
Общая текучесть	18%	16%	22%	20%
• Нежелательная текучесть	4%	5%	5%	5%

### Текучесть сотрудников в течение отчетного периода, в разбивке по типу текучести и основным бизнесам, 2020 год

	Итого в компании	Поисковый портал	Такси	Маркет
Общая текучесть	24%	19%	28%	34%
• Нежелательная текучесть	5%	5%	5%	4%



## Обучение

### 404-1 Среднее количество часов обучения топ-менеджеров

	2018	2019	2020
Среднее количество часов обучения	23	17	6
<b>В разбивке по полу</b>			
Женщины	48	24	2
Мужчины	22	16	6

### Среднее количество часов обучения сотрудников

	2018	2019	2020
Среднее количество часов обучения на одного сотрудника	10	11	4
<b>В разбивке по полу</b>			
Женщины	12	12	5
Мужчины	9	10	3
<b>По должностному уровню</b>			
Руководители	19	19	8
Специалисты	8	9	3
Стажеры	14	21	8

Стажеры не учитываются в общей численности персонала и приведены в данной таблице для удобства анализа.

## Льготы

### 401-2 401-3 Льготы для сотрудников, работающих на условиях полной занятости, в разбивке по регионам

Вид льготы	Россия			Другие страны		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Доля сотрудников, застрахованных по программам страхования жизни	100%	100%	100%	—	80%	80%
Доля сотрудников, застрахованных по программам страхования здоровья	100%	100%	100%	—	90%	90%
Доля сотрудников, ушедших в отпуск по уходу за ребенком в отчетном периоде	2%	2%	2%	1%	2%	3%
Доля сотрудников, владеющих опционами компании	35%	46%	59%	32%	43%	46%
Доля сотрудников, которым доступна корпоративная сотовая связь	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Число сотрудников, которые воспользовались льготами по жилищной программе	445	523	598	8	14	13

Данные по страхованию жизни и здоровья сотрудников в других странах за 2018 год не представлены из-за отсутствия возможности сбора данных. Как правило, такие виды страхования предоставляются сотрудникам, если являются практикой локального рынка.

**403-6 Программы для укрепления здоровья сотрудников**

	2018	2019	2020
Добровольное медицинское страхование			
Число сотрудников, подключенных к программе ДМС	9 283	11 168	12 123
Число сотрудников, воспользовавшихся программой телемедицины в рамках ДМС	—	—	1 537
Другие программы			
Число сотрудников, участвующих в программе ведения беременности и родов	176	196	180
Число сотрудников, прошедших вакцинацию от гриппа	450	650	1 096
Число сотрудников, принявших участие в онлайн-тренировках	—	—	2 600
Число сотрудников, принявших участие в мероприятии «Спортивный челлендж #минутаспорта» (декабрь 2020 года)	—	—	313
Число сотрудников, воспользовавшихся услугой массажа в офисе	530	588	118

Услуга телемедицины была включена в программу ДМС в мае 2020 года. Онлайн-тренировки стали проводиться с марта 2020 года.

TC-IM-330a.2

CG-EC-330a.1

TC-SI-330a.2

**Вовлеченность сотрудников****Уровень вовлеченности сотрудников**

	2018	2019	2020
Доля активно вовлеченных сотрудников	72%	86%	87%
Доля невовлеченных сотрудников	3%	6%	5%
Доля пассивных сотрудников	24%	6%	6%
Доля активно невовлеченных сотрудников	1%	2%	2%

Результаты опроса 2018 года интерпретировались следующим образом: активно вовлеченные сотрудники (ответы «4» и «5»), невовлеченные сотрудники (ответ «2»), пассивные сотрудники (ответы «3» и «Затрудняюсь ответить»), активно невовлеченные сотрудники (ответ «1»).

Результаты опросов 2019 и 2020 годов интерпретировались следующим образом: активно вовлеченные сотрудники (ответы «Да» и «Скорее да»), невовлеченные сотрудники (ответ «Скорее нет»), пассивные сотрудники (ответ «Затрудняюсь ответить»), активно невовлеченные сотрудники (ответ «Нет»).



Подробнее о методологии опроса читайте в главе [«Про команду»](#).



# Указатель GRI Standards

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
<b>GRI 102 (2016): Профиль организации</b>				
102-1	Название организации	Указатель GRI Standards	●	Наименование головной компании группы Яндекс — публичная компания с ограниченной ответственностью Яндекс Н.В. (Public Limited Liability Company Yandex N.V.).  Наименование основного российского юридического лица — общество с ограниченной ответственностью «ЯНДЕКС» (ООО «ЯНДЕКС»).
102-2	Деятельность, бренды, товары и услуги	<a href="#">Мы — Яндекс</a>	●	
102-3	Расположение штаб-квартиры организации	Указатель GRI Standards	●	Россия, г. Москва, ул. Льва Толстого, д. 16
102-4	География деятельности	<a href="#">Мы — Яндекс</a>	●	
102-5	Характер собственности и организационно-правовая форма	Указатель GRI Standards	●	Публичная компания с ограниченной ответственностью Яндекс Н.В. (Public Limited Liability Company Yandex N.V.), зарегистрированная в Нидерландах, является головной компанией группы Яндекс.  Основное российское юридическое лицо компании — ООО «ЯНДЕКС».
102-6	Рынки, на которых работает организация	<a href="#">Мы — Яндекс</a>	●	
102-7	Масштаб организации	<a href="#">Мы — Яндекс</a> <a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a>	●	
102-8	Информация о сотрудниках и других работниках	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель GRI Standards	●	Общая численность персонала на 31 декабря: <ul style="list-style-type: none"><li>• 9 143 чел. (2018)</li><li>• 11 389 чел. (2019)</li><li>• 11 864 чел. (2020)</li></ul> Внутренний учет численности специалистов команды поддержки ведется отдельно от сотрудников, которые работают на условиях полной занятости. Все остальные данные по численности сотрудников, представленные в Отчете, представляют собой количество уникальных сотрудников за год, если не указано иное. Для каждого значения приведен напоминающий комментарий.  Сбор и расчет данных для раскрытия показателя производился сотрудниками HR-департамента Яндекса специально для Отчета.

- — Раскрыто полностью  
● — Раскрыто частично



Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
102-9	Цепочка поставок	<a href="#">Ответственные закупки</a>	●	
102-10	Существенные изменения в организации и цепочке поставок	Указатель GRI Standards	●	<p>Существенные изменения, которые произошли в Яндексе в 2020 году:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>В июне Яндекс выкупил у Сбербанка его долю в Яндекс.Маркете (45%), таким образом вернув операционный контроль над сервисом и консолидировав его в финансовой отчетности Яндекса. В дополнение к этому Яндекс продал Сбербанку свою долю в сервисе Яндекс.Деньги. Подробнее читайте в <a href="#">пресс-релизе</a> компании и на стр. 94 <a href="#">Годового отчета за 2020 год</a>.</li><li>В октябре Яндекс представил платформу для сравнения цен и заказа товаров (маркетплейс), которая работает как единый сервис под брендом Яндекс.Маркет. Подробнее читайте в <a href="#">пресс-релизе</a> компании.</li><li>В сентябре Яндекс выделил направление беспилотных автомобилей в отдельную компанию Yandex Self-Driving Group (Yandex SDG). Ранее это направление входило в группу компаний Яндекс.Такси. После реструктуризации Яндекс выкупил часть доли Uber в Yandex SDG, в результате чего доля Яндекса в Yandex SDG составила 73%, доля Uber — 19%. Подробнее читайте в <a href="#">пресс-релизе</a> компании и на стр. 137 <a href="#">Годового отчета за 2020 год</a>.</li><li>В сентябре Яндекс.Драйв вошел в состав группы компаний Яндекс.Такси. Интеграция позволит сервисам совместно развивать общие для них технологии безопасности и совершенствовать систему управления парком автомобилей, а также откроет новые возможности для пользователей и партнеров. Подробнее читайте в <a href="#">пресс-релизе</a> компании и на стр. 137 <a href="#">Годового отчета компании за 2020 год</a>.</li><li>В октябре акционеры Яндекса на годовом собрании утвердили обновленный состав Совета директоров. Аркадий Волож был переизбран в качестве исполнительного директора на четыре года. Герман Греф покинул Совет директоров в связи с истечением срока полномочий. В состав обновленного Совета директоров также вошли управляющий директор группы компаний Яндекса и заместитель генерального директора Тигран Худавердян, неисполнительные директора Чарльз Райан, Александр Волошин, Рохье Рийниа, Эстер Дайсон, Илья Стребулаев, Алексей Яковицкий и Алексей Комиссаров. Пост председателя Совета директоров занимает Джон Бойнтон.</li></ul> <p>Существенные изменения, которые произошли в структуре закупок в 2020 году:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>С 2020 года все закупки, проводимые для Яндекс.Драйва, осуществляются закупочной функцией MLU B.V. (до 2020 года относились к Яндексу). Закупки для Беспилотных Технологий, напротив, с 2020 года стали осуществляться закупочной функцией Яндекса (до 2020 года относились к MLU B.V.).</li></ul> <p>Изменения не повлияли на структуру закупок и долю закупок у местных поставщиков в общем объеме закупок. Санкции, введенные в отношении Российской Федерации, не повлияли на закупочную деятельность компании.</p>
102-11	Применение принципа предосторожности	<a href="#">Экологическая ответственность</a> Указатель GRI Standards	●	<p>Яндекс разделяет Принцип предосторожности (Принцип № 15), который закреплен в Рио-де-Жанейрской декларации по окружающей среде и развитию, принятой в 1992 году.</p> <p>Так, строительство объектов инфраструктуры (например, дата-центров) и разработка сервисов происходят с учетом факторов потенциального воздействия на окружающую среду.</p>
102-12	Внешние инициативы	<a href="#">Интеллектуальная собственность</a> Указатель GRI Standards	●	<p>Яндекс является подписантом Меморандума по предотвращению пиратства.</p>

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
102-13	Членство в ассоциациях	Указатель GRI Standards	<div></div>	<p>Реестр некоммерческих организаций, в которых состоят компании группы компаний Яндекса:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Всемирный экономический форум / The World Economic Forum (WEF)</li><li>Некоммерческое партнерство «Содействие развитию и использованию навигационных технологий» (НП «ГЛОНАСС»)</li><li>Ассоциация торговых компаний и товаропроизводителей электробытовой и компьютерной техники РАТЭК / Association of Trading Companies and Manufacturers of Consumer Electronic and Computer Equipment RATEK</li><li>Ассоциация предприятий компьютерных и информационных технологий (АП КИТ)</li><li>Общественно-государственное объединение «Ассоциация документальной электросвязи» (АДЭ) / Russian Association of Networks and Services (RANS)</li><li>АНО «Цифровая экономика»</li><li>Ассоциация больших данных</li><li>Некоммерческое партнерство «Объединение корпоративных юристов»</li><li>Американская торговая палата в России / American Chamber of Commerce in Russia</li><li>Некоммерческая организация «Ассоциация автоматической идентификации «ЮНИСКАН/ГС1 РУС»</li><li>Некоммерческое партнерство содействия развитию интерактивной рекламы / The Interactive Advertising Bureau (IAB Russia)</li><li>Московская торгово-промышленная палата / Moscow Chamber of Commerce and Industry</li><li>Bluetooth Special Interest Group, Inc., организация по разработке стандартов Bluetooth</li><li>Некоммерческий фонд WORLD.MINDS</li><li>Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП)</li><li>Российско-Британская Торговая Палата / Russo-British Chamber of commerce</li><li>Ассоциация автоматической идентификации GS1</li><li>Ассоциация организаций в области газомоторного топлива «Национальная газомоторная ассоциация»</li><li>Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет»</li><li>Ассоциация «Клуб Франция»</li><li>Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан</li><li>Ассоциация Саморегулируемая организация «Объединение строителей Владимирской области»</li><li>МОО «Ассоциация менеджеров»</li><li>Инициатива Digitalswitzerland</li><li>Ассоциация продюсеров кино и телевидения</li><li>Альянс Zigbee для разработчиков</li><li>Российско-Германская Внешнеторговая палата / Deutsch-Russische Auslandshandelskammer</li><li>Международный Союз Общественного Транспорта / Union Internationale des Transports Publics (UITP)</li><li>Ассоциация развития финансовых технологий (АФТ)</li><li>Альянс в сфере искусственного интеллекта</li></ul>
GRI 102: Стратегия				
102-14	Заявление руководителя организации	<a href="#">Поговорим о главном</a>	<div></div>	
102-15	Ключевые воздействия, риски и возможности	<a href="#">Управление рисками устойчивого развития</a>	<div></div>	



Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
GRI 102: Этика и добросовестность				
102-16	Ценности, принципы, стандарты, нормы поведения	<a href="#">Мы — Яндекс</a> <a href="#">Деловая этика и права человека</a>	●	
102-17	Механизмы консультирования и информирования по вопросам, связанным с деловой этикой	<a href="#">Деловая этика и права человека</a>	●	
GRI 102: Корпоративное управление				
102-18	Структура корпоративного управления	<a href="#">Корпоративное управление</a> <a href="#">Управление устойчивым развитием</a>	●	
102-19	Делегирование полномочий	<a href="#">Повестка устойчивого развития Яндекса</a> <a href="#">Управление устойчивым развитием</a>	●	
102-20	Руководители, ответственные за экономические, экологические и социальные вопросы	<a href="#">Управление устойчивым развитием</a>	●	
102-21	Консультирование заинтересованных сторон по экономическим, экологическим и социальным вопросам	<a href="#">Повестка устойчивого развития Яндекса</a> <a href="#">Управление устойчивым развитием</a> <a href="#">Об Отчете</a> Указатель GRI Standards	●	Яндекс регулярно взаимодействует с заинтересованными сторонами, в том числе по вопросам корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития. Результаты взаимодействия используются как для определения приоритетных направлений компании в области устойчивого развития и формирования проектов, так и для решения конкретных вопросов, интересующих каждую группу заинтересованных сторон, например, задач по доработке сервисов и продуктов.
102-22	Состав высшего органа управления и его комитетов	<a href="#">Корпоративное управление</a>	●	
102-23	Председатель высшего органа управления	<a href="#">Корпоративное управление</a>	●	
102-24	Выдвижение и отбор кандидатов в члены высшего органа управления	<a href="#">Корпоративное управление</a>	●	
102-25	Конфликты интересов	<a href="#">Корпоративное управление</a> Указатель GRI Standards	●	Сведения о членах Совета директоров публикуются <a href="#">на официальном сайте компании</a> . Аналогичная информация также раскрывается в Годовом отчете за 2020 год по форме 20-F.





Детализация вклада в ЦУР ООН

Таблицы ESG-показателей

Указатель GRI Standards

Указатель SASB

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
102-26	Роль высшего органа управления в постановке целей, определении ценностей и разработке стратегии	<a href="#">Управление устойчивым развитием</a>	●	
102-27	Коллективное знание членов высшего органа управления	<a href="#">Управление устойчивым развитием</a>	●	
102-28	Оценка деятельности высшего органа управления	Указатель GRI Standards	◐	В соответствии с внутренними документами компании, предусмотрена ежегодная процедура самостоятельной оценки Совета директоров, функция надзора за результатами которой возлагается на Комитет по корпоративному управлению. Функция надзора предполагает определение характера оценки, контроль за процессом ее проведения, обсуждение результатов в ходе заседаний Совета директоров. Целью этого процесса является повышение эффективности работы Совета директоров и его комитетов.
102-29	Управление экономическим, экологическим и социальным воздействием	<a href="#">Управление устойчивым развитием</a> Указатель GRI Standards	●	Совет директоров и топ-менеджмент участвуют в управлении экономическим, экологическим и социальным воздействием компании. Кроме того, Яндекс регулярно взаимодействует с заинтересованными сторонами, в том числе по экономическим, экологическим и социальным вопросам. Результаты взаимодействия используются в том числе для управления вопросами устойчивого развития, включая определение приоритетных направлений деятельности и постановки целей и задач.
102-30	Эффективность процессов управления рисками	<a href="#">Управление рисками устойчивого развития</a>	●	
102-31	Рассмотрение экономических, экологических и социальных тем высшим органом корпоративного управления	<a href="#">Управление устойчивым развитием</a>	●	
102-32	Роль высшего органа управления в подготовке отчетности по устойчивому развитию	Указатель GRI Standards	●	Отчет об устойчивом развитии Яндекса был утвержден топ-менеджментом компании.
102-33	Информирование высшего органа управления о критически важных вопросах	Указатель GRI Standards	●	В Яндексе действует Комитет по этике, в который входят представители топ-менеджмента и руководители департамента внутреннего аудита и юридического департамента. Члены Комитета принимают решения по особо важным вопросам, связанным с этикой и комплаенсом, и информируют членов Совета директоров об обращениях, поступающих через горячую линию Яндекса. Критически важные вопросы, связанные с управлением персоналом, могут быть вынесены на обсуждение на еженедельных операционных встречах, на которых присутствуют руководители подразделений Яндекса и представители HR-департамента.
102-35	Правила вознаграждения	<a href="#">Корпоративное управление</a>	●	
102-36	Порядок определения размера вознаграждения	<a href="#">Корпоративное управление</a>	●	

Детализация вклада в ЦУР ООН

Таблицы ESG-показателей

Указатель GRI Standards

Указатель SASB

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
GRI 102: Взаимодействие с заинтересованными сторонами				
102-40	Перечень групп заинтересо- ванных сторон	<a href="#">Об Отчете</a>	●	
102-41	Коллективные договоры	Указатель GRI Standards	●	В Яндексе отсутствует практика заключения коллективных договоров.
102-42	Выявление и отбор заинтере- сованных сторон	<a href="#">Об Отчете</a>	●	
102-43	Подход организации к взаи- модействию с заинтересо- ванными сторонами	<a href="#">Об Отчете</a>	●	
102-44	Ключевые темы и опасения, которые были подняты заин- тересованными сторонами	<a href="#">Об Отчете</a>	●	
GRI 102: Практика отчетности				
102-45	Юридические лица, вклю- ченные в консолидирован- ную финансовую отчетность организации	Указатель GRI Standards	●	Дочерние компании Yandex N.V., которые включены в консолидированную финансовую отчетность, перечислены на стр. 454 <a href="#">Годового отчета за 2020 год</a> по форме 20-F.
102-46	Определение содержания отчета и границ тем	<a href="#">Об Отчете</a>	●	
102-47	Перечень существенных тем	<a href="#">Об Отчете</a>	●	
102-48	Пересмотр данных	Указатель GRI Standards	●	Данный Отчет является первым отчетом Яндекса об устойчивом развитии.
102-49	Изменения в отчетности	Указатель GRI Standards	●	Данный Отчет является первым отчетом Яндекса об устойчивом развитии.
102-50	Отчетный период	<a href="#">Об Отчете</a> Указатель GRI Standards	●	В данном Отчете представлена информация о деятельности Яндекса в области устойчивого развития за период с 1 января по 31 декабря 2020 года. В отдельных случаях, о которых оставлены пояснения в тексте Отчета, информация может охватывать другие периоды (например, информация о некоторых важных событиях, которые произошли уже в 2021 году).
102-51	Дата выпуска предыдущего отчета	<a href="#">Об Отчете</a> Указатель GRI Standards	●	Данный Отчет является первым отчетом Яндекса об устойчивом развитии.
102-52	Цикл отчетности	<a href="#">Об Отчете</a> Указатель GRI Standards	●	Яндекс планирует публиковать отчетность в области устойчивого развития ежегодно.



Детализация вклада в ЦУР ООН

Таблицы ESG-показателей

Указатель GRI Standards

Указатель SASB

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
102-53	Контактные данные для обращения с вопросами относительно отчета и его содержания	<a href="#">Об Отчете</a>	●	
102-54	Заявление о соответствии отчета Стандартам отчетности в области устойчивого развития (GRI Standards)	<a href="#">Об Отчете</a>	●	
102-55	Таблица индикаторов GRI	Указатель GRI Standards	●	
102-56	Внешнее заверение	Указатель GRI Standards	●	Отчет не проходил процедуру внешнего заверения.
GRI 103 (2016): Подход к управлению				
103-1	Пояснения в отношении существенных тем и их границ	<a href="#">Об Отчете</a>	●	<div>Существенные темы:</div> <ul style="list-style-type: none"><li>• Оценка влияния Яндекса на окружающую среду и изменение климата, раздел <a href="#">«Экологическая ответственность»</a></li><li>• Рациональное потребление ресурсов: энергоэффективность, утилизация техники и иных отходов, раздел <a href="#">«Экологическая ответственность»</a></li><li>• Привлечение, развитие и удержание кадров, раздел <a href="#">«Сотрудники Яндекса»</a></li><li>• Уважение прав человека и предоставление равных возможностей сотрудникам, разделы <a href="#">«Деловая этика и права человека»</a>, <a href="#">«Сотрудники Яндекса»</a></li><li>• Поддержка и развитие партнеров сервисов Яндекса (водителей, курьеров и других партнеров), глава <a href="#">«Про взаимодействие с партнерами сервисов»</a></li><li>• Обеспечение безопасных и комфортных условий труда, раздел <a href="#">«Сотрудники Яндекса»</a></li><li>• Развитие образовательных услуг, доступных для широкой аудитории, раздел <a href="#">«Образовательная инициатива Яндекса»</a></li><li>• Повышение доступности сервисов Яндекса для людей с особенностями здоровья, раздел <a href="#">«Поддержка незащищенных слоев населения»</a></li><li>• Ответственный выбор контрагентов, разделы <a href="#">«Деловая этика и права человека»</a>, <a href="#">«Ответственные закупки»</a></li><li>• Содействие развитию социальных и благотворительных организаций, раздел <a href="#">«Поддержка незащищенных слоев населения»</a></li><li>• Информационная безопасность и защита персональных данных, раздел <a href="#">«Информационная безопасность и защита персональных данных»</a></li><li>• Контроль за качеством продуктов и сервисов, раздел <a href="#">«Качество работы с контентом»</a>, глава <a href="#">«Про пользователей»</a></li><li>• Содействие развитию комфортной среды, глава <a href="#">«Про пользователей»</a>, раздел <a href="#">«Поддержка незащищенных слоев населения»</a></li><li>• Экономическая результативность и рост, глава <a href="#">«Мы — Яндекс»</a></li><li>• Корпоративное управление, глава <a href="#">«Корпоративное управление»</a></li><li>• Этика и добросовестность, раздел <a href="#">«Деловая этика и права человека»</a></li><li>• Инновационность, главы <a href="#">«Мы — Яндекс»</a>, <a href="#">«Про пользователей»</a>, а также <a href="#">сайт компании</a></li></ul>



Детализация вклада в ЦУР ООН

Таблицы ESG-показателей

Указатель GRI Standards

Указатель SASB

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
103-2	Управленческий подход и его компоненты	Указатель GRI Standards	●	В Отчете расставлены кодификаторы к тем частям текста, в которых приводится информация о подходе к управлению той или иной существенной темой.
103-3	Оценка управленческого подхода	Указатель GRI Standards	●	В Отчете расставлены кодификаторы к тем частям текста, в которых приводится информация о подходе к управлению той или иной существенной темой.
GRI 203 (2016): Непрямые экономические воздействия				
203-1	Инвестиции в инфраструктуру и безвозмездные услуги	<a href="#">Образовательная инициатива Яндекса</a> <a href="#">Поддержка незащищенных слоев населения</a> Указатель GRI Standards	●	Объем средств, направленных на проекты «Помощи рядом» (программа была создана в 2020 году): <ul style="list-style-type: none"><li>• 250 млн руб.</li></ul> Объем средств, направленных на развитие бесплатных образовательных сервисов: <ul style="list-style-type: none"><li>• 327 млн руб. (2018)</li><li>• 636 млн руб. (2019)</li><li>• 844 млн руб. (2020)</li></ul> Объем безвозмездных перечислений благотворительным фондам, учебным заведениям, а также расходы на проведение конференций и отраслевых мероприятий: <ul style="list-style-type: none"><li>• 165,3 млн руб. (2018)</li><li>• 313,9 млн руб. (2019)</li><li>• 418,6 млн руб. (2020)</li></ul>
203-2	Существенные непрямые экономические воздействия	<a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a>	●	
GRI 204 (2016): Закупки				
204-1	Доля расходов на местных поставщиков	<a href="#">Ответственные закупки</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель GRI Standards	◐	Данные о фактическом объеме закупок у местных поставщиков представлены только по компании MLU B.V. (объединенная компания Яндекс.Такси и Uber, которая управляет сервисами Яндекс.Такси, Яндекс.Еда, Яндекс.Лавка и Яндекс.Драйв). Для остальной части Яндекса данные об объеме закупок у местных поставщиков рассчитаны на основе бюджета, зарезервированного под закупки. Фактические затраты не были использованы для расчета, так как учет фактических затрат не осуществлялся в разбивке по региону регистрации поставщика. Под существенным регионом деятельности для целей данного раскрытия понимается Российская Федерация.

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
GRI 205 (2016): Борьба с коррупцией				
205-2	Информирование и обучение антикоррупционным политикам и процедурам	<a href="#">Деловая этика и права человека</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a>	●	
205-3	Подтвержденные случаи коррупции и принятые меры	<a href="#">Деловая этика и права человека</a> Указатель GRI Standards	●	В 2018–2020 годах не было ни одного случая нарушения Яндексом применимого антикоррупционного законодательства: в отношении компании, и насколько известно Яндексу, ее сотрудников не было судебных решений о признании их виновными в коррупционных действиях. Также Яндексу не известно о случаях нарушения применимых антикоррупционных требований среди партнеров Яндекса в рамках отношений с компанией.
GRI 206 (2016): Препятствование конкуренции				
206-1	Общее число случаев правовых действий в отношении организации в связи с препятствием конкуренции и нарушением антимонопольного законодательства и их результаты	<a href="#">Деловая этика и права человека</a>	●	
GRI 207 (2019): Налоги				
207-1	Политика в области налогообложения	<a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a> Указатель GRI Standards	◐	<p>Яндекс поддерживает партнеров, которые зарегистрировались как самозанятые.</p> <p>Это специальный налоговый режим, введенный в 2019 году на территории всех субъектов РФ в качестве эксперимента. Действовать он будет в течение 10 лет.</p> <p>Самозанятыми могут стать граждане РФ, а также граждане стран, входящих в Евразийский экономический союз: Беларуси, Армении, Казахстана и Киргизии.</p> <p>Перейти на новый режим могут физические лица и индивидуальные предприниматели. В этом случае налогоплательщик платит только налог на профессиональный доход по льготной ставке — 4 или 6%. Это позволяет вести бизнес законно и получать доход от самостоятельной деятельности без рисков получить штраф за незаконную предпринимательскую деятельность.</p> <p>Данный налоговый режим регулируется Федеральным законом «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» в городе федерального значения Москве, в Московской и Калужской областях, а также в Республике Татарстан (Татарстан)» от 27.11.2018 № 422-ФЗ.</p>



Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
GRI 301 (2016): Материалы				
301-1	Вес /объем используемых материалов	<a href="#">Экологическая ответственность</a> Указатель GRI Standards	<div></div>	Данные об объемах использованной упаковки, сделанной из переработанного материала или вторичного сырья, представлены для Яндекс.Лавки и Яндекс.Маркета. На эти сервисы приходится наибольшая доля в общем объеме использования упаковки Яндексом.
GRI 302 (2016): Энергия				
302-1	Энергопотребление внутри организации	<a href="#">Экологическая ответственность</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель GRI Standards	<div></div>	<p>Для собственных операций в России Яндекс закупает электроэнергию у «Федеральной сетевой компании» (ПАО «ФСК ЕЭС»), государственной распределительной компании, которая заранее определяет структуру производства электро-энергии и не дает покупателям возможности контролировать соотношение возобновляемых и невозобновляемых источников энергии. В разных регионах России структура закупаемой электроэнергии варьируется и включает региональные возможности в области гидроэнергетики (возобновляемый источник) и ядерной энергетики.</p> <p>Яндекс не продает электрическую и тепловую энергию. Исключением является дата-центр в городе Мянтысле, который продает теплоэнергию, образованную в результате охлаждения серверного оборудования, местной энергетической компании. Показатели энергопотребления дата-центра не учитывают объем проданной теплоэнергии — учет по данному показателю ведется отдельно.</p> <p>Для пересчета данных в гигаджоули использованы переводные коэффициенты (низшая теплотворная способность, НТС), указанные в Руководящих принципах национальных инвентаризаций парниковых газов МГЭИК 2006, том 2 Энергетика, глава 1 (Введение), стр. 1.19–1.20, табл. 1.2.</p>
302-3	Энергоемкость	<a href="#">Экологическая ответственность</a> Указатель GRI Standards	<div></div>	<p>Для мониторинга энергоемкости дата-центров используется показатель PUE (power usage effectiveness) — отношение общего энергопотребления дата-центра к энергопотреблению IT-оборудования.</p> <p>Для расчета показателей энергоемкости офисов использовались только показатели потребления электроэнергии для офисов в Москве (БЦ «Аврора», БЦ «Красная Роза») и Санкт-Петербурге (БЦ «Бенуа») (более 90% офисных площадей, исходя из данных о площади объектов). Показатели удельного потребления электроэнергии составили: 166,91 кВт • ч / м<sup>2</sup> (2019), 106,85 кВт • ч / м<sup>2</sup> (2020).</p> <p>Сопоставимые данные за 2018 год не предоставлены, поскольку отдельный учет потребления электроэнергии в БЦ «Бенуа» ведется с 2019 года.</p> <p>При расчете показателей энергоемкости для дата-центров и офисов учитывается только энергопотребление внутри Яндекса.</p>
302-4	Сокращение общего энергопотребления	<a href="#">Экологическая ответственность</a> Указатель GRI Standards	<div></div>	<p>Для мониторинга сокращения потребления электроэнергии дата-центров используется показатель PUE.</p> <p>Базовым годом для расчета сокращения потребления электроэнергии является год постройки дата-центра, так как в новых дата-центрах используются только энергосберегающие технологии.</p> <p>Снижение показателя PUE в дата-центре во Владимире объясняется наращиванием мощностей дата-центра. Снижение PUE в Сасово объясняется значительным объемом введения в эксплуатацию модулей с применением полного фрикулинга.</p> <p>Изменение PUE от года к году в Ивантеевке и Мытищах объясняется разницей погодных условий в данных периодах (количество жарких дней в году).</p>

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
GRI 303 (2018): Вода и сбросы				
303-3	Водозабор	<a href="#">Экологическая ответственность</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель GRI Standards		<p>Яндекс ведет забор пресной воды из собственных скважин дата-центров (Сасово и Владимир). Еще два дата-центра (Мянтсяля и Мытищи) получают воду из центральных систем водоснабжения. Данные о водозаборе представлены по дата-центрам в городах Владимир, Мытищи, Сасово и Мянтсяля. В дата-центре в городе Ивантеевка отдельный учет водозабора не ведется (водопотребление включено в общую стоимость коммунальных услуг).</p> <p>Данные о водозаборе офисов получены от арендодателей офисных помещений, а данные дата-центров основаны на показаниях счетчиков учета воды. Данные по водопотреблению в офисах представлены по БЦ «Аврора» и БЦ «Красная Роза» (более 80% офисных площадей, исходя из данных о площади объектов).</p> <p>Яндекс не ведет водозабор в регионах с наблюдаемым дефицитом воды.</p> <p>Под «регионами ведения деятельности» понимаются регионы, в которых расположены офисы и дата-центры.</p>
GRI 304 (2016): Биоразнообразие				
304-1	Производственные объекты в собственности, в аренде или под управлением организации, расположенные на охраняемых природных территориях и на территориях с высокой ценностью биоразнообразия вне границ охраняемых природных территорий или примыкающие к таким территориям	Указатель GRI Standards		Яндекс не ведет деятельность на территориях, смежных с заповедниками, национальными парками и иными охраняемыми природными территориями.
GRI 305 (2016): Выбросы				
305-1	Прямые выбросы парниковых газов (Score 1)	<a href="#">Экологическая ответственность</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a>		
305-2	Косвенные энергетические выбросы парниковых газов (Score 2)	<a href="#">Экологическая ответственность</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a>		
305-4	Интенсивность выбросов парниковых газов	<a href="#">Экологическая ответственность</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a>		





Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
GRI 306 (2020): Отходы				
306-1	Образование отходов и связанные с этим существенные воздействия	<a href="#">Экологическая ответственность</a> Указатель GRI Standards	●	Бизнес Яндекса диверсифицирован, поэтому процессы образования отходов и обращения с ними представлены в разбивке по ключевым бизнес-процессам, которые характеризуются существенным образованием отходов (Лавка, Маркет). Отчет также раскрывает информацию об отходах, образованных в результате деятельности дата-центров, офисов, а также дополнительно раскрывает подход компании к управлению электронными отходами.
306-2	Управление существенным воздействием, связанным с образованием отходов	<a href="#">Экологическая ответственность</a> Указатель GRI Standards	●	Яндекс проводит проверку всех контрагентов, с которыми вступает в деловые отношения, на соответствие требованиям законодательства. Такая процедура проводится и в отношении компаний-операторов, занимающихся утилизацией отходов. Данные об объеме образованных отходов дата-центра во Владимире основаны на информации из статистических отчетов по форме № 2-ТП (отходы) за 2018–2020 годы. Данные об объеме образованных отходов дата-центра в Мянтсяля основаны на информации из отчетов для регулятора. Данные об объеме образованных отходов в офисах были собраны и рассчитаны специально для Отчета (первичный сбор). Данные, связанные с управлением отходами в Лавке и Маркете, были собраны и рассчитаны специально для Отчета (первичный сбор). Также см. комментарий к индикатору 306-1.
306-3	Общий вес образованных отходов	<a href="#">Экологическая ответственность</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель GRI Standards	◐	Разбивка на классы опасности соответствует классификации отходов, установленной Федеральным законом от 24.06.1998 № 89-ФЗ (ред. от 07.04.2020) «Об отходах производства и потребления». Для дата-центра, расположенного в Финляндии, разбивка на классы опасности не представлена, так как данная классификация не используется в финском законодательстве. В дата-центрах и офисах Яндекса, а также в Яндекс.Маркете и Яндекс.Лавке образуются отходы только IV и V классов опасности. Данные по объему отходов дата-центров включают дата-центр во Владимире и Мянтсяля. Данные по образованию отходов в офисах представлены по БЦ «Аврора» и БЦ «Красная Роза» (более 80% офисных площадей, исходя из данных о площади объектов). Данные по образованию отходов в других дата-центрах и офисах Яндекса не представлены, так как они не были доступны на момент подготовки Отчета.
306-4	Отходы, возвращенные в экономику	<a href="#">Экологическая ответственность</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель GRI Standards	◐	Данные о способах обращения с отходами представлены по дата-центрам во Владимире и Мянтсяля, а также для сервиса Яндекс.Маркет. Данные по другим объектам и сервисам не были доступны на момент подготовки Отчета.
306-5	Отходы, направленные на сжигание и захоронение	<a href="#">Экологическая ответственность</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель GRI Standards	◐	Данные о способах обращения с отходами представлены по дата-центрам во Владимире и Мянтсяля, а также для сервиса Яндекс.Маркет. Данные по другим объектам и сервисам не были доступны на момент подготовки Отчета.

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
GRI 307 (2016): Соответствие требованиям природоохранного законодательства				
307-1	Несоблюдение требований законодательства об охране окружающей среды	Указатель GRI Standards	<div></div>	<p>В 2018 и 2020 годах в Яндексе не было зафиксировано случаев несоблюдения требований природоохранного законодательства.</p> <p>В 2019 году компания выплатила штраф в размере 10 000 рублей за несоблюдение правил охраны среды обитания или путей миграции объектов животного мира и водных биологических ресурсов. Также в рамках судебного процесса Яндекс был обязан заключить договор на пользование водным ресурсом. Иных случаев призвания Яндекса к ответственности по вопросам несоблюдения природоохранного законодательства в 2019 не было.</p> <p>Указанный выше случай был тщательно проанализирован ответственными командами Яндекса, чтобы предотвратить повторение таких случаев в будущем.</p>
GRI 401 (2016): Занятость				
401-1	Общее количество новых сотрудников, текучесть кадров	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a>	<div></div>	
401-2	Льготы для сотрудников, работающих на условиях полной занятости, которые не предоставляются сотрудникам, работающим на условиях временной или неполной занятости	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель GRI Standards	<div></div>	Под существенным регионом деятельности для целей данного раскрытия понимается Российская Федерация.
401-3	Отпуск по уходу за ребенком	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a>	<div></div>	
GRI 403 (2018): Здоровье и безопасность на рабочем месте				
403-1	Система менеджмента охраны труда и промышленной безопасности	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> Указатель GRI Standards	<div></div>	<p>Яндекс соблюдает законодательные требования в отношении охраны труда, а именно:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• статью 212 Трудового кодекса РФ;</li><li>• приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 19 августа 2016 года № 438н «Об утверждении Типового положения о системе управления охраной труда».</li></ul>

[Детализация вклада в ЦУР ООН](#)[Таблицы ESG-показателей](#)[Указатель GRI Standards](#)[Указатель SASB](#)

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
403-2	Определение и оценка производственных рисков и опасностей, расследование несчастных случаев, связанных с реализацией этих рисков	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> Указатель GRI Standards	●	Расследование инцидентов проходит в следующем порядке: <ul style="list-style-type: none"><li>• пострадавшим оказывается медицинская помощь (при наличии пострадавших);</li><li>• проводится осмотр места инцидента, производится фотовидеофиксация;</li><li>• опрашиваются (по возможности и при наличии), очевидцы и пострадавшие;</li><li>• назначается комиссия по расследованию;</li><li>• определяются причины инцидента;</li><li>• в зависимости от причин инцидента изменяются процессы, модернизируется оборудование (по возможности) или вносятся изменения в его конструктивные характеристики, проводится работа с персоналом.</li></ul> Также см. комментарий к индикатору 403-4.
403-3	Деятельность по охране труда на производстве	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> Указатель GRI Standards	●	Компании, с которыми сотрудничает Яндекс для обеспечения сотрудников ДМС, страхованием жизни и другими льготами для поддержки здоровья, проходили обязательную проверку на добросовестность.
403-4	Участие сотрудников, проведение консультаций и предоставление информации по вопросам охраны труда.	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> Указатель GRI Standards	●	Сотрудники могут обсудить любые интересующие их вопросы, связанные с охраной труда и безопасностью, со специалистами по охране труда, со своими руководителями или HR-партнерами. Кроме того, сотрудники могут направлять обращения, жалобы и предложения (инициативы) по вопросам охраны труда на горячую линию. Адрес горячей линии сообщается всем сотрудникам во время вводного инструктажа, также он размещен на информационных стендах в офисах компании.  В подразделении Беспилотных Технологий есть выделенная круглосуточная линия SDG Drivers Support, которой могут воспользоваться сотрудники для сообщения о производственных опасностях, связанных с беспилотными автомобилями.
403-5	Обучение сотрудников в области охраны труда	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a>	●	
403-6	Профилактика и охрана здоровья сотрудников	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a>	●	
403-7	Предотвращение и смягчение воздействия на здоровье и безопасность труда, напрямую связанного с деловыми отношениями	<a href="#">Про пользователей</a> <a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a>	●	
403-8	Работники, на которых распространяется система управления охраной труда и производственной безопасностью	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a> Указатель GRI Standards	●	Система управления охраной труда охватывает 100% сотрудников, отношения с которыми закреплены трудовым договором.  100% водителей, сотрудничающих с сервисами Яндекса (партнеры Яндекса), застрахованы на время поездки и могут получить денежную выплату в соответствии с утвержденной страховой схемой в случае наступления ДТП.  100% курьеров, сотрудничающих с сервисами Яндекса (партнеры Яндекса), обеспечены страхованием жизни и здоровья на время смены.  100% водителей, сотрудничающих с сервисами Яндекса (партнеры Яндекса), которые были активны на линии установленное количество часов, могли рассчитывать на единовременную компенсационную выплату в рамках финансовой поддержки в период пандемии, если заболели коронавирусом или были вынуждены соблюдать карантин из-за контактов с заболевшими. Размер выплат определялся в зависимости от среднего дохода водителя за период.

Детализация вклада в ЦУР ООН

Таблицы ESG-показателей

Указатель GRI Standards

Указатель SASB

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
403-9	Производственный травматизм	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> Указатель GRI Standards	●	<p>Учет показателей травматизма и производственной заболеваемости ведется только по сотрудникам компании, отношения с которыми закреплены трудовым договором. В 2018 году в компании было зарегистрировано два несчастных случая с временной потерей трудоспособности, в результате которых пострадали два человека (оба из общих подразделений). LTIFR<sup>167</sup> составил 0,116.</p> <p>В 2019 году было зарегистрировано три несчастных случая с временной потерей трудоспособности (один в общих подразделениях, два — в Маркете). LTIFR составил 0,120.</p> <p>Все полученные в 2018–2019 годах сотрудниками травмы относились к легкой степени тяжести.</p> <p>В 2020 году не было зарегистрировано случаев производственного травматизма (LTIFR — 0).</p> <p>Компания регулярно проводит специальную оценку условий труда во всех подразделениях, а сотрудникам, чьи обязанности связаны с производственным риском, выдаются СИЗы. Все сотрудники Яндекса, а также сотрудники команды поддержки бизнеса проходят обязательное обучение по охране труда, установленное законодательством (например, вводные инструктажи), а также регулярные проверки знаний.</p> <p>Специалисты по охране труда проводят инспекции средств пожаротушения, регулярные и внеплановые обходы территорий/зданий/сооружений, обучение ответственных лиц по пожарной безопасности, охране труда, электробезопасности.</p> <p>Источник данных о травматизме — журнал регистрации несчастных случаев.</p>
403-10	Профессиональные заболевания	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> Указатель GRI Standards	●	<p>В 2018–2020 годах не было зарегистрировано случаев профессиональных заболеваний.</p> <p>Компания регулярно проводит специальную оценку условий труда во всех подразделениях, а сотрудникам, чьи обязанности связаны с производственным риском, выдаются СИЗы. Также у сотрудников есть возможность прохождения ежегодного медосмотра в рамках ДМС.</p>
GRI 404 (2016): Обучение и развитие				
404-1	Среднегодовое количество часов обучения одного сотрудника	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель GRI Standards	●	<p>При расчете среднего количества часов обучения были учтены все сотрудники, работавшие в течение года, и время, которое они отработали.</p> <p>Данные включают только обучение, запись на которое проходит через Группу обучения, и не охватывают бесплатное онлайн-обучение, на которое сотрудники регистрируются и проходят полностью самостоятельно.</p>
404-2	Программы повышения квалификации сотрудников и непрерывного профессионального роста	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a>	●	
404-3	Доля сотрудников, получающих регулярную обратную связь по результатам работы и касательно развития карьеры в течение отчетного периода	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> Указатель GRI Standards	●	<p>В 2018–2020 годах 100% руководителей, специалистов и стажеров получали регулярную обратную связь по итогам работы.</p>

<sup>167</sup> LTIFR рассчитывался на основе 1 000 000 отработанных часов. Общее количество отработанных человеко-часов в 2018 году составило 17 264 935 человеко-часов, в 2019 году — 24 810 342 человеко-часов.

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
GRI 405 (2016): Социокультурное разнообразие персонала и равные возможности				
405-1	Социокультурное многообразие руководящих органов и сотрудников	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Корпоративное управление</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель GRI Standards	●	Значение долей в различных разбивках (по полу, возрасту, подразделениям, профессии, продолжительности работы в Яндексе) рассчитано от численности уникальных сотрудников за год, не являющейся срезом на определенную дату.
405-2	Соотношение базового оклада мужчин и женщин	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> Указатель GRI Standards	●	Яндекс оценивает работу мужчин и женщин на равных условиях. Размер вознаграждения определяется в рамках каждого подразделения и зависит от занимаемой сотрудником позиции и должностного уровня, а также результатов оценки деятельности.
GRI 406 (2016): Борьба с дискриминацией				
406-1	Случаи дискриминации и принятые меры	Указатель GRI Standards	●	В 2020 году было выявлено 4 случая нарушения Правил деловой и корпоративной этики, связанных с любого рода дискриминацией, которые не были критичными. Ко всем нарушителям были применены соответствующие дисциплинарные меры, также были обновлены Правила деловой и корпоративной этики.
GRI 408 (2016): Детский труд				
408-1	Подразделения и поставщики, у которых имеется существенный риск использования детского труда	Указатель GRI Standards	●	Законодательство стран, в которых работает Яндекс, запрещает использование детского труда. Яндекс проявляет должную осмотрительность и делает необходимые проверки благонадежности поставщиков. Яндекс ожидает, что все контрагенты будут соблюдать Правила деловой и корпоративной этики, и включает применимую оговорку в договоры.
GRI 409 (2016): Принудительный труд				
409-1	Подразделения и поставщики, у которых имеется существенный риск использования принудительного труда	Указатель GRI Standards	●	Законодательство стран, в которых работает Яндекс, запрещает использование принудительного труда. Яндекс проявляет должную осмотрительность и делает необходимые проверки благонадежности поставщиков. Яндекс ожидает, что все контрагенты будут соблюдать Правила деловой и корпоративной этики, и включает применимую оговорку в договоры.
GRI 412 (2016): Оценка соблюдения прав человека				
412-2	Обучение сотрудников политике и процедурам в области прав человека	<a href="#">Деловая этика и права человека</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель GRI Standards	●	В Яндексе нет отдельного обучающего курса по правам человека, однако курс по деловой этике охватывает аспекты защиты прав человека.

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
GRI 413 (2016): Местные сообщества				
413-1	Подразделения с реализованными программами взаимодействия с местными сообществами, программами оценки воздействия деятельности на местные сообщества и программами развития местных сообществ	<a href="#">Образовательная инициатива Яндекса</a> <a href="#">Поддержка незащищенных слоев населения</a> <a href="#">Экологическая ответственность</a>	<div></div>	
GRI 414 (2016): Социальная оценка поставщиков				
414-1	Процент новых поставщиков, прошедших оценку по социальным критериям	<a href="#">Ответственные закупки</a> Указатель GRI Standards	<div></div>	Яндекс проверяет на благонадежность каждого поставщика, оборот с которым по году превышает 3 миллиона рублей до уплаты НДС (расход смотрится по всем бизнес-юнитам группы компаний Яндекс за исключением MLU B.V.). Проверяется наличие активных судебных разбирательств, задолженностей, наличие бухгалтерской отчетности и другие аспекты. В отдельных случаях Яндекс проводит специальные выездные проверки (как до момента выбора поставщика, так и в процессе выполнения договора).
GRI 416 (2016): Здоровье и безопасность потребителей				
416-1	Оценка воздействия товаров и услуг на здоровье и безопасность	<a href="#">Про пользователей</a> Указатель GRI Standards	<div></div>	Яндекс не проводит расчет доли сервисов, в отношении которых проводится оценка воздействия на здоровье и безопасность пользователей, ввиду нецелесообразности такого расчета. Однако в Отчете раскрыта информация о подходе компании к управлению вопросами безопасности в сервисах, включая информационную безопасность (все сервисы), транспортную безопасность (сервисы Такси, Драйв и подразделение Беспилотные Технологии), продовольственную безопасность (Лавка) и других аспектах, которые касаются защиты здоровья и безопасности пользователей.

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Статус	Комментарии
GRI 417 (2016): Маркетинг и маркировка продукции				
417-3	Случаи несоблюдения требований, касающихся маркетинговых коммуникаций	Указатель GRI Standards	<div></div>	<p>Указанные значения отражают количество случаев, относящихся к собственным маркетинговым коммуникациям Яндекса (размещению рекламных объявлений и маркетинговых коммуникаций о собственных продуктах и услугах Яндекса).</p> <p>Случаи несоблюдения, повлекшие штрафные санкции:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 2 (2018)</li><li>• 1 (2019)</li><li>• 1 (2020)</li></ul> <p>Случаи несоблюдения, повлекшие вынесение предупреждения:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 0 (2018)</li><li>• 0 (2019)</li><li>• 1 (2020)</li></ul> <p>Оба случая не были существенными нарушениями. Несоответствия были незамедлительно устранены, и каждый случай был тщательно проанализирован, чтобы избежать подобных ситуаций в будущем или снизить вероятность их возникновения.</p>
GRI 418 (2016): Персональные данные потребителей				
418-1	Общее количество обоснованных жалоб, касающихся нарушений конфиденциальности персональных данных пользователей и утечки персональных данных пользователей	<a href="#">Информационная безопасность и защита персональных данных</a> Указатель GRI Standards	<div></div>	<p>В 2018–2020 годах на компанию не были наложены штрафы или иные виды ответственности за нарушение законодательства о персональных данных.</p>





# Указатель SASB

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Комментарии
SASB Internet Media & Services 2018			
TC-IM-130a.1	(1) Общее потребление энергии, (2) процент сетевой электроэнергии, (3) процент возобновляемой энергии	<a href="#">Экологическая ответственность</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель SASB	См. комментарий к индикатору GRI 302-1 в Указателе GRI Standards.
TC-IM-130a.2	(1) Общий водозабор, (2) общее потребление воды и процент каждого показателя в регионах с наблюдаемым резким или особо резким дефицитом воды	<a href="#">Экологическая ответственность</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель SASB	Яндекс не ведет водозабор в регионах с наблюдаемым дефицитом воды.
TC-IM-130a.3	Учет экологических аспектов при стратегическом планировании потребностей дата-центров	<a href="#">Экологическая ответственность</a>	
TC-IM-220a.1	Описание политик и практик, касающихся таргетированной рекламы и конфиденциальности персональных данных пользователей	<a href="#">Информационная безопасность и защита персональных данных</a> <a href="#">Качество работы с контентом</a> <a href="#">Про пользователей</a> <a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a>	
TC-IM-220a.4	(1) Число запросов государственных органов на получение информации о пользователях, (2) число пользователей, информация о которых была запрошена, (3) процент пользователей, информация о которых была раскрыта	<a href="#">Информационная безопасность и защита персональных данных</a>	
TC-IM-220a.5	Перечень стран, в которых основные продукты или услуги подлежат государственному мониторингу, блокировке, фильтрации контента или цензуре	Указатель SASB	Единственной страной, в которой работа сервисов Яндекса ограничена из-за санкций, является Украина. Санкции были введены в 2017 году, в 2019 году были продлены на три года.
TC-IM-230a.1	(1) Число утечек данных, (2) процент утечек, касающихся персональных данных пользователей, (3) число пострадавших пользователей	<a href="#">Информационная безопасность и защита персональных данных</a> Указатель SASB	В период с 2018 по 2020 год на Яндекс не были наложены штрафы или иные виды ответственности за нарушение законодательства о персональных данных.
TC-IM-230a.2	Описание подхода к управлению рисками информационной безопасности	<a href="#">Информационная безопасность и защита персональных данных</a>	
TC-IM-330a.2	Процент вовлеченности сотрудников	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a>	
TC-IM-330a.3	Процент сотрудников в разбивках по полу и принадлежности к этническим/расовым группам и по должностям (руководители, технические специалисты, иные сотрудники)	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a>	

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Комментарии
SASB E-Commerce 2018			
CG-EC-130a.1	(1) Общее потребление энергии, (2) процент сетевой электроэнергии, (3) процент возобновляемой энергии	<a href="#">Экологическая ответственность</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель SASB	См. комментарий к индикатору TC-IM-130a.1 в таблице SASB Internet Media & Services 2018.
CG-EC-130a.2	(1) Общий водозабор, (2) общее потребление воды и процент каждого показателя в регионах с наблюдаемым резким или особо резким дефицитом воды	<a href="#">Экологическая ответственность</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель SASB	См. комментарий к индикатору TC-IM-130a.2 в таблице SASB Internet Media & Services 2018.
CG-EC-130a.3	Учет экологических аспектов при стратегическом планировании потребностей дата-центров	<a href="#">Экологическая ответственность</a>	
CG-EC-220a.2	Описание политик и практик, касающихся таргетированной рекламы и конфиденциальности персональных данных пользователей	<a href="#">Информационная безопасность и защита персональных данных</a> <a href="#">Качество работы с контентом</a> <a href="#">Про пользователей</a> <a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a>	
CG-EC-230a.1	Описание подхода к управлению рисками информационной безопасности	<a href="#">Информационная безопасность и защита персональных данных</a>	
CG-EC-230a.2	(1) Число утечек данных, (2) процент утечек, касающихся персональных данных пользователей, (3) число пострадавших пользователей	<a href="#">Информационная безопасность и защита персональных данных</a> Указатель SASB	См. комментарий к индикатору TC-IM-230a.1 в таблице SASB Internet Media & Services 2018.
CG-EC-330a.1	Процент вовлеченности сотрудников	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a>	
CG-EC-330a.2	(1) Добровольная и (2) принудительная текучесть кадров	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель SASB	Показатели текучести, представленные в Отчете, охватывают только сотрудников Яндекса и исключают специалистов команды поддержки бизнеса.
CG-EC-330a.3	Процент сотрудников в разбивках по полу и принадлежности к этническим/расовым группам и по должностям (руководители, технические специалисты, иные сотрудники)	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a>	
CG-EC-410a.2	Стратегии по снижению воздействия доставки товаров на окружающую среду	<a href="#">Экологическая ответственность</a>	



Детализация вклада в ЦУР ООН

Таблицы ESG-показателей

Указатель GRI Standards

Указатель SASB

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Комментарии
<b>SASB Software &amp; IT Services 2018</b>			
TC-SI-130a.1	(1) Общее потребление энергии, (2) процент сетевой электроэнергии, (3) процент возобновляемой энергии	<a href="#">Экологическая ответственность</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель SASB	См. комментарий к индикатору TC-IM-130a.1 в таблице SASB Internet Media & Services 2018
TC-SI-130a.2	(1) Общий водозабор, (2) общее потребление воды и процент каждого показателя в регионах с наблюдаемым резким или особо резким дефицитом воды	<a href="#">Экологическая ответственность</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель SASB	См. комментарий к индикатору TC-IM-130a.2 в таблице SASB Internet Media & Services 2018
TC-SI-130a.3	Учет экологических аспектов при стратегическом планировании потребностей дата-центров	<a href="#">Экологическая ответственность</a>	
TC-SI-220a.1	Описание политик и практик, касающихся таргетированной рекламы и конфиденциальности персональных данных пользователей	<a href="#">Информационная безопасность и защита персональных данных</a> <a href="#">Качество работы с контентом</a> <a href="#">Про пользователей</a> <a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a>	
TC-SI-220a.4	(1) Число запросов государственных органов на получение информации о пользователях, (2) число пользователей, информация о которых была запрошена, (3) процент пользователей, информация о которых была раскрыта	<a href="#">Информационная безопасность и защита персональных данных</a>	
TC-SI-220a.5	Перечень стран, в которых основные продукты или услуги подлежат государственному мониторингу, блокировке, фильтрации контента или цензуре	Указатель SASB	См. комментарий к индикатору TC-IM-220a.5 в таблице SASB Internet Media & Services 2018
TC-SI-230a.1	(1) Число утечек данных, (2) процент утечек, касающихся персональных данных пользователей, (3) число пострадавших пользователей	<a href="#">Информационная безопасность и защита персональных данных</a> Указатель SASB	См. комментарий к индикатору TC-IM-230a.1 в таблице SASB Internet Media & Services 2018
TC-SI-230a.2	Описание подхода к управлению рисками информационной безопасности	<a href="#">Информационная безопасность и защита персональных данных</a>	
TC-SI-330a.2	Процент вовлеченности сотрудников	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a>	
TC-SI-330a.3	Процент сотрудников в разбивках по полу и принадлежности к этническим/расовым группам и по должностям (руководители, технические специалисты, иные сотрудники)	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a>	
TC-SI-550a.2	Описание рисков, связанных с обеспечением бесперебойной работы систем	Указатель SASB	Описание технологических рисков, которые могут повлиять на непрерывность работы Яндекса, представлено в разделе <a href="#">«Управление рисками устойчивого развития»</a> и на стр. 19 <a href="#">Годового отчета 2020</a> .

Индикатор	Расшифровка	Месторасположение в Отчете	Комментарии
SASB Media & Entertainment 2018			
SV-ME-260a.1	Процент сотрудников в разбивках по полу и принадлежности к этническим/расовым группам и по должностям (руководители, технические специалисты, иные сотрудники)	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a>	
SV-ME-520a.1	Описание подхода к защите интеллектуальной собственности	<a href="#">Интеллектуальная собственность</a>	
SASB Road Transportation 2018			
TR-RO-110a.2	Долгосрочные и краткосрочные стратегии или планы по управлению прямыми выбросами парниковых газов (Score 1), цели по сокращению выбросов и анализ результатов по этим целям	<a href="#">Экологическая ответственность</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a>	
TR-RO-110a.3	(1) Общее потребление топлива, (2) процент природного газа, (3) процент возобновляемого топлива	<a href="#">Экологическая ответственность</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель SASB	См. комментарий к индикатору TC-IM-130a.1 в таблице SASB Internet Media & Services 2018.
TR-RO-320a.2	(1) Добровольная и (2) принудительная текучесть кадров	<a href="#">Сотрудники Яндекса</a> <a href="#">Таблицы ESG-показателей</a> Указатель SASB	См. комментарий к индикатору CG-EC-330a.2 в таблице SASB E-Commerce 2018.
TR-RO-320a.3	Описание подхода к управлению краткосрочными и долгосрочными рисками, связанными со здоровьем водителей	<a href="#">Про взаимодействие с партнерами сервисов</a> Указатель SASB	Водители, выполняющие заказы через сервис Яндекс.Такси, не являются сотрудниками Яндекса, однако компания заботится об их физической безопасности. Читайте подробнее в соответствующей главе Отчета.