

М&А в телекоммуникационной отрасли: особенности и приоритетные направления развития

*(Материалы для выступления на
Российском М&А Конгрессе)*

Соколов Сергей Викторович

Менеджер проектов М&А ОАО «Межрегиональный ТранзитТелеком»

Москва
Ноябрь 2010

18.11.2010

Структура телекоммуникационного рынка России



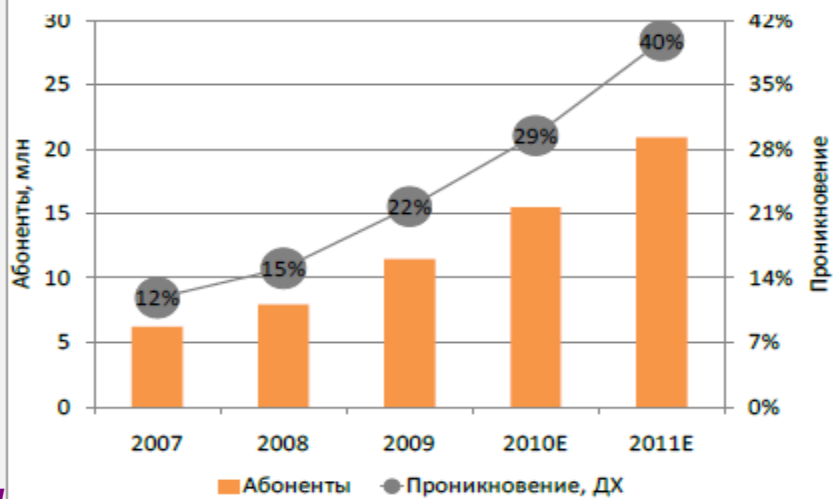
- Доля мобильной связи, которая была основным драйвером рынка на протяжении последних лет, остается практически неизменной и несколько сокращается в 2010 г.*
- Наиболее динамично развивающимся сегментом в 2009 – 2010 гг. становится широкополосный доступ для индивидуальных «квартирных» абонентов.
- «Вклад» ШПД в совокупную выручку отрасли увеличился за последние 3 года вдвое.
- Даже в 2009 году, когда рост в остальных сегментах телекоммуникационного рынка существенно замедлился, рынок ШПД вырос примерно на 28% по выручке и на 36% по числу абонентов.

18.11.2010

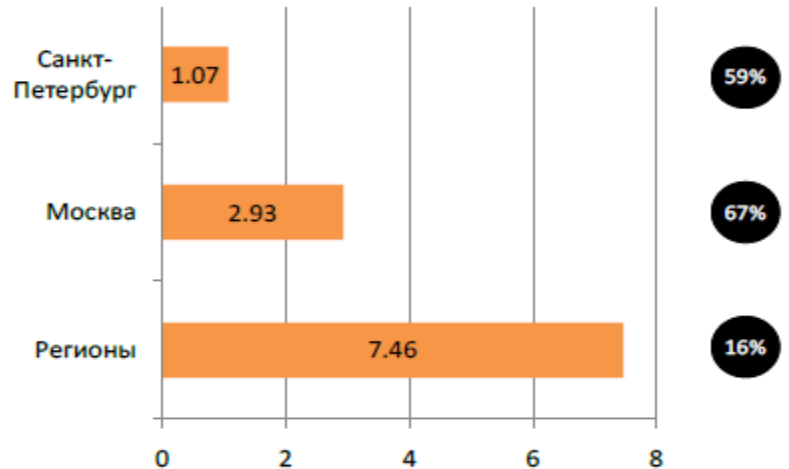
Перспективы роста и развития:

- *Сегмент ШПД для индивидуальных («квартирных») абонентов является одним из самых быстрорастущих в российской телекоммуникационной отрасли. Если существующая динамика сохранится, то среднегодовые темпы роста в 2010 – 2012 гг. составят не менее 30%.*
- *Ежемесячные подключения новых абонентов ШПД быстро восстановились после кризиса и в настоящий момент превышают уровень 2 – 3 квартала 2008 г.*
- *Остается нераскрытым потенциал многих региональных рынков. В целом охват данными услугами по регионам России составляет менее 20 абонентов на 100 д/х (в Москве и других крупных городах охват превосходит 60% д/х)*
- *На рынке есть «свободные места» для развития. Рынок остается весьма фрагментированным. В отличие от мобильной связи, в сегменте ШПД нет доминирования 3-4 торговых марок.*
- *По экспертной оценке, возможность воспользоваться услугами хотя бы одного оператора ШПД имеют менее 20 млн. д/х из 48 млн.*
- *Помимо органического роста у лидеров рынка имеются возможности роста за счет слияний и поглощений более мелких региональных сетей.*

ШПД рынок

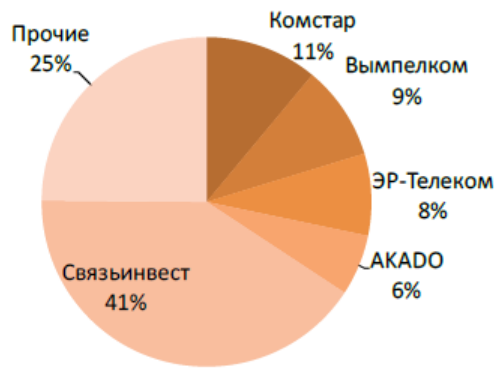


Проникновение ШПД

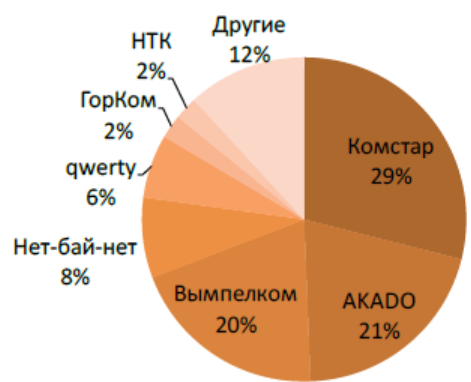


Несмотря на то, что на отдельных географических рынках имеются ярко выраженные лидеры, в целом в секторе нет доминирующей торговой марки национального масштаба

Структура рынка за пределами Москвы



Структура рынка Москва



Сети ШПД в составе региональных предприятий ОАО «Связьинвест» обслуживают в целом по России более 30% всех абонентов ШПД, однако они работают под различными брендами. Наиболее заметные торговые марки национального масштаба (Комстар и Вымпелком) имеют весьма ограниченное присутствие в регионах, а их совокупная доля едва ли превышает 20%



18.11.2010

- Активность на российском рынке слияний и поглощений (M&A) возросла во второй половине 2009 – первой половине 2010 г. по-сравнению с кризисным периодом.
- В первом полугодии 2010 года в общей структуре M&A – активности, наибольший рост был отмечен именно в телекоммуникациях. (Рост объема сделок в 3 раза).
- M&A активность выражалась как в поглощении более крупными сетями мелких и средних региональных операторов, так и в сделках с приобретением долей в уставном капитале игроков федерального уровня («Мультирегион», «ЭР-Телеком», «Синтерра»).

- Примеры сделок M&A в 2004 – 2010 гг.
- Сравнительные мультипликаторы МТС и Вымпелкома EV / выручка и EV / EBITDA: 2,2 и 4,9 и 2,4 и 4,8 соответственно.
- Аналогичные усредненные показатели 7 региональных компаний Связьинвест (МРК) – 1,3 и 2,9.
- Среднее по отрасли EV / выручка около 2, EV / EBITDA 5 – 6.
- Существует определенная «перегретость» рынка и в 2010 г. покупки региональных операторов осуществлялись по оценке до 5 выручек и 8 – 10 EBITDA.

Покупатель	Объект поглощения	Дата сделки	EV, \$ млн.	Доля, %	Выручка, \$ млн.	EV / Выручка	EV / EBITDA
МТТ	Наука-Связь Иваново	сен - 10		100%	3,5		
МТТ	Промсвязь-Инвест	сен - 10		100%	3,6		
МТС	Мультирегион	июл - 10	217,9	100%			
NetByNet	Puzzle	июл - 10	25,0	100%	3,6	6,9	
Комстар	Пенза-Телеком	июн - 10	21,6	100%	8,3	2,6	7,6
Связьинвест	Teleset	май - 10	133,5	100%	32,9	4,1	8,1
NetByNet	Tesontel	фев - 10	2,7	100%	3,0	0,9	3,0
Комстар	TenzorTelecom	фев - 10	7,3	100%	2,6	2,8	4,7
АТОН и И. Таврин	NetByNet	дек - 09	30,0	20%	65,5	0,5	6,7
Газпром	Триколор ТВ	сен - 09	60,0	51%	63,0	1,0	
NetByNet	Cinet	сен - 08	11,0	100%	8,0	1,4	
Комстар	UTK	июл - 08	43,4	100%	20,7	2,1	10,3
АКАДО	Crossnet	мар - 08	4,0	100%	3,0	1,3	5,0
Комстар	ЦТС	ноя - 07	167,4	100%	60,0	2,8	5,3
Комстар	РТЦ	ноя - 07	21,0	88%	18,2	1,2	4,9
Голден Телеком	Корбина	дек - 06	142,8	51%	90,0	1,6	10,0
Голден Телеком	WestBalt	май - 04	7,0	62%	5,0	1,4	7,4

18.11.2010

Мотив M&A	Тип целевой компании
Приобретение недооцененной компании	Недооцененная рынком компания. При этом необходимо учитывать тенденции развития сегмента отрасли, выявить подотрасли с высокой и потенциально высокой доходностью, определить тип конкуренции.
Диверсификация бизнеса	Компания с типом бизнеса, не коррелирующим с бизнесом покупателя, в т.ч. с иной бизнес-моделью в рамках одной отрасли.
Операционная синергия	<p>Компания, осуществляющая бизнес в той же сфере, что и покупатель (компании-аналоги, родственные компании, компании, принадлежащие одной группе).</p> <p>Источники операционной синергии:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Экономия от масштаба; • Возможность повышать цену вследствие ослабления конкуренции и повышения доли рынка, что должно привести к более высокой марже и операционному доходу; • Объединение различных функциональных сил: компания с большими маркетинговыми возможностями приобретает компанию с хорошей предметно-производственной специализацией; • Ускоренный рост на новых или существующих рынках: приобретение на развивающемся рынке компании, которая имеет развитую дистрибьютерскую сеть, узнаваемый бренд — преимущества для увеличения объемов продаж приобретаемой компании
Функциональная синергия	Компания, превосходящая по ряду целевых характеристик — источников функциональной синергии покупателя.
Финансовая синергия	Компания, характеризующаяся хорошими показателями финансовой эффективности деятельности, положительной репутацией в бизнес-кругах, наличием свободных денежных потоков.

Методические подходы к анализу инвестиционной привлекательности компании-цели M&A



**Рыночный
подход**
на основе оценок
компании на рынке



**Бухгалтерский
подход**
на основе данных
бухгалтерской/
финансовой
отчетности

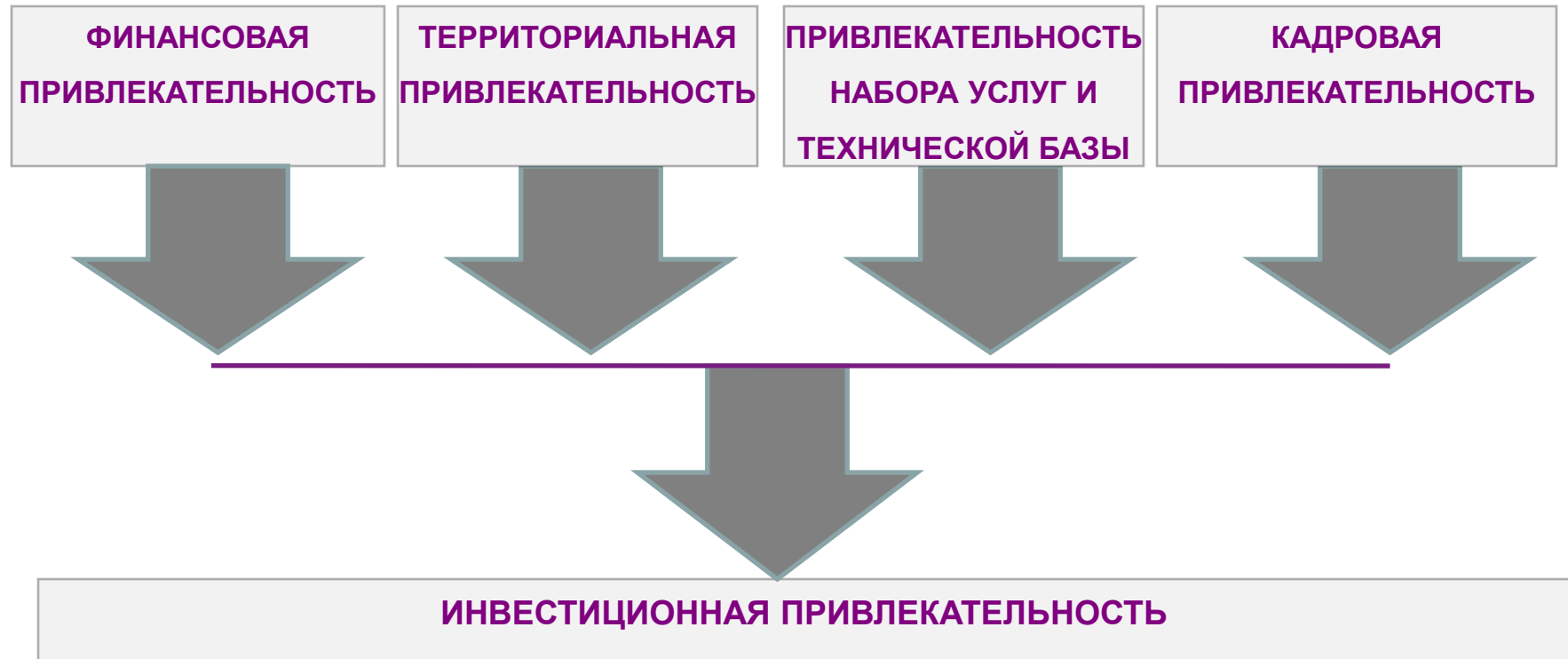


**Стоимостной
подход**
на основе оценки
показателей
стоимости компании)



**Подход, основанный на
использовании
показателей рисков
приобретения**

18.11.2010



- ✓ Глобальная диверсификация бизнеса, в т.ч.
 - Географическая
 - Продуктовая
 - Потребительская
- ✓ Получение доступа к конечному пользователю
- ✓ Приобретение выручки и EBITDA
- ✓ Приобретение компетенции
- ✓ Получение операционной и финансовой синергии

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

***СОКОЛОВ Сергей Викторович
Менеджер проектов М&А
ОАО «Межрегиональный ТранзитТелеком»
Россия, 109147, Москва, ул. Марксистская, д. 22
Телефон: +7 (499) 709-01-01 доб. 56-01***

***www.mtt.ru
Ssokolov@mtt.ru***