



Стратегические цели и коммерческая логика в сделках M&A

Москва, 2007

Стратегические цели покупателей в сделках M&A

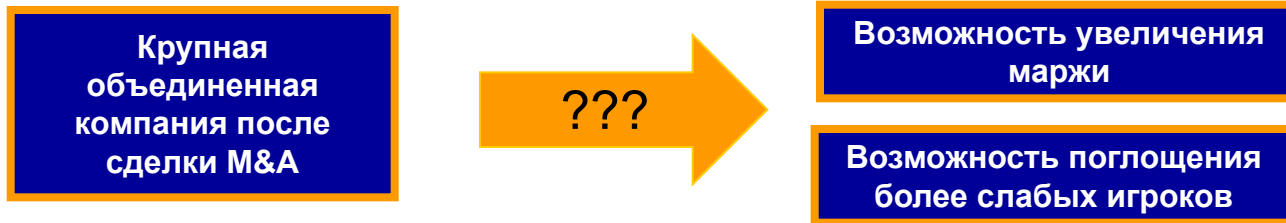


Захват большей доли рынка

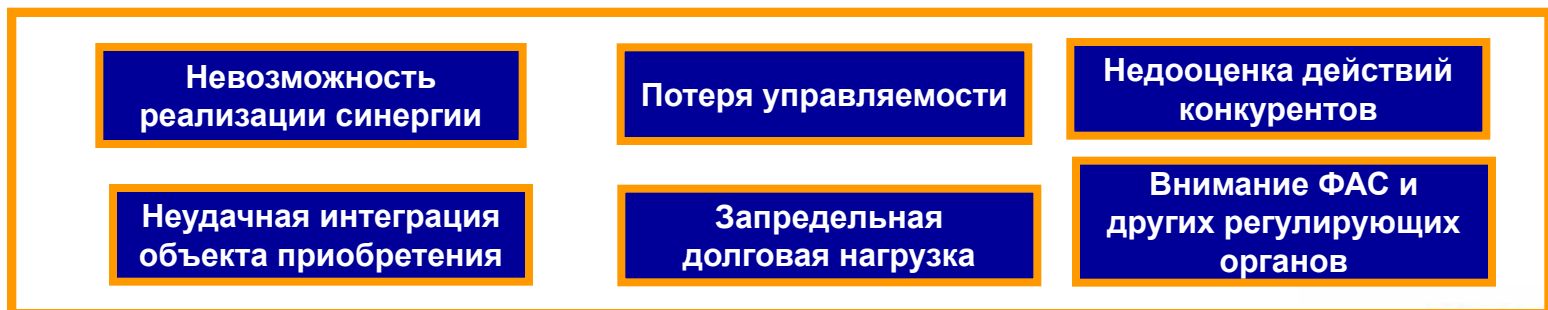
Однозначные преимущества для крупных компаний после сделок M&A



Возможности



Потенциальные угрозы при захвате большей доли рынка



Консолидация ряда предприятий пищевой отрасли региона

Ситуация на рынке:

- Разрозненные предприятия - конкуренты
- Низкая рентабельность бизнеса
- Падающие объемы производства
- Руководство и основные владельцы предприятий находятся в предпенсионном возрасте.

Предприятие-лидер проводит консолидацию отрасли:

- Лидер получает дополнительный доход от репрофилирования недвижимости.
- Обеспечивает рост стоимости объединенного бизнеса через 1-2 года за счет:
 - получения лидерских позиций в регионе;
 - реализации эффекта масштаба (сокращения доли постоянных издержек в структуре выручки);
 - роста рентабельности бизнеса за счет сокращения дублирующих функций на приобретаемых заводах.

Ситуация после консолидации:

- Высокая маржа за счет получения квази-монопольной позиции
- Рост объемов производства за счет диверсификации продуктового ряда
- Потенциал для выхода в другие регионы.



Пример сделки увеличивающей скорость роста и повышения эффективности за счет масштаба операций

Ситуация в отрасли до консолидации:

- Отрасль - машиностроение
- Основной заказчик – государственная компания
- Низкая маржа при продаже текущего ассортимента продукции
- Большая часть предприятий – в предбанкротном состоянии

1

Компания-консолидатор отрасли

Предприятия - банкроты

Предприятия - банкроты

2

Компания – консолидатор отрасли

Инвестиционный банк

Финансовый рынок

3

Компания-консолидатор отрасли

Крупные стабильные предприятия

Крупные стабильные предприятия

Ситуация после консолидации:

- Заключение долгосрочного генерального соглашения с государственной компанией на основной ассортимент продукции
- Повышение рентабельности продукции
- Привлечение стратегических инвесторов к разработке новых видов продукции
- Выход на рынки стран СНГ

Горизонтальная диверсификация может принести следующие преимущества:

- Основная цель – тиражирование технологий работы (стандартов)
- Отрасли наиболее сильно выигрывающие от горизонтальной диверсификации: банки, страховые компании, розничная торговля и т.д.

+ □ Удачные примеры: Конверсбанк, Евросеть, Аптечная сеть 36-6

- □ Неудачные примеры: Юнивей, Бородино, Агрос

Вертикальная диверсификация

- Основная цель – увеличение маржи при подобных сделках
- Отрасли где возможен наибольший выигрыш при вертикальной диверсификации: добыча природных ресурсов, машиностроение и т.д.

+ □ Удачные примеры: ТНК-ВР, Лукойл, Магнит

- □ Неудачные примеры: Амтел (AV-ТО), Линдек

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



Начальник отдела инвестиционного консультирования

Рожков Дмитрий Владимирович

Тел./факс +7 (495) 792-59-57

Моб. 8 (903) 663-40-11

Моб. 8 (909) 942-84-67

E-mail: drozhkov@eastcapital.ru

Россия, Москва, Краснопресненская наб., д.18, блок Б, 18 этаж

Internet: www.eastcapital.ru