

# ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ТРЕТЬЕГО КВАРТАЛА 2006 ГОДА

Пресс-конференция ОАО «МТС» – 29 ноября 2006





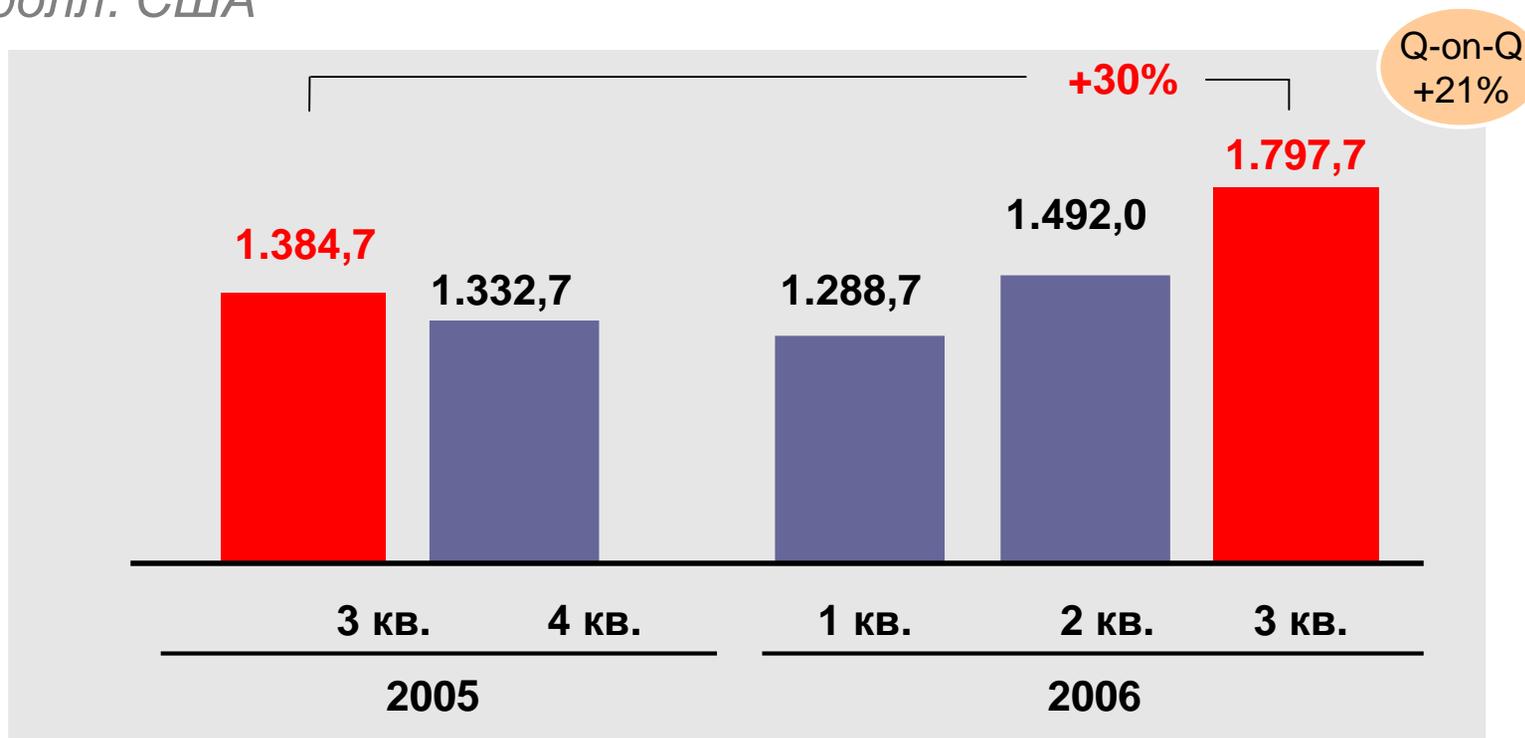
# Выручка Группы МТС за третий квартал составила **1,798 млрд. долл.**

- *Рекорд в абсолютном выражении за всю историю МТС*
  - *Рост 21% относительно 2-го квартала 2006 г.*
  - *Рост 30% относительно 3-го квартала 2005 г.*



# Выручка

в млн. долл. США



§ Увеличение абонентской базы на 3,5 млн. человек

§ Увеличение трафика за счет введения сегментного подхода к формированию

тарифов, сезонных факторов и роста доходов от интерконнекта

§ Растущая доля выручки Узбекистана и Туркменистана



## OIBDA за третий квартал 2006 г.

# 963 млн. долл.

- Рекорд в абсолютном выражении за всю историю MTC
  - Рост 32% относительно 2-го кв. 2006 г.
  - Рост 31% относительно 3-го кв. 2005 г.

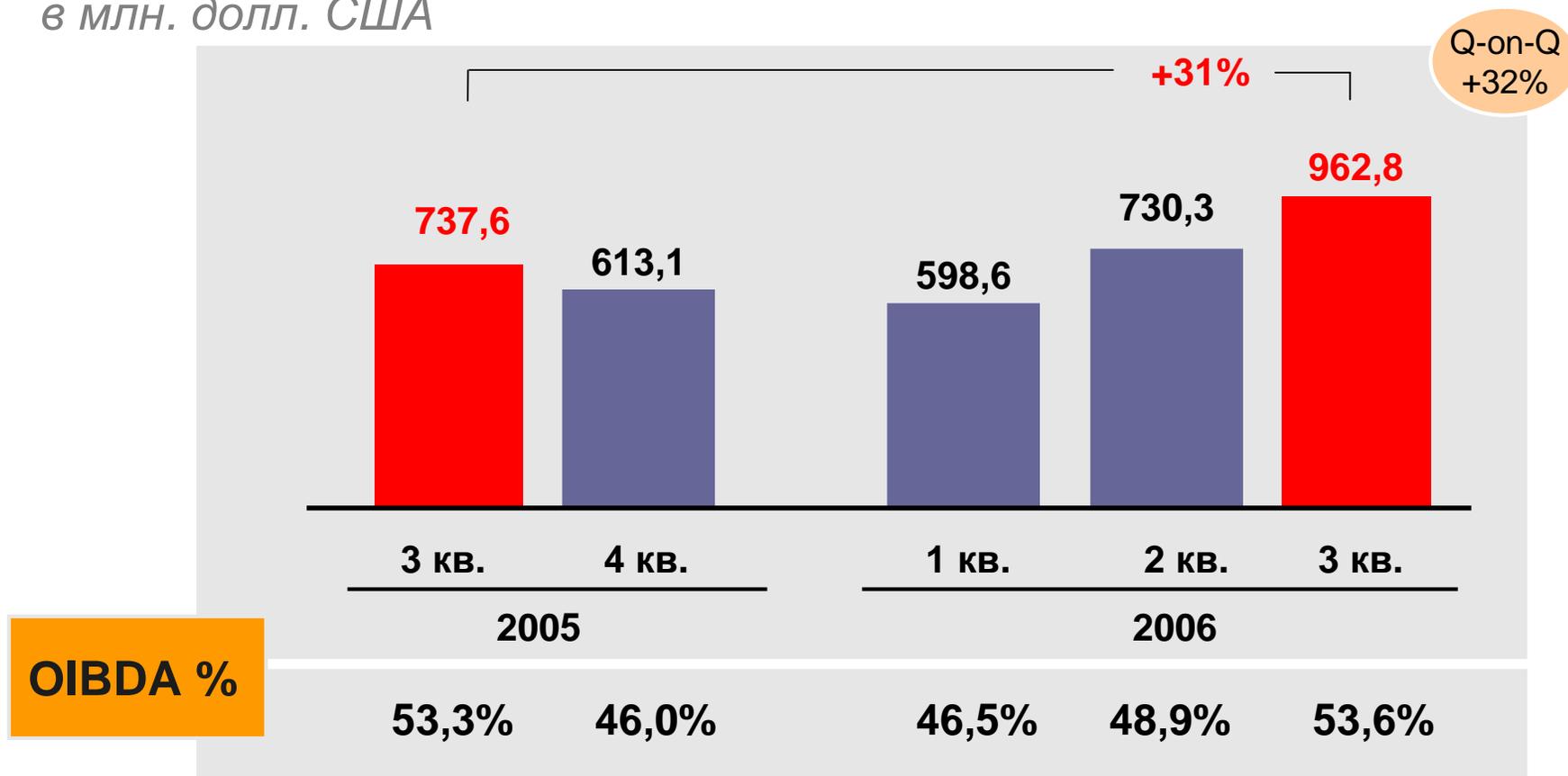
маржа OIBDA - 53,6%

- Рост на 4,7 процентных пункта относительно 2-го кв. 2006 г.



# OIBDA

в млн. долл. США



§ Увеличение OIBDA по Группе за счет оптимизации затрат и унификации операционных процессов по Группе



## Чистая прибыль за третий квартал 2006 г.

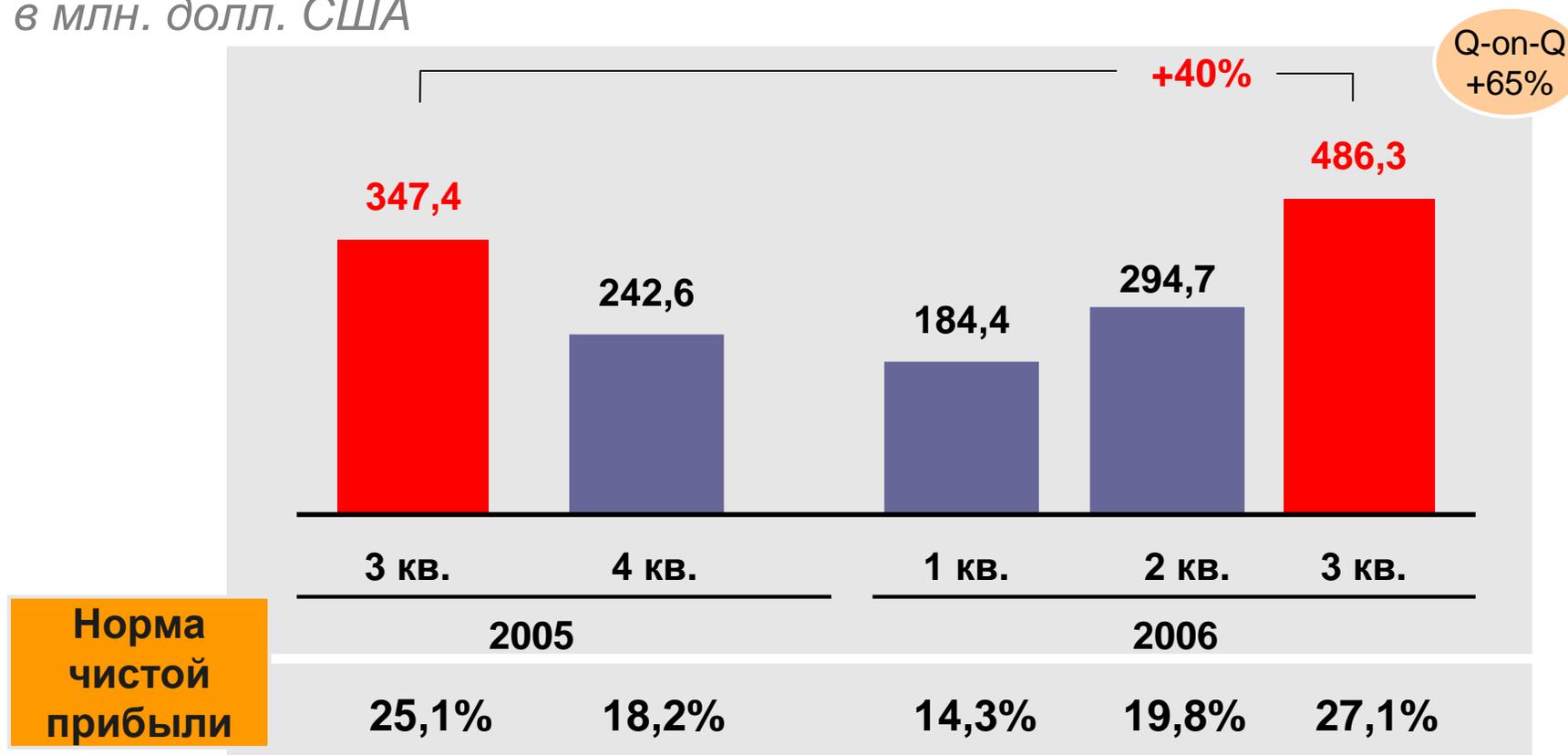
# 486 млн. долл.

- Рекорд в абсолютном выражении за всю историю MTC
  - Рост 65% относительно 2-го кв. 2006 г.
  - Рост 40% относительно 3-го кв. 2005 г.



# Чистая прибыль

в млн. долл. США



- Увеличение чистой прибыли за счет органического роста и контроля над затратами



**§ Свободный денежный поток  
за 9 месяцев 2006 г.  
– 407 млн. долл.**

**§ ROIC\* за 3-й кв. в годовом исчислении –  
37,6%**

\* ROIC рассчитывается как (LTM чистая прибыль + LTM расходы по процентам + LTM амортизация) / (LTM акционерный капитал + LTM доли миноритарных акционеров + LTM долгосрочных финансовых обязательства)

LTM – за последние 12 месяцев



## Основные события третьего квартала

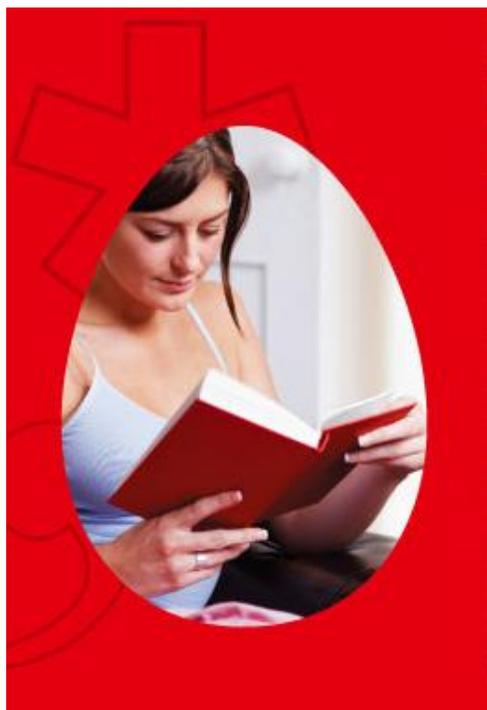
- § Введение в России с 1 июля 2006 г. принципа «платит звонящий»
- § Модернизация тарифной линейки МТС
- § Одобрение Федеральной антимонопольной службой Программы выкупа ADR

## События после отчетной даты

- § Утверждение состава Правления ОАО «МТС» на внеочередном общем собрании акционеров, проведенном 30 октября 2006 г.



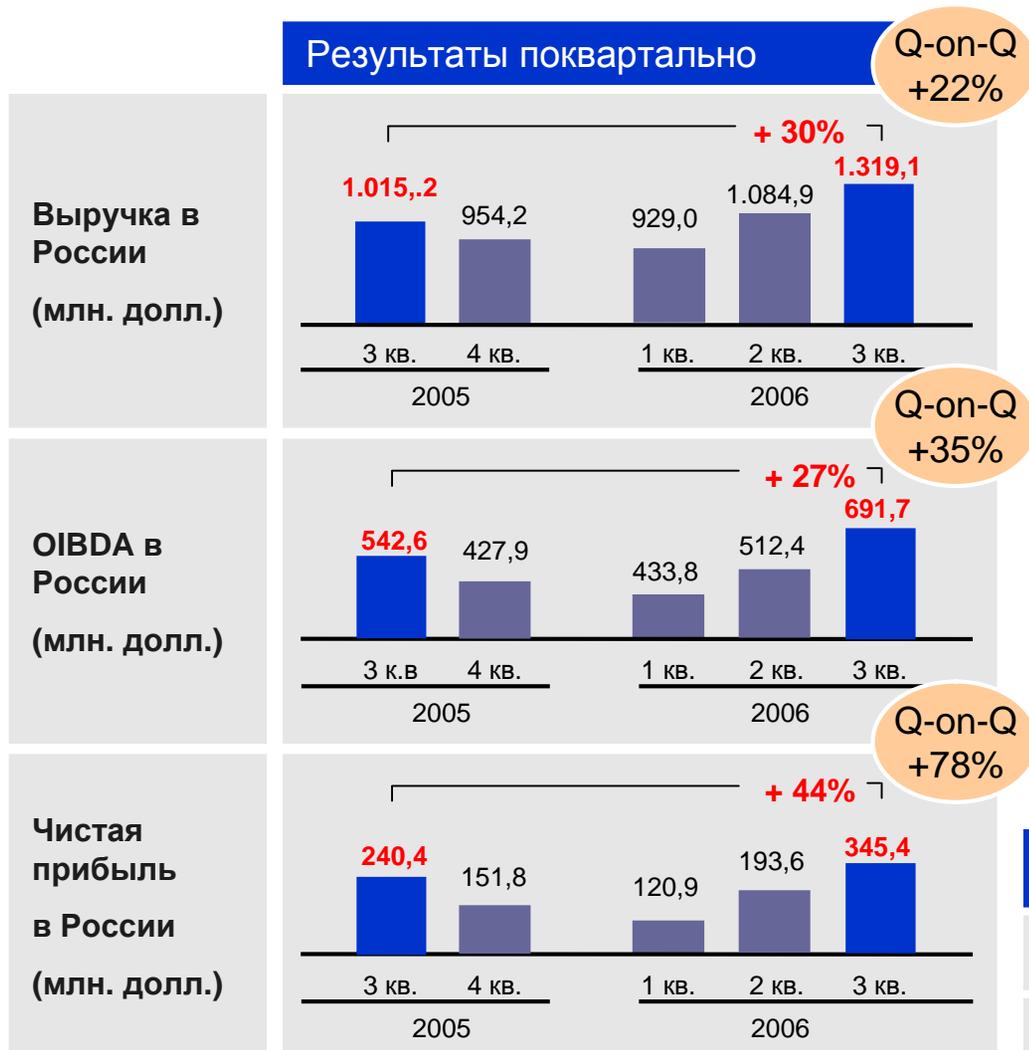
Пресс-конференция  
«Финансовые результаты 3 кв. 2006 г.»



# РОССИЯ



## РОССИЯ: значительное увеличение выручки



§ Увеличение выручки вследствие перехода на новую тарифную линейку, сезонных факторов и увеличения доходов от интерконнекта

§ Увеличение OIBDA за счет оптимизации маркетинговых затрат, несмотря на увеличение платы за интерконнект

### Маржа OIBDA

3 кв. 2005	4 кв. 2005	1 кв. 2006	2 кв. 2006	3 кв. 2006
53,4%	44,8%	46,7%	47,2%	52,4%

### CAPEX

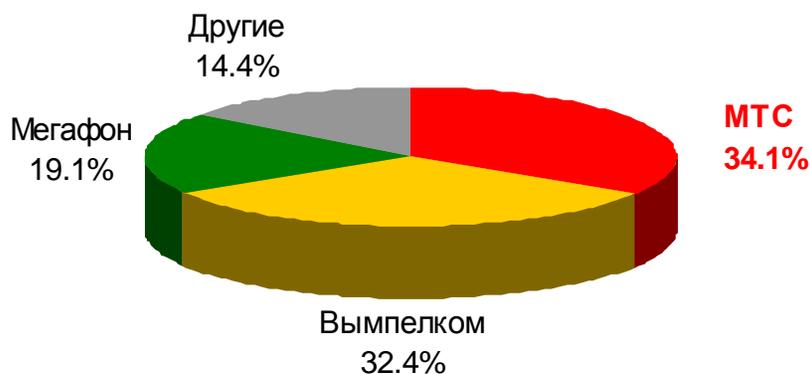
	3 кв. 2005	4 кв. 2005	1 кв. 2006	2 кв. 2006	3 кв. 2006
млн. долл.	479,9	464,8	258,6	272,8	229,8
% от выручки	47,3%	48,7%	27,8%	25,1%	17,4%



## РОССИЯ: зрелость рынка

	3 кв. 2005	4 кв. 2005	1 кв. 2006	2 кв. 2006	3 кв. 2006
Общий рынок в России (млн)	111,7	125,8	132,4	140,2	146,9
Проникновение	77%	87%	91%	97%	101%
Число абонентов (млн)	38.9	44.2	45.8	48.0	50.0
Доля рынка по стране*	35%	35%	35%	34%	34%
Москва	45%	45%	43%	43%	43%
Санкт-Петербург	33%	33%	33%	32%	32%
Другие регионы	32%	33%	33%	33%	32%
Доля пре-пейд абонентов	87%	88%	89%	89%	90%
Отток абонентов	2,9%	5,2%	6,3%	5,4%	6,4%

Доля рынка крупнейших операторов по абонентам\*\*



§ Рост абонентской базы вызван продвижением нового бренда и использованием сегментного подхода к формированию тарифной линейки

§ Проникновение превысило 100% из-за использования нескольких SIM-карт одним абонентом

§ Доли ведущих операторов стабилизировались

\* AC&M Consulting

\*\* На 30 сентября 2006, по данным AC&M-Consulting



## РОССИЯ: рост ARPU

млн. долл. США	3 кв. 2005	4 кв. 2005	1 кв. 2006	2 кв. 2006	3 кв. 2006
ARPU	9,0	7,4	6,6	7,5	8,6
пост-пейд ARPU	25,7	26,3	24,8	28,9	29,6
пре-пейд ARPU	5,7	4,5	4,0	4,5	5,0
ARPU не вкл. гостевой роуминг	8,8	7,3	6,5	7,3	8,5
ARPU от VAS	0,9	0,9	0,9	0,8	1,0
VAS как % от ARPU	10%	12%	14%	11%	12%
Средний ежемес. трафик на одного аб-та (MOU), минуты	130	123	118	128	135
пост-пейд MOU	309	348	327	403	431
пре-пейд MOU	99	92	92	96	102
Затраты на приобретение одного абонента (SAC)	18,6	19,8	18,7	23,8	22,3
Дилерская комиссия	10,8	10,8	9,4	9,0	10,6
Реклама и маркетинг	7,8	9,0	9,3	14,8	11,7

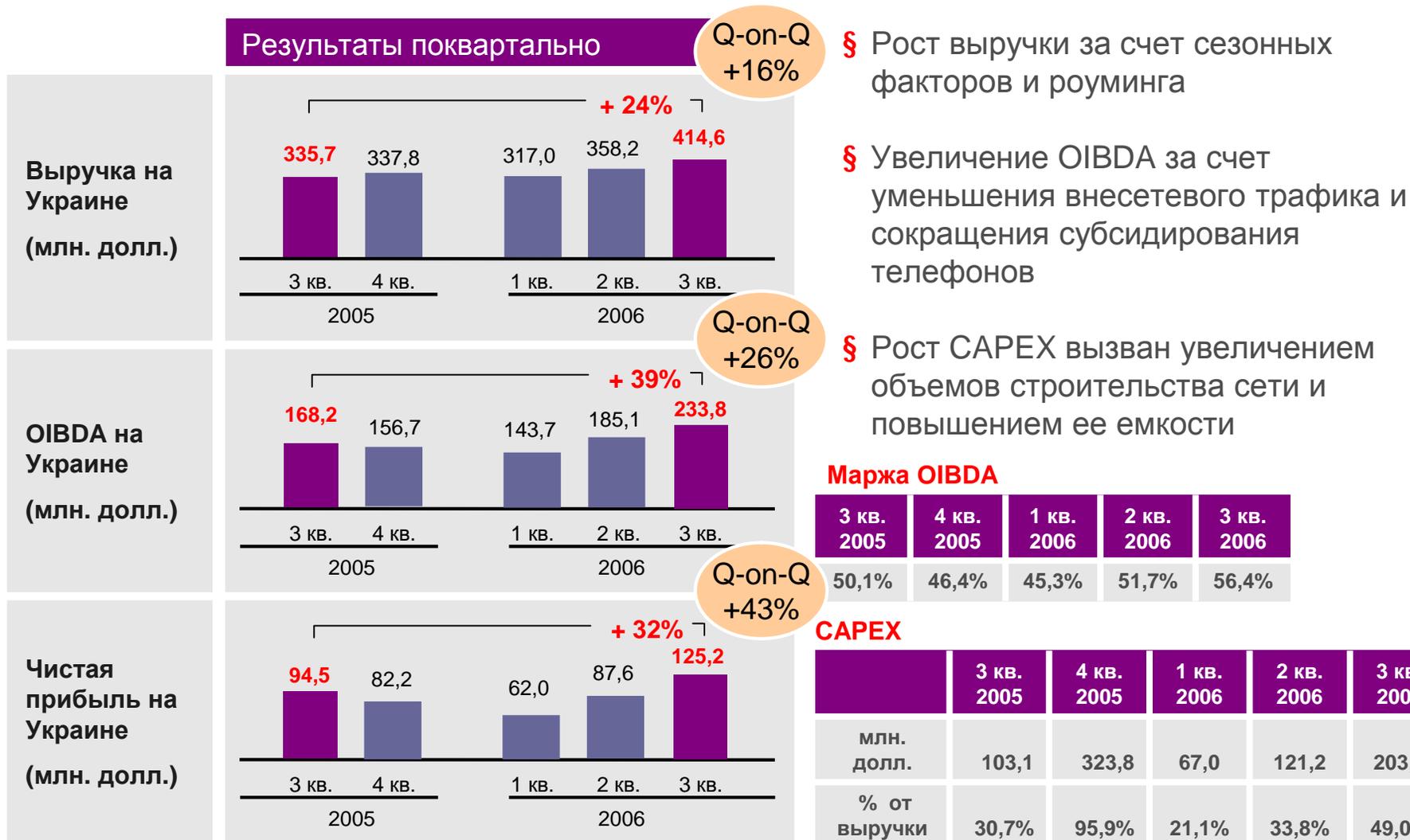
- § Рост ARPU вызван сезонными факторами, введением новой тарифной линейки и увеличением доходов от интерконнекта
- § Рост объема дополнительных услуг важен для дальнейшего увеличения ARPU
- § Увеличение MOU вызвано увеличением трафика пост-пейд абонентов и сезонными факторами



# УКРАИНА



## УКРАИНА: рекордная выручка и прибыль

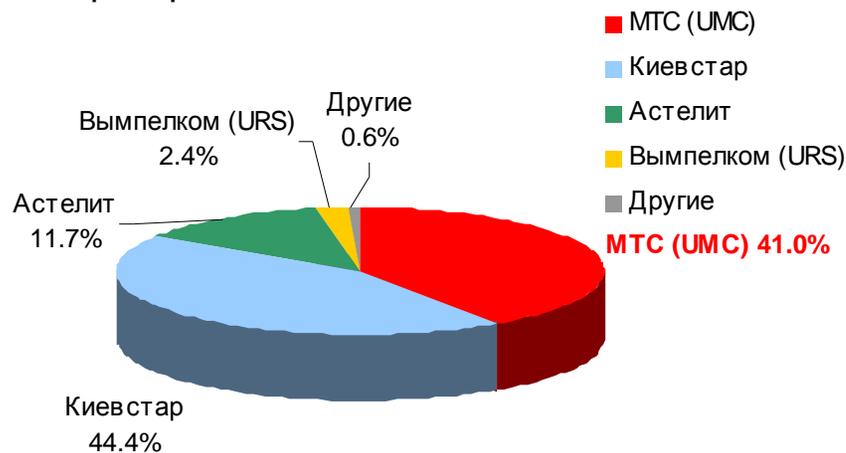




## УКРАИНА: усиление конкуренции

	3 кв. 2005	4 кв. 2005	1 кв. 2006	2 кв. 2006	3 кв. 2006
Общий рынок Украины (млн)	23,5	29,9	33,0	36,0	39,9
Проникновение	49%	64%	69%	76%	84%
Количество абонентов (млн)	10,9	13,3	14,5	15,1	16,4
Доля рынка по стране	47%	44%	44%	42%	41%
Доля пре-пейд абонентов (Джинс и Сим-Сим)	89%	90%	91%	91%	91%
Отток абонентов	6,2%	6,0%	6,1%	7,9%	9,5%

Доля рынка крупнейших операторов по абонентам\*\*



§ UMC стремится вернуть лидерство:

- Значительное улучшение качества связи и зоны покрытия
- Количество дилерских точек продаж превысило 30.000

§ UMC в октябре 2006 г. лидер по чистым подключениям - 559.801 абонент или 28,9% от числа чистых подключений

\* AC&M Consulting

\*\* На 30 сентября 2006, данные AC&M-Consulting



## УКРАИНА: рост ARPU

млн. долл. США	3 кв. 2005	4 кв. 2005	1 кв. 2006	2 кв. 2006	3 кв. 2006
ARPU	10,8	9,1	7,5	8,0	8,7
пост-пейд ARPU	40,2	36,4	33,0	35,6	38,6
пре-пейд ARPU	7,0	5,9	4,8	5,2	5,8
ARPU не вкл. гостевой роуминг	10,4	9,0	7,3	7,8	8,4
ARPU от VAS	1,5	1,5	1,3	1,1	1,1
VAS как % от ARPU	14%	16%	17%	13%	12%
Средний ежемес. трафик на одного аб-та (MOU), минуты	132	120	147	152	157
пост-пейд MOU	392	400	386	423	422
пре-пейд MOU	98	88	122	125	132
Затраты на приобретение одного абонента (SAC)	15,7	9,4	14,4	12,7	9,7
Дилерская комиссия	3,6	2,5	3,3	3,6	3,2
Реклама и маркетинг	6,3	3,8	7,9	5,8	3,9
Субсидирование телефонов	3,5	1,4	1,5	1,5	0,9
Стоимость SIM-карты и платежной карты	2,3	1,7	1,7	1,7	1,7

- § Рост ARPU за счет роста голосового трафика, роуминга и контроля за структурой трафика
- § Снижение объемов субсидирования телефонов и оптимизация политики привлечения контрактных абонентов

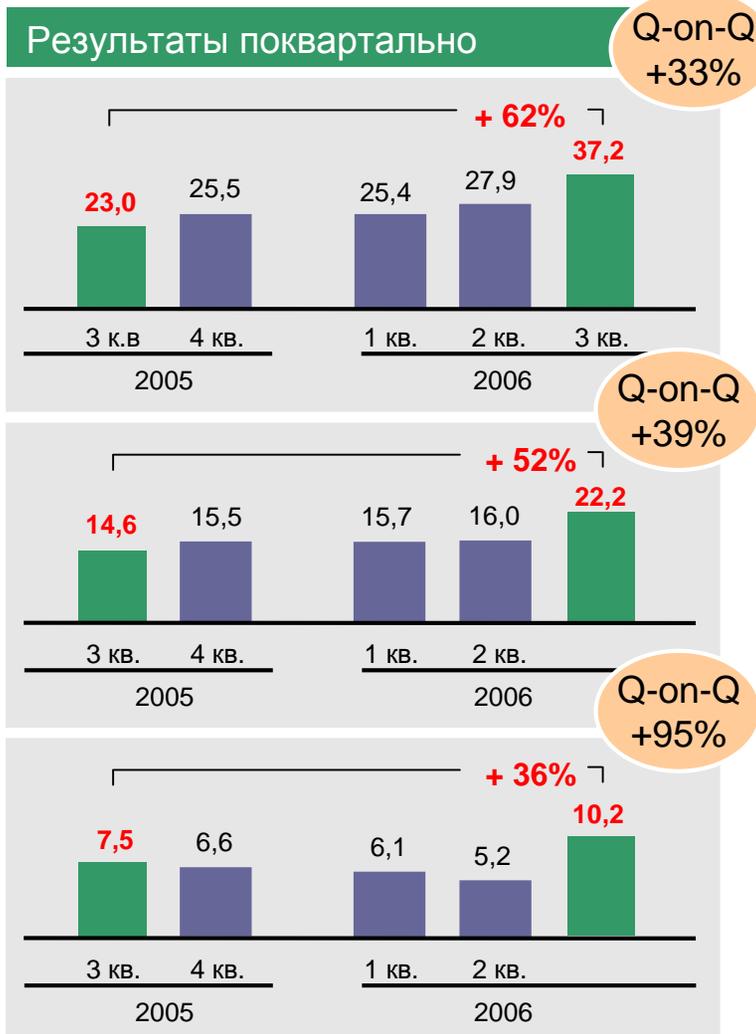
Пресс-конференция  
«Финансовые результаты 3 кв. 2006 г.»



# УЗБЕКИСТАН



## УЗБЕКИСТАН: потенциал роста



§ Рост показателей за счет увеличения абонентской базы и сезонных факторов

§ Улучшение качества связи и зоны покрытия

§ Укрепление лидерства

### Маржа OIBDA

3 кв. 2005	4 кв. 2005	1 кв. 2006	2 кв. 2006	3 кв. 2006
63,4%	60,6%	61,8%	57,3%	59,9%

### CAPEX

	3 кв. 2005	4 кв. 2005	1 кв. 2006	2 кв. 2006	3 кв. 2006
млн. долл.	23,3	18,1	8,8	15,3	24,3
% от выручки	101,1%	70,9%	34,6%	54,9%	65,4%

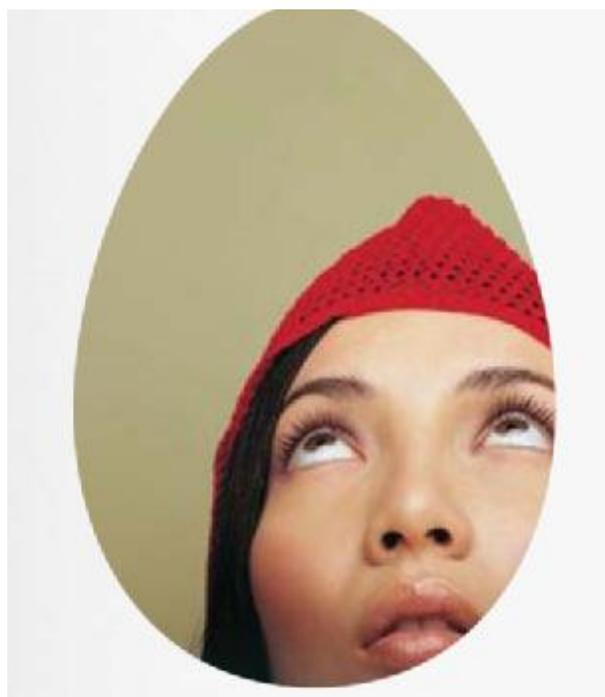


## УЗБЕКИСТАН: лидерство на рынке

млн. долл. США	3 кв. 2005	4 кв. 2005	1 кв. 2006	2 кв. 2006	3 кв. 2006
ARPU	18,3	15,9	13,2	12,4	13,9
Средний ежемес. трафик на одного аб-та (MOU), минуты	437	450	411	475	530
Затраты на приобретение одного абонента (SAC)	1,8	4,1	3,2	4,2	3,6
Отток абонентов	15,7%	18,2%	19,2%	16,1%	13,6%
Общий рынок Узбекистана (млн)	0,8	1,1	1,2	1,5	1,9
Проникновение	3%	4%	4%	6%	7%
Количество абонентов (млн)	0,5	0,6	0,7	0,8	1,1
Доля рынка по стране	61%	55%	57%	55%	58%

- § В августе 2006 г. подключен миллионный абонент
- § Рост MOU за счет запуска нового тарифного плана «МТС Супер»
- § Запуск бренда МТС способствовал ускорению темпов роста абонентской базы

Пресс-конференция  
«Финансовые результаты 3 кв. 2006 г.»

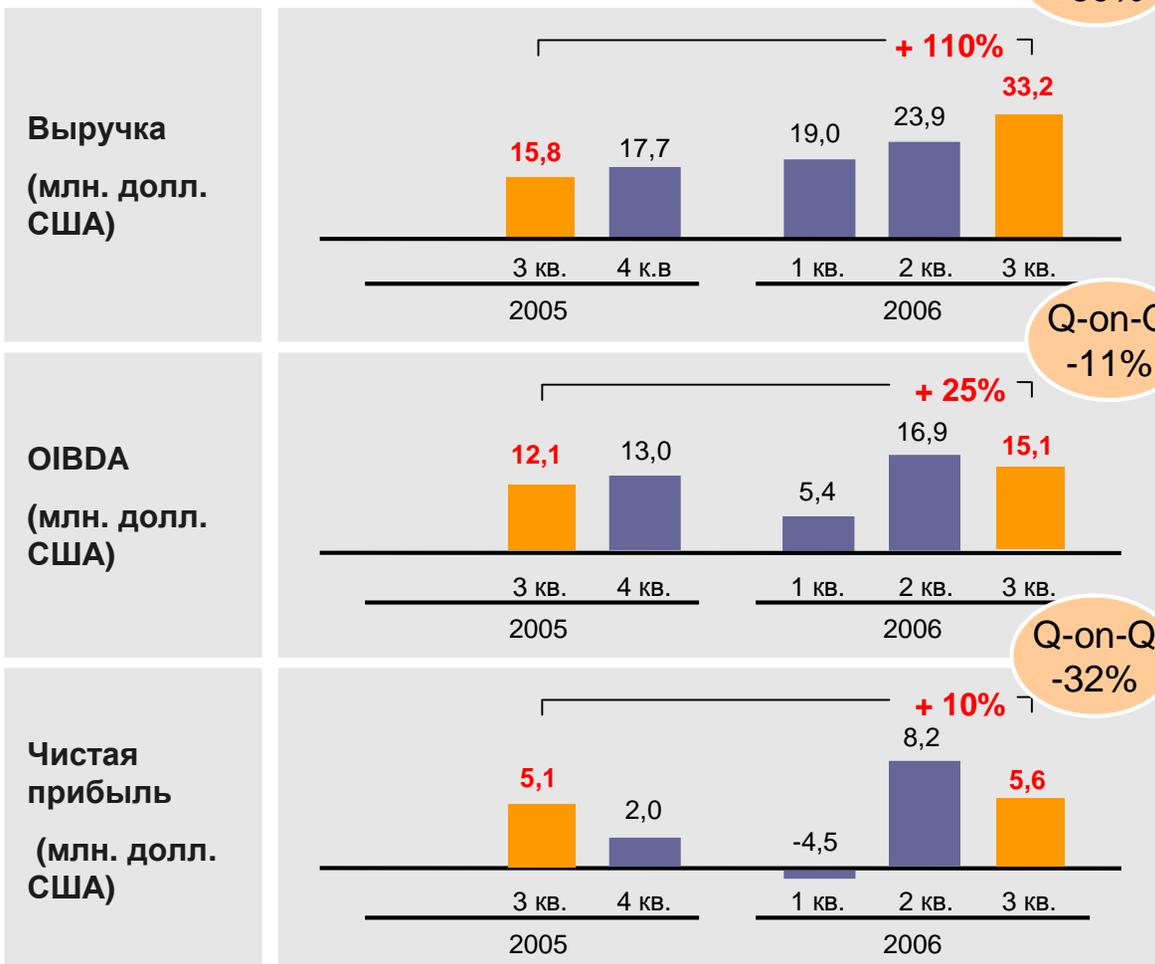


# ТУРКМЕНИСТАН



## ТУРКМЕНИСТАН: сбалансированный рост

### Результаты поквартально



§ Увеличение выручки за счет сезонных факторов

§ Уменьшение OIBDA за счет затрат на ребрендинг и единовременной платы за использование лицензии

### Маржа OIBDA

3 кв. 2005	4 кв. 2005	1 кв. 2006	2 кв. 2006	3 кв. 2006
76,6%	73,7%	28,3%	70,7%	45,4%

### CAPEX

	4 кв. 2005	1 кв. 2006	2 кв. 2006	3 кв. 2006
млн. долл.	1,5	0,9	2,0	5,7
% от выручки	8,5%	4,7%	8,4%	17,2%

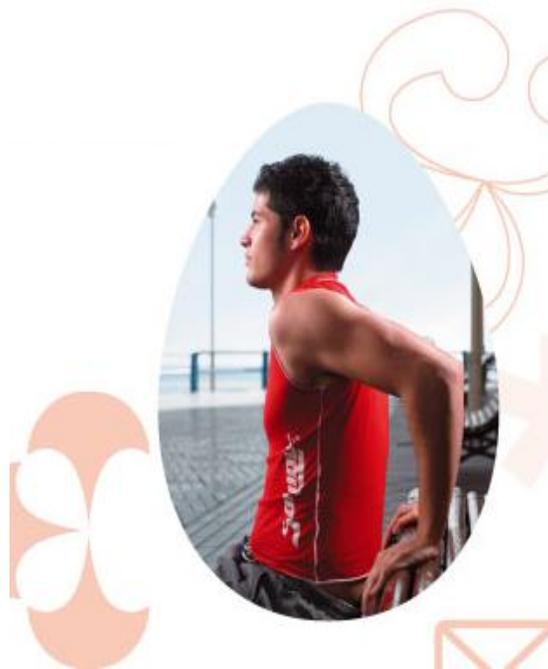


## ТУРКМЕНИСТАН: лидерство на рынке

млн. долл. США	4 кв. 2005	1 кв. 2006	2 кв. 2006	3 кв. 2006
ARPU	88,4	80,5	74,9	83,1
Средний ежемес. трафик на одного аб-та (MOU), минуты	256	228	226	243
Затраты на приобретение одного абонента (SAC)	30,6	23,3	12,9	55,6
Отток абонентов	1,0%	0,7%	1,7%	3,8%
Общий рынок (тыс.)	103,2	119,1	152,2	174,8
Проникновение	2%	2%	2%	3%
Количество абонентов (тыс.)	68,3	88,9	121,9	144,3
Доля рынка по стране	74%	75%	80%	83%

- § Запуск бренда МТС повлиял на увеличение абонентской базы
- § Увеличение рыночной доли из-за лучшей на рынке сети по качеству и зоне покрытия
- § Увеличение MOU за счет запуска новых тарифов, ориентированных на стимуляцию трафика

Пресс-конференция  
«Финансовые результаты 3 кв. 2006 г.»



# БЕЛАРУСЬ\*

\* Неконсолидированное дочернее предприятие МТС в Республике Беларусь, СООО «Мобильные ТелеСистемы», в котором ОАО «МТС» принадлежит 49% акций.



## БЕЛАРУСЬ: лидерство на рынке

Млн. долл. США	3 кв. 2005	4 кв. 2005	1 кв. 2006	2 кв. 2006	3 кв. 2006
ARPU	11,3	10,5	9,8	10,2	10,9
Средний ежемес. трафик на одного аб-та (MOU), минуты	440	447	433	458	440
Затраты на приобретение одного абонента (SAC)	15,0	15,5	15,1	16,3	16,2
Отток абонентов	4,3%	4,1%	4,7%	4,1%	4,9%
Общий рынок Беларуси (млн.)	3,6	4,1	4,5	5,0	5,5
Проникновение	36%	41%	46%	51%	56%
Количество абонентов (млн.)	1,8	2,1	2,3	2,6	2,9
Доля рынка по стране	51%	52%	51%	52%	53%

§ 3 000 000 абонентов

§ Небольшое уменьшение MOU вызвано сезонными факторами

§ Увеличение доли рынка вызвано:

- возросшей активностью на рынке
- ребрендингом
- увеличением зоны покрытия сети
- улучшением качества сети

\* Неконсолидированное дочернее предприятие МТС в Республике Беларусь, СООО «Мобильные ТелеСистемы», в котором ОАО «МТС» принадлежит 49% акций.



## Знаковые достижения

- § Сегодня в сети МТС более 68,53\* млн. абонентов, включая 50,2 млн. абонентов в России и 18,3 млн. абонентов в странах СНГ
- § Лучшие в истории компании абсолютные показатели по выручке, OIBDA и чистой прибыли
- § Исторический максимум капитализации – 17,97 млрд. долл. (22.11.2006 г.)
- § Рост стоимости бренда в 2006 году на 3,3% согласно рейтингу Interbrand Zintzmeyer&Lux
- § «Самая прозрачная компания» в России в 2006 году согласно рейтингу Standard&Poors

\* Без учета Беларуси

