

Мировой рынок телекоммуникационного оборудования: драйверы конъюнктурных изменений

УДК 339.146(100)
ББК 65.422.5(0)
Р-834

*И.В. Рудник,
Всероссийская академия внешней торговли, кафедра технологии
внешнеторговых сделок - аспирант*

Аннотация

Учитывая динамичное развитие рынка услуг связи, сопровождающееся ростом объема международной торговли телекоммуникационным оборудованием, организации (как частные, так и государственные), функционирующие в этой области, нуждаются в четком понимании основных движущих сил («драйверов») отрасли. К таким драйверам можно отнести ситуацию на рынке услуг связи, государственное регулирование отрасли, предпочтения и динамику спроса со стороны потребителей и многие другие, в той или иной степени влияющие на упомянутый рынок. В данной статье приводится обзор основных драйверов, описываются тенденции изменения конъюнктуры мирового рынка телекоммуникационного оборудования в разрезе каждого из факторов.

Ключевые слова: международная торговля телекоммуникационным оборудованием, капитальные затраты, стимулирование инвестиций.

Global telecom equipment market: drivers of market changes

*I. V. Rudnik,
Russian Foreign Trade Academy, Department of foreign trade and international transactions -
Postgraduate student*

Abstract

Given fast development of telecom services market along with growing volumes of international trade in telecom equipment, it is clear that organizations (either private or governmental) need to understand the key drivers of this industry. Such drivers include situation in telecom services market, government regulation of the industry, customers' preferences and shifts in demand and many others that influence the above-mentioned market. This article describes the main drivers of telecom equipment industry and trends in changing of its market environment in terms of each factor.

Keywords: international trade in telecom equipment, capital expenditure, encouragement of investments.



У любых участников мирового рынка телекоммуникационного оборудования (будь то производители оборудования, операторы связи, компании-интеграторы или же регулирующие органы) есть необходимость в понимании тенденций развития отрасли, на основании которого можно выстроить как конкурентную стратегию отдельной фирмы, так и государственную политику управления этим рынком. Ключевой составляющей в данном случае является знание основных движущих сил (драйверов) изменения конъюнктуры рынка телекоммуникационного оборудования – тех сил, которые непосредственным образом определяют будущий облик отрасли.

На конъюнктуру мирового рынка телекоммуникационного оборудования влияет множество различных факторов: конкуренция между поставщиками услуг связи (основными потребителями такого оборудования), государственное регулирование отрасли, предпочтения и динамика платежеспособного спроса со стороны потребителей, технические возможности телекоммуникационного оборудования и, безусловно, макроэкономическая ситуация в мире в целом и в отдельных его регионах. В связи с этим целесообразно рассмотреть тенденции изменения конъюнктуры данного рынка в разрезе каждого из основных факторов.

На сегодняшний день рынок телекоммуникационных услуг переживает стадию трансформации – операторы пересматривают портфель предоставляемых услуг, регулярно обновляя его, создают более гибкие тарифные планы. Вызвано это, в первую очередь, растущим числом абонентов – к 2020 году прогнозируется рост мировой абонентской базы на 1 млрд человек наряду с увеличением всемирного покрытия с 50% до 60%¹. Стремление операторов связи увеличить долю рынка ведет к необходимости расширения покрытия сетей, повышения скорости передачи данных, что возможно за счет увеличения капитальных затрат (CAPEX, Capital expenditure). Согласно прогнозам, через 5 лет мировой объем капитальных инвестиций операторов связи достигнет отметки в 250 млрд долл. США, в 2014 г. этот показатель составил 229 млрд долл. США.

Конкуренция и высокие капитальные инвестиции привели к большому количеству слияний и поглощений в отрасли, что ведет в итоге к внутрирыночной консолидации компаний. Объединение позволяет достигать эффекта масштаба (снижения долгосрочных средних издержек), дает возможности объединить имеющиеся опыт, знания и технологии для увеличения доли рынка. Все чаще приходится слышать, что операторы связи функционируют в так называемых «бизнес-экосистемах», в которые входят производители оборудования, системные интеграторы, поставщики цифровых услуг и небольшие инновационные компании-стартапы.

¹ Ежегодный отчет Международной Ассоциации GSM // Официальный сайт Международной Ассоциации GSM, 2015. URL: <http://gsmamobileeconomy.com/global> (дата обращения: 30.01.2016)

Крайне важную роль играют и потребительские предпочтения, которые серьезно изменились за прошедшие 5-10 лет. Все более распространенными становятся смартфоны, соответственно, для возможности полноценного использования их функционала необходимо построение и развитие сетей стандартов 3G/4G (а в перспективе – и 5G).

К 2020 году прогнозируется не только рост совокупного количества соединений с 7,2 млрд до 9 млрд, но и изменение их структуры с точки зрения используемой технологии: количество соединений в диапазоне 2G должно составить порядка 32% от общего их числа, в диапазонах 3G и 4G – по 34% против 53%, 35% и 12% в 2015 году соответственно². Объясняется это расширением покрытия сетей 3G и 4G и использования более передовых коммуникационных устройств не только в развитых странах, но и в развивающихся, для которых новые технологии должны стать более доступными. К примеру, на сегодняшний день средние цены на смартфоны в странах по сравнению с уровнем цен 2008 года в различных регионах стали существенно ниже: на 30% – в странах Азии, на 25% – в Латинской Америке и на 20% – в странах Африки. Многие производители рассматривают возможность вывода на рынок смартфонов низшего ценового сегмента, которые должны быть особенно популярны в упомянутых регионах.

Одна из важнейших функций государства состоит в стимулировании инвестиций – как национальных, так и иностранных – в отрасль. Можно выделить следующие возможности государства как регулятора в этом направлении:

1. Предоставление упрощенного налогообложения (возможно, в совокупности с налоговыми льготами) компаниям-стартапам, осуществляющим НИОКР в области телекоммуникационного оборудования или услуг, а также компаниям, инвестирующим в подобные стартапы (в большинстве случаев такие инвестиции можно классифицировать как венчурные).

2. Обеспечение безопасности персональных данных. Согласно многим опросам, отсутствие уверенности пользователей в безопасности своих персональных данных замедляет внедрение и распространение современных технологий (мобильные платежи и др.).

3. Оптимальное распределение диапазона радиочастот – одна из ключевых компонент. Рациональное распределение частот позволяет операторам оптимизировать капитальные инвестиции, необходимые для ввода в строй и эксплуатации сетей.

² Исследование развития мирового рынка услуг связи до 2020 года // Официальный сайт консалтингового агентства Ernst&Young, 2015. Сист. требования: Adobe Acrobat Reader URL: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-global-telecommunications-study-navigating-the-road-to-2020/\\$FILE/ey-global-telecommunications-study-navigating-the-road-to-2020.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-global-telecommunications-study-navigating-the-road-to-2020/$FILE/ey-global-telecommunications-study-navigating-the-road-to-2020.pdf) (дата обращения: 30.01.2016)



4. Предоставление гарантий иностранным инвесторам – от национализации или экспроприации активов, возможности репатриации полученной прибыли.

5. Углубление международного сотрудничества в данной области. Научно-техническое сотрудничество, унификация технических стандартов способны упростить международную торговлю телекоммуникационными услугами и оборудованием.

6. Предоставление лабораторий и необходимого для научно-технических исследований оборудования на льготных условиях.

7. Финансирование фундаментальных научных исследований.

8. Сбалансированное регулирование слияний и поглощений – не допуская монополизации, но при этом позволяя компаниям объединяться для достижения конкурентоспособности.

Также один из важнейших драйверов отрасли – тенденции развития мирового рынка телекоммуникационного оборудования. К такому оборудованию относят антенные устройства, кабельную продукцию и пр. Далее будет приведен анализ международной торговли телекоммуникационным оборудованием³.

Китай является безоговорочным лидером в области экспорта телекоммуникационного оборудования (33,9%), при этом нельзя не обратить внимания на колоссальный рост его доли в мировом экспорте этой группы товаров – порядка 30 процентных пунктов за двадцатилетний срок. В обратной ситуации оказались страны, замыкающие тройку ведущих импортеров – ЕС и США, так как несмотря на высокие абсолютные объемы экспорта, в динамике доля этих стран за первую декаду XXI века снизилась (на 9,7 и 7,9 процентных пунктов соответственно). Падение доли в мировом экспорте справедливо и для Японии, причем тенденция к резкому снижению наметилась еще в 90-е гг. прошлого века, в итоге за 23 года ее доля снизилась с 22,5% до 4%. Что касается Сингапура, Кореи и Мексики, то доли этих стран в мировом экспорте телекоммуникационного оборудования за период с 2000-2014 гг. принципиально не изменились и составили: Сингапур – 7-8%, Корея – 5-6%, Мексика – порядка 3,5%. Таким образом, можно выделить следующие тенденции мирового экспорта телекоммуникационного оборудования: существенный рост доли Китая, снижение доли США и стран ЕС; наличие стран, удельный вес которых относительно стабилен (Сингапур, Корея, Мексика). Что касается России, то в силу структуры национального экспорта ее отсутствие в списке ведущих экспортеров национального оборудования закономерно. В данный момент автор не видит предпосылок для перелома сложившихся тенденций.

Следует отметить, во-первых, что в контексте импорта телекоммуникационного оборудования пальма первенства принадлежит странам ЕС (467 млрд долл., 24,2%).

³ Статистика международной торговли ВТО // Официальный сайт Всемирной Торговой Организации, 2015. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its_e.htm (дата обращения: 28.01.2016)

Во-вторых, тенденции изменения страновой структуры импорта телекоммуникационного оборудования повторяют картину, полученную при анализе мирового экспорта данного оборудования: рост доли Китая (на 16 процентных пунктов с 2000 года), снижение доли ЕС (с 33,9% до 24,2%) и США (на \approx 6 процентных пунктов). Удельный вес Японии снизился незначительно (с 6% до 4,7%), доли же Сингапура, Мексики и Кореи, как и в случае с экспортом, колебались незначительно и составили порядка 5% у Сингапура и по 3% у Мексики и Кореи.

Китай, будучи одним из крупнейших современных производителей телекоммуникационного оборудования, поставляет его преимущественно в страны Азии, Северной Америки и Европы (42,6%, 29,3% и 21,2% соответственно). Интересен тот факт, что за предшествующую декаду в китайском экспорте заметно выросла доля стран Азии (на 9,6 процентных пунктов) при снижении долей Европы и Северной Америки (на 8 п.п. и 4,7 п.п. соответственно). Доля же остальных стран (будь то страны Африки, СНГ, Ближнего Востока или Южной Америки) является незначительной и в динамике больших изменений не претерпела.

Страны Северной Америки преимущественно поставляют телекоммуникационное оборудование внутри региона (52,5% от всего экспорта этой группы товаров, рост с 2005 года составил 6,9 процентных пунктов). 2 и 3 место занимают Азия и Европа (24% и 9,9% соответственно). Стоит отметить, что наряду с ростом внутрирегионального экспорта, доля Азии и Европы ощутимо сократилась (на 6,3 п.п. и 4,9 п.п. соответственно). Удельный вес стран Южной и Центральной Америки за прошедшие годы вырос на 2,6 п.п., составив в 2013 г. 9,8%. Доля остальных стран весьма незначительна (во многом это обусловлено географической отдаленностью), и ее значение существенно не менялось за период 2005-2014 гг.

Страны Европы также экспортируют телекоммуникационное оборудование преимущественно внутри своего региона (76,5%), доли остальных стран существенно меньше и в динамике не претерпели серьезных изменений

Проанализировав страновую (региональную) структуру международной торговли телекоммуникационным оборудованием, автор сделал следующие выводы:

Основные поставщики телекоммуникационного оборудования в мире – страны Азии, Северной Америки и Европы.

У этих стран высока роль внутрирегиональной торговли, при этом в динамике экспорт в страны своего региона имеет тенденцию к росту. Автор объясняет это постепенным углублением международной региональной интеграции, наличием платежеспособного спроса и географической близостью.

В обозримом будущем отсутствуют предпосылки для серьезного изменения сложившихся тенденций, поэтому автор прогнозирует их сохранение на ближайший период.

