

# Проблемы рынка потребления оптических кабелей

Развитие производства оптических кабелей (ОК) характеризуется возрастающими объемами производства.

2007 год завершился на цифре 2954 тыс. км — столько оптического волокна (ОВ) было использовано для производства ОК в одноволоконном исчислении (без учета потерь ОВ при производстве ОК).

2008 год (1-ая его половина) продолжил эстафету, добавив к темпу роста аналогичного периода еще 41%.

Структура потребления ОВ претерпела изменение. Упала доля потребления ОВ с ненулевой смещенной дисперсией, стандартное одномодовое ОВ заменяется волокном без пика воды. Широко внедряется волокно с повышенной стойкостью к изгибам.

Рынок также претерпел значительные изменения. Происходит глобализация рынков сбыта и производства, распад крупных и рост малых динамичных компаний, обладающих значительным капиталом и влиянием, создание торгово-промышленно-информационных альянсов. Это способствует появлению глобального информационного общества.

Глобальное информационное общество характеризуется многими параметрами, в которые входит телекоммуникационный рынок.

Телекоммуникационный рынок образован тремя участниками.

Первый участник. Производитель и поставщик оборудования связи. Его можно характеризовать как генератор научно-технических идей и услуг. На его долю приходится 20% всех финансов, циркулирующих на телекоммуникационном рынке.

Второй участник. Оператор, который является поставщиком услуг связи пользователю. Он потребляет оборудование от производителя и генерирует новые виды услуг. На его долю приходится 80% всех средств, поступающих от пользователя на рынок телекоммуникаций.

Третий участник. Пользователь, который оплачивает в 100-процентном объеме деятельность производителя и оператора.

Классический пример диаграммы итальянского экономиста Вильфреда Парето (закон 80/20-80% результатов вызывается 20% причин).

Производители оптических кабелей находятся в 20%ой группе, и поэтому выбор направления их деятельности оказывает большое влияние на весь процесс развития телекоммуникации.

Цена вопроса — кто первый выйдет на рынок телекоммуникационных услуг с изделием, максимально удовлетворяющим потребителя, то есть поставщика?

Принцип Парето гласит: «Всегда поступай так, чтобы максимизировать прибыль в рамках закона, требований рынка и с полным учетом затрат», и что «максимальная прибыль при соблюдении этих условий свидетельствует о производстве».

Итак: закон, рынок и затратный механизм.

Рамки закона устанавливает Государство.

Требования рынка — наиболее непредсказуемый элемент этой триады.

В России рынок определяется объективными и субъективными составляющими.

К объективным составляющим следует отнести три основных показателя:

1. Общую тенденцию потребности населения в услугах телекоммуникации.
2. Научно-технический уровень и оснащенность производителя.
3. Степень стабильности финансового состояния рынка и, как следствие, готовность различных структур к инвестированию средств в проекты, стимулирующие развитие потребности населения в услугах телекоммуникации и повышение уровня научно-технического оснащения производителя.

К сожалению, эта триада в настоящее время разобщена и не работает в единой системе.

Потребитель, истосковавшийся по информационной свободе, на свой страх и риск набросился на проекты телефонизации, компьютеризации и интернетизации.

В качестве примера:

В 1997 году телефонная плотность в России составляла 18%. В США — 60%, Японии — 48%, Германии — 50%, Франции — 55% и так далее. Взаимосвязанная сеть связи России по объему в 1997 году являлась шестой в мире, хотя телефонная плотность была чуть выше среднемирового значения.

Несмотря на то, что телефонная сеть наиболее капиталоемкая составляющая связи, приносящая до 80% прибыли всей отрасли связи, телефонная плотность в России возросла: к 2000 году до 22,8%; к 2005 году до 30,5%, а к 2010 году планируется ее увеличить до 41,7%. Социальная значимость этого вида связи в период 1997-2005 годов даже во время кризисов обеспечивала ее стабильность роста. Многочисленные фирмы

операторы-посредники, увеличивая непомерно цены за предоставление услуг, получили сверхприбыли, оставляя при этом производителя на минимально допустимом уровне. И только развитие мобильной связи несколько улучшило ситуацию для потребителя.

Потребитель оплатил все сполна наличными деньгами, обеспечив стремительный рывок России в области телекоммуникации. И хотя по прогнозам специалистов рынок связи в 2010 году будет находиться на участке, сходном с параметрами развития телекоммуникационных областей стран Западной Европы в 2004-2005 годах, прогресс очевиден.

Так кто же определит правила игры на рынке: потребитель или оператор? Производитель оторван от прямого финансового общения с потребителем. Оператор может по-своему озвучивать мнение (желание) потребителя. Вольно или невольно исказить реальную потребность «маленького» человечка. Оператор, который в повседневной жизни является потребителем, в силу корпоративного интереса может пойти на некоторые отступления от реальности.

Именно поэтому на передний план выходит проблема создания торгово-промышленно-информационных альянсов, призванных максимально объективно оценить ситуацию и спрогнозировать развитие производства оптических кабелей для их 100% реализации у потребителя. Процесс образования таких альянсов проходит крайне медленно.

Для того, чтобы понять влияние стратегических альянсов на перспективы развития телекоммуникационного рынка России, можно оценить возможные сценарии развития рынка: оптимистичный и пессимистичный. Под пессимистичным вариантом развития событий можно понимать ход событий, который существует в настоящее время. Оптимистичный сценарий развития предполагает более (по сравнению с нынешним) активное и, главное, созидательное участие государства в процессе формирования и развития телекоммуникационного рынка нашей страны.

Однако, кризисные явления, затронувшие наше государство, скорее всего, сделают невозможным переход к оптимистическому сценарию развития.

Пессимистический сценарий усугубляется кризисом банковской системы и в сфере инвестиционных капиталовложений.

Производитель вынужден нести бремя сокращения производства, повышение ответственности за сохранение профессиональных кадров, поддержания морального и материального благосостояния работников. И это не должно отражаться на материально-техническом состоянии предприятия и качестве выпускаемой продукции.

За июль, август и сентябрь 2008 года кабельные заводы потеряли в темпе развития 15-18%. Кризисные явления октября и ноября удавалось парировать за счет высокого качества продукции и уникальности выпускаемых изделий. Однако, эта ситуация также чревата осложнениями. Востребованность уникальных изделий ограничена.

Так что же нужнее: тяжелые бронированные кабели для магистральных подземных и воздушных линий связи, рассчитанные на колоссальные объемы информации, или легкие многофункциональные «шнурки» для абонентской связи?

Первые требуют ощутимых капитальных вложений в оборудование, значительных оборотных средств для закупки большого количества материалов.

Вторые могут производиться на более легком и мобильном (с точки зрения настройки) оборудовании при минимальных затратах.

Первые обеспечивают высокую степень капитализации, финансовую устойчивость при осуществлении долговременных программ Федерального значения.

Вторые — возможность быстрой оборачиваемости денег и молниеносной реакции на сиюминутную потребность рынка.

Возможно ли совмещение этих крайних точек зрения и достижение итоговой максимальной прибыли с полным учетом затрат? Да, возможно.

И это не искусственное слияние двух направлений, а логичный подход к развитию рынка телекоммуникаций.

Объективно, рост благосостояния населения, укрепление его гарантиями государства приводят к повышению спроса на телекоммуникационные услуги населения с их доставкой непосредственно к месту проживания индивидуума. Программа «волоконно в дом» наиболее универсальная с точки зрения прогноза ее развития, научно-технического обеспечения и привлекательности инвестирования. Наши предприятия активно включились в разработку данной области во всех сегментах рыночных отношений.

Предпринятые усилия привели к разработке и внедрению в производство нескольких типов оптических кабелей специально для этой области рынка связи. Серийное производство этих кабелей уже подготовлено. Разработана также программа действий по активизации усилий альянса по перспективному развитию производства и реализации новых типов оптических кабелей для различных сфер телекоммуникационного рынка.

*Васильев Н.А., генеральный директор ЗАО «ОКС 01»  
Ким Э.Г., к.ф.-м.н., генеральный директор  
ООО «Еврокабель 1»*