

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ
ГЛОБАЛЬНОГО ЛАНЦЮГА СТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ
У ГАЛУЗІ ВИРОБНИЦТВА МОБІЛЬНИХ ТЕЛЕФОНІВTHE PECULIARITIES OF MOBILE PHONES
GLOBAL VALUE CHAIN FUNCTIONING AND ORGANIZATION

У статті розглянуто особливості функціонування глобального ланцюга створення вартості у галузі виробництва мобільних телефонів. Досліджено структуру даного глобального ланцюга створення вартості. Проаналізовано позиції країн на світовому ринку мобільних телефонів. Виявлено головні тенденції останніх років у галузі, зокрема посилення процесів фрагментації та концентрації виробництва. Особливу увагу приділено питанню економічної модернізації країн, що беруть участь у даному глобальному ланцюзі створення вартості. З'ясовано, яким країнам вдалося досягти економічної модернізації з використанням різних підходів до її вимірювання.

Ключові слова: глобальний ланцюг створення вартості, мобільні телефони, економічна модернізація, виробництво, експорт.

В статье рассмотрены особенности функционирования глобальной цепочки создания стоимости в отрасли производства мобильных телефонов. Исследована структура данной глобальной цепочки создания стоимости. Проанализированы позиции стран на мировом рынке мобильных телефонов. Выявлены главные тенденции последних лет в отрасли, в частности

усиление процессов фрагментации и концентрации производства. Особое внимание уделено вопросу экономической модернизации стран, которые принимают участие в данной глобальной цепочке создания стоимости. Выяснено, каким странам удалось достичь экономической модернизации, с использованием разных подходов к ее изменению.

Ключевые слова: глобальная цепочка создания стоимости, мобильные телефоны, экономическая модернизация, производство, экспорт.

The article deals with the peculiarities of mobile phones global value chain functioning. The structure of this global value chain is investigated. The countries positions on the world mobile phones market are analyzed. The principal tendencies of the last few years in the industry, particularly intensification of production fragmentation and concentration processes, were revealed. An emphasis is placed on the problem of economic upgrading of the countries participating in this global value chain. It is found out which countries succeeded in achieving economic upgrading, using different approaches to its measuring.

Key words: global value chain, mobile phones, economic upgrading, production, export.

УДК 339.9.012(045)

Кравцова І.В.

аспірантка кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Національний авіаційний університет

Постановка проблеми. За останнє десятиліття галузь виробництва мобільних телефонів зазнала суттєвих змін. Особливо вони торкнулися країн, що розвиваються, які стали основними виробниками продукції цієї галузі внаслідок поглиблення фрагментації даного глобального ланцюга створення вартості (ГЛСВ). Так, наприклад, на сьогоднішній день «айфони» фірми «Apple» проектується у США, а збираються переважно у Китаї; більшість мобільних телефонів «Nokia» також виробляються у Китаї або Індії.

Виробництво мобільних телефонів, які раніше були ексклюзивним продуктом для розвинених країн, протягом останніх років суттєво вплинуло на рівень зайнятості у країнах, що розвиваються. Кількість робочих місць у цих країнах, перш за все у Китаї, зростала неабиякими темпами [2]. Крім того, географічна фрагментація процесу створення програмного забезпечення (ПЗ) у даному ГЛСВ призводить до виникнення інноваційних мереж, які об'єднують декілька країн. Зростання потреби у розробці нових додатків для мобільних телефонів не тільки розширює підприємницькі можливості вже існуючих центрів створення ПЗ (наприклад, в Індії), але й сприяє утворенню нових центрів (наприклад, у Найробі, Кенія).

Беручи до уваги такі істотні зміни, спричинені розвитком ГЛСВ у галузі виробництва мобільних телефонів, важливими постають питання дослідження динаміки виробництва, створення доданої вартості та торгівлі у цій галузі, а також залучення до участі у ній країн, що розвиваються. Крім того, особливий інтерес викликає проблема економічної модернізації у країнах, що беруть участь у даному ГЛСВ, тобто просування цих країн глобальним ланцюгом створення вартості до ланок із вищою вартістю з метою збільшення вигаду – напр., прибутків, доданої вартості, можливостей, надійності тощо – від участі у глобальному виробництві [4, с. 171].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологію дослідження конкурентоспроможності на основі глобальних ланцюгів створення вартості вперше запропонував Г. Джереффі у 1994 р. [5]. У подальшому цей підхід розвивали та використовували у практичних дослідженнях такі іноземні вчені, як К. де Бекер, Р. Каплінські, Дж. Лі, О. Мемедовіч, К. П'єтробеллі, Т. Стеджен, Дж. Хамфрі та ін. Більшість таких досліджень мають прикладний характер та є вузьконаправленими, у них розглядаються окремі галузі або країни. Галузь виробництва мобільних телефонів, з одного боку, стала «класичним» прикла-

дом для пояснення концепції ГЛСВ, а з іншого боку, досі немає комплексного дослідження ГЛСВ у цій галузі, зокрема з точки зору економічної модернізації. Даному питанню присвячені роботи таких вчених, як Дж. Дедрік, Г. Джереффі, Дж. Лі, Д. Натан та ін.

Постановка завдання. Метою статті є з'ясування особливостей функціонування та організації глобального ланцюга створення вартості у галузі виробництва мобільних телефонів, а також дослідження проблеми економічної модернізації країн, що беруть участь у даному ГЛСВ.

Виклад основного матеріалу дослідження. ГЛСВ у галузі виробництва мобільних телефонів мають складну структуру і складаються з великої кількості ланок, які забезпечують надходження даного продукту до кінцевого споживача (рис. 1). Виробництво мобільних телефонів охоплює такі види діяльності, як видобуток і переробка сировинних матеріалів, виготовлення деталей, збирання сотень компонентів в один кінцевий продукт, розробка складного ПЗ, продажі та маркетинг, обслуговування споживачів і подальша утилізація виробу. Цей ГЛСВ є свого роду унікальним, оскільки поєднує виробництво апаратного устаткування та розробку ПЗ, тобто матеріальні та нематеріальні активи, і стає справді глобальним завдяки більшому залученню країн, що розвиваються. Таким чином ГЛСВ у галузі виробництва мобільних телефонів об'єднують африканських гірняків, які добувають сировину (наприклад, колтан), робітників-складальників із Китаю, розробників ПЗ з Індії та споживачів з усього світу.

За останні роки значно зросли обсяги світового експорту мобільних телефонів (рис. 2). У 2001–2006 рр. світовий експорт збільшився майже втричі, з 64 до 183 млрд. дол. [1]. Стійка тенденція до зростання обірвалася у 2007 р., коли через економічний спад обсяги світової торгівлі мобільними телефонами зменшилися приблизно на третину. У 2010 р. світовий експорт знову перевищив позначку у 120 млрд. дол., позначивши початок зростання після спаду; 2011 р. (останній рік, за який наявні статистичні дані по всіх країнам) підтверджує цю тенденцію.

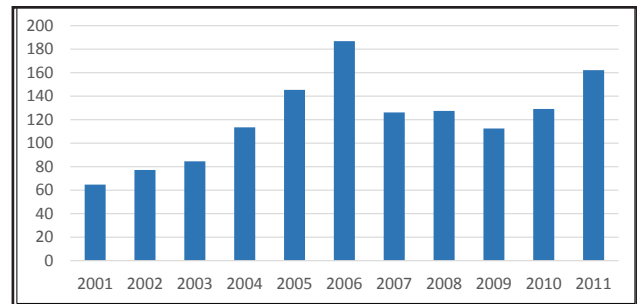


Рис. 2. Світовий експорт мобільних телефонів, 2001–2011 рр., млрд. дол.

Джерело: побудовано автором за даними [1]

Головною тенденцією останніх років було переміщення виробництва мобільних телефонів з індустріально розвинених країн до країн, що розвиваються. У той же час декілька великих країн почали нарощувати свою частку у світовому експорті даного товару, що призвело до значної консолідації серед експортерів. У 2001 р. до п'ятірки най-

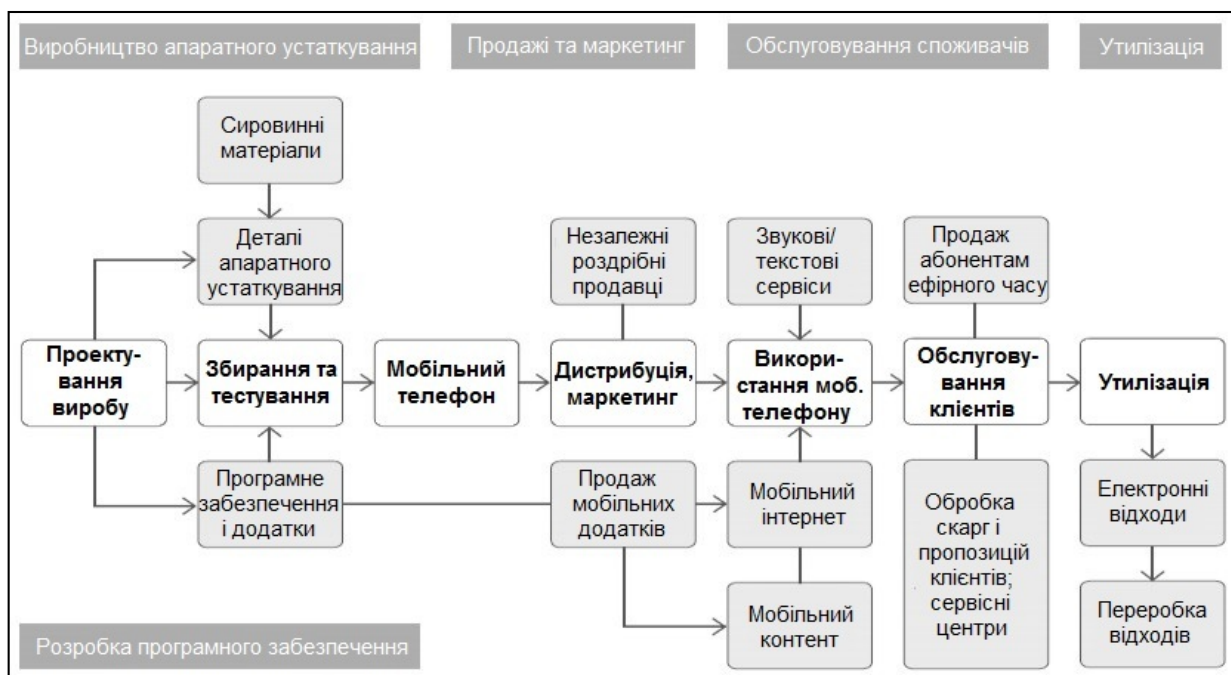


Рис. 1. Структура ГЛСВ у галузі виробництва мобільних телефонів

Джерело: побудовано автором на основі [7; 8]

більших експортерів мобільних телефонів входили лише розвинені країни – Німеччина, Велика Британія, Республіка Корея, США та Фінляндія, тобто всі, крім Кореї – представники Західної Європи або Північної Америки, на частку яких приходилася майже половина світового експорту (52%) [1]. У 2011 р. ситуація була зовсім інакшою: майже дві третини (61%) світового експорту мобільних телефонів походила лише з трьох виробничих центрів Східної Азії – Китаю, Кореї та Гонконгу [1], що означає істотне посилення позицій цього регіону у відповідному ГЛСВ. Таким чином, виробництво мобільних телефонів стало набагато більш концентрованим, при цьому найбільші п'ять експортерів представляли 73% світового експорту товару у 2011 р., у порівнянні з 52% у 2001 р. [1].

Найбільші країни-експортери мобільних телефонів можна умовно поділити на три групи в залежності від динаміки їх частки у світовому експорті протягом останнього десятиліття – країни-лідери («leaders»), країни, що втратили лідируючі позиції («dropouts»), і країни-«зірки, що сходять» («rising stars»), [8, с. 5]. На рис. 3, 4, 5 показано обсяги експорту мобільних телефонів у 2001–2011 рр. країнами кожної з трьох груп. У 2011 р. група «лідерів», тобто найбільші п'ять країн-експортерів, включала Китай (43% світового експорту), Корею (10%), Угорщину (7%), Гонконг (7%) і Мексику (5%) [1]. Усі ці країни продемонстрували значне посилення позицій на світовому ринку мобільних телефонів, хоча темпи зростання їх експорту помітно відрізнялися, зокрема у Китаї порівняно з іншими чотирма «лідерами» (рис. 3).

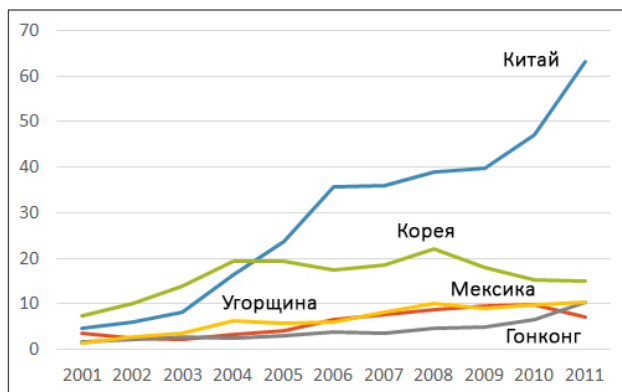


Рис. 3. Експорт мобільних телефонів групою країн-лідерів 2001–2011 рр., млрд. дол.

Джерело: побудовано автором за даними [1]

Китаю вдалося суттєво наростити свою частку світового експорту мобільних телефонів із 7% у 2001 р. до 43% у 2011 р. І хоча ця тенденція дещо сповільнилася під час глобальної фінансової кризи (зростання частки з 29% до 36% у 2007–2009 рр.), з 2009 р. вона знову почала набирати обертів. Інші країни-«лідери» також зміцнили свої позиції на світовому ринку мобільних телефонів,

хоча й у менших масштабах: наприклад, частка Угорщини у світовому експорті даного продукту у 2001–2011 рр. зросла на 6%, Мексики – на 3%.

Група країн, що втратили лідируючі позиції, складається з індустріально розвинених країн, які раніше були «локомотивами» світового експорту мобільних телефонів, але за останнє десятиліття їх частка у світовому експорті значно зменшилася (рис. 4). До цієї групи входять Німеччина, США, Фінляндія та Швеція. Так, наприклад, Німеччина у 2001 р. була найбільшим експортером мобільних телефонів, забезпечуючи 13% світового експортного ринку, але її частка різко впала у другій половині 2000-х рр. і в 2011 р. склала лише 2,9% [1].



Рис. 4. Експорт мобільних телефонів групою країн, що втратили лідируючі позиції, 2001–2011 рр., млрд. дол.

Джерело: побудовано автором за даними [1]

Фактично переважну частину експорту цих країн у даній галузі забезпечували лише декілька провідних компаній – «Siemens» (Німеччина), «Motorola» (США), «Nokia» (Фінляндія) та «Ericsson» (Швеція). Країни цієї групи поступово втрачали лідируючі позиції на світовому ринку по мірі того, як їх провідні фірми почали переносити виробництво мобільних телефонів за кордон (наприклад, «Motorola» та «Nokia») або взагалі виходити з ринку в умовах жорсткої конкуренції (наприклад, «Siemens»). Усе це демонструє тісний взаємозв'язок між динамікою експорту країн і стратегіями провідних фірм у ГЛСВ у галузі виробництва мобільних телефонів.

Група країн-«зірок, що сходять» складається з країн-експортерів мобільних телефонів, які показали стрімке зростання експорту даного товару у певному році або роках періоду, що розглядається (рис. 5). Для деяких країн, наприклад, Бразилії та Малайзії, таке зростання було занадто короткочасним, щоб вивести їх у лідери світового ринку, тенденція перервалася вже у 2006–2007 рр. Інші країни такі, як Індія, Румунія, В'єтнам і Чехія, демонструють високі темпи зростання експорту мобільних телефонів лише протягом останніх

кількох років, переважно завдяки тому, що іноземні фірми розташовують у них свої підприємства. Хоча обсяги експорту цих країн залишаються невеликими порівняно з «лідерами», вони мають усі шанси стати найбільшими експортерами у найближчі п'ять-десять років, якщо зможуть втримати ті самі темпи зростання.

Глобальна фінансова криза дещо сповільнила тенденцію до географічної концентрації виробництва у галузі, але не змінила її напрямку. У багатьох країнах із другої та третьої груп спостерігався спад експорту мобільних телефонів у 2006–2008 рр. Але в той же час і досі майже 75% світового експорту даного продукту походить лише з п'яти країн, а 90% – лише з десяти [1], що свідчить про високу концентрацію виробництва. Переважна більшість країн просто виключені з ГЛСВ у галузі виробництва мобільних телефонів, принаймні з тих його ланок, що відповідають за кінцеве збирання та експорт.

Таким чином, економічна модернізація у ГЛСВ у галузі виробництва мобільних телефонів, якщо її вимірювати як зростання частки країни у світовому експорті [8, с. 7], мала місце лише в небагатьох країнах, переважно у «лідерах» і декількох «зірках, що сходять». Інші країни або зазнали спаду експорту даного товару, або позитивна тенденція у них виявилася короткочасною.

Розглянемо економічну модернізацію країн ГЛСВ у галузі виробництва мобільних телефонів у контексті підходу, запропонованого Каплінські та Рідменом [6]. Дослідники вважають, що економічна модернізація країни у певній галузі має місце тоді, коли частка цієї країни у світовому експорті зростає без зниження середньої вартості одиниці продукції. Для нашого дослідження більш вузьке визначення даного поняття означає зменшення кола країн, які мали чіткий прояв економічної модернізації (рис. 6, 7).

Тільки Угорщині, Мексиці, Кореї та Чехії вдалося одночасно збільшити частку у світовому експорті мобільних телефонів і середню

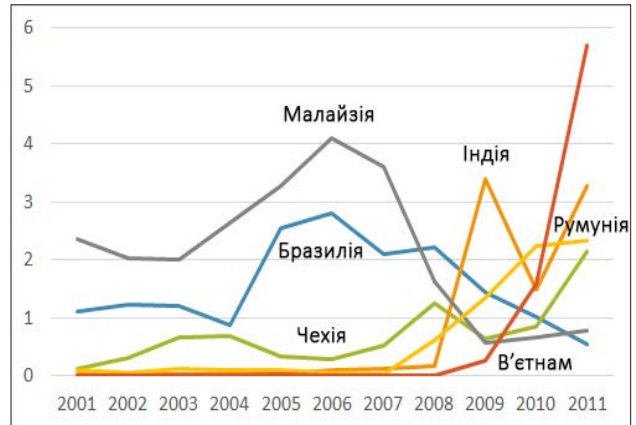


Рис. 5. Експорт мобільних телефонів групою країн «зірок, що сходять», 2001–2011 рр., млрд. дол.

Джерело: побудовано автором за даними [1]

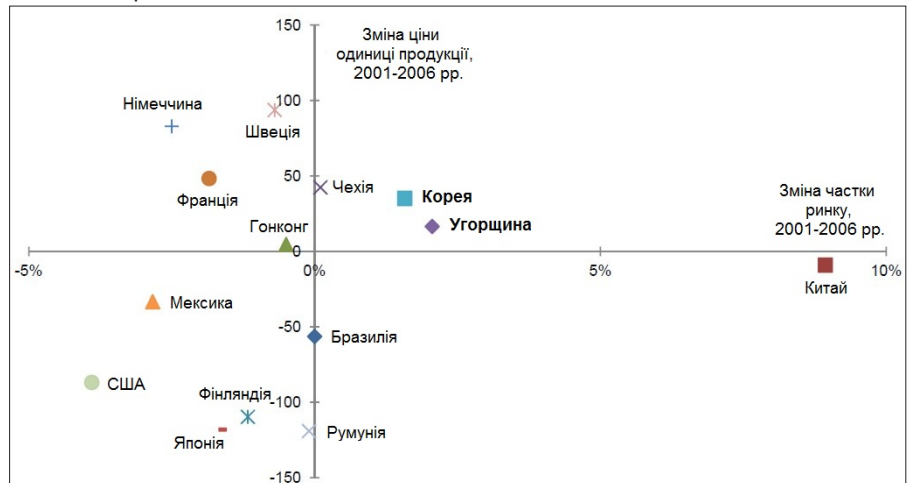


Рис. 6. Економічна модернізація деяких країн у ГЛСВ у галузі виробництва мобільних телефонів, 2001–2006 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [1]

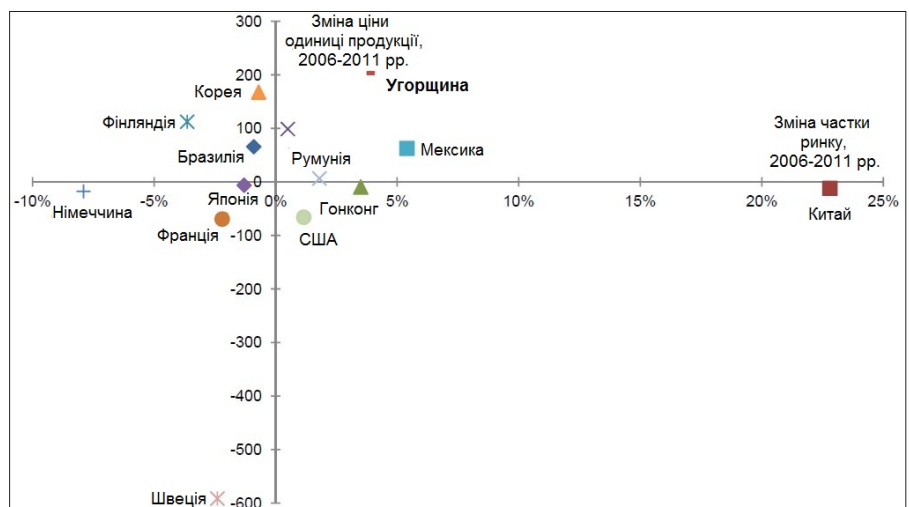


Рис. 7. Економічна модернізація деяких країн у ГЛСВ у галузі виробництва мобільних телефонів, 2006–2011 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [1]

ціну одиниці продукції в одному з двох періодів – 2001–2006 рр. або 2006–2011 рр.

У більшості країн, що втратили лідируючі позиції, особливо у Німеччини та Швеції, у 2001–2006 рр. частка у світовому експорті зменшувалася на тлі зростання експортної ціни одиниці продукції, а у 2006–2011 рр. падіння даного показника продовжилося при тому, що ціна одиниці продукції ще більше знизилася або залишилася без змін. Якщо це зниження частки світового експорту було обумовлене перенесенням вітчизняного виробництва до інших країн у рамках ГЛСВ (на основі ПІІ або закордонного аутсорсингу), початкове зростання ціни одиниці продукції можна пояснити тим, що компанії спочатку переносили до інших країн виробництво мобільних телефонів нижчої якості (і відповідно з нижчою ціною), при цьому вітчизняні потужності спеціалізувалися на виробництві більш дорогих продуктових ліній.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, для глобального ланцюга створення вартості у галузі виробництва мобільних телефонів початок 2000-х рр. позначився посиленням процесів фрагментації, коли провідні компанії почали вдаватися до аутсорсингу та винесення виробництва за межі розвинених країн до країн, що розвиваються. Водночас виробництво мобільних телефонів стало набагато більш концентрованим, майже три чверті світового експорту даного продукту походить лише з п'яти країн. Глобальна фінансова криза дещо сповільнила тенденцію до географічної концентрації виробництва у галузі, але не змінила її напрямку.

Економічної модернізації у ГЛСВ у галузі виробництва мобільних телефонів, якщо її вимірювати як зростання частки країни у світовому експорті, вдалося досягти декільком країнам, переважно найбільшим країнам-експортерам. Якщо ж роз-

глядати економічну модернізацію як зростання частки країни у світовому експорті без зниження середньої вартості одиниці продукції, то вона мала місце лише у чотирьох країнах – Угорщині, Мексиці, Кореї та Чехії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. База даних UN Comtrade [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://comtrade.un.org>.
2. База даних Світового банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://data.worldbank.org>.
3. Gereffi G. Global Value Chain Analysis: A Primer / G. Gereffi, K. Fernandez-Stark. – Durham: Center on Globalization, Governance & Competitiveness, Duke University, 2011. – 40 p.
4. Gereffi G. The Global Economy: Organization, Governance, and Development / G. Gereffi // The Handbook of Economic Sociology. – Princeton and Oxford : Princeton University Press, 2005. – Ch. 8. – P. 160–182.
5. Gereffi G. The organization of buyer-driven global commodity chains: How US retailers shape overseas production networks / G. Gereffi // Commodity Chains and Global Capitalism. – Westport, CT: Greenwood Press, 1994. – P. 95–122.
6. Kaplinsky R. Globalization and upgrading: what can (and cannot) be learnt from international trade statistics in the wood furniture sector? / R. Kaplinsky, J. Readman // Industrial and Corporate Change. – 2005. – Vol. 14. – P. 679–703.
7. Lee J. Mobile phones: who benefits in shifting global value chains? / J. Lee, G. Gereffi, D. Nathan // Capturing the Gains Briefing Notes. – February 2013. – No. 6.1. – 6 p.
8. Lee J. The co-evolution of concentration in mobile phone global value chains and its impact on social upgrading in developing countries / J. Lee, G. Gereffi // Capturing the Gains Working Papers. – March 2013. – No. 25. – 27 p.