



МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ КОРПОРАЦИИ NOKIA

Разработано FIVEX ANALYTICS GROUP © для компании Онлайн - капитал

Глава департамента по исследованию финансовых рисков

кандидат экономических наук Фурсова В.А.

Руководитель проекта: ведущий аналитик Мизик О.В.

в случае копирования материалов ссылка на FIVEX ANALYTICS GROUP обязательна ©

СОДЕРЖАНИЕ

I. ХАРАКТЕРИСТИКА КОРПОРАЦИИ NOKIA	2
1.1. История возникновения и развития компании	2
1.2. Направления финансово-хозяйственной деятельности корпорации Nokia	5
II. МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОРПОРАЦИИ NOKIA	12
2.1. Характеристика отрасли мобильных коммуникационных технологий	12
2.2. Анализ уровня конкуренции корпорации Nokia в отрасли мобильных коммуникационных технологий	27
2.2.1. Потенциальные конкуренты в отрасли	28
2.2.2. Конкуренция товаров-заменителей	28
2.2.3. Покупатели продукции корпорации Nokia	29
2.2.4. Анализ поставщиков компании	33
2.2.5. Конкуренты корпорации Nokia	34
2.3. Анализ сильных и слабых сторон компании (SWOT – анализ)	42
ВЫВОДЫ	45

I. ХАРАКТЕРИСТИКА КОРПОРАЦИИ NOKIA

1.1. История возникновения и развития корпорации Nokia

История корпорации Nokia началась в 1865 году, когда горный инженер Фредерик Идестам основал небольшую бумажную фабрику в Тампере на юго-западе Финляндии. В 1871 году принадлежащая ему компания была переименована в Nokia Ab. Компания получила своё имя по названию реки Nokia.

В 1922 году компания по производству резиновых изделий Finnish Rubber Works получила контроль над компанией Nokia Ab и компанией по производству кабелей Finnish Cable Works. В 1967 году произошло официальное слияние этих трёх компаний в одну.

Объединённая компания имела пять основных видов деятельности:

- производство резиновых изделий,
- кабелей и электроники,
- переработка древесины и выработка электроэнергии.

Со временем к ним добавилось несколько второстепенных, например, производство охотничьих ружей, пластика и химических материалов.

С начала 1980-х годов Nokia начала активно развивать разработку и производство электроники, чему способствовала покупка ряда электронных компаний.

В 1987 году основным бизнесом компании становится бытовая электроника, в частности Nokia стала третьим по величине производителем телевизоров в Европе.

В конце 1980-х Nokia попала в кризисное состояние, чему способствовал общий спад мировой экономики. Кризис был преодолен реструктуризацией бизнеса, отказом от большинства видов деятельности и фокусировкой на новых технологиях — в частности, развитием телекоммуникационного подразделения.

В 1982 году Nokia выпускает свой первый цифровой телефонный коммутатор Nokia DX200.

В 1988 году из Nokia была выделена Nokian Renkaat, как отдельная компания, которая с 1967 года являлась её «резиновым» подразделением.

В 1987 году в качестве европейского стандарта для цифровых мобильных технологий была принята Глобальная система мобильной связи (GSM). Nokia стала одним из основных разработчиков оборудования стандарта GSM и в 1987 г. выпустила на рынок первый сотовый телефон.

В 1989 году компания продала финскому оператору Radiolinja оборудование для сети GSM, а в 1992 году выпустила свой первый ручной GSM - телефон Nokia 1011.

В 1992 году рекламным слоганом компании становится фраза «Соединяя людей» (англ. Connecting people). До 1992 года бизнес, связанный с сотовой телефонией и средствами беспроводной связи, занимал заметное, но далеко не ведущее место в деятельности компании. Nokia производила кабели, бытовую радиоэлектронику, автомобильные шины и технические изделия. Продажа аппаратуры сотовой связи приносила всего 20% валового дохода. Nokia занимала на рынке мобильных средств телефонной связи третье место, сильно отставая от признанных лидеров: Motorola и Ericsson.

В 1994 году президент Nokia Йорма Оллила окончательно сформулировал стратегию компании: отказ от старого бизнеса и фокус на телекоммуникационных технологиях. Эта стратегия позволила компании стать крупнейшим в мире производителем сотовых телефонов. Первый цифровой телефон, выпущенный компанией в 1993 году, расходится тиражом более 20 млн. штук. К концу декады Nokia продает уже 40 млн. телефонов в год. За первым успехом следует бурное развитие сети: заключаются соглашения на обеспечение сетями GSM от Nokia девяти европейских стран, и к

августу 1997 года партнерская сеть компании включает 59 операторов в 31 стране мира.

В 2002 году Nokia выпускает свой первый 3G-телефон, Nokia 6650. 3G технология («третьего поколения») позволила использовать такие функции, как скачивание музыки, видеозвонки, телевидение на ходу, просмотр веб-страниц.

В 2005 году Nokia представляет новое поколение мультимедийных устройств, Nokia Nseries.

В июне 2006 года Nokia и Siemens решили объединить свои отделения по производству телекоммуникационного оборудования в новую компанию — Nokia Siemens Networks. Объединенная компания осуществляет операционную деятельность в 150 странах мира.

В 2008 году компания Nokia Siemens Networks приобрела компанию Atrica, специализирующуюся на построении опорных IP сетей передачи данных, и британского производителя программного обеспечения для сотовых операторов Apertio. При приобретении актива британского производителя портфель компании пополнился крупнейшими операторами сотовой связи Orange, T-Mobile, O2 и Vodafone. В июле 2010 года Nokia Siemens Networks достигла соглашения с американской компанией Motorola о приобретении подразделения, связанного с беспроводным сетевым оборудованием.

12 августа 2009 года Nokia и Microsoft Corporation заключили соглашение о партнёрстве. В рамках соглашения разработчики Nokia и Microsoft приступают к созданию Microsoft Office Mobile и корпоративных инструментов связи для смартфонов Nokia, работающих под управлением операционной системы Symbian.

11 февраля 2011 года Nokia объявила о полноценном сотрудничестве с Microsoft, решив использовать для своих мобильных устройств операционную систему Windows Phone 7. Эта платформа должна стать главной составляющей стратегии смартфонов Nokia.

Решение Nokia перейти на использование в своих мобильных устройствах ОС Windows Phone 7 вызвало далеко не однозначную реакцию как у партнеров компании, так и у служащих финского телефонного гиганта. После заявления об альянсе цены на акции Nokia упали на 14 %, что было самым большим падением с июля 2009 года.

16 мая 2011 года Nokia сообщила о намерении отказаться от бренда Ovi, объединяющего музыкальный сервис, магазин приложений и многие другие сервисы финской компании в пользу Nokia Services. По словам компании, после отказа от Ovi, Nokia рассчитывает усилить собственный бренд. Ребрендинг сервисов Nokia будет постепенным. Он начнется в июле 2011 года и завершится до конца 2012.

Источник: www.nokia.com; [ru; idearu.com](http://ru.idearu.com)

1.2. Направления финансово-хозяйственной деятельности корпорации Nokia

Nokia Corporation – финская транснациональная компания, один из мировых лидеров в области мобильных коммуникационных технологий, ведущий поставщик оборудования для мобильных, фиксированных, широкополосных и IP-сетей со штаб-квартирой в Эспоо, Финляндия. Это открытая акционерная компания с ограниченной ответственностью, акции которой зарегистрированы на фондовых биржах в Хельсинки, Стокгольме, Франкфурте и Нью-Йорке.

Корпорация Nokia производит как мобильные терминалы (классические мобильные телефоны, мультимедийные компьютеры Nseries, аппараты для бизнес-пользователей Eseries), так и оборудование для операторов сотовой и фиксированной связи (подразделение Networks).

В настоящее время, наряду с традиционным производством мобильных устройств, Nokia уделяет большое внимание потребительским интернет-сервисам под единым брендом Ovi. Стратегия Nokia заключается в предоставлении пользователям комплексного решения: устройство + всевозможные услуги.

Nokia активно развивает программу «Авторизованные точки продаж Nokia», в рамках которой открываются фирменные салоны (Concept Stores) и фирменные отделы (Shop-in-Shops) Nokia. Основная цель данной программы — защита потребителей от поддельного и несертифицированного товара. При покупке продуктов Nokia в фирменном салоне или магазине, как и во всех авторизованных точках продаж, потребителю гарантировано, что он приобретает оригинальный, официально поставленный продукт со всей необходимой сервисной поддержкой.

В конце 2009 года в управлении Nokia находилось 15 заводов в Бразилии, Китае, Германии, Венгрии, Индии, Республике Корея и Великобритании (рис.1).

Организационная структура корпорации Nokia (рис.2) позволяет позиционировать себя в мире, где мобильное устройство, интернет и компьютер составляют единое целое.

Руководство компанией осуществляет команда менеджеров - Nokia Leadership Team (ранее называлась Советом директоров - Group Executive Board), во главе которой стоит Генеральный директор корпорации.



Networks технологии

- Китай
- Финляндия
- Германия
- Индия

Мобильные устройства и технологии

- Бразилия
- Китай
- Финляндия
- Великобритания
- Венгрия
- Индия
- Мексика
- Румыния
- Южная Корея

Рис. 1 – Карта заводов Nokia (декабрь 2009 г.)

Источник: www.nokia.com

Структура компании состоит из двух отдельных подразделений:

- "Интеллектуальные устройства" (Smart Devices)
- "Мобильные телефоны" (Mobile Phones).

Таким образом, Nokia выделила две области деятельности: сегмент высокотехнологичных смартфонов и массовый рынок мобильных телефонов. Каждое подразделение ведет собственный счет прибылей и убытков и несет полную ответственность за весь процесс взаимодействия с потребителем, включая разработку, управление и маркетинг продуктов.

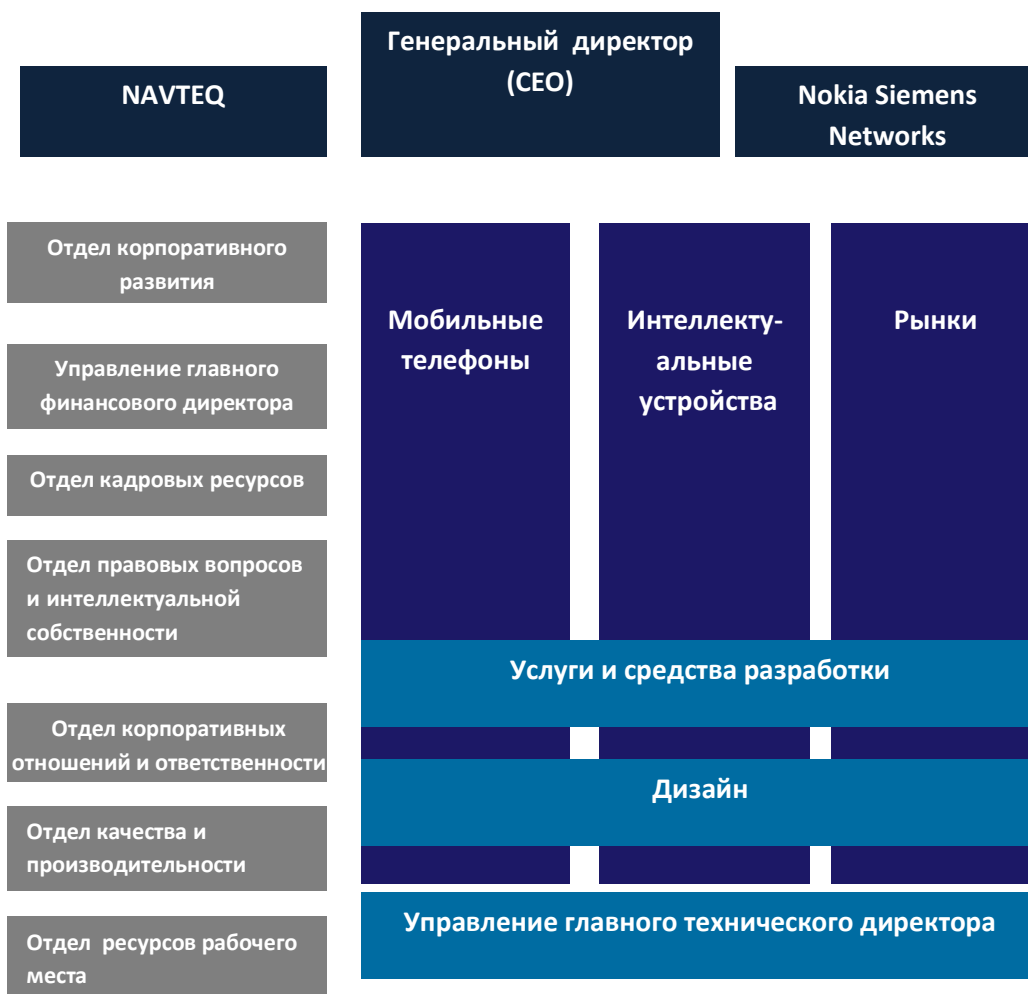


Рис. 2 - Организационная структура корпорации Nokia

Источник: www.nokia.com

Подразделение "Интеллектуальные устройства" отвечает за обеспечение лидерства компании Nokia на рынке смартфонов.

Для поддержания сотрудничества с Microsoft, подразделение "Интеллектуальные устройства" отвечает за создание качественного портфеля Windows Mobile.

Подразделение "Мобильные телефоны" осуществляет стратегию Nokia "Интернет для еще одного миллиарда". Это подразделение с максимальной выгодой использует инновации и сильную позицию на развивающихся рынках в целях обеспечения доступного соединения с Интернет и получения приложений для еще одного миллиарда людей.

Подразделение "Рынки" (Markets) отвечает за продажу продуктов, осуществление высокопрофессионального маркетинга и связей с общественностью, создание конкурентоспособной локальной экосистемы, привлечение ресурсов, техническую поддержку, производство, IT и логистику в отношении всех продуктов Nokia.

Подразделение "Услуги и средства разработки" (Services and Developer Experience) отвечает за глобальный портфель услуг Nokia, предложения для разработчиков, отношения с разработчиками и интеграцию партнерских услуг.

Подразделение NAVTEQ — ведущий провайдер всеобъемлющих цифровых данных карт для автомобильных навигационных систем, мобильных навигационных устройств, связанных с картами приложений на основе интернета и решений для государственных организаций и бизнеса. Данные карт NAVTEQ являются важной частью сервиса Nokia Maps, который позволяет людям «иметь в кармане» загружаемые карты, голосовую навигацию и другие контекстные веб-услуги.

Управление главного технического директора (CTO Office) отвечает за технологическую стратегию Nokia и деятельность по разработке новых технологий.

Подразделение "Дизайн" (Design) отвечает за дизайн продуктов и пользовательских интерфейсов Nokia.

Управление главного финансового директора (CFO Office) отвечает за финансовую деятельность компании.

Отдел корпоративного развития (Corporate Development) отвечает за внедрение экосистемного подхода Nokia и осуществление стратегического партнерства.

Отдел корпоративных отношений и ответственности (Corporate Relations & Responsibility) занимается взаимоотношениями компании с правительством и обществом и отвечает за устойчивое развитие и социальную ответственность.

Nokia Siemens Networks – ведущий мировой поставщик оборудования и решений для предоставления телекоммуникационных услуг. Компания занимает место в первой тройке лидеров телекоммуникационной отрасли. Ориентируясь в своей деятельности на инновации и устойчивое развитие, компания предлагает полный спектр мобильных, фиксированных и конвергентных сетевых решений, профессиональные услуги, включая консультационные услуги и услуги по системной интеграции, развертыванию и техническому обслуживанию систем, а также услуги по управлению сетями операторов. Компания является одним из крупнейших в мире поставщиков телекоммуникационного оборудования, программного обеспечения и профессиональных услуг, осуществляя свою деятельность в 150 странах мира. Клиентская база Nokia Siemens Networks насчитывает около 600 заказчиков.

Nokia Siemens Networks является лидером в области коммерциализации технологии Long Term Evolution (LTE) по количеству клиентов и по характеристикам действующих сетей. LTE представляет собой технологию мобильной связи следующего поколения, дальнейшую эволюцию стандартов GSM, WCDMA/HSPA/HSPA+, TD-SCDMA, CDMA и WiMAX. Она обеспечивает максимально высокий уровень сервиса пользователям широкополосных услуг и смартфонов, предлагая более высокие скорости передачи данных, меньшие задержки и использование масштабируемой одноуровневой архитектуры, целиком построенной на основе IP. Nokia Siemens Networks поставила оборудование базовых станций Flexi с поддержкой LTE более чем 200 операторам. Кроме того, компания первой в мире совершила вызов LTE с использованием коммерческого оборудования и совместимого со стандартами программного обеспечения в 2009 году.

В числе 31 сделки на внедрение в коммерческую эксплуатацию сетей LTE можно отметить такие компании, как Agri-Valley Communications в США; Deutsche Telekom в Германии; Elisa Финляндия и Elisa Эстония; LG U+ в Южной Корее; Light Squared в США; Mobily (Etisalat) в Саудовской Аравии; Mosaic Telecom в США; NTT DOCOMO в Японии; Tele2 в Швеции; Telecom Italia; Telenor Denmark; Telia в Швеции, Telia Sonera в Дании и EMT (Telia Sonera) в Эстонии; Verizon в США и Zain Bahrain.

Nokia Siemens Networks проводит испытания технологии LTE с более чем 25 операторами по всему миру, включая KPN в Нидерландах; Telecom Italia; Telstra и Optus в Австралии; O2 в Германии; Мегафон в России; SFR во Франции и Vodacom в Южной Африке. Тестирование производительности сети LTE в реальных условиях, проведенное группой Signals Research в шведской коммерческой сети LTE, подтвердило получение лучших в целом результатов в сети г. Гетеборга (на основе решения Nokia Siemens Networks) по сравнению с сетью в Стокгольме (поставленной другим производителем).

Решение Nokia Siemens Networks для единой сети радиодоступа, включающее в себя базовую станцию Flexi Multiradio, открывает простой и эффективный с точки зрения затрат путь к LTE в диапазонах FDD и TDD посредством простого обновления программного обеспечения.

Источник: ru.nokiasiemensnetworks.com

В мае 2011 г. компания Nokia Siemens Networks приобрела ряд активов компании Motorola Solutions. Данное приобретение усилило позиции Nokia Siemens Networks в ряде ключевых регионов, в особенности в Северной Америке и Японии, а также укрепило взаимоотношения с рядом крупнейших международных операторов связи.

Nokia Siemens Networks состоит из пяти продуктовых подразделений — Сети радиодоступа (Radio Access), Сети проводного широкополосного доступа (Broadband Access), Опорные сети и приложения (Service Core and Applications), IP-сети и транспорт (IP/Transport), а также Системы поддержки эксплуатации сети (Operating Support Systems) — обеспечивающих полный спектр продуктов и приложений для фиксированных, мобильных и конвергентных сетей связи. Кроме того, новая компания удовлетворяет растущие потребности на услуги через подразделение "Услуги для операторов связи (Services)", которое насчитывает около 20000 специалистов по всему миру.

II. МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОРПОРАЦИИ NOKIA

2.1. Характеристика отрасли мобильных коммуникационных технологий

Мировой кризис телекоммуникационной отрасли, начавшийся в 2000 году и продолжающийся до настоящего времени, является одним из наиболее существенных факторов, определяющих состояние и тенденции развития рынка сотовой подвижной связи в мире.

Кризис был обусловлен рядом негативных событий:

- крахом мифа о быстром развитии Интернет - экономики и последовавшего массового разорения IT-компаний;

- стагнацией на крупнейших национальных рынках сотовой связи, неудачным запуском мобильного Интернета, а также многомиллиардными суммами, выплаченными операторами за лицензии 3G в западноевропейских странах, и последовавшей приостановкой запуска сетей 3G;
- ростом недоверия инвесторов к отрасли связи из-за раскрытия в США масштабных афер в транснациональных телекоммуникационных корпорациях.

В условиях мирового кризиса телекоммуникаций существенно замедляется реализация ранее декларируемых перспективных направлений развития рынка сотовой подвижной связи:

- внедрения новых услуг на базе конвергенции мобильной связи и Интернет, а также конвергенции мобильной и фиксированной связи;
- массового развертывания в различных странах мира сетей сотовой подвижной связи 3G, способных обеспечить широкий спектр новых услуг на основе высокоскоростной передачи данных.

Несмотря на кризис, охвативший практически все отрасли производства, рынок мобильных телефонов сегодня остается одним из наиболее перспективных в телекоммуникационной сфере. Несомненно, мобильная индустрия еще не раз подтвердит это новыми, еще более интересными продуктами.

В 2010 году мировые производители мобильных терминалов поставили порядка 1,39 млрд. устройств, что на 18,5% больше, чем годом ранее (1,17 млрд. устройств) (табл.1).

Таблица 1 - Мировые объемы поставок мобильных терминалов в 2009 - 2010 г.г. (млн. шт.)

Компания	Объем поставок		Изменение объема поставок за год
	2009	2010	
Nokia	431,8	453	4,90%
Samsung	227,2	280,2	23,30%
LG Electronics	117,9	116,7	-1,00%
ZTE	26,7	51,8	94,00%
Apple	25,1	47,5	89,20%
Другие	342,9	439,4	28,10%
Всего	1171,6	1388,6	18,50%

Источник: *biz.liga.net*

Структура поставок мобильных терминалов на мировой рынок за 2010 г. представлена на рисунке 3. Основную долю рынка по прежнему занимает Nokia – 32,6%. Но по сравнению с 2009 г. удельный вес в структуре мирового рынка снизился на 4,3%.

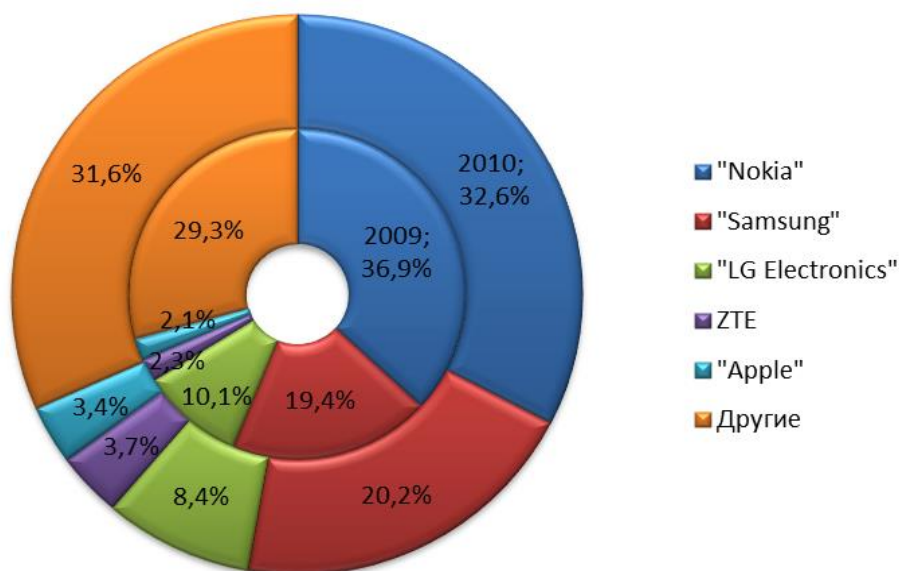


Рис.3 – Структура объемов поставок мобильных терминалов на мировой рынок за 2010 г. (%)

Источник: *biz.liga.net*; расчеты FIVEX ANALYTICS GROUP

Кроме этого, впервые в мировую пятерку лидеров попали китайцы: китайская ZTE, продающая в основном бюджетные телефоны на развивающихся рынках, заняла 4 место по поставкам по итогам года.

Источник: biz.liga.net

В IV квартале 2010 г. рост продаж на мировом рынке мобильных телефонов составил 17,9%. На рынок было поставлено 401,4 млн. мобильных телефонов против 340,5 млн. шт. в 4-м квартале 2009 г., а за весь 2010 г. - 1,39 млрд. шт., что на 18,5% выше, чем в 2009 г. (1,17 млрд. шт.). Высокие показатели квартального и годового роста в 2010 г. частично объясняются слабостью предыдущего года, когда на рынке было даже отмечено снижение на 1,6%. Улучшение мировой экономики и улучшение в плане ценовой доступности смартфонов помогли рынку не только вернуться к позитивной динамике, но и получить рекордный, отсчитывая от 2006 г., годовой показатель роста, когда он составил 22,6%. Росту рынка в 2010 г. также способствовала активная замена потребителями старых моделей на более продвинутые, которые могут управлять не только голосовым общением, но и обменом данными. Эксперты считают, что смартфоны будут основной движущей силой рынка до 2014 г., а сам этот сегмент в 2011 г. вырастет относительно 2010 г. на 43,7%.

Источник: www.marvel.ru

В I квартале 2011 г. продажи мобильных устройств связи конечным потребителям (мобильных телефонов и смартфонов) выросли на 19% по сравнению с аналогичным периодом 2010 г. до 427,8 млн. штук (табл.3, расчеты FIVEX ANALYTICS GROUP).

Продажи Nokia снизились на 2549,3 тыс. шт. или 2,3% (табл.2) и составили 107556,1 тыс. штук.. В результате доля компании в общем объеме продаж снизилась до рекордно низкого с 1997 г. значения в 25% (рис.4). Однако, Nokia остается крупнейшим производителем мобильных устройств в мире.

В свою очередь, Apple увеличила продажи на 8613,1 тыс.шт. или на 104,15% до 16883,2 тыс. устройств за счет увеличения продаж смартфонов iPhone, заняв четвертое место с долей рынка 4%.

Высокие результаты также показала HTC. За год темп прироста продаж составил 175,68%, продажи увеличились на 5935,1 тыс. шт. - с 3378 тыс. устройств в I квартале 2010 г. до 9314 тыс. штук в I квартале 2011 года. В результате доля на мировом рынке мобильных аппаратов выросла с 1% до 2%, позволив занять седьмое место.

Среди компаний, которые увеличили свою долю рынка до 2% также ZTE и Huawei.

Объем продаж Samsung в I квартале вырос на 6% и составил 68782 тыс. штук, но рыночная доля снизилась с 18 до 16%.

Третьей по объему продаж осталась LG — 23997 тыс. штук, хотя объемы продаж снизились по сравнению с I кварталом 2010 г. на 3192,9 тыс. шт. или 11,74%.

Продажи Motorola и Sony Ericsson также снизились на 8,2% и 19,73% соответственно.

Таблица 2 - Мировые продажи мобильных терминалов конечным потребителям в I кв. 2010, I кв. 2011 г.г. (тыс. шт.)

Компания	Продажи в I кв. 2010	Продажи в I кв. 2011	Изменения в абсол. выражении	Темпы прироста/падения, %
Nokia	110105,4	107556,1	-2549,3	-2,32
Samsung	64897,1	68782	3884,9	5,99
LG	27190,1	23997,2	-3192,9	-11,74
Apple	8270,1	16883,2	8613,1	104,15
RIM	10752,5	13004	2251,5	20,94
ZTE	6104,3	9826,8	3722,5	60,98
HTC	3378,4	9313,5	5935,1	175,68
Motorola	9574,5	8789,7	-784,8	-8,20
Sone Ericsson	9865,7	7919,4	-1946,3	-19,73
Huawei				
Technologies	5236,1	7002,9	1766,8	33,74
Прочие	104230,3	154770,9	50540,6	48,49
Всего	359605	427846	68241	18,98

Источник: www.torgrus.com, расчеты FIVEX ANALYTICS GROUP

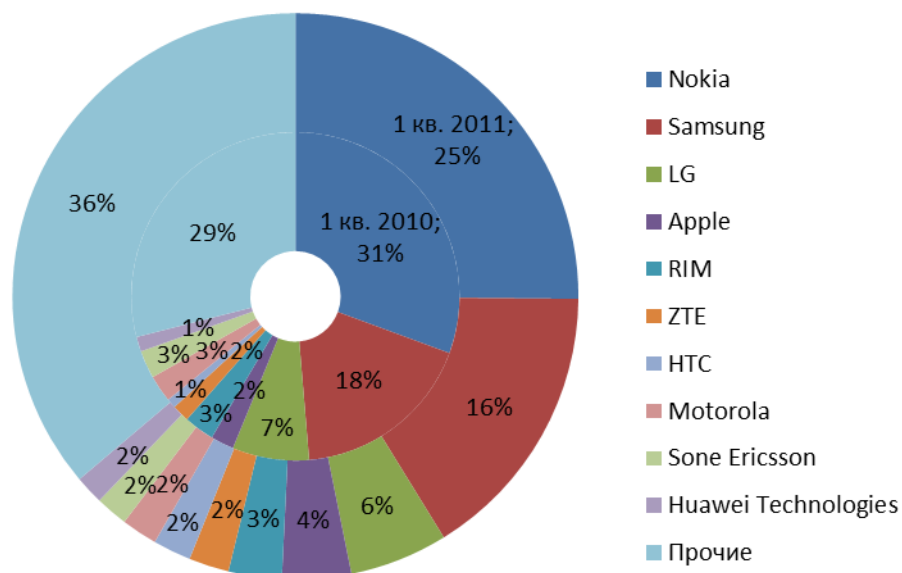


Рис. 4 – Структура мировых продаж мобильных терминалов конечным потребителям в I кв. 2010, I кв. 2011 г.г. (%)

Источник: www.torgrus.com; расчеты FIVEX ANALYTICS GROUP

Увеличение квартального объема продаж на 20% позволило RIM сохранить свою долю рынка на уровне I квартала прошлого года — 3%.

Темпы роста продаж смартфонов опережают рынок. В I квартале 2011 г. продажи смартфонов выросли на 85%, а их доля в общем объеме продаж сотовых телефонов составила 23,6%.

Мировой объем продаж смартфонов в 2011 г. по сравнению с 2010 г., по прогнозу, вырастет в 1,5 раза - до 472 млн. аппаратов.

По типам операционной системы рынок смартфонов по итогам I квартала 2011 г. распределился следующим образом: Android — 36%, Symbian — 27%, IOS — 17%, BlackBerry — 13%, Microsoft — 4%. При этом доля смартфонов на платформе Android выросла более чем в 3,5 раза (рис.5).

Абсолютным рекордсменом по росту продаж за 2010 г. стали смартфоны с системой Android OS от Google, которые начали представлять основную угрозу позициям Nokia. В I квартале 2011 г. в мире было продано 36267 тыс. смартфонов на платформе Android - почти в 7 раз или на 593,91% больше в сравнении с I кварталом 2010 г., когда было продано 5226 тыс. устройств. Доля операционной

системы в сегменте смартфонов выросла с 10% до 36% (табл.3, рис.5). На этой платформе работают устройства от Samsung, HTC, Motorola, Sony Ericsson и LG.

Таблица 3 - Мировые продажи смартфонов конечным потребителям по платформе в I кв. 2010, I кв. 2011 г.г. (тыс. шт.)

Платформа	Продажи в I кв. 2010	Продажи в I кв. 2011	Изменения в абсол. выражении	Темпы прироста/падения, %
Android	5226,6	36267,8	31041,2	593,91
Symbian	24067,7	27598,5	3530,8	14,67
IOS	8359,7	16883,2	8523,5	101,96
BlackBerry	10752,5	13004	2251,5	20,94
Windows Mobile/Phone	3696,2	3658,7	-37,5	-1,01
Прочие	2402,9	3357,2	954,3	39,71
Всего	54505,5	100769,3	46263,8	84,9

Источник: www.torgrus.com, расчеты FIVEX ANALYTICS GROUP

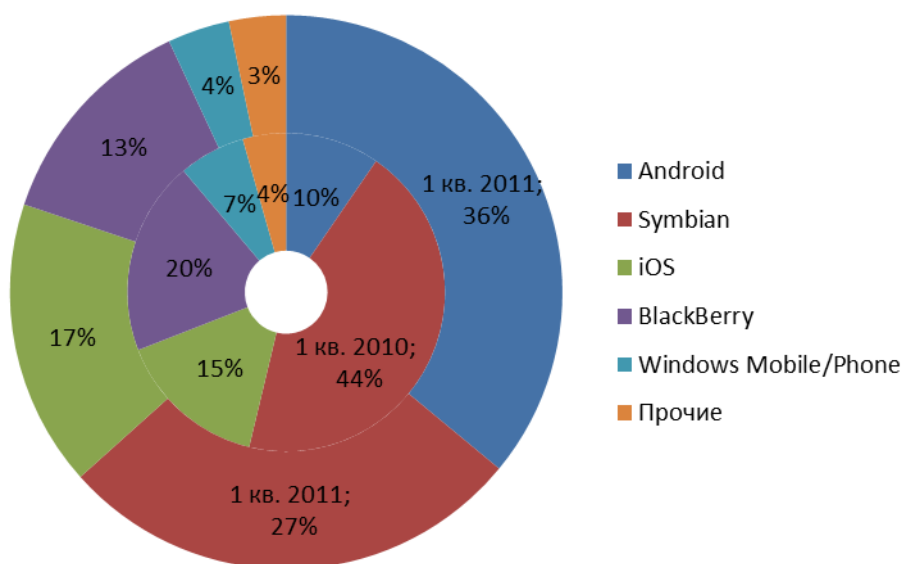


Рис. 5 - Мировые продажи смартфонов конечным потребителям по платформе в I кв. 2010, I кв. 2011 г.г. (%)

Источник: www.torgrus.com; расчеты FIVEX ANALYTICS GROUP

Доля Symbian сократилась с 44% до 27%, а в абсолютном выражении продажи увеличились на 3530,8 тыс. шт. или на 14,67% до 27598,5 тыс. устройств.

Значительно сократились доли платформ BlackBerry и Windows Mobile/Phone - с 20% до 13% и с 7% до 4% соответственно.

Доля IOS выросла с 15% до 17%.

В I квартале 2011 г. в мире было продано 3658,7 тыс. устройств на базе Windows Phone, что на 1,01% меньше, чем в I квартале 2010 г. Поскольку данная платформа, появившаяся на рынке в конце 2010 г., не вызвала интереса у потребителей, операторы не уделяют ей достаточное внимание и продолжают концентрироваться на более привлекательной с их точки зрения Android. Однако ожидается, что в долгосрочной перспективе сотрудничество Microsoft с Nokia будет результативным и доля Windows Phone вырастет.

Во II квартале 2011 г. Apple и Samsung опередили Nokia по мировым продажам смартфонов. Таким образом, корейской компанией Samsung было продано 17,3 млн. смартфонов по сравнению с первым кварталом (в I квартале – 10,8 млн. шт.) (смартфоны с системой Android). Продажи компании Apple во II квартале 2011 г. составили 20,3 млн. смартфонов по сравнению с 18,7 млн. в I квартале.

Корпорация Nokia во II квартале 2011 г. переместилась на третье место с объемом продаж смартфонов 16,7 млн. шт. (в I квартале – 24,2 млн.шт.).

RIM переместилась с третьего на четвертое место.

Источник: finance.yahoo.com

Рынок мобильных телефонов в Западной Европе

В I квартале 2011 г. в Западной Европе лидером по продажам мобильных телефонов стала компания Samsung. В абсолютном выражении продажи телефонов выросли на 5,6%. Рост Samsung

начался еще в прошлые годы и не связан с потерей рынка Nokia (10%) (табл.4).

В I квартале 2011 г. доля Samsung составила 29,3%, доля Nokia – 28,0%. По сравнению с I кв. 2010 г. Nokia потеряла 4,6% рынка (рис.6).

Табл. 4 – Продажи мобильных телефонов в Западной Европе в I кв. 2010 г., I кв. 2011 г. (млн. шт.)

Компания	I кв. 2010 г.	I кв. 2011 г.	Изменения в абсол. выражении	Темпы прироста/падения, %
Samsung	12,5	13,2	0,7	5,60
Nokia	14	12,6	-1,4	-10,00
Apple	3	4,4	1,4	46,67
Research in Motion	2,4	3,5	1,1	45,83
HTC	0,9	3,5	2,6	288,89
Другие	10,1	7,8	-2,3	-22,77
Всего	42,9	45,0	2,1	4,90

Источник: *www.mobile-review.com*, расчеты FIVEX ANALYTICS GROUP

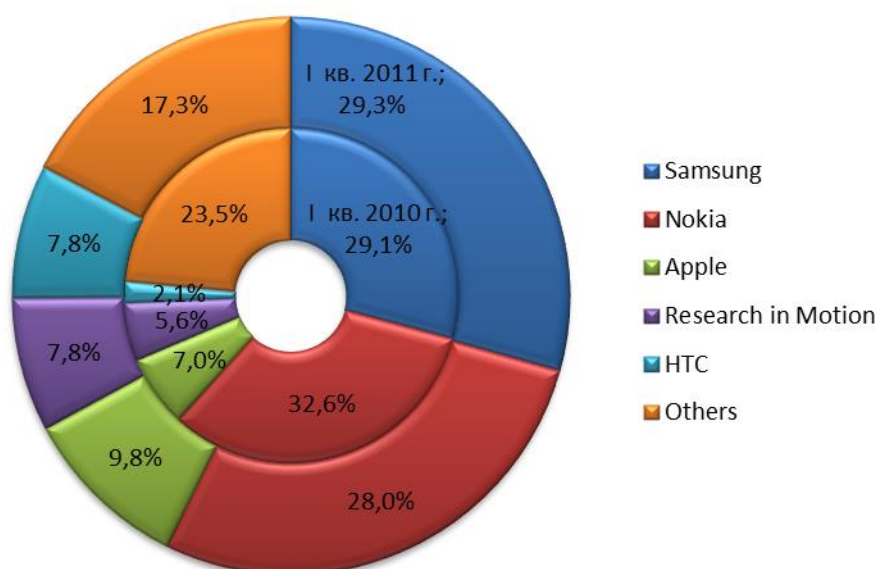


Рис. 6 – Структура продаж мобильных телефонов в Западной Европе в I кв. 2010 г., I кв. 2011 г. (%)

Источник: *www.mobile-review.com*; расчеты FIVEX ANALYTICS GROUP

В сегменте смартфонов в I квартале 2011 г. лидером остается Apple с объемом продаж 4,4 млн. шт (на 1,4 млн. шт. или 46,67% больше, чем в I кв. 2010 г.). Продажи смартфонов Nokia сегодня строятся только на основе низких цен. Даже в абсолютных числах Nokia сократила продажи на 0,7 млн. шт. или 14,29% (табл.5).

При росте рынка смартфонов пользу из этого смогли извлечь такие компании как Samsung (в абсолютном выражении рост составил 766,67%), HTC (288,89%), а также производители второго эшелона, их продажи выросли на 400%.

**Табл. 5 – Продажи смартфонов в Западной Европе
в I кв. 2010 г., I кв. 2011 г. (млн. шт.)**

Компания	I кв. 2010 г.	I кв. 2011 г.	Изменения в абсол. выражении	Темпы прироста/ падения, %
Apple	3	4,4	1,4	46,67
Nokia	4,9	4,2	-0,7	-14,29
Research in Motion	2,4	3,5	1,1	45,83
HTC	0,9	3,5	2,6	288,89
Samsung	0,3	2,6	2,3	766,67
Другие	0,6	3	2,4	400,00
Всего	12,1	21,2	9,1	75,21

Источник: www.mobile-review.com, расчеты FIVEX ANALYTICS GROUP

В I квартале 2011 г. доля Apple в структуре продаж смартфонов в Западной Европе составила 20,8% (на 4% меньше, чем в I квартале 2010 г.). Доля Nokia уменьшилась на 20,7% по сравнению с I кварталом 2010 г. Доли Samsung и HTC увеличились на 9,8% и 9,1% соответственно (рис.7).

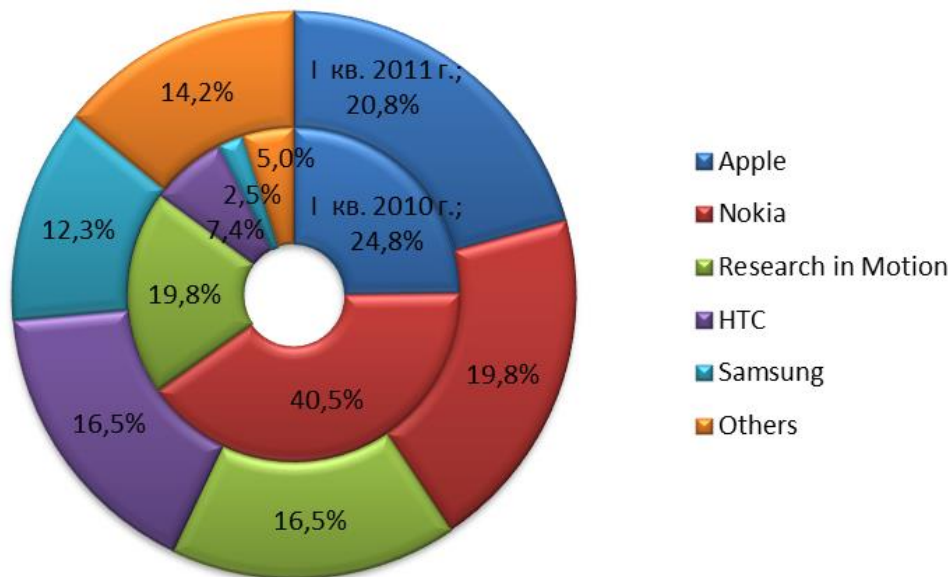


Рис. 7 – Структура продаж смартфонов в Западной Европе в I кв. 2010 г., I кв. 2011 г. (%)

Источник: www.mobile-review.com; расчеты FIVEX ANALYTICS GROUP

Украинский рынок

На украинский рынок Nokia вышла в начале 90-х годов. Компания поставляла оборудование и мобильные телефоны, работавшие по технологии NMT (Nordic Mobile Telephony), которая базировалась на разработках Nokia. Уже через три года фирма стала поставлять на рынок Украины аппараты для работы в новом стандарте — GSM (Global System for Mobile Communications). На сегодняшний день Nokia — лидер украинского рынка мобильных телефонов. Успешно развивается и продажа телекоммуникационного оборудования.

Структура реализации мобильных телефонов и смартфонов в Украине в 2010 г. представлена на рис.8.

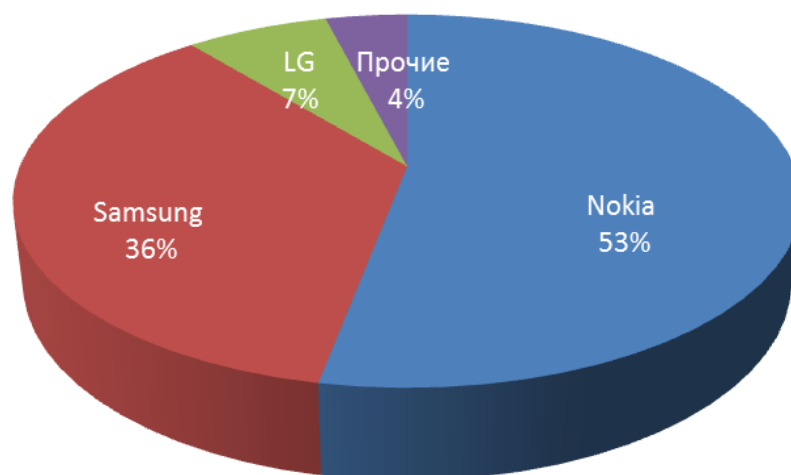


Рис. 8 – Структура объемов продаж мобильных телефонов и смартфонов в Украине за 2010 г. (%)

Источник: itnews.com.ua

За 2010 г. в Украине было реализовано около 8,7 млн. мобильных телефонов и смартфонов. В денежном выражении рынок составил порядка 8,01 млрд. грн. (средняя цена устройства 920 грн.).

В тройку лидеров продаж телефонов и смартфонов (в количественном выражении) вошли Nokia с долей 53%, Samsung – 36% и LG – 7%. Суммарная доля других производителей составила 4% (рис.8).

В структуре продаж в количественном выражении 14% устройств относятся к классу смартфонов. В денежном выражении смартфоны заняли 27% (средняя цена реализации составила 1810 грн., при этом средняя цена мобильных телефонов была на уровне 780 грн.).

По типу установленных в смартфонах операционных систем первое место сохранила Symbian с долей 86% (рис.9).

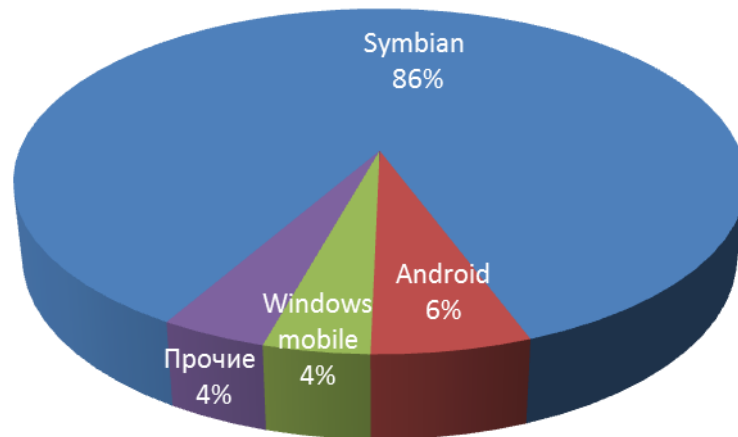


Рис. 9 - Продажи смартфонов в Украине по типу операционной системы в количественном выражении в 2010 г. (%)

Источник: itnews.com.ua

В 2010 году в Украине, как и на мировом рынке, активно укрепила свои позиции операционная система Android. По итогам года данная операционная система была установлена более чем на 6% смартфонов. По прогнозам экспертов в 2011 году этот показатель может вырасти до 20-25%.

Доля же Windows mobile в минувшем году составила 4%.

По прогнозам специалистов в 2011 году рынок мобильных телефонов и смартфонов составит порядка 9 млн. устройств, при этом доля смартфонов достигнет 20%.

Источник: itnews.com.ua

В I квартале 2011 г. по отношению к IV кварталу 2010 года импорт мобильных телефонов на территорию Украины сократился на 47%. По сравнению с 1 кварталом 2010 года наблюдается прирост импорта данного вида продукции, темп которого составил 6%.

Экспорт мобильных телефонов в I квартале 2011 г. по отношению к IV кварталу 2010 года сократился на 74%. Вместе с тем по сравнению с аналогичным периодом 2010 г. данный показатель увеличился более чем в 2,5 раза (табл.6).

Производство мобильных телефонов на территории Украины не осуществляется.

Таблица 6 - Темп прироста импорта и экспорта мобильных телефонов в Украине (%)

Показатели	Темп прироста, %	
	I квартал 2011 / IV квартал 2010	I квартал 2011 / I квартал 2010
Импорт	-47	6
Экспорт	-74	158

Источник: www.souz-inform.com.ua

Российский рынок

Во II квартале 2011 г. доля Nokia на российском рынке смартфонов продолжает падать. Если смотреть поквартально, начиная с IV квартала 2010 г., динамика такая: 57, 52, 41% — в денежном выражении и 71, 65, 52% — в натуральном выражении (в штуках) (рис.10).

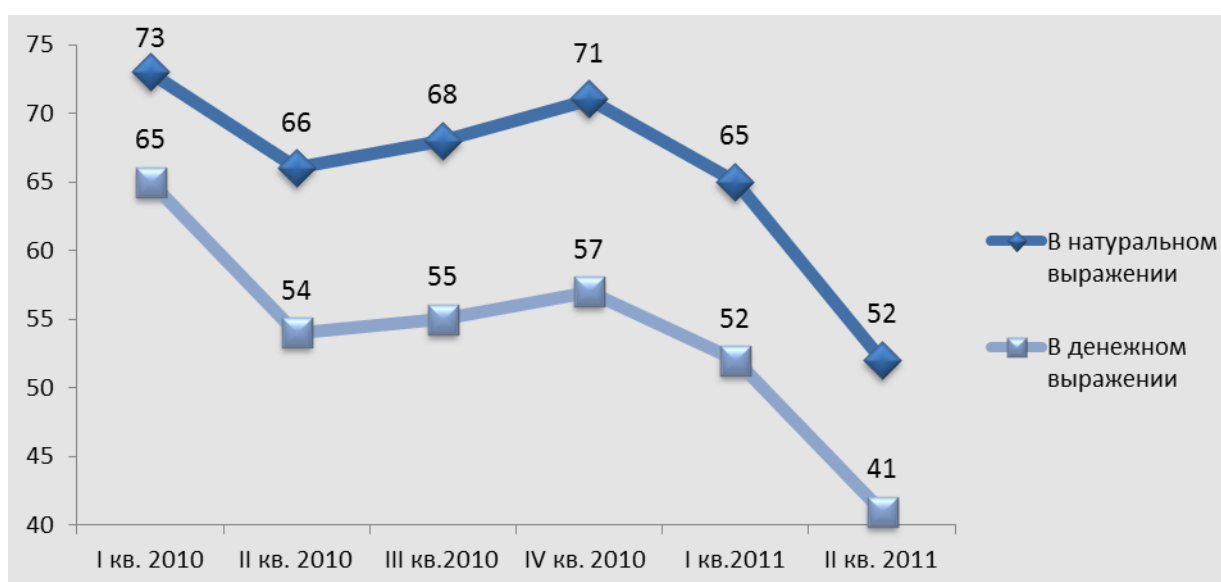


Рис. 10 - Доля Nokia на российском рынке смартфонов в I кв. 2010 г. – II кв. 2011 г. (%)

Источник: www.vedomosti.ru

В первом полугодии 2011 г. в России продано 1,47 млн. смартфонов Nokia (3,6% мировых продаж), а iPhone — на порядок меньше, всего 0,13 млн.

Рынок смартфонов США

Во II квартале 2011 г. на рынке смартфонов США продолжает лидировать операционная система Android от Google. Доля Android составляет 39% рынка. IOS от Apple занимает второе место с долей 28%, что на 2% больше, чем в феврале-апреле 2011 г.

Доля Black Berry компании RIM составляет 20% (на 3% меньше, чем в феврале-апреле 2011 г.). Доля Nokia с операционной системой Symbian составляет всего 2% (рис.11).

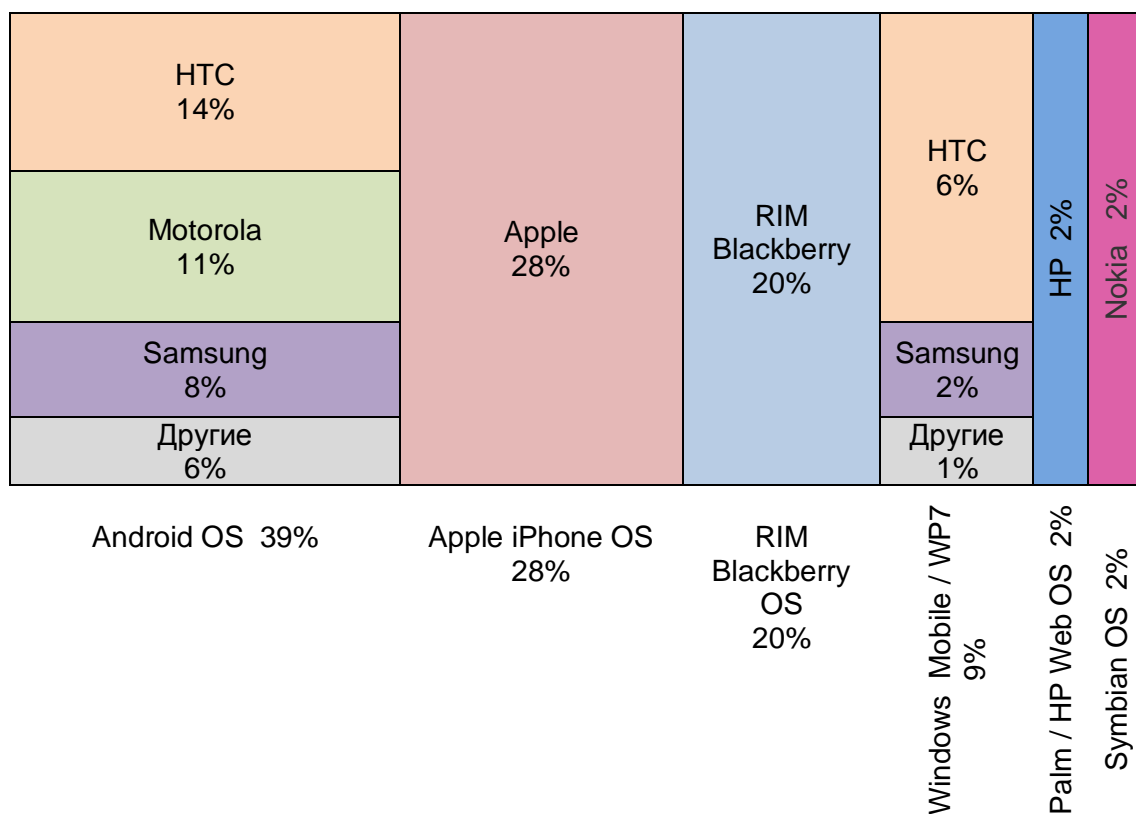


Рис.11 – Структура рынка мобильных телефонов в США по типу операционной системы, %

Источник: *allthingsd.com*

2.2. Анализ уровня конкуренции корпорации Nokia в отрасли мобильных коммуникационных технологий

Анализ уровня конкуренции в отрасли будет проводиться по 5 направлениям:

- проникновение в отрасль и на рынок новых конкурентов;
- угроза появления на рынке товаров-заменителей (субститутов), производимых по другой технологии;
- возможности покупателей (клиентов);
- возможности поставщиков;
- конкуренция между фирмами, которые действуют и укрепились в отрасли (рис.12).

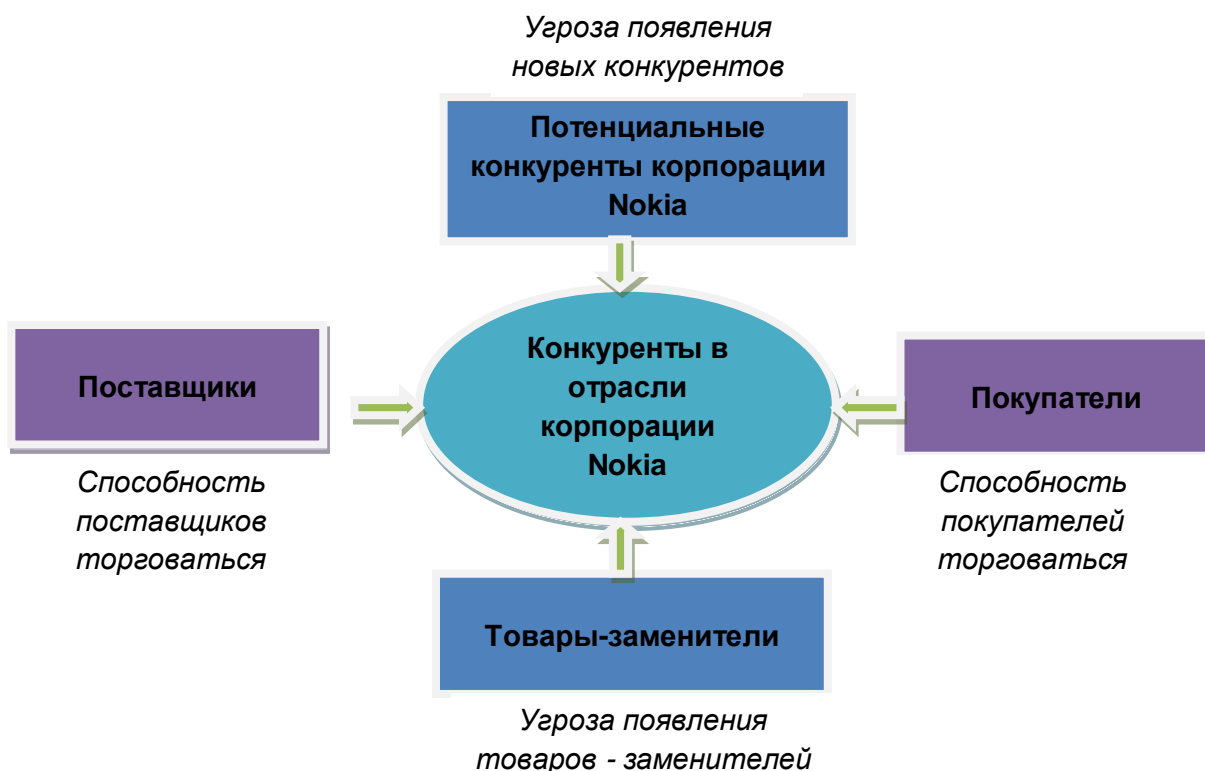


Рис.12 - Пять сил конкуренции по М. Портеру

2.2.1. Потенциальные конкуренты в отрасли

Угроза появления новых конкурентов на рынке мобильных коммуникационных технологий незначительна, поскольку:

- в отрасли уже действует значительное число крупных компаний-конкурентов;
- продолжается рецессия в ряде стран и изменяются экономические условия (повышаются процентные ставки, растет потребительский долг, повышается безработица, увеличиваются затраты на обслуживание и др.), неблагоприятно воздействующие на уровень спроса на продукцию отрасли, что снижает вероятность появления новых конкурентов;
- высокие входные барьеры в отрасль (обязательно получение лицензии).

В отрасли возможно появление компаний, которые уже хорошо зарекомендовали себя в качестве производителей других категорий потребительской электроники. Появление их в мобильной индустрии объясняется расширением предложения, поиском новой пользовательской аудитории.

Также компании проникают на мобильный рынок, например, за счет слияний и поглощений прочих игроков.

2.2.2. Конкуренция товаров-заменителей

Корпорация Nokia производит мобильные терминалы (классические мобильные телефоны, мультимедийные компьютеры Nseries, аппараты для бизнес-пользователей Eseries), а также

оборудование для операторов сотовой и фиксированной связи (подразделение Networks).

Конкуренция товаров (услуг) - заменителей на данном этапе развития рынка незначительна. Однако с развитием новых технологий, ускоряющих процесс передачи данных, удешевляющих их установку, улучшающих качество связи в труднодоступных местах (например, в местах без GSM и CDMA покрытия) и т. д., конкуренция в ближайшее время может усилиться.

В качестве товара-заменителя в отрасли мобильных коммуникационных технологий может выступать бесплатное программное обеспечение Skype, обеспечивающее шифрованную голосовую связь через Интернет между компьютерами. Программа также позволяет совершать конференц-звонки, видеозвонки, а также обеспечивает передачу текстовых сообщений (чат) и передачу файлов.

2.2.3. Покупатели продукции корпорации Nokia

Между компаниями, предлагающими аналогичную продукцию, постоянно идет борьба за клиентов, ежегодно увеличиваются объемы и виды предлагаемых услуг. Компания имеет один миллиард клиентов (*Источник: www.nokia.com*).

Чистые продажи корпорации Nokia в разрезе регионов за 2010 г. в % представлены на рис.13.

В 2010 г. больше всего продукции было продано в Европе (35% от общего объема продаж), Азиатско-тихоокеанском регионе (21%), Китае (19%), Ближнем Востоке и Африке (13%).



Рис. 13 - Чистые продажи корпорации Nokia по регионам за 2010 г., %

Источник: www.nokia.com

Чистые продажи корпорации Nokia по странам представлены в табл. 7 и на рис.14. Общая сумма продаж в 2010 г. увеличилась на 1462 млн. евро (на 3,57%) и составила 42446 млн.евро.

Таблица 7 - Чистые продажи корпорации Nokia по странам за 2008 – 2010 г.г., млн. евро.

Страна	2008	%	2009	%	2010	%	Изменения 2009/2008			Изменения 2010/2009		
							в абсол. выраж.	в уд. весе	Темп прироста/падения, %	в абсол. выраж.	в уд. весе	Темп прироста/падения, %
Финляндия	362	0,71	390	0,95	371	0,87	28	0,24	7,73	-19	-0,08	-4,87
Китай	5916	11,67	5990	14,62	7149	16,84	74	2,95	1,25	1159	2,23	19,35
Индия	3719	7,33	2809	6,85	2952	6,95	-910	-0,48	-24,47	143	0,10	5,09
Германия	2294	4,52	1733	4,23	2019	4,76	-561	-0,30	-24,46	286	0,53	16,50
Россия	2083	4,11	1528	3,73	1744	4,11	-555	-0,38	-26,64	216	0,38	14,14
США	1907	3,76	1731	4,22	1630	3,84	-176	0,46	-9,23	-101	-0,38	-5,83
Бразилия	1902	3,75	1333	3,25	1506	3,55	-569	-0,50	-29,92	173	0,30	12,98
Великобритания	2382	4,70	1916	4,67	1470	3,46	-466	-0,02	-19,56	-446	-1,21	-23,28
Другие страны	30145	59,45	23554	57,47	23605	55,61	-6591	-1,97	-21,86	51	-1,86	0,22
Всего	50710	100,00	40984	100,00	42446	100,00	-9726		-19,18	1462		3,57

Источник: www.nokia.com, расчеты FIVEX ANALYTICS GROUP

Лидером продаж продукции корпорации Nokia в 2008 – 2010 г.г. в разрезе стран был Китай. Сумма продаж ежегодно увеличивалась: в 2009 г. – на 74 млн. евро (или +1,25%), в 2010 г. – на 1159 млн. евро (или +19,35%). В 2009 г. рост продаж также наблюдался в Финляндии (на 28 млн. евро или 7,73%). В остальных странах отмечается падение продаж.

В 2010 г. увеличение продаж наблюдалось в Индии (на 143 млн. евро или +5,09%), Германии (на 286 млн. евро или +16,5%), России (на 216 млн. евро или +14,14%), Бразилии (на 173 млн. евро или +12,98%), других странах (на 51 млн. евро или +0,22%). Обратная тенденция наблюдалась в Финляндии, США и Великобритании. Темпы падения составили: 19 млн. евро (или -4,87%), 101 млн. евро (или -5,83%) и 446 млн. евро (или -23,28%) соответственно.

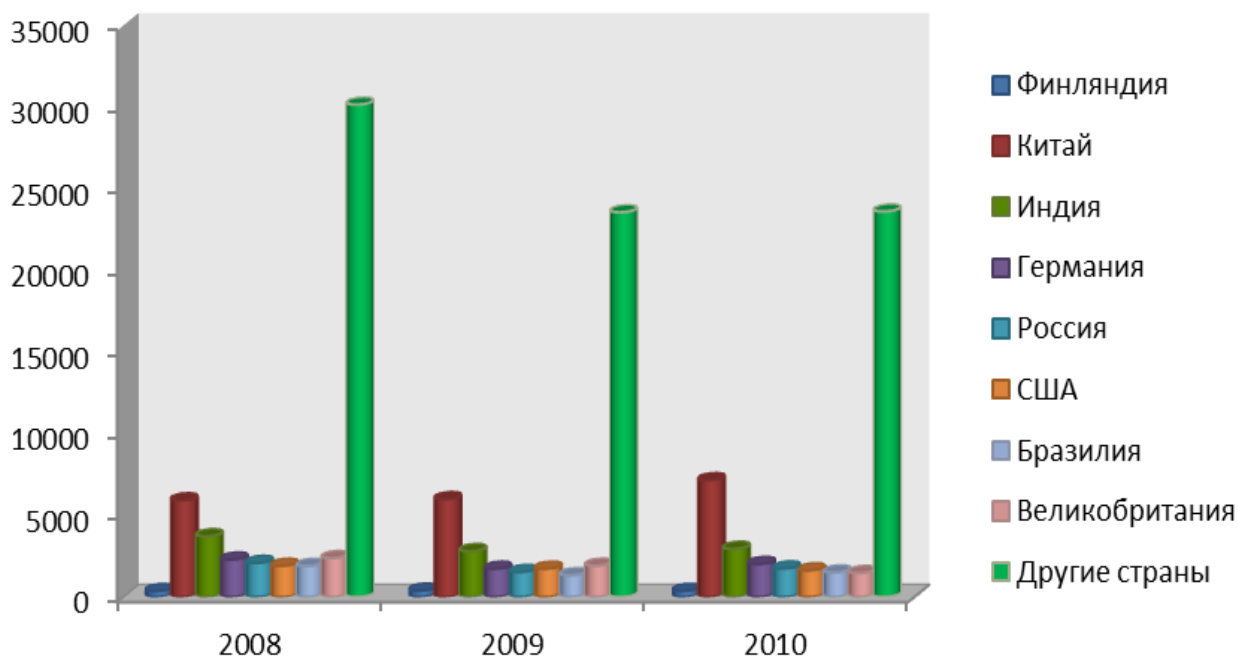


Рис. 14 - Чистые продажи корпорации Nokia по странам за 2008 – 2010 г.г., млн. евро.

Источник: www.nokia.com; www.mn.ru/newspaper_economics

Однако, в начале 2011 г. компании Nokia еще удастся держать мировое лидерство по продажам мобильных телефонов, но в этом

сегменте ее доля начала снижаться. Nokia начала терять позиции на рынках Китая и Европы. Продажи мобильных устройств также существенно упали в Азиатско-Тихоокеанском регионе, странах Среднего Востока, Африки. А в Китае популярность телефонов Nokia снизилась более чем вдвое. Рост продаж можно наблюдать лишь в странах Северной и Латинской Америки.

В апреле — июне 2011 г. выручка финского производителя сократилась на 7%, до 9,3 млрд. евро, операционные убытки корпорации составили 487 млн. евро., тогда как в прошлом году она получила прибыль в размере 295 млн. евро. В I квартале 2011 года у Nokia было 439 млн. евро прибыли.

В апреле — июне 2011 г. компания отгрузила 88,5 млн. мобильных устройств. Годом ранее соответствующий показатель составлял 111 млн., а в I квартале — 108,5 млн. Продажи смартфонов и вовсе сократились на 34%, до 16,7 млн. единиц. Снижение спроса на аппараты Nokia зафиксировано в Европе (-30%), Китае (-41%), Северной Америке (-42%), рост на 10% наблюдался только в Латинской Америке.

Источник: mob.ua/news/tag/nokia/p2/

Качество является основополагающим элементом бренда Nokia.

Главная цель корпорации – предлагать самые лучшие продукты и услуги в отрасли, работать с наиболее лояльными клиентами, используя наиболее эффективные методы работы.

Качество состоит в том, чтобы удовлетворять и превосходить ожидания клиентов. В Nokia качество рассматривается целостно и как неотъемлемая часть управления бизнесом. Качество продуктов и взаимоотношений с клиентами зависит от качества процессов, которые в свою очередь тесно связаны с качеством управления.

Качество и надежность продуктов и услуг Nokia являются наиболее важными факторами, ведущими к удовлетворению и

лояльности клиентов. Разработка продуктов хорошего качества начинается с понимания требований клиентов и создания лучшего опыта у пользователей. Вся цепь, начиная от поставщиков, через R&D, операционную деятельность, продажи и дистрибуцию влияет на конечный результат – каждый в этой цепи выполняет свою роль в достижении качества.

Постоянное улучшение качества – важная составляющая процесса управления в корпорации.

2.2.4. Анализ поставщиков компании

Риск со стороны поставщиков оборудования, комплектующих и других материалов для производства продукции низкий, поскольку корпорация Nokia является ведущим мировым производителем в отрасли мобильных коммуникационных технологий. Nokia очень строго следует своей стратегии в выборе поставщиков. Обычно проходит не менее 1-2 лет, прежде чем компания оформляет с поставщиком долгосрочный контракт. В этот период компания проверяет качество поставляемых компонентов, сервис и конкурентоспособность компании-партнера.

Компания Nokia выпускает мобильные устройства для всех основных стандартов мобильной связи, включая GSM, CDMA и UMTS. У предприятия имеется 15 фабрик, расположенных в Финляндии, Китае, Бразилии, Великобритании и др. Также Nokia занимается продажей медиа-контента через мобильный сервис Ovi.

Nokia Siemens Networks, дочерняя компания Nokia, является важным производителем телекоммуникационного оборудования и ИТ-решений. Предприятие ведёт серьёзную научно-исследовательскую

работу: на декабрь 2009 года в исследовательских центрах Nokia, расположенных в 16 странах, были заняты 37 тыс. человек.

Компании Nokia, Sony Ericsson и некоторые другие оснащают свои смартфоны системой Symbian OS. Данная операционная система разрабатывается консорциумом Symbian, основанным в июне 1998 г. компаниями: Psion, Nokia, Ericsson и Motorola. Позже к консорциуму присоединились компании: Sony Ericsson, Siemens, Panasonic, Fujitsu, Samsung, Sony, Sharp и Sanyo. В июне 2008 г. компании Nokia, Sony Ericsson, Motorola и NTT DOCOMO заявили об объединении Symbian OS, S60, UIQ и MOAP(S) с целью создания единой открытой мобильной платформы. Вместе с компаниями AT&T, LG Electronics, Samsung Electronics, STMicroelectronics, Texas Instruments и Vodafone была создана некоммерческая организация Symbian Foundation. Nokia купила оставшиеся не принадлежащие ей акции Symbian Ltd. На данный момент Symbian Foundation насчитывает 40 компаний. Основными конкурентами Symbian OS являются операционная система Microsoft Windows Mobile (Pocket PC Edition и Smartphone Edition) и операционная система Google Android.

В ближайшем будущем Nokia прекратит продажи Symbian-смартфонов и обычных сотовых телефонов, построенных на платформе Series 40, сначала на территории США и Канады, а затем в других регионах, что обусловлено заключенным договором с компанией Microsoft.

2.2.5. Конкуренты корпорации Nokia

Мировой рынок мобильных телефонов переживает период острейшей конкуренции основных игроков. Ведущие компании активизируют усилия по наращиванию доли рынка.

Абсолютным рекордсменом по росту продаж в 2010 году стали смартфоны с системой Android OS от Google, которые начали представлять основную угрозу позициям Nokia.

Корпорация Nokia занимает ведущую позицию в отрасли мобильных коммуникационных технологий. Однако, во II квартале 2011 г. ее поставки сократились на 20,3% по сравнению с прошлым годом — с 111,1 млн. до 88,5 млн. телефонов. Nokia растеряла позиции на рынках Китая и Европы, продажи мобильных устройств также существенно упали в Азиатско-Тихоокеанском регионе, странах Среднего Востока и Африки.

Основные конкуренты корпорации Nokia: Apple Inc., Samsung Electronics, LG Corp., Research In Motion (RIM), ZTE, HTC, Motorola Mobility Inc., Sony Ericsson, Huawei Technologies.

В июле 2011 г. Nokia уступила звание крупнейшего в мире производителя смартфонов компании – конкуренту Apple, а в конце того же месяца и компании Samsung. Корпорация Nokia во II квартале 2011 г. переместилась на третье место с объемом продаж смартфонов 16,7 млн. шт. (в I квартале – 24,2 млн.шт.).

Сравнивая выручку Nokia и Apple за I квартал 2010 г. и 2011г., несмотря на популярность продукции Apple, выручка Nokia растет значительно быстрее. Это может быть связано как с популярностью Nokia в более дешевом сегменте рынка, так и с возможным перенасыщением продукции Apple на рынке мобильных устройств. В любом случае, данные указывают на финансовую стабильность финской компании.

Во II квартале 2011 г. Nokia продала 16,7 млн. смартфонов, а Apple — на 3,64 млн. больше (20,34 млн. шт.). Ее выручка составила 9,2 млрд. евро — на 11% меньше, чем кварталом раньше, операционные убытки — 487 млн. евро (рис.15).

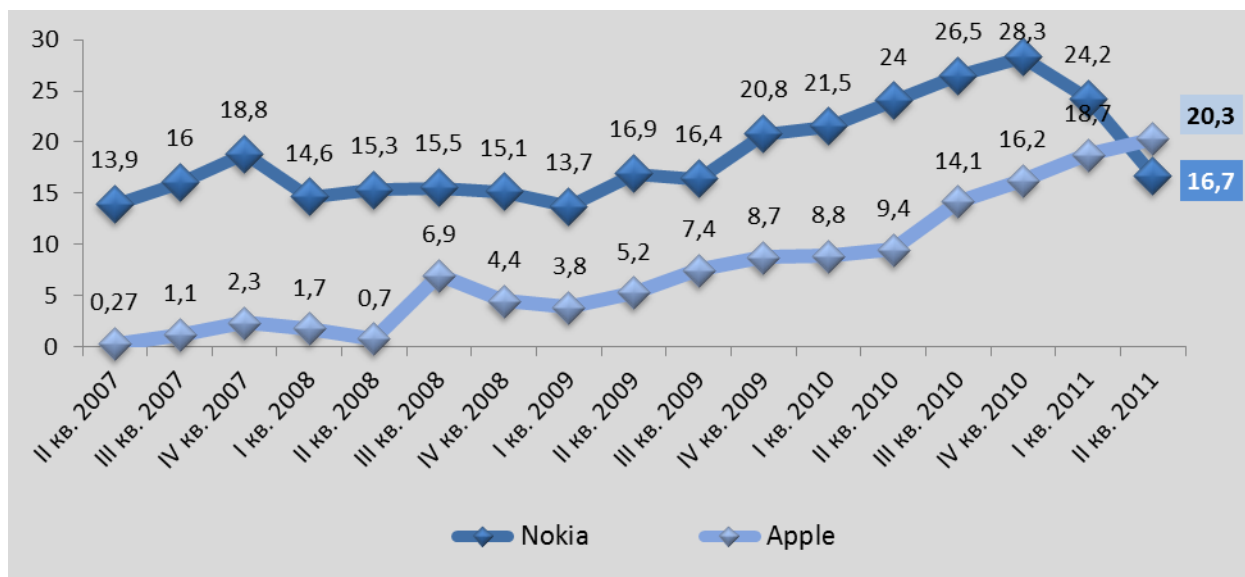


Рис.15 – Продажи смартфонов компаний Nokia и Apple в 2007 – 2011 г.г., млн.шт.

Источник: www.vedomosti.ru

На фоне снижения доли на рынке руководство Nokia приняло решение отказаться от использования операционной системы Symbian и переходе на операционную систему Windows Phone 7 от Microsoft.

Nokia планирует расширить свою клиентскую базу в Азии и других развивающихся регионах за счет более низкой цены, где 90-95% населения не может себе позволить iPhone.

По прогнозам к 2013 г. Nokia снизит свои затраты на 1,5 млрд. долларов - в основном, за счет сокращений персонала. Кроме того, Nokia выиграла дело против Apple, в результате чего Apple должна выплачивать Nokia 2% от своей выручки по продаже iPhone и iPad. До конца 2011 г. Apple выплатит 858 млн. долларов, а до конца 2012 г. - еще 316 млн. долларов, что составляет 17% от прибыли Nokia в 2010г.

В связи с перечисленными факторами, в среднесрочной и долгосрочной перспективе есть все основания ожидать роста прибыли Nokia. *Источник: obozrevatel.com; www.torgrus.com; www.mn.ru*

На мировом рынке мобильных телефонов также действует много более мелких производителей. Однако, пользователи менее охотно покупают телефоны данных компаний. Это обусловлено разными причинами, такими как неизвестность торговой марки, опасения за качество аппаратов, нередко – недостаточные маркетинговые вливания при продвижении продуктов. В результате рыночная доля компаний не превышает нескольких процентов.

В некоторых моделях, разрабатываемых небольшими компаниями, есть ряд функций, благодаря которым производители получают конкурентное преимущество по сравнению с более известными компаниями.

Для завоевания потребительских симпатий компании-производители второго эшелона вынуждены использовать более активную маркетинговую компанию, например, прибегать к ценовому демпингу бюджетных телефонов, либо, наоборот, некоей эксклюзивности своих моделей, стремлению представить уникальные функции раньше конкурентов из числа ведущих производителей. Очень часто спешка в выпуске аппаратов сопровождается проблемами с качеством сборки, материалов, программного обеспечения. С тех пор и некоторые не самые дешевые новинки ведущих мировых производителей мобильных телефонов, таких как Nokia, Sony Ericsson, стали страдать низким качеством – люфты корпуса, облезающая краска, нестабильное программное обеспечение ранних прошивок.

Источник: www.mobilelife.ru

Основные конкуренты корпорации Nokia и их финансовые показатели представлены в таблице 8.

Таблица 8 - Основные конкуренты в отрасли и их финансовые показатели за 2010 г.

Компания	Сurrency (валюта)	Earnings per share (Цена на акцию)	P/E ratio	Mkt Cap (Рыноч. капитализация)	Dividend (Дивиденды)	Lt debt to assets (долгоср. обяза-ва к активам)	Total debt to assets (Обязательства к активам)	Lt debt to equity (Долгоср. обязат. к капита-лу)	Return on avg assets (рентабельность активов)	Return on avg equity (рентабельность капитала)	Return on Investment (рентабельность инвестиций)	Revenue (Выручка от реализации)	Net income (Чистая прибыль)	Net profit margin (Чистая прибыль маржа)	Gross margin (маржа)	EBITD margin	Operating margin (Операционная маржа)	EBITDA
Nokia	USD	0,48	10,93	19,95B	0,57	10,84	13,49	29,49	3,59	13,47	6,95	60 803,92	1 923,85	3,16	30,20	9,05	4,88	5 502,24
Apple	USD	25,26	14,79	346,38B	0	0	0	0	22,84	35,28	30,98	65 225,00	14 013,00	21,48	39,38	29,62	28,19	19 317,00
Samsung	USD	24,48	8,18		0,70			3,54	11,87	15,78	17,49			9,52	32,66	17,30	10,09	
Samsung	KRW trillion											154,6	16,1					28,7
RIM	USD	6,30	3,71	12,26B	0	0	0	0	29,56	41,24	40,09	19 907,00	3 411,00	17,13	44,33	28,06	23,37	5 585,00
LG	KRW bn												1,282					1,474
ZTE	HKD	1,15	18,56	73,62	0,30	12,22	24,99	45,24	4,49	16,28	11,55	85 076,49	4 209,37	4,95	30,83	8,41	7,18	7 151,75
HTC	TWD	57,27	13,93	676,91B	35,24	0,01	0,01	0,02	25,51	56,33	56,29	278 761,30	39 514,84	14,18	29,83	16,18	15,82	45 101,72
Motorola	USD	-0,31	-	6,69B	0	1,55	1,55	5,54	-1,31	-4,73	-3,25	11 460,00	-79,00	-0,69	25,87	2,58	0,58	296,00
Sony Ericsson	USD	0,73	15,71	37,54B	0,36	9,56	10,92	18,58	4,07	7,82	6,13	32 086,47	1 772,78	5,53	36,52	13,16	8,09	4 221,38
Huawei Technologies	CNY Million											4,135	1,676		41,9		15,8	

Источник: www.google.com/finance; www.samsung.com; www.lg.com;

Финансовые показатели основных компаний - конкурентов корпорации Nokia

1. Apple Inc.

Apple Inc. - американская корпорация, производитель персональных и планшетных компьютеров, аудиоплееров, телефонов, программного обеспечения.

Таблица 9 - Основные финансовые показатели
компании Apple Inc. (млрд. дол.)

	2008	2009	2010
Net sales (Выручка от реализации)	37,49	42,91	65,23
В т.ч. iPhone и связанные с ним продукты и услуги	6,74	13,03	25,18
Net income (Чистая прибыль)	6,12	8,24	14,01
Operating income (Операционная прибыль)	8,33	11,74	18,39
Total assets (Активы)	36,17	47,50	75,18
Total liabilities (Обязательства)	13,87	15,86	27,39
Total equity (Собственный капитал)	22,30	31,64	47,79
Рентабельность активов (ROA)	16,92	17,35	18,64
Рентабельность капитала (ROE)	27,44	26,04	29,32

Источник: www.apple.com; расчеты FIVEX ANALYTICS GROUP

Чистая сумма продаж в течение 2010 г. увеличилась на 22,3 млрд. дол. или 52 % по сравнению с 2009 г. Чистая сумма продаж iPhone и связанных с ним продуктов и услуг составила 25,2 млрд. дол. в 2010 г. (на 12,1 млрд. дол. или 93 % больше, чем в 2009 г.). Чистая сумма продаж iPhone и связанных с ним продуктов и услуг в 2010 г. составила 39 % полной чистой суммы продаж компании (расчеты FIVEX ANALYTICS GROUP). В 2010 г. продажа iPhone составила 40 млн. штук, что

на 19,3 млн. шт. или 93 % больше по сравнению с 2009 г. Рентабельность активов в течение рассматриваемого периода ежегодно увеличивалась. В динамике рентабельности капитала в 2009 г. наблюдалось небольшое снижение. Но в 2010 г. показатель увеличился.

Apple — публичная компания, её акции торгуются на бирже NASDAQ и Лондонской фондовой бирже. Общее количество выпущенных акций на начало 2011 года составляло 921,28 млн. шт.

В мае 2011 г. торговая марка Apple была признана самым дорогим брендом в мире (с оценкой в 153,3 млрд. дол.) в рейтинге международного исследовательского агентства Millward Brown, а в начале августа 2011 г. Apple стала самой дорогой компанией мира по рыночной капитализации, которая на 10 августа составила 338,8 млрд. дол.

Источник: www.apple.com; www.pcworld.com

2. Samsung Electronics

Samsung Electronics — компания-производитель электроники: полупроводников, телекоммуникационного оборудования, чипов памяти, жидкокристаллических дисплеев, мобильных телефонов и мониторов. Штаб - квартира компании находится в Сеуле (Южная Корея).

Основными направлениями деятельности Samsung Electronics являются: Device Solution («Полупроводники и ЖК-дисплеи»), Digital Media («Цифровые медиатехнологии»), Digital Appliance («Бытовая техника»), а также Telecommunication Network («Информационные технологии и телекоммуникации»).

В 2010 г. компания Samsung Electronics укрепила свое лидерство на рынке. Мировые продажи достигли 280 млн. мобильных телефонов, что на 23 % выше, чем в 2009 г. (227 млн. шт.). В денежном выражении

выручка увеличилась на 16,07 млрд. дол. или на 13,43%, чистая прибыль – на 5,61 млрд. дол. или 65,5% (табл.10, расчеты FIVEX ANALYTICS GROUP).

Таблица 10 – Основные финансовые показатели компании Samsung Electronics (млрд. дол.)

	2008	2009	2010	И кв. 2011
Net sales (Выручка от реализации)	103,94	119,10	135,77	33,40
Net income (Чистая прибыль)	5,05	8,57	14,18	1,26
Operating income (Операционная прибыль)	5,17	9,59	15,19	2,66
	2008	2009	2010	Март 2011
Total assets (Активы)	90,23	101,36	121,29	123,31
Total liabilities (Обязательства)	36,31	38,76	40,59	40,67
Total equity (Собственный капитал)	53,92	62,60	80,70	82,64
Рентабельность активов (ROA)	5,6%	8,5%	11,7%	
Рентабельность капитала (ROE)	9,4%	13,7%	17,6%	

Источник: www.samsung.com; расчеты FIVEX ANALYTICS GROUP

В 2008 – 2010 г.г. наблюдалось постепенное увеличение рентабельности активов и капитала.

Итоговая оценка уровня конкуренции корпорации Nokia в отрасли мобильных коммуникационных технологий представлена на рис.16.

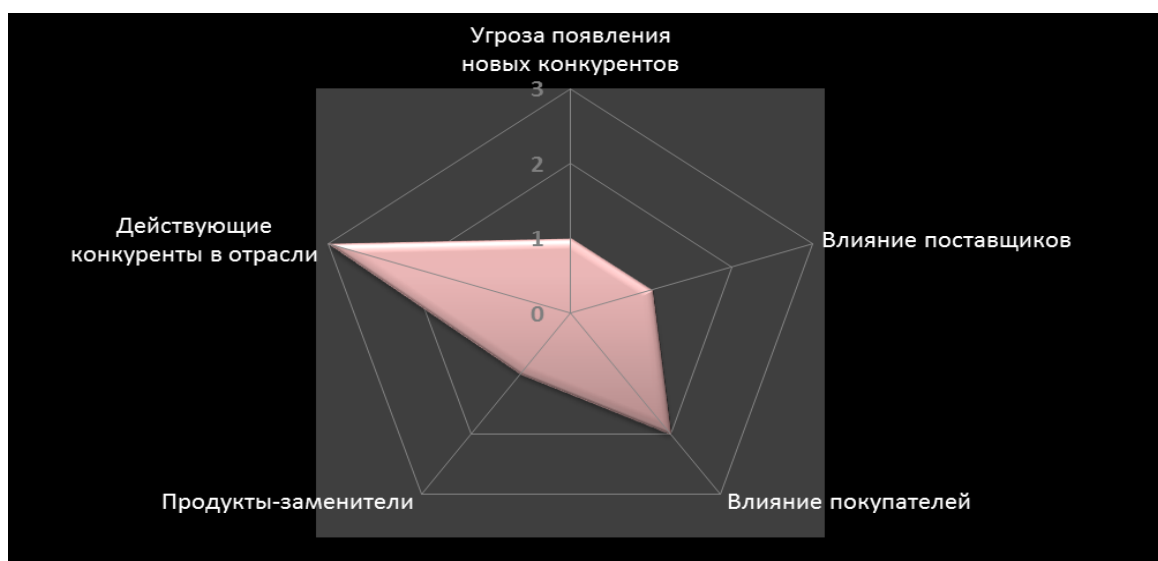


Рис. 16 – Уровень конкуренции в отрасли корпорации Nokia

В целом уровень конкуренции в отрасли мобильных коммуникационных технологий для корпорации Nokia можно оценить на уровне выше среднего за счет влияния действующих в отрасли ведущих компаний, которые активизируют усилия по наращиванию доли рынка.

2.3. Анализ сильных и слабых сторон корпорации Nokia (SWOT – анализ)

Методология SWOT- анализа (SWOT – аббревиатура первых букв английских слов strengths – сильные стороны, weakness – слабые стороны, opportunities – возможности и threats – опасности, угрозы) предполагает сначала выявление сильных и слабых сторон в деятельности организации (внутренние факторы), а также угроз и возможностей со стороны окружающей (внешней) рыночной среды (внешние факторы), а затем – установка взаимосвязей между ними,

которые в дальнейшем используются для формулировки стратегий организации (табл. 11).

Таблица 11 - SWOT – анализ корпорации Nokia

Сильные стороны	Возможности
<p>1. Большой опыт работы. Корпорация Nokia начала работать в области производства телекоммуникационного оборудования с середины 1960-х г.г.</p> <p>2. Является лидером в мире в области мобильных коммуникационных технологий, ведущий поставщик оборудования для мобильных, фиксированных, широкополосных и IP-сетей. Доля компании в мировом объеме продаж мобильных телефонов составляет 25%.</p> <p>3. Одной из причин успеха Nokia является очень широкий спектр моделей телефонов, которые позволяют компании входить на новые рынки и мгновенно обретать популярность, в т.ч. и дешевые модели.</p> <p>4. Первой начала использовать сервисы, продолжительное время претворяя в жизнь концепцию превращения из производителя мобильных устройств в интернет-компанию. Созданный Nokia зонтичный бренд OVI, объединяющий в себе сразу несколько онлайн-сервисов, продемонстрировал успешность такого подхода.</p> <p>5. Крупные вложения в инновации, дизайн, создание новых технологий и анализ тенденций развития рынка сбыта продукции.</p> <p>6. Одним из главных прорывов компании стала разработка удобного меню. Это дало толчок к расширению функциональных возможностей телефона и превращению его уже не в коммуникационное, а информационное устройство.</p> <p>7. Финского производителя выделяет стремление к различным экспериментам, технологическим и дизайнерским. Благодаря совершенному дизайну и простоте в использовании, телефоны Nokia всегда на шаг опережают конкурентов. Разрабатывая каждую новую модель, специалисты компании непрерывно улучшают существующие технологии и внедряют передовые научные достижения.</p> <p>8. Качество является основополагающим элементом бренда Nokia</p>	<p>1. Сохранение и усиление позиции лидера на мировом рынке мобильных коммуникационных технологий.</p> <p>2. Применение новейших технологий и внедрение передовых научных достижений.</p> <p>3. Возможность увеличения части рынка сбыта Nokia за счет перехода на новую платформу Windows Phone 7.</p> <p>4. Сокращение расходов корпорации Nokia с целью улучшения положения на рынке.</p> <p>5. Активная защита интеллектуальной собственности и обеспечение притока лицензионных отчислений от других компаний.</p>

Продолжение таблицы 11

<p>9. Сделка с Microsoft на установку платформы Windows Phone 7 на смартфоны значительно сократит расходы компании, связанные с разработкой нового программного обеспечения и увеличит прибыль</p> <p>10 Диверсификация покупателей. Компания реализовывает свою продукцию в Китае, Европе, США и др. регионах.</p>	
<p style="text-align: center;">Слабые стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Потеря доли рынка смартфонов во II квартале 2011 г. 2. В долгосрочной перспективе платформа Symbian, на которой работают мобильные устройства Nokia, не является достаточно конкурентоспособной на ведущих рынках. 3. Поддержка только одной операционной системы в рамках одной компании. 4. В течение последних лет Nokia планомерно отказывается от собственных разработок в области операционных систем. 5. Снижение возможности Nokia обеспечивать быстрое инновационное развитие. 6. В апреле — июне 2011 г. выручка финского производителя сократилась на 7%, до 9,3 млрд. евро, операционные убытки корпорации составили 487 млн. евро. 7. Для снижения расходов корпорация закрывает фирменные магазины и покидает рынок мобильных телефонов Японии. 8. Снижение капитализации за год почти на 20%. 	<p style="text-align: center;">Угрозы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Риски, связанные с развитием кризисных явлений в мировой экономике 2. Увеличение конкуренции как на рынке мобильных коммуникационных технологий, так и в сегменте смартфонов. 3. Риски, связанные с переходом на новую операционную систему. 4. Опасность ослабления бренда Nokia 5. Риски, связанные с реорганизацией корпорации 6. Риски роста затрат 7. Впервые в мировую пятерку лидеров попала китайская ZTE, продающая в основном бюджетные телефоны на развивающихся рынках, и которая заняла 4 место по поставкам в 2010 г. 8. Рост валютных рисков, связанных с изменениями курсов валют на рынках, где компания реализует свою продукцию. 9. Рост процентных ставок по кредитам. 10. Незаконное использование лицензии Nokia и нарушение авторских прав

Выводы

1. История корпорации Nokia началась в 1865 году. Nokia Corporation – финская транснациональная компания, один из мировых лидеров в области мобильных коммуникационных технологий. Корпорация Nokia производит мобильные терминалы (классические мобильные телефоны, мультимедийные компьютеры Nseries, аппараты для бизнес-пользователей Eseries) и оборудование для операторов сотовой и фиксированной связи (подразделение Networks).

2. Характеристика отрасли мобильных коммуникационных технологий. В I квартале 2011 г. мировые продажи мобильных устройств связи конечным потребителям (мобильных телефонов и смартфонов) выросли на 19% по сравнению с аналогичным периодом 2010 г. до 427,8 млн. шт. Продажи Nokia снизились на 2,3% и составили 107,6 млн. шт. В результате доля компании в общем объеме продаж снизилась до рекордно низкого с 1997 г. значения в 25%. Однако, Nokia остается крупнейшим производителем мобильных устройств в мире.

В сегменте смартфонов абсолютным рекордсменом по росту продаж за 2010 г. стали смартфоны с системой Android OS от Google, которые начали представлять основную угрозу позициям Nokia. В I квартале 2011 г. в мире было продано 36267 тыс. смартфонов на платформе Android - почти в 7 раз или на 593,91% больше в сравнении с I кварталом 2010 г. Доля операционной системы в сегменте смартфонов выросла с 10% до 36%. Доля смартфонов с операционной системой Symbian сократилась с 44% до 27%, а в абсолютном выражении продажи увеличились на 14,67%.

Во II квартале 2011 г. Apple и Samsung опередили Nokia по мировым продажам смартфонов. Таким образом, корейской компанией

Samsung было продано 17,3 млн. смартфонов (смартфоны с системой Android). Продажи компании Apple во II квартале 2011 г. составили 20,3 млн. смартфонов.

Корпорация Nokia во II квартале 2011 г. переместилась на третье место с объемом продаж смартфонов 16,7 млн. шт. (смартфоны с операционной системой Symbian).

3. Анализ уровня конкуренции свидетельствует о том, что:

3.1 Угроза появления новых конкурентов на рынке мобильных коммуникационных технологий незначительна.

3.2 Конкуренция товаров (услуг) - заменителей на данном этапе развития рынка большой угрозы не представляет. Однако с развитием новых технологий, конкуренция в ближайшее время может усилиться.

3.3 Уровень риска со стороны покупателей для корпорации Nokia существует. В 2010 г. больше всего продукции было продано в Европе (35% от общего объема продаж), Азиатско-тихоокеанском регионе (21%), Китае (19%), Ближнем Востоке и Африке (13%). Лидером продаж продукции корпорации Nokia в 2008 – 2010 г.г. в разрезе стран был Китай. В 2010 г. увеличение продаж наблюдалось в Индии (на 143 млн. евро или +5,09%), Германии (на 286 млн. евро или +16,5%), России (на 216 млн. евро или +14,14%), Бразилии (на 173 млн. евро или +12,98%), других странах (на 51 млн. евро или +0,22%).

В начале 2011 г. компании Nokia еще удастся держать мировое лидерство по продажам мобильных телефонов, но в этом сегменте ее доля начала снижаться. Nokia начала терять позиции на рынках Китая и Европы. Продажи мобильных устройств также существенно упали в Азиатско-Тихоокеанском регионе, странах Среднего Востока,

Африки. А в Китае популярность телефонов Nokia снизилась более чем вдвое.

Продажи смартфонов и вовсе сократились на 34%, до 16,7 млн. единиц. Снижение спроса на аппараты Nokia зафиксировано в Европе (-30%), Китае (-41%), Северной Америке (-42%), рост на 10% наблюдался только в Латинской Америке.

Качество является основополагающим элементом бренда Nokia и состоит в том, чтобы удовлетворять и превосходить ожидания клиентов.

3.4 Риск со стороны поставщиков оборудования, комплектующих и других материалов для производства продукции низкий, поскольку корпорация Nokia является ведущим мировым производителем в отрасли мобильных коммуникационных технологий. Nokia очень строго следует своей стратегии в выборе поставщиков. Обычно проходит не менее 1-2 лет, прежде чем компания оформляет с поставщиком долгосрочный контракт. В этот период компания проверяет качество поставляемых компонентов, сервис и конкурентоспособность компании-партнера.

3.5 Уровень конкуренции в отрасли мобильных коммуникационных технологий для корпорации Nokia можно оценить на уровне выше среднего за счет влияния действующих в отрасли ведущих компаний, которые активизируют усилия по наращиванию доли рынка.

Основные конкуренты корпорации Nokia: Apple Inc., Samsung Electronics, LG Corp., Research In Motion (RIM), ZTE, HTC, Motorola Mobility Inc., Sony Ericsson, Huawei Technologies.

Во II квартале 2011 г. поставки Nokia сократились на 20,3% по сравнению с прошлым годом — с 111,1 млн. до 88,5 млн. телефонов. Nokia растеряла позиции на рынках Китая и Европы, продажи мобильных устройств также существенно упали в Азиатско-Тихоокеанском регионе, странах Среднего Востока и Африки.

В июле 2011 г. Nokia уступила звание крупнейшего в мире производителя смартфонов компании – конкуренту Apple, а в конце того же месяца и компании Samsung.

4. По результатам SWOT – анализа корпорации Nokia:

- **сильными сторонами предприятия являются:** большой опыт работы, является мировым лидером в области мобильных коммуникационных технологий, очень широкий спектр моделей телефонов, успешность бренда OVI, стремление к технологическим и дизайнерским экспериментам, качество - как основополагающий элемент бренда Nokia;

- **слабые стороны:** потеря доли рынка смартфонов во II квартале 2011 г., поддержка только одной операционной системы в рамках одной компании, отказ от собственных разработок в области операционных систем, снижение выручки, снижение возможности Nokia обеспечивать быстрое инновационное развитие, снижение капитализации за год почти на 20%;

- **возможности компании:** сохранение и усиление позиции лидера на мировом рынке, применение новейших технологий и внедрение передовых научных достижений, возможность увеличения части рынка сбыта, сокращение расходов корпорации, активная защита интеллектуальной собственности и обеспечение притока лицензионных отчислений от других компаний;

- **угрозы:** кризисные явления в мировой экономике; увеличение конкуренции; незаконное использование лицензии Nokia и нарушение авторских прав; опасность ослабления бренда Nokia; реорганизация корпорации; рост затрат; рост валютных рисков, связанных с изменениями курсов валют; рост процентных ставок по кредитам; риски, связанные с переходом на новую операционную систему.