

استاد : دکتر علی امیدی

دانشجو : عیسی شجاعی زاده

شماره دانشجویی : ۳۹۹۱۰۶۲۱۲۴۵۰۰۷

درس : مدیریت سیستم اطلاعات پیشرفته

نوکیا:

با شنیدن نام نوکیا ، بسیاری از مردم به یاد گوشی های همراه مختلفی می افتند که از سال ها پیش در بازار عرضه شده است ؛ اما نوکیا از ابتدا در زمینه ای مختلفی فعالیت داشته و امروزه نیز علاوه بر تولید تلفن همراه ، در زمینه تجهیزات تلفن ثابت و همراه فعالیت می کند . به عنوان مثال بخش اعظم شبکه تلفن همراه شرکت های ارتباطات سیار ایران ، ایرانسل و تالیا توسط نوکیا نصب و راه اندازی شده است . نوکیا نوکیا نام یک شرکت چند ملیتی در حوزه ارتباطات است که بر روی نقاط کلیدی مخابرات سیمی و بی سیم تمرکز دارد . هم اکنون نوکیا بزرگترین سازنده تلفن همراه در جهان است که در حدود ۳۸ درصد بازار موبایل را در اختیار دارد . این رقم در آسیا و به خصوص در خاورمیانه تا حدود ۶۰ درصد بالا می رود . همچنین این شرکت لوازم و تجهیزات تلفن ثابت ، ISDN ، دسترسی به پهن باند ، VOIP و WLAN را نیز تولید می کند . ساختمان اصلی نوکیا در شهر اسپو در نزدیکی هلسینکی – پایتخت فنلاند قرار دارد . مراکز تحقیقات نوکیا در ساسر جهان از جمله پکن ، بودا پست ، بوخوم ، پالو آلتو ، کالیفرنیا ، کمبریج، قرار دارد . همچنین کارخانه های بزرگ نوکیا در سالو (فنلاند) پکن (چین) دونگ گو آن (چین) چنای (هند) کوماروم (مجارستان) و منطقه روهر در آلمان فعالیت می کنند

نوکیا در یک نگاه

نوکیا

سابقه: ۱۴۰ سال

مؤسس: فردریک ایدستام

فعالیت اولیه: تولید کاغذ و چکمه های لاستیکی

فعالیت کنونی: فناوری ارتباطات راه دور و تلفن همراه

جایگاه: مقام اول از سال ۱۹۹۸ تاکنون

فروش: ۲۵۰ میلیون دستگاه در سال (۳۶/۴ میلیارد دلار)

سهم بازار جهانی: ۳۸ درصد

تعداد کارکنان: ۵۵۵۰۵ نفر

جایگاه در: FORTUN 500 ۱۳۰۱

مدیرعامل: یورما اولیلا

تاریخچه شرکت نوکیا

تاریخچه نوکیا از سال ۱۸۶۵ شروع می شود وقتی که مهندس Fredrik Idestam در جنوب فنلاند کارخانه کاغذسازی تاسیس کرد. بعد از صنعتی شدن اروپا و افزایش مصرف کاغذ و مقوا نوکیا بسیار موفق شد. محصولات نوکیا ابتدا به روسیه و سپس به انگلیس و فرانسه صادر می شد. نوکیا نیروی کاری زیادی را جذب کرد و یک انجمن کوچک بوجود آمد.

این انجمن که نوکیا نام داشت هنوز در سرچشمه رود Emäkoski در جنوب فنلاند وجود دارد. هیدروالکتریسیته رودخانه Emäkoski باعث جذب سازندگان کفش و تایر فنلاندی و ایجاد کارخانه ای در نوکیا شد. در دهه ۱۹۲۰ کارکنان کارخانه مزبور به استفاده از نام نوکیا به عنوان نام تجاری خود پرداختند.

این تلفن بیشتر شبیه ضبط صوت به نظر میرسد اما این وسیله جعبه مانند حجیم، در واقع اولین گوشی همراه نوکیا است....

مدل نوکیا موبیرا سناتور که برای استفاده در خودرو ساخته شده است، در سال ۱۹۸۲ معرفی شد. طبعا نمیتوان با این گوشی که ۹۰۵ کیلو وزن دارد، قدم زد.

ده نکته جالب و خواندنی درباره نوکیا!

یکی از شرکت های بزرگ در زمینه تولید گوشی های همراه، شرکت نوکیا است. مشتریان گوشی های نوکیا در جهان و ایران بسیار زیاد هستند و غالباً تمایل به تهیه این مارک گوشی در ایران بیشتر از سایر گوشی ها بوده است.

گوشی های نوکیا تفاوت ها و نکات جالبی را در دل خود دارند که دانستن آن ها علی الخصوص برای دوستداران این نوع از گوشی ها می تواند بسیار جذاب باشد.

با هم ده نکته از این نکات جالب را می خوانیم:

صدای زنگ مخصوص نوکیا به نام " Nokia tune " ، آهنگی است که در حقیقت " گرین والس " نام دارد و توسط آهنگساز معروف اسپانیایی به نام فرانسیسکو تارگ در قرن ۱۹ میلادی نواخته شده است. در ابتدا این آهنگ با همان نام گرین والس بر روی گوشه های نوکیا بود. اما از سال ۱۹۹۸ بعد از آن که این صدا به صدای آهنگ نوکیا معروف شد به نام فعلی تغییر پیدا کرد.

اولین ارتباطی که از طریق GSM ، سیستم ارتباطات جهانی برقرار شد، در سال ۱۹۹۱ در هلستینکی با حمایت شبکه نوکیا بود که برای نخست وزیر فنلند، هری هلگری، توسط گوشی نوکیا صورت گرفت. در حال حاضر نوکیا بزرگترین تولید کننده دوربین های دیجیتال به شمار می رود، زیرا با توجه به دوربین های ویژه موبایل توانسته است گوی سبقت را از تولید کنندگان قدیمی دوربین ها برآید.

صدای مخصوصی که برای صدای پیام های کوتاه در گوشی های نوکیا است عیناً صدای دستگاه تلگراف به هنگام زدن کلمه sms است. همچنین صدای تلگراف به هنگام درج عبارت "connecting people" ، با روند تصاعدی صدای زنگ ها مشابهت دارد connecting people.، به معنای به هم رساندن انسان ها است و شعار شرکت نوکیا می باشد. صدای استاندارد (Standard) نیز در این گوشی ها با صدای M(message) در تلگراف ها یکی است.

فونت یا همان نوع حرف که در نوکیا به صورت شرکتی در آمده است و در کلیه بخش های راهنمایی، نوشتاری این گوشی ها کاربرد دارد AgfaMonotype Nokia Sans font نام دارد که توسط اریک

اسپیکرمن طراحی شده است.

در آسیا، رقم ۴ هرگز برای نام هیچ یک از مدل های گوشی نوکیا عنوان نشده است زیرا در بیشتر مناطق جنوبی و شرق آسیا عدد ۴ ، عدد بدشانسی است.

۷-نوکیا در سال ۲۰۰۶ ، در لیست مجله فورچن به عنوان قابل تحسین ترین شرکت ها در رده بیستم ایستاد. در حالی که مقام اول در زمینه شبکه های ارتباطی را کسب کرده بود و چهارمین رده را در شرکت های غیر آمریکایی.

۸-بر خلاف سایر گوشی های مدرن امروز در بازار، گوشی های نوکیا از زمانی که ارتباط برقرار می شود ، زمان مکالمه را ثبت نمی کند بلکه از همان زمانی که شروع به تماس گرفتن می کنید ، زمان مکالمه محسوب می شود (البته به غیر از گوشی های سری ۶۰ مانند ۶۶۰۰).

گاهی نوکیا را با نام آیکون-9 (aikon) صدا می کنند . البته کلمه آیکون برای کسانی که از نوکیا استفاده نمی کنند و محققین در زمینه نرم افزارهای کامپیوتری معنی دیگری دارد.

۱۰- نام شهری که نوکیا در آن متولد شده از رودی که از این شهر می گذرد گرفته شده است. این شهر که خود نیز نوکیا نام دارد، نام رودی که از آن عبور می کند “توکیان ویرتا” است. این نام نیز خود از کلمه قدیمی در زبان فنلادی گرفته شده است که به معنای سمور سیاه است که البته در محتوای کلمه بیشتر معنی غم و اندوه می دهد

تصور غلط مبنی بر اینکه وقتی یک محصول فروش خوبی دارد نیازی به تغییر در آن نیست، شالوده نوکیا را بر باد داد

به تغییرات خیلی سریع پاسخ بده: در حالی که بازار موبایل شاهد تغییرات فراوانی بود شرکت فنلاندی از ارائه تغییرات بنیادی در محصولات خود هراس داشت. تصور غلط بر اینکه وقتی یک محصول فروش خوبی

دارد نیازی به تغییر در آن نیست شالوده نوکیا را بر باد داد. باید توجه داشت که عمر عرضه محصولات در دنیای امروزی به شدت کاهش یافته است و تنها راه بقا در بازار، ارائه تغییرات اساسی در محصول در زمان های کوتاه است. البته نباید این تغییرات شتابزده و بدون مطالعه کافی باشد.

ارائه محصولات انقلابی را فراموش نکن: سامسونگ در سال ۲۰۱۱ موبایل هوشمند Galaxy Note را

معرفی کرد. محصول سامسونگ از صفحه نمایشی غول پیکر برخوردار بود که در آن زمان از استاندارد گوشی های هوشمند خیلی بزرگتر بود. اما سامسونگ با شکیبایی منتظر بازار ایستاد و محصول خود را مرتبا ارتقا داد تا امروز نسل پنجم این موبایل از برترین و محبوب ترین محصولات غول کره ای شده است. سامسونگ برای بقا در بازار از ارائه محصولات جدید و انقلابی هراسی نشان نداد اما نوکیا بر ارائه همان محصول همیشگی پافشاری کرد. می توان با ارائه محصولات جدید، بازاری جدید ایجاد کرد و تا مدت ها در آن بازار به کسب سود پرداخت، ارائه محصول جدید و انقلابی شرکت شما را از تغییرات در بازار سنتی مصون می دارد. اما نباید از یاد ببرید که گاهی اوقات محصولات انقلابی موفق نمیشوند و شکست می خورند اما بدانید که هیچ موفقیتی بدون شکست به دست نیامده است.

ضرورت مطالعه آینده بازار: امروزه بازار کسب و کار بیش از پیش غیرقابل پیش بینی و متغیر شده است. ضرورت داشتن خط مشی و سیاستی که بتواند روند بازار را به شرکت بشناساند و کسب و کار را در مسیر درست قرار دهد غیر قابل انکار است. بررسی علایق مشتریان، نیازهای آنها، واکنش آنها نسبت به محصولات جدیدی که رقبا عرضه کرده اند و نظرات آنها در قبال تغییرات رخ داده در رهبر محصول منبعی مناسب برای کسب اطلاعات در این زمینه است. ناگفته پیداست شرکتی که بتواند نیاز بازار را به درستی بشناسد و در مسیر برطرف کردن خواسته مشتری گام بردارد می تواند آینده با ثبات تری داشته باشد.

نوکیا بسیار کند عمل کرد

نوکیا یک پیشگام در بازار موبایل های هوشمند بود. در حقیقت او بود که معنای اسمارت فون را با سری ۶۰ سیمبین خود در سال ۲۰۰۲ به دنیا فهماند. اما پس از آن، روند رشد سیستم عامل بسیار کند دنبال شد. طی پنج سال سیمبین تغییر چندانی نکرد و امکان خاصی به آن اضافه نشد.

در سال ۲۰۰۷، ناگهان اپل، آیفون را معرفی کرد. یک موبایل با صفحه نمایش کاملا تاچ و یک سیستم عامل بر معنای اپلیکیشن. آیفون بسیاری از تعریف ها و انتظارات را راجع به یک اسمارت فون، تغییر داد.

زمانی که نوکیا نتوانست در مقابله با آیفون تغییر خاصی در سیستم عاملش بدهد، مشتریان متوجه شدند که نوکیا توان مقابله با اپل را ندارد و شروع به جابجایی به سمت اسمارت فون های واقعا هوشمند کردند. با گذشت چند سال، پلتفرم سیمبین پیر و پیر تر شد. سالخوردگی او هنگام مقایسه اش با iOS و اندروید بیشتر توی چشم می زد. از طرف دیگر دنیای موبایل با سرعت زیادی در حال رشد بود (و هنوز هم هست). مشتریان دیگر به موبایل به چشم یک تلفن قابل حمل با یک مرورگر درب و داغان برای وبگردی نگاه نمی کردند، آنها یک مینی کامپیوتر واقعی می خواستند.

وین لم، تحلیلگر برجسته IHS می گوید «زمانی که اپل با آیفون وارد شد، به همه نشان داد که یک شرکت چگونه باید یک اسمارت فون را بسازد. نوکیا باید در پاسخ به آیفون سریع تر عمل می کرد. آنها تا سال ۲۰۱۱ هیچ کاری نکردند و بالاخره به ویندوز فون رو آوردند. حالا آنها دارند چوب پاسخ کندشان را می خورند».

از طرف دیگر، سامسونگ حرکت سریعی در بازار تلفن های هوشمند داشت. سامسونگ به سرعت ضعف خود را در سیستم عامل شناخت و روی آن پافشاری چندانی نکرد. اما از آنجایی که نوکیا یک سیستم عامل نسبتا موفق داشت، حاضر نشد آن را رها کند و این کار یک اشتباه بزرگ بود. (همان اشتباهی که ریم با نکه داشتن سیستم عامل بلکبری در حال انجام آن است).

الکس اسپکتور، تحلیلگر آمار (Strategy Analytics analyst) می گوید «اگر به چند سال قبل نگاه کنید، می بینید که سامسونگ هیچ جایی در اسمارت فون ها نداشت، چنین رشدی برای او بسیار مشکل تر از نوکیایی بود که سرآمد شرکت های موبایل زمان خود محسوب می شد.

اندروید (برای سامسونگ) رایگان است و ویندوز فون (برای نوکیا) پولی

سرعت عمل سامسونگ تنها علت برتری نبود. برتری دیگر چند سیستم عاملی بودن این شرکت بود. سامسونگ علاوه بر اندروید و ویندوز فون، برای روز مبادا، bada = (سیستم عامل متعلق به خود سامسونگ) را نیز زنده نگه داشته. اما فعلا اندروید رایگان و کارآمد، برگ برنده اصلی سامسونگ است. آقای اسپکتور می گوید «سامسونگ اندروید را در زمان درستی انتخاب کرد و از تکامل آن سود زیادی برد. با توجه به اینکه سامسونگ بازیکن اصلی فضای اندروید است، بخش اعظم موفقیت اندروید متعلق به سامسونگ شد.

از طرف دیگر، نوکیا زمان زیادی را با تمرکز روی سیمین - تا دوستی اخیر با میکروسافت - تلف کرد. از طرف دیگر، آنچنان که از آمارها بر می آید، گل سرسبد موبایل های ویندوز فونی نوکیا، لومیا، هنوز فروش کافی را برای بالا نگه داشتن شرکت نداشته است.

آقای لم می گوید «روی کاغذ همکاری دو شرکت خوب است، اما شروع این همکاری - دو سال بعد از ورود آیفون و اندروید - برای تصاحب بازار خیلی دیر بود.

عدم جلب رضایت هیچ یک از طبقه های بازار

نوکیا نه تنها در دنیای اسمارت فون ها کند عمل کرد و طبقه بالا را از خود رنجاند، که طبقه میانه و پایین بازار را نیز در نظر نگرفت. سایر شرکت های رقیب مانند اچ تی سی، هوایی و ZTE با هدف قرار دادن طبقه میانه و پایین مانند بازارهای چین ضربه سخت دیگری به نوکیا وارد کردند.

آقای اسپکتور می گوید «نوکیا به خرده فروشی ها هم توجه چندانی نکرد. این فروشندگان گرچه سود چندانی نداشتند، اما با رها کردن آنها و رانده شدن به سوی رقبا، به یک خطر دیگر برای نوکیا در بازار طبقه پایین بازار تبدیل شدند.

نوکیا با کلاس نیست

گرچه موبایل های پاره آجری قدیمی نوکیا - و بازی مار (Snake) روی آنها - حس نوستالژی آدم را بالا و پایین می کند، اما این مسئله هم یک مشکل دیگر نوکیا است. مشتریان، خصوصا نوگراها، نام نوکیا را چیزی متفاوت از تکنولوژی حس می کنند. و در دنیای حاضر، داشتن جدیدترین و درخشانده ترین گجت اهمیت اصلی را دارد.

آقای لم می گوید «نوکیا یک جور برند قدیمی است و با آن احساس جدید بودن ندارید. امروزه نام سامسونگ با نوگرایی عجین شده است. نوکیا مانند یک چمدان قدیمی است که تلفن های پاره آجری سنتی را درون خود نگه می دارد».

نوکیا در بازار جدید یک نوگرا نبود. اقدام مخترعانه بزرگی انجام نداد. حداقل نه تا زمان ورود موبایل های ویندوز فون.

نوکیا مرد عمل نبود

یکی از برتری های اصلی سامسونگ و سایر شرکت ها نسبت به نوکیا عکس العمل های سریع شان بود. سامسونگ با موبایل سرآمد زمان خود، گالاکسی اس توانست پاسخ خوبی به امکانات آیفون بدهد. اما نوکیا هیچ وقت در برابر برگ های برنده و موبایل های خاص شرکت های رقیب، چیزی رو نمی کرد و حرفی برای گفتن نداشت.

آقای اسپکتور می گوید «اگر به عملکرد اپل نگاه کنید، می بینید که تلفن شرکت را فقط تحت برند آیفون عرضه کرد. نامی به یادماندنی و خاص که مشتریان برای ورودش لحظه شماری می کنند. سامسونگ هم روش بسیار مشابهی برای تلفن های اصلی اش پیش گرفت. مشتریان می دانند که هر سال باید منتظر یک گالاکسی اس جدید باشند. این انتظار تقاضای خرید را افزایش می دهد».

از طرف دیگر، سامسونگ یک طیف گسترده از اسمارت فون ها دارد و بسیاری از آنها زیر ۲۰۰ دلار قیمت دارند. به این ترتیب طبقه ای که توانایی (یا قصد) خرید موبایل های گران قیمت شرکت را ندارند، نیز دست خالی بر نمی گردند. در اینجا سامسونگ از روند تولید سخت افزار خود - برای کاهش هزینه تولید و در نتیجه کاهش هزینه تمام شده موبایل هایش - به خوبی بهره برده است.

آقای لم می گوید «برخلاف سایر شرکت ها، سامسونگ توانایی تولید تمامی سخت افزارها از جمله نمایشگر، پردازنده و ... را دارد».

اما چندان نگران و ناامید نباشید. اگرچه اوضاع ظاهری نوکیا در سال های اخیر بهم ریخته، در گوشه رینگ گیر افتاده و شرکت ها قصد دارند از رویش رد شوند، آب برایش در دنیای اسمارت فون ها حسابی گل آلود شده و سامسونگ هم به زیبایی در حال ماهی گرفتن است، اخیرا هم کرسی پادشاهی کل موبایل ها را به همان سامسونگ داده است و در درون شرکت هم، سیمین عزیزش در کنجی خزیده و نفس های آخر را

می کشد، گرچه مجبور شده است ۱۰ هزار نفر از کارمندانش را اخراج کند، چند شرکت اش را تعطیل کند، چند مدیرش را تعویض، گرچه همین چند روز پیش ۱۰ درصد سهامش کاهش یافته است، اما به معنی این نیست که این شرکت با ویندوز فون ها برنمی گردد، هنوز هم طراحی های لومیایش خیره کننده اند، هنوز هم دوربین پیورویوی او برای بقیه شرکت ها دست نیافتنی و برای کاربران شگفت انگیز است و از همه مهم تر او تجربیات تلخی دارد که در پیمودن ادامه راه با ارزش ترین راهنمایش هستند.

آقای لم می گوید «نوکیا و مایکروسافت ضعیف نیستند، آنها برای خودشان سرمایه ای هستند. ما اعتقاد داریم که نتیجه خوبی در این دوستی است و در طولانی مدت ویندوز فون موفق خواهد بود. در سال مالی آینده، این شرکت بسیاری از مخارج خود را کاهش می دهد و واقعا روی چیزهایی که به سود شرکت است تمرکز می کند».