

در بازار ۵۱۰ میلیارد دلاری تلفن همراه اپل و سامسونگ پرچمداران

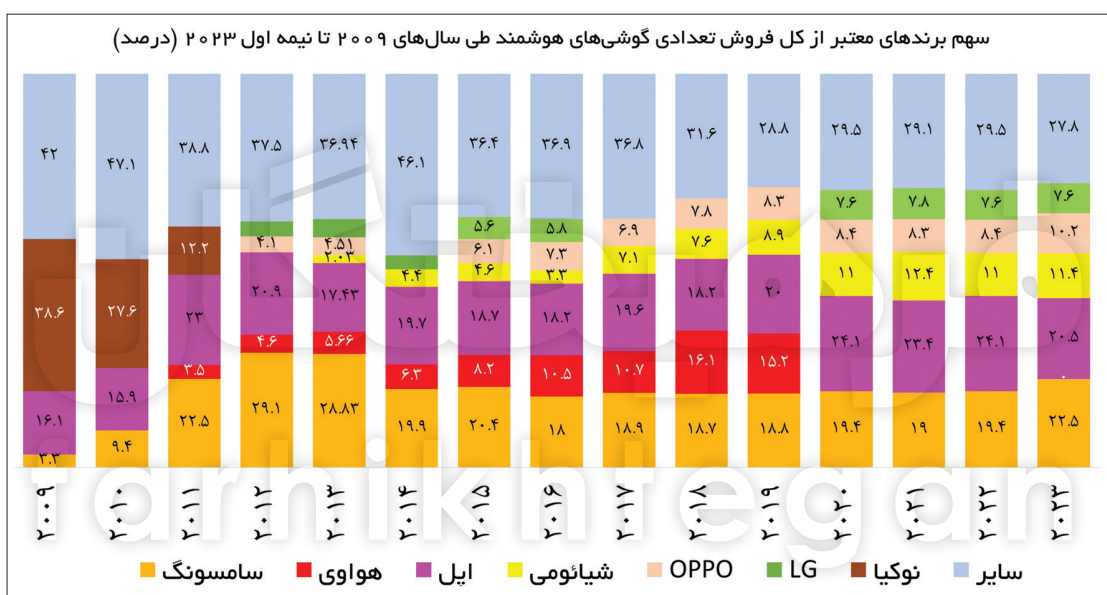
شکست سنگین نوکیا با اشتباه مدیران محافظه‌کار



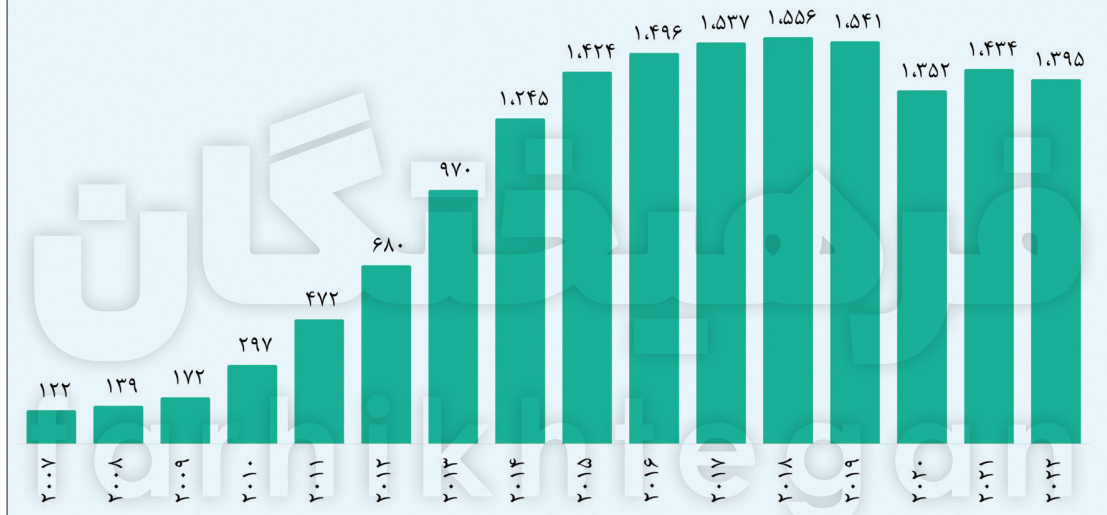
مهدی عبداللهی
دبیر گروه اقتصاد

در دوره کنونی، افزایش تعامل انسان و سیستم‌ها، بازار فناوری را در سراسر جهان هدایت می‌کند. بر این اساس تولید کنندگان و تامین کنندگان تلفن همراه فرصت‌ها را از روندهای غالب جهانی حوزه فناوری و ارتباطات کشف کنند. کاربرد تلفن همراه امروزه فقط در ارتباطات تلفنی و تماس‌ها و پیام‌های احوالپرسی و اوقات فراغت ختم نمی‌شود، بلکه امروز تلفن همراه در استازات‌های حمل‌ونقل درون شهری و برون شهری، عملیات مدیریت ناوگان شهری، دستگاه‌های مراقبت بهداشتی، اندازه‌گیری‌های هوشمند و... کاربرد دارد. حسیگرهای موبایلی ابعاد جدیدی را در تعامل انسان و رایانه باز کرده‌اند که تقاضا در این بازار را افزایش می‌دهد. علاوه بر این نهادهای دولتی در تمامی کشورهای با مشارکت شرکت‌های پیشرو، بیشتر بر ارائه اطلاعات دیجیتال، آموزش و سایر خدمات مرتبط متکی هستند که همه اینها مطمئناً تقاضا را افزایش خواهد داد. آمارها نشان می‌دهد تعداد خرید سالانه گوشی‌های هوشمند در جهان حالا به ۱٫۴ تا ۱٫۵ میلیارد دستگاه رسیده و بازار جهانی فروش آن ارزشی بین ۵۱۰ تا ۵۲۰ میلیارد دلار دارد و برآوردها حاکی از آن است این مقدار تا سال ۲۰۳۰ به ۷۸۰ میلیارد دلار می‌رسد. بررسی روندها در بازار موبایل بسیار قابل توجه و درس آموز است. ازجمله این روندها، رشد و نمو شرکت‌های چینی است که چند سالی می‌شود آمریکا چشم دیدن آنها را ندارد و ازجمله اینکه با تحریم هوآوی از سوی آمریکا تولید این شرکت طی سه سال اخیر کاهش ۸۷ درصدی داشته است. در سویی دیگر وضعیت نوکیا نیز بسیار درس آموز است. این برند که زمانی ۵۰ درصد از بازار را

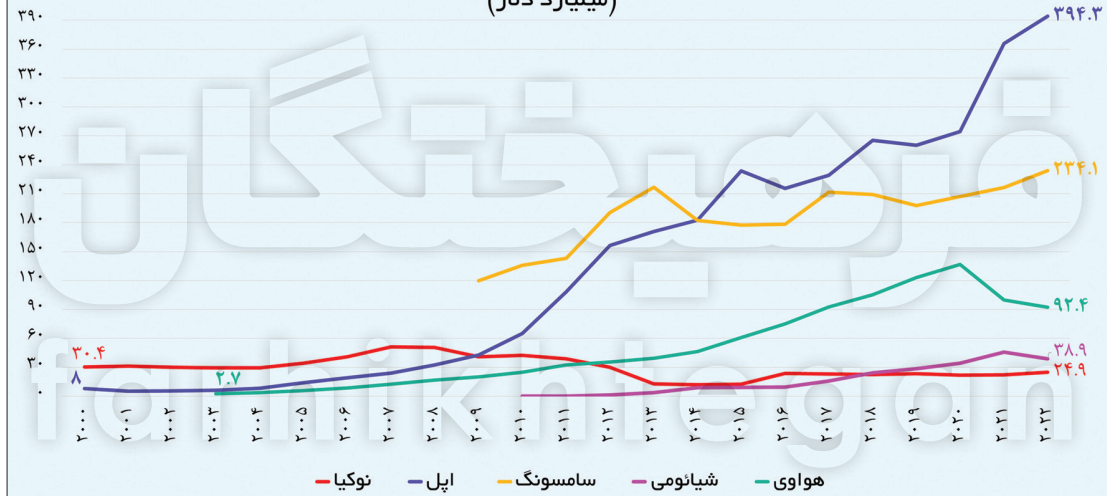
تا ۲۰۱۲، ارزش بازار نوکیا حدود ۹۰ درصد کاهش یافت. کاهش نوکیا تا سال ۲۰۱۱ شتاب گرفت و در سال ۲۰۱۳ توسط مایکروسافت خریداری شد. سقوط نوکیا از بهترین شرکت تلفن همراه جهان تا از دست دادن همه آن تا سال ۲۰۱۳ به یک مطالعه موردی تبدیل شده و توسط اساتید و دانشجویان در کلاس‌های مدیریت بازرگانی مورد بحث قرار گرفته است. هنگام توضیح سقوط نوکیا، بسیاری از پژوهشگران سه دلیل برای آن ذکر کردند: ۱- فناوری نوکیا از اپل پایین‌تر بود. ۲- فرور در میان مدیران رده بالا ۳- نبود چشم‌انداز یا فقدان دید بلندمدت از بازار موبایل. Vuori استادیار مدیریت استراتژیک در دانشگاه آلتو و Qui-Huy، استاد استراتژی در INSEAD سنگاپور، برای بررسی سقوط سریع نوکیا از موقعیت آن به‌عنوان یک سازمان فناوری نوآور و مسلط در جهان، یک مطالعه کیفی انجام دادند. نتایج در سال ۲۰۱۵ با عنوان «چگونه نوکیا در نبرد تلفن‌های هوشمند شکست خورد» منتشر شد. این مطالعه شامل مصاحبه با ۷۶ مدیر ارشد و میانی نوکیا، مهندسان و کارشناسان خارجی و انجام تحقیقات عمیق بود. آقای هو و آقای ووری به این نتیجه رسیدند که در آن زمان نوکیا از هراس سازمانی رنج می‌برد. هراس یا ترس سازمانی در فرهنگ رهبران با خلق و خو و مدیران میانی هراسان ریشه داشت. مدیران میانی از گفتن حقیقت می‌ترسیدند زیرا می‌ترسیدند اخراج شوند. مدیران ارشد از محیط بیرونی می‌ترسیدند و به اهداف بودجه‌ای خود نمی‌رسیدند. مدیران از اعتراف عمومی به عقب‌ماندگی سیمین، سیستم عامل نوکیا می‌ترسیدند. آنها می‌دانستند چندین سال طول می‌کشد تا یک سیستم عامل بهتری که بتواند با iOS اپل رقابت کند را توسعه دهند. مدیران ارشد به علت ترس از دست دادن سرمایه‌گذاران، تامین کنندگان و مشتریان خود، به عقب‌ماندگی تکنولوژیک خود نسبت به اپل اعتراف نمی‌کردند.



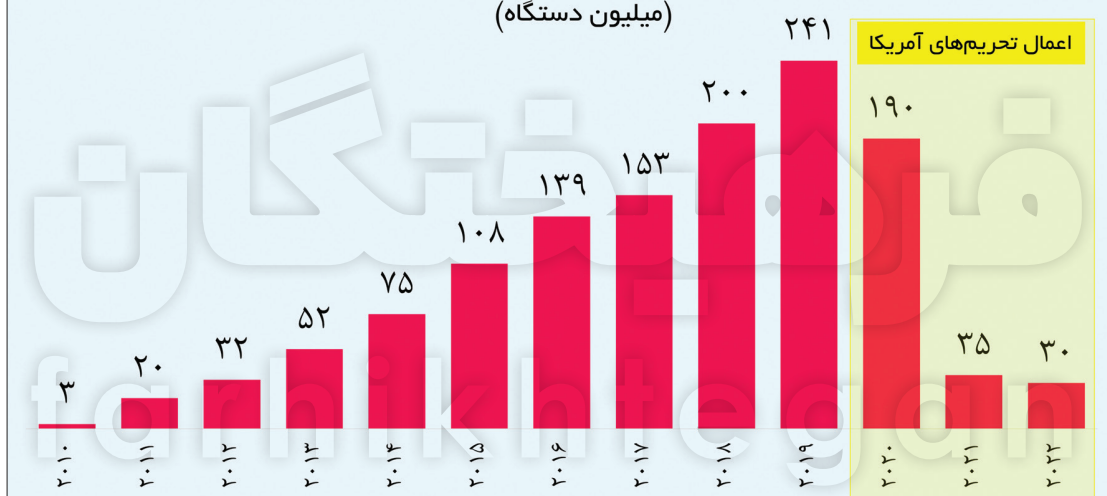
سهام برندهای معتبر از کل فروش تعدادی گوشی‌های هوشمند طی سال‌های ۲۰۰۹ تا نیمه اول ۲۰۲۳ (درصد)



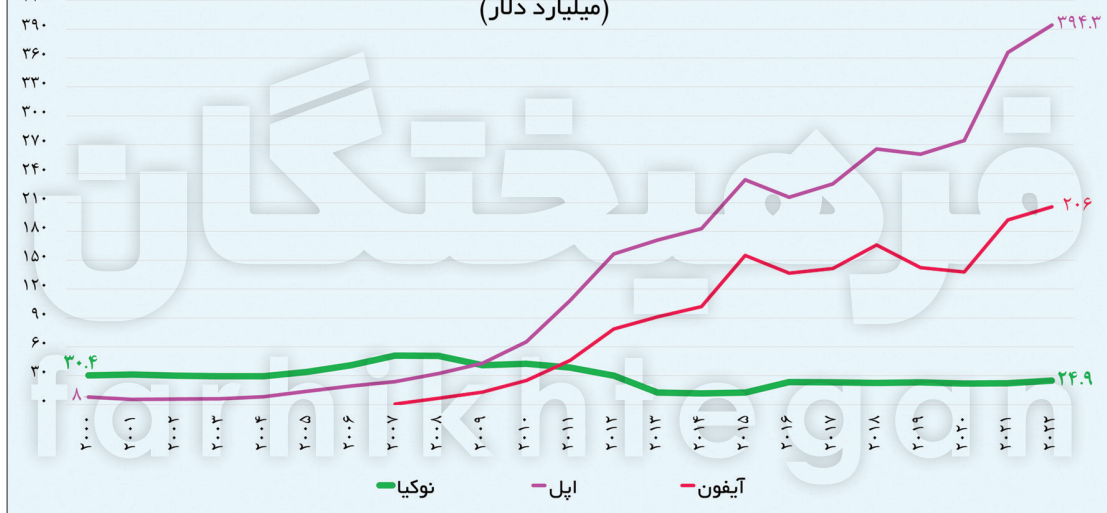
تعداد سالانه فروش موبایل هوشمند به مصرف‌کننده نهایی (میلیون واحد)



درآمد خالص برخی از مهمترین شرکت‌های سازنده گوشی‌های موبایل هوشمند (میلیارد دلار)



تعداد تولید گوشی‌های هوشمند گروه هوآوی از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ (میلیون دستگاه)



مقایسه درآمد خالص اپل، برند آیفون و نوکیا طی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۲ (میلیارد دلار)

وضعیت درآمد خالص برخی از شرکت‌های سازنده موبایل طی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۲ (میلیارد دلار)

سال	نوکیا	اپل	سامسونگ	شیائومی	هوآوی
۲۰۰۰	۳۰/۴	۸	-	-	-
۲۰۰۱	۳۱/۲	۵/۴	-	-	-
۲۰۰۲	۳۵	۵/۷	-	-	-
۲۰۰۳	۲۹/۵	۶/۲	-	-	۲/۷
۲۰۰۴	۲۹/۴	۸/۳	-	-	۳/۸
۲۰۰۵	۳۴/۲	۱۴	-	-	۶
۲۰۰۶	۴۱/۱	۱۹/۳	-	-	۸/۵
۲۰۰۷	۵۱/۱	۲۴	-	-	۱۲/۶
۲۰۰۸	۵۵/۷	۳۲/۵	-	-	۱۶/۸
۲۰۰۹	۴۱	۴۲/۹	۱۱۹/۷	-	۲۵
۲۰۱۰	۴۲/۵	۶۵/۲	۱۳۵/۸	۵/۵۳	۲۴/۹
۲۰۱۱	۳۸/۷	۳۸/۷	۱۴۳/۱	۵/۱	۳۲/۴
۲۰۱۲	۳۵/۲	۱۵۵/۵	۱۹۵/۶	۱/۵	۳۵/۴
۲۰۱۳	۱۷/۷	۱۷/۷	۲۱۶/۷	۳/۸	۳۹/۵
۲۰۱۴	۱۱/۸	۱۸/۲	۱۸۲/۳	۸/۸	۴۶/۵
۲۰۱۵	۱۱/۵	۱۷/۴	۱۷۷/۴	۹/۳	۶۵/۸
۲۰۱۶	۲۱/۵/۶	۱۷/۸/۵	۱۷۸/۵	۹/۵	۷۵/۱
۲۰۱۷	۲۳/۲	۲۳/۲	۲۱۱/۸	۱۵/۹	۹۲/۵
۲۰۱۸	۲۴/۵/۶	۲۴/۵/۶	۲۵۶/۲	۲۴/۳	۱۵۵/۲
۲۰۱۹	۲۳/۳	۲۶/۵/۲	۱۹۷/۷	۲۸/۶	۱۱۳
۲۰۲۰	۲۱/۹	۲۷/۴/۵	۲۵۷	۳۴/۲	۱۳۶/۷
۲۰۲۱	۲۲/۲	۳۶/۵/۸	۲۱۶/۶	۴۵/۷	۹۹/۹
۲۰۲۲	۲۴/۹	۳۹/۴/۳	۲۳۴/۱	۳۸/۹	۹۲/۴

کاهش ۸۷ درصدی تولید هوآوی با تحریم

با ظهور چین به‌عنوان یک قدرت جهانی و رشد روزافزون اقتصاد این کشور در چند دهه اخیر، رقابت این قدرت نوظهور جهانی با آمریکا به‌عنوان قدرت سنتی جهان قابل پیش‌بینی بود. این رقابت و برخورد سیاسی و اقتصادی از سال ۲۰۱۸ با اقدامات عمده آمریکا جهت تحریم بخش‌های اقتصادی چین و قراردادن تعرفه‌های بیشتر برای واردات از این کشور، وارد مرحله جدیدی شد و تبدیل به یک مبارزه علنی یا جنگ اقتصادی شده است. اما به غیر از برتبه مستقیم با کشور چین، آمریکا تصمیم گرفت هوآوی را به‌عنوان غول تکنولوژی چین و یکی از موفق‌ترین شرکت‌های حوزه فناوری اطلاعات و تلفن همراه تحت فشار بگذارد. تحریم‌های آمریکا شامل قطع همکاری شرکت‌های آمریکایی با این شرکت چینی است که شامل حوزه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری تولید تلفن همراه می‌شود. شروع اتهام‌زنی و کارشکنی‌های آمریکا در قبال شرکت هوآوی مدت‌ها قبل‌تر از شروع رسمی تحریم آغاز شده بود. اصلی‌ترین دلیل عنوان شده از سوی رئیس‌جمهور آمریکا، دونالد ترامپ در مورد تحریم هوآوی، مساله امنیتی ایالات متحده آمریکا و اختلال هوآوی در امنیت ملی آمریکا به کمک دستگاه‌هایش است. به عبارتی، دونالد ترامپ به اتهام جاسوسی از آمریکا توسط گوشی‌های هوشمند هوآوی، این گروه را تحریم کرد.

آمارها نشان می‌دهد تا سال ۲۰۱۸ سهم هوآوی از بازار جهانی گوشی‌های هوشمند به بیش از ۱۶ درصد رسیده بود که این مقدار پس از سهم ۱۸٫۷ درصدی سامسونگ و ۱۸٫۲ درصدی اپل، گروه هوآوی را در رتبه سوم بزرگ‌ترین تولیدکنندگان موبایل در جهان قرار می‌داد. اما پس از تحریم‌ها سهم این گروه از بازار موبایل جهان به ۳ درصد در سال‌های ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ رسیده است. همچنین تولیدات این گروه از ۳ میلیون دستگاه در سال ۲۰۱۰ به ۲۴۱ میلیون دستگاه تا سال ۲۰۱۹ رسیده بود که این تعداد با کاهش ۸۷ درصدی تا سال ۲۰۲۲ به ۳۰ میلیون دستگاه رسیده است. در تحریم‌های آمریکا، ترامپ معاملات شرکت‌های آمریکا در حوزه تولید نیمه‌هادی‌ها را از تامین آمریکایی برای هوآوی ممنوع کرد. همچنین با تحریم‌های آمریکا، زنجیره تامین محفیان مونتاژ شده هوآوی نسبت به زمان قبل از تحریم‌های ایالات متحده آمریکا بسیار کوچک‌تر شده است. قبل از سال ۲۰۲۰، این شرکت مستقر در شژن در غول‌های جهانی مانند اپل و سامسونگ الکترونیکس رقابت در رده داشت و آخرین نیمه‌هادی‌ها را از تامین کنندگان بزرگ جهانی مانند شرکت تولید نیمه‌هادی تایوان و سونی ژاپن برای استفاده در لوازم الکترونیکی خود خریداری یا تهیه می‌کرد، اما با تحریم‌های آمریکا، شرکت‌های بزرگ شرق آسیا به دلیل ترس از تحریم‌های ثانویه، همکاری خود با هوآوی را به حداقل رساندند.

علاوه بر کسب مقام سوم جهان از سوی هوآوی در سال ۲۰۱۸، این شرکت به کمک سرمایه‌گذاری مالی و زمانی بسیار، موفق به ارائه قوی‌ترین شبکه نسل پنج تلفن همراه جهان شده بود که حداقل نزدیک به یک سال از نزدیک‌ترین رقیب خود جلوتر بود و تنها شبکه نسل پنج آماده بهره‌برداری در جهان به حساب می‌آمد. نکته‌ای که می‌توانست سود سرشاری را نصیب شرکت هوآوی کرده و البته باعث نارضایتی رقبای این شرکت مانند شرکت‌های آمریکایی شود. این نگرانی‌ها با دخالت هوآوی در توسعه شبکه‌های بی‌سیم ۵G تشدید شد و باعث شد برخی کشورها محدودیت‌هایی را برای استفاده از سخت‌افزار ساخت چین در این شبکه‌ها اعمال یا در نظر بگیرند. در مارس ۲۰۱۹، هوآوی از دولت ایالات متحده به دلیل یک لایحه هزینه‌های نظامی که خرید تجهیزات از هوآوی یا ZTE توسط دولت را محدود می‌کرد، شکایت کرد و دلیل آن رد شدن روند قانونی آن بود. هوآوی به دلیل این نگرانی‌ها از بازار ایالات متحده خارج شد که باعث شده بود اپراتورهای بی‌سیم ایالات متحده تمایلی به فروش محصولات خود نداشته باشند.

بازار ۵۳۰ میلیارد دلاری

بازار تلفن‌های هوشمند به دلیل سرمایه‌گذاری رو به‌رشد در فناوری‌های مختلف مانند شبکه‌های تلفن همراه 5G و اینترنت اشیا درحال گسترش است. علاوه بر این، پرچمداران بازار به طور مداوم محصولات نوآورانه‌ای را معرفی می‌کنند که به رشد طولانی‌مدت بازار کمک می‌کنند. استفاده از تلفن‌های هوشمند در نتیجه گسترش پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی مانند فیسبوک و توئیتر افزایش یافته است. گوشی‌های هوشمند در طول زمان بسیار پیشرفت کرده‌اند و اکنون از فناوری‌های پیشرفته مانند GPS، اتصال میدان نزدیک (NFC)، حافظه فلیش، ژئروسکوپ و سنسور شتاب‌سنج، حسگرهای اثر انگشت، واقعیت افزوده، واقعیت مجازی و غیره استفاده می‌کنند. طبق مطالعه شرکت تحقیقات بازار Fortune Business Insights، بازار جهانی گوشی‌های هوشمند در سال ۲۰۲۱ به ۵۲۰ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۲ به ۵۱۰ میلیارد دلار رسیده است. این موسسه پیش‌بینی کرده است که ارزش بازار موبایل‌های هوشمند تا سال ۲۰۳۰ به ۷۸۰ میلیارد دلار و تا سال ۲۰۳۲ به ۸۷۶ میلیارد دلار برسد.

۲۰۹ میلیارد دلار درآمد آیفون

ازجمله برندهای لوکس بازار موبایل، برندهای گروه اپل هستند. بررسی‌ها نشان می‌دهد درآمد گروه اپل در سال ۲۰۰۰ حدود ۸ میلیارد دلار بوده که این میزان حالا در سال ۲۰۲۲ به ۲۰۹ میلیارد دلار رسیده است. در همین مدت درآمد برند آیفون نیز از ۶۳۰ میلیون دلار در سال ۲۰۰۷ به ۲۰۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۲ رسیده است. بررسی‌های تاریخی نشان می‌دهد اپل اولین آیفون خود را در ژانویه ۲۰۰۷ روانه بازار کرد که تلفن همراه، یک دستگاه ارتباط اینترنتی و یک اپ‌پاد صفحه‌عریض را با کنترل‌های لمسی در یک دستگاه دستی ترکیب می‌کرد. آیفون با فروشگاه موسیقی Wi-Fi iTunes همراه شد که کاربران را قادر می‌سازد آهنگ‌ها و آلبوم‌ها را بر روی آیفون خود خریداری و دانلود کنند. اپل در سال ۲۰۰۷ بیش از ۱٫۴ میلیارد دستگاه آیفون فروخت که نتیجه آن درآمد ۶۳۰ میلیون دلاری بود. این تعداد تا سال ۲۰۱۵ به ۲۳۱ میلیون دستگاه رسیده که بالاترین فروش سالانه آیفون بوده است. گروه اپل از سال ۲۰۰۷، بیش از ۲۶ مدل آیفون را تا به امروز عرضه کرده است. در سال ۲۰۲۱، اپل آیفون ۱۳، آیفون ۱۲ مینی، آیفون ۱۲ پرو و آیفون ۱۳ پرو مکس را عرضه کرد. در حالی که اپل در سال ۲۰۲۰ آیفون‌های ۱۲، آیفون ۱۲ مینی، آیفون ۱۲ پرو و آیفون ۱۳ پرو مکس را عرضه کرد. در سال ۲۰۲۲ نیز اپل از آیفون ۱۴ پرو و آیفون ۱۴ پرو مکس رونمایی کرد.

سامسونگ و اپل: پرچمداران بازار موبایل

آمارها نشان می‌دهد تعداد فروش گوشی‌های هوشمند از ۱۲۲ میلیون دستگاه در سال ۲۰۰۷ به ۹۷۰ میلیون دستگاه تا سال ۲۰۱۳ رسیده و اولین فروش یک میلیاردی عملاً از سال ۲۰۱۴ به بعد رخ داده است. بر همین اساس در سال ۲۰۱۶ فروش گوشی‌های هوشمند با ۱٫۲ میلیارد دستگاه، وارد کانال یک میلیاردی شده است. این تعداد در سال ۲۰۱۸ با فروش ۱ میلیارد و ۵۵۶ میلیون دستگاه، رکورد فروش سالانه را شکسته و همچنان رکورددار است، چراکه در سال ۲۰۲۲ نیز این تعداد به ۱ میلیارد و ۹۸۵ میلیون دستگاه رسید که عملاً نتوانست رکورد قبلی را پس بگیرد. اما در بخش سهم از بازار نیز بررسی‌ها نشان می‌دهد در سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ حدود ۵۰ تا ۴۰ درصد از بازار (سهم از تعداد فروش) فقط در اختیار برندهای نوکیا بوده است اما با ورود برندهای آیفون به بازار و توسعه برندهای چینی، رقابت در این بازار زیاد و ماندن در بازار نسبتاً دشوار شده است. آمارها نشان می‌دهد در سال ۲۰۰۹ نوکیا با سهم ۳۹ درصدی اول، RIM با سهم ۲۰ درصدی دوم، اپل با سهم ۱۶ درصدی دوم، HTC با سهم ۴٫۵ درصدی سوم، سامسونگ با سهم ۲٫۳ درصدی چهارم و ۱٫۷ درصد بازار نیز در اختیار سایر برندها بوده است. حالا در نیمه اول سال ۲۰۲۳ آمارها حکایت از آن دارد که به لحاظ تعداد فروش، سامسونگ با سهم ۲۲٫۵ درصدی اول، اپل با ۲۰٫۵ درصد دوم، شیائومی با ۱۱٫۴ درصد سوم، OPPO با ۱۰٫۲ درصد چهارم، VIVO با سهم ۷٫۶ درصدی پنجم بوده و ۲۷٫۹ درصد نیز به سایر برندها اختصاص دارد.

ترس: عامل سقوط نوکیا!

در اکتبر ۱۹۹۸، نوکیا پر فروش‌ترین برند تلفن همراه در جهان شد. سود عملیاتی نوکیا از یک میلیارد دلار در سال ۱۹۹۵ به تقریباً ۴ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۹ رسید. نوکیا ۱۱۰۰ پر فروش‌ترین تلفن همراه تاریخ، در سال ۲۰۰۳ ساخته شد. تا سال ۲۰۰۰ حدود ۵۰ درصد فروش گوشی‌های تلفن همراه در اختیار برند نوکیا بود، این درحالی است که اپل در سال ۲۰۰۷، آیفون را معرفی کرد. تا پایان سال ۲۰۰۷، نیمی از کل گوشی‌های هوشمند فروخته شده در جهان نوکیا بودند، درحالی که آیفون اپل تنها ۵ درصد از بازار جهانی را در اختیار داشت. در سال ۲۰۱۰ نوکیا «قاتل آیفون» را عرضه کرد اما نتوانست با رقیبا مطابقت کند. کیفیت گوشی‌های رده‌بالای نوکیا همچنان رو به کاهش بود. تنها در شش سال یعنی از سال ۲۰۰۷