

# Apple делает ставку на сервисы



Вопреки предсказателям, которые говорили о Apple как о компании, не способной на инновации после ухода из жизни её основателя – Стива Джобса, цифры указывают на явный прогресс: Тим Кук получил компанию с капитализацией \$300 млрд и сумел её увеличить до \$1 трлн, преодолев все проблемы и кризисы. На апрель 2019 года оборот Apple превышает \$976 млрд, с курсом \$207 за акцию, которая в октябре 2011 года, когда не стало Стива Джобса, стоила около \$55.

Тем не менее и оставляя в стороне бесспорно благоприятный финансовый рост Apple, компания нацелена на курс чудовищной стратегической переориентации. Занимаясь всю свою жизнь производством девайсов и потребительской электроники в рамках сегмента, где конкуренты с каждым разом всё быстрее копируют новинки и постоянно предлагают более конкурентоспособные товары, Apple планирует сделать акцент на уже давно принимающий форму рынок сервисов по подписке. В рамках последнего речь идёт о расширенном спектре предложений: от музыки, памяти и приложений до ТВ-контента, новостей, изданий и, возможно, сферы медицины и финансов.

Большинство принципов, которые компания считает первостепенными для своего плана переориентации,

были уже обнародованы: строгое соблюдение конфиденциальности, тщательный отбор и гарантия достоверных новостей, а также поиск партнёров для своего бизнес-контента, что, собственно, и породило слухи о возможном приобретении крупнейшего мультимедиа-провайдера Netflix. Однако глава последнего, Рид Хастингс, который, впрочем, поддерживает тёплые отношения с Apple, опроверг все домыслы, утверждая, что не будет участвовать в платформе ТВ-контента Apple, поскольку главной основой своей бизнес-модели считает владение личными данными пользователей.

Нет сомнений в том, что 2019 год, начавшийся с предупреждения о снижении прибыли Apple, станет для компании решающим: она, естественно, не откажется от дизайна и продажи потребительских электронных гаджетов – следующим из них, как говорят, будет устройство для дополнительной реальности, а сделает ставку на расширение своих предложений посредством диверсификации собственных сервисов и их дифференциации от конкурентов.

Нечасто приходится быть свидетелем стратегической переориентации одной из крупнейших и известнейших в мире корпораций, но всё указывает на то, что этого не миновать.

Энрике Данс. Преподаватель инноваций. IE Business School (Мадрид)



# *This will be the year Apple pivots definitively toward services*

There's been no shortage of doomsters since the death of Steve Jobs in October 2011 predicting the demise of Apple and blaming it on the company's inability to innovate. But the facts tell a different story: Tim Cook took over at a company valued at \$300 billion dollars, and was able to take it past the trillion-dollar mark, overcoming all kinds of problems and crises. In April 2019, Apple is valued at around \$976 billion, above \$207 a share, compared to the \$55 when Jobs died.

Yet despite all the positives, Apple is has embarked on a huge strategic reorientation: a company that has spent its entire history selling consumer electronics devices, a market in which its competitors copy its products no sooner are they launched at ever lower prices, is increasingly focusing on services through a growing range that will include music, storage and applications, as well as television content, news and periodicals, and

This year, which began with a profit warning, will be especially important for a company that is obviously going to continue designing and selling consumer electronics devices— next up, say the oracles, will be an augmented reality viewer – but it will certainly increasingly diversify into services, and differentiating itself from the competition in the process.

possibly areas such as health or banking.

Many of the elements that the company considers important for this reorientation have been announced recently: a growing commitment to users' privacy, redoubled research into combatting fake news, the search for partners for its content business, which has prompted speculation about the acquisition of Netflix, whose founder, Reed Hastings, has a good relationship with Apple, but is nevertheless denying the rumors and insists his company will not participate in Apple's television content platform because it considers ownership of its subscribers' data fundamental for its business model.

It's not often we get to see one of the largest and best-known companies in the world strategically reorient itself, but all the signs are that this is exactly what is about to happen.

Enrique Dans. Professor of Innovation.  
IE Business School (Madrid)