



Tietoa Nokiasta

**NOKIA**  
Connecting People



# Tietoa Nokiasta

Nokia on maailman suurin matkaviestinten valmistaja sekä johtava verkkotuotteiden ja -palvelujen ja langattomien yritysratkaisujen tarjoaja. Nokia merkitsee uudenlaista tapaa viestiä ja jakaa tietoa. Lyhyesti sanottuna Nokia helpottaa ihmisten välistä yhteydenpitoa.



## Nokia vuonna 2005

- Pääkonttori Suomessa
- Liikevaihto 34,2 miljardia euroa
- Liikevoitto 4,6 miljardia euroa
- Johtava GSM- ja WCDMA-laitevalmistaja
- 58 874 työntekijää, 128 eri kansallisuutta
- T&K-keskuksia 11 maassa
- Tuotantoa 8 maassa
- Myyntiä yli 130 maassa
- Maailman 6. arvostetuin tuotemerkki

## Nokian visio ja missio

Nokia arvioi, että maailmassa oli 2,2 miljardia matkapuhelinkäyttäjää vuoden 2005 lopussa, ja yhtiö odottaa määrän kasvavan kolmeen miljardiin vuoden 2008 aikana. Kasvu on erityisen voimakasta Lähi-idän, Afrikan, Etelä-Amerikan ja Etelä-Aasian kasvumarkkinoilla. Tämän perusteella Nokia aikoo kehittää ja tarjota hinnaltaan edullisia langattomia laitteita ja ratkaisuja myös jatkossa.

Nokia uskoo myös dataliikenteen kasvavan merkityksen vaikuttavan langattoman viestinnän markkinoihin. Langaton viestintä, tietotekniikka, digitaalinen kuvantaminen ja Internet ovat osittain yhdentymässä, sillä kuluttajat voivat käyttää langattomia laitteita esimerkiksi videoimiseen, musiikin kuunteluun, pelaamiseen ja webin selailuun. Nokia edistää yhdentymistä tuomalla markkinoille huipputuotteita ja avoimia standardeja.

Langattomat ratkaisut hyödyttävät myös yrityksiä, sillä työntekijöiden yhteydenpitomahdollisuudet liikkeellä ollessa parantavat yritysten tuottavuutta.

# Nykyään Nokian langattomia laitteita käytetään yli 130 maassa niin päivittäiseen yhteydenpitoon kuin viihde- ja liiketoimintasovelluksiinkin – ja jopa muodikkaina asusteina.

Tarjoamalla yrityskäyttöön tarkoitettuja laitteita, verkkoratkaisuja, ohjelmistoja ja palveluja Nokia haluaa tuoda sähköpostin ja muut yrityssovellukset työntekijöiden matkapuhelimiin kaikkialla maailmassa.

Verkko-operaattoreiden arvioidaan jatkavan laiteinvestointeja, joiden tarkoituksena on tukea liittymien määrän kasvua sekä parantaa tiedon- siirtonopeutta ja verkkojen energiatehokkuutta. Nokia tarjoaa operaattoreille verkko- ja muita ratkaisuja kolmella pääalueella, jotka ovat GSM-, EDGE- ja 3G/WCDMA-verkot, uusilla IP- ja yhteysominaisuuksilla varustetut runkoverkot sekä palvelut.

## Historia

Nokian historia alkoi puuhiomon perustamisesta vuonna 1865. Nokian nykyinen emoyhtiö muodostettiin Suomen tasavallan lakien mukaisesti vuonna 1967 fuusioimalla kolme eri toimialalla toiminutta yhtiötä.

1980-luvulla Nokia vahvisti asemiaan tietoliikenne-, kulutuselektronikka- ja mikrotietokone markkinoilla. Vuonna 1982 yhtiö toi markkinoille Euroopan ensimmäisen täysin digitaalisen puhelinkeskuksen ja maailman ensimmäisen analogisen NMT-auto-puhelimen.

1990-luvun taitteessa Nokia valitsi tietoliikenteen ydinliiketoiminnakseen ja luopui muista liiketoiminoistaan, kuten paperista, kumista, jalkineista, kemikaaleista, kaapeleista, alumiinista ja televisioista.

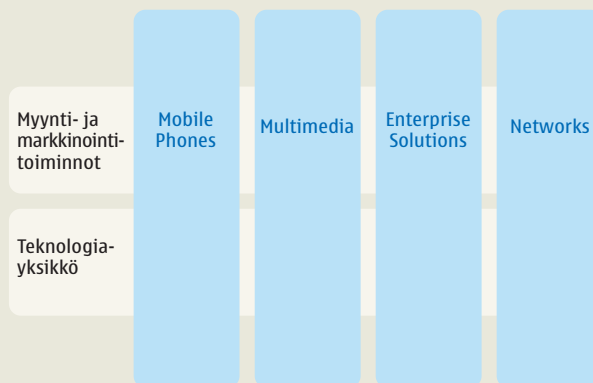
Nokian päätös keskittyä tietoliikenteeseen on osoittautunut onnistuneeksi. Toimiala on kasvanut nopeasti viimeisten 15 vuoden aikana, ja nykyään lähes kaikissa maailman kolkissa käytetään Nokian matkaviestimiä.



## Nokia tänään

Nokian organisaatio koostuu neljästä toimialaryhmästä, jotka ovat Mobile Phones, Multimedia, Enterprise Solutions ja Networks. Toimialaryhmiä tukee kaksi horisontaalista yksikköä, Myynti- ja markkinointitoiminnot sekä Teknologiayksikkö.

Nokian organisaatorakenne



**Mobile Phones** helpottaa ihmisten välistä yhteydenpitoa tarjoamalla runsaasti erilaisia langattomia laitteita ja kehittämällä niihin jatkuvasti uusia puhepalveluihin ja tiedonvälitykseen liittyviä ominaisuuksia. Nokian tuotekehitysprosessi on asiakaslähtöinen, ja tuotteet on tarkoitettu ensisijaisesti suurten myyntivolyymien markkinoille.

Puhepalveluihin keskittyvien ja kuluttajien valtavirralla suunnattujen matkapuhelimien osalta Nokia uskoo asiakkaiden arvostavan ennen kaikkea muotoilua, tuotemerkkiä, helppokäyttöisyyttä ja hintaa. Nokia lisää tuotteisiinsa entistä enemmän myös megapikselikameroita, musiikkitoimintoja, laadukkaita värinäyttöjä ja muita vastaavia ominaisuuksia, joille on kysyntää massamarkkinoilla.

**Multimedia**-toimialaryhmän kehittyneet päätelaitteet tuovat langattoman multimedian kuluttajien ulottuville. Nokian laitteiden avulla voi käyttää multimediapalveluja ja jakaa kokemuksia radiotekniikan välityksellä.

Nokian organisaatio tukee yhtiön strategiaa, jonka tavoitteena on langattomien puhepalveluiden ja verkkoliiketoiminnan kasvattaminen, asiakastyytyväisyyden parantaminen sekä langattomien yritysratkaisujen kehittäminen.

Nokia tekee yhteistyötä myös muiden toimialojen johtavien yritysten kanssa tuodakseen markkinoille entistä kehittyneempiä Internet-palveluja, optiikkaa, musiikin synkronointia ja liikkuvaa kuvaa.

**Enterprise Solutions** tarjoaa yrityksille ja yhteisöille päätelaitteita, niihin liittyviä ohjelmistoja ja tietoturvaratkaisuja sekä muita tuotteita ja palveluja.

Toimialaryhmä tekee yhteistyötä muiden yritysten kanssa tarjotakseen kiinteään IP-verkkoon liittyviä turvaratkaisuja sekä mahdollisuuden käyttää yritysten sähköposti- ja puhelinjärjestelmiä Nokian langattomien laitteiden avulla.

**Networks** on verkkoratkaisujen ja palvelualustojen sekä operaattoreille ja palveluntarjoajille tarkoitettujen palvelujen toimittaja. Sen erikoistumista GSM-tekniikkaan täydentää monia muita langattomia tekniikoita koskeva multiradiostrategia.

Vuoden 2005 lopussa Networks-toimialaryhmällä oli yli 150 operaattoriaasiakasta yli 60 maassa, ja Nokian järjestelmät palvelivat yli 400 miljoonaa liittymäasiakasta.

**Myynti- ja markkinointitoimintoihin** kuuluvat myynti-, markkinointi-, hankinta-, tuotanto- ja logistiikkaorganisaatiot tukevat kolmea matkapuhelimiin ja päätelaitteisiin liittyvää toimialaryhmää Mobile Phonesia, Multimediaa ja Enterprise Solutionsia.

**Teknologiayksikkö** vastaa Nokian teknologisesta kilpailukyvystä. Yksikkö tukee Nokian teknologian hallintaa ja jatkuvaa kehitystä tarjoamalla johtavia teknologioita ja tarkasti määriteltäviä tuotealustoja sekä Nokian toimialaryhmille että yhtiön ulkopuolisille asiakkaille.





A man with dark hair is shown in profile on the left side of the frame, looking towards the right. He is holding a silver Nokia mobile phone. The background is a soft, out-of-focus green field. The overall mood is professional and forward-looking.

## Toiminta

Nokian yrityskuvaan vaikuttavat sekä yhtiön tuotteet että sen toiminta. Siksi Nokian koko arvoketju tutkimuksesta, tuotekehityksestä ja hankintatoiminnoista markkinointiin ja kierrätykseen perustuu pitkän aikavälin visioon, joka korostaa toiminnan johdonmukaisuuden ja vastuullisuuden merkitystä.



### **Tutkimus- ja kehitystoiminta**

Nokia tekee tutkimus- ja kehitystyötä yhtiön teknologiayksikössä ja neljässä toimialaryhmässä sekä tutkimuskeskuksessaan Nokia Research Centerissä.

Teknologiayksikkö tutkii ja kehittää multiradiotekniikkaa, ohjelmisto- ja piirisarja-alustoja, teknologian saatavuutta, immateriaalioikeuksia sekä tuotteiden ja palvelujen käyttöominaisuuksia. Lisäksi teknologiayksikkö tekee yhteistyötä yhtiön ulkopuolisten tahojen kuten johtavien kehityslaitosten ja tavarantoimittajien sekä muiden yhteistyökumppaneiden kanssa.

Nokian toimialaryhmät tekevät tuotekehityspainotteista, asiakkaiden tarpeisiin perustuvaa tutkimus- ja kehitystyötä. Toimialaryhmien tuotteita täydentävät teknologiat perustuvat sekä toimialaryhmien ja Nokian teknologiayksikön omaan kehitystyöhön että yhtiön ulkopuoliseen tutkimus- ja kehitystoimintaan.

Nokia Research Center suuntaa katseensa tulevaisuuteen ja pyrkii kehittämään johtavia teknologioita niillä alueilla, joiden uskotaan olevan Nokian toiminnan ja tulevaisuuden kannalta keskeisiä.

### **Tuotesuunnittelu**

Tyylirikkyys, yksinkertaisuus, helppokäyttöisyys ja toimivuus ovat Nokian tuotteiden menestyksen ja suunnittelun kulmakivet, joiden mukaisesti yhtiön tuotesuunnittelijat kehittävät trendikkäitä, alan johtavaan teknologiaan perustuvia langattomia laitteita.

Nokian verkkoliiketoiminnassa suunnittelun avainasana on tehokkuus. Operaattorien tarpeisiin perustuville Nokian infrastruktuuriratkaisuille on ominaista asentamisen helppous ja radioresurssien optimointi sekä siirto-, energia- ja verkkovuokrauskustannusten minimointi.

Ympäristöarvot huomioon ottavan tuotesuunnittelun avulla Nokia vähentää tuotteidensa ympäristövaikutuksia niiden koko elinkaaren ajan. Tämä tarkoittaa ympäristönäkökohtien nivomista kaikkiin Nokian tuotteisiin, palveluihin ja prosesseihin. Näin voidaan minimoida materiaalin ja energian kulutus sekä hyödyntää uudelleenkäyttö- ja kierrätysmahdollisuudet mahdollisimman tehokkaasti.

Nokian tuotannon lähtökohtana on tavoitteellinen tutkimus- ja kehitystoiminta, elinkaariajattelu, kansainvälisen toimittajaverkoston tehokas hallinta ja kattavat ympäristöohjelmat.

#### **Hankinta**

Nokialla on laaja tuote- ja palvelutoimittajien verkosto. Yhtiön toimittajaverkoston hallinta perustuu kattaviin toimittajavaatimuksiin, jotka on laadittu YK:n ihmisoikeuksien julistuksen ja Kansainvälisen työjärjestön konventioiden sekä Nokian omien ympäristöohjelmien pohjalta.

Nokia valvoo toimittajavaatimustensa noudattamista pitämällä jatkuvasti yhteyttä toimittajiinsa ja tekemällä toimittajayrityksissä katselmuksia. Nokia edellyttää, että myös tavarantoimittajien oma hankintatoiminta on valvottua ja ohjeistettua ja että sitä kehitetään tarvittaessa.

Ympäristölle haitallisten aineiden käytön vähentäminen Nokian käyttämissä komponenteissa on keskeinen osa toimitusketjun hallintaa. Näin varmistetaan muun muassa 1.7.2006 voimaan astuvan EU:n RoHS-direktiivin noudattaminen. Direktiivi rajoittaa lyijyn, kadmiumin, elohopean ja kromin sekä kahden palonestoaineen käyttöä elektroniikka-tuotteissa.

#### **Tuotanto**

Vuoden 2005 lopussa Nokialla oli 14 tuotantolaitosta, jotka sijaitsevat Brasiliassa, Britanniassa, Etelä-Koreassa, Kiinassa, Meksikossa, Saksassa, Suomessa ja Unkarissa. Nokialla on myös räätälöinti- ja logistiikkakeskus Yhdysvalloissa, ja maaliskuussa 2006 yhtiö avasi uuden tehtaan Intiassa.

Nokian matkaviestintehtaat valmistavat yleensä paikallisten matkapuhelinstandardien mukaisia tuotteita, mutta ne pystyvät valmistamaan myös muiden tärkeimpien kansainvälisten standardien mukaisia laitteita. Tämän joustavan, kansainvälisen valmistusverkoston ansiosta Nokia pystyy reagoimaan nopeasti kysynnän muutoksiin.

Kaikilla Nokian tuotantolaitoksilla on ISO 14001 -sertifioitu ympäristönhallintajärjestelmä, jonka tarkoituksena on minimoida laitosten ympäristövaikutukset pääasiassa parantamalla niiden energiatehokkuutta ja jätteiden kierrätystä.



## Myynti

Valtaosa Nokian langattomiin laitteisiin liittyvästä liikevaihdosta on peräisin operaattoreille, jälleenmyyjille ja yritysasiakkaille suunnatusta myynnistä. Jokaista yhtiön aktiivista operaattori- ja jälleenmyyjäasiakasta palvelee nimetty Nokia-tiimi. Suurimpien operaattoriasiakkaiden yhteyshenkilöinä toimivat Nokian johtokunnan jäsenet.

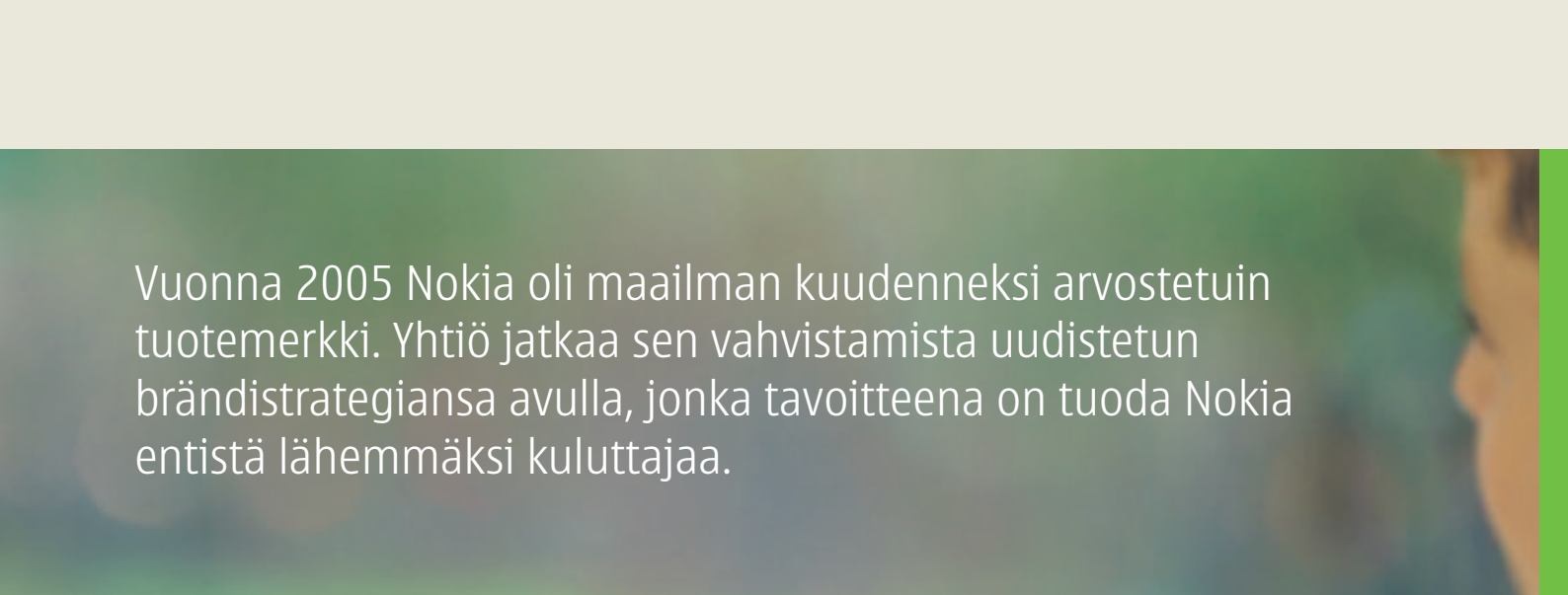
Nokia on perustanut myös tiettyihin liiketoimintalueisiin erikoistuneita myyntikanavia. Esimerkiksi Enterprise Solutionsin myyntiorganisaatio hoitaa tietoturvaan ja langattomiin yhteyksiin liittyvien tuotteiden myyntiä, ja Networksin palvelutiimit keskittyvät infrastruktuurituotteiden myyntiin operaattoriasiakkaille.

## Markkinointi

Nokian tuotteet luovat yrityskuvaa ja vaikuttavat sen arvoon. Heinäkuussa 2005 tutkimusyhtiö Interbrand arvioi Nokian maailman kuudenneksi arvostetuimmaksi liikemerkeksi.

Nokia pyrkii vahvistamaan tätä asemaansa uuden brändistrategiansa avulla. Sen tavoitteena on tehdä Nokiasta ensimmäinen langattomien tuotteiden valmistaja, jonka brändin kulmakivenä on asiakkaiden tunneside yhtiön tuotteisiin. Tämä strategia näkyy Nokian entistä yhdenmukaisempuna visuaalisena identiteettinä ja ohjaa niin tuotekehitystä, tuotesuunnittelua, markkinointia ja viestintää kuin muutakin toimintaa.

Nokia vahvistaa liikemerkkiään ja kuluttaja-asiakassuhteitaan myös uusien Nokia Flagship Store -myymälöiden avulla, joista ensimmäinen avattiin Moskovassa marraskuussa 2005. Myymälöissä kuluttajat voivat paitsi ostaa Nokian tuotteita myös kokeilla uusia ideoita ja teknologioita multimediaesitysten ja interaktiivisten esittelypisteiden avulla. Yhtiö aikoo avata useita tähän konseptiin perustuvia myymälöitä maailman keskeisimpiin ostoskaupunkeihin vuosien 2006 ja 2007 aikana.



Vuonna 2005 Nokia oli maailman kuudenneksi arvostetuin tuotemerkki. Yhtiö jatkaa sen vahvistamista uudistetun brändistrategiansa avulla, jonka tavoitteena on tuoda Nokia entistä lähemmäksi kuluttajaa.

### **Tuotteiden käyttö**

Nokia pyrkii systemaattisesti lisäämään tuotteidensa käytönaikaista energiatehokkuutta.

Langattomia laitteita käytettäessä energiankulutukseen vaikuttaa eniten akun lataaminen. Nokia onkin allekirjoittanut Euroopan unionin laati- man, ulkoisten virtalähteiden tehokkuutta koskevan vapaaehtoisen sopimuksen ja vähentänyt laitei- densa energiankulutuksen sopimuksen tiukimpien vaatimusten mukaiseksi.

Myös matkapuhelinverkkojen suurimmat ympäristö- vaikutukset liittyvät niiden käytön aikaiseen energian- kulutukseen. Samalla kun koko langattoman viestin- nän toimiala on kasvanut, verkkolaitteiden energia- tehokkuus on lisääntynyt huomattavasti. Esimerkiksi yleisen, sisäkäyttöön tarkoitetun Nokia WCDMA -tukiasemalaitteiston energiankulutus oli vuonna 2005 noin 1 700 wattia, kun se vuonna 2001 oli vielä noin 2 500 wattia.

### **Takaisinotto ja kierrätys**

Nokialla on vastuullista elinkaariajattelua koskevien periaatteidensa mukaisesti tuotteiden takaisinotto- ja kierrätysohjelmat.

Yhtiö on jo vuosien ajan ottanut käytettyjä Nokia- matkapuhelimia ja niiden lisälaitteita takaisin val- tuutettujen Nokia Service Point -palvelupisteiden ja Care Centereiden kautta kaikkialla maailmassa. Verkko-operaattoreille ja yrityksille myytyjen laittei- den osalta yritysasiakassopimukseen voidaan liittää erilaisia kierrätysjärjestelmiä.

Nokian yhteistyökumppaneina on vain tarkastettuja ja hyväksytyjä kierrätysyrityksiä. Matkapuhelimien kierrätyksessä otetaan talteen erilaisia metalleja, kuten kultaa, hopeaa, palladiumia ja kuparia. Muovi- kuorista voidaan tehdä uusiomuovituotteita. Niitä voidaan käyttää myös energianlähteenä polttamalla ne, jolloin palokaasut puhdistetaan erikoislaitteilla ennen kuin ne päästetään ilmaan.



## Vastuuntuntoista liiketoimintaa

Nokian asema alansa johtavana toimijana sekä sen toiminnan laajuus merkitsevät sitä, että Nokia on lähellä ihmisiä ja yhteisöjä kaikkialla maailmassa. Siksi on tärkeää, että Nokian liiketoiminnalliset tavoitteet ja yhteiskuntavastuu ovat tasapainossa.



Huipputuotteiden lisäksi menestyvälle yritykselle on ominaista se, että se houkuttelee markkinoiden parhaat työntekijät ja pitää heidät yhtiön palveluksessa, tekee yhteistyötä asiakkaiden ja tavarantoimittajien kanssa, toimii vastuullisesti ympäristöasioissa ja tukee positiivista kehitystä yhteisöissä.

### **Henkilöstön kehittäminen**

Koska Nokian menestys perustuu sen työntekijöihin, yhtiö haluaa palkata parhaat mahdolliset tekijät ja pitää heidät yhtiön palveluksessa. Henkilöstön motivaatiota, sitoutumista, tyytyväisyyttä ja hyvinvointia edistetään neljän periaatteen mukaisesti:

- Nokian arvot ja tapa toimia (Nokia Way): Nokia tarjoaa työntekijöilleen mahdollisuuden henkilökohtaiseen ja ammatilliseen kehittymiseen haastavassa ympäristössä ja organisaatiossa, jolla on selkeä visio ja tavoitteet.
- Suorituksista palkitseminen: Nokia antaa kaikille työntekijöilleen mahdollisuuden hyötyä yhtiön menestyksestä koko yhtymän kattavien bonus- ja kannustinjärjestelmien kautta.
- Ammatillinen ja henkilökohtainen kasvu: Nokia kannustaa työntekijöitään laatimaan itselleen kehityssuunnitelman ja hyödyntämään yhtiön sisäisiä työkiertomahdollisuuksia.
- Työ- ja yksityiselämän yhteensovittaminen: Nokia tarjoaa työntekijöilleen terveellisen ja turvallisen työympäristön ja edistää työhyvin-

vointia tarjoamalla joustavia työskentelymahdollisuuksia, terveydenhoito- ja rahoituspalveluja sekä vapaa-ajantoimintaa.

### **Toimintaohjeet**

Nokian toimintaohjeet kertovat, miten työntekijöiden tulee toimia, jotta he noudattavat lakeja ja yhtiön eettisiä periaatteita. Ohjeet on käännetty 25 kielelle. Toimintaohjeet säätelevät kaikkea yhtiössä tapahtuvaa toimintaa, ja niissä käsitellään esimerkiksi etiikkaa ja lainsäädäntöä, ihmisoikeuksia, työolosuhteita ja ympäristöasioita. Vuonna 2005 Nokian johtokunta käynnisti koko yhtiön kattavan kampanjan, jonka tavoitteena on lisätä työntekijöiden tietämystä Nokian toimintaohjeista verkko-opiskelun ja keskustelufoorumien avulla.

### **Yrityskansalaisuus**

Nokia haluaa yrityskansalaisuusohjelmiansa avulla varmistaa, että sen toiminnan kokonaisvaikutukset yhteiskunnassa ovat positiivisia.

**Make a Connection** -ohjelman tarkoituksena on parantaa nuorten elämäntaitoja eri puolilla maail-





maa. Nokian ja International Youth Foundationin vuonna 2000 käynnistämä ohjelma toimii yli 20 maassa ja se on vaikuttanut suoraan n. 280 000 nuoren elämään.

**Bridgeit**-ohjelman tavoitteena on toimittaa kehitysmaiden kouluille digitaalista opiskelumateriaalia langattoman teknologian avulla. Nokian, International Youth Foundationin, Pearsonin ja YK:n kehitysjärjestön UNDP:n yhteishanke käynnistyi Filippiineillä vuonna 2003.

**Nokia Helping Hands** on Nokian kansainvälinen vapaaehtoisohjelma, jossa työntekijät osallistuvat paikalliseen vapaaehtoistyöhön. Vuonna 2005 nokialaiset tekivät vapaaehtoistyötä 29 maassa ja esimerkiksi auttoivat luonnonkatastrofien uhreja, järjestivät erilaisia keräyksiä ja osallistuivat luku- ja taitoprojekteihin.

### **Ympäristöyhteistyö**

Nokialla on ollut WWF Internationalin kanssa kesäkuusta 2003 yhteistyösopimus, jonka tavoitteena on molemminpuolinen oppiminen. Siihen liittyy

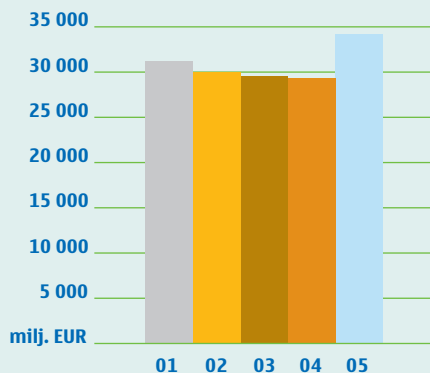
Nokian työntekijät ovat voineet lisätä tietoa ympäristöasioista esimerkiksi verkko-oppimissovelluksen avulla. Lisäksi on järjestetty ympäristöasioihin liittyviä koulutustilaisuuksia, ryhmätöitä, sidosryhmäseminaareja ja vapaaehtoistoimintaa.

### **Yhdennetty tuotepolitiikka**

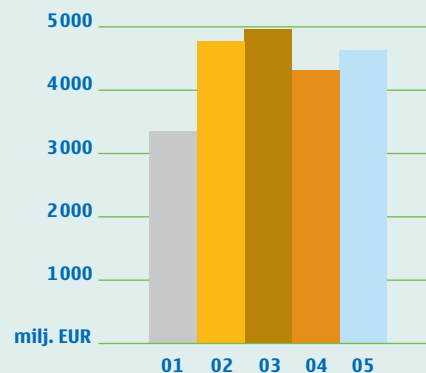
Vuonna 2004 Euroopan komissio valitsi Nokian matkapuhelimiin liittyvän ehdotuksen toiseksi kahdesta pilottiprojektista, jotka liittyvät komission yhdennettyyn tuotepolitiikkaan (Integrated Product Policy, IPP). Sen tavoitteena on vähentää tuotteiden ympäristövaikutuksia niiden koko elinkaaren ajan ja säilyttää samalla tuotteiden kilpailukyky.

Vuonna 2005 Nokia teki IPP-projektiin liittyvää yhteistyötä tavarantoimittajien, kilpailijoiden, asiakkaiden, kierrätysyritysten ja viranomaisten sekä kuluttaja- ja muiden kansalaisjärjestöjen kanssa. Yhteistyön tarkoituksena oli selvittää, mitä tuotteiden elinkaareen liittyviä ympäristöasioita Nokian sidosryhmät pitävät tärkeinä. Lisäksi analysoitiin erilaisia parannusehdotuksia, joissa on huomioitu niin toiminnan taloudelliset, ympäristölliset kuin sosiaalisetkin vaikutukset.

### Liikevaihto 2001–2005



### Liikevoitto 2001–2005



### Avainlukuja

milj. EUR	2005	2004	Muutos, %
Liikevaihto	34 191	29 371	16
Liiketulos	4 639	4 326	7
Tulos ennen veroja	4 971	4 705	6
Tilikauden voitto	3 616	3 192	13
Tutkimus ja kehitys	3 825	3 776	1

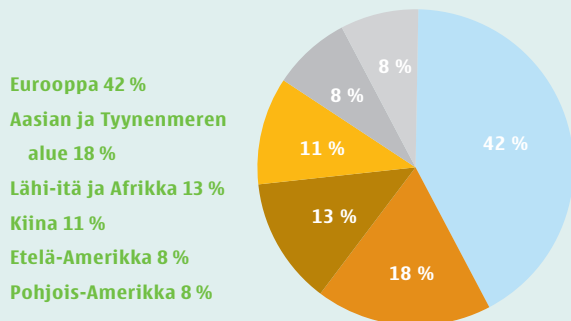
### Henkilöstö 31.12.

	2005	2004	2003
Mobile Phones	2 716	2 558	2 764
Multimedia	2 799	2 738	2 777
Enterprise Solutions	2 092	2 234	1 986
Networks	18 332	16 595	15 301
Muut yksiköt	32 935	31 380	28 531
Nokia-yhtymä	58 874	55 505	51 359

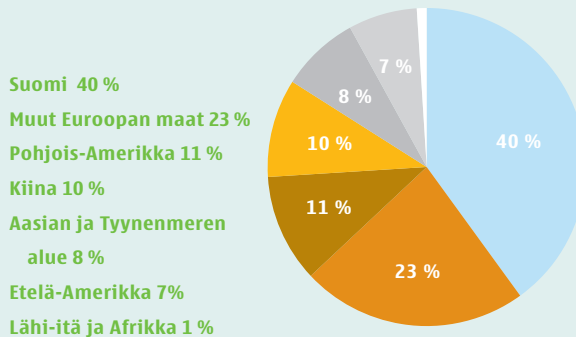
### Toimialaryhmät

milj. EUR	2005	2004	Muutos, %
<b>Mobile Phones</b>			
Liikevaihto	20 811	18 521	12
Liiketulos	3 598	3 786	-5
Tutkimus ja kehitys	1 245	1 196	4
<b>Multimedia</b>			
Liikevaihto	5 981	3 676	63
Liiketulos	836	175	
Tutkimus ja kehitys	860	863	
<b>Enterprise Solutions</b>			
Liikevaihto	861	839	3
Liiketulos	-258	-210	
Tutkimus ja kehitys	329	304	8
<b>Networks</b>			
Liikevaihto	6 557	6 431	2
Liiketulos	855	884	-3
Tutkimus ja kehitys	1 170	1 194	-2

## Liikevaihto markkina-alueittain 2005



## Henkilöstö markkina-alueittain



### 10 suurinta markkina-alueetta, liikevaihto

milj. EUR	2005	2004	2003
Kiina	<b>3 403</b>	2 678	2 023
Yhdysvallat	<b>2 743</b>	3 430	4 488
Britannia	<b>2 405</b>	2 269	2 711
Intia	<b>2 022</b>	1 369	1 064
Saksa	<b>1 982</b>	1 730	2 297
Venäjä	<b>1 410</b>	946	569
Italia	<b>1 160</b>	884	1 003
Espanja	<b>923</b>	768	748
Saudi-Arabia	<b>897</b>	750	547
Ranska	<b>870</b>	604	867

### 10 suurinta maata henkilöstön mukaan, 31.12.

	2005	2004	2003
Suomi	<b>23 485</b>	23 069	22 274
Yhdysvallat	<b>5 883</b>	6 706	6 636
Kiina	<b>5 860</b>	4 788	4 595
Unkari	<b>4 186</b>	3 778	2 571
Saksa	<b>3 610</b>	3 522	3 486
Brasilia	<b>2 184</b>	2 640	1 497
Britannia	<b>1 956</b>	1 903	1 947
Meksiko	<b>1 901</b>	1 160	1 290
Intia	<b>1 609</b>	591	184
Tanska	<b>1 362</b>	1 296	1 270

Tulevaisuudennäkymiin liittyviä kannanottoja

Monet riskitekijät vaikuttavat siihen toteutuvatko tulevaisuudennäkymiin liittyvät kannanottomme odottamallamme tavalla. Tunnistamme näitä riskitekijöitä koko ajan ja sisällytämme niitä esimerkiksi osavuosi- ja tilinpäätöskatsauksiin. Lisätietoja näistä riskitekijöistä ja tulevaisuudennäkymiin liittyvistä kannanotoista on yhtiön 31.12.2005 päätyttyä tilikautta koskevassa Yhdysvaltojen arvopaperisäännösten mukaisessa asiakirjassa (Form 20-F).

