

في حين كان معظم المنافسين يركزون على الإنتاج بالحجم الكبير لتلبية الطلب المتزايد بغض النظر عن جودة تلك المنتجات كانت سامسونج تعيد استثمار أرباحها في البحث والتطوير وتحسين سلسلة التوريد لضمان إمداد الأسواق بالمنتجات عالية الجودة وبدون انقطاعات و في عام ١٩٩٣ أطلق رئيس مجلس إدارة سامسونج كون هي لي ما سماه مبادرة الإدارة الجديدة" وهي مبادرة تهدف لإيصال سامسونج لقيادة الأعمال على مستوى العالم. وفي عام ١٩٩٣ غيرت سامسونج من شعارها وأصبح اسم الشركة مكتوباً باللغة الإنكليزية من أجل أن تحوز على اهتمام المستهلكين حول العالم. كانت ردة فعل المدير أنه أحرق كامل الدفعة المنتجة والتي كان عددها ٢٥ ألف جهاز أمام أعين العاملين وهذا الموقف كان له أثر نفسي كبير لديهم وتأكيد لالتزام الشركة على أعلى جودة ممكنة وفق المعايير التي تحددها. وركز نائب رئيس الشركة عام ١٩٩٧ على التصنيع الداخلي في سامسونج بدلاً من تعهيد عمليات التصنيع إلى موردين خارجيين. وهذا ما يؤكد توجه الشركة للمنافسة من خلال تصنيع منتجاتها بنفسها بدءاً من معالجات الأجهزة والموصلات. وهذا الاعتماد على النفس وفر للشركة عدد كبير من المزايا التنافسية أهمها خفض في التكاليف وتأمين القطع اللازمة بالعدد والوقت المناسب مقارنة بغيرها من المنافسين الذين كانوا يطلبون هذه المواد من موردين خارجيين فضلاً عن أنها لا تضع نفسها تحت رحمة. هذه المرونة الكبيرة في التصنيع التي تتمتع بها سامسونج، لذا توجهت كلياً في تركيزها على صناعة العتاد. وهذا ما دفع شركة أبل للاعتماد على سامسونج لصنع معالجات هواتفها الأيفون طوال السنوات الماضية.