

تعد شركة سامسونج إلكترونيات من أكبر الشركات التقنية في العالم من حيث العوائد، ففي المراحل الأولى أدركت أهمية البحث والتطوير في الشركة وأرادت أن يتعرف إليها العالم كعالمية تجارية عالمية. في عام 1993 أطلق رئيس مجلس إدارة سامسونج كون هيلي ما سماه "مبادرة الإدارة الجديدة" وهي مبادرة تهدف إلى صال سامسونج لقيادة الأعمال على مستوى العالم. غيرت هذه المبادرة التي أطلقها رئيس مجلس الإدارة من مسار شركة سامسونج ونقلها من شركة عادية في قطاع المنتجات الإلكترونية الاستهلاكية لتصبح شركة عالمية قيادية للقطاع. وخططت سامسونج أن تلتزم على المدى البعيد بالاستثمار في الابتكار وعالمها التجارية ومنتجاتها المميزة، وفي عام 1993 غيرت سامسونج من شعارها وأصبح باللغة الإنكليزية من أجل أن تحوز على اسم الشركة مكتوباً اهتمام 2 مليون مستهلك حول العالم. كانت ردة فعل المدير أنها حرق كامل الدفعة من المنتجات التي كان عددها 25 ألف جهاز أمام أعين العاملين، تؤكد شركة سامسونج على أن مجال التصنيع في الشركة هو واحد من النقاط الجوهرية في نموذج عملها، وركز نائب رئيس الشركة عام 1997 من تعهيد عمليات التصنيع للموردين خارجيين. وكان تركيز على التصنيع الداخلي في سامسونج بدال سامسونج الأساس في نهاية التسعينيات هو تطوير الشرائح واملوصالت داخل الشركة. وبين عامي 1998 و2003 استثمرت سامسونج 19 مليار دولار في بناء مصانع جديدة للمعالجات والشرائح، وهذا تصنيع منتجاتها بنفسها بدءاً الاعتماد على النفس وفر للشركة عدد كبير من المزايا التنافسية أهمها خفض تكاليفها لتأميناً لقطاعها بالزمن والعدد والوقتاً لمناسبتهم مقارنة بغيرها من المنافسين الذين كانوا عن أنها ال تضع نفسها تحت رحمة السوق واملورد وباليتالي تحكماً يطلبون هذا ملوادم من موردين خارجيين فضال فيها. هذا ملرونة الكبيرة في التصنيع التي تتمتع بها سامسونج، لذا توجهت كلياً ي تركيزها على صناعة العتاد. وهذا ما دفع شركة آبل للاعتماد على سامسونج لصنع معالجات هاتفها الآيفون طوال السنوات الماضية. ثم يقترح الطريقة الجديدة التي يجب اتباعها للموالم مناسبة لصرافها في كل سوق ولكل منتج أو تصنيفاً يجعل إعادة تخصيص الميزانيات التسويقية بشكل جديد أكثر كفاءة.