



Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Τμήμα Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών
Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
‘Διοίκηση και Οικονομική των Τηλεπικοινωνιακών Δικτύων’

Μάθημα: Οικονομικά του κλάδου των τηλεπικοινωνιών

Διδάσκων: Δρ. Α. Παπαδημητρίου

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: SAMSUNG



Αθηναίου Νικολέτα – ΜΟΠ 348

Ευθυμιάδη Σωτηρία – ΜΟΠ 363

Λιαροπούλου Θεοδώρα – ΜΟΠ 346

Σαλούστρος Βασίλης – ΜΟΠ 359

Σπηλιοπούλου Ηλιάννα – ΜΟΠ 358



Περιεχόμενα

1. Εισαγωγή	3
2. Ιστορική αναδρομή.....	4
3. Προϊόντα.....	9
4. Εξωτερικό / Εσωτερικό Περιβάλλον.....	14
4.1 PEST ANALYSIS	14
4.2 SWOT ANALYSIS	18
4.3 PORTER ANALYSIS	211
5. Ανταγωνιστές	244
6. Οικονομική Ανάλυση – Μερίδια Αγοράς	277
7. Καινοτομίες	36
8. Στρατηγική της εταιρείας	442
Βιβλιογραφία	45

1. Εισαγωγή

Η Samsung Group είναι ο μεγαλύτερος όμιλος επιχειρήσεων στη Νότια Κορέα και η δεύτερη μεγαλύτερη πολυεθνική στον κόσμο. Το 2011 απασχολούσε 344.000 άτομα, ενώ πληρώνει φόρους ύψους περίπου 8% των εισοδημάτων της χώρας. Ο όμιλος καλύπτει εξαιρετικά ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων. Samsung σημαίνει τρία αστέρια στην κορεατική γλώσσα και αντικατοπτρίζει τις τρεις πολυεθνικές εταιρείες του ομίλου. Η γνωστότερη θυγατρική του ομίλου είναι η Samsung Electronics.

Στην παρούσα μελέτη στόχος μας είναι να αναλύσουμε την περίπτωση της Samsung, την εταιρεία και τις στρατηγικές της, από διάφορες οπτικές γωνίες. Η εργασία ξεκινάει με την ιστορική αναδρομή της εταιρείας και συνεχίζει με τα προϊόντα τα οποία κατασκευάζει. Στη συνέχεια, γίνεται ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης, κάνοντας χρήση εργαλείων όπως η ανάλυση PEST, η ανάλυση SWOT και το υπόδειγμα των πέντε δυνάμεων του Porter. Έπειτα γίνεται αναφορά στους ανταγωνιστές της επιχείρησης και αναλύονται τα οικονομικά στοιχεία της. Τέλος, αναφέρουμε τις καινοτομίες της εταιρείας, αλλά και τις στρατηγικές της Samsung για το μέλλον.

2. Ιστορική αναδρομή

Το 1938, ο Lee Byung-chull καταγόμενος από μία μεγάλη οικογένεια γαιοκτημόνων, ίδρυσε τη Samsung Sanghoe στην πόλη Τάγκου της Κορέας μια μικρή εμπορική επιχείρηση σαράντα υπαλλήλων. Στην αρχή, η επιχείρησή του δραστηριοποιούνταν κυρίως στις εξαγωγές τοπικών προϊόντων, πουλώντας παστά αλιεύματα, λαχανικά και φρούτα και παρήγαγε η ίδια noodles.

Η επιχείρηση άνθισε και ο Lee μετακίνησε το 1947 το κεντρικό γραφείο του στη Σεούλ.

Όταν ξέσπασε ο Πόλεμος της Κορέας, αναγκάστηκε να αποχωρήσει από τη Σεούλ και ασχολήθηκε με παρασκευής ζαχαρωδών.

Η λέξη Samsung σημαίνει «τρία αστέρια» στα Κορεάτικα. Η Samsung ασχολήθηκε με πολλούς τομείς της αγοράς και ο Lee επιδίωξε να την καθιερώσει ως βιομηχανικό ηγέτη σε ένα ευρύ κύκλο επιχειρήσεων (en.wikipedia.org).

Ενδιαφέρθηκε ιδιαίτερα για την εκβιομηχάνιση, στρέφοντας την οικονομική στρατηγική του σε μεγάλα τοπικούς ομίλους επιχειρήσεων, προστατεύοντάς τους από τον ανταγωνισμό και βοηθώντας τους οικονομικά. Αργότερα, απαγόρευσε σε διάφορες ξένες εταιρείες την πώληση καταναλωτικών ηλεκτρονικών στη Νότια Κορέα, με σκοπό να προστατεύσει την Samsung από τον ξένο ανταγωνισμό.



Το κτήριο της Samsung Sanghoe στο Daegu τη δεκαετία του '30

Προς το τέλος της δεκαετίας του '60, η Samsung Group μπαίνει στη βιομηχανία της ηλεκτρονικής. Διαμόρφωσε διάφορα σχετικά τμήματα, όπως η Samsung Electronics Devices Co, η Electro-Mechanics Co., η Samsung Corning Co., και η Samsung Semiconductor & Telecommunications Co. Το πρώτο προϊόν ήταν η ασπρόμαυρη τηλεόραση. Το 1980, η επιχείρηση απέκτησε την Hanguk Jeonja Tongsin, και άρχισε να κατασκευάζει συσκευές τηλεπικοινωνιών ώσπου έγινε το κέντρο της κατασκευής κινητών τηλεφώνων της Samsung. Έχουν παραχθεί πάνω από 800 εκατομμύρια κινητά τηλέφωνα μέχρι σήμερα. Στη δεκαετία του '80 η επιχείρηση ομαδοποίησε τις προηγούμενες και δημιούργησε την Samsung Electronics Co. Καθ' όλη τη διάρκεια της δεκαετίας του '70, η Samsung έθεσε τα στρατηγικά θεμέλια για τη μελλοντική της ανάπτυξη επενδύοντας, στη χημική και στην πετροχημική βιομηχανία. Επιπλέον, η Samsung απέκτησε το 50% του μεριδίου της Korea Semiconductor, εδραιώνοντας περαιτέρω τη θέση της Samsung Electronics ως κυρίαρχης εταιρείας στην κατασκευή ημιαγωγών.

Τα τέλη της δεκαετίας του '70 και οι αρχές της δεκαετίας του '80 σηματοδότησαν μια εποχή αυξημένης διαφοροποίησης και παγκόσμιας ανάπτυξης για τις κύριες δραστηριότητες της Samsung στον τομέα της τεχνολογίας. Το 1978, η Samsung Semiconductor και η Samsung Electronics έγιναν ξεχωριστές εταιρείες. Με τη Samsung Aerospace Industries (τόρα γνωστή ως Samsung Techwin) να ξεκινά τις δραστηριότητές της το Φεβρουάριο του 1987, η Samsung αναπτύσσεται στον τομέα της αεροδιαστημικής με ταχύτητες άνευ προηγουμένου. Επιπλέον, η Samsung μπήκε στο χώρο ανάπτυξης συστημάτων, ιδρύοντας την Samsung Data Systems το 1985 (τόρα γνωστή ως Samsung SDS), η οποία αναδείχθηκε σε κυρίαρχη δύναμη στην παροχή υπηρεσιών πληροφοριακών συστημάτων, συμπεριλαμβανομένης της ενσωμάτωσης συστημάτων, της διαχείρισης συστημάτων, της παροχής λύσεων και υπηρεσιών δικτύου.

Η αυξανόμενη στροφή της Samsung προς την τεχνολογία οδήγησε στη δημιουργία δύο ινστιτούτων έρευνας και ανάπτυξης της εταιρείας, τα οποία την βοήθησαν να επεκτείνει ακόμα περισσότερο την ισχύ της στα ηλεκτρονικά, στους ημιαγωγούς, στα υψηλά πολυμερή χημικά, στη γενετική μηχανική, στις οπτικές τηλεπικοινωνίες, στην αεροδιαστημική και σε νέα πεδία τεχνολογικής καινοτομίας, από τη ναυτοτεχνολογία έως τις προηγμένες αρχιτεκτονικές δικτύων.

Το 1987, ο Πρόεδρος και ιδρυτής της Samsung Byung-Chull Lee απεβίωσε μετά από σχεδόν πενήντα χρόνια στο πηδάλιο της εταιρείας. Ο γιος του, Kun-Hee Lee, τον διαδέχτηκε στη θέση του Προέδρου. Στη διάρκεια αυτής της περιόδου, η Samsung αντιμετώπισε την πρόκληση της αναδιάρθρωσης της παλιάς επιχείρησης και της εισόδου σε νέους τομείς, με στόχο να γίνει μία από τις πέντε κορυφαίες εταιρείες ηλεκτρονικών στον κόσμο.

Προς το τέλος της δεκαετίας του '80 και του αρχές της δεκαετίας του '90, η Samsung Electronics Co με τις επενδύσεις στην έρευνα και την ανάπτυξη, βρέθηκε στην πρώτη γραμμή της παγκόσμιας βιομηχανίας ηλεκτρονικής. Το 1982, έχτισε εγκαταστάσεις τηλεοπτικών συναρμολογήσεων στην Πορτογαλία το 1984, εγκαταστάσεις στη Νέα Υόρκη το 1985, εγκαταστάσεις στο Τόκιο το 1987, μια εγκατάσταση στην Αγγλία και άλλη μια στο Ωστιν το 1996 (en.wikipedia.org). Στο σύνολο, η Samsung έχει επενδύσει περίπου \$5.6 δισεκατομμύρια στο Ωστιν - κατά πολύ η μεγαλύτερη επένδυση στο Τέξας και μία από τις μεγαλύτερες ξένες επενδύσεις στις ΗΠΑ.

Η Samsung άρχισε να αναπτύσσεται σαν διεθνή εταιρία στη δεκαετία του '90 χτίζοντας εργοστάσια σε Αμερική, Αγγλία, Γερμανία, Ταϊλάνδη, Μεξικό, Ισπανία, Κίνα. Ανατέθηκε στην κατασκευαστική εταιρεία της Samsung να χτίσει έναν από τους δύο πύργους Petronas στη Μαλαισία, το Ταϊπέι 101 στην Ταϊβάν και το Burj Khalifa στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα. Το 1997, σχεδόν όλες οι Κορεάτικες επιχειρήσεις συρρικνώθηκαν σε μέγεθος και η Samsung δεν αποτέλεσε εξαίρεση. Για να ανταπεξέλθει στην κρίση, η εταιρεία μείωσε τον αριθμό των συγγενικών εταιρειών της σε 45, μείωσε το προσωπικό σχεδόν κατά 50.000 πουλώντας 10 επιχειρηματικές μονάδες και βελτίωσε τη σταθερότητα της χρηματοοικονομικής της δομής μειώνοντας το δείκτη χρέους από 365% το 1997 σε 148% στο τέλος του 1999, επικεντρώνοντας το ενδιαφέρον σε τρεις βιομηχανίες: ηλεκτρονική, μηχανική, και χημική. Χάρη στην ηλεκτρονική βιομηχανία συνέχισε να εξελίσσεται.



Petronas

Taipei 101

Όσον αφορά την αυτοκινητοβιομηχανία, ο ιδρυτής της Samsung είχε αποφάσισε να εισαγάγει την επιχείρησή του και σε αυτόν τον τομέα επειδή σκέφτηκε ότι θα υπήρχε προμήθεια από τις άλλες θυγατρικές του, την Samsung Electric και την Samsung Electronics. Δεν ήταν κακή ιδέα θεωρητικά, αλλά λόγω της κρίσης η Samsung αναγκάστηκε να αναζητήσει έναν συνεργάτη. Έτσι το 1998 άρχισε τις διαπραγματεύσεις με το γαλλικό κατασκευαστή αυτοκινήτων Renault. Το 2000 η Renault αγόρασε το 70% της επιχείρησης στο ποσό των 512 εκατομμυρίων δολλαρίων. Από το 2010, η Renault Samsung είναι κατά 80.1% της Renault και κατά 19.9% της Samsung. Επιπλέον, η

Samsung κατασκεύασε μια σειρά των αεροσκαφών από τη δεκαετία του '80 στη δεκαετία του '90. Η επιχείρηση ιδρύθηκε το 1999 ως Korea Aerospace Industries (KAI) ήταν το αποτέλεσμα της συγχώνευσης μεταξύ τριών τοπικών σημαντικών αεροδιαστημικών τμημάτων: της Samsung Aerospace, της Daewoo Heavy Industries, και της Hyundai Space και Aircraft Company. Εντούτοις, η Samsung κατασκευάζει ακόμα τις μηχανές αεροσκαφών και τους στροβίλους αερίου.

Η Samsung έγινε ο μεγαλύτερος παραγωγός των chip μνήμης στον κόσμο το 1992, και είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος κατασκευαστής chip στον κόσμο μετά την Intel. Το 1995, κατασκεύασε την πρώτη οθόνη υγρών κρυστάλλων. Δέκα χρόνια αργότερα, η Samsung έτεινε να είναι ο μεγαλύτερος κατασκευαστής στον κόσμο οθονών υγρών κρυστάλλων (en.wikipedia.org). Η Sony, η οποία δεν είχε επενδύσει σε μεγάλου μεγέθους TFT-LCD, εξέφρασε την επιθυμία να συνεργαστεί με την Samsung και το 2006, η S-LCD ιδρύθηκε ως μια κοινοπραξία της Samsung και της Sony, προκειμένου να παρέχει μια σταθερή προμήθεια των LCD πάνελ τόσο για τους κατασκευαστές. Η S-LCD είναι ιδιοκτησία της Samsung (50% συν 1 μετοχή) και της Sony (50% μείον 1 μετοχή) και λειτουργεί τα εργοστάσια και τις εγκαταστάσεις της στη Tangjung, στη Νότια Κορέα.

Πρώτος διαχωρισμός (1966)

Το 1948, το Hong-Jai Cho (ο ιδρυτής της ομάδας Hyosung) επένδυσε σε μια νέα επιχείρηση, τη Samsung Mulsan Gongsa ή αλλιώς τη Samsung Trading Corporation (σημερινή Samsung C&T Corporation), από κοινού με τον ιδρυτή Lee Byung-chull της Samsung (www.samsung.com). Αλλά μετά από μερικά χρόνια ο Cho και ο Lee χώρισαν τους δρόμους τους λόγω μερικών διαφορών στη διαχείριση. Ύστερα από διακανονισμό, προέκυψε η Samsung Group και η Hyosung Group.

Δεύτερος διαχωρισμός (τη δεκαετία του '90)

Μετά από το θάνατο του ιδρυτή, η Samsung Group χωρίστηκε σε άλλα τρία συγκροτήματα επιχειρήσεων (Shinsegae Group, CJ Group και Hansol Group). Το Shinsegae Group ήταν αρχικά μέρος της Samsung Group, που χωρίστηκε στη δεκαετία του '90 από την Samsung Group μαζί με την CJ Group και την Hansol Group. Σήμερα αυτές οι χωρισμένες ομάδες είναι ανεξάρτητες και δεν είναι μέρος ή συνδεδεμένες με την Samsung Group.

Η επιχείρηση ήταν ακόμα μεγαλύτερη από είναι τώρα, αλλά η κυβέρνηση, ανησυχώντας για τη δύναμη που η επιχείρηση αποκτούσε, απαίτησε την διαίρεσή της. Επειδή η επιχείρηση είναι τόσο μεγάλη και ισχυρή, έχει κατηγορηθεί για την πτώχευση μερικών άλλων επιχειρήσεων ή χειρότερα ακόμα, ότι διαμορφώνει την αγορά έτσι ώστε άλλες επιχειρήσεις να μην έχουν ευκαιρίες στο ξεκίνημά τους. Επίσης λόγω του ότι ηγείται στα ηλεκτρονικά συστατικά, πολλές επιχειρήσεις την χρησιμοποιούν για να φτιάξουν τα προϊόντα και με αυτόν τον τρόπο, μπορεί να ελέγξει τη τιμή εμπορίου και να διογκώσει τις τιμές (Nicole Lero). Γι' αυτό το λόγο η κυβέρνηση προσπαθεί να περιορίσει κάπως τη δύναμη και το πεδίο δράσης αυτού του τεράστιου συγκροτήματος επιχειρήσεων.

Εντούτοις, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι σε αυτήν την επιχείρηση οφείλεται τουλάχιστον το 1/5 των εξαγωγών της χώρας. Κατά συνέπεια, είναι σε θέση ισχύος λόγω των χρημάτων που παρέχουν στην κυβέρνηση. Επιπλέον, ο τεράστιος αριθμός υπαλλήλων που απασχολείται είναι ουσιαστικός για την οικονομία της χώρας.

Η τεχνική ηγεσία της Samsung και οι προσπάθειες για μείωση του κόστους την καθιστούν μια ανταγωνιστική δύναμη στη βιομηχανία. Οι κύριοι ανταγωνιστές της Samsung είναι:

- Hynix Semiconductor (HXSCL) :Είναι μεταξύ των κορυφαίων κατασκευαστών στον κόσμο DRAM και άλλων τσιπ μνήμης. Η εταιρεία σχεδιάζει να διαφοροποιηθεί και σε άλλες αγορές τσιπ. Η εταιρεία αποτελεί κύριο ανταγωνιστή της Samsung στην περιοχή Ασίας / Ειρηνικού.
- Panasonic Corporation (PC): Είναι ένας κορυφαίος κατασκευαστής ηλεκτρονικών ειδών ευρείας κατανάλωσης. Σχετίζεται με τα ψηφιακά AVC δίκτυα, πωλεί επίσης τις μπαταρίες, ηλεκτρονικές μηχανές, οθόνες, οικιακές συσκευές, και το εργοστασιακό εξοπλισμό. Panasonic διαθέτει περίπου 540 ενοποιούμενες εταιρείες και επίσης λειτουργεί Panasonic Corporation Βόρειας Αμερικής.
- Sony (SNE): κατασκευάζει καταναλωτικά ηλεκτρονικά προϊόντα και παιχνίδια, ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές, στερεοφωνικά Walkman, και οι ημιαγωγούς. Η εταιρεία διαθέτει επίσης τμήματα διασκέδασης, όπως η Sony Music Entertainment, η Sony Pictures Entertainment και η Sony Digital Production, η Sony Pictures Home Entertainment και η Sony Pictures Television.

Άλλοι ανταγωνιστές σε επιχειρηματικούς τομείς της Samsung Electronic είναι:

- Nokia (NOK): Είναι ένας κατασκευαστής κινητών συσκευών και ασχολείται με τις βιομηχανίες internet και επικοινωνίας.
- LG Electronics: Είναι ένας παγκόσμιος ηγέτης στον τομέα προϊόντων οικιακής ψυχαγωγίας της, στις κινητές επικοινωνίες, στις οικιακές συσκευές και σε επιχειρηματικές λύσεις.
- Toshiba (TOSBF): Είναι ένας κορυφαίος ανταγωνιστής της Samsung στη βιομηχανία ηλεκτρονικών συσκευών, ειδικά στους ημιαγωγούς και στα ψηφιακά προϊόντα. Η Toshiba είναι επίσης στην κορυφή της κατάταξης της Greenpeace για τα καταναλωτικά ηλεκτρονικά μαζί με την Samsung.
- Dell (DELL): Είναι μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες της Αμερικής και ένας παγκόσμιος κατασκευαστής προσωπικών υπολογιστών.
- Seagate Technology Holdings (STX): Είναι από τους κύριους ανταγωνιστές στην βιομηχανία σκληρών δίσκων.
- Hewlett-Packard Company (HPQ): Είναι ανταγωνιστής της Samsung ως ο κύριος κατασκευαστής προσωπικών υπολογιστών, εμπορικών και καταναλωτικών υπολογιστών, φορητών συσκευών, και ψηφιακών συστημάτων ψυχαγωγίας.
- Canon (CAJ): Είναι ανταγωνιστής όσων αφορά στην ψηφιακή φωτογραφική μηχανή και στα εξαρτήματα εκτυπωτών.
- Motorola (MOT) :Είναι ένας κατασκευαστής ασύρματων τηλεφωνικών συσκευών.

- Koninklijke Philips Electronics (PHG) : Ένας βασικός ανταγωνιστής της Samsung στα καταναλωτικά ηλεκτρονικά προϊόντα, συμπεριλαμβανομένων κινητών τηλεφώνων και λύσεων ψυχαγωγίας.

Λογότυπα της Samsung:



The Samsung Bunsolbwo noodles logo, used from late 1938 until replaced in 1950s.



The Samsung Group logo, used from late 1969 until replaced in 1979



The Samsung Group logo ("three stars"), used from late 1980 until replaced in 1992



The Samsung Electronics logo, used from late 1980 until replaced in 1992



Samsung's current logo used since 1993

Το 1993, σαν ένα πρώτο βήμα στην προσπάθειά της παγκοσμιοποίησης, η Samsung απέκτησε νέα εταιρική ταυτότητα.. Στο νέο λογότυπο, οι λέξεις ήταν γραμμένες σε λευκό χρώμα πάνω σε μπλε φόντο χρώμα για να συμβολίζουν την σταθερότητα, την αξιοπιστία και την ζεστασιά (www.icmfindia.org) Επίσης, ήταν γραμμένες στα Αγγλικά και έτσι θα ήταν εύκολο να διαβάσει και να το θυμηθεί κάποιος. Το λογότυπο ήταν σε σχήμα ελλειπτικό που αντιπροσωπεύει ένα κινούμενο κόσμο - συμβολίζοντας την εξέλιξη και την αλλαγή.

3. Προϊόντα

Η Samsung προσφέρει μια ευρεία γκάμα προϊόντων στο ελληνικό καταναλωτικό κοινό, τόσο για προσωπική, όσο και για οικιακή και επαγγελματική χρήση. Τα προϊόντα της είναι σχεδιασμένα έτσι ώστε να καλύπτουν κάθε πιθανή ανάγκη, ενώ προσφέρουν λειτουργικότητα, υψηλή τεχνολογία και ελκυστικό σχεδιασμό.

Παρακάτω τα παρεχόμενα προϊόντα κατηγοριοποιούνται ανάλογα με το είδος των αναγκών που καλύπτουν.

1. Κινητά τηλέφωνα

Η Samsung κατασκευάζει μια μεγάλη ποικιλία κινητών συσκευών, η οποία κατηγοριοποιείται ανάλογα με το σκοπό χρήσης και την τεχνολογική γνώση των πελατών της. Έτσι, προκύπτουν οι παρακάτω ομάδες προϊόντων:

- **Tablets**

Το tablet είναι ένα είδος μικρού φορητού υπολογιστή χωρίς πληκτρολόγιο. Λειτουργεί με οθόνη αφής, περιέχει τα βασικά προγράμματα ενός κανονικού υπολογιστή, ενώ παράλληλα παρέχει σύνδεση στο ίντερνετ. Το μικρό του μέγεθος βοηθάει στη φορητότητα του, παρέχοντας στους κατόχους του τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν έναν υπολογιστή από οπουδήποτε και αν βρίσκονται. Η Samsung διαθέτει στην αγορά το Galaxy Tab σε διάφορες εκδόσεις, για τις οποίες έχει κερδίσει βραβεία καινοτομίας (για την ενσωμάτωση της τεχνολογίας Wi-Fi και τη χρήση της τεχνολογίας 4G).

- **Smart Phones**

Τα «έξυπνα» κινητά τηλέφωνα ενσωματώνουν, πέρα από τις κλασικές λειτουργίες επικοινωνίας, και εφαρμογές η οποίες βασίζονται στη χρήση ενός λειτουργικού συστήματος για κινητά τηλέφωνα. Η Samsung ξεκίνησε με τη χρήση του δικού της λογισμικού Bada και συνέχισε με τη χρήση του Android που συμπεριλαμβάνεται πλέον σε όλα τα smartphones της. Τα κινητά αυτά είναι σε θέση να συνδεθούν με υψηλές ταχύτητες στο ίντερνετ, να βγάλουν υψηλής ποιότητας φωτογραφίες, να αναπαράγουν πολύ καλής ποιότητας ήχο, ενώ χιλιάδες εφαρμογές είναι διαθέσιμες για να διευκολύνουν ή να διασκεδάσουν τους χρήστες τους. Το διασημότερο «έξυπνο» τηλέφωνο της Samsung είναι το Samsung Galaxy S II, ενώ αναμένεται και η νέα έκδοση του, το Samsung Galaxy S III.

- **Feature Phones**

Σε αυτή την ομάδα αναφέρονται τα κλασικά κινητά με τις βασικές λειτουργίες.

- **Dual SIM**

Τα Dual SIM κινητά δέχονται δύο κάρτες SIM από τον ίδιο ή διαφορετικό πάροχο και έτσι εξυπηρετούν όσους έχουν δύο αριθμούς χωρίς να χρειάζεται να

έχουν δύο συσκευές. Η Samsung μόλις ξεκίνησε να διαθέτει Dual SIM κινητά τηλέφωνα με προηγμένο λειτουργικό σύστημα.

2. Τηλεοράσεις / Ήχος / Εικόνα

Η Samsung είναι πρωτοπόρος στον τομέα της εικόνας και ήχου, μιας και ενσωματώνει τα τελευταία τεχνολογικά επιτεύγματα στις συσκευές που κατασκευάζει.

- **Τηλεοράσεις**
Η Samsung κατασκευάζει πολλά είδη τηλεοράσεων χρησιμοποιώντας εξελιγμένες καινοτόμες τεχνολογίες, όπως τηλεοράσεις 3D, LED, LCD και Plasma. Εδώ αξίζει να αναφερθεί ότι ήταν η πρώτη που έβγαλε στην αγορά την επίπεδη 3D τηλεόραση.
- **DVD**
Σε αυτή την ομάδα συμπεριλαμβάνονται τα DVD εγγραφής (με εσωτερικό σκληρό δίσκο) και τα DVD αναπαραγωγής, τα οποία εκτός από ταινίες είναι σε θέση να αναπαράγουν αρχεία μουσικής και εικόνων.
- **Blu-Ray**
Η χρήση των εξελιγμένων δίσκων Blu-ray, για την αναπαραγωγή ταινιών, ώθησε τη Samsung στην κατασκευή blu-ray player για υψηλής ποιότητας εικόνα και ήχο.
- **Home Theatre**
Τα Home theatre της Samsung συμπεριλαμβάνουν μια σειρά από συσκευές για την αναπαραγωγή ταινιών, που δίνουν την αίσθηση ότι ο αγοραστής βρίσκεται στον κινηματογράφο. Είναι σε θέση να αναπαράγουν και αρχεία ήχου και εικόνας, ενώ υποστηρίζουν τόσο DVD, όσο και Blu-ray.
- **Audio Systems**
Η Samsung κατασκευάζει ηχοσυστήματα με στόχο την υψηλή ποιότητα αναπαραγωγής ήχου.

3. Φωτογραφικές Μηχανές / Βιντεοκάμερες

- **Σειρά NX**
Η επαγγελματική σειρά της Samsung για τις φωτογραφικές μηχανές.
- **Φωτογραφικές Μηχανές**
Εκτός από τις απλές φωτογραφικές μηχανές με διάφορες ποιότητες εικόνας και λειτουργίες, η Samsung κατασκευάζει και τεχνολογικά προηγμένες και καινοτόμες μηχανές. Χαρακτηριστικές είναι οι μηχανές MultiView και 2View. Με την πρώτη η οθόνη γυρίζει προς τα πάνω/κάτω για λήψη φωτογραφιών σε

κάθε δυνατή γωνία, και με την δεύτερη μια δεύτερη οθόνη στην πρόσοψη της μηχανής επιτρέπει με ευκολία τη λήψη αυτοπορτραίτων. Επιπλέον, η καινοτόμος τεχνολογία DLNA επιτρέπει στη φωτογραφική μηχανή την ασύρματη σύνδεση μέσω Wi-Fi με άλλες κινητές συσκευές και τον εύκολο διαμοιρασμό των φωτογραφιών.

- Βιντεοκάμερες
Σε αυτή την κατηγορία συμπεριλαμβάνονται οι συμβατές βιντεοκάμερες, οι βιντεοκάμερες υψηλής ευκρίνειας και οι βιντεοκάμερες τσέπης.

4. Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές

- Φορητοί Υπολογιστές
Η Samsung φορητούς υπολογιστές τύπου Notebook και μικρότερου μεγέθους Netbook με διάφορα τεχνικά χαρακτηριστικά και σχέδια.
- Οθόνες
Οι οθόνες που διαθέτει οι Samsung είναι κατά κύριο λόγο τύπου LED για την καλύτερη δυνατή απεικόνιση των χρωμάτων και χαμηλή κατανάλωση ενέργειας. Κατασκευάζονται επίσης και οθόνες τεχνολογίας 3D, ενώ ιδιαίτερα εύχρηστες είναι οι οθόνες HUB Monitor, οι οποίες μπορούν να συνδεθούν ασύρματα με τον υπολογιστή αυτόματα μόλις έρθουν σε κοντινή σε αυτόν απόσταση.
- Επαγγελματικές Οθόνες LFD
Πρόκειται για τις οθόνες μεγάλων διαστάσεων, οι οποίες μπορούν να ενωθούν μεταξύ τους για τη δημιουργία video wall. Είναι ανθεκτικές και κατάλληλες για παρουσιάσεις. Οι επαγγελματικές αυτές οθόνες είναι τύπου LCD, LED, αλλά και Thin Client. Οι τελευταίες μπορούν να συνδεθούν με έναν κεντρικό διακομιστή, παρέχοντας έτσι ασφάλεια και ευκολία στην αναζήτηση και τον διαμοιρασμό των πληροφοριών.
- Προβολείς
Για επαγγελματικές παρουσιάσεις η Samsung διαθέτει διάφορους τύπους προβολέων, οι οποίοι μπορούν να προβάλουν αρχεία χωρίς τη χρήση υπολογιστή, μέσω ενός USB Stick.
- Εκτυπωτές & Πολυμηχανήματα
Η Samsung ειδικεύεται μόνο στην κατασκευή εκτυπωτών και πολυμηχανημάτων laser μονόχρωμων και έγχρωμων.
- Σκληροί Δίσκοι
Η Samsung συνεργάζεται πλέον με τον ηγέτη στην κατασκευή σκληρών δίσκων Seagate, με κύριο στόχο την ανάπτυξη προϊόντων κατάλληλων για φορητούς υπολογιστές.

5. Οικιακές Συσκευές

- **Ψυγεία**
Η Samsung εφαρμόζει διάφορες τεχνολογίες για τη διατήρηση των τροφίμων, όπως διπλό σύστημα ψύξης, φωτισμό LED σε κόκκινο χρώμα, πολλαπλή ροή αέρα ψύξης, επιλογή ζώνης ψύξης, κ.ά.
- **Πλυντήρια ρούχων**
Σε αυτή την κατηγορία η Samsung έχει αναπτύξει την καινοτόμο τεχνολογία Eco Bubble για εξοικονόμηση ενέργειας, αλλά και την Diamond Drum για την υφή του κάδου πλυσίματος.
- **Κλιματιστικά**
Η Samsung κατασκευάζει τόσο εξελιγμένα συμβατικά κλιματιστικά, όσο και κλιματιστικά τεχνολογίας inverter για εξοικονόμηση ενέργειας και την προστασία του περιβάλλοντος.
- **Ηλεκτρικές Σκούπες**
Σε αυτή την κατηγορία, η Samsung έχει διαθέσει στην αγορά και σκούπες – ρομπότ, οι οποίες είναι σε θέση να καθαρίσουν ένα σπίτι, χαρτογραφώντας τα δωμάτια.

6. Αξεσουάρ

- **Κινητών Τηλεφώνων**
Για τη σωστή λειτουργία των κινητών τηλεφώνων η Samsung διαθέτει πολλά αξεσουάρ, όπως φορτιστές, ακουστικά ενσύρματα και ασύρματα, καλώδια, κ.τ.λ.
- **3D Τηλεοράσεων**
Μιας και η τεχνολογία της 3D προβολής χωρίς την χρήση ειδικών γυαλιών δεν έχει ακόμα πλήρως αναπτυχθεί, η Samsung κατασκευάζει τα απαραίτητα αξεσουάρ όπως γυαλιά και ειδικά στηρίγματα, αλλά και άλλα που επεκτείνουν τις δυνατότητες της τηλεόρασης, όπως βιντεοκάμερες για τη χρήση βιντεοκλήσεων από την τηλεόραση μέσω ίντερνετ.
- **NX Φακοί**
Οι απαραίτητοι φακοί που χρησιμοποιούνται στις επαγγελματικές φωτογραφικές μηχανές, ανάλογα με την ποιότητα της λήψης που επιθυμεί ο αγοραστής.
- **NX Αξεσουάρ**
Σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται τα αξεσουάρ που προορίζονται για τις επαγγελματικές φωτογραφικές μηχανές και βοηθούν στη λήψη των φωτογραφιών. Η Samsung διαθέτει τα επαγγελματικά φλας.

- Αναλώσιμα Εκτυπωτών
Όλα τα απαραίτητα μελάνια και τόνερ που χρειάζονται για τη σωστή λειτουργία των εκτυπωτών.

Εκτός από τα παραπάνω προϊόντα, η Samsung παρέχει και υπηρεσίες τεχνικής υποστήριξης στους πελάτες της, ενώ στην επίσημη ιστοσελίδα της διατίθεται το download center μέσω του οποίου είναι διαθέσιμα όλα τα απαραίτητα λογισμικά και εγχειρίδια για όλες τις κατηγορίες προϊόντων.

4. Εξωτερικό / Εσωτερικό Περιβάλλον

4.1 PEST ANALYSIS

α. Πολιτικό Περιβάλλον

Αναφέρεται στους νόμους, τους κυβερνητικούς φορείς και στις διάφορες ομάδες πίεσης, οι οποίες ασκούν είτε άμεσα, είτε έμμεσα επιδράσεις στους επιχειρηματικούς οργανισμούς. Συγκεκριμένα, για την περίπτωση της Samsung στην Ελλάδα, παρατηρούνται οι εξής παράγοντες επιρροής του πολιτικού περιβάλλοντος:

- *Όρια μεγέθους SAR για συσκευές που εκπέμπουν ηλεκτρομαγνητική ακτινοβολία*

Όταν εκτιθέμεθα σε ηλεκτρομαγνητική ακτινοβολία μια ποσότητα ενέργειας από την εκπεμπόμενη ακτινοβολία απορροφάται από το σώμα μας. Ο ειδικός ρυθμός απορρόφησης ενέργειας ή SAR (Specific Absorption Rate) εκφράζει την απορροφούμενη ενέργεια ανά μονάδα χρόνου και μάζας στα διάφορα μέλη του σώματος. Σύμφωνα με τους περιορισμούς της Σύστασης της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την απορροφούμενη ενέργεια, ο τοπικός ρυθμός ειδικής απορρόφησης στο κεφάλι και τον κορμό είναι 2 W/Kg και για τα άκρα 4 W/Kg («Κινητή Τηλεφωνία και Υγεία», Υπουργείο Ανάπτυξης). Συνεπώς, η Samsung οφείλει να λαμβάνει υπόψη της τους παραπάνω κανονισμούς κατά την κατασκευή κινητών τηλεφώνων, tablets, κ.ά.

- *Ευρωπαϊκή Νομοθεσία ενεργειακής σήμανσης συσκευών*

Σύμφωνα με την οδηγία πλαίσιο 2010/30/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου, οι οικιακές συσκευές και οι τηλεοράσεις υποχρεούνται να κατατάσσονται σε μια συγκεκριμένη κλίμακα ενεργειακής απόδοσης (A+++, A++, A+, A, B, C, D), ανάλογα με την ενέργεια που καταναλώνουν. Σε αντίθεση με την παλαιότερη οδηγία, οι συσκευές οφείλουν να είναι ενεργειακής κλάσης D και πάνω, ενώ οι παλαιότερες και λιγότερο φιλικές προς το περιβάλλον συσκευές τάξης E και F καταργούνται, γεγονός που επηρεάζει άμεσα τις προδιαγραφές κατασκευής οικιακών συσκευών και τηλεοράσεων της Samsung.

- *Φορολογία*

Από 1/1/2011, ο φορολογικός συντελεστής για τις επιχειρήσεις στην Ελλάδα είναι στο 20% του συνόλου των κερδών τους, από 24% που ήταν τον προηγούμενο χρόνο, τοποθετώντας την Ελλάδα λίγο πιο πάνω από τον μέσο όρο των Ευρωπαϊκών χωρών (19%). Όσον αφορά την φορολογία φυσικών προσώπων οι φορολογικοί συντελεστές κυμαίνονται από 10-45% ανάλογα με την κλίμακα του εισοδήματος. Τέλος, ο ΦΠΑ για τα προϊόντα της Samsung βρίσκεται στο 23%, αλλά συζητείται μια ενδεχόμενη μείωση του στο 19 ή 21%, γεγονός που θα οδηγήσει σε αύξηση της κατανάλωσης και τόνωση της οικονομίας.

- *Νομοθεσία Ανταγωνισμού και Μονοπωλίου*

Η Samsung οφείλει να συμμορφώνεται με τον νόμο 703/1977 περί προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού, καθορίζοντας τις τιμές των προϊόντων της με τέτοιο τρόπο ώστε να συμβάλει στη διατήρηση του υγιούς ανταγωνισμού.

- *Τέλη κινητής τηλεφωνίας*

Τα τέλη για τη συνδρομή στις υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας κυμαίνονται σύμφωνα με το άρ. 12 του ν. 2579/1998 από 12% έως 20%, ένα αρκετά υψηλό ποσοστό. Στους στρατηγικούς στόχους όμως της ΕΕΤΤ βρίσκεται η σταδιακή μείωση των τελών τερματισμού υπηρεσιών φωνής σε δίκτυα κινητής τηλεφωνίας, γεγονός που θα δώσει νέα ώθηση στην χρήση των υπηρεσιών που προσφέρουν οι κινητές συσκευές, και συνεπώς και στην χρήση των ίδιων των συσκευών.

β. Οικονομικό Περιβάλλον

Αναφέρεται στην κατάσταση στην οποία βρίσκονται τα οικονομικά μεγέθη της χώρας στα πλαίσια της οποίας δραστηριοποιείται ο κάθε οργανισμός. Για τη Samsung, οι οικονομικοί παράγοντες που επηρεάζουν την πορεία της συνοψίζονται παρακάτω.

- *ΑΕΠ*

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία της Eurostat για τη μεταβολή του ΑΕΠ στην Ελλάδα, το Ακαθάριστο Εθνικό προϊόν το Γ' τρίμηνο του 2011 ήταν κατά 5% μειωμένο σε σχέση με το ΑΕΠ το Γ' τρίμηνο του 2010. Η μείωση αυτή του ΑΕΠ είναι συνέπεια της πολιτικής μείωσης μισθών και αγοραστικής δύναμης, και αύξησης της φορολογίας. Κατά συνέπεια, αντιλαμβανόμαστε ότι ο κλάδος δραστηριοποίησης της Samsung με την μειούμενη πορεία του ΑΕΠ, έχει επηρεαστεί αρνητικά.

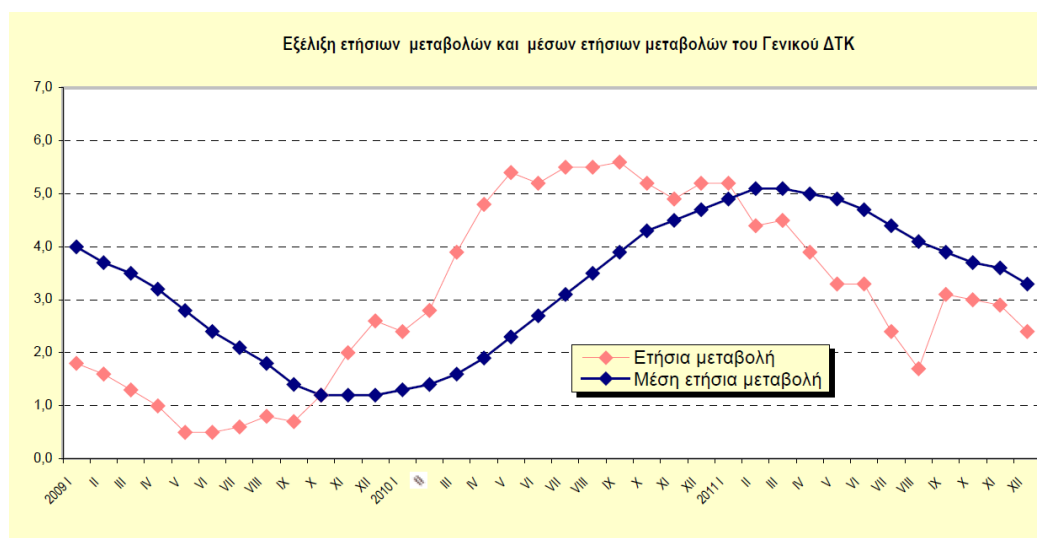
- *Ανεργία*

Τα ποσοστά της ανεργίας για το 2011 σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή, είναι για το Α' τρίμηνο 15,9%, για το Β' τρίμηνο 16,3% και για το Γ' τρίμηνο 17,7%. Παρατηρείται μια αυξανόμενη τάση της ανεργίας, η οποία οφείλεται στην οικονομική κρίση, το κλείσιμο πολλών επιχειρήσεων και την μείωση του ανθρωπίνου δυναμικού λόγω μειωμένων οικονομικών πόρων. Η αύξηση της ανεργίας λειτουργεί αρνητικά για την αγορά ηλεκτρονικών ειδών και οικιακών συσκευών.

- *Μειωμένο Εισόδημα*

Εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, αλλά και των αυστηρών φορολογικών μέτρων από την πλευρά της κυβέρνησης, το πραγματικό εισόδημα των ελλήνων πολιτών έχει μειωθεί σημαντικά. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα, η ελληνική οικονομία να εμφανίζει συρρίκνωση και η κατανάλωση να μειώνεται δραματικά. Ιδιαίτερα, για προϊόντα τεχνολογίας και οικιακών συσκευών, όπως αυτά που προσφέρει η Samsung, ισχύει ότι δεν είναι είδη πρώτης ανάγκης και συνεπώς η ζήτηση τους μειώνεται όσο μειώνεται το εισόδημα.

- Πληθωρισμός



Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, Πληθωρισμός, Ιανουάριος 2012

Σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή ο πληθωρισμός στην Ελλάδα αυξήθηκε κατά μέσο όρο κατά 3,3% το 2011, μετά την αύξησή του κατά 2,4% τον Δεκέμβριο του 2011. Αυτά τα στοιχεία προκύπτουν από την αύξηση των δεικτών, κυρίως από τις ανατιμήσεις που προέκυψαν μετά τις αυξήσεις των φόρων (ΦΠΑ σε εστίαση, ΕΦΚ στα καύσιμα, κ.λπ.) ή των τελών κυκλοφορίας. Από την άλλη, ελάφρυνση προέκυψε από τις πρωτοβουλίες ιδιωτικών επιχειρήσεων να μειώσουν, μέσω κυρίως προσφορών, τις τιμές σε προϊόντα και υπηρεσίες (ένδυση- υπόδηση, τηλεφωνία, δίδακτρα ιδιωτικών σχολείων και φροντιστηρίων, κ.λπ.). Η αύξηση αυτή του πληθωρισμού έχει σαν αποτέλεσμα την μείωση του πραγματικού εισοδήματος των καταναλωτών και κατά συνέπεια, την μείωση της ζητούμενης ποσότητας για αγαθά, όπως ηλεκτρονικές και οικιακές συσκευές.

γ. Κοινωνικό/ Πολιτιστικό Περιβάλλον

Αναφέρεται στις ευρύτερες κοινωνικές και πολιτιστικές συνθήκες, οι οποίες χαρακτηρίζουν τον χώρο στα πλαίσια του οποίου ασκείται η επιχειρηματική δραστηριότητα.

- Μέθοδοι επικοινωνίας

Ανάλογα με την ηλικιακή ομάδα του καταναλωτικού κοινού, χρησιμοποιούνται διαφορετικοί τρόποι επικοινωνίας. Έχει παρατηρηθεί ότι κατά τη διάρκεια της εφηβείας, οι νέοι προτιμούν να ανταλλάσσουν μηνύματα, είτε μέσω των κινητών τους, είτε μέσω υπολογιστών και tablets, κάνοντας παράλληλα χρήση κοινωνικών δικτύων (Facebook, Twitter, κ.ά.). Σε μεγαλύτερες ηλικίες είναι προτιμότερη η επικοινωνία μέσω φωνής και e-mail («Πώς επικοινωνούν οι έφηβοι μεταξύ τους», 2012). Τα παραπάνω θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη από τη Samsung για την κατασκευή σειρών προϊόντων που να απευθύνονται σε ένα διαφορετικό καταναλωτικό κοινό.

- *Τάση για «έξυπνα» κινητά*

Σύμφωνα με την μελέτη της Deloitte που αναλύσει όλους τους κλάδους της Τεχνολογίας, την “TMT Predictions 2012”, οι πωλήσεις των «έξυπνων» κινητών χαμηλού κόστους αναμένονται να αγγίξουν τα 500 εκατομμύρια τεμάχια. Η εξέλιξη αυτή δείχνει ότι η ζήτηση για συσκευές που διαθέτουν ορισμένες από τις λειτουργίες ενός υπολογιστή, συνεχώς αυξάνεται. Οι καταναλωτές φαίνεται να επιθυμούν να αντικαταστήσουν τα μοντέλα συσκευών κινητών τηλεφώνων που διέθεταν μόνο κάποιες βασικές λειτουργίες χωρίς να είναι τόσο απαιτητικοί, ώστε να ζητούν αυτά που προσφέρουν οι πιο εξελιγμένες (“high-end”) συσκευές. Αυτό αντικατοπτρίζει το γεγονός ότι παρά την οικονομική κρίση, οι καταναλωτές φαίνεται πως αποζητούν την υψηλή τεχνολογία, αγοράζοντας ένα «έξυπνο» κινητό, μία προηγμένη τηλεόραση ή ένα tablet.

- *Περιβαλλοντική Ευαισθητοποίηση*

Τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, παρατηρείται μια όλο και αυξανόμενη μέριμνα για την προστασία του περιβάλλοντος. Γι’ αυτό το λόγο, οι καταναλωτές τείνουν όλο και περισσότερο στην προτίμηση προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον. Η τάση αυτή στηρίζεται και από το Κράτος με επιδοτήσεις απόσυρσης οικιακών συσκευών, με ανταμοιβή ανακύκλωσης, κ.ά.

- *Ενσωμάτωση τεχνολογίας στην καθημερινή ζωή*

Πλέον όλες οι νέες τεχνολογίες έχουν ως στόχο τους τη διευκόλυνση της καθημερινής ζωής των καταναλωτών. Εξαιτίας της έλλειψης ελεύθερου χρόνου, οι εταιρείες στοχεύουν πλέον στην κατασκευή προϊόντων που ενσωματώνουν παραπάνω από μία λειτουργίες, όπως επίσης και στην αυτοματοποίηση τους.

δ. Τεχνολογικό Περιβάλλον

Αναφέρεται στις ευρύτερες τεχνολογικές τάσεις ή τεχνολογικά επιτεύγματα που είναι δυνατό να επιδράσουν καταλυτικά στον τρόπο λειτουργίας και δράσης του εκάστοτε οργανισμού. Επειδή η Samsung δεν κατασκευάζει τα προϊόντα της στην Ελλάδα, δεν υπάρχουν άμεσα τεχνολογικά επιτεύγματα που τα επηρεάζουν. Οι τεχνολογίες όμως που πλαισιώνουν τα προϊόντα αυτά στην Ελλάδα, αποτελούν έμμεσους παράγοντες και επηρεάζουν την πορεία τους στη χώρα, αλλά και τα τεχνικά χαρακτηριστικά τους.

- *Ανάπτυξη οπτικών ινών*

Στόχος των παρόχων υπηρεσιών φωνής και δεδομένων είναι η εγκαθίδρυση δικτύου οπτικών ινών. Οι οπτικές ίνες παρέχουν μεγάλο εύρος ζώνης το οποίο σήμερα φθάνει στις ευρέως χρησιμοποιούμενες υλοποιήσεις όπως το Gigabit Ethernet μέχρι και τα 10 Gbps. Σκοπός τους είναι να αντικαταστήσουν το μέχρι τώρα χάλκινο δίκτυο και να προσφέρουν έτσι υπηρεσίες δικτύου και τηλεόρασης με μεγάλες ταχύτητες και υψηλή ποιότητα. Αυτό θα έχει άμεσο αντίκτυπο στην ζήτηση των ηλεκτρονικών υπολογιστών και των τηλεοράσεων, επηρεάζοντας την θετικά.

- *Δίκτυα τεχνολογίας 4G*

Τόσο σε πολλές χώρες του κόσμου, όσο και της Ευρώπης ειδικότερα, έχουν ξεκινήσει οι πιλοτικές δοκιμές για την αναβάθμιση του δικτύου των παρόχων κινητής τηλεφωνίας και ίντερνετ από 3G σε 4G. Στόχος της αναβάθμισης αυτής θα είναι η μεταφορά δεδομένων με πολύ μεγαλύτερες ταχύτητες από τις σημερινές. Ήδη στην Ελλάδα έχουν ξεκινήσει πιλοτικές δοκιμές, γεγονός που καθιστά πολύ πιθανό το πέρασμα σε 4G δίκτυα σε σύντομο χρονικό διάστημα. Συνεπώς, για να μπορεί ένας χρήστης να εκμεταλλευτεί στο έπακρο τις μεγάλες αυτές ταχύτητες, είναι απαραίτητη και η αναβάθμιση των «έξυπνων» κινητών.

- *Επίγεια Ψηφιακή Τηλεόραση*

Σύμφωνα με την απόφαση της Παγκόσμιας Ένωσης Τηλεπικοινωνιών (ITU) έως το 2015 όλες οι χώρες παγκοσμίως θα πρέπει να έχουν εγκαταλείψει την ξεπερασμένη αναλογική τεχνολογία και να προχωρήσουν στην εκπομπή ψηφιακού σήματος για την τηλεόραση. Μάλιστα με οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης όλες οι ευρωπαϊκές χώρες, ανάμεσά τους και η Ελλάδα προτρέπονται να σταματήσουν την προβολή των αναλογικών προγραμμάτων τους έως το τέλος του 2012, κάτι για το οποίο η Ελλάδα έχει δεσμευτεί εδώ και τρία χρόνια. Πρόκειται για το αποτέλεσμα της Ευρωπαϊκής συμμόρφωσης στην απόφαση της ITU. Μια τέτοια απόφαση σε παγκόσμιο επίπεδο επηρεάζει τα τεχνικά χαρακτηριστικά των τηλεοράσεων που θα διαθέτει πλέον στην αγορά η Samsung.

4.2 SWOT ANALYSIS

α. Δυνατά Σημεία (strengths)

Η Samsung είναι ένας νοτιοκορεάτικος επιχειρηματικός κολοσσός, ο οποίος παρέχει μία μεγάλη ποικιλία προϊόντων, όπως τηλεοράσεις ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές κινητά, οικιακές ηλεκτρικές συσκευές μέχρι και ναυπήγηση πλοίων(!), γεγονός που την βοηθάει να εδραιωθεί και να γίνει γνωστή σε πολλές διαφορετικές αγορές προσεγγίζοντας ενά ευρύ αγοραστικό κοινό. Έχει καταφέρει να κερδίσει την εμπιστοσύνη διαφορετικών ομάδων καταναλωτών (target groups) παγκοσμίως, γεγονός το οποίο ενισχύει το brand name και την αξιοπιστία της.

Υπάρχει δυνατότητα κάθετης ολοκλήρωσης στην κατασκευή των ηλεκτρονικών συσκευών γιατί η Samsung είναι ένας μεγάλος όμιλος εταιρειών που περιλαμβάνει θυγατρικές όπως οι Samsung Electronics Co. Ltd., Samsung Total Petrochemicals Co. Ltd., Samsung Electro-Mechanics Co. Ltd., Samsung LED Co. Ltd. Κάθε μια από αυτές τις εταιρίες εξειδικεύεται σε ένα από τα ενδιάμεσα στάδια για την παραγωγή του τελικού προϊόντος. Κατ'αυτόν τον τρόπο ελαχιστοποιείται το κόστος κατασκευής των ενδιάμεσων προϊόντων, δηλαδή των ηλεκτρονικών μερών, των οθονών και των πλαστικών θηκών των συσκευών για την δημιουργία του τελικού προϊόντος.

Ειδικότερα όσον αφορά την κινητή τηλεφωνία επανήλθε γρήγορα με την προώθηση νέας γενιάς κινητών (smartphones) σε χαμηλές τιμές .

Επιπλέον σε αγορές όπως αυτή της Κίνας που γεωγραφικά είναι και η πιο κοντινή η Samsung ήταν η πρώτη εταιρεία που κατάφερε να διεισδύσει κερδίζοντας μεγάλο μερίδιο αγοράς.

Έχει πλέον (τελευταίο 3μηνο του 2011) το μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά των smartphones, ξεπερνώντας σε πωλήσεις το iPhone της Apple.

Πλέον η σειρά smartphones Samsung Galaxy έχει εξίσου ισχυρό εμπορικό όνομα (brandname) με τη σειρά iPhone της Apple. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι η Samsung είναι από τις λίγες εταιρείες που έχουν καταφέρει απέναντι στην Apple να διαφημίσουν ένα μοντέλο κινητού σε τέτοιο βαθμό έτσι ώστε να εντυπωθεί στη συνείδηση του καταναλωτή.

Κατασκευάζει πολλούς διαφορετικούς τύπους κινητών -από βασικά και λιτά μοντέλα μέχρι μοντέλα με πολλές και πολύπλοκες λειτουργίες- που κοστολογούνται αναλόγως ώστε να απευθύνονται σε καταναλωτές διαφορετικών εισοδηματικών περιορισμών. Για το λόγο αυτό μπορεί και καταλαμβάνει μεγάλο μερίδιο από τις αγορές.

Επιπλέον, έχει περαιτέρω μείωση κατασκευαστικού κόστους για τα Smartphones της, επειδή δεν χρειάστηκε να φτιάξει δικό της λειτουργικό σύστημα (πχ Nokia και Apple). Αντίθετα, χρησιμοποίησε ένα λειτουργικό σύστημα ανοικτού κώδικα το Android που ανήκει στη Google, κερδίζοντας έναν μεγάλο στρατηγικό σύμμαχο στο χώρο του λογισμικού. Επίσης επειδή είναι open source και φθηνή λύση και επειδή και πολλοί άλλοι κατασκευαστές θα προτιμήσουν το Android, η Samsung βρέθηκε με το πιο mainstream λειτουργικό σύστημα για κινητά για το οποίο υπάρχουν και πολλοί individual developers που φτιάχνουν εφαρμογές. Έτσι κατάφερε να κερδίσει συμβατότητα με άλλα κινητά που την οφείλει γιατί είναι μία οικονομία κλίμακας, κέρδισε αξιοπιστία μέσω του brandname της google και εν τέλει κέρδισε και περισσότερους πελάτες, παρέχοντάς τους τις πιο δημοφιλείς και mainstream εφαρμογές δωρεάν ή σε προσιτές τιμές χρησιμοποιώντας την πλατφόρμα της google.

Επιπλέον, το 16% της τιμής των κινητών iPhone της Apple αντιστοιχεί στα εξαρτήματα που φτιάχνει η Samsung.

Ακόμη όσον αφορά το περιβάλλον η Samsung έχει κατορθώσει να αποβάλλει από τα κινητά τηλέφωνα και τα mp3 players το PVC (πολυβινυλοχλωρίδιο) το οποίο είναι καρκινογόνο και εξαιρετικά επικίνδυνο για το περιβάλλον. Επιπλέον, έχει ενταχθεί στη λίστα της Greenpeace με τις πιο πράσινες εταιρείες (Greener electronics) παράγοντας προϊόντα που εξοικονομούν ενέργεια. Επίσης, η Samsung πρωτοστατεί και στις προσπάθειες έτσι ώστε να μειώσουν οι βιομηχανίες τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα.

Ως προέκταση της παραπάνω στρατηγικής της η Samsung δίνει βάση στην εταιρική κοινωνική ευθύνη και προσπαθεί να προάγει το "ανθρώπινο πρόσωπο" της εταιρίας. Επίσης υπόσχεται ακόμα μεγαλύτερη ανάπτυξη κι ευημερία για τη Νότιο Κορέα, τη χώρα στην οποία εδρεύει.

β. Αδυναμίες (Weaknesses)

Η επιχειρηματική της δραστηριότητα εξαρτάται πολύ από την εξέλιξη της τεχνολογίας, γεγονός το οποίο υποδεικνύει μεγάλες οικονομικές επενδύσεις σε ερευνητικά προγράμματα για την προώθηση καινοτομιών.

Επίσης το γεγονός ότι επιλέγει να κάνει outsourcing στο λογισμικό που χρησιμοποιεί για τα κινητά της και μάλιστα σε μία μεγάλη εταιρεία όπως η google, της στερεί ένα μέρος της κάθετης ολοκλήρωσης προς τα μπρος και ένα μέρος της αυτάρκειας της και το δικαίωμα να ελέγχει η ίδια νομικά σε μεγάλο βαθμό τα δικαιώματα χρήσης του λογισμικού την ασφάλεια των εκδόσεων του για τον χρήστη.

Ως μία ακόμα αδυναμία της Samsung μπορεί να θεωρηθεί ότι είχε κάνει και κακές εξαγορές που δεν απέδωσαν τα αναμενόμενα. Οπότε θα μπορούσαμε να πούμε ότι η εξαγορές δεν είναι δυνατό σημείο της εταιρίας (όπως η αγορά μίας κατασκευής υπολογιστών τη δεκαετία του 90 και η κίνηση αποδείχτηκε κακή).

Ένα άλλο αδύνατο σημείο της εταιρείας μπορεί να θεωρηθεί το γεγονός ότι η εταιρία είναι συνηθισμένη να τα κάνει όλα μόνη της, οπότε μπορεί να δυσκολευτεί στις νέες συνεργασίες που θα χρειαστούν για να πετύχει τους μελλοντικούς της στόχους.

Μέσα στα επόμενα χρόνια θα χρειαστεί να αλλάξει ο πρόεδρος της εταιρίας όποτε θα επέλθει αλλαγή στη στρατηγική και στους στόχους της εταιρείας.

Ο "όμιλος Samsung" όπως συνήθως αναφέρεται δεν έχει νομική ταυτότητα. Οι 83 εταιρίες που τον αποτελούν βρίσκονται κάτω από μια εταιρία ομπρέλα ονόματι Everland στην οποία η οικογένεια Lee κατέχει το 46% με αποτέλεσμα να την ελέγχει.

γ. Ευκαιρίες (Opportunities)

Οι τομείς στους οποίους σκοπεύει να ανοιχτεί η Samsung δε διαφέρουν πολύ από αυτά που κάνει ήδη. Οπότε θα είναι εύκολο να εκμεταλλευτεί την εμπειρία της για να αναπτύξει νέα τεχνολογία.

Επιπλέον, επειδή έχει ισχυρό brand name μπορεί οι καταναλωτές που έχουν έρθει ήδη σε επαφή με τα προϊόντα της Samsung και τα εμπιστεύονται να θελήσουν να αποκτήσουν και τα καινοτόμα προϊόντα της.

Ακόμη η αγορά φωτισμού LED μεγαλώνει με ρυθμό 65% το χρόνο. Η εταιρία είναι ήδη πρωτοπόρος στον τομέα.

Πιστεύεται ότι οι κατασκευαστές αυτοκινήτων θα θελήσουν να ασχοληθούν και με τις μπαταρίες των οχημάτων τους. Ήδη η Chrysler και η BMW είναι πελάτες της σύμπραξης Samsung-Bosch.

δ. Απειλές (Threats)

Μεγάλος ανταγωνισμός στην αγορά συσκευών κινητής τηλεφωνίας και (έξυπνων συσκευών) smartphones. Υπάρχουν ισχυροί αντίπαλοι με ισχυρά brandnames. Ειδικότερα η LG που είναι επίσης νοτιοκορεατική εταιρεία βρίσκεται σε σκληρό ανταγωνισμό με τη Samsung στο χώρο της κινητής τηλεφωνίας και όχι μόνο.

Η εξαγορά της Motorola από τη Google, η οποία αναπτύσσει το Android αποτελεί απειλή για την Samsung, καθώς η Motorola και η Samsung αποτελούν ανταγωνιστές στον χώρο της κινητής τηλεφωνίας.

Η Philips και η GE προετοιμαζόντουσαν να ανταγωνιστούν με άλλες εταιρίες στις αναδυόμενες αγορές εδώ και χρόνια, κατασκευάζοντας φθηνά προϊόντα και επενδύοντας στις σχέσεις τους με τους πελάτες.

Ακόμη, ως εταιρεία-απειλή μπορεί να θεωρηθεί η Toshiba, η οποία σκοπεύει να ξοδέψει 9 δισ. δολάρια παραπάνω από τα συνηθισμένα τις έξοδα στα επόμενα 3 χρόνια στους τομείς της ενέργειας και του περιβάλλοντος, αγορές στις οποίες σκοπεύει να δραστηριοποιηθεί και η Samsung.

Επιπλέον, στον τομέα της υγείας δραστηριοποιούνται κολοσσοί όπως Philips, Siemens, Toshiba, Hitachi, GE. Επίσης τα νοσοκομεία προτιμούν να αγοράζουν όλες της συσκευές τους από έναν κατασκευαστή ώστε να είναι σίγουροι ότι συνεργάζονται μεταξύ τους αρμονικά και έτσι μια εταιρία που δεν φτιάχνει ολοκληρωμένες προτάσεις εξοπλισμού ολόκληρου νοσοκομείου βρίσκεται σε μειονεκτική θέση.

Όπως προαναφέρθηκε η εταιρεία θα συνεργαστεί με την BOSCH για την ανάπτυξη μπαταριών αυτοκινήτων. Εάν η απόδοση των μπαταριών αυτοκινήτων παραμείνει

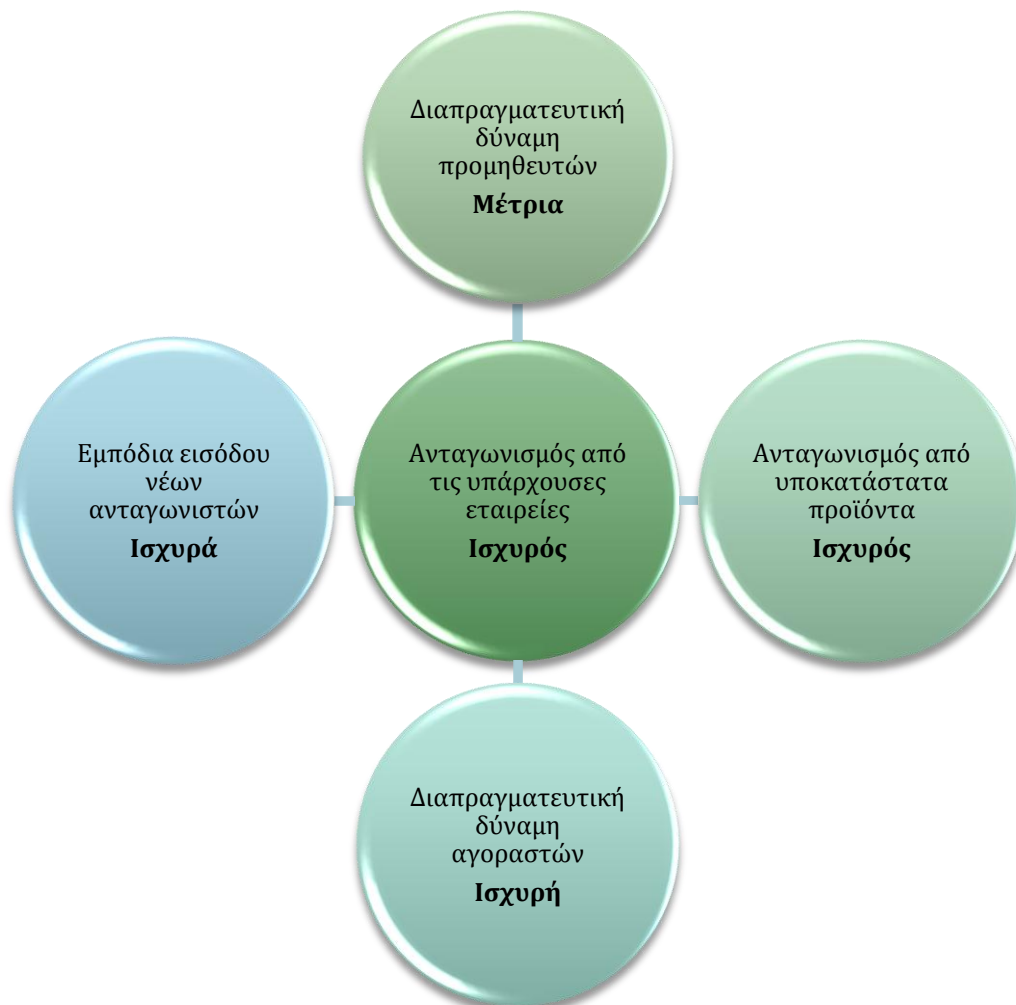
χαμηλή και η ζήτηση για ηλεκτρικά αυτοκίνητα θα παραμείνει χαμηλή και υπάρχει κίνδυνος αποτυχίας της επιχειρηματικής αυτής κίνησης.

Η Apple αποτελεί κύριο ανταγωνιστή της Samsung ειδικά στα Smartphones και έχουν διάφορες νομικές διαμάχες. Συγκεκριμένα τον Απρίλιο του 2011 η Apple μήνυσε την Samsung κατηγορώντας τη δεύτερη ότι έκλεψε το design των κινητών iPhone της Apple και το προσάρμοσε στην σειρά κινητών Galaxy. Αντίστοιχα ακολούθησε μήνυση από την Samsung, η οποία κατηγόρησε με την σειρά της την Apple για χρήση πατέντας που είχε κατοχυρώσει η Samsung.

Τέλος, και άλλοι κολοσσοί της αγοράς να θελήσουν να δραστηριοποιηθούν στους νέους τομείς που επέλεξε η Samsung να δαστηριοποιηθεί.

4.3 PORTER ANALYSIS

Στην ενότητα αυτή θα εφαρμόσουμε το μοντέλο των πέντε δυνάμεων του Porter στη Samsung. Όπως βλέπουμε και στο παρακάτω σχήμα, οι πέντε δυνάμεις του Porter περιλαμβάνουν τα εμπόδια εισόδου, τον ανταγωνισμό από τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις στον κλάδο, τον ανταγωνισμό από υποκατάστατα προϊόντα, τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών και τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών.



Διάγραμμα 1. Οι πέντε δυνάμεις του Porter στην περίπτωση της Samsung – Πηγή: Β. Παπαδάκης, 2007

Στην περίπτωση της Samsung, ο κίνδυνος λόγω των εμποδίων εισόδου εξαρτάται από τον επιμέρους τομέα στον οποίο αναφερόμαστε, αφού η εταιρεία δραστηριοποιείται σε πολλούς τομείς, αφού προσφέρει προϊόντα όπως κινητά τηλέφωνα, τηλεοράσεις, φωτογραφικές μηχανές, υπολογιστές, οικιακές συσκευές και άλλα. Οι νέες εταιρείες που ίσως μπουν στον κλάδο χρειάζονται υψηλό επίπεδο κεφαλαίου λόγω της ανάγκης για επένδυση σε τεχνολογία, διανομή και marketing. Τα εμπόδια εισόδου είναι ισχυρά, αλλά με τον καιρό μειώνονται, λόγω της μείωσης του κόστους των νέων τεχνολογιών, της μείωσης του κόστους παραγωγής και της μείωσης του ευρυζωνικού κόστους. Έτσι η αγορά των ηλεκτρονικών ειδών γίνεται ολοένα και πιο ελκυστική για νέες επιχειρήσεις. Το στοιχείο-κλειδί για την είσοδο νέων επιχειρήσεων στον κλάδο είναι η διαφοροποίηση των προϊόντων. Αν και τα εμπόδια εισόδου είναι σημαντικά, εάν μία επιχείρηση εισέλθει στον κλάδο με εμφανώς διαφοροποιημένα προϊόντα μπορεί να αποτελέσει κίνδυνο για την Samsung.

Όσον αφορά τον ανταγωνισμό από τις ήδη υπάρχουσες εταιρείες, αυτός είναι πολύ μεγάλος αν αναλογιστεί κανείς τους αντιπάλους της Samsung, που δεν είναι άλλοι από μεγάλες εταιρείες όπως για παράδειγμα στην αγορά κινητών τηλεφώνων οι Nokia, Apple, LG, Sony, Motorola. Ο ανταγωνισμός είναι τόσο έντονος, που σε αγορές όπως αυτή της Ινδίας ο ανταγωνισμός μεταξύ των εταιρειών αυτών είναι αντίστοιχος με τον ανταγωνισμό μεταξύ Coca-Cola και Pepsi-Cola. Εάν μία από τις επιχειρήσεις μείνει πίσω τεχνολογικά χάνει άμεσα μερίδιο αγοράς και κατά συνέπεια και κέρδη. Ο ανταγωνισμός τείνει να είναι υψηλότερος όταν οι επιχειρήσεις έχουν παρόμοια προϊόντα, που δεν διαφοροποιούνται σημαντικά από τα υπόλοιπα του κλάδου. Αυτό είναι συνηθισμένο φαινόμενο σε αγορές όπως αυτή των ηλεκτρονικών ειδών. Πλέον, οι επιχειρήσεις ανταγωνίζονται στην παροχή υπηρεσιών μέσω διαδικτύου στους χρήστες τους και γι' αυτό τον λόγο ενισχύουν την διαδικτυακή τους διαφήμιση.

Η απειλή του ανταγωνισμού από υποκατάστατα προϊόντα είναι μέτρια για μία εταιρεία όπως η Samsung. Οι ανταγωνιστές στην αγορά διαρκών καταναλωτικών αγαθών εισάγουν με μεγάλη συχνότητα προϊόντα παρόμοια με εκείνα της Samsung, έτσι δεν προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι η εταιρεία πρέπει να παρακολουθεί τις εξελίξεις και να συμβαδίζει με το ρυθμό εισόδου νέων προϊόντων. Επιπλέον, υπάρχουν πολλά προϊόντα «κλώνοι» των επώνυμων προϊόντων, κάτι που οδηγεί την εταιρεία σε μία κατάσταση που αναγκάζεται να καινοτομεί διαρκώς, ώστε να έχει προβάδισμα. Η απειλή των υποκατάστατων είναι πράγματι υψηλή για Samsung και αυτό είναι ένα στοιχείο των πέντε δυνάμεων που αποτελεί σημαντική απειλή για την εταιρεία. Ωστόσο, οι αγοραστές που επιλέγουν τα υποκατάστατα είναι συνειδητό τμήμα και κυρίως εκείνοι που προτιμούν την τιμή σε σχέση με την ποιότητα. Ως εκ τούτου, αυτό βάζει τη Samsung σε πλεονεκτική θέση έναντι των υποκατάστατων προϊόντων, αφού οι πελάτες που έχουν επίγνωση της ποιότητας παραμένουν πιστοί στην εταιρεία.

Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών της Samsung είναι περιορισμένη, δεδομένου ότι υπάρχουν διάφοροι προμηθευτές στην αγορά ηλεκτρονικών ειδών ευρείας κατανάλωσης. Για παράδειγμα, υπάρχουν πάνω από χίλιοι προμηθευτές στη Νότια Κορέα και σε όλο τον κόσμο για τα επιμέρους τμήματα που χρειάζεται η Samsung για την κατασκευή των ηλεκτρονικών συσκευών της. Ωστόσο, το γεγονός ότι οι προμηθευτές κατασκευάζουν τα τμήματα που είναι μοναδικά για κάθε κατασκευαστή, δίνει στους προμηθευτές ένα πλεονέκτημα που είναι δύσκολο να αγνοήσουμε. Η ουσία εδώ είναι ότι, όπως σε οποιαδήποτε άλλη βιομηχανία, στη βιομηχανία ηλεκτρονικών ειδών ευρείας κατανάλωσης απαιτείται ένα ευρύ δίκτυο προμηθευτών, ώστε να λειτουργούν αποτελεσματικά. Ως εκ τούτου, η Samsung εξαρτάται από τους

προμηθευτές της για την έγκαιρη παράδοση των πρώτων υλών και οποιαδήποτε διακοπή στην αλυσίδα εφοδιασμού μπορεί να προκαλέσει προβλήματα.

Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών είναι πολύ υψηλή. Οι αγοραστές έχουν μεγάλη ποικιλία προϊόντων από τα οποία καλούνται να διαλέξουν. Υπάρχουν πολλά μοντέλα κινητών τηλεφώνων και πολλές συσκευές ηλεκτρονικών ειδών ευρείας κατανάλωσης στην αγορά και οι αγοραστές μπορούν εύκολα να στραφούν σε εναλλακτικές λύσεις. Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών είναι υψηλή, δεδομένου ότι η αγορά ηλεκτρονικών ειδών ευρείας κατανάλωσης είναι ουσιαστικά μία αγορά με πολλές εταιρείες να προσπαθούν να πουλήσουν καταναλωτικά ηλεκτρονικά προϊόντα στους καταναλωτές. Αυτό αντανακλάται στους ατελείωτους πόλεμους τιμών στους οποίους δραστηριοποιείται η Samsung σε σχέση με τα κινητά τηλέφωνα και άλλα ηλεκτρονικά προϊόντα. Ωστόσο, ο παράγοντας που είναι προς το συμφέρον της Samsung είναι ότι οι αγοραστές δεν μπορούν να αλλάξουν μάρκα από τη μία στιγμή στην άλλη και χρειάζονται χρόνο για να προσαρμοστούν και μόνο όταν θα είναι εντελώς δυσαρεστημένοι με την εταιρεία θα αλλάξουν μάρκα. Αυτή είναι η μείωση των λεγόμενων «επαναλαμβανόμενων πελατών», όταν χάσουν την πίστη τους στην ικανότητα της εταιρείας.

5. Ανταγωνιστές

Λόγω του ότι η Samsung δραστηριοποιείται σε πολλούς τομείς, οι ανταγωνιστές της ποικίλουν, οπότε θα τους δούμε ανά κατηγορία προϊόντων. Αρχικά, στον κλάδο του ήχου και της εικόνας, οι βασικότεροι αντίπαλοί της είναι οι LG, Sony, Philips, Sharp, Toshiba, Panasonic. Το κυρίαρχο προϊόν της Samsung σε αυτόν τον κλάδο είναι οι τηλεοράσεις, όπου και καινοτομεί όπως θα δούμε και παρακάτω.

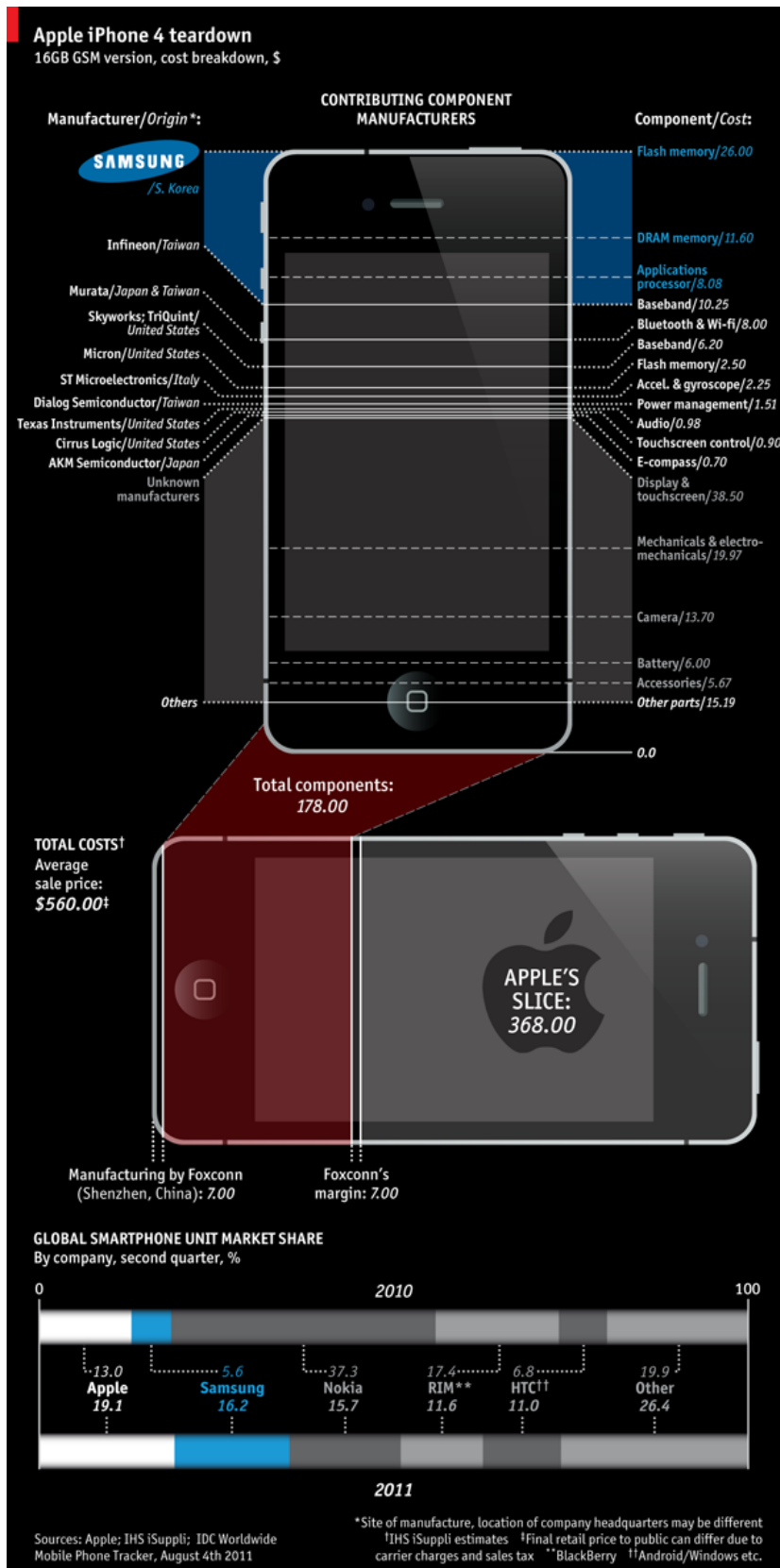
Στην κατηγορία των φωτογραφικών μηχανών, σημαντικότεροι αντίπαλοι της Samsung είναι οι Sony, Canon, Nikon, Olympus, Panasonic, Kodak.

Ως προς τον τομέα των ηλεκτρονικών υπολογιστών, η Samsung ανταγωνίζεται εταιρείες όπως οι Apple, Toshiba, Sony, Acer, HP, αλλά και Lexmark, Xerox, Epson, στην υποκατηγορία των εκτυπωτών. Στις οικιακές συσκευές οι ανταγωνίστριες εταιρείες είναι οι LG, Siemens, Miele, Sharp, Bosch, AEG, Candy, Neff, Pitsos, Whirlpool.

Τέλος, όσον αφορά τον τομέα των κινητών τηλεφώνων, οι κυριότεροι ανταγωνιστές της είναι οι Nokia, Apple, Sony, LG, HTC, Blackberry, Alcatel, Motorola.

Συγκεκριμένα, με την Apple είναι γνωστή η μεγάλη δικαστική διαμάχη τους ως προς τις σχεδιαστικές ομοιότητες των κινητών τηλεφώνων Galaxy και των υπολογιστών tablet της Samsung με τα iPhone και iPad της Apple. Αποτέλεσμα της δικαστικής διαμάχης ήταν η απαγόρευση του κορυφαίου tablet PC της Samsung, Galaxy Tab 10.1 στη Γερμανία, την Ολλανδία και την Αυστραλία, το οποίο όπως υποστηρίζει η δικαστική απόφαση, έχει σημαντικές ομοιότητες στον σχεδιασμό με το iPad 2 της Apple. Από τη μεριά της η Samsung έκανε μήνυση στην Apple για παραβίαση διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας κινητής τηλεφωνίας, αλλά έχουν ήδη απορριφθεί οι δύο από τις τρεις περιπτώσεις.

Αυτή η διαμάχη παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, αν αναλογιστεί κανείς ότι η Apple είναι ένας από τους μεγαλύτερους πελάτες της Samsung, αφού προμηθεύεται από αυτήν πολλά μέρη των προϊόντων της. Όπως βλέπουμε και στην παρακάτω εικόνα, μεγάλο μέρος ενός iPhone φτιάχνεται από την Samsung. Άλλοι μεγάλοι πελάτες της Samsung είναι οι Sony, Dell και HP.



Εικόνα 1. Τι μέρος του iPhone κατασκευάζεται από τη Samsung - Πηγή: The Economist, 4 Αυγούστου 2011.

Στον παρακάτω πίνακα μπορούμε να δούμε τα μερίδια αγοράς της εταιρείας ανά κ προϊόν, όπως αυτά εμφανίζονται στην ετήσια έκθεσή της για το 2010. Από τα ποσοστά αυτά φαίνεται ξεκάθαρα η επικράτηση της Samsung απέναντι στους ανταγωνιστές της. Περισσότερες λεπτομέρειες για τα οικονομικά στοιχεία της εταιρείας υπάρχουν στην επόμενη ενότητα.

Προϊόν	Μερίδιο Αγοράς της Samsung(2010)
Τηλεοράσεις	22,10%
Εκτυπωτές Laser	20,00%
Ψυγειοκαταψύκτες με 4 πόρτες	39,50%
Κινητά Τηλέφωνα	20,60%
4G	24,50%
Ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές	34,00%
Ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές υψηλής ευκρίνειας	41,00%
Ημιαγωγοί (2 ^ο μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς)	9,40%
LCD Panels	25,70%

Πίνακας 1. Μερίδιο αγοράς της Samsung επί των παγκόσμιων πωλήσεων - Πηγή: 2010, Samsung Electronics, Annual Report.

6. Οικονομική Ανάλυση – Μεριδία Αγοράς

Η Samsung έχει μία ανοδική πορεία όλα αυτά τα χρόνια όπως θα δούμε και στην συνέχεια. Κατάφερε να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις των καταναλωτών της συμβαδίζοντας πάντα με το περιβάλλον της, Η Samsung ξεκίνησε να ασχολείται με το design το 1993. Εκείνο το χρόνο, ο Lee επισκέφθηκε ένα κατάστημα ηλεκτρονικών στο Λος Άντζελες, στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής. Παρατήρησε, προς απογοήτευσή του, ότι τα προϊόντα της Samsung δεν έδειχναν ελκυστικά σε αντίθεση με τα προϊόντα της Sony ή άλλων εταιρειών(www.icmrindia.org).

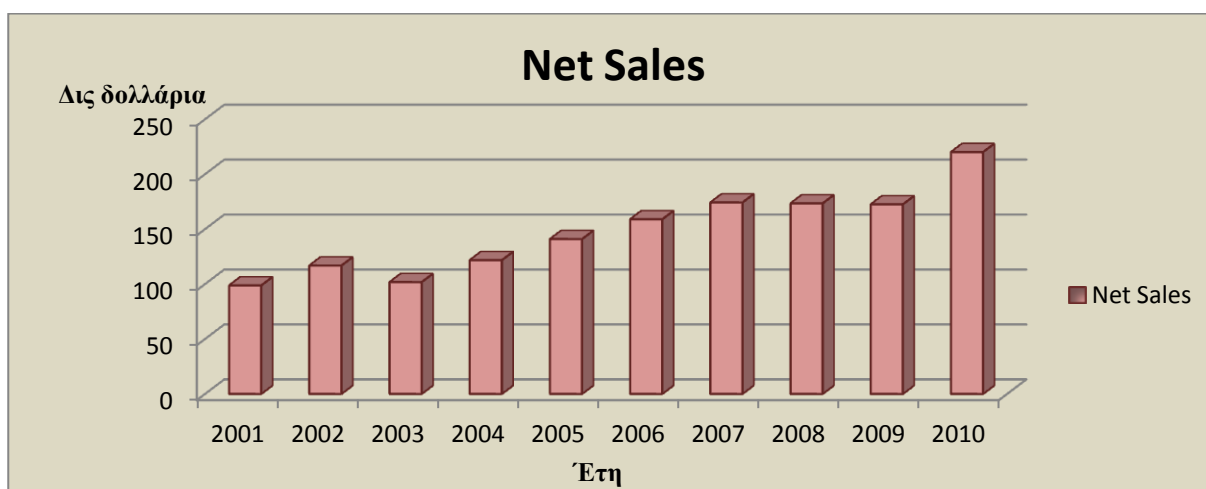
Διαπίστωσε ακόμα ότι το προσωπικό πωλήσεων στο κατάστημα, αγνοούσε τα προϊόντα της Samsung. Ο Lee συνειδητοποίησε ότι η Samsung είχε επικεντρώσει το ενδιαφέρον της στον όγκο και το κόστος της παραγωγής, αγνοώντας την αξία του καταναλωτή (www.icmrindia.org). Συνειδητοποίησε ότι προκειμένου να επιβιώσει έπρεπε να προσφέρει καλύτερης ποιότητας και συναρπαστικά προϊόντα.

Παρόλο που η Samsung δεν είχε κανένα πρόβλημα στο να χρηματοδοτήσει και να κατασκευάσει την κατάλληλη υποδομή, αντιμετώπισε ένα πιο δύσκολο κομμάτι. Αυτό του να πείσει το προσωπικό της επιχείρησης ότι το design ήταν απαραίτητο για την επιβίωσή της και για την άνθησή της. Οι περισσότεροι εργαζόμενοι ενδιαφέρονταν για το κόστος και τον όγκο παραγωγής παρά για το design. "Η Samsung ήταν μία επιχείρηση τεχνολογίας που ο τρόπος σκέψης της διαχείρισης προήλθε από την εξαγωγή ρυζιού" είχε ειπωθεί, "Δεν περιελάμβανε design. Το όλο θέμα ήταν να κρατηθεί χαμηλά η τιμή και να πουλάει περισσότερα από τους ανταγωνιστές"(www.icmrindia.org).

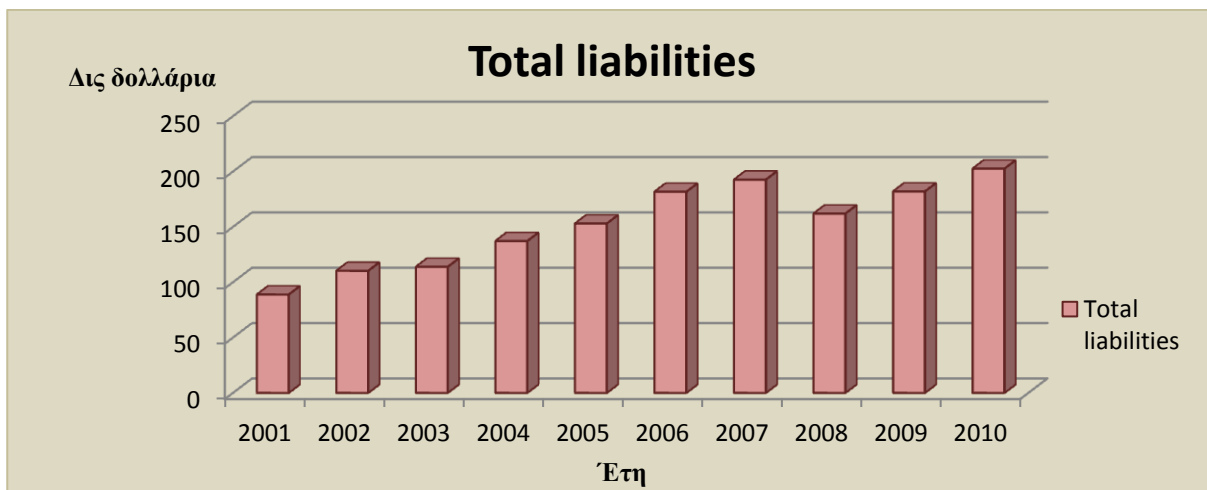
Στο τέλος της δεκαετίας του 1990s, η Samsung σύναψε συμφωνίες με διάφορες παγκόσμιες εταιρείες και χρηματοδότησε γεγονότα ώστε να βελτιώσει το brand name της. Λόγω αυτών των προσπαθειών, η αξία του ονόματός της εκτιμήθηκε στα 200% από 3.1 εκατομμύρια δολάρια το 1999 στα 8.3 εκατομμύρια δολάρια το 2002.

Κατά συνέπεια το 2002, η Samsung κατάφερε να είναι η μόνη μη-Ιαπωνική εταιρεία από την Ασία που συγκαταλέγεται στις 100 καλύτερες παγκόσμιες μάρκες όπως αξιολογήθηκαν από το Interbrand. Η εταιρεία λαμβάνει την 34η θέση στην λίστα της Interbrand.

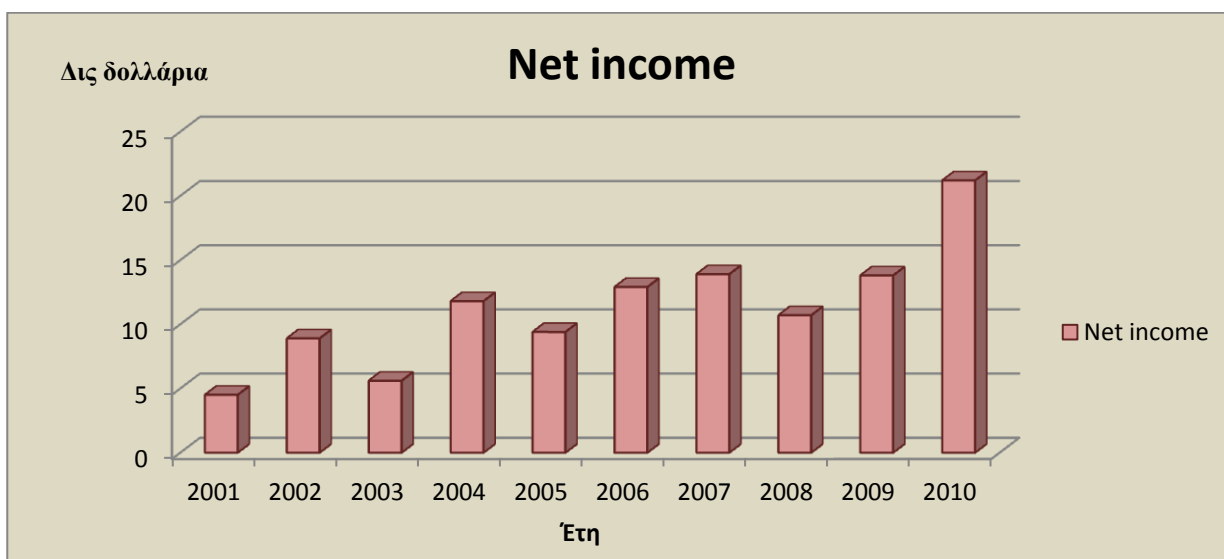
Η Samsung γενικότερα προσπαθεί να προσαρμοστεί στις ανάγκες των καταναλωτών και σε γενικές γραμμές παρατηρείται μία αυξανόμενη πορεία σε όλους τους τομείς της όπως φαίνεται στα παρακάτω σχήματα.



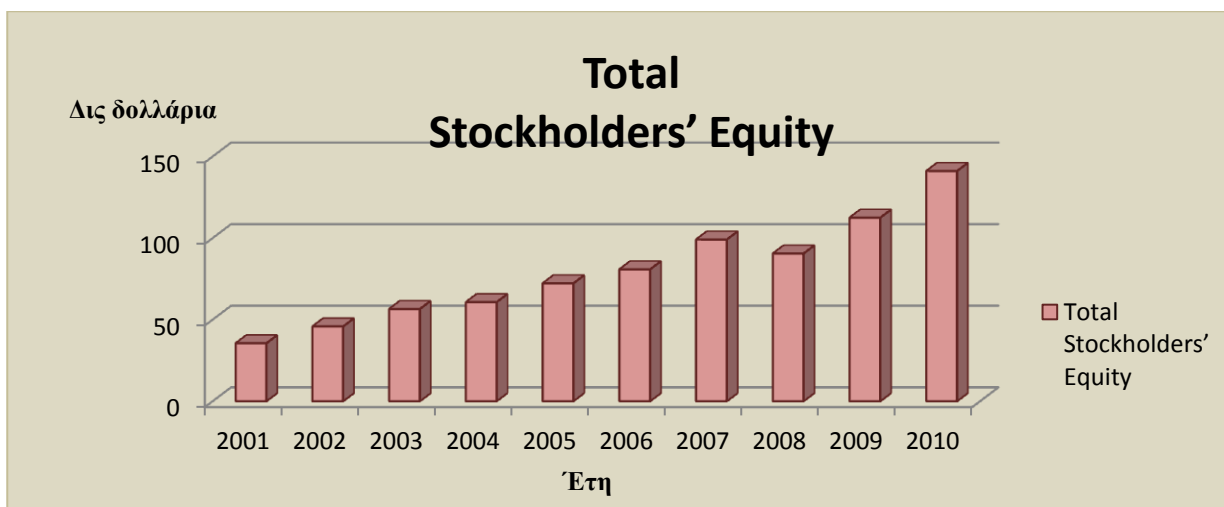
Διάγραμμα 2: Καθαρές Πωλήσεις



Διάγραμμα 3: Σύνολο υποχρεώσεων



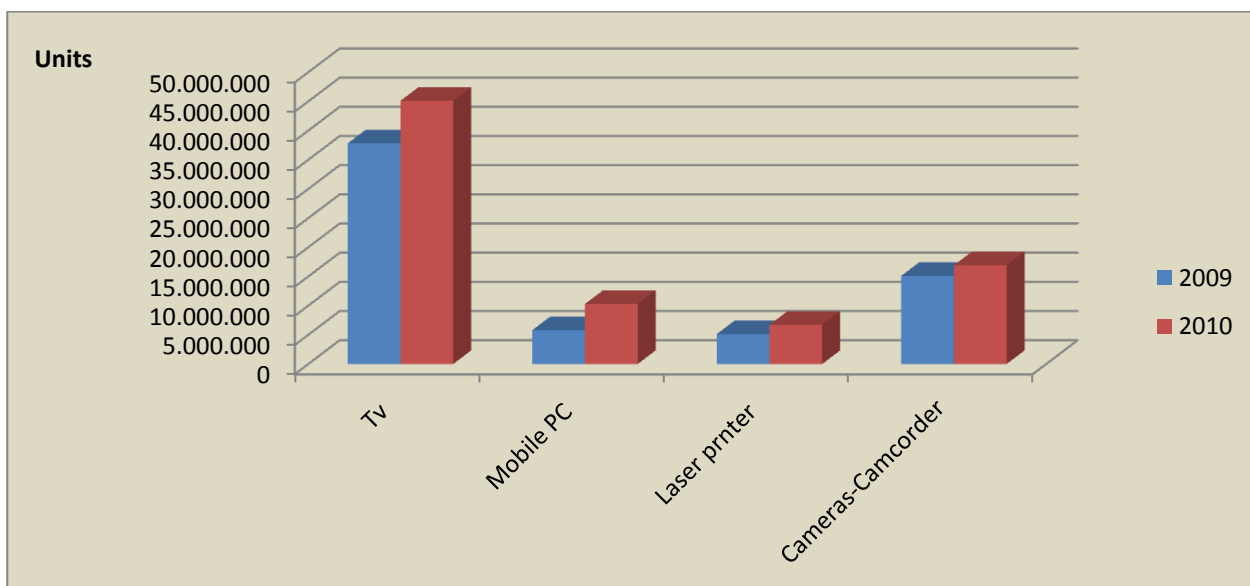
Διάγραμμα 4: Καθαρό εισόδημα



Διάγραμμα 5: Συνολικές μετοχές

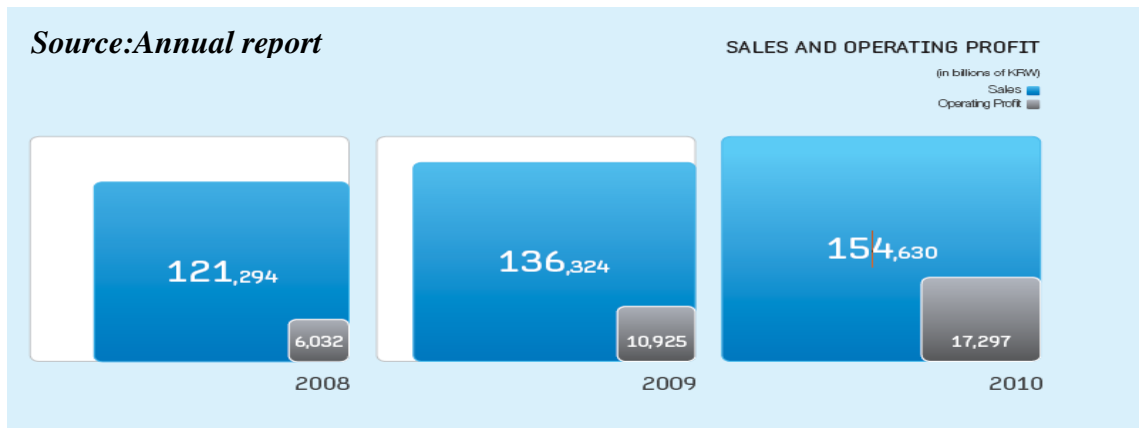


Διάγραμμα 6: Εργαζόμενοι

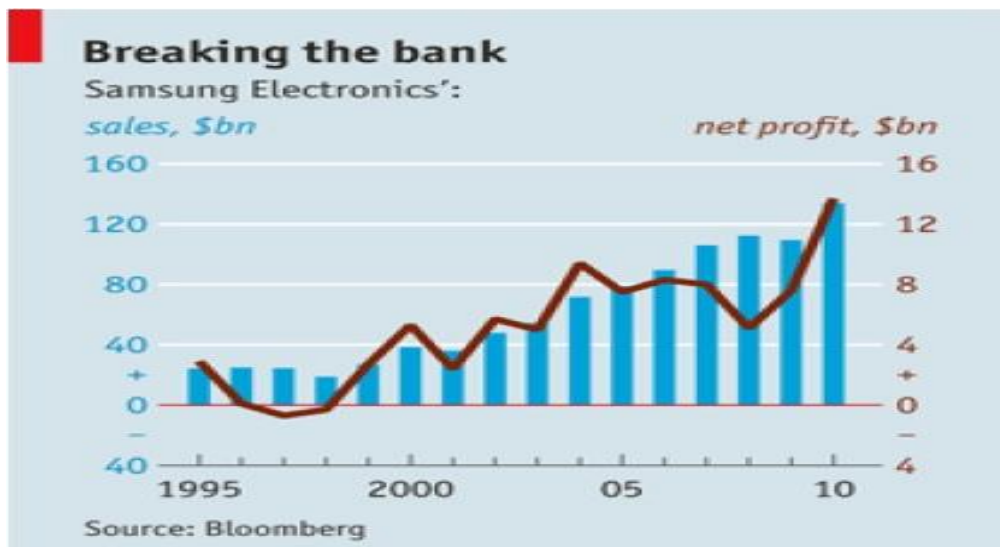


Διάγραμμα 7: Μονάδες πωληθέντων προϊόντων για το 2009 και 2010

Συγκεκριμένα μπορούμε να δούμε την πορεία της Samsung Electronics στα επόμενα διαγράμματα:



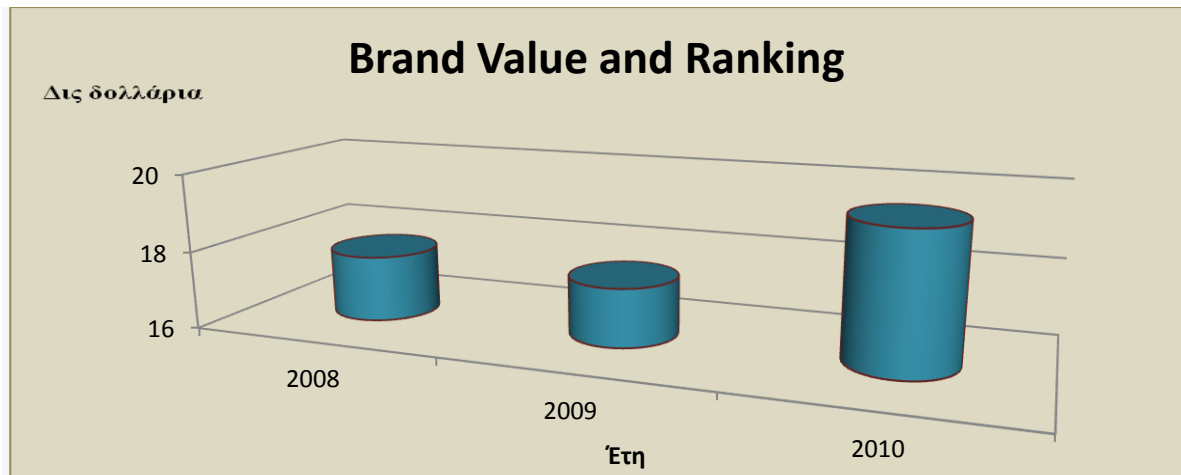
Διάγραμμα 8: Πωλήσεις και κέρδη για τα έτη 2008-2010



Διάγραμμα 9: Καθαρά κέρδη για τα έτη 1995-2010

Αύξηση της αξίας του εμπορικού σήματος

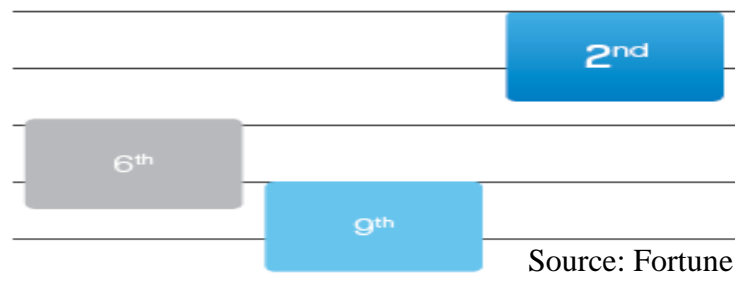
Η Samsung Electronics αυξάνει κάθε χρόνο την αξία της. Όπως πάντα, θα συνεχίσει να ακολουθεί τις διεθνείς μάρκες και θα συνεχίσει να χτίζει ευκαιρίες, συμπεριλαμβανομένης και της χορηγίας εκδηλώσεων υψηλού προφίλ, όπως τους Χειμερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες Βανκούβερ 2010 και τους Ασιατικούς Αγώνες στο Guangzhou το 2010 (www.samsung.com). Είναι χορηγός επίσης της ομάδας ποδοσφαίρου της Chelsea στην αγγλική Premier League, και έχει συνεργαστεί με παγκόσμιες μάρκες. Σε έρευνα για τις καλύτερες παγκόσμιες μάρκες το 2010, που πραγματοποιήθηκε από το BusinessWeek και το Interbrand, η Samsung Electronics κατατάσσεται 19^η μεταξύ των 100 κορυφαίων με αξία 19,5 δισεκατομμύρια δολάρια και αύξηση κατά 11% σε σχέση με το 2009.



Διάγραμμα 10: Αξία ονόματος για τα έτη 2008-2010

Το 2010 μία έρευνα για τις πιο θαυμαστές εταιρείες του κόσμου, στο περιοδικό Fortune κατέταξε την Samsung Electronics στην 32^η θέση, σε σχέση με την 40^η το 2009. Η Fortune επίσης, κατατάσσει την Samsung Electronics ως τη δεύτερη πιο αξιολογούμενη εταιρεία στην παγκόσμια βιομηχανία ηλεκτρονικών(www.samsung.com).

Ranking of the World's Most Admired Electronics Companies



Διάγραμμα 11: Κατάταξη Samsung στη βιομηχανία ηλεκτρονικών τα έτη 2008-2010

Στοιχεία για την Samsung Electronics το 2010 (www.samsung.com)

- Πέτυχε πωλήσεις ύψους 155 τρις KRW και λειτουργικό κέρδος 17 τρις KRW, αυξάνοντας κατά 13% τις πωλήσεις και 58% το λειτουργικό κόστος σε σχέση με το 2009
 - Χρηματοοικονομική διάρθρωση με δείκτη ευθύνης 50,3%, 66,5% δείκτη κεφαλαιακής επάρκειας 18,0% και δείκτη απόδοσης ιδίων κεφαλαίων σε μια ενοποιημένη βάση
 - Σημειώνεται ότι η τιμή της μετοχής έφτασε τα 949,000 KRW στο τέλος του 2010, με μια αύξηση 19% από το 2009
 - 10.000 KRW ανά μετοχή, 25% αύξηση σε σχέση με το 2009
- Όσον αφορά στα Smartphones, ο πίνακας που ακολουθεί φανερώνει το market share της Samsung.



Διάγραμμα 11: Μερίδια αγοράς «έξυπνων» κινητών

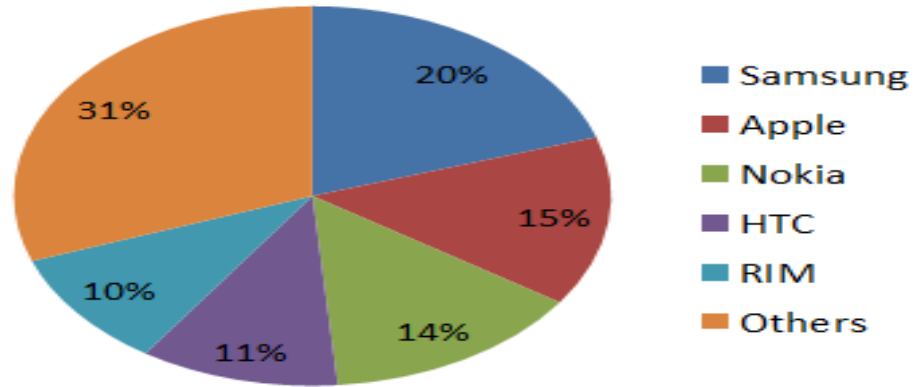
Οι πωλήσεις Smartphone αναμενόταν να αγγίξουν τα 420 εκατομμύρια σε μονάδες μέχρι το τέλος του 2011, όμως ακόμα αποτελούν μόνο 28% της αγοράς, σύμφωνα με μια μελέτη που δημοσιεύεται από την έρευνα IMS(Casey Johnston,July 2011).Στην αρχή του 2011, η Nokia και η Apple ήταν τα κυρίαρχα εμπορικά ονόματα, που κατέχουν πάνω από 40% των smartphones που πωλήθηκαν στο πρώτο τρίμηνο του ίδιου έτους, αλλά η Samsung τείνει γρήγορα να τις φθάσει, αφού κατέχει πάνω από 300% αύξηση στο μερίδιο αγοράς smartphone κατά τη διάρκεια του ίδιου τριμήνου το 2010. Η Samsung είχε το 13% της αγοράς το πρώτο τρίμηνο του 2011.

Η Motorola εμφανίζεται να έχει σταθερό μερίδιο αγοράς στο 4%, ενώ η RIM από 20% πέφτει στο 15%. Ο Josh Builta, ένας αναλυτής από το IMS,αναφέρει τις λιγοστές επενδύσεις πάνω στην κυρίαρχη τάση των smartphones ως τον αρχικό λόγο που το ποσοστό εμφανίζεται σταθερό.

Το Builta ανέφερε την LG ως πρωταρχικό παράδειγμα ενός εμπορικού σήματος που έχει αποτύχει να ακολουθήσει μια διαφορετική γραμμή smartphones. Αλλά παρά την, σύμφωνα με ισχυρισμούς, αδιάφορη τοποθέτηση της LG, το μερίδιο αγοράς smartphone του πήδησε από 1% το πρώτο τρίμηνο του 2010 στο 4% το αντίστοιχο του 2011.

Η HTC, αφ' ενός, παρά του ότι είναι ένα εμπορικό σήμα που εστιάζει αποκλειστικά στα smartphones, είδε τη λιγότερη αύξηση, από 6 έως 10% της αγοράς smartphone.

Με βάση την αύξηση της αγοράς μέχρι τώρα, η IMS υπολογίζει ότι τα smartphones θα φτάσουν τις ένα δισεκατομμύριο πωλήσεις μέχρι το 2016, και θα αποτελέσουν το 50% όλων των κινητών μικροτηλεφώνων που πωλούνται (Casey Johnston,July 2011).



Source: IDC (November 2011)

Διάγραμμα 12: Μερίδια αγοράς «έξυπνων» κινητών

Top Five Smartphone Vendors, Shipments, and Market Share Q3 2011 (Units in Millions)

Vendor	3Q11 Unit Shipments	3Q11 Market Share	3Q10 Unit Shipments	3Q10 Market Share	Year-over-year Change
Samsung	23.6	20.0%	7.3	8.8%	223.3%
Apple	17.1	14.5%	14.1	17.0%	21.3%
Nokia	16.8	14.2%	26.5	32.0%	-36.6%
HTC	12.7	10.8%	5.9	7.1%	115.3%
Research In Motion	11.8	10.0%	12.4	15.0%	-4.8%
Others	36.1	30.6%	16.6	20.0%	117.5%
Total	118.1	100.0%	82.8	100.0%	42.6%

Source: IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker, November 3, 2011

Πίνακας 2: Μερίδια αγοράς «έξυπνων» κινητών

Ο τομέας των Τηλεπικοινωνιών (συμπεριλαμβανομένων των κινητών τηλεφώνων και των συστημάτων τηλεπικοινωνιών), σημείωσε ρεκόρ τριμηνιαίων λειτουργικών κερδών ύψους 2,64 τρις γουόν. Τα έσοδα στο τέταρτο τρίμηνο ανήλθαν στα πρωτοφανή επίπεδα των 17,82 τρις γουόν, σε σχέση με τα 11.75 τρις γουόν που είχαν ανέλθει την ίδια περίοδο του 2010.

Εντυπωσιακή είναι και η επίδοση του τμήματος κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα, που αντίθετα με το «ρεύμα της αγοράς» (πτώση τζίρου -33% σε αξία και -11% σε τεμάχια), η Samsung κατάφερε να αυξήσει πάνω από 10 ποσοστιαίες μονάδες τα μερίδια της, από λίγο κάτω από 14% τον Ιούλιο του 2010 σε 24,3% τον Φεβρουάριο του 2011.

Αφού προσπέρασε τη Apple στην αγορά των smartphone, η Samsung θέλει να ξεπεράσει την Nokia γενικότερα στην αγορά κινητής τηλεφωνίας το 2012 (Trefis, 2011). Σύμφωνα με μια έκθεση από την Korea Economic Daily, η Samsung αναμένει αύξηση 15% στις πωλήσεις κινητών τηλεφώνων της τον επόμενο χρόνο. Εν τω μεταξύ η Nokia συνεχίζει να λαμβάνει μια στροφή προς το χειρότερο, μιας και η συνεργασία της με τη Microsoft δεν κατάφερε να προκαλέσει το ενδιαφέρον στα κινητά της.

Αναμένεται ότι η Nokia θα είναι σε θέση να πουλήσει πάνω από 400 εκατομμύρια κινητά τηλέφωνα το τρέχον έτος, εκ των οποίων περισσότερα από 300 εκατομμύρια θα είναι από τις αναδυόμενες αγορές όπως η Ινδία και η Κίνα. Από την άλλη πλευρά, η

Samsung αναμένει 374 εκατομμύρια πωλήσεις κινητών τηλεφώνων το 2012 σε σύγκριση με εκτιμώμενες πωλήσεις των 325 εκατομμυρίων για φέτος. Το μερίδιο αγοράς της Nokia στις αναδυόμενες αγορές μειώθηκε από 45% το 2008 σε περίπου 30% το 2010, και ίσως να μειωθεί σε 27% μέχρι το τέλος του 2011 (Trefis, 2011). Εάν αυτός ο ρυθμός μείωσης συνεχίζεται σε 2012, η Nokia θα μπορούσε να αποφέρει στην Samsung την πρώτη θέση.

Η απώλεια του μεριδίου αγοράς δεν είναι οι μόνες κακές ειδήσεις γύρω από τη Nokia. Όταν η εταιρεία λάνσαρε τα Lumia smartphones της στην Ευρώπη, υπήρχε ελπίδα για μια ανάκαμψη στο άμεσο μέλλον. Όμως μια πρόσφατη έρευνα έδειξε ότι μόνο το 2% των Ευρωπαίων ενδιαφέρεται για την αγορά Lumia 800 της Nokia, το πρώτο τηλέφωνό της με Microsoft Windows.

Το 2011 ήταν μία εξαιρετική χρονιά για την Samsung, αναφορικά με τις πωλήσεις κινητών τηλεφώνων, κάτι που η εταιρεία ελπίζει να επαναλάβει και του χρόνου με την ίδια επιτυχία.

Μόλις πριν από δύο χρόνια η Nokia κατείχε σχεδόν το διπλάσιο του μεριδίου αγοράς της Samsung (36,4% έναντι 19,5%), οπότε από τα νούμερα συμπεραίνουμε ότι οι Κορεάτες έχουν σημειώσει μία πραγματικά σημαντική πρόοδο προς τον στόχο τους να αποτελέσουν τον υπ' αριθμόν έναν κατασκευαστή.

Η comScore εμφάνισε τα τελευταία νούμερα στον τομέα των κινητών στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, σύμφωνα με τα οποία η Samsung τοποθετείται στην κορυφή των OEM με ένα μερίδιο αγοράς 25.6%, με αύξηση 0.3 μονάδες από το τρίμηνο του Αυγούστου (Jordan Crook, December 2011). Εν τω μεταξύ, η τιμή της Apple για το iPhone 4 μειώθηκε, γεγονός το οποίο, μαζί με την είσοδο του iPhone 4S, οδήγησε την εταιρεία στο να αυξήσει το μερίδιο αγοράς της από 9.8% σε 11.2%.

Top Mobile OEMs			
3 Month Avg. Ending Nov. 2011 vs. 3 Month Avg. Ending Aug. 2011			
Total U.S. Mobile Subscribers (Smartphone & Non-Smartphone) Ages 13+			
Source: comScore MobiLens			
	Share (%) of Mobile Subscribers		
	Aug-11	Nov-11	Point Change
<i>Total Mobile Subscribers</i>	100.0%	100.0%	N/A
Samsung	25.3%	25.6%	0.3
LG	21.0%	20.5%	-0.5
Motorola	14.0%	13.7%	-0.3
Apple	9.8%	11.2%	1.4
RIM	7.1%	6.5%	-0.6

Source: www.wikinvest.com

Πίνακας 3: Σύνολο συνδρομητών κινητής τηλεφωνίας στις ΗΠΑ

Να αναφέρουμε σε αυτό το σημείο ότι οι ελπίδες της Samsung για το μέχρι τώρα "μικρό" Bada OS πραγματοποιούνται, όπως αναδεικνύεται μετά από μια έρευνα της Kantar Worldpanel ComTech. Η εν λόγω έρευνα αναδεικνύει πως ενώ η μάχη για την επικράτηση της κορυφαίας πλατφόρμας μεταξύ της Apple (iOS), Google (Android), RIM (BlackBerry) & Microsoft (WP7) καλά κρατεί, στο παιχνίδι φαίνεται να έχει μπει για τα καλά και η Samsung με το "δικό" της Bada OS (www.myphone.gr).

Το λειτουργικό που ενώ όλα έδειχναν πως θα είχε την τύχη του MeeGo ή ακόμα χειρότερα λειτουργικών που σταμάτησαν πριν καν χρησιμοποιηθούν, κατέχει ένα μικρό πλύν όμως σημαντικό μερίδιο στην Ευρώπη (<http://www.myphone.gr>). Συγκεκριμένα τα μερίδια αγοράς του Bada OS σύμφωνα με την έρευνα:

Γαλλία 8.8%

Γερμανία 7.8%

Ιταλία 3.3%

Ηνωμένο Βασίλειο 1.3%

όταν αντίστοιχα τα Windows Phone στην Γαλλία κατέχουν μόλις 1.5% ενώ στην Γερμανία 4.5%.

Η Cellular-News που δημοσιοποιεί στοιχεία από την έρευνα της Kantar Worldpanel ComTech συνεχίζει πως στο Ηνωμένο Βασίλειο, το 63% των Bada users σερφάρουν στο internet ενώ το 60% "κατεβάζουν" και αγοράζουν εφαρμογές πράγμα που ξεπερνά τον μέσο όρο των χρηστών άλλων πλατφόρμων όπως αυτή του Android.

Βέβαια η έρευνα τονίζει την καθολική επικράτηση των Android και iOS συσκευών (πχ. 42.6% των χρηστών στο Ηνωμένο Βασίλειο έχει Android συσκευές με σημαντική αύξηση της τάξης του 33.6% σε σχέση με το 2010) αλλά σίγουρα αναδεικνύει μια νέα δυναμική στην μάχη των λειτουργικών συστημάτων.

7. Καινοτομίες

Καινοτομίες της Samsung στα πλαίσια χάραξης στρατηγικής

Η Samsung για να μπορέσει να χαράξει μία αποτελεσματική και βασισμένη στους πόρους στρατηγική (inside-out) δίνει μεγάλη έμφαση στην ανάπτυξη νέων τεχνολογιών και καινοτομιών. Στόχος της είναι να αναδειχθεί σε μία παγκόσμια δύναμη ανάδειξης νέων καινοτομιών. Πιο συγκεκριμένα, διαθέτει εργαστήρια και ινστιτούτα ερευνών που απασχολούν τουλάχιστον 450 ανθρώπους για την μελέτη ανάπτυξη και βελτίωση υπάρχουσών τεχνολογιών λογισμικού και Hardware. Η διοίκηση της Samsung γρήγορα συνειδητοποίησε πώς ο δρόμος για την επιτυχία σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό από την συνεχή έρευνα και την καινοτομία. Σημαντικό είναι το γεγονός ότι επενδύει 6 δις δολάρια στην έρευνα ετησίως.

Ινστιτούτο SAIT

Το Ινστιτούτο τεχνολογίας και έρευνας της Samsung (Samsung Advanced Institute of Technology , SAIT), εστιάζει σε τεχνολογίες όπως real 3D, ανάπτυξη τηλεπικοινωνιών για διάφορες τοπολογίες δικτύων, πολυπύρηνων επεξεργαστών καθώς και σε τεχνολογίες βασισμένες στη νοημοσύνη της διαχείρισης των δεδομένων. Επιπλέον ασχολείται και με μεθόδους περίθαλψης ασθενών μέσω της τεχνολογίας καθώς και με την ανάπτυξη σύγχρονων διαγνωστικών μηχανημάτων στην ιατρική. Πιο κάτω αναλύουμε εκτενώς τις παραπάνω τεχνολογίες.

Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά την ανατολή της 3D video εποχής η Samsung κυνηγώντας την καινοτομία διεξάγει έρευνα για την προσαρμογή όλων των μέσων επικοινωνίας, όπως της ραδιοεκπομπής (τηλεόραση) , του Internet και της ψηφιακής απεικόνισης σε τεχνολογίες βασισμένες σε αισθητήρες. Πιο συγκεκριμένα, κάνει έρευνα πάνω στο 3D capturing (καταγραφή) εικόνας, σε 3D τεχνολογίες αφής, στην ανάπτυξη ολογραμμάτων και σε Multi-view εφαρμογές.

Ακόμη, λόγω της ανάγκης για υψηλή απόδοση , υποστήριξης πολυμεσικών εφαρμογών υψηλών προδιαγραφών αλλά και ταυτόχρονα για ανάπτυξη τεχνολογιών χαμηλών ενεργειακών απαιτήσεων η Samsung μελετά την δημιουργία πλατφόρμας που υποστηρίζει πολυπύρηνους επεξεργαστές.

Όσον αφορά την νοημοσύνη των δεδομένων, η SAIT ασχολείται με την διαχείριση διαφόρων τύπων δεδομένων που δημιουργούνται από ανθρώπους και τις συνθήκες του περιβάλλοντος και ξεφεύγουν από τα προκαθορισμένα πρότυπα και προσπαθεί να εξατομικεύσει τις πληροφορίες που προκύπτουν.

Ανάλογα, με τη σύγκλιση των ΤΠΕ (Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνίας) πραγματοποιείται υγειονομική περίθαλψη σε χρόνιους ασθενείς με χαμηλό κόστος και υψηλή απόδοση. Το SAIT αναπτύσσει μία μορφή υγειονομικής περίθαλψης που σχετίζεται με την τεχνολογία και την αξιοποίηση της πληροφορικής εμπειρίας που έχει συσσωρευτεί μέχρι σήμερα. (<http://sait.samsung.com> , <http://www.sisa.samsung.com>)

Προγράμματα ανοικτής καινοτομίας του SAIT

Επιπλέον, το SAIT συμμετέχει σε διάφορα προγράμματα “ανοικτής” καινοτομίας (open innovation) όπως το GRO (Global Research Outreach) πρόγραμμα για το δίκτυο ακαδημαϊκής συνεργασίας με φοιτητές και ερευνητές διαφόρων πανεπιστημιακών

ιδρυμάτων, το CORE (Ανοικτή Συνεργασία Ειδικών Ερευνών) για την επικοινωνία με τους παγκόσμιους ηγέτες της τεχνολογίας, το SRP (Στρατηγική Εταιρική Σχέση της Έρευνας) για τις σχέσεις βιομηχανίας, και τη στρατηγική επένδυση Venture .

Ειδικότερα, στο πρόγραμμα SAIT GRO, μπορούν να συμμετέχουν κορυφαία πανεπιστήμια από όλο τον κόσμο. Κάθε χρόνο η SAIT προσκαλεί ερευνητές να ασχοληθούν και παρουσιάσουν διαφορές καινοτόμες ιδέες σε διάφορους επιστημονικούς τομείς . Οι ιδέες αυτές και οι καινοτομίες θα αξιολογηθούν από τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου SAIT και θα επιλεγούν αυτές που μπορούν να ευθυγραμμιστούν με τις ανάγκες για έρευνα του SAIT. Οι επιλεγμένες ιδέες και προτάσεις λαμβάνουν συνήθως χρηματοδότηση για ένα έτος με βάση τη σύμβαση που ορίζεται. Ανάλογα με τα αποτελέσματα της έρευνας και της εσωτερικής αξιολόγησης και του αιτήματος για συνέχιση της έρευνας η σύμβαση μπορεί να ανανεωθεί έως και τρία χρόνια.

Επιπλέον, όσον αφορά το πρόγραμμα SAIT CORE είναι ένα πρόγραμμα μέσω του οποίου η Samsung έρχεται σε επαφή με διάφορες κοινότητες έρευνας ανά τον κόσμο για την μελέτη των τεχνολογικών προκλήσεων και ανταλλαγή γνώσεων αναφορικά με νέες τεχνολογίες. Οι επιστημονικές περιοχές με τις οποίες ασχολείται το συγκεκριμένο πρόγραμμα είναι IT(4G και multi-core), Περιβάλλον και Ενέργεια(ηλιακά κύτταρα, EV Μπαταρία, επίλυση του προβλήματος αποθεμάτων νερού, Νέα Υλικά κατασκευών καθώς και θέματα σχετικά με την υγεία. (<http://www.sait.samsung.com>)

Τεχνολογικά επιτεύγματα του SAIT

Το SAIT κατάφερε να κατασκευάσει σχεδόν μονούς κρυστάλλους νιτρίδιου του Γαλλίου σε άμορφα υποστρώματα γυαλιού, και αυτή είναι η καινοτομία που θα επιτρέψει την παραγωγή υπέρ-μεγεθών LED ανέφερε η Samsung. Η βιομηχανία παραγωγής L.E.D. χρησιμοποιεί ευρέως υποστρώματα σαπφείρου αλλά τα υποστρώματα γυαλιού έχουν το πλεονέκτημα ότι μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την παραγωγή προϊόντων μεγάλων διαστάσεων, πιθανότατα ρίχνοντας κατά πολύ και το κόστος κατασκευής. Αυτό μελλοντικά θα επιτρέψει στη Samsung την παραγωγή **L.E.D. οθονών από συνηθισμένο γυαλί**, όπως αυτό που χρησιμοποιείται στα παράθυρα των σπιτιών. Σε δέκα χρόνια τα παράθυρα θα χρησιμοποιούνται επίσης ως φωτιστικά αλλά και ως οθόνες γεγονός το οποίο διευρύνει τους ορίζοντες μετάδοσης της πληροφορίας.

Επιπλέον, η Samsung παρουσίασε πρόσφατα τη νέα **σειρά 7 CHRONOS Notebook**, προαναγγέλλοντας μια νέα εποχή στο computing.Ο σχεδιασμός αυτής της σειράς Notebook προβλέπει αλουμινένιο σκελετό γεγονός που καθιστά το προϊόν ελαφρύ. Επιπλέον, η Series 7 Chronos διαθέτει επεξεργαστή Intel Core i7 Quad Core και τεχνολογία ExpressCache™, που προσφέρει 8GB extra SD μνήμη στη μητρική πλακέτα, για γρηγορότερη επανεκκίνηση και αύξηση της συνολικής επίδοσης του υπολογιστή. Επίσης, η πλοήγηση στο διαδίκτυο γίνεται 2 φορές γρηγορότερη (με βάση το Microsoft Internet Explorer), ενώ η συσκευή χρειάζεται μόλις δύο δευτερόλεπτα για να επανέλθει από την κατάσταση αναμονής. Εκτός από τις εξαιρετικές ταχύτητες, η Series 7 CHRONOS προσφέρει εξαιρετική ποιότητα εικόνας. Μέσω της τεχνολογίας MAX screen της Samsung δίνεται η ευκαιρία στους χρήστες να απολαύσουν μια επιπλέον «ίντσα» θέασης, χωρίς να χρειάζεται να θυσιάσουν τη φορητότητα του υπολογιστή, εφόσον διαθέτει 15,6” οθόνη σε μία συσκευή που παραδοσιακά διέθετε το μοντέλο των 14 ιντσών.

Μία εξίσου πρωτοπόρα καινοτομία που προωθεί η Samsung είναι η **smart TV**. Η samsung θεωρείται ο ηγέτης στην κατασκευή και πώληση τηλεοράσεων παγκοσμίως. Τα μοντέλα Smart TV που προωθεί αυτή την περίοδο η Samsung χρησιμοποιούν τις

τεχνολογίες «Smart Interaction, Smart Content, Smart Evolution και Smart Hub». Πιο συγκεκριμένα, η λεγόμενη υβριδική τηλεόραση, παρέχει υπηρεσίες Internet μέσω του Browser της τηλεόρασης. Επιπλέον, παρέχει φωνητικές εντολές σε πάνω από 20 γλώσσες και αισθητήρες που θα ερμηνεύουν τις κινήσεις του θεατή για την ενεργοποίηση λειτουργιών της τηλεόρασης(σαν το KINECT της Microsoft). Εκτός από τις φωνητικές εντολές, οι Smart TV της Samsung το 2012 θα ανταποκρίνονται σε νεύματα: Ο τηλεθεατής θα μπορεί να σερφάρει στο Ίντερνετ ή να επιλέξει παραπομπές με ένα νεύμα, χάρη στην ενσωματωμένη κάμερα στην Smart TV. Ακόμη όσον αφορά τα τεχνικά χαρακτηριστικά της “έξυπνης” τηλεόρασης οι νέες Smart TV θα έχουν διπύρρηνο επεξεργαστή για να υποστηρίζουν το απαιτητικό multitasking, που επιτρέπει στον χρήστη να τρέχει πολλαπλές από τις λεγόμενες TV apps. Η Samsung αναφέρει ότι έχουν ήδη αναπτυχθεί 1.400 app για τις τηλεοράσεις της, στην πλατφόρμα Samsung Apps και απευθύνει ανοικτή πρόσκληση σε προγραμματιστές να την αξιοποιήσουν για να αναπτύξουν τις δικές τους, λέγοντας ότι 25.000 developer ασχολούνται ήδη με την ανάπτυξη TV app. Τέλος, η Samsung συγκεντρώνει περιεχόμενο και υπηρεσίες που απευθύνονται σε παιδιά (με ένα φιλικό interface), επιτρέπει την σύνδεση οργάνων γυμναστικής και apps για την τροφοδότησή τους, καθώς και τη σύνδεση smartphone και tablet δικής της κατασκευής για χειρισμό της τηλεόρασης. (www.in.gr).



Εικόνα 2: Smart TV

Ένα ακόμα επίτευγμα της Samsung Electronics είναι η ηλεκτρική σκούπα ρομπότ NaviBot, η οποία εμφανίστηκε στην ελληνική αγορά πριν λίγες μέρες. Η σκούπα NaviBot είναι ένα ευφυές πρόγραμμα πλοήγησης, το Visionary Mapping System, που συγκρατεί στη μνήμη της συσκευής τόσο τη διαρρύθμιση ενός χώρου όσο και τη βάση επαναφόρτισης και με τη βοήθεια μίας ενσωματωμένης κάμερας λαμβάνει 30 φωτογραφίες ανά δευτερόλεπτο από το χώρο. Χρησιμοποιώντας αυτές τις εικόνες, η NaviBot δημιουργεί έναν εικονικό χάρτη του χώρου, προσδιορίζοντας την ακριβή θέση των εμποδίων, όπως έπιπλα και διακοσμητικά αντικείμενα. Υπολογίζοντας τον ταχύτερο και ασφαλέστερο δρόμο, καθαρίζει το χώρο, ανεξάρτητα αν πρόκειται για 2 ή 10 δωμάτια, εξασφαλίζοντας τη μεγαλύτερη δυνατή οικονομία χρόνου.



Εικόνα 3: Σκούπα Navibot

Επιπλέον, η Samsung προωθεί την φωτογραφική μηχανή Samsung MultiView MV800, η οποία είναι εξοπλισμένη με μία 3-ιντσών Wide Flip-Out οθόνη αφής, ένα μοναδικό νέο χαρακτηριστικό που επιτρέπει στους χρήστες να πραγματοποιήσουν την τέλεια λήψη από οποιαδήποτε γωνία, τόσο υψηλή και χαμηλή, καθώς και λήψη φωτογραφίας του ίδιου του χρήστη, χωρίς να χρειάζεται περιστροφή.



Εικόνα 4: Φωτογραφική Μηχανή Samsung MultiView MV800

Samsung και Πράσινη Τεχνολογία(ECO-INNOVATION)

Η πράσινη τεχνολογία τα τελευταία χρόνια είναι αναπόσπαστο κομμάτι της Samsung. Η Samsung κατάφερε να συνδυάσει διάφορες καινοτόμες τεχνολογίες με τον προσεγμένο σχεδιασμό των προϊόντων. Ο σχεδιασμός των προϊόντων προκειμένου να ανταποκρίνεται στις περιβαλλοντολογικές ανάγκες αποτελείται από 4 στάδια. Τον οικολογικό σχεδιασμό έχουν αρχίσει να τον ενστερνίζονται ολοένα και περισσότερες εταιρείες που προσπαθούν να διεισδύσουν σε τεχνολογίες φιλικότερες στο περιβάλλον.

Αρχικά, λαμβάνεται υπόψη η επιρροή στο περιβάλλον που έχουν τα προϊόντα της Samsung δηλαδή τα περιβαλλοντολογικά προβλήματα που μπορεί να προκαλέσει η υπάρχουσα μεθοδολογία σχεδιασμού τους. Σε επόμενη φάση, γίνονται τα απαραίτητα βήματα μέσω ανάδρασης και έρευνας έτσι ώστε να εφαρμοστούν πρακτικές σχεδιασμού

και υλοποίησης προϊόντων που δεν θα είναι βλαβερά για το περιβάλλον. Με άλλα λόγια διασφαλίζεται σε όλα τα στάδια της κατασκευής του προϊόντος μέχρι και το τελικό προϊόν η μη επιβάρυνση του περιβάλλοντος. Η μελέτη αυτή γίνεται πριν αρχίσει η κατασκευή του προϊόντος. Στη συνέχεια, γίνεται επιλογή βιώσιμων και οργανικών υλικών για την κατασκευή των προϊόντων καθώς και σύναψη συμφωνιών με προμηθευτές που ακολουθούν παρόμοια οικολογική πολιτική. Το τελικό στάδιο είναι η κατασκευή του προϊόντος.

Όσον αφορά τις εγκαταστάσεις της Samsung χρησιμοποιούν ανανεώσιμες πηγές ενέργειας μέσα από τη συμμετοχή της Samsung με το πρόγραμμα Green Power εταιρικής σχέσης της EPA (Environmental Protection Agency). Επιπλέον, μέσω της συνεργασίας με το πρόγραμμα Smart Way Μεταφορών της EPA, η Samsung χρησιμοποιεί με αποτελεσματικό τρόπο καύσιμα μεταφοράς για την παράδοση των προϊόντων στις αγορές.

Ενδεικτικά κάποιες “πράσινες καινοτομίες” της Samsung αντικατοπτρίζονται στα προϊόντα που αναφέρουμε παρακάτω.

Πιο συγκεκριμένα, για την κατασκευή των LED TV της Samsung δεν χρησιμοποιείται καθόλου υδράργυρο ή σπρί που εκπέμπει CO₂. Επιπλέον, οι τηλεοράσεις έχουν μενού ένδειξης ισχύος καθώς και βελτιστοποιημένες λειτουργίες εξοικονόμησης ενέργειας. Επιπλέον αυτές οι τηλεοράσεις είναι πιο λεπτές, άρα και φθηνότερο υλικό απαιτείται για την κατασκευή τους. Οι μικρότερες συσκευασίες επιτρέπουν περισσότερες σειρές να μεταφερθούν, και λιγότερο καύσιμο προς κατανάλωση. Η Samsung LED TV είναι ένα εξαιρετικό σύνολο με εκπληκτική ποιότητα εικόνας και καταναλώνει λιγότερο από το 60 τοις εκατό της ενέργειας που χρησιμοποιείται από τις συμβατικές LCD οθόνες. Δεν είναι καμία κατάπληξη ότι το 6000 Series Samsung τιμήθηκε με ένα βραβείο οικολογικού σχεδιασμού στο Design 2009 CES Innovations Awards και Μηχανικών.

Επιπλέον, οι τελευταίες Samsung Plasma τηλεοράσεις διαθέτουν νέα κυκλώματα και τεχνικές πίνακα που πληρούν τις νεότερες απαιτήσεις v3.0 ENERGY STAR, και παράγονται εξ ολοκλήρου με υλικά χωρίς μόλυβδο.

Το **Reclaim κινητό τηλέφωνο** είναι πρωτοποριακό. Εμπεριέχει έναν χαρακτηρισμένο ENERGY STAR φορτιστή, και το 40% του κελύφους του τηλεφώνου είναι φτιαγμένο από βιοπλαστικό υλικό. 80% του συνόλου των υλικών είναι ανακυκλώσιμο. Και η



συσκευασία γίνεται με 70% από ανακυκλωμένο υλικό, και τυπώνεται με μελάνι σόγιας.

Εικόνα 5: Reclaim Κινητό τηλέφωνο

Πρόσφατα, η Samsung παρουσίασε το νέο **ψυγείο G-series** που μεγιστοποιεί τη χωρητικότητα του εσωτερικού χώρου, διατηρώντας το ίδιο εξωτερικό μέγεθος και ενσωματώνει την τεχνολογία αιχμής Eco slim της Samsung. Το G-series διαθέτει 60 λίτρα χωρητικότητα καθώς και περισσότερο χώρο αποθήκευσης τροφίμων που μπορεί να αγγίξει μέχρι και 400 λίτρα, ενώ είναι ενεργειακής κλάσης A+++.

Επιπλέον, η Samsung ανακοίνωσε την κυκλοφορία της **ecobubble** σειράς πλυντηρίων, της πρώτης σειράς πλυντηρίων στην αγορά που δημιουργεί ειδικές φούσκες, προσφέροντας εξαιρετικές επιδόσεις, κάνοντας το κρύο νερό να πλένει σαν ζεστό. Οι φούσκες είναι πλούσιες σε σαπούνι και εισχωρούν ταχύτερα στα ρούχα, ενώ διαλύονται ευκολότερα στα υφάσματα, βοηθώντας έτσι στην εξοικονόμηση ενέργειας, με τέλεια αποτελέσματα. (<http://www.samsung.com/>)

Βράβευση των καινοτομιών της Samsung το 2011

Το 2011 η Samsung τιμήθηκε με 37 βραβεία για διάφορα προϊόντα και καινοτομίες από την Διεθνή διοργάνωση παρουσίασης ηλεκτρονικών συσκευών για καταναλωτές (Consumer Electronics Show). Η Samsung κατάφερε να συνδυάσει με έξυπνο και αποδοτικό τρόπο την πράσινη τεχνολογία με τις νέες τεχνολογίες της. Εξέχοντα προϊόντα που βραβεύτηκαν είναι :

1)Channel Blu-ray 3D Home Theater System:



2)NX100 14.6 Megapixel Interchangeable Lens Camera



8. Στρατηγική της εταιρείας

Η ομάδα στρατηγικής της Samsung έχει θέσει ως στόχο τα έσοδα της Samsung Electronics να είναι 400 δισεκατομμύρια δολάρια μέχρι το έτος 2020. Επίσης, μέσα στα επόμενα 10 χρόνια, η εταιρία σκοπεύει να επενδύσει 20 δισεκατομμύρια δολάρια σε νέες τεχνολογίες που αφορούν την «πράσινη ενέργεια» και την υγεία. Πιο συγκεκριμένα, αυτοί οι πόροι θα διατεθούν για να γίνει έρευνα και ανάπτυξη νέων ηλιακών πλαισίων (solar panels), διόδων φωτοεκπομπής (light emitting diodes – LED), μπαταριών ηλεκτρικών οχημάτων, ιατρικών μηχανημάτων και βιοτεχνολογικών φαρμάκων. Δηλαδή η εταιρία θα προσανατολιστεί από το χώρο της διασκέδασης-πληροφόρησης (infotainment), σε πιο βασικές ανθρώπινες ανάγκες (στο χώρο της φροντίδας ζωής – lifecare- όπως το θέτει η ίδια).

Sector	Investment, \$bn		Targets for 2020		Status
	\$bn	Ownership	\$bn	Jobs	
Solar panels	5.1	100% Samsung SDI	8.5	10,000	Production began in January
LED lighting	7.3	50% Samsung Electronics, 50% Samsung Electro-Mechanics	15.2	17,000	Already selling in South Korea
E-vehicle batteries	4.6	50% Samsung SDI, 50% Bosch	8.7	7,600	Initial operations began in November 2010
Biotech drugs	1.8	40% Samsung Electronics, 40% Samsung Everland, 10% Samsung C&T, 10% Quintiles	1.5	1,000	Factory to begin in 2013; developing biosimilars now for patents expiring in 2016
Medical devices	1.0	100% Samsung Electronics	8.5	10,300	Blood-testing unit available, X-ray machine ready in 1-2 years, acquired ultrasound maker

Sources: Samsung; *The Economist*

Πίνακας 4: Επενδύσεις που στοχεύει να πραγματοποιήσει η Samsung μέχρι το 2020

Η εταιρία έχει θέσει ως στόχο τα έσοδά της από τους νέους τομείς στους οποίους θα δραστηριοποιηθεί να είναι 50 δισ. δολάρια. (<http://www.economist.com/node/21530976>) Αυτή η αλλαγή πορείας οφείλεται στο γεγονός ότι η Samsung θέλει να διαφοροποιήσει τη θέση της από τα καταναλωτικά ηλεκτρονικά εξαρτήματα, τα οποία αποτελούν μια αγορά στην οποία οι τιμές πέφτουν γρήγορα, τα περιθώρια κέρδους είναι σχετικά μικρά, υπάρχουν γρήγοροι κύκλοι προϊόντων (fast product cycles) και στην οποία οι αγοραστές αλλάζουν εύκολα προτιμήσεις. Επίσης, οι κινεζικές εταιρίες είναι σκληροί ανταγωνιστές που μπορούν να παράγουν παρόμοια προϊόντα σε ακόμα χαμηλότερες τιμές στο μέλλον. (The Economist)

Ο πρόεδρος της Samsung ανακοίνωσε ότι για να επιβιώσει η εταιρία θα πρέπει όχι απλά να μπει στις προαναφερθείσες νέες αγορές, αλλά και να κάνει συνεργασίες με άλλες εταιρίες του χώρου καθώς και να κάνει εξαγορές εταιριών. (The Economist)

Οι νέοι τομείς στους οποίους θέλει να επεκταθεί η Samsung φαντάζουν στον εξωτερικό παρατηρητή πολύ διαφορετικοί μεταξύ τους. Η αλήθεια είναι ότι μοιάζουν στο ότι χρειάζονται μεγάλες επενδύσεις κεφαλαίων και στο ότι χρειάζονται τη δυνατότητα να κλιμακώνεται η παραγωγή πολύ γρήγορα. Αυτά είναι όμως στρατηγικά ταλέντα τα οποία η Samsung διαθέτει και τα οποία εκμεταλλεύτηκε μεθοδικά και στο παρελθόν. (The Economist)

Η στρατηγική της εταιρίας είναι να εντοπίζει τεχνολογικές περιοχές που είναι ακόμα μικρές αλλά μεγαλώνουν γρήγορα. Ιδανικά, καλό είναι η περιοχή να έχει ανάγκη μεγάλη

ένταση κεφαλαίου, ώστε να γίνεται δύσκολο στους ανταγωνιστές να τη συναγωνιστούν. Η Samsung μαθαίνει τη νέα τεχνολογία και περιμένει την κατάλληλη στιγμή που θα μπορεί να την αξιοποιήσει εμπορικά. Τότε ρίχνει πολλά χρήματα στην περιοχή και κλιμακώνει τον όγκο της παραγωγής της όσο πιο γρήγορα γίνεται. Αυτή η τακτική της δίνει τη δυνατότητα να έχει χαμηλές τιμές σε σχέση με τις κατεστημένες εταιρίες του κλάδου και επίσης την κάνει ένα πελάτη κλειδί με μεγάλη δύναμη απέναντι στους κατασκευαστές εξοπλισμού. Από εκείνη τη στιγμή και μετά αυτές οι σχέσεις της επιτρέπουν να μένει επικεφαλής του κλάδου. Με αυτή την έξυπνη στρατηγική η εταιρία αναλαμβάνει εκτελεστικό κόστος και όχι κόστος για καινοτομία. Έτσι η εταιρία κερδίζει ως ο «γρήγορος ακόλουθος», που ακολουθάει από κοντά τους πρωτοπόρους και που έχει την ικανότητα μεγάλης κλιμάκωσης της παραγωγής του. Επίσης, οι μεγάλες επενδύσεις της εταιρίας τη βοηθούν να έχει φθηνή χρηματοδότηση μιας και οι τράπεζες είναι φιλικές στις μεγάλες εταιρίες, χάρη και στις αυτονόητες εγγυήσεις της κυβέρνησης της Νοτίου Κορέας για τις οποίες παραπονούνται οι ανταγωνιστές εκτός της χώρας. (The Economist)

Πρέπει να γίνει ξεκάθαρο ότι η Samsung δεν πρόκειται να εγκαταλείψει τον τομέα των ηλεκτρονικών συσκευών διασκέδασης-πληροφόρησης από τον οποίο έχει τα μεγαλύτερα έσοδα της και που το 2020 περιμένει να της αποδώσει 400 δις. δολάρια. Οι λόγοι που της επιτρέπουν να είναι επικεφαλής σ' αυτόν τον τομέα είναι ότι έχει δυνατότητα κάθετης ολοκλήρωσης στα προϊόντα της και τα μεγάλα εταιρικά κεφάλαια που έχει στη διάθεση της, από τα οποία τεράστια ποσά δαπανώνται για έρευνα και αξιοποίηση νέων τεχνολογιών. Η δυνατότητα της Samsung να κλιμακώνει πολύ γρήγορα την παραγωγή της, της επιτρέπει να γίνεται παραγωγός ηλεκτρονικών εξαρτημάτων για άλλες εταιρίες παραγωγής ηλεκτρονικών ειδών καθώς επίσης και να τιμολογεί φθηνά τα δικά της προϊόντα. Το ότι η Samsung παρέχει εξαρτήματα στις υπόλοιπες βιομηχανίες του κλάδου, μειώνει τα κόστη της Samsung ακόμα περισσότερο, με αποτέλεσμα οι ανταγωνιστές της ουσιαστικά να χρηματοδοτούν την επιτυχία της. Για παράδειγμα η Samsung είναι ο πιο σημαντικός παραγωγός για την Apple στις αγορές smartphones και υπολογιστών tablet. Τα εξαρτήματα που παράγει η Samsung και τα οποία χρησιμοποιούνται στην κατασκευή ενός iPhone της Apple ανέρχονται στο 16% της αξίας του. (The Economist)

Η Samsung Electronics αποτελεί παγκόσμιο ηγέτη στην αγορά ηλεκτρονικών ειδών, με το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς παγκοσμίως σε τηλεοράσεις LCD (21%), οθόνες υπολογιστών (16%), μνήμες flash (32%), DRAM (31%), SRAM (28%), επίσης έχει το δεύτερο μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς παγκοσμίως για A4 έγχρωμα laser εκτυπωτικά πολυμηχανήματα (30%) και συσκευές κινητής τηλεφωνίας (17%) (2009 Al Bawaba (www.albawaba.com) δηλώσεις Duke Park, Branch Manager of the Samsung Cairo Office).

Με στόχο την ενοποίηση της κυρίαρχης θέσης του σε επεξεργαστές κινητών τηλεφώνων και επίπεδες οθόνες, ο όμιλος Samsung ανακοίνωσε ότι για το 2012 θα αυξήσει τις επενδύσεις στα 41,4 δις. δολάρια. Αν και ο όμιλος δεν έδωσε λεπτομέρειες για το πού ακριβώς θα επενδυθούν αυτά τα χρήματα, οι αναλυτές εκτιμούν ότι οι επενδύσεις θα κατευθυνθούν στις οθόνες επόμενης γενιάς LED και στους επεξεργαστές κινητών τηλεφώνων. «Οι ισχυρές ταμειακές ροές της Samsung της δίνουν τη δυνατότητα να είναι τολμηρή σε νέες τεχνολογίες. Καμία άλλη εταιρεία στον κλάδο δε μπορεί να τη νικήσει σε επενδύσεις κι έτσι η Samsung βρίσκεται νέες πηγές εσόδων πριν από τους ανταγωνιστές και διευρύνει την κυριαρχία της», σχολιάζει αναλυτής της NH Investment & Securities.

Η Samsung στοχεύει να ξεπεράσει τη NOKIA στη συνολική αγορά κινητών τηλεφώνων μέσα στο 2012. (<http://www.forbes.com/sites/greatspeculations/2011/12/29/samsung-looks-to-overtake-nokia-in-2012/>) Σήμερα, η αιχμή του δόρατος της εταιρίας είναι η

αγορά smartphones και tablet pcs. Η στρατηγική της Samsung γι' αυτή την αγορά ήταν να στηριχτεί στην ικανότητα να παράγει το δικό της hardware, δηλαδή στην δυνατότητα της εταιρίας για κάθετη ολοκλήρωση όσον αφορά το υλικό. Στον τομέα του λογισμικού των smartphones και των tablets η Samsung συνεργάστηκε με τη Google και υιοθέτησε το λειτουργικό σύστημα ανοιχτού κώδικα Android της Google. Κατ' αυτό τον τρόπο η εταιρία γλίτωσε τα έξοδα ανάπτυξης δικού της λογισμικού και εκμεταλλεύτηκε τη δημοτικότητα και την εμπιστοσύνη του κοινού στη Google σε θέματα λογισμικού. Αυτή η στρατηγική είχε ως αποτέλεσμα η Samsung να γίνει ο μεγαλύτερος παραγωγός smartphones και να έχει το 3^ο τετράμηνο του 2011 τις μεγαλύτερες πωλήσεις της αγοράς παγκοσμίως, αφήνοντας στη δεύτερη θέση την Apple. (<http://www.bloomberg.com/news/2011-11-03/samsung-passes-apple-to-become-no-1-smartphone-maker-as-shipments-triple.html>)

Το γεγονός ότι η εταιρία εστίαζε στην τεχνολογία αιχμής είχε σαν αποτέλεσμα να παραμελήσει κάπως τις χαμηλού εισοδήματος αγορές της Ασίας για τις οποίες τα smartphones ήταν πολύ ακριβά. (<http://www.strategyanalytics.com/default.aspx?mod=reportabstractviewer&a0=7015>)

Αντίθετα η NOKIA, η RIM και κινέζικες εταιρίες έχουν δώσει μεγάλη έμφαση στα συμβατικά κινητά τηλέφωνα για να καλύψουν αυτές τις αγορές. Για το λόγο αυτό ο πρόεδρος της Samsung Electronics έθεσε 2 ξεχωριστούς στόχους. Ο πρώτος στόχος ήταν να κατασκευαστούν smartphones υψηλής τεχνολογίας. Ο δεύτερος στόχος ήταν να επικεντρωθούν και στην κατασκευή φθηνών κινητών τηλεφώνων για τις αναδυόμενες αγορές. Ο πρώτος στόχος όπως προαναφέρθηκε επετεύχθη. Για την επίτευξη του δεύτερου στόχου δόθηκε έμφαση στην αποδοτική παραγωγή και διανομή, η οποία επέτρεψε στην κατασκευάστρια να έχει κέρδος ακόμα και από πάμφθηνες συσκευές. Επίσης η εταιρία επέκτεινε το δίκτυο πωλήσεων της και εισήγαγε νέα μοντέλα που κατασκευάζονται σε νέα, χαμηλού κόστους εργοστάσια που άνοιξε η εταιρία στην Βραζιλία, στην Κίνα, στην Ινδία και στο Βιετνάμ. Στην Κίνα κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων του Πεκίνου το 2008 έδωσε μεγάλα ποσά για διαφήμιση και το ποσοστό του μεριδίου αγοράς της Samsung αυξήθηκε από 17% στο 22,4% για το 2009 σύμφωνα με τη γερμανική εταιρία GfK Group. (http://www.businessweek.com/magazine/content/09_34/b4144030800677.htm)

Η Samsung αναμένεται να κυκλοφορήσει το Samsung Galaxy S 3 τον Απρίλιο του 2012, για να ανταγωνιστεί το κορυφαίο μοντέλο της Apple το iPhone 4S. Το νέο Galaxy S3 θα έχει καλύτερες επιδόσεις από το iPhone 4S. (<http://www.galaxys3iii.com/>)

Βιβλιογραφία – Πηγές

1. Παπαδάκης Β., “Στρατηγική των Επιχειρήσεων”, 5^η έκδοση, Αθήνα, 2007
2. “Apple and Samsung’s symbiotic relationship”,
<http://www.economist.com/blogs/dailychart/2011/08/apple-and-samsungs-symbiotic-relationship>, 2011
3. Casey J., “Samsung sees 300% growth in smartphone market share”,
<http://arstechnica.com/gadgets/news/2011/07/2011-will-hit-420-million-smartphone-sales-samsung-hits-433-percent-growth-samsung-sees-300-growth-in-smartphone-market-share.ars>, 2011
4. “Computer Science: Researching next generation Software Concepts”,
<http://www.sisa.samsung.com/research-development-sisa/computer-science.html>
5. Crook J., “comScore: Apple Grows Mobile Marketshare From 9.8% To 11.2%, But Samsung’s Still Top OEM”,
[http://www.wikininvest.com/wikininvest/api.php?action=viewNews&aid=3354707&page=Stock%3ASamsung_Electronics_\(SEO%3A005930\)&format=html&comments=0](http://www.wikininvest.com/wikininvest/api.php?action=viewNews&aid=3354707&page=Stock%3ASamsung_Electronics_(SEO%3A005930)&format=html&comments=0), 2011
6. “Deloitte: Τα ΜΜΕ και οι Τηλεπικοινωνίες για το 2012”,
http://mobilenews.gr/gr/articles/view/12559/deloitte_a_u_u_i_kai_oi_hlepikoinwie_a_gia_to_2012/, 2012
7. “Δυναμικά στις οπτικές ίνες”,
http://mobilenews.gr/gr/articles/view/12577/eynamika_sti_a_optike_a_ine_a/, 2012
8. “Η πλατφόρμα Bada της Samsung κατακτά σημαντικό μερίδιο αγοράς στην Ευρώπη”, <http://www.myphone.gr/forum/showthread.php?t=310047>, 2011
9. http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page
10. <http://techit.gr/>

11. “Και οι εναλλακτικοί στο στόχαστρο της κρίσης”,
http://mobilenews.gr/gr/articles/view/12427/oai_oi_enallaktikoi_sto_stuchastro_t_h_a_krish_a/, 2012

12. “Κινητή τηλεφωνία και Υγεία”, Ελληνική Επιτροπή Ατομικής Ενέργειας,
Υπουργείο Ανάπτυξης

13. Lero N., “A brief history of the Samsung company”,
<http://www.articleclick.com/Article/A-Brief-History-of-the-Samsung-Company/990103>

14. Νανόπουλος Κ., “Οι φορολογικοί συντελεστές σε Ελλάδα και Ευρώπη”,
<http://www.taxheaven.gr/news/news/view/id/7917>, 2011

15. “New Materials and Nano Tehnology”,

16. http://www.sait.samsung.com/eng/research/e_materials.jsp

17. “Οι τηλεπικοινωνίες στην Ελλάδα. Μοντέλο υπέρβασης της κρίσης, πρότυπο για την οικονομία του 2020”, WIND Hellas for the Economist Conference, 2011

18. “Οι Samsung Smart TV του 2012 θα ακούνε και θα βλέπουν”,
<http://tech.in.gr/presentations/article/?aid=1231145193>, 2012

19. “Our Eco-Innovation Story”, <http://www.samsung.com/us/article/our-eco-innovation-story>, 2010

20. “Profile: Samsung”,
http://www.innovationleaders.net/sam_company_profile.html

21. “Προώθηση των ενεργειακά Αποδοτικών Συσκευών στην Ευρώπη και την Ελλάδα”, Πολυτεχνείο Κρήτης, Τμήμα Μηχανικών Περιβάλλοντος, Εργαστήριο Ανανεώσιμων και Βιώσιμων Ενεργειακών Συστημάτων

22. “Πώς επικοινωνούν οι έφηβοι μεταξύ τους”,
http://mobilenews.gr/gr/articles/view/12475/a_epikoinwnoun_oi_efhvoi_metaxu_toy_a/, 2012

23. “Ρυθμιστική Στρατηγική της ΕΕΤΤ για τις ηλεκτρονικές Επικοινωνίες”, ΕΕΤΤ, 2008
24. www.sait.samsung.co.kr/
25. www.samsung.com
26. “Samsung loosing grip on Emerging markets with its ‘only smartphones’ strategy”,
<http://www.strategyanalytics.com/default.aspx?mod=reportabstractviewer&a0=7015>, 2012
27. “Samsung: Αποτελέσματα 4ου τριμήνου”,
http://www.mobilenews.gr/gr/articles/view/12607/samsung_apotelesmata_4oy_trim/, 2012
28. “Samsung Electronics Honored with 37 CES 2011 Innovation Awards”,
<http://www.samsung.com/us/article/samsung-electronics-honored-with-37-ces-2011-innovation-awards>, 2011
29. “Samsung Ελλάς: Στόχος το Νο1 σε όλες της κατηγορίες το 2013!”,
<http://www.digitallife.gr/samsung-ellas-stoxos-to-no1-se-oles-tis-kathories-to-2013/>, 2011
30. “Samsung looks to overtake Nokia I 2012”,
http://www.thestreet.com/story/11360123/1/samsung-looks-to-overtake-nokia-in-2012.html?cm_ven=RSSFeed&utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+tsc%2Ffeeds%2Frs%2Flatest-stories+%28TheStreet.com+Latest+Headlines%29, 2011
31. “Samsung Navibot: Σκούπα ρομπότ”, <http://techblog.gr/gadgets/samsung-navibot-5832/>, 2010
32. “Samsung plan to strengthen its weakness”,
http://www.businessweek.com/magazine/content/09_34/b4144030800677.htm, 2009

33. “Samsung – The making of a global brand”,
<http://www.icmrindia.org/casestudies/catalogue/Marketing/Samsung-Marketing%20Case.htm>
34. “Samsung, the next big bet”, <http://www.economist.com/node/21530976>, 2011
35. “Samsung tops Apple to become World’s No. 1 Smartphone Maker”,
<http://www.bloomberg.com/news/2011-11-03/samsung-passes-apple-to-become-no-1-smartphone-maker-as-shipments-triple.html>, 2011
36. “Στατιστικό Δελτίο Οικονομικής Συγκυρίας”, Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2011
37. www.statistics.gr
38. “Στο 20% ο φορολογικός συντελεστής των επιχειρήσεων”,
<http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=12336&subid=2&pubid=98549165>,
2011
39. “Τα smartphones επηρεάζουν τις online συναλλαγές”,
http://mobilenews.gr/gr/articles/view/12581/a_smartphones_ephreazoyn_ti_a_online_synallage_a/, 2012
40. “Τεράστιες επενδύσεις ετοιμάζει η Samsung”,
http://mobilenews.gr/gr/articles/view/12502/erastie_a_ependusei_a_etoimazei_h_samsung/, 2012
41. www.albawaba.com
42. www.economist.com
43. www.galaxys3iii.com
44. “2010 Samsung Electronics Annual Report”,
http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/ir/financialinformation/annualreport/downloads/2010/SECAR2010_Eng_Final.pdf, 2010