1445 / الفصل الدراسي الثاني

|  |  |
| --- | --- |
| الرقم الجامعي | أسم الطالب |
|  |  |

الحالة الدراسية الفردية الاولى

*العنوان المقدم:*

شركة سامسونج

* تلخيص لحالة شركة سامسونج:

شركة سامسونج للإلكترونيات هي إحدى أكبر الشركات التقنية في العالم من حيث العوائد. تعمل الشركة في 61 دولة حول العالم وتوظف حوالي 300 ألف شخص. تعتبر سامسونج أكبر مصنع للهواتف المحمولة وثاني أكبر مصنع لأنصاف النواقل وأشباه الموصلات والشرائح. تعمل الشركة في عدة قطاعات بما في ذلك الصناعات الثقيلة وصناعة السفن وبناء المباني الشاهقة.

تبنت سامسونج استراتيجية مختلفة عن منافسيها في كوريا الجنوبية. ركزت الشركة على البحث والتطوير ورغبت في أن تصبح علامة تجارية عالمية. في حين ركزت معظم المنافسين على الإنتاج الضخم لتلبية الطلب بغض النظر عن جودة المنتج. ومنذ عام 2006، كانت سامسونج تعتبر أكبر مصنع للأجهزة التلفزيونية.

في عام 1993، أطلق رئيس مجلس إدارة سامسونج مبادرة الإدارة الجديدة بهدف إيصال سامسونج لقيادة الأعمال على مستوى العالم. وكانت هذه المبادرة هي ما أنقذت سامسونج من الخسائر الكبيرة التي تعرضت لها الشركات الأسيوية خلال أزمة النمور الأسيوية في عام 1997. قامت الشركة بتغيير مسارها ونقلتها من شركة عادية في قطاع المنتجات الإلكترونية الاستهلاكية إلى شركة عالمية قيادية.

سامسونج خططت للاستثمار في الابتكار وبناء علامتها التجارية وتصنيع منتجات مميزة على المدى البعيد. في حين ركزت المنافسين الكوريين على الأهداف القصيرة المدى مثل تحقيق أرباح عالية. قامت سامسونج بتغيير شعارها واستخدام اللغة الإنجليزية لجذب المستهلكين العالميين. وركزت على تصنيع منتجات عالية الجودة واستثمار مواردها في البحث والتطوير المستمر لتطوير منتجات جديدة وذات جودة عالية.

تعتبر سامسونج حالة نجاح في تحقيق الجودة وترسيخ سمعتها في السوق العالمية. استراتيجيتها التي تركز على الابتكار والجودة ساعدتها على البقاء رائدة في صناعة التكنولوجيا وتلبية احتياجات المستهلكين. ومن خلال توسيع نطاق منتجاتها وتقديم حلول متكاملة في مجالات مثل الهواتف المحمولة والتلفزيونات الذكية والأجهزة المنزلية والأجهزة الإلكترونية الأخرى، استطاعت سامسونج تحقيق نجاح كبير في السوق العالمية.

ومع ذلك، يجب أن نلاحظ أن هذه المعلومات تعتمد على الواقع حتى عام 2021، وقد يكون هناك تطورات جديدة في حالة شركة سامسونج منذ ذلك الحين. لذلك، يوصى بالتحقق من المصادر الموثوقة للحصول على المعلومات الأحدث حول حالة الشركة.

*مصادر (ركائز) الميزة التنافسية لدى شركة سامسونج تشمل عدة عوامل:*

1. البحث والتطوير: تعتبر سامسونج ملتزمة بالاستثمار في البحث والتطوير، وهذا يعزز قدرتها على تطوير منتجات جديدة وابتكارات تكنولوجية متقدمة. من خلال تخصيص مواردها للبحث والتطوير، تتمكن سامسونج من الابتكار وتطوير منتجات فريدة تلبي احتياجات السوق وتفوق المنافسين.
2. جودة المنتج: تميزت سامسونج بتصنيع منتجات عالية الجودة، وهذا يعزز سمعتها ويجذب العملاء. بدلاً من التركيز على الإنتاج بالحجم الكبير فقط، قامت سامسونج بالاستثمار في تحسين جودة منتجاتها وضمان تجربة ممتازة للمستخدمين. هذا يعزز الولاء للعلامة التجارية ويمنح سامسونج ميزة تنافسية.
3. التنوع والرؤية الاستراتيجية: تعمل سامسونج في مجموعة واسعة من الصناعات والقطاعات، بما في ذلك الإلكترونيات الاستهلاكية، وصناعة السفن، وبناء الأبنية العالية. هذا التنوع يسمح لسامسونج بتوسيع نطاق أعمالها وتحقيق تفوق على المنافسين في عدة قطاعات مختلفة.
4. العلامة التجارية: تمتلك سامسونج علامة تجارية قوية ومعروفة عالميًا. قدرة سامسونج على بناء علاقات قوية مع العملاء وتقديم منتجات موثوقة وجذابة ساهمت في تعزيز ميزتها التنافسية. العملاء يثقون في منتجات سامسونج ويرتبطون العلامة التجارية بالجودة والابتكار.

* استراتيجيات سامسونج على المستوى الوظيفي ساهمت في تحقيق ودعم هذه المصادر (الركائز). على سبيل المثال:
  1. في مجال البحث والتطوير، قامت سامسونج بتخصيص مواردها لدعم فرق البحث والتطوير وتطوير التكنولوجيا الجديدة. كما أنها قامت بتحسين سلسلة التوريد لضمان توافر المواد الخام والتقنيات اللازمة للابتكار.
  2. في مجال جودة المنتج، قامت سامسونج بتطبيق معايير صارمة لمراقبة الجودة وضمان جودة المنتجات. أيضًا، قامت بالاستثمار في تحسين عمليات التصنيع وتدريب العمال على ممارسات صحيحة لضمان الجودة.
  3. بالنسبة للتنوع والرؤية الاستراتيجية، قامت سامسونج بتوسيع نطاق أعمالها واستثمرت في قطاعات جديدة وواعدة. كما قامت بتكوين شراكات استراتيجية مع شركات أخرى لتعزيز قدرتها التنافسية في السوق.
  4. فيما يتعلق بالعلامة التجارية، قامت سامسونج بتنفيذ حملات تسويق قوية وابتكارية لتعزيز الوعي بالعلامة التجارية وتعزيزها. قدمت منتجات ذات تصميمات جذابة وواجهات مستخدم مبتكرة لتحسين تجربة المستخدم وبناء علاقة قوية مع العملاء.

تجدر الإشارة إلى أن هذه المصادر التنافسية والاستراتيجيات يمكن أن تخضع للتغيير والتطوير مع مرور الوقت، حيث يتطلب الحفاظ على الميزة التنافسية الاستمرار في الابتكار والتكيف مع احتياجات السوق المتغيرة

* *من الجوانب التي تدعم متانة الميزة التنافسية لسامسونج:*

1. قوة العلامة التجارية: تحظى سامسونج بعلامة تجارية قوية ومعروفة عالميًا، وهذا يعزز الثقة لدى المستهلكين ويساعد على زيادة حصتها في السوق. العلامة التجارية المرموقة والموثوقة تعطي سامسونج ميزة تنافسية في جذب العملاء والحفاظ عليهم على المدى الطويل.
2. التنوع الصناعي: تعمل سامسونج في مجموعة واسعة من الصناعات، بما في ذلك الإلكترونيات الاستهلاكية، والتكنولوجيا، والصناعات الثقيلة. هذا التنوع يعطي سامسونج قدرة على توسيع أعمالها وتنويع مصادر الإيرادات، وبالتالي تحقيق مرونة في مواجهة التحديات الاقتصادية والتغيرات في السوق.
3. القدرة على الابتكار: تعتبر قدرة سامسونج على الابتكار وتطوير التكنولوجيا الجديدة من مصادر قوتها. تستثمر سامسونج بشكل كبير في البحث والتطوير، وتحرص على تطوير منتجات وحلول فريدة ومبتكرة. هذا يساعدها على الابتكار والتفوق في السوق، وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية.
4. الجودة والأداء: تعتبر سامسونج ملتزمة بتقديم منتجات ذات جودة عالية وأداء متميز. تضمن سامسونج مراقبة صارمة للجودة وتحسين عمليات التصنيع والتوريد. هذا يساهم في بناء سمعة قوية للشركة وزيادة ولاء العملاء.

ومع ذلك، يجب أيضًا أن نلاحظ أن صناعة التكنولوجيا والإلكترونيات تتغير بسرعة وتواجه تحديات مستمرة مثل التطور التكنولوجي السريع والتغيرات في طلبات العملاء والتنافس المتزايد. لذلك، يجب على سامسونج الاستمرار في التكيف والابت مواجهة هذه التحديات والاستمرار في الابتكار وتحسين جودة منتجاتها وخدماتها للحفاظ على ميزتها التنافسية في المستقبل.

المرجع:

https://www.noor-book.com/%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D9%87-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D9%87-%D9%85%D8%AF%D8%AE%D9%84-%D9%85%D8%AA%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%84-pdf#