

УДК 336.

М.М.Календарева (6 курс, каф. МЭО), В.Р.Окороков, д.э.н., проф.

ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ДОСТИЖЕНИЯ УСПЕХА ТНК НА ПРИМЕРЕ КОРПОРАЦИИ «SAMSUNG»

Для достижения успеха на рынке российским компаниям необходимо внимательно изучать опыт и характер работы иностранных компаний. Одним из самых ярких примеров является компания «SAMSUNG». Непосредственной составляющей успеха корпорации «SAMSUNG», является ее основная теория, лежащая в основе подготовки кадров для компании.

Суть теории заключается в следующем. От 70 до 80 % качества, издержек и времени доставки заложено в первоначальной стадии разработки продукта. Миссия компании заключается в том, чтобы постоянно уменьшать издержки и сложность дизайна, тем самым сокращая производственные затраты и увеличивая удельную прибыль (за последние месяцы лидерство в индустрии увеличилось на 21%), а также в быстром снабжении рынка инновационным товаром.

Известная в прошлом как производитель дешевых черно-белых телевизоров, сейчас «SAMSUNG» является самой инновационной, уважаемой и высокодоходной на рынке электроники и товаров «для бизнеса» компанией. В прошлом году они заработали 9 млрд. \$ на продаже товаров на общую сумму на 72 млрд. \$. Корпорация увеличила рыночную капитализацию в 2 раза по сравнению с «SONY». Сегодня «SAMSUNG» – лидер в производстве чипов памяти, плоскопанельных LCD и цветных телевизоров. Также компания сражается за второе место (после «NOKIA») на рынке сотовых телефонов с компанией «MOTOROLA».

К основным факторам успеха корпорации «SAMSUNG» можно отнести инновации, качество, дизайн, исследования.

«Философия успеха» корпорации «SAMSUNG» выглядит следующим образом:

- развивать новые технологии и исследования, что должно быть ориентировано на долгосрочную перспективу;
- не вступать на новый рынок или не запускать новую производственную технологию до тех пор, пока нет реальной уверенности в том, что компания преуспеет и станет №1 в отрасли;
- отказываться от бизнеса, не способного значительно увеличить прибыль компании;
- быть первыми по внесению нового инновационного продукта на рынок;
- на первое место ставить качество и быстро адаптироваться к изменениям.

Руководство компании вкладывает значительные средства в исследования, развитие и дизайн. Ни одна другая крупная технологическая компания не тратит такой большой процент прибыли в R&D (Research & Development), как «SAMSUNG»: 8,3% (4,6 млрд. \$) в прошлом году и 9% в этом. В компании работает свыше 27000 исследователей (40% всей рабочей силы), включая 2400 кандидатов и 8600 докторов наук, по всему миру работает 17 R&D центров.

Сегодня компания «SAMSUNG» имеет в своем штате 550 дизайнеров и оперирует более чем двадцатью центрами во всем мире для того, чтобы быть в курсе региональных потребностей клиентов. В результате, в прошлом году «SAMSUNG» получила больше наград в «Industrial Design Excellence Awards» чем какая-либо другая европейская или американская компания.

На сегодняшний день, корпорация “SAMSUNG ELECTRONICS” – №1 в мире по восьми приоритетным направлениям: флеш-карты памяти, компьютерные мониторы, большие LCD экраны, сотовые телефоны, телефонные и факсимильные аппараты, компьютеры и оргтехника. Руководство компании планирует увеличить эти показатели в 2 раза за 3 года и утроить за 5 лет.