



บทความวิจัย

เรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์

โดย

นางสาว ณิชฐา มากคง

รหัสนักศึกษา 05530789

เสนอ

อาจารย์ดร. สุวีพร จรุงชนะกิจ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450 460 การศึกษาเอกเทศ

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2556

ชื่อเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์

ผู้วิจัย นางสาวณัฐฐา มากคง รหัสนักศึกษา 05530789

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. สุรีพร จรุงธนะกิจ

สาขาวิชา เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2556

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพัฒนาการและการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ ศึกษาผลิตภัณฑ์ต่างๆ มูลค่าการส่งออกและรายได้ของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ ศึกษานโยบาย กลยุทธ์ แนวทางการ ดำเนินธุรกิจของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยต่างๆที่ทำให้บริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ ประสบความสำเร็จมาจนถึงทุกวันนี้

ผลการวิจัยพบว่าจากที่บริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์เคยเป็นเพียงแค่บริษัทธรรมดาบริษัท หนึ่งในประเทศเกาหลีแต่เมื่อเวลาผ่านไปกลับเติบโตอย่างรวดเร็วและมีรากฐานที่มั่นคงเนื่องมาจากการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร มีการ บริหารงานโดยผู้เชี่ยวชาญ การวิจัยและพัฒนาคุณภาพสินค้าอย่างไม่หยุดยั้ง การใช้กลยุทธ์ต่างๆใน การตลาดสินค้า การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ตรงจุด ซึ่งเป็นผลทำให้ในปัจจุบันบริษัทซัมซุง อิเล็กทรอนิกส์ได้กลายเป็นหนึ่งในบริษัทยักษ์ใหญ่ในด้านเทคโนโลยีของโลก

คำสำคัญ ซัมซุง, อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์, กลยุทธ์

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เป็นสิ่งที่ทุกคนคุ้นเคย และได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตของผู้คนในปัจจุบันอย่างแยกกันไม่ได้ โดยผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์หลายอย่างมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน (เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า ฯลฯ) โทรศัพท์เคลื่อนที่ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ทำให้อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์กลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในหลายๆประเทศ ทั้งในแง่ของการผลิต และการส่งออก ซึ่งแนวโน้มของผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคตจะต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ และสอดคล้องกับลักษณะการดำเนินชีวิต เช่น ต้องทำงานได้หลากหลายฟังก์ชันการใช้งาน มีความยืดหยุ่นในการใช้งาน อุปกรณ์จะต้องมีขนาดเล็กลง น้ำหนักเบา รวมทั้งมีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น นอกจากนี้ต้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และใช้พลังงานที่น้อยลงด้วย (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2534 : <http://www.oie.go.th>)

เกาหลีใต้ถือเป็นประเทศอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่มีชื่อเสียงในอันดับต้นๆของโลก โดยมีผู้ผลิตหลักหลายรายเป็นกลุ่มธุรกิจยักษ์ใหญ่ที่ดำเนินการแบบธุรกิจแบบครบวงจร หรือที่เรียกว่าแชโบล (Chaebols) มีสินค้าที่สำคัญ ได้แก่ เซมิคอนดักเตอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน และสินค้าเทคโนโลยีการสื่อสาร (IT) ซึ่งมีจุดเด่นที่นวัตกรรม และราคาที่แข่งขันได้ ทำให้สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ของเกาหลีใต้ได้รับความนิยมไปทั่วโลก อีกทั้งยังมียอดขายเป็นอันดับต้นๆ ในสินค้าหลายชนิดอีกด้วย จากเหตุดังกล่าวทำให้อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจเกาหลีใต้อ่อนแออย่างมาก โดยมีสัดส่วนการผลิตคิดเป็นร้อยละ 30 ของผลผลิตภาคอุตสาหกรรมทั้งหมดของประเทศ ทั้งนี้ การส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ของเกาหลีใต้เคยประสบกับภาวะถดถอยจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกในช่วงปลายปี 2551 ทำให้มูลค่าการส่งออกปี 2552 ลดลงร้อยละ 7.8 แต่ก็กลับฟื้นตัวขึ้นมาได้ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2553 โดยมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 28.9 และมีแนวโน้มว่าจะสามารถเติบโตต่อไปได้อีกในอนาคต (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2553 : <http://www.kasikornresearch.com>)

ซึ่งหนึ่งในแบรนด์อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศเกาหลีเป็นอย่างมากคือ ซัมซุง ได้ถือกำเนิดขึ้นเมื่อปี 1938 ในช่วงแรกมีการดำเนินกิจการส่งออกสินค้าทางด้านการเกษตรและประมงกับประเทศจีน ซัมซุงค่อยๆพัฒนาตนเองจากจุดเริ่มต้นของเครื่องจักรเล็กๆอย่างเครื่องโม่แป้งและเครื่องทำขนม ก้าวแรกของซัมซุงในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เริ่มต้นอย่างจริงจังในช่วงปี 1970 มีการแตกบริษัทลูกออกเป็นหลายส่วน และถือเป็นบริษัทผลิตเซมิคอนดักเตอร์อันดับต้นๆของโลก ในช่วงปี 1977 ได้จุดประกายของการเจริญเติบโตอีกจุดหนึ่งของซัมซุง มาจากความเฟื่องฟูของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน ซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ได้กลายเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ในตลาดภายในประเทศเกาหลีและได้เริ่มทำการส่งออกผลิตภัณฑ์เป็นครั้งแรกในช่วงเวลานี้

แม้ว่าวิกฤตเศรษฐกิจในปี 1997 จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งหมดของเกาหลีแต่ซัมซุงถือเป็นหนึ่งในไม่กี่บริษัทที่สามารถเติบโตได้ต่อไป เนื่องมาจากการเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและเครือข่าย รวมถึงการที่บริษัทให้ความสำคัญอย่างเต็มที่ในด้านอิเล็กทรอนิกส์ การเงิน และการบริการที่เกี่ยวข้อง ซัมซุงได้ตอบรับต่อวิกฤติที่เกิดขึ้น โดยการลดจำนวนบริษัทในเครือลงเหลือ 45 บริษัท (เป็นจำนวนมาตรฐานของบริษัทในเครือตามกฎหมายการค้าเสรี) ทำการลดจำนวนพนักงานลงเกือบ 50,000 คน ขายธุรกิจ 10 ชนิดและพัฒนาความมั่นคงของโครงสร้างทางการเงิน

ในช่วงเวลาเพียงไม่ถึง 20 ปี ซัมซุงก็เป็เช่นพหุคัมภ์ที่เติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่งในโลกดิจิทัล จากแบรนด์สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ของเกาหลีที่เป็นสินค้าราคาถูก ขึ้นเป็นหนึ่งในผู้นำโลกดิจิทัลในปัจจุบัน อยู่ในระดับเดียวกับแบรนด์ผู้นำในโลกดิจิทัลทั้งหลาย ผลกำไรที่สูงของซัมซุงทำให้ซัมซุงมีเงินในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สูงขึ้น และผลิตภัณฑ์ใหม่เหล่านั้น ก็จะมาสร้างผลกำไรสูงให้แก่ซัมซุง วัฏจักรจะเป็นเช่นนี้ ทรายที่ทิศทางการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ของซัมซุงยังสามารถสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคโดยรวมในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลกำไรที่สูงมากของซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ มาจากการทุ่มเทให้กับการวิจัยและพัฒนาอย่างหนัก ซึ่งส่งผลให้ซัมซุงสร้างผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงสร้างผลกำไรดีออกสู่ตลาด และปัจจุบันนี้ ซัมซุงได้ก้าวสู่ความเป็นผู้นำเทคโนโลยีที่เหนือกว่าคู่แข่งค่ายยุโรป และญี่ปุ่นในบางเรื่องแล้ว

จากความน่าสนใจดังกล่าว ผู้วิจัยใคร่ศึกษา “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์” เพื่อให้เห็นถึงพัฒนาการ ความเปลี่ยนแปลง และกลยุทธ์ต่างๆที่ทำให้ซัมซุงประสบความสำเร็จมาจนถึงทุกวันนี้ และสามารถนำความรู้ที่ได้มาเป็นแบบอย่างในการประยุกต์ใช้ในธุรกิจด้านต่างๆ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพัฒนาการการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ต่างๆ มูลค่าการส่งออกและรายได้ของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์
3. เพื่อศึกษานโยบาย กลยุทธ์และแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์
4. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆที่ทำให้บริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จมาจนถึงปัจจุบัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพัฒนาการของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์
2. ทำให้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ต่างๆ มูลค่าการส่งออกและรายได้ที่เกิดขึ้นของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์
3. ทำให้ทราบถึงนโยบาย กลยุทธ์ต่างๆ และแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ซัมซุงนำมาใช้ในการตลาดทำให้ประสบผลสำเร็จมาจนถึงปัจจุบัน
4. ทำให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆที่ทำให้บริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จมาจนถึงปัจจุบัน

ขอบเขตของการศึกษา

ศึกษาพัฒนาการ กลยุทธ์ต่างๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ มูลค่าการส่งออกและรายได้ของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งศึกษาเฉพาะอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และศึกษาเฉพาะในช่วงปี ค.ศ. 1998 ถึงปัจจุบันเท่านั้น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

2. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์
3. เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพัฒนาการ กลยุทธ์และผลิตภัณฑ์ต่างๆของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์
4. เรียบเรียงผลการศึกษารูปแบบของบทความวิจัย

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สามารถแบ่งตามหัวข้อต่างๆได้ดังนี้

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ อุตสาหกรรมขั้นต้น คือ การผลิตเวเฟอร์ (wafer) อุตสาหกรรมขั้นกลาง คือ การผลิตแผงวงจรไฟฟ้ารวม (IC) และแผ่นวงจรพิมพ์ (PCB) อุตสาหกรรมขั้นปลาย คือ การประกอบอุปกรณ์ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ลงบนแผ่นวงจรพิมพ์เป็นแผ่นวงจรสำเร็จรูป (PCBA) และนำไปประกอบและผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2556) :
http://www2.diw.go.th/I_Standard/Web/pane_files/Industry25.asp#02

2. แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ

กลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจ มีการกำหนดกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันแบ่งได้ดังนี้

2.1 การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนรวม (cost leadership)

กลยุทธ์นี้จะดำเนินการทุกอย่างเพื่อให้การผลิตสินค้าและบริการมีต้นทุนต่ำที่สุดประโยชน์คือสามารถนำเสนอราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งในท้องตลาดได้อีกทั้งหากเกิดความรุนแรงด้านสงครามราคา (red ocean) ก็ยังสามารถยืนหยัดในตลาดได้เนื่องจากมีความได้เปรียบจากต้นทุนที่ต่ำ

2.2 การสร้างความแตกต่าง (differentiation)

กลยุทธ์นี้จะต้องคิดหาความแตกต่างในตัวสินค้า (product) ไม่ให้ซ้ำกับสินค้าอื่นในตลาดหรือต้องมีนวัตกรรมใหม่ๆ มาแนะนำเสนอทำให้สินค้าดูโดดเด่นกว่าสินค้าคู่แข่งในตลาดสำหรับ

แหล่งที่มาของความต่างต่างนั้น เกิดจากความเร็ว (speed) ความน่าเชื่อถือ(reliability) การบริการ (service) การออกแบบ(design) ลักษณะของสินค้าและบริการ (features) เทคโนโลยี(technology) บุคลิกภาพขององค์กร (corporatepersonality) และความสัมพันธ์กับลูกค้า(relationships withcustomer) ความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพ (quality) ประสิทธิภาพ (efficiency) นวัตกรรม (innovation) และการตอบสนองลูกค้า (responsetocustomer)

2.3 การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (focus or niche)

เป็นเหมือนกับการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (target group) ให้เล็กลงเพื่อจะได้ทำการตลาดได้อย่างเข้าถึงพฤติกรรมของลูกค้า การที่บริษัทเข้าใจลูกค้าของตัวเองได้อย่างแท้จริงและสามารถคาดคะเนความต้องการในอนาคตของลูกค้าได้ย่อมทำให้ท่านสามารถขายสินค้าได้อย่างต่อเนื่องเกิดพฤติกรรมซื้อซ้ำไปเรื่อยๆ จนเกิดความภักดีในที่สุดหากบริษัทประสบความสำเร็จกับกลุ่มเป้าหมายที่แคบลงมา ทำให้บริษัทสามารถขายกลุ่มเป้าหมายต่อได้ในอนาคต (ดร.สุชนี เมธิโยธิน, 2556 : <http://www.bu.ac.th/knowledgecenter>)

3. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประเทศเกาหลีใต้

3.1 สภาพภูมิประเทศ

เกาหลีใต้ ตั้งอยู่บนคาบสมุทรเกาหลี ทอดตัวไปทางทิศใต้ สุ่มหาสมุทรแปซิฟิก ซึ่งอยู่ทางฝั่งตะวันออกของทวีปเอเชีย มีความยาวประมาณ 1,000 กิโลเมตร และกว้างประมาณ 200 กว่า กิโลเมตร ด้านบนติดกับเกาหลีเหนือ บนคาบสมุทรเกาหลี จะแบ่งออกเป็นเกาหลีเหนือ (ปกครองระบอบคอมมิวนิสต์) และเกาหลีใต้ (ปกครองระบอบประชาธิปไตย) มีเส้นขนานที่ 38 กั้นระหว่าง 2 ประเทศด้วยเขตปลอดทหาร สภาพภูมิประเทศของเกาหลีใต้ ราว 70% เป็นเทือกเขา ทำให้เกาหลีใต้ถือว่าเป็นประเทศที่มีเทือกเขามากที่สุดประเทศหนึ่ง ที่มีความสวยงามทางธรรมชาติอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากสถานที่เที่ยวต่างๆ โดยตลอดชายฝั่งด้านตะวันออกจะอยู่ติดกับทะเลจีนตะวันออก หรือทะเลญี่ปุ่น แนวตะวันออกจะเป็นเทือกเขาสูงชัน ลาดตัวลงสู่ทะเล ทางด้านซ้ายติดกับทะเลเหลือง (Yellow sea) พื้นที่ค่อยๆลาดลงสู่ฝั่ง ทำให้ฝั่งตะวันตก และทางด้านใต้ จะเป็นพื้นที่ทำเกษตรกรรม

หลักของประเทศ ประกอบด้วย 9 จังหวัด มีเมืองหลวงคือ กรุงโซล และมีเมืองทั้งหมด 77 เมือง 88 มณฑล ประกอบด้วยเมืองสำคัญ 6 เมือง คือ พูซาน แทกู อินชอน ควางจู แทจอน และอุลซาน

3.2 สภาพเศรษฐกิจ

ตั้งแต่ปี 1960 จนถึงปีก่อนเกิดวิกฤติเศรษฐกิจทั่วโลกในปี 1997 เศรษฐกิจของเกาหลีใต้มีอัตราการเติบโตอย่างสม่ำเสมอในอัตราร้อยละ 8 ต่อปี ทั้งนี้ เนื่องจากในระยะนั้นประเทศมีกำลังแรงงานไม่จำกัดและค่าแรงถูก รวมทั้งรัฐบาลมีนโยบายเร่งรัดพัฒนาเศรษฐกิจโดยเน้นการส่งออก ในปี 1969 เกาหลีใต้มีรายได้ประชาชาติรวม (GNI) จำนวน 555.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ มีรายได้ต่อหัวประชากร จำนวน 10,000 ดอลลาร์สหรัฐและแม้ว่าประเทศจะได้รับผลกระทบค่อนข้างรุนแรงจากวิกฤติเศรษฐกิจปี 1997 จนทำให้รายได้ประชาชาติโดยรวมลดลงเป็น 340.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ รายได้ประชากร ลดเหลือ 7,355 ดอลลาร์สหรัฐ และอัตราความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจติดลบ เป็น -6.9 แต่เกาหลีใต้ก็สามารถฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็วด้วยการขจัดสถาบันการเงินที่มีปัญหาลดหนี้เสียของธนาคาร และสามารถกู้เงินกู้ยืมจากกองทุนIMF ได้จำนวน 19.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ได้ในเดือนสิงหาคม 2001 จากนั้น เศรษฐกิจของเกาหลีใต้ก็เติบโตอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นในปี 2003 ที่มีการชะลอตัวลงบ้าง สำหรับปี 2005 ประเทศเกาหลีใต้ต้องเผชิญกับปัจจัยที่เป็นลบทั้งภายในและภายนอกประเทศหลายประการ เช่น การแข็งค่าของเงินวอน การเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศจีน สหรัฐ และญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญ แต่อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจยังคงอยู่ที่ร้อยละ 4 ประชากรมีรายได้ต่อหัว 16,291 ดอลลาร์สหรัฐ และมีรายได้ประชาชาติรวม 786.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ มีการค้าเกินดุลโดยมีมูลค่าการส่งออก 2847.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ มูลค่าการนำเข้า 261.23 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นที่น่าสังเกตว่า กว่าร้อยละ 60 ของรายได้ประชาชาติรวมมาจากส่งออก ซึ่งสินค้าส่งออกส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทอุตสาหกรรมหนัก และสินค้าที่ผลิตโดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น เครื่องจักรไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ เรือ รถยนต์ เหล็ก สิ่งทอ ส่วนสินค้านำเข้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรม เช่น น้ำมันเชื้อเพลิง เครื่องจักรและอุปกรณ์

ในปี 2006 รัฐบาลเกาหลีใต้กำหนดอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ระดับ ร้อยละ 5 ซึ่งเมื่อพิจารณาภาวะเศรษฐกิจในช่วงไตรมาสแรกที่มีปัจจัยเป็นลบหลายประการ เช่น ราคาสินค้าเกษตร

คงที่ การลงทุนภาคก่อสร้างลดลง ความผันผวนของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง การแข็งค่าของเงินวอนที่แข็งค่าสูงสุดในรอบ 3 ปี(แข็งค่าร้อยละ 20.37 ของดอลลาร์สหรัฐ) แต่ด้วยเหตุที่การบริโภคภายในประเทศเริ่มฟื้นตัวและสินค้าออกมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทำให้มีความเป็นไปได้ค่อนข้างสูงที่อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจจะบรรลุเป้าหมาย

ส่วนในปี 2007 นั้น ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชนประมาณว่า อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจจะอยู่ที่ ร้อยละ 4.3-4.5 รัฐบาลยังคงเน้นนโยบายส่งเสริมการผลิตเพื่อการส่งออก ได้มีการกำหนดเป้าหมายจะขยายการส่งออกเพื่อเป็นแหล่งรายได้ ร้อยละ 70 ของ GDP มีการกำหนดจะทำเขตการค้าเสรีกับ 15 ประเทศ / กลุ่มประเทศ ภายในปี 2007 และประชากรจะมีรายได้ต่อหัว 20,000 ดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2008

โครงสร้างทางเศรษฐกิจของเกาหลีใต้นั้นยังคงเน้นอุตสาหกรรมหนักและอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง เพื่อการส่งออก ด้วยเหตุที่ประเทศเกาหลีใต้มีระบบการผลิตที่เรียกว่าแซโบล คืออุตสาหกรรมขนาดใหญ่จะมีโรงงานขนาดกลางและขนาดเล็ก(SME)เป็นเครือข่ายรับผลิตชิ้นงานให้ SME เหล่านี้มีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วไป อาจกล่าวได้ว่าเศรษฐกิจของเกาหลีใต้พัฒนาได้อย่างรวดเร็วเพราะระบบแซโบล ปัจจุบัน พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็กหลายแห่งประสบปัญหาด้านการผลิต จนต้องหยุดดำเนินการ ทั้งนี้ เนื่องจากการแข่งขันกันเองและผู้ประกอบการขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการการปิดกิจการของSMEก่อให้เกิดปัญหาการว่างงานตามมา ในปี 2006 มีอัตราการว่างงาน ประมาณ 3.6%-3.7%ความสามารถในการผลิตของแรงงานเพิ่มจากปี 2005 เป็นร้อยละ 9.5 และค่าจ้างเฉลี่ยในกิจการที่มีลูกจ้างตั้งแต่ 5คนขึ้นไป ประมาณเดือนละ 2,459,000วอน นอกจากอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ ชั่วโมงละ 3,100 วอน หรือ วันละ 24,800 วอน แล้ว เกาหลีใต้ไม่ได้มีการกำหนดค่าจ้างมาตรฐานในแต่ละสาขาอาชีพ

3.3 อุตสาหกรรมในประเทศเกาหลี

จากอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมากสู่อุตสาหกรรมหนักเพื่อการส่งออก

รัฐบาลเกาหลีใต้ได้เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกด้วยการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนทุกทางตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 1 (ค.ศ. 1961 – 1966) ในขณะเดียวกัน ก็ได้

ขยายอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้าที่สำคัญ ซึ่งได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตถ่านหิน ซีเมนต์ ปูน เหล็กกล้า และโรงกลั่นน้ำมัน เป็นต้น ในแผนพัฒนาฉบับที่ 2 (ค.ศ. 1967–1971) รัฐบาลได้เน้นการขยายฐานของโครงการสร้างอุตสาหกรรมส่งออกให้ใหญ่ยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันสินค้าอุตสาหกรรมในตลาดโลกด้วยการเร่งระดมเงินทุนและการลงทุนจากต่างประเทศ

รัฐบาลเกาหลีใต้ได้ปรับใช้แนวความคิดของนักทฤษฎีความทันสมัยนี้ตั้งแต่แรกเริ่มในการพัฒนาประเทศแล้ว รัฐบาลจะเข้าไปทำหน้าที่กำหนดมาตรการจูงใจเพื่อขยายการส่งออก อนึ่ง ปัจจัยสำคัญที่ทำให้บทบาทของรัฐสามารถดำเนินการให้บรรลุผลตามเป้าหมายก็คือ เจตนาของผู้นำประเทศและกลุ่มนักธุรกิจที่เห็นพ้องต้องกันกับนโยบายส่งเสริมการส่งออกในสินค้าประเภทอุตสาหกรรมเพื่อความเจริญก้าวหน้าของประเทศ อย่างไรก็ตามมาตรการส่งเสริมการส่งออกในระยะแรกเริ่มจะมีลักษณะเป็นแบบลองผิดลองถูกและมีการเพิ่มมาตรการชนิดต่างๆ มากขึ้นเรื่อยๆ แต่ในบางขณะ ก็ยกเลิกมาตรการบางอย่างที่ใช้ไม่ได้ผล ทั้งนี้เพื่อต้องการย้ำว่าสูตรสำเร็จของนโยบายด้านนี้ไม่เป็นที่แน่นอนตายตัว มักจะแปรเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ของตลาดและการเมืองของโลกอยู่เสมอ

รัฐบาลเกาหลีใต้มีบทบาทสำคัญในการแทรกแซงการดำเนินงานตามนโยบายส่งเสริมการส่งออก ทั้งในส่วนที่กำหนดมาตรการจูงใจ ให้การช่วยเหลือและสนับสนุนรวมทั้งตั้งสถาบันเพื่อทำหน้าที่ในด้านนี้โดยตรงตั้งแต่ต้นทศวรรษที่ 1960 เรื่อยมาต่อมาแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 3 (ค.ศ. 1972–1976) เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมหนักและเคมีภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะเล็งเห็นว่าการแข่งขันราคาสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมากจะเกิดขึ้นอย่างรุนแรงกับสินค้าประเภทเดียวกันจากประเทศกำลังพัฒนาทั่วโลก ที่เร่งรัดการพัฒนาอุตสาหกรรม ประเภทนี้ทำให้รัฐบาลเกาหลีใต้หันไปพัฒนาการผลิตสินค้าประเภททุน เช่น เรือเดินสมุทร เครื่องจักร รถยนต์และรถบรรทุก ตู้เย็น เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น เมื่อรัฐบาลกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาไว้แบบนี้ บริษัทเอกชนจึงขานรับและทุ่มเทการลงทุนเพื่อผลิตสินค้าดังกล่าว โดยได้รับการสนับสนุนทุกทางจากภาครัฐ

อุตสาหกรรมไอทีและเทคโนโลยีระดับสูง

นับตั้งแต่ต้นทศวรรษ 1990 กลุ่มบริษัทซัมซุงและแอลจีซึ่งเป็นผู้ดำเนินการผลิตสินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ได้เร่งพัฒนาการผลิตสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์ และเครื่องมือสื่อสารคมนาคม ในขณะเดียวกัน บริษัทขนาดกลางและขนาดใหญ่อื่นๆ ต่างเร่งลงทุนในอุตสาหกรรมประเภทนี้ ทำให้มีการพัฒนาสินค้าประเภทแผงไอซี(integrated circuit) เซมิ-คอนดักเตอร์ (semi-conductor) และอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีทางการสื่อสาร(information technology) ของเกาหลีใต้เจริญก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997 เป็นต้นมา สินค้าที่ได้กล่าวถึงข้างต้น ได้กลายเป็นตัวจักรสำคัญในวงการธุรกิจอุตสาหกรรมของเกาหลีใต้ โดยมีอัตราการเจริญเติบโตมากถึงร้อยละ 18.8 ต่อปี ในปี ค.ศ. 1997 มูลค่าการส่งออกสินค้าประเภทไอซีและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกันมีราว 31.3 พันล้านเหรียญสหรัฐและเพิ่มเป็น 51.7 เป็น 61.1 และเป็น 74.7 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี ค.ศ. 2001 ปี 2002 และปี 2003 ตามลำดับ ทำให้สัดส่วนของสินค้าประเภทนี้มีมากกว่าร้อยละ 34 ของสินค้าส่งออกของประเทศทั้งหมดและยังผลให้เกาหลีใต้ได้เปรียบดุลการค้ากับต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ประธานาธิบดีคิม เดจุง(ดำรงตำแหน่งประธานาธิบดีระหว่าง ค.ศ. 1998 – 2002) ได้ประกาศแผนพัฒนาอุตสาหกรรมประเภทนี้ในปี ค.ศ. 2000 ว่า รัฐบาลได้ลงทุนก่อสร้างปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมไอซี รมรณรงค์ให้ครูและนักเรียนมีเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้ในทุกห้องเรียน ข้าราชการทั้งพลเรือนและทหารต้องมีความรู้ในด้านคอมพิวเตอร์ สนับสนุนการเรียนรู้แบบ e-learning และพัฒนา online games และcyberspace ในยุคปัจจุบัน รัฐบาลเกาหลีใต้ย้าให้เกาหลีใต้เป็นสังคมที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีชั้นสูง

4. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์

บริษัทซัมซุงเริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 1938 โดยนาย เบ็อง ซูล ลี ได้เริ่มธุรกิจที่เมืองแทกู ประเทศเกาหลี ด้วยเงิน 30,000 วอน ในช่วงแรกธุรกิจเน้นไปยังการส่งออกสินค้าโดยการขายปลาแห้งเกาหลี ผัก และผลไม้ไปยังแมนจูเรียและปักกิ่ง เพียงเวลาแค่สิบปีผ่านไป ซัมซุง ซึ่งมีความหมายในภาษาเกาหลีว่า “สามดาว” นั้นก็มีเครื่องจักรโมโตแบ่งและทำขนมที่เครื่องปั้นของตัวเอง มีแผนกดำเนินการผลิตและขายเป็นของตัวเอง ต่อมาซัมซุงได้วางยุทธศาสตร์การจัดตั้งองค์กรต่างๆเพื่อการเติบโตในอนาคตโดยทำการลงทุนในอุตสาหกรรมหมัก, เคมี, และอุตสาหกรรมปิ

โทรเคมี ในช่วงเวลานี้เป็นเวลาที่ยักษ์ได้ก้าวเข้าสู่การขยับตำแหน่งในการแข่งขันในอุตสาหกรรม
สิ่งทอในระดับโลกด้วยการเข้าควมรวมกระบวนการผลิตทั้งหมดตั้งแต่การผลิตวัตถุดิบจนถึง
ผลิตภัณฑ์ที่เสร็จเรียบร้อยแล้ว

ในปี 1977 ความเฟื่องฟูของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนทำให้ซัมซุงได้กลายเป็น
ผู้ผลิตรายใหญ่ในตลาดภายในประเทศเกาหลีและได้เริ่มทำการส่งออกผลิตภัณฑ์เป็นครั้งแรกใน
ช่วงเวลานี้ซัมซุงถือส่วนแบ่ง 50 เปอร์เซ็นต์ของตลาดเซมิคอนดักเตอร์ในเกาหลี ซึ่งเป็นการสร้าง
ความมั่นคงเพิ่มขึ้นให้กับ ซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ในฐานะที่เป็นผู้นำในด้านการผลิตเซมิคอนดักเตอร์
ธุรกิจเทคโนโลยีหลักของซัมซุงที่หลากหลายได้ก้าวสู่ระดับโลกในระหว่างช่วงปลายยุค 1970 และ
ช่วงต้นยุค 1980 การเพิ่มความมุ่งมั่นในด้านเทคโนโลยีของซัมซุงนั้นนำไปสู่การตั้งสถาบันวิจัย
และพัฒนา (R&D) ของบริษัทขึ้นสองหน่วยงาน ซึ่งช่วยขยายขอบเขตงานได้มากขึ้นทั้งในส่วนของ
เครื่องไฟฟ้า, เซมิคอนดักเตอร์, เคมีไฮโพลีเมอร์, พันธุวิศวกรรม, การโทรคมนาคมผ่านเครือข่ายใย
แก้ว, อุตสาหกรรมด้านอวกาศและในนวัตกรรมในขอบเขตเทคโนโลยีใหม่ๆตั้งแต่ นาโนเทคโนโลยี
จนถึงสถาปัตยกรรมเครือข่ายระดับสูงต่อมา นาย ลี เบียง ซุก ประธานผู้ก่อตั้งซัมซุง ได้ถึงแก่กรรม
หลังจากการบริหารงานให้กับบริษัทนานเกือบห้าสิบปี ลูกชายของเขา ลี กุน ฮี ได้เข้ามาทำงาน
แทนที่ในตำแหน่งประธานบริษัท มีการปรับโครงสร้างธุรกิจเก่าและก้าวเข้าสู่ธุรกิจใหม่ด้วย
จุดมุ่งหมายที่จะเป็นบริษัทเครื่องใช้ไฟฟ้าหนึ่งในห้าอันดับแรกของโลก

ในปี 1997-1999 แม้ว่าวิกฤติเศรษฐกิจในปี 1997 จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งหมดของ
เกาหลี แต่ซัมซุงเป็นหนึ่งในไม่กี่บริษัทที่สามารถเติบโตได้ต่อไป เนื่องมาจากการเป็นผู้นำทางด้าน
เทคโนโลยีดิจิทัลและเครือข่าย รวมถึงการที่บริษัทให้ความสำคัญอย่างเต็มที่ในด้านอิเล็กทรอนิกส์
การเงินและการบริการที่เกี่ยวข้อง ในช่วงปี 2000-ปัจจุบัน ยุคดิจิทัลได้นำการปฏิวัติการ
เปลี่ยนแปลงและโอกาสให้กับธุรกิจทั่วโลก และ ซัมซุงได้ตอบรับด้วยเทคโนโลยีที่ล้ำหน้า,
ผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำการแข่งขันได้, และนวัตกรรมที่ต่อเนื่อง ความมุ่งมั่นที่จะเป็น “ที่สุดของ
โลก” ได้ทำให้ซัมซุงเป็นผู้มีส่วนแบ่งทางการตลาดอันดับหนึ่งของโลกในสินค้ากว่าสิบสามชนิด

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาที่ได้จากการวิจัย ทำให้ทราบถึงกลยุทธ์ต่างๆที่บริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ใช้ในการจัดการและบริหารองค์กร ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ซัมซุงประสบความสำเร็จมาจนถึงปัจจุบัน โดยปรากฏผลการศึกษาดังนี้

1. พัฒนาการและการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์

บริษัทซัมซุงเริ่มก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 1938 ในช่วงแรกมีการดำเนินกิจการส่งออกสินค้าทางด้านการเกษตรและประมงกับประเทศจีน ซัมซุงค่อยๆพัฒนาตนเองจากจุดเริ่มต้นของเครื่องจักรเล็กๆอย่างเครื่องโม่แป้งและเครื่องทำขนม ก้าวแรกของซัมซุงในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เริ่มต้นอย่างจริงจังในช่วงปี 1970 มีการแตกบริษัทลูกออกเป็นหลายส่วน และถือเป็นบริษัทผลิตเซมิคอนดักเตอร์อันดับต้นๆของโลก ในช่วงปี 1977 ได้จุดประกายของการเจริญเติบโตอีกจุดหนึ่งของซัมซุงเนื่องมาจากความเฟื่องฟูของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน ซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ได้กลายเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ในตลาดภายในประเทศเกาหลีใต้และได้เริ่มทำการส่งออกผลิตภัณฑ์เป็นครั้งแรกในช่วงเวลานี้ ปี 1980 บริษัทซัมซุงได้ก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมฮาร์ดแวร์สำหรับการสื่อสารโทรคมนาคม ด้วยการเข้าซื้อกิจการของบริษัท Hanguk Jenja Tongsin หลังจากนั้นทางบริษัทซัมซุงก็ได้เริ่มต้นการผลิตโทรศัพท์มือถือ อีกทั้งบริษัทได้ลงทุนด้วยจำนวนเงินมหาศาลไปกับการวิจัยเพื่อนำมาพัฒนาโทรศัพท์มือถือของตัวเองตลอดปี 1980 และในช่วงเวลาเดียวกันนี้เองทางบริษัทซัมซุงจึงได้ขยายบริษัทไปยังต่างประเทศ เช่น ประเทศโปรตุเกส, นครนิวยอร์ก, มหานครโตเกียว, ประเทศอังกฤษ และรัฐเท็กซัส ปี 1987 ถือเป็นปีแห่งการเปลี่ยนแปลงด้วยเหตุการณ์การจากไปของประธานผู้ก่อตั้งนามว่า ลี เบียง ซอล ทำให้ทางบริษัทซัมซุง ได้แยกกลุ่มธุรกิจออกเป็น 4 กลุ่มธุรกิจ ดังนี้ คือ Samsung Group ดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์, Shinsegae Group ดูแลเกี่ยวกับธุรกิจอาหาร, สารเคมี, การขนส่ง, ธุรกิจด้านความบันเทิง, กระจาย และโทรคมนาคม รวมถึงอีกสองกลุ่มธุรกิจที่เหลือคือ CJ Group และ Hansol Group อีกด้วย ปี 1993 ทางบริษัทซัมซุง ยังคงให้ความสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมสำคัญของบริษัทตัวเองอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการพัฒนาศักยภาพของตัวเองให้สูงขึ้น ดังนี้ ด้านอิเล็กทรอนิกส์, ด้านวิศวกรรม และด้านสารเคมี

แม้ว่าวิกฤตเศรษฐกิจในปี 1997 จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งหมดของเกาหลีแต่ซัมซุงถือเป็นหนึ่งในไม่กี่บริษัทที่สามารถเติบโตได้ต่อไป เนื่องมาจากการเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและเครือข่าย รวมถึงการที่บริษัทให้ความสำคัญอย่างเต็มที่ในด้านอิเล็กทรอนิกส์ การเงิน และการบริการที่เกี่ยวข้อง ซัมซุงได้ตอบรับต่อวิกฤติที่เกิดขึ้นโดยการลดจำนวนบริษัทในเครือลงเหลือ 45 บริษัท (เป็นจำนวนมาตรฐานของบริษัทในเครือตามกฎหมายการค้าเสรี) ทำการลดจำนวนพนักงานลงเกือบ 50,000 คน ขายธุรกิจ 10 ชนิดและพัฒนาความมั่นคงของโครงสร้างทางการเงิน ในปี 2005 ทางบริษัทซัมซุง ยังคงมุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพทางเทคโนโลยีของตัวเองอย่างต่อเนื่อง โดยได้ลงทุนไปมหาศาลกับการพัฒนาเทคโนโลยีหน้าจอ LCD ของตัวเอง และส่งผลให้ทางซัมซุงกลายเป็นผู้ผลิตพาเนลหน้าจอ LCD รายใหญ่ของโลกไปในทันทีในปีเดียวกันนี้ ปี 2006 ทางซัมซุงได้ร่วมมือกับบริษัทผู้ผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์รายใหญ่ของประเทศญี่ปุ่นอย่าง Sony เพื่อเป็นการร่วมทุนธุรกิจผลิตจอแอลซีดีในประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งทั้งสองบริษัทนั้นได้ถือครองหุ้นเท่ากันที่ 50 เปอร์เซ็นต์ ปี 2011 ทางซัมซุง ได้ดำเนินการเข้าซื้อหุ้นทั้งหมดจากการร่วมทุนธุรกิจผลิตจอแอลซีดีที่ทางโซนี่ ถือครองหุ้นอยู่ที่ 50 เปอร์เซ็นต์ โดยคาดกันว่าที่ทางซัมซุง เข้าซื้อหุ้นทั้งหมดนั้น เนื่องมาจากทางโซนี่ มีปัญหาการขาดทุนเป็นจำนวนเงินมหาศาลของธุรกิจโทรทัศน์นั่นเอง ทำให้ทางซัมซุง เป็นเจ้าของบริษัทผลิตจอแอลซีดีเต็มตัวอีกด้วย ปี 2012 ทางซัมซุง ได้แสดงศักยภาพได้อย่างเด่นชัดด้วยการเป็นผู้ผลิตโทรทัศน์ที่มีออราใหญ่ของโลก โดยการสร้างโรงงานผลิตที่มีมูลค่าสูงถึง 4 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ และโรงงานผลิตนั้นตั้งอยู่ที่เมืองออสติน รัฐเท็กซัส ประเทศสหรัฐอเมริกา

ในช่วงเวลาเพียงไม่นาน ซัมซุงก็เป็นที่ประจักษ์ชัดที่เติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่งในโลกดิจิทัล จากแบรนด์สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ของเกาหลีที่เป็นสินค้าราคาถูก ขึ้นเป็นหนึ่งในผู้นำโลกดิจิทัลในปัจจุบัน อยู่ในระดับเดียวกับแบรนด์ผู้นำในโลกดิจิทัลทั้งหลาย ผลกำไรที่สูงของซัมซุง ทำให้ซัมซุงมีเงินในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สูงขึ้น และผลิตภัณฑ์ใหม่เหล่านั้น ก็จะมาสร้างผลกำไรสูงให้แก่ซัมซุง วัฏจักรจะเป็นเช่นนี้ ติบที่ทิศทางในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ของซัมซุงยังสามารถสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคโดยรวมในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลกำไรที่สูงมากของซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ มาจากการทุ่มเทให้กับการวิจัยและพัฒนาอย่างหนัก ซึ่งส่งผลให้ซัมซุงสร้างผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงสร้างผลกำไรดีออกสู่ตลาด และปัจจุบันนี้ ซัมซุงได้ก้าวสู่

ความเป็นผู้นำเทคโนโลยีที่เหนือกว่าคู่แข่งค่ายยุโรป และญี่ปุ่นในบางเรื่องแล้ว เป็นบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์รายใหญ่ของโลกอย่างไม่มีข้อกังขา และยังคงสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ อย่างไม่หยุดยั้งอีกด้วยนั่นเอง

2. ศึกษาผลิตภัณฑ์ต่างๆ มูลค่าการส่งออกและรายได้ของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์

ซัมซุงเริ่มปรับธุรกิจหลักของตัวเอง จากการเป็นผู้ผลิตสินค้าประเภท Semi Conductor ในอดีต ให้มีจำนวนลดลง แล้วเพิ่มการผลิตสินค้าในส่วนอื่น ๆ เพิ่มขึ้นแทน ซึ่งในปัจจุบัน 4 ธุรกิจหลักของซัมซุง อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ธุรกิจเครือข่ายสื่อสารดิจิทัล (Digital Media Network Business) ธุรกิจเครือข่ายโทรคมนาคม (Telecommunication Network Business) ธุรกิจเครื่องมืออุปกรณ์ (Device Solution หรือกลุ่มเซมิคอนดักเตอร์เดิม) และธุรกิจเครื่องใช้ดิจิทัล (Digital Appliance Network Business) และในปัจจุบันกว่า 60% ของรายได้มาจากตลาดในประเทศ ซึ่งนับวันตลาดแต่ละส่วนก็เริ่มจะอิ่มตัวเพิ่มขึ้น การขยายการลงทุนและตลาดไปยังประเทศต่าง ๆ เพิ่มขึ้นจึงเป็นเป้าหมายที่ซัมซุงคาดหวังว่าจะเป็นรายได้ที่เพิ่มขึ้นในอนาคต แต่การจะก้าวไปสู่ตลาดโลกได้อย่างแข็งแกร่ง ก็ต้องมีความพร้อมในหลายด้านเพื่อการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นเช่นกัน

ตารางที่ 1 แสดงผลิตภัณฑ์ต่างๆของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

1970	เริ่มการผลิตทีวีขาวดำ (โมเดล: P-3202) โดย Samsung-Sanyo
1972	เริ่มการผลิตโทรทัศน์ขาวดำสำหรับการจำหน่ายในประเทศ
1974	เริ่มการผลิตเครื่องซักผ้าและตู้เย็น
1976	มีการผลิตทีวีขาวดำเครื่องที่ 1 ล้าน
1977	เริ่มการส่งออกโทรทัศน์สี
1978	ผลิตทีวีขาวดำเครื่องที่ 4 ล้าน (มากที่สุดในโลก)
1979	เริ่มสายการผลิตเตาอบไมโครเวฟ
1980	เริ่มการผลิตเครื่องปรับอากาศ
1981	ส่งออกเตาอบไมโครเวฟเป็นครั้งแรก (โมเดล: RE-705D ไปยังประเทศแคนาดา) ผลิตทีวีสีเครื่องที่ 1 ล้าน

1982	มีการผลิตทีวีขาวดำเครื่องที่ 10 ล้าน
1983	เริ่มการผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล
1986	พัฒนาเครื่องอควิติโอเทป 4 มม. ที่เล็กที่สุดและเบาที่สุดในโลก
1987	เปิดตัว Samsung Advanced Institute of Technology เพื่อการวิจัยและพัฒนา
1989	ผลิตทีวีสีเครื่องที่ 20 ล้าน
1991	การพัฒนาชุดอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือเสร็จสิ้น
1992	พัฒนาระบบโทรศัพท์มือถือ การพัฒนาฮาร์ดดิสก์ไคร์ฟ 250 MB เสร็จสิ้น การพัฒนา 64M DRAM เป็นครั้งแรกในโลกเสร็จสิ้น มีการผลิตหุ่นยนต์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมตัวที่ 10 ล้าน
1993	Samsung Advanced Institute of Technology (SAIT) พัฒนา Digital Video Disk Recorder (DVD-R) ได้เป็นครั้งแรก
1997	พัฒนา TFT-LCD (30) ขนาดใหญ่ที่สุดในโลก การพัฒนา TFT-LCD 30" เป็นครั้งแรกในโลกเสร็จสิ้น
1998	เป็นบริษัทแรก que เริ่มการผลิตดิจิทัลทีวีแบบการผลิตจำนวนมาก เริ่มสายการผลิต Digital TV เป็นครั้งแรกในโลก การพัฒนาทีวีจอแบนอย่างสมบูรณ์แบบเสร็จสิ้น เปิดตัว 128M SDRAM เป็นครั้งแรกในโลก พัฒนา Synchronous DRAM ขนาด 128MB และแฟลช เมโมรี่ ขนาด 128MB
1999	เป็นแห่งแรกในโลกที่มีสายการผลิตดิจิทัลทีวีเต็มอัตรา เป็นบริษัทแรก que พัฒนาจอแสดงผล TFT-LCD 3D พัฒนา Wireless Internet phone (สมาร์ตโฟน) โทรศัพท์ไร้สายพร้อมการใช้งาน หลากหลายขนาดเล็ก
2000	เปิดตัว TFT-LCD ที่มี Record-breaking Definition เปิดตัวโทรศัพท์ PDA เปิดตัวชิปหน่วยความจำกราฟิกที่เร็วที่สุดในโลก

	<p>พัฒนาเครื่องเล่นดีวีดีแบบ All-in-one</p> <p>พัฒนา DRAM 512Mb เป็นแห่งแรกในโลก</p> <p>พัฒนา High Definition Digital TV</p>
2001	<p>เปิดตัวโทรศัพท์ที่มีฟังก์ชันการแต่งเสียงเพลงแบบ 16 คอร์ด</p> <p>เริ่มสายการผลิตอุปกรณ์แฟลชเมโมรี่ 512Mb</p> <p>เปิดตัวชุดอุปกรณ์พกพานาฬิกาบางเฉียบเป็นแห่งแรกของอุตสาหกรรม</p> <p>พัฒนา TFT-LCD 40 นิ้ว เครื่องแรกของโลก</p>
2002	<p>พัฒนา TFT-LCD 54" ซึ่งเป็นจอแสดงผลดิจิทัลทีวีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก</p> <p>วางจำหน่าย PDP-TV ที่บางที่สุดในโลก</p> <p>วางจำหน่ายโทรศัพท์มือถือจอสีด้วยแนวคิด UFB-LCD ใหม่</p> <p>เปิดตัวโทรศัพท์มือถือจอสี ความละเอียดสูง TFT-LCD</p>
2003	<p>เปิดตัว HD DVD Combo เครื่องแรก</p>
2004	<p>ผลิตเครื่องซักผ้าระบบไอน้ำที่ไม่ทำให้ผ้าเกิดรอยยับ</p> <p>พัฒนาแฟลชเมโมรี่ชิป NAND 8GB 60 นาโน เป็นครั้งแรกในโลก</p> <p>วางจำหน่าย PDP TV ใหม่ที่มี Contrast ratio สูงสุด</p> <p>พัฒนาเครื่องบันทึกซีดีออฟติคอลลบลูเรย์เจเนอเรชันที่ 3</p> <p>พัฒนาชิปโทรศัพท์มือถือสำหรับระบบสัญญาณดาวเทียม DMB</p> <p>วางจำหน่าย HD TV 46" เป็นครั้งแรกในโลก</p>
2005	<p>พัฒนาจอ LCD ขนาดใหญ่ที่สุดที่สามารถตัดโค้งงอได้</p> <p>เปิดตัวกล้องดิจิทัลในโทรศัพท์มือถือความละเอียด 7 เมกกะพิกเซลเป็นครั้งแรก</p> <p>เป็นบริษัทแรกที่พัฒนา OLED สำหรับทีวี 40"</p> <p>เป็นบริษัทแรกที่พัฒนาโทรศัพท์ที่มีการจดจำเสียงพูด</p>
2006	<p>พัฒนา double-side LCD เป็นรายแรกของโลก</p> <p>พัฒนา 50nm 1G DRAM เป็นรายแรกของโลก</p> <p>เปิดตัวโทรศัพท์พร้อมกล้อง 10M pixel</p> <p>เปิดตัว เครื่องดูดฝุ่น Stealth เครื่องดูดฝุ่นที่เสียงเงียบที่สุดในโลก</p>

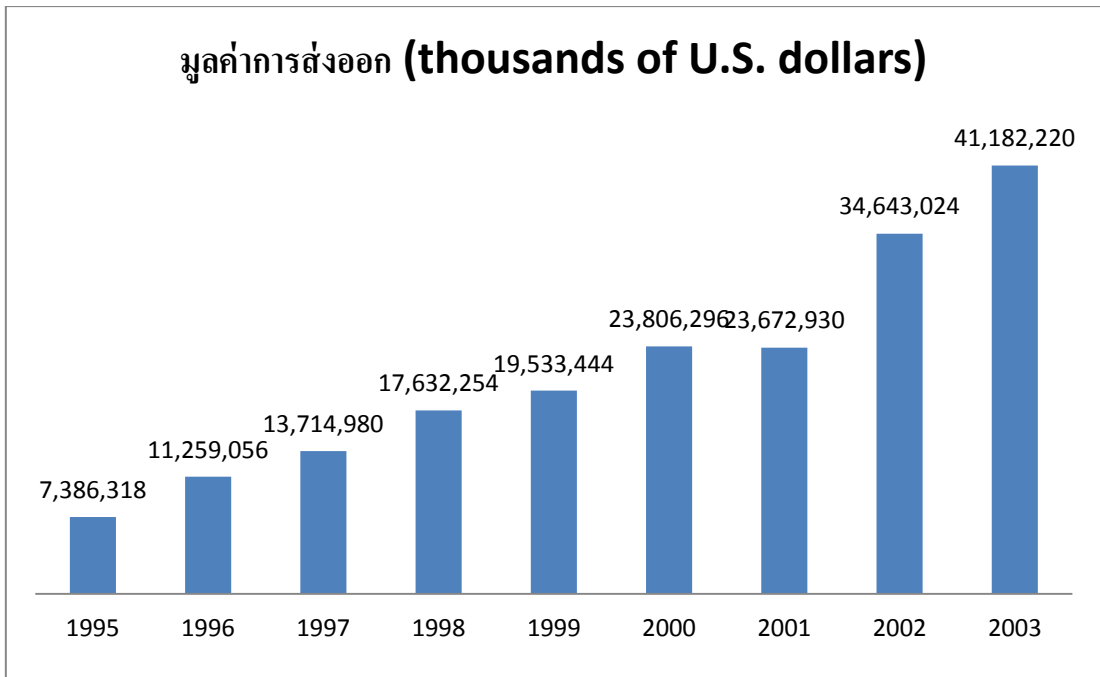
	เปิดตัว Blu-Ray Player เครื่องแรกของโลก พัฒนา 1.72” Super-reflective LCD screen
2007	พัฒนาแฟลช™ เมโมรี่ NAND 30 นาโนเมตร 64Gb เป็นครั้งแรกในโลก
2008	เปิดตัวโทรศัพท์ OMNIA พัฒนาเทคโนโลยี 50 NANO ขนาด 2Gb เป็นรายแรกของโลก
2009	งานเปิดตัวโทรศัพท์ที่บางที่สุดในโลก (6.5 มม.) ที่งาน CES พัฒนา DRAM ขนาด 40 นาโนเมตรรุ่นแรกของโลก เปิดตัวโทรศัพท์ “Blue Earth” ที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ เปิดตัว V-line Crystal Rose LCD TV Samsung Digital Imaging พัฒนากล้องดิจิทัลระบบไฮบริด เปิดตัวเครื่องเล่น Blu-ray ที่บางที่สุดในโลก เปิดตัว Mobile WiMax ในมาเลเซีย เปิดตัวกล่องวิดีโอ full HD รุ่นแรกของโลกที่มี 64GB SSD เปิดตัวโทรศัพท์มือถือรุ่นแรกในโลกที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในอินเดีย เปิดตัว “JET” โทรศัพท์ที่ขสกรีนภายใต้แนวคิดใหม่ เปิดตัวจอภาพ 120Hz 3D เปิดตัวกราฟ “visual mobile” ด้วย full touch Haptic AMOLED รุ่นที่สาม เปิดตัวโทรศัพท์อินฟราเรดวิดีโอโฟนรุ่นแรกในโลก เปิดตัว watch phone ที่บางที่สุดในโลก พัฒนาคอร์ CPU ความเร็ว 1GHz ซึ่งใช้พลังงานน้อยที่สุดในโลก เปิดตัวสมาร์ตโฟนรุ่นสำคัญ Omnia II เปิดตัวทัชโฟน “Candy” สำหรับวัยรุ่น ติดตั้งผนังวิดีโอที่ใหญ่ที่สุดในโลกในสหรัฐฯ เปิดตัวเครื่องซักผ้าอัตโนมัติความจุ 16 กก. เป็นครั้งแรกสำหรับตลาดในประเทศ เปิดตัวสมาร์ตโฟน “Giorgio Armani” พัฒนาจอ 240Hz 3D LCD

	<p>พัฒนาจอ LED TV ที่บางที่สุดในโลก เพียง 3 มม.</p> <p>พัฒนาชิปแพ็คเกจ 8 ขนาด 0.6 มม.</p> <p>เปิดตัวแพลตฟอร์ม “bada”</p> <p>เปิดตัวแพลตฟอร์มสมาร์ทโฟน “bada”</p>
2010	<p>เปิดตัว Samsung Galaxy Tab ในตลาดสหรัฐฯ</p> <p>Samsung Mobile Display พัฒนาจอภาพ AMOLED ที่มีความยืดหยุ่น และให้ภาพที่ชัดเจนและความละเอียดมากกว่า WVGA ถึงสี่เท่า</p> <p>เปิดตัว OMNIA 7 สมาร์ทโฟนรุ่นแรกที่ใช้ระบบปฏิบัติการ Windows Phone 7</p> <p>เริ่มการผลิตแบบมวลชนสำหรับหน่วยความจำแฟลช NAND แบบ 3 บิต คลาส 20nm ขนาด 64 กิกะบิต</p> <p>เปิดตัว Samsung Galaxy Tab ในตลาดสหรัฐฯ</p> <p>เปิดตัว 512GB SSD ความเร็วสูงที่ใช้หน่วยความจำ toggle-mode DDR NAND รุ่นใหม่</p> <p>เปิดตัวระบบโฮมเซียร์เตอร์ 3 มิติรุ่นแรกของโลก</p> <p>เปิดตัว WAVE สมาร์ทโฟนรุ่นแรกที่ทำงานบนแพลตฟอร์ม Bada</p> <p>Samsung Mobile Display พัฒนา AMOLED จอสี 19 นิ้วขนาดใหญ่ที่สุดในโลก</p> <p>เปิดตัว multi-chip package (MCP) ที่มี PRAM รุ่นแรกในอุตสาหกรรม เพื่อใช้ในอุปกรณ์เคลื่อนที่</p> <p>เปิดตัว “Full HD 3D LED TV” เครื่องแรกของโลกทั่วโลก</p> <p>พัฒนา DRAM คลาส 30-nanometer รุ่นแรกในอุตสาหกรรม</p> <p>เปิดตัว Olympic Rendezvous @ Samsung (OR@S) สำหรับกีฬาโอลิมปิกฤดูหนาวประจำปี 2010 ที่แวนคูเวอร์</p> <p>เริ่มการผลิตแบบมวลชนสำหรับจอทีวี 3 มิติรุ่นแรกในอุตสาหกรรม</p>
2011	<p>คว้ารางวัลสุดยอดนวัตกรรมจากงาน CES 2012 ด้วยผลิตภัณฑ์ 30 รุ่น</p> <p>ได้รับเลือกเป็น 1 ใน 10 แบรินด์ที่มีมูลค่าสูงสุดในแอฟริกา</p> <p>เริ่มต้นการก่อสร้างโรงงานผลิต LCD 7.5G ในเมืองซูโจว ประเทศจีน</p>

	Samsung ก่อตั้ง Samsung Biologics โครงการร่วมทุนที่เชี่ยวชาญด้านชีวเภสัชภัณฑ์
2012	<p>Samsung Display ก้าวขึ้นเป็นบริษัทจอแสดงผลใหญ่ที่สุดในโลก</p> <p>Samsung Display, Samsung Mobile Display และ S-LCD Corporation ตกลงผนวกเข้าด้วยกัน</p> <p>Samsung Electronics ทำสถิติการจัดส่ง Galaxy Note ทั่วโลกรวม 5 ล้านเครื่อง</p> <p>Samsung Electronics เปิดตัว eyeCan เมสส์ที่ทำงานด้วยการติดตามความเคลื่อนไหวของดวงตาสำหรับผู้ทุพพลภาพ</p> <p>Cheil Worldwide เปิดตัวแบรนด์ SPA ระดับโลก 8 seconds</p>
2013	<p>Samsung Electronics เปิดตัว Galaxy S4 ในตลาดเกาหลีและตลาดทั่วโลก</p> <p>Samsung Electronics เริ่มทำการผลิต DRAM สำหรับโทรศัพท์ความเร็วสูงพิเศษ 4Gb ขนาด 20 นาโนเมตรรุ่นแรกของโลกออกสู่ตลาดจำนวนมาก</p> <p>Samsung Electronics เปิดตัว Galaxy S4 ในอเมริกา</p> <p>Samsung ทำสถิติการจัดส่งสมาร์ทโฟน Galaxy S ทั่วโลกรวม 1000 ล้านเครื่อง</p>

ที่มา : Samsung [online], accessed 12 September 2013,

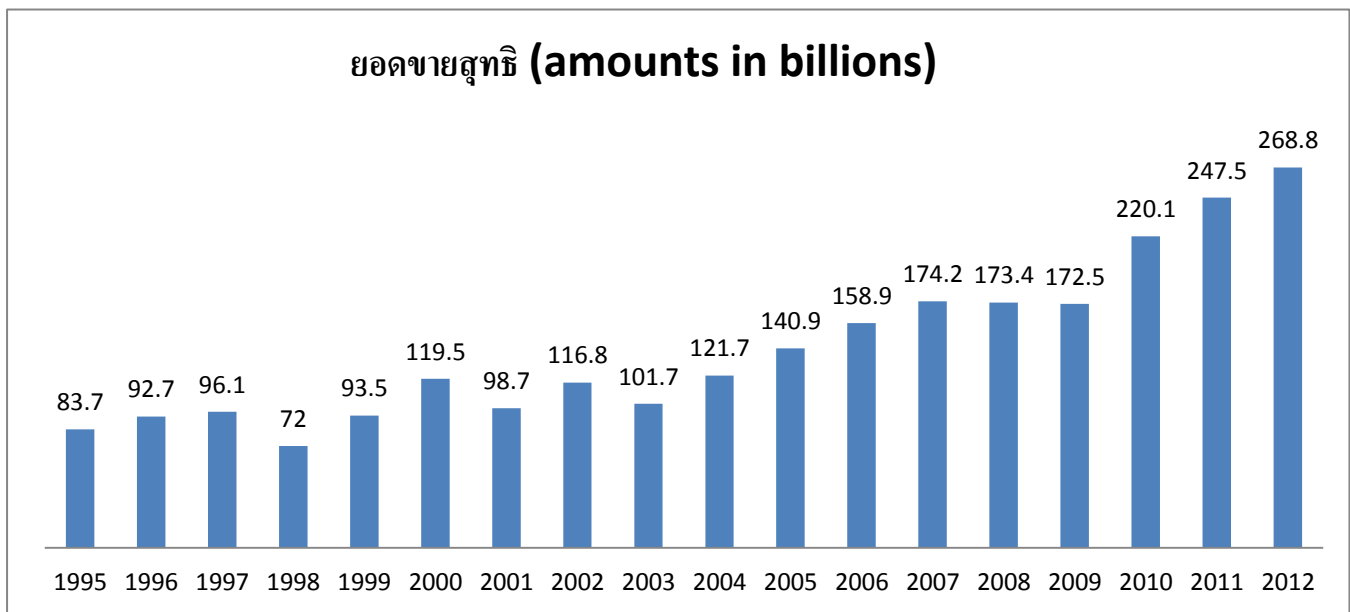
<http://www.samsung.com/th/aboutsamsung/samsungelectronics/history.html>



ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงมูลค่าการส่งออกของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์

ที่มา : วิเคราะห์ข้อมูลจาก Samsung [online], accessed 12 September 2013,

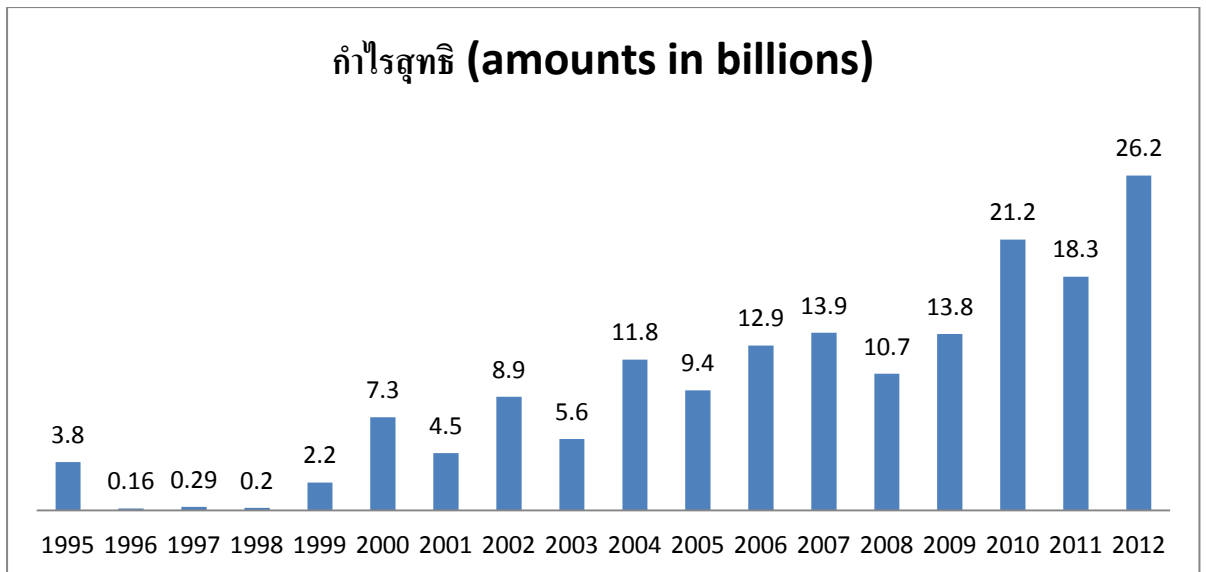
<http://www.samsung.com/th/aboutsamsung/samsung/performance/performance.html>



ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงยอดขายสุทธิของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์

ที่มา : วิเคราะห์ข้อมูลจาก Samsung [online], accessed 12 September 2013,

<http://www.samsung.com/th/aboutsamsung/samsung/performance/performance.html>



ภาพที่ 3 แผนภูมิแสดงกำไรสุทธิของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์

ที่มา : วิเคราะห์ข้อมูลจาก Samsung [online], accessed 12 September 2013,

<http://www.samsung.com/th/aboutsamsung/samsung/performance/performance.html>

จากกราฟจะเห็นได้ว่าซัมซุงมียอดขายและการส่งออกผลิตภัณฑ์ต่างๆเพิ่มขึ้นเรื่อยๆแต่กลับมีกำไรลดลงในบางปีเนื่องมาจากการทุ่มงบจำนวนมากในการตลาด การวิจัยและพัฒนา และการโฆษณาผลิตภัณฑ์ต่างๆของบริษัท



ภาพที่ 4 แสดงรายได้ต่อวินาทีของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์

ที่มา : Samsung value [online], accessed 12 September 2013, <http://samsungparty.com/samsung-is-the-worlds-second-most-average-seconds-per-two-hundred-thousand-baht/>

ในปี 2012 ได้มีผลสำรวจออกมาว่าซัมซุง กลายเป็นบริษัทที่ทำเงินได้มากที่สุดในโลก โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 6,484 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อวินาที คิดเป็นเงินไทยก็ประมาณ 207,488 บาท (32บาท = \$1) ที่นั่งอันดับที่สองพอสมควร ถือเป็นปีทองของ ซัมซุงจริงๆ ที่ผลิตภัณฑ์ของเค้าเป็นที่นิยมอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็น สมาร์ทโฟน, สมาร์ททีวี เป็นต้นครับ

3. ศึกษานโยบาย กลยุทธ์ และแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจุบันบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ความสำเร็จของซัมซุงมาจากปัจจัยที่สำคัญ คือ ความสำเร็จมาจากที่มาจากคุณภาพ ซัมซุงมีความเชื่ออย่างแรงกล้าในเรื่องการบริหารด้านคุณภาพ คุณภาพคือหัวใจของธุรกิจโดยแท้จริง ต้องใส่ใจกับการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มี

คุณภาพสูง เพื่อให้แข่งขันในตลาดได้ ผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดในโลกเท่านั้น ที่จะสามารถอยู่รอดได้ การเปลี่ยนแปลงเวลาทำงาน เปลี่ยนการทำงานมาเป็นระบบ 7-4 คือให้ทุกคนเริ่มงานเวลา 7.00 น. เลิกงาน 16.00 น. จากที่เคยเข้างาน 8.30 น. ส่งผลกระทบต่อพนักงานมากในช่วงแรก แต่ไม่นานก็เริ่มยอมรับการมาเข้าทำให้ทุกคนรู้ถึงความเร่งด่วน และความเสถียรที่จะอยู่รอด หลังเลิกงานพนักงานมีคุณภาพมีชีวิตที่ดีขึ้น สามารถออกกำลังกาย เรียนภาษาอังกฤษเพิ่มเติม เรียน ความรู้เพิ่มเติม ทำกิจกรรมต่างๆ และครอบครัวดีขึ้น การมาทำงานแต่เช้าทำให้หลีกเลี่ยงปัญหาการจราจรติดขัด ช่วยให้ประหยัดน้ำมัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน บางคนงานยังไม่เสร็จอาจจะอยู่ทำงานต่อ สร้างนิสัยและวัฒนธรรมการทำงานหนัก และทุ่มเทให้บริษัท ปัจจัยสำคัญที่สุดของความสำเร็จของซัมซุง ในปัจจุบันคือ พนักงานที่ขยันขันแข็ง และทุ่มเท การบริหาร CEO คุณสมบัติของ CEO คือ ต้องมีวิสัยทัศน์และเป้าหมายชัดเจน มีศีลธรรม คุณธรรม สามารถทำให้ลูกน้องปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ ใฝ่เรียนรู้ มีข้อมูลมาก วิเคราะห์ข้อมูลได้ ตัดสินใจถูกต้อง ตรงเวลา มองทะลุ คิดเสมอว่าตำแหน่งนี้เป็นข้อผูกมัดชั่วชีวิตและให้สำนึกเสมอว่า ตัวเองต้องเป็นมืออาชีพอย่างแท้จริง สามารถบริหารงานด้วยสติตลอดเวลา ต้องมีความรู้ ต้องเก่ง ต้องอัจฉริยะ มีความสามารถตรงๆ เฉพาะทาง การวัดผลงาน นโยบายซัมซุง จะให้รางวัลแก่ผู้ประสบความสำเร็จ แต่จะไม่ลงโทษผู้ที่ปฏิบัติงานแย่ บางคนแม้ผลงานอาจจะไม่เด่นนัก แต่มีความขยัน และมีความเพียรพยายาม ก็จะได้รับรางวัลเช่นกัน การฝึกอบรมบุคลากร บริษัทฝึกอบรมพนักงานใหม่อย่างเข้มข้น เป็นเวลา 27 วัน 26 คืน ที่ศูนย์ฝึกอบรม Creation Pavilion ปัจจุบันขยายเป็น 13 แห่ง ทั่วประเทศ สามารถรองรับคนเข้าอบรมได้ 3,700 คน เพื่อต้องการให้บริษัทซัมซุงเป็นคลังสมองของเกาหลี การสรรหาผู้เชี่ยวชาญ อิทธิพลของเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารในโลกอินเตอร์เน็ต ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากมาย ธุรกิจ ใน ค.ศ. 21 จะเชื่อมโยงถึงกันหมดด้วยอินเตอร์เน็ต บริษัท จึงให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับกระบวนการนวัตกรรม หรือ Innovation ทางเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร ให้ความสำคัญกับการผลิตชิ้นส่วน เซมิคอนดักเตอร์ และจอภาพ LCD ซึ่งเป็นตัวกำหนดความเร็วทางธุรกิจ มาเป็นตัวบริหารความเร็วของบริษัทซัมซุงจึงให้ความสำคัญกับการสรรหาผู้เชี่ยวชาญอย่างมาก มุ่งมั่นรุกตลาดจีน ไม่มีใครเป็นผู้ชนะได้หากไม่สามารถเอาชนะตลาดจีนได้ จีนเป็นทั้งผู้ผลิตและเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในโลก จำเป็นต้องเข้าใจวัฒนธรรมของชาวจีนอย่างถ่องแท้แทนที่จะเน้นเรื่องเทคนิคการขายอย่างเดียว จีนเข้มแข็งขึ้นทุกวัน ผู้นำชาว

จีนจบวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์ เป็นส่วนมาก **ศึกษาตลาดยุโรปอย่างลึกซึ้ง** มีการศึกษาวัฒนธรรม ศึกษาความเลิศจรรยาและความเป็นอยู่ ศึกษาว่าประเทศต่างๆ พื้นตัวมาได้อย่างไร อยู่รอดจากสงครามแล้วร่ำรวยมาได้อย่างไร เรียนรู้เพื่อความเป็นสากล **ต้องปราศจากการทุจริต** บริษัทต้องการวัฒนธรรมที่โปร่งใส ไม่ยอมให้เกิดการทุจริต ไม่ว่าจะ เป็นพนักงาน หรือ Supplier ถ้าคนใดทุจริตในการจัดซื้อ เขาเหล่านั้นจะไม่อนุญาตให้เข้าทำงานในบริษัทอีกต่อไป **การออกแบบเน้นความเป็นตัวตนของซัมซุง** ความเป็นซัมซุง ต้องเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สะท้อนถึงความเป็นเกาหลีดั้งเดิมและความเป็นวิทยาศาสตร์เข้าด้วยกัน การออกแบบคือ กลยุทธ์การบริหารความสำเร็จที่แท้จริง **ค้นคว้าวิจัยพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง** เพื่อการผลิตสินค้าและบริการให้เป็นบริษัทชั้นหนึ่งที่ดีที่สุดในโลก บริษัททุ่มทุนเพื่อการค้นคว้าวิจัยและพัฒนา ใช้งบ R&D 10 % ของยอดขาย ให้โบนัสที่โดดเด่น ถ้ามีผลงานดี ปัจจุบันมีนักวิจัย 850 คน ค้นคว้าวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะเป็นตัวกำหนดทิศทางธุรกิจสำหรับอนาคต ให้มีความสำคัญสำหรับอนาคต ให้ความเคารพวิศวกรและช่างเทคนิค การขึ้นเป็นเบอร์ 1 ต้องทำให้สินค้าและบริการออกมาดีที่สุด เร็วที่สุด และถูกต้องถูกเวลา คิดการณ์ใหญ่ มุ่งหน้าสู่อนาคต อุทิศตนให้กับการผลิตสินค้าที่ดีที่สุด สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด ด้วยศักยภาพสูงสุดและบริการที่ดีที่สุด ต้องแข่งขันทั้งโลกให้ได้ ผลกำไรแบ่งให้พนักงาน เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ต้องรู้ทุกอย่างเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ ต้องเรียนรู้ให้มากและทำงานให้หนักยิ่งขึ้น

4. วิเคราะห์ปัจจัยต่างๆที่ทำให้บริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จ

ปัจจุบันบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากจากที่เคยเป็นเพียงแค่บริษัทธรรมดาบริษัทหนึ่งในอดีต ปัจจัยหลายๆอย่างที่ทำให้ซัมซุงประสบความสำเร็จมาจนถึงทุกวันนี้ คือ การเน้นฝีมือและคุณภาพของพนักงาน คัดสรรบุคลากรอย่างพิถีพิถันเพื่อบำเนิมนโยบายตามเป้าหมายของซัมซุง พนักงานส่วนใหญ่ของซัมซุงมีความรู้ ประสบการณ์และความสามารถทางด้านภาษาซึ่งมีความจำเป็นมากในปัจจุบัน การให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซัมซุงเข้าใจถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของผู้บริโภคในประเทศต่างๆเป็นอย่างดีจึงทำให้สินค้าดีตลาดได้ง่าย การพัฒนาเทคโนโลยีให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ซึ่งซัม

ซุงได้ตอบโจทย์ของผู้บริโภคได้อย่างดี ซัมซุงเรียนรู้จากข้อผิดพลาดต่างๆที่เกิดขึ้นแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขไม่มีการละเลยหรือปล่อยผ่านไป มีการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่มีมายาวนานในการผลิตและพัฒนาสินค้าต่างๆได้เป็นอย่างดี เรียนรู้จากผู้นำด้านเทคโนโลยีทั้งในโลกตะวันตกและตะวันออก นำมาปรับปรุงแก้ไขจุดบกพร่องต่างๆของซัมซุง จึงทำให้ซัมซุงพัฒนาและเติบโตไปได้อย่างรวดเร็วและมั่นคง

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ ประการแรก เพื่อศึกษาพัฒนาการการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ ประการที่สอง เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ต่างๆ มูลค่าการส่งออกและรายได้ของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ ประการที่สาม เพื่อศึกษานโยบาย กลยุทธ์และแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ และประการที่สี่ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆที่ทำให้บริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จมาจนถึงปัจจุบัน

จากการวิจัยสรุปได้ว่า

1. จากการศึกษาพัฒนาการการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์นั้นเริ่มต้นจากการดำเนินกิจการส่งออกสินค้าทางด้านการเกษตรและประมงกับประเทศจีน จากนั้นค่อยๆพัฒนาตนเองโดยเริ่มต้นจากการผลิตเครื่องจักรเล็กๆอย่างเครื่องโม่แป้งและเครื่องทำขนม เริ่มมีการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในช่วงปี 1970 และถือเป็นบริษัทผลิตเซมิคอนดักเตอร์อันดับต้นๆของโลก ปี 1977 ธุรกิจซัมซุงเริ่มขยายออกไปอย่างกว้างขวาง มีการเติบโตขึ้นเรื่อยๆเนื่องมาจากความเฟื่องฟูของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน ซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ได้กลายเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ในตลาดภายในประเทศเกาหลีใต้ปี 1980 บริษัทซัมซุงได้ก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมฮาร์ดแวร์สำหรับการสื่อสารโทรคมนาคม ได้เริ่มดำเนินการผลิตโทรศัพท์มือถือ อีกทั้งบริษัทได้ลงทุนด้วยจำนวนมากไปกับการวิจัยเพื่อนำมาพัฒนาโทรศัพท์มือถือของตัวเองตลอดปี 1980 และในช่วงเวลานี้ซัมซุงได้ขยายบริษัทไปยังต่างประเทศอีกด้วย ปี 1987 การจากไปของประธานผู้ก่อตั้งนามว่า ลี เบียง ซอล ทำให้ทางบริษัทซัมซุง ได้แยกกลุ่มธุรกิจออกเป็น 4 กลุ่มธุรกิจ ดังนี้ คือ Samsung Group ดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์

อิเล็กทรอนิกส์, Shinsegae Group ดูแลเกี่ยวกับธุรกิจอาหาร, สารเคมี, การขนส่ง, ธุรกิจด้านความบันเทิง, กระจก และ โทรคมนาคม รวมถึงอีกสองกลุ่มธุรกิจที่เหลือคือ CJ Group และ Hansol Group อีกด้วย

ในปี 1997 เป็นช่วงที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งหมดของเกาหลีแต่ซัมซุงยังสามารถเติบโตได้ต่อไป เนื่องมาจากการเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและเครือข่าย รวมถึงการที่บริษัทให้ความสำคัญอย่างเต็มที่ในด้านอิเล็กทรอนิกส์ ในช่วงนี้ซัมซุงจึงได้ลดจำนวนบริษัทในเครือลงเหลือ 45 บริษัท ลดจำนวนพนักงานลงเกือบ 50,000 คน ขายธุรกิจ 10 ชนิดและพัฒนาความมั่นคงของโครงสร้างทางการเงิน ปี 2006 ทางซัมซุงได้ร่วมมือกับบริษัทผู้ผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์รายใหญ่ของประเทศญี่ปุ่นอย่าง Sony เพื่อเป็นการร่วมทุนธุรกิจผลิตจอแอลซีดีในประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งทั้งสองบริษัทนั้นได้ถือครองหุ้นเท่ากันที่ 50 เปอร์เซ็นต์ ปี 2011 ทางซัมซุงได้ดำเนินการเข้าซื้อหุ้นทั้งหมดจากการร่วมทุนธุรกิจผลิตจอแอลซีดีที่ทางโซนี่ ถือครองหุ้นอยู่ที่ 50 เปอร์เซ็นต์ ปี 2012 ซัมซุงถือเป็นผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือรายใหญ่ของโลก โดยการสร้างโรงงานผลิตที่มีมูลค่าสูงถึง 4 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ธุรกิจที่แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จอย่างเด่นชัดของซัมซุง คือ กลุ่มธุรกิจเครือข่ายคมนาคม ตั้งแต่เริ่มผลิตโทรศัพท์มือถือ ซัมซุงใช้เวลาเพียงสองปีสามารถทำตลาดขึ้นมาได้ ทำให้สินค้าของซัมซุงได้รับการยอมรับว่าเป็นสินค้าระดับบนและสามารถเข้าไปทำตลาดในที่ต่างๆได้ง่าย

ซัมซุงใช้เวลาเพียงไม่นานก็สามารถทำให้ธุรกิจของตัวเองเติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่ง กลายเป็นหนึ่งในผู้นำของโลกดิจิทัลในปัจจุบัน ซัมซุงนำกำไรที่ได้มาใช้ในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของซัมซุงมีคุณภาพและทันสมัยมากยิ่งขึ้น และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันซัมซุงเป็นบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์รายใหญ่ของโลก และยังคงสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ต่อไป

2. จากการศึกษาผลิตภัณฑ์ต่างๆ มูลค่าการส่งออกและรายได้ของบริษัทซัมซุง

อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ จากที่บริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์เคยเป็นผู้ผลิตสินค้าประเภทเซมิคอนดักเตอร์ในอดีต แต่ในปัจจุบันมี 4 ธุรกิจหลักคือ ธุรกิจเครือข่ายสื่อสารดิจิทัล ธุรกิจเครือข่ายโทรคมนาคม ธุรกิจเครื่องมืออุปกรณ์ และธุรกิจเครื่องใช้ดิจิทัล ซึ่งใน

ปัจจุบันซัมซุงได้มีผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดหลากหลายชนิด เช่น โทรศัพท์มือถือ เครื่องใช้ไฟฟ้า ภายในบ้าน คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายภาพ และอื่นๆอีกมากมาย

และจากการที่ได้ศึกษามูลค่าการส่งออกและรายได้ของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ซัมซุงมีรายได้และมูลค่าในการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี ยกเว้นในช่วงแรกๆที่ยังอยู่ในช่วงปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงรูปแบบของธุรกิจ แต่หากสังเกตจากกำไรแล้ว ซัมซุงมีกำไรลดลงเนื่องมาจากบริษัทได้นำกำไรทั้งหมดมาใช้ในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆเพื่อต้องการพัฒนาคุณภาพสินค้าให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น การใส่ใจและทุ่มเทให้กับการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งของซัมซุงจึงทำให้ซัมซุงเป็นบริษัทที่มีรายได้สูงอันดับต้นๆของโลกในโลกดิจิทัล

3. จากการศึกษานโยบาย กลยุทธ์และแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทซัมซุง

อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ซัมซุงมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบกลยุทธ์หลายๆอย่างในการดำเนินธุรกิจของบริษัทจนสำเร็จ ซึ่งก็ได้แก่ การเน้นการผลิตที่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ของซัมซุงจะต้องมีคุณภาพสูง เพื่อความมั่นใจของผู้บริโภค มีการเปลี่ยนแปลงเวลาทำงานเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน หลีกเลี่ยงการจราจรที่แออัด พนักงานมีเวลาในการทำกิจกรรมต่างๆหลังเลิกงานมากขึ้น การบริหาร ceo ต้องเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและความสามารถ ปราศจากการทุจริต และมีเป้าหมายในการทำงานอย่างชัดเจน การวัดผลงาน ซัมซุงจะให้รางวัลแก่ผู้ที่ประสบความสำเร็จ แต่จะไม่ลงโทษ ผู้ปฏิบัติงานแะ ในบางครั้งซัมซุงไม่ได้ต้องการคนเก่งแต่ต้องการคนที่มีความขยันและความเพียรพยายาม มีการฝึกอบรมบุคลากรเพื่อประสิทธิภาพในการทำงาน การสรรหาผู้เชี่ยวชาญในแต่ละประเทศ การศึกษาตลาดยุโรปอย่างลึกซึ้งเพื่อเข้าใจวัฒนธรรมและความเป็นอยู่ ศึกษาธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและนำมาปรับใช้ในการทำงาน การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นความเป็นตัวตนของซัมซุง สะท้อนความเป็นเกาหลีและวิทยาศาสตร์เข้าด้วยกัน และการค้นคว้าวิจัยพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด เหมาะสมกับอนาคต และสามารถที่จะแข่งขันในตลาดโลกได้

4. จากการศึกษาปัจจัยต่างๆที่ทำให้บริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จมาจนถึงปัจจุบัน

พบว่า ปัจจัยหลายๆอย่างที่ทำให้ซัมซุงประสบความสำเร็จมาจนถึงทุกวันนี้ คือ การเน้น

ฝีมือและคุณภาพของพนักงาน การคัดสรรบุคลากรอย่างพิถีพิถันเพื่อดำเนินนโยบายตามเป้าหมายของซัมซุง พนักงานส่วนใหญ่ของซัมซุงมีความรู้ ประสบการณ์และความสามารถทางด้านภาษาซึ่งมีความจำเป็นมากในปัจจุบัน การให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การเข้าใจถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของผู้บริโภคในประเทศต่างๆเป็นอย่างดีทำให้สินค้าดีตลาดได้ง่าย การพัฒนาเทคโนโลยีให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ซึ่งซัมซุงได้ตอบโจทย์ของผู้บริโภคได้อย่างดี ซัมซุงเรียนรู้จากข้อผิดพลาดต่างๆที่เกิดขึ้นแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขไม่มีการละเลยหรือปล่อยผ่านไป การเรียนรู้จากประสบการณ์ที่มีมายาวนานในการผลิตและพัฒนาสินค้าต่างๆได้เป็นอย่างดี เรียนรู้จากผู้นำด้านเทคโนโลยีทั้งในโลกตะวันตกและตะวันออกนำมาปรับปรุงแก้ไขจุดบกพร่องต่างๆของซัมซุง จึงทำให้ซัมซุงพัฒนาและเติบโตไปได้อย่างรวดเร็วและมั่นคง

ข้อจำกัดในการวิจัยครั้งนี้

1. ข้อจำกัดในด้านค้นคว้าข้อมูล เนื่องจากข้อมูลส่วนใหญ่เป็นข้อมูลใหม่ จึงมีหนังสืออยู่จำนวนน้อย ข้อมูลส่วนใหญ่จึงมาจากการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต และมักประสบปัญหาความน่าเชื่อถือในแหล่งข้อมูล
2. ข้อจำกัดในด้านภาษา เนื่องจากเป็นข้อมูลใหม่จึงไม่ค่อยมีหนังสือภาษาไทย ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นภาษาเกาหลีและภาษาอังกฤษ จึงยากต่อการเรียบเรียงเป็นภาษาไทย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาบทบาทของบริษัทซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์กับสังคมในปัจจุบัน และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับบริษัทอื่นๆที่ประกอบธุรกิจด้านอิเล็กทรอนิกส์เช่นเดียวกับซัมซุง
2. ควรมีการศึกษาบทบาทของผลิตภัณฑ์ซัมซุงว่าเข้าไปมีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด

บรรณานุกรม

[สื่อสิ่งพิมพ์]

จอห์น ฮยองจิน มุน. (2556). **Samsung's way** วิถีแห่งผู้ชนะ. แปลโดย ภัททิรา จิตต์เกษม.

กรุงเทพฯ : อมรินทร์.

ซอง ฮอง กิม. (2550). **เมื่อ SAMSUNG ผงาดสู่ตลาดโลก**. แปลโดย สุริสา ประชาบาล. กรุงเทพฯ :

สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น).

ลี ชังอู. (2549). **บทเรียนความสำเร็จดี เบียงซอล**. แปลโดย จิราพร จันจุฬา. กรุงเทพฯ : เอเชียเพลส.

สงฮาซัง. (2547). **ซัมซุง : มหาอำนาจอิเล็กทรอนิกส์**. แปลโดย อรจิรา. กรุงเทพฯ : สยามอินเตอร์บุ๊กส์.

[สื่ออิเล็กทรอนิกส์]

ซัมซุง กรณีศึกษาสู่การเป็นพรีเมียมแบรนด์. (2548). [online]. เข้าถึงเมื่อ 24 สิงหาคม 2556.

เข้าถึงจาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=3346

ซัมซุงศึกษา. (2556). [online]. เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคม 2556. เข้าถึงจาก

<http://www.slsc.nu.ac.th/index.php/news-logistics/item/83-news.html>

ซัมซุงสโตร์. (2555). [online]. เข้าถึงเมื่อ 20 ธันวาคม 2556. เข้าถึงจาก

<http://www.mxphone.net/251212-samsung-ranked-number-one-impression-list/>

ต้นแบบผลิตภัณฑ์กับกระบวนการ R&D. (2556). [online]. เข้าถึงเมื่อ 5 มกราคม 2557. เข้าถึงจาก

<http://incquity.com/articles/prototype-and-rd>

ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าซัมซุง. (2556). [online]. เข้าถึงเมื่อ 25 ธันวาคม 2556. เข้าถึงจาก

http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=194801:2013-08-13-06-41-17&catid=109:2009-02-08-11-36-01&Itemid=460#.UwC32GJ_vEI

สร้างคนสร้างแบรนด์โลกแบบซัมซุง. (2555). [online]. เข้าถึงเมื่อ 25 ธันวาคม 2556. เข้าถึงจาก

<http://www.hrtothai.com/Articles/Index/874>

ประเสริฐ เอี่ยมรุ่งโรจน์. (2556). เปิดเผยกลยุทธ์สำคัญที่เปลี่ยนชะตากรรมของ Samsung ไปตลอด

กาล. [online]. เข้าถึงเมื่อ 25 สิงหาคม 2556. เข้าถึงจาก <http://www.pinnyforever.com/2013/04/10/samsung-strategy-change-world/>

ยุทธศักดิ์ วัฒนาสวัสดิ์. (2548). ซัมซุง กรณีศึกษาสำคัญด้านบริหารธุรกิจ. [online]. เข้าถึงเมื่อ 25

สิงหาคม 2556. เข้าถึงจาก <http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9480000142456>

ศรัณยพงษ์ เทียงธรรม. (2548). การฉีกกำลังการตลาด. [online]. เข้าถึงเมื่อ 25 สิงหาคม 2556.

เข้าถึงจาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=3145

สาวิตรี รินวงษ์. (2556). ทรูตลาดเอเชีย ถอดรหัสแบรนด์ดัง ใต้น้ำใต้อาเซียนแบรนด์. [online].

เข้าถึงเมื่อ 25 สิงหาคม 2556. เข้าถึงจาก <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/bizweek/20130527/507360>

Functional Strategy. (2555). [online]. เข้าถึงเมื่อ 20 ธันวาคม 2556. เข้าถึงจาก

<http://dc352.4shared.com/doc/bDpTixmV/preview.html>

Samsung Digital convergence is a revolution. (2545). [online]. เข้าถึงเมื่อ 20 ธันวาคม 2556.

เข้าถึงจาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=1615

