Компаративна анализа конкурентности између компанија Самсунг и Епл

Огњен Ракетић¹, Ирена Рашевић²

¹ФИМ Београд, ognjen.raketic@gmail.com

²ФТН Чачак, irenarasevic@yahoo.com

Апстракт: Рад има за циљ да објасни кроз компаративну анализу конкурентност између компанија Самсунг и Епл. Такође, чланак указује на утицај конкуренције на убрзање развоја нових технологија. Осим тога, рад даје увид у пословање компанија Самсунг и Епл за период од 2012. до 2016. године. Након уводног поглавља у ком су представљене компаније Самсунг и Епл, њихове визије, мисије, циљеви и стратегије и пословне филозофије, овај рад пружа опширну упоредну анализу ове две компаније, од графичких приказа броја запослених, улагања у иновације, удела у тржишту, профитабилности до упоредног приказа њихових производа. На крају овог рада је упоређен менаџмент управљања квалитетом, SWOT анализа, као и закључне премисе и литература. Сврха и значај овог рада јесте приказивање битности конкуренције у развоју сопствених потенцијала. Такође, овај рад је примењив како за студенте, тако и за маркетинг стручњаке који желе да употпуне своја лична истраживања.

Кључне речи: Квалитет, иновације, профитабилност, технологија, учешће у тржишту.

The Comparative Analysis of Competitiveness Between Samsung and Apple

Abstract: The paper aims to explain the comparative analysis of competitiveness between Samsung and Apple. Also, the paper shows the impact of competition on accelerating the development of new technologies. In addition, the article provides insight into the operations of Samsung and Apple for period between 2012 and 2016. After an introduction in which Samsung and Apple are presented by their vision, mission, goals and strategies, and business philosophies, this article will provide a detailed comparative analysis of the two companies, from the graphic displays of number of employees, investment in innovation, market share, profitability to a comparative review of their products. At the end of this work TQM philosophy, SWOT analysis, and final premise and literature will be compared. The purpose and significance of this paper is to show the importance of competition in the development of their own potential. Also, this paper is applicable both for students and for marketing professionals who want to complement their personal research.

Key words: Quality, inovations, profit, technology, market share.

1. Увод

Компаније Самсунг и Епл су гиганти у области нових технологија и велики конкуренти. Занимљива чињеница је да иако су ове две компаније конкуренти, заправо помажу једна другој да буду боље. Пример овакве сарадње јесте да Епл користи Самсунгове делове, попут матичне плоче и сл. Ове две компаније представљају два различита приступа. Компанија Самсунг покушава да буде што иновативнија и да свој асортиман диверсификује, а самим тим и допре до одређеног броја купаца, док је Епл фокусиран на једно поље истраживања и тиме се намеће купцима.

Конкурентност представља константну тежњу конкурената да буду бољи од оног што се тренутно налази на тржишту, а самим тим они испитују своје лимите. Конкурентност доприноси већем квалитету производа или услуга, али и већем избору. Компаније Самсунг и Епл показују како утиче конкурентност на развој производа и у наредним странама ће бити приказана детаљна анализа конкурентности између те две компаније.

1. Визија, мисија, циљеви и пословна филозофија компанија

1.1. Самсунг

Компанија Самсунг основана је у граду Сувон у Кореји 1969. године и данас је један од лидера у области ИКТ-а са својих 200 филијала широм света. Самсунг броји 392.305 запослених према подацима из 2016. године. Визија компаније гласи: „Инспириши свет, стварај будућност“. Мисија компаније је да надахну свет новим технологијама, производима и креативним решењима које ће обогатити животе људи, такође и допринети друштвеној одговорности и одрживој будућности. Стратегија предузећа јесте подстицање креативности, партнерства и изванредности код људи. Циљ Самсунга јесте да до 2020. године достигне годишњу продају од 400 милијарди америчких долара, као и да буду у топ 5 светских брендова по вредности компаније, као и континуирани раст и развој. Пословна филозофија компаније Самсунг је оријентисаност ка развоју и сталним иновацијама, такође, компанија сматра да су запослени, њихова креативност, таленат и посвећеност кључ њиховог успеха.

1.2. Епл

Компанија Епл основана је у граду Купертино, САД, 1976. године и један је од главних конкурената компаније Самсунг у области ИКТ-а. Епл компанија броји 116.000 запослених према подацима из 2016. године. Визија компаније гласи: „Постати једна од највреднијих светских компанија и симбол иновативности и елегантности у дизајну“. Мисија компаније Епл јесте мењање пословног окружења, заједно са утицајем и могућностима које му пружа компанија Епл. Стратегија предузећа јесте диференцирање од конкуренције. Циљ Епла јесте стварање нових производа и услуга као што су јачи персонални рачунар, унапређена подршка, свестрани музички плејери и сл. Пословна филозофија компаније Епл гласи: јединственост у приступу дизајнирања рачунара, паметних телефона, софтвера и оригинална маркетиншка кампања.

2. Удео компанија Самсунг и Епл на глобалном тржишту паметних телефона у периоду од 2012. до 2016. године

Слика 1: Присутност компанија на глобалном тржишту паметних телефона у периоду од 2012. до 2016. године

Извор: <http://panmore.com/>. Анализа: Аутори.

На графикону изнад приказана је присутност компанија на глобалном тржишту паметних телефона у периоду од 2012. до 2016. године. Компанија Самсунг је у 2012. и 2013. имала око 30% удела на глобалном тржишту паметних телефона, док је након глобалне кризе 2014. године тај проценат пао за око 10% и сада износи око 18%. Насупрот компанији Самсунг, компанија Епл је достигла свој врхунац и у последњих 5 година удео у тржишту је између 17.80% и 22%.

3. Компаративна анализа броја запослених за период од 2012. до 2016. године

3.1. Самсунг

Слика 2: Графички приказ броја запослених у компанији Самсунг за период од 2012. до 2016. године

Извор: <http://www.samsung.com/rs/>.

3.2. Епл

Слика 3: Графички приказ броја запослених у компанији Епл за период од 2012. до 2016. године

Извор: www.apple.com.

Упоредна анализа броја запослених јасно показује да Самсунг има већи раст броја запослених у протеклих пет година.

4. Упоредна анализа улагања у инвестиције за период од 2012. до 2016.

Слика 4: Улагање у инвестиције за период од 2012. до 2016. године

Извор: <https://www.strategyand.pwc.com/innovation1000>, приступљено 20. 03. 2017. Анализа: Аутори

На овом графикону је приказано улагање у инвестиције за период од 2012. до 2016. године. Компанија Самсунг је на пољу ИТ-а и високе технологије на првом месту по улагању у инвестиције и оне се у претходних 5 година крећу од 9 до 14.1 милијарду долара, док компанија Епл улаже знатно мања средства у иновације и тај износ се креће од 2.4 до 8.1 милијарди долара. Упркос већим улагањима у инвестиције, компанија Самсунг варира између 3. и 6. места по иновативности у претходних 5 година, док је компанија Епл од 2012. на првом месту по иновативности.

Упоредна анализа оствареног профита за период од 2012. до 2016. године

Слика 5: Упоредивање оствареног профита за период од 2012. до 2016. године

Извор: <http://panmore.com>. Анализа

Графикон изнад показује укупан профит у претходних 5 година обе компаније. Компанија Самсунг од 2013. године остварује мањи профит од компаније Епл због тога што значајно улаже у иновације и излази на нова тржишта. Дугорочно гледано, компанија Самсунг има већи финансијски потенцијал од компаније Епл.

5. Асортиман производа

5.1. Самсунг

Компанија Самсунг располаже великим бројем разноврсних производа из домена мобилне телефоније, ИТ-а, кућних апарата, аудио-видео опреме, као и ТВ уређаја. У наредној табели дат је преглед свих важнијих Самсунгових артикала.

Табела 1: Приказ Самсунгових артикала

Мобилни уређаји	ТВ уређаји	АВ опрема	Кућни апарати	ИТ
-Паметни телефони	-Q LED	-Soundbar звучник	-Фрижидери	-Монитори
-Носиви уређаји	-SUHDTV	-Систем за кућну забаву	-Апарати за кување	-Штамачи
-Таблети	-UHDTV	-Дигитална компонента	-Клима уређаји	- Мултифункционални уређаји
	-FULL HD/HDTV	-Blu-ray и DVD плејер	-Машине за веш и усушивачи	-Потрошни материјал

Извор: <http://www.samsung.com/rs/>

5.2. Епл

Компанија Епл располаже знатно мањим бројем производа у свом асортиману и углавном је фокусирана на мобилну телефонију, ИТ и паметне уређаје. У оквиру својих брендова Епл развија по неколико различитих уређаја, на пример iPod садржи неколико верзија попут *classic*, *nano*, итд. У наредној табели дат је приказ Еплових производа.

Табела 2: Приказ Еплових артикала

Мобилни уређаји	Паметни уређаји	ТВ уређаји	Аудио уређаји	РС уређаји
iPhone и iPad	iWatch	iTV	iPod	Mac

Извор: www.apple.com

6. Упоредна анализа менаџмента квалитетом

У данашњем пословном окружењу управљање квалитетом је изазов са којим се суочава свака компанија. Управљање тоталним квалитетом представља филозофију, сет алата и процеса чија примена доноси континуирано унапређивање и потрошачку сатисфакцију. Принципи тоталног квалитета имају за циљ да унапреде пословање кроз партиципацију свих запослених у решавању проблема у свим деловима организације.

TQM концепт се залаже за победничко понашање, односно „win-win attitude“, обезбеђујући додатну вредност производима и услугама. Овакав приступ обједињава концепт квалитета производа, процесну контролу, обезбеђење квалитета и унапређење квалитета. TQM покрива све функције у организацији, почевши од маркетинга и продаје, кроз дизајн, производњу и услуге. За успешну имплементацију неопходна су три фактора: ефективан тренинг, ефективна имплементација и потпуна посвећеност топ менаџмента. Основни концепти ове филозофије су континуирано унапређење процеса, усредсређеност на корисника, превенција дефеката и универзална одговорност (Томић 2013).

Самсунг и Епл примењују TQM у руковођењу квалитетом, с тим што је Самсунг фокусиран на управљање извршношћу и резултатима који афектују на потрошаче. Епл је фокусиран на класични TQM и своје производе је усмерио на оно што сматрају да потрошачи желе.

Компаративна SWOT анализа

Компанија Самсунг важи за компанију која је међу најбрже растућим светским компанијама, и предвиђања су да ће до 2020. године премашити 400 милијарди долара у продаји својих производа. SWOT анализа компаније Самсунг представља додатак компаративној анализи конкурентности, али пружа и потпуније разумевање компаративне анализе.

Слика 6: Приказ SWOT анализе компаније Самсунг

Компанија Епл важи за једну од најиновативнијих компанија на пољу ИТ-а и упркос мањем буџету за иновације успева да опстане на водећем месту по иновативности. Епл важи за највреднији светски бренд са процењеном вредношћу од 178.12 милијарди долара према подацима из 2016. године. SWOT анализа компаније Епл доприноси дубљем разумевању ове анализе.

Слика 7: SWOT анализа компаније Епл

7. Закључак

Компаративна анализа компанија Самсунг и Епл показује како конкурентност позитивно утиче на убрзани развој нових технологија и производа. Такође, компаративна анализа ове две компаније приказује да постојање конкуренције заправо помаже постављању нових циљева и тестирања сопствених могућности.

Глобално тржиште је постало окупирано новим брендovima, али упркос томе компаније Самсунг и Епл и даље имају висок проценат удела у тржишту који у претходних 5 година варира између 36% и 51% на глобалном нивоу. Такође компаније Самсунг и Епл имају значајна средства у буџету који је намењен за иновације и који такође варира између 9 и 14.1 милијарди долара за компанију Самсунг и између 2.4 и 8.1 милијарди долара за компанију Епл. Ово истраживање је показало да буџет за иновације не значи нужно и прво место по иновативности, у последњих пет година, компанија Епл константно држи примат по питању иновативности, док компанија Самсунг варира између трећег и седмог места.

Од 2012. године компанија Самсунг има бржи раст по питању броја запослених те је у претходних пет година порасла од 221.726 запослених на 392.305 запослених, док је у истом периоду компанија Епл порасла са 72.800 запослених на 116.000 запослених. Осим што су једни од највреднијих светских брендова, компаније Самсунг и Епл спадају и у најпрофитабилније компаније са годишњим профитом између 22.4 и 53.4 милијарде долара.

Контрола квалитета у обе компаније је на високом нивоу и константно се улаже у тренинг запослених, како би квалитет производа био на задовољавајућем нивоу и како би одговорио потребама купаца. Компанија Епл, иако има мањи асортиман производа у односу на компанију Самсунг, показује да фокусираност у једној сфери пословања, конкретно ИТ, може бити веома профитабилна. Ипак,

компанија Самсунг, дугорочније гледано, има веће шансе за унапређење и ширење свог бренда на нова тржишта, па самим тим се може очекивати и раст вредности бренда, као и раст профита.

SWOT анализе обе компаније приказују да обе компаније, упркос томе што су међу највећим светским брендovima, имају своје недостатке и опасности које им прете од све веће конкуренције.

Литература:

1. Томић, С. (2013), Управљање квалитетом, Београд, Факултет за инжењерски менаџмент, стр. 77.
2. <http://www.samsung.com/rs/aboutsamsung/>, приступљено 20. 03. 2017.
3. <http://panmore.com/>, приступљено 18. 03. 2017.
4. <http://panmore.com/apple-mission-statement-vision-statement>, приступљено 19. 03. 2017.
5. <http://www.samsung.com/semiconductor/about-us/quality-management/#TRAINING>, приступљено 20. 03. 2017.
6. <https://www.strategyand.pwc.com/innovation1000>, приступљено 20. 03. 2017.
7. <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS42268917>, приступљено 20. 03. 2017.