

Wioletta Kilar

Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej
w Krakowie

Kształtowanie się Grupy Samsung w warunkach globalizacji

Zachodzące w przestrzeni światowej procesy globalizacji oddziałują na gospodarkę, społeczeństwo, politykę i kulturę. Podstawową rolę w nasilaniu tych procesów odgrywają korporacje ponadnarodowe, które, lokalizując swoje oddziały w światowych układach regionalnych, wpływają na kształtowanie sieciowych układów rynkowych dla oferowanych produktów i usług. W konsekwencji korporacje stanowią wiodącą grupę podmiotów w gospodarce światowej oraz uaktywniają procesy umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstw (Rosińska-Bukowska 2009, Ziolo 2006).

Postępujący proces rozwoju społeczno-gospodarczego, związany z przechodzeniem z fazy postindustrialnej do fazy informacyjnej, przejawia się m.in. powstawaniem nowych sektorów gospodarczych oraz instytucji, które spełniają nowe funkcje wynikające z nowych potrzeb postępu cywilizacyjnego. Istotną cechą społeczeństwa informacyjnego jest pojawianie się firm, które reprezentują nowy sektor przedsiębiorstw związanych z IT (Ziolo 2004, s. 97).

Jak przyjmuje T. Stryjakiewicz (2009, s. 21–22), „rozwój sektora informatycznego pociąga za sobą m.in.: zmianę tradycyjnych czynników lokalizacji działalności gospodarczej, zmianę ścieżek rozwoju regionalnego, zmianę polityki regionalnej i lokalizacyjnej”. Co istotne, współcześnie informację i wiedzę uznaje się za podstawowy, strategiczny zasób (bazę) gospodarki i firm, a ludzi za najważniejszy ich kapitał. Szczególną rolę w tej fazie rozwoju odgrywają technologie informatyczne, które są wykorzystywane nie tylko do obsługi i przetwarzania danych (tj. zbierania, przechowywania, analizowania i rozpowszechniania informacji), ale również m.in. do kreowania nowych wartości dla klientów, w postaci innowacyjnych produktów i usług (Borowiec 2009, Dorocki, Jenner 2009, Fields 2006, Kilar 2009, Rachwał 2008, Ziolo 2008).

W świetle tych przesłanek zasadniczym celem niniejszej pracy jest przedstawienie analizy procesu kształtowania się Grupy Samsung. Zmierzają do określenia jej potencjału ekonomicznego, zasięgu oddziaływania i przestrzennego zróżnicowania asortymentu produkcji oraz uchwycenia nasilających się procesów globalizacji gospodarki światowej, które wpłynęły na kształtowanie się i rozwój badanej korporacji.

Korporacja Samsung została założona w 1938 r. w Taegu w Korei Południowej. W czasie rozwoju odznaczała się zmianami asortymentu produkcji i zasięgiem rynków. Początkowo firma zajmowała się głównie działalnością eksportową, sprzedając suszone ryby, warzywa i owoce do Mandżurii oraz Pekinu. Po upływie zaledwie jednej dekady firma Samsung posiadała już młyny zbożowe (m.in. ryżu) i urządzenia cukiernicze, zajmowała się produkcją i sprzedażą, a ostatecznie stała się fundamentem współczesnej globalnej korporacji (<http://www.samsung.com>).

Rozwój firmy wiązał się z wprowadzaniem na rynek coraz to nowocześniejszych i bardziej funkcjonalnych urządzeń oraz z tworzeniem lub wykupywaniem małych firm z różnych branż.

Wraz z rozszerzaniem asortymentu produkcji i usług zmieniała się też struktura firmy. W latach 50. XX w. w strukturach Grupy Samsung powstały takie spółki-córki, jak: Samsung Moolsan (1951 r., obecnie Samsung Corporation), która zajmowała się głównie handlem, Cheil Industries Inc. (1954 r.), lider w Korei w branży włókienniczej, odzieżowej i chemicznej, oraz zakupiona firma z branży ubezpieczeniowej Ankuk Fire&Marine Insurance (1958 r., w 1993 r. zmieniono nazwę na Samsung Fire&Marine Insurance).

W latach 60. XX w. proces rozrastania się korporacji dynamicznie postępował. W 1963 r. przejęła ona firmę również z branży ubezpieczeniowej, DongBang Life Insurance (zmieniono nazwę na Samsung Life Insurance w lipcu 1989 r.), w 1966 r. założyła Joong-Ang Development zajmującą się budową m.in. kompleksów restauracji, klubów golfowych (obecnie Samsung Everland). W 1969 r. powstało przedsiębiorstwo Samsung-Sanyo Electronics (1 marca 1975 r. zmieniło ono nazwę na Samsung Electro-Mechanics), w którym po roku działalności rozpoczęto produkcję czarno-białego telewizora (model P-3202).

W latach 70. XX w. Samsung ukształtował strategiczne filary przyszłego rozwoju przedsiębiorstwa, inwestując w przemysł ciężki, chemiczny i petrochemiczny. W tym czasie firma podjęła również inicjatywę zmierzającą do wzmocnienia konkurencyjności na światowym rynku tekstylnym, integrując proces produkcji, począwszy od surowców aż po wyroby końcowe. W wyniku tych przedsięwzięć założono kilka nowych firm, w tym Samsung Heavy Industries Company (w 1974 r.) oraz Samsung Shipbuilding i Samsung Precision Company (obecnie Samsung Techwin w 1977 r.).

Kolejna fala dynamicznego rozwoju firmy nastąpiła wraz z rozwojem działu elektroniki użytkowej. Korporacja nabyła 50% udziałów w firmie Korea Semiconductor, co spowodowało jej umocnienie jako lidera w dziedzinie produkcji półprzewodników. W 1974 r. rozpoczęła produkcję pralek i lodówek, a w 1979 r. – kuchenek mikrofalowych. W tym czasie Samsung był głównym producentem na krajowym rynku koreańskim i rozpoczął eksport produkowanych urządzeń za granicę.

Pod koniec lat 70. rozpoczął się okres urozmaicenia i globalnego wzrostu w podstawowych obszarach działalności firmy. W 1987 r. została założona firma Samsung Aerospace Industries (obecnie Samsung Techwin), która w bardzo szybkim tempie rozwijała swój potencjał, skupiając się na przemyśle lotniczym i astronautycznym. Korporacja podjęła się wdrażania systemów elektronicznych, otwierając w 1985 r. nową firmę Samsung Data Systems (obecnie Samsung SDS). Stała się ona liderem w zakresie usług technologii informacyjnych, obejmujących integrację systemów, zarządzanie nimi, doradztwo i usługi sieciowe. Rosnący nacisk na technologię w korporacji Samsung doprowadził do utworzenia w tym okresie dwóch instytutów badań i rozwoju (R&D), które pomogły rozszerzyć zasięg działalności w zakresie elektroniki, półprzewodników, chemikaliów wysokopolimerowych, inżynierii genetycznej, telekomunikacji optycznej, przemysłu lotniczego i astronautycznego. Ponadto podjęto badania w nowych obszarach innowacyjnych technologii, od nanotechnologii po zaawansowaną architekturę sieciową.

Od 1987 r., tj. od śmierci założyciela firmy (Byung-Chull Lee), kiedy jego syn (Kun-Hee Lee) zastąpił go na stanowisku prezesa, Samsung skoncentrował się na restrukturyzacji tradycyjnych obszarów działalności i wprowadzeniu nowych zasad, dzięki którym przedsiębiorstwo miało dążyć do zdobycia pozycji jednej z pięciu głównych światowych firm elektronicznych. W tym okresie rozpoczęto produkcję klimatyzatorów (1980 r.) oraz komputerów osobistych (1983 r.).

Wczesne lata 90. XX w. były okresem ogromnych wyzwań ze względu na szybki rozwój wysoko zaawansowanych technologii. Trwała wówczas ogromna konkurencja i dochodziło do

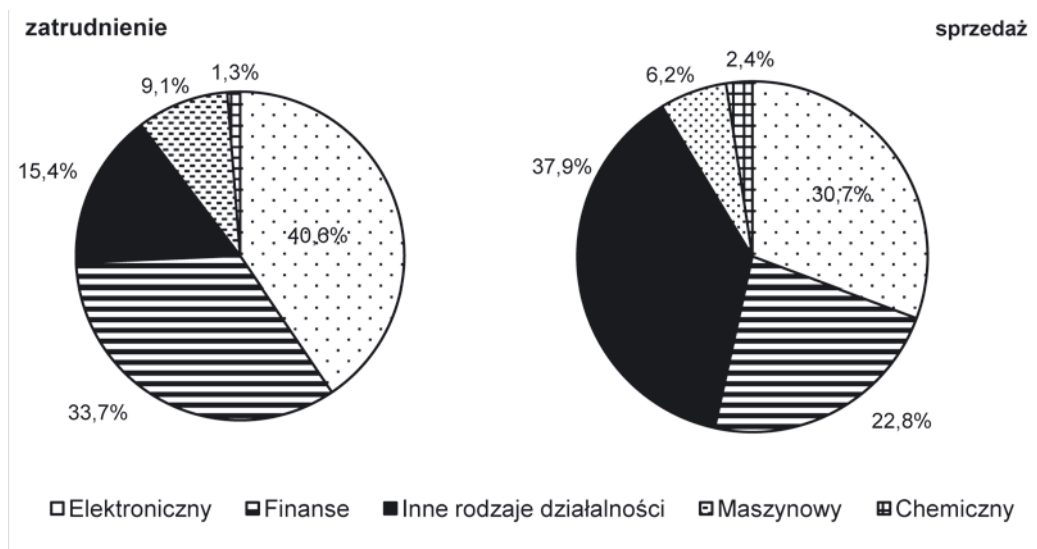
konsolidacji korporacji. Firmy zostały zmuszone do dokładnego przeanalizowania swoich technologii i oferty usług. Nastąpił rozwój międzynarodowej działalności handlowej pomiędzy krajami a firmami.

Samsung w pełni wykorzystał swoje możliwości, zmieniając strategię biznesową, tak by móc lepiej odpowiadać na potrzeby rynku. W tym czasie osiągał znakomite wyniki na polu nowych technologii, gdyż zakończono prace nad pierwszą na świecie dynamiczną pamięcią (DRAM 64 MB) oraz nad twardym dyskiem 250 MB, opracowano też własny system telefonów komórkowych. W 1992 r. rozpoczęto produkcję części wyrobów w Chinach.

Od połowy lat 90. w raportach finansowych korporacji wskazuje się na potrzebę dostosowania się do zachodzących procesów globalizacji, skoncentrowania się na wprowadzaniu na rynek innowacji oraz, co się z tym wiąże, zwiększenia nakładów na działalność badawczo-rozwojową z dotychczasowych 5% wartości sprzedaży do 12% w kolejnych latach.

W wyniku systematycznego rozwoju Grupa Samsung znacznie zwiększyła swój potencjał ekonomiczny i produkcyjny. W 1995 r. zatrudniała łącznie 256 tys. osób w swoich oddziałach w 66 państwach. Wówczas działalność korporacji koncentrowała się już na przemyśle elektronicznym, w którym zatrudnionych było 104 tys. osób, tj. 40,6% ogółu zatrudnionych (ryc. 1). Znaczącą rolę odgrywała również działalność finansowa, skupiająca 33,7% ogółu zatrudnionych. Najwyższe wyniki działalności zanotowano również w przemyśle elektronicznym. Łącznie Grupa Samsung osiągnęła sprzedaż wynoszącą 87 mld USD, w tym przedsiębiorstwa przemysłu elektronicznego uzyskały 27 mld USD, tj. 30,7% ogółu wartości sprzedaży.

Ryc. 1. Struktura zatrudnienia i sprzedaży Grupy Samsung wg rodzajów działalności w 1995 r.



Źródło: opracowanie własne.

W drugiej połowie lat 90. wiele różnych produktów korporacji Samsung – począwszy od półprzewodników po monitory komputerowe i kolorowe kineskopy – uzyskało rangę czołowych produktów: pięć z nich miało największy udział w globalnym rynku, a kolejnych 12 zdobyło najwyższe pozycje na rynku krajowym (www.samsung.com).

Uzyskanie czołowej pozycji oznaczało konieczność spełniania korporacyjnych zobowiązań społecznych w zakresie pomocy socjalnej, ochrony środowiska, wydarzeń kulturalnych oraz sportu, co przejawiało się np. poprzez szeroko zakrojony marketing sportowy. Wzmocniono w ten sposób wizerunek firmy jako kluczowego sponsora w sporcie, w tym przede wszystkim w lekkoatletyce. W zakresie nowych osiągnięć technologicznych w tym okresie w Grupie Samsung opracowano pierwszy na świecie aparat fotograficzny z czterokrotnym zoomem (Samsung Aerospace), pierwszy zbudowany w Korei samochód elektryczny (SEV-III; Samsung Heavy Industries), a w dziedzinie elektroniki stworzono najszybszą na świecie jednostkę centralną (CPU).

W końcu lat 90., pomimo kryzysu finansowego w krajach Azji Południowo-Wschodniej, który w 1997 r. dotknął niemal wszystkie firmy koreańskie, Samsung był jedną z niewielu korporacji notujących wzrost za sprawą wiodącej pozycji w dziedzinie technologii cyfrowych i sieciowych oraz koncentracji działań w zakresie elektroniki, finansów i powiązanych z nimi usług. W wyniku kryzysu korporacja Samsung dokonała redukcji liczby firm partnerskich do 45 (zgodnie z ustawą o monopolu i uczciwym handlu), ograniczyła liczbę personelu o prawie 50 tys. osób, sprzedała 10 jednostek handlowych i poprawiła własną kondycję finansową poprzez zmniejszenie zadłużenia. Poza tym rozpoczęła masową produkcję pierwszego na świecie telewizora cyfrowego, opracowała telefon z bezprzewodowym dostępem do Internetu (Smartphone), który cechował się również kompaktowością i wielofunkcyjnością, a także opracowała pierwszy na świecie monitor LCD TFT 3D (www.samsung.com).

Era cyfrowa przyniosła firmom o zasięgu globalnym wiele możliwości. Korporacja Samsung skupiła się na wprowadzaniu kolejnych zaawansowanych technologii, konkurencyjnych produktów i nieustającej innowacyjności. Po 2000 r. dążono nadal do osiągnięcia pozycji światowego lidera poprzez zdobycie największego udziału w rynku w przypadku 13 produktów. Ponadto dokonano historycznych postępów w dziedzinie badań i rozwoju linii półprzewodników, w tym pamięci flash, pamięci komputerowych (DRAM i SRAM), a także w dziedzinie produkcji wiodących w klasie telewizorów LCD, telefonów komórkowych i urządzeń cyfrowych. W tym okresie osiągnięto szereg sukcesów, które współcześnie decydują o pozycji korporacji na rynku międzynarodowym. Wśród nich znalazły się m.in.: opracowanie największego na świecie monitora telewizyjnego 54" TFT-LCD, tj. w technologii umożliwiającej uzyskanie obrazów najwyższej jakości, dotychczas używanej głównie w notebookach, trzeciej generacji nagrywarki optycznej Blu-Ray oraz wypuszczenie na rynek pierwszych na świecie telewizorów LCD 46".

W wyniku tworzenia się kolejnych spółek-córek w ramach korporacji, licznych przejęć i fuzji obecnie w skład grupy Samsung wchodzi 30 firm, reprezentujących różne rodzaje działalności, od elektroniki przez usługi finansowe do przemysłu ciężkiego, handlu i usług.

Działalność związaną z elektroniką reprezentuje siedem firm (tab. 1), z przemysłem ciężkim i maszynowym – jedna firma, z przemysłem chemicznym cztery przedsiębiorstwa, z usługami finansowymi sześć firm oraz 11 przedsiębiorstw reprezentujących inne rodzaje aktywności, m.in. budownictwo (Samsung C&T Corporation), przemysł tekstylny (Cheil Industries), przemysł energetyczny i ciężki (Samsung Engineering).

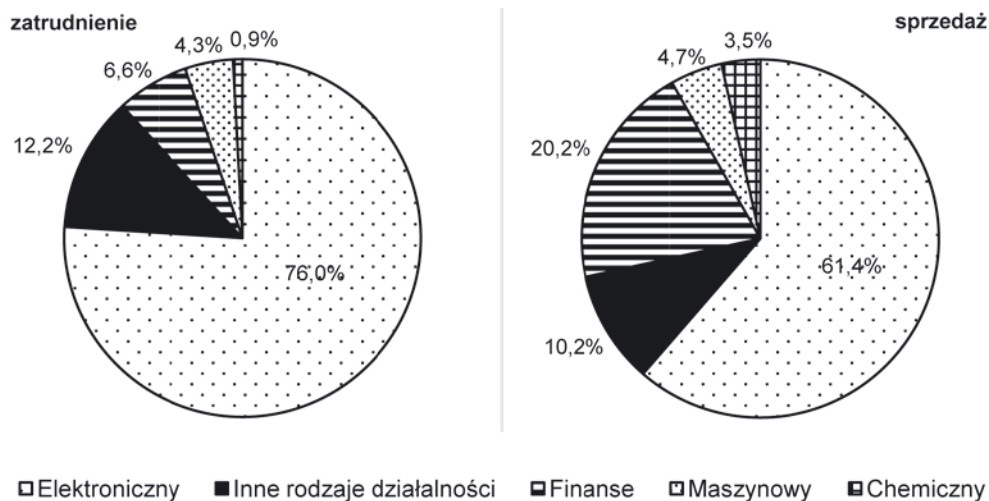
Tab. 1. Profile działalności Grupy Samsung w 2007 r.

Lp.	Rodzaj działalności	Firmy reprezentujące działalność
1.	Elektroniczna	Samsung Electronics
		Samsung SDI
		Samsung Electro-Mechanics
		Samsung Corning Precision Glass
		Samsung SDS (Internet)
		Samsung Networks (telekomunikacja)
		Samsung Techwin (prod. kamer, rozwiązań optycznych, LED-ów i in.)
2.	Maszynowa	Samsung Heavy Industries (stoczniowy)
3.	Chemiczna	Samsung Total Petrochemicals
		Samsung Total Petrochemical
		Samsung Fine Chemicals
		Samsung BP Chemicals
4.	Finanse	Samsung Life Insurance
		Samsung Fire&Marine Insurance
		Samsung Venture Investment Corp.
		Samsung Card
		Samsung Securities
		Samsung Investment Trust Managment
5.	Inne rodzaje	Samsung Engineering (elektrownie, rafinerie, huty)
		Samsung C&T corp. (budowlana)
		Cheil Industries (Tekstylny)
		Samsung Everland (kompleksy restauracji)
		The Shilla Hotels&Resorts
		Cheil Worldwide (marketing, konsulting)
		S1 (systemy bezpieczeństwa)
		Samsung Lions (dryżyna basebolowa w Korei)
		Samsung Medical Center
		Samsung Economic Research institute
		Samsung Foundation of Culture

Źródło: opracowanie własne na podstawie raportów rocznych.

Współcześnie w strukturze Grupy Samsung dominuje działalność firm elektronicznych. W 2007 r. spośród 275,1 tys. osób zatrudnionych w korporacji przemysł elektroniczny skupiał 209 tys. osób, tj. 76,0% ogółu (ryc. 2). Również osiągnięte wyniki wskazują, że firmy elektroniczne dominują w strukturze. Łącznie dla Grupy wartość sprzedaży wynosiła 192,7 mld USD, z czego aż 118,2 mld, tj. 61,4% skupiona była w przemyśle elektronicznym.

Ryc. 2. Struktura zatrudnienia i sprzedaży Grupy Samsung wg rodzajów działalności w 2007 r.



Źródło: opracowanie własne.

Zaznaczyć należy, że spośród firm elektronicznych decydujące znaczenie w strukturze ma Samsung Electronics, który zatrudniał w 2007 r. 150 tys. osób, tj. 54,5% ogółu zatrudnionych w Grupie Samsung, a jego sprzedaż wynosiła 105 mld USD, tj. 55% ogółu wartości sprzedaży w Grupie.

Wyrazem rozwoju korporacji Samsung jest wzrost wartości mierników potencjału oraz zasięgu oddziaływania. W latach 1991–2007 wartość dochodów netto wzrosła z 348 mln USD do 13,9 mld USD, tj. niemalże 40-krotnie (tab. 2).

Tab. 2. Zmiany wartości mierników potencjału Grupy Samsung w latach 1991–2007

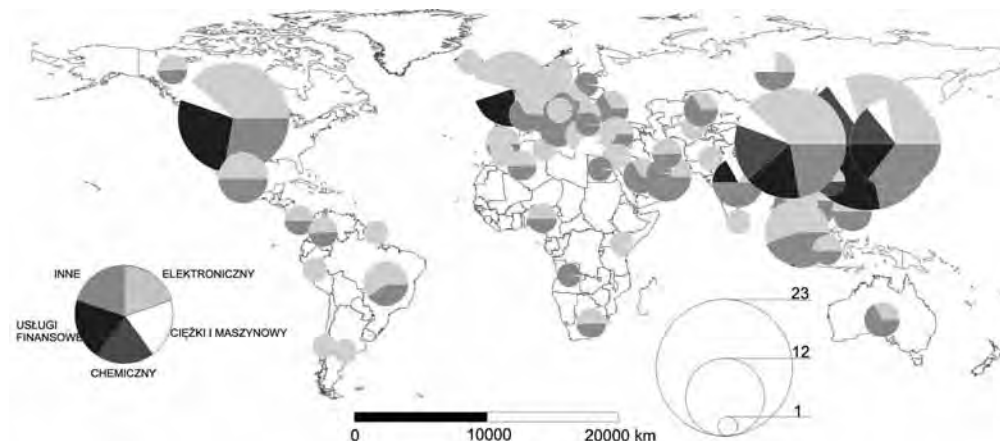
Lata	Przychody netto ze sprzedaży (<i>net sales</i>) w mln USD	Aktywa ogółem (<i>total assets</i>) w mln USD	Dochód netto (<i>net income</i>) w mln USD	Pracujący (<i>employees</i>) w tys. osób
1991	43 900	43 500	348	183
1992	48 900	48 200	357	189
1993	51 300	50 600	521	191
1994	63 800	64 000	1 681	206
1995	83 700	87 100	3 802	233
1996	92 721	98 400	164	260
1997	96 100	111 800	291	267

1998	72 000	91 500	201	193
1999	93 500	116 700	2 200	161
2000	119 500	113 700	7 300	174
2001	98 700	124 300	4 500	170
2002	116 800	156 100	8 900	175
2003	101 700	170 400	5 600	195
2004	121 700	209 400	11 800	222
2005	140 900	233 800	9 400	229
2006	158 900	280 800	12 900	254
2007	174 200	302 900	13 900	263
Dynamika 1991–2007	396,8	696,3	3 994,3	143,7

Źródło: opracowanie własne.

Znacznie mniejsze tempo wzrostu miało miejsce w przypadku aktywów, których wartość wzrosła z 43,5 mld USD do 302,9 mld, tj. blisko siedmiokrotnie. Natomiast wartość przychodów netto ze sprzedaży wzrosła w tym okresie z 44 mld USD do 174 mld, czyli do 396,8% (ryc. 3). Mimo że korporacja w tym czasie znacznie powiększyła swój potencjał ekonomiczny, ten silny rozwój wynikał przede wszystkim z wprowadzania nowych technologii oraz wzrostu wydajności produkcji. Świadczy o tym stosunkowo niewielki wzrost liczby osób zatrudnionych w korporacji Samsung z 183 tys. do 263 tys. osób, tj. do 143,7%. Obecnie zasięg oddziaływania Grupy Samsung obejmuje większość państw, przy czym największa koncentracja oddziałów korporacji występuje w Azji Południowo-Wschodniej, Stanach Zjednoczonych i Europie Zachodniej (ryc. 3, tab. 3). Największa liczba oddziałów występuje w rodzimej Korei Południowej, w której skupia się 9,6% ogółu oddziałów firmy, w Stanach Zjednoczonych i Chinach po 7,5% ogółu oddziałów oraz w Japonii (5,9%) i Wielkiej Brytanii (4,6%).

Ryc. 3. Zasięg oddziaływania Grupy Samsung wg rodzajów działalności w 2007 r.



Źródło: opracowanie własne.

Tab. 3. Zasięg oddziaływania Grupy Samsung wg państw i rodzajów działalności w 2007 r.

Państwa	Rodzaje działalności					Łączna liczba oddziałów
	elektroniczny	ciężki i maszynowy	chemiczny	finanse	inne rodzaje działalności	
Korea Południowa	7	1	4	6	5	23
Stany Zjednoczone	7	1	0	5	5	18
Chiny	7	1	3	3	4	18
Japonia	4	1	2	2	5	14
Wielka Brytania	5	1	0	3	2	11
Niemcy	6	0	0	0	3	9
Malezja	5	0	0	0	4	9
Singapur	3	1	0	1	2	7
Wietnam	2	0	0	2	3	7
Tajwan	3	0	0	0	3	6
Meksyk	3	0	0	0	3	6
Zjednoczone Emiraty Arabskie	2	1	0	0	3	6
Indie	1	1	0	1	3	6
Węgry	3	0	0	0	2	5
Brazylia	3	0	0	0	2	5
Tajlandia	2	0	0	0	3	5
Filipiny	2	0	0	0	2	4
Rosja	1	1	0	0	2	4
Włochy	1	0	0	0	3	4
Turcja	2	0	0	0	1	3
Grecja	2	1	0	0	0	3
Ukraina	1	0	0	0	2	3
Hiszpania	1	0	0	0	2	3
Arabia Saudyjska	1	0	0	0	2	3
Kazachstan	1	0	0	0	2	3
Francja	1	0	0	0	2	3
Australia	1	0	0	0	2	3

Republika Południowej Afryki	1	0	0	0	1	2
Słowacja	1	0	0	0	1	2
Rumunia	1	0	0	0	1	2
Polska	1	0	0	0	1	2
Panama	1	0	0	0	1	2
Nigeria	1	0	0	0	1	2
Iran	1	0	0	0	1	2
Indonezja	1	0	0	0	1	2
Hongkong	1	0	1	0	0	2
Kolumbia	1	0	0	0	1	2
Kanada	1	0	0	0	1	2
Algeria	1	0	0	0	1	2
Uzbekistan	1	0	0	0	0	1
Tunezja	1	0	0	0	0	1
Szwecja	1	0	0	0	0	1
Sri Lanka	1	0	0	0	0	1
Portugalia	1	0	0	0	0	1
Peru	1	0	0	0	0	1
Pakistan	1	0	0	0	0	1
Niderlandy	1	0	0	0	0	1
Maroko	1	0	0	0	0	1
Kenia	1	0	0	0	0	1
Jordania	1	0	0	0	0	1
Izrael	1	0	0	0	0	1
Islandia	1	0	0	0	0	1
Gujana Francuska	1	0	0	0	0	1
Chile	1	0	0	0	0	1
Austria	1	0	0	0	0	1
Argentyna	1	0	0	0	0	1
Katar	0	0	0	0	1	1
Norwegia	0	1	0	0	0	1
Litwa	0	0	0	0	1	1

Egipt	0	0	0	0	1	1
Czechy	0	0	0	0	1	1
Bułgaria	0	0	0	0	1	1
Angola	0	0	0	0	1	1
SUMA	106	11	10	23	89	239

Źródło: opracowanie własne.

Osiąganie tak wysokich wyników przez Grupę Samsung było możliwe dlatego, że korporacja od początku swojej działalności przywiązywała szczególnie dużą wagę i poświęcała środki na badania i rozwój, dzięki czemu stale wprowadzała na rynek coraz to nowocześniejsze produkty, które były konkurencyjne do produktów pochodzących m.in. z firm z Doliny Krzemowej.

Pierwsze centra badawczo-rozwojowe, jak już wspomniano, powstały w 1988 r. Obecnie Grupa Samsung posiada sieć jednostek badawczo-rozwojowych, na którą składa się sześć ośrodków w Korei oraz 18 w dziewięciu innych krajach, m.in. USA, Wielkiej Brytanii, Rosji, Izraelu, Indiach, Japonii oraz Chinach, a także 18 ośrodków badawczych w jednostkach uniwersyteckich. W cele badawcze firma inwestuje co roku nie mniej niż 9% dochodów ze sprzedaży, zatrudniając 42 tys. osób (tj. ponad jedną czwartą wszystkich pracowników). Wszystkie 42 jednostki badawcze znajdujące się na całym świecie współpracują w opracowaniu strategicznych przyszłościowych technologii, które nadadzą kierunek nowym tendencjom na rynku oraz wyznaczą nowe standardy produktów (<http://www.sisa.samsung.com/about.htm>). W Polsce taki ośrodek znajduje się w Warszawie przy Uniwersytecie Warszawskim. Firma Samsung Electronics w 2000 r. otworzyła w Warszawie Centrum Badań i Rozwoju Oprogramowania. Głównym zadaniem Centrum jest rozwój oprogramowania do odbiorników cyfrowej telewizji satelitarnej, kablowej i naziemnej zgodnych z nowoczesnymi standardami (DVB – Digital Video Broadcasting). Dzięki znakomitym efektom pracy, po przeniesieniu się do nowej lokalizacji w 2005 r., zdecydowano o powstaniu nowego działu, zajmującego się tworzeniem oprogramowania do najbardziej zaawansowanych telewizorów LCD. W 2007 r. Centrum Badań i Rozwoju zostało rozszerzone o Centrum Rozwoju Mobilnych Technologii, które zajmuje się rozwojem oprogramowania dla telefonów komórkowych i dostosowaniem go do potrzeb rynkowych.

O znacznym wzroście znaczenia korporacji na świecie świadczy również wzrost rozpoznawalności korporacji na rynku. W rankingu the Best Global Brands, przeprowadzonym w ponad 80 krajach, korporacja ta jest notowana od wielu lat, a jej pozycja stale wzrasta z 49 miejsca w 2001 r. do 19 miejsca w bieżącym roku. W latach 2001–2010 wartość marki Samsung wzrosła z 6,4 mld do 19,5 mld USD, tj. ponad trzykrotnie (<http://www.interbrand.com>).

Podsumowując, należy podkreślić, że Grupa Samsung stanowi bardzo ważne ogniwo w procesach globalizacji. Poprzez działalność na różnych polach stworzyła własną sieć biznesową, dzięki której poszczególne firmy wchodzące w skład grupy kapitałowej mogą ze sobą kooperować. Stanowi to fundament przewagi konkurencyjnej korporacji na arenie międzynarodowej. Rozwijając swoją działalność, Grupa Samsung jest przykładem podmiotu, który dzięki procesom globalizacji w wyniku ewolucji światowej gospodarki, przez 70 lat swojej działalności stał się konglomeratem o charakterze transnarodowym.

Literatura

1. Borowiec M., 2009, *Rola edukacji w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego* [w:] *Rola przedsiębiorczości w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego*, Z. Ziolo i T. Rachwał (red.), „Przedsiębiorczość – Edukacja”, nr 5, Nowa Era, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Warszawa–Kraków, s. 37–47.
2. Dorocki S., Jenner B., 2009, *Wpływ wielkości nakładów inwestycyjnych w sektorze B+R na regionalne różnicowanie tempa rozwoju Francji* [w:] *Rola przedsiębiorczości w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego*, Z. Ziolo i T. Rachwał (red.), „Przedsiębiorczość – Edukacja”, nr 5, Nowa Era, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Warszawa–Kraków, s. 188–197.
3. Fields G., 2006, *Innovation, Time and Territory: Space and the Business Organization of Dell Computer*, „Economic Geography” 82 (2), s. 119–146.
4. Kilar W., 2009, *Rola korporacji Apple w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego* [w:] *Rola przedsiębiorczości w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego*, Z. Ziolo i T. Rachwał (red.), „Przedsiębiorczość – Edukacja”, nr 5, Nowa Era, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Warszawa–Kraków, s. 48–56.
5. Koryszewski M., 2010, *Kluczowe marki technologiczne 2010 – Samsung wypadła najlepiej*, http://technologie.gazeta.pl/technologie/1,81010,7527437,Kluczowe_marki_tehnologiczne_2010__Samsung_wypada.html
6. Rachwał T., 2008, *Problematyka badawcza funkcjonowania przedsiębiorstw przemysłowych* [w:] *Problematyka badawcza geografii przemysłu*, Z. Ziolo i T. Rachwał (red.), „Prace Komisji Geografii Przemysłu PTG”, nr 11, Komisja Geografii Przemysłu PTG i Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Akademii Pedagogicznej w Krakowie, Warszawa–Kraków, s. 53–85.
7. Rosińska-Bukowska M., 2009, *Rola korporacji transnarodowych w procesach globalizacji. Kreowanie globalnej przestrzeni biznesowej*, Dom Wydawniczy Duet, Toruń.
8. Stryjakiewicz T., 2009, *Lokalizacja firm i zachowania przestrzenne pracowników sektora informacyjnego (na przykładzie poznańskiego obszaru metropolitalnego)* [w:] *Funkcje przemysłu w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego (Functions of Industry in the Development of Information Society)*, Z. Ziolo i T. Rachwał (red.), „Prace Komisji Geografii Przemysłu PTG”, nr 13, Komisja Geografii Przemysłu PTG i Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Warszawa–Kraków, s. 21–33.
9. Wajda E., 2003, *Proces kształtowania się Motoroli jako firmy ponadnarodowej* [w:] *Kształtowanie się struktur przemysłowych*, Z. Ziolo i Z. Makiela (red.), „Prace Komisji Geografii Przemysłu PTG”, nr 5, Komisja Geografii Przemysłu PTG w Warszawie i Instytut Geografii Akademii Pedagogicznej w Krakowie, Warszawa–Kraków, s. 85–114.
10. Wajda E., 2003, *Zoričič-Wołek M., Proces kształtowania się korporacji IBM* [w:] *Przemysł w procesie globalizacji*, Z. Ziolo i Z. Makiela (red.), „Prace Komisji Geografii Przemysłu PTG”, nr 6, Komisja Geografii Przemysłu PTG w Warszawie i Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Akademii Pedagogicznej w Krakowie, Warszawa–Kraków, s. 109–118.
11. Wajda E., 2006, *Rozwój i struktura przestrzenna działalności Nokii w latach 1997–2003* [w:] *Międzynarodowe uwarunkowania rozwoju przemysłu*, Z. Ziolo i T. Rachwał (red.), „Prace Komisji Geografii Przemysłu PTG”, nr 8, Komisja Geografii Przemysłu PTG w Warszawie i Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Akademii Pedagogicznej w Krakowie, Warszawa–Kraków, s. 219–240.
12. www.interbrand.com/en/best-global-brands/Best-Global-Brands-2010.aspx
13. www.flickr.com/photos/businesshistory/3264510731/
14. www.samsung.com
15. www.sisa.samsung.com/about.htm

16. Ziolo Z., 2004, *Kształtowanie się firm informatycznych jako nowych elementów struktury przestrzennej przemysłu* [w:] *Przemiany struktur przemysłowych*, Z. Ziolo i Z. Makiela (red.), „Prace Komisji Geografii Przemysłu PTG”, nr 7, Komisja Geografii Przemysłu PTG w Warszawie i Zakład Przedsiębiorczości Instytutu Geografii Akademii Pedagogicznej w Krakowie, Warszawa–Kraków, s. 97–106.
17. Ziolo Z., 2006, *Firmy informatyczne w województwach Polski* [w:] *Idee i praktyczny uniwersalizm geografii. Geografia społeczno-ekonomiczna*, T. Komornicki, Z. Podgórski (red.), „Dokumentacja Geograficzna”, nr 33, PAN, Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania im. Leszczyckiego, Warszawa, s. 282–290.
18. Ziolo Z., 2008, *Procesy transformacji przemysłowych układów przestrzennych na tle zmieniającego się otoczenia* [w:] *Procesy transformacji układów przestrzennych przemysłu na tle zmieniającego się otoczenia*, Z. Ziolo i T. Rachwał (red.), „Prace Komisji Geografii Przemysłu PTG”, nr 10, Komisja Geografii Przemysłu PTG i Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Akademii Pedagogicznej w Krakowie, Warszawa–Kraków, s. 11–22.

Formation of Samsung Group in the Globalization Era

The underlying role in the enhancement of globalization processes is held by transnational corporations which exert impact on the formation of market network systems for goods and services by means of locating their affiliates in global regional systems.

The purpose of the paper is to present the analysis of Samsung Group formation processes. The Group's business potential, impact range and production assortment diversification as well as increasing globalization trends in the world economy that have affected the formation and development of the analyzed corporation are analyzed.

The Samsung Group is a significant element in globalization processes. As a result of operations carried out in various fields, the corporation has created its own business network enabling the cooperation of particular entities within the capital group. This is the basis for the corporation competitive advantage in the international market. By developing its operations the Samsung Group is an example of an entity that during its 70 years of business activities has become a conglomerate of a transnational nature owing to globalization processes resulting from the global economy evolution.