



شرکت سامسونت، سازنده پیشگام چمدان درجهان، عنوان فروشنده برتر این محصول در ایالات متحده آمریکا، اروپا، و ژاپن را به خود اختصاص داده است. علاوه بر مارک شناخته شده سامسونت، این شرکت "امرکن توریستر" و "لارک" را هم بازاریابی می‌کند. تحت این دو برند، انواع چمدان، کیف، کیف‌های کار و ضمائم سفری را عرضه می‌گردد. مالکیت سامسونت

چندین بار از جمله طی دهه‌ی ۱۹۸۰ و اوایل ۱۹۹۰، پیش از به کسب مجدد استقلالش در ۱۹۹۵، تغییر کرده است.

سامسونت سرآغاز فعالیتش را مدیون "جس شوایدر" از اهالی کلرادو می‌باشد. پس از طی دوران نوجوانی در غرب آمریکا، شوایدر به عنوان فروشنده برای شرکت "چمدان و کیف سوار" استخدام شد. گرچه درآمد خوبی داشت ولی همواره دلتنگ زادگاه و آرزوی دیرینه‌اش برای راهاندازی کسب و کار بود. بنابراین در ۲۸ سالگی از کارش استعفا داد و به شهر دنور، ایالت کلرادو بازگشت. در فاصله‌ی کوتاهی یعنی در

مارس ۱۹۱۰، شرکت تولیدی چمدان خود را افتتاح نمود و این کار تنها با سه هزار و پانصد دلار اندوخته‌ی شخصی شوایدر میسر شد. با ۱۰ نفر کارمند، ساخت چمدان در سالتی به ابعاد ۵۰ در ۱۲۵ فوت در مرکز شهر دنور آغاز شد. او فلسفه‌ی مدیریتی ویژه‌ی خود را از اولین روز کار در هدایت موسسه به کار گرفت. "موریس" در سال ۱۹۱۲، به وی ملحق شد، و آنگاه هر دو با هم سفر به سراسر منطقه را جهت بالا بردن فروش و برقرار نگاه داشتن کسب و کار آغاز نمودند. در سال ۱۹۲۳، دو برادر دیگر شوایدر به نام‌های "بن و مارک" به هیئت مدیره پیوستند. مارک بر فروش‌ها نظارت داشت و موریس و بن تولید را مدیریت می‌کردند. با توسعه‌ی کسب و کار، نقل مکان به دفتر بزرگتر امکان‌پذیر شد. در ۱۹۱۷، ارزش فروش به ۷۶ هزار دلار سالانه در منطقه‌ی غرب ایالات متحده آمریکا رسید. جهت برآوردن تقاضاها، کارگاه تولیدی سه طبقه‌ای تارک دیده شد که البته آنهم خیلی زود ناکافی به نظر رسید.

توفیق شوایدرها هرگز تصادفی نبود. در واقع جس شوایدر، با تجربه‌ای که از کار در نیویورک داشت، یک استراتژی خاص را پدید آورد و از همان نخستین گام‌ها آن را دنبال نمود. او متوجه شده بود که با رقابت سختی در برابر سازندگان جامه‌دان مواجه است. پس به جای رقابت بر سر قیمت با دیگر شرکت‌ها، بر ایجاد تمایز در کیفیت و قیمتی متناسب با بازار معطوف گردید. به منظور انعکاس کیفیت و استقامت جامه‌دان‌هایشان، شوایدر اولین محصولات را "سامسون ۳" نامید، که براساس شخصیت قدرتمند کتاب مقدس انجیل انتخاب شده بود. در ۱۹۱۶، اولین آگهی تبلیغاتی محصول به چاپ رسید؛ تصویری از برادران شوایدر و پدرشان، آیزاک، که روی یکی از چمدان‌ها ایستاده بودند. این آگهی سالیان سال برای تبلیغات به کار می‌رفت.

در ۱۹۲۴ بازده حاصل از چمدان‌های شوایدر به ۳۰۰ هزار دلار رسید. در آن سال، برادران امکانات ساخت را به کارخانه‌ای به وسعت ۸۰ هزار فوت مربع در جنوب شهر دنور منتقل نمودند که آن‌ها آن‌دک به حدود ۵۰۰ هزار فوت مربع افزایش یافت. تاسیسات تولید، براساس عملیات مونتاژ مجهز گردید و حتی یک سیستم نقاله جهت انتقال محصولات و مواد اولیه در کارخانه تعبیه شد. شرکت شوایدر در صنعت چمدان همان‌القبالی را دنبال می‌کرد که هنری فورد خودروساز مشهور از آن پیروی کرده بود.

بازده حاصل از چمدان، در اواخر دهه‌ی ۱۹۲۰، مرز یک میلیون دلار را پشت سر گذارد. به منظور انجام سفارشات روزافزون، کارخانه‌ای به مساحت ۸۵ هزار فوت مربع در نزدیکی شهر صنعتی

دیپرویت اجاره شد.

متأسفانه، در ۱۹۲۹، بازار بورس با رکود شدید مواجه گردید. بنابراین، محموله‌های چمدان شوایدر ظرف چند سال تا ۵۰ درصد کاهش یافتند. برادران، در تقلا برای پرداخت دستمزد کارکنان از یک سو و پرداخت صورتحساب‌ها از سوی دیگر، برای جبران کمبود مالی طیف تازه‌ای از محصولات را جایگزین چمدان کردند. و البته همین موضوع سبب گردید تا به منظور انعکاس تنوع ایجاد شده فرآورده‌ها، در سال ۱۹۳۱ برادران تصمیم بگیرند تا نام شرکت را به "برادران شوایدر" تغییر دهند.

علی‌رغم سکون ایجاد شده در صنعت چمدان‌سازی شوایدر، برادران به اصلاح و بهبود جامه‌دان‌ها تداوم بخشیده و محصولات مسافرتی تازه‌ای را ابداع نمودند. در دهه‌ی ۱۹۳۰، به واقع، کارخانه‌ی جامه‌دان مستقر در شهر دنور، مدرن‌ترین مدل‌ها در سطح جهان تولید می‌کرد. چمدان‌های "سامسون" با طرح‌های نوآورانه با ویژگی‌های منحصر به فرد از قبیل ساختار چوبی، دسته‌های بسیار قوی، آستر ابریشم، قفل‌های ایمن و غیره ارائه می‌شدند. در سال ۱۹۳۹، یک چمدان بی‌نظیر عرضه شد که جس شوایدر به آن لقب "سامسونت" داد. چمدان مذکور، که در واقع اولین مدل سامسونت محبوب امروزی است با الیاف وولکانی‌دهی محکم پوشیده شده بود که با چرم به هم متصل گردیده بود.

در اوایل دهه‌ی ۱۹۴۰، کارخانه‌ی جامه‌دان شوایدر تبدیل به تولیدکننده‌ی مواد اولیه برای جنگ شد. بلافاصله پس از جنگ، شوایدرها کارشان را از سر گرفتند و حتی موفق شدند تا ۷ میلیون دلار طی همان نخستین سال فعالیت بعد از جنگ، یعنی ۱۹۴۶، به دست آورند. در آن زمان و در سال‌های بعدی، برادران امکانات و دانشی که در مدت تولید برای جنگ جهانی این سو و آنسو جمع کرده بودند را یکپارچه نمودند. و این کار به آنان اجازه داد تا به روش‌های تولید دقیق برسند و از مواد اولیه‌ی مصنوعی جدیدی در فرآورده‌هایشان بهره‌گیری نمایند. در ۱۹۴۸، فروش به ۱ میلیون دلار رسید. شوایدرها از این پس تشکیلات را به دو بخش تقسیم کردند: جامه‌دان و مبلمان استیل/اتاشو. در سال ۱۹۴۹، دومین کارخانه‌ی مبلمان در پنسیلوانیا افتتاح گردید.

در دهه‌ی ۱۹۵۰ یکبار دیگر چمدان‌سازی شوایدر تاسیسات تولیدش را برای ساخت وساز اقلام مورد نیاز در جنگ کره تغییر داد. گرچه بخشی از آن دهه‌ی صرف ساخت اقلامی نظیر حمل‌کننده‌ی بمب و راکت شد، لیکن برادران شوایدر با هدف ارتقای کسب و کار چمدان و مبلمان، دست از تلاش برنداشتند. برای مثال، تولید جعبه‌های حمل هرچیزی از ادوات موسیقی گرفته تا تجهیزات پیشرفته‌ی الکترونیکی از جنس مواد پلاستیکی و نیز یوم صورت پذیرفت. سال ۱۹۵۶، مصادف بود با توسعه‌ی در خارج از ایالات متحده آمریکا، که این امر با افتتاح یک شعبه در کانادا و یک اداره‌ی فروش متمرکز در اروپا شروع شد. ضمناً، شاخه‌ی مبلمان تقویت گردید و همزمان به تاسیسات اختصاصی در ایالت تنسی منتقل گردید.

طی دهه‌ی ۱۹۶۰، تحت برند سامسونت فرآورده‌های عامه پسند متعددی روانه‌ی بازار شد. بالاخره در سال ۱۹۵۶ بود که نام شرکت به "سامسونت" تبدیل گردید. توفیقات آتی سامسونت در دهه‌ی ۱۹۶۰، مرهون مدیریت پسر جس شوایدر یعنی "کینگ" بود. در دهه‌ی ۱۹۶۰ دفاتر فروش در سراسر اروپا و همینطور ژاپن به تشکیلات افزوده گردید. سامسونت در حالی که برای تسلط یافتن بر بازار چمدان رشد می‌کرد، به سرعت پایگاه‌های تازه‌ای را برای عرضه به مشتری ایجاد می‌نمود.

دهه‌ی ۱۹۷۰ مقارن بود با اوج ظهور سامسونت در عرصه‌ی جهانی و در اوایل این دهه کارخانجاتی در شهرهای اوزاکا و تویکیو ژاپن، هلند، اسپانیا، انگلستان، بلژیک، آلمان، و سایر کشورها راهاندازی شد. در میانه‌ی این دهه سامسونت توانسته بود در فرانسه، آلمان، هلند، بلژیک، مکزیک و غیره با بر رقبایش غلبه کند و با تاسیسات تولیدی در این مناطق راهاندازی نماید.

سامسونت در این تاریخ از حدود ۵ هزار نیروی انسانی استفاده می‌کرد و عملاً در صنعت مربوطه، بزرگترین و پیشرفته‌ترین مجموعه به شمار می‌رفت.

بیش از ۶۰ سال مدیریت این تشکیلات مستقل توسط خانواده‌ی شوایدر، توفیقات بی در پی را برای سامسونت به ارمغان آورد.

در ۱۹۷۳، سامسونت از سوی شرکت عظیم مواد غذایی "بناتریس" خریداری شد. در همان زمان، هنوز عمده‌ی در آمد شرکت بناتریس یعنی در حدود ۷۵ درصد حاصل از انواع مواد غذایی و شیمیایی بود؛ موسسه از بالغ بر هزار موقعیت جغرافیایی در سراسر دنیا، ۸ هزار فرآورده‌ی مختلف و بیش از ۶۵ هزار کارمند بود و البته همچنان با سرعت فوق‌العاده‌ای از طریق فراگیری و خرید شرکت‌های دیگر در حال گسترش بود. برنامه‌ی بناتریس این بود که شرکت سامسونت تقریباً به عنوان یک موسسه‌ی مستقل کار کند و فقط به هدف بهبود شرایط، از آن



ساتراپت

مترجم: زینبینه مولانا

پس از سازماندهی پردغدغه E-II، سامسونت به عنوان یک تابع از شرکت جدیدی با نام "آستروم" به فعالیت ادامه داد. در ۱۹۹۳، در راستای تکمیل تشکیلات سامسونت، موسسه‌ی "امریکن توریستر" از سوی آستروم خریداری شد. سال ۱۹۹۴، میزان فروش ۶۳۴ میلیون دلار اعلام شد که حدود ۷۲ میلیون دلار سود خالص را دربرداشت.

بالاخره در سال ۱۹۹۵، سامسونت استقلال خود را بار دیگر به دست آورد و آستروم از تجزیه‌ی مجموعه‌ی خود به دو شرکت جداگانه خبرداد که یکی از آنها شرکت سامسونت بود. در ۱۹۹۶، ریچارد نیکولوسی "مدیریت شرکت را عهده دار گردید. برای کاهش دیون شرکت، نیکولوسی اقدام به تعدیل نیروی انسانی و تعطیلی کارخانجات کانادا و مکزیک و تمرکز دادن خطوط تولید کرد و موفق هم شد.

در اوایل دهه‌ی ۱۹۹۰، تولیدات تجملی و لوکس رواج پیدا کرد و فروشگاه‌هایی بین‌المللی در میلان، بروکسل، لندن، واشنگتن و هنگ کنگ افتتاح شدند. محصولات غیر جامه‌دان شامل؛ کفش، فرآورده‌های چرمی، کیف دستی، پوشاک و میلمان نیز به طیف محصولات سامسونت افزوده شدند.

استقبال از سامسونت در آسیا به ویژه در هند، ژاپن، سنگاپور، کره‌ی جنوبی، تایلند، و چین بی‌تردید در موفقیت برند تأثیر به‌سزایی داشتند. ۵۵ درصد افزایش فروش در قاره‌ی آسیا به بهبود بازده شرکت یعنی رسیدن رقم فروش در سال مالی ۲۰۰۰ به ۷۶۷.۷ میلیون دلار کمک به‌سزایی کرد.

با درآمد حدود ۸۰۰ میلیون دلار در سال در خارج از ایالات متحده‌ی امریکا، محصولات سامسونت در بیش از ۱۰۰ کشور و ۲۰۰ فروشگاه اختصاصی سامسونت در دسترس هستند و این درحالی است که تشکیلات همچنان با بهره‌گیری از امکانات بالقوه در مسیر بهبود سوددهی و توسعه‌ی فروش گام بر می‌دارد.

- 1-Jesse Shwayder
- 2-Seward Trunk and Bag Company
- 3-Samson
- 4-Vulcanized Fiber
- 5-Lackluster
- 6-Malcom Candlish

- 7-Kholberg
 - 8-American Brands
 - 9-Meshulam Riklis
 - 10-Astrum
 - 11-American Tourister
- منبع: en.wikipedia.org

حمایت مالی صورت گیرد. بنابراین در میان چندین شرکتی که سامسونت را خریداری و سپس فروختند، اولین به‌شمار می‌رفت و در این مدت ساخت میلمان محدود شده و تمرکز سامسونت بر صنعت چمدان‌سازی قرار گرفت. سامسونت در اواخر ۱۹۷۰، با گسترش در سطح جهانی و ارائه‌ی محصولات جدید، به رشد زیر چتر حمایت‌بخش ادامه داد. متأسفانه، شتاب حرکت رو به افول گذارد. گرچه سامسونت همچنان در بازارهای کلیدی پیشرو محسوب می‌شد ولی در دهه‌ی ۱۹۸۰ کم‌کم با حضور رقبا، یکه‌تاز میدان نبود. شیوه‌ی مدیریت "لیک لاستر"، علی‌رغم پشتیبانی‌های بسیار، موجب گرانی محصولات تازه را فراهم آورد و سامسونت به سرعت از اوج شهرت به عنوان یک نوآور در صنعت، پایین می‌آمد. به‌علاوه، رقابت تولیدکنندگان خارجی با قیمت ارزان از سهم سامسونت در بازار می‌کاست. به جهت جریان موقعیت پدید آمده، بنابراین "مالکوم کاندلیش" ۴۷ ساله را به استخدام درآورد. بنابراین از این مدیر مجرب انگلیسی خواسته بود تا تشکیلات سامسونت را احیا کند و مجدداً آن را در جایگاه اول صنعت چمدان‌سازی بازگرداند.

کاندلیش در ۱۹۸۳، زمام امور را به دست گرفت و فوراً اقدامات اساسی را جامعه عمل پوشانید. طبق برنامه‌ی فشرده کاهش هزینه‌ها انجام شد، ۲۵۰ کارگر را به حال تعلیق درآورد و کارمندان قدیمی با افراد کارآمدتر جایگزین گردیدند. طبق تخمین او، حدود نیمی از نیروی انسانی تا سال ۱۹۸۹ تعویض شدند. همچنین، پژوهش‌های جامع‌تری برای مشخص کردن خواسته‌های مشتریان اجرا شد. در ۱۹۸۶، سامسونت به فروش سالانه‌ی ۳۰۰ هزار دلار دست یافت (۵۰ درصد از آن حاصل از فعالیت برون مرزی بود)، در حالی که ۱۲ درصد از بازار چمدان‌های ایالات متحده‌ی امریکا را در اختیار داشت و این سهم بازار به سرعت هم پیشرفت می‌کرد. مانند دیگر شرکت‌های تابعه‌ی بنابراین، طی اوایل و اواسط ۱۹۸۰ به منظور کاستن از هزینه‌ها تصمیمات جدیدی اتخاذ گردید و در این اثنا سامسونت در ۱۹۸۶ به "کولبرگ" فروخته شد. ۱۵ ماه بعد کولبرگ، سامسونت و هشت شرکت دیگر را در قالب مجموعه‌ای جدید با نام E-II معرفی کرد. سپس "امریکن برندز" آن را خرید و متعاقب آن یک میلیونر به نام "مشولام ریکلیس" خریدار بعدی شد.

در سال ۱۹۸۹، سامسونت ۴۳۰ میلیون دلار فروش در سطح جهانی را تجربه می‌کرد که به با مدیریت کاندلیش و تلاش مستمرش برای کاستن از قیمت‌ها و ارائه‌ی محصولات نوآورانه تحقق پیدا کرده بود. در ۱۹۹۰، رقم فروش از مرز ۵۰۰ میلیون دلار گذشت و این در حالی بود که سالانه تقریباً ده میلیون واحد چمدان در دنیا توسط مشتریان خریداری می‌شد. می‌توان گفت که ۷۰ درصد از محصول چمدان در سرتاسر دنیا توسط سامسونت تأمین می‌گردید و از جمله پرطرفدارترین کشورها برای محصولات این برند را روسیه، آرژانتین و چین تشکیل می‌دادند.

