

Федеральная таможенная служба
Государственное казённое образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Российская таможенная академия»
Владивостокский филиал

Кафедра управления

Практическая работа №1 по дисциплине «Актуальные проблемы управления»

Мировые тенденции развития организации.
Сравнительный анализ на примере предприятий
бытовой продукции (холодильная и морозильная
техника)



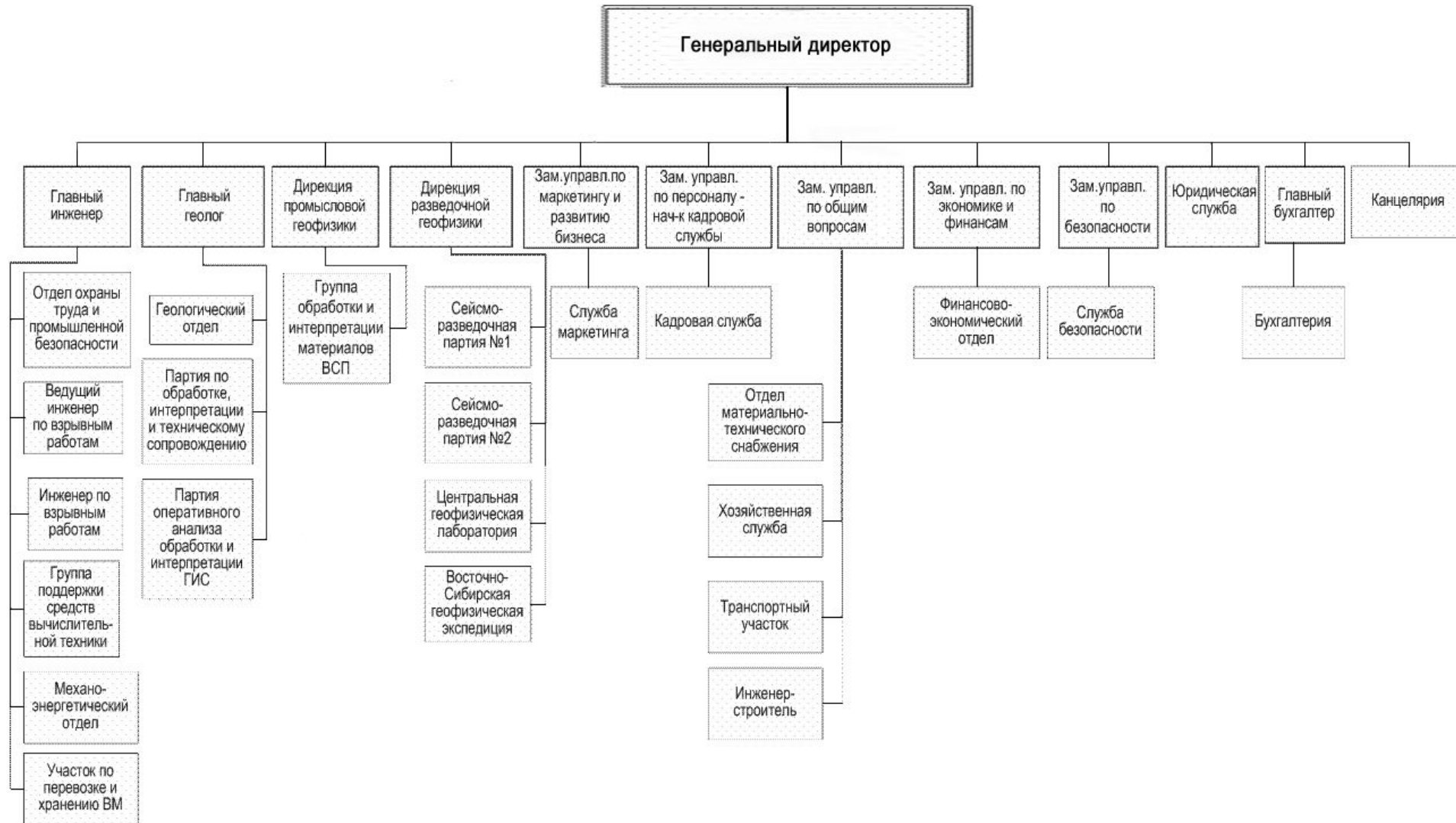
Выполнили:
Студенты 251 грппы
Хван Ю.А.
Говердовский Я.С.

Критерии	ОАО «КЗХ «Бирюса»	«LG Electronics»
1. Принципы построения организационной структуры	Дивизионально-продуктовая структура	Глобальноориентированная региональная структура

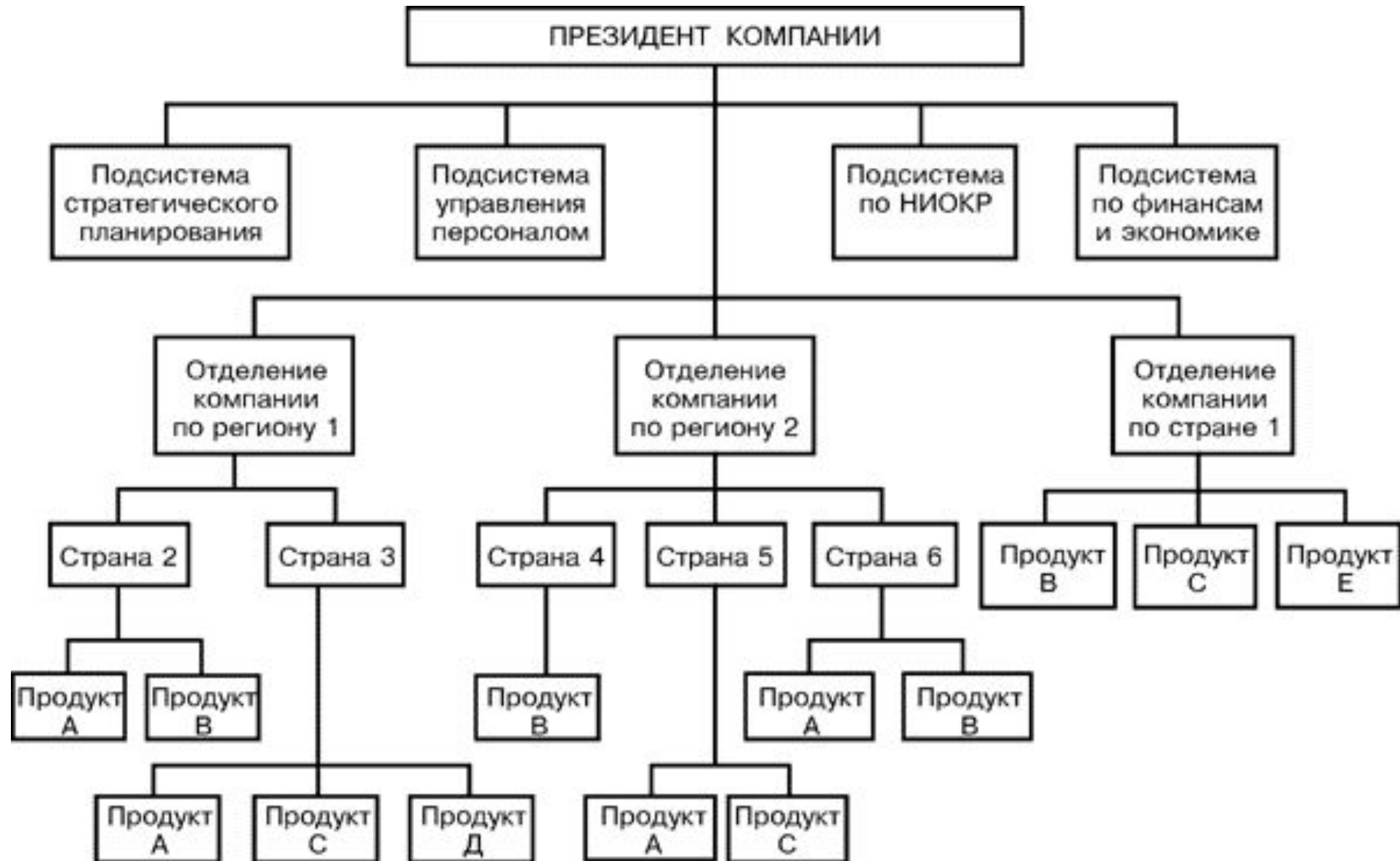
При **дивизионально-продуктовой структуре** полномочия по руководству производством и сбытом какого-либо продукта или услуги передаются одному руководителю, который является ответственным за данный вид продукции

Глобальноориентированная региональная структура (Worldwide Regional Structure), тоже базирующаяся на дивизиональной структуре, но с использованием географического принципа построения. При этом национальный рынок нередко рассматривается лишь как одно из региональных подразделений.

Организационная структура ОАО «КЗХ «Бирюса»



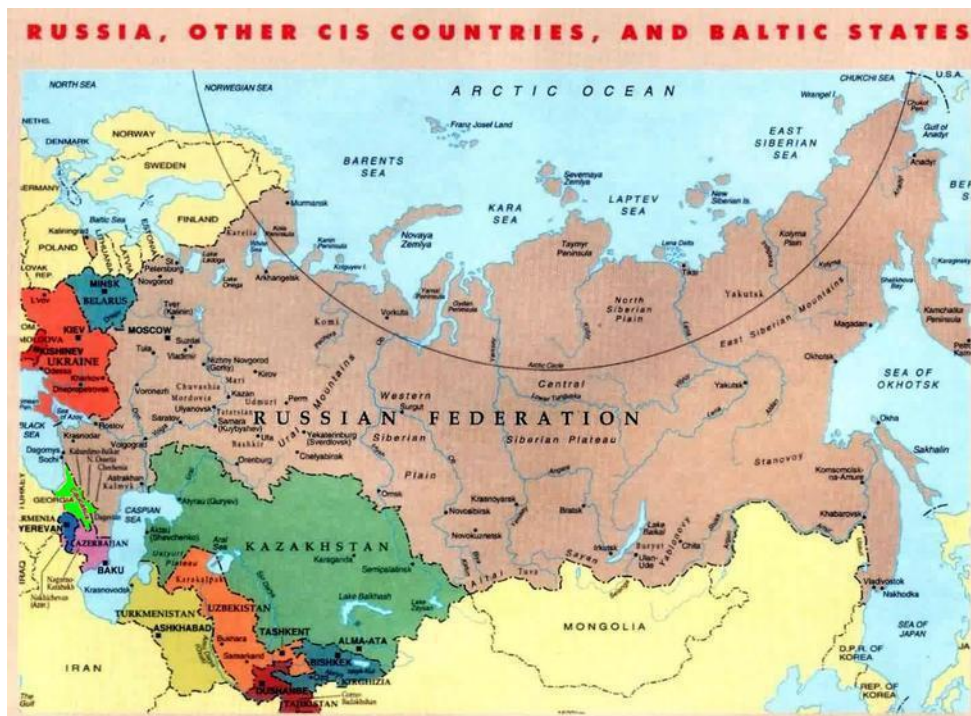
Организационная структура LG Electronics



Критерии	ОАО «КЗХ «Бирюса»	«LG Electronics»
2. Характеристика организации управления	Метод управления: организационно-стабилизирующего воздействия.	Метод управления: организационно-стабилизирующего воздействия.
	Принципы: Лидерство, честность, результативность	Принцип: «Четырех элементов»: честность, ответственность, забота и уважение
	Органы управления: общее собрание акционеров Общества; Совет директоров Общества; коллегиальный исполнительный орган (Правление) Общества; единоличный исполнительный орган (Генеральный директор) Общества	Органы управления: Общее совет директоров, Председатель совета директоров, Генеральный директор

Организационно–стабилизирующие – устанавливают долговременную связь в системах управления между людьми (концепция управления организацией, организационная структура управления, штаты, инструктирование, нормирование, регламентирование, контроль и надзор).

Критерии	ОАО «КЗХ «Бирюса»	«LG Electronics»
3. Охват рынка, сферы деятельности	Россия, СНГ	Мировой рынок



Критерии	ОАО «КЗХ «Бирюса»	«LG Electronics»
4. Направления маркетинговой деятельности	Реклама и стимулирование сбыта	Реклама, товар и стимулирование сбыта



Товар в маркетинге понимается как комплекс значимых для потребителя свойств (функциональные и эстетические характеристики, размеры, социальная и личностная значимость, габариты, вес, структура, упаковка, престиж производителя и розничного торговца

Критерии	ОАО «КЗХ «Бирюса»	«LG Electronics»
5. Основная цель	Расширению принадлежащей доли рынка и увеличении доходов за счет новые рынки	Производить товары и услуги наивысшего качества и потребительской ценности, улучшающие жизнь потребителей во всем мире



ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
КРАСНОЯРСКИЙ ЗАВОД ХОЛОДИЛЬНИКОВ



Критерии	ОАО «КЗХ «Бирюса»	«LG Electronics»
6. Миссия	<p>Совместно с партнерами Мы взаимовыгодно произведем и реализуем компрессоры и холодильную технику «Бирюса» – доступную для удовлетворения потребностей людей в сохранении качества продуктов</p> <p>Бизнес ОАО «КЗХ «Бирюса» станет неиссякаемым источником по обеспечению достойного уровня жизни работников завода, исполнения интересов акционеров и общества в целом</p>	<p>Мы стремимся создавать продукцию и услуги, удовлетворяющие как существенные ожидания покупателей, так предугадывающие еще неосознанные потребности</p>

Критерии	ОАО «КЗХ «Бирюса»	«LG Electronics»
	МС ИСО 9001-1994 (стандарт качества)	ISO 15502:2005
7. Механизм осуществления контроля	Каждый холодильник «Бирюса», прошедший строгий контроль качества сборки, чистоты внутренних и внешних поверхностей, поступает на испытательную станцию, где проходит 6-ти часовую проверку качества.	Вся продукция завода проходит многоступенчатую процедуру тестирования, включающую в себя три этапа: входной контроль, линейный контроль, выходной контроль.

Входной контроль

Комплектующие на завод в Рузе поставляются из Кореи, Китая, Тайваня и Польши, а также производятся непосредственно на месте.

Линейный контроль проходит непосредственно во время сборки. На линии проверяется 100% произведенной продукции. Инспектора на линии контролируют работоспособность основных функций выпускаемых моделей.

Выходной контроль

После прохождения двух первых этапов проверки наступает третий, не менее важный.

Выходной контроль - это проверка уже готовой продукции.



Критерии	ОАО «КЗХ «Бирюса»	«LG Electronics»
8. Характеристика стиля руководства	Демократический стиль	Авторитарный стиль
9. Характеристика персонала при подборе кадров	Образование, опыт и профессиональные качества	Широкий кругозор, экспертные знания, разумный стиль работы, стремление к победе, энергичность

В «LG Electronics Rus» децентрализации нет, действует абсолютная централизация. Все решения принимаются одним человеком – генеральным директором. Заместители и начальники отделов могут лишь предлагать свои идеи и замыслы начальству.

Критерии	ОАО «КЗХ «Бирюса»	«LG Electronics»
10. Формы организации труда	Индивидуальная, коллективная (в зависимости от характера работы)	Индивидуальная, коллективная (в зависимости от характера работы)

- индивидуальная - предполагает персонифицированный подход к распределению производственных задач, учета выполненной работы, начисления заработной платы на предприятии;
- коллективная - характеризует коллективный подход к организации производственного процесса

Критерии	ОАО «КЗХ «Бирюса»	«LG Electronics»
<p>11. Экологическая безопасность продукции</p>	<p>Охрана окружающей среды является для Компании «Бирюса» важным направлением деятельности. На предприятии ежегодно разрабатываются и выполняются природоохранные программы, направленные на сокращения сбросов сточных вод, выброса в атмосферу вредных веществ. 87 % образующихся промышленных отходов на заводе холодильников используется вторично, оставшиеся 13 % вывозятся на захоронение.</p>	<p>Проявляя заботу об окружающей среде и понимая всю важность подобных обязательств по отношению к жителям планеты, LG предлагает так называемые «Зеленые решения» для своих клиентов. Благодаря обширным научным исследованиям и разработкам компания использует весь диапазон технологий, сводящих к минимуму негативное воздействие на окружающую среду и увеличивающих эффективность использования энергии.</p>

Критерии	ОАО «КЗХ «Бирюса»	«LG Electronics»
<p>12. Общая численность персонала</p>	<p>2106 человек.</p>	<p>81 000 человек в том числе общая численность сотрудников компании в России – 2000 человек.</p>
<p>13. Организационная культура</p>	<p>Убеждение компании «КЗХ «Бирюса» и её деловая практика, лежащие в основе организационной культуры, формируются на основе самых различных источников. Это отдельные личности, рабочие группы, отделы или подразделения компании от самого низа до вершины иерархической пирамиды.</p> <p>Организационная культура «КЗХ «Бирюса» является продуктом внутренних социальных сил; она представляет собой взаимозависимую систему ценностей и норм поведения, преобладающих в данной компании.</p>	<p>«В основе наших ценностей лежит сущность корпоративных принципов LG»</p>



Организационная культура LG: «В основе наших ценностей лежит сущность корпоративных принципов LG»

ЛИЦО

Стилизованное изображение улыбающегося лица передает дружелюбный настрой и доступность. Один глаз на изображении означает, что компания LG нацелена на результат, сфокусирована и уверена.

КРУГ

Круг представляет земной шар, символизирующий мир и все человечество, а также молодость и будущее.

ФОРМА

Правый верхний угол логотипа LG, намеренно оставленный незаполненным, придает асимметрию изображению — знак креативности LG и способность к изменениям.

ЦВЕТА

Красный, основной цвет, символизирует дружелюбие и намерение LG выпускать продукцию наилучшего качества. Серый цвет обозначает технологию и надежность.

Ценности

«В основе наших ценностей лежит сущность корпоративных принципов LG»

Философия управления

Создание ценностей для покупателей
Управление основано на уважении человеческого достоинства

Ценности	Инновации
Мы честны и ответственны. Мы всегда выполняем данные покупателям обещания, потому что мы стремимся стать самым ответственным в мире брендом.	Мы создаем наиболее передовую продукцию и услуги. Наши инновации ориентированы не на технологии как таковые, а на удобство покупателей. От самых базовых функций до самых новейших технологий, наша продукция дает покупателям реальные ценности. Технологии для покупателей, а не для инженеров.
Люди	Стремления
Забота и уважение наших покупателей — это движущая сила нашей ориентированной на человека философии разработки продукции, возможной только при условии уважения и заботы о наших сотрудниках.	Мы стремимся создавать продукцию и услуги, удовлетворяющие как существующие ожидания покупателей, так предугадывающие еще неосознанные потребности.

Спасибо за внимание