

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)



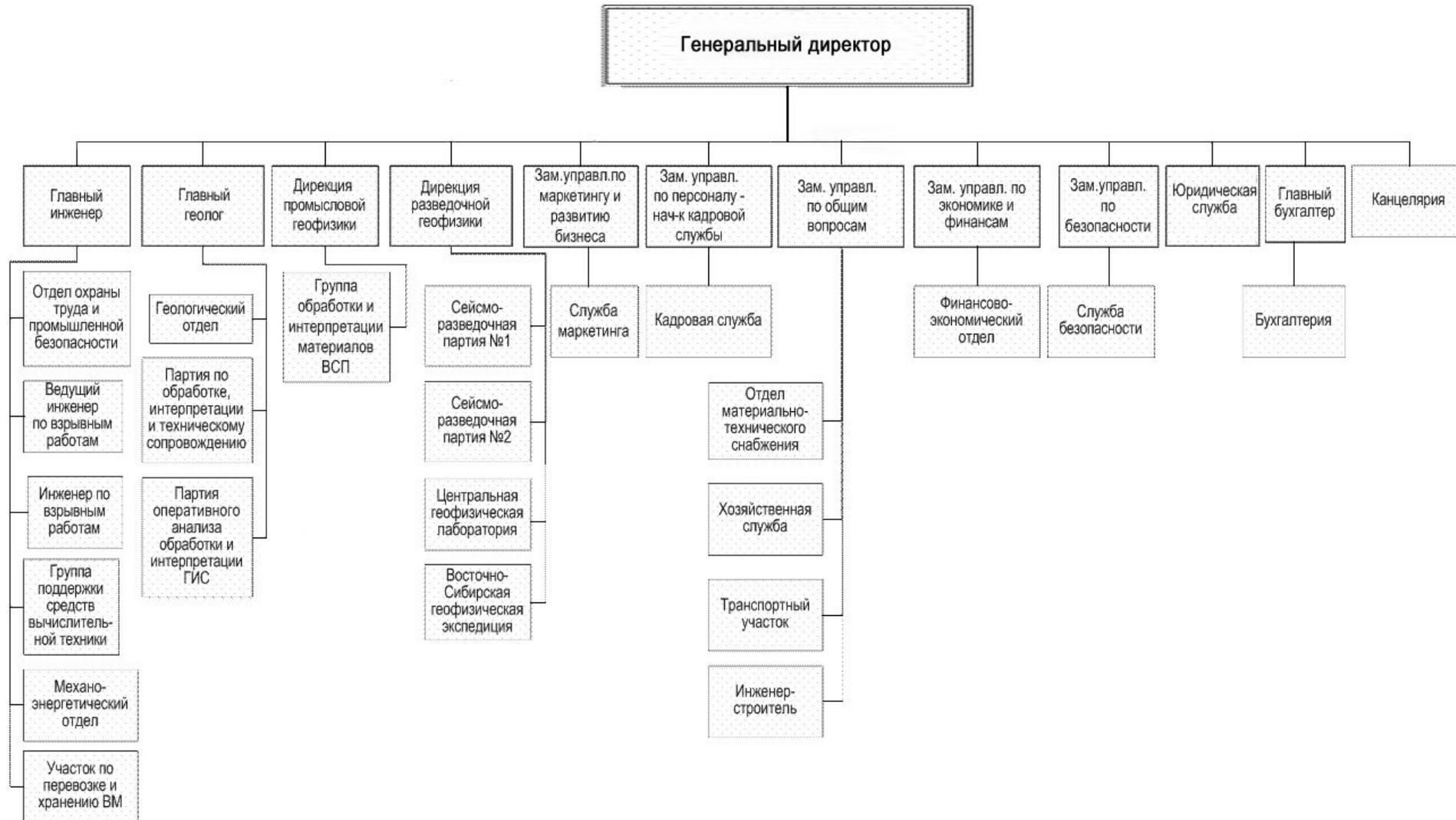
Выполнили:  
Студенты 251 грппы  
Хван Ю.А.  
Говердовский Я.С.

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

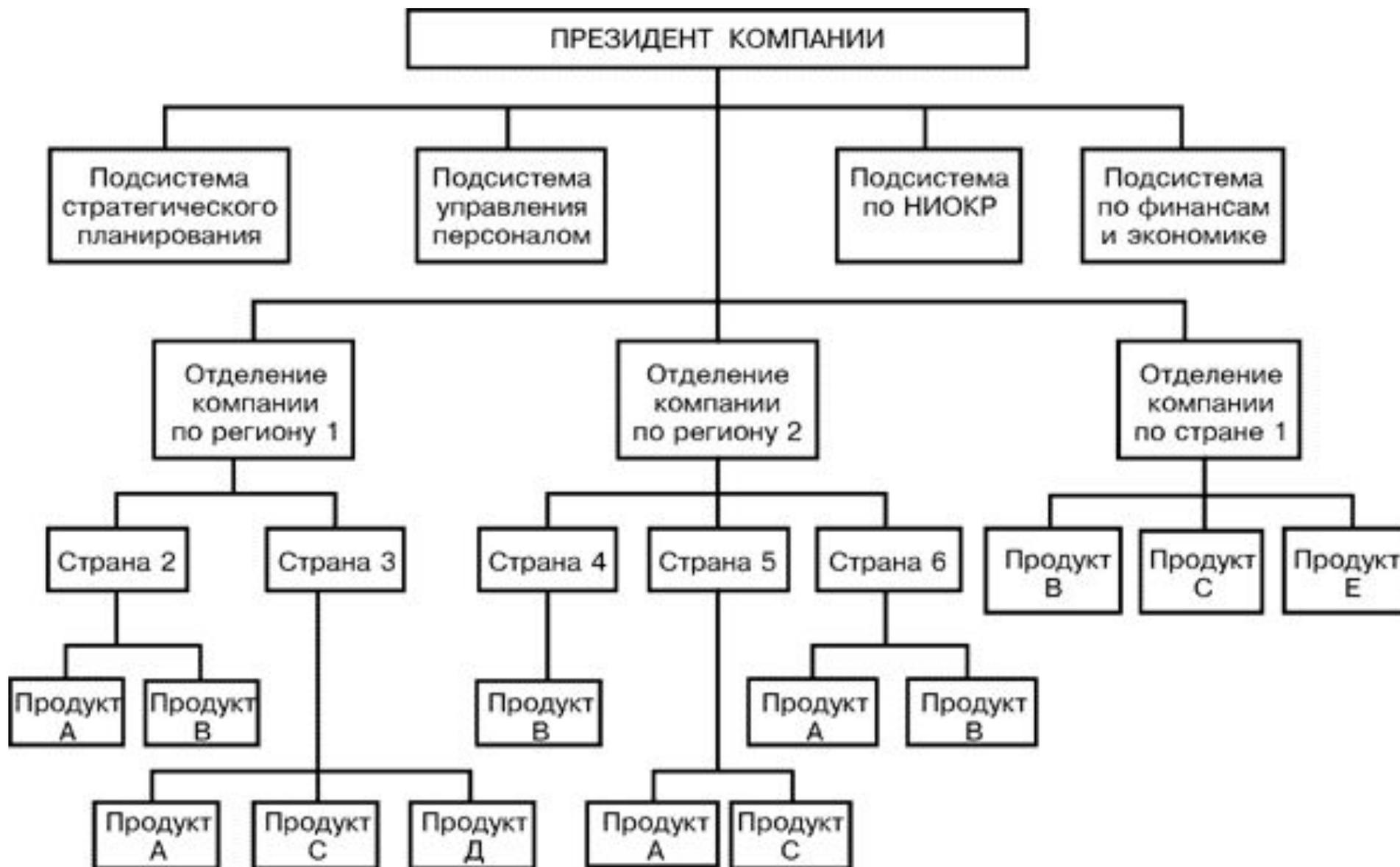
При **дивизионально-продуктовой структуре** полномочия по руководству производством и сбытом какого-либо продукта или услуги передаются одному руководителю, который является ответственным за данный вид продукции

**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»



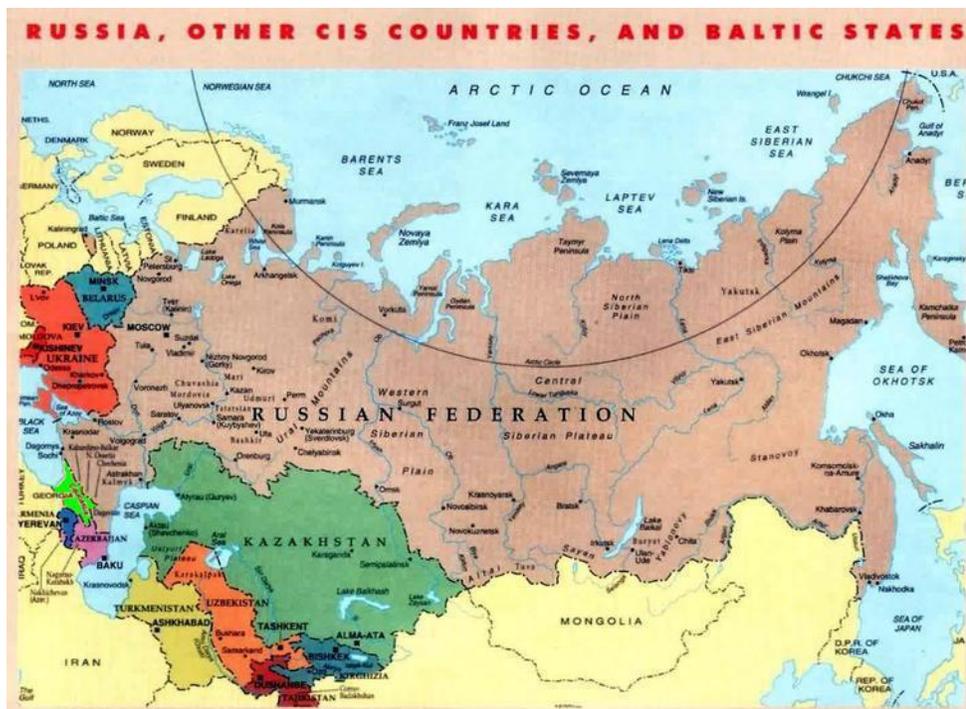
# Организационная структура LG Electronics



| 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»  |
|------------------|--|---|
| <b>6. Миссия</b> | <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  |
| <b>7. Механизм осуществления контроля</b> | 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»  |
|------------------------------------|---|---|
| <b>10. Формы организации труда</b> | Индивидуальная, коллективная<br>(в зависимости от характера работы) | Индивидуальная, коллективная<br>(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><b>11. Экологическая безопасность продукции</b></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><b>12. Общая численность персонала</b></p> | <p>2106 человек.</p>  | <p>81 000 человек в том числе общая численность сотрудников компании в России – 2000 человек.</p> |
| <p><b>13. Организационная культура</b></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