СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |
| --- | --- |
| Введение …………………………………………………………………….. | 3 |
| 1 Теоретические основы изучения организационной структуры компании. |  |
| 1.1 Понятие, сущность и значение организационной структуры и стратегии предприятия …………………………………………………….. | 5 |
| 1.2 Типы организационных структур, их преимущества и недостатки …. | 15 |
| 2 Анализ организационной структуры компании «SAMSUNG Electronics co. Ltd» и оценка ее стратегического развития |  |
| 2.1 Краткая характеристика компании ………………………………….. | 19 |
| 2.2 Организационная структура «SAMSUNG Electronics co. Ltd» и ее стратегия ……………………………………………………………………. | 22 |
| 2.3 Итоги приведения организационной структуры компании «SAMSUNG Electronics co. Ltd» в соответствие с ее стратегией ……… | 27 |
| Заключение …………………………………………………………………. | 29 |
| Список использованных источников ……………………………………... | 31 |

Введение

Современные исследования в сфере планирования подтверждают необходимость приведения организационной структуры фирмы в соответствие с конкретными требованиями стратегии. Установлено, что изменения в стратегии организации приводят к возникновению новых административных проблем, которые, требуют другой или видоизмененной структуры для успешной реализации новой стратегии или для ее модификации. Структура фирмы развивается вместе с развитием стратегии, но только с того момента, когда неэффективность деятельности и внутренние проблемы уже приводят к необходимости изменения структуры. Разработка новой стратегии вызывает появление ряда административных проблем, снижение прибыльности и ухудшение выполнения различных операций, переход к более приемлемой организационной структуре, повышение уровня прибыльности и улучшение выполнения стратегии. Необходима переоценка менеджерами внутренней структуры компании при любых изменениях стратегии. Новоиспеченная стратегия влечёт за собой появление новых или отличающихся от существующих видов деятельности. Она требует других навыков, и если данный факт будет проигнорирован, то возникшее в этой связи несоответствие между стратегией и структурой приведёт к проблемам реализации последней. Именно поэтому приведение структуры организации в соответствие с выбранной стратегией является на данный момент актуальной темой.

Предметом изучения курсовой работы являются стратегия организации и организационная структура компании «SAMSUNG Electronics co. Ltd».

Целью работы является решение проблемы приведения организационной структуры предприятия в соответствие со стратегией.

Задачами данной работы являются изучение теоретического материала, касающийся организационных структур предприятия, виды организационных структур, изучение теоретического материала, касающийся выбора стратегии на предприятии, виды данных стратегий и взаимоувязка организационной структуры и стратегии.

Объектом исследования было выбрано предприятие «SAMSUNG Electronics co. Ltd», организационная структура предприятия, ее стратегия. Причиной выбора предприятия стала относительная доступность достоверной информации, сложность организационной структуры.

В ходе изучения данной темы были использованы следующие источники знаний: научная литература, интернет ресурс.

Заключение

Итак, цель данной курсовой работы можно считать достигнутой: была рассмотрена организационная структура и стратегия компании «SAMSUNG», их взаимоувязка и эффективность, гибкость и многофункциональность.

Проанализировав существующую стратегию, я пришла к выводу, что компания делает акцент на перспективных целях развития предприятия и повышения ее конкурентоспособности, их закрепление в долгосрочных планах, разработка целевых программ, которые обеспечивают достижение поставленных целей и минимизацию рисков внутренних и внешних показателей.

Новое видение роли компании Samsung Electronics в мире на ближайшее десятилетие отражено в девизе компании «Inspire the World, Create the Future». (Дать миру надежду. Построить новое будущее).

Это новое видение основного направления деятельности компании Samsung Electronics отражает стремление руководства компании сконцентрировать свои усилия на трех ключевых направлениях: «Новые технологии», «Инновационные продукты» и «Креативные решения» и воплотить свои достижения в Индустрии, среди партнеров и персонала компании. Реализация этих усилий, по мнению руководства Samsung, поможет сделать жизнь людей в мире более комфортной и интересной.

Частью нового видения перспектив развития компании Samsung является реализация двух целей: увеличение прибыли к 2020 г. до 400 млрд. долл. США и включение компании в пятерку ведущих мировых брендов. Для достижения этих целей Samsung разработал три стратегических подхода в области менеджмента: «Креативность», «Партнерство» и «Талант».

«Samsung с энтузиазмом смотрит в будущее. Развивая и совершенствуя наши прежние достижения, мы будем осваивать такие новые области деятельности, как здоровье, медицина и биотехнология».

Список использованных источников

1) Мазур И.И., Шапиро В.Д. и др. Реструктуризация предприятий и компаний: Справочное пособие/ Под ред. И.И. Мазура. – М.: Высшая школа, 2009

2) Румянцева З.П., Соломатин Н.А., Акбердин Р.З. Менеджмент организации/ Под ред. З.П. Румянцевой, Н.А. Соломатина. – М.: Инфа – М, 2010. – 430 с.

3) Мескон М.Х, Альберт М., Хедроури Ф.. Основы менеджмента. М. – 2009

4) Новопашин А.И. Менеджмент в условиях глобализации мировой экономики: Философско – методологический анализ. – М.: Высшая школа, 2009. – 248 с.

5) Мильнер Б.З. Теория организаций. – М. 2009. – 336 с.

6) Елекоев С., Зондхоф Г., Кролл Х. Реструктуризация промышленных предприятий.// Вопросы экономики. 2008

7) Мазур И.И., Шапиро В.Д. и др. Реструктуризация предприятий и компаний: Справочное пособие/ Под ред. И.И. Мазура. – М.: Высшая школа, 2009

8) Елекоев С., Зондхоф Г., Кролл Х. Реструктуризация промышленных предприятий.// Вопросы экономики. 2008

9) Мескон М.Х, Альберт М., Хедроури Ф.. Основы менеджмента. М. – 2009

10) Мескон М.Х, Альберт М., Хедроури Ф.. Основы менеджмента./ Перевод с английского М. – 1992. – 123 с.

11) Мескон М.Х, Альберт М., Хедроури Ф.. Основы менеджмента./ Перевод с английского М. – 1992. – 134 с.

12) Мескон М.Х, Альберт М., Хедроури Ф.. Основы менеджмента./ Перевод с английского М. – 1992. – 140 с.

13) Мескон М.Х, Альберт М., Хедроури Ф.. Основы менеджмента./ Перевод с английского М. – 1992. – 152 с.

14) Мескон М.Х, Альберт М., Хедроури Ф.. Основы менеджмента./ Перевод с английского М. – 1992. – 161 с.

15) Круглов М.И Стратегическое управление компанией. М.: Русская деловая литература. – 2008. – 237 с.

16) URL: http://five.liga.net/company/Samsung.html

17) URL: http://company-organization.ru

18) URL: http://www/samsung.com/kz-ru/aboutsamsung