



ЦЕНТЪР ЗА ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ

КУРСОВА РАБОТА

ПО

ТЕОРИЯ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА ВАЕВ 533

на тема:

*Моделът за проектиране на целево-адаптивни организации (по примера на
Елдорадо ООД)*

Изготвил:

Проверил:

София, 2017

Съдържание

Увод.....	- 2 -
I. Представяне на „Елдорадо“	- 2 -
II. Методика на емпиричното изследване.....	- 2 -
2.1. Основна цел на изследването	- 2 -
2.2. Подцели	- 2 -
2.3. Задачи	- 3 -
2.4. Хипотези.....	- 3 -
2.5. Инструментариум на изследването	- 3 -
2.6. Обхват на изследването	- 3 -
III. Приложение на модела „Отвън навътре“	- 3 -
3.1. Сканиране на външната среда на „Елдорадо“	- 3 -
3.2. Анализ на задачите за увеличаване на пазарния дял на продукта на „Елдорадо“	- 8 -
3.3. Определяне насоките на развитие	- 8 -
3.4. Идентифициране на организационните граници	- 8 -
3.5. Формулиране на граничните задачи на подсистемите	- 8 -
3.6. Проектиране на производствения модул	- 9 -
3.7. Проектиране на поддържащите подсистеми на организацията.....	- 9 -
3.8. Проектиране на други критични подсистеми.....	- 10 -
IV. Общ преглед на очакваните резултати от проекта за организационно съвършенство..	- 10 -
Заключение	Error! Bookmark not defined.
Литературна справка.....	Error! Bookmark not defined.

Увод

Качеството на вътрешната организация става все по-важно за съществуването и евентуалния успех на дадено предприятие. В същото време организацията трябва да има потенциала да притежава или развива способности, знания и динамични компетенции, за да се превърне в ефективна организация и за да може да поддържа устойчиво конкурентно предимство. Съвременните организации се нуждаят от усъвършенствано лидерство и предприемачество. Балансирано и добре разработено гъвкаво управление, наречено също модела за оперативна ефективност , е от съществено значение за такива организации.

Разработката има за цел апробиране на модела на целево-адаптивна организация, по примера на Елдорадо ООД.

I. Представяне на организацията

Основните продукти на "Елдорадо" ООД са предимно продукти от дърво – мебели за дома и кухнята.

Основните клиенти Киров Бош и Грунар.

Освен това във Финландия дружеството доставя т.нар. бутилков цилиндър.

Основните методи за стимулиране на продажбите, които дружеството използва са: подобряване на качеството на продукта, реклама (главно под формата на билбордове), различни отстъпки и следпродажбено обслужване на клиентите (превоз на стоки до мястото на клиента със самостоятелен транспорт).

II. Методика на емпиричното изследване

2.1. Основна цел на изследването

Целта на изследването да се формулира проектен модел на организация с висока ефективност.

2.2. Подцели

Могат да бъдат изведени следните подцели:

- Анализ на методите за проектиране на високо-ефективни организации.
- Описание на средата на организацията и открояване на проблемни звена в процеса на комуникация с външните страни
- Отправяне на предложение за редизайн на структурата на организацията

2.3. Задачи

За да бъдат изпълнени посочените подцели трябва да се реши следния набор от задачи:

1. Планиране на маркетинговите подходи като основа за адаптиране на организацията към предпочитанията на клиентите;
2. Балансиране на разходи и ползи така, че да се реализира цел висока ефективност;
3. Апробиране на модела Отвън-навътре в реална среда.

2.4. Хипотези

- За увеличаване на ефективността на, компанията трябва да се извърши промени в основните комуникационни канали и подходите за общуване със заинтересованите страни
- За трансформиране към високо-ефективна организация, компанията трябва да да проучи и получи по-добро разбиране за удовлетвореността на клиентите и доставчиците.

2.5. Инструментариум

Методология ще се основава на качествен подход, който се съставява от наблюдения, теоретичен анализ, сравнения и преглед на литературните извори.

2.6. Обхват

Обект на анализиране ще бъдат високо-ефективните организации, а предмет – проектиране на възможностите за ре-дизайн на маркетинговите функционалности като основен механизъм за продажби, който е в основата на процеса на подобряване на ефективността на организацията

III. Приложение на модела „Отвън навътре“

3.1. Сканиране на външната среда

PEST анализ на Елдорадо

Най-често срещаният метод за изследване на макрообкръжението е институционалният анализ (PEST анализ). Неговата същност се крие в изучаването на факторите на средата, които са с непряко въздействие, но които засягат дейността на организацията.

Политически фактори.

1. Промяна в данъчното законодателство.

Измененията в Данъчното законодателство засягат общите въпроси като събиране на просрочени плащания, извършване на проверки на място, въвеждане на електронно управление на документи и взаимоотношения с данъчните органи. Освен това размерът на глобите за данъчни нарушения е значително увеличен през последната година

2. Държавно регулиране на промишлеността.

Държавата поема отговорността за създаване на равни условия за конкуренция на предприемачите - ефективна конкуренция.

3. Законодателство за опазване на околната среда.

4. Антимонополно законодателство.

Политическите фактори са много непредсказуеми и могат да повлияят положително и отрицателно на дейността на организацията.

Икономически фактори.

1. Икономическата криза.

Намаляване на растежа и ограничаването на дохода на населението включително придружено от инфлацията водят до намаляване на потребителското търсене.

2. Промяна в общата структура на цените.

3. Нивото на инфлация.

Напоследък се наблюдава увеличение на инфлацията, което е много неблагоприятно за дейността на предприятието.

4. Ниво на безработица.

5. Корупцията.

Влиянието на корупцията засяга всички етапи на процесите на производство и преразпределение на ресурсите, нарушава целостта на икономическите системи, намалява доходите на всички нива.

6. Лихвен процент и валутен курс.

7. Инвестиционна политика.

Социални фактори.

1. Демографска структура на населението. В страната е налице демографска криза.

1. Модните тенденции.

Технологични фактори.

1. Появата на нови стандарти в технологиите, оборудването, материалите. Съвременното оборудване позволява да се произвеждат продукти, които да отговарят на нуждите на най-взискателния клиент. Производството непрекъснато се

подобрява в посока на опазване на околната среда и безопасност на потребителите. Производствените отпадъци са напълно рециклируеми.

2. Нови продукти.

Неп прякото въздействие може да бъде положително иили отрицателно. За да се оценят благоприятните фактори, беше съставена таблица 1 Матрицата на факторите, благоприятни за макросредата. По подобен начин, за оценка на неблагоприятните фактори е съставена таблица 2. Матрица на факторите, които са с неблагоприятно въздействие за макросредата.

Таблица 1. Матрицата на факторите, благоприятстващи макросредата.

Оценка на вероятността използване благоприятна ситуация	Очаквано положително въздействие		
	силно (I)	умерено (II)	малко (III)
Висока (1)	Възникване на нови стандарти в технологиите, оборудването, материалите	Скоростта на обновяване на стоките, източници на идеи	Държавно регулиране на конкуренцията в отрасъла
Средна (2)	Модни тенденции	Демографски растеж	
Ниска (3)	Финансови условия за инвестиране		Антимонополно законодателство

В тази таблица:

- факторите, които попадат в полета I-1, I-2, II-1, са от голямо значение за организацията и трябва да бъдат взети предвид при по-нататъшното развитие на стратегията;
- факторите, попадащи в обхвата на I-3, II-2, III-1, могат да бъдат използвани, при условие, че организацията разполага с достатъчно ресурси;
- факторите, които попадат в полетата II-3, III-2, III-3, почти не заслужават внимание.

Имайки предвид благоприятните макроикономически фактори за организацията, можем да направим следното заключение. Използването на разнообразни нови технологии ще гарантира висока точност и качество на обработените мебелни части. Опитните технолози и дизайнери, благодарение на новите идеи, ще могат да създадат достъпен висококачествен продукт с модерен дизайн, който допълнително ще гарантира конкурентоспособност на компанията и привличане на повече инвеститори. При разработването на стратегия за повишаване на ефективността е много важно компанията да отчита най-новите модни тенденции, като по този начин привлича и задържа потребители.