



КУРСОВА РАБОТА

ПО

ЕВРИСТИЧНИ МЕТОДИ И УПРАВЛЕНСКИ РЕШЕНИЯ

Изготвил:

Проверил:

София, 2018

Въведение

В настоящата разработка ще се разгледа начина, по който Lego разработва своите нови продукти. Обикновено се използват екипи за развитие, които са отделни предприятия под шапката на компанията-майка. Това са автономни, стратегически единици, създадени за определени проекти. За да се разбере процеса на вземане на решения в Lego, то трябва да се започне с представяне на стратегията на компанията.

1. Стратегията на Lego.

Мисията на LEGO е „Вдъхновявай и развивай строителите на утрешния ден“/ Визията е „Създаването на игри за бъдещето“. За да ги реализира, компанията използва стратегия за растеж и иновационна стратегия.

Стратегия за растеж: LEGO прилага стратегия, която се основава на редица стимули за растежа. Един е да увеличи пазарния дял в САЩ. Много американците могат да мислят, че купуват много продукти на LEGO, но купуват само около една трета от това, което германците купуват, например. По този начин има потенциални възможности за растеж на пазара в САЩ.¹

Също така, LEGO иска да увеличи пазарния си дял в Източна Европа, където пазарът на играчки се разраства много бързо. В допълнение, тя иска да инвестира в нововъзникващи пазари, но предпазливо. Игралната индустрия не е първата на нови, нововъзникващи пазари, така че LEGO ще инвестира. Тя ще се разширява и директно към потребителите чрез търговски обекти, собственост на Lego, онлайн продажби и дейности (като онлайн игри за деца).

Иновационна стратегия: От продуктова гледна точка, LEGO се фокусира върху създаването на иновативни нови продукти от концепции, разработени под мотото „Явното LEGO, което никой никога не е виждал досега“. Последният пример за това е LEGO Games System, която е семейна игра (нов начин за игра с LEGO тухли). Същевременно компанията възнамерява да разшири LEGO Education. И тя целенасочено развива своя цифров бизнес като разликата между физическия и цифровия свят става все по-невидима.

Повечето компании проучват потребителите, за да разберат как те вземат решения и по този начин да насочат процеса на разработване на продукти и да продават повече продукти. Но Lego не просто иска да разбере защо децата играят. Компанията

¹ <http://sfmagazine.com/wp-content/uploads/sfarchive/2012/02/Strategic-Risk-Management-at-the-LEGO-Group.pdf>