

Анализ компании «Конти Рус»



Выполнила студентка
факультета
философии,
социологии и
культурологии 32
группы
Ротарь Е.М.



О компании

- Полное наименование — ПЕРВИЧНАЯ ПРОФСОЮЗНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАКРЫТОГО АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА "КОНТИ - РУС" КУРСКОЙ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ (ГОРОДСКОЙ) ОРГАНИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СОЮЗА РАБОТНИКОВ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



История

- Компания «КОНТИ» основана в 1997 году.
- С 2004 года Компания выходит на российский рынок за счет приобретения



- В 2014 году был открыт первый фирменный магазин «КОНТИ» в Курске. Главная задача создания фирменной розничной сети представить широкий ассортимент собственной продукции, сделать высококачественные продукты доступными покупателям.



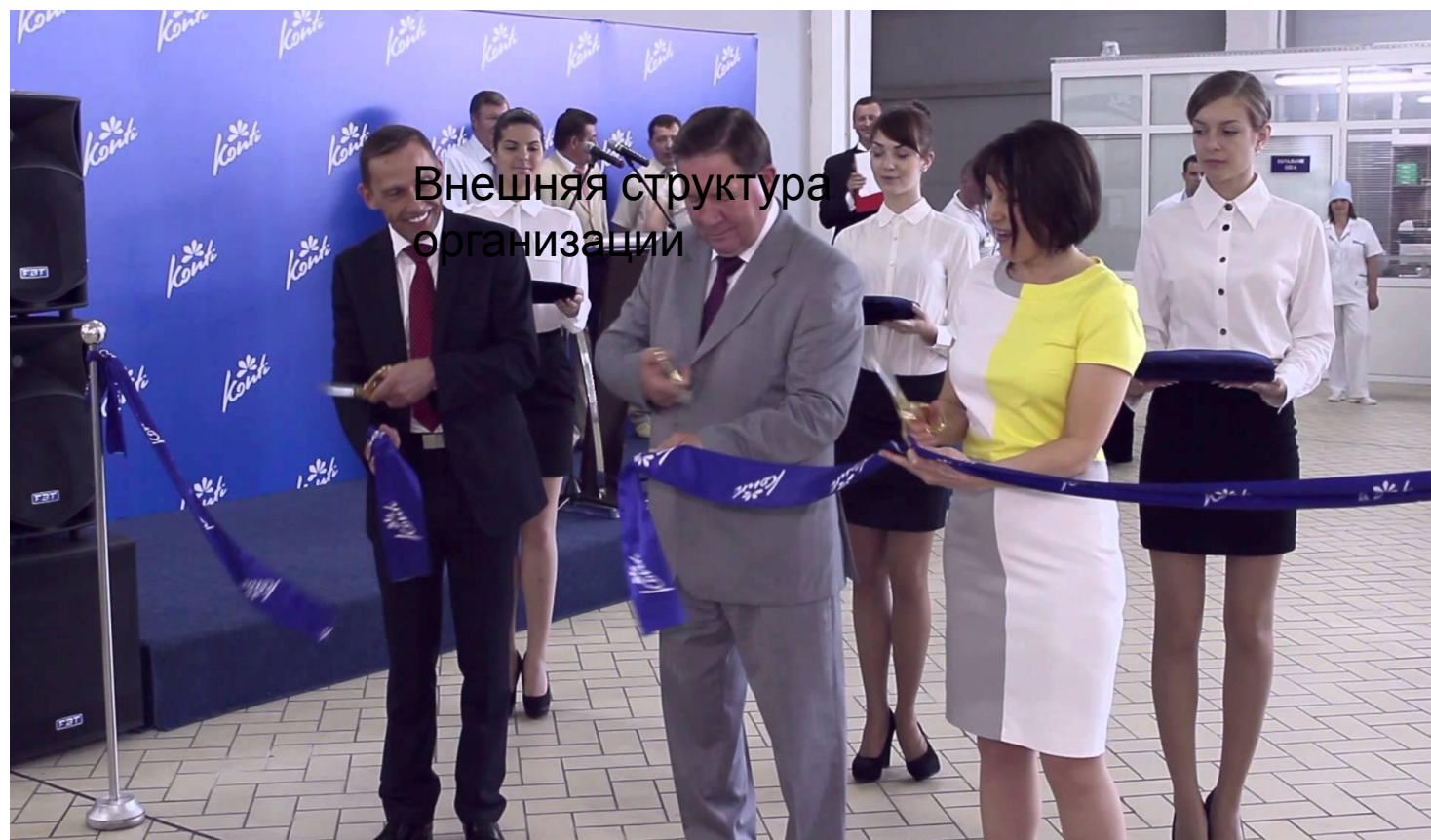
Технология

- Основным видом деятельности компании является производство какао, шоколада и сахаристых кондитерских изделий.



Число сотрудников

- Число сотрудников ЗАО «Конти-Рус» - более 4000 человек.



Внешняя структура организации

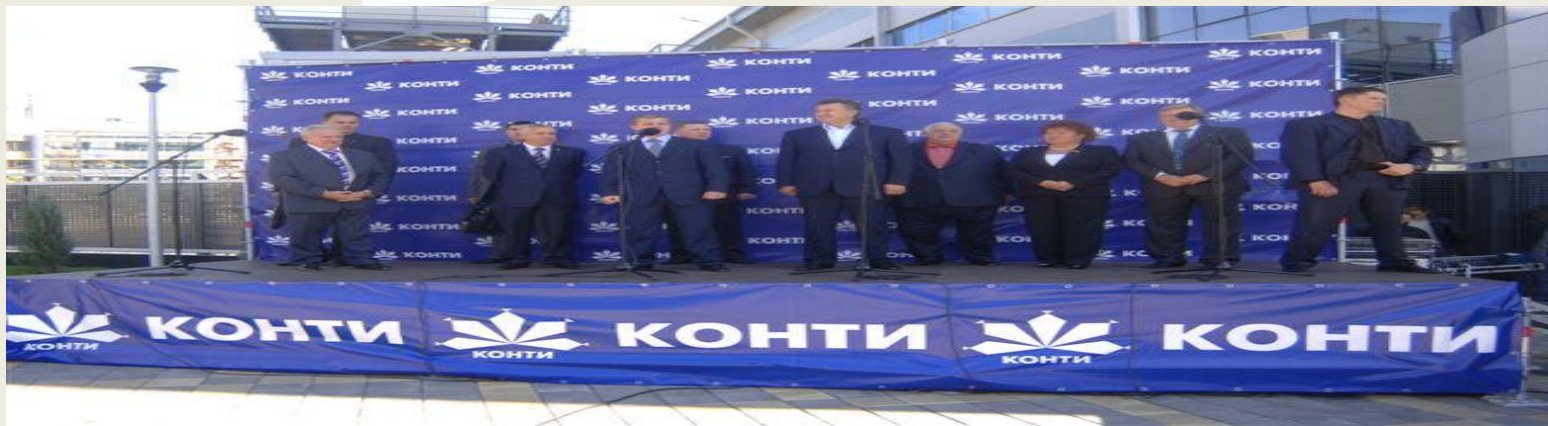
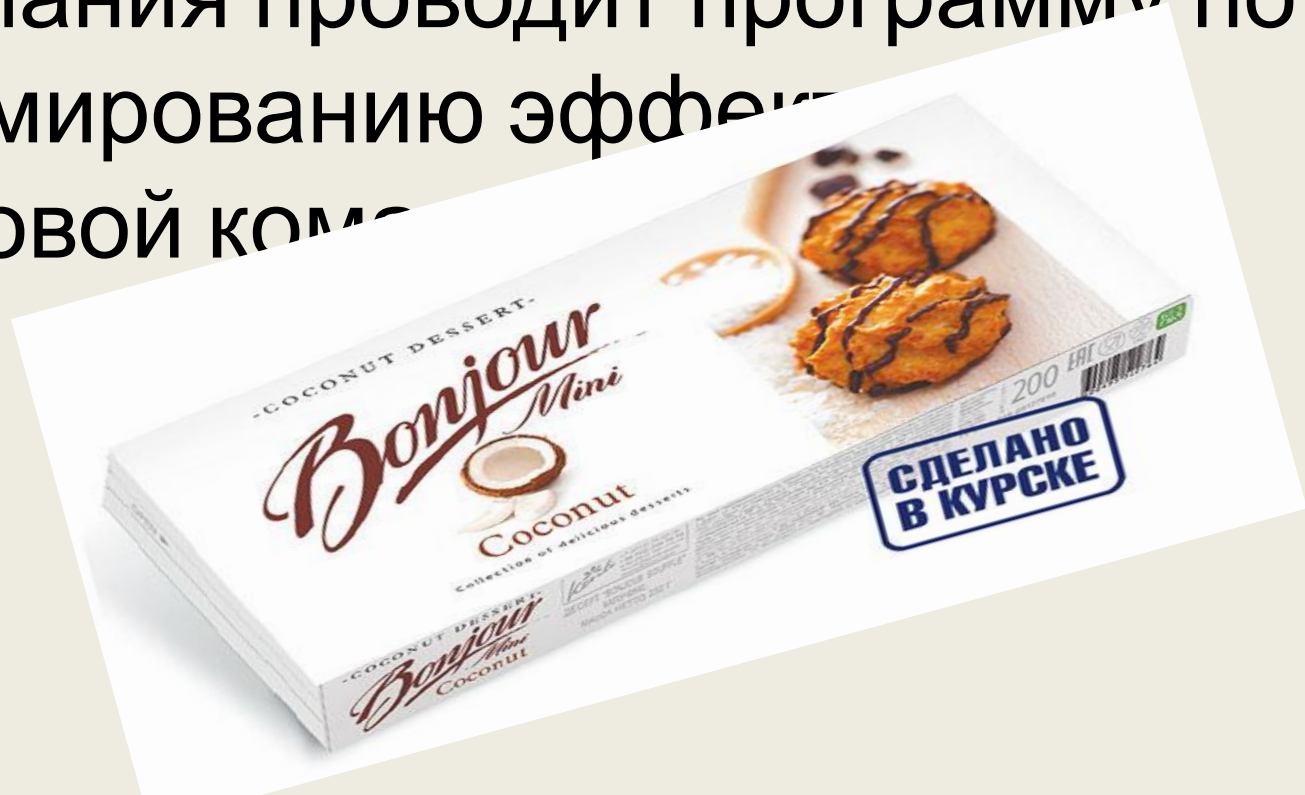


Внешнее окружение



Стратегия компании

- Компания проводит программу по формированию эффективной торговой компании



Внешняя структура организации

Генеральный директор

Заместитель
генерального ди-ра
по правовым
вопросам

Финансовый директор

Заместитель генерального
ди-ра по материально-
техническому обеспечению

Заместитель
генерального
директора по
общим вопросам

Директор
департамента
хозяйственного
обеспечения

Технический директор

Главный бухгалтер

Руководст

во



Генеральный директор
**Игорь Анатольевич
Удотов**



Директор департамента
по работе с персоналом
**Светлана Дмитриевна
Голицына**

Внешние факторы влияния



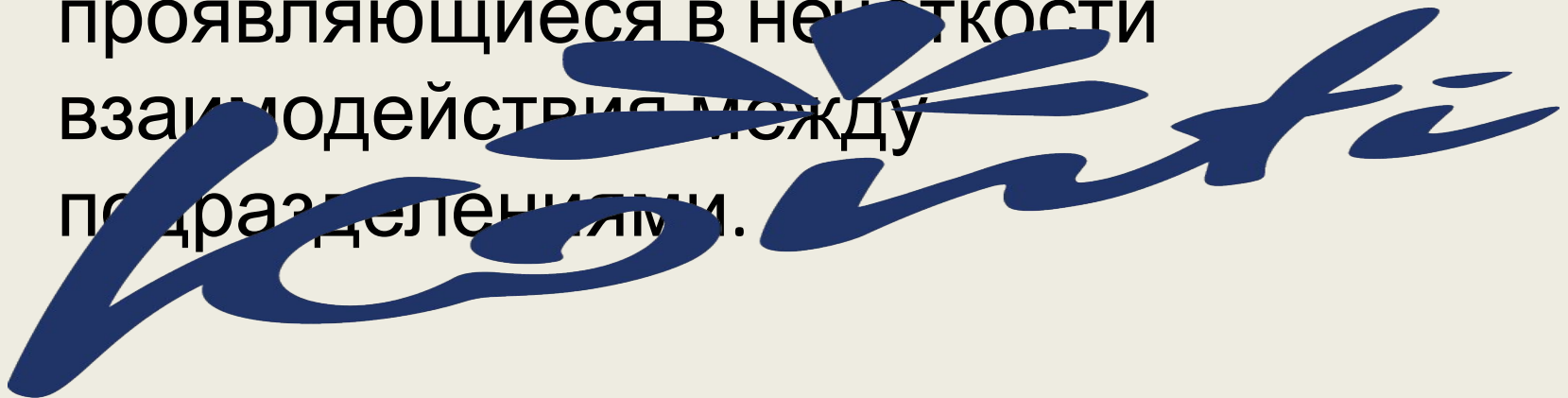
Угрозы внешнего окружения

- Высокая степень вероятности: изменение правил ввоза продукции, снижение уровня жизни населения, рост налогов и пошлин, изменение уровня цен и рост безработицы.
- Средняя степень вероятности: рост темпов инфляции, изменение покупательских предпочтений, ужесточение законодательства, появление новых фирм усиление конкуренции.



Организационная культура

- Наличие таких норм и правил, как, например, материальное вознаграждение, льготы при покупке собственной продукции, другие социальные гарантии.
- Наблюдается нарушение информационных потоков, проявляющиеся в нечеткости взаимодействия между подразделениями.



Тип корпоративной культуры

- Целевая культура, поскольку деятельность работников связаны с продолжительным решением проблемы. Основой власти и влияния выступает компетентность.
- Нормы и ценности основаны на энтузиазме и креативности сотрудников.



Миссия

- ❖ Долгосрочное развитие с созданием уникальных качественных полезных продуктов.
- ❖ Быть мировой компанией со сбалансированным ростом стоимости компании, операционной прибылью, сильными брендами.
- ❖ Создавать условия для личностного, профессионального и материального роста сотрудников



Ценности

- Инновации
- Качество
- Амбиции
- Профессионализм
- Эффективность
- Корпоративная социальная ответственность



Дерево целей



пасибо за внимание!

