

بیانیه ماموریت و چشم انداز

محمد بیات

تاریخچه

مخترع نام‌آور، توماس ادیسون در سال ۱۸۷۸ (م) شرکت لامپ‌های الکتریکی ادیسون را بنا نهاد. هدف او تولید تجاری یکی از اختراعات تاثیرگذار او یعنی لامپ الکتریکی بود، گرچه تولید و عرضه سایر اختراعات نیز در دستور کار او قرار داشت . اولین کارخانه تولید لامپ در سال ۱۸۹۰ توسط او تاسیس شد . دو سال بعد، ادغام شرکت ادیسون با شرکت توماس هاستون، شرکت جنرال الکتریک را پدید آورد و چارلز کافین به عنوان مدیرعامل شرکت تازه تاسیس یافته تا سال ۱۹۱۲ رهبری آن را برعهده گرفت. اولین آزمایشگاه تحقیقات علمی شرکت با حضور سه نفر در سال ۱۹۰۰ پایه عرضه وجود نهاد. در سیر زمان، ابداعات و اختراعات و تجهیزات بسیاری از سوی شرکت روانه بازار مصرف گردید : از پنکه برقی، توربین‌های عظیم بخار، نان برشته کن برقی ، لکوموتیو برقی ، اجاق برقی ، لامپ خودرو ، لوله اشعه X ، یخچال، تجهیزات ارتباطات رادیویی ، موتور قدرتمند هواپیما، ایستگاه‌های رادیویی، تلویزیون، تاسیس کارخانه پلاستیک سازی و عرضه بسیاری لوازم خانگی و مصرفی و صنعتی، ماشین لباسشویی ، تهویه مطبوع ، دستگاه‌های برقی کوچک آشپزخانه نظیر همزن ، اولین شبکه تلویزیونی ، اولین موتور جت، تجهیزات ناوبری اتوماتیک هواپیما ، تجهیزات راداری ، باران ساز ، یخچال دودر ، تجهیزات پخت نان ، مغناطیس‌های ابررسانا ، نور لیزر، تجهیزات اسکن بدن انسان ، اولین رادیوی ساعت دار برنامه‌خور، آبمیوه‌گیر، فیبر نوری ، سفینه فضایی مشاهده‌گر مریخ ، موتور جت با سه برابر سرعت صوت تا سیستم‌های جامع بیمه، بهداشت و رسان‌ای.

حوزه‌های فعالیت

امروزه جنرال الکتریک از ۶ کسب و کار عمده تشکیل شده که هر یک واحدهایی را در بر می‌گیرد:

- ۱ - مالی بازرگانی نظیر وام، لیزینگ، برنامه‌های مالی و بیمه‌های تجاری؛
- ۲ - صنعتی نظیر محصولات برقی و صنعتی، لوازم خانگی بزرگ، سیستم‌های اتوماسیون کارخانجات، پلاستیک‌ها
- ۳ - مالی مشتری نظیر خدمات اعتباری، کارتهای بانکی، بیمه‌های اعتباری؛
- ۴ - بهداشت؛ پارادایم نوین در مراقبت از بیماران. هم‌اکنون ۳۲۰ هزار ماشین عکسبرداری عرضه‌یابی بیش از ۲۳۰ میلیون اسکن در سال می‌گیرد؛
- ۵ - NBC بین‌المللی، شبکه خبری و اطلاع‌رسانی و تفریحی؛

۶- زیربنایی نظیر موتورهای هواپیما، گاز، نفت، انرژی، فناوری و خدمات فرایندهای ریلی، توربین

فرهنگ سازمانی و ارزشها

ارزشها کلید موفقیت جنرال الکترونیک است. ارزشها فراتر از کلمات هستند و روح جنرال الکترونیک را منعکس می کنند و راهنمایی برای حرکت و رفتار در بطن تغییرات به شمار می آیند. بیش از ۱۲۰ سال است که جنرال الکترونیک به خاطر عملکرد و روح خلاقش تحسین شده است. مجله فورچون در سال ۲۰۰۶ برای ششمین بار شرکت را به عنوان اولین رتبه در شرکتهای تحسین برانگیز معرفی کرده است. از دیدگاه شرکت، ارزشها همه چیز است. شرکت کسانی را که به ارزشها بها نمی دهند کنار می گذارد هرچند کارشان نتیجه بخش باشد. ارزشها در شرکت عبارت است از: اشتیاق، کنجکاوی، ابتکار، پاسخگویی، همراهی، تعهد و هیجان.

ولش ارزش اول در جنرال الکترونیک را درستی می دانست و برموارد زیر تاکید داشت:

__ عشق به برتری __ تنفر از دیوانسالاری __ پذیرش اندیشهها و پیشنهادهای __ نگرش به دگرگونی به عنوان فرصت نه تهدید
__ اندیشه جهانی داشتن __ هدفهای پرچالش برگزیدن __ پاسخگویی و تعهد __ رفتار بدون مرز __ مشارکت __ داشتن دیدگاه روشن، ساده و واقع گرا __ سرشار از انرژی و توان و نیرودهی به دیگران.

در بیانیه ارزشهای کنونی شرکت بر چهار مورد تاکید شده است:

۱- رؤیابینی ۲- حل مسئله ۳- ساختن ۴- رهبری

کوکاکولا عنوان نابتترین برند جهان را به خود اختصاص می دهد. و برند جنرال الکترونیک مقام چهارم رادرمیان صدبرند برترجهان دارد. که ارزش هرکدام به ترتیب:

کوکاکولا ۶۷میلیارددلار (بیش از درآمد ایران از محل فروش نفت با احتساب هر بشکه نفت ۷۰ دلار)

عنوان شده است.

ارزش برند مایکروسافت ۵۹میلیارد و ۹۴۱میلیون دلار

ارزش برند آی بی ام ۵۶میلیارد و ۲۰۱میلیون دلار

برند جنرال الکترونیک که اینک دامنه فعالیتش از تولید اجاق تا ارائه خدمات کارت اعتباری را شامل می شود، نزدیک به ۴۹ میلیارد دلار تخمین زده می شود.

شعار شرکت:

تخیل گرایی حین کار (Imagination at Work)

چشم انداز:

شرکت از یک جایگاه محکم از نظر درآمدی قوی و رشد گردش پول در آینده برخوردار شود.

ماموریت شرکت

ما یک شرکت بزرگ در زمینه محصولات لوازم خانگی و صنعتی و انرژی هستیم که سابقه درخشانی در اختراع و نوآوری دارد. کسب و کار ما مستمرا در حال تحول است و ما دائما به دنبال راههای جدیدی برای بکارگیری منابع انسانی، مالی و تکنولوژی، به منظور ایجاد زندگی بهتری برای مردم دنیا هستیم. ماموریت ما افزایش ارزش شرکت نزد مشتریان، کارکنان و سهامداران است که این امر از طریق عرضه محصولات و خدمات ارزنده به بازارهای جهانی انجام می گیرد. برای انجام این امر هر یک از کسب و کارهای ما می بایستی در سودآوری برتر از قوی ترین رقبا باشد. ما تنها وقتی احساس موفقیت خواهیم کرد که قادر باشیم در مقایسه با دیگر صنایع، سودآوری بیشتر و پایدارتری را برای سهامداران خود فراهم سازیم. در حالیکه رشد ما در گروه محصولات تازه و کشف منابع انرژی جدید می باشد، موفقیت ما نهایتا به چگونگی پاسخگویی به شرایط بازار و است. این امر مستلزم، تعامل زیاد با مشتریان برای درک و برآورده کردن نیاز آنان و همچنین تشخیص مشکلات و مرتفع کردن آنها می باشد. علاوه بر همه اینها، ما براین باوریم که موفقیت سازمان رابطه مستقیمی با کیفیت و جدیت پرسنل ما دارد برای دستیابی به موفقیت بیشتر نباید هیچگاه به وضع موجود راضی بود. ما می باستی به عنوان مشتاقان نوآوری شناخته شویم. اشتیاقی که برای مشکلترین مسائل خلاقانه ترین راه حلها را به ارمغان می آورد و برای زندگی مطلوبتر بهترین فرآورده ها به بازار عرضه می کند.