

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ 2

Τα πρώτα χρόνια λειτουργίας της LG Display καταγράφηκε πολύ χαμηλό επίπεδο ικανοποίησης των εργαζομένων. Οι έρευνες και έρευνες που έγιναν έδειξαν ότι η πηγή του προβλήματος ήταν οι διαπολιτισμικές διαφορές. Σύμφωνα με το όραμα της εταιρείας, ήθελε να γίνει η καλύτερη εταιρεία στον κλάδο των οθονών από άποψη κερδοφορίας, αλλά χωρίς να απασχολεί ικανοποιημένους υπαλλήλους δεν ήταν δυνατό. Η διοίκηση της LG Display αποφάσισε να εισαγάγει διορθωτικές ενέργειες με στόχο το στυλ διαχείρισης, την ικανοποίηση των εργαζομένων και τη δημιουργία μιας θετικής εικόνας για την εταιρεία.

- Όταν εμφανίστηκε η πληροφορία στα MME ότι η LG δρομολογούσε άλλη μια επένδυση και ότι είχε επιλεγεί η Κάτω Σιλεσία (Biskupice Podgórne), επικράτησε πλήρης ευφορία. Κανείς δεν σκέφτηκε τι σήμαινε να δουλεύεις με Ασιάτες γιατί κανείς δεν είχε αυτή την εμπειρία πριν. Δεν υπήρχαν κορεατικές εταιρείες στην περιοχή μας πριν με τις οποίες θα μπορούσαμε να συνεργαστούμε - λέει ο Zbigniew Miedziński, διευθυντής HRM της LG Display Poland Sp. z o. o.

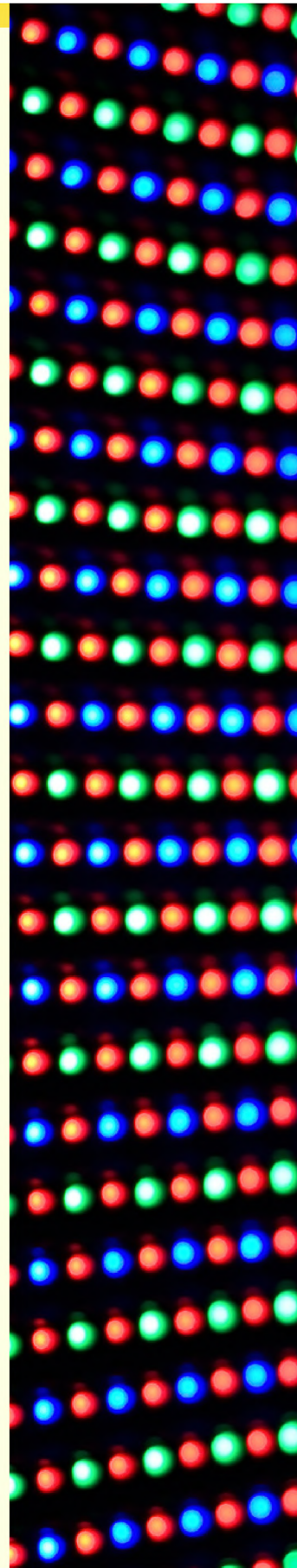
Τα πρώτα ενοχλητικά σήματα.

Η μαζική παραγωγή ξεκίνησε το 2007 και από επιχειρηματική άποψη όλα πήγαιναν τέλεια στην αρχή.

- Η παραγωγή μας αυξανόταν με πολύ ικανοποιητικό ρυθμό. όλοι οι δείκτες ποιότητας και αποτελεσματικότητας ήταν σε ικανοποιητικό επίπεδο - ο Zbigniew Miedziński περιγράφει τις απαρχές της δραστηριότητας.

Το 2007, διενεργήθηκε μια εταιρική έρευνα ικανοποίησης των εργαζομένων. Επιτεύχθηκε ένα αποτέλεσμα 48 τοις εκατό. Αυτό το προειδοποιητικό σήμα αγνοήθηκε με την υπόθεση ότι η εταιρεία βρίσκεται στη φάση κατασκευής και επομένως δεν λειτουργούν ακόμη σωστά όλες οι διαδικασίες. Οι συντάκτες της έρευνας εστίασαν σε τρεις διαστάσεις και εξέτασαν:

- προσανατολισμός πελάτη,
- στυλ διοίκησης - αξιολόγησαν τη σχέση μεταξύ ανώτερου και υφισταμένου,
- Χώρος εργασίας - έλεγξαν εάν οι εργαζόμενοι ήταν ικανοποιημένοι με τον τόπο εργασίας και ρώτησαν τι θα μπορούσε να αλλάξει.



Το 2008, η κατάσταση ήταν ακόμη χειρότερη - 67 τοις εκατό, οι εργαζόμενοι δήλωσαν δυσαρέσκεια: σχεδόν το μισό προσωπικό εγκατέλειψε την εταιρεία μέσα σε ένα χρόνο. Ο μέσος μηνιαίος κύκλος εργασιών ήταν 3,9%. Η δυσαρέσκεια των εργαζομένων οφειλόταν σε διάφορους λόγους. Διαφορετικό στυλ διαχείρισης, μόνο αρνητική ανατροφοδότηση, εργασία σε συνεχές σύστημα (24 ώρες την ημέρα, επτά ημέρες την εβδομάδα), αποτυχία της κορεατικής πλευράς να λάβει υπόψη τις πολιτισμικές διαφορές, συμπεριλαμβανομένων των πολωνικών αργιών.

Το πιο σημαντικό ήταν ότι ο πελάτης ένιωθε ικανοποιημένος και οι ανάγκες των εργαζομένων δεν είχαν σημασία. Οι Κορεάτες έδρασαν με τον τρόπο που ήταν αποδεκτό στο μοντέλο λειτουργίας των κορεατικών εταιρειών. Υπήρχε μια αυξανόμενη αίσθηση παρεξήγησης, απογοήτευσης, δυσαρέσκειας και ένα αυξανόμενο εμπόδιο μεταξύ εργαζομένων και διευθυντών από δύο διαφορετικές κουλτούρες.

Ένα επιπλέον πρόβλημα ήταν η αρνητική γνώμη της εταιρείας από πρώην εργαζόμενους, η οποία εμπόδισε τη διαδικασία πρόσληψης και επηρέασε αρνητικά την εικόνα όλων των εταιρειών του Ομίλου LG στην περιοχή. Όλο και περισσότεροι εργαζόμενοι άρχισαν να εγκαταλείπουν την εταιρεία, το υψηλό επίπεδο διακύμανσης αποσταθεροποίησε την παραγωγή. Οι διευθυντές της εταιρείας δεν μπορούσαν να επικεντρωθούν στην ανάπτυξη, αλλά έπρεπε να δίνουν ολόένα και μεγαλύτερη προσοχή στη διαδικασία πρόσληψης για νέες θέσεις και στην ανασυγκρότηση του αραιωτικού προσωπικού. Τα αποτελέσματα των ερευνών συνεργασίας του Ομίλου LG έδειξαν ότι το πρόβλημα έγκειται στο στυλ διαχείρισης, την οργάνωση της εργασίας και τον προσανατολισμό στον πελάτη. Ωστόσο, αυτές οι μελέτες δεν εντόπισαν ακριβώς ποιο ήταν το πρόβλημα.

Αναζήτηση της πηγής του προβλήματος

Το 2008 αποφασίστηκε να διερευνηθεί διεξοδικά η πηγή του προβλήματος, γι' αυτό και στην αρχή διενεργήθηκε έρευνα συνέντευξης εξόδου μεταξύ των εργαζομένων που αποχώρησαν. Σύμφωνα με την έρευνα, η πλειοψηφία των εργαζομένων αποχώρησε λόγω μισθού (35%), ακολουθούμενη από το εργασιακό περιβάλλον (25%) και το στυλ διοίκησης (22%). Η εταιρεία πλέρωσε κάτω από το επίπεδο της αγοράς. Αυτό ήταν το μικρότερο από τα προβλήματα, γιατί το μόνο που χρειαζόταν ήταν να αυξηθεί ο προϋπολογισμός για το επόμενο έτος.



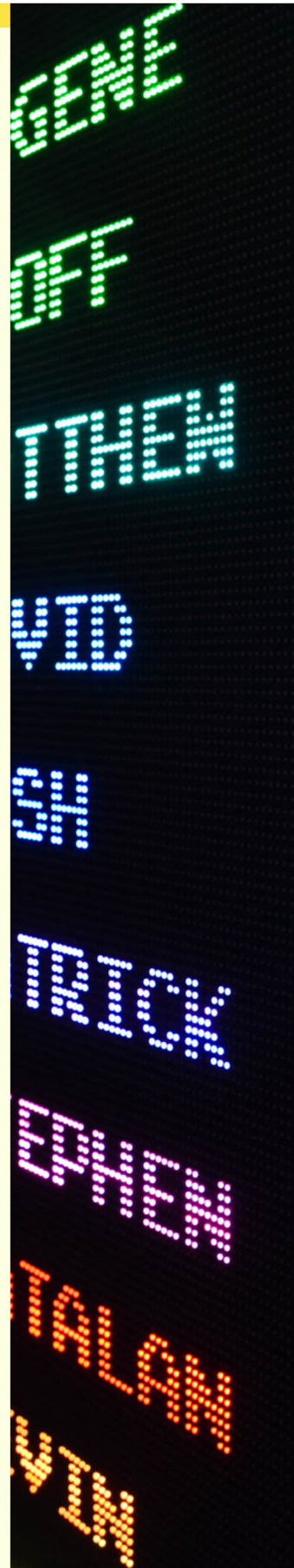
Οι επόμενες δύο δυσκολίες δεν ήταν τόσο εύκολο να λυθούν. Οι εργαζόμενοι ήταν δυσαρεστημένοι με την οργάνωση της εργασίας, δηλαδή το σύστημα των τεσσάρων ομάδων - 24 ώρες την ημέρα, επτά ημέρες την εβδομάδα. Η απογοήτευση σήμαινε ότι οι φωνές ήταν η μορφή μεταφοράς πληροφοριών, ο έπαινος δεν χρησιμοποιήθηκε, οι εργαζόμενοι δεν ζητήθηκαν τη γνώμη τους - Στην Πολωνία, αν φωνάζουμε σε κάποιον, γίνεται αντιληπτό πολύ προσωπικά και οι Πολωνοί δεν αποδέχονται αυτή τη μορφή επικοινωνίας. Στην κορεατική κουλτούρα, οι φωνές δεν γίνονται επίσης αποδεκτές από τους εργαζόμενους, αλλά εκλαμβάνονται διαφορετικά. Λόγω της ιδέας του Κομφουκιανισμού και της κοινωνικής ιεραρχίας που απορρέει από αυτόν, οι Κορεάτες έχουν συνηθίσει να εργάζονται για το «κοινό καλό» και να πειθαρχούν προκειμένου να επιτύχουν κοινούς στόχους - όλες οι μορφές καθυστέρησης, συζήτησης ή μη τήρησης εντολών είναι αφύσικες γι' αυτούς και προκαλούν ένταση. Αν κάποιος είναι υψηλότερος βαθμός, έχει καλύτερη εμπειρία και θέση, σημαίνει ότι ξέρει καλύτερα - εξηγεί ο Zbigniew Miedziński.

Το 2009, πραγματοποιήθηκε έρευνα ικανοποίησης τοπικών εργαζομένων. Περιλάμβανε ανοιχτές και κλειστές ερωτήσεις σχετικά με τη δημιουργία οργανωσιακής κουλτούρας, την ομαδική εργασία και τη μεγιστοποίηση των αποτελεσμάτων της εργασίας. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν, μεταξύ άλλων, ότι τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η εταιρεία προέρχονται από διαπολιτισμικές διαφορές.

Ένα όραμα πολιτισμού

Μια άλλη έρευνα που αφορούσε το πολιτισμικό όραμα βασίστηκε σε μια μελέτη των Kim S. Cameron και Robert Q. Quinn σχετικά με τους τέσσερις κύριους τύπους οργανωσιακής κουλτούρας. Η εταιρεία ήθελε όχι μόνο να γνωρίζει τα καθημερινά προβλήματα των εργαζομένων, αλλά και να προετοιμαστεί για το τι θα έχει να αντιμετωπίσει στο μέλλον. Σκοπός της έρευνας ήταν να προσδιορίσει από την κορεατική πλευρά, καθώς και από την πολωνική πλευρά, πώς είναι η κουλτούρα της εταιρείας αυτή τη στιγμή, αλλά και ποιο μοντέλο πολιτισμού θα ήθελαν να ακολουθήσουν οι εργαζόμενοι στο μέλλον.

Όπως έδειξαν τα αποτελέσματα της έρευνας, και οι δύο πλευρές συμφώνησαν ότι η κορεατική κουλτούρα επικεντρώνεται στην επίτευξη κερδών και τα τυπικά της στοιχεία είναι ο ανταγωνισμός, ο στόχος, τα επιτεύγματα, τα αποτελέσματα, η παραγωγικότητα και η έλλειψη



λήψης αποφάσεων. Τελικά, αποδείχθηκε ότι τόσο οι Πολωνοί όσο και οι Κορεάτες ήθελαν να πάνε προς την ίδια κατεύθυνση και να εργαστούν σε μια κουλτούρα φυλής που βασίζεται στη συνεργασία, τη συμμετοχή, τη διαφάνεια, την πίστη και το να ανήκουν στην εταιρεία.

Στυλ διοίκησης

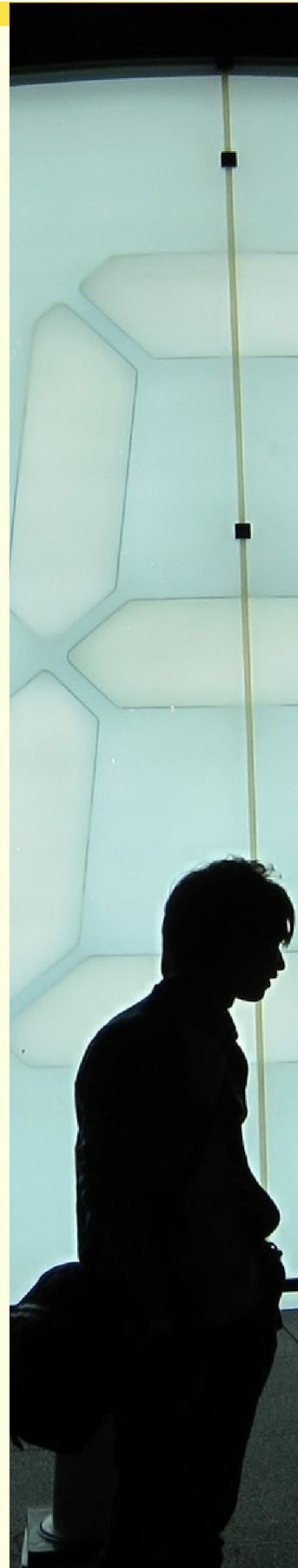
Οι εργαζόμενοι παραπονέθηκαν για το στυλ διαχείρισης, γι' αυτό αποφασίστηκε να πραγματοποιηθούν εκπαιδευτικές συνεδρίες ηγεσίας και διαπολιτισμικά εργαστήρια. Η κορεατική κουλτούρα είναι πολύ ιεραρχική, επομένως δεν μπορούσε να γίνει εσωτερική έρευνα, επομένως ήταν σκόπιμο να απευθυνθούμε σε μια εξωτερική εταιρεία. Το εργαστήριο είχε ως στόχο να εξετάσει πώς οι Κορεάτες και οι Πολωνοί μάντζερ αντιλαμβάνονται έναν ιδανικό ηγέτη και αν παρατηρούν προβλήματα που προκύπτουν από πολιτισμικές διαφορές. Στην αρχή και οι δύο ομάδες προσδιόρισαν τα προσόντα που πρέπει να έχει ένας καλός μάντζερ. Στη συνέχεια, ζητήθηκε από τους Πολωνούς υπαλλήλους να αξιολογήσουν την ομάδα τους και τους Κορεάτες με τους οποίους συνεργάστηκαν με βάση καθορισμένα κριτήρια διοικητικής ικανότητας. Μόνο οι Πολωνοί μάντζερ σχολίασαν τους ξένους συναδέλφους τους.

Το αποτέλεσμα αυτών των μελετών επέτρεψε τον εντοπισμό τόπων που απαιτούσαν σημαντική βελτίωση και επέτρεψε επίσης να υποδείξουν περιοχές με τις μεγαλύτερες πολιτισμικές διαφορές, οι οποίες ήταν:

- επίγνωση των ελλείψεων και των περιορισμών του,
- την ικανότητα να επαινείς και να ανταμείβεις,
- ηρεμία και αυτοκυριαρχία,
- ενσυναίσθηση,
- συνειδητοποίηση των δυνατοτήτων και των αναγκών των υφισταμένων τους.

Επίπεδα πολιτισμικών διαφορών

Το επόμενο βήμα ήταν να συγκριθούν και οι δύο πολιτισμοί με βάση τις επτά διαστάσεις του πολιτισμού σύμφωνα με τον Trompenaars. Οι διαφορές αφορούσαν πτυχές όπως η οικουμενικότητα, ο ατομικισμός και η αντίληψη του χρόνου. Οι Πολωνοί συνήθως ενεργούν σύμφωνα με τους κανόνες, προτιμάμε όταν κάτι είναι μόνιμο, αμετάβλητο και η κορεατική κουλτούρα απαιτεί αλλαγές, γιατί γίνεται αντιληπτή ως προοδευτική και αναπτυξιακή.



Το δεύτερο πράγμα είναι ο ατομικισμός - για παράδειγμα, οι Πολωνοί πρέπει να ενημερώνονται εκ των προτέρων για τον προγραμματισμό οποιωνδήποτε δραστηριοτήτων, ενώ οι Κορεάτες λένε ότι εάν η εταιρεία τους χρειαστεί σε μια δεδομένη στιγμή, είναι έτοιμοι να αλλάξουν τα σχέδιά τους. Διαφορές φαίνονται και στην αντίληψη του χρόνου - οι Πολωνοί θέλουν να εργάζονται 8 ώρες την ημέρα, ενώ οι Κορεάτες είναι διαθέσιμοι 24 ώρες την ημέρα σύμφωνα με τις ανάγκες της εταιρείας.

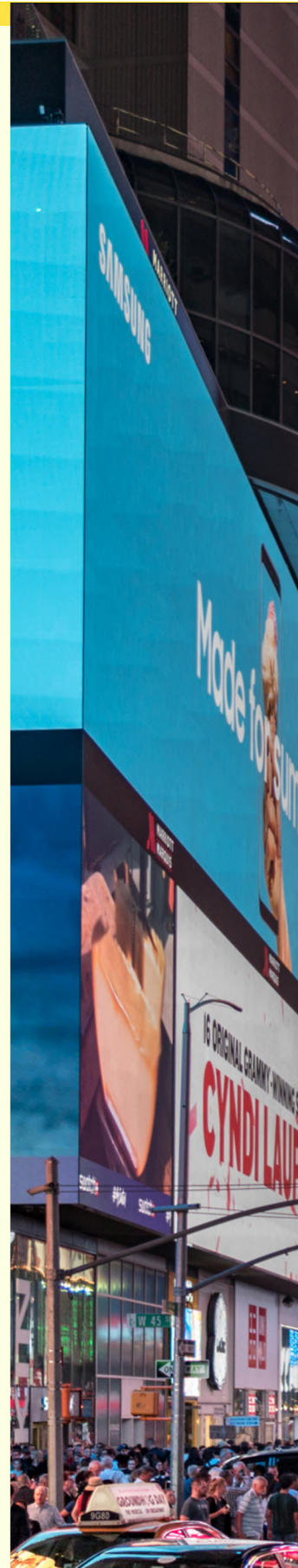
Με βάση τα αποτελέσματα των ερευνών, ήταν δυνατό να διακριθούν πέντε περιοχές που διαφέρουν περισσότερο στους δύο πολιτισμούς, και έτσι να αποκτήσουν μεγαλύτερη αποδοχή και κατανόηση των διαφορών μεταξύ των πολωνικών και κορεατικών πολιτισμών:

1. Πολωνική σταθεροποίηση έναντι της αστάθειας της Κορέας,
2. Ο πολωνικός έλεγχος στην κορεατική αυτονομία,
3. Πολωνικές οριζόντιες δομές έναντι κορεατικών κάθετων δομών (ιεραρχία στην εταιρεία),
4. Πολωνική αυτοσυγκράτηση απέναντι στην κορεατική συναισθηματικότητα (εκρηκτικότητα),
5. Πολωνικός ατομικισμός εναντίον κορεατικού κολεκτιβισμού.

Τα τρία πρώτα στοιχεία ήταν οι κύριες πηγές προβλημάτων. Λαμβάνοντας υπόψη αυτά τα αποτελέσματα, αποφασίστηκε να εφαρμοστούν ενέργειες που θα ήταν αποδεκτές και από τα δύο μέρη και θα επέτρεπαν τη δημιουργία μιας οργανωτικής κουλτούρας με γνώμονα τον σεβασμό και για τα δύο μέρη. Το χρυσό κλειδί αποδείχθηκε ότι αναδεικνυε τα καλύτερα σε κάθε πολιτισμό. Θεωρήθηκε ότι με μια τέτοια ενέργεια η εταιρεία θα ήταν επιτυχής.

Διορθωτικά μέτρα

Το 2009 ιδρύθηκε η ομάδα έργου «Joyful Company», η οποία ασχολήθηκε με την αύξηση της ικανοποίησης των εργαζομένων, αρχικά στην LG Display Poland, και αργότερα και σε άλλες συνεργαζόμενες εταιρείες του Ομίλου LG. Κέρδισε ισχυρή υποστήριξη από τα κεντρικά γραφεία, επειδή οι Κορεάτες είχαν ήδη ανοίξει εργοστάσια στην Αγγλία, τη Γερμανία και την Τσεχία και δεν είχαν επιτυχία σε καμία από αυτές τις χώρες. Χάρη στην ομάδα «Joyful Company»,



το σύνθημα «Δύο Πολιτισμοί - Ένα Όραμα», που εφαρμόστηκε στην αρχή της ίδρυσης της εταιρείας, με θέμα «Ένας Πολιτισμός - Ένα Όραμα». Καταβλήθηκαν προσπάθειες για τη δημιουργία μιας κοινής οργανωτικής κουλτούρας, κατάλληλης και για τα δύο περιβάλλοντα. Με βάση τα αποτελέσματα που συγκεντρώθηκαν από τις έρευνες, η εταιρεία εφάρμοσε τρεις διορθωτικές ενέργειες.

Αλλαγή στους μισθούς

Ένα από αυτά τα εγχειρήματα αφορούσε το στυλ διαχείρισης. Το επίπεδο των μισθών στην LG σε σύγκριση με άλλες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην αγορά ήταν πολύ χαμηλό. Στην κορεατική κουλτούρα, η αμοιβή είναι δευτερεύον στοιχείο, το πιο σημαντικό είναι το κύρος που συνδέεται με την εργασία σε μια διεθνή εταιρεία. Οι Πολωνοί, από την άλλη, περιμένουν πρώτα έναν ελκυστικό μισθό και μετά ευκαιρίες για προαγωγή και εξέλιξη. Οι μέσοι μισθοί στην LG Display το 2008 αντιστοιχούσαν στο 75%. Οι μισθοί της αγοράς, λοιπόν, αποφασίστηκε να αυξάνονται κάθε χρόνο οι μισθοί στην εταιρεία, ώστε το 2011 να φτάσουν τον εθνικό μέσο όρο.

Περαιτέρω αλλαγές αφορούσαν τη δυνατότητα ανάπτυξης και βελτίωσης των προσόντων μέσω εξωτερικής και εσωτερικής κατάρτισης.

- Οι ασιατικές εταιρείες δεν ενδιαφέρονται για εξωτερική εκπαίδευση. Αυτό συμβαίνει επειδή όλοι έχουν αναπτύξει διαδικασίες, τεχνολογία και γνώσεις για τον κλάδο τους - εξηγεί η Klaudia Morawiec, διευθύντρια HRD στην LG Display Poland Sp. z o. o.

Εμπλουτισμός του εργασιακού περιβάλλοντος

Η δεύτερη διορθωτική ενέργεια αφορούσε το εργασιακό περιβάλλον. Στην Κορέα, τα εργοστάσια της LG διαθέτουν πλήρεις κοινωνικές εγκαταστάσεις, επειδή τα διαμερίσματα των εργαζομένων χτίζονται τις περισσότερες φορές γύρω τους, συχνά μακριά από "αστικές ανέσεις". Οι εργαζόμενοι μπορούν να χρησιμοποιούν πισίνες, γυμναστήρια, καντίνες, εστιατόρια, τράπεζες κ.λπ. Το πολωνικό εργοστάσιο χτίστηκε σε μια μικρή πόλη κοντά στο Βρότσλαβ, όπου οι εργαζόμενοι δεν είχαν πρόσβαση σε καταστήματα, ATM ή ιατρική γιατρών. Αποφασίστηκε να εισαχθούν στοιχεία που θα έκαναν τη δουλειά τους πιο ευχάριστη και ευκολότερη και θα έφερναν πιο κοντά τους δύο πολιτισμούς, π.χ. βελτιώθηκε η λειτουργία των κυλικίων των εργαζομένων, εισήχθη ιατρική περίθαλψη για τους εργαζόμενους και τις οικογένειές τους,



εμφανίστηκαν εικόνες νάνων στις εγκαταστάσεις της εταιρείας (ένα από τα νέα σύμβολα του Βρότσλαβ), δημιουργήθηκαν ζώνες πρασίνου έξω από το εργοστάσιο και χώρος ανάπαυσης μέσα η εταιρία. Εμφανίστηκαν οι «αθλητικές ζώνες», όπου στα διαλείμματα ήταν δυνατό να παιχτεί π.χ. πινγκ-πονγκ και όπου δημιουργήθηκαν άτυπα αθλητικά συγκροτήματα. Χάρη σε αυτές τις δραστηριότητες, τόσο οι Πολωνοί όσο και οι Κορεάτες υπάλληλοι άρχισαν να ενσωματώνονται περισσότερο. Για λόγους υγείας και ευκολότερης πρόσβασης στην ιατρική περίθαλψη, άνοιξε μια ιατρική κλινική.

Εμπλουτισμός του εργασιακού περιβάλλοντος

Η δεύτερη διορθωτική ενέργεια αφορούσε το εργασιακό περιβάλλον. Στην Κορέα, τα εργοστάσια της LG διαθέτουν πλήρεις κοινωνικές εγκαταστάσεις, επειδή τα διαμερίσματα των εργαζομένων χτίζονται τις περισσότερες φορές γύρω τους, συχνά μακριά από "αστικές ανέσεις". Οι εργαζόμενοι μπορούν να χρησιμοποιούν πισίνες, γυμναστήρια, καντίνες, εστιατόρια, τράπεζες κλπ. Το πολωνικό εργοστάσιο χτίστηκε σε μια μικρή πόλη κοντά στο Βρότσλαβ, όπου οι εργαζόμενοι δεν είχαν πρόσβαση σε καταστήματα, ATM ή ιατρεία γιατρών. Αποφασίστηκε να εισαχθούν στοιχεία που θα έκαναν τη δουλειά τους πιο ευχάριστη και ευκολότερη και θα έφερναν πιο κοντά τους δύο πολιτισμούς, π.χ. βελτιώθηκε η λειτουργία των κυλικείων των εργαζομένων, εισήχθη ιατρική περίθαλψη για τους εργαζόμενους και τις οικογένειές τους, εμφανίστηκαν εικόνες νάνων στις εγκαταστάσεις της εταιρείας (ένα από τα νέα σύμβολα του Βρότσλαβ), δημιουργήθηκαν ζώνες πρασίνου έξω από το εργοστάσιο και χώρος ανάπαυσης μέσα η εταιρία. Εμφανίστηκαν οι «αθλητικές ζώνες», όπου στα διαλείμματα ήταν δυνατό να παιχτεί π.χ. πινγκ-πονγκ και όπου δημιουργήθηκαν άτυπα αθλητικά συγκροτήματα. Χάρη σε αυτές τις δραστηριότητες, τόσο οι Πολωνοί όσο και οι Κορεάτες υπάλληλοι άρχισαν να ενσωματώνονται περισσότερο. Για λόγους υγείας και ευκολότερης πρόσβασης στην ιατρική περίθαλψη, άνοιξε μια ιατρική κλινική

Επωνυμία εργοδότη

Το τρίτο στοιχείο αφορούσε τη δημιουργία μιας ελκυστικής εικόνας της εταιρείας με την εξοικείωση με την κορεατική κουλτούρα και τη γλώσσα, την αύξηση της αναγνωρισιμότητας της εταιρείας στο Βρότσλαβ και την Κάτω Σιλεσία και την οικοδόμηση πιθανών εργαζομένων για το μέλλον.



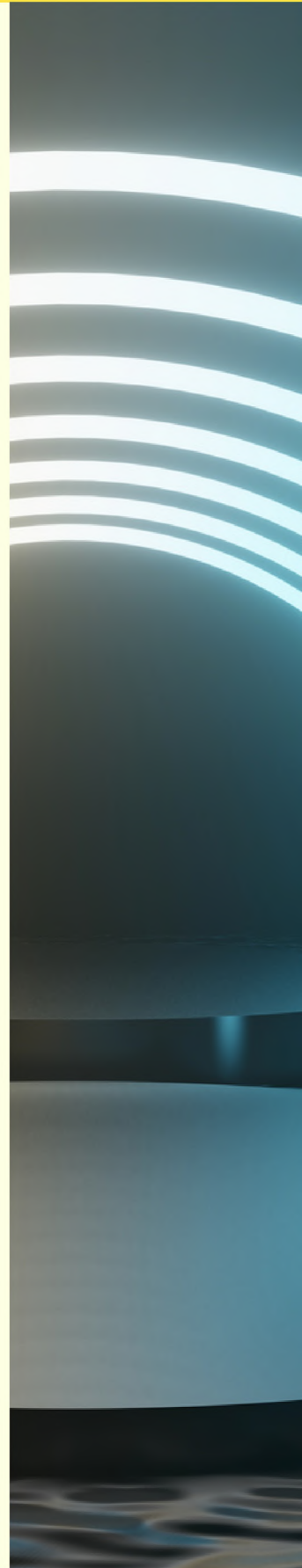
Έχουν ληφθεί ορισμένα μέτρα, συμπεριλαμβανομένης της έναρξης συνεργασίας με τις τεχνικές σχολές και τα πανεπιστήμια της Κάτω Σιλεσίας. Μια σχολή κορεατικής γλώσσας και κορεατική εξειδίκευση δημιουργήθηκε σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο του Βρότσλαβ. Η εταιρεία συμμετέχει σε εκθέσεις εργασίας και συμμετέχει στη ζωή της τοπικής κοινωνίας. Η LG Display προσπαθεί επίσης να είναι ένας κοινωνικά υπεύθυνος εργοδότης, υποστηρίζει κάθε μορφή βοήθειας, π.χ. φροντίζει παιδιά από γηροκομεία, συμμετέχει στη ζωή τους, οργανώνει ταξίδια για αυτά, αγοράζει παιχνίδια και περνά ελεύθερο χρόνο μαζί τους.

Την εμπειρία που αποκτήθηκε στην αύξηση της ικανοποίησης των εργαζομένων μοιράστηκε η ομάδα της «Joyful Company» με όλες τις συνεργαζόμενες εταιρείες του Ομίλου LG - κάτι που υποτίθεται ότι θα αυξήσει το επίπεδο ικανοποίησης όλων των συνεργαζόμενων εταιρειών.

Ικανοποιητικά αποτελέσματα

Οι ενέργειες που έγιναν έφεραν το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα. Σε μια κλίμακα πέντε βαθμών, το επίπεδο ικανοποίησης και ικανοποίησης των εργαζομένων στις αρχές του 2008 ήταν 3,4 και το 2010 έφτασε στο 4,2, δηλαδή πάνω από το 80%. των εργαζομένων εξέφρασαν ικανοποίηση. Η μηνιαία διακύμανση το 2008 ήταν 3,9%, ενώ το 2010 ήταν 0,6%. Το ποσοστό των αποχωρήσεων εργαζομένων λόγω του περιβάλλοντος και του τρόπου διαχείρισης το 2010 μειώθηκε κατά 13 τοις εκατό σε σύγκριση με το 2008.

Η δυσμενής τάση στην εταιρεία έχει αντιστραφεί. Η LG Display κατάφερε σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα ενάμιση έτους να αντιμετωπίσει τα προβλήματα που προκύπτουν από την εργασία σε ένα πολυπολιτισμικό περιβάλλον. Αυτή τη στιγμή, οι υποψήφιοι εργαζόμενοι θέλουν να εργαστούν στο LGD στο μέλλον. Το 2011, κατά τη διάρκεια μιας έκθεσης εργασίας που διοργάνωσε το Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο του Βρότσλαβ, οι φοιτητές ρωτήθηκαν: «Σε ποιον εργοδότη θα θέλατε να εργαστείτε;». Η LGD κατέλαβε την τρίτη θέση ανάμεσα σε 44 εκθέτες. Όπως καταλαβαίνετε, αλλαγές προς το καλύτερο είναι δυνατές, αλλά απαιτεί πολλή δουλειά, διαφάνεια και αφοσίωση όλων των πλευρών.



Η LG Group είναι μια κορεατική εταιρεία, η οποία περιλαμβάνει i.a. Επωνυμία LG Display (LGD). Είναι κορυφαίος κατασκευαστής και προμηθευτής μονάδων υγρών κρυστάλλων TFT LCD, που χρησιμοποιούνται, μεταξύ άλλων, σε τηλεοράσεις, φορητούς υπολογιστές και κινητά τηλέφωνα. Σε παγκόσμιο επίπεδο, η LGD απασχολεί περίπου 55.000 άτομα και δραστηριοποιείται σε οκτώ τοποθεσίες: Γερμανία, Πολωνία, Ηνωμένες Πολιτείες και Ασία. Η εταιρεία διαθέτει πέντε εργοστάσια παραγωγής μονάδων TFT LCD και πέντε εργοστάσια κοινοπραξίας που κυκλοφορούν τηλεοράσεις στην αγορά. Το πολωνικό εργοστάσιο LG Display ιδρύθηκε το 2006 στο Biskupice Podgórne κοντά στο Βρότσλαβ.

