

Ekonomika organizací

Seminář č. 9

Příklad 1

Seskupte činnosti v níže uvedeném schématu dle funkční a předmětné specializace a naznačte jak by mohla vypadat organizační struktura.

	vývoj	nákup	výroba I	výroba II	výroba III	prodej
výrobek 1	A ₁₁	A ₁₂	A ₁₃	A ₁₄	A ₁₅	A ₁₆
výrobek 2	A ₂₁	A ₂₂	A ₂₃	A ₂₄	A ₂₅	A ₂₆
výrobek 3	A ₃₁	A ₃₂	A ₃₃	A ₃₄	A ₃₅	A ₃₆
výrobek 4	A ₄₁	A ₄₂	A ₄₃	A ₄₄	A ₄₅	A ₄₆
výrobek 5	A ₅₁	A ₅₂	A ₅₃	A ₅₄	A ₅₅	A ₅₆

Příklad 2

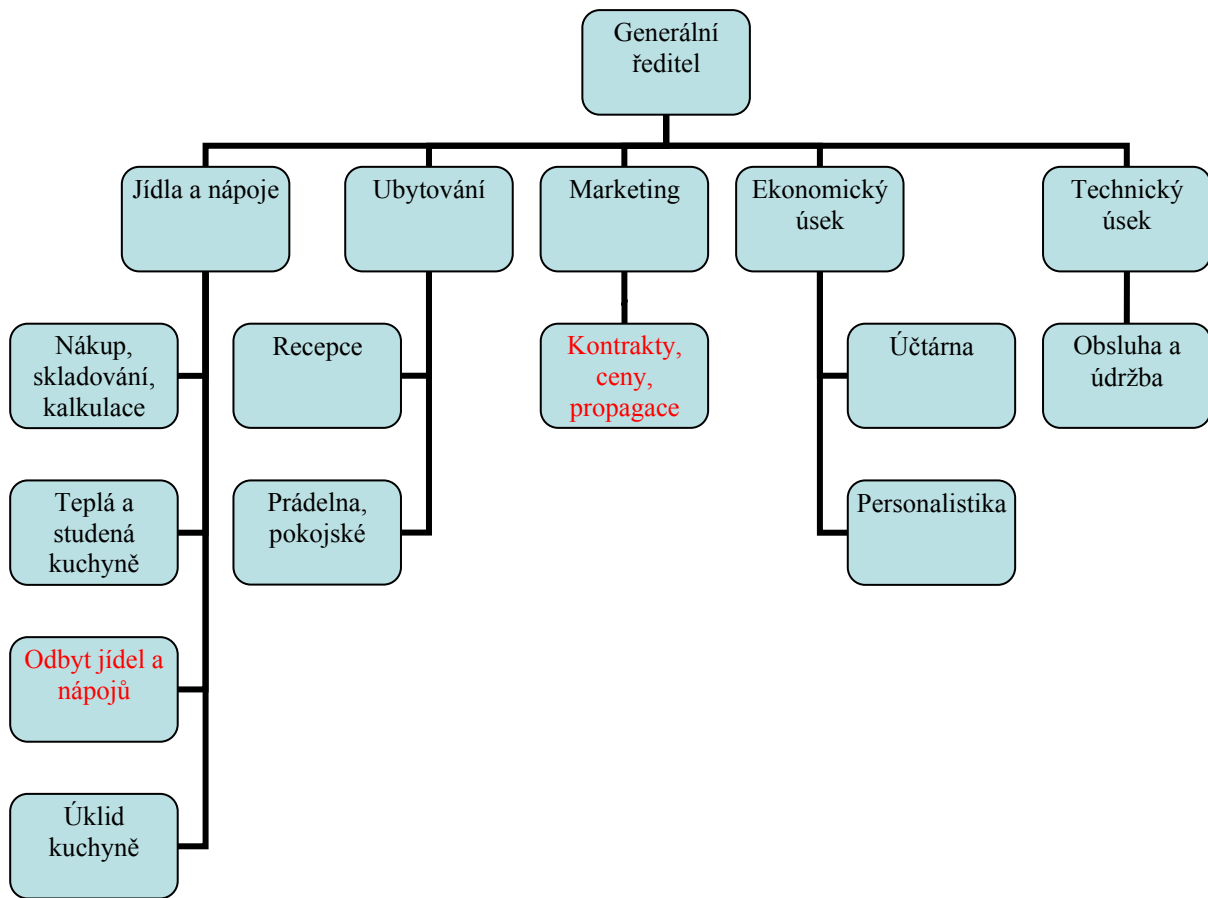
Podnik „Hotel, a.s.“ který poskytuje především ubytovací a stravovací služby, je strukturalizován způsobem uvedeným v navazujícím schématu.

Vedoucí odbytu jídel a nápojů ve své oblasti zjistil, že podíl na trhu získává konkurent s obdobnou nabídkou a sortimentem. Protože nabídka se liší nejen cenou, ale i kvalitou zpracování, usuzuje z toho na špatnou práci marketingového oddělení, konkrétně úseku propagace.

Otázka 1: Popište „služební postup“, jak informace o ztrátě trhu dojdou na úsek propagace. Jaké problémy z toho vyplývají?

Otázka 2: Jaké přednosti a nedostatky jsou spojeny s jednoliniiovým systémem?

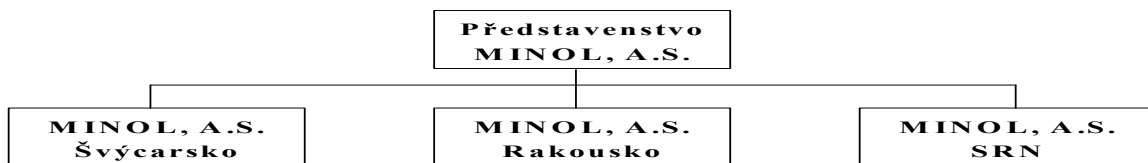
Organizační struktura podniku



Příklad 3

Podnik na zpracování minerálních olejů Minol a.s. má níže uvedenou organizační strukturu:

Organizační struktura Minol a.s.



Otázka 1: Jak se nazývá tato organizační struktura?

Otázka 2: Co mohlo přimět vedení firmy „Minol a.s.“ k zavedení této organizační struktury?