

# 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 <sub>11</sub> | A <sub>12</sub> | A <sub>13</sub> | A <sub>14</sub> | A <sub>15</sub> | A <sub>16</sub> |
| výrobek 2 | A <sub>21</sub> | A <sub>22</sub> | A <sub>23</sub> | A <sub>24</sub> | A <sub>25</sub> | A <sub>26</sub> |
| výrobek 3 | A <sub>31</sub> | A <sub>32</sub> | A <sub>33</sub> | A <sub>34</sub> | A <sub>35</sub> | A <sub>36</sub> |
| výrobek 4 | A <sub>41</sub> | A <sub>42</sub> | A <sub>43</sub> | A <sub>44</sub> | A <sub>45</sub> | A <sub>46</sub> |
| výrobek 5 | A <sub>51</sub> | A <sub>52</sub> | A <sub>53</sub> | A <sub>54</sub> | A <sub>55</sub> | A <sub>56</sub> |

### Příklad 2

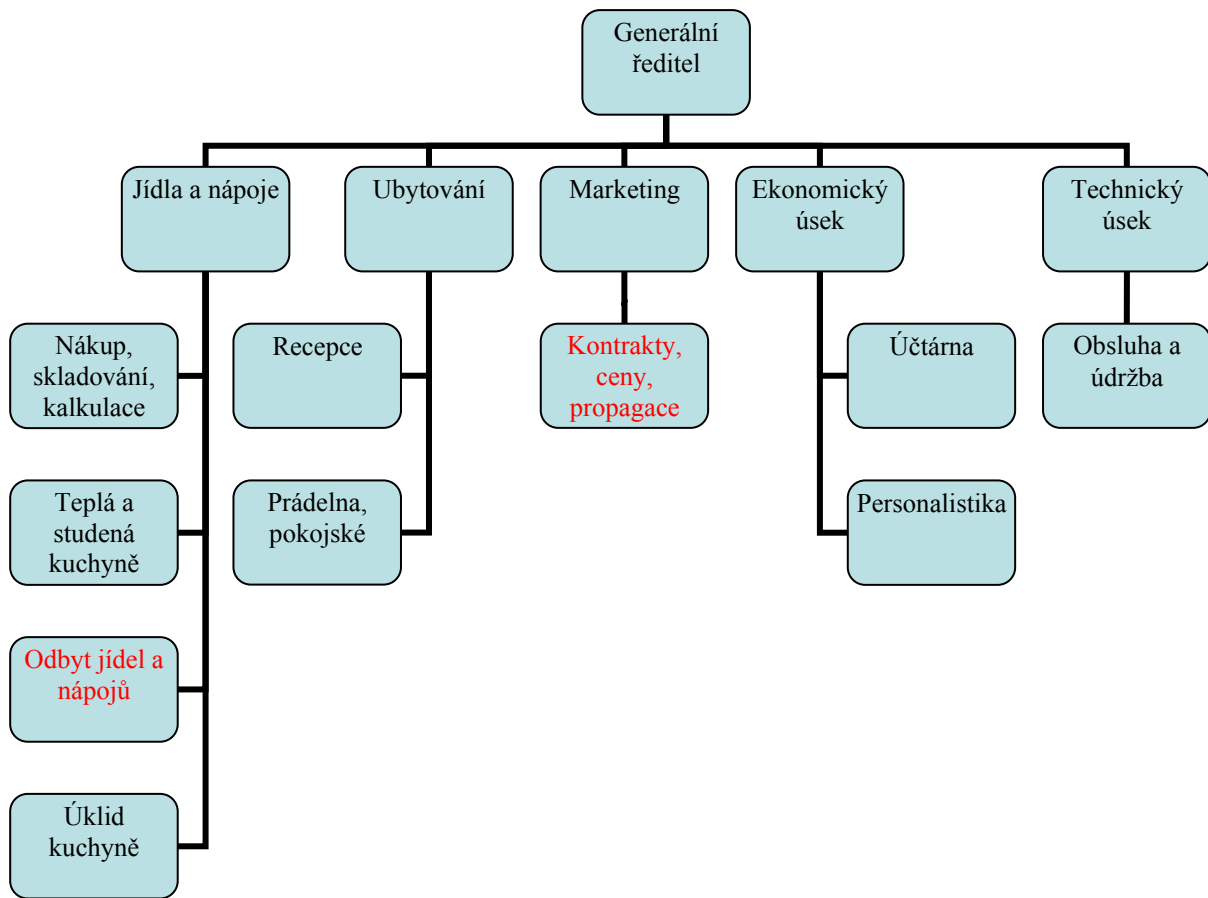
Podnik „Hotel, a.s.“ který poskytuje především ubytovací a stravovací služby, je strukturalizován způsobem uvedeným v navazujícím schématu.

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?

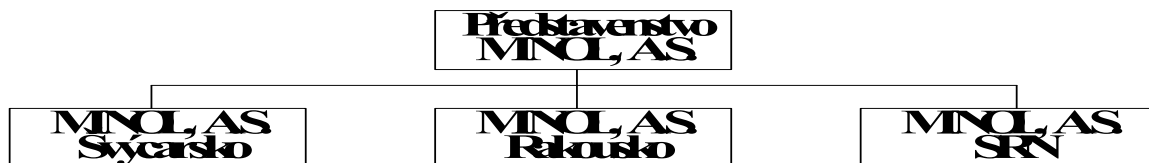
## Organizační struktura podniku



### 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?