

# ROZHODOVANIE O MARKETINGOVEJ ORGANIZÁCIÍ

(Prípadová štúdia č. 9)

## **1. CIEĽ:**

Mojim cieľom v tejto prípadovej štúdii je vymodelovať organizačnú štruktúru firmy tak, aby bola efektívna a flexibilná a zohľadňovala by zahraničnú marketingovú orientáciu firmy ID.

## **2. OTÁZKY, KTORÉ SI KLADIEM:**

1. Aká je súčasná organizačná štruktúra firmy? V ktorej etape marketingovej organizácie sa nachádza marketing firmy?
2. Mám navrhnúť zlepšenie pre prípad vstupu firmy na zahraničný trh a graficky ho znázorniť.
3. V prípade potreby vytvorenia nového útvaru alebo zamestnania nového zamestnanca mám posúdiť, ktoré činnosti by mal vykonávať.
4. Zvýšia alebo znížia sa v prípade zmeny organizačnej štruktúry náklady podniku?

## **3. RIEŠENIE:**

### **1. Aká je súčasná organizačná štruktúra firmy? V ktorej etape marketingovej organizácie sa nachádza marketing firmy?**

(viď príloha 2: súčasná organizačná štruktúra )

Spoločnosť ID doteraz nemá vytvorené marketingové oddelenie ani oddelenie exportu ani nič podobné. Majiteľ je súčasne aj majstrom a stará sa o odbyt. V ekonomických činnostiach s ním spolupracuje zamestnanec, ktorý okrem toho pracuje vo výrobe z dreva a má všetky predpoklady byť majstrom, je takým "majstrom v zálohe".

Firma sa nachádza v prvej etape organizácie marketingu, resp. ešte niekde pred ňou, jednoduché predajné oddelenie tvorí majiteľ, ktorý zháňa objednávky a na hľadanie odbytu sú zainteresovaní aj všetci pracovníci, ktorí vedia, že bez odbytu nebudú mať prácu.

### **2. Mám navrhnúť zlepšenie pre prípad vstupu firmy na zahraničný trh a graficky ho znázorniť.**

(viď príloha 2: navrhovaná organizačná štruktúra )

Keďže firma začína expandovať na zahraničný trh, potrebuje okrem predaja posilniť aj určité marketingové funkcie. Pri získavaní nových trhoch potrebuje uskutočniť marketingový prieskum, taktiež propagovať svoje meno a výrobky.

Preto sa ako navrhované riešenie, ktoré nenaruší štruktúru organizácie, a pritom bude efektívne a lepšie využije ľudský potenciál v organizácii, núka prijatie nového zamestnanca

na prácu s drevom. To bude mať za následok zastúpenie ekonóma, teda "majstra v zálohe", ktorý sa bude môcť venovať viac ekonomickej činnosti a byť majstrom v podniku. Tým sa odbremení majiteľ od funkcie majstra a bude sa môcť venovať zahraničnému obchodovaniu.

### **3. V prípade potreby vytvorenia nového útvaru alebo zamestnania nového zamestnanca mám posúdiť, ktoré činnosti by mal vykonávať.**

Nový zamestnanec bude vykonávať nasledujúce činnosti:

- zaúčanie sa špecifickej práce s drevom v prvej fáze
- práca s drevom

Nový majster bude vykonávať nasledujúce činnosti:

- funkcia majstra
- ekonomická činnosť
- obchodná činnosť v tuzemsku
- vytváranie ročného plánu
- zhromažďovanie finančných prostriedkov
- niektoré činnosti spojené s obchodnou činnosťou v zahraničí
- účasť na výstavách a veľtrhoch v zahraničí
- príprava marketingovej kampane
- realizácia marketingovej kampane v zahraničí
- vyhľadávanie zákazníkov v tuzemsku

Majiteľ v novej pozícii bude vykonávať nasledujúce činnosti:

- obchodná činnosť v zahraničí
- niektoré činnosti spojené s obchodnou činnosťou v tuzemsku:
- strategické vedenie podniku
- schvaľovanie marketingového plánu
- vytváranie strategického plánu
- monitoring prostredia
- dohody s dodávateľmi
- vyhľadávanie zákazníkov v zahraničí
- kontrola stratégie a plnenia čiastkových cieľov

### **4. Zvýšia alebo znížia sa v prípade zmeny organizačnej štruktúry náklady podniku?**

V prípade zmeny organizačnej štruktúry sa náklady podniku zvýšia. Zvýšia sa o výdavky na nového zamestnanca o výdavky na zvýšenie motivácie ekonóma a na jeho zainteresovaní na výsledkoch spoločnosti. Všetky tieto výdavky však budú v blízkej budúcnosti kompenzované príjmami zo zahraničia a znížením nákladov vplyvom zvýšenia objemu výroby.

### **4. ZÁVER:**

Spoločnosť ID prijme nového zamestnanca na prácu s drevom, povýši majstra v zálohe na majstra a tým uvoľní majiteľa od funkcie majstra a umožní mu naplno sa venovať zahraničnému obchodu.