

Primjer 2 – stvaranje funkcionalne i divizionalne/divizijske organizacijske strukture

SoftverPro, tvrtka za razvoj i prodaju softverskih rješenja, osnovana je 2020. godine i u kratkom periodu ostvarila značajan rast. Tvrtka trenutno nudi široku paletu softverskih paketa za različite industrije, uključujući financije, zdravstvo i obrazovanje. SoftverPro se suočava s izazovom upravljanja sve većim brojem kupaca, zaposlenika i proizvoda.

Vaš je zadatak na ovom izmišljenom primjeru osmisliti funkcionalnu i divizijsku organizacijsku strukturu. Pokušajte zamisliti da SoftverPro ima 20 zaposlenih različitih profila i da nudi softverske pakete za 3 industrije – banke, zdravstvo i obrazovanje. SoftverPro namjerava rasti i dalje. U planu je zapošljavanje novih 15 ljudi. Osmislite funkcionalnu/divizijsku strukturu imajući na umu i njihov daljnji potencijal rasta.

FUNKCIONALNA

DIREKTOR/ICA – NA VRHU

FUNKCIONALNI ODJELI

ISTRAŽIVANJE I RAZVOJ – RAZVIJANJE NOVIH SOFTVERA

MARKETING

PRODAJA

KADROVSKI POSLOVI /HR

FINANCIJE

IT – FRONT-END, BACK-END, TESTING, SUPPORT, DATABASE MANAGEMENT, CYBER-SECURITY

OPĆI POSLOVI – VOĐENJE UREDA, PRAVNI POSLOVI

Ova struktura ima sljedeće prednosti:

Specijaliziranost: Funkcionalna struktura omogućuje zaposlenicima da se specijaliziraju u određenom području. To može dovesti do povećanja produktivnosti i kvalitete rada.

Kontrola: Funkcionalna struktura omogućuje tvrtki da ima kontrolu nad svim aspektima poslovanja. To može dovesti do povećanja učinkovitosti i profitabilnosti.

Nedostaci

Ova struktura ima sljedeće nedostatke:

Jednostavnost: Funkcionalna struktura može biti jednostavna za razumijevanje i implementaciju, ali može biti i ograničavajuća.

Komunikacija: Komunikacija između različitih odjela može biti otežana.

Konflikti interesa: Odjeli mogu imati suprotstavljene interese.

DIVIZIJSKA

DIREKTOR NA VRHU

OPĆI ODJELI IZVAN DIVIZIJA – KADROVSKI, FINACIJE, OPĆI IT SEKTOR

DIVIZIJSKA PODJELA PREMA KUPCIMA

DIVIZIJA BANKARSTVO/FINACIJE

DIVIZIJA ZDRAVSTVO

DIVIZIJA OBRAZOVANJE

Svaka divizija ima svog direktora/icu i svaka funkcija može imati svojeg voditelja/voditeljicu

Funkcionalni odjeli unutar divizija:

PRODAJA

IT SEKTOR

ISTRAŽIVANJE I RAZVOJ

FINACIJE

MARKETING

HR

Ova struktura ima sljedeće prednosti:

Usredotočenost na potrebe kupaca: Svaka divizija će se moći usredotočiti na potrebe kupaca u svojoj industriji. To će se moći učiniti kroz prilagodbu softverskih paketa, marketinških kampanja i podrške specifičnim potrebama kupaca u svakoj industriji.

Povećana fleksibilnost: Divizijska struktura će omogućiti SoftverPro-u da bude fleksibilniji u promjenjivom okruženju.

Nedostaci

Ova struktura ima sljedeće nedostatke:

Trošak održavanja: Divizijska struktura je složenija od funkcionalne strukture i zahtijeva veće troškove održavanja. To bi se moglo odnositi na troškove zapošljavanja i upravljanja više menadžera, kao i na troškove komunikacije i suradnje između divizija.

Otežana komunikacija i suradnja: Komunikacija i suradnja između divizija može biti otežana. To bi se moglo odnositi na različite kulture i vrijednosti u različitim divizijama, kao i na različite interese i ciljeve.

Odabir između funkcionalne i divizijske organizacijske strukture ovisi o nekoliko čimbenika, uključujući:

Veličina organizacije - funkcionalna organizacijska struktura je prikladna za male i srednje tvrtke, dok je divizijska organizacijska struktura prikladna za velike tvrtke

Složenost organizacije - funkcionalna organizacijska struktura je prikladna za organizacije s jednostavnim proizvodnim programom ili tržištima, dok je divizijska organizacijska struktura prikladna za organizacije s kompleksnim proizvodnim programom ili tržištima

Okolina u kojoj organizacija posluje - funkcionalna organizacijska struktura je prikladna za stabilnu okruženju, dok je divizijska organizacijska struktura prikladna za dinamično okruženje

U ovom slučaju, organizacija je u fazi rasta i ima potencijal za širenje. S obzirom na to, divizijska organizacijska struktura bi bila prikladnija. Ova struktura bi omogućila da se usredotoče na potrebe kupaca i da budu učinkovitiji u upravljanju rastom tvrtke. No na kraju moraju donijeti sami odluku.