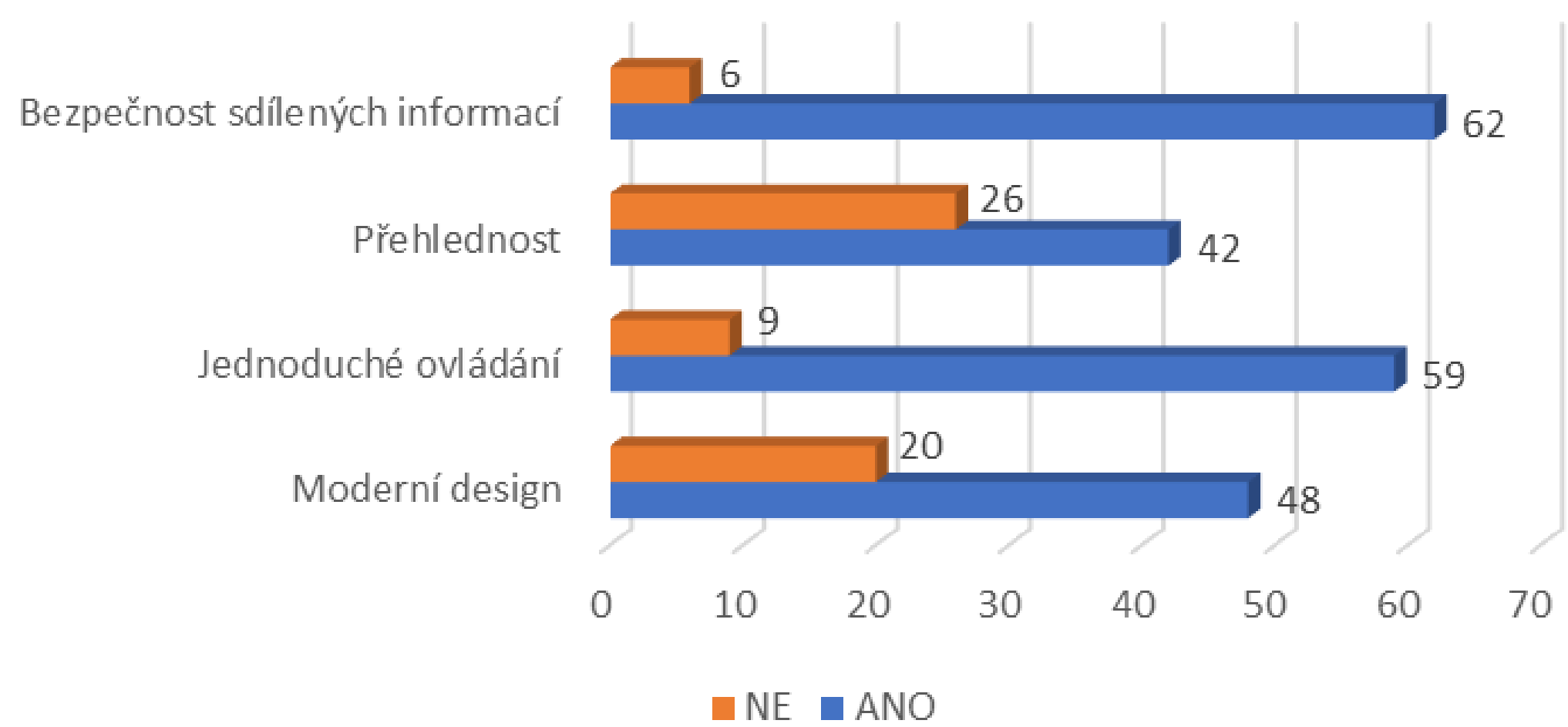


# Intranet ve firmě – aktuální trendy ve firemní spolupráci

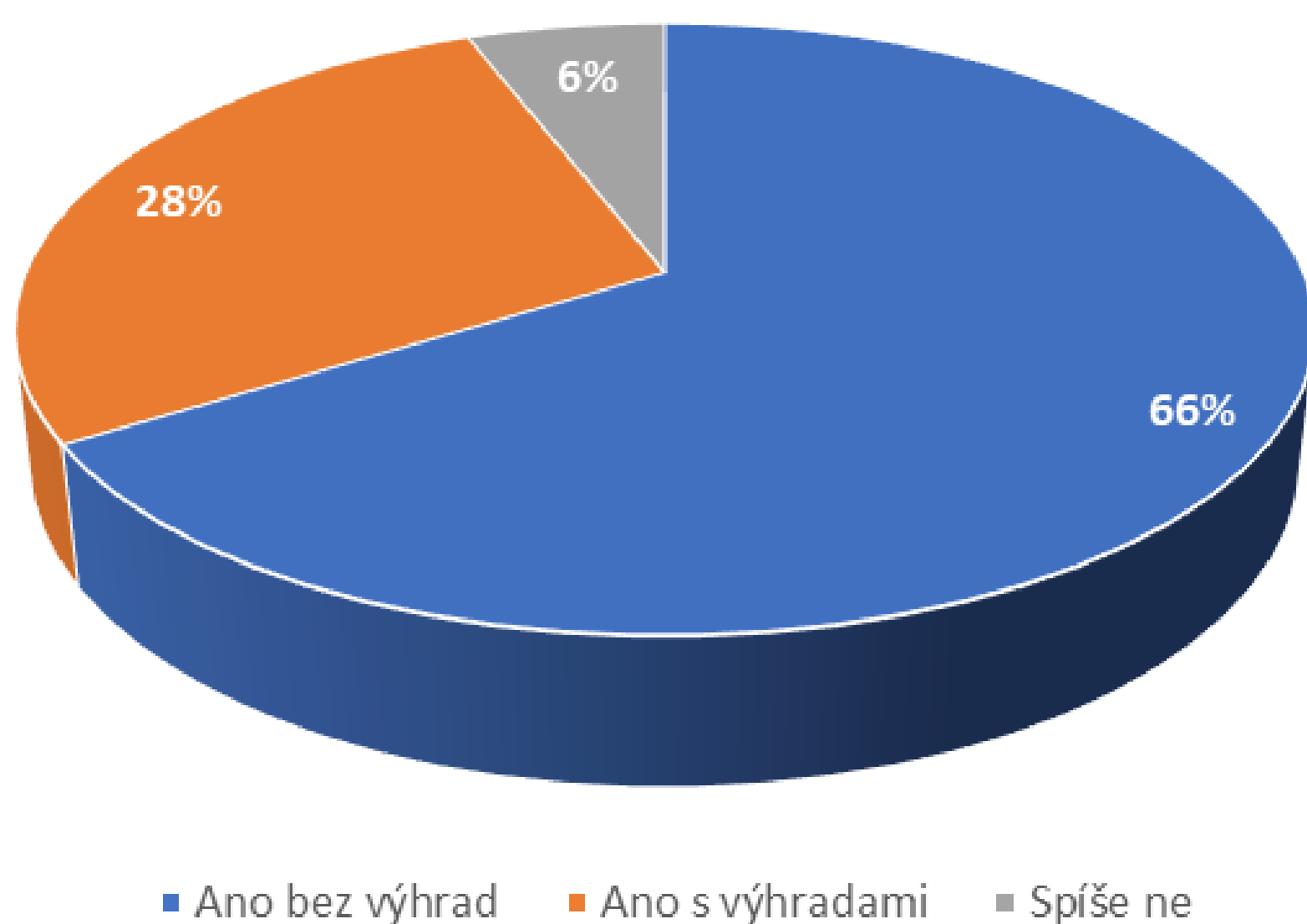
## Abstrakt

Tato bakalářská práce se zaměřuje na využití intranetu ve vybrané společnosti. V teoretické části jsou popsána teoretická východiska o komunikaci, jaké má formy a nástroje. Dále je vysvětlena firemní komunikace, její procesy, účely a prostředky k ní potřebné. Následně je vydefinován pojem intranet, popsán jeho vývoj, cíle a také výhody, které firmám může přinášet. Praktická část se zabývá využitím intranetu ve vybrané společnosti. Cílem bakalářské práce je vyhodnotit spokojenost zaměstnanců s intranetem a provést zjištění, zda je možné firemní intranet tvořit i bez odborného IT vzdělání, a to pouze na základě dostupných zdrojů na internetu. Praktická část je zpracována na základě vlastního pozorování, dotazníkového šetření a provedení rozhovoru s tvůrcem intranetu ve vybrané společnosti. Na základě provedení výzkumu jsou společnosti poskytnuta doporučení pro zlepšení interní komunikace ve společnosti.

### Shledáváte následující tvrzení o firemním intranetu za pravdivá?



### Jste spokojeni se současným intranetem?



## Abstract

This bachelor thesis focuses on the use of intranet in a selected company. The theoretical part describes the theoretical background of communication, what forms and tools it has. Furthermore, corporate communication, its processes, purposes and the resources needed for it are explained. Subsequently, the concept of intranet is defined, its development is described, its objectives and also the benefits it can bring to companies. The practical part deals with the use of intranet in the selected company. The aim of the bachelor's thesis is to evaluate the satisfaction of employees with the intranet and to determine whether it is possible to create a corporate intranet without IT training, based only on the resources available on the Internet. The practical part is based on my own observation, a questionnaire survey and an interview with the creator of the intranet in the selected company. Based on the research conducted, recommendations are provided to the company for improving internal communication in the company.

## Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo objasnit současné trendy ve firemní komunikaci a využití intranetu. Zásadní bylo seznámit čtenáře se základními pojmy komunikace, jejími nástroji a možnostmi. Další část byla věnována intranetu, o kterém je tato bakalářská práce. Byly zde popsány historické vývoje intranetu, jaké přináší intranet výhody a jaké jsou jeho cíle. V závěru teoretické části jsem stručně popsala společnost Microsoft, která pro firmy poskytuje mnoho produktů a je ve většině firem využívána. Popsala jsem produkty MS Teams a MS SharePoint, které jsou využívány ve společnosti, kterou hodnotím k firemní komunikaci. Praktická část se věnuje vybrané společnosti, popisu jejího intranetu a vyhodnocení výsledků provedení výzkumu.

Zdrojem pro provedení výzkumu mé bakalářské práce byl rozhovor a dotazníkové šetření. Rozhovor jsem zejména zaměřila na tvorbu intranetu, ale i jsem se ptala co hodnotí správce intranetu ve vybrané společnosti za nejvíce využívané. Dále mě zajímaly výsledky statistik o aktivitě zaměstnanců na intranetu. V dotazníku jsem naopak zjišťovala, jak jsou zaměstnanci s intranetem spokojeni, jak hodnotí jeho zavedení, zda bylo pro ně snadné se na intranetu zorientovat a jak shledávají určitá tvrzení o firemním intranetu.

Z výsledků provedení výzkumu byly vyhodnoceny možné návrhy na úpravu intranetu pro větší spokojenost zaměstnanců a možnému zvětšení počtu návštěvnosti. Mezi navržená řešení patří vytvoření snazšího vyhledávání informací, přehlednost a vzhled. Pokud by se firmě podařilo, a to i ve spolupráci se zaměstnanci přetvořit intranet na uživatelsky příjemnější, tak existuje šance, že by jej začalo využívat více zaměstnanců a firemní spolupráce a komunikace by se mohla stát efektivnější.

Přínosem práce jsou převážně doporučení na úpravy, které mohou vést ke zvýšení počtu zaměstnanců užívající intranet pravidelně ke své práci. Vybraná společnost se může na základě informací z anonymního dotazníku více zaměřit na přehlednost a intuitivnost webu a obsah intranetu vytvořit tak, aby byl pro zaměstnance nápomocný k výkonu jejich práce a zároveň jim poskytl veškeré důležité informace a sdílení, které by jako zaměstnanci vybrané společnosti měli znát.

