

**ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ
V PRAZE
MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDIÍ**



BAKALÁRSKÁ PRÁCA

Návrh intranetu pro vybranou společnost

Intranet Design for the Selected Company

Lenka Kotvanová

2023

Študijný program: Ekonomika a management

Študijný obor: Manažerska informatika

Vedúci práce: doc. Ing. Tomáš Kubálek CSc.

I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení: **Kotvanová** Jméno: **Lenka** Osobní číslo: **499874**
Fakulta/ústav: **Masarykův ústav vyšších studií**
Zadávající katedra/ústav: **Institut manažerských studií**
Studijní program: **Ekonomika a management**

II. ÚDAJE K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI

Název bakalářské práce:

Návrh intranetu pre vybranú spoločnosť

Název bakalářské práce anglicky:

Intranet Design for the Selected Company

Pokyny pro vypracování:

Bakalářská práce je zameraná na zlepšenie a zjednodušenie internej komunikácie vo vybranej spoločnosti. Cieľom práce je na základe analýzy súčasného stavu vnútornej komunikácie vytvoriť návrh tímového webu v prostredí SharePointu. Štruktúra práce: 1. Definícia pojmov súvisiacich s danou témou ako je internet, intranet a extranet; 2. Analýza súčasnej situácie vo vybranom podniku na základe dotazníka; 3. Návrh intranetu. Metódy: deskripčia, analýza.

Seznam doporučené literatury:

ARDESTANI, K. et al. Building an ASP .NET Intranet. Birmingham: Wrox Press Ltd, 2002. ISBN 978-1-59059-256-5
BELKO, Peter. Týmová spolupráce v Microsoft Office, SharePointu, Office Web Apps a Live Mesh. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3574-7
HOLÁ, Jana. Interní komunikace ve firmě. Brno: Computer Press, c2006. ISBN 80-251-1250- 0
PASCH, Ondřej. Microsoft SharePoint 2010: praktický průvodce uživatele. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3177-0

Jméno a pracoviště vedoucí(ho) bakalářské práce:

doc. Ing. Tomáš Kubálek, CSc. Masarykův ústav vyšších studií ČVUT v Praze

Jméno a pracoviště druhé(ho) vedoucí(ho) nebo konzultanta(ky) bakalářské práce:

Datum zadání bakalářské práce: **09.12.2022**

Termín odevzdání bakalářské práce: **27.04.2023**

Platnost zadání bakalářské práce: _____

doc. Ing. Tomáš Kubálek, CSc.
podpis vedoucí(ho) práce

Ing. Dagmar Skokanová, Ph.D.
podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry

prof. PhDr. Vladimíra Dvořáková, CSc.
podpis děkana(ky)

III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

Studentka bere na vědomí, že je povinna vypracovat bakalářskou práci samostatně, bez cizí pomoci, s výjimkou poskytnutých konzultací. Seznam použité literatury, jiných pramenů a jmen konzultantů je třeba uvést v bakalářské práci.

Datum převzetí zadání

Podpis studentky

KOTVANOVÁ, LENKA. *Návrh intranetu pre vybranú spoločnosť*. Praha: ČVUT 2023. Bakalárska práca.
České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE**

Prehlásenie

Prehlasujem, že som svoju bakalársku prácu vypracovala samostatne. Ďalej prehlasujem, že som všetky použité zdroje správne a úplne citovala a uvádzam ich v priloženom zozname použitej literatúry.

Nemám závažný dôvod proti sprístupňovaniu tejto záverečnej práce v súlade so zákonom č. 121/2000 Sb., o práve autorskom, o právach súvisiacich s právom autorským a o zmene niektorých zákonov (autorský zákon) v platnom znení.

V Prahe dne: 18. 04. 2023

Podpis:

Pod'akovanie

Rada by som poďakovala vedúcemu práce, pánovi doc. Ing. Tomáš Kubálek, CSc. za vedenie bakalárskej práce, odbornú pomoc a trpezlivosť. Ďalej by som sa chcela poďakovať firme Udava a.s. za ochotnú spoluprácu a poskytnuté informácie.

Abstrakt

Táto bakalárska práca sa zameriava na vytvorenie návrhu tímového webu v SharePointe. V prvej kapitole teoretickej časti je definovaná komunikácia vo všeobecnosti, firemná komunikácia, jej formy a rôzne komunikačné kanály. V druhej kapitole sú vysvetlené pojmy informácie a informačný systém v podniku. Ďalšia kapitola teoretickej časti popisuje internet, extranet, intranet a rozdiel medzi nimi. Posledná kapitola teoretickej časti stručne popisuje spoločnosť Microsoft, jej produkty a bližšie definuje aplikáciu Microsoft SharePoint. Praktická časť bakalárskej práce obsahuje informácie o spoločnosti, pre ktorú je daný intranet vytváraný. Následne je analyzovaný súčasný stav internej komunikácie v podniku. Cieľom tejto práce je vytvorenie návrhu tímového webu, ktorý bude slúžiť na zefektívnenie vnútro podnikovej komunikácie v spoločnosti. Analýza súčasného stavu komunikácie v podniku je vyhodnocovaná na základe dotazníka. Rozhovor s členom vedenia je zameraný na implementáciu intranetu a požiadavky spoločnosti na dizajn a obsah. Výsledkom práce je vytvorený návrh intranetu.

Kľúčové slova

Komunikácia, vnútro podniková komunikácia, informačný systém, intranet, Microsoft SharePoint

Abstract

This bachelor's theses focuses on creating a design proposal for a team website on SharePoint. The first chapter of the theoretical part defines communication in general, corporate communication, its forms, and various communication channels. The second chapter explains the concepts of information and information systems in a business. Another chapter of the theoretical part describes the internet, extranet, intranet, and the differences between them. The last chapter of the theoretical part briefly describes the company Microsoft, its products, and defines the application of Microsoft SharePoint in more detail. The practical part of the theses contains information about the company for which the intranet is being created. Subsequently, the current state of internal communication in the company is analysed. The goal of this thesis is to create a design proposal for a team website that will serve to streamline intra-company communication in the company. The analysis of the current state of communication in the company is evaluated based on a questionnaire. An interview with a member of the management is focused on the implementation of the intranet and the company's requirements for design and content. The result of the work is the created design proposal for the intranet.

Key words

Communication, internal communication, information system, intranet, Microsoft SharePoint

Obsah

Úvod	8
1 Komunikácia	10
1.1 Štyri fázy vývoja komunikácie	10
1.2 Efektívna komunikácia	10
1.3 Firemná komunikácia.....	12
1.3.1 Formy firemnej komunikácie	13
1.3.2 Komunikačné kanály.....	13
1.3.3 Komunikácia so záujmovými a cieľovými skupinami.....	14
2 Informačný systém	16
2.1 Informácie	16
2.2 Informačný systém v podniku	16
3 Internet, extranet a intranet	19
3.1 Internet	19
3.2 Extranet.....	19
3.3 Intranet	20
3.3.1 Výhody intranetu	22
3.3.2 Nevýhody intranetu.....	22
4 Microsoft	23
4.1 Microsoft Česká republika a Slovensko	23
4.2 Microsoft 365	23
4.3 MS SharePoint.....	23
4.3.1 Oprávnenia	24
4.3.2 Aplikácie.....	25
5 O spoločnosti	27
6 Analýza súčasného stavu	29
7 Návrh tímového webu v SharePointe	38
Záver	45
Zoznam použitej literatúry	46
Zoznam obrázkov	48
Zoznam tabuliek	49
Zoznam grafov	50
Prílohy	51
Príloha č. 1 – Dotazník	51
Príloha č. 2 – Rozhovor	56

Úvod

Témou bakalárskej práce je Návrh intranetu pre vybranú spoločnosť. Intranet predstavuje jednu z najefektívnejších foriem interného komunikačného systému, ktorý umožňuje zamestnancom zdieľať informácie, získavať vedomosti, zlepšiť výkonnosť a spolupracovať pri riešení problémov. Je dôležité, aby boli firmy v súčasnom dynamickom podnikateľskom prostredí schopné rýchlo a efektívne komunikovať a zdieľať potrebné informácie.

Medzi najpoužívanejšie nástroje na tvorbu intranetu patrí platforma SharePoint od spoločnosti Microsoft. Umožňuje organizáciám vytvoriť si vlastný intranet, ktorý je prispôsobený potrebám a špecifikáciám danej spoločnosti. SharePoint ponúka množstvo funkcií a nástrojov na zdieľanie, vyhľadávanie a organizovanie informácií, umožňuje zlepšiť produktivitu pracovníkov a spoluprácu medzi nimi.

Cieľom tejto práce je navrhnuť tímový web pre vybranú spoločnosť. Bakalárska práca je rozdelená na dve časti, a to teoretickú a praktickú. Teoretická časť popisuje základné pojmy danej problematiky. Definuje firemnú komunikáciu, informačný systém, či samotný intranet. Obsahuje štyri kapitoly, v ktorých sa čitateľ dozvie dôležité pojmy a informácie. Praktická časť je rozdelená na tri hlavné kapitoly. Prvá kapitola popisuje vybranú spoločnosť, pre ktorú je intranet vytváraný. Druhá kapitola analyzuje súčasný stav vnútornej komunikácie v podniku. Tretia kapitola obsahuje samotný návrh tímového webu v prostredí SharePointu. Tento návrh predstavuje efektívne a užívateľsky prívetivé riešenie intranetu, ktoré umožní zamestnancom rýchly a jednoduchý prístup k informáciám, zlepši internú komunikáciu a spoluprácu medzi zamestnancami.

TEORETICKÁ ČASŤ

1 Komunikácia

Komunikácia je neodmysliteľnou súčasťou života každého človeka. Je to zdroj informácií a prostriedok pre kontakt medzi osobami. Komunikácia plní dôležitú úlohu pri fungovaní organizácie. Má veľký vplyv na efektivitu firmy. (1)

Komunikácia sa delí na tri základné druhy, ústnu, písomnú a vizuálnu. Ako píše Vymětal vo svojej knihe, v širšom slova zmysle sa komunikácia netýka len výmeny informácií medzi ľuďmi, ale všeobecnou výmenou informácií medzi živými aj neživými organizmami. Vyššie uvedené delenie sa vzťahuje na sociálnu komunikáciu, čiže komunikáciu medzi ľuďmi. (2)

Z hľadiska použitia komunikačných prostriedkov sa komunikácia delí na:

- verbálnu – komunikácia slovom, hovorenie
- neverbálnu – mimo slovná komunikácia, pomocou tela a zmyslov
- realizovanú činmi a skutkami (2)

Z hľadiska funkcie komunikácie sa delí na:

- informatívnu
- poznávaciu
- vzdelávaciu a výchovnú
- socializačnú
- zábavnú
- presvedčovaciu
- motivujúcu a ďalšie (2)

1.1 Štyri fázy vývoja komunikácie

Prvou fázou je pseudokomunikácia. V tejto fáze je skutočná komunikácia iba predstieraná. Môže ísť o vedomé alebo nevedomé predstieranie. Ľudia v rozhovore rozprávajú všeobecne a neosobne, zamlčujú časť pravdy o sebe alebo inom objekte rozhovoru. Komunikácia, ktorá vyzerá ako okamžite fungujúca je s veľkou pravdepodobnosťou pseudokomunikácia. Cieľom je zabrániť konfliktom a unikanie od tém, ktoré ľudia nevedia alebo sa boja riešiť. (3)

Druhá fáza je manipulatívna. Taktiež nazývaná ako fáza chaosu. Účastníci v tejto fáze vnímajú individuálne rozdiely ako prekážku, niečo čo treba odstrániť alebo napraviť. Každý bojuje za svoju pravdu a presadzuje, čo je podľa neho správne a „normálne.“ Aktéri nie sú schopní počúvať a pochopiť názor niekoho iného. (3)

Tretia fáza odbúravanie komunikačných bariér je prechodom ku skutočnej komunikácii. Spočíva v schopnosti uznať, že rôznorodosť tvorí celistvosť ľudstva a pohľadu na svet, a teda je prospešná. Medzi komunikačné bariéry, ktoré bránia v skutočnej komunikácii patrí sebeckosť, egocentrizmus, nedostatok empatických schopností, očakávania, predsudky, potreba niekoho alebo niečo „napravovať“ a kontrolovať druhých. (3)

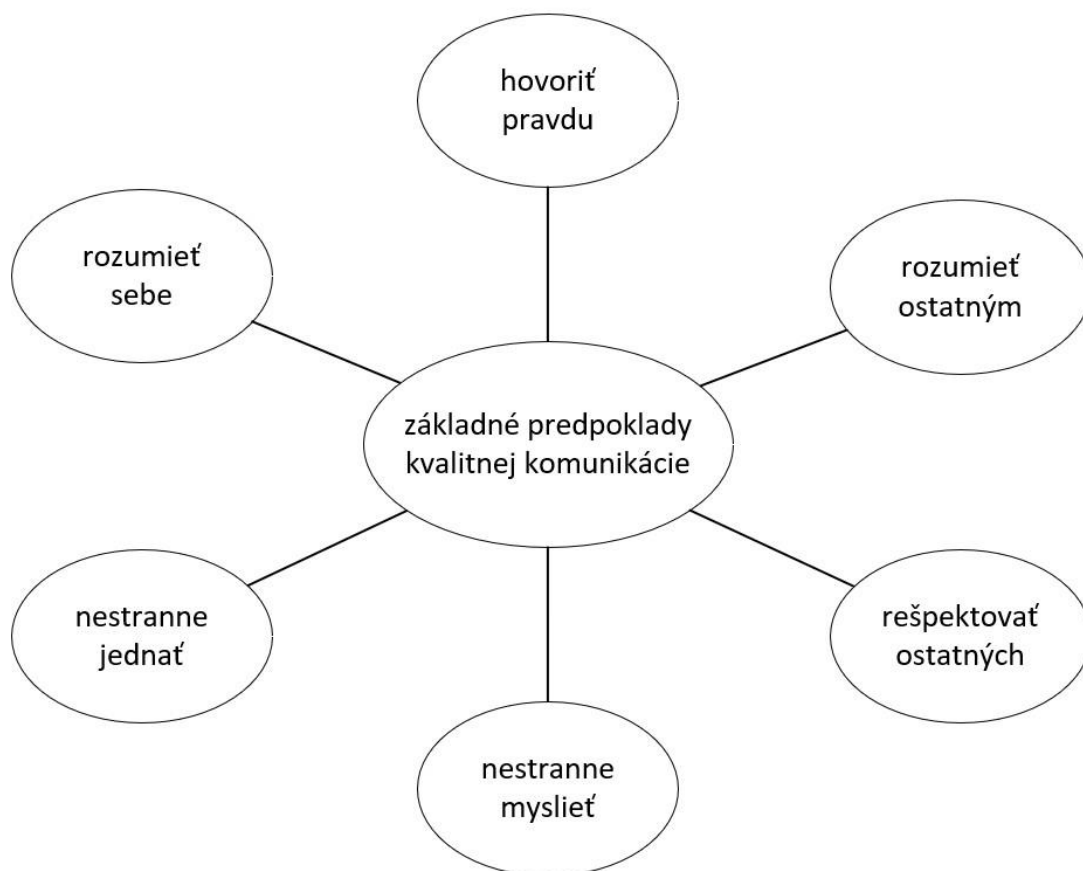
Poslednou fázou je skutočná komunikácia. Je to otvorená komunikácia, v ktorej si účastníci dokážu vážiť názory druhých aj v prípade, že s nimi nesúhlasia. Umožňujú druhým, aby sa otvorili a boli sami sebou a súčasne to robia aj sami. Skutočná komunikácia vyžaduje odvahu priznať si svoju nedokonalosť. (3)

1.2 Efektívna komunikácia

V minulosti bolo načrtnutých viacero ciest k skutočne efektívnej komunikácii, no žiadna z týchto ciest k nej nakoniec nevedla. Dale Carnegie v priebehu dvadsiateho storočia priniesol do spoločnosti mnoho kníh a prednášok, ktoré obsahovali jednoduché, ale veľmi účinné návody

k manipulatívne správaniu. Aj napriek tomu, že upozorňoval čitateľov, aby popisované techniky používali naozaj úprimne, napríklad pochváliť niekoho ak si to naozaj zaslúži alebo mať skutočný záujem, ak sa niekoho pýtame ako sa má, do komunikácie sa dostalo veľa pretváranky. Komunikácia sa tak stala povrchnou a ľudia sa prestali počúvať. Neskôr prišiel A. Salter s asertívnymi postupmi, ktorými sa snažil pomáhať ľuďom s malým sebavedomím. Jeho metóda kladla dôraz na práva jednotlivcov. Ani táto cesta asertívnej komunikácie však nevedla k efektívnej komunikácii, keďže veľa sebavedomých ľudí si z toho zobralo akurát to, že majú právo sa presadzovať a sú stredobodom vesmíru. (4)

Po problémoch s povrchnou komunikáciou prišiel prístup, ktorý vrátil do komunikácie skutočnosť a úprimnosť. Tento prístup vidí práva komunikujúceho v kontexte práv ostatných ľudí. Pre úspešnú a efektívnu komunikáciu platí šesť základných predpokladov, ktoré sú bližšie opísané na Obr. 1. Medzi tieto predpoklady patrí sebaaprijatie, skutočnosť, porozumenie, rešpekt, nadhľad a nestrannosť. (4)



OBR. 1 PREDPOKLADY KVALITNEJ KOMUNIKÁCIE (4)

V každej organizácii prebieha medzi zamestnancami každodenná komunikácia. Je však dôležité, aby táto komunikácia bola efektívna. (5) označuje efektívnu komunikáciu ako odoslanie správy takým spôsobom, aby prijatá správa bola presná a účinná, významom blízka zamýšľanej činnosti, a aby jej obsah ovplyvnil správanie príjemcu priaznivým spôsobom.

Nezáleží na tom, aký typ komunikácie je použitý a aký komunikačný prostriedok, ak má byť komunikácia efektívna musí spĺňať tieto požiadavky:

- zreteľnosť
- stručnosť
- správnosť

- úplnosť
- zdvorilosť (2)

Vo firme je efektívna komunikácia dôležitá z dvoch dôvodov. Jedným z nich je to, že komunikácia je činnosť, pri ktorej manažéri a iní pracovníci trávajú veľa pracovného času. Druhý dôvod hovorí o tom, že komunikácia je proces, pri ktorom sa prenášajú informácie o úlohách pri plánovaní, organizácii, vedení a kontrole. (6)

Princípy efektívnej komunikácie

Medzi základné princípy efektívnej komunikácie patrí:

- akceptovanie informácií zo strany prijímateľa informácie
- objektívnosť vyhodnocovania komunikácie
- vedomé vytváranie spätnej väzby
- aktívne počúvanie prenášaných informácií
- poskytovanie kvalitných a úplných informácií
- uvedomovanie si, že komunikácia má svoje nedokonalosti a snaha o ich elimináciu
- uvedomovanie si vlastných pocitov, ktoré dokážu ovplyvňovať nás a naše komunikovanie
- vytváranie dôvery medzi účastníkmi komunikácie (5)

Podľa Blacka podporuje efektívnosť komunikácie sedem prvkov.

1. Celistvé a pravdivé informácie
2. Vzájomná dôvera a rešpekt medzi manažérmi a zamestnancami
3. Zdravé a bezpečné pracovné podmienky
4. Spravodlivé a poctivé jednanie
5. Plynulosť práce nenarúšaná konfliktami
6. Dlhodobá spokojnosť s prácou
7. Stotožnenie sa s politikou a kultúrou organizácie a dôvera v organizáciu (7)

1.3 Firemná komunikácia

Firemná komunikácia sa dá definovať ako celkový integrovaný postoj ku komunikačným aktivitám, ktoré sú vykonávané všetkými časťami firmy, s cieľom budovať a udržiavať vzťahy medzi strategickými cieľmi, identitou a image. (8)

Podľa (8) má firemná komunikácia tri hlavné ciele. Prvým cieľom je vytvorenie spoločného východiska pre konzistentnú komunikáciu, a teda definovať firemnú identitu, ktorá je v súlade so stratégiou. Druhým cieľom je zmenšenie rozdielov medzi požadovanou identitou a tou, ktorú vnímajú cieľové skupiny. Tretím cieľom je riadenie a organizovanie realizácie všetkých komunikačných aktivít firmy v súlade s vyššie uvedenými princípmi.

Komunikácia vo firme môže prebiehať napríklad medzi nadriadeným a podriadeným, medzi managementom a vlastními, medzi zamestnancami, či medzi jednotlivými útvarmi. Ústna alebo písomná komunikácia však nie je jedinou zložkou vnútro podnikovej komunikácie. Podľa (3) tento druh komunikácie tvorí len 10% z celkovej firemnej komunikácie. K jednotlivým zamestnancom firmy „hovorí“ nie len slová a dokumenty, ale aj povest spoločnosti, činy managementu a pracovníkov, firemné vízie a stratégie, ciele firmy, úspechy a neúspechy, kultúra pracovného prostredia a mnoho ďalšieho. Mimoslovná komunikácia je vývojovo staršia a jej vplyv je rozhodujúci.

Komunikačné štýly

Existuje viacero delení komunikačných štýlov. Komunikačný štýl pracovníkov môžeme rozdeliť na pasívny, pasívno-agresívny, agresívny a asertívny. Zamestnanec, ktorý komunikuje pasívnym štýlom je tichý, málo sa prejavuje. Snaží sa vyhýbať konfliktom a radšej neprejavuje svoj názor, ako by sa mal dostať do nejakého konfliktu. Pri pasívno-agresívnom štýle je pracovník na hranici týchto dvoch štýlov. V situácii kedy je napríklad konfrontovaný zo strany manažéra sa zachová pasívne, no v súkromí pri

kolegach prejaví svoju agresívnu stránku. Agresívny komunikačný štýl sa prejavuje dominanciou. Priamou komunikáciou, presadzovaním si svojich názorov bez ohľadu na ostatných. Asertívny komunikačný štýl využívajú zamestnanci, ktorí sú sebaistí a zároveň empatický. Neboja sa vyjadriť svoj názor, ale berú pritom ohľad na druhých. (9)

Komunikačné štýly manažérov sa delia podľa štýlov celkového vedenia manažéra. Autokratický alebo autoritatívny štýl sa vyznačuje prísny správaním, zadávaním príkazov a presadzovaním autority. Pri tomto štýle sa využíva priama, väčšinou jednosmerná komunikácia zo strany nadriadeného. Ďalším štýlom vedenia je byrokratický. Manažér sa zameriava na dodržiavanie noriem a predpisov. Komunikácia je formálna. Tretím štýlom je demokratický, pri ktorom manažér počúva názory ostatných pracovníkov, snaží sa o tímovú prácu. Komunikácia je obojstranná, založená na vzájomnom rešpekte a dôvere. Posledným štýlom je liberálny alebo takzvaný laissez-faire. Pracovníci majú veľa voľnosti, zodpovednosti, s manažérom majú priateľský vzťah. Komunikácia je neformálna, povzbudzujúca, motivujúca. (10)

1.3.1 Formy firemnej komunikácie

Vnútro podniková komunikácia môže mať formu osobnú, písomnú alebo elektronickú. Pri voľbe jednej z týchto foriem je dôležité uvedomiť si, či sa jedná o situáciu, s ktorou sa daný pracovník alebo manažér už stretol, alebo sa jedná o nový problém. Ďalším faktorom pri výbere je druhá osoba. Ak ide o niekoho, koho manažér dobre pozná, je vhodné zvoliť krátky telefonický hovor, odkaz alebo krátky e-mail. Naopak ak sa jedná o cudziu alebo nie veľmi blízku osobu je vhodnejšie zvoliť rozhovor „tvárou v tvár.“ Táto forma má najväčšie predpoklady k maximálnej účinnosti. Obsahuje slovnú aj mimoslovnú komunikáciu a dovoľuje zúčastneným prijímať a poskytovať okamžitú spätnú väzbu. (3)

1.3.2 Komunikačné kanály

Komunikačné kanály slúžia na prenos správ. Pre účinnú podporu zdieľania správ je potrebné zvoliť správny komunikačný kanál, v inom prípade môže nesprávne zvolený komunikačný kanál spôsobiť zničenie celého prenosu informácií. Komunikačné kanály môžu byť riadené, a teda sú kontrolované firmou. Pri týchto kanáloch má zdroj komunikácie kontrolu nad definíciou, zostavovaním a šírením informácií. Môže sa jednáť o osobné komunikačné kanály, ak ide o komunikáciu jednej osoby s druhou, alebo s viacerými osobami navzájom. V prípade neosobnej komunikácie vstupuje medzi tieto dva subjekty médium, ktoré neumožňuje priamu spätnú väzbu. (11)

Komunikačný proces v podniku môže mať viacero úrovní. Medzi tieto úrovne patrí intropersonálna, interpersonálna úroveň, organizačná komunikačná sieť a makrosociálna úroveň komunikácie. Na interpersonálnej úrovni je pozornosť zameraná na štúdium komunikačných vzťahov medzi dvoma ľuďmi alebo v malých skupinách. Toto štúdium zahŕňa analýzu vývoja, udržiavanie, poprípade zrušenie sa komunikačných vzťahov, prírastok schopností, či komunikačnú disfunkciu. Komunikácia je nevyhnutná v prítomnosti iných ľudí, je cieľavedomá, transakčná, multidimenzionálna. Ďalšou vlastnosťou komunikácie je ireverzibilita, čo bolo povedané sa nedá vziať späť. Organizačná komunikačná sieť obsahuje štúdium skupinových noriem a vývoj skupín. Nato, aby bol komunikačný proces úspešný, je potrebná podpora spolupráce a dosiahnutie cieľa. (12)

Komunikačné kanály v podniku:

- komunikácia „tvárou v tvár“
- porada, tímová diskusia, skupinový rozhovor
- konferencie, semináre
- prednášky a iné vzdelávanie
- podnikové noviny, príspevky na intranete
- nástenka
- telefonovanie
- e-mailová komunikácia

- dotazníky, prieskumy
- činy
- reklamy
- podnikové tradície, image podniku
- public relations (12)

Komunikácia „tvárou v tvár“

Tento komunikačný kanál tzv. „tvárou v tvár“ je jeden z dvoch najdôležitejších. Tým druhým je komunikácia prostredníctvom počítača, ktorá bude vysvetlená nižšie. Komunikácia sa často odohráva osobne, či už ide o rozhovor medzi kamarátmi, rodinou, známymi, alebo ide o výmenu dôverností medzi partnermi, riešenie problému v skupine ľudí, či verejný prejav. (13)

Osobná, verbálna komunikácia využíva reč tvorenú hláskami, slovami a vetami. Jedným z problémov tohto druhu komunikácie je, že je viazaná na určitý jazyk, či už ide o slovenčinu, češtinu, angličtinu alebo iný. Ak chcete hovoriť s niekým, kto neovláda rovnaký jazyk ako vy, nastáva problém. (14)

Komunikácia prostredníctvom počítača

Pod pojmom komunikácia prostredníctvom počítača si každý dokáže predstaviť napríklad komunikáciu cez e-mail alebo cez sociálne siete. Hlavným rozdielom medzi osobnou komunikáciou a tou počítačovou je permanentnosť. Zatiaľ čo elektronická komunikácia sa zachováva osobná ostáva len v našej pamäti. Joseph A. DeVito vo svojej knihe opisuje následky, ktoré vyplývajú z tejto odlišnosti. Označuje ich ako výstrahu platnú pri používaní elektronickej komunikácie. Ide o tieto výstrahy:

- Elektronické zdieľania sa ťažko ničia – aj keď si myslíte, že ste e-mail zmazali, môže sa stať, že ostane na serveri a dá sa obnoviť
- Všetko sa dá ľahko zverejniť – aj e-mail, ktorý bol mienený pre jednu osobu môže v skutočnosti prísť viacerým ľuďom
- Elektronická komunikácia nie je dôverná
- Existujú trvalé záznamy – nemôžete povedať, že ste niečo nenapísali, ak to nie je pravda, pretože sa ten záznam ľahko dá nájsť (13)

Elektronická doba napreduje nesmiernou rýchlosťou a veľa z týchto hrozieb sa zminimalizovalo. Aj v dnešnej dobe je však dôležité dodržiavať určité bezpečnostné opatrenia pri komunikácií elektronickou formou.

1.3.3 Komunikácia so záujmovými a cieľovými skupinami

Keď sa hovorí o firemnej komunikácii, nie je to len o internej komunikácii medzi členmi organizácie. Každým rokom rastú nároky na vzájomnú komunikáciu medzi podnikom a jeho okolím. Firma musí sledovať záujmy množstva skupín a rešpektovať ich. Tieto skupiny sa označujú ako záujmové skupiny. Zahrňujú všetky subjekty, na ktoré majú organizácie a ich aktivity vplyv, a ktoré ich naopak tiež môžu ovplyvňovať. Tento vplyv môže byť jak pozitívny, tak aj negatívny. (15)

Tradičné označenie časti verejnosti, na ktorú podnik zameriava svoje aktivity, je cieľová skupina. Toto pomenovanie na základe slova „cieľ“ však zvädza k predstave, že podnik si sám určuje, kto preň bude komunikačným partnerom a na koho sústredí svoju pozornosť. Preto sa využíva pojem záujmová skupina, ktorý je obsiahlejší. Ako z názvu vyplýva označuje niekoho, kto má „záujem“ na aktivitách podniku. Každá organizácia vytvára množstvo väzieb a vzťahov so svojím okolím. Tab. 1 obsahuje prehľad záujmových skupín, ich požiadavky a oblasť záujmov, a taktiež možnosti ovplyvňovania podniku. (15)

Záujmová skupina	Požiadavky a oblasť záujmov	Možnosti ovplyvňovania podniku
zamestnanci	zárobok a zamestnanecké výhody, istota pracovného miesta, možnosť kariéry a seberealizácie	výkon, nástup/odchod z podniku
odborové organizácie	pracovné podmienky, sociálne istoty	podmienky kolektívnej zmluvy, možnosť stávk
zákazníci	kvalita výrobkov alebo služieb, cenové podmienky, dostupnosť	rozhodnutie o kúpe
dodávatelia a obchodní partneri	pravidelné platby, dlhodobá a vzájomne výhodná spolupráca	rýchlosť a spoľahlivosť vybavovania objednávok a dodávok
akcionári	výška dividend, bezpečnosť investície	nákup/predaj akcií, využitie hlasovacieho práva
média	prístup k informáciám	vyznenie publicity
orgány verejnej správy	dodržiavanie zákonov a nariadení, dane, politika nezamestnanosti, konkurencieschopnosť regiónu, resp. ČR	podpora/postihy, legislatívne opatrenia
kontrolné orgány, inšpekcie, certifikačné agentúry	bezpečnosť prevádzky a jej vplyv na životné prostredie, dodržiavanie príslušných noriem, kvalita výrobkov a služieb	vydanie/odmietnutie povolenia, certifikácia, pokuty
investori, banky	bezpečnosť investície, výhodnosť investície	poskytnutie/odoprenie finančných prostriedkov, podmienky pôžičiek
poisťovne	bezpečnosť prevádzky	podmienky poistenia
odborové a profesijné asociácie	zapojenie do aktivít, dodržiavanie odvetvových štandardov, kódexov a pod.	prijatie/odoprenie členstva, certifikácia
občianske združenia, neziskové organizácie, nátlakové skupiny	zodpovedný prístup organizácie k určitej oblasti – podľa zamerania (ochrana životného prostredia, rešpektovanie ľudských práv, etika, podnikanie, a iné.)	publicita, ovplyvnenie iných skupín
miestne spoločenstvo	vplyv prevádzky podniku na okolie (životné prostredie, zamestnanosť)	podpora/protesty proti podnikovým aktivitám

TAB. 1 PREHĽAD ZÁUJMOVÝCH SKUPÍN, ICH POŽIADAVIEK A NÁSTROJOV OVPLYVNENIA PODNIKU (15)

2 Informačný systém

Informačné systémy majú pre podniky veľký prínos. Pre každú organizáciu sú informácie základným prvkom a vďaka elektronickým informačným systémom sa s nimi dá jednoducho a efektívne pracovať. V dnešnej dobe je priam nevyhnutné pre úspešnosť firmy používať informačný systém, avšak stále sa nájdu spoločnosti, ktoré majú obavy z nového a neznámeho. To platí aj pre podnik, ktorý bude bližšie predstavený nižšie v tejto práci.

2.1 Informácie

Nato, aby sme si mohli definovať informácie, musíme najprv definovať pojem dáta. Dáta sa označujú ako rozpoznané signály, a teda údaje, ktoré vypovedajú o situácii a stave sledovaného a riadeného objektu. Behom ďalšieho spracovania sa dáta menia na informácie. Rovnaké dáta podľa pohľadu alebo interpretácie môžu mať pre rôznych užívateľov iný význam, a teda môžu predstavovať rôzne informácie. Informácie sú údaje, ktoré sa používajú pri rozhodovaní, ktorým sa realizuje spätná väzba na informačný systém, aby sa docielilo jeho cieľové správanie. (16)

Informácie, tak obyčajný pojem, ktorý zohráva v spoločnosti a hlavne v biznise a podnikaní nesmierne dôležitú úlohu. V dnešnej dobe sú informácie jedným z najdôležitejších zdrojov pre prosperitu a fungovanie podniku. Manažéri ich využívajú a pracujú s nimi podobne ako s inými zdrojmi, napríklad pôdou, kapitálom, či prácou. Je potrebné vedieť pracovať s informáciami. Správne načasovanie môže vo väčšine prípadov znamenať veľkú výhodu pre podnik. Práca s informáciami vie ukázať konkurencieschopnosť. (17)

Dôležitým faktorom v podniku je nielen získavanie informácií a schopnosť ich v správny okamih využiť, ale taktiež ich denný tok v podniku. Podmienkou pre úspech v podnikaní je dostatočná informovanosť. Pre prosperitu firmy je dôležité poznať „svoje čísla.“ Či už ide o interné dáta ako sú rôzne výkazy a štatistiky, tak aj externé údaje o dodávateľoch, zákazníkoch a pod. (17)

2.2 Informačný systém v podniku

Aby sme dokázali definovať informačný systém, musíme začať s definíciou systému ako takého. *„Všeobecná definícia charakterizuje systém ako množinu prvkov a väzieb. Väzby medzi prvkami môžu mať jednosmerné alebo obojsmerné spojenie. Na systémy sa pozerá z hľadiska toho, ako komunikujú so svojím okolím. Systém získava informácie z okolia a iné informácie zase predáva on okoliu. Vyznačuje sa teda vstupnými a výstupnými väzbami.“* (16)

Rainer a Prince definujú informačný systém ako zbieranie, spracovanie, analýzu a šírenie informácií pre špeciálne účely. Ako účel označujú, aby sa správne informácie dostali k správnym ľuďom, v správnom čase, správnom množstve a formáte. (18)

Podľa Khouri a spol. má informačný systém dva významy. Z užšieho hľadiska ide o označenie systému programov pre prácu s údajmi a v širšom poňatí je to systém na zabezpečovanie informácií potrebných pre riadenie. Informačný systém tvoria ľudia a programové prostriedky, ktoré zabezpečujú zhromažďovanie, prenos, spracovanie, ukladanie a výber informácií pre potrebu rozhodovania tak, aby manažéri a iná riadiaci pracovníci mohli svoju prácu vykonávať vo všetkých zložkách systému. Podobne ako Rainer a Prince (18) považujú za hlavnú úlohu informačného systému zabezpečiť relevantné, správne a presné informácie v správnej forme a termínoch na prípravu rozhodnutí. (19)

Informačný systém sa skladá z viacerých podsystémov a to:

- zhromažďovanie údajov
- prenos údajov
- pamätanie a uchovávanie údajov
- výber údajov

- spracovanie údajov
- prezentácia a distribúcia údajov (19)

Informačný systém nemusí byť počítačový, aj keď v súčasnosti už takmer všetky sú. Preto sa namiesto pojmu „informačný systém“ zvyčajne používa „computer-based information system“ a teda „počítačový informačný systém.“ Ako už z názvu vyplýva, tento informačný systém využíva počítačové technológie na vykonávanie niektorých alebo všetkých zamýšľaných úloh. Medzi základné komponenty počítačového informačného systému patria:

- Hardware, ktorý pozostáva zo zariadení ako procesor, monitor, klávesnica a tlačiareň
- Software je program alebo skupina programov, ktoré umožňujú hardwaru spracovávať údaje
- Sieť, prepájajúci systém, ktorý umožňuje viacerým počítačom alebo zariadeniam zdieľať rôzne zdroje
- Procedúry sú návodom pre kombinovanie vyššie uvedených komponentov na spracovanie informácií a generovanie požadovaného výstupu (18)

Podľa Tvrdikovej sa informačný systém skladá z piatich základných komponentov. Rovnako ako (18) medzi nich radí hardware a software, no ďalej sa už nezhodujú. Ako tretí komponent označuje orgware, v preklade organizačné prostriedky, ktoré sú tvorené súborom pravidiel a nariadení, definujúcich prevádzkovanie a využívanie informačného systému a informačných technológií. Ďalším komponentom je peopleware, ľudská zložka, ktorá rieši adaptáciu a účinné fungovanie človeka v počítačovom prostredí. Poslednou zložkou je reálny svet, ktorý zahŕňa informačné zdroje, legislatívu a normy. (20)

Rozhodovanie o zavedení informačného systému

Pri rozhodovaní, či zaviesť informačný systém alebo nie je dôležité zodpovedať na tieto otázky:

- Je potrebné zlepšiť zber dát, distribúciu, spracovanie a prezentáciu informácií?
- Môže zavedenie informačného systému pomôcť zlepšiť firemnú kultúru?
- Je potrebná vyššia spoľahlivosť, presnosť a bezpečnosť informácií?
- Dali by sa riešiť problémy podniky pomocou informačného systému?
- Potrebuje podnik lepšie podklady pre riadenie jednotlivých aktivít? (21)

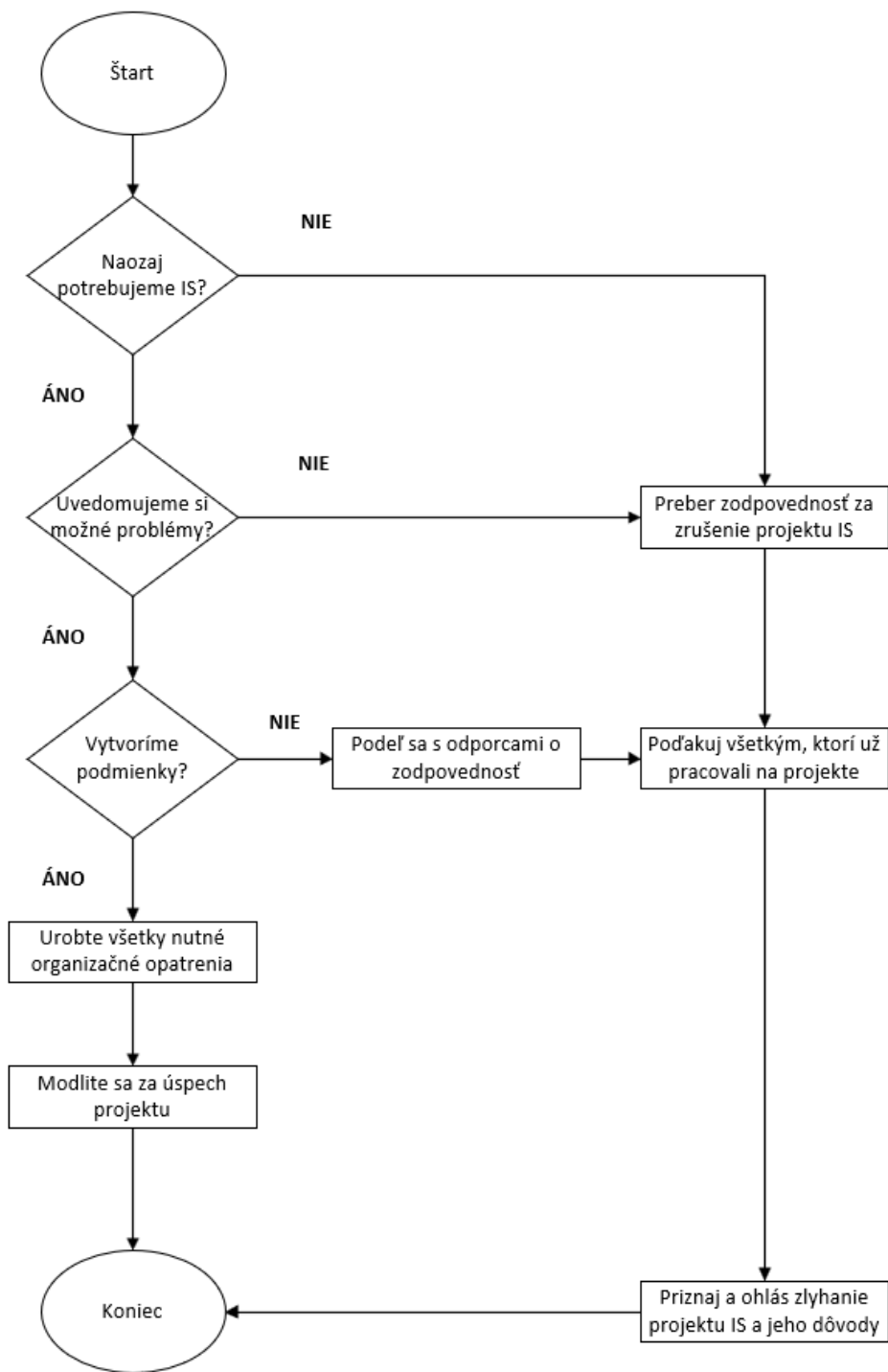
Ďalej je potrebné uvedomiť si, že zavádzanie informačného systému do podniku so sebou prináša aj rôzne problémy. Či už ide o všeobecné problémy, tak aj špecifické problémy spojené s konkrétnym podnikom. (21)

Pre vytvorenie projektu je potrebné spĺňať určité podmienky. K týmto podmienkam možno zaradiť najmä podporu vedenia formy, organizačné zabezpečenie, primeraný rozpočet a vytvorenie internej legislatívy. (21)

Pri rozhodovaní o takomto projekte, ako je zavedenie informačného systému je potrebné urobiť niekoľko rozhodnutí. Z pohľadu firmy môže ísť o rozhodovanie na taktickej úrovni, no v konečnom dôsledku ide o strategický význam, ktorý sa prejaví až v dlhodobom horizonte. Medzi základné zásady, ktorými by sa mal podnik riadiť patrí:

- Zodpovednosť za projekt má vedenie podniku
- Projekt vychádza z dlhodobých zámerov podniku a orientuje sa na jasne stanovené ciele, ktoré sú formulované súčasne pri rozhodnutí o projekte
- Do návrhu systému sú zapojení budúci užívatelia
- Návrh vychádza z detailnej analýzy a modelovania budúceho riešenia na konceptuálnej úrovni
- Je dodržané oddelenie konceptuálneho riešenia od technológie a zavedenia systému
- Analýza a návrh nového riešenia prebiehajú v určitých cykloch (16)

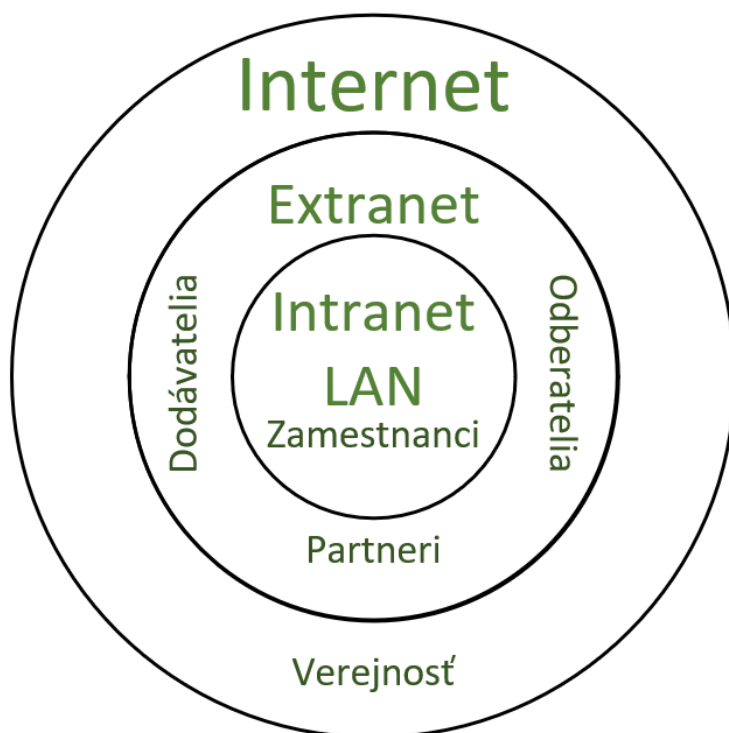
Základná schéma rozhodovania o zavedení informačného systému v podniku je znázornená na Obr. 2.



OBR. 2 SCHÉMA ROZHODOVANIA O ZAVEDENÍ IS (21)

3 Internet, extranet a intranet

Definícia pojmov internet, extranet a intranet sa nachádza nižšie v texte. Všetky tri sú však založené na rovnakých komponentoch. Základnými zložkami sú sieť, klientsky software a serverový software. Ako sú internet, extranet a intranet prepojené je znázornené na obrázku.



OBR. 3 PREPOJENIE INTERNETU, EXTRANETU A INTERNETU (22)

3.1 Internet

Systém navzájom poprepájaných počítačových sietí, v ktorých medzi sebou počítače komunikujú. Hlavným cieľom je výmena dát. (23) Táto globálna sieť využíva drôtový aj bezdrôtový spôsob komunikácie. Dáta putujú cez takzvaný optický kábel. Internet slúži na odosielanie a prijímanie akýchkoľvek údajov, ako sú dáta, video, audio, atď. K internetu môže pristupovať ktokoľvek a počet jeho užívateľov nie je obmedzený. Je to neobmedzený zdroj informácií, ku ktorým má prístup široká verejnosť. (24)

Internet poskytuje množstvo služieb, no najznámejšou je WWW (World Wide Web). Ide o všetky verejné webové stránky alebo stránky, ku ktorým majú užívatelia prístup zo svojich miestnych počítačov, alebo iných zariadení prostredníctvom internetu. Pre tvorbu webových stránok sa využíva programovací jazyk HTML (Hypertext Markup Language). (23)

3.2 Extranet

Extranet nemá jednoznačnú definíciu. Mnohý sa ju však pokúšali zostaviť. Niektorí označujú extranet ako privátnu sieť, ktorá využíva internetové protokoly a verejný telekomunikačný systém na bezpečné zdieľanie časti podnikových informácií alebo operácií s dodávateľmi, predajcami, partnermi, zákazníkmi alebo inými podnikmi. Iní definujú extranet ako intranet, internú sieť spoločnosti, ktorú daná organizácia otvára vybraným obchodným partnerom. Dodávatelia, distribútori a mnohí ďalší

autorizovaní používatelia sa tak môžu pripojiť k podnikovej sieti cez sieť alebo prostredníctvom virtuálnych privátnych sietí. Môžu si prezerať údaje, ktoré im spoločnosť sprístupní. Podľa ďalších je extranet webová stránka pre existujúcich zákazníkov, nie pre širokú verejnosť. Môže poskytovať prístup k interným databázam, aktuálnym inventárom, či k platenému výskumu. V podstate ku všetkým informáciám, ktoré sú súkromné a nie sú zverejnené pre každého. Používa sa ako verejný internet, ale na získanie prístupu vyžaduje heslá. (25)

Extranet je takzvaným mostom medzi firmami. Umožňuje zdieľať súkromné informácie, bezpečne uchovávané na intranete, so svojimi obchodnými partnermi. Tento zdieľaný priestor sa môže nachádzať na aktuálnych portoch firemného intranetu, alebo na separátnych severoch v bezpečnostnej zóne. Priestor extranetu sa niekedy nazýva ako demilitarizovaná zóna, ktorá sa nachádza medzi dvoma počítačovými sieťami. Táto oblasť je chránená firewallom. (26)

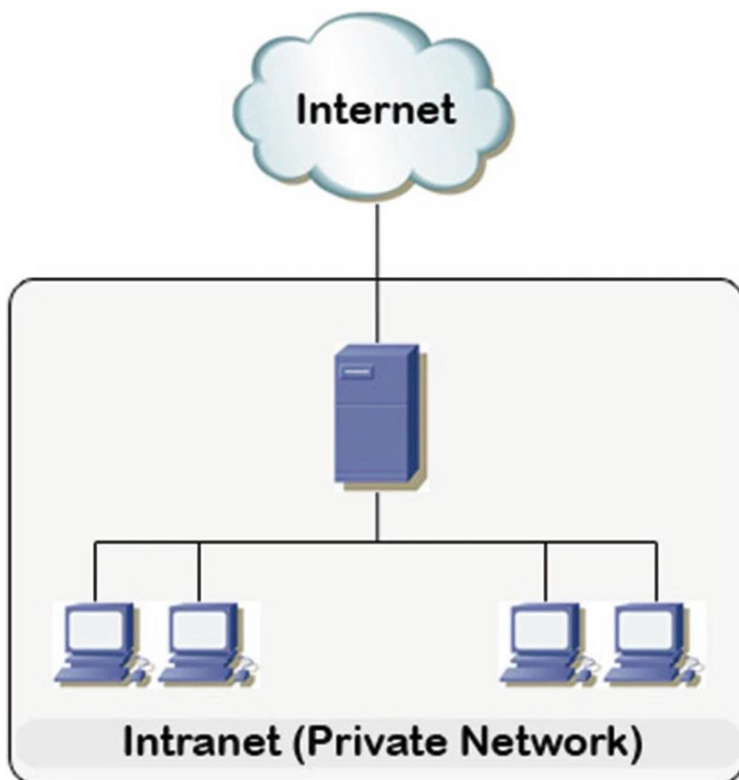
Na vybudovanie extranetu musí hostiteľská firma aj jej partneri zaobstarať potrebný hardware, software a sieťové pripojenie. Aplikačný software musí byť funkčný s hostiteľským aj partnerským zabezpečením, s ich firewallmi. (26)

3.3 Intranet

Druh aplikácie, ktorej hlavnou úlohou je uľahčiť zdieľanie informácií a komunikáciu v rámci organizácie. Väčšinou má intranet podobu špecializovaného webu, ktorý nie je prístupný širokej verejnosti. Ide o interný web, ktorý vyžaduje autentizáciu užívateľa. V niektorých prípadoch môže byť dostupný pomocou VPN prístupu. (27)

Definícia intranetu musí začať pri internete. Internet je sieť, ktorá spája ľudí a zariadenia po celom svete. Intranet je vnútorná počítačová sieť, ktorá poskytuje prostriedky na zdieľanie informácií v rámci jednej organizácie. Pre svoju činnosť používa štandardy internetu, čo sú jazyk HTML, prenosové protokoly HTTP (Hyper Text Transfer Protocol) a TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol). Spolu s WWW prehliadačom, ktorý podporuje grafické zobrazovanie aplikácií, je skrze intranet možné zdieľať rôzne informácie, medzi jednotlivými oddeleniami, či celou spoločnosťou. (28)

Podľa Sadiku a Akujuobi je intranet súkromná sieť spoločnosti, ktorej používatelia sú zvyčajne zamestnancami danej firmy. Intranet znamená „internal“ alebo „within,“ čo je v preklade „vnútorný“ alebo „v rámci niečoho,“ takže je to interná alebo súkromná sieť, do ktorej majú prístup len ľudia v rámci spoločnosti, univerzity alebo organizácie. Intranet je pripojený na internet cez jeden alebo viaceré firewally. Súčasťou sú servery, siete a webové prehliadače. K vytváraniu dokumentov sa používa HTML. Pre lepšie vizuálne pochopenie je na Obr. 4 znázornený typický intranet. (22)



OBR. 4 TYPICKÝ INTRANET (22)

Najjednoduchšie intranety fungovali iba ako prehľad noviniek, či zoznamy odkazov na súbory uložené na spoločnom sieťovom disku. (27)

V dnešnej dobe má intranet široké využitie v rôznych smeroch. Jeho používatelia majú viac oprávnení ako v minulosti. Prvé intranety boli skôr statické a jednoduché. Umožňovali zobrazovať základné informácie o firme a jej firemnej kultúre, zoznamy telefónnych čísel alebo jednoduché dotazníky, ktoré boli pripravované elektronicky a následne určené na tlač. Vývoj intranetu však napreduje nesmiernou rýchlosťou. Dnes si používatelia môžu jeho obsah nie len prezerať, ale taktiež sa môžu aktívne zapájať v jeho tvorbe a rozširovať obsah webu. (29)

Intranet sa zvyčajne využíva na:

- komunikáciu, zdieľanie informácií a spätnú väzbu
- zhromažďovanie informácií na jednom mieste
- zdieľanie súborov medzi členmi organizácie
- spoluprácu – poskytuje nástroje, ktoré pomáhajú zamestnancom spolupracovať nezávisle na ich oddelení a polohe
- ľahké vyhľadávanie v dokumentoch (22)

Prostredníctvom intranetu je možné vstúpiť do niektorých elektronických aplikácií, ako napríklad HR portál. Ide o samoobslužnú internetovú aplikáciu, ktorá umožňuje zamestnancom kontrolovať a spracovávať osobné aj pracovné údaje. Ako výhoda tohto systému sa označuje zefektívnenie personálnej činnosti odstránením nadbytočných článkov v reťazci medzi zamestnancami a personálnym systémom. Zamestnanec vystupuje v roli vlastníka informácií, a teda nesie zodpovednosť za ich správnosť a aktuálnosť. Jedná sa o osobné údaje ako sú zmena bydliska, poisťovne, dosiahnutého vzdelania a podobne. (30)

3.3.1 Výhody intranetu

Zavedenie intranetu môže zefektívniť vnútropodnikové procesy, ako je napríklad efektívnejšia komunikácia, jednoduchšie plánovanie a organizácia projektov, zníženie administratívnych nákladov, ľahšie delegovanie práce, ľahšie zdieľanie a archivácia dokumentov, či podpora firemnej kultúry. (27)

Podľa Harausovej patrí medzi hlavné výhody intranetu:

- aktuálnosť a dostupnosť informácií na jednom mieste
- zvyšovanie produktivity práce a úspora času na základe vytvorenia jednotného informačného zdroja
- jednoduché používanie
- všestrannosť a variabilnosť riešenia
- inovatívnosť
- presná adresnosť a postupnosť úloh medzi riešiteľmi
- určenie rôznych prístupových práv používateľov a skupín k informáciám
- odbúranie papierovej agendy a zlepšenie toku informácií
- úspora času
- spätná väzba na úlohy
- podpora komunikácie medzi zamestnancami
- kompletne ovládanie prostredníctvom internetového prehliadača
- bezpečný prístup k informáciám
- Vytvorenie elektronického archívu (5)

Na výhody intranetu sa dá pozeráť z rôznych pohľadov. Z pohľadu užívateľa je to jednoduché používanie, jednoduché publikovanie a hľadanie informácií, či redukovanie časovo náročných aktivít. Pre IT špecialistu znamená jednoduché spravovanie siete a modifikáciu, znižuje potrebu podpory užívateľov a je jednoduchý na administráciu. Z pohľadu manažérov ide o nízku cenu, zvyšovanie produktivity zamestnancov, či šetrenie finančných úspor. Z pohľadu partnerov sa medzi výhody zaraďuje rýchla komunikácia, lepšia pripájateľnosť, aktuálne informácie, či redukovanie časovo náročných aktivít. (26)

3.3.2 Nevýhody intranetu

Medzi základné nevýhody intranetu patrí cena implementácie a spravovania intranetu, ktorá môže byť vysoká. Ďalej je to bezpečnosť, a to, že management nemá kontrolu nad špecifickými informáciami. (22)

Niektoré aplikácie, najmä aplikácie pre zamestnancov, nemusia byť dostupné cez webový prehliadač. Napríklad akvizície, katalogizácia a obehové moduly a integrovaný systém knižnice môže byť dostupný iba pomocou grafického používateľského rozhrania dodávateľa systému. Udržiavanie aktuálnosti informácií môže byť ťažké z dôvodu nedostatku personálnych zdrojov. Bezpečnosť môže byť ohrozená, ak sa neprijmú rôzne opatrenia vrátane firewall, správy serverov a overovanie používateľov. (31)

4 Microsoft

Microsoft corporation vznikla v apríli v roku 1975. Označuje sa ako popredný svetový výrobca technológií. Pre túto spoločnosť je na prvom mieste mobilita a cloud. Víziou je inšpirovať svojich zákazníkov, ako jednotlivcov tak aj organizácie, aby pomocou digitálnych technológií dokázali meniť svet. (32)

Prostredníctvom Microsoft support poskytuje svojim užívateľom bezplatnú podporu pri problémoch s produktami spoločnosti. Na ich webovej stránke podpory sa nachádzajú rôzne články, návody a videá ako sa dajú problémy riešiť. (33)

4.1 Microsoft Česká republika a Slovensko

Samotná spoločnosť vznikla pred viac ako 45 rokmi, avšak slovenská pobočka začala svoju činnosť až v roku 1995. V júli roku 2016 sa spojila česká a slovenská pobočka a vznikol Microsoft Česká republika a Slovensko. Neskôr v tomto roku bolo otvorené vývojové centrum Microsoft Dynamics v Prahe. (32)

Spoločnosť vytvára príležitosti pre všetkých. Podľa Microsoftu je cieľom zodpovedného podnikania poskytovať prístup k technológiám a znalostiam ľuďom a organizáciám, ktoré to potrebujú. Prostredníctvom Akadémie programovania podporuje rozvoj digitálnych zručností u detí. Poskytuje pomoc komunitám a neziskovému sektoru, a to tým, že poskytuje software zadarmo alebo za prijateľných podmienok pre zvýšenie efektivity. (32)

4.2 Microsoft 365

Pôvodne Microsoft Office 365 je súbor cloudových služieb poskytovaných firmou Microsoft. V novej aplikácii Microsoft 365 je všetko, čo obsahovala aplikácia Office, iba s novým vzhľadom a názvom. Produkty sú určené pre domácnosti alebo podniky. Predplatné ponúkajú v niekoľkých možnostiach, kde si kupujúci môže vybrať presne to, čo mu vyhovuje a spĺňa jeho požiadavky. Každý balík obsahuje nástroje, ktoré umožňujú zákazníkovi pracovať z akéhokoľvek zariadenia. Okrem práce odkiaľkoľvek umožňuje aj zdieľanie obsahu, na ktoré sú využívané cloudové aplikácie. Nástroje jednotlivých balíkov slúžia na podporu produktivity firmy a jej efektivity. (34)

Služba Office 365 je nástrojom zjednotenej komunikácie. Využíva sa pri efektívnej komunikácii a spolupráci vo firmách. Ide o službu, ktorá je ponúkaná z cloudu, a teda nie je nákladná na vlastné servery. Podnik sa nemusí obávať problémov s inštaláciou či prevádzkovaním systému. (35)

4.3 MS SharePoint

SharePoint je aplikácia od spoločnosti Microsoft Je súčasťou balíka Office 365. Každým novým vydaním sa táto aplikácia inovuje. Implementujú sa nové technológie a už existujúce funkcie sa neustále vylepšujú. (36)

Táto aplikácia slúži na vytváranie tímových webov, ktoré sú zamerané na zdieľanie informácií a správu dokumentov. V rámci týchto webov sa dajú zdieľať:

- Textové informácie
- Multimediálne objekty ako sú obrázky, videá alebo audio
- Dokumenty aplikácií Office – dokumenty Wordu, Excelu, PowerPointu a OneNote
- Zoznamy, štruktúrované informácie (35)

K využívaniu SharePointu je potrebný webový prehliadač. SharePoint slúži ako bezpečné miesto na ukladanie, usporiadanie a zdieľanie informácií. Kdekoľvek na zemi s použitím ľubovoľného zariadenia sa dá pripojiť k tejto aplikácii prostredníctvom webového prehliadača. (37)

4.3.1 Oprávnenia

SharePoint umožňuje nastavovať oprávnenia pre jednotlivé skupiny užívateľov alebo jednotlivcov. Tieto oprávnenia môžu byť na úrovni webu, zoznamu, či položiek zoznamu. Oprávnenia sa dajú dediť podriadenými objektami. (35)

V SharePointe je 9 preddefinovaných úrovní oprávnení a to úplné riadenie, návrh, prispievateľ, čítanie, obmedzený prístup, iba pozeranie, schválenie, správa hierarchie a obmedzené čítanie. Dokopy umožňuje až 32 typov oprávnení. Tieto typy a úrovne oprávnení sú graficky znázornené v tabuľke nižšie. (35)

Oprávnenia	Úplné riadenie	Návrh	Prispievateľ	Čítanie	Obmedzený prístup	Prezeranie	Schválenie	Spravovanie hierarchie	Obmedzené čítanie
Skupina	Vlastníci webu	Návrhári	Členovia lokality	Návštevníci		Užívatelia s oprávnením k prehliadaniu	Schvaľovatelia	Správcovia hierarchie	
Oprávnenia zoznamu									
1	Spravovať zoznamy	✓	✓					✓	
2	Prepísať rezerváciu	✓	✓				✓	✓	
3	Pridať položky	✓	✓	✓			✓	✓	
4	Upraviť položky	✓	✓	✓			✓	✓	
5	Odstrániť položky	✓	✓	✓			✓	✓	
6	Zobraziť položky	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7	Schváliť položky	✓	✓				✓		
8	Otvoriť položky	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
9	Zobraziť verzie	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
10	Odstrániť verzie	✓	✓	✓			✓	✓	
11	Vytvoriť upozornenia	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
12	Zobraziť stránky aplikácií	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Oprávnenia webu									
13	Spravovať oprávnenia	✓						✓	
14	Zobraziť dáta služby Web Analytics	✓						✓	
15	Vytvoriť podriadené lokality	✓						✓	
16	Spravovať lokalitu	✓						✓	
17	Pridať a upraviť stránky	✓	✓					✓	
18	Použiť motívy a ohraničenia	✓	✓						
19	Použiť šablóny štýlov	✓	✓						
20	Vytvoriť skupiny	✓							
21	Prechádzať adresáre	✓	✓	✓			✓	✓	
22	Zobraziť stránky	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
23	Vytvoriť výpočet oprávnení	✓						✓	

24	Prechádzať informácie o užívateľoch	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
25	Spravovať upozornenia	✓							✓	
26	Použiť vzdialené rozhranie	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
27	Použiť funkcie integrácie klientov	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
28	Otvoriť	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
29	Upraviť osobné informácie o užívateľoch	✓	✓	✓				✓	✓	
Oprávnenia osoby										
30	Spravovať osobné zobrazenia	✓	✓	✓				✓	✓	
31	Pridať či odobrať osobné webové časti	✓	✓	✓				✓	✓	
32	Aktualizovať osobné webové časti	✓	✓	✓				✓	✓	

TAB. 2 OPRÁVNENIA V SHAREPOINTE (35)

4.3.2 Aplikácie

Knižnica dokumentov

Knižnica dokumentov je aplikácia, ktorá umožňuje skladovanie dokumentov, vrátane textových zložiek, multimediálnych zložiek a podobné. Väčšina webov má viacero knižníc dokumentov a je možné ich vytvoriť toľko, koľko daná spoločnosť potrebuje. Pri používaní a úprave týchto knižníc môže používateľ využívať moderné prostredie alebo klasické prostredie. Moderné prostredie má modernejší dizajn a všetky nástroje sú dostupné v jednoduchom paneli nástrojov. Často sa však využíva aj klasické prostredie, ktoré niekedy funguje lepšie a môže mať nejaké pridané nástroje. Pri niektorých aplikáciách je dokonca dostupné iba klasické prostredie. (38)

Zoznamy

SharePoint ponúka niekoľko rôznych prednastavených zoznamov. Tieto zoznamy slúžia na uchovávanie údajov, ktoré je možné zadávať v podobe textu, čísel, výberu z možností, či priložených súborov. V zoznamoch sú štruktúrované dáta, ktoré sa dajú rôzne zoskupovať alebo filtrovať. Na výber je niekoľko zoznamov, ktoré majú preddefinované niektoré stĺpce. Medzi tieto zoznamy patrí napríklad zoznam kontaktov, zoznam odkazov, externý zoznam alebo vlastný zoznam. Položky vlastného zoznamu si dokážete vytvoriť podľa potreby. (38)

PRAKTICKÁ ČASŤ

5 O spoločnosti

Udava a.s.

Spoločnosť sa nachádza na východnom Slovensku so sídlom na adrese Udavské 117, 067 31 Udavské. Bola založená v roku 1999 na pôde bývalého družstva tejto obce a nadviazala tak na dlhoročnú tradíciu spracovania dreva. Firma sa zaoberá spracovaním výhradne listnatých drevín buka a duba. Vďaka jej polohe sa v súčasnosti radí medzi najväčších drevospracovateľov piliarskej bukovej a dubovej guľatiny na východnom Slovensku, keďže v tejto oblasti je výborná dostupnosť kvalitnej drevenej hmoty.

Podnik sa okrem iného zaoberá hlavne výrobou, nákupom a predajom drevených výrobkov, porezom drevenej hmoty, ale aj vnútroštátnou a medzinárodnou cestnou nákladnou dopravou. V posledných rokoch sa prispôsobila dopytu po palivovom dreve, ktoré vzniká ako odpad pri výrobe nábytkárskych prírezov a zaradila ho do svojej ponuky.

Hlavnou činnosťou spoločnosti je výroba polotovarov pre výrobu stoličiek a taktiež drevárskych nábytkárskych prírezov z tvrdého dreva. Toto je hlavným výrobným programom. Spoločnosť však svoju činnosť rozdeľuje do troch hlavných kategórií. Prvou kategóriou je hlavná výroba a drevný odpad, ďalej je to nákup a predaj vlákničky a v neposlednom rade, keďže obchoduje s rôznymi krajinami, je to kamiónová preprava.

Predmety podnikania

- Vznik 8. 4. 1999
 - Približovanie dreva
 - Nákup a predaj dreva a výrobkov z dreva
 - Sprostredkovateľská činnosť
 - Maloobchod a veľkoobchod v rozsahu voľných živností
 - Výroba, nákup a predaj drevených výrobkov, porez drevenej hmoty
 - Autoopravárske práce
- Vznik 1. 7. 2004
 - Výroba a predaj nábytku
 - Výroba a predaj obalov
- Vznik 22. 3. 2005
 - Vnútroštátna nákladná cestná doprava
 - Medzinárodná cestná nákladná doprava
- Vznik 3. 1. 2013
 - Podnikanie v oblasti nakladania s iným ako nebezpečným odpadom
 - Zber (výkup) odpadu
 - Preprava odpadu
 - Skladovanie
 - Prenájom nehnuteľných vecí
 - Administratívne služby
 - Vedenie účtovníctva
 - Čistiace a upratovacie služby
 - Reklamné a marketingové služby
- Vznik 1. 10. 2021
 - Prenájom nehnuteľností spojený s poskytovaním iných než základných služieb spojených s prenájomom
 - Prípravné práce k realizácii stavby
 - Uskutočňovanie stavieb a ich zmien
 - Dokončovacie stavebné práce pri realizácii exteriérov a interiérov (39)

Spoločnosť poskytuje prácu 41 ľuďom v podobe zmlúv na hlavný pracovný pomer alebo dohodu o pracovnej činnosti a 86 živnostníkom. Spolu má 127 pracovníkov. Keďže sa jedná prevažne o fyzickú prácu až 85 % zamestnancov tvoria muži. Spoločnosť je rozdelená na výrobný sektor, v ktorom pracuje prevažná väčšina pracovníkov, menej početné sektory z hľadiska pracovníkov sú ekonomický, technický, obchodný a dopravný.

Firma obchoduje s odberateľmi z celého sveta. Prevažne sa však jedná o krajiny EÚ ako sú napríklad Česká republika, Poľsko, alebo Rumunsko. Väčšinu odberateľov tvoria spoločnosti, ktoré sa zaoberajú výrobou nábytku a spracovaním biomasy. Niektoré spoločnosti produkujú výrobky a materiály pre potreby nábytkárskeho priemyslu. Ide o výrobcov podlahovín, či firmy, ktoré nakupujú drevené obalové materiály. Čo sa týka dodávateľov, medzi hlavných sa zaradzujú lesné závody štátneho podniku. Lesy SR s hlavným závodom vo Vranove nad Topľou. Ďalšími dodávateľmi sú obchodné spoločnosti, ktoré dodávajú bukovú a dubovú surovinu. Vlákna a nie veľmi kvalitná guľatina sa nakupuje z urbariátov a pozemkových spoločenstiev.

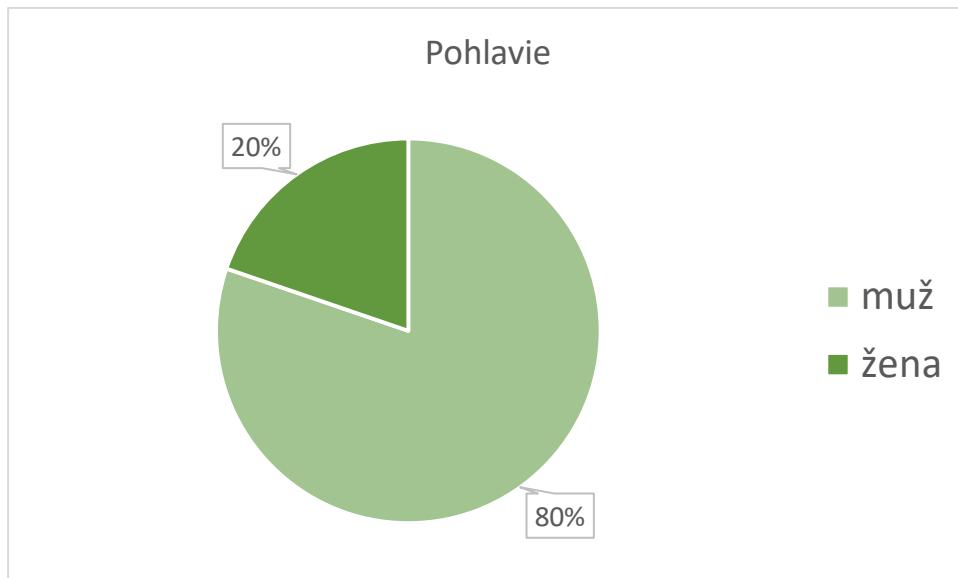
Z finančného hľadiska je firma stabilná. Ani obdobie pandémie sa výrazne nepodpísalo na chode tejto spoločnosti. Aj počas ťažkého obdobia si dokázala udržať všetkých zamestnancov. Podľa údajov na stránke finstat.sk boli celkové výnosy spoločnosti za rok 2021 vyše sedem miliónov eur. Aktíva firmy v danom roku dosiahli takmer 3,5 milióna eur a vlastný kapitál tvorilo vyše 750 000 eur.

(39)

6 Analýza súčasného stavu

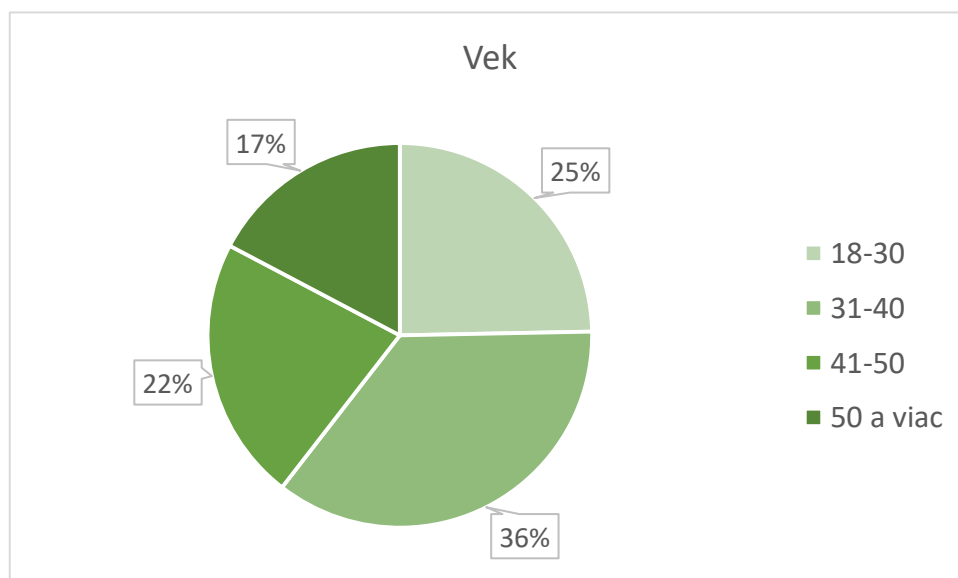
Pre zistenie súčasného stavu vnútropodnikovej komunikácie bol využitý dotazník. Otázky boli zamerané na spôsob komunikácie medzi zamestnancami a nadradeným a medzi zamestnancami navzájom. Ďalšie otázky boli zamerané na to, aby som zistila aké aplikácie by pomohli zlepšiť komunikáciu v rôznych situáciách, ktoré vo firme nastanú.

Dotazník bol rozoslaný všetkým 127 pracovníkom spoločnosti, z ktorých poslalo odpoveď 81.



GRAF 1 POHLAVIE [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

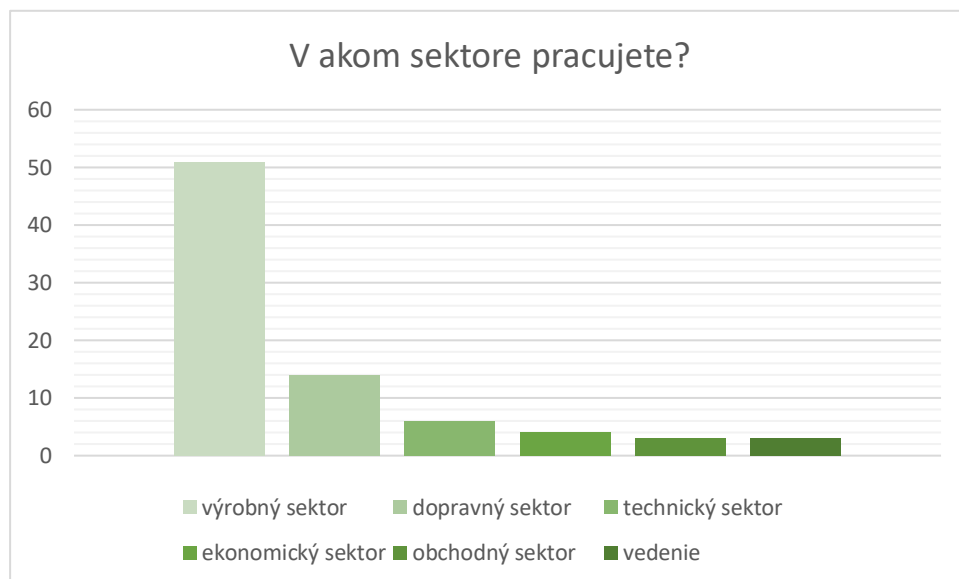
Podnik, v ktorom bola analýza vykonávaná, sa zaoberá prácou s drevom. Ide prevažne o fyzickú prácu a preto väčšinu respondentov tvoria muži. Z celkových 81 respondentov, ktorý dotazník vyplnili, bolo len 16 žien.



GRAF 2 VEK [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

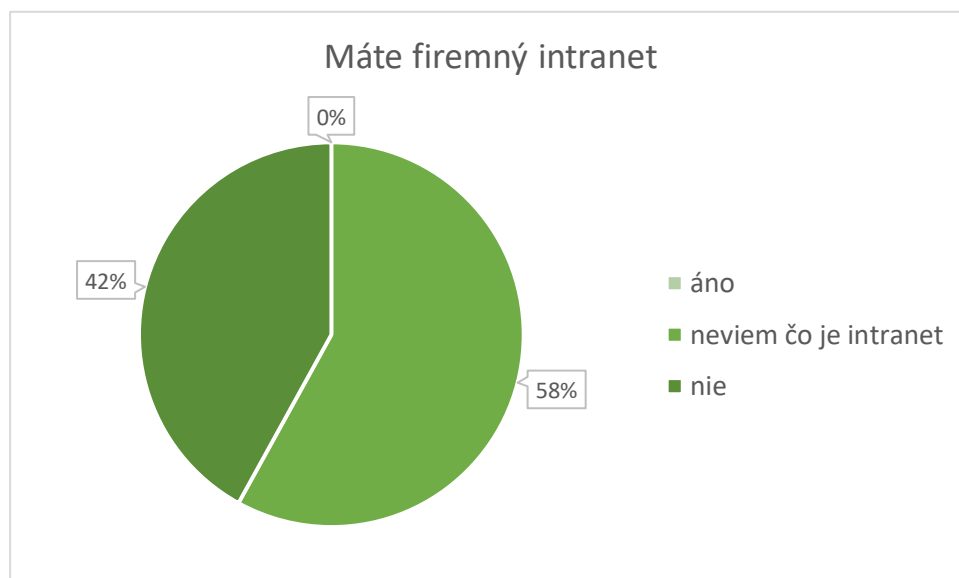
Vek bol pôvodne rozdelený do piatich kategórií, kde prvú kategóriu tvorili zamestnanci do 18 rokov. V čase, kedy bol prieskum vykonávaný, nespadol do tejto kategórie žiaden z respondentov. Môže to byť z dôvodu, že mladší brigádnici sa zamestnávajú prevažne na letné obdobie. Z grafu

môžeme vidieť, že vo všetkých vekových kategóriách je približne rovnaký počet zamestnancov. Najväčšiu skupinu stálych zamestnancov tvoria ľudia vo veku od 31 do 40 rokov.



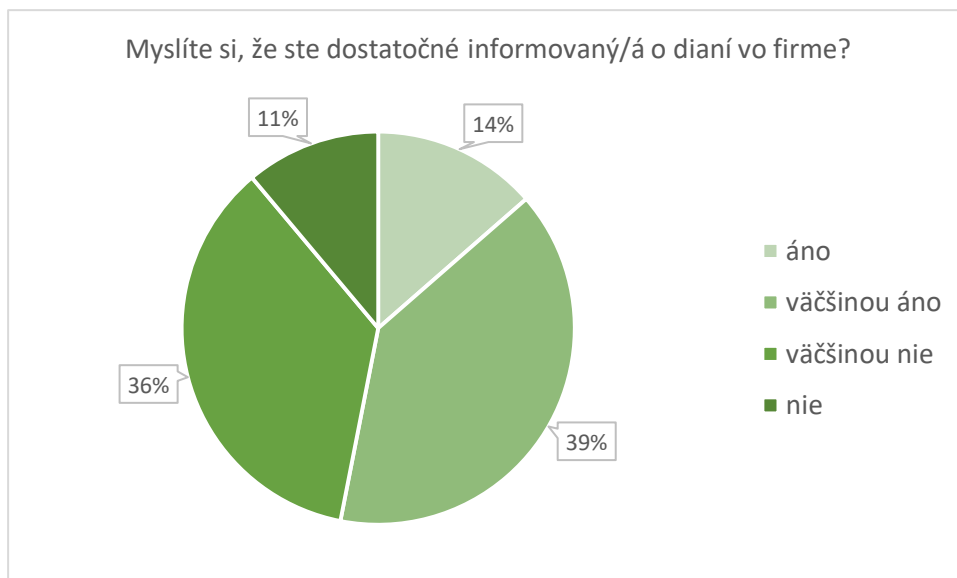
GRAF 3 V AKOM SEKTORE PRACUJETE? [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Spoločnosť je rozdelená na šesť hlavných sektorov. Firma sa zaoberá prevažne výrobou, čo odzrkadľuje najvyšší počet zamestnancov vo výrobnom sektore. Vo výrobe pracuje aj zopár žien, no prevažnú časť tvoria muži. Keďže v posledných rokoch sa spoločnosť začala viac rozvíjať aj vo vnútroštátnej a medzinárodnej preprave, druhý sektor s najvyšším počtom ľudí je dopravný sektor. Jedná sa o vodičov nákladných automobilov a kamiónov. Technický, ekonomický, obchodný sektor a vedenie zahŕňa približne 20 % z celkového počtu pracovníkov.



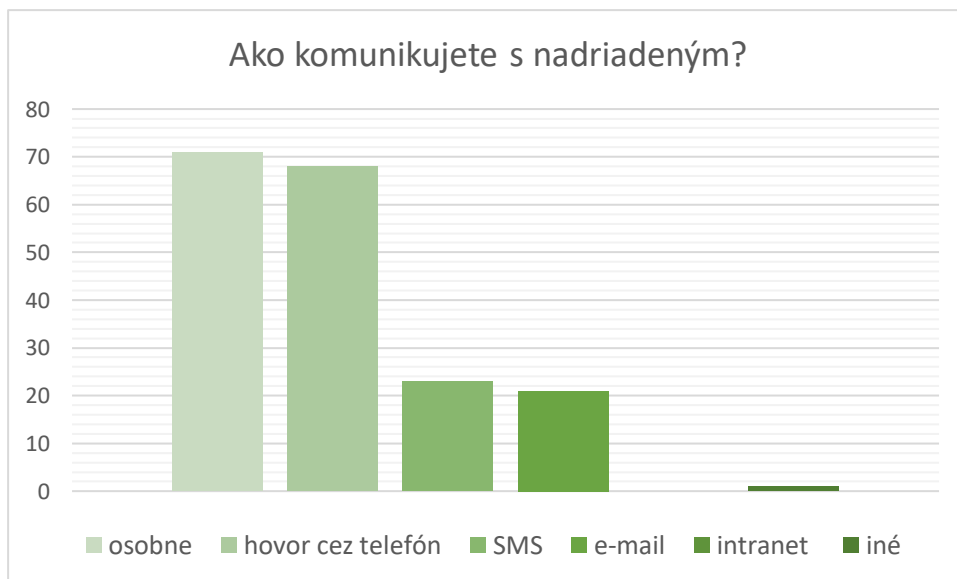
GRAF 4 MÁTE FIREMNÝ INTRANET? [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Táto otázka bola zameraná, na zistenie, či bude potrebné vytvoriť návrh intranetu úplne od začiatku, alebo bude možné stavať na nejakom súčasnom stave firemného intranetu. Z odpovedí vyplýva, že bude potrebné školenie zamestnancov, keďže takmer polovica opýtaných nevie, čo to je intranet, a teda sa s ním nikdy nestretli.



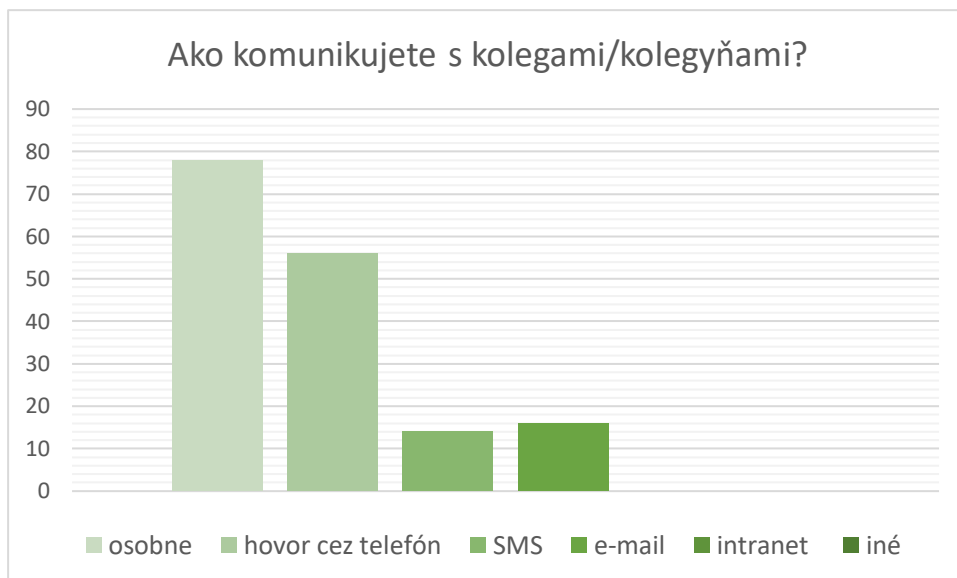
GRAF 5 MYSLÍTE SI, ŽE STE DOSTATOČNE INFORMOVANÝ/Á O DIANÍ VO FIRME? [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Jednou z mnohých možností využitia intranetu je práve informovať zamestnancov o dianí vo firme. Pomocou rôznych stránok, či aplikácií ako je napríklad kalendár, je možné poskytnúť zamestnancom prehľad o dianí vo firme, o najnovších udalostiach, či blížiacich sa akciách. Na základe tejto otázky som zistila, že existuje veľký priestor na zlepšenie v informovanosti zamestnancov, keďže takmer polovica z opýtaných si myslí, že nie sú, prípadne väčšinou nie sú dostatočne informovaní o dianí vo firme. Tieto výsledky sa po zavedení intranetu môžu výrazne zmeniť.



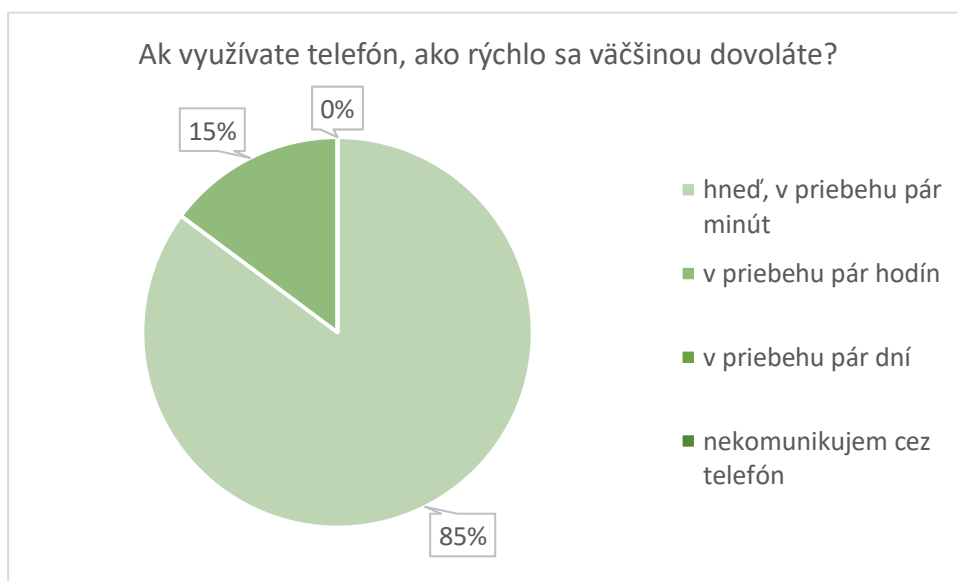
GRAF 6 AKO KOMUNIKUJETE S NADRIADENÝM? [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Nasledujúce dve otázky majú slúžiť na zistenie spôsobu komunikácie v spoločnosti. V prvej otázke išlo o komunikáciu medzi zamestnancom a nadriadeným. Podľa výsledkov v grafe môžeme jasne vidieť, že komunikácia prebieha prevažne osobne alebo cez telefón. Menej početné boli odpovede cez SMS a e-mail. Intranet firma zatiaľ nemá, čiže cez neho nekomunikujú. Možnosť iné zvolil riaditeľ, ktorý nemá nadriadeného, a teda nijako nekomunikuje s nadriadeným.



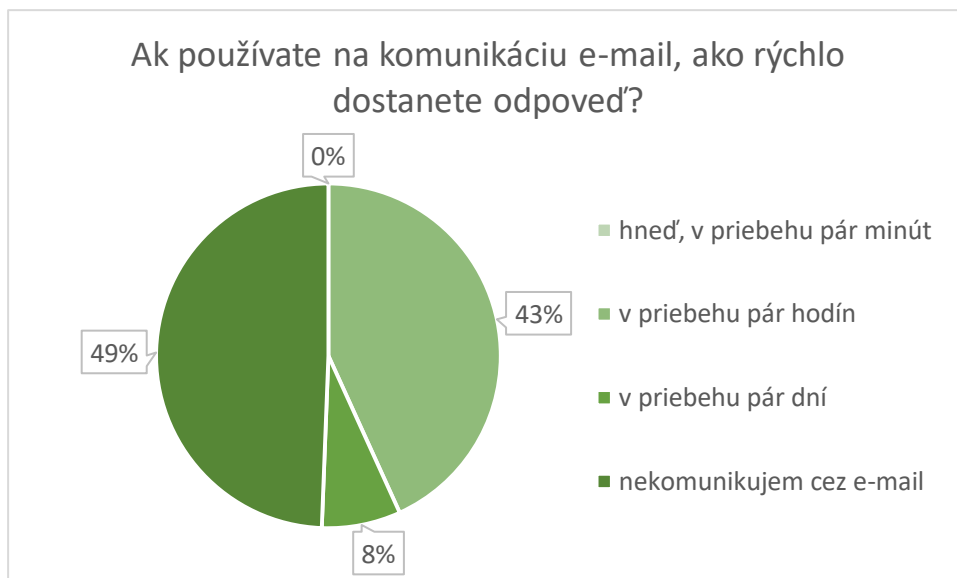
GRAF 7 AKO KOMUNIKUJETE S KOLEGAMI/KOLEGYŇAMI? [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Komunikácia medzi zamestnancami prebieha taktiež hlavne osobne. Veľká časť respondentov označila ako druhú najčastejšiu možnosť telefonovanie. Nikto z opýtaných neoznačil možnosť intranet, či iné.



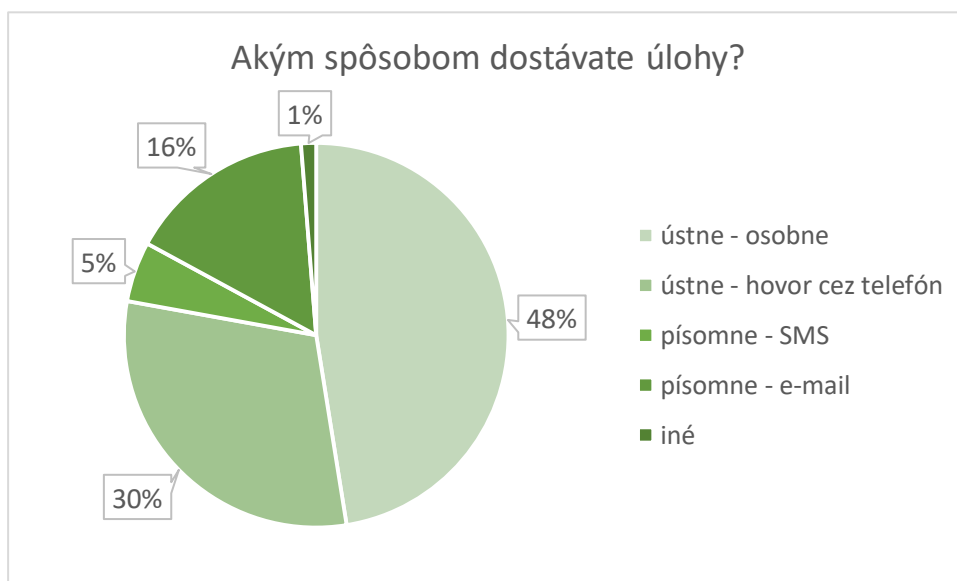
GRAF 8 AK VYUŽÍVATE TELEFÓN, AKO RÝCHLO SA VÄČŠINOU DOVOLÁTE? [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Telefón využívajú na komunikáciu všetci zamestnanci. Vzhľadom nato, že je to druhý najpreferovanejší spôsob komunikácie v danej spoločnosti, sa dá povedať, že je dostatočne efektívny. Až 85 % opýtaných odpovedalo, že pri komunikácii cez telefón sa dovolajú hneď, prípadne v priebehu niekoľkých minút. Tento spôsob môže byť efektívny pre zamestnancov, avšak pre nadriadených môžu vzniknúť problémy. Pri takom množstve zamestnancov, je časovo náročné byť stále k dispozícii. S týmto problémom som sa stretla aj osobne, keď som sa snažila skontaktovať člena vedenia prostredníctvom telefonátu. Aj keď som sa dokázala dovolať v priebehu niekoľkých minút, väčšinou som narazila na to, že na volanej linke práve prebiehal iný hovor. V tomto smere by intranet pomohol hlavne pracovníkom vo vyšších pozíciách, ktorí musia dennodenne komunikovať s viacerými podriadenými.



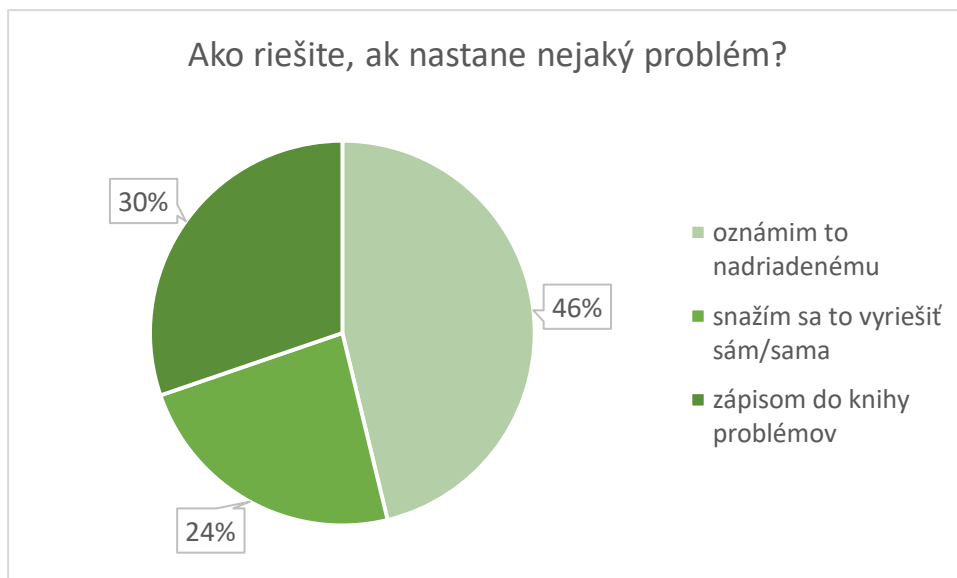
GRAF 9 AK POUŽÍVATE NA KOMUNIKÁCIU E-MAIL, AKO RÝCHLO DOSTANETE ODPOVEĎ? [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Až 49 % respondentov odpovedalo, že na komunikáciu nevyužívajú e-mail. Väčšina respondentov, ktorí komunikujú prostredníctvom e-mailu označili, že dostanú odpoveď v priebehu pár hodín. Iba 8 % celkového počtu dostáva odpoveď v priebehu pár dní. E-mailová komunikácia nie je najefektívnejšia, čo dokazuje že nikto neoznačil prvú možnosť, a teda že dostane odpoveď hneď, alebo v priebehu pár minút.



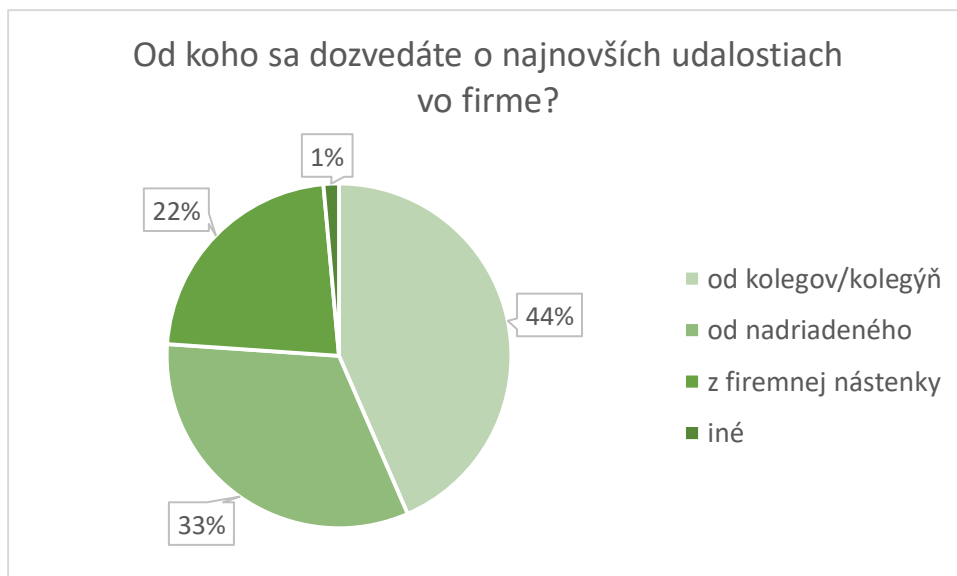
GRAF 10 AKÝM SPÔSOBOM DOSTÁVATE ÚLOHY? [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Táto otázka bola zameraná na zistenie potenciálneho využitia aplikácie úlohy v intranete. Až 78 % opýtaných dostáva úlohy osobne, či už ústne alebo cez telefón. Ako sme sa už dozvedeli, tento spôsob komunikácie je v spoločnosti preferovaný. Neumožňuje však priebežnú kontrolu vykonanej práce. Výrobný sektor funguje na týždennom zadávaní úloh. Toto zadávanie a priebežnú kontrolu je možné v intranete zefektívniť využitím aplikácie. Každá smena dostane zadanú úlohu, ku ktorej budú pridelení konkrétni pracovníci a každý deň sa bude aktualizovať percento dokončenia.



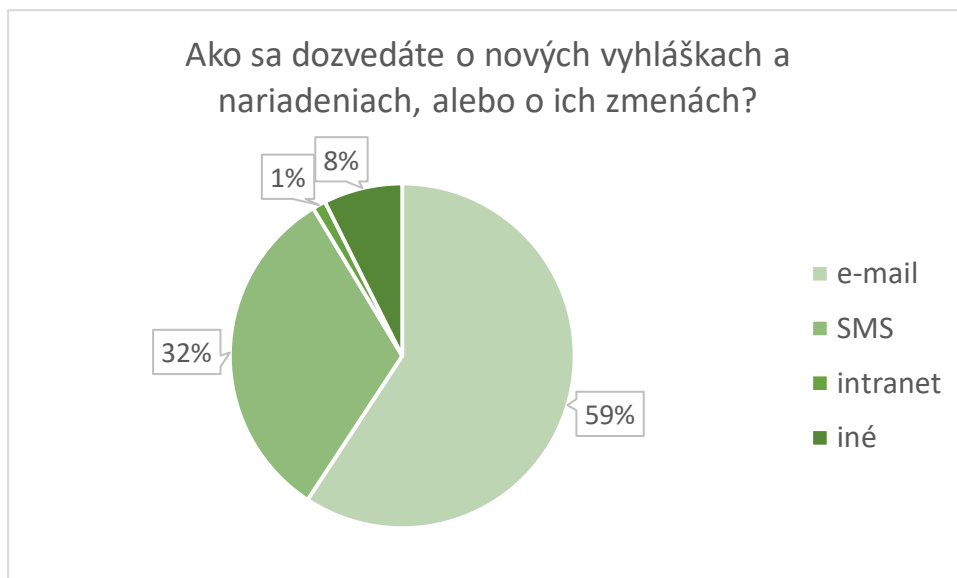
GRAF 11 AKO RIEŠITE, AK NASTANE NEJAKÝ PROBLÉM? [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Možnosť iné v tejto otázke nebola označená ani raz. Až 46 % opýtaných rieši problémy oznámením nadriadenému. Ak sa vyskytne súčasne viacero problémov, môže byť toto riešenie neefektívne. Druhou najčastejšou odpoveďou bol zápis do knihy problémov. Tento spôsob zaberá veľa času, kým sa problém dostane ku kompetentnej osobe. Ako sa hovorí, čas sú peniaze a spoločnosť takýmto spôsobom časom plytvá. Aj toto sa dá zefektívniť aplikáciou v intranete, kde sa poverené osoby o problémoch dozvedia včas.



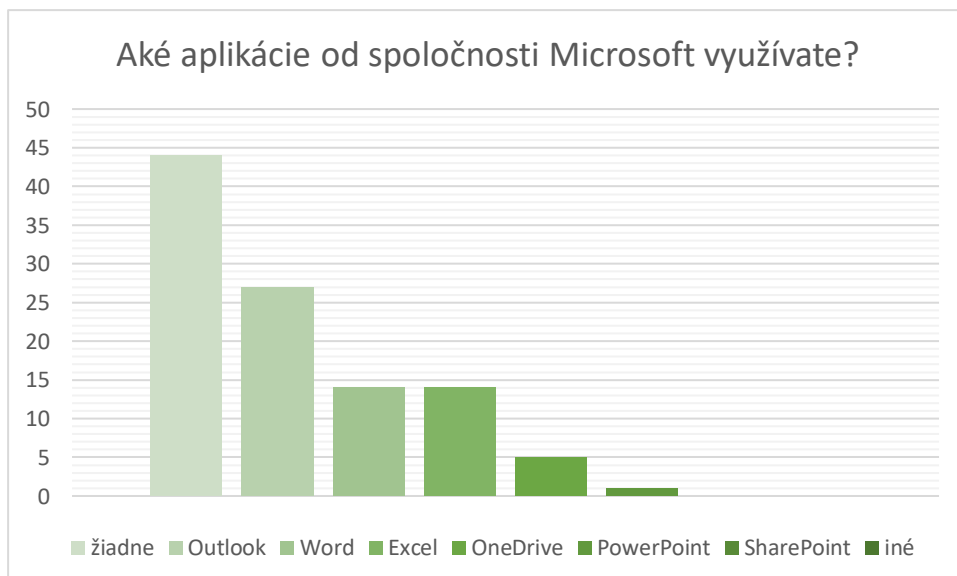
GRAF 12 OD KOHO SA DOZVEDÁTE O NAJNOVŠÍCH UDALOSTIACH VO FIRME? [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Novinky o dianí vo firme sa šíria od nadriadeného alebo medzi zamestnancami osobnou komunikáciou. Len 22 % sa dozvedá o udalostiach cez firemnú nástenku. Kvôli tomuto spôsobu, ako sme sa dozvedeli z jednej z otázok, si takmer polovica zamestnancov myslí, že nie sú dostatočne informovaný.



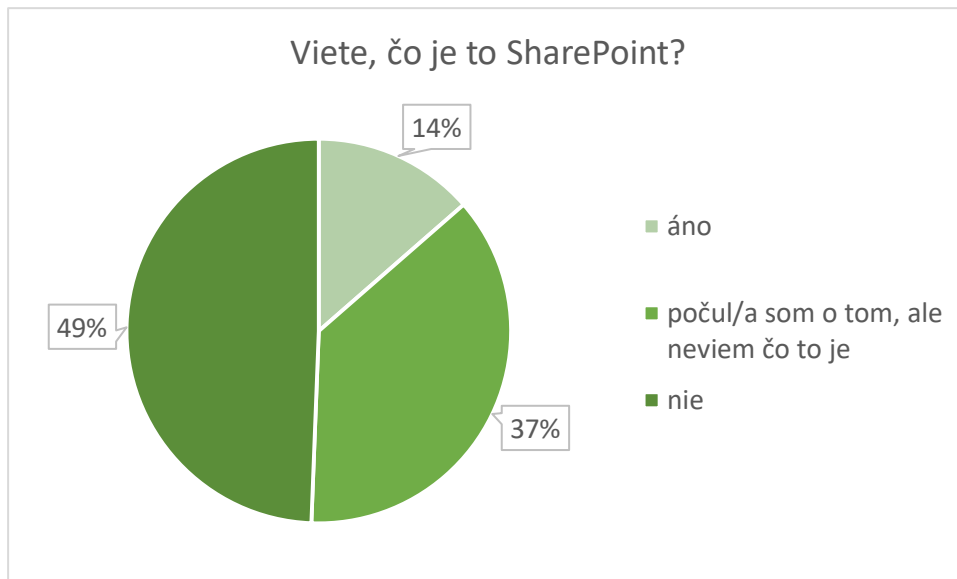
GRAF 13 AKO SA DOZVEDÁTE O NOVÝCH VYHLÁŠKACH A NARIADENIACH, ALEBO O ICH ZMENÁCH? [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Nové vyhlášky a nariadenia nie sú tak časté a medzi zamestnancov sa dostávajú najmä prostredníctvom e-mailu. Keďže väčšina zamestnancov e-mail na komunikáciu v práci nevyužíva, môžu ľahko tieto novinky prehliadnuť. Jeden človek označil možnosť intranet, predpokladám, že to bolo omylom. Pri možnosti iné boli odpovede od vedenia, že tieto novinky rozposielajú e-mailom alebo SMS. Niektorí napísali, že zmeny vo vyhláškach hľadajú na internete.



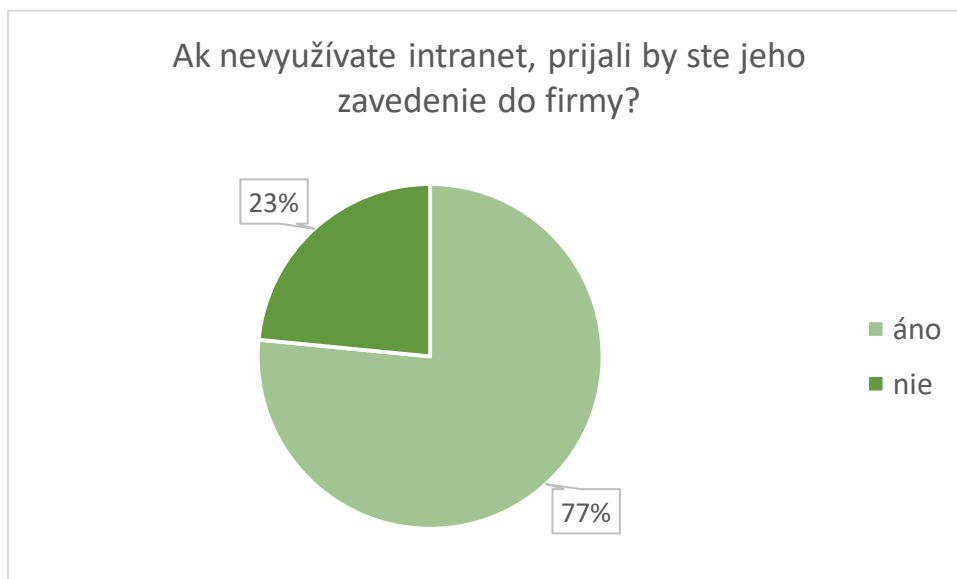
GRAF 14 AKÉ APLIKÁCIE OD SPOLOČNOSTI MICROSOFT VYUŽÍVATE? [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Viac ako polovica respondentov nevyužíva žiadne aplikácie od spoločnosti Microsoft. Najpoužívanejšou aplikáciou je Outlook. Rovnako hlasov dostali aplikácie Microsoft Word a Microsoft Excel. Zopár ľudí využíva OneDrive. Pri školení ohľadom intranetu bude navrhnuté aj školenie ohľadom cloudových technológií a ostatných aplikácií.



GRAF 15 VIETE, ČO JE TO SHAREPOINT? [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Tímový web bude vytváraný v tejto aplikácii, preto bolo dôležité zistiť, či ju zamestnanci poznajú, a teda budú schopní ju využívať. Iba 14 % odpovedalo áno. Školenie bude nevyhnutnosťou, ak firma bude chcieť intranet do firmy zaviesť.



GRAF 16 AK NEVYUŽÍVATE INTRANET, PRIJALI BY STE JEHO ZAVEDENIE DO FIRMY? [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Súčasťou tejto otázky bolo aj stručné vysvetlenie pojmu intranet. Výsledky ma milo prekvapili, keďže zamestnanci sú otvorení novým veciam a až 77 % opýtaných by prijalo zavedenie intranetu do firmy.

Rozhovor s členom vedenia

Na základe analýzy dotazníka, som sa dozvedela, ako funguje interná komunikácia v spoločnosti. Prevažná komunikácia prebieha osobne alebo prostredníctvom telefonátov. Tento spôsob komunikácie sa dá zefektívniť vytvorením intranetu. Po zistení, v akom stave je komunikácia na pracovisku, bol rozhovor zameraný viac na prípadnú implementáciu intranetu. Otázky boli zamerané na zistenie postoja člena vedenia k očakávaniam spojeným so zavedením firemného webu.

Rozhovor prebiehal s členom vedenia, ktorý má dobrý prehľad o dianí vo firme a vie ako veci fungujú. Na základe tohto rozhovoru môžeme povedať, že spoločnosť je otvorená zavedeniu intranetu. Podnik má predplatený balík Microsoft 365 už niekoľko rokov, avšak nevyužíva naplno jeho aplikácie. Z celkovej ponuky aplikácií využívajú vo firme prevažne dve, a to Word a Excel. Tento balík od Microsoftu ponúka oveľa viac, a preto je škoda nevyužiť všetky možnosti.

Spoločnosť si je vedomá, že doba napreduje a technológie sú jej každodennou súčasťou. Aj keď majú zaužívané spôsoby komunikácie, čo zahŕňa najmä osobnú komunikáciu a tú telefonickú, vidia možnosť zlepšenia. Na otázku, čo očakávajú od zavedenia intranetu odpovedal zefektívnenie komunikácie.

Intranet je pre väčšinu členov organizácie niečo nové, a preto nie je žiadnym prekvapením, že nie všetci členovia vedenia budú ochotní hneď po zavedení prispievať do tímového webu. Takisto, nie všetci zamestnanci budú ochotní ho využívať. Preto je dôležité všetkých zamestnancov dostatočne zaškoliť, s čím samozrejme, počítajú. Správca intranetu bude manažér, ktorý má na starosti aj správu celého balíka od Microsoftu. S prípadnými problémami sa obrátia na mňa, autorku tejto práce, keďže návrh tohto tímového webu vytváram a budem s firmou spolupracovať pri jeho zavádzaní a následne aj využívaní. Neplánujem schvaľovanie obsahu, keďže dôverujem svojim členom, že príspevky na intranete budú spĺňať určitú úroveň. Popríklad, ak by nastala situácia, kedy by príspevky na tímovom webe nejakým spôsobom ovplyvňovali dobré meno spoločnosti, či boli inak neprípustné, riešilo by sa to až v prípade, kedy by takáto situácia nastala.

Posledné dve otázky boli zamerané na dizajn a obsah intranetu, ktoré mi pomohli pri vytváraní jeho návrhu. Podmienkou k dizajnu bolo využitie zelenohnedej farebnej škály, nakoľko firma podniká s drevom a tieto farby sú pre nich typické. Aj logo spoločnosti obsahuje prevažne zelené farby. Čo sa týka obsahu, požiadaviek bolo viacero. Pre firmu je dôležité, aby sa zefektívnilo zadávanie úloh vo výrobnom sektore, a taktiež aby bolo možné priebežne kontrolovať percentuálne splnenie úloh. Z aplikácii ďalej požadujú využiť kalendár, v ktorom budú nasledujúce udalosti, či už porady školenia, alebo rôzne akcie a teambuildingy. Keďže firma doteraz intranet nevyužíva, veľa kritérií na jeho obsah nebolo požadovaných. Jednou požiadavkou však bolo, aby boli upravené oprávnenia pre jednotlivé skupiny pracovníkov. Prístupy k určitým údajom, zoznamom a stránkam budú mať len oprávnené skupiny osôb.

7 Návrh tímového webu v SharePointe

Z výsledkov dotazníka som sa dozvedela ako funguje interná komunikácia medzi členmi organizácie. Na základe týchto výsledkov môžeme usúdiť, že zavedenie tímového webu by mohlo pomôcť k zlepšeniu a zefektívneniu komunikácie na pracovisku. Rozhovor bol vedený s vedúcim nákupov a obchodu, ktorý je pravou rukou majiteľa firmy a veľmi dobre sa vyzná v chode spoločnosti. Na základe tohoto rozhovoru som získala informácie, o pohľade na intranet a jeho zavedenie v spoločnosti. Dozvedela som sa aj špeciálne požiadavky na vzhľad a obsah samotného prevedenia, ktoré som, samozrejme, zohľadnila pri tvorbe výsledného návrhu jak dizajnu, tak aj voľby aplikácií a stránok. V celom návrhu sú využité fiktívne informácie, z dôvodu ochrany súkromných a citlivých údajov.

Celý tímový web je vytvorený v SharePointe. Farebný dizajn je zvolený podľa požiadaviek spoločnosti. Celý web je preto ladený v zelených farbách. Výsledný návrh obsahuje domovskú stránku a názvom spoločnosti a taktiež jej logom. Na domovskej stránke sa nachádza prehľad stránok, ktoré obsahujú najnovšie informácie o dianí vo firme. Tieto stránky sú vložené ako banner, ktorý obsahuje štyri najnovšie alebo najdôležitejšie stránky. Stránky sú propagované ako príspevky webu. Pod týmto bannerom sa nachádza prehľad nasledujúcich udalostí, ktoré sú čerpané z aplikácie kalendára. K jednotlivým udalostiam môžu byť pridané aj obrázky. Nižšie nasleduje zoznam najdôležitejších dokumentov, ako sú interné predpisy, normy a pod. Po pravej strane sú odkazy na dôležité stránky, aby k nim mali používatelia ľahší a rýchlejší prístup. Jednotlivé odkazy sú vo forme tlačidla s názvom a vhodnou ikonou. Pod týmito odkazmi sa nachádza webová časť, ktorá ukazuje počasie v mieste kde sa nachádza areál spoločnosti. Teplota je upravená, aby sa zobrazovala v stupňoch Celzia. Vizual domovskej stránky je zobrazený na obr. 5.

Team-Udava a.s. Domovská stránka Konverzácie Dokumenty Poznámkový blok Stránky ... Upraviť Soukromá skupina ★ Sledované 1 členové

+ Nové Podrobnosti stránky Analýza Publikováno 5. 4. 2023 Upraviť

Nová príjazdová cesta
Další informace →

Sušička dreva

Teambuilding - Tatry

Prehľad roka 2022

Verejný web
Zamestnanci
Dodávateľia a odberatelia
Cenník

Udavské, Slovakia
6 °C
Polojasno
6°/0° 05. 04. 2023 MSN Počasí

Čo nás čaká
+ Pridať udalosť Zobrazit vše

BŘE-KVĚ 27.-12.
Porada
Porada
po 27. 3., 8:00
Zasadacia

KVĚ 4.
Práce
Technická kontrola
čt 4. 5., 14:00


KVĚ 9.
Práce
Školenie
út 9. 5., 8:00
Budova A3

Dôležité dokumenty

Název	Zmeněno	Autor změny
Interné predpisy	před 3 dny	Kotvanova, Lenka
Normy	před 3 dny	Kotvanova, Lenka

OBR. 5 DOMOVSKÁ STRÁNKA INTRANETU [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Jednotlivé stránky poskytujú zamestnancom prehľad o dianí vo firme. Či už sa jedná o novú príjazdovú cestu, postavenie novej sušiarne dreva, alebo iných noviniek. Na webe sa nachádza aj stránka s cenníkom, na ktorej je vložená tabuľka s jednotlivými položkami, ktoré firma ponúka na predaj, vid'. Obr. 6. Taktiež sem môžu členovia pridávať rôzne zaujímavé odkazy, obrázky a dokumenty, ktoré uznajú za vhodné, že by mohli zamestnancom byť užitočné, či priniesť nejaký nový poznatok.




Cenník

Kotvanova, Lenka
MÚVS - S

Položka	Cena
Jedna lyžička nakladača odpadu (hranolky)	60 €(plné auto 6 lyžíc 360 €)
Doprava	1€ / kilometer
Nábytkárske prizery	Kontaktujte sa na tel. čísle +421 915 732 834

OBR. 6 PRÍKLAD STRÁNKY V SHAREPOINTE [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Ďalej tímový web obsahuje rôzne aplikácie. Jednou z týchto aplikácií je kalendár. V kalendári sa nachádzajú všetky dôležité udalosti. Sú tam zaznačené jak pracovné záležitosti, ako napríklad porady, školenia, každoročná dvojtýždňová odstávka celého areálu, tak aj rôzne akcie zamerané na zlepšenie vzťahov na pracovisku, či už ide o teambuilding, alebo firemné oslavy. Zobrazenie kalendára prepája tri rôzne zoznamy. Základný je kalendár, ktorý obsahuje porady, akcie a dôležité udalosti na firme. Je znázornený výraznou zelenou farbou. Ďalším zoznamom v zobrazení sú školenia. Tento zoznam obsahuje školenia a preškolenia bezpečnosti, práce na píle, či vysokozdvížnom vozíku. Farebne sú tieto udalosti ladené v olivovo zelenej farbe. V treťom zozname sú zaznačené technické kontroly vozidiel tmavou farbou. Farebné rozlíšenie slúži na lepšiu prehľad a orientáciu v kalendári.



UPRÁVIŤ ODKAZY

Kalendár

2023

květen 2023

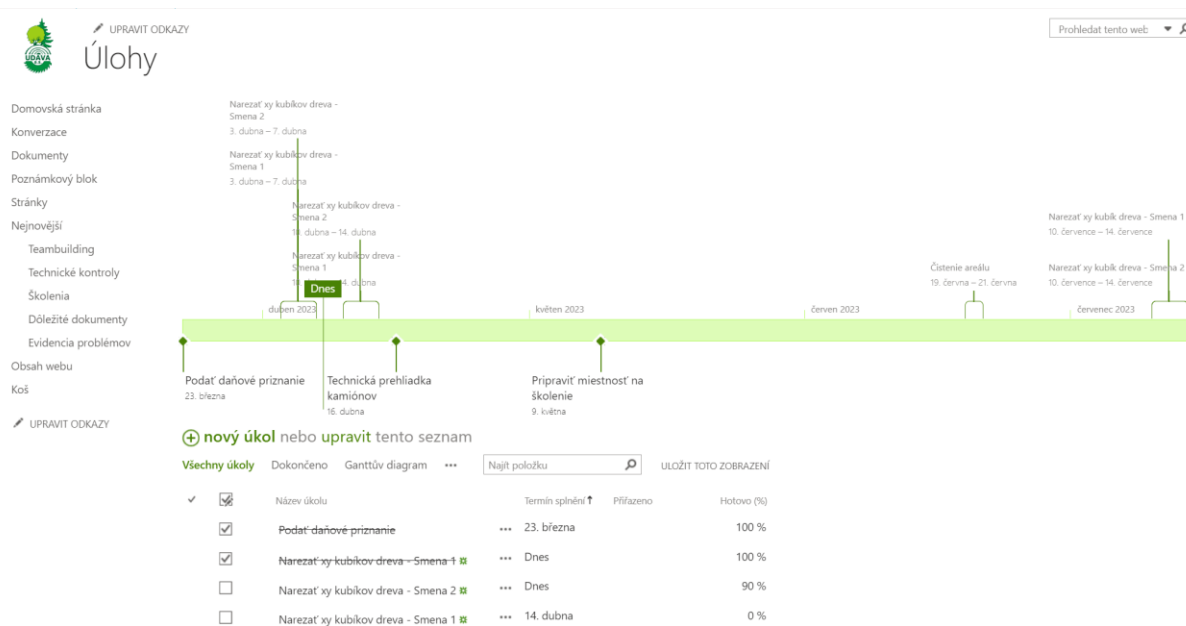
1	2	3	4	5	6	7
PONDĚLÍ	ÚTERÝ	STŘEDA	ČTVRTEK	PÁTEK	SOBOTA	NEDĚLE
8:00 - 8:30 Porada			14:00 - 15:00 Technická kontrola			
8:00 - 8:30 Porada	8:00 - 12:00 Školenie					
8:00 - 8:30 Porada						
8:00 - 8:30 Porada			13:00 - 16:00 Preškolenie			
8:00 Školenie - bezpečnosť 8:00 Porada	Technická kontrola					

Domovská stránka
Konverzáce
Dokumenty
Poznámkový blok
Stránky
Najnovější
Technické kontroly
Školenia
Dôležité dokumenty
Evidencia problémov
Zápisy z porad

OBR. 7 KALENDÁR V INTRANETE [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

„Úlohy“ je aplikácia, ktorú predpokladám bude firma využívať, ako jednu z najčastejších. Je to aplikácia, do ktorej sa zapisujú úlohy. Tieto úlohy majú dátum zahájenia a termín dokončenia. K jednotlivým úlohám sú priradení aj konkrétni zamestnanci, ktorí majú úlohu na starosti. Zaznačuje sa tam aj percento dokončenia danej úlohy. Na začiatku týždňa tak jednotlivé smeny dostanú zadanú úlohu v tejto aplikácii, napríklad koľko kubíkov dreva majú daný týždeň narezať, a každý deň na konci smeny sa do intranetu označí, na koľko percent danú úlohu už splnili. Vedenie tak bude mať prehľad o rýchlosti práce aj množstve už narezaného dreva. Ďalej sa tam môžu zadávať úlohy napríklad pre

vodičov kamiónov a nákladnej dopravy. Do úlohy dostanú termín, do kedy majú dôjsť na aké miesto. Jednotlivé úlohy sa zobrazujú na časovej ose, aby bolo prehľadnejšie vidieť ich termíny. Dokončené úlohy v zozname pod časovou osou majú preškrtnutý názov, aby bolo jasné, že dané úlohy už sú splnené.



OBR. 8 APLIKÁCIA ÚLOHY [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Tímový web obsahuje niekoľko zoznamov. Zoznamy sú prispôbolené potrebám spoločnosti. Nastavila som rôzne zobrazenia, ktoré môžu využívať podľa potreby. V zozname nazvanom Dodávatelia a odberatelia sa nachádzajú informácie o odberateľoch a dodávateľoch. Tieto informácie sú dostupné len oprávneným osobám v spoločnosti. Konkrétne sa tam nachádza meno a priezvisko kompetentnej osoby, názov spoločnosti, telefónny kontakt, email a označenie či sa jedná o dodávateľa alebo odberateľa. Zobrazenie je upravené tak, že položky sú zoskupené do dvoch skupín, dodávateľov a odberateľov. Toho zoskupenie umožňuje jednoduchšie a rýchlejšie nájdenie potrebnej položky. Stačí kliknúť na skupinu, v ktorej je daný kontakt, ktorý práve hľadám. Ďalším podobným zoznamom je zoznam zamestnancov. Tento zoznam takisto obsahuje základné údaje, ale o zamestnancoch. Nachádza sa tam meno, priezvisko, email, číslo mobilného telefónu, adresa, pracovná pozícia a druh pracovného pomeru. Keďže v tejto spoločnosti pracujú ľudia nie len na trvalý pracovný pomer, ale taktiež na živnosť. Vďaka tejto položke je jednoduché filtrovať zamestnancov podľa jednotlivého typu pracovného pomeru.

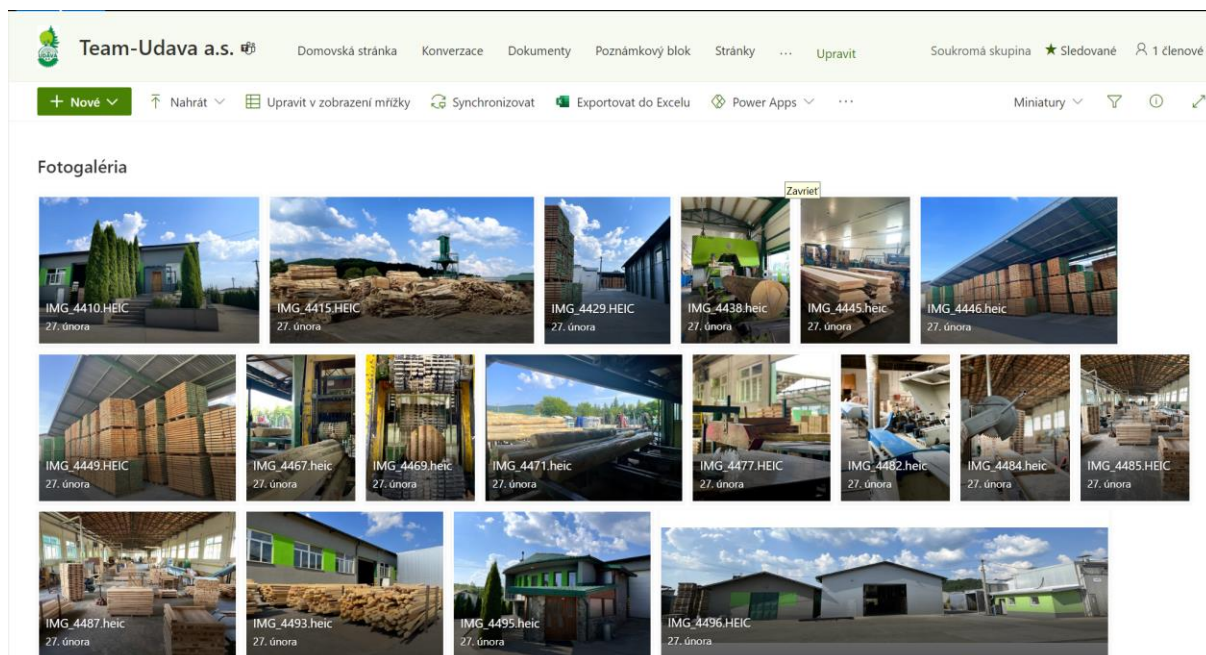
Jméno	Příjmení	Společnost	Telefon do zam...	E-mailová adresa	Dodávateľa...	+ Pridat sloupec
Dodávateľa/Odberateľa: Dodávateľa (2)						
Peter	Vávra	XY s.r.o.	+421 908 123 456	vavra.peter@gmail.com	Dodávateľa	
Lucia	Tichá	XY a.s.	+421 918 892 383	lucia.ticha1@zoznam.sk	Dodávateľa	
Dodávateľa/Odberateľa: Odberateľa (2)						
Lukáš	Nový	Ton a.s.	+421 918 678 901	novy.lukas@ton.eu	Odberateľa	
Samuel	Dvorský	Omary a.s.	+421 915 879 324	samo.dvor@gmail.com	Odberateľa	

OBR. 9 ZOZNAM DODÁVATEĽOV A ODBERATEĽOV [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

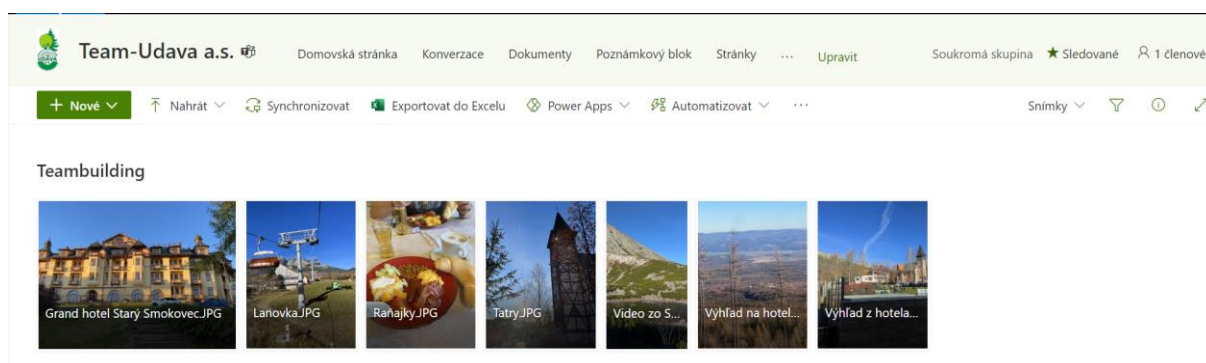
Příjmení	Jméno	E-mailová adresa	Číslo mobilního...	Pracovní pozícia	Adresa	Typ pracovněh...	+ Pridat sloupec
Bejová	Ingrid	inga.bejova@gmail.com	+421 907 293 452	ekonomka	Košická 37, 066 01 Humenné	TPP	
Dvorská	Jana	jana.dvors@gmail.com	+421 918 828 825	ukladačka	Košická 5, 06601 Humenné	TPP	
Ferenc	Jozef	ferencj@gmail.com	+421 915 372 381	majster	Udavské 360, 03742 Udavské	Živnost	
Krajčír	Emil	emil.kraj@gmail.com	+421 982 329 123	strážnik	Mierová 15, 06601 Humenné	TPP	
Krajník	Matúš	matus.krajnik@gmail.com	+421 905 721 823	obsluha vysokozdvížného vozíka	Gaštanová 17, 06601 Humenné	Živnost	
Kubčo	Valér	valer.kubco@gmail.com	+421 915 627 167	ukladač	Mierová 7, 06601 Humenné	Živnost	
Novák	Alex	novskalex@gmail.com	+421 905 678 125	voďič	SNP 6, 06601 Humenné	Živnost	
Novák	Karol	karoolnovak@gmail.com	+421 912 322 943	ukladač	Udavské 312, 03742 Udavské	Živnost	
Paľčár	Michal	mich.pal@gmail.com	+421 905 238 943	strážnik	Udavské 221, 03742 Udavské	Živnost	

OBR. 10 ZOZNAM ZAMESTNANCOV [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Okrem rôznych informácií a dokumentov môže intranet obsahovať aj knižnice obrázkov. Jedná sa o aplikáciu, ktorá neobsahuje dokumenty, či údaje, ale rôzne obrázky a fotografie. Na Obr. 11 a Obr. 12 sú príklady dvoch knižníc obrázkov. V jednej sa nachádza fotodokumentácia areálu a priestorov firmy. V ďalšej sa nachádzajú fotografie z teambuildingu. Zamestnanci si tak môžu pripomenúť zážitky a zaspomínať na rôzne udalosti. Na webe môžu byť knižnice obrázkov z rôznych akcií, aby k nim mali pracovníci jednoduchý prístup. Obrázky môžu byť rozdelené do kategórií pre rýchlejšie vyhľadávanie.

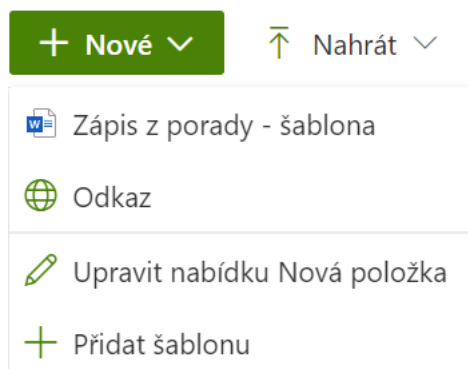


OBR. 11 KNIŽNICA OBRÁZKOV – FOTOGALÉRIA AREÁLU [VLASTNÉ SPRACOVANIE]




OBR. 12 KNIŽNICA OBRÁZKOV – FOTOGRAFIE Z TEAMBUILDINGU [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Okrem knižnice obrázkov je možné vytvoriť aj knižnicu dokumentov. Jedna z týchto knižníc sa nachádza na domovskej stránke a obsahuje smernice a normy. Druhou knižnicou dokumentov sú „Zápisy z porad.“ Táto knižnica slúži na jednoduchý a rýchly prístup k informáciám, ktoré sa rozoberali na poradách. Človek, ktorý robí zápisy z porady si jednoducho otvorí pripravenú šablónu a zobrazí sa mu dokument vo Worde. Po kliknutí na položku „nové“ nájde spomínanú šablónu, viď. Obr.13. Tento dokument má prepojené jednotlivé položky so SharePointom. Medzi tieto položky patrí názov, dátum porady, jednotlivé body, dôležité poznámky a autor. Po zatvorení dokumentu sa automaticky aktualizujú údaje do knižnice dokumentov v SharePointe. Následne ak bude niekto potrebovať vrátiť sa k niektorej téme, ktorá bola rozoberaná na porade, jednoducho si nájde bod, ktorý hľadá a následne otvorí dokument, v ktorom sú bližšie a podrobnejšie informácie. Na Obr. 14 je zobrazené, ako vyzerá výsledne prepojenie v SharePointe. V dokumente sú jednotlivé body opísané podrobne, ale v knižnici sa zobrazia len názvy a stručný popis jednotlivých bodov.



OBR. 13 VLOŽENIE NOVÉHO DOKUMENTU [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

Zápisy z porad 

Nadpis	Dátum porady	Bod 1	Bod 2	Bod 3	Bod 4	Bod 5	Dôležité pozná...	Autor zmeny
Týždenná porada	17.04.2023	Aktualizované smernice	Nová sušička	Školenie na vysokozdvížny vozík	Zhodnotenie predchádzajúceho týždňa	Plán na ďalší týždeň	Poslať e-mail ohľadom nových smerníc	Kotvanova, Lenka

OBR. 14 ZÁPIS Z PORADY [VLASTNÉ SPRACOVANIE]

V tímovom webe sa nachádza aplikácia sledovanie problémov. Názov aplikácie je „Kniha problémov“. Keďže vo firme využívajú na zapisovanie problémov fyzickú knihu, táto aplikácia im pomôže zefektívniť prístup k riešeniu naskytnutých komplikácií. Aplikácia slúži ako zoznam problémov, ktoré majú priradenú prioritu, sú zaradené do kategórie podľa toho, či sa jedná o technický, personálny alebo iný problém. Ďalej je možné vpisovať k jednotlivým problémom komentáre. Komentár môže napísať zamestnanec, ktorý na problém narazil, a takisto zamestnanec, ktorý problém rieši.

V tímovom webe je vytvorených šesť skupín s rôznymi oprávneniami. Každý sektor vo firme, či už je to výrobný, ekonomický, dopravný alebo iní, má upravený prístup k rôznym zoznamom a taktiež k možnostiam úprav na webe. Vedenie má nastavenú možnosť úpravy, čo umožňuje jeho členom pridávať, upravovať a odstraňovať zoznamy, a taktiež zobrazovať, pridávať, aktualizovať a odstraňovať položky zoznamov a dokumentov. Ekonomický, obchodný a technický sektor má nastavené rovnaké oprávnenia, ktoré umožňujú vykonávať úpravy. Dopravný a výrobný sektor má nastavenú možnosť čítania. Umožňuje členom týchto skupín zobrazovať stránky a položky zoznamov a sťahovanie dokumentov.

Záver

Cieľom tejto bakalárskej práce bolo vytvoriť návrh tímového webu v prostredí Microsoft SharePoint. Teoretická časť mala čitateľov zoznámiť so základnými pojmami týkajúcimi sa komunikácie, informačného systému, intranetu a spoločnosti Microsoft. V prvej kapitole bola popísaná komunikácia, jej formy a druhy, komunikačné kanály a zásady firemnej komunikácie. Dôležitým pojmom bola efektívna komunikácia a spôsoby ako ju dosiahnuť. Druhá kapitola sa zaoberá informačným systémom a jeho zavedením v rôznych organizáciách. Najdôležitejšia kapitola súvisiaca s témou a cieľom práce je tretia kapitola. Vysvetľuje rozdiely medzi internetom, extranetom a intranetom. Ďalej bližšie zoznamuje čitateľov s intranetom, jeho výhodami a nevýhodami. Posledná kapitola stručne opisuje spoločnosť Microsoft a jej produkty. Bližšie približuje aplikáciu SharePoint, ktorá slúžila na vytváranie tímového webu v praktickej časti tejto práce.

Hlavným cieľom praktickej časti bolo vytvorenie intranetu, čomu predchádzala analýza súčasného stavu komunikácie na pracovisku vo vybranom podniku. Na prieskum bol využitý dotazník, v ktorom bolo zisťované aké formy komunikácie sa najčastejšie vo firme využívajú a či sú dostatočne efektívne. Následne bol vyhodnotený rozhovor s členom vedenia, ktorý bol zameraný na zistenie postoja k zavedeniu intranetu do podniku. Niektoré otázky boli zamerané na dizajn a obsah intranetu, čo pomohlo pri vytváraní webu v praktickej časti práce.

Z výsledkov prieskumu bolo jasné, že firemnú komunikáciu je možné zefektívniť zavedením intranetu. Súčasná komunikácia prebieha prevažne osobne, či prostredníctvom telefónu. Z odpovedí zamestnancov vyplynulo, že väčšina z opýtaných by prijala zavedenie intranetu. Preto hlavnou zložkou praktickej časti bolo vytvorenie návrhu dizajnu tímového webu. Boli zvolené rôzne aplikácie, ktoré majú slúžiť na zefektívnenie komunikácie. V siedmej kapitole sú stručne popísané niektoré z vybraných aplikácií a stránok s priloženým vizuálom, ako by mohli vyzerieť. Bude na zvážení firmy, či prevezmú tento návrh tak, ako bol vytvorený.

Zoznam použitej literatúry

1. RECKNAGEL, Marion a HEIKE, Rohmann Van Wullen. *Jak komunikovat chytře: Tipy a triky pro zvládnutí obtížných rozhovorů*. Nemecko : Gabal, 2007. 978-80-247-4022-5.
2. VYMĚTAL, Jan. *Průvodce úspěšnou komunikací: efektivní komunikace v praxi*. Praha : Grada publishing a.s., 2008. 978-80-247-2614-4.
3. HLOUŠKOVÁ, Ivana. *Vnitrofiremní komunikace*. Praha : Grada, 1998. 80-7169-550-5.
4. PLAMÍNEK, Jiří. *Komunikace a prezentace: Umění mluvit, slyšet a rozumět*. Praha : Grada publishing, a.s., 2008. 978-80-247-2706-6.
5. HARAUSOVÁ, Helena. *Komunikácia v organizácii*. Košice : Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, 2013. 978-8081-5201-98.
6. STONER, James F., FREEMAN, Edward R. a GILBERT, Daniel R. *Management (6th Edition)*. s.l. : Pearson, 1994. 978-0131087477.
7. BLACK, S. *The Essentials of Public Relations*. s.l. : Kogan Page, 1993. 978-0749410834.
8. PELSMACKER, Patrick DE, GEUENS, Maggie a BERGH, Joeri VAN DEN. *Marketingová komunikace*. Praha : Grada Publishing, 2003. 80-247-0254-1.
9. 4 Komunikační styly na pracovišti a jak je řídit. [Online] <https://jobsatas.co.uk/4-komunikacni-styly-na-pracovisti-a-jak-je-ridit/>.
10. Štýly vedenia v manažmente. [Online] <https://www.euroekonom.sk/styly-vedenia-v-manazmente/>.
11. PŘIKRYLOVÁ, Jana a JAHODOVÁ, Hana. *Moderní marketingová komunikace*. Praha : Grada Publishing as, 2010. 978-80-247-3622-8.
12. MIKULÁŠTÍK, Milan. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., dopl. a přeprac. vyd.* Praha : Grada, 2010. 978-80-247-2339-6.
13. DEVITO, Joseph A. *Základy mezilidské komunikace: 6. vydání*. Praha : Grada, 2008. 978-80-247-2018-0.
14. Význam komunikace v životě člověka. [Online] https://www.pppuk.cz/soubory/ppp_kadan/kadan_clanek_6.pdf.
15. HORÁKOVÁ, Iveta, STEJSKALOVÁ, Dita a ŠKAPOVÁ, Hana. *Strategie firemní komunikace*. Praha : Management Press, 2008. 978-80-7261-178-2.
16. VYMĚTAL, Dominik. *Informační systémy v podnicích: teorie a praxe projektování*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2009. 978-80-247-3046-2.
17. *Informace, manažér a informačné systémy*. ŠILEROVÁ, Edita. Praha : ČZU, 1999, Zv. Sborník odborní konference.
18. RAINER, Kelly R. a PRINCE, Brad. *Introduction to Information Systems, 9th Edition*. s.l. : John Wiley & Sons, 2021. 978-1-119-76750-3.
19. *Efektívny informačný systém organizácie a model jeho vytvorenia*. KHOURI, Samer, a iní. 2009.
20. TVRDÍKOVÁ, Milena. *Aplikace moderních informačních technologií v řízení firmy: nástroje ke zvyšování kvality informačních systémů*. Praha : Grada, 2008. 978-80-247-2728-8.
21. VRANA, Ivan a RICHTA, Karel. *Zásady a postupy zavázení podnikových informačních systémů*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2005. 80-247-1103-6.
22. SADIKU, Matthew N. O. a AKUJUOBI, Cajetan M. *Intranets and Extranets. Fundamentals of Computer Networks*. s.l. : Springer, 2022.
23. Informační a komunikační technologie. [Online] https://wikisofia.cz/wiki/Informa%C4%8Dn%C3%AD_a_komunika%C4%8Dn%C3%AD_technologie.
24. Rozdíl mezi Internetem a Intranetem. [Online] <https://cs.gadget-info.com/difference-between-internet>.
25. *Extranet: A new wave of Internet*. LING, Raymond Rihao a YEN, David C. 2, s.l. : Society for the Advancement of Management, 2001, Zv. SAM Advanced Management Journal.
26. GREER, Tyson. *Intranety: principy a praxe*. Brno : Computer Press, 1999. 80-7226-135-5.

27. ŠTRÁFELDA, Jan. Intranet. [Online] <https://www.strafelda.cz/intranet>.
28. DYSON, Peter, COLEMAN, Pat a GILBERT, Len. *Intranet: plánování, výstavba, provoz: kompletní průvodce*. Praha : Grada Publishing, 1998. 80-7169-670-6.
29. ARDESTANI, Kourosh. *Building an ASP .NET Intranet*. Birmingham : Wrox Press Ltd, 2002. 978-1-59059-256-5.
30. Firemní kultura a komunikace. [Online] <https://www.silnepracoviste.cz/mops/modul-5.html?fbclid=IwAR3jgplE3dSpbDQggK-wBVw9wUfDXczMMi4cDYGHxMVA4gil9EVA3YIdaPs>.
31. *Intranets and Extranets*. BOSS, Richard W. s.l. : Public Library Association, 2010.
32. Profil společnosti Microsoft Česká republika a Slovensko. [Online] <https://news.microsoft.com/sk-sk/profil-spolocnosti-microsoft-ceska-republika-a-slovensko/>.
33. Podpora Microsoftu. [Online] <https://support.microsoft.com/cs-cz>.
34. Microsoft 365. [Online] <https://www.microsoft.com/cs-cz/microsoft-365>.
35. KUBÁLEK, Tomáš, KUBÁLKOVÁ, Markéta a TOPOLOVÁ, Ivana. *Microsoft Office 365: systém sjednocené komunikace*. Brno : Tribun EU, 2012. 978-80-263-0245-2.
36. HEIKO, Angermann. *Manager's Guide to SharePoint Server 2016*. CA : Apress Berkeley, 2017. 978-1-4842-3044-2.
37. Co je SharePoint? [Online] <https://support.microsoft.com/cs-cz/office/co-je-sharepoint-97b915e6-651b-43b2-827d-fb25777f446f>.
38. ROINE, Jussi a JAASKELAINEN, Olli. *SharePoint Development with the SharePoint Framework: Design and Create Beautiful Solutions Using Modern Development Tools for SharePoint Online*. s.l. : Packt Publishing, Limited, 2017. 9781787282377.
39. Udava a.s. [Online] https://www.finstat.sk/36460192/obchodny_register.

Zoznam obrázkov

Obr. 1 Predpoklady kvalitnej komunikácie (4)	11
Obr. 2 Schéma rozhodovania o zavedení IS (21)	18
Obr. 3 Prepojenie internetu, extranetu a internetu (22)	19
Obr. 4 Typický intranet (22)	21
obr. 5 Domovská stránka intranetu [Vlastné spracovanie]	39
Obr. 6 Príklad stránky v SharePointe [Vlastné spracovanie]	40
Obr. 7 Kalendár v intranete [Vlastné spracovanie]	40
Obr. 8 Aplikácia úlohy [Vlastné spracovanie]	41
Obr. 9 Zoznam dodávateľov a odberateľov [Vlastné spracovanie]	42
Obr. 10 Zoznam zamestnancov [Vlastné spracovanie]	42
Obr. 11 Knižnica obrázkov – Fotogaléria areálu [Vlastné spracovanie]	43
Obr. 12 Knižnica obrázkov – Fotografie z teambuildingu [Vlastné spracovanie]	43
Obr. 13 Vloženie nového dokumentu [Vlastné spracovanie]	44
Obr. 14 Zápis z porady [Vlastné spracovanie]	44

Zoznam tabuliek

Tab. 1 Prehľad záujmových skupín, ich požiadaviek a nástrojov ovplyvnenia podniku (15).....	15
Tab. 2 Oprávnenia v SharePointe (35)	25

Zoznam grafov

Graf 1 Pohlavie [Vlastné spracovanie]	29
Graf 2 Vek [Vlastné spracovanie].....	29
Graf 3 V akom sektore pracujete? [Vlastné spracovanie].....	30
Graf 4 Máte firemný intranet? [Vlastné spracovanie]	30
Graf 5 Myslíte si, že ste dostatočne informovaný/á o dianí vo firme? [Vlastné spracovanie].....	31
Graf 6 Ako komunikujete s nadriadeným? [Vlastné spracovanie]	31
Graf 7 Ako komunikujete s kolegami/kolegyňami? [Vlastné spracovanie].....	32
Graf 8 Ak využívate telefón, ako rýchlo sa väčšinou dovoláte? [Vlastné spracovanie]	32
Graf 9 Ak používate na komunikáciu e-mail, ako rýchlo dostanete odpoveď? [Vlastné spracovanie].	33
Graf 10 Akým spôsobom dostávate úlohy? [Vlastné spracovanie]	33
Graf 11 Ako riešite, ak nastane nejaký problém? [Vlastné spracovanie]	34
Graf 12 Od koho sa dozvedáte o najnovších udalostiach vo firme? [Vlastné spracovanie]	34
Graf 13 Ako sa dozvedáte o nových vyhláškach a nariadeniach, alebo o ich zmenách? [Vlastné spracovanie]	35
Graf 14 Aké aplikácie od spoločnosti Microsoft využívate? [Vlastné spracovanie].....	35
Graf 15 Viete, čo je to SharePoint? [Vlastné spracovanie]	36
Graf 16 Ak nevyžívate intranet, prijali by ste jeho zavedenie do firmy? [Vlastné spracovanie]	36

Prílohy

Príloha č. 1 – Dotazník

Interný informačný systém

Dobrý deň,

volám sa Lenka Kotvanová a som študentkou tretieho ročníka na Masarykovom ústave vyšších štúdií ČVUT, odbor Ekonomika a management. Píšem bakalársku prácu na tému Návrh intranetu pre vybranú spoločnosť.

Tento dotazník bude slúžiť na analýzu súčasného stavu internej komunikácie vo firme. Budem rada ak si nájdete pár minút na jeho vyplnenie. Vaše odpovede budú spracované výhradne na účely tejto práce.

Dotazník je anonymný.

Vopred ďakujem za Váš čas a prajem pekný deň.

Lenka Kotvanová



1. Pohlavie

muž

žena

2. Vek

menej než 18

18-30


31-40

41-50


51 a viac

3. V akom sektore pracujete? 


- ekonomický sektor
- výrobný sektor
- technický sektor
- obchodný sektor
- dopravný sektor
- vedenie

4. Máte firemný intranet? 


- áno
- neviem čo je intranet
- nie

5. Myslíte si, že ste dostatočne informovaný o dianí vo firme? 


- áno
- väčšinou áno
- väčšinou nie
- nie

6. Ako komunikujete s nadriadeným? 

- osobne
- hovor cez telefón
- SMS
- e-mail
- intranet
- Jiné

7. Ako komunikujete s kolegami/kolegyňami? 


- osobne
- hovor cez telefón
- SMS
- e-mail
- intranet
- Jiné

8. Ak využívate na komunikáciu telefón, ako rýchlo sa väčšinou dovoláte? 

- hneď, v priebehu pár minút
- v priebehu pár hodín
- v priebehu pár dní
- nekomunikujem cez telefón

9. Ak používate na komunikáciu e-mail, ako rýchlo dostanete odpoveď? 


- hneď, v priebehu pár minút
- v priebehu pár hodín
- v priebehu pár dní
- nekomunikujem cez e-mail

10. Akým spôsobom dostávate úlohy? 


- ústne - osobne
- ústne - hovor cez telefón
- písomne - SMS
- písomne - e-mail
- Jiné

11. Ako riešite, ak nastane nejaký problém? 


- oznámim to nadriadenému
- snažím sa to vyriešiť sám/sama
- zápisom do knihy problémov
- Jiné

12. Od koho sa dozvedáte o najnovších udalostiach vo firme? (akcie, porady,...) 


- od kolegov/kolegyň
- od nadriadeného
- z firemnej nástenky
- Jiné

13. Ako sa dozvedáte o nových vyhláškach a nariadeniach, alebo o ich zmenách? 


- e-mail
- SMS
- intranet
- Jiné

14. Aké aplikácie od spoločnosti Microsoft používate? 

- Word
- Excel
- PowerPoint
- OneDrive
- SharePoint
- Outlook
- žiadne
- Jiné

15. Viete, čo je to SharePoint? 

- áno
- počul/a som o tom, ale neviem čo to je
- nie

16. Ak nevyžívate intranet, prijali by ste jeho zavedenie do firmy? (Intranet je firemná sieť, kde nájdete všetky novinky, dôležité dátumy, súbory a všetky potrebné informácie na jednom mieste) 

- áno
- nie

Príloha č. 2 – Rozhovor

1. Máte predplatený balík Office 365?

„Áno máme. Využívame hlavne Word a Excel.“

2. Čo očakávate od zavedenia intranetu?

„Od zavedenia intranetu očakávame, že sa komunikácia zefektívni, keďže doteraz sa väčšinou komunikuje cez telefón, alebo osobne, čo nie je vždy veľmi efektívne.“

3. Budú ochotní prispievať do intranetu všetci členovia vedenia?

„Osobne si myslím, že väčšina vedenia sa zapojí do prispievania na intranet a budú ochotní takto prispievať k informovanosti zamestnancov. Na druhej strane asi nie všetci, riaditeľ spoločnosti, nemá dostatočnú znalosť pre prácu s počítačom a na komunikáciu využíva prevažne telefón. Nie je naklonený novým systémom, preferuje zaužívané spôsoby ako v komunikácii, tak aj v iných oblastiach. Verím ale, že ho presvedčíme absolvovať školenie, a že sa mu nakoniec tento nápad zapáči a bude sa chcieť podieľať na tvorbe obsahu.“

4. Počítate so zaškolením užívateľov?

„Ako som už spomínal v predchádzajúcej otázke, určite budeme chcieť našich pracovníkov zaškoliť. Aj členov vedenia. Zatiaľ nevyužívame intranet a nikto zo zamestnancov nemá žiadne skúsenosti v tejto oblasti, preto určite počítame so školením.“

5. Myslíte si, že budú intranet využívať všetci zamestnanci?

„Nie. Máme veľa zamestnancov a patria k nim aj takí, ktorí majú malé alebo žiadne skúsenosti s prácou na počítači. Prevažne sú to pracovníci vo výrobe. Zastávajú manuálnu prácu, pri ktorej takéto znalosti nepotrebujú, keďže pracujú napríklad pri prekladaní hranolov, krátení hranolov a podobne. Myslím si, že využívať intranet bude hlavne vedenie, vedúci pracovníci a technické oddelenie. Časom však dúfame, že aj ostatní zamestnanci budú chcieť byť informovaní a časom si zvyknú intranet využívať.“

6. Kto bude spravovať intranet?

„Náš manažér, ktorý ma na starosti aj správu balíka Office 365. V prípade potrebnej konzultácie budeme kontaktovať vás, keďže ho navrhujete.“

7. Ako si predstavujete proces schvaľovania obsahu a zodpovednosť za správu obsahu na novom intranete?

„Nepočítame so schvaľovaním obsahu, veríme, že všetci prispievatelia budú dostatočne zaškolení a budú pridávať len relevantné informácie. Sme jedna spoločnosť nemyslím si, že by bolo nutný nejaký schvaľovací proces. Ak by nastala nejaká situácia, budeme to riešiť potom.“

8. Čo by mal obsahovať intranet, aby bol vo firme užitočný?

„Naša firma má prevažne zamestnancov vo výrobnom sektore a úlohy dostávajú osobne. Bolo by dobré, aby intranet obsahoval niečo, kde sa budú dať zapisovať úlohy na týždeň dopredu, pre pracovníkov výroby, koľko majú za daný týždeň narezať dreva a podobne. Ak sa tam dá nastaviť aj percento dokončenia priebežne po každom dni. Ďalej by mohol obsahovať kalendár, aby všetci vedeli o udalostiach a akciách. Určite by mal byť nejaký upravený prístup k jednotlivým informáciám, aby nemali všetci prístup ku všetkému.“

9. Máte nejaké špecifické očakávanie od dizajnu nového intranetu?

„Na dizajn asi nemáme žiadne špeciálne požiadavky. Bolo by dobré, keďže pracujeme s drevom, aby bol farebne dizajn ladený do zeleno hnedo. Aj naše logo je ladené dozeleno. Iné špeciálne požiadavky nemáme.“