

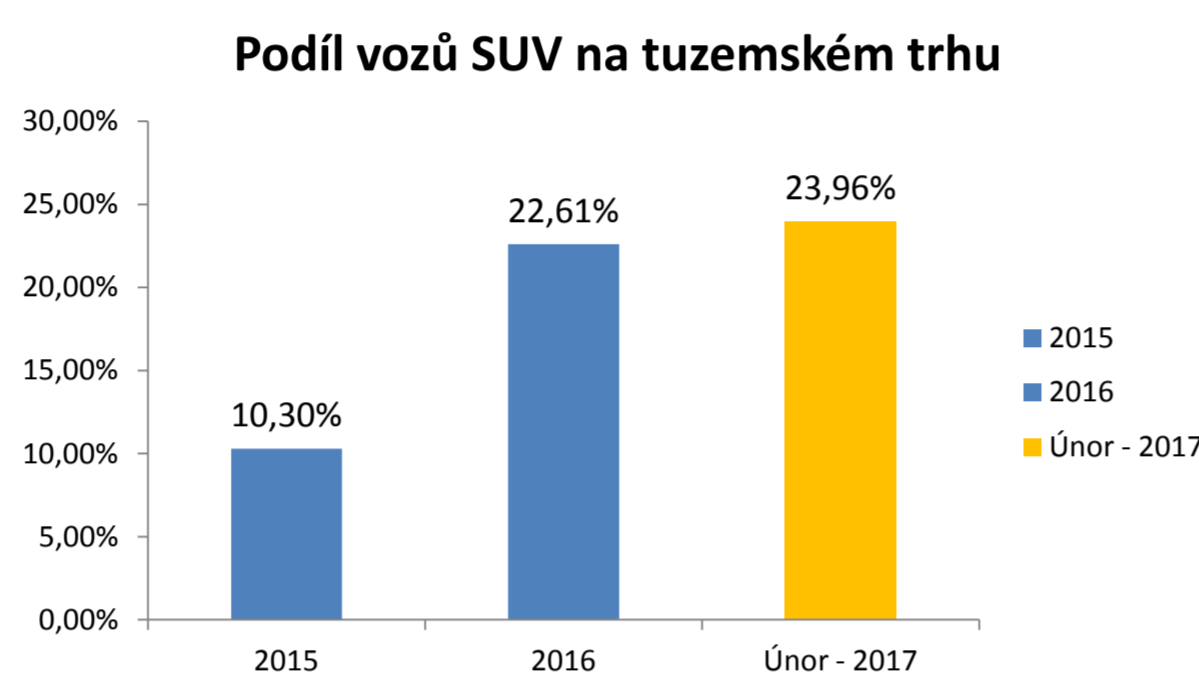
# ANALÝZA INOVACE VNITROPODNIKOVÉHO INFORMAČNÍHO SYSTÉMU VE SPOLEČNOSTI ŠKODA AUTO

## Abstrakt

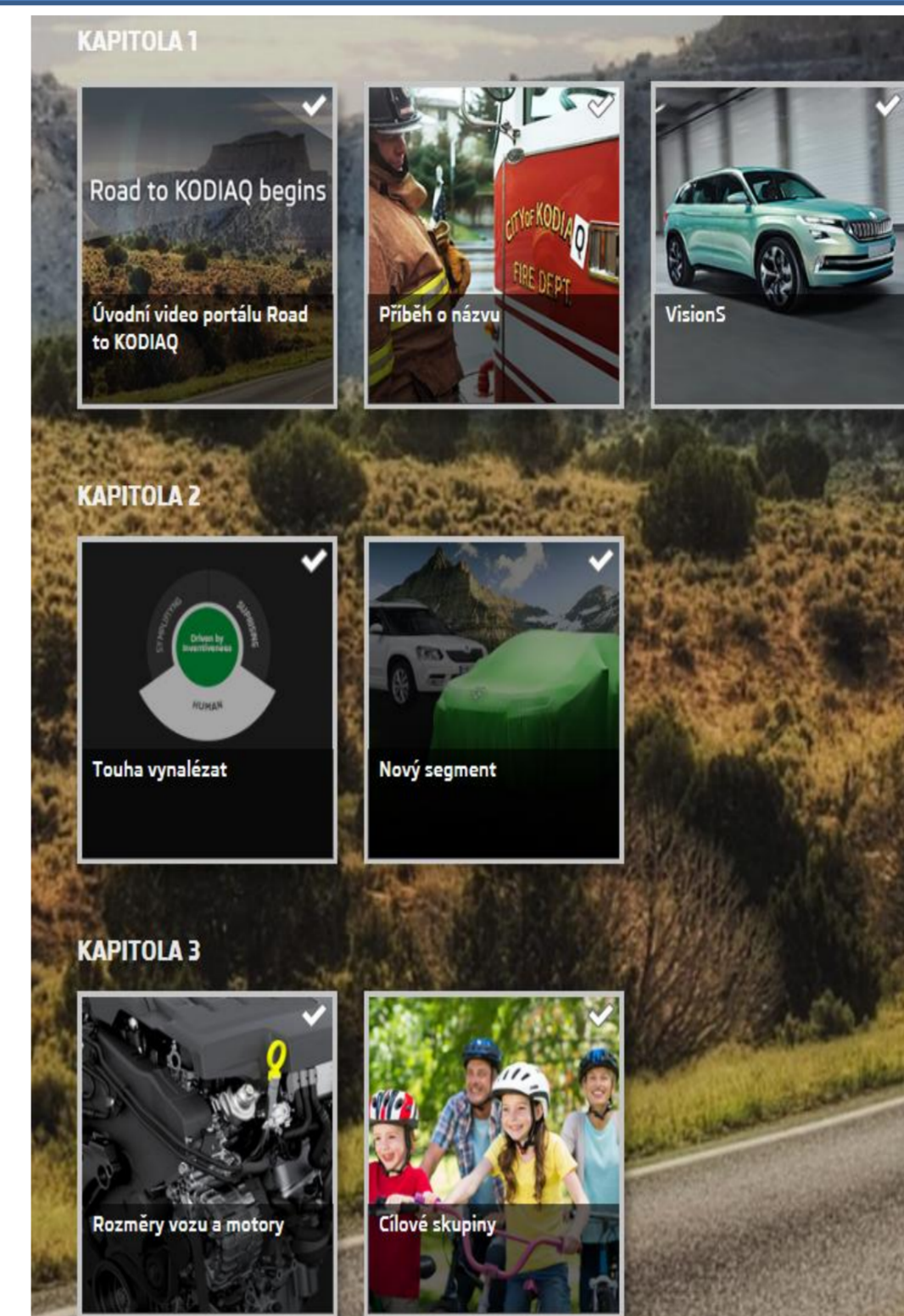
Práce se zabývá analýzou inovace nově vzniklého vnitropodnikového informačního systému výrobní společnosti. Práce se detailně zaměřuje na obsah daného systému a jeho správu. K definování obsahu informačního systému použijeme analýzu produktového portfolia a další marketingové nástroje se zaměřením na nový model Kodiaq. Dále se budeme věnovat porovnání stávajícího a inovovaného systému, který slouží ke komunikaci mezi výrobní společností a obchodní sítí. Po analytické části budou představeny návrhy a doporučení.

## Analýza trhu

Z tohoto grafu vidíme, že podíl vozů SUV v roce 2015 představoval 10,3% z celého trhu. V následujícím roce 2016 se tento podíl zvýšil na 22,61%, tyto údaje můžeme vidět v následujícím grafu. Je zde tedy jasně vidět růstový trend tohoto segmentu a tím i prioritou společnosti zaměřit se na tento trh v následujících letech. Mírný růst segmentu pokračuje i na začátku roku 2017, kdy podíl prodaných SUV vozů činí 23,96%. Koncem roku může podíl SUV vozů na tuzemském trhu dosáhnout až 25%.

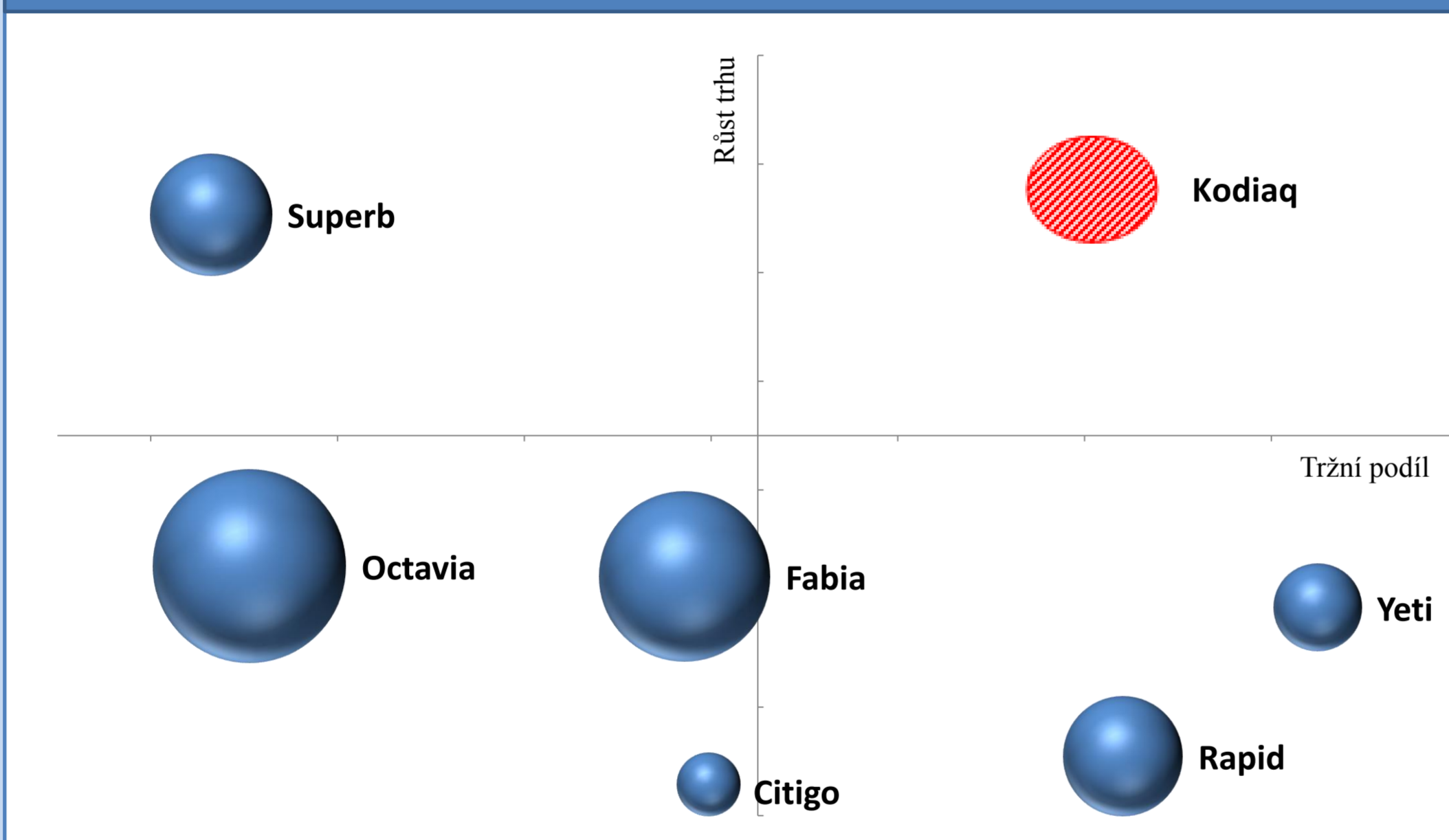


## Ukázka vnitropodnikového informačního systému a jeho kapitol



Jak již bylo zmíněno v úvodu, nový vnitropodnikový systém je určen primárně pro obchodní síť značky. Do systému budou postupně vkládány jednotlivé informace o novém modelu a o fázích přípravy jeho představení na trh. Samotný vnitropodnikový systém je vytvořen tak, aby se jeho uživatel interaktivně zapojil do procesu a postupně získával potřebné informace. Systém je rozdělen do jednotlivých kapitol, které jsou postupně zveřejňovány dle harmonogramu platformy. V každé kapitole nalezneme textové informace, videa, schémata, grafy, hry a kvízy. Každá kapitola obsahuje specifické téma, témata jsou chronologicky řazena tak, aby logicky kopírovala vstup modelu na nový trh.

## Analýza portfolia – BCG matice



Pomocí BCG matice můžeme zanalyzovat celkový stav portfolia společnosti. Jak již bylo zmíněno, společnost v současné době nabízí šest modelů: Citigo, Fabia, Rapid, Octavia, Yeti a Superb. Začátkem roku 2017 se produktové portfolio rozroste o nový model Kodiaq, který spustí SUV ofenzivu značky. V tabulce číslo 5 této kapitoly můžeme nalézt počty prodaných vozů. Celkově se portfoliu značky daří, prodeje modelů rostou pouze u modelu Yeti můžeme zaznamenat mírný pokles. Tato analýza nám bude sloužit jako nástroj k stanovení aktuálního stavu portfolia a prodejní síly jednotlivých modelů na českém trhu.

## Proces stávajícího systému

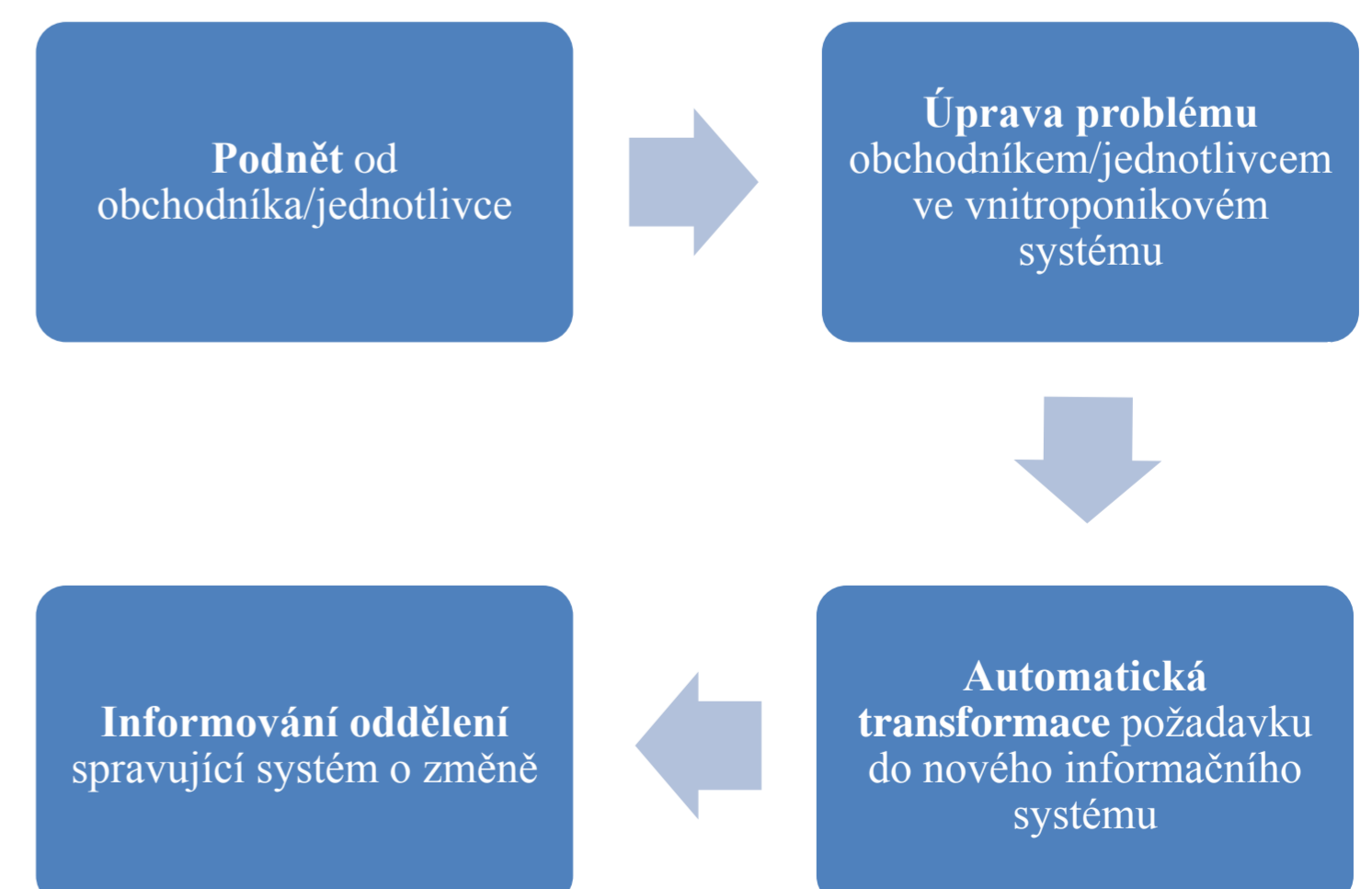
Ze schématu vidím složitost procesu při stávajícím stavu. Obchodník či jednotlivce po úpravě potřebných údajů musí kontaktovat oddělení správy systému a informovat o požadovaných změnách. Toto oddělení provede změny v reportu a změny zašle dalšímu odbornému útvaru, který vloží provedené změny do informačního systému. Vzhledem k rozsáhlé obchodní síti s více jak třemi tisíci zaměstnanci je tento proces časově náročný a neefektivní.



## Závěr

Tato diplomová práce se zabývá komplexní analýzou inovace vnitropodnikového informačního systému se zaměřením na nový model Kodiaq. Vnitropodnikový informační systém slouží jako komunikační nástroj mezi společností a obchodní sítí během zavádění nového modelu na trh. Tento nástroj obsahuje veškerá důležitá data o novém modelu a o trhu, na který vstupuje. Analyzovaný vnitropodnikový systém je složen z výstupů analýzy produktového portfolia, analýzy nového tržního segmentu a cílové zákaznické skupiny. Výstupem této práce je tedy jak analýza vstupních dat vnitropodnikového informačního systému, tak i proces a forma jeho správy a řízení. Za pomoci zjištěných údajů bylo dalším cílem identifikovat nedostatky zkoumaného systému a navrhnout případná doporučení na jejich nápravu či vylepšení.

## Návrh úpravy procesu správy informačního systému



V tomto schématu vidíme proces po aplikování návrhu o propojení vnitropodnikového systému, který obsahuje personální databázi a nového vnitropodnikového informačního systému. Ten slouží k informování obchodní sítě o novém modelu pomocí marketingových analýz a interaktivního prostředí obsahujícího popis nových technologií a funkcí vozu. Tento návrh zefektivní správu celého systému a odstraní vzniklou zátěž pro oddělení spravující systém a zároveň zmenší administrativu ze strany obchodní sítě.