

# **ŠKODA AUTO VYSOKÁ ŠKOLA o.p.s.**

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor/specializace: 6208R190 Podniková ekonomika a řízení lidských zdrojů

## **Komunikační kultura ve vztahu žadatele a poskytovatele služby archiv ŠKODA AUTO a.s.**

### **Bakalářská práce**

**Roman MEMENTOVSKÝ**

Vedoucí práce: Mgr. Eva Švejdarová, Ph.D., M.A.



ŠKODA AUTO Vysoká škola

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Zpracovatel: **Roman Mementovský**

Studijní program: Ekonomika a management

Obor: Podniková ekonomika a řízení lidských zdrojů

Název tématu: **Komunikační kultura ve vztahu žadatele  
a poskytovatele služby archiv ŠKODA AUTO a.s.**

Cíl: Cílem práce je analýza a vyhodnocení fungování vztahů mezi žadatelem a poskytovatelem služby archiv ŠKODA AUTO a.s.

Rámcový obsah:

1. Historie společnosti/postavení archivu
2. Analýza komunikace (interní/externí)
3. Praktická část formou dotazníkového šetření
4. Vyhodnocení a návrh řešení v praxi

Rozsah práce: 25 – 30 stran

Seznam odborné literatury:

1. KARLÍČEK, M. *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu*. 2. vyd. Grada Publishing, 2016. 221 s. ISBN 978-80-247-5769-8.
2. STORBACKA, K. – LEHTINEN, J R. *Řízení vztahů se zákazníky*. 1. vyd. Praha: GRADA, 2002. 166 s. ISBN 80-7169-813-X.
3. *Průvodce úspěšnou komunikací*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2008. ISBN 978-80-247-2614-4.
4. FLUME, P. *Rétorika v praxi.: Staňte se přesvědčivým řečníkem*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2008. ISBN 978-80-247-2216-0.

Datum zadání bakalářské práce: prosinec 2020

Termín odevzdání bakalářské práce: prosinec 2021

L. S.

Elektronicky schváleno dne 28. 5. 2021

**Roman Mementovský**

Autor práce

Elektronicky schváleno dne 28. 5. 2021

**Mgr. Eva Švejdarová, Ph.D., M.A.**

Vedoucí práce

Elektronicky schváleno dne 30. 5. 2021

**doc. PhDr. Karel Pavlica, Ph.D.**

Garant studijního oboru

Elektronicky schváleno dne 31. 5. 2021

**doc. Ing. Pavel Mertlík, CSc.**

Rektor ŠAVŠ

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci vypracoval(a) samostatně a použité zdroje uvádím v seznamu literatury. Prohlašuji, že jsem se při vypracování řídil(a) vnitřním předpisem ŠKODA AUTO VYSOKÉ ŠKOLY o.p.s. (dále jen ŠAVŠ) směrnici OS.17.10 Vypracování závěrečné práce.

Jsem si vědom(a), že se na tuto závěrečnou práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, že se jedná ve smyslu § 60 o školní dílo a že podle § 35 odst. 3 je ŠAVŠ oprávněna mou práci využít k výuce nebo k vlastní vnitřní potřebě. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna podle § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách.

Beru na vědomí, že ŠAVŠ má právo na uzavření licenční smlouvy k této práci za obvyklých podmínek. Užiji-li tuto práci, nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, mám povinnost o této skutečnosti informovat ŠAVŠ. V takovém případě má ŠAVŠ právo ode mne požadovat příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to až do jejich skutečné výše.

V Mladé Boleslavi dne .....

Děkuji Mgr. Evě Švejdarové, Ph.D., M.A. za odborné vedení závěrečné práce, poskytování rad a informačních podkladů.

## Obsah

Úvod.....	7
1 Historie společnosti a postavení archivu.....	8
1.1 Historie společnosti.....	8
1.2 Postavení archivu .....	9
2 Archivace .....	11
2.1 Digitalizace.....	11
3 Komunikace .....	13
3.1 Funkce komunikace.....	14
3.2 Komunikační šum .....	14
4 Analýza komunikace (dotazníkové šetření) .....	17
4.1 Externí a interní komunikace.....	17
4.2 Postup řešení komunikace .....	18
4.3 Metodika sběru dat .....	20
4.4 Popis dotazníku .....	21
4.5 Komunikační analýza výsledků .....	25
5 Vyhodnocení a návrh doporučení pro praxi.....	28
6 Závěr .....	30
Seznam literatury.....	31
Seznam obrázků a tabulek.....	33
Seznam příloh.....	34

## **Seznam použitých zkratk a symbolů**

AZNP – Automobilové závody národní podnik

ASAP – Akciová společnost pro automobilový průmysl

a.s. – Akciová společnost

ŠA – ŠKODA AUTO a.s.

L&K – Laurin&Klement

GKM – Muzeum ŠKODA AUTO a.s.

FIS/6 - Spisová služba

G - Předseda představenstva

VW - Volkswagen

## Úvod

Tato bakalářská práce se bude zabývat problematikou komunikace mezi poskytovatelem služeb archiv ŠKODA AUTO a.s a jejími žadateli. Podnětem pro zvolení tohoto tématu byla dlouhodobá stáž v archivu společnosti ŠKODA AUTO a.s. Archiv společnosti se zabývá veškerými činnostmi spojenými s archiváliemi, které budou zmíněny v této bakalářské práci. Zároveň se oddělení zabývá také interní a externí komunikací ohledně historie vozidel značky ŠKODA.

Hlavním cílem této bakalářské práce je navrhnout řešení, jak zefektivnit a urychlit komunikaci mezi žadateli a archivem ŠKODA AUTO a.s. Sekundárním cílem této bakalářské práce je pomocí dotazníkového šetření u respondentů, kteří v minulosti s archivem komunikovali, zjistit zájem o zefektivnění a urychlení výše zmíněné komunikace. Na základě výsledků bude v praktické části vytvořena analýza.

Teoretická část bude rozdělena do tří kapitol. První kapitola této bakalářské práce se bude věnovat historii společnosti ŠKODA AUTO a.s. a dále zde také bude představeno umístění archivu ve struktuře společnosti a jeho fungování jako takového. Ve druhé kapitole budou vysvětleny hlavní činnosti archivu ŠKODA AUTO a.s. Ve třetí a tím i poslední kapitole teoretické části bude popsána komunikace a její funkce. Následně budou popsány překážky komunikace neboli komunikační šum.

Praktická část bude rozdělena do dvou kapitol. V první části bude zanalyzována komunikace mezi archivem a žadateli a jejím rozdělením. Následovat bude představení metody sběru dat a společně s ní analýza dotazníkového šetření. Na konci praktické části se bude nacházet zhodnocení výsledků analýzy a návrhy implementace do praxe.



# 1 Historie společnosti a postavení archivu

V první části této bakalářské práce bude představena historie společnosti ŠKODA AUTO a. s. a postavení archivu, který je zároveň součástí archivní sítě ČR a podléhá tak pravidlům zákona a nařízení státu.

## 1.1 Historie společnosti

Historie společnosti ŠKODA AUTO a. s. započala již v roce 1895, kdy se mechanik Václav Laurin a knihkupec Václav Klement rozhodli založit vlastní podnik na výrobu jízdních kol, tehdy pod názvem Laurin&Klement. S výrobou jízdních kol začali pouze v pěti lidech (dva dělníci, jeden učeň a oba zakladatelé firmy) v pronajatém prostoru Na Hejtmance, v Benátské ulici č. p. 149/III. Pro porovnání, v roce 2020 měla již společnost ŠA více jak 35 000 zaměstnanců. Tento dům, kde započala výroba společnosti L&K stojí na svém místě dodnes, avšak už v něm současná společnost ŠA nesídlí ani nikterak nesdílí žádná vlastenecká práva. (Vacek, Nachtman, Velebný a Kodym, 2019).

V roce 1896 byla zakladateli firmy představena veřejnosti novinka, jakým způsobem lze jejich jízdní kolo získat – splátky bez navýšení. Průlomový riskantní krok, měli však zakladatelé firmy pojištěné tím, že zákazníkovi předali jízdní kolo až po odvedení dostatečného počtu měsíčních splátek. Pokud se však zákazník z jakéhokoliv důvodu rozhodl od smlouvy o koupi jízdního kola odstoupit, byly mu vráceny všechny dosavadní zaplacené splátky. (Vacek, Nachtman, Velebný a Kodym, 2019).

Jen o dva roky později od založení v roce 1897, podnik začíná vyrábět své první motocykly, se kterými aktivně soutěžili a získali tak na popularitě a oblíbenosti veřejnosti (Kožíšek a Králík, 1995). Píše se rok 1905 a z továrny sjíždí první vyrobený automobil pojmenován Voiturette A, který se záhy stává velice prosperujícím. Úspěch produkce vedl v roce 1907 ke změně na akciovou společnost (Kožíšek a Králík, 1995).

Po první světové válce, kdy byla továrna součástí válečné výroby, se nadále rozvíjela a k osobním automobilům přidala do své produkce automobily nákladní. V roce 1925 se společnost L&K spojila se strojírenským podnikem Škoda. V tomto důsledku končí značka L&K. Tímto krokem se postupně přecházelo na

pojmenovávání všech vyrobených automobilů na jméno a znak ŠKODA. Během hospodářské krize se společnost přejmenovala na akciovou společnost pro automobilový průmysl – ASAP. Po druhé světové válce byl podnik znárodněn a přejmenován na Automobilové závody, národní podnik – AZNP. Následně po pádu komunismu v roce 1989 bylo rozhodnuto o vstupu zahraničního partnera, kterým se stala oficiálně v roce 1991 německá automobilka Volkswagen. Automobilka se opětovně přejmenovala pod název ŠKODA, automobilová akciová společnost, se tak stala čtvrtou značkou koncernu vedle značek jako například: Volkswagen, Audi, Seat a další. Dnes se pod značkou ŠKODA prodávají automobily po celém světě (Vacek, Nachtmann, Velebný a Kodym, 2019).

## 1.2 Postavení archivu

Archiv ŠKODA AUTO a. s. je velkou součástí samotné automobilky. V rámci interní struktury společnosti začleněn do oddělení GKM – ŠKODA Muzeum. Oddělení je začleněné do oblasti G – předseda představenstva, a tím značí důležitost svého postavení pro automobilku jako takovou. Řídící orgán pro muzeum je Muzejní rada. Několikrát do roka se toto grémium sejde v prostorách právě ŠKODA Muzeum a řeší následné plány do budoucna. Jako členy grémia se zde nachází hlavně ředitel ŠKODA Muzea, předseda představenstva společnosti, vedoucí designu a další.

Archiv ŠA je součástí budovy Muzea ŠKODA, které se nachází v bývalých prostorách výrobních hal, ve kterých se vyráběly automobily do roku 1928. Až v roce 2012 k 100 letému výročí založení firmy Laurin&Klement bylo Muzeum kompletně zrekonstruováno. V současnosti se Muzeum nachází na výstavní ploše o rozloze více jak 1800 m<sup>2</sup>. (Vacek, Nachtmann, Velebný a Kodym, 2019)

Archiv společnosti vznikl v 50. letech 20. století a od listopadu 2007 je akreditovaným „podnikovým“ soukromým archivem, který je také součástí archivní sítě ČR. Archiv ŠA je jediným místem, kde jsou uloženy materiály dokumentující vývoj firmy, od jejího počátku (cca 1894) do doby nedávné (2009). V případě propagačních materiálů jsou zachovány historické i aktuální. Archiv spravuje materiály ve dvou různých vlastnictvích:

- Materiály ve vlastnictví státu (archiválie do roku 1990)
- Materiály ve vlastnictví automobilky (archiválie od roku 1991)

V archivu je uloženo více než 1 km archivních dokumentů, cca 1 mio technických výkresů, a až 2000 filmových záznamů. Všechny tyto materiály dokumentují vývoj firmy od počátku založení po současnost. Veškeré materiály podléhají pravidlům zákona a nařízení státu a musí se zde dodržovat přísné standarty péče o archiválie. Všechny materiály jsou dle definice ze zákona „archiválie“, evidované v celostátní evidenci NAD - Národní archivní dědictví.

Aby nedocházelo k poškození archivních materiálů manipulací, změnou teplot, světlem apod. dochází k jejich postupné digitalizaci. Jejich skladování je tak velmi náročné jak časově, tak finančně. Tyto archiválie se musejí skladovat za určité teploty a vlhkosti. Manipulace se samotnými archiváliemi musí být velmi opatrná, aby nedošlo k jejich znehodnocení. Digitalizace probíhá za pomoci vlastních sil, což je také časově velmi náročné, nebo za pomoci externích firem. Tyto firmy se starají o kompletní digitalizaci a musí dodržovat určitá pravidla, aby právě nedošlo k znehodnocení archiválií.

U nezveřejněných dokumentů platí 30 letá ochranná lhůta, kdy se takové materiály nepředkládají veřejnosti.

## 2 Archivace

Archivace ve společnosti ŠKODA AUTO a. s. se řídí Zákonem o archivnictví a spisové službě č. 499/2004 Sb. a interní normou ON. 1. 037 Spisový řád, který je v souladu se jmenovaným zákonem. Archivní záležitosti jsou řešeny oddělením GKM – ŠKODA Muzeum a záležitosti spisové služby jsou řešeny oddělením FIS/6 Spisová služba, prodej zaměstnancům, pošta a kusové zásilky.

Archivaci zastává lidská činnost zaměřená na péči a uchování dokumentů – archiválií, jako součástí národního kulturního dědictví. Tyto archiválie datují vývoj firmy od samého počátku. Archiv ŠA archiválie shromažďuje, zpracovává, ukládá a zpřístupňuje na základě zákona 499/2004 Sb. o archivnictví v platném znění. Dlouhodobé uchování dokumentů lze charakterizovat jako: *„soubor vzájemně provázaných opatření a metod technické a organizační povahy týkajících se uložení, administrace a zpřístupnění digitálního záznamu (digitálních objektů), jejichž smyslem je zabezpečit, že bude možné jeho dekódování v dlouhodobé perspektivě (tj. po dobu, která není předem ohraničena) s vědomím, že vlastnosti technických prostředků, které budou k tomuto účelu aplikovány v budoucnosti, nelze v současnosti dostatečně popsat.“* (Vojtášek, 2000)

Získávání archiválií probíhá dvěma způsoby, oficiálně na základě předávacích protokolů nebo dary, kdy není třeba žádných předávacích protokolů. Za archiválii lze považovat každý dokument nebo předmět, který byl archiváři ŠA vybrán vzhledem k jeho obsahu, původu, trvalé hodnotě danou politickým, kulturním, právním, hospodářským, historickým nebo vědeckým významem ve veřejném zájmu k trvalému uchování. Aby veškeré uložené dokumenty zůstaly v zachovalém stavu, jsou uloženy ve dvou depozitářích při teplotě 18°C a 50 % rH. Poškozené materiály jsou restaurovány odborným zásahem restaurátora.

### 2.1 Digitalizace

Pod pojmem digitalizace si lze představit proces, kde jsou analogová data přeměněna do digitální podoby. Jako příklad takového procesu lze uvést scan určitého dokumentu či fotografie do digitální formy. Smysl celého procesu spočívá v převodu jedné formy dokumentu do druhé, neboli převodu analogových dat do digitálních. Výsledný převod v digitální formu dokumentů se nejdříve musí zpracovat, aby mohlo dojít k následné archivaci již digitálního dokumentu. Tento

začleněný dokument nemusí mít vždy textovou podobu, může se jednat o různé audiozáznamy nebo jiné obrázkové jednotky. Zdigitalizovaná data zaručují vyšší neměnnost, než tomu je u analogových dat, kde hraje velkou roli stáří a s tím spjaté vnější vlivy poškozující dokumenty. Mezi hlavní faktory ovlivňující stav archiválií patří zejména vlhký vzduch, vyšší teplota nebo také vystavení nadměrnému světlu. Zdigitalizovaná neboli jinak řečeno zálohovaná data také nejsou věčné, zvláště pokud se jedná o archivaci na CD/DVD/Blu-ray. Od těchto úložišť se opustilo z důvodu možného využití pouze malého objemu dat, druhou nevýhodou použití těchto úložišť je jejich nepředvídatelná životnost. Používání či nedokonalé uskladnění zkracují dobu použitelnosti (otisky prstů, prach, škrábance). Z těchto důvodů se začalo přecházet ukládání dat na pevné disky soukromé, firemní či sdílené cloudové servery a další jim podobným. Uchování dat je zde možné na více jak desítky let. Nevýhodou použití cloudu je však riziko možného zpronevření dat třetí osobou. Digitalizace je dnes všeobecně vnímána jako zefektivnění sociálního života, především přeměny na digitální komunikaci a mediální infrastruktury.

Archiv ŠA přemýšlí jak zlepšit, zrychlit a zkvalitnit svoji práci. Čímž se dostává k důležitému faktoru, který jeho efektivnost komunikace se žadateli urychlí – digitalizace archiválií, se kterými pracovníci archivu denně pracují. Jsou předem stanovené procesy, bez kterých práci zefektivnit nelze. Neodmyslitelně sem patří precizní inventarizace a evidence / digitalizace a tvorba databáze stávajících archiválií. Zároveň se musí dbát na to, aby veškeré tyto procesy neohrozily či nikterak neomezily, hlavní činnosti archivu viz.kapitola 1.2 Postavení archivu. Je potřeba prioritně digitalizovat nejstarší a nejpoužívanější dokumenty, aby nedocházelo k nežádoucímu poškození originálních archiválií, ke kterému lze snadno přijít při jejich manipulaci, kvůli vyřizování dotazů pro veřejnost nebo internisty. V současné době je zdigitalizováno a uloženo v databázi archivu ŠA cca 7 % všech archivních materiálů.

*„Navzdory digitalizaci a využívání umělé inteligence jsou to nakonec vždy lidé, kteří dělají ten rozdíl.“* Tento výrok popsal vedoucí komunikace ŠKODA AUTO a.s. Jens Katemann, 2019.

### 3 Komunikace

Komunikace je definována jako interakce mezi lidmi, jinak myšleno sdělování všeho, o čem lidé komunikují. Obecně řečeno lze komunikaci definovat jako proud informací od zdroje k příjemci. Pochází z latinského slova *communicare*, v překladu společně něco sdílet, činit něco společným.

*„Komunikace je proces, pomocí něhož dochází k výměně významů mezi lidmi prostřednictvím užívání dohodnuté soustavy symbolů.“* (Adair, 2005, str. 18)

Komunikace je součástí společenského života, jedná se o vzájemnou stimulaci a koordinaci pohybů. V rámci konverzace mezi dvěma osobami je nezbytný kontakt či spojení, lze ji dělit na:

- Na verbální – vyjádřit se slovy
- Na neverbální – dorozumívání se jinak než slovy, například řečí těla
- Na komunikaci činem – sdělování pomocí svých emocí, například u nesouhlasu či nezájmu, odejít z místnosti.

Dorozumívání lze dále členit podle různých hledisek, jakými jsou například: písemné, ústní a dnes velice rozšířené elektronické. Písemné sdělování bývá bráno jako formální prostředek komunikace, kdy se zpráva zpracuje a formuluje písemně. Kupříkladu dopis, dochází zde k pomalejšímu přenosu informací a bere se tak na vědomí doba zpětné vazby, která vyžaduje čas. Je zde však minimální pravděpodobnost nedorozumění, poněvadž se počítá se čtenářskou gramotností. Ústní konverzace je považována za nejstarší komunikační prostředek, pro výměnu jakýkoliv informací (Dilhofová 2018).

Prostřednictvím mluvených slov dochází k šíření, výměně a shromažďování dat. Odpovědi či zpětné vazby lze protějšek očekávat okamžitě. Přenos myšlenek probíhá velmi rychle a může zde dojít k riziku možného nedorozumění, ačkoliv jako u jediné možnosti lze k ústnímu projevu přidat neverbální podněty, jakými jsou například: gestikulace, řeč těla či výraz tváře. Elektronická konverzace v internetovém odvětví se považuje za nejužívanější prostředek komunikace poslední doby. Odezva není okamžitě nutná, mezi často používané kanály patří e - mail, Skype a jiné jím podobné sociální sítě jako je například také Facebook.

### 3.1 Funkce komunikace

Mezi hlavní funkce komunikování podle Vybírala (2009) patří těchto pět částí:

- Informovat
- Instruovat
- Přesvědčit
- Vyjednat
- Pobavit

**Informovat** jak už z názvu napovídá, má informativní funkci. Předáním zprávy, prohlášením nebo oznámením zvýší povědomí druhé strany o dané skutečnosti. Jako příklad lze uvést „Rádi bychom vás informovali o dlouho chystané valné sešlosti mezi sousedskými vesnicemi.“

**Instruovat** plní instruktážní funkci. Učí, navádí či zasvětluje druhé do jisté tematiky a podává tak názorné vysvětlení, kdy je protějšek obeznámen s danou novinkou.

**Přesvědčit** má persuzivní funkci. To lze vysvětlit jako zmanipulování druhé osoby na svou stranu.

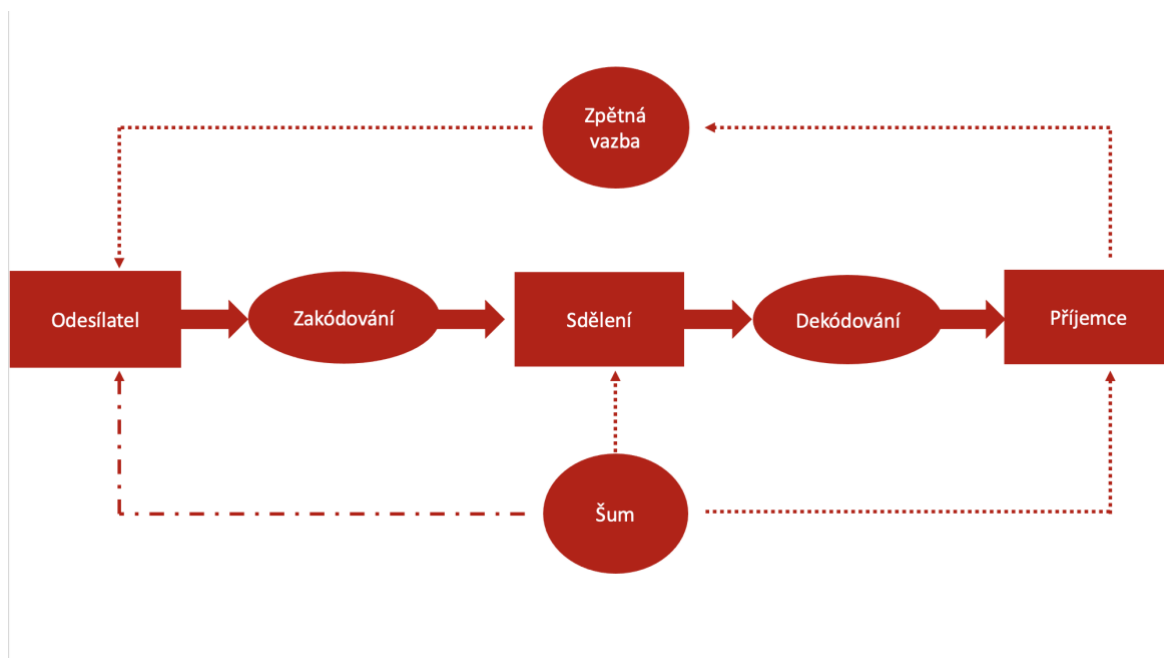
**Vyjednávat** se opírá o vyjednávací funkci. Dospívá se k určité dohodě nebo cíle mezi dvěma a více osobami, kde se řeší rozdílné názory.

**Pobavení** zastává zábavní funkci. Při určitých situacích nastane vhodný okamžik rozveselit jeden druhého nebo naopak udělat si srandu sám sebe a rozptýlit tak nejednu osobu v blízkosti. (Navarro, 2018)

### 3.2 Komunikační šum

Hlavním cílem efektivní komunikace je srozumitelné pochopení mezi odesílatelem a adresátem, u kterých dochází k přenosu sdělení dat. Odesílatel nejprve musí svoji myšlenku zformulovat do podoby, v níž jí chce sdělit. Tato část se nazývá kódování. Následně nabývá myšlenka realizace v podobě sdělení a to buď verbálně mluveného slova nebo neverbálně zapomocí psané či grafické formy. Příjemce po té myšlenku dekóduje a následuje jeho zpětná vazba, ze které vyplývá, zda sdělení pochopil či nikoliv. Příjemce s adresátem jsou mnohdy vystaveni takzvanému šumu, který může komunikaci různorodě narušovat. (DeVito 2008)

Na obrázku č. 1 je znázorněno schéma komunikačního šumu. Při komunikaci se lidé těmto šumům snaží vyvarovat.



Zdroj: (DeVito, 2008)

### **Obr. 1 Komunikační šum**

Komunikační šumy se nadále mohou rozlišovat do šesti druhů. Prvním druhem je šum fyzický. Jedná se o šum, který pochází z vnějšího prostředí, rozptyluje posluchače od získávání konkrétních informací nebo jakkoliv jinak omezuje přenos signálu od komunikanta. Mezi tyto šumy lze například zařadit: zvuky v pozadí, hluk dopravy, špatný televizní signál apod.

Za druhý komunikační šum je označován fyziologický šum. Tento šum je výsledkem tělesných vlastností, mezi které patří vada sluchu či zraku. Lze sem řadit také únavu a hlad. Jako třetí druh, je uváděn psychologický šum. Ten je zapříčiněn převážně očekáváním. Patří sem předsudky, stereotypy, planné naděje nebo nedůvěra.

Čtvrtým druhem komunikačního šumu, je šum sémantický. Příkladem je konverzace s cizinci, kteří mají odlišné dialekty či slangy.

Pátým druhem je šum verbální, kam se řadí vše, co znemožňuje rozeznat význam slov. Na tento pátý druh navazuje hned šestý, který je neverbální. Kupříkladu při použití slunečních brýlí, kdy druhý nevidí výraz očí, ze kterých jsou patrné neverbální signály.



Pro lepší pochopení se rozdělují šумы v komunikaci primárně na vnitřní a vnější. Za vnější narušení konverzace lze uvést například nadměrný hluk, příliš velké horko nebo naopak chladno, nekomfortní prostředí jako v první řadě nepohodlná židle, nedostačující či nadměrné osvětlení apod. Veškeré tyto faktory, ačkoliv se nemusí na první pohled zdát, hrají obrovskou roli v narušování až zcela v znemožnění přenosu informací. Mezi vnitřní rušivé elementy se zařazují psychické a fyzické subjekty, které se projevují na fyzickém stavu daného jedince účastníci se konverzace, únava, bolest hlavy, emocionální nebo časový stres. Mezi nejnebezpečnější faktory ovlivňující průběh komunikačního procesu patří právě tyto vnitřní rušivé elementy. Především proto, že nejsou na první pohled rozpoznatelné a mohou se případně projevit až po delší době. Musí se však vycházet ze skutečnosti, že každý jedinec je jiný a veškeré informace tak poskytuje či přijímá rozdílně. Všichni ale mají podle L. R. Smeltzera a J. H. Waltmana podobný filtr, na jehož základě informace člověk vnímá. Mezi tyto hlavní složky patří:

- Emoce
- Znalosti
- Komunikační dovednosti
- Status
- Kultura
- postoje

## **4 Analýza komunikace (dotazníkové šetření)**

V první dvou kapitolách bylo teoreticky popsáno jak archiv ve ŠA funguje. V této kapitole bude následně popsána komunikace a její problematika. Muzeum ŠKODA využívá ke komunikaci především klasické komunikační kanály. Tyto kanály v mnoha případech jsou velmi efektivní, avšak ne bezproblémový. V této kapitole bude popsán problém při komunikaci mezi archivem a žadateli ŠA. Převážně se jedná o majitelé veteránů z celého světa, kteří chtějí znát podrobnější informace o svém vozidle. Tento druh komunikace bývá však časově náročný a z hlediska času velmi neefektivní. Práce archivářů ŠA nespočívá pouze ve vyřizování externích dotazů a jiných žádostí od veřejnosti. Dalším příkladem činností, je vyřizování žádostí z interního prostředí, jakým je například ŠKODA MOTORSPORT. Ti žádají například různé informace z historie společnosti týkající se vozidel, jakými mohou být třeba výkresy daných dílů, prospekty nebo současné fotografie pro různé publikace. Mimo jiné mají pracovníci archivu na starosti také samotnou archivaci dokumentů viz kapitola 2., či publikační činnosti a digitalizaci viz 2.1, se kterou je spjata následné zatřídování, popisování a konenčné nasdílení do databáze archivu. Pracovníci se tedy nemohou věnovat dotazům veřejnosti celou pracovní dobu. Proto jakékoliv zdržení či nedorozumnění razantně prodlužuje dobu kompletního vyřízení těchto dotazů.

### **4.1 Externí a interní komunikace**

Jako komunikační kanály ŠA používá ty klasické, a to především proto, že jsou nákladově přístupné. Mezi klasické kanály řadí společnost hlavně komunikaci prostřednictvím e-mailů a telefonů. Jedná se o nejrychlejší způsob, jak žadatelé můžou komunikovat s archivem.

Externí komunikace probíhá mezi archivem ŠA, a nejen majiteli historických veteránů, ale také například tiskem, mezi kterými můžeme nalézt známý AutoTip, AutoTip Klassik, MotorJournal, Automobil revue a jiné. Dále se tam řadí publicisté, kterými jsou například: Jan Tuček, Jan Králík, nebo Jaroslav Gereg. V neposlední řadě se na archiv dotazují také média (ČT1, TV Nova, ČRo). Získávají od archivu různé materiály a podklady pro psaní svých rešerší, výzkumů či publikací, které lidé mohou číst veřejně a dozví se tak zajímavé informace, aniž by navštívili samotné muzeum v Mladé Boleslavi. Veškeré dobové materiály a podklady pro jejich práce

vlastní archiv ŠA a tudíž jako jediný může tyto materiály poskytnout. Může se jednat o historické reklamy vozů značky ŠKODA (dříve Laurin&Klement) či jiné dobové fotografie ať vozů nebo jiných významných osobností spjaté s automobilkou.

Interní komunikace zahrnuje veškerou konverzaci mezi archivem a všemi odděleními společnosti ŠA, jako například vývojové centrum nebo výcvikové centrum Na Karmeli.

V této bakalářské práci bude nadále popisována komunikace s externími zákazníky archivu ŠA.

## **4.2 Postup řešení komunikace**

Pro informace o veteránských automobilech se na archiv obracují lidé z celého světa, a to jak telefonicky, tak e-mailem. Prvořadým dotazem často bývá vzhled vozu, jakou měl původní tovární podobu, která se v průběhu let mohla změnit vlivem nehody a následné opravy nebo prorezavěním původní karoserie. Ta dříve mohla být u veteránů připevněna k podvozku zvlášť a bylo tak snažší vyměnit celou karoserii za obdobnou z jiného vozu. Zde hrál velkou roli modelový rok daného typu automobilu, bylo snadné zaměnit karoserii vozu za jiný modelový rok a náhle vůz změnil svoji podobu, než ve které sjel z tovární linky ŠA. V podobných případech také docházelo k záměně interiéru za zcela jiný, v tehdejší době bylo velice obtížně sehnat totožný interiér v podobě stejného vzoru sedaček nebo typu čalounění, které časem užívání podléhalo opotřebení a vedlo k jejich úpravě. Faktorů, proč byl veterán uveden do jiného stavu, než ve kterém sjel z továrny ŠA/L&K, je mnoho. Dnešní majitelé veteránů se na archiv obrací právě z důvodů identifikace jejich klenoty, aby je mohli uvést do původního originálního stavu nebo naopak přesvědčení se o původu a originalitě daného vozidla. Veškeré tyto materiály k identifikaci všech automobilů ŠKODA od prvopočátku výroby, jsou uchovány pouze v jediném archivu ŠKODA AUTO a. s. nacházející se v Mladé Boleslavi.

Po žadatelích se následně vyžádají konkrétní informace o daném vozidle, které jsou k dispozici. Mezi nimi jsou například: čísla motoru, karoserie, podvozku a někdy také technického průkazu. Díky těmto identifikátorům zaměstnanci archivu rozklíčovávají původ automobilu. Veškeré podrobné informace o každém vyrobeném voze, se vedly v tzv. evidenčních knihách motorů. Tento název dostaly knihy podle způsobu řazení vozidel, které byly řazeny podle výrobního čísla motorů. Až v průběhu roku 1966 se začalo některé vozy evidovat a řadit do knih podle čísla karoserie. Tyto

knihy byly psané ručně a neexistují žádné jejich kopie či duplikáty. Veškeré detailní informace o každém vyrobeném voze, který sjel z tovární linky, se uváděly pouze v těchto knihách. Jsou to právě tyto materiály, v nichž se také hledají odpovědi žadatelů. Dochovalo se jich pouze 2137 a všechny jsou uloženy v archivu ŠKODA AUTO a.s. v Mladé Boleslavi. Průměrný roční počet celkových dotazů je 3500 ročně z celého světa. Náročnost dohledání trvá od několika minut až po několik dní. Z možné záměny částí vozů, jako je například měněný motor nebo karoserie, se stává pro archiváře dohledat dané vozidlo těžším úkolem. Od žadatele se nadále musí zjistit podrobnější známé informace o původu nebo historii vozidla. To později vede k rozklíčování identifikátorů a je možné podat odpověď na základě zjištění podrobných informací o vozidle. Stává se tedy mnohdy klíčové, zjistit od zákazníka veškeré známe informace o jeho původu. Tyto indicie však žadatelé ve svých prvotních e-mailech často neuvádí a pracovníci archivu jsou tak odkázáni, se znovu obracet na odesílatele pro více podrobností. Tímto začíná zdlouhavý proces celé komunikace. Po získání veškerých potřebných informací, činí obvyklá doba vyřízení dotazu v řádu několika hodin.

Většina dotazů je kladena především od starších majitelů vozidel. Je tak mnohdy pro archiváře obtížně vysvětlit, co po nich vlastně požadují za identifikátory a kde je mohou na autě dohledat. Potom celá tato komunikace prostřednictvím e-mailů trvá v řádu několika dní až měsíců, než se k nim archiváři opět dostanou. Proto tyto předvídatelné dotazy nabízí šanci na zefektivnění a hlavně zrychlení komunikace. Díky návrhu formuláře viz příloha č. 2., jehož validita je ověřena metodou dotazníkového šetření, obsahuje všechny názvy kolonek, které je potřeba žadatelé vyplnit pro následné zpracování jejich odpovědi.

#### **4.2.1 Návrh řešení komunikace**

Návrhem této bakalářské práce na zefektivnění a zrychlení komunikace mezi zákazníkem a archivem je vytvoření pomocného formuláře. V tomto formuláři budou uvedeny základní požadavky, které klient vyplní a předejde se tím četné komunikaci. Složitá a zdlouhavá komunikace nastává v tu chvíli, kdy žadatel neposkytne potřebné informace k dotazu, které by umožnili archivářům odpovědět pomocí jednoho e-mailu. Pokud se žadatel dotazuje na své otázky telefonicky, je otázka prokonzultována, ale i přesto je vždy následně odkázán na položení dotazu pomocí e-mailu. Svůj dotaz tak vysvětlí ještě jednou a podá ho především oficiální

cestou. Předěje se tak nedorozuměním či komunikačního šumu. Po otázce, která není dostačující následuje další dotazování zbylých podkladů, které v předchozích konverzacích nebyly sděleny a jsou potřebné k odpovědi pro žadatele. Jedná se například o případné upřesnění požadavku, nebo opravě překlepu čísla či opětovné zaslání původně rozmazané fotografie udávající technické údaje.

Mezi základní informace ve formuláři patří popis žádosti, kde žadatel uvádí důvod jeho dotazu. Nepodmíněně s tím musí odesílatel sdělit jednotlivé informace, týkající se vozidla uvedené v žádosti.

Proto autor této práce navrhuje v příloženém formuláři viz. příloha č. 2, zařadit uvedené informace mezi hlavní body, které je nutné uvést pro poskytnutí zpětné vazby ze strany archivu ŠA. Ve formuláři bude proto speciální prostor pro uvedení těchto údajů:

- popis žádosti
- číslo motoru
- číslo karoserie
- číslo podvozku (chassis)
- zadání kontaktů (telefon, mail, adresa)

Ke každému bodu dotazníku bude možné přiložit fotografii, která veškeré informace doloží. Jako pomůcka pro zákazníky bude přidána u každého bodu také nápověda, kde onen identifikátor lze na voze dohledat.

### **4.3 Metodika sběru dat**

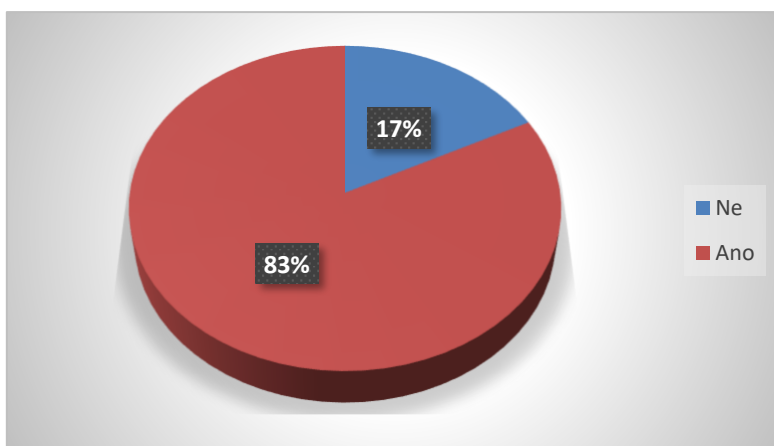
Pro praktickou část bakalářské práce byl zvolen průzkum spokojenosti se službami Archivu ŠKODA AUTO a.s. pomocí kvantitativního sběru dotazníkového šetření. Dotazníkový průzkum probíhal v listopadu 2021 s cílem zjistit míru spokojenosti a případný zájem o zefektivnění komunikace se žadateli archivu ŠA. Dotazník byl vytvořen v českém jazyce na online webových stránkách Microsoft-Forms. Cílová skupina respondentů tvořili žadatelé, kteří již v minulosti s archivem ŠA komunikovali a mají tak s vyřízením podnětu a průběhu celkové komunikace zkušenosti. Pro toto šetření bylo z e-mailové databáze vybráno celkem 190 náhodných respondentů, kterým byl poslán vytvořený dotazník do jejich soukromé e-mailové schránky. Spolu s dotazníkem byl adresátům odeslán také vzor pomocného formuláře viz. Příloha 2. Doba sběru dat byla stanovena na dva

týdny, přičemž nejvyšší zpětná vazba v podobě vyplnění formuláře činila v prvních třech dnech. Vzhledem k situaci, že respondenty tvoří především starší věková kategorie, musel být dotazník vytvořen přehledně a jednoduše. Proto byl dotazník koncipován tak, aby průměrná doba vyplnění trvala zhruba 60 vteřin. Bylo použito dohromady 7 otázek (viz. Příloha 1), u kterých respondenti odpověděli na všechny důležité otázky, které autor této práce požaduje pro svůj výstup. Bylo zvoleno pět uzavřených otázek a dvě otevřené. Uzavřené otázky tvořily 1, 2, 3, 4 a 6, kde měli respondenti na výběr pouze jednu možnost Ano / Ne. Zbylé otázky 5 a 7 byly otevřené a adresáti měli možnost napsat odpověď dle jejich uvážení. Odeslat dotazník bylo umožněno odeslat i v případě, že respondenti neodpověděli na všechny otázky. Bylo tak rozhodnuto z důvodu obavy menší návratnosti. Respondenti odpovídali na otázky tedy dobrovolně a zcela anonymně.

#### 4.4 Popis dotazníku

V následující podkapitole bude popsán popis samotného dotazníku, který byl zasílán žadatelům.

##### Otázka č. 1: Byli jste v minulosti spokojeni s rychlostí vyřízení vašeho dotazu?



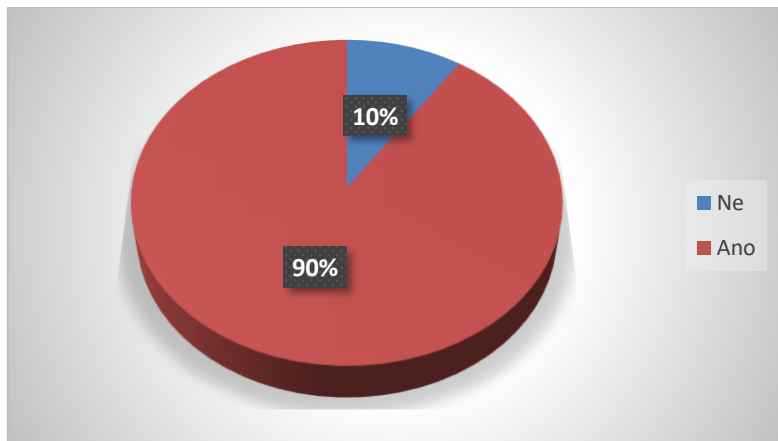
Zdroj: (Vlastní zpracování)

**Obr. 2 Spokojenost vyřízení dotazu**

V první otázce byla zjišťována spokojenost žadatelů s rychlostí vyřízení jejich dotazu. Z obrázku č. 2 lze vyčíst, že z celkového počtu 63 respondentů dotazníkového šetření bylo spokojeno s rychlostí vyřízení 83 % respondentů

v přepočtu 52 žadatelů. Ovšem 17 % spokojeno nebylo, v přepočtu se jedná o 11 žadatelů.

**Otázka č. 2: Uvítali byste informační formulář, který by zrychlil komunikaci mezi vámi žadateli a námi Archiv ŠKODA AUTO a. s.?**

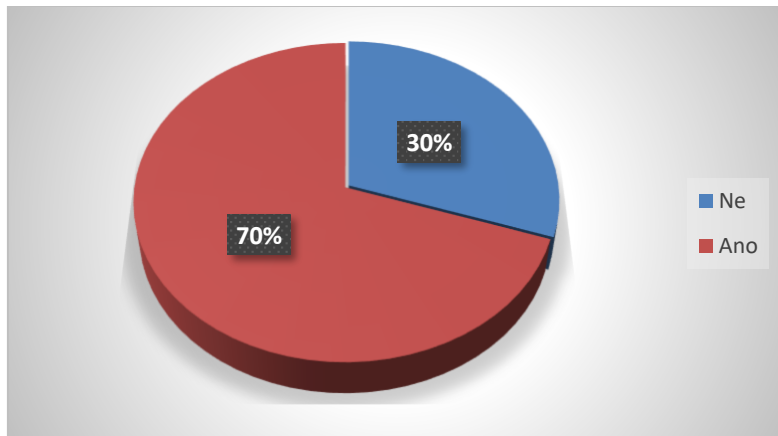


Zdroj: (Vlastní zpracování)

**Obr. 3 Uvítání formuláře**

V druhé otázce byl zjišťován zájem respondentů o informační formulář, který by zrychlil komunikaci mezi žadateli a poskytovatelem služeb archiv ŠKODA AUTO a.s. Byl by k dostání na webových stránkách archivu. Z obrázku č. 3 vyplývá, že z celkového počtu 63 respondentů projevilo 90 % dotázaných zájem, v přepočtu se jedná o 57 dotázaných žadatelů. Zbýlých 10 % by o tento informační formulář zájem nemělo, v cíli se jedná pouze o 6 dotázaných respondentů.

**Otázka č. 3: Pomohlo by vám, kdyby u daných okének informačního formuláře, ve kterém bysme po vás chtěli (č. motoru, č. karoserie, č. podvozku apod.) byla přiložena fotografie s návodem, kde daný identifikátor na voze najít?**

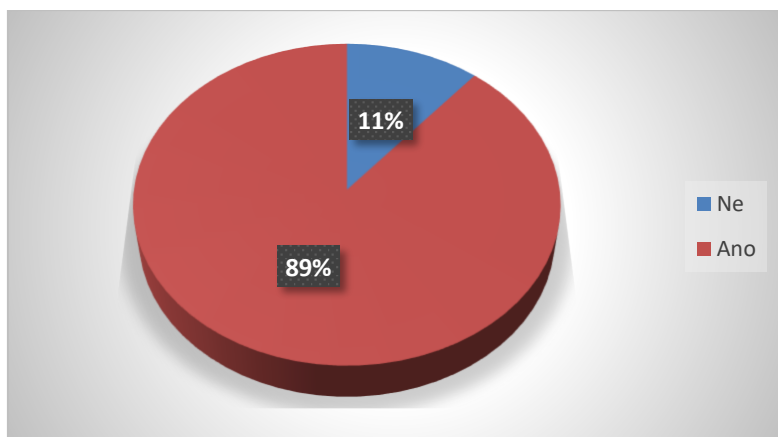


Zdroj: Vlastní zpracování

**Obr. 4 Fotografie s návodem**

Dále bylo zjišťováno zda by u vybraných okének formuláře, kde by bylo třeba vyplnit (č. motoru, č. karoserie, č. podvozku apod.) žadatelům pomohla přiložená fotografie s návodem, kde daný identifikátor na voze najít. Z výsledků na obrázku č. 4 lze jasně vidět, že z 63 respondentů by uvítalo pomocnou fotografii s návodem celkem 70 % respondentů, v přepočtu 44 z oslovených a zbylých 19 tvořící 30 % nikoliv.

**Otázka č. 4: Byl by pro vás přiložený informační formulář přínosem?**



Zdroj: Vlastní zpracování

**Obr. 5 Přínos formuláře**



V další otázce bylo zjišťováno, zda by přiložený informační formulář byl pro respondenty přínosem. Na obrázku č. 5 lze vidět, že celkem 56 respondentů odpovědělo ano, byl by pro ně přínosem. Pro zbylých 7 respondentů by tento formulář přínos nebyl.

**Otázka č. 5: Je podle vás přiložený formulář obsahově (požadované informace) dostačující? Jakou kolonku či informaci byste případně uvítali?**

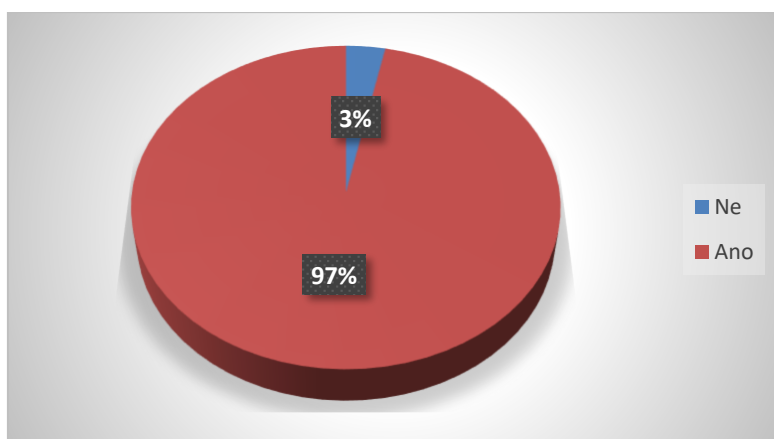
**Tab. 1 Počet odpovědí**

Počet	Procenta
20x ano	63%
7x připomínka	37%

Zdroj: (Vlastní zpracování)

V otázce č. 5 byli respondenti tázáni, zda je přiložený formulář obsahově dostačující, případně pokud nikoliv, mohou svůj poznatek napsat. Na tuto otázku odpovědělo celkem pouze 27 z dotazovaných. Z tabulky č. 1 lze vyčíst, že 20 respondentů bylo spokojeno a neměli žádnou připomínku. Zbylých 10 respondentů se podělilo o svůj poznatek, kterou informaci navíc by ve formuláři uvítali.

**Otázka č. 6: Vyhovuje vám podoba (například struktura, uživatelská přívětivost) přiloženého formuláře?**



Zdroj: Vlastní zpracování

**Obr. 6 Podoba formuláře**

V otázce č. 6 respondenti odpovídali, zda je pro ně podoba, jako je struktura či přívětivost přiloženého informačního formuláře vyhovující. Na obrázku č. 6 je jednoznačně vidět, že pro 89 % oslovených respondentů, v přepočtu 56 dotázaných by podoba formuláře vyhovovala a 11 % tvořící 7 respondentů formuláři nikoliv.

### **Otázka č. 7: Jaká doba je pro vás časově přijatelná pro vyřízení dotazu?**

*Tab. 2 Průměrná doba vyřízení*

Počet dní	Počet respondentů	Procenta
14-30	14	29,8%
10-14	6	12,8%
1-7	27	57,4%

Zdroj: (Vlastní zpracování)

V otázce č. 7 respondenti odpovídali na otázku, jaký časový horizont by jim s vyřízením dotazu vyhovoval. Adresáti odpovídali různorodě. Proto byly ze získaných odpovědí vytvořeny celkem tři časové horizonty. Z výsledků tabulky č. 2 je patrné, že nejvíce a to 57,4 % odpovědí by uvítalo vyřízení dotazu do jednoho týdne. 12,8 % respondentů by se spokojili s vyřízením dotazu v časovém rozmezí 10 až 14 dnů. A zbylým 29,8 % respondentům stačí na vyřízení časový úsek mezi 14 až 30 dny.

## **4.5 Komunikační analýza výsledků**

Jménem archivu ŠKODA AUTO a.s v Mladé Boleslavi proběhlo v předešlé kapitole dotazníkové šetření, které bylo následně vyhodnoceno. Veškeré odpovědi respondentů byly vyobrazeny graficky v podobě výsečových grafů a jednotlivě slovně okomentovány. Nadále se v této kapitole dílčí výsledky posoudí a navrhne doporučení.

V dotazníkovém šetření bylo tázano celkem 190 respondentů na téma spokojenosti služeb archivu společnosti. Celková návratnost činila 34 %, tj. 64 respondentů dotazník vyplnilo. Nadále byli dotazováni, zda by byl zájem o možný nástroj (formulář), který by zmíněnou komunikaci zefektivnil.

V první otázce dotazníkového šetření bylo zjištěno, že 83 % respondentů (celkem odpovědělo na tuto otázku 63 adresátů ze 190 tázaných) bylo spokojeno s rychlostí

vyřízení jejich dotazu. Dále 90 % respondentů by uvítalo pomocný formulář, který by měl za úkol informovat žadatele o veškerých potřebných informacích, které jsou nezbytné podat archivářům pro vyřízení jejich dotazu. Na základě tohoto výsledku, se statistická hypotéza potvrdila a autor může říci, že by o tento formulář umístěný na webových stránkách archivu společnosti ŠA byl zájem a je zde možné řešení urychlení komunikace se zákazníky. A to i přes skutečnost, že žadatele tvoří spíše starší věková skupina, která nemusí mít vždy gramotní znalosti v oblasti Internetu. U konkrétních okének formuláře, kde musí žadatelé vyplnit potřebné číslo motoru, podvozku, karoserie apod., by podle výsledků uvítalo 70 % zúčastněných respondentů fotografii s návodem, kde daný identifikátor najít. U zbylých 30 % oslovených se předpokládá, že mají více technických znalostí a vědí, kde se dané identifikátory nachází. Archiváři se ale musí snažit anulovat veškeré nejasnosti a proto daný návod pokládá za důležitý a zcela určitě se ve formuláři bude v budoucnu objevovat.

Informační formulář by byl pro 89 % zúčastněných přínosem. Jedná se tedy o další téměř zcela jednoznačný důvod, proč implementovat formulář do podvědomí potencionálních či stávajících žadatelů a zefektivnit celý proces vyřizování dotazů. Na otázku, zda je formulář obsahově dostačující, odpovědělo však pouze 27 respondentů z 64 zúčastněných. Tato odpověď byla otevřená a dobrovolná. Aby nedocházelo k nátlaku na adresáty, bylo umožněno odeslat dotazník bez vyplnění všech odpovědí. Jeden z důvodů, proč nejspíše neodpovídali všichni zúčastnění dotazníku byl ten, že zkrátka respondenti neměli k formuláři žádnou připomínku, a tak nechali toto políčko prázdné. Dle získaných psaných odpovědí je 20 respondentů spokojeno s obsahem dotazníku. Zbylých 7 odpovědí směřovalo pro vytvoření speciálního okénka pro rok výroby vozu. Tato informace však bývá zřejmá z uvedení předešlých identifikátorů, jakými jsou například č. motoru či karoserie apod. Není však vyloučené, že se v budoucnu toto speciální okénko pro rok výroby vozidla nepřidá. Autor se může pouze domnívat, proč zbylých 37 respondentů, kteří si tuto otázku přečetli a neodpověděli. Možná bylo zbytečné odpovídat, jelikož byl pro ně obsahově dostačující a nebyl tak důvod psát připomínku. Důvod mohl mít každý svůj, proč tuto odpověď vynechal. Podoba formuláře, která je velmi důležitá pro orientaci, přehlednost a zároveň jednoduchost vyhovuje celkem 60 respondentům z 62 odpovídajících. Tvoří tak 97 % souhlasících

s možnou finální podobou formuláře. Z těchto výsledků je patrné, že výsledný formulář na webových stránkách společnosti bude mít v budoucnu obdobnou podobu.

Z výsledků dotazníkového šetření bylo vyzorováno, že nejpříjemnější doba pro vyřízení dotazu je pro 57 % odpovídajících respondentů do jednoho týdne, respektive 1 – 7 dní. Jiných 12,8 % respondentů se spokojí s delším časovým úsekem, a to v rozmezí 10 – 14 dnů. O něco více respondentů přesněji 29,8 % je méně náročných a nevadilo by jim získat odpovědi dokonce až do jednoho měsíce. Tyto rozdílné výsledky však mohou být zapříčiněny důvod dotazu žadatele. Pokud se jedná o urgentní žádost, například o ověření vozu před koupí či prodejem, ve kterém rozhoduje čas, je zcela zřejmé, že se na vyřízení dotazu bude apelovat mnohem více, než například u dotazu nadšence a majitele veterána z důvodu opravy vozu.

## 5 Vyhodnocení a návrh doporučení pro praxi

Na základě vyhodnocení odpovědí dotazníkového šetření, bylo navrženo archivu společnosti ŠKODA AUTO a.s. doporučení, které vede k zefektivnění a zkvalitňování služeb archivářů především v oblasti komunikace se žadateli.

Ze získaných dat od dotazovaných respondentů lze zcela jistě usoudit, že přibližně 90 % dotazovaných žadatelů by uvítalo pomocný formulář. Doposud bylo 83 % z oslovených respondentů s rychlostí vyřízení jejich dotazu spokojeno. Po zavedení pomocného formuláře, lze z těchto výsledků odhadnout, že spokojenost zákazníků se ještě zvýší a doba získání odpovědí se naopak zkrátí. Zaměstnanci archivu ŠA by tak zvládli vyřizovat více dotazů a byl by také větší prostor pro zefektivnění ostatní práce.

Na základě tohoto vyhodnocení bylo doporučeno, dostat nový pomocný formulář do povědomí interních zaměstnanců a mimo jiné také ostatních externích žadatelů. Jednou z možností, jak tuto informaci dostat k žadatelům, je zdůraznit tuto novinku na webových stránkách archivu společnosti. Zaměstnanci archivu by také mohli informovat potenciální žadatele na zaměstnaneckém portále ŠKODA Space. Například příspěvkem, kde budou stručně představeny služby archivářů, společně s příchodem nového formulářem, který je nyní k dispozici pro snadnější komunikaci.

S těmito doporučeními souvisí i možné zvýšení počtu žádostí. Díky publikaci je patrné zvýšení zájmu veřejnosti s cílem získat jakékoliv informace, například o svém veteránu. Mnoho majitelů historických vozů značky ŠKODA si ani není vědoma toho, že se vůbec nabízí nějaká možnost zjistit podrobné informace o jejich voze. Tehdejší doba nenabízela možnost zjišťovat, evidovat či jakkoliv ukládat informace o vyrobených vozech na internet nebo jiné soukromé servery, které jsou později dostupné všem, kteří mají na dané síti přístup. Jako například autorizované servisy vozidel a jiné servisní střediska. Dříve žádný internet ani jiné platformy na sdílení informací o vozidlech neexistovaly. Proto všechny podrobnější informace se o dnes už veteránech v tehdejších dobách evidovaly do ručně psaných knih. Tyto jednotlivé knihy evidence existují pouze v jedné originální kopii, do kterých je možné po domluvě s archiváři nahlédnout nebo se jen na tyto informace dotázat zapomocí e – mailového kontaktu. V současnosti se tyto knihy nachází se pouze na jednom jediném místě, v archivu ŠKODA AUTO a.s. v Mladé Boleslavi. Proto dalším

z návrhů, jak tyto služby dostat více mezi veřejnost, je zveřejnění a ukotvení těchto nabízených služeb na hlavní internetové stránky archivu ŠKODA AUTO a.s. Dále aby bylo podotknuto, že veškeré nabízené služby archivářů ohledně zjišťování historických informací jsou zcela zdarma, vyjma vystavování různých certifikátů. Nadále bylo doporučeno tyto služby sdílet také s návštěvníky ŠKODA Muzea, do kterého zavítají nejen nadšenci ale i majitelé vozů značky ŠKODA. Například v podobě malého jednostránkového letáku, který by mohl být dostupný u recepce nebo v místech pro ostatní prospekty.

Jako další návrh bylo doporučeno zvážit, zda se nenabízí vytvořit předvyplněné formuláře také pro ostatní činnosti archivu. Například služby poskytované různým žurnalistům a jiným podobným médiím, kdy požadují různé prospekty, dobové reklamní spoty či jiné archiválie, které chtějí použít ve své práci. Zde by mohl být také použit formulář s předpřipravenými kolonkami, pro vyplnění nutných dodatečných náležitostí. Především pro jakou akci, příležitost nebo články jsou požadované informace potřeba. V jak vysoké kvalitě je potřeba je poskytnout a také časový horizont pro vyřízení podnětu. S nejen těmito dodatečnými sounáležitostmi se archiváři potýkají a musí se zpětně znovu obracet na žadatele a chtít po nich znát okolnosti a hlavní důvod dotazu. Mnoho archiválií, prospektů či fotografií podléhá stále autorským právům. Je proto třeba být neustále obezřetní komu a jaké informace jsou poskytovány. Dodatečné zjišťování může být tak mnohdy nepříjemné pro obě strany, především z hlediska času.

Výsledky průzkumu ukázaly místo pro potencionální zlepšení práce a služeb archivu ŠKODA a.s. Nabízí se zde možné řešení a byla by škoda jej nevyužít a nepřinést tak časový prospěch nejen zaměstnancům archivu, ale především také zákazníkům.

## 6 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo navrhnout zefektivnění a urychlení komunikace mezi žadatelem a poskytovatelem služeb archiv ŠKODA AUTO a.s., dále bylo cílem práce analyzovat pomocí dotazníkového šetření zájem žadatelů o možné zlepšení komunikace.

V teoretické části byla představena historie společnosti ŠKODA AUTO a.s. V druhé kapitole bylo popsáno představení archivu z hlediska postavení ve společnosti. Jako další bod byly popsány hlavní pojmy fungování archivu. Ke konci teoretické části byla představena činnost archivářů a její problematika.

Druhá část bakalářské práce se zaměřila na praktickou část. V této části byla čtenáři představena analýza komunikace ve vztahu žadatele a archivem a následném jejím rozdělení. V praktické části bylo k analýze použito dotazníkové šetření, kde byly respondenti vystaveni sedmi otázkám. Adresáti odpovídali na otázky, zaměřené na jejich předešlé zkušenosti s komunikací archivu ŠA a zda by měli zájem o zkvalitnění využívaných služeb. Autor tak získal z dotazníkového šetření kvantitativní data, která promítl do grafů s jejich popisem. Z výsledků vyplynulo, že respondenti byli v minulosti s činnostmi archivu spokojeni, avšak s poznámkou na dobu trvání celé konverzace. Z výsledků byl tak zcela jednoznačný zájem o formulář, který by celý tento proces urychlil. V závěru práce bylo navrženo doporučení, které by mohlo komunikaci zcela jistě urychlit a také jak nadále tento návrh rozvíjet.

ŠKODA AUTO a.s. si uvědomuje své postavení na trhu v České republice. Společnost tak klade důležitost na snahu své služby neustále zkvalitňovat a zlepšovat pro spokojenost svých zákazníků. Výsledky dotazníkového šetření ukázaly, o jaké zdokonalení služeb mají klienti zájem a zároveň, jak jsou se současnou situací spokojeni.

## Seznam literatury

- ADAIR, John Eric. *Efektivní komunikace: 6. vydání*. Praha: Alfa Publishing, 2004. Management (Alfa Publishing). ISBN 80-868-5110-9
- Co je archiv. Česká archivní společnost [online]. Praha: Česká archivní společnost, 2018 [cit. 2021-11-27]. Dostupné z: <http://cesarch.cz/archivnictvi/co-je-archiv/>
- DEVITO, Joseph A. *Základy mezilidské komunikace: 6. vydání*. Praha: Grada, 2008. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2018-0.
- DILHOFOVÁ, Adéla, ed. ODBORNÁ KOMUNIKACE SE ČTENÁŘI, UŽIVATELI A ZÁKAZNÍKY V KNIHOVNÁCH [online]. In.: 2018 [cit. 2021-11-29]. Dostupné z: [https://www.mzk.cz/sites/mzk.cz/files/souboryMZK/odborna\\_komunikace\\_rk.pdf](https://www.mzk.cz/sites/mzk.cz/files/souboryMZK/odborna_komunikace_rk.pdf)
- Dlouhodobá archivace digitálních dokumentů. 4. 2000. ISSN 1212-5075
- KOŽÍŠEK, Petr a Jan KRÁLÍK. L & K - Škoda 1895-1995. Praha: Motorpress, 1995. ISBN 80-901749-1-4.
- KOŽÍŠEK, Petr a Jan KRÁLÍK. L & K - Škoda 1895-1995. Praha: Motorpress, 1995. ISBN 80-901749-3-0
- NAVARRO, Joe. The Dictionary of Body Language: A Field Guide to Human Behavior. Velká Británie: HarperCollins, 2018. ISBN 9780062846860.
- [online]. [cit. 2021-11-29]. Dostupné z: <https://skodaskoda.estranky.cz/clanky/historie-spolecnosti.html>
- [online]. [cit. 2021-11-29]. Dostupné z: <https://museum.skoda-auto.cz/zakladni-informace/archiv-spolecnosti>
- ŠKODA AUTO a.s. Interní dokumentace: Archiv společnosti činnosti 2014. Mladá Boleslav: ŠKODA AUTO a.s., 2014
- ŠKODA AUTO a.s. Interní dokumentace: Návrh strategie rozvoje a plán činnosti archivu společnosti. Mladá Boleslav: ŠKODA AUTO a.s., 2015
- VACEK, Zdeněk, Lukáš NACHTMANN, Michal VELEBNÝ a Vítězslav KODYM. Škoda Auto kronika. Mladá Boleslav: Škoda Auto, 2019. ISBN 978-80-88309-01-7.
- VACEK, Zdeněk, Lukáš NACHTMANN, Michal VELEBNÝ a Vítězslav KODYM. Škoda Auto kronika. Mladá Boleslav: Škoda Auto, 2019. ISBN 978-80-88309-03-1.



VOJTÁŠEK, Filip, ed. Dlouhodobá archivace digitálních dokumentů [online]. In.: 2000 [cit. 2021-11-29]. Dostupné z: <https://ikaros.cz/dlouhodobá-archivace-digitalnich-dokumentu>

VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace: 6. vydání*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2009. Management (Alfa Publishing). ISBN 978-80-7367-387-1.

## Seznam obrázků a tabulek

### Seznam obrázků

Obr. 1 Komunikační šum.....	15
Obr. 2 Spokojenost vyřízení dotazu.....	21
Obr. 3 Uvítání formuláře.....	22
Obr. 4 Fotografie s návodem .....	23
Obr. 5 Přínos formuláře.....	23
Obr. 6 Podoba formuláře.....	24

### Seznam tabulek

Tab. 1 Počet odpovědí .....	24
Tab. 2 Průměrná doba vyřízení .....	25

## **Seznam příloh**

Příloha 1 Průzkum spokojenosti se službami Archivu ŠKODA AUTO a.s. ....	35
Příloha 2 Formulář.....	37

## **Příloha 1 Průzkum spokojenosti se službami Archivu ŠKODA AUTO a.s.**

1. Byli jste v minulosti spokojeni s rychlostí vyřízení vašeho dotazu?

- Ano
- Ne

2. Uvítali by jste informační formulář, který by zrychlil komunikaci mezi vámi žadateli a námi Archiv ŠKODA AUTO?

- Ano
- Ne

3. Pomohlo by vám, kdyby u daných okének informačního formuláře, ve kterém by jsme po vás chtěli (č. motoru, č. karoserie, č. podvozku apod.) byla přiložena fotografie s návodem, kde daný identifikátor na voze najít?

- Ano
- Ne

4. Byl by pro vás přiložený informační formulář přínosem?

- Ano
- Ne

5. Je podle vás přiložený formulář obsahově (požadované informace) dostačující? Jakou kolonku či informaci by jste případně uvítali?

- Otevřená odpověď

6. Vyhovuje vám podoba (například struktura, uživatelská přívětivost) přiloženého formuláře?

- Ano
- Ne

7. Jaká doba je pro vás časově přijatelná pro vyřízení dotazu?

- otevřená odpověď

## Příloha 2 Formulář

**Vítejte, děkujeme za Váš zájem.  
Tento formulář slouží k urychlení  
a zjednodušení komunikace  
s námi.**



**ŠKODA**  
SIMPLY CLEVER

Popis žádosti/důvodu

č. Motoru + fotografie



č. Karoserie + fotografie



č. Podvozku + fotografie



Doplňkové fotografie vozu (exteriér + interiér)



Poznámky (kontakt, adresa, email)

## ANOTAČNÍ ZÁZNAM

<b>AUTOR</b>	Roman Mementovský		
<b>STUDIJNÍ PROGRAM/OBOR/SPECIALIZACE</b>	6208R190 Podniková ekonomika a řízení lidských zdrojů		
<b>NÁZEV PRÁCE</b>	Komunikační kultura ve vztahu žadatele a poskytovatele služby archiv ŠKODA AUTO a.s.		
<b>VEDOUCÍ PRÁCE</b>	Mgr. Eva Švejdarová, Ph.D., M. A.		
<b>KATEDRA</b>	KRLZ - Katedra řízení lidských zdrojů	<b>ROK ODEVZDÁNÍ</b>	2021
<b>POČET STRAN</b>	37		
<b>POČET OBRÁZKŮ</b>	6		
<b>POČET TABULEK</b>	2		
<b>POČET PŘÍLOH</b>	2		
<b>STRUČNÝ POPIS</b>	<p>Tato bakalářská práce je zaměřená na komunikační kulturu ve vztahu žadatele a poskytovatele služeb archiv ŠKODA AUTO a.s. Cílem této práce je přiblížení problematiky komunikace mezi žadatelem a poskytovatelem služeb archivářů ŠKODA AUTO a.s. a navrhnout zefektivnění a urychlení komunikace mezi nimi. Teoretická část obsahuje výklad historie společnosti, postavení archivu ŠKODA AUTO a.s., archivace, digitalizace a komunikace. V praktické části je přehled analýzy komunikace archivu se žadatelem v praxi, metodika sběru dat pro dotazníkové šetření, které se týká spokojenosti se službami archivu ŠKODA AUTO a.s. Následně vlastní zhodnocení a doporučení návrhu řešení na zkvalitnění služeb, které vyplynulo z výsledků dotazníkového šetření.</p>		
<b>KLÍČOVÁ SLOVA</b>	řízení lidských zdrojů, digitalizace, archivace, komunikace, ŠKODA AUTO a.s.		

## ANNOTATION

<b>AUTHOR</b>	Roman Mementovský		
<b>FIELD</b>	6208R190 Business Administration and Human Resources Management		
<b>THESIS TITLE</b>	Communication culture in the relationship between the applicant and the service provider archive ŠKODA AUTO a.s.		
<b>SUPERVISOR</b>	Mgr. Eva Švejdarová, Ph.D., M. A.		
<b>DEPARTMENT</b>	KRLZ - Department of Human Resources Management	<b>YEAR</b>	2021
<b>NUMBER OF PAGES</b>	37		
<b>NUMBER OF PICTURES</b>	6		
<b>NUMBER OF TABLES</b>	2		
<b>NUMBER OF APPENDICES</b>	2		
<b>SUMMARY</b>	<p>This bachelor thesis is focused on the communication culture in the relationship between the applicant and the service provider archive ŠKODA AUTO a.s. The aim of this work is to approach the issue of communication between applicants and the provider of archivists ŠKODA AUTO a.s. and to propose streamlining and speeding up communication between them. The theoretical part contains an explanation of the company's history, the position of the ŠKODA AUTO a.s. archive, archiving, digitization and communication. The practical part is an overview of the analysis of the archive communication with applicants in practice, the methodology of data collection for the questionnaire survey, which concerns satisfaction with the services of the archive ŠKODA AUTO a.s. Subsequently, the own evaluation and recommendation of the proposed solution for improving the services, which resulted from the results of the questionnaire survey.</p>		
<b>KEY WORDS</b>	human resources management, digitization, archiving, communication, ŠKODA AUTO a.s.		