

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra systémového inženýrství**



## **Bakalářská práce**

**Business analýza Finančního portálu NEW ve  
společnosti Škoda Auto a.s.**

**Jakub Pavlík**

**© 2024 ČZU v Praze**



# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jakub Pavlík

Ekonomika a management

Název práce

**Business analýza Finančního portálu NEW ve společnosti Škoda Auto a.s.**

Název anglicky

**Business analysis of Financial Portal NEW in Škoda Auto a.s.**

---

### Cíle práce

Cílem bakalářské práce je provedení business analýzy ex-post pro SW nástroj Finanční portál NEW ve společnosti Škoda Auto a.s. Dílčím cílem je identifikace zainteresovaných stran, struktur, aktivit a entit do UML diagramů, dále identifikace a sepsání systémových a funkčních požadavků.

### Metodika

Bakalářská práce bude vznikat v podobě části rešeršní a části vlastní práce. Rešeršní část vznikne na základě samostudia odborné literatury (odborné články recenzovaných periodik, knihy, online zdroje). Dílčí části rešeršní části budou tematicky doplňovat praktickou část. Vlastní část práce, část praktická, bude založena na provedené analýze (business analýza) stávajícího systému Finanční portál NEW ve společnosti Škoda Auto a.s. Vlastní výsledky práce budou sestávat z identifikace a zakreslení entit a komponent UML diagramů, sepsání systémových a funkčních požadavků. Součástí praktické části práce bude provedení identifikace slabých míst a omezení, věcná diskuze s odborníky z praxe (členové projektového týmu (vývoj a provoz portálu), uživatelé portálu).

### Doporučený rozsah práce

30 – 50 stran

### Klíčová slova

Softwarový projekt, business analýza, požadavky uživatelů, zainteresované strany, UML diagramy, Škoda Auto a. s., Finanční portál NEW, B2B

---

### Doporučené zdroje informací

AMBLER, Scott W. *The elements of UML 2.0 style*. Cambridge: Cambridge University Press, 2005. ISBN 0-521-61678-6.

BLAHA, Michael; RUMBAUGH, James. *Object-oriented modeling and design with UML*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2005. ISBN 0130159204.

BRUCKNER, Tomáš. *Tvorba informačních systémů : principy, metodiky, architektury*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4153-6.

Interní dokumentace projektu aplikace Finanční portál NEW. Škoda Auto a.s.

KERZNER, Harold. *Project management : a systems approach to planning, scheduling, and controlling*. Hoboken: Wiley, 2017. ISBN 978-1-119-16535-4.

ŘEPA, Václav. *Analýza a návrh informačních systémů*. Praha: Ekopress, 1999. ISBN 80-86119-13-0.

VRANA, Ivan; ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE. PROVOZNĚ EKONOMICKÁ FAKULTA. *Projecting of information systems with UML*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, Provozně ekonomická fakulta, 2009. ISBN 978-80-213-1976-9.

---

### Předběžný termín obhajoby

2023/24 LS – PEF

### Vedoucí práce

doc. Ing. Jan Bartoška, Ph.D.

### Garantující pracoviště

Katedra systémového inženýrství

Elektronicky schváleno dne 23. 11. 2023

**doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 23. 11. 2023

**doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 21. 02. 2024

---

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Business analýza Finančního portálu NEW ve společnosti Škoda Auto a.s." jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15.3.2024

---

## **Poděkování**

Rád bych touto cestou poděkoval vedoucímu mé bakalářské práce doc. Ing. Janu Bartoškovi, Ph.D. za jeho podporu a vedení během celého výzkumného procesu. Jeho odborné znalosti a cenné rady mi byly velkým přínosem a pomohly mi dosáhnout kvalitních výsledků. Také bych chtěl poděkovat celému týmu společnosti Škoda Auto a.s., za poskytnutou spolupráci při realizaci této práce.

# **Business analýza Finančního portálu NEW ve společnosti Škoda Auto a.s.**

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce zkoumá business analýzu Finančního portálu NEW ve společnosti Škoda Auto a.s., jednoho z předních výrobců automobilů. V kontextu rychlé digitalizace a technologického pokroku je finanční portál klíčovým prvkem v digitálním ekosystému společnosti, poskytujícím prostředky pro efektivní správu finančních toků, datovou analýzu a podporu strategických rozhodnutí.

Práce kombinuje teoretické koncepty z oblasti business analýzy, informačních systémů a finančního managementu s praktickým výzkumem aktuálního stavu Finančního portálu NEW. Cílem je identifikovat současné silné stránky a slabiny portálu, analyzovat uživatelské interakce a zhodnotit dostupné funkcionality. Výzkum bude identifikovat klíčové faktory ovlivňující efektivitu portálu.

**Klíčová slova:** Finanční portál NEW, Škoda Auto a.s., business analýza, automobilový průmysl, B2B, UML diagram, Informační systém

# **Business analysis of Financial portal NEW in Škoda Auto a.s.**

## **Abstract**

This bachelor thesis examines the business analysis of the Financial Portal NEW in Škoda Auto a.s., one of the leading car manufacturers. In the context of rapid digitization and technological advancements, the financial portal is a key element in the company's digital ecosystem, providing the means to effectively manage cash flows, analyse data, and support strategic decisions.

The thesis combines theoretical concepts from the field of business analysis, information systems and financial management with practical research of the current state of the NEW Financial Portal. The aim is to identify the current strengths and weaknesses of the portal, analyse user interactions and evaluate the available functionalities. The research will identify the key factors influencing the effectiveness of the portal.

**Keywords:** Financial portal NEW, Škoda Auto a.s., business analysis, Automotive, B2B, UML diagram, Information system



# Obsah

<b>1.</b>	<b>ÚVOD .....</b>	<b>11</b>
<b>2.</b>	<b>CÍL PRÁCE A METODIKA.....</b>	<b>12</b>
2.1	CÍL PRÁCE .....	12
2.2	METODIKA.....	12
<b>3.</b>	<b>TEORETICKÁ ČÁST .....</b>	<b>14</b>
3.1	UML .....	15
3.1.1	<i>Model a diagram.....</i>	<i>16</i>
3.1.2	<i>Diagram tříd.....</i>	<i>17</i>
3.1.3	<i>Objektový diagram.....</i>	<i>18</i>
3.1.4	<i>Diagram komponent.....</i>	<i>19</i>
3.1.5	<i>Diagram nasazení .....</i>	<i>19</i>
3.1.6	<i>Sekvenční diagram .....</i>	<i>19</i>
3.1.7	<i>Diagram aktivit .....</i>	<i>20</i>
3.1.8	<i>Diagram spolupráce.....</i>	<i>20</i>
3.1.9	<i>USE CASE modely .....</i>	<i>20</i>
3.2	ANALÝZA BUSINESS MODELU.....	22
3.2.1	<i>Porterova analýza .....</i>	<i>24</i>
3.2.2	<i>SWOT analýza .....</i>	<i>26</i>
3.2.3	<i>PEST analýza .....</i>	<i>27</i>
<b>4.</b>	<b>VLASTNÍ ANALYTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>30</b>
4.1	EX-POST ANALÝZA.....	30
4.2	ZÁKLADNÍ INFORMACE O VYBRANÉ SPOLEČNOSTI ŠKODA AUTO A.S.....	30
4.2.1	<i>B2B portál .....</i>	<i>30</i>
4.2.2	<i>Finanční portál NEW .....</i>	<i>30</i>
4.2.3	<i>Identifikace zainteresovaných stran.....</i>	<i>31</i>
4.2.4	<i>Oprávnění pro partnery v aplikaci Finanční portál NEW.....</i>	<i>33</i>
4.2.5	<i>Oprávnění pro zaměstnance Škoda Auto a.s.....</i>	<i>34</i>
4.3	DŮLEŽITÉ FUNKČNÍ PRVKY.....	35
4.3.1	<i>Fakturace .....</i>	<i>36</i>
4.3.2	<i>Platby .....</i>	<i>37</i>
4.3.3	<i>Komunikace přes aplikaci.....</i>	<i>37</i>
4.3.4	<i>Správa kmenových dat.....</i>	<i>38</i>
4.3.5	<i>Změna bankovního spojení .....</i>	<i>38</i>
<b>5.</b>	<b>VÝSLEDKY A DISKUSE.....</b>	<b>39</b>
5.1	VÝSLEDEK.....	39
5.1.1	<i>Vývojový diagram aplikace .....</i>	<i>39</i>
5.1.2	<i>Vývojový diagram z pohledu uživatele .....</i>	<i>41</i>
5.2	DISKUSE .....	42
5.2.1	<i>Slabé stránky diagramu .....</i>	<i>42</i>
5.2.2	<i>Slabé stránky z praxe .....</i>	<i>42</i>
5.2.3	<i>Návrh možných řešení.....</i>	<i>43</i>
<b>6.</b>	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>44</b>
<b>7.</b>	<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....</b>	<b>45</b>
<b>8.</b>	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK, GRAFŮ A ZKRATEK .....</b>	<b>47</b>
8.1	SEZNAM OBRÁZKŮ .....	47



# 1. Úvod

V dnešní době, kdy digitalizace a technický pokrok formují podnikatelské prostředí, se společnosti stávají stále více závislými na informačních technologiích. Škoda Auto a.s., jako přední automobilový výrobce s bohatou historií, není výjimkou. S rozvojem digitálních nástrojů a online platformem se společnosti zaměřují na poskytování efektivních řešení pro své zaměstnance i zákazníky.

Tato bakalářská práce se zaměřuje na business analýzu Finančního portálu NEW ve společnosti Škoda Auto a.s. Tento portál představuje klíčový prvek v digitálním ekosystému společnosti, který umožňuje efektivní správu finančních toků, analýzu dat a podporu strategických rozhodnutí. Cílem této práce je prostřednictvím analýzy zhodnotit současný stav finančního portálu, identifikovat případné oblasti zlepšení a navrhnout konkrétní doporučení pro optimalizaci jeho funkcionalit.

Práce se bude také opírat o kombinaci teoretických konceptů z oblasti business analýzy, informačních systémů a finančního managementu. Kromě toho je proveden důkladný průzkum aktuálního stavu Finančního portálu NEW, včetně interakcí uživatelů, dostupných funkcí a výkonu systému. Na základě získaných poznatků jsou identifikovány klíčové faktory ovlivňující efektivitu finančního portálu.

Finanční portál NEW ve společnosti Škoda Auto mě zaujal svou důležitostí v digitálním ekosystému společnosti. Považuji ho za klíčový prvek, který může mít významný dopad na efektivitu firemních operací. Proto mě zajímá provést hloubkovou analýzu tohoto portálu a identifikovat případné oblasti, kde lze jeho funkcionality vylepšit. Práce může přinést hodnotné poznatky nejen pro společnost Škoda Auto a.s., ale i pro širší oblast digitálního řízení a business analýzy. Bude to příležitost nejen pro hlubší porozumění fungování, ale také pro rozvoj analytických schopností a dovedností v oblasti finančního managementu.

## 2. Cíl práce a metodika

### 2.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce je provést komplexní analýzu fungování softwarového nástroje finančního portálu NEW v prostředí společnosti Škoda Auto a.s. Tato analýza bude prováděna z pohledu ex-post, což znamená, posouzení již existujícího stavu a efektivity používaného systému.

Tato analýza se soustředí především na identifikaci a popsání zainteresovaných stran, tj. subjektů, které jsou přímo či nepřímo spojeny s provozem finančního portálu NEW. Dále se práce zaměřuje na identifikaci klíčových struktur, aktivit a entit, které jsou součástí tohoto softwarového systému. Tyto prvky jsou podrobně zaznamenány a graficky znázorněny pomocí UML diagramů (*Unified Modeling Language*, dále jen UML), což pomůže lépe porozumět celkové architektuře a fungování systému.

Jedním z dílčích cílů této práce je také důkladná analýza systémových požadavků pro Finanční portál NEW. To zahrnuje identifikaci jednotlivých požadavků na úrovni systému, jako je např. požadavek na bezpečnost dat, uživatelské rozhraní, integraci s dalšími systémy apod. Dalším bodem je identifikace funkčních požadavků, které definují, jakým způsobem by měl software reagovat na různé uživatelské vstupy a situace.

Celkovým cílem této práce je tedy poskytnout detailní a ucelený pohled na softwarový nástroj Finanční portál NEW ve společnosti Škoda Auto a. s. prostřednictvím ex-post analýzy, s důrazem na identifikaci zainteresovaných stran, struktur, aktivit a entit pomocí UML diagramů a následnou analýzu systémových a funkčních požadavků.

### 2.2 Metodika

Metodika této odborné práce bude strukturována tak, aby poskytla ucelený přehled o zvoleném tématu, provedené analýze a dosažených výsledcích. V úvodní kapitole této práce bude poskytnut stručný přehled o zvoleném tématu, jeho zdůvodnění a stanovené cíle. První část teoretického rámce bude zaměřená na vysvětlení konceptů informačních systémů (IS), Unified Modeling Language (UML) a business analýzy (BA). Budou diskutovány klíčové role těchto prvků v kontextu podnikových prostředí a jejich přínosy. Dále se práce zaměří na druhy BA, kde je představena metodologie analýzy a návrhu informačních systémů, jak je popsáno v literatuře ŘEPA (1999), VRANA a RYCHTA (2004), KEŘKOVSKÝ a

DRDLA (2003), KEŘKOVSKÝ a VYKYPĚL (2002), SEDLÁČKOVÁ (2000) a VRANA (2008).

Druhá část práce bude zaměřena na konkrétní případ Finančního portálu NEW ve společnosti Škoda Auto a.s. Bude provedena business analýza ex-post tohoto portálu a detailně budou zkoumány zainteresované strany zapojené do jeho provozu.

V empirické části práce bude provedena analýza společnosti Škoda Auto a.s. a její historický kontext, a dále se práce zaměří na význam finančního portálu pro společnost a jeho vliv na zainteresované strany.

V metodologické části práce bude podrobně popsána metoda, která bude použita při provedení business analýzy Finančního portálu NEW. Tato část bude obsahovat i konkrétní příklad této metodologie na aplikaci ve společnosti Škoda Auto a.s.

Závěrečná část bakalářské práce bude shrnovat klíčová zjištění a dosažené výsledky vzhledem k cílům stanoveným v úvodu. Bude poskytnuto hodnocení provedené analýzy a budou navrženy případné další kroky pro optimalizaci Finančního portálu NEW ve společnosti Škoda Auto a.s. V závěru práce bude uveden seznam použitých zdrojů a přílohy obsahující podrobnější materiály, které podporují argumentaci a názornost prezentovaných informací.

### 3. Teoretická část

Každá instituce potřebuje informační podporu pro spoustu svých činností. Vedení podniku si obvykle uvědomuje, že kombinace soudobé výpočetní a komunikační techniky umožňuje vytvořit velmi silný prostředek pro práci podniku od administrativní činnosti až po řídicí. Velmi intuitivně cítí, že je možné získat v konkurenčním prostředí strategickou výhodu úspěšným a včasným zavedením informačního systému a že v opačném případě je nutné se smířit se zaostáváním.<sup>1</sup>

Fungující informační systém (dále jako IS) není základním posláním podniku, tímto posláním je kvalitní výroba a služby. Informační systém je cílově určen nejen pro referenty, ale především pro řídicí pracovníky všech úrovní. Všem těmto kategoriím poskytuje informace a učí je pracovat s informacemi.<sup>2</sup>

Úspěch procesu vývoje informačního systému je přímo závislý nejenom na porozumění obsahu prací v jednotlivých fázích a krocích, ale z celé své jedné poloviny i na způsobu řízení tohoto procesu. Vývoj informačního systému, či jeho části, je vždy projektem. Jedná se o akci se zjevně definovatelným cílem, časově omezeným a neopakovatelným a se zjevně stanoveným omezeným rozpočtem a se striktními požadavky na kvalitu. Z hlediska uživatele je nepřijatelné si představovat vývoj IS jako nějakou permanentní a nikdy neukončenou rutinní činnost s nejistým výsledkem – vždy musí být zřetelný okamžik, od kterého bude informační systém sloužit a musí být záruka, že skutečně sloužit bude. To jsou všechno aspekty, které je nutno v postupu projektu řídit.<sup>3</sup>

Řízení projektu je do jisté míry samostatným oborem. U každého projektu lze vidět obecně tentýž základní životní cyklus:

1. příprava a naplánování projektu,
2. zahájení a operativní řízení postupu projektu,
3. ukončení projektu.<sup>4</sup>

Obdobná účast metodiky vývoje IS, jako při plánování projektu, je zapotřebí i v samotném postupu projektu, a to při všech změnách plánu v důsledku ošetření mimořádné situace. Zde je postup projektu chápán jako posloupnost mimořádných situací, jinými

---

<sup>1</sup> VRANA Ivan, RICHTA Karel. Zásady a postupy při zavádění Informačních systémů. Grada Publishing, 2004, str. 13

<sup>2</sup> FLIDR Jiří, HRUBÝ Jiří, Propojení výroby a informačních systémů v praxi. Grada Publishing, 2023, str. 260

<sup>3</sup> ŘEPA Václav, Analýza a návrh informačních systémů. EKOPRESS, 1999, str. 19

<sup>4</sup> ŘEPA Václav, Analýza a návrh informačních systémů. EKOPRESS, 1999, str. 19

slovy – kdyby projekt běžel přesně tak, jak byl na počátku plánován, nebude třeba se zabývat věcným obsahem prací, pouze sledovat jejich formální náležitosti. Pochopitelně, tak to v praxi není, neboť prakticky všechny věcné parametry projektu se v průběhu mění, ani naplánování projektu zpravidla nemůže být dostatečně dokonalé. Výsledkem ošetření mimořádné situace bude vždy požadavek na změny v plánu projektu, jejichž uskutečnění vyžaduje příslušné znalosti z oblasti metodiky vývoje IS (věcné a metodické náležitosti postupu projektu).<sup>5</sup>

Obecně mezi základní a nejdůležitější přínosy zavedení metodiky tvorby informačních systémů patří především zvýšení kvality vyvíjených informačních systémů, a tudíž i zvýšení konkurenceschopnosti firmy na trhu.<sup>6</sup>

Bezpečnost informačního systému je důležitou součástí jeho konceptu a vývoje. Význam kvalitního zabezpečení informačního systému stále roste. Je nezbytné nahlížet na bezpečnost komplexně a snažit se o zabezpečení informačního systému dané firmy nebo instituce ve všech částech a na všech jeho rozhraních.<sup>7</sup>

### 3.1 UML

UML je standardizovaný jazyk pro vizualizaci, specifikaci, konstrukci a dokumentaci softwarových systémů a jejich částí. Unifikovaný jazyk UML je soubor artefaktů systémů s převážně softwarovou charakteristikou, byť se na tyto systémy neomezuje. UML poskytuje soubor notací a pravidel, které umožňují tvorbu diagramů a modelů, jež usnadňují porozumění architektuře, chování a interakcím v rámci softwarového systému.<sup>8</sup>

Jazyk UML byl navržen proto, aby spojil dosavadní postupy modelovacích technik a softwarového inženýrství. Velmi brzo po svém představení byl UML akceptován drtivou většinou výrobců modelovacích nástrojů.<sup>9</sup>

Dokumentace informačního systému by se neměla skládat pouze z textů. Proto ani dokumentace v UML se nemusí a neměla by se skládat pouze z textů. Ze základních lexikálních elementů lze vytvářet dvourozměrné diagramy, rozmístí-li se na ploše určitá sada

---

<sup>5</sup> ŘEPA Václav, Analýza a návrh informačních systémů. EKOPRESS, 1999, str. 22

<sup>6</sup> ŘEPA Václav, Analýza a návrh informačních systémů. EKOPRESS, 1999, str. 31

<sup>7</sup> TVRDÍKOVÁ Milena, ŽID Norbert, Aplikace moderních informačních technologií v řízení firmy. Grada Publishing, 2008, str.155

<sup>8</sup> VRANA Ivan, Projektování informačních systémů s UML, Reprografické studio PEF ČZU v Praze, 2010, str. 72

<sup>9</sup> VRANA Ivan, RICHTA Karel. Zásady a postupy při zavádění Informačních systémů. Grada Publishing, 2004, str. 83

elementů s vhodně propojenými spojnicemi. Pro vyjádření některého smysluplného pohledu na modelovaný systém je definován typ diagramu.<sup>10</sup>

Standardní sémantiku UML je možno doplnit standardními omezeními, která umožňují různou interpretaci elementů. Existují tři typy standardních omezení:

- příznaky – umožňují přikládat k prvku diagramu nebo k diagramu jako takovému další informace ve formě dvojice,
- stereotypy – klasifikují elementy diagramů a tím vytvoří další sémantiku. Zapisují se jako klíčová slova, mohou se případně zobrazit jako ikony, což se ovšem příliš nedoporučuje – porušuje to princip jednotnosti,
- omezení – specifikuje požadavky na sémantiku prvků – lze pomocí nich formulovat různá omezení v modelu. Zapisují se jako výraz uzavřený do složených závorek.<sup>11</sup>

### 3.1.1 Model a diagram

Modely UML mají alespoň dva rozměry – grafický, který umožňuje vizualizovat model prostřednictvím diagramů a symbolů (ikon) a textový, jenž se skládá ze specifikací různých elementů modelu. Specifikace jsou textovým popisem sémantiky jednotlivých elementů.<sup>12</sup>

Diagram není model, jsou to okna nebo pohledy na model. V tom je veliký rozdíl, protože předměty a relace lze z diagramu odstranit; lze je odstranit dokonce ze všech diagramů – ale v modelu mohou stále existovat. Ve skutečnosti v něm zůstanou až do té doby, dokud nebudou explicitně vymazány z modelu. Velmi častou chybou začínajících analytiků a návrhářů v UML je odstranění předmětu z diagramu, ale jeho ponechání v modelu.<sup>13</sup>

V UML je definováno devět typů diagramů rozdělených do dvou skupin podle toho, jestli zachycují dynamickou nebo statickou podstatu systému. Statický model zachycuje způsob, jakým na sebe objekty navzájem působí, aby bylo dosaženo požadovaného chování systémů.<sup>14</sup>

---

<sup>10</sup> VRANA Ivan, Zásady a postupy zavádění podnikových informačních systémů, Grada Publishing, 2004, str. 88

<sup>11</sup> VRANA Ivan, Zásady a postupy zavádění podnikových informačních systémů, Grada Publishing, 2004, str. 88

<sup>12</sup> ARLOW Jim, Ila Neudstadt, UML a unifikovaný proces vývoje aplikací, Computer Press, 2003, str. 12

<sup>13</sup> ARLOW Jim, Ila Neudstadt, UML a unifikovaný proces vývoje aplikací, Computer Press, 2003, str. 10

<sup>14</sup> VRANA Ivan, Zásady a postupy zavádění podnikových informačních systémů, Grada Publishing, 2004, str. 88



Statický model systému lze zachytit pomocí diagramů:

- a) diagram tříd,
- b) objektový diagram,
- c) diagram komponent,
- d) diagram nasazení.

Pro zachycení dynamického chování systému lze použít diagramy:

- a) diagram případů,
- b) sekvenční diagram,
- c) diagram spolupráce,
- d) stavový diagram,
- e) diagram aktivit.<sup>15</sup>

Použití diagramů v jednotlivých fázích vývoje (životního cyklu informačního systému) je dáno metodikou, ale orientačně lze říci, že v rámci analýzy se využívají diagramy tříd, model jednání, scénáře činnosti, stavové diagramy a diagramy aktivit. Pro fázi návrhu jsou typické diagramy tříd, diagramy spolupráce, diagramy aktivit, diagramy komponentů a diagramy nasazení. Ve fázi implementace jsou používány diagramy tříd, diagramy komponent a diagramy nasazení.<sup>16</sup>

### 3.1.2 Diagram tříd

Diagram tříd je grafem s uzly a hranami. Základními i stavebními prvky diagramu tříd jsou třídy objektů a vztahy mezi třídami. Diagram představují hrany grafu. Model dokumentuje statickou strukturu systému. Na počátku analýzy lze zachytit konceptuální datový model systému (model pojmů). Tento počáteční pohled ilustruje entity a vztahy indikované během analýzy.<sup>17</sup>

Skupiny objektů, které vykazují podobné charakteristiky (tj. podobnou datovou strukturu, operace a vztahy), lze považovat za abstraktní objekt – třídu objektů. Mezi objekty mohou existovat vztahy (asociace). V modelu tříd vztahy slouží pro vyznačení možného

---

<sup>15</sup> VRANA Ivan, Zásady a postupy zavádění podnikových informačních systémů, Grada Publishing, 2004, str. 88

<sup>16</sup> VRANA Ivan, Zásady a postupy zavádění podnikových informačních systémů, Grada Publishing, 2004, str. 88

<sup>17</sup> VRANA Ivan, Zásady a postupy zavádění podnikových informačních systémů, Grada Publishing, 2004, str. 91

vztahu mezi objekty – označení konce vztahu, která říká, jakou roli objekt ve vztahu hraje. Pro vyznačení kardinality a volitelnosti vztahu se používá stejná notace jako u atributu.<sup>18</sup>

Obrázek 1 - Jednoduchý diagram tříd



Zdroj<sup>19</sup>: vlastní zpracování dle: Zásady a postupy zavádění podnikových IS

Účelem diagramu tříd je zobrazení statický pohled na vyvíjený systém. Tj. zobrazit vnitřní objekty systému, vlastnosti těchto objektů a vztahy mezi objekty.<sup>20</sup>

Diagram tříd je nejsložitějším diagramem standardu UML. Dohromady obsahuje několik desítek různých pojmů, které mají uplatnění od analýzy až po popis na úrovni detailu softwarové implementace v nějakém konkrétním programovacím jazyce.<sup>21</sup>

### 3.1.3 Objektový diagram

Objekt podle klasické definice představuje pojem, abstrakci nebo entitu s jasně definovanými hranicemi a významem. Tato entita může být v podobě osoby, budovy, projektu, hry, myšlenky a podobně. Každý objekt vykazuje tři klíčové charakteristiky – identitu, stav a chování:

- stav objektu reprezentuje jednu z možných situací, ve které se může daný objekt nacházet. Tento stav je popsán okamžitým souborem hodnot jeho atributů, operací a vztahů s ostatními objekty. Stav může být dynamický a podléhat změnám, definovaným sadou sledovaných vlastností, jako jsou atributy, operace a vztahy,
- chování objektu určuje, jak reaguje na podněty a žádosti ostatních objektů. Zahrnuje vše, co daný objekt dokáže provádět. Implementace chování se realizuje pomocí sady operací, nazývaných metody,
- identita objektu znamená, že každý objekt je unikátní a odlišný od ostatních. Každý objekt představuje model konkrétního individua, nacházejícího se v určitém stavu,

<sup>18</sup> VRANA Ivan, Zásady a postupy zavádění podnikových informačních systémů, Grada Publishing, 2004, str. 90

<sup>19</sup> VRANA Ivan, Zásady a postupy zavádění podnikových informačních systémů, Grada Publishing, 2004, str. 92

<sup>20</sup> KAJZAR Dušan, POLÁŠEK Ivan, Projektování informačních systémů I. Slezská univerzita, Ústav informatiky, 2003, str. 97

<sup>21</sup> Objekty modelování, Merunka (2008, str. 45)

kteřý je charakterizován svými vlastnostmi, nazývanými atributy. V případě, že objekty sdílejí podobné vlastnosti, je možné je kategorizovat jako individua stejného typu. Příkladem může být každý student zaznamenaný v informačním systému, který je reprezentován objektem s atributy jako jméno, příjmení, datum narození, ročník studia, počet kreditů a další.<sup>22</sup>

### 3.1.4 Diagram komponent

Diagramy komponent vyjadřují (fyzickou) strukturu komponent systému. Popisují typy komponent, ze kterých se popisovaný objekt bude skládat. Instance komponent jsou uváděny v diagramech nasazení. Komponenty mohou být vnořeny do jiných komponent nebo do balíků. Při vyjadřování stavu mezi komponentami lze používat běžnou spojnicí pro vyjádření závislosti – tj. orientovanou, čárkovanou spojnicí. Často bývá tato spojnice označována stereotypem, který upřesňuje způsob závislosti.<sup>23</sup>

### 3.1.5 Diagram nasazení

Popisují fyzické rozmístění elementů systému na uzly výpočetního systému. Uzly a elementy jsou značeny obdobně jako objekty a třídy (může být uveden pouze typ, nebo konkrétní instance a typ – pak je použito podtržení). Popisují nutné vazby mezi uzly (případně též použitý protokol – „interface“). Obsahují pouze komponenty potřebné pro běh aplikace – komponenty potřebné pro překlad a sestavení jsou v diagramech komponent.<sup>24</sup>

### 3.1.6 Sekvenční diagram

Sekvenční diagram popisuje interakci mezi objekty vyjádřenou posloupností zasílání zpráv. Sekvenční diagram má dvě dimenze: horizontální představující jednotlivé objekty, vertikální pak čas plynoucí ve směru shora dolů. V sekvenčním diagramu je obvykle důležité pouze zachycení posloupnosti zasílaných zpráv, takže časová dimenze nemá vazbu na reálný čas a slouží pouze k určení pořadí.<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> VRANA Ivan, Zásady a postupy zavádění podnikových informačních systémů, Grada Publishing, 2004, str. 89

<sup>23</sup> VRANA Ivan, Zásady a postupy zavádění podnikových informačních systémů, Grada Publishing, 2004, str. 104

<sup>24</sup> VRANA Ivan, Zásady a postupy zavádění podnikových informačních systémů, Grada Publishing, 2004, str. 105

<sup>25</sup> ZELINKA Tomáš, SVÍTEK Miroslav, Telekomunikační řešení pro informační systémy síťových odvětví. Grada Publishing, 2009, str. 58

Účelem sekvenčního diagramu je popsat, jak spolu objekty komunikují v čase, jak objekt spolupracuje s jinými objekty ve svém okolí, identifikovat události (zprávy) vyměňované mezi objekty.<sup>26</sup>

### 3.1.7 Diagram aktivit

Diagramy aktivit jsou velmi užitečným nástrojem pro komunikaci mezi zadavatelem a řešitelem. Do jisté míry připomínají variantu stavových diagramů, kde můžeme navíc modelovat tzv. aktivity. Aktivita je synchronní – následný přechod k další aktivitě je vyvolán dokončením aktivity, zatímco ve stavu se čeká na vnější událost. Používají se pro dokumentaci případů použití (jako tzv. „workflow“). Nahrazují do určité míry v UML neexistující diagramy datových toků. Proti stavovým diagramům mohou navíc kromě akcí obsahovat ještě symbol „rozhodnutí“, kde je výběr přechodu vázán na přidruženou podmínku. S aktivitami často souvisí využívání či vytváření objektů. V diagramech aktivit je proto možno umístit objekty (obvykle se standardní ikonou) a propojit je s aktivitami orientovanou čárkovanou spojnicí. Orientace určuje, zda je objekt konzumován, či vytvářet. Například jedním z produktů aktivity „inspekce“ je i blíže neurčený konkrétní „seznam chyb“.<sup>27</sup>

### 3.1.8 Diagram spolupráce

Podobně jako scénáře činností dokumentují diagramy spolupráce objektů požadavky na spolupráci objektů při řešení úlohy. Dokumentují objekty a zprávy, které si objekty posílají při řešení problému, ale na rozdíl od scénářů, kde je kladen důraz na časový aspekt. Čas je v diagramech spolupráce vyjádřen číslováním. Diagramy spolupráce i scénáře indikují nutné viditelnosti objektů.<sup>28</sup>

### 3.1.9 USE CASE modely

Modelování aktérů pomáhá definovat systém tím, že identifikuje objekty v systému a objekty na jeho hranici. Aktéry mohou být osoby, zařízení a další systémy. Objektový účastník je přímo připojen k systému – nepřímý připojený objekt není objektový účastník a

---

<sup>26</sup> KAJZAR Dušan, POLÁŠEK Ivan, Projektování informačních systémů I. Slezská univerzita, Ústav informatiky, 2003, str. 125

<sup>27</sup> VRANA Ivan, Zásady a postupy zavádění podnikových informačních systémů, Grada Publishing, 2004, str. 104

<sup>28</sup> VRANA Ivan, Zásady a postupy zavádění podnikových informačních systémů, Grada Publishing, 2004, str. 98

neměl by být zahrnut jako součást systému. Různé interakce aktérů se systémem jsou kvantovány do případů použití. Každý případ použití zahrnuje jednoho nebo více aktérů i samotný systém. Případ použití zahrnuje posloupnost zpráv mezi systémem a jeho aktéry. Některé případy použití mají pevnou posloupnost zpráv. Častěji však může mít sekvence zpráv s neurčitými variacemi. Tato variabilita se můžete znázornit zobrazením několika příkladů odlišných sekvencí chování. Obvykle by se mělo nejprve definovat hlavní posloupnost chování a poté definovat volitelné dílčí sekvence, opakování a další varianty.<sup>29</sup>

Chybové stavy jsou také součástí USE CASE. Z pohledu uživatele mohou být některé druhy chování považovány za chyby. Projektant by však měl plánovat všechny možné sekvence chování. Z pohledu systému jsou uživatelské chyby nebo selhání zdrojů jen dalšími druhy chování, které může robustní systém pojmout. USE CASE přináší dohromady veškeré chování relevantní pro část funkčnosti systému. To zahrnuje normální chování hlavní části, variace normálního chování, výjimečné podmínky a zrušení požadavku. V kompletním modelu případy použití rozdělují funkčnost systému. Měly by být, pokud možno, všechny na srovnatelné na úrovni abstrakce.<sup>30</sup>

Diagramy USE CASE zahrnují sadu USE CASE a sadu aktérů. Každý USE CASE představuje část funkčnosti, kterou systém poskytuje. Sada USE CASES ukazuje kompletní funkčnost systému na určité úrovni detailů. Podobně každý objekt „actor“ představuje jeden druh objektu, pro který může systém provádět chování. Sada aktérů představuje kompletní sadu objektů, které může systém obsluhovat. Objekty akumulují chování ze všech systémů, které na sebe navazují.<sup>31</sup>

USE CASES identifikují funkčnost systému a organizují jej podle perspektivy uživatelů. Popisují kompletní transakce, a proto je méně pravděpodobné, že vynechají nezbytné kroky. Stále existuje místo pro tradiční seznamy požadavků při popisu globálních konfliktů a dalších nelokalizovaných funkcí, jako je doba selhání a celková propustnost, ale mělo by být zachyceno většinu uživatelských interakcí s USE CASES. Hlavní účel systému se téměř vždy nachází v USE CASES, přičemž seznamy požadavků poskytují další omezení implementace.<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> ZELINKA Tomáš, SVÍTEK Miroslav, Telekomunikační řešení pro informační systémy síťových odvětví. Grada Publishing, 2009, str. 56

<sup>30</sup> ZELINKA Tomáš, SVÍTEK Miroslav, Telekomunikační řešení pro informační systémy síťových odvětví. Grada Publishing, 2009, str. 57

<sup>31</sup> KAJZAR Dušan, POLÁŠEK Ivan, Projektování informačních systémů I. Slezská univerzita, Ústav informatiky, 2003, str. 91

<sup>32</sup> ZELINKA Tomáš, SVÍTEK Miroslav, Telekomunikační řešení pro informační systémy síťových odvětví. Grada Publishing, 2009, str. 57

### 3.2 Analýza business modelu

Analýza představuje klíčovou fázi vědecké metody a patří mezi nejdůležitější součásti procesu vědeckého zkoumání. Tato metoda spočívá v systematickém rozložení určitého komplexu na jednotlivé součásti, přičemž postupuje od celkového pohledu ke specifickým částem a složkám, ze kterých se tento celek skládá. Cílem analýzy je odhalit jednotu a zákony, které charakterizují diferencovaný celek.<sup>33</sup>

V průběhu analýzy jsou detailně zkoumány a rozdělovány jednotlivé části komplexu s důrazem na identifikaci vztahů mezi nimi. Tento proces umožňuje porozumět struktuře celku a přináší hlubší vhled do fungování jeho jednotlivých částí. Analýza vědeckého objektu nebo jevu představuje klíčový nástroj pro pochopení jeho podstaty a mechanismů.<sup>34</sup>

Vědecká analýza je často spojena s rozvojem teoretických modelů a konceptů, které vysvětlují pozorované jevy a pomáhají formulovat obecné zákony. Při analýze jsou používány různé metody a techniky, aby bylo dosaženo co nejkompexnějšího porozumění zkoumaného objektu. Celkově lze říct, že analýza je klíčovým nástrojem vědeckého bádání, který přispívá k postupnému odhalování tajemství a struktury zkoumané reality.<sup>35</sup>

Základní rámec business modelu představuje esenciální prvky procesu tvorby hodnoty v podnikání. Tyto prvky mohou být rozděleny do dvou kategorií: podpůrné nové aktivity, které vznikají jako důsledek inovací v rámci samotného business modelu, a konvenční aktivity, které stále operují na základě osvědčených a dlouhodobě zavedených postupů, jež prošly jen minimálními změnami. Tento rámec poskytuje podnikatelům a manažerům užitečný nástroj pro informovanější rozhodování v oblasti podnikové strategie. Jeho výhoda spočívá v schopnosti pomáhat, vytvářet jasný obraz stávajících obchodních modelů, generovat nové přístupy k podnikání a identifikovat klíčové strategie pro firmu.<sup>36</sup>

Podnikatelé mohou využít tento rámec k analýze a hodnocení efektivity stávajícího business modelu a zároveň k identifikaci oblastí, které by mohly být inovovány nebo optimalizovány. Dále umožňuje generování nových business modelů, což může být klíčové při přizpůsobování, měnícím se tržním podmínkám a požadavkům zákazníků.<sup>37</sup>

---

<sup>33</sup> SEDLÁČKOVÁ Helena, *Strategická analýza*. C. H. Beck, 2000, str. 3

<sup>34</sup> SEDLÁČKOVÁ Helena, *Strategická analýza*. C. H. Beck, 2000, str. 3

<sup>35</sup> SEDLÁČKOVÁ Helena, *Strategická analýza*. C. H. Beck, 2000, str. 3

<sup>36</sup> ADÁMEK Pavel, MEIXNEROVÁ Lucie, *Business modelování*. Grada Publishing, 2022, str. 14

<sup>37</sup> ADÁMEK Pavel, MEIXNEROVÁ Lucie, *Business modelování*. Grada Publishing, 2022, str. 13

Celkově je tedy tento rámec užitečným nástrojem pro manažery a podnikatele, kteří chtějí lépe porozumět, analyzovat a formovat strategie svých firem v dynamickém prostředí podnikání.<sup>38</sup>

Business analýza představuje klíčový proces během vývoje softwarových systémů, který se zaměřuje na hluboké porozumění potřebám zákazníka. Tento proces také identifikuje potenciální problémy a navrhuje řešení, jež mohou přinést měřitelnou hodnotu pro organizaci. Business analýza je systematickým přístupem k detailnímu zkoumání procesů, dat a systémů s cílem optimalizovat podnikové operace a dosáhnout stanovených cílů.<sup>39</sup>

V rámci business analýzy se analytik nebo tým analytiků snaží hlouběji porozumět potřebám a očekáváním zákazníka. To zahrnuje identifikaci klíčových požadavků, specifikací a cílů, které mají být dosaženy prostřednictvím navrhovaného softwarového systému. Kromě toho se analýza věnuje identifikaci případů užití, průběžnému mapování procesů a analýze dat, což umožňuje identifikovat efektivní strategie řešení.<sup>40</sup>

Cílem business analýzy není pouze nalezení řešení pro aktuální potřeby, ale také předvídaní budoucích potřeb a vývojových trendů. Tento systematický přístup poskytuje klíčové informace pro projektový tým, manažery a další relevantní zainteresované strany. Ti přijímají rozhodnutí ohledně návrhu, vývoje a implementace softwarového systému.<sup>41</sup>

Celkově lze říci, že business analýza hraje nezastupitelnou roli ve vytváření softwarových systémů, zajišťující, že tyto systémy efektivně splňují potřeby zákazníka a přinášejí měřitelnou hodnotu pro organizaci.<sup>42</sup>

Business analýza se zaměřuje na identifikaci a porozumění potřebám uživatelů a zákazníků, přičemž vytváří most mezi technickým týmem vývojářů a koncovými uživateli. Tento proces umožňuje vytvořit jasné a komplexní specifikace, které slouží jako základní směrnice pro design, vývoj a implementaci softwarového produktu.<sup>43</sup>

Autoři Osterwalder a Pigneur definují business model jako klíčový princip, který popisuje, jak firma vytváří, předává a získává hodnotu. Tento koncept se stává integrální

---

<sup>38</sup> OSTERWALDER Alexander, PIGNEUR Yves a SMITH Alan, Tvorba business modelů. BizBooks, 2012 str. 14

<sup>39</sup> OSTERWALDER Alexander, PIGNEUR Yves a SMITH Alan, Tvorba business modelů. BizBooks, 2012 str. 14

<sup>40</sup> SEDLÁČKOVÁ Helena, Strategická analýza. C. H. Beck, 2000, str. 3

<sup>41</sup> SEDLÁČKOVÁ Helena, Strategická analýza. C. H. Beck, 2000, str. 3

<sup>42</sup> ADÁMEK Pavel, MEIXNEROVÁ Lucie, Business modelování. Grada Publishing, 2022, str. 15

<sup>43</sup> OSTERWALDER Alexander, PIGNEUR Yves a SMITH Alan, Tvorba business modelů. BizBooks, 2012 str. 15

součástí business analýzy, kde se analytici snaží porozumět hlubšímu kontextu organizace a jaké hodnoty firma nabízí zákazníkům. Tímto způsobem se business analýza stává strategickým nástrojem, který napomáhá vytvářet nejen technicky funkční, ale také obchodně relevantní softwarové systémy.<sup>44</sup>

### 3.2.1 Porterova analýza

Používá se při formulaci v strategiích vyšších úrovní – corporate and business. Cílem je zhodnotit postavení určité strategické business jednotky (dále jako SBU) v jejím odvětví z následujících pěti hledisek: (1) vyjednávací síly zákazníků, (2) vyjednávací síly dodavatelů, (3) hrozby vstupu nových konkurentů do odvětví, (4) hrozby substitutu, (5) rivality konkurentů v daném odvětví (působících na daném trhu).<sup>45</sup>

Analýza pěti sil může společností pomoci posoudit atraktivitu odvětví, identifikovat konkurenty, silné a slabé stránky, stanovit potenciál firmy v oblasti ziskovosti na konkrétních trzích a detailně analyzovat konkurenci a to, jakou představuje hrozbu. Analýza s využitím tohoto přístupu může společností pomoci předvídat změny v konkurenci, utvářet vývoj struktury odvětví a nalézt lepší strategické pozice v rámci odvětví. Výstupy takové analýzy se projeví v business modelu, který ve svých blocích na dané zjištění reaguje.<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup> OSTERWALDER Alexander, PIGNEUR Yves a SMITH Alan, Tvorba business modelů. BizBooks, 2012 str. 14

<sup>45</sup> KEŘKOVSKÝ Miloslav, VYKYPĚL Oldřich, Strategie řízení firemních informací. C.H. Beck, 2003, str. 108

<sup>46</sup> ADÁMEK Pavel, MEIXNEROVÁ Lucie, Business modelování. Grada Publishing, 2022, str. 112



Obrázek 2 - Porterův model pěti sil



Zdroj<sup>47</sup>: vlastní zpracování dle: Tvorba strategie a strategické plánování

Porterova analýza je zpracovávána za účelem formulace informačního systému nebo informační technologie (dále jako IT). Strategie by měly být specificky zaměřené na identifikaci těch opatření strategického charakteru, která aplikovaná v oblasti IS nebo IT, budou zlepšovat pozici dané SBU v jejím odvětví.<sup>48</sup>

Je výhodné, pokud je Porterova analýza odvětví za situace jejího uplatnění při formulaci IS nebo IT strategie zpracovávána ve dvou navazujících krocích:

1. v prvním kroku je identifikována/zhodnocena situace z pohledu jednotlivých aspektů Porterova modelu (je třeba zjistit, jak velká je vyjednávací síla zákazníků, dodavatelů, hrozba substitutů atd.),
2. pokračování analýzy je zaměřeno na identifikaci opatření, která mohou v předchozím kroku identifikovaná negativa eliminovat.<sup>49</sup>

<sup>47</sup> FOTR Jiří, VACÍK Emil, SOUČEK Ivan, ŠPAČEK Miroslav, HÁJEK Stanislav, Tvorba strategie a strategické plánování. Grada Publishing, 2020, str. 79

<sup>48</sup> KEŘKOVSKÝ Miloslav, VYKYPĚL Oldřich, Strategie řízení firemních informací. C.H. Beck, 2003, str. 110

<sup>49</sup> KEŘKOVSKÝ Miloslav, VYKYPĚL Oldřich, Strategie řízení firemních informací. C.H. Beck, 2003, str. 111

### 3.2.2 SWOT analýza

Při diagnóze se nejčastěji používá SWOT analýza. Její podstatou je to, že se při ní identifikují faktory a skutečnosti, které pro objekt analýzy představují silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby okolí. Tyto klíčové faktory jsou potom verbálně charakterizovány, případně ohodnoceny, ve čtyřech kvadrantech tabulky SWOT (viz. obrázek 1).<sup>50</sup>

Zde je však nutno poznamenat, že SWOT nemusí být využívána pouze při analýzách na strategické úrovni řízení. Její využití je širší, používá se i při analýzách zaměřených na problémy taktického i operativního řízení, případně bývá zpracována i „osobní“ SWOT analýza, která je zaměřená na identifikaci silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb jednotlivce.<sup>51</sup>

Obrázek 3 - SWOT analýza

	Pomocné dosažené cíle	Škodlivé dosažené cíle
Vnitřní původ (atributy organizace)	Silné stránky <b>S</b>	Slabé stránky <b>W</b>
Vnější původ (atributy prostředí)	Příležitosti <b>O</b>	Hrozby <b>T</b>

Zdroj<sup>52</sup>: vlastní zpracování dle

Fakta pro SWOT lze shromáždit pomocí nejrůznějších technik, například převzetím z již uskutečněných dílčích analýz, porovnáním s konkurenty (brainstormingem). Inspiraci mohou být již dříve zpracované SWOT případně závěry výzkumů z této oblasti.<sup>53</sup>

SWOT může být využívána i při retrospektivní analýze vývoje subjektu analýzy. Jsou-li SWOT analýzy pro tentýž subjekt periodicky zpracovávány v delším časovém

<sup>50</sup> SEDLÁČKOVÁ Helena, Strategická analýza. C.H. Beck, 2000, str. 80

<sup>51</sup> SEDLÁČKOVÁ Helena, Strategická analýza. C.H. Beck, 2000, str. 78

<sup>52</sup> SEDLÁČKOVÁ Helena, Strategická analýza. C.H. Beck, 2000, str. 81

<sup>53</sup> KEŘKOVSKÝ Miloslav, VYKYPĚL Oldřich, Strategie řízení firemních informací. C.H. Beck, 2003, str. 97

horizontu, pak lze například vyhodnocovat, zda slabiny a hrozby v zásadě ubývají nebo přebývají, a z toho lze usuzovat na negativní nebo pozitivní vývoj firmy nebo SBU.<sup>54</sup>

Business model je důležitý jak u konkurenčního prostředí, tak u komplexního popisu společnosti, který by měl pomoci vlastním zaměstnancům a partnerům pochopit klíčové prvky při dosahování cíle společnosti.<sup>55</sup>

### 3.2.3 PEST analýza

Pravděpodobně nejpoužívanější formou analýzy prostředí je metoda PEST (analýza v oblastech Politiky, Ekonomiky, Sociálních aspektů a Technologie). PEST, resp. její rozšířené modifikace však nejsou jedinými metodami analýzy vývoje prostředí.<sup>56</sup>

Za klíčové součásti lze tedy označit politické a legislativní, ekonomické, sociální a kulturní, technické a technologické faktory. Analýza, dělíci vlivy na makrookolí do čtyř základních skupin (viz. obrázek č.2), se proto označuje jako PEST analýza.<sup>57</sup>

Každá z těchto skupin v sobě zahrnuje řadu faktorů makrookolí, které různou měrou ovlivňují podnik. V odborné literatuře se tento přístup označuje jako strategický audit vlivů makrookolí.<sup>58</sup>

Řada informací pro analýzu prostředí je pochopitelně dostupná v elektronické formátu na různých serverech, databankách a firemních odkazech, což usnadňuje jejich sběr a zpracování.<sup>59</sup>

---

<sup>54</sup> KEŘKOVSKÝ Miloslav, VYKYPĚL Oldřich, Strategie řízení firemních informací. C.H. Beck, 2003, str. 98

<sup>55</sup> ADÁMEK Pavel, MEIXNEROVÁ Lucie, Business modelování. Grada Publishing, 2022, str. 176

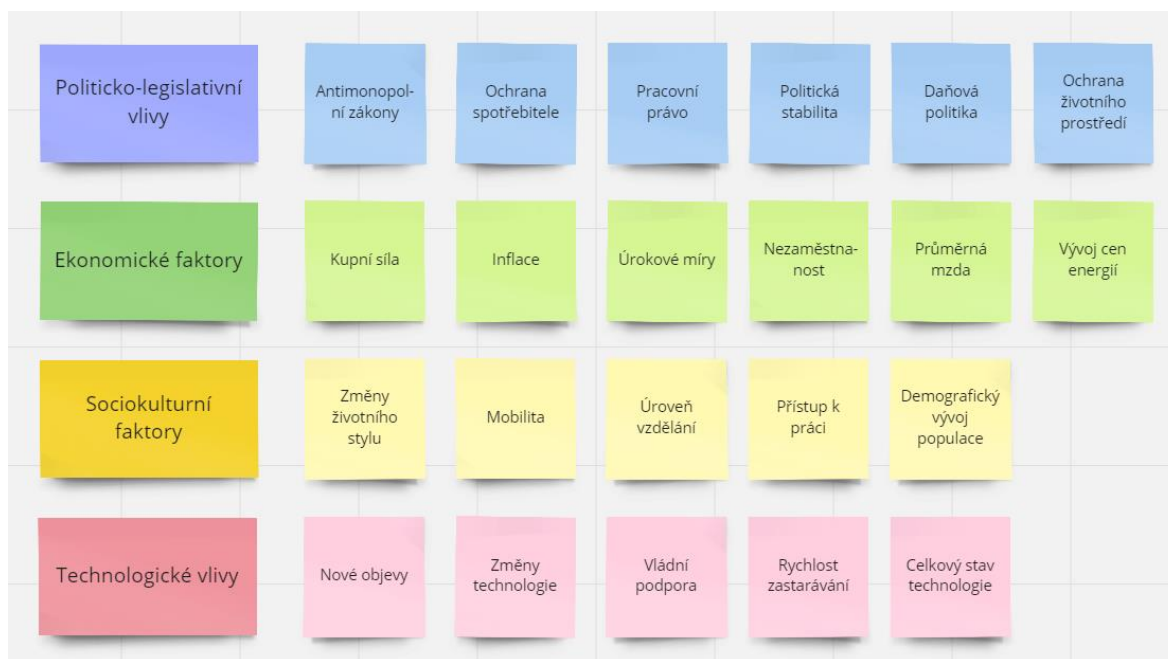
<sup>56</sup> FOTR Jiří, VACÍK Emil, SOUČEK Ivan, ŠPAČEK Miroslav, HÁJEK Stanislav, Tvorba strategie a strategické plánování. Grada Publishing, 2012, str. 286

<sup>57</sup> SEDLÁČKOVÁ Helena, Strategická analýza. C.H. Beck, 2000, str. 10

<sup>58</sup> SEDLÁČKOVÁ Helena, Strategická analýza. C.H. Beck, 2000, str. 10

<sup>59</sup> FOTR Jiří, VACÍK Emil, SOUČEK Ivan, ŠPAČEK Miroslav, HÁJEK Stanislav, Tvorba strategie a strategické plánování. Grada Publishing, 2012, str. 286

Obrázek 4 - PEST analýza



Zdroj<sup>60</sup>: vlastní zpracování dle: Strategická analýza

Politické prostředí – do této analyzované oblasti patří to, co souvisí s politickou situací v zemi či oblasti, ve které se podnik nachází. Zde jsou zobrazeny jednotlivé legislativní předpisy pro podnikání. Je potřeba si uvědomit na jakém trhu a v jaké zemi se podniká – pokud se vytváří PEST analýza pro prodej televizorů v Německu, které byly vyrobeny v ČR, tak v této oblasti budou legislativní předpisy Německa. Příklady faktorů – regulace vlády, daňová politika, obchodní a celní zákony apod.<sup>61</sup>

Ekonomické prostředí – zde se objevují ekonomické podmínky na daném trhu. Zde se projevují i konkrétní výše daní, cel, stabilita měny a měnové kurzy. Typicky jsou zde uvedeny tyto ukazatele – HDP, cykly a fáze ekonomiky, podpora zaměstnanosti, mzdové náklady na daném trhu a např. vliv globalizace a podpora exportu.<sup>62</sup>

Sociální prostředí – souvisí s demografickým vývojem, věkovým profilem, vzděláním a také s úrovní zdraví a poskytované zdravotní péče. Jednak lze zjistit, jaké jsou pracovní návyky obyvatelstva na cílovém trhu, co lze očekávat a jaký vliv na výkon podniku bude mít – např. příliš nemocných zaměstnanců na trhu s nevhodnou zdravotní péčí přinese nízkou produktivitu podniku.<sup>63</sup>

<sup>60</sup> SEDLÁČKOVÁ Helena, Strategická analýza. C. H. Beck, 2000, str. 12

<sup>61</sup> PEST analýza. *Edolo* [online]. 2019 [cit. 2024-01-13]. Dostupné z: <https://edolo.cz/clanky/pest-analyza/>

<sup>62</sup> PEST analýza. *Edolo* [online]. 2019 [cit. 2024-01-13]. Dostupné z: <https://edolo.cz/clanky/pest-analyza/>

<sup>63</sup> PEST analýza. *Edolo* [online]. 2019 [cit. 2024-01-13]. Dostupné z: <https://edolo.cz/clanky/pest-analyza/>

Technologické vlivy – v tomto faktoru se obvyklé zkoumají technologické podmínky pro fungování na trhu či v dané zemi. Typickým příkladem může být odpověď na otázku dostupnosti internetu nebo mobilního připojení pro komunikaci. Dále se zahrnují náklady na výzkum a vývoj a implementaci nových technologií, vybaveností konkurence, možnost získání nových technologií konkurencí apod. Zde lze zjistit zásadní dopady na potřebné investice pro bezproblémový chod podniku nebo pro technologickou konkurenční výhodu.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> PEST analýza. *Edolo* [online]. 2019 [cit. 2024-01-13]. Dostupné z: <https://edolo.cz/clanky/pest-analyza/>

## 4. Vlastní analytická část

### 4.1 Ex-post analýza

Ex-post analýza je klíčovým nástrojem pro hodnocení úspěšnosti a efektivity investic do vývoje a zdokonalování. Na základě výsledků této analýzy jsou identifikovány změny, které přinesly největší přínosy a které oblasti vyžadují další optimalizaci či úpravy. Tímto způsobem může být zajištěno neustálé zdokonalování Finančního portálu NEW s cílem dosáhnout co nejlepších výsledků a uživatelské spokojenosti.

### 4.2 Základní informace o vybrané společnosti Škoda Auto a.s.

Společnost Škoda Auto a.s. se specializuje na výrobu osobních automobilů a dodávek, které jsou známé svou kvalitou, spolehlivostí a inovativními technologiemi. Byla založena v roce 1895 jako Laurin & Klement. V současné době je součástí skupiny Volkswagen Group, jednoho z největších světových automobilových výrobců.

V roce 2023 Škoda Auto a.s. pokračuje ve své strategii elektrifikace a digitalizace vozového parku, přičemž rozšiřuje svůj sortiment o moderní elektromobily a hybridní vozidla, která splňují nejpřísnější emisní normy a přinášejí zákazníkům nové možnosti pohybu. Paralelně s tím, se společnost Škoda Auto a.s. zaměřuje na vývoj a implementaci digitálních technologií do svých vozů a provozu, což zahrnuje rozvoj autonomních vozidel, propojených vozidel a chytrých mobilních řešení.

#### 4.2.1 B2B portál

B2B (*business to business*) portál obsahuje širokou škálu aplikací společně s Finančním portálem NEW, které byly speciálně vytvořeny společností Škoda Auto a.s. pro své zaměstnance a partnery. Každá aplikace je navržena tak, aby efektivně podporovala konkrétní oblasti obchodních operací a usnadňovala každodenní obchodní procesy.

#### 4.2.2 Finanční portál NEW

V kontextu moderního podnikání se digitalizace stává důležitějším aspektem pro efektivní řízení firemních procesů a zajištění kvalitní komunikace. Společnost Škoda Auto a.s., jedna z předních světových automobilových výrobců uznává potřebu modernizace a inovace svých obchodních procesů. V souladu s tím představila společnost Škoda Auto a.s.

Finanční portál NEW, inovativní platformu pro správu finančních dokumentů a transakcí, která slouží jak pro dodavatele, tak odběratele.

V dnešním dynamickém a konkurenčním podnikatelském prostředí se společnosti neustále snaží hledat způsoby, jak zlepšit své procesy a vztahy se zainteresovanými stranami. Jedním z klíčových prvků úspěchu je efektivní správa financí a účetnictví, zejména ve vztahu k externím partnerům, jako jsou dodavatelé a odběratelé. V rámci tohoto kontextu se stále více společností obrací k moderním technologickým řešením, jako je finanční portál, který slouží jako prostředek pro zlepšení interakce mezi společnostmi a jejich dodavateli a odběrateli v oblasti financí a účetnictví. Tento portál poskytuje dodavatelům i odběratelům transparentní a snadno dostupný přístup k důležitým finančním informacím a funkcím, což zvyšuje jejich efektivitu a spokojenost a posiluje celkovou konkurenční schopnost společnosti. Jednotlivé funkce tohoto portálu budou analyzovány z hlediska toho, jak přispívají ke zlepšení správy financí a efektivitě komunikace mezi společnostmi a zainteresovanými stranami. Analýza identifikuje výhody, které Finanční portál NEW přináší a jak tyto výhody ovlivňují výkonnost podniku a vztahy a zainteresovanými stranami. Finanční portál je důležitým nástrojem pro moderní podniky, které chtějí optimalizovat své procesy a zlepšit vztahy se svými dodavateli a odběrateli. Finanční portál NEW představuje důležitý nástroj ve společnosti Škoda Auto a.s., který je dalším krokem směrem k poskytování prvotřídních služeb a inovativních řešení, které přispívá k úspěchu podniku.

#### **4.2.3 Identifikace zainteresovaných stran**

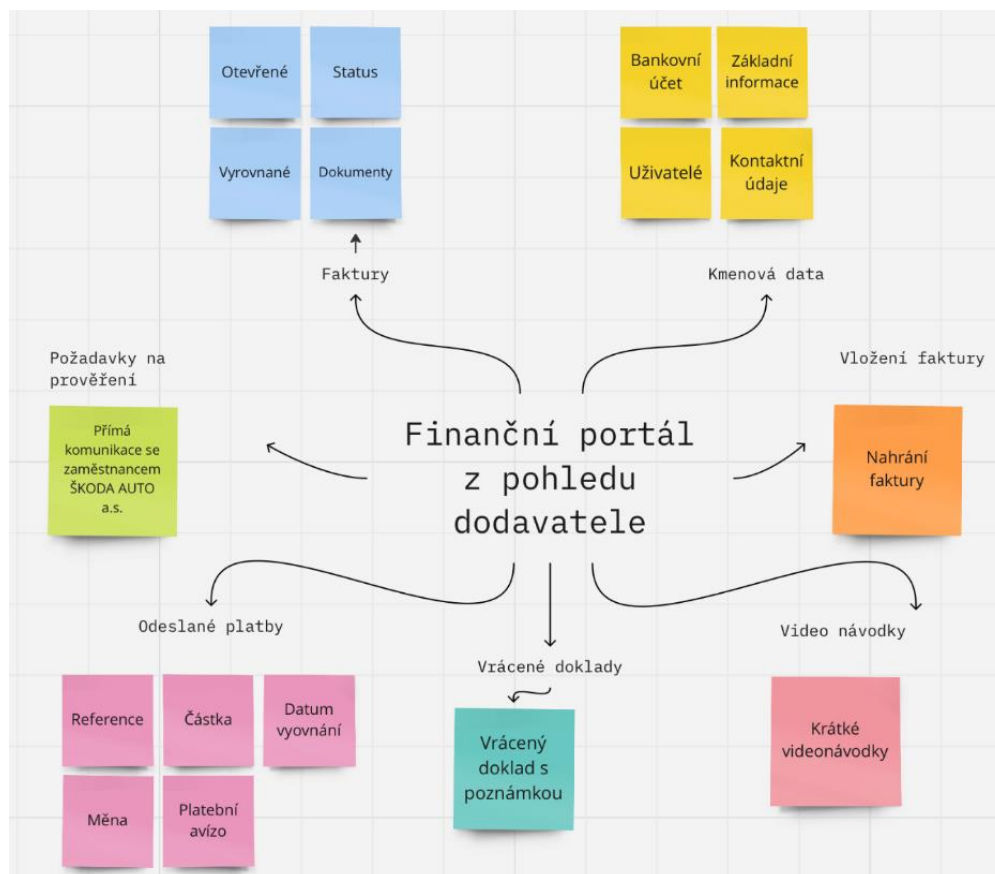
Zainteresované strany ve Finančním portálu NEW jsou pečlivě identifikovány a sledovány, aby byly zajištěny potřeby a očekávání všech zúčastněných subjektů. Portál poskytuje prostředí, kde mohou různé zainteresované strany, včetně dodavatelů, odběratelů a interních zaměstnanců společnosti Škoda Auto a.s., aktivně spolupracovat a komunikovat.

##### **Dodavatelé**

Ve společnosti Škoda Auto a.s. jsou dodavatelé klíčovými partnery, kteří hrají zásadní roli v procesu výroby a dodávání vozidel na trh. Správné řízení a řízení dodavatelských vztahů (SRM) je nezbytné pro zajištění vysoké kvality produktů, dodržování dodacích lhůt a inovací v automobilovém průmyslu. Škoda Auto a.s. klade důraz na zajištění kvality a inovace ve svých dodávkách. To zahrnuje pravidelné audity a kontrolu kvality dodaných součástí a služeb, stejně jako podporu inovací a technologického rozvoje u svých dodavatelů. Z pohledu dodavatele je aplikace Finanční portál NEW důležitým nástrojem pro

správu finančních interakcí a informací od společnosti Škoda Auto a.s. Dodavatelé jsou v aplikaci prezentováni především o jejich fakturách, platbách a dalších finančních dokumentech. Stav jejich faktur je monitorován dodavatelem, platby jsou zaznamenávány a případné nesrovnalosti či problémy např. v platebním styku jsou řešeny.

Obrázek 5 - Finanční portál z pohledu dodavatele



Zdroj: vlastní zpracování dle interní dokumentace Škoda Auto a.s.

### Odběratelé

Odběratelé neboli zákazníci, jsou kritickými partnery pro společnost Škoda Auto a.s. a mají zásadní vliv na její výkonnost a úspěch na trhu automobilů. Správné porozumění a uspokojování potřeb odběratelů jsou klíčovými faktory pro udržení konkurenceschopnosti a dlouhodobé udržitelnosti v automobilovém průmyslu. Budování dlouhodobých a vzájemně výhodných vztahů zahrnuje poskytování vysoké kvality výrobků a služeb, aktivní komunikaci a podporu. Cílem značky ŠKODA je vytvořit loajální zákaznickou základnu, která bude nakupovat její produkty.

Stejný přístup k funkcím jako u dodavatele, tak až na drobné výjimky (např. nahrání své faktury) je poskytován i odběratelům. Mohou prohlížet faktury, kmenová data, platby,



salda, využívat video návodky atd. Tento komplexní přístup umožňuje odběratelům efektivně spravovat své finanční náležitosti a komunikovat se společností Škoda Auto a.s.

### **Škoda Auto a.s.**

Jako zainteresovaná strana je Škoda Auto aktivně zapojena do procesu vývoje a aktualizace aplikace, aby zajistila, že aplikace neustále odpovídá aktuálním potřebám a trendům na trhu. Společnost také poskytuje podporu a školení uživatelům aplikace, aby maximalizovala efektivitu využití a zajišťovala správné fungování aplikace v rámci firemního ekosystému. Škoda Auto sleduje výkonnost aplikace a provádí pravidelné analýzy a hodnocení, aby identifikovala příležitosti k optimalizaci a zdokonalení aplikace ve prospěch svých partnerů a zákazníků. Jako vlastník aplikace je Škoda Auto klíčovým hráčem ve zajištění úspěchu a udržitelnosti Finančního portálu NEW v konkurenčním prostředí.

#### **4.2.4 Oprávnění pro partnery v aplikaci Finanční portál NEW**

V aplikaci Finanční portál NEW existují různé role, které mají specifické povinnosti a oprávnění. Každé oprávnění má své vlastní charakteristiky a funkce:

##### *1. Role Partner:*

Oprávnění partner je určena pro uživatele, kteří mají plný přístup k aplikaci. Tito partneři mají schopnost zobrazovat, vkládat, upravovat a mazat data v aplikaci podle svých potřeb. Mohou provádět různé akce, jako je zadávání nových informací, aktualizace údajů, generování reportů a provádění analytických úloh. Role Partnera je vhodná pro uživatele, kteří mají aktivní úlohu v procesech fakturace, účetnictví a reportingu.

##### *2. Role Partner – read:*

Oprávnění Partner – read je určena pro uživatele, kteří mají pouze omezený přístup k aplikaci. Tito partneři mají právo pouze na náhled dat v aplikaci a nemají možnost provádět žádné úpravy či změny. Jejich hlavní funkcí je prohlížení informací a získávání potřebných dat pro svou práci či rozhodování. Role Partner – read je vhodná pro uživatele, kteří potřebují přístup k informacím, ale nejsou zodpovědní za manipulaci s daty.

#### 4.2.5 Oprávnění pro zaměstnance Škoda Auto a.s.

##### 3. Role *Admin Accountant*:

v rámci zaměstnaneckých rolí ve společnosti Škoda Auto a.s. jsou různé úrovně povinností a oprávnění, které odpovídají konkrétním funkcím a odpovědnostem zaměstnanců. Jednou z klíčových rolí je role administrátora (Admin), která má specifické charakteristiky a funkce. Administrátorem je zaměstnanec se speciálním přístupem a oprávněním k interním systémům a té dané aplikace ve společnosti. Jeho hlavním úkolem je, spravování a údržba těchto systémů a aplikace Finanční portál NEW, a zajištěním jejich správného fungování a bezpečnosti. Administrátorovi jsou udělena plná práva k nastavení a konfiguraci systémů a mohou být prováděny různé úkoly, jako je vytváření a údržba uživatelských účtů, správa oprávnění a rolí, zálohování dat, instalace aktualizací a monitorování výkonnosti systémů.

Hlavní úkoly a povinnosti administrátorem jsou zahrnovány:

- správa uživatelských účtů: administrátorovi je umožněno vytvářet, upravovat a mazat uživatelské účty v rámci interních systémů a aplikací ve společnosti. To zahrnuje také nastavení a aktualizaci uživatelských oprávnění,
- konfigurace systémů: administrátorovi je přidělena schopnost provádět konfiguraci a nastavení interních systémů a aplikace Finanční portál NEW podle potřeb společnosti. To může zahrnovat nastavení parametrů systémů, definici, definici pracovních toků, konfiguraci reportů a dalších nastavení,
- bezpečnost a ochrana dat: administrátor je zodpovědný za zajištění bezpečnosti a ochrany dat. To zahrnuje implementaci a správu bezpečnostních politik a postupů, monitorování aktivit uživatelů a řešení bezpečnostních incidentů,
- podpora uživatelů: administrátor poskytuje technickou podporu a pomoc uživatelům při řešení problémů a otázek spojených s používáním aplikace. To může zahrnovat poskytování školení, tvorbu návodů a dokumentace, a odpovídání na dotazy uživatelů.

##### 4. Role *Accountant*:

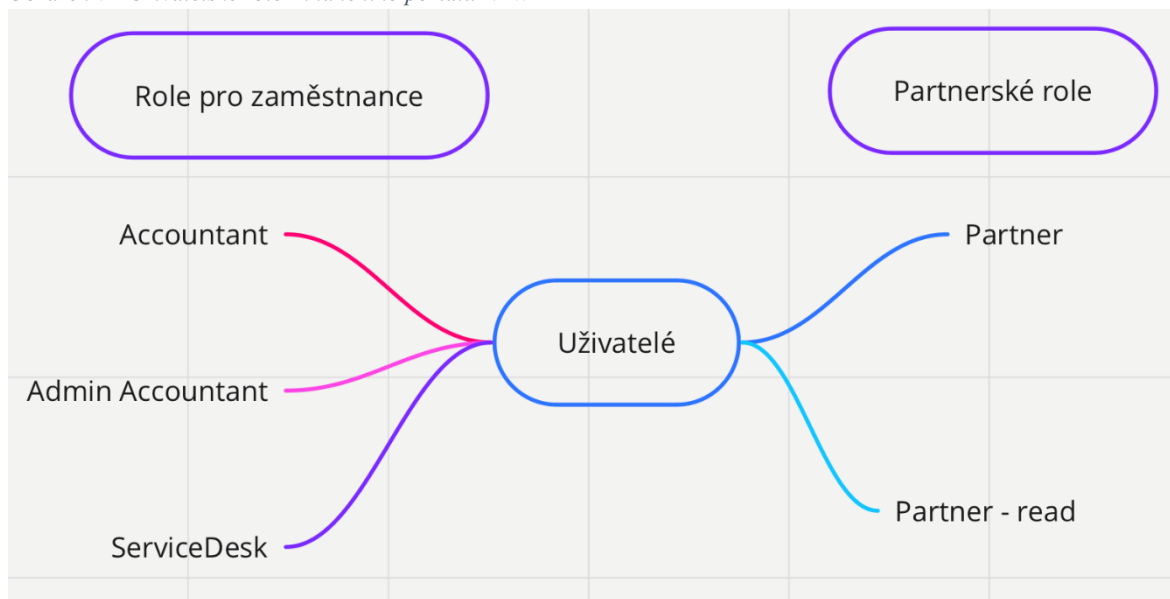
Tato role je určena pouze pro zaměstnance společnosti Škoda Auto a.s., která je přidělována uživatelům s odbornými znalostmi v oblasti účetnictví a finančního řízení. Tato role je určena pro provádění komplexních úkolů spojených s finančními operacemi a správou účetnictví v rámci portálu. Uživatelé s touto rolí jsou nezbytní pro zajištění správného

fungování účetnictví a finančního řízení přímo v rámci portálu a pro poskytování důležitých informací pro strategické rozhodování vedení společnosti.

#### 5. Role *ServiceDesk*:

Další zaměstnanecká role ve Finančním portálu NEW představuje klíčovou pozici zajišťující uživatelskou podporu v případě technických problémů a dotazů týkajících se funkcionality portálu. Tato role je určena pro poskytování rychlé a efektivní pomoci uživatelům v řešení technických otázek a problémů spojených s používáním Finančního portálu NEW. Uživatelé s touto rolí jsou odpovědní za přijímání a zpracování požadavků uživatelů souvisejících s technickými problémy a dotazy týkající se Finančního portálu NEW. *ServiceDesk* je první linie podpory, která poskytuje uživatelům pomoc prostřednictvím telefonního hovoru, e-mailu nebo online chatu. Zaměstnanci společnosti Škoda Auto a.s. s touto rolí mají za úkol rychle identifikovat a diagnostikovat problém a poskytnout uživateli odpovídající řešení nebo pokyny k jeho řešení. Důležitou součástí role "ServiceDesk" je také dokumentace a sledování problémů a dotazů, aby bylo možné sledovat a spravovat stav požadavků uživatelů a zajistit, že každý problém je vyřešen co nejrychleji a efektivněji.

Obrázek 6 - Uživatelské role Finančního portálu NEW



Zdroj: vlastní zpracování dle interní dokumentace Škoda Auto a.s.

### 4.3 Důležité funkční prvky

Funkční prvky aplikace Finanční portál NEW jsou navrženy s důrazem na poskytování uživatelsky přívětivého a efektivního prostředí pro správu finančních operací. Uživatelům je umožněno přístup k různým funkcím a nástrojům prostřednictvím jednoduchého

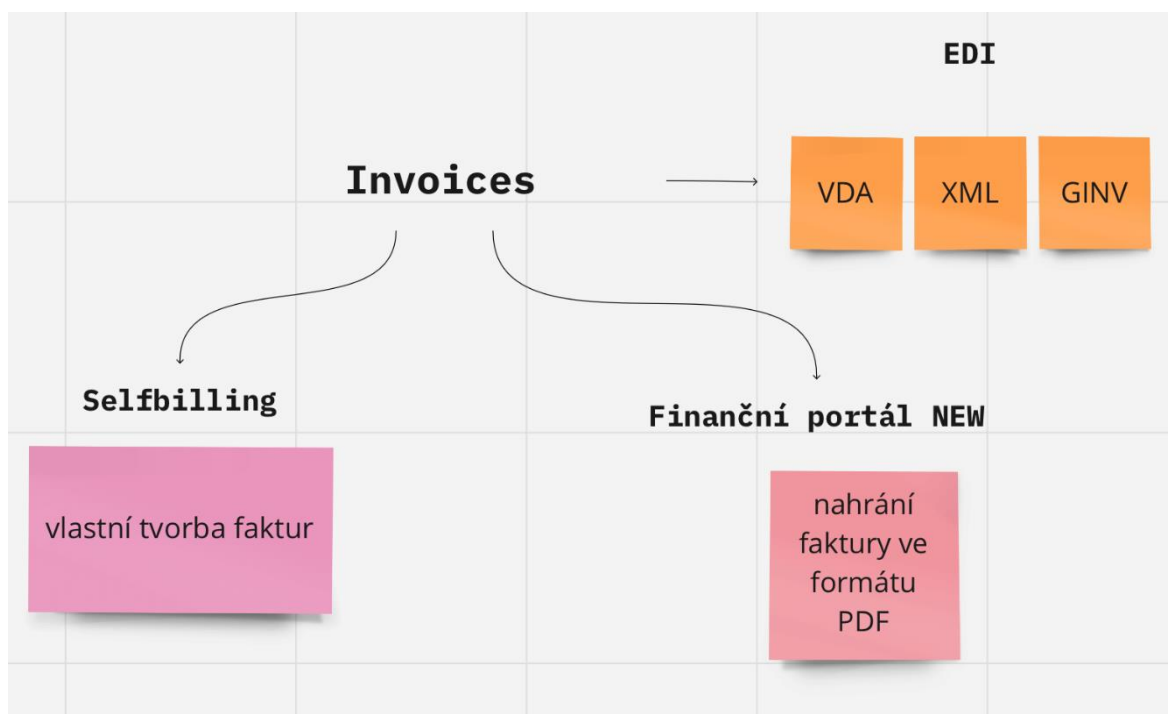
uživatelského rozhraní. Mezi hlavní funkční prvky aplikace patří možnost zobrazení a správa faktur, vkládání potvrzení bankovních účtů, změna bankovního spojení, a dále možnost filtrování a vyhledávání faktur a transakcí.

### 4.3.1 Fakturace

Jeden z nejdůležitějších prvků aplikace je fakturace. Tato funkcionalita umožňuje efektivní zpracování a správu faktur prostřednictvím moderního a uživatelsky přívětivého prostředí portálu. Jedním z hlavních prvků fakturace v tomto portálu je možnost nahrávání faktur přímo do systému. Dodavatelé mohou jednoduše nahrát své faktury ve standardním formátu PDF a systém je následně automaticky zpracuje a uloží do databáze ke schválení ze strany Škoda Auto a.s. Tento proces minimalizuje manuální práci a snižuje riziko chyb spojených se zadáváním faktury. Škoda Auto a.s. má i jiné druhy fakturace, které jsou zobrazeny na obrázku č. 7.

Důležitá funkce je sledování stavu faktur. Dodavatelé mají možnost sledovat aktuální stav a status faktur v reálném čase, od nahrání po zaplacení. V případě, že dojde k vrácení některého dokladu, partner má možnost využít filtraci dokumentů, aby snadno identifikoval vrácené doklady.

Obrázek 7 - Druhy fakturace



Zdroj: vlastní zpracování dle interní dokumentace

### **4.3.2 Platby**

Tato užitečná funkce umožňuje dodavatelům přístup k veškerým relevantním dokumentům spojeným s konkrétními platbami, což jim poskytuje důkladné prostředí pro ověření a detailní zkoumání informací souvisejících s jejich transakcemi. Díky této funkci mohou dodavatelé pečlivě prozkoumat všechny aspekty platby a stáhnout si doplňující dokumenty, které jsou důležité pro jejich obchodní aktivity. Můžou tak získat hlubší povědomí o každé platbě a podrobněji porozumět každému aspektu obchodní transakce. Navíc mají možnost stáhnout si veškeré doplňující dokumenty, které jsou nezbytné pro jejich obchodní aktivity, což jim poskytuje úplný a komplexní obraz o jejich finančních interakcích se společnostmi. Taková široká škála dokumentů jim umožňuje lépe řídit své finanční operace a zvýšit úroveň kontroly a transparentnosti v rámci obchodních vztahů s danou společností.

### **4.3.3 Komunikace přes aplikaci**

Komunikační proces mezi partnery a společností Škoda Auto a.s. je zajištěn prostřednictvím Finančního portálu NEW. V případě, že dochází k nejasnostem nebo potřebě konzultace s účetními odděleními společnosti Škoda Auto a.s., partneři mohou využít komunikační toky v rámci portálu k navázání kontaktu s příslušnými účetními pracovníky. Komunikační toky prostřednictvím Finančního portálu NEW poskytují efektivní a bezpečný kanál pro partnerskou komunikaci mezi společností Škoda Auto a.s. a jejími obchodními partnery.

Tento proces umožňuje rychlé a transparentní řešení nejasností a problémů spojených s finančními operacemi a přispívá k posílení obchodních vztahů a důvěry mezi oběma stranami. Účetní pracovníci, kteří se účastní komunikačních toků, jsou schopni poskytnout partnerům relevantní informace a odpovědi na jejich dotazy na základě jejich znalostí a odborného vzdělání v oblasti účetnictví. Mohou například vysvětlit detaily ohledně fakturačních postupů, upřesnit stav plateb nebo pomoci s interpretací finančních reportů a analýz.

Již vyřešené komunikační toky jsou uchovávány v systému a není je možné smazat. Uživatelům je poskytnut stálý přístup k náhledu těchto komunikačních toků. Tato funkcionality umožňuje uživatelům sledovat historii komunikace a získat přehled o předešlých dotazech a odpovědích. Uchovávání komunikačních toků poskytuje uživatelům možnost vrátit se k dřívějším diskusím a případně získat další informace nebo aktualizace k dané problematice.

#### **4.3.4 Správa kmenových dat**

Kmenová data partnera ve Finančním portálu NEW jsou zobrazována jako důležitý záznam, který obsahuje informace o bankovním účtu partnera, název partnerské společnosti, jeho identifikačních a kontaktních údajích.

Bankovní účet partnera je zaznamenán jako klíčový údaj, který umožňuje provádět finanční transakce mezi společností Škoda Auto a.s. a jejím partnerem.

Název partnera slouží k identifikaci a rozlišení mezi jednotlivými partnery ve Finančním portálu NEW. Identifikační údaje partnera zahrnují například jeho IČ nebo DIČ, které slouží k jednoznačné identifikaci partnera v systému. Tato data jsou udržována a aktualizována prostřednictvím systému, aby poskytovala přesné a aktuální informace. Kontaktní údaje obsahují informace o kontaktních osobách u partnera i v rámci společnosti Škoda Auto a.s., jako jsou jejich funkce, jméno, telefonní číslo. Tyto údaje umožňují snadnou komunikaci mezi partnery a zaměstnanci společnosti prostřednictvím Finančního portálu NEW.

#### **4.3.5 Změna bankovního spojení**

Dodavatelé musí mít možnost aktualizovat své bankovní údaje v souladu s aktuálními potřebami a požadavky. Proces vkládání potvrzení bankovního účtu nebo změny bankovního spojení přes Finanční portál NEW umožňuje dodavatelům aktivně spravovat své finanční informace a zajistit, že jsou tyto údaje v souladu s jejich aktuálními podnikatelskými potřebami.

Potvrzení bankovního účtu nebo změna bankovního spojení přes aplikaci Finanční portál NEW je jak pro dodavatele, tak zaměstnance společnosti Škoda Auto a.s. významným usnadněním veškerých procesů. Tato funkcionality přispívá k efektivní správě obchodních vztahů a zlepšení procesů v rámci dodavatelského řetězce.

## 5. Výsledky a diskuse

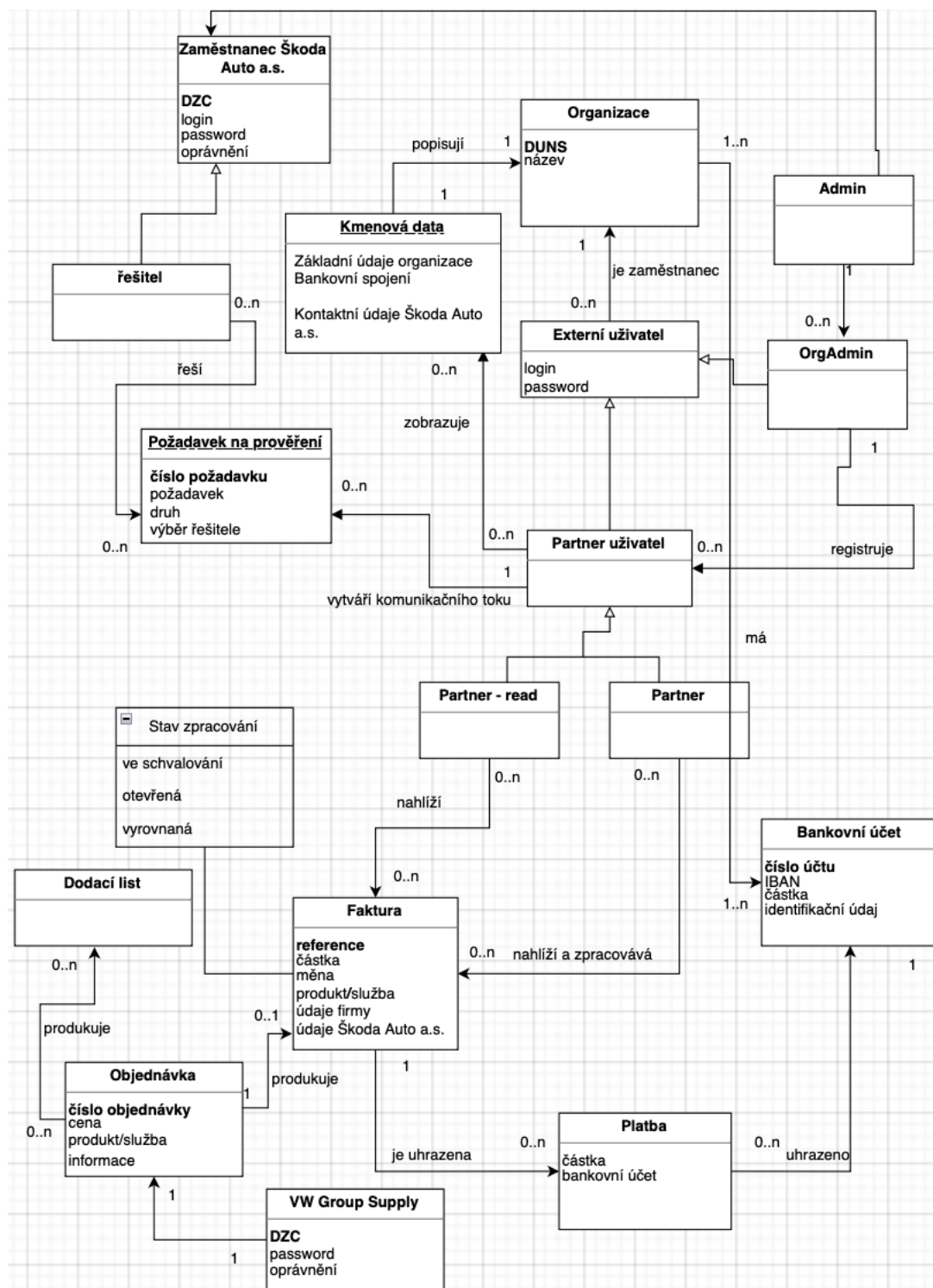
### 5.1 Výsledek

Výsledkem ER (*Entity Relationship* – vztah mezi entitami, dále jen jako ER) diagramu je strukturovaný grafický model, který zachycuje entity, vztahy mezi těmito entitami a atributy každé entity. Tento diagram poskytuje přehled o datovém modelu aplikace, což usnadňuje porozumění a analýzu datových toků a vztahů v systému. Identifikuje klíčové entity a vztahy mezi nimi a poskytuje základ pro tvorbu tabulek a definici atributů. Výsledek ER diagramu je klíčovým nástrojem při vytváření a správě relativních databázových systémů.

#### 5.1.1 Vývojový diagram aplikace

Tento strukturovaný grafický model je rozdělován na několik částí. Prvotním spouštěčem je registrace OrgAdmina do B2B portálu, odkud je možné požádat o přístup k datům a informacím do aplikace Finanční portál NEW. Tento proces je prováděn zaměstnancem s oprávněním zakládat nové uživatele a externí uživatel je zahrnut. Externí uživatel, v roli správce organizace, dále přiděluje oprávnění do aplikace Finanční portál NEW. Role jsou rozděleny podle možností náhledu na dokumenty a specifických funkcí pro určitou roli. Dále v diagramu je znázorněn proces od faktury až po platbu. Další částí jsou kmenová data, která jsou jedním z nejdůležitějších prvků, a jako poslední důležitou část diagramu je vytváření komunikačního toku.

Obrázek 8 - Vývojový diagram Finančního portálu NEW



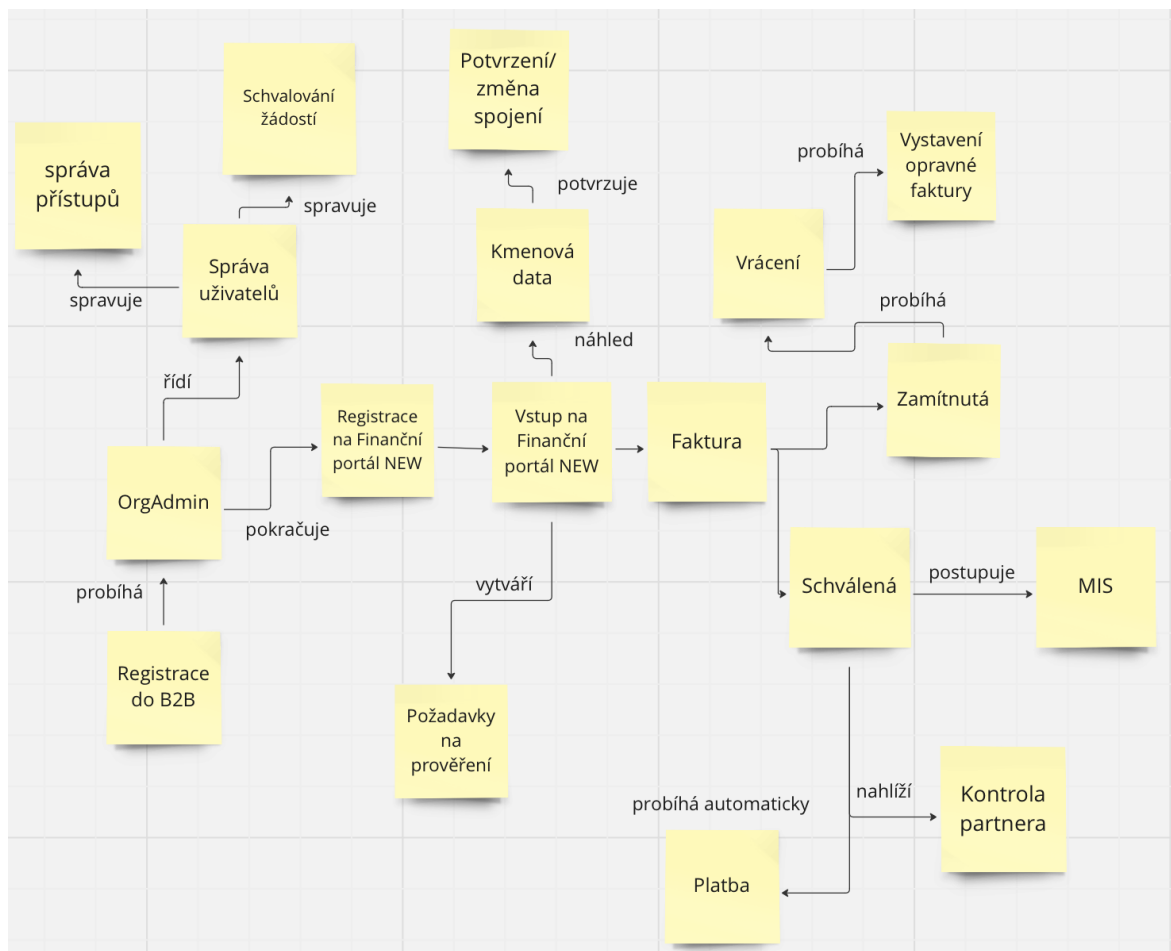
Zdroj: Vlastní zpracování dle aplikace Finanční portál NEW



### 5.1.2 Vývojový diagram z pohledu uživatele

Z pohledu uživatele je tento diagram zaměřen na popis procesu od vstupu do aplikace až po možnosti jejího využití. Začátek představuje přihlášení do B2B portálu, kde si následně uživatel vybírá vstup do aplikace a využívá ji. Během svého pobytu v aplikaci má uživatel přístup k různým funkcím, včetně kmenových dat, faktur a komunikačních toků. Pokud jde o faktury, uživatel má možnost oddělit schválené a zamítnuté faktury, což mu umožňuje efektivněji spravovat své účetnictví.

Obrázek 9 - Vývojový diagram z pohledu uživatele



Zdroj: Vlastní zpracování dle diskuse s uživateli

## 5.2 Diskuse

Diskuse o slabých stránkách aplikace Finanční portál NEW se zaměřuje na identifikaci klíčových oblastí, které představují výzvy a rizika. Jednou z těchto oblastí jsou právě lidské faktory, které mohou být spojeny s nedostatečným porozuměním uživatelů a nejistotou v používání aplikace. Tyto faktory mohou vést k chybám v procesu, zpožděním v realizaci úkolů a snížení efektivity práce.

### 5.2.1 Slabé stránky diagramu

Jako slabé články diagramu (obrázek č. 8) jsou označeny spodní části diagramu. Nejkritičtější částí je oblast týkající se platby. Při dodávce objednávky do společnosti Škoda Auto a.s. je dodána faktura obsahující bankovní účet, na který se má daná faktura zaplatit. Tento účet musí být následně potvrzen prostřednictvím aplikace Finanční portál NEW. V případě, že účet není evidován v kmenových datech v aplikaci, je uživatel vyzván k nahrání potvrzujícího dokumentu. Tento proces nahrávání dokumentu se může stát velmi zdoluhavým, avšak je nezbytný ze strany Škoda Auto a.s.

Další slabou stránkou diagramu (obrázek č. 9) je proces vytváření komunikačního toku přes funkci Požadavek na prověření. Pokud uživatel identifikuje nějaké nejasnosti, chyby v dokumentaci nebo má pouze dotaz ohledně detailů dokumentu, vytvoří komunikační tok. Nevýhodou je, že v případě nevědomosti nebo objevení chyby v dokumentu lze vytvořit pouze jeden tok. Například, pokud uživatel založí komunikační tok pro prověření určité faktury a všechny nejasnosti jsou vyjasněny, ale následně je objeven další nedostatek, je nutné založit nový požadavek.

### 5.2.2 Slabé stránky z praxe

Identifikace a řešení slabých stránek aplikace Finanční portál NEW z praxe budou sloužit ke zlepšení uživatelského rozhraní. Získané poznatky od uživatelů a zaměstnanců společnosti Škoda Auto a.s.:

- automatické odhlášení po jedné hodině neaktivity může být považováno za příliš dlouhou dobu, zejména pokud jde o citlivé účetní aplikace jako Finanční portál NEW. Kratší doba odhlášení by mohla přinést několik výhod, včetně zvýšení bezpečnosti systému a ochrany citlivých finančních dat,
- často se stává, že uživatelé nevyužívají dostupné dokumentace, nápovědy a instruktáže k porozumění funkčnostem aplikace a správnému řešení

případných problémů. Namísto toho, aby se snažili sami najít odpověď v dokumentaci, preferují spoléhat se na dotazy a žádosti o pomoc, což může způsobit zbytečné zatížení interních týmů a zpomalit procesy. Partner by mohl být schopen řešit své problémy nezávisle a rychleji, pokud by byl aktivnější v čtení a využívání dostupných informačních zdrojů,

- registrace nových uživatelů často trvá delší dobu a vyžaduje mnoho kroků, což může být zdlouhavé a frustrující pro nové uživatele. Takový proces registrace může vést k odrazujícímu efektu a snížení ochoty potenciálních uživatelů připojit se k aplikaci. Mohou se objevit problémy s nedokončenými registracemi nebo s nízkou mírou konverze nových uživatelů,
- dalším slabým místem může být nedostatečná spolupráce a komunikace mezi partnerem a jeho vlastními interními týmy, kteří jsou zodpovědní za správu a využívání aplikace. Často se stává, že nedochází k efektivní výměně informací mezi těmito týmy, což může způsobit zpoždění v procesu zpracování finančních operací a nedorozumění ohledně požadavků a očekávání partnera.

### **5.2.3 Návrh možných řešení**

Autor navrhuje zkrátit tuto dobu odhlášení na 30 minut, což poskytne vyvážený kompromis mezi bezpečností a uživatelským pohodlím. Tento krok by mohl minimalizovat riziko neoprávněného přístupu k citlivým údajům v případě, že se uživatel zapomene odhlásit nebo opustí své pracoviště na delší dobu. Tím by se zvýšila celková bezpečnost a spolehlivost Finančního portálu NEW, což je v dnešní době digitálních hrozeb klíčové.

Další uživatelsky přívětivá optimalizace by byla návodka, jak přidat svého kolegu do aplikace Finanční portál NEW, která by mu detailně popsala veškeré kroky a náležitosti spojené s registrací nového uživatele. Návodka by se nacházela v aplikaci Finanční portál NEW. Doposud manuál k přidání uživatele do organizace obdržel pouze OrgAdmin, jakožto správce organizace. Pokud si ale tento manuál neuložil, tak se musí ozvat své kontaktní osobě.

## 6. Závěr

V závěru této odborné práce lze konstatovat, že metodika a cíle byly úspěšně naplněny. Metodika práce poskytla strukturovaný a systematický rámec pro analýzu Finančního portálu NEW ve společnosti Škoda Auto a.s. Díky důkladné ex-post business analýze jsme získali hlubší pochopení provozu portálu a jeho vlivu na zainteresované strany.

První část závěru se zaměřuje na zhodnocení použité metodiky. V této části jsou podrobněji rozebrány postupy a metody, které byly použity během výzkumu a analýzy. Je diskutováno o přístupech k sběru dat, jakož i o metodách analýzy, které se aplikovaly na získaná data. Dále je práce zaměřena na metody identifikace zainteresovaných stran a hodnocení výsledků analýzy. V této reflexi byla snaha objektivně zhodnotit efektivitu použité metodiky, zdůraznit její silné stránky a zároveň identifikovat případné nedostatky nebo oblasti, které jsou možné v budoucnu vylepšit.

Empirická část práce přinesla důležité poznatky o historickém kontextu společnosti Škoda Auto a.s. a zdůraznila význam Finančního portálu NEW pro její fungování. Metodologická část podrobně popsala postupy použité při analýze, což umožňuje opakovatelnost a reprodukovatelnost výzkumu.

V poslední části se práce zaměřila na shrnutí dosažených výsledků a byly navrženy další kroky pro optimalizaci Finančního portálu NEW. Závěr práce nejen reflektuje dosažené výsledky, ale také zdůrazňuje důležitost dalšího vývoje a zdokonalování softwarových nástrojů v podnikovém prostředí. Celkově lze konstatovat, že tato práce poskytuje ucelený pohled na problematiku finančního portálu z teoretických, analytických a praktických hledisek a přispívá k dalšímu poznání a efektivnímu řízení informačních systémů v podnikovém prostředí.

Celkově lze konstatovat, že tato odborná práce přináší ucelený pohled na problematiku finančního portálu z pohledu teoretických konceptů, analýzy konkrétního případu a metodologických postupů. Její výstupy poskytují cenné informace pro manažery, analytiky a další zainteresované strany, kteří se podílejí na správě a rozvoji podnikových informačních systémů.

## 7. Seznam použitých zdrojů

ADÁMEK, Pavel a Lucie MEIXNEROVÁ. Business modelování: Jak na business modely v digitálním prostředí. Praha: Grada Publishing, 2022. ISBN 978-80-271-3356-7.

ARLOW, Jim a Ila NEUSTADT. UML a unifikovaný proces vývoje aplikací. Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-947-X.

FLIDR, Jiří a Jiří HRUBÝ. Propojení výroby a informačních systémů v praxi: Praktická příručka pro podnikové manažery. Praha: Grada Publishing, 2023. ISBN 80-247-1103-6.

FOTR, Jiří, Ivan SOUČEK, Miroslav ŠPAČEK a Stanislav HÁJEK. Tvorba strategie a strategické plánování. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-3985-4.

FOTR, Jiří, Emil VACÍK, Ivan SOUČEK, Miroslav SPAČEK a Stanislav HÁJEK. Tvorba strategie a strategické plánování: Teorie a praxe. 2. Praha: Grada Publishing, 2020. ISBN 978-80-271-2499-2.

HRADECKÝ, Mojmír, Jiří LANČA a Ladislav ŠIŠKA. Manažerské účetnictví: Jak na business modely v digitálním prostředí. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2471-3.

KAJZAR, Dušan a Ivan POLÁŠEK. Projektování informačních systémů I. Opava: Slezská univerzita, Filozoficko-přírodovědecká fakulta, Ústav informatiky, 2003. ISBN 80-7248-214-9.

KEŘKOVSKÝ, Miloslav a Miloš DRDLA. Strategické řízení firemních informací: teorie pro praxi. Praha: C.H. Beck, 2003. ISBN 80-7179-730-8.

KEŘKOVSKÝ, Miloslav a Oldřich VYKYPĚL. Strategické řízení: teorie pro praxi. Praha: C.H. Beck, 2002. ISBN 80-7179-578-x.

MERUNKA, Vojtěch. Objektové modelování. Praha: Alfa Nakladatelství, 2008. ISBN 978-80-87197-04-2.

OSTERWALDER, Alexander, Yves PIGNEUR a Alan SMITH. Tvorba business modelů: příručka pro vizionáře, inovátory a všechny, co se nebojí výzev. Praha: BizBooks, 2012. ISBN 978-80-265-0025-4.

ŘEPA, Václav. Analýza a návrh informačních systémů. Praha: EKOPRESS, 1999. ISBN 80-86119-13-0.

SEDLÁČKOVÁ, Helena. Strategická analýza. Praha: C. H. Beck, 2000. ISBN 80-7179-422-8.

TVRDÍKOVÁ, Milena, Norbert ŽID a Ivan VRANA. Aplikace moderních informačních technologií v řízení firmy. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2728-8.

VRANA, Ivan a RYCHTA, Karel. Zásady a postupy zavádění podnikových informačních systémů: Praktická příručka pro podnikové manažery. Praha: Grada Publishing, 2004. ISBN 80-247-1103-6.

VRANA, Ivan. Projektování Informačních systémů s UML. Praha: Reprografické studio PEF ČZU v Praze, 2008. ISBN 978-80213-1817-5.

ZELINKA, Tomáš a Miroslav SVÍTEK. Telekomunikační řešení pro informační systémy síťových odvětví. Praha, 2009. ISBN 978-80-247-3232-9.

#### Elektronická dokumentace

PEST analýza. Edolo [online]. 2019 [cit. 2024-01-13]. Dostupné z: <https://edolo.cz/clanky/pest-analyza/>

## **8. Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk**

### **8.1 Seznam obrázků**

Obrázek 1 - Jednoduchý diagram tříd.....	18
Obrázek 2 - Porterův model pěti sil.....	25
Obrázek 3 - SWOT analýza.....	26
Obrázek 4 - PEST analýza.....	28
Obrázek 5 - Finanční portál z pohledu dodavatele.....	32
Obrázek 6 - Uživatelské role Finančního portálu NEW.....	35
Obrázek 7 - Druhy fakturace.....	36
Obrázek 8 - Vývojový diagram Finančního portálu NEW.....	40
Obrázek 9 - Vývojový diagram z pohledu uživatele.....	41