

Informační systémy v podnikové praxi

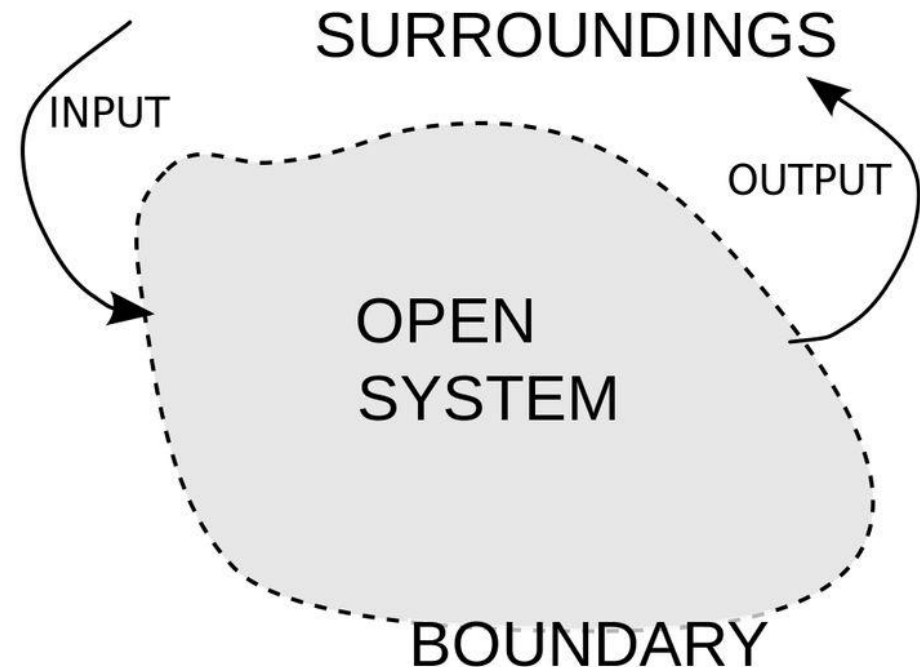
Ing. Jitka Novotná, Ph.D.

Podnikový informační systém

ERP (Enterprise Resource Planning) = plánování podnikových zdrojů

ERP II =

- ERP +
- CRM (Customer Relationship Mng) +
- SCM (Supply Chain Mng.) +
- BI (Business Intelligence) +
- ???





Globalizace

- Jak se Vás konkrétně dotýká globalizace v každodenním životě?
- Co bylo podnětem pro její vznik?

- Významný fenomén postindustriální společnosti související s rozvojem IT a dopravní infrastruktury
- Ovlivňuje... (jednotlivci, vlády, společnosti, firmy atd.)
- Vliv na firmy:
 - Všechny aspekty fungování podniku (zákazníci, partneři, konkurence, výroba, distribuce, zaměstnanci atd.)
 - Snížení ochranných opatření (otevření – nové firmy, aliance)
 - Klíčový faktor úspěchu

- Pozitiva x Negativa

~~VYROBIT~~

PRODAT

Globalizační trendy ve společnosti

- Mizí chráněné trhy;
- životní cyklus výrobků se zkracuje a již se neměří na roky, ale na měsíce;
- další produkty musejí být naplánované již v době uvádění novinek na trh;
- trhy se chovají globálně nejen z hlediska potřeb, ale i z hlediska možných míst, kde producenti umísťují své podniky.


Projevy

- Posun od centralizace k decentralizaci,
- změny a posun ve struktuře zaměstnanosti,
- posun od technologických aspektů produkčního cyklu ke společensko-přírodním.

Globalizační trendy ve společnosti

Globalizace „zevnitř“	Globalizace „zvnějšku“
Převážná příležitost	Hrozba a provázanost dopadů
Téměř neomezený růst	Omezení daná zdroji a možnostmi Země
Primární cíl - růst příjmů	Růstu nákladů
Zlepšení podmínek (na trhu)	Udržení stávajících podmínek
Homogenizace společnosti na bázi globálně nabízených produktů	Heterogenizace (regionalizace) společnosti
Lokální optimalizace z pohledu podniku či spotřebitele	Optimalizace celku v globálním slova smyslu

Změny podnikového paradigmatu

	DŘÍVE	NYNÍ
Trhy		
Inovace		
Vstup na trh		
Nabídka / Poptávka		
Konkurence		
Zákazník		
Zaměstnanci		

Změny podnikového paradigmatu

	DŘÍVE	NYNÍ
Trhy	Fungování v rámci existence lokálních a často chráněných trhů	Fungování na globálním trhu s redukcí ochranných opatření
Inovace	Dlouhodobější stabilita nabídky produktů	Velmi krátké inovační cykly
Vstup na trh	Zárukou úspěchu je tradice a značka firmy	Vstup nových firem na trh a jejich rychlý úspěch , ale i případný zánik
Nabídka / Poptávka	Relativní rovnováha nabídky a poptávky	Přebytek kapacit v mnoha oborech
Konkurence	Nekompromisní vztah vůči konkurenci	Účelová spojování částečně si konkurujících firem do aliancí
Zákazník	Zákazník loajálnější	Zákaznické požadavky se zvyšují
Zaměstnanci	Zaměstnanci musí dodržovat předpisy, dbát na nízké náklady	Zaměstnanci musí být kreativnější a více zákaznický orientováni

Co chce zákazník?

- Více kumulovaných funkcionalit nebo naopak vyšší specializace
- Jednodušší uvedení do provozu
- Snadná aplikace
- Lepší dostupnost poskytovaných služeb
- Jednoduchá údržba
- Nízké provozní náklady
- Vyšší provozní kapacita
- Spolehlivost, stabilita, trvanlivost
- Rozšiřitelnost a stavebnicové systémy
- Schopnost úpravy pro specifické zákaznické požadavky
- Rychlejší odezva na vzniklý výpadek
- Dodávka just-in-time
- Certifikovaná zařízení, připravenost pro specifické normy a regulační standardy,
- Ekologické, etické a společenské aspekty
- ...

Co chce podnik?

- Tržní podíl a počet zákazníků
- Vliv na zvýšení profitability, produktivity práce
- Celkové výnosy, realizované objemy a provozní kapacita
- Obrátka skladových zásob
- Efektivní využití pracovních zdrojů
- Zlepšené finanční toky
- Flexibilita výrobních procesů a schopnost reagovat na změny poptávky
- Snížené pořizovací nebo provozní náklady
- Cash-flow
- Image značky
- Ekologie
- ...

Dotazy?

