



MAGIS MIS - Manažerský systém v předním dřevařském podniku AGROP NOVA a.s.

Mezi velmi úspěšné aplikace vyvinuté a nabízené společností DATA-Software patří prostředky pro datovou analýzu a rozbory. Tyto aplikace náleží do kategorie tzv. Business Intelligence a jsou velmi vyhledávanými nástroji pro sledování dlouhodobých trendů, vyhledání úzkých míst v podnikovém hospodaření, posuzování úspěšnosti obchodních strategií a sledování kritických ukazatelů v podnikových procesech. Teprve analýzou dlouhodobých dat se lze v mnoha případech dobrat příčin problémů, které doutnají pod každodenní činností v podniku a jsou skryty v záplavě jiných údajů. Proto jsou součástí námi nabízených řešení prostředky pro vytváření a plnění datových skladů a pro analýzu dat v datových skladech.

MIS QlikView v podniku AGROP NOVA

Podnik Agrop Nova a.s. je jedním z největších a nejmodernějších výrobců velkoplošných vícevrstevných desek (SWP) v Evropě, sídlo společnosti i výroba jsou v České republice. Továrnu ročně opouští přes 640 kamiónů (1.200.000 m²) SWP desek. Dále pak je podnik výrobcem moderního stavebního systému **NOVATOP**, určeného pro montované dřevostavby. Základem tohoto programu je SWP deska.

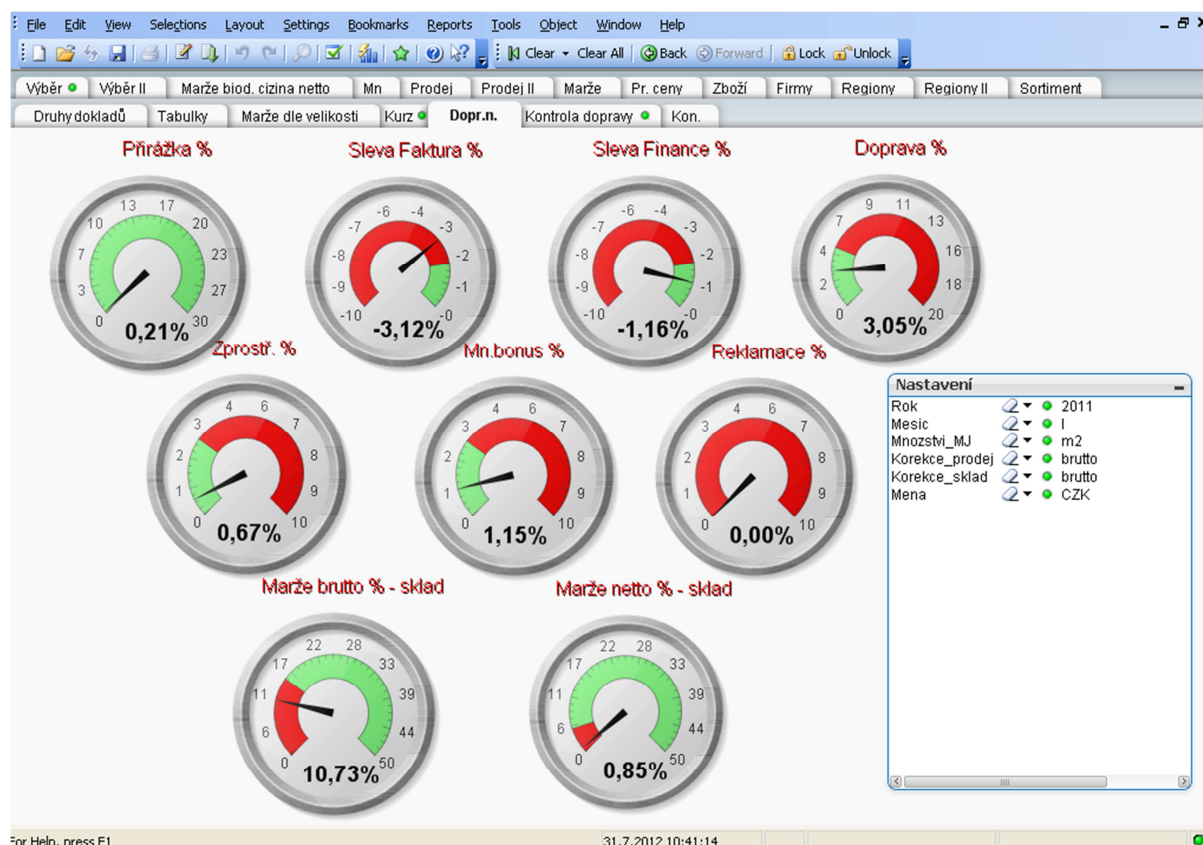
Aplikaci MIS jsme v tomto podniku vybudovali jako nadstavbu nad podnikovou aplikací MAGIS PRO. Aplikace MIS zahrnuje datový sklad, automaticky plněný daty z aplikace MAGIS PRO, který je denně aktualizován. Především pak MIS zahrnuje prezentační vrstvu, která je postavena na specializované a pokročilé BI technologii



QlikView (výrobce je společnost QlikTech). Tato vrstva, určená přímo uživateli, se vyznačuje výjimečnou uživatelskou přívětivostí a především okamžitou odezvou na prakticky jakýkoliv dotaz uživatele.

Funkce aplikace MIS QlikView

Požadavky managementu podniku AGROP, pokud jde o pokročilé rozborů a datovou analýzu, směřovaly především na nejrůznější rozborů **výsledků obchodování**. Cílem bylo maximálně zjednodušit vytváření podkladů pro rozhodování, týkajících se ziskovosti jednotlivých zakázek, hlavně pak ale odvozené údaje ohledně ziskovosti sortimentů výrobků, skupin výrobků, ziskovosti odběratelů, četnosti vyráběných rozměrů a kvalit výrobků a to vše v přehledném znázornění vývoje v čase a s vykreslením trendů. Součástí aplikace MIS v podniku AGROP je mimo jiné poměrně velmi propracovaný systém pro přepočítání poskytovaných slev a různých typů přírůžek (např. za distribuci) na jednotlivé ukazatele sortimentu (kvalitu, rozměry, individuální kód výrobku) i na odběratele, aby bylo možno dosáhnout maximálně objektivního hodnocení ziskovosti jak u sortimentu, tak u odběratelů.



Obrázek 1 - Hlavní obrazovka top-managera s „budíky“ hlavních ukazatelů obchodování.

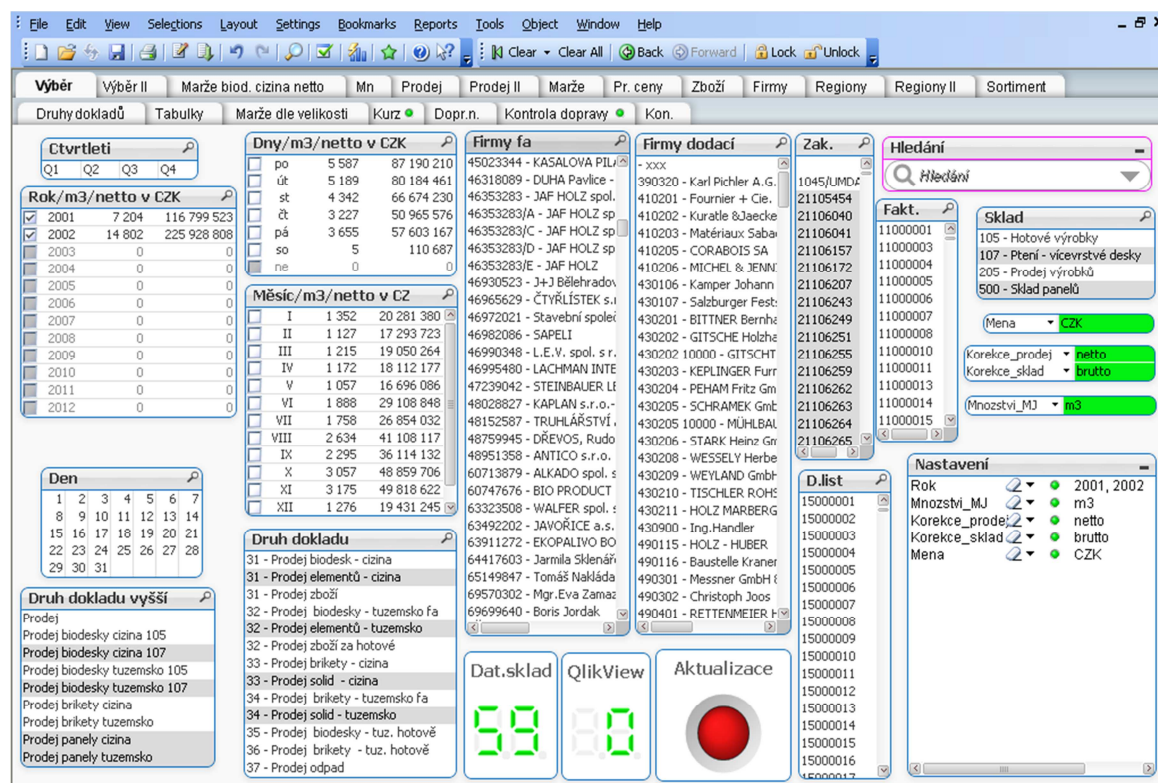
Výsledkem je průběžně a denně aktualizovaný komplexní manažerský systém, který je dnes hlavním a věrohodným zdrojem informací pro majitele podniku, ostatní členy managementu a vlastně i všechny obchodníky.

Příkladem pravidelně vyhodnocovaných a sledovaných ukazatelů pomocí aplikace MIS jsou: odběratelé, jednotlivé položky sortimentu (kódy výrobků, kvality, dřevina), prodané množství v m2 /

m3 / kusech, prodej je sledován ve finančním vyjádření (Kč, EUR), kromě výrobních nákladů jsou sledovány i ostatní náklady spojené s prodejem a distribucí (dopravné, provize, slevy, množstevní bonusy). Aplikace MIS umí vypočítat a prezentovat dosažené marže (hrubé i čisté s promítnutím obchodních nákladů), a to podle všech sledovaných ukazatelů: zakázek, odběratelů, sortimentu a sortimentních skupin, regionů apod. Finanční ukazatele lze přepočítat podle automaticky stahovaného kurzového lístku do libovolné měny. Aplikace umí analyzovat také stavy skladů hotové výroby (k datu nebo stavy aktuální).

Dodaná aplikace obchodních analýz byla později doplněna o rozbor **marketingových informací**, jejichž zdrojem jsou data z předprodejních procesů a týkají se poptávek a nabídek a hodnocení jejich úspěšnosti. Aplikace MIS se zabývá zdrojem poptávek, předběžnými cenovými údaji, prodejními a projekčními partnery podniku AGROP, vyhodnocení konkrétních marketingových akcí.

Celá aplikace MIS byla uvedena do provozu během dvou měsíců. Jedná se o velmi krátkou dobu, vezmeme-li v úvahu rozsah aplikace a samozřejmý požadavek na přesnost a ověřitelnost informací generovaných aplikací MIS. V dalších 2 až 3 měsících byla aplikace ještě dopilována o některé podrobnosti.



Obrázek 2 Příklady zadání filtrů pro pohledy. Příslušné záložky jsou označeny obvykle Výběr n.

Přínosy pro uživatele

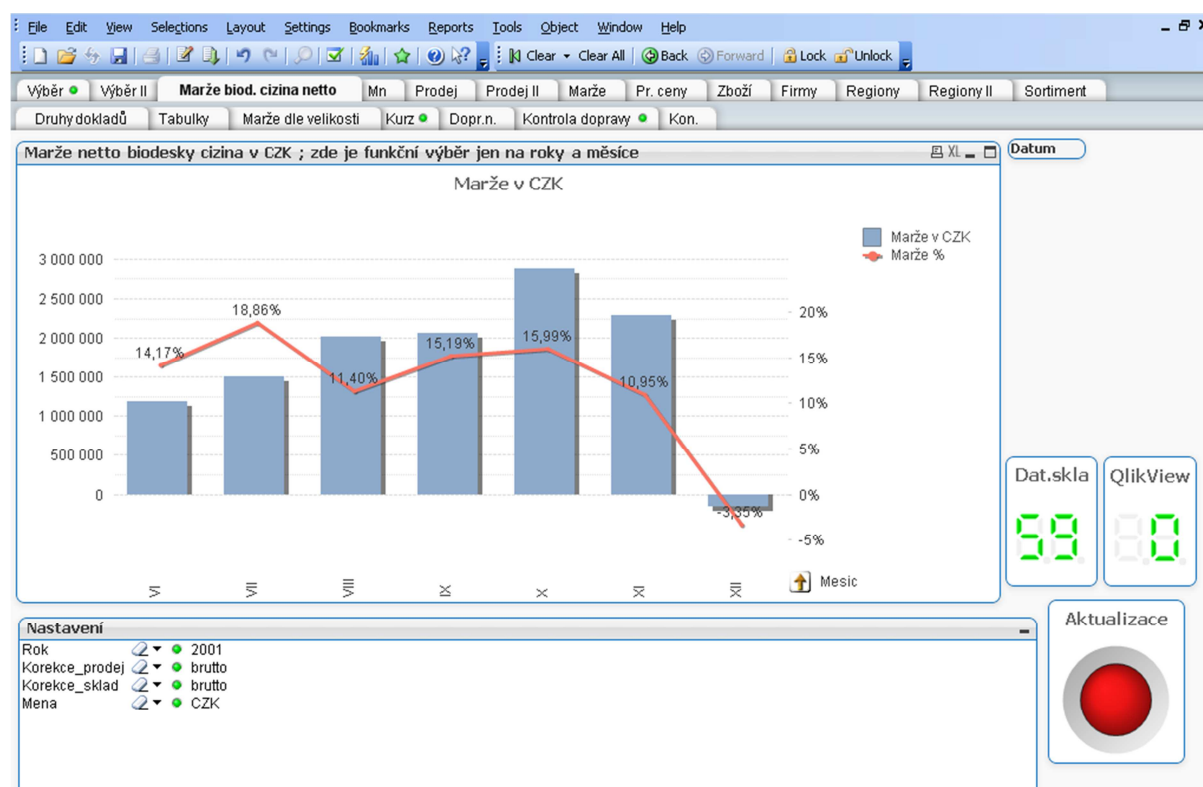
Hlavním přínosem aplikací MIS pro uživatele je okamžitý přístup k důležitým informacím, která ovlivňují každodenní i strategická rozhodnutí. Aplikace MIS se stala ve velmi krátké době běžnou součástí porad managementu.

Na rozdíl od standardních výstupů ERP aplikací je možné pomocí MIS informace získat ad-hoc podle okamžité potřeby a to i díky patentovanému způsobu uložení dat a s okamžitou odezvou bez ohledu na rozsah dat a strukturu zdrojových tabulek. Právě tato pružnost, jednoduchost a rychlost s jakou jsou generovány odpovědi na prakticky libovolnou kombinaci vstupních parametrů je uživateli nejvíce ceněna.

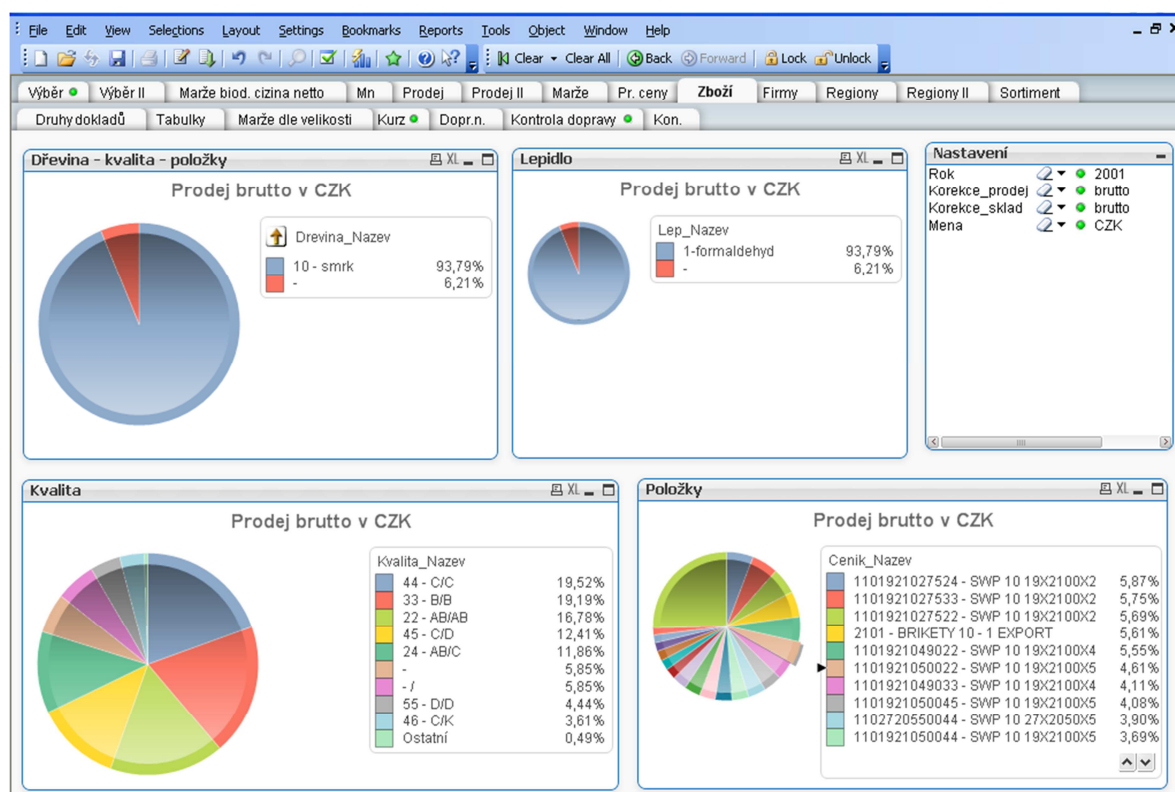
Vyjádření majitele podniku AGROP NOVA, ing. Jiřího Oslizla:

„Od roku 2008 v souvislosti s recesí na evropském trhu došlo k významnému poklesu marží u většiny produktů. Naši zákazníci jsou stále citlivější na cenu. Aplikace MIS nám denně pomáhá při vyhodnocování některých speciálních nabídek ve vazbě na aktuální marži dosahovanou průběžně v daném měsíci. Zvláště cenný je velmi jednoduchý rozbor marží podle jednotlivých výrobků u konkrétních odběratelů. Vzhledem k tomu, že standardní výrobky jsou v největším cenovém tlaku, optimalizujeme za použití MISu prodejní ceny u speciálních výrobků tak, abychom v součtu dosáhli kladných čísel. Za pomoci tohoto rozboru se pak můžeme objektivněji rozhodnout, zda má smysl realizovat každý konkrétní kontrakt.“

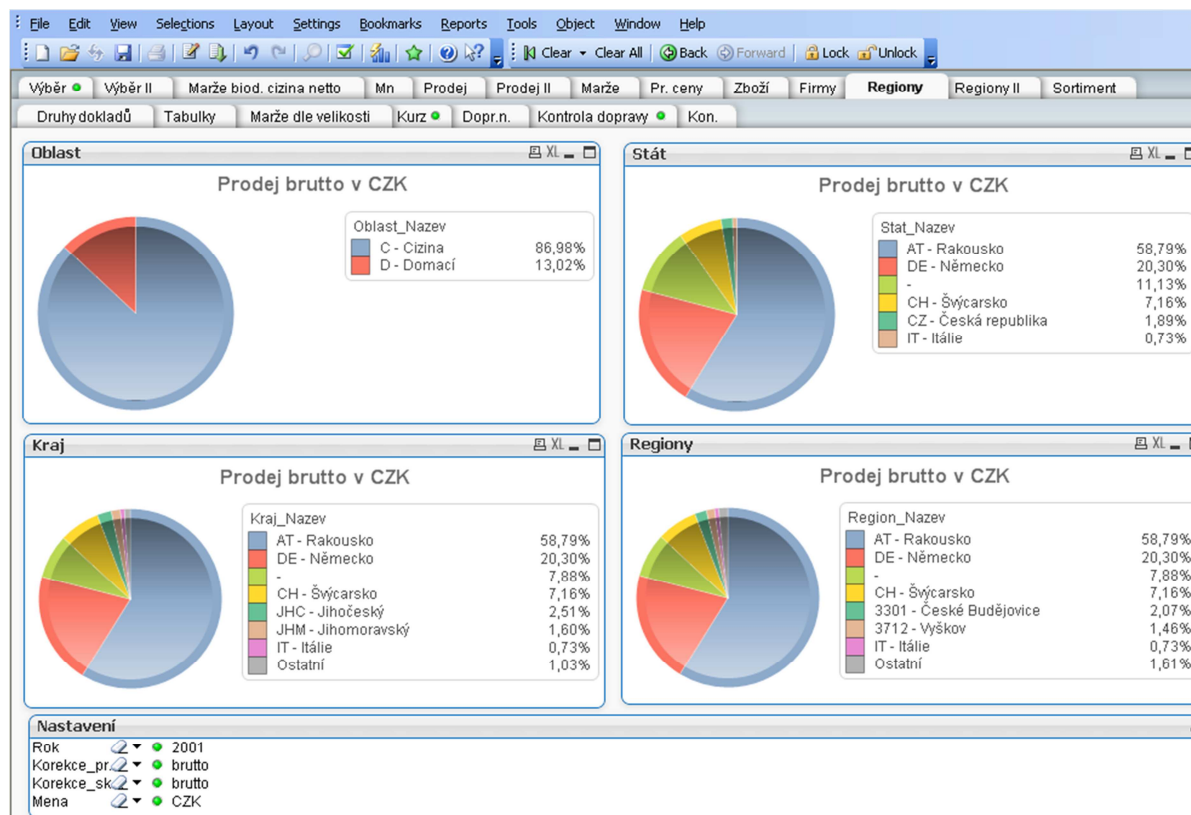
Každý den tak máme v MISu operativně kompletní přehledy prodeje, které pak jednou měsíčně hodnotíme na obchodní poradě z nejrůznějších úhlů pohledu a i díky MISu můžeme tak objektivně a rychle přijímat nápravná opatření.“



Obrázek 3 Vývoj obchodní marže (za veškerý sortiment) za období po měsících



Obrázek 4 - Podíl prodeje jednotlivých výrobků za vybrané období



Obrázek 5 - Podíl prodeje podle jednotlivých regionů za vybrané období