

OBSAH

1	PARTNEŘI A KONKURENTI	5
1.1	Proč se vyplácí znát partnery a konkurenty	5
1.2	Malý výlet do historie	8
1.3	Co je (a co není) Competitor Intelligence?	11
2	ZDROJE INFORMACÍ	15
2.1	Informace jsou tam, kde je najdete	15
2.2	Povaha informačních zdrojů	17
2.3	Informační média čili nosiče	20
2.4	Kancelářské informace	23
2.4.1	Česká republika a Slovenská republika	24
2.4.2	Německo	26
2.4.3	Rakousko	28
2.4.4	Velká Británie	29
2.4.5	Francie	29
2.4.6	„Zbytek“ Evropy	30
2.4.7	USA, Kanada a Japonsko	32
2.4.8	„Zbytek“ světa	33
2.5	Kreditní informace	34
2.5.1	Dun & Bradstreet	37
2.5.2	Creditreform	38
2.5.3	Intercredit	38
2.5.4	Kreditní zprávy online	39
2.5.5	Další nestandardní služby	40
2.6	Bankovní informace	41
2.7	Tiskové zprávy	43
2.8	Analytické dokumenty	45
2.9	Primární průzkum	49

3	VYHLEDÁVÁNÍ INFORMACÍ	53
3.1	Identifikace firem	55
3.1.1	Oborové klasifikace	55
3.1.2	Další kritéria výběru	59
3.1.3	Identifikační minimum	64
3.2	Organizace, struktura a finance firem	71
3.2.1	Struktura a vlastnické vztahy	72
3.2.2	Finanční situace firem	81
3.3	Výrobky a trhy	86
3.4	Technická a intelektuální potence	96
4	INTERPRETACE INFORMACÍ	105
4.1	Právní forma	105
4.2	Velikost firmy	109
4.3	Finanční dokumenty, výroční zprávy	114
4.4	Ukazatele pozice firmy	117
4.4.1	Měření finanční pozice firmy	117
4.4.2	Rating	126
4.5	Informace o bankrotech	129
4.6	Závěrečná zpráva (o firmě)	137
	PŘÍLOHA 1 – Firemní zdroje podle teritorií	143
	PŘÍLOHA 2 – Databázová centra – kontakty	153
	PŘÍLOHA 3 – Běžné právní formy firem v některých zemích (výskyt v bázích dat)	157
	PŘÍLOHA 4 – Ukázky standardních výstupů z informačních zdrojů	163
	LITERATURA	171
	REJSTRÍK CITOVANÝCH INFORMAČNÍCH ZDROJŮ	172