

OBSAH

Předmluva	7
Úvodem	11
1 Význam informací a znalostí v konkurenčním boji	15
1.1 Otevřený a turbulentní svět	15
1.2 Pět stupňů turbulence	21
1.2.1 Neměnné prostředí.	21
1.2.2 Rozvíjející se prostředí	22
1.2.3 Měnicí se prostředí	22
1.2.4 Nespojité prostředí.	23
1.2.5 Překvapivé prostředí.	24
1.3 Účinnost, účelnost a strategická výhoda	
1.4 Nezbytné jsou znalosti.	29
2 Competitive Intelligence – vymezení pojmu	33
2.1 Competitive Intelligence nebo konkurenční zpravodajství?.	33
2.2 Historie Competitive Intelligence	34
2.3 Business nebo Competitive Intelligence?	39
2.4 Dělení CI.	41
2.4.1 Aktivní a pasivní CI	41
2.4.2 CI dle zaměření	41
3 Zpravodajský cyklus v Competitive Intelligence.	44
3.1 Plánování a řízení	46
3.2 Sběr informací	49
3.2.1 Charakter informačních zdrojů	51
3.2.2 Formáty dat v informačních zdrojích	52
3.2.3 Báze znalostí a poznatková báze	53
3.3 Analýza informací	56
3.3.1 Evaluace získaných informací	56
3.3.2 Odvození závěrů ze získaných dat.	57
3.3.3 Záludnosti při odvozování závěrů	59
3.3.4 Omezení, se kterými se při analýze informací musíme vyrovnat.. . . .	63
3.4 Distribuce informací	64
4 Internetové informační zdroje pro Competitive Intelligence	66
4.1 Informační okolí podniku.	66
4.2 Nástroje na vyhledávání a monitorování informací na internetu	68
4.2.1 Vyhledávače	68

4.2.2	Metavyhledávače	69
4.2.3	Monitoring webových stránek	70
4.2.4	Neviditelný web	71
4.3	Informační zdroje pro analýzu makrookolí podniku (analýzu SLEPTE). . .	72
4.3.1	Český statistický úřad	73
4.3.2	BusinessInfo	75
4.3.3	Patenty	78
4.3.4	Legislativní informace.	79
4.3.5	Zdroje regionálních informací.	80
4.3.6	Hospodářská komora	80
4.3.7	Svazy, asociace, oborová a profesní sdružení	81
4.4	Informace o podnikatelských subjektech	81
4.4.1	Administrativní registr ekonomických subjektů.	82
4.4.2	Vizualizace obchodního rejstříku	84
4.4.3	Firmy.cz	85
4.4.4	Evropská databanka – EDB	85
4.4.5	Kompass	86
4.4.6	Europages	86
4.4.7	HOPPENSTEDT BONNIER Information.	87
4.4.8	Inform CZ	87
4.5	Adresy a nahlížení do Katastru nemovitostí v ČR.	88
4.6	Zdroje kreditních informací	90
4.7	Zdroje burzovních informací	91
5	Strategická analýza pro Competitive Intelligence	93
5.1	Zpravodajský cyklus CI a strategická analýza.	93
5.2	Metody strategické analýzy	94
5.3	SWOT analýza.	97
5.3.1	SW aplikace pro podporu SWOT analýz	100
5.3.2	SWOT analýza verze 2.0	100
5.3.3	Myšlenkové mapy (MindView)	102
5.4	Porterův model pěti konkurenčních sil	104
5.5	Bostonská matice růstu a podílu na trhu.	108
5.6	GE Business Screen Matrix (Matice atraktivity oboru a pozice podniku) .	108
5.7	Metoda extrapolace trendů	109
5.8	Metoda scénářů	110
5.9	Brainstorming a delfská metoda	112
5.10	Srovnávací metoda (Modelování a analogie)	114
5.11	Metoda stromu významnosti.	115
6	Informační průmysl	116
6.1	Přidaná hodnota informačního průmyslu.	116
6.2	SOLIDITET	119
6.3	Čekia.	125
6.4	Dun & Bradstreet	127

6.5	Creditinfo Solution	127
6.6	NEWTON Media	128
6.6.1	Anopress IT	129
6.6.2	Newton Technologies	132
6.7	Albertina icome Praha	133
6.8	Ostatní společnosti zabývající se monitoringem firem a analýzou medií . .	134
7	Sociální sítě a Competitive Intelligence	137
7.1	Vymezení sociálních sítí	137
7.2	Kategorizace sociálních sítí	138
7.2.1	Zaměření (téma) sítě	139
7.2.2	Úroveň (odbornost) sítě	141
7.2.3	Přístupnost (otevřenost) sítě	142
7.2.4	Anonymita sítě	143
7.3	Analýza sociálních sítí	144
7.3.1	Kritéria centrality	144
7.3.2	Sociální role dne SNA	146
7.3.3	Modelová informační síť	148
7.4	Využití sociálních sítí pro CI	151
7.4.1	Sociální sítě v Aktivním CI	151
7.4.2	Sociální sítě v Pasivním CI	153
8	Aplikace informačních technologií na podporu Competitive Intelligence . .	156
8.1	Nezbytnost technologické podpory	156
8.1.1	Produkty TOVEK	158
8.1.2	Produkty SAS Institute	159
8.1.3	Produkty IBM	160
8.1.4	Produkty Oracle	161
8.2	Aplikace pro obsahovou a kontextovou analýzu dokumentů	161
8.2.1	Obsahová analýza	161
8.2.2	Kontextová analýza	162
8.3	Aplikace pro signální monitoring	164
8.4	Aplikace pro ochrana zájmů organizace	166
8.4.1	Screening klíčových partnerů	166
8.4.2	Screening zaměstnanců	167
8.4.3	Odhalování podvodného jednání	167
8.5	Integrovaný CI systém	173
8.5.1	Poznatková báze	174
8.5.2	Analytické pracoviště	175
8.5.3	Fúzní server	176
8.5.4	CI portál	179
8.6	Knowledge Exchanger	180
8.7	Znalostní systémy na bázi SW AToM	183
8.8	Opensourcové aplikace	186
8.8.1	Opensourcové aplikace pro TextMining	186
8.8.2	Aplikace pro vizualizaci kontextu	188

9	Implementace a efektivnost Competitive Intelligence	191
9.1	Competitive Intelligence a řízení znalostí	191
9.1.1	Znalosti tacitní a explicitní	191
9.1.2	Konverze znalosti	192
9.1.3	Johari okno.	195
9.2	Znalostní procesy v CI.	197
9.3	Lidé v CI.	199
9.3.1	Role člověka v CI	199
9.3.2	Vlastnosti CI profesionála	200
9.3.3	Etický kodex CI profesionála	202
9.4	CI pracoviště	203
9.4.1	Organizační zařazení CI	203
9.4.2	Postup při budování CI	205
9.5	Řízení CI.	206
9.6	Hodnocení výkonnosti CI	207
9.6.1	Hlavní přínosy CI	207
9.6.2	Návrh hodnocení výkonnosti pracoviště CI	208
10	Návrh systému CI pro malé a střední podniky	212
10.1	Charakteristika MSP a navrhovaného systému	212
10.2	Databáze	213
10.2.1	Databáze událostí:	213
10.2.2	Databáze hrozeb a příležitostí	214
10.3	Zajištění fungování systému lidskými zdroji	216
10.3.1	Rozdělení kompetencí	216
10.3.2	Motivace pro práci se systémem.	217
10.4	Nastavení procesů z pohledu zpravodajského cyklu	218
10.4.1	Proces řízení	218
10.4.2	Proces „Sběr“	219
10.4.3	Proces „Analýza“	219
10.4.5	Systém včasného varování	222
10.5	Časová náročnost systému.	222
	Případové studie	225
A)	Analýza českého trhu s palivovým dřevem	225
B)	Analýza možnosti podnikání v biotechnologiích pro výrobu rostlinných a živočišných olejů a tuků.	237
C)	Jak předvídat ceny aneb využití zpravodajského cyklu v praxi	243
D)	Pohled manažera malé české inovativní firmy na využití Competitive Intelligence.	245
	Bibliografie	248
	Rejstřík	252