



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Název projektu	Rozvoj vzdělávání na Slezské univerzitě v Opavě
Registrační číslo projektu	CZ.02.2.69/0.0./0.0/16_015/0002400

## Prezentace předmětu: **Business Intelligence**

Vyučující:  
**doc. Mgr. Petr Suchánek, Ph.D.**



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

# Business Intelligence

Přednáška 10



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

**OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ**

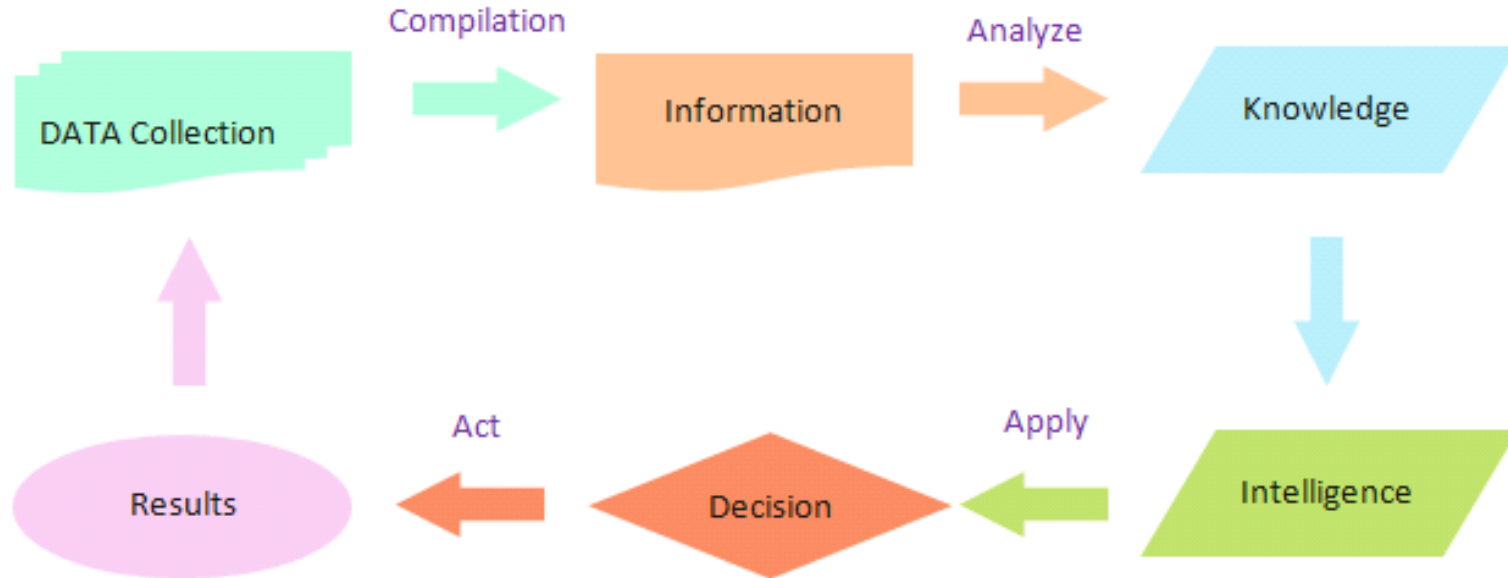
**doc. Mgr. Petr Suchánek, Ph.D.**

- Podnikatelské prostředí se vyvíjí
    - podnikatelské subjekty se musí rovněž přizpůsobovat.
  - Konkurenceschopnost podniku je závislá na jeho schopnosti přizpůsobovat se změnám
    - jinými slovy reagovat na jakékoliv pozitivní nebo negativní změny prostředí.
  - Důležité je
    - získat informace;
    - informace zpracovat a získat z nich informace nové (mnohdy jde o nalezení skrytých, ale přitom významných souvislostí mezi různými jevy).
-

- CI
  - řízení,
  - sběr,
  - analýza,
  - distribuce,
- informací a znalostí využívaných především na strategické úrovni.
- Cíl CI
  - dosažení konkurenceschopného postavení;
  - snížení rizika hrozeb;
  - nalezení příležitostí.

- CI
  - etická, legální činnost;
  - nejedná se o špionáž;
  - monitorování lokálního i globálního okolí;
  - vytváření znalostí;
  - propojení těch, co znají s těmi, kteří řídí a rozhodují.
- CI není ani špionáž, ani vynález 20 století, ani vyhledávání v databázích , ani to nejsou fámy nalezené na Internetu, ani to není záležitostí jednoho člověka.

# Competitive Intelligence - CI



**Competitive Intelligence function & process at Binary Semantics:**

# Competitive Intelligence - CI

---



- Intelligence – schopnost získat a aplikovat znalosti
  - Inteligentní organizace
    - vykazují schopnost přizpůsobovat se měnícím se podmínkám (schopnost adaptability);
    - ovlivňují a spoluvytvářejí vnější prostředí;
    - nalézají nová prostředí pro svou působnost;
    - adaptují se do nových prostředí;
    - spolupodílí se na udržení funkčnosti větších celků, jichž jsou součástí.
  - Další úkol CI
    - vytvářet svými procesy znalosti potřebné pro inteligentní chování organizace.
-

# Competitive Intelligence - CI

---



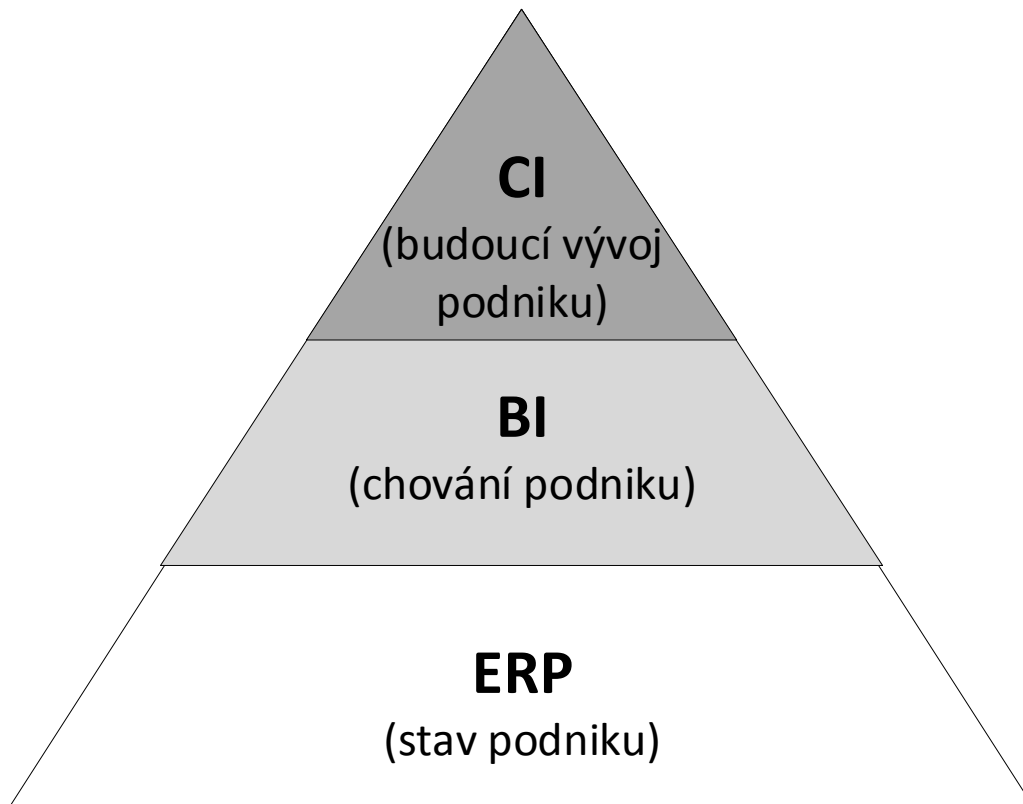
- Co je Intelligence?
    - znalostní aktiva v akci;
    - mechanismy podpory trvalého učení se na základě akce a reakce;
    - základní postup:
      - najít;
      - pochopit;
      - využít.
    - rozlišujeme rovněž:
      - Competitor Intelligence;
      - Partner Intelligence;
      - Market Intelligence;
      - Customer Intelligence;
      - Technical Intelligence.
-



# Competitive Intelligence - CI



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

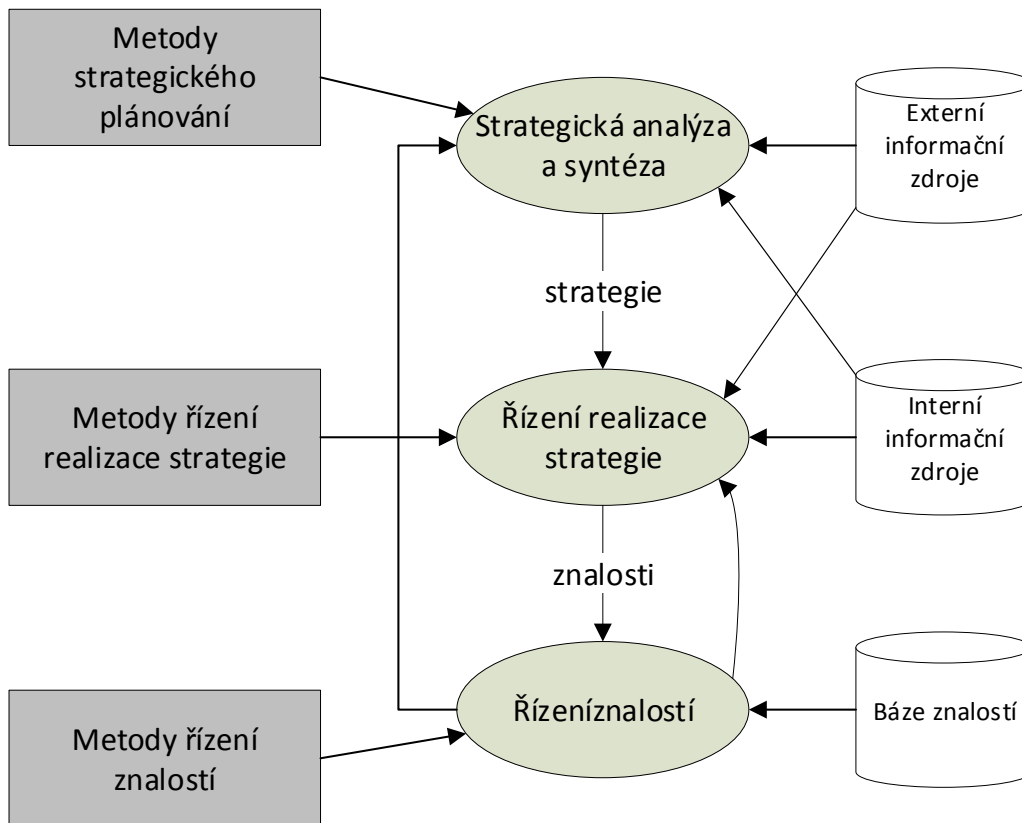


Selekce a  
agregace

**Roste:**

- neurčitost;
- význam  
externích  
informací;
- závažnost  
rozhodnutí.

# Competitive Intelligence - CI



# Competitive Intelligence - CI

---

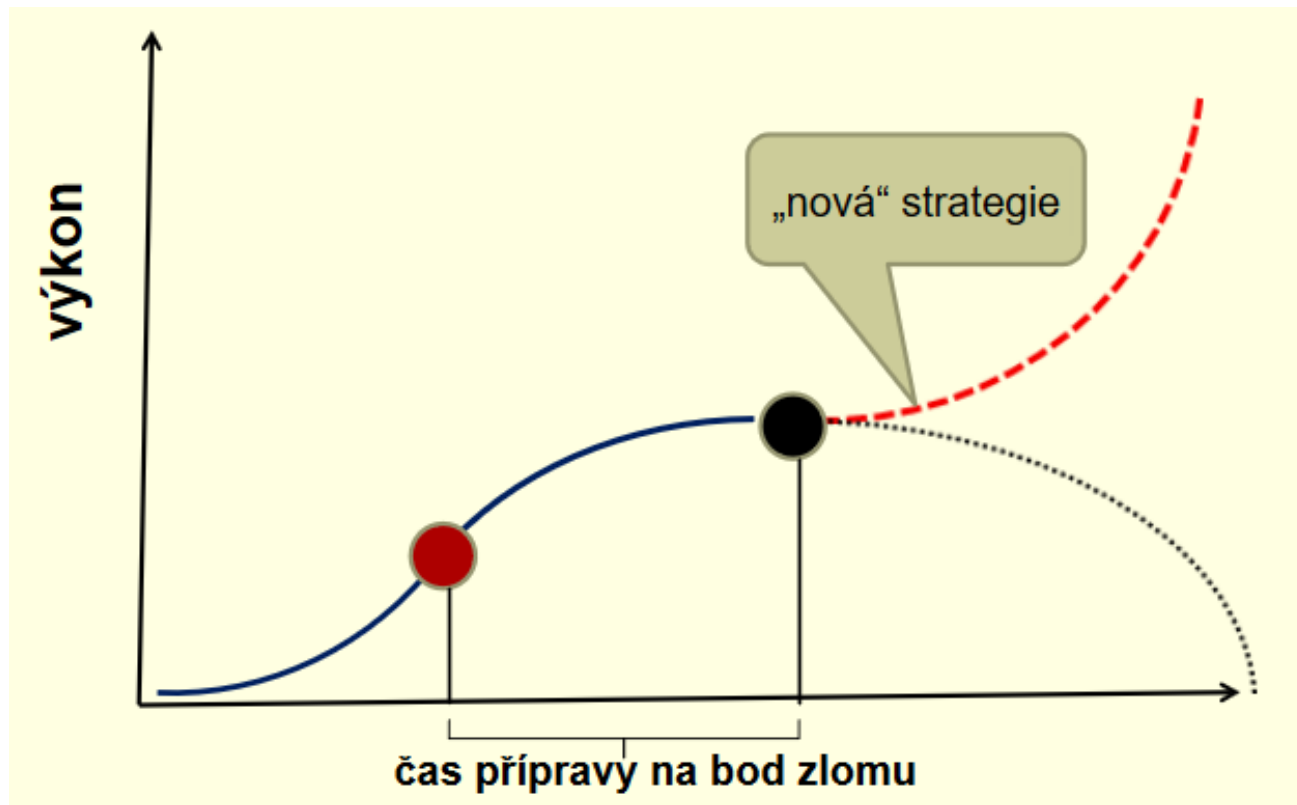


- Známe dobře, co se děje kolem nás?
    - máme to podloženo správnými daty?
    - máme to ve správných souvislostech?
  - Máme v podniku dostačující informace využitelné pro to, abychom mohli správně rozhodovat?
  - Jaké příležitosti nám nabízí současný svět?
    - tržní okolí;
    - vývoj technologie apod.
  - Kde jsme?
  - Kde chceme být?
  - Kde bychom mohli být?
-

# Competitive Intelligence - CI



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVÍNĚ

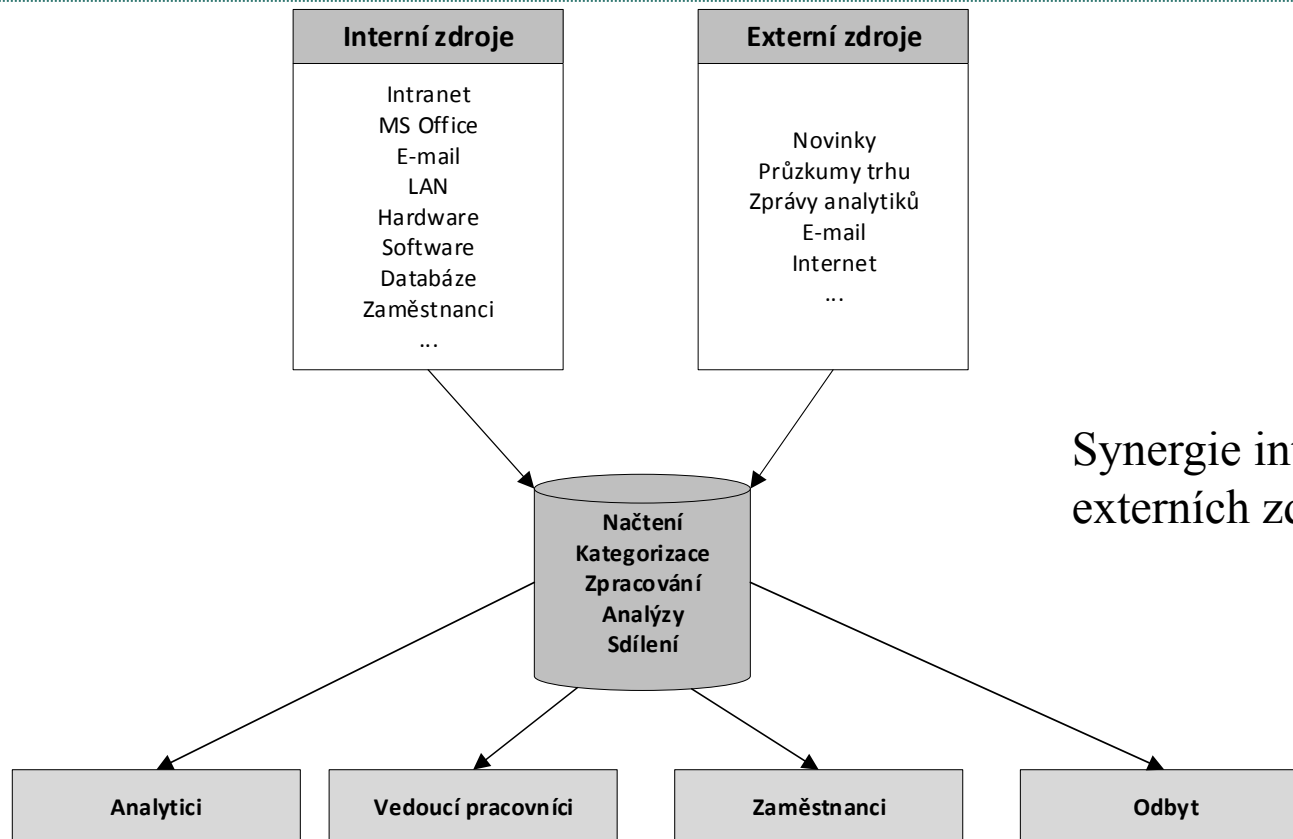


Strategický inflexní bod

- BI & CI – jaký je rozdíl?
- Můžeme vysvětlit na jednoduchém příkladu auta:
  - vozidlo, podobně jako podnik, je vybaveno palubním počítačem, který je napojený na řadu snímačů umístěných na mnoha místech vozidla a informuje v průběhu jízdy řidiče o provozním stavu, což významně zvyšuje jeho schopnost vozidlo ovládat, bezpečně ho řídit i dbát zároveň o hospodárnost jeho provozu. Manažerům se v této analogii vytvářejí MIS (Management Information System), jinak také manažerské nadstavby či „kokpity“ s vymoženostmi BI šitými na míru. Vybava „budíků“, různých ukazatelů pro kontrolu řízení je nastavována podle jejich individuálních potřeb.

- BI & CI – jaký je rozdíl?
- Můžeme vysvětlit na jednoduchém příkladu auta:
  - nejmodernější vozidla jsou vybavena čidly, která nám pomáhají parkovat. Čidla automaticky regulují intenzitu svícení reflektorů v reakci na světelné podmínky vně vozidla, světlomety se automaticky nastavují podle zakřivení zatáček, jiná třeba automaticky spouštějí stěrače, když začne pršet apod. V této analogii se jedná o komunikaci či interakci s vnějším prostředím, což v podnikatelském prostředí odpovídá vlastnostem systému pro CI.

# Competitive Intelligence - CI



Synergie interních a  
externích zdrojů

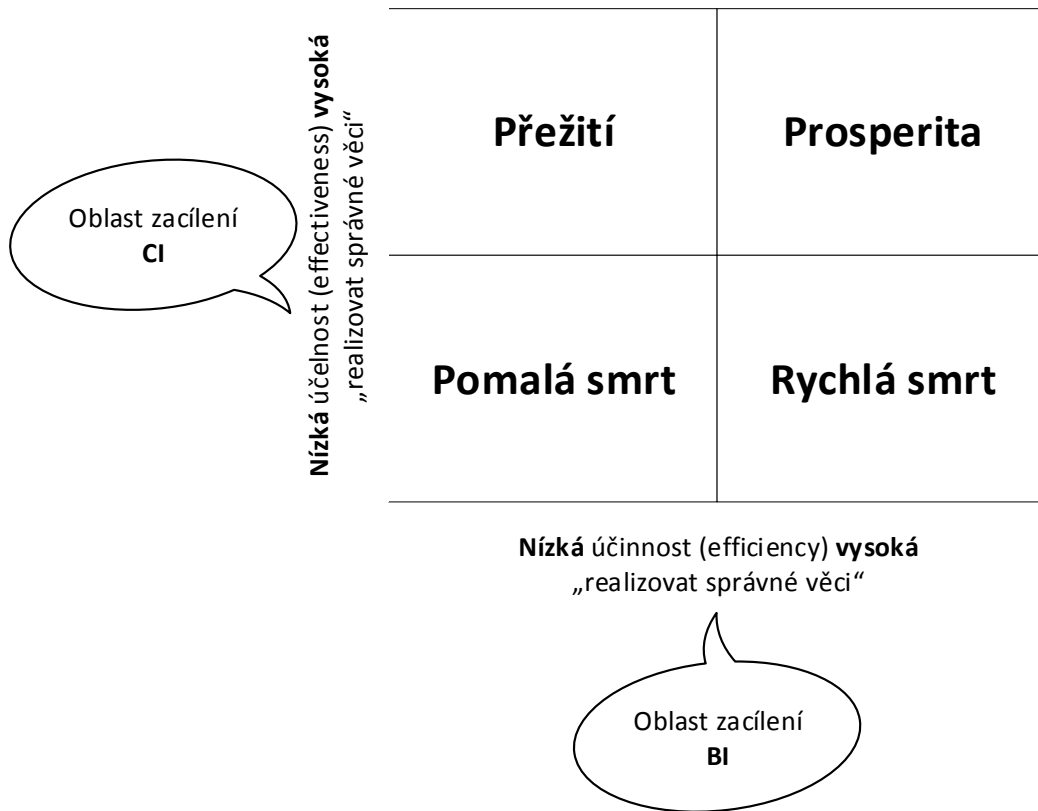
- Výhoda interních dat
    - přehled o interních informačních zdrojích
  - „Nevýhoda“ interních dat
    - soustředěnost pouze na činnosti uvnitř podniku;
    - soustředěnost pouze na blízké okolí (zákazníci, dodavatelé).
  - Výhoda externích dat
    - vyšší stupeň informační podpory;
    - manažeři získají širší rozhled a více souvislostí.
  - „Nevýhoda“ externích dat
    - velký objem;
    - problematika získávání.
-



# Competitive Intelligence - CI



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVÍNĚ



Key Performance Indicators - KPI

Key Goal Indicators - KGI

# Competitive Intelligence - CI



Znalostní charakter oboru – podíl znalostí v hodnotě produktu

		<i>vysoký</i>	<i>nízký</i>
Růstový potenciál odvětví (trhu)	<i>vysoký</i>	<b>Oblast klíčových znalostí (BI + CI)</b>	<b>Oblast potenciálních znalostí (CI)</b>
	<i>nízký</i>	<b>Oblast základních znalostí (BI)</b>	<b>Oblast zastaralých znalostí</b>

- Potenciální znalosti
  - znalosti, které se za příznivých podmínek mohou stát potenciálem k radikální změně (vznik nových klíčových znalostí).
- Klíčové znalosti (core competences)
  - odlišnosti mezi podniky;
  - vliv na jedinečnou pozici podniku na trhu.
- Základní znalosti
  - znalosti pro vykonávání podnikatelské aktivity;
  - široce dostupné pro podniky v daném odvětví.
- Zastaralé znalosti
  - nevyužívané pro podnikání.

# Competitive Intelligence - CI



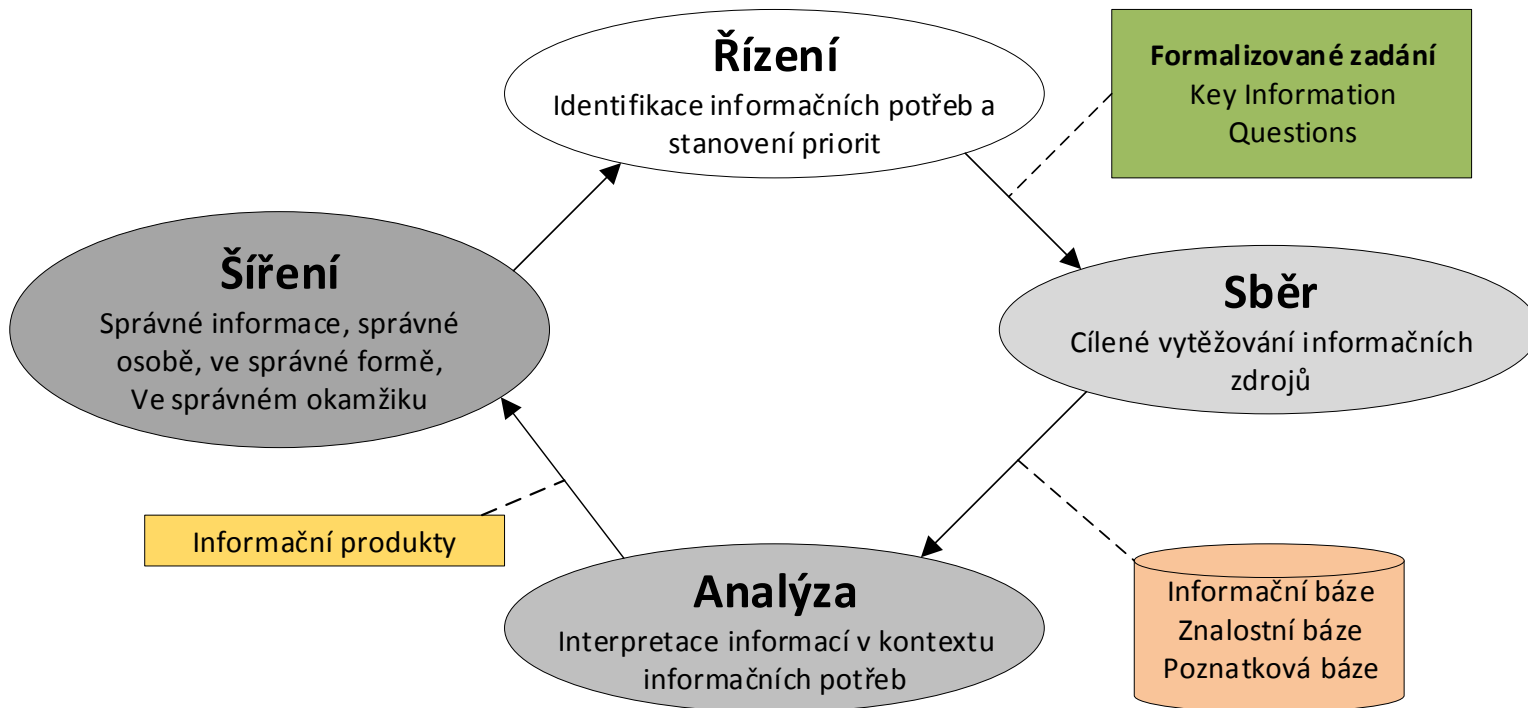
## Strukturovaná a nestrukturovaná data

	Interní	Externí
Strukturovaná	Podnikové databáze Podnikové IS CRM ...	Odborné databáze Specializovaní dodavatelé Katalogy Ceníky ...
Nestrukturovaná	Textové soubory E-maily Zápisy ...	Web RSS kanály E-maily Sociální sítě ...

# Competitive Intelligence - CI



- Zpravodajský cyklus CI



- Pro koho je výstup určen
    - seznam uživatelů (spolupráce, upřesňování zadání).
  - Co má být předmětem zpravodajství
    - co se požaduje vědět, jaká neznalost má být doplněna.
  - Proč se zpravodajství požaduje
    - jaký cíl má podpořit, co se od něj očekává, k jakému rozhodnutí se váže a jaký dopad toto rozhodnutí může mít.
  - Jakou formou
    - Způsob a forma doručení výstupů ze zpravodajského cyklu.
  - Jak dlouho může zpravodajský cyklus trvat
  - Jaké zdroje budou na realizaci zpravodajského cyklu k dispozici
-

- Key Intelligence Topics (KIT)
  - Definice konkrétních oblastí zájmů a účel realizace zpravodajského cyklu
    - Rozhodovací témata
      - vázaná k plánovanému rozhodnutí managementu (jasný obsah i termín).
    - Předmětná témata
      - týkají se určitých subjektů (konkurenti, partneři, stát, banky atd.);
      - předvídání chování těchto subjektů.
    - Varovná témata
      - součástí systému včasného varování;
      - rozpoznání budoucího hrozeb.
-

- Podnětem pro stanovení KIT může být
  - získání nových příležitostí pro růst podniku;
  - rozšíření stávajícího portfolia produktů;
  - možnosti vstupu na nový trh;
  - odhalení zákazníků, které zatím neznáme;
  - změny v odvětví podnikání a jejich predikce;
  - změny v chování zákazníků a jejich predikce;
  - změny v technologiích a jejich predikce;
  - politické změny ve společnosti;
  - a řada dalších témat vyplývajících z konkrétních problémů, se kterými se podnik musí vyrovnat.



- Možné KIQ (Key Information Questions)
  - Kdo jsou naši současní a potenciální konkurenti?
  - Jak vnímají konkurenti sebe a jak vnímají nás?
  - Jaké jsou plány našich konkurentů, se kterými v současnosti soupeříme, pro následujících 2 – 5 let?
  - Jaké jsou krátkodobé a dlouhodobé trendy v oboru působnosti podniku? Jak na tyto trendy reagovali naši konkurenti v minulosti a jak na ně pravděpodobně zareagují v budoucnu?
  - Jak a kde naši konkurenti propagují své výrobky a služby, a jaká je hladina jejich úspěšnosti?

- Možné KIQ (Key Information Questions)
  - Které trhy a geografické oblasti mohou být zabrány našimi konkurenty v budoucnu?
  - Jaké patenty nebo technologie získali nedávno naši současní/potenciální konkurenti a co pro nás tyto inovace znamenají?
  - Jaký je počet a způsobilost výzkumných pracovníků konkurence?, Jaká je úroveň výdajů do výzkumu a vývoje konkurenta?
  - Využívají konkurenti outsourcing pro vývoj nových technologií a samozřejmě desítky dalších dle konkrétní situace podniku?

- Vyhledávání a sběr informací
  - Vyhledávání informací – velmi důležité, ovšem bez jejich následné analýzy vesměs bez účinku.
  - Sběr a analýzy informací
    - musí sloužit zadání;
    - musí vést k zodpovězení konkrétních KIQ;
    - otázky musí být jasné a srozumitelné těch, kteří sbírají data.
  - V průběhu se mnohdy objevují nové otázky
    - dochází k vyhodnocení shromážděných informací, zda jsou použitelné;
    - pokud ne, sběr dat se opakuje s jiným zadáním KIQ.

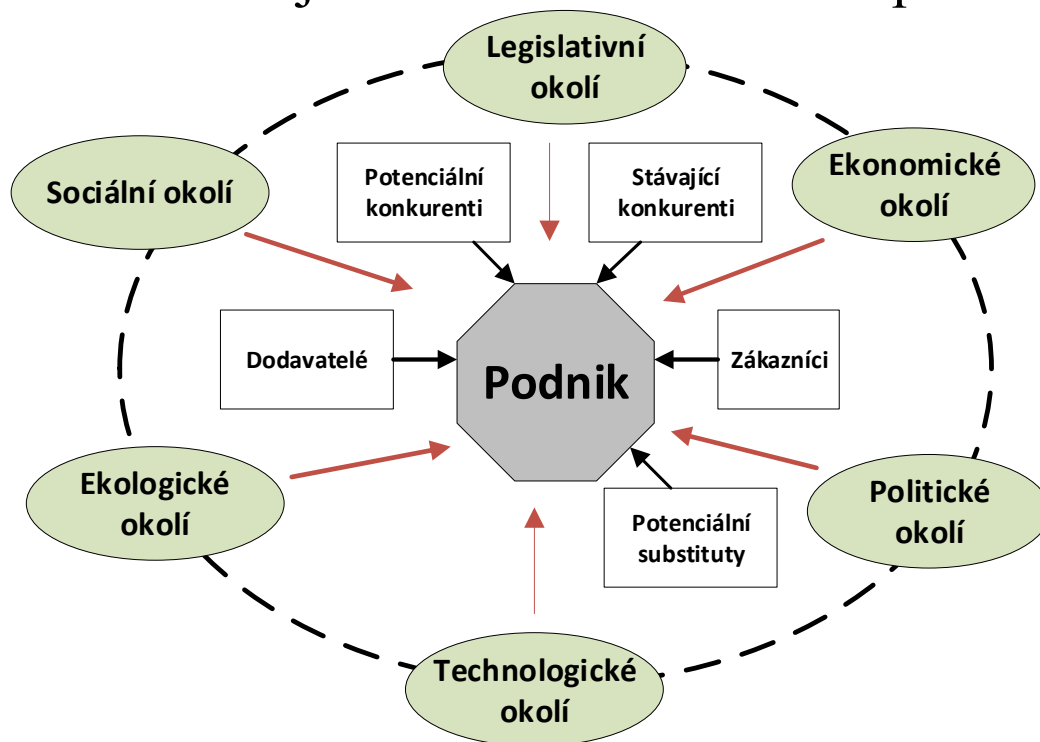


- Kdo provádí sběr dat?
  - Nějaký subjekt data sbírá a podnik si je od něj koupí;
  - Vybraný subjekt pro podnik provede konkrétní šetření podle zadání;
  - Lze využít interní podnikové odborné kapacity, které jsou schopné data sbírat a analyzovat;
  - Kombinace předchozích.

# Competitive Intelligence - CI



- Informační zdroje z mikro a makro okolí podniku



- Sběr dat vlastními silami z interních zdrojů
  - Kdo to ví?
    - zaměstnanci procesů prodeje;
    - marketingový výzkum;
    - pracovníci výzkumu a vývoje;
    - technologové;
    - apod.
  - Uplatnění systémů Enterprise Content Management a systéme Knowledge Managementu
  - Sekundární nebo primární zdroj dat?

- Externí subjekty – zdroje dat
  - vládní organizace;
  - specializované poradenské společnosti spotřebitelské zájmové organizace, obchodní komory včetně akademického sektoru;
  - zaměstnanci našich konkurentů a obchodních partnerů (včetně bývalých zaměstnanců těchto organizací);
  - stávající i potenciální konkurenti (webové stránky, katalogy a ceníky, interní publikace, tiskové zprávy a konference, reklamní materiály a agentury, výrobky, výroční zprávy, dodavatelé, zákazníci, prodejci, distributoři a agenti);
  - media – časopisy i specializované časopisy, technické žurnály, obchodní periodika apod.

- Google
  - Google Alerts pro pravidelné monitorování výskytu zadaných témat;
  - Google Trend pro zobrazení četnosti vyhledávání určitého tématu;
  - Google Insight pro podrobné statistiky vyhledávání určitého tématu;
  - Google Analytics nabízí aktuální informace o tom, jak návštěvníci využívají naše webové stránky;
  - server [www.alexa.cz](http://www.alexa.cz) - statistiky návštěvnosti webů konkurence.



- Analýza makrookolí
  - Český statistický úřad (ČSÚ) (<http://www.czso.cz>) je klíčovým zdrojem pro české podniky z hlediska získávání statistik pro tuzemský trh. Zaměření je hlavně na Českou republiku, ale najdeme zde srovnávací statistiky v rámci Evropské unie. Téměř všechny statistiky je možné stáhnout ve formátu pro Microsoft Excel nebo ve formátu PDF;
  - Veřejná databáze ČSÚ (<http://vdb.czso.cz/vdbvo/uvod.jsp>) je budována jako datové tržiště, které čerpá údaje z databází vznikajících v procesu zpracování statistických údajů. Na stránkách veřejné databáze ČSÚ si stačí vybrat o jaké statistiky máme zájem a poté si zvolit jakou formou chceme statistiky zobrazit (tabulka, graf nebo mapa). Data můžeme prohlížet, filtrovat a tabulky také exportovat do formátů XLS a XML.

# Competitive Intelligence - CI

---



- Business Info (portál pro podnikání a export)
    - Ministerstvo zemědělství (<http://www.mze.cz>);
    - Ministerstvo financí (<http://www.mfcr.cz>);
    - Ministerstvo zahraničních věcí (<http://www.mzv.cz>);
    - Ministerstvo pro místní rozvoj (<http://www.mmr.cz>);
    - Ministerstvo práce a sociálních věcí (<http://www.mpsv.cz>);
    - Agentura pro rozvoj podnikání (<http://www.arp.cz/home.htm>);
    - CzechInvest (<http://www.czechinvest.org/>);
    - Správa českých center (<http://www.czechcentres.cz>);
    - Centrum pro regionální rozvoj (<http://www.crr.cz/>);
    - EuroInfoCentrum (<http://www.euroinfocentrum.cz>);
-

# Competitive Intelligence - CI

---



- Business Info (portál pro podnikání a export)
  - Svaz průmyslu a dopravy ČR (<http://www.spcr.cz/>);
  - Hospodářská komora ČR (<http://www.komora.cz/>);
  - Svaz českých a moravských výrobních družstev (<http://www.scmvd.cz/>);
  - Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR (<http://www.socr.cz/>);
  - Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR (<http://www.kzps.cz/>);
  - Potravinářská komora ČR (<http://www.foodnet.cz/>).



- Svazy, asociace, profesní sdružení
  - Svaz podnikatelů ve stavebnictví (<http://www.sps.cz/>);
  - Svaz průmyslu a dopravy (<http://www.spcr.cz/> );
  - Zemědělský svaz ČR;
  - Asociace českých cestovních kanceláří a agentur;
  - Asociace penzijních fondů ČR (<http://www.apfcr.cz> );
  - Atd.



- Patentové informace
  - Derwent World Patents Index (<http://www.derwent.co.uk>);
  - STN International;
  - Dialog Corporation;
  - Questel/Orbit;
  - Úřad průmyslového vlastnictví (<http://www.upv.cz>);
  - Evropský patentový úřad (<http://www.epo.org>);
  - United States Patent and Trademark Office;
  - Japonský patentový úřad.

- **Legislativní informace**

- legislativa Evropské unie CELEX (<http://europa.eu.int/celex>), v ČR (<http://www.sbirka.cz/>);
- Portál veřejné správy;
- Oficiální server českého soudnictví;
- Úřad pro ochranu hospodářské soutěže;
- Placený informační portál společnosti European Business Enterprise;
- Informace z různých oblastí podnikání včetně práva a zákonů;
- praktické pohledy uživatelů o právních záležitostech;
- právní, daňové a účetní informace;
- Informační portál s placeným vstupem nakladatelství Verlag Dashöfer;
- Komerční web podle tematických oblastí podnikání;
- různé typy smluv;
- Hospodářská komora ČR;
- Česká asociace pro soutěžní právo.

- Informační zdroje pro mikrookolí
  - Administrativní registr ekonomických subjektů;
  - Živnostenský rejstřík (IČO, obchodní jméno firmy/osoby, místo podnikání);
  - Obchodní rejstřík (základní jmění, jména společníků a velikost jejich obchodních podílů);
  - Obchodní věstník (informace o změnách v OR, konkurzech, likvidaci, účetních uzávěrkách, veřejných soutěžích, valných hromadách apod.) na portálu veřejné správy;
  - Vyhledávání (placené) v databázi účetních závěrek;
  - Katastr nemovitostí;
  - Adresy v ČR.

- ARES
  - Obchodní rejstřík (OR), vedený rejstříkovými soudy;
  - Živnostenský rejstřík (RŽP), vedený Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR;
  - Registr ekonomických subjektů (RES), vedený Českým statistickým úřadem;
  - Registr církví a náboženských společností (RCNS), vedený Ministerstvem kultury ČR;
  - Registr zdravotnických zařízení (RZZ), vedený Ústavem zdravotnických informací a statistiky ČR;
  - Seznam občanských sdružení a spolků (OSS), vedený Ministerstvem vnitra ČR;
  - Evidence zemědělského podnikatele (EZP), která je vedena Ministerstvem zemědělství ČR.



- ARES

- Seznam politických stran a hnutí (PSH), vedený Ministerstvem vnitra ČR;
- Rejstřík škol a školských zařízení (RŠ), vedený Ministerstvem školství a tělovýchovy ČR;
- Registr plátců daně z přidané hodnoty (DPH), vedený Českou daňovou správou;
- Registr plátců spotřební daně (SD), vedený Celní správou ČR;
- Účelový registr organizací systému ARIS (RARIS), vedený Ministerstvem financí ČR;
- Centrální evidence dotací z rozpočtu (CEDR), která je vedena Ministerstvem financí ČR;
- Centrální evidence úpadců (CEU), která je vedena Ministerstvem spravedlnosti ČR;
- Insolvenční rejstřík (IR), který je veden Ministerstvem spravedlnosti ČR;
- Územně identifikační registr adres (UIR-ADR), vedený Ministerstvem práce a sociálních věcí ČR.

# Competitive Intelligence - CI

---



- Komerční registry
  - Evropská databanka Firmy.cz (<http://www.firmy.cz/>);
  - KOMPASS – „Connects business to business“;
  - ABC Českého hospodářství;
  - Prosperující a exportní firmy;
  - Zlaté stránky;
  - Telefony;
  - Europages (<http://www.europages.cz/>);
  - Kdo je kdo v podnikání.



- BARTES, F., 2012. *Competitive intelligence – Základ pro strategické rozhodování podniku*. Ostrava: KEY Publishing. ISBN 978-80-7418-113-9.
- <http://slideplayer.cz/slide/3145575/>
- <http://slideplayer.cz/slide/3036049/>



**Děkuji za pozornost**

**Otázky?**

---