

**Univerzita Pardubice  
Fakulta ekonomicko-správní  
Ústav systémového inženýrství a informatiky**

**Informační zdroje pro konkurenční zpravodajství**

**Lukáš Zapletal**

**Bakalářská práce  
2018**

Univerzita Pardubice  
Fakulta ekonomicko-správní  
Akademický rok: 2017/2018

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lukáš Zapletal**  
Osobní číslo: **E15080**  
Studijní program: **B6209 Systémové inženýrství a informatika**  
Studijní obor: **Informační a bezpečnostní systémy**  
Název tématu: **Informační zdroje pro konkurenční zpravodajství**  
Zadávací katedra: **Ústav systémového inženýrství a informatiky**

### Zásady pro vypracování:

Cíl práce: zmapovat dostupné informační zdroje využitelné při hodnocení konkurence a na příkladech ukázat možnosti jejich využití.

Osnova:

- Vymezení základních pojmů z oblasti informačních zdrojů a konkurenčního zpravodajství.
- Zjištění a popis dostupných informačních zdrojů.
- Využití informačních zdrojů a jejich zhodnocení.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:


**BARTES, František. Competitive intelligence: základ pro strategické rozhodování podniku. Ostrava: Key Publishing, 2012. Monografie (Key Publishing). ISBN 9788074181139.**

**JIRÁSEK, Jaroslav. Benchmarking a konkurenční zpravodajství: souměření pro soupeření. Praha: Profess Consulting, 2007. ISBN 978-80-7259-051-3.**

**MOLNÁR, Zdeněk. Competitive intelligence, aneb, Jak získat konkurenční výhodu. V Praze: Oeconomica, 2012. Odborná kniha s vědeckou redakcí. ISBN 9788024519081.**

**PŘIBOVÁ, Marie. Analýza konkurence a trhu. Praha: Grada, 1998. ISBN 807169536x.**

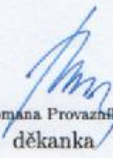
Vedoucí bakalářské práce:

  
**doc. Ing. Pavel Petr, Ph.D.**


Ústav systémového inženýrství a informatiky

Datum zadání bakalářské práce: **1. září 2017**

Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2018**

  
doc. Ing. Romana Provazníková, Ph.D.  
děkanka

L.S.

  
doc. Ing. Pavel Petr, Ph.D.  
vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 1. září 2017

## **PROHLÁŠENÍ**

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracoval/a samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil/a, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako Školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 9/2012, bude práce zveřejněna v Univerzitní knihovně a prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 30. 4. 2018

Lukáš Zapletal

## **PODĚKOVÁNÍ:**

Tímto bych rád poděkoval doc. Ing. Pavlu Petrovi, Ph.D. za odborné vedení, připomínky a rady při konzultacích k této bakalářské práci.

## **ANOTACE**

*Tato bakalářská práce je zaměřena na popis a hodnocení informačních zdrojů pro konkurenční zpravodajství. V první části jsou vysvětleny pojmy konkurenční zpravodajství a informační zdroje. Část druhá se pak zaměřuje na podrobný popis a využití informačních zdrojů.*

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

*Konkurenční zpravodajství, Informační zdroje, Analýza konkurence, Zpravodajský cyklus*

## **TITLE**

Information resources for Competitive Intelligence

## **ANNOTATION**

*This bachelor's thesis is focused on the description and evaluation of Information resources for Competitive Intelligence. In the first part of the thesis are described Competitive Intelligence and Information resources concepts. The second part is focused on detailed description and use of Information resources.*

## **KEYWORDS**

*Competitive Intelligence, Information resources, Competitive Intelligence process, Competition analysis*

# OBSAH

ÚVOD.....	- 10 -
1 ZÁKLADNÍ POJMY .....	- 11 -
1.1 COMPETITIVE INTELLIGENCE.....	- 11 -
1.2 INFORMAČNÍ ZDROJE .....	- 18 -
2 NÁSTROJE PRO ZÍSKÁVÁNÍ INFORMACÍ .....	- 21 -
2.1 VYHLEDÁVAČE.....	- 21 -
2.2 METAVYHLEDÁVAČE.....	- 24 -
2.3 VEŘEJNĚ DOSTUPNÉ DATABÁZE.....	- 27 -
2.4 FIREMNÍ DATABÁZE.....	- 34 -
2.5 MONITORING A ANALÝZA WEBOVÝCH STRÁNEK KONKURENCE.....	- 38 -
2.6 MONITORING A ANALÝZA SOCIÁLNÍCH SÍTÍ .....	- 41 -
2.7 NOVĚ ZVEŘEJNĚNÉ ČLÁNKY A TRENDY .....	- 44 -
ZÁVĚR.....	- 47 -
POUŽITÁ LITERATURA .....	- 48 -

## SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK

Obrázek 1 - Vztah Competitive a Business Intelligence .....	- 13 -
Obrázek 2 - Zpravodajský cyklus .....	- 16 -
Obrázek 3 - Rozdělení informačních zdrojů.....	- 18 -
Obrázek 4 - Vyhledávač Google .....	- 22 -
Obrázek 5 - Vyhledávač Yahoo! .....	- 22 -
Obrázek 6 - Vyhledávač Bing .....	- 23 -
Obrázek 7 - Vyhledávač Seznam.....	- 24 -
Obrázek 8 - Metavyhledávač Dogpile .....	- 25 -
Obrázek 9 - Metavyhledávač Excite.....	- 25 -
Obrázek 10 - Metavyhledávač Professional Web Orchestra .....	- 26 -
Obrázek 11 - Veřejný rejstřík .....	- 28 -
Obrázek 12 - Registr plátců DPH .....	- 29 -
Obrázek 13 - Vizuální obchodní rejstřík .....	- 30 -
Obrázek 14 - Živnostenský rejstřík .....	- 31 -
Obrázek 15 - Insolvenční rejstřík .....	- 32 -
Obrázek 16 - Katastr nemovitostí .....	- 32 -
Obrázek 17 - Registr ARES.....	- 33 -
Obrázek 18 - Rejstřík Detail.cz .....	- 35 -
Obrázek 19 - Rejstřík Informaceofirmach.cz .....	- 36 -
Obrázek 20 - Rejstřík Firmo.cz .....	- 37 -
Obrázek 21 - Analýza pomocí Similar Web.....	- 38 -
Obrázek 22 - RSS čtečka Feedly .....	- 40 -
Obrázek 23 - RSS čtečka Inoreader.....	- 40 -
Obrázek 24 - Nástroj Likealyzer .....	- 42 -
Obrázek 25 - Nástroj Socialbakers .....	- 43 -
Obrázek 26 - Upozornění v Google Alerts .....	- 44 -
Obrázek 27 - Nástroj Google Trends.....	- 45 -
Tabulka 1 - Porovnání vyhledávačů a metavyhledávačů .....	- 27 -
Tabulka 2 - Shrnutí veřejných databází .....	- 34 -
Tabulka 3 - Shrnutí firemních databází .....	- 37 -



## **SEZNAM ZKRATEK**

AIIP	Association of Independent Information Professionals
ARES	Administrativní registr ekonomických subjektů
BI	Business Intelligence
CI	Competitive Intelligence
ČR	Česká republika
DIČ	Daňové identifikační číslo
DPH	Daň z přidané hodnoty
IČO	Identifikační číslo osoby
RSS	Really Simply Syndication
SCIP	Strategic and Competitive Intelligence Professionals
URL	Uniform Resource Locator

## ÚVOD

Současně s vývojem informačních a komunikačních technologií se vyvíjí i samotný trh. Pro organizace to znamená silnější konkurenční prostředí, které neustále přichází s novými technologickými postupy, metodami a nástroji ve výrobě. Proto je pro organizace životně důležité získávání včasných a relevantních informací o svých konkurentech. Pravidelným sledováním a správným analyzováním kroků konkurence pak lze docílit jisté konkurenční výhody v konkurenčním boji.

První část práce bude zaměřena na definování základních pojmů, kterými se práce zabývá. U pojmu Competitive Intelligence bude uveden vznik tohoto pojmu, jeho historický vývoj, jak jej definují odborníci, v jakých rovinách se vyskytuje a popis celého zpravodajského cyklu, který je základním stavebním kamenem Competitive Intelligence. Druhým uvedeným pojmem jsou informační zdroje, kde bude rozepsáno, s jakými zdroji a informacemi se můžeme v praxi setkat.

V druhé části budou uvedeny konkrétní databáze, rejstříky a nástroje, které slouží k získávání informací nejen o konkurenci, ale i o daném tržním odvětví, výrobku či službě. U jednotlivých nástrojů bude stručný popis, jak se s nástrojem pracuje, co nabízí za informace a vzorová ukázka nástroje.

Cílem bakalářské práce je rozbor a porovnání vybraných informačních zdrojů a nástrojů, které mohou být využity pro získávání relevantních informací o konkurenčním subjektu v rámci Competitive Intelligence.

# 1 ZÁKLADNÍ POJMY

V této kapitole budou podrobně vymezeny pojmy, které se v bakalářské práci nejvíce vyskytují. Jde o pojmy Competitive Intelligence a Informační zdroje.

## 1.1 Competitive Intelligence

Pojem Competitive Intelligence se do češtiny překládá jako konkurenční zpravodajství. Není to však zcela správný překlad a většina českých odborníků, kteří se zabývají touto problematikou, tento překlad neakceptuje. Proto ve svých knihách velmi často používají původní termín Competitive Intelligence (CI) nebo jen zkratku CI.

Informace o konkurenci je nezbytné neustále sledovat. Tím se zlepšuje schopnost předvídat změny na trhu a schopnost mapovat nové příležitosti. Vývoj tohoto oboru je úzce spjatý s vývojem informačních a komunikačních technologií. Řadí se mezi znalostní disciplíny, protože je třeba vědět, jaké informace získat, kde tyto informace hledat, jakým způsobem je uchopit a najít správné využití k příslušné situaci. V praxi se CI často nesprávně spojuje s detektivní či průmyslovou špionáží. Získávání informací je ale nejčastěji dosaženo v souladu se zákonem a s dodržением pravidel obchodní etiky. [35], [47]

Competitive Intelligence je důležitým nástrojem, který může vést k úspěchu v konkurenčním boji a často manažery varuje před možnými hrozbami a upozorňuje na příležitosti. Competitive Intelligence obsahuje následující čtyři komponenty [9]:

- **Budoucí cíle** – pokud jsou známé plány a záměry konkurence, lze mnohem lépe predikovat její další postupy.
- **Strategie** – správnou analýzou cílů konkurence, lze zamezit rozpoutání konkurenčního boje v případě, že by konkurent cítil hrozbu.
- **Předpoklady** – vymezení předpokladů konkurenta, jak vidí sebe sama a jaký vývoj v odvětví od sebe předpokládá. Znalost těchto předpokladů může pomoci vylepšit strategii a postavení na trhu.
- **Schopnosti** – identifikace slabých a silných stránek konkurenta, schopnost provést nebo reagovat na strategické změny.

### Definice Competitive Intelligence

Při definování tohoto velmi rozsáhlého pojmu je možné se setkat s mnoha definicemi. Jednotlivé definice popisují CI z různých pohledů. Budou nastíněny definice, které vystihují problematiku CI nejvíce.

Podle Strategic and Competitive Intelligence Professional (SCIP, 2005) je CI definováno jako „*systematický, legální a etický proces sbírání, zjišťování, sledování, analýzy a organizování informací o konkurenčních firmách, ekonomickém prostředí a vlastní firmě, které jsou následně analyzovány tak, aby pomohly odhalit slabé a silné stránky konkurence, rozpoznat její strategické záměry a provést správné strategické rozhodnutí, které pomůže zvýhodnit firmu oproti ostatním konkurentům*“. [3]

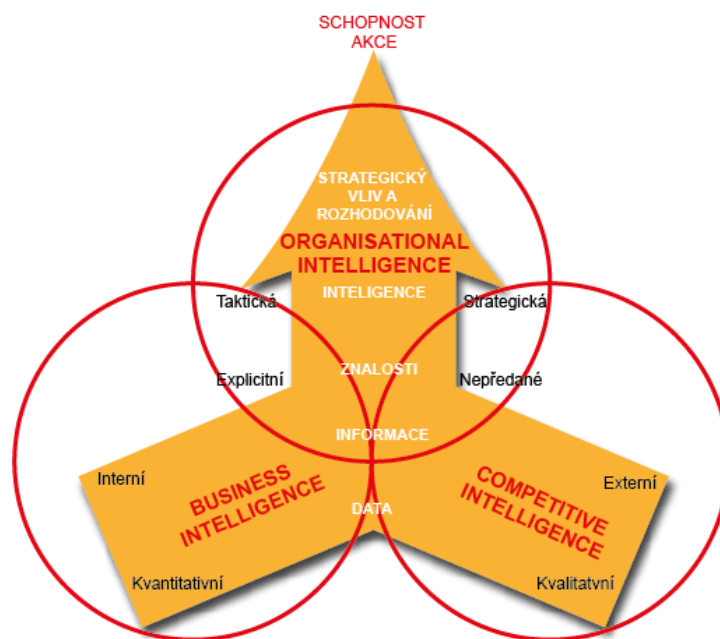
Další definice CI je podle Jay LIEBOWITZE (2006, str. 57) „*CI představuje aktivity spojené s rozvíjením systematického programu pro získávání, analýzu a správu vnějších (a vnitřních) informací a znalostí ke zlepšení rozhodovacích schopností organizace*“. [31]

Poslední definice je podle Richarda PAPÍKA (1998, str. 4-5) uvedená v Databázi Národní knihovny ČR „*Konkurenční zpravodajství je zjišťování, sledování a vyhodnocování konkurenčního prostředí (firmy, organizace) s cílem odhalit slabé a silné stránky konkurence, rozpoznat její strategické záměry. Zahrnuje analýzu a syntézu dat, resp. informací, které se transformují do strategických znalostí, shromažďování informací o konkurenci a sledování subjektů firemního okolí (trh, stát, právo a legislativa, politické a demografické souvislosti)*“. [37]

Všechny tyto definice se shodují v tom, že [35]:

- Competitive Intelligence je zaměřeno převážně na externí prostředí organizace;
- využívá velkého množství relevantních a aktuálních informací, které mohou sloužit k vykonání správných rozhodnutí;
- je založeno na procesu řízení, sběru, zpracování, šíření informací a znalostí.

Při zkoumání pojmu CI lze narazit na velmi podobný pojem Business Intelligence (BI). Je možné se setkat s různými názory na vztah mezi CI a BI. V literatuře se však nejčastěji objevuje následující vysvětlení. Competitive Intelligence se zaměřuje na konkurenční prostředí, pracuje tedy převážně s externími daty. V rámci BI je myšlena práce s informacemi, které byly získány uvnitř firmy (interní data). Po spojení těchto dvou systémů, vznikne interní a externí inteligence, která se nazývá jako podniková nebo organizační inteligence. Obrázek 1 značí vztah mezi CI a BI. [35]



**Obrázek 1 - Vztah Competitive a Business Intelligence**

*Zdroj: [2]*

## **Historie Competitive Intelligence**

Počátky CI sahají do vojenského prostředí, jejichž cílem byla ochrana vlastního území před nepřítelem. Z pohledu využití základních principů CI, což znamená hledání, získávání a analýza informací o konkurenčním prostředí organizace za účelem získání výhody nad konkurencí, bylo spojeno s podnikáním mnoho let, avšak první větší zmínka o moderním konkurenčním zpravodajství pochází z USA, kde v 80. letech 20. století odstartoval souboj mezi americkým a japonským trhem. Američané si do té doby neuvědomovali sílu japonského trhu, kterému díky neinformovanosti nebyli schopni konkurovat. Reakcí u velkých firem bylo zakládání samostatných oddělení, které se zabývaly sledováním konkurence. Důležitým milníkem pro CI je rok 1986, kdy vznikla organizace SCIP – Society of Competitive Intelligence Professionals, která svým členům předává znalosti z oblasti CI. Do Evropy se CI rozšířilo v roce 1990, to byla vytvořena evropská dceřiná společnost. V České republice se CI prosadilo až v roce 2005 vznikem sdružení SCIP CZECH. Competitive Intelligence je neustále rozvíjející se oblast lidské činnosti, která souvisí s rozhodováním o chování a budoucím směru organizací. Postupně se tak dostává CI i do výuky na vysokých školách v České republice. [35]

## **Rozdělení Competitive Intelligence**

Competitive Intelligence se odehrává ve třech hlavních rovinách [3]:

- útočné (ofenzivní);
- obranné (defenzivní);
- vlivové (lobbying);

### **Útočné (ofenzivní)**

Útočné (aktivní) zpravodajství je základním formou zpravodajské činnosti. Jde o vyvíjení aktivní činnosti pro získávání, shromažďování, třídění a analýzu informací o konkurenci, trzích atd. Hlavním cílem je poskytnout největší možné množství informací, respektive znalostí o postavení a činnosti konkurence za účelem eliminovat špatné rozhodnutí při volbě strategie vůči konkurenci. [9]

### **Obranné (defenzivní)**

Obranné (defenzivní) zpravodajství bývá použito k ochraně vlastních dat a informací. Informace jsou nejcennějším aktivem organizace a při jejich zcizení či prozrazení hrozí snížení podílu na trhu. Velké nebezpečí představují i samotní zaměstnanci, kteří jsou nositeli znalostí a informací. Po těchto znalostech a informacích prahne konkurence a úkolem je tyto data ubránit. Jednotlivé obranné kroky a fáze se často liší v závislosti na druhu organizace, která jej bude aplikovat, avšak základy cílů jsou stejné. Jednak jde o obranu vlastních dat, know-how, personální, informační a provozní bezpečnosti analyzováním rizik a využitím dostatečného zabezpečení proti úniku či ztrátě dat. Jde však také o odhalení a zamezení všech zpravodajských kroků a činností, které jsou proti organizaci podniknuty. Zejména pak včasné odhalení pokusů o průmyslovou špionáž. Pro ochranu dat lze využít různých opatření. Mezi nejčastější a nejpoužívanější opatření patří softwarové zabezpečení, poplašné zabezpečovací systémy, fyzické ostrahy či různé druhy mechanických obranných systémů. [6]

### **Vlivové (lobbying)**

Poslední formou konkurenčního zpravodajství tvoří vlivové zpravodajství. Často se lze také setkat s termínem lobbying. Jde o vysoce rozsáhlé a organizované činnosti, které jsou používány v mnoha oblastech moderního podnikání. Lobbyováním je myšleno přesvědčování vlivných lidí o tom, že na daný problém je správný právě klientův názor. Lobbyování je zcela legální činnost, která se hojně využívá hlavně v západním světě a v zámoří. Přesvědčování nesmí být za hranicí etického rámce, tzn. nesmí přerůst v podplácení, vyhrožování, vulgární nátlak apod. Musí mít určitou transparentnost a v konečné fázi pozitivní dopad na širokou

veřejnost. V dnešní době jsou mocným nástrojem ovlivňování televizní zpravodajství, bulvární tisk a v neposlední řadě internetová média. [30]

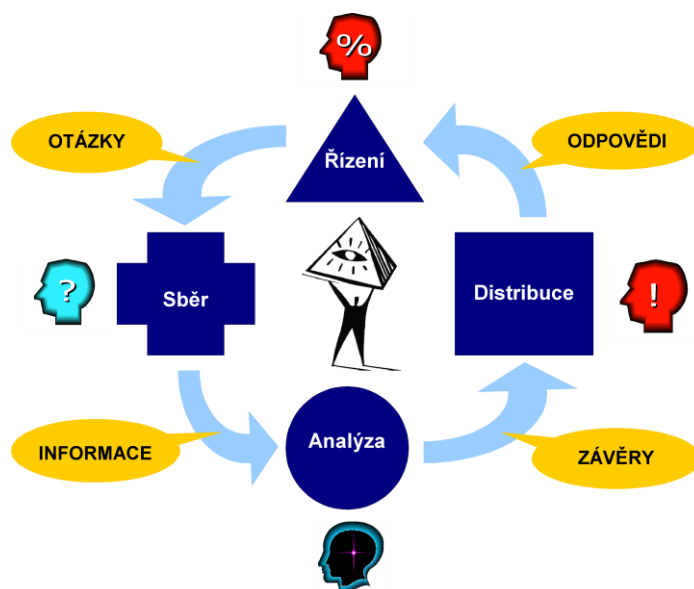
### **Etika Competitive Intelligence**

Jak již bylo uvedeno, díky svým kořenům, které sahají do státních bezpečnostních a vojenských služeb je CI velmi často nesprávně spojováno s nelegálními a neetickými postupy. Většina definic tohoto pojmu obsahuje, že CI je legální a etická činnost získávání informací. Etika zastupuje velmi důležitou roli při konání procesů a činností CI. Mezi legální etické procesy lze zařadit najmutí zaměstnance se záměrem využít jeho schopnosti, nebo získání informace z nějakého otevřeného zdroje. Za neetické a nelegální se považují úplatky, korupci a telefonní či jiné odposlechy. Příčiny neetického chování mohou být externí (nátlak ze strany konkurence), či interní (vnitřní nátlak organizace, osobní morální vybavenost zaměstnance). Hlavní silou CI je tedy využití otevřených informačních zdrojů a použití zcela legálních metod, které nepřekračují hranice zákonů a profesní etiky. Co je však neetické a nelegální se velmi často špatně určuje a každý chápe situaci jinak. S vymezením dané situace mohou pomoci různé etické kodexy, které nastiňují, jak by se měl profesionál v oblasti CI chovat. Nejznámější jsou etické kodexy, které vydaly organizace Society of Competitive Intelligence Professional (SCIP) a The Association of Independent Information Professionals (AIIP). [3], [9], [19]

### **Zpravodajský cyklus**

Úspěch firmy závisí na tom, jakým způsobem ve firmě funguje celkový cyklus CI. Správným fungování cyklu CI je myšleno nepřetržité shromažďování a analyzování relevantních informací o konkurenci. Velmi důležitým faktorem celého cyklu je zpětná vazba, která ověřuje správné pochopení informační potřeby. [9]

Obrázek 2 znázorňuje zpravodajský cyklus. Začíná řízením (informační potřebou), celý se pak nejčastěji dělí do čtyř základních fází.



**Obrázek 2 - Zpravodajský cyklus**

*Zdroj: [48]*

## **Řízení**

První fáze zahrnuje plánovací akce, určení směrů, způsobů a postupů, jak získat potřebné informace. Plán musí být stále aktuální a obsahuje přehled o všech zdrojích, jenž mohou být použity pro CI. Při plánování je potřeba zodpovědět otázky [7]:

- Co organizace ví a co potřebuje vědět?
- Proč to potřebuje vědět?
- Kdy to potřebuje vědět?
- Jaké zlepšení přinesou získané znalosti?
- Jaké budou náklady (na získání a jaké by byly, kdyby se informaci nepodařilo získat)?

Úspěšný výsledek celého procesu závisí z velké části právě na této fázi. Správné zadání a formulování úlohy umožňuje soustředit se na hledání správných odpovědí. [7]

## **Sběr informací**

V této fázi dochází k samotnému shromažďování informací. Získané informace musí být užitečné při tvorbě odpovědí na konkrétní otázky. Základem efektivního sběru informací je vytvoření příslušné informační sítě. V současné době je možné získat velké množství informací z různých informačních agentur, internetu a dostupných databází. Ne všechny nalezené informace jsou však použitelné a užitečné. Je třeba zaměřit se na informace, které úzce souvisí se zadaným problémem. Důležité je informace ověřit z hlediska aktuálnosti, platnosti a spolehlivosti. [19], [48]



## **Analýza informací**

Analýza je ze všech fází nejdůležitější. Nasbírané informace jsou velmi často nepřesné nebo nepřipravené k efektivnímu použití. Proto se nelze spokojit s jednoduchým shromážděním informací. Je třeba přidat informacím přidanou hodnotu, která mění obyčejnou informaci o zadaném problému ve zpravodajství. Dochází tady k transformaci získaných informací na znalosti s vypovídající hodnotou. Proces analýzy se rozkládá na dva kroky. V prvním kroku se získané informace ohodnotí z hlediska možného využití k danému problému. Poté je provedena vlastní analýza, díky které se naleznou odpovědi na položené otázky. Nejvíce používanými metodami analýzy jsou SWOT analýza, benchmarking, Porterův model pěti sil aj. [3], [35], [41]

## **Distribuce**

Závěrečnou fází celého cyklu je distribuce informací. Distribuce představuje převádění znalostí získaných při analýze. Znalosti jsou převedeny do takové zpravodajské formy, aby byly vhodné pro využití konkrétnímu uživateli (nejčastěji manažerovi). Ten pak tyto znalosti použije ke konkrétnímu rozhodnutí. [35], [48]

Aby byl výsledek zpravodajského cyklu použitelný, musí splňovat určité parametry a požadavky. Každý výstup musí mít využitelný obsah, tzn. informace jsou zpracovány v daném kontextu a obsahují využitelná doporučení i s případnými riziky rozhodnutí. Musí mít také srozumitelnou formu a být včas k dispozici. [3], [35]

Podle důvěrnosti informace je pak vybírán způsob distribuce. Může jít o formální či neformální způsob distribuce. Mezi formální způsob distribuce se řadí informační tištěné zprávy, zobrazení na podnikovém intranetu, e-mail. Neformálním způsobem distribuce jsou pak dvoustranné konverzace nebo diskuze o projektu. Lze tvrdit, že lidé volí spíše neformální způsoby, při kterých se mohou lépe vcítit do dané situace. [46]

## **Shrnutí**

Competitive Intelligence je tedy legální a etický proces sbírání, shromažďování a analyzování informací o konkurenci. Tyto informace jsou získávány z veřejně dostupných zdrojů za účelem odhalení silných a slabých stránek konkurence a zvýšení konkurenceschopnosti organizace. Úkolem je také předvídat změny na trhu a možné kroky konkurence.

## 1.2 Informační zdroje

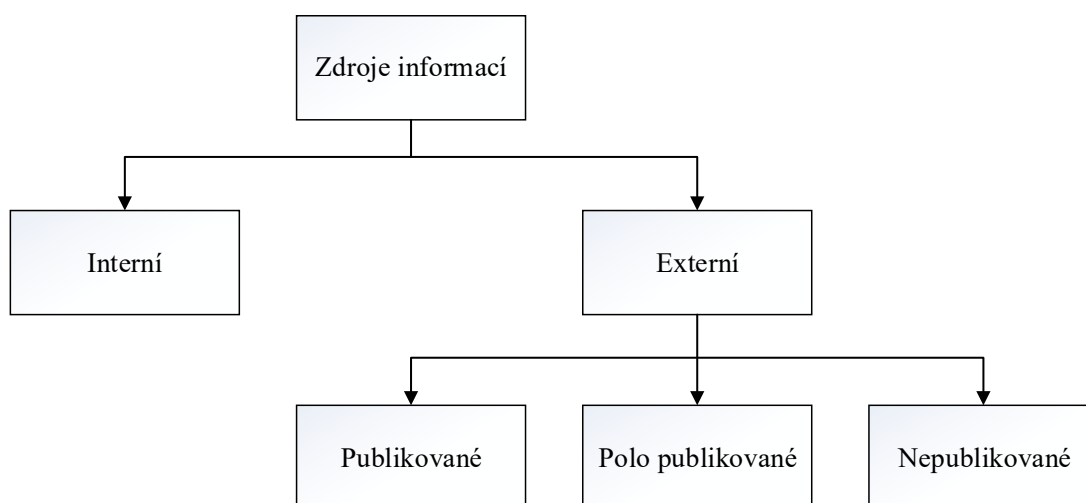
Každý denně přijímá nové informace. Místo, odkud se tyto informace získávají se nazývá informační zdroj (někdy také informační pramen). V následující podkapitole bude vysvětleno, co to je informační zdroj, jaké jsou druhy informačních zdrojů a odkud se berou. Pokud je řeč o informačním zdroji, je třeba si také ujasnit, co vůbec znamená informace. Informaci lze chápat jako velmi široký a mnohoznačný pojem, který se využívá prakticky kdekoliv. Při pohledu z toho nejobecnějšího hlediska, lze chápat informaci, jako údaj o prostředí, jeho stavu a procesech, které v něm probíhají. Informace snižuje míru neurčitosti daného příjemce. Množství informace je pak dáno rozdílem neurčitosti před přijetím informace a neurčitosti po přijetí informace. [24]

### Definice informačního zdroje

Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (Celbová, 2003) definuje informační zdroj jako „*Informační objekt, který obsahuje dostupné informace odpovídající informačním potřebám uživatele. Informační zdroj může být tištěný, zvukový, obrazový nebo elektronický (včetně zdrojů dostupných online)*“. [8]

### Rozdělení informačních zdrojů

Informační zdroje lze rozdělit podle mnoha různých kritérií. Podle způsobu získání a zveřejnění informací se rozdělují na primární a sekundární. Z pohledu CI je vhodné uvést rozdělení informačních zdrojů podle vztahu informace k analyzovanému subjektu. Obrázek 3 ilustruje rozdělení informačních zdrojů.



**Obrázek 3** - Rozdělení informačních zdrojů

*Zdroj: Vlastní zpracování*

## **Interní zdroje**

Jde o takové informace, které jsou šířeny v rámci dané organizace, popřípadě vznikají činností této organizace. Řadí se sem obsah informačního systému podniku, který může obsahovat informace o zákaznících a objednávkách, demografické údaje o zákaznících a zaměstnancích, archivy, ale i informace od pracovníků organizace. Tyto informace mají nejčastěji technický, finanční a obchodní charakter. [28], [35]

## **Externí zdroje**

Veškeré komerční a nekomerční informační zdroje nacházející se mimo prostředí firmy. Tyto informační zdroje poskytují informace o vnějším okolí firmy. Mohou to být například média, internetové stránky konkurence, externí databáze, sociální sítě, ale i lidé, kteří působí mimo organizaci, proto je velmi důležité s nimi navázat osobní kontakt. Spadají sem zákazníci, experti, dodavatelé atd. [28], [35]

## **Publikované zdroje (bílé)**

Mohou se vyskytovat jak v elektronické, tak i v tištěné podobě. Jedná se o informace, které jsou veřejně dostupné a šířené. Patří sem odborné knihy a časopisy, výroční zprávy, výzkumné a technické zprávy, konferenční materiály, statistiky, patenty, sociální sítě, základní registry apod. [37]

## **Polo publikované zdroje (šedé)**

Mezi šedé zdroje patří ty, které neprocházejí standardním vydavatelským procesem. Nejsou tak distribuovány do prodejní sítě. Jedná se o elektronické i tištěné informace na úrovni vládních, akademických, obchodních a průmyslových institucí. Vydávají je instituce, které nemají jako hlavní činnost vydavatelství. Řadí se mezi důvěryhodné a často mají vysokou informační hodnotu. Patří sem vysokoškolské kvalifikační práce, výroční zprávy apod. [22]

## **Nepublikované (utajované) zdroje**

Velmi často se jedná o interní informace, které nebyly nikdy publikované a slouží pouze pro firemní účely. Získávají se metodami primárního výzkumu.

Získávání informací z utajovaných zdrojů považujeme z hlediska CI za neetické. Tyto informační zdroje bývají předmětem firemního, státního, lékařského či obchodního tajemství. [4]

## **Shrnutí**

Informačními zdroji jsou myšleny prostředky, které jsou tvořeny množinou informací. Informační zdroj by měl splňovat různé parametry. Měl by být objektivní, aktuální, bezchybný a relevantní. Z hlediska CI se nejčastěji dělí na interní a externí. Externí zdroje jsou pak dále rozděleny na publikované, polo publikované a utajované.

## 2 NÁSTROJE PRO ZÍSKÁVÁNÍ INFORMACÍ

Nástrojů pro vyhledávání informací je na internetu velké množství. Může se jednat o nástroje, které jsou zdarma dostupné nebo nástroje, za které je potřeba si zaplatit. Tyto nástroje poskytují odpovědi na otázky, které se nabízejí ve vztahu ke konkurenčnímu subjektu. Takovými otázkami mohou být například [23], [42]:

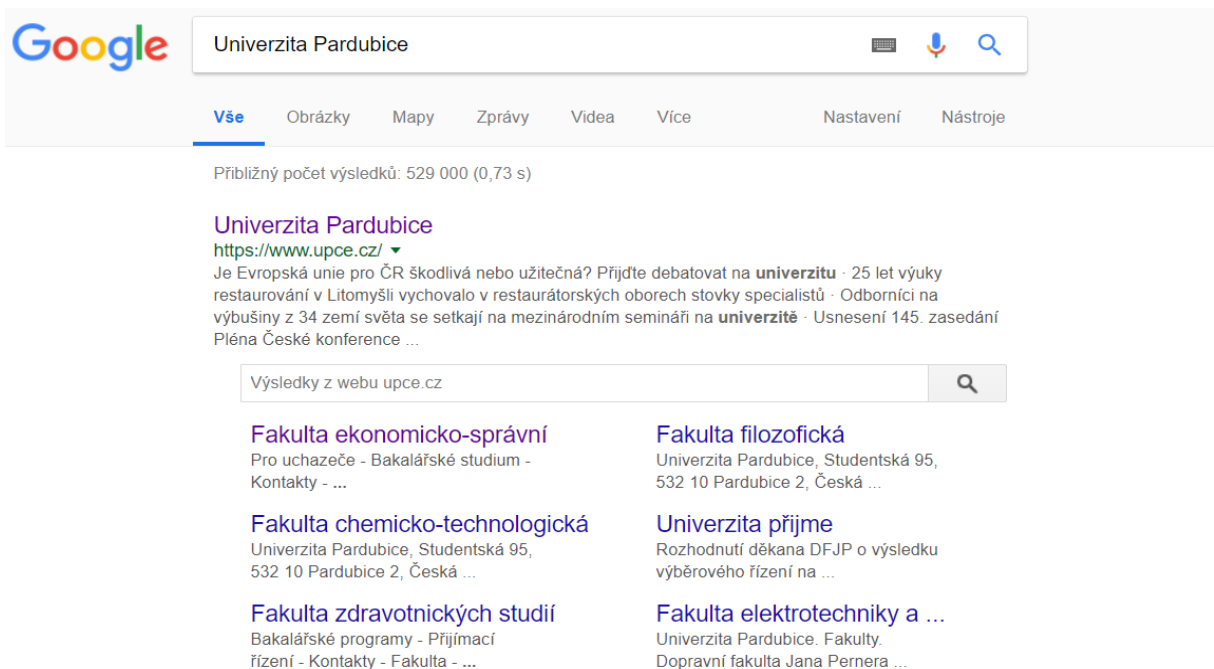
- Čím se firma zabývá a kde sídlí?
- Hrubý výpis dosavadního vývoje konkurenta a odhad, co z toho lze vyvodit do budoucna?
- Jaký je její roční zisk a obrát?
- Kde a kdy byla registrována?
- Jaká je její právní forma a struktura vedení?
- Jaké jsou její obchodní vztahy?
- Na jaké zákazníky firma cílí a jak zákazníci firmu hodnotí?

### 2.1 Vyhledávače

V dnešní době jsou dostupné stovky internetových vyhledávačů. Fungují na principu vyhledávání pomocí klíčových slov. Uživatel zadá do rozhraní vyhledávače klíčová slova, jež jsou charakteristická pro vyhledávanou informaci a vyhledávač následně vypíše všechny dostupné odkazy ze své databáze, které danou informaci obsahují. Výsledkem vyhledávání nemusí být pouze text, ale i obrázky či jiné typy multimediálních informací. Úkolem vyhledávačů je poskytnout uživateli relevantní informace týkající se zadaného dotazu. Proto se hodnotí důležitost informací na webových stránkách (např. pomocí PageRank). Stránky, které mají vyšší hodnocení se uživateli zobrazují jako první. Nejznámějšími vyhledávači jsou celosvětově Google.com, Yahoo.com, Bing.com. V České republice je mimo těchto vyhledávačů velmi populární Seznam.cz. [4], [35]

#### Google

Jde o celosvětově nejpoužívanější fulltextový vyhledávač internetových stránek. Na webu je v provozu od roku 1998. Jeho prvotní myšlenkou bylo (a pořád je) relevantní vyhledávání odkazů na webové stránky dle zadaných klíčových slov. Google začal s tříděním odkazů za pomoci tzv. PageRanku, což je parametr, který hodnotí zpětné odkazy směřující na webové stránky. Umožňuje vyhledávat odkazy na webové stránky, obrázky, videa, knihy, místa na mapě, lety a finance. Obrázek 4 je ukázka vyhledávače Google. [52]

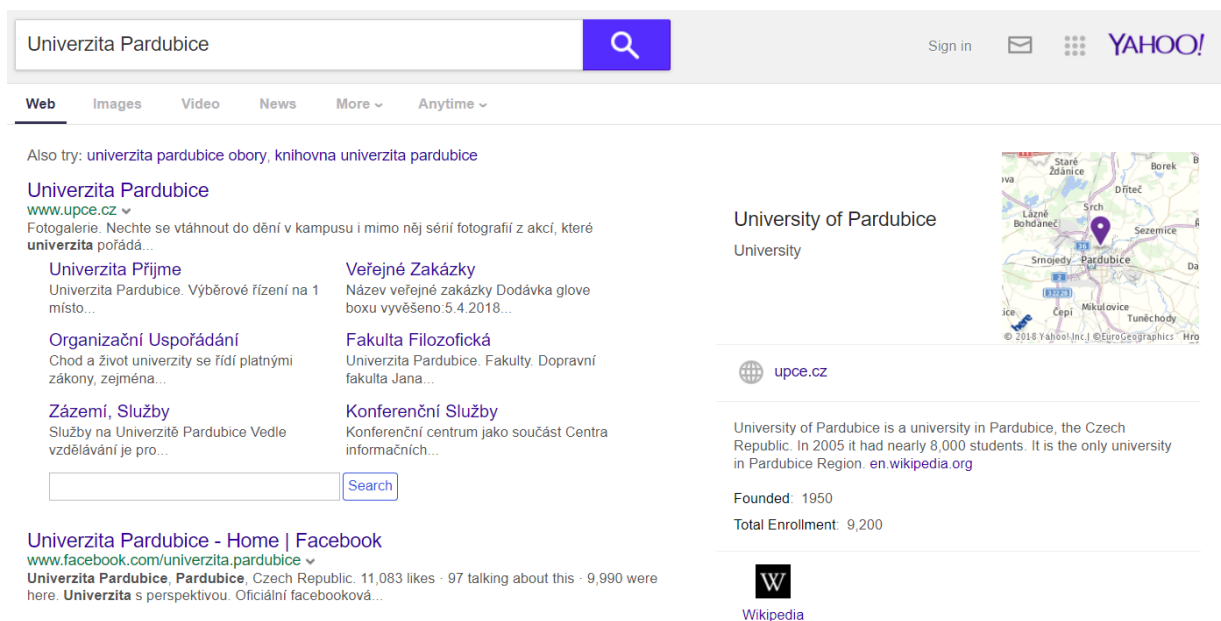


Obrázek 4 - Vyhledávač Google

Zdroj: Vlastní zpracování

## Yahoo!

Americký internetový portál, který na webu působí již od roku 1994. Vyhledávač používá jednu z nejlepších vyhledávacích technologií Inktomi. Kromě samotného vyhledávače jsou pro Yahoo! charakteristické zpravodajské zprávy. Dalšími službami jsou obrázkové galerie, nakupování, aukce a e-mail. Obrázek 5 slouží jako ukázka vyhledávače Yahoo!. [27]

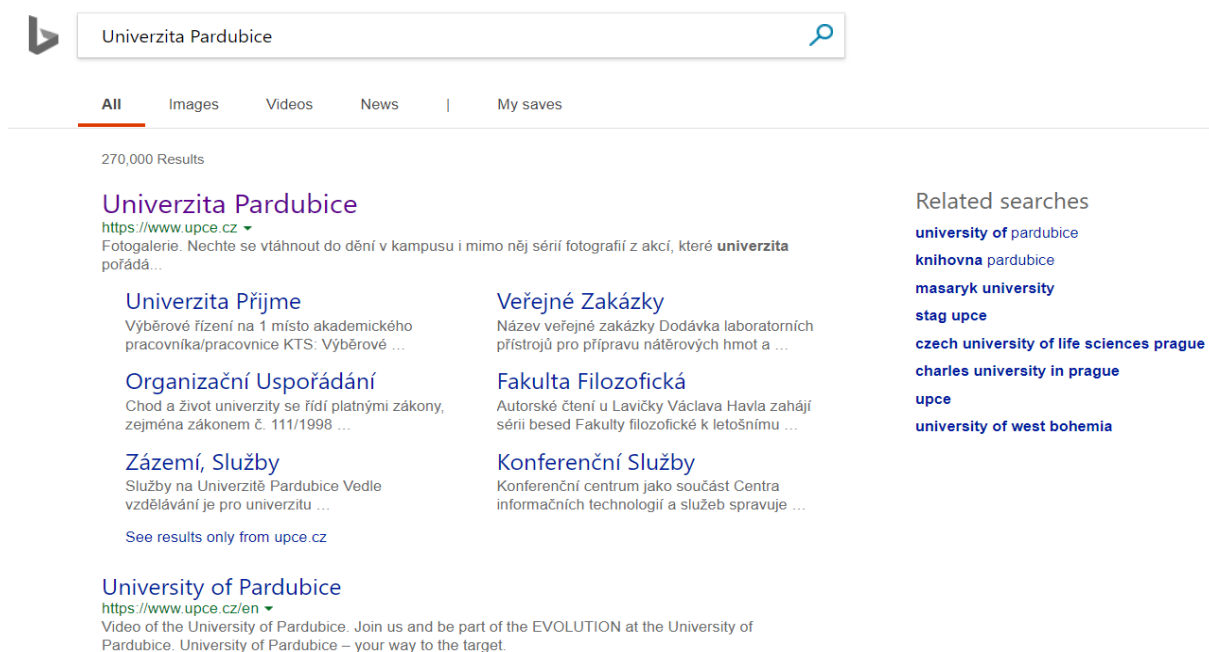


Obrázek 5 - Vyhledávač Yahoo!

Zdroj: Vlastní zpracování

## Bing

Internetový vyhledávač, který patří společnosti Microsoft vznikl sloučením dvou předchůdců MSN Search a Windows Live Search v roce 2009. V roce 2009 také společnost Microsoft uzavřela desetiletou dohodu s Yahoo!. Cílem této dohody je vytvořit jeden společný vyhledávač, který bude schopný konkurovat Googlu. Bing prohledává textový obsah internetu, obrázky, videa a zprávy. Výsledky vyhledávání lze filtrovat podle země, jazyka a dalších parametrů. Obrázek 6 zobrazuje vyhledávač Bing. [5]

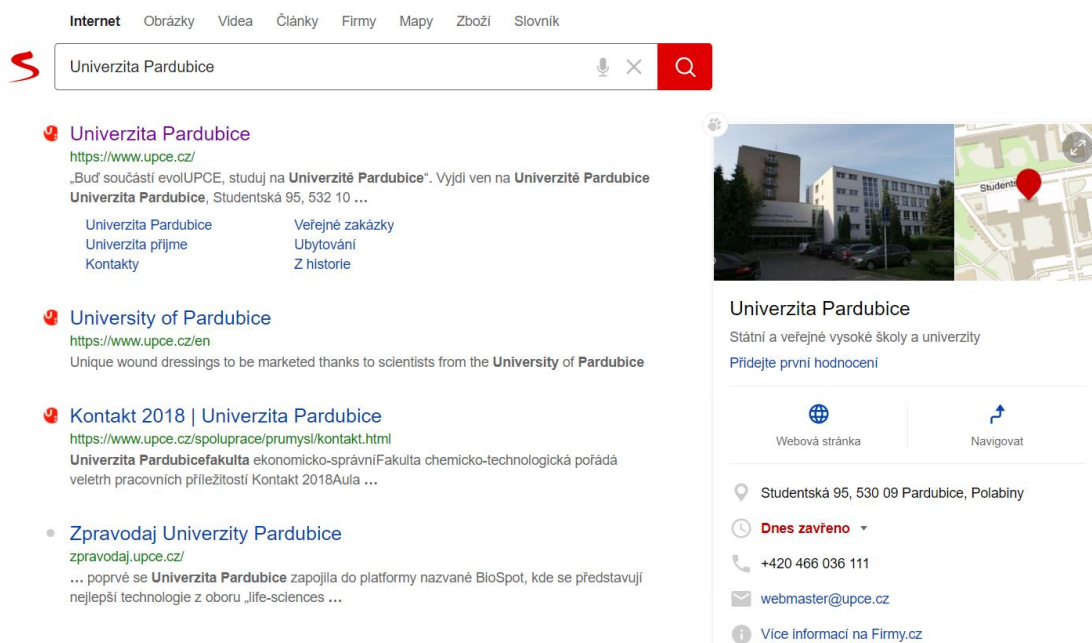


Obrázek 6 - Vyhledávač Bing

*Zdroj: Vlastní zpracování*

## Seznam

Jedná se o nejnavštěvovanější český internetový portál. Byl založen roku 1996 a stal se tak jedním z prvních českých internetových katalogů a vyhledávačů. Nejdříve jej tvořil pouze katalog firem a vyhledávač, poté byly funkce Seznamu rozšířeny o e-mail, mapy, inzerce a další. Pro vyhledávání v zahraničních webech Seznam dlouho využíval služby od firmy Google, později však uzavřel dohodu s firmou Microsoft a začal využívat Bing. Nyní Seznam používá svoji vlastní technologii pro zahraniční vyhledávání. Obrázek 7 je ukázka vyhledávače Seznam. [40]



**Obrázek 7 - Vyhledávač Seznam**

*Zdroj: Vlastní zpracování*

## Shrnutí

Ze zmíněných vyhledávačů je celosvětově nejvíce využívaný Google. Lze tvrdit, že je to nejen kvůli mnoha funkcím, které nabízí, ale také kvůli jeho jednoduchosti a počtu výsledků. V poslední době se však mezi výsledky vyhledávání objevují placené reklamy, které jsou pro uživatele matoucí. V budoucnu pak lze očekávat sloučení vyhledávačů Yahoo! a Bing, jejichž cílem bude ohrožit nadvládu Googlu.

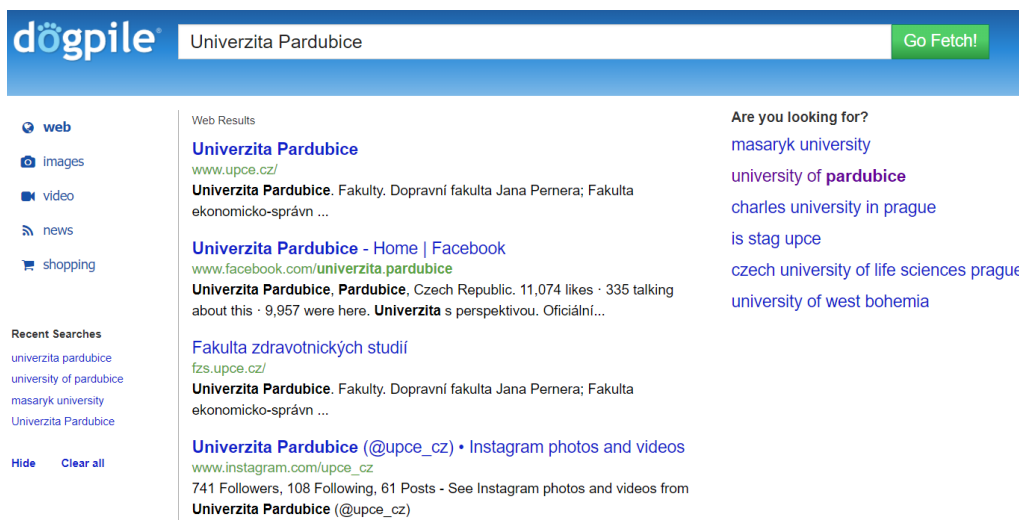
## 2.2 Metavyhledávače

Komplexnějším nástrojem, než vyhledávače jsou pro hledání informací metavyhledávací nástroje neboli metavyhledávače. Pracují na principu přeměrování daného dotazu uživatele do více různých vyhledávačů. Poté je provedena analýza získaných odkazů, výsledky hledání jsou uspořádány a odeslány zpět k uživateli. Většina metavyhledávačů umí zkombinovat výsledky a odstranit duplicitu. Výhodou metavyhledávačů je tedy přístup z jednoho rozhraní k více vyhledávacím systémům. Nevýhodou pak je omezený počet záznamů. Výsledek nemusí být relevantní, protože metavyhledávač vybere z každého vyhledávacího nástroje pouze několik záznamů a ostatní do výsledku nezahrne. Mezi nejvíce využívané metavyhledávače patří Dogpile a Excite. Za zmínku také stojí český metavyhledávač Professional Web Orchestra. [35]



## Dogpile

Metavyhledávač Dogpile působí na webu od roku 1995. Sbírá informace z vyhledávačů Google, Yahoo!, Bing, Ask, Answers. Nabízí také vyhledávání obrázků, videí, nákupů a novinek. Obrázek 8 ilustruje metavyhledávač Dogpile. [23]

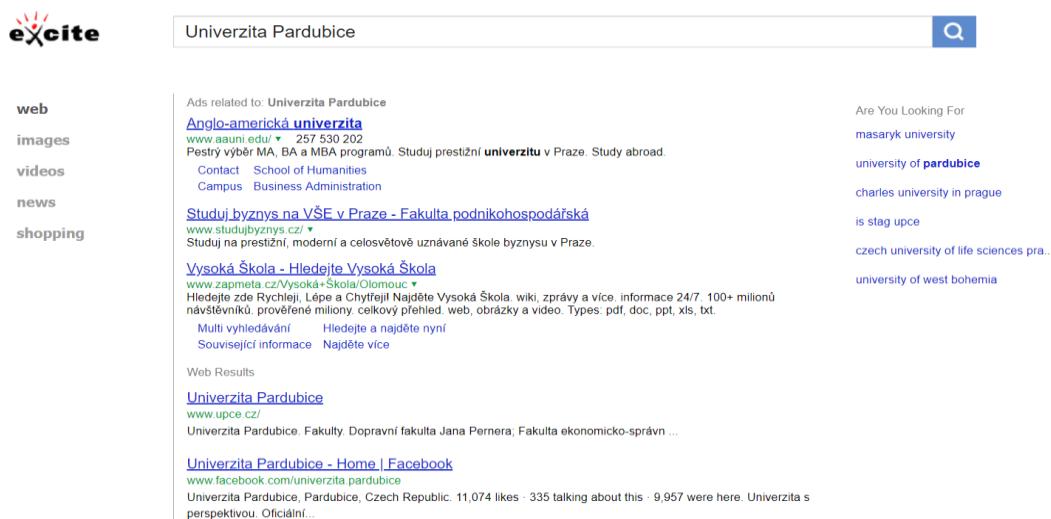


Obrázek 8 - Metavyhledávač Dogpile

Zdroj: Vlastní zpracování

## Excite

V provozu již od roku 1995. Vyhledává výsledky za pomoci vyhledávačů Google, Bing a Yahoo!. Nabízí prohledávání webu, obrázků, novinek a videí. Umožňuje vyhledávání také ve žlutých stránkách, což je seznam telefonních čísel různých firem a bílé stránky umožňují vyhledávání lidí, jejich telefonních čísel apod. Obrázek 9 zobrazuje metavyhledávač Excite. [34]

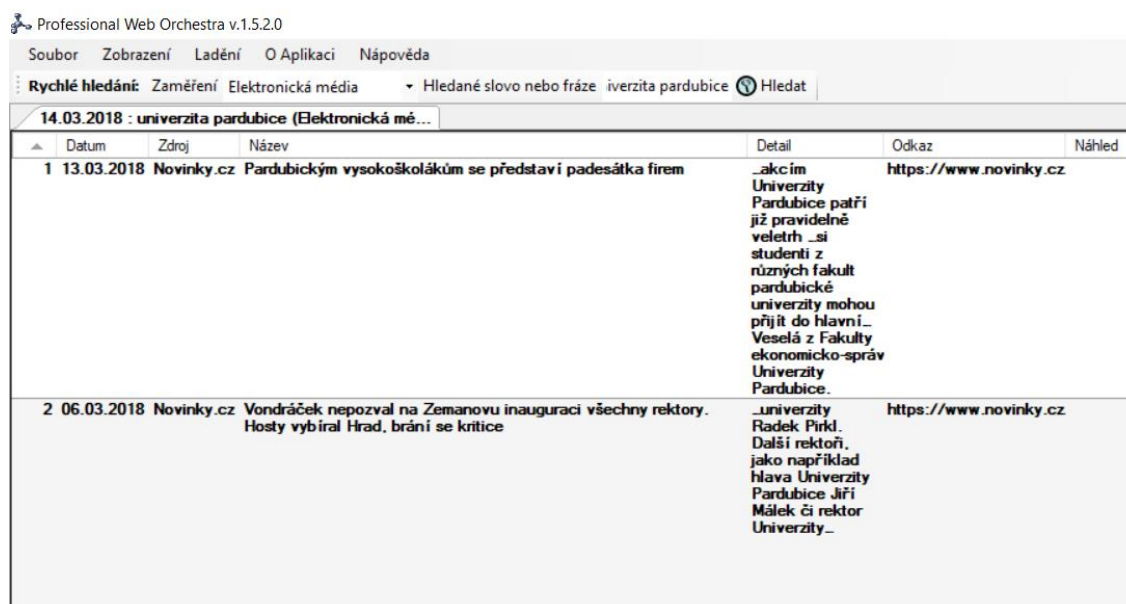


Obrázek 9 - Metavyhledávač Excite

Zdroj: Vlastní zpracování

## Professional Web Orchestra

Jde o český metavyhledávač. Umožňuje vyhledávat ve více než 190 nejpoužívanějších českých i světových internetových portálech. Možnost vyhledávání volných pracovních pozic, portálů zaměřených na prodej zboží, aukce, burzy, elektronická média apod. Lze zadat více vyhledávání najednou a poté je spolu porovnávat. Výsledky vyhledávání se ukládají do databáze, kde jsou sloučeny a sumarizovány pro následné užší vyhledávání nebo výběru podle uživatelských kritérií. Výstup pak může být exportován do aplikace MS Excel. Obrázek 10 slouží jako ukázka metavyhledávače Professional Web Orchestra. [35]



**Obrázek 10** - Metavyhledávač Professional Web Orchestra

*Zdroj: Vlastní zpracování*

## Shrnutí

Jedná se o komplexnější nástroje než vyhledávače, jejichž výhodou je jednoznačně možnost přistupovat k více vyhledávacím systémům za pomoci jednoho rozhraní. Nevýhodou však je, že z každého vyhledávacího systému je vybráno jen několik výsledků. Hledaná informace pak nemusí být relevantní nebo vůbec zahrnuta ve výsledku. Zajímavým nástrojem je český Professional Web Orchestra, který vyhledává v mnoha různých oblastech českého a slovenského internetu. Jeho nevýhodou oproti ostatním metavyhledávačům je on-line nedostupnost na internetu. Pracuje jako aplikace, kterou je potřeba si stáhnout do počítače. Tabulka 1 porovnává počty nalezených výsledků k zadanému výrazu „Univerzita Pardubice“ ve vyhledávacích a metavyhledávacích.

**Tabulka 1 - Porovnání vyhledávačů a metavyhledávačů**

<b>Vyhledávač</b>	<b>Počet nalezených výsledků</b>
Google	650 000
Bing	270 000
Yahoo!	107 000
Seznam	1 554 553
<b>Metavyhledávač</b>	<b>Počet nalezených výsledků</b>
Dogpile	736
Excite	491
Professional Web Orchestra	100

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Při porovnání počtu výsledků vyhledávacích a metavyhledávacích nástrojů jde jasně vidět, že metavyhledávače nabízí pouze zlomek nalezených výsledků oproti vyhledávačům. Pravdou však je, že mnoho výsledků, které poskytují vyhledávače často jen minimálně souvisí s vyhledávaným dotazem.

### **2.3 Veřejně dostupné databáze**

Důležitými zdroji informací nejen z hlediska CI jsou veřejně dostupné databáze. Už z tohoto názvu je jasné, že tyto databáze a rejstříky jsou zdarma k dispozici široké laické i odborné společnosti. Ve snaze usnadnit a zefektivnit přístup k těmto databázím, jsou tyto informace poskytovány veřejnosti v podobě elektronických databází, jež jsou dostupné prostřednictvím internetu. Hodně obsáhlými a využívanými veřejně dostupnými databázemi jsou:

- Veřejný rejstřík;
- Registr plátců DPH;
- Vizuální obchodní rejstřík;
- Živnostenský rejstřík;
- Insolvenční rejstřík;
- Katastr nemovitost;
- ARES;

#### **Veřejný rejstřík**

Veřejný rejstřík společně se sbírkou listin je dostupný na portálu Justice.cz. Tento portál spravuje Ministerstvo spravedlnosti České republiky. Veřejný rejstřík je sestaven z mnoha různých rejstříků. Obsahuje obchodní rejstřík, spolkový rejstřík, nadační rejstřík, rejstřík ústavů, rejstřík společenství vlastníků jednotek a rejstřík obecně prospěšných společností. Výpis z rejstříku je možné získat na internetu a ověřený výpis pak u rejstříkového soudu. Výhodou je, že je rychlý a okamžitě dostupný. Lze z něj zjistit datum vzniku daného subjektu,

právní formu subjektu, předmět podnikání, základní kapitál subjektu, společníky a mnoho dalších informací. Sbírká listin pak obsahuje notářský zápis, smlouvy o převodu společnosti, účetní závěrky za jednotlivé roky nebo výroční zprávy. Obrázek 11 je ukázka z Veřejného rejstříku. [20]

Úplný výpis z rejstříku obecně prospěšných společností		
Institut rozvoje evropských regionů, o.p.s., O 79 vedená u Krajského soudu v Hradci Králové		
Vytisknout		
<a href="#">Zpět na výsledky hledání</a>		
<b>Datum vzniku a zápisu:</b>	16. ledna 2003	
<b>Spisová značka:</b>	O 79 vedená u Krajského soudu v Hradci Králové	zapsáno 16. ledna 2003
<b>Název:</b>	Institut rozvoje evropských regionů, o.p.s.	zapsáno 16. ledna 2003
<b>Sídlo:</b>	<u>Pardubice, Studentská 95, PSČ 53210</u>	<u>zapsáno 16. ledna 2003</u> <u>vymazáno 30. listopadu 2016</u>
	Studentská 95, Polabiny, 530 09 Pardubice	zapsáno 30. listopadu 2016
<b>Identifikační číslo:</b>	259 78 284	zapsáno 16. ledna 2003
<b>Právní forma:</b>	Obecně prospěšná společnost	zapsáno 16. ledna 2003

**Obrázek 11 - Veřejný rejstřík**

*Zdroj: Vlastní zpracování*

## Registr plátců DPH

Celostátní registr, ve kterém jsou registrováni plátcí daně z přidané hodnoty v České republice. O zveřejňování dat se stará Ministerstvo financí České republiky a je možné zde najít nejen základní informace o subjektu (sídlo, název), ale i právní subjektivitu či příslušný finanční úřad. Mimo tyto základní informace poskytuje registr důležité informace, které se týkají ručení za nezaplacenou daň z přidané hodnoty, tedy jestli se jedná o nespolehlivého plátce a čísla účtů daného plátce. Kontrola, jestli je dodavatel spolehlivý či nikoliv může ušetřit velké finanční ztráty. Obrázek 12 zobrazuje, jak hledání v registru vypadá. [44]

## Údaje o subjektech DPH

---

1.

### Údaje o subjektu DPH

DIČ:	CZ00216275 Právnícká osoba
Obchodní firma / název:	Univerzita Pardubice
Sídlo:	Studentská 95 PARDUBICE II - POLABINY 530 09 PARDUBICE 9

Finanční úřad pro Pardubický kraj  
Územní pracoviště v Pardubicích, Boženy Němcové 2625, PARDUBICE V, tel.: 466 033 111  
Údaje zobrazeny dne 20.04.2018

### Údaje o nespolehlivém plátcí DPH

Nespolehlivý plátcé: NE

### Bankovní účty určené ke zveřejnění

	Datum zveřejnění
36935561/0100	01.04.2013
37030561/0100	01.04.2013
35-3941270647/0100	01.04.2013

### Údaje o registraci k DPH

Typ registrace	Registrace platná od:	Registrace platná do:
Plátcé	01.01.1999	

---

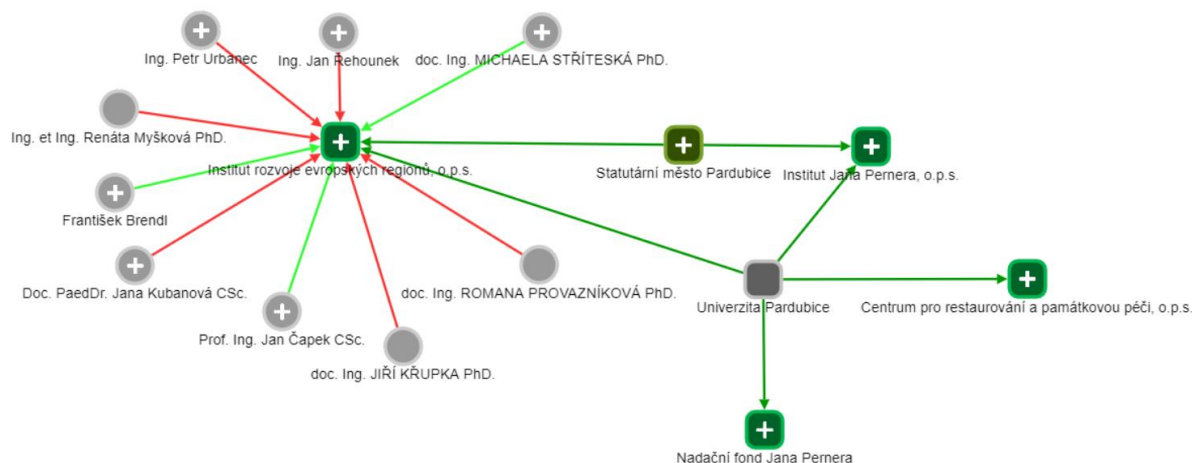
## Obrázek 12 - Registr plátců DPH

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Pro vyhledání údajů o plátcí DPH je potřeba znát daňové identifikační číslo (DIČ). Poté se již zobrazí přehledný výpis informací o hledaném subjektu. Mimo názvu a adresy Univerzity Pardubice je možné vidět, že spadá pod Finanční úřad Pardubického kraje, že se nejedná o nespolehlivého plátcé a má zveřejněny tři bankovní účty.

## Vizuální obchodní rejstřík

Na stránce Podnikani.cz je k dispozici vizuální zobrazení nejdůležitějších informací z českého veřejného rejstříku (justice.cz). Rejstřík slouží ke zjištění vazeb a souvislostí mezi jednotlivými lidmi a firmami v českém podnikání. Tyto vazby a souvislosti jsou pak zobrazeny v jednoduchém a přehledném grafu. Díky časové ose je možné zobrazit i historické vazby daného subjektu. Cílem aplikace je tedy pomáhat lidem rychle najít mnoho relevantních informací. Není však zaručeno, že vyhledané údaje jsou úplné a správné. Proto mají údaje z tohoto rejstříku pouze informativní charakter. Obrázek 13 je jako ukázka z vizuálního obchodního rejstříku. [50]



**Obrázek 13 - Vizuální obchodní rejstřík**

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Na obrázku jsou zobrazeny vazby Univerzity Pardubice. Tmavě zelená šipka značí zakladatele subjektu. Světle zelená šipka znázorňuje členy dozorčí rady a červená šipka značí členy správní rady daného subjektu.

### **Živnostenský rejstřík**

Registr živnostenského podnikání umožňuje zobrazit veřejné informace o podnikatelských subjektech v České republice. V rejstříku jsou zaznamenány údaje o podnikatelích (fyzických a právnických osobách), jež jsou stanoveny živnostenským zákonem. Jedná se o údaje, jako jsou jméno, příjmení, IČO, adresa bydliště, sídlo, předmět podnikání, doba platnosti živnostenského oprávnění a další. Obrázek 14 zachycuje prostředí živnostenského rejstříku. Provozovatelem tohoto registru je Ministerstvo průmyslu a obchodu. Informace na webu jsou rozděleny do dvou základních skupin [36]:

- hledání konkrétního podnikatelského subjektu a zobrazení jeho veřejných údajů;
- zobrazení statistických informací o živnostenských oprávněních v České republice.

Úvodní stránka » Vyhledání subjektu » Seznam subjektů

**Vyhledání podnikatelského subjektu**

Počet nalezených subjektů: 1

**Subjekt:** Univerzita Pardubice  
**Role osoby:** podnikatel  
**Omezení platnosti:** pouze platné

[Změnit kritéria](#)

**Tipy pro hledání**

Zvolte výpis detailních údajů jednoho z nalezených subjektů, případně jeho vyhledání v obchodním rejstříku.

---

**1. Univerzita Pardubice**

Typ podnikatele:	<b>Právnícká osoba</b>
Adresa sídla:	<b>Studentská 95, 532 10, Pardubice - Polabiny</b>
Role subjektu:	<b>podnikatel</b>
Identifikační číslo osoby:	<b>00216275</b>

[Údaje bez historie](#) | [Údaje s historií](#) | [Vyhledání podnikatele v obchodním rejstříku](#)

**Obrázek 14 - Živnostenský rejstřík**

*Zdroj: Vlastní zpracování*

U výsledku vyhledávání se vyskytnou tři možnosti zobrazení údajů. Jde o údaje bez historie, jenž zobrazí aktuální data, údaje s historií, což mohou být už i neplatné údaje a položka vyhledání podnikatele v obchodním rejstříku, která slouží k přesměrování na obchodní rejstřík.

### Insolvenční rejstřík

K tomuto rejstříku je možné se dostat dvojí cestou. První možností je Czech POINT, kde lze získat ověřený výpis z insolvenčního rejstříku, který je však zpoplatněn. Jednodušší cestou je elektronický insolvenční rejstřík, který je dostupný na webu Justice.cz a stejně, jako veřejný rejstřík je pod správou Ministerstva spravedlnosti. V insolvenčním rejstříku lze najít seznam insolvenčních správců, seznam dlužníků a insolvenční spisy. Vyhledávání probíhá podle identifikačního čísla subjektu nebo názvu subjektu. Obrázek 15 představuje ukázkou výpisu z insolvenčního rejstříku. [32]

## Detail insolvenčního řízení

Aktuální stav	<b>Odškrtnutá - skončená věc</b>
Spisová značka	<b>KSBR 37 INS / 2017</b> vedená u <b>Krajského soudu v Brně</b>
Jméno/název:	<b>Základní identifikační údaje</b>
IČ:	(viz obchodní rejstřík)
Rodné číslo / Datum nar.:	
Bydliště:	
	<b>Insolvenční správce</b>
Datum poslední zveřejněné události	<b>Historie insolvenčního řízení</b> 08.01.2018

Oddíl A - Řízení do úpadku			Oddíl B - Řízení po úpadku	Oddíl C - Incidenční spory	Oddíl D - Ostatní	Oddíl P - Přílohy			
	Okamžik zveřejnění		Popis			Dokument	Vedejší dokument	Datum právní moci	
1.	06.09.2017	13:14	Insolvenční návrh spojený s návrhem na povolení oddlužení			plný_text (292 kB)			
2.	06.09.2017	13:14	Vyhláška o zahájení insolvenčního řízení			plný_text (271 kB)	plný_text (349 kB)		
3.	06.09.2017	14:08	Návrh - přílohy			plný_text (28219 kB)			
4.	13.09.2017	08:18	Výzva			plný_text (264 kB)	plný_text (245 kB)		
5.	14.09.2017	12:56	Výpis z katastru nemovitostí			plný_text (338 kB)			
6.	20.09.2017	07:04	Návrh - doplnění návrhu			plný_text (276 kB)			
7.	26.09.2017	16:21	Usnesení o postoupení věci			plný_text (276 kB)	plný_text (246 kB)	19.10.2017	
8.	26.10.2017	10:02	Převedení spisu příslušnému soudu			plný_text (271 kB)			
9.	30.10.2017	13:32	Převzetí spisu z jiného soudu			plný_text (307 kB)			
10.	06.11.2017	13:55	Usnesení o odmítnutí insolvenčního návrhu			plný_text (296 kB)	plný_text (254 kB)	24.11.2017	
11.	08.01.2018	13:39	Zápis v rejstříku ukončen			plný_text (191 kB)			

Obrázek 15 - Insolvenční rejstřík

Zdroj: Vlastní zpracování

## Katastr nemovitostí

Pro CI je důležité lokalizovat firmu a zjistit, co se nachází v okolí této firmy. K tomu může posloužit Katastr nemovitostí, který spravuje Český úřad zeměměřický a katastrální. Katastr nemovitostí slouží ke zjištění informací o vlastnictví parcel, staveb, bytových a nebytových jednotek, které jsou v katastru evidovány. Mimo základních informací o vlastnictví objektu katastr nabízí zobrazení daného objektu na mapě. Nahlížení do tohoto katastru je zdarma a přístupné všem uživatelům. Aktualizace dat katastru probíhá téměř každý den. Není třeba se tedy bát, že by data byla neplatná či nepravdivá. Obrázek 16 představuje výpis z Katastru nemovitostí. [35]

### Informace o pozemku

Parcelní číslo:	<a href="#">st. 7195</a>	
Obec:	<a href="#">Pardubice [555134]</a>	
Katastrální území:	<a href="#">Pardubice [717657]</a>	
Číslo LV:	<a href="#">13034</a>	
Výměra [m <sup>2</sup> ]:	3950	
Typ parcely:	Parcela katastru nemovitostí	
Mapový list:	DKM	
Určení výměry:	Ze souřadnic v S-JTSK	
Druh pozemku:	zastavěná plocha a nádvoří	

### Součástí je stavba

Budova s číslem popisným:	<a href="#">Polabiny [410632]</a> , č. p. 95; objekt občanské vybavenosti
Stavba stojí na pozemku:	p. č. <a href="#">st. 7195</a>
Stavební objekt:	<a href="#">č. p. 95</a>
Ulice:	<a href="#">Studentská</a>
Adresní místa:	<a href="#">Studentská č. p. 95</a>

Obrázek 16 - Katastr nemovitostí

Zdroj: Vlastní zpracování



## Administrativní registr ekonomických subjektů

Administrativní registr ekonomických subjektů neboli ARES provozuje Ministerstvo financí ČR jako veřejnou bezplatnou informační službu, která umožňuje vyhledávat informace o ekonomických subjektech, jež jsou registrovány v České republice. Vyhledávání probíhá hned v několika registrech státní správy, jako je:

- Veřejný rejstřík;
- Živnostenský rejstřík;
- Registr plátců DPH;
- Registr ekonomických subjektů;
- Registr plátců spotřební daně;

Po vyhledání jsou zobrazeny detailní informace, které jsou o daném subjektu dostupné a zobrazí se také, ze kterého zdroje (rejstříku) informace pochází. To umožňuje porovnání údajů mezi jednotlivými registry. Vyhledávání probíhá podle identifikačního čísla subjektu, názvu subjektu či adresy. V registru je možné vyhledávat, jak fyzické osoby, tak i právnické osoby, což jsou firmy, občanská sdružení, nadace, spolky a obchodní společnosti. Údaje, které jsou v rejstříku k dispozici mají však pouze informativní charakter a nelze je použít při úředním jednání. Obrázek 17 představuje registr ARES. [43]

ARES - přehled vybraných ekonomických subjektů			počet: 1
IČO	Obchodní firma Místo podnikání	Odkazy	
00216275	Univerzita Pardubice Pardubice II, Polabiny, Studentská 95	RES RŽP RARIS CEDR DPH	

Obrázek 17 - Registr ARES

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Zadáním názvu firmy, identifikačního čísla nebo adresy se zobrazí daný subjekt. V pravé části jsou odkazy na rejstříky, ve kterých je o vyhledávaném subjektu zmínka. Z obrázku lze vidět, že o Univerzitě Pardubice jsou dostupné informace z Registru ekonomických subjektů, Registru živnostenského podnikání, Centrální evidence dotací z rozpočtu a Registru plátců DPH.

## Shrnutí

Veřejně dostupné rejstříky nabízí snadný a bezplatný přístup k informacím o konkurenci. V tomto ohledu je nejvíce rozsáhlý Veřejný rejstřík, který kromě základních informací o subjektu obsahuje také sbírku listin, ve které jsou zahrnuty účetní uzávěrky a výroční zprávy podniku. Právě z těchto dokumentů lze zjistit cenné informace, které umožňují odhadnout situaci a záměry organizace. Každý ze zmíněných rejstříků poskytuje jiný typ informací, proto je žádoucí prozkoumat všechny tyto rejstříky, což však může být velmi pracné a časově náročné. Tabulka 2 ukazuje, jaký typ informací nabízí jednotlivé rejstříky (x značí informace, které se nachází v rejstříku).

**Tabulka 2** - Shrnutí veřejných databází

	Veřejný rejstřík	Registr plátců DPH	Vizuální obchodní rejstřík	Živnostenský rejstřík	Insolvenční rejstřík	Katastr nemovitostí	ARES
Základní informace	x	x	x	x	x	x	x
Graf vazeb			x				
Strukturu společnosti	x		x	x			Odkaz na rejstříky
Vývoj společnosti	x		x	x			Odkaz na rejstříky
Listiny a dokumenty	x				x		Odkaz na rejstříky

*Zdroj: Vlastní zpracování*

## 2.4 Firemní databáze

V současné době jsou velmi rozsáhlým nástrojem pro sledování konkurence a zjišťování informací o ni tzv. firemní databáze. Stejně jako oficiální veřejně dostupné rejstříky nabízí základní informace o firmách a subjektech. K tomu nabízí další velmi zajímavé služby, jako je zobrazení vazeb jednatelů či společníků firmy na další společnosti nebo zjištění, co se o firmě píše v tisku. Základní verze těchto rejstříků jsou většinou zdarma, získání výhod a lepších funkcí bývá zpoplatněno. Populárními firemními databázemi jsou Detail.cz, Informaceofirmach.cz a Firmo.cz. [17]

### Detail.cz

Rejstřík detail.cz je tvořen velkým množstvím informací o firmách, živnostnících a podnikatelích. Rejstřík využívá databázi Merk, což je databáze firem a firemních kontaktů. Mezi zdroje, odkud databáze Merk čerpá informace, patří ARES, Justice, sbírka listin a více

než 30 dalších veřejných databází. Obrázek 18 zobrazuje základní informace, které rejstřík nabízí o zadaném subjektu. [13]

The screenshot shows the 'merk' website interface. At the top, there is a search bar with the text 'Subjekt Univerzita Pardubice' and a magnifying glass icon. Below the search bar, the name 'Univerzita Pardubice' is displayed, along with its IČ: 216275, DIČ: CZ00216275, DS: f5vj9hu, and datum vzniku: 30. 10. 1992. There are buttons for 'Kopírovat IČ' and 'Kopírovat zákl. údaje'. To the right, there are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and Email, and a 'Výpis z OR' button. Below this is a navigation menu with icons and labels: 'Přehled', 'Vývoj', 'Finanční analýza', 'Ekonomické údaje', 'Podrobnosti', 'Média', 'Zakázky, dotace', 'Ochranné známky', 'Vizitky', and 'Události firmy'. The 'Zakázky, dotace' icon has a red badge with the number '536', and the 'Události firmy' icon has a red badge with '40'. Below the navigation menu, the 'Informace' section states 'Subjekt „Univerzita Pardubice“ vznikl před 25 lety.' The 'Lustrace' section shows six green checkmarks indicating positive status: 'Bez dluhu na VZP', 'Spolehlivý plátcce DPH', 'Není a nebyl v insolvenčním řízení', 'Není v likvidačním řízení', 'Neuvalena nucená správa', and 'Subjekt bez omezen v činnosti'. A legend below indicates 'Vysvětlivky' with symbols for 'Vše v pořádku' (green check), 'Varování' (yellow triangle), and 'Vážný problém' (red circle with exclamation mark).

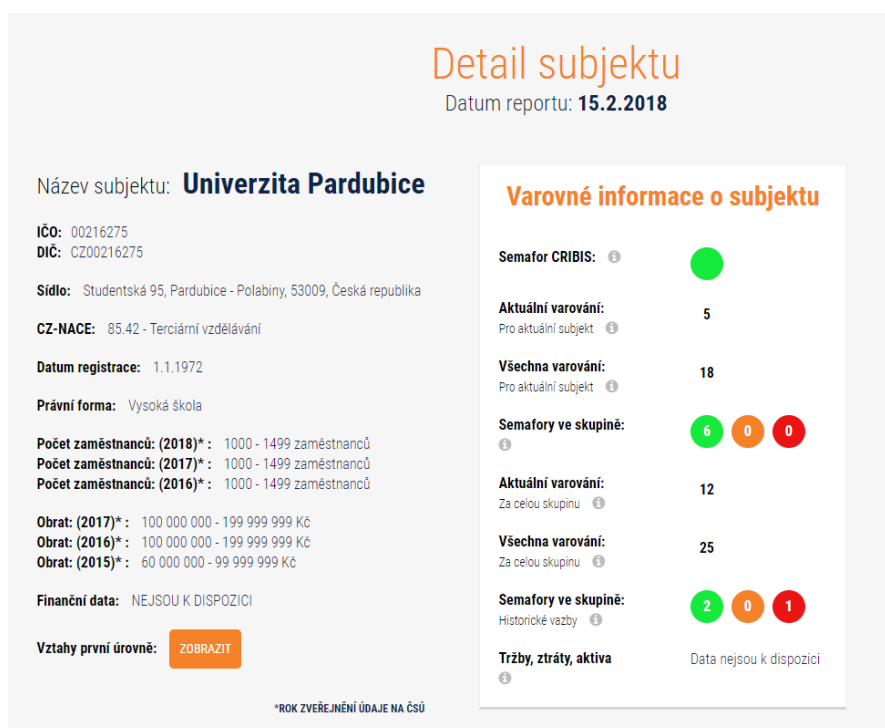
**Obrázek 18 - Rejstřík Detail.cz**

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Pro dostupnost všech informací je třeba se registrovat. Poté je na jeden týden spuštěna zkušební verze aplikace. V tmavě modré liště je na výběr hned z několika ukazatelů, jako je vývoj subjektu, finanční analýza, ekonomické údaje, podrobnosti, média, zakázky a dotace, ochranné známky, vizitky a události firmy. Například karta „Vývoj“ zobrazuje časovou osu počtu zaměstnanců a obratu společnosti. Na kartě „Média“ jsou vypsány mediální články, ve kterých je subjekt zmíněn, z jakého zdroje článek pochází a kdy byl vydán.

### **Informaceofirmach.cz**

Jde o webovou stránku, která využívá webovou aplikaci Cribis. Tato aplikace obsahuje více než 10 miliónů podnikatelských subjektů a fyzických osob a podrobné informace o nich. Je zaměřena na subjekty z České i Slovenské republiky. Aplikace umí monitorovat fyzické osoby a důležité události ve firmách. Součástí aplikace je také diagram obchodních a majetkových vazeb, který přehledně zobrazí vazby daného ekonomického subjektu. Jedná se tedy o velmi cenný a spolehlivý zdroj dat, ať už o konkurenci, nebo o obchodních partnerech. Tuto aplikaci je možné využívat v mobilních telefonech na platformách Android a iOS. Obrázek 19 slouží jako ukázka registru. [18]



**Obrázek 19** - Rejstřík Informaceofirmach.cz

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Po krátké registraci a zadání názvu subjektu se zobrazí stručný a přehledný výpis o daném subjektu. V bezplatné verzi lze vyhledat pouze 5 subjektů za měsíc, navíc všechny informace nejsou dostupné. Pro dostupnost všech informací je třeba zaplatit předplatné. Zde je možné vidět IČO, DIČ, sídlo, klasifikaci ekonomických činností, datum, kdy byl subjekt registrován, jeho právní forma, počty zaměstnanců za poslední 3 roky a obrat za poslední 3 roky. V pravé části se zobrazují varovné informace o subjektu. Semafor slouží jako ukazatel míry podnikatelského rizika a je sestaven na základě údajů, které jsou dostupné v databázi rejstříku. Červená barva značí negativní informace, oranžová značí informace spojené se středním rizikem a zelená barva naznačuje, že nejsou žádné negativní informace o subjektu.

### **Firmo.cz**

Portál Firmo.cz slouží k vyhledávání a zobrazení komplexních informací o osobách, živnostnících a firmách. Umožňuje sledování volných pracovních míst, veřejných zakázek, patentů a obchodních známek. Nabízí přehledný výběr důležitých ekonomických ukazatelů o hledaném subjektu, sbírku listin, insolvenční rejstřík a graf vazeb. Obrázek 20 ukazuje, jak vypadá výsledek vyhledávání v rejstříku. [15]

Obrázek 20 - Rejstřík Firmo.cz

Zdroj: Vlastní zpracování

Ze zmíněných firemních databází nabízí nejvíce informací. Pro kompletní informace je třeba se opět zaregistrovat. Po registraci je spuštěna zkušební verze, která umožňuje vyhledat informace o pěti subjektech. Na hlavní stránce je možné vidět základní údaje, rating společnosti a mapu, kde společnost sídlí. V horním panelu je pak nabídka několika různých ukazatelů. Zobrazit lze vývoj společnosti, její strukturu, účast ve společnostech, graf vazeb, zjištěné problémy, dotace, předmět činnosti, ekonomické údaje, insolvenční rejstřík, volná pracovní místa, zakázky a smlouvy, sbírku listin a ochranné známky.

## Shrnutí

Tyto databáze shromažďují informace z veřejně dostupných rejstříků na jednom místě. Není třeba prohledávat každý z rejstříků zvlášť, což ušetří mnoho času. Ze získaných dat také odvodí různé ekonomické ukazatele, kterými je daný subjekt ohodnocen. Informace z těchto rejstříků jsou však za poplatek. Nejvíce informací o konkurenci lze získat z rejstříku Firmo.cz. Jaké informace nabízí jednotlivé informace zobrazuje Tabulka 3 (x značí informace, které se nachází v rejstříku).

Tabulka 3 - Shrnutí firemních databází

	Firmo.cz	Detail.cz	Informaceofirmah.cz
Základní informace	x	x	x
Graf vazeb	x		x
Strukturu společnosti	x	x	
Vývoj společnosti	x	x	x
Listiny a dokumenty	x	x	

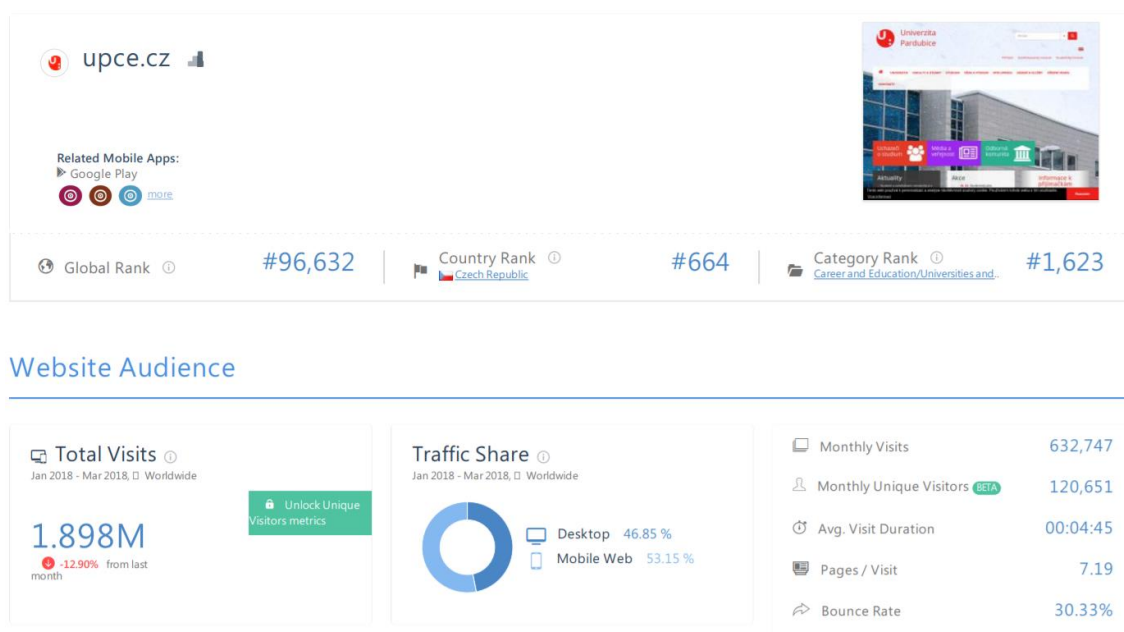
Zdroj: Vlastní zpracování

## 2.5 Monitoring a analýza webových stránek konkurence

Monitoring a analýza webových stránek umožňuje sledování jakékoliv změny obsahu na webových stránkách konkurence. Jedná se o velice levný, ale přitom důležitý nástroj pro získání informací o konkurenci. Na internetu je mnoho dostupných aplikací, které dokáží sledovat a analyzovat webový obsah konkurence. Všechny tyto aplikace pracují na stejném principu a to, že si uživatel nadefinuje zájmovou oblast nebo jednoduše zadá URL adresu webu, který chce sledovat. Pro analýzu webových stránek je vhodné uvést nástroj Similar Web, oblast monitoringu se zaměří na RSS čtečky.

### Similar Web

Webová služba, která poskytuje informace o návštěvnosti webových stránek. Tyto informace jsou užitečné při analýze trhu či odhadování strategií konkurence. Pro získání informací pro analýzu webu stačí zadat pouze URL adresu webu. Výstupem je přehledný soupis základních statistik, které obsahují informace týkající se počtu návštěv za období, průměrné délky návštěvy, míry okamžitého opuštění, rozdělení návštěvnosti dle států a zdrojů, odkazy a klíčová slova. Tento nástroj je v základní verzi dostupný zdarma, za příplatek pak nabízí rozšířenou verzi. Informace ze základní verze jsou však poměrně obsáhlé a mnohdy dostačující. Obrázek 21 zobrazuje výstup analýzy webu. [38]



Obrázek 21 - Analýza pomocí Similar Web

Zdroj: Vlastní zpracování

## **RSS čtečky**

Really Simple Syndication neboli RSS je technologie, která slouží uživateli k udržování si neustálého přehledu o publikovaném obsahu z různých zdrojů. Čtečka RSS pak dokáže tento obsah zpřístupnit pomocí přehledného seznamu, jehož struktura vypadá podle potřeb uživatele. Výhodou ale není pouze shromažďování obsahu, RSS se také umí zaměřit na konkrétní část webu. Mohou to být například pouze sportovní články, články od jediného autora apod. Ne každá webová stránka RSS podporuje, což je největší nevýhodou tohoto nástroje. Dalším problémem může být přehlcení čtečky bezmyslenkovitým přidáváním nových odkazů. Čtečka by pak nabízela desítky článků s podobným obsahem, což by ztrácelo smysl. Proto je důležité věnovat pozornost informační hodnotě zdrojů a pravidelně ji přehodnocovat. Čtečku lze využít jako nástroj ve webovém prohlížeči nebo jako desktopovou aplikaci. Nejznámějšími RSS čtečkami jsou Feedly a Inoreader. [45]

## **Feedly**

Jedná se o nejrozšířenější nástroj sloužící ke sledování většího počtu pravidelně i nepravidelně se měnících webů. Feedly slučuje všechny zadané webové stránky do jediné, přehledné webové aplikace, která je optimalizována i pro mobilní zařízení. Nástroj Feedly je podporován ve všech internetových prohlížečích. Vzhled, ve kterém budou novinky zobrazeny si lze předem nastavit. Novinky tak lze zobrazit například v textovém seznamu či magazínovém pojetí, které poskytuje mnoho obrázků. Zajímavé články je možné jednoduše sdílet na sociálních sítích Facebook, Twitter či LinkedIn. Výhodou čtečky je synchronizace mezi webovou a mobilní aplikací, která umožňuje čtečku používat na vícero zařízeních. Obě verze této aplikace jsou k dispozici zdarma. Placená je pouze prémiová verze, která nabízí sledování podle klíčových slov, rychlejší vyhledávání a synchronizaci. Obrázek 22 zobrazuje, jak vypadá RSS čtečka Feedly. [16], [25]

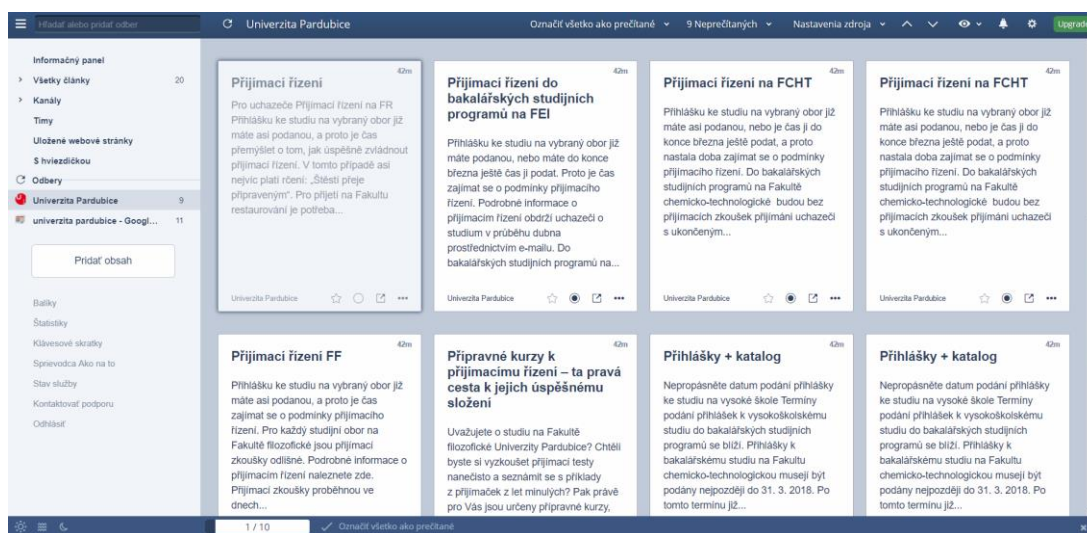


Obrázek 22 - RSS čtečka Feedly

Zdroj: Vlastní zpracování

## Inoreader

Další velmi populární čtečkou novinek a RSS kanálů je Inoreader. Přístup k ní lze získat z webového prohlížeče nebo stažením aplikace do mobilního telefonu. Po propojení čtečky s účty na Twitteru či Google+ je možné vidět vedle běžných článků i odkazy, které sdíleli sledovaní uživatelé na těchto sociálních sítích. Sledované zdroje lze organizovat podle témat. Díky tomu je ve čtečce snadná orientace. V základní bezplatné verzi čtečka nabízí odebrání až stovky kanálů. V placené prémiové verzi pak nabízí již zmíněné propojení s Twitterem, Google+ či Google News. Obrázek 23 ilustruje ukázkou čtečky Inoreader. [21]



Obrázek 23 - RSS čtečka Inoreader

Zdroj: Vlastní zpracování



## **Shrnutí**

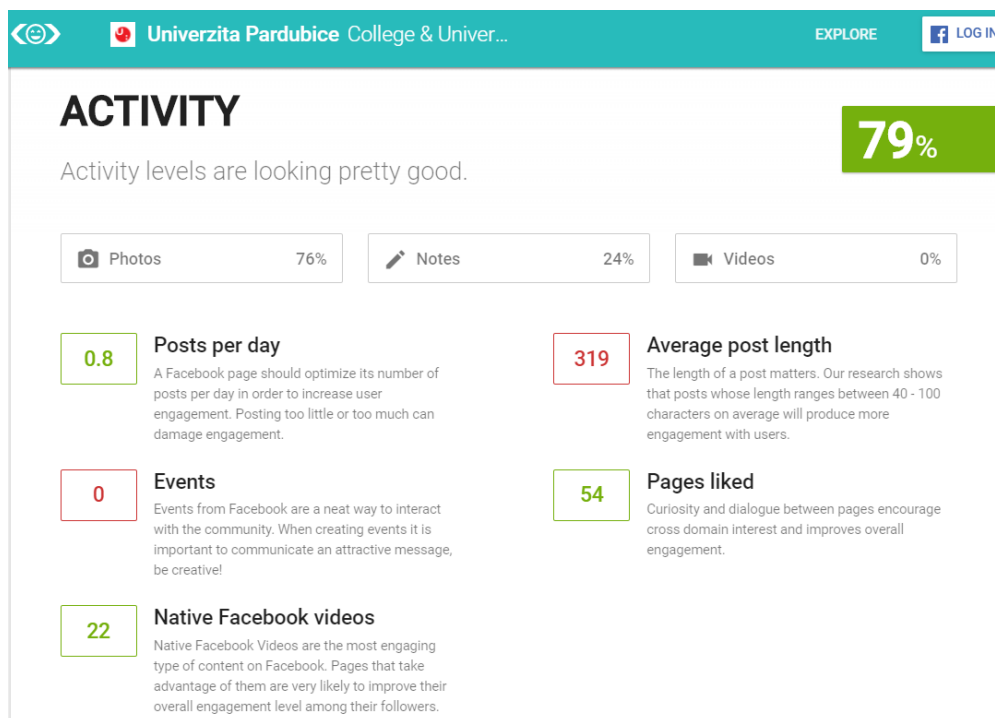
Webové stránky jsou prvním místem, kde podniky informují o svých novinkách a budoucích krocích. Proto je potřeba neustále monitorovat a analyzovat webové stránky konkurence. Zmíněné RSS čtečky pravidelně zobrazují novinky ze sledovaných webových stránek. Nevýhodou je, že ne každý web podporuje RSS kanály. Pro analýzu webových stránek je užitečným nástrojem SimilarWeb, který poskytuje data ohledně návštěvnosti webů. Z toho lze snadno odvodit silné a slabé stránky webu, případně web pozměnit.

## **2.6 Monitoring a analýza sociálních sítí**

Vzhledem k velké koncentraci lidí na sociálních sítích mohou tyto sítě nést důležité informace. Lidé zde často diskutují o osobních, ale i pracovních tématech. Proto je zjevné, že bez kvalitní analýzy a monitoringu sociálních sítí lze jen těžko zjistit, co se děje. Pro firmu, která chce řídit svoji reputaci je právě tohle klíčovým prostředkem. Zajímavými nástroji jsou v tomto ohledu Likealyzer, SocialBakers a Klout.

### **Likealyzer**

Nástroj umožňuje monitorování webové prezentace konkurenčních stránek na Facebooku. Vyhodnocuje slabé a silné stránky profilu a porovnává je s konkurenčními profily. Sleduje chování uživatelů, dobu odezvy na příspěvky a dokáže navrhnout zlepšení komunikace např. na základě délky příspěvků. Obrázek 24 zobrazuje hodnocení stránky pomocí nástroje Likealyzer. [1]



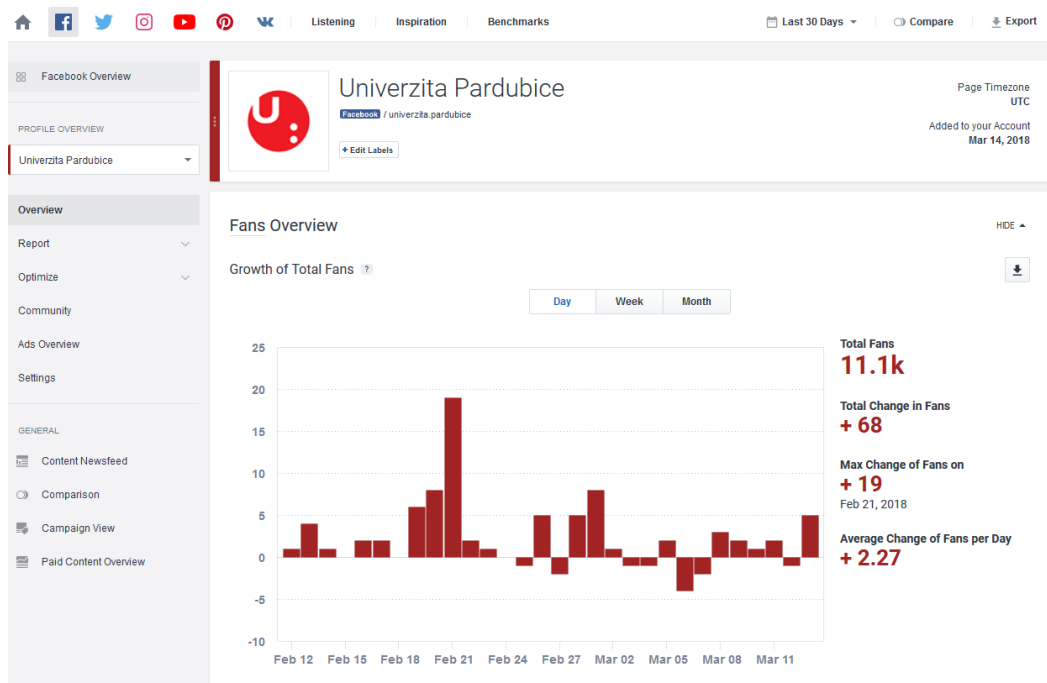
**Obrázek 24** - Nástroj Likealyzer

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Podle Likealyzeru je úroveň aktivity stránky Univerzity Pardubice velmi dobrá. Počet příspěvků za den je optimální. Pokud stránka sdílí příliš málo nebo mnoho příspěvků za den, může to zničit její pověst. Události a videa jsou, podle nástroje, skvělé pro interakci s komunitou a zlepšují úroveň stránky. V tomto případě je třeba být kreativní. Podle průzkumu je ideální délka příspěvků mezi 40-100 znaky. Průměrná délka příspěvků Univerzity Pardubice činí 367 znaků. Lepší je tedy volit kratší, ale výstižnější texty, které uživatele zaujmou.

### Socialbakers

Jde o jeden z nejznámějších nástrojů pro analýzu sociálních sítí. S nástrojem lze pracovat za pomoci tří balíčků (plánů). První z balíčků obsahuje tvorbu reportů, analytiku, nástroje pro plánování a komunikaci s uživateli. Ostatní balíčky obsahují funkce navíc, jako je třeba podrobnější zobrazení výsledků analýzy nebo analýza videí. Analýzu je možné provádět pomocí předpřipravené šablony nebo vytvořením vlastní šablony, kde se definuje, jaká data je třeba analyzovat. Umí také vyhodnotit efektivitu příspěvků a porovnat s efektivitou příspěvků u konkurence. Všechny tři balíčky jsou placené, volně dostupná je pouze zkušební verze po dobu dvou týdnů. Obrázek 25 představuje, jak vypadá analýza stránky na Facebooku pomocí nástroje Socialbakers. [11]



**Obrázek 25** - Nástroj Socialbakers

*Zdroj: Vlastní zpracování*

## Klout

Jedná se o službu, která umožňuje sledovat vliv napříč sociálními sítěmi. Klout analyzuje všechna data z profilů na sociálních sítích, hodnotí vytvořený obsah a to, jak na tento obsah lidé reagují a jak s ním dále pracují. Měří také celkovou velikost sítě kontaktů. Kritéria, podle kterých je vliv na sociálních sítích měřen, je spousta. Jde například o komentáře, počet sledovaných uživatelů, počet přátel apod. Výsledkem analýzy je pak skóre, což je hodnota na stupnici od jedné do sta (čím vyšší číslo, tím vyšší online vliv). Klout je dostupný pro sociální sítě Facebook, Twitter a LinkedIn a je zcela zdarma. [12]

## Shrnutí

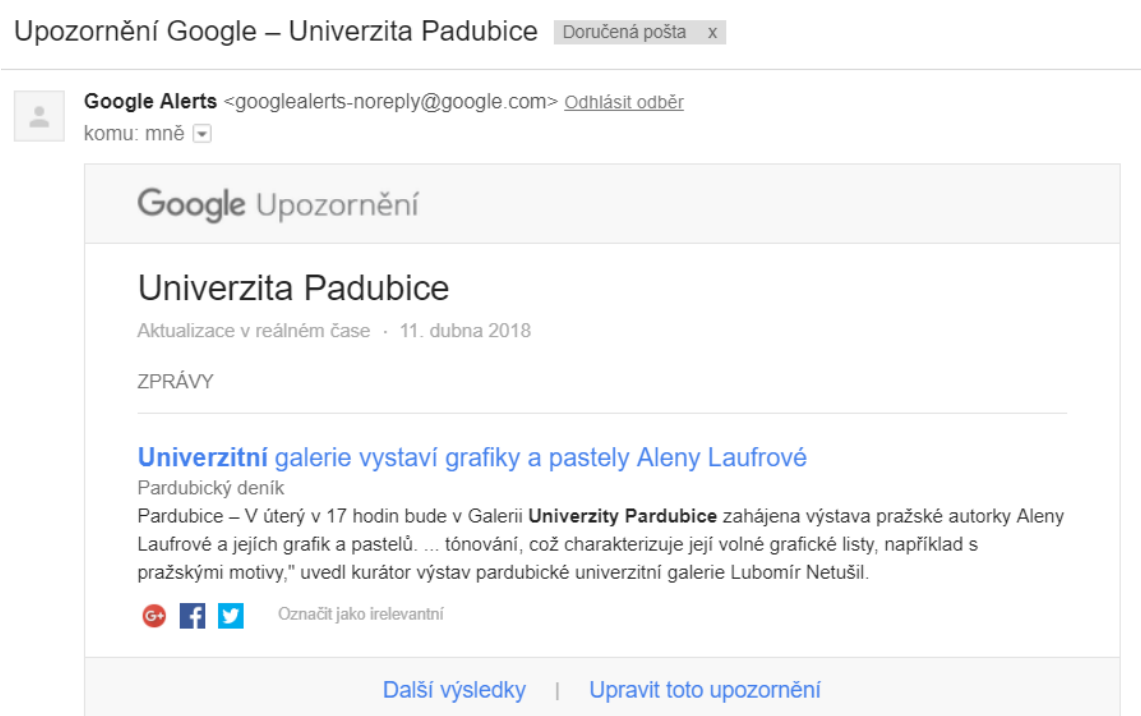
Monitoring a analýza sociálních sítí poskytuje informace o komunikaci mezi konkurentem a zákazníky. Může také poukázat, na jaké skupiny zákazníků konkurence cílí. Některé nástroje dokáží poradit, jak se na sociálních sítích chovat. To umí zmíněný SocialBakers, který mimo jiné nabízí i mnoho analytických funkcí. Jde však o placenou službu, která stojí v přepočtu 500 Kč za jeden analyzovaný profil. Poradit umí také nástroj Likealyzer, který je na rozdíl od SocialBakers zdarma.

## 2.7 Nově zveřejněné články a trendy

Sledování nově zveřejněných článků a trendů poskytuje informace o tom, jak se na internetu postupně vyvíjí zájem o daný výrobek, službu či obor. Pro sledování těchto článků a trendů se nabízí několik volně dostupných nástrojů. Nejznámějšími a nejvíce rozšířenými pomocníky jsou nástroje od společnosti Google.

### Google Alerts

Jednoduchý nástroj, který prohledává prakticky všechny veřejné zdroje na internetu. Zajímavé informace, které se týkají definovaného dotazu pak posílá přímo do emailu. K zadání dotazu je možné použít i logické operátory, které pomohou přesněji určit obsah odebíraných novinek. Pro získávání novinek a informací o aktuálních změnách na Facebooku, Twitteru a webových stránkách stačí pouze zadat název produktu, služby či společnosti. Obrázek 26 zobrazuje upozornění z Google Alerts. [3]



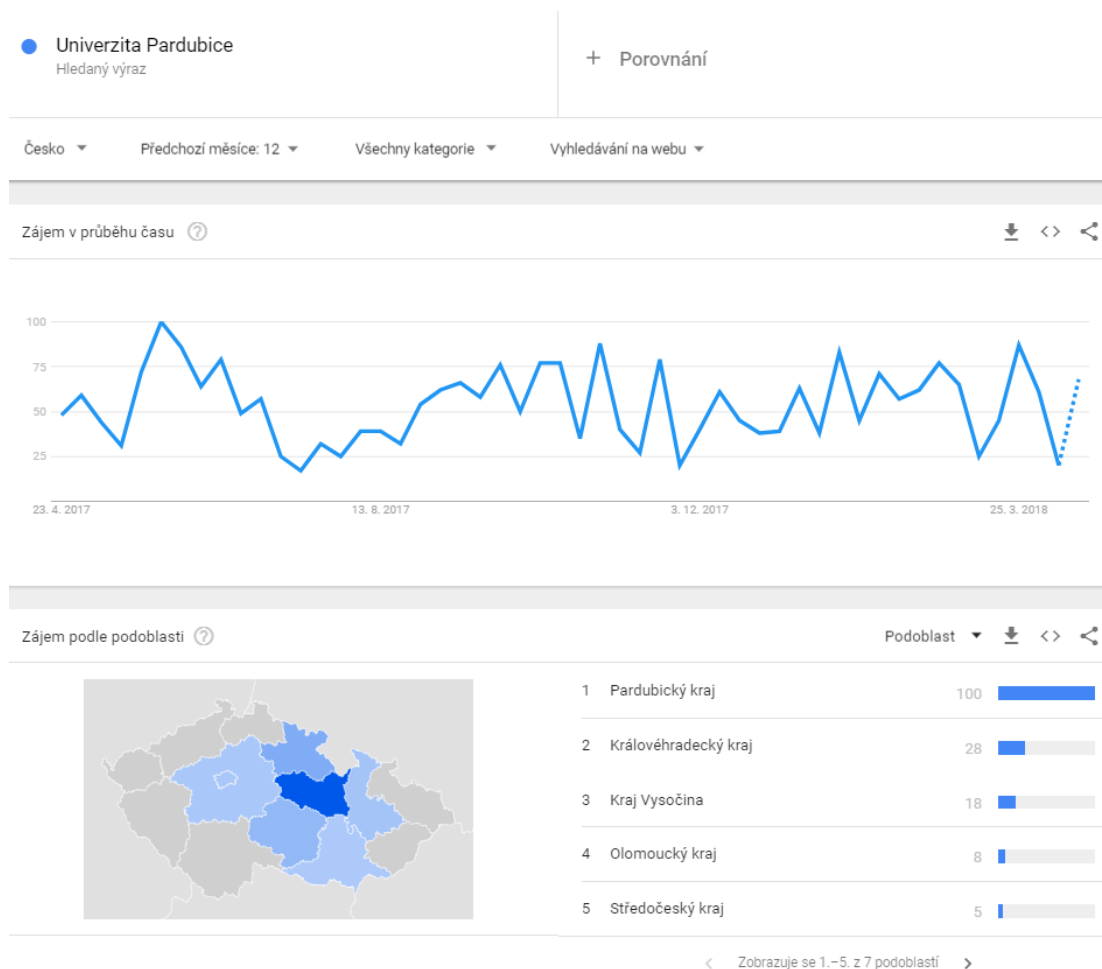
Obrázek 26 - Upozornění z Google Alerts

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Zadání dotazu probíhá, tak jako vyhledávání v běžném vyhledávači. Potřeba je pak nastavit, jak často bude upozornění chodit, z jakých zdrojů informace čerpat, v jakém jazyce články hledat, pro jakou oblast, místo, kam upozornění bude zasíláno a jestli zasílat všechny výsledky nebo jen ty nejlépe hodnocené. Po kliknutí na zprávu proběhne přesměrování na stránku, odkud upozornění pochází.

## Google Trends

Online analytický nástroj, který zobrazuje dlouhodobé trendy ve vyhledávání zadaných klíčových slov nebo obecně trendů pro kategorie a obory. Lehce si tak lze zjistit například to, jak se na internetu v posledních letech vyvíjel zájem o obor, výrobek, službu či značku. Sledování dat je podrobně rozděleno do podmnožin Googlu (zprávy, obrázky, nákupy, video). Data bývají aktualizována takřka denně, nicméně sám Google upozorňuje, že v datech mohou být menší odchylky. Obrázek 27 představuje Google Trends. [51]



**Obrázek 27** - Nástroj Google Trends

*Zdroj: Vlastní zpracování*

V grafu je zobrazena četnost vyhledávání klíčových slov v průběhu času. Je možné si nastavit, jaký časový úsek sledovat. Pod grafem se nachází zájem podle podoblasti, který zobrazuje, v jakém regionu či městě jsou klíčová slova nejvíce vyhledávána. Vyhledaná data je možné v případě potřeby exportovat do tabulky MS Excel nebo data sdílet na sociálních sítích.

## **Shrnutí**

Oba nástroje jsou hojně využívány, a to hlavně díky tomu, že jsou zdarma dostupné a práce s nimi je velmi jednoduchá. Google Alerts hlídají, kde všude byl na internetu zmíněn definovaný výraz. Sledovaným výrazem může být například výrobek, služba, obor podnikání nebo samotný konkurent. Google Trends se zabývají analýzou dlouhodobých trendů ve vyhledávání. Díky tomu lze snadno zjistit, jestli je daný produkt vyhledávaný častěji než produkt od konkurence.

## ZÁVĚR

Podstatou CI je především sledování konkurenčního prostředí a monitorování samotného chování konkurence. Prostředků, které lze použít pro sběr informací o konkurenci je k dispozici na internetu velké množství. Cílem bakalářské práce bylo některé z těchto informačních zdrojů zmínit a popsat jejich funkci. Tyto informační zdroje byly rozděleny do sedmi kategorií. Z každé kategorie byly zmíněny nejméně dva nástroje, u kterých bylo popsáno, jak se s nástrojem pracuje a jaké informace přináší.

Základem pro vyhledávání informací jsou vyhledávače a metavyhledávače. Pro získání informací a dokumentů o vývoji a struktuře konkurence je třeba prohledat veřejně dostupné rejstříky. Stejnými informacemi disponují i firemní databáze, které mimo to nabízí i různé ekonomické ukazatele. Tyto ukazatele pak vypovídají o celkové ekonomické situaci subjektu. O vztazích mezi konkurencí a jejich zákazníky mohou napovědět nástroje pro monitoring a analýzu sociálních sítí. Některé aplikace dokáží poradit, aby působení na sociálních sítích bylo maximálně efektivní. Své záměry konkurence jako první prezentuje na webových stránkách. Ke sledování změn obsahu na webu konkurence lze využít RSS čtečky, které pravidelně upozorňují na novinky ze sledovaných webových stránek. Jako poslední byly zmíněny nové články a trendy ve vyhledávání pomocí nástrojů od společnosti Google. Ty jsou z hlediska CI často využívány. Alerty dokáží upozornit na jakoukoliv zmínku o zadaném výrazu, Trendy zase zobrazují četnosti vyhledávání výrazů.

Všechny zmíněné nástroje, databáze a aplikace dokáží poskytnout zajímavé a důležité informace o konkurenci, pak už záleží jen na daném odborníkovi, jak s těmito informacemi naloží.

## POUŽITÁ LITERATURA

- [1] Analyze your Facebook page. LikeAlyze: by meltwater [online]. 2017 [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://likealyzer.com/>.
- [2] Apicon.cz [online]. [cit. 2018-03-22]. Dostupné z: <http://apicon.cz/index.php?id=1>
- [3] BARTES, František. Competitive Intelligence: základ pro strategické rozhodování podniku. Ostrava: KEY Publishing, 2012. ISBN 978-80-7418-113-9.
- [4] BARVÍŘ, Tomáš, Jiří HAMPL a Šárka MELIŠOVÁ. ECDL - základy práce s počítačem a kancelářskými programy: manuál pro začátečníky a příprava ke zkouškám. Praha: Grada, 2011. Průvodce (Grada). ISBN 9788024736860.
- [5] Bing. Aktualne.cz [online]. 3.11.2011 [cit. 2018-03-25]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/veda-a-technika/bing/r~i:wiki:2111/>
- [6] BRABEC, František. Soukromé detektivní služby. 1. vyd. Praha: Eurounion, 1995, 199, 63 s. ISBN 80-858-5816-9
- [7] BUDILOVÁ, Natálie. Competitive Intelligence v podnikovém prostředí s důrazem na využití informačních technologií. Praha, 2017. Rigorózní práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví. Vedoucí práce Papík, Richard.
- [8] CELBOVÁ, Ludmila. informační zdroj. In: KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV) [online]. Praha: Národní knihovna ČR, 2003 [cit. 2017-12-01]. Dostupné z: [http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000000887&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000000887&local_base=KTD).
- [9] Competitive Intelligence a Portál CI. In: Inflow [online]. 2009 [cit. 2017-10-19]. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/competitive-intelligence-portal-ci>
- [10] Competitive Intelligence, What Is It Exactly? Clever today [online]. 2015 [cit. 2017-11-08]. Dostupné z: <https://www.clevertoday.com/competitive-intelligence-what-is-it-exactly/>
- [11] ČAPEK, Jan. Porovnání nástrojů na správu a analýzu sociálních sítí. Sunitka.cz [online]. 17.07.2017 [cit. 2018-03-05]. Dostupné z: <http://www.sunitka.cz/c/1071-porovnan-nastroju-na-spravu-a-analyzu-socialnich-siti>



- [12] ČERVÁKOVÁ, Hana. Služba Klout změní váš vliv na sociálních sítích. Tyinternety.cz [online]. 2011 [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: <https://tyinternety.cz/socialni-site/sluzba-klout-zmeri-vas-vliv-na-socialnich-sitich/>
- [13] Detail.cz [online]. [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <https://www.detail.cz/o-nas/>
- [14] FILÍPEK, Michal. Co umí Analytics v bledě modrém. Newsfeed.cz [online]. 2017 [cit. 2018-03-06]. Dostupné z: <https://newsfeed.cz/co-umi-analytics-v-blede-modrem/>
- [15] Firmo.cz [online]. [cit. 2018-02-12]. Dostupné z: <http://www.firmo.cz/cs/proc-firmo>
- [16] HARDYN, Michal. Mějte přehled o důležitých článcích pomocí Feedly [online]. 2017 [cit. 2018-02-23]. Dostupné z: <https://www.hardyn.cz/feedly/>
- [17] HOVORKA, Michael. Podnikatel.cz [online]. 2015 [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/4-firemni-databaze-volne-dostupne-na-internetu-jaky-servis-nabizeji/>
- [18] Informaceofirmach.cz [online]. 2014 [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <http://www.informaceofirmach.cz/profesionalni-sluzby/>
- [19] Infokon - inspirace, inovace, imaginace: sborník příspěvků z konference 22. listopadu 2008: druhý ročník konference Filozofická fakulta Masarykova univerzita Brno ISBN 9788073995911.
- [20] Jak používat a k čemu vám je Veřejný rejstřík. 202020.cz [online]. 2016 [cit. 2018-02-12]. Dostupné z: <http://202020.cz/jak-pouzivat-verejny-rejstrik/>
- [21] JANŮ, Stanislav. Nejlepší webové nástroje pro čtení RSS kanálů. Zive.cz [online]. 2016 [cit. 2018-03-30]. Dostupné z: <https://www.zive.cz/clanky/nejlepsi-webove-nastroje-pro-cteni-rss-kanalu/the-old-reader/sc-3-a-183000-ch-102709/default.aspx>
- [22] JAROŠOVÁ, Darja a Renáta ZELENÍKOVÁ. Ošetřovatelství založené na důkazech: evidence based nursing. Praha: Grada, 2014. Sestra (Grada). ISBN 9788024753454.
- [23] JIRÁSEK, Jaroslav. Benchmarking a konkurenční zpravodajství: souměření pro soupeření. Praha: Profess Consulting, 2007. ISBN 978-80-7259-051-3.
- [24] JONÁK, Zdeněk. informace. In: KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV) [online]. Praha: Národní knihovna ČR, 2003 [cit. 2017-12-01]. Dostupné z: [http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000000456&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000000456&local_base=KTD).

- [25] KILIÁN, Karel. Feedly: představujeme nejlepší čtečku novinek a aktualit [online]. 2014 [cit. 2018-02-23]. Dostupné z: <https://www.svetandroida.cz/feedly-predstavujeme-nejlepsi-ctecku-novinek-aktualit-201408/>
- [26] KIMLIČKA, Štefan. Competitive Intelligence. In: KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV) [online]. Praha: Národní knihovna ČR, 2003 [cit. 2017-11-16]. Dostupné z: [http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000000438&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000000438&local_base=KTD).
- [27] KOTLER, Philip a Kevin KELLER LANE. Marketing management. 14. vydání. Grada Publishing, 2013. ISBN 9788024785707.
- [28] KOTLER, Philip. Moderní marketing: 4. evropské vydání. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.
- [29] KVAPIL, Rudolf. Konkurenční zpravodajství v podnikové praxi. Praha, 2014. Diplomová práce. Bankovní institut vysoká škola Praha. Vedoucí práce Josef F. Palán.
- [30] LAUCKÝ, Vladimír. Speciální bezpečnostní technologie. 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2009. 223 s. ISBN 978-80-7318-762-0
- [31] LIEBOWITZ, Jay. Strategic intelligence: business intelligence, competitive intelligence, and knowledge management. Boca Raton (FL): Auerbach Publications, 2006. ISBN 978-0-8493-9868-1.
- [32] LOJDA, Jiří. Insolvence pro každého: Jak na insolvenční rejstřík. Penize.cz [online]. 2014 [cit. 2018-02-12]. Dostupné z: <https://www.penize.cz/dluhy/290263-insolvence-pro-kazdeho-jak-na-insolvenni-rejstrik>
- [33] MAKULOVÁ, Soňa, BUZOVÁ, Katarína. Manažment informačných zdrojov a knižnično-informačných služieb [online]. Bratislava: ELET, 2011. 174 s. ISBN 978–80–88812–23–4. Dostupné z: [http://www.elet.sk/externe/MIZKIS\\_ucebnica.pdf](http://www.elet.sk/externe/MIZKIS_ucebnica.pdf)
- [34] Metavyhledávače, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně [online]. Zlín [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <http://www.utb.cz/knihovna/metavyhledavace>
- [35] MOLNÁR, Zdeněk. Competitive Intelligence, aneb, Jak získat konkurenční výhodu. V Praze: Oeconomica, 2012. Odborná kniha s vědeckou redakcí. ISBN 9788024519081.
- [36] Mpo.cz [online]. 2017 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/zivnostenske-podnikani/zivnostensky-rejstrik/zivnostensky-rejstrik--227173/>

- [37] PAPÍK, Richard. Competitive Intelligence informační služby, Internet a informační profese. Ikaros [online]. 2001, roč. 5, č. 4 [cit. 2017-12-01]. Dostupné z [www: http://www.ikaros.cz/node/739](http://www.ikaros.cz/node/739).
- [38] PETRTYL, Jan. Jak zjistit návštěvnost webu konkurence? Marketingmind.cz [online]. [cit. 2018-04-06]. Dostupné z: <https://www.marketingmind.cz/jak-zjistit-navstevnost-webu-konkurence/>
- [39] POKORNÝ, Jan. Úvod do integrace informačních zdrojů [online]. In: Praha, 2007, s. 21 [cit. 2017-11-09]. Dostupné z: [http://uisk.ff.cuni.cz/wp-content/uploads/sites/62/2016/01/%C3%9Avod-do-integrace-informa%C4%8Dn%C3%ADch-zdroj%C5%AF\\_Pokorn%C3%BD.pdf](http://uisk.ff.cuni.cz/wp-content/uploads/sites/62/2016/01/%C3%9Avod-do-integrace-informa%C4%8Dn%C3%ADch-zdroj%C5%AF_Pokorn%C3%BD.pdf)
- [40] PROCHÁZKA, David. SEO: cesta k propagaci vlastního webu. Praha: Grada, 2012. Průvodce (Grada). ISBN 8024742225.
- [41] PŘIBOVÁ, Marie. Analýza konkurence a trhu. Praha: Grada, 1998. ISBN 807169536x
- [42] RAUCH, Jan. Konkurenční zpravodajství [online prezentace]. [cit. 2018-03-19]. Dostupné z: [nb.vse.cz/~rauch/mzi/6CI.pps](http://nb.vse.cz/~rauch/mzi/6CI.pps)
- [43] Registr ekonomických subjektů ARES. Kurzy.cz [online]. 2017 [cit. 2018-02-12]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/dph/registry/ARES/>
- [44] Registr plátců DPH pro Českou republiku. Kurzy.cz [online]. 2018 [cit. 2018-03-08]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/dph/registr-platcu-dph/>
- [45] RSS kanály. Jaknainternet.cz [online]. [cit. 2018-02-16]. Dostupné z: <https://www.jaknainternet.cz/page/1640/rss-kanaly/>
- [46] SCHWALBE, Kathy. Řízení projektů v IT: kompletní průvodce. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 9788025128824.
- [47] ŠMEJKAL, Petr. Úvod do problematiky Competitive Intelligence s přihlédnutím k situaci v České republice [online]. Brno, 2006 [cit. 2017-10-05]. Dostupné z: [http://is.muni.cz/th/43262/ff\\_m/](http://is.muni.cz/th/43262/ff_m/). Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Břetislav Šimral.
- [48] VEJLUPEK, Tomáš. Firemní zpravodajský informační systém [online]. 2001 [cit. 2017-11-03]. Dostupný z WWW: <http://www.inforum.cz/archiv/inforum2001/prispevky/vejlupek.htm>.

- [49] VELFOVÁ, Romana. Facebook představil své Analytics. *Blog.medio.cz* [online]. 26.03.2015 [cit. 2018-03-06]. Dostupné z: <https://blog.medio.cz/facebook-analytics>
- [50] Vizuální obchodní rejstřík - rejstřík firem, osob a jejich vazeb. *Podnikani.cz* [online]. [cit. 2018-03-15]. Dostupné z: <https://www.podnikani.cz/o-projektu.html>
- [51] VOZKOVÁ, Kristýna. Služba Google Trends nyní zobrazuje trendy ve vyhledávání na YouTube, v Google obrázcích, nákupech a zprávách. *M-journal.cz* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: [http://www.m-journal.cz/cs/sluzba-google-trends-nyni-zobrazuje-trendy-ve-vyhledavani-na-youtube--v-google-obrazcich--nakupech-a-zpravach\\_\\_s288x13349.html](http://www.m-journal.cz/cs/sluzba-google-trends-nyni-zobrazuje-trendy-ve-vyhledavani-na-youtube--v-google-obrazcich--nakupech-a-zpravach__s288x13349.html)
- [52] Vyhledávače. *Helpmark.cz* [online]. 2015 [cit. 2018-03-19]. Dostupné z: <https://www.helpmark.cz/slovníkpojmu/40-vyhledavace>