

Starptautiskā zinātniskā konference
„Tirgus ekonomika – iedzīvotāju dzīves līmeņa uzlabošanas faktors un noturīgas
demokrātiskas attīstības pamats atbilstoši taisnīguma principiem”

UZŅĒMUMU KONKURENCES INFORMĀTĪVAIS ASPEKTS

Andrejs Cekuls
Latvijas Universitāte
e-mail: rsdk@mailbox.riga.lv

Atslēgas vārdi: konkurence, uzņēmējdarbības informācijas izlūkošana, biznesa izlūkošana

Konkurences apstākļos uzņēmuma pastāvēšana un veiksmīga attīstība ir atkarīga no uzkrātās un pieejamās informācijas apjoma par konkurējošiem uzņēmumiem. Līdz ar strauju tehnoloģiju attīstību un informāciju brīvu pieejamību, ko nosaka likumdošana, jautājums kļūst aizvien aktuālāks.

Mūsdienās uzņēmējdarbības informācijas izlūkošanas (Biznesa izlūkošanas) nozīme aizvien pieaug. Ārzemēs tā sen tiek izmantota, pieņemot kompānijai svarīgus lēmumus, bet Latvijā tās pirmsākumi meklējami nesen.

Lai noteiktu, kāda situācija uzņēmējdarbības informācijas izlūkošanas jomā Latvijā, autors 2004. gada decembrī aptaujā iesaistīja 108 Latvijas uzņēmumus. Aptaujas anketas tika saņemtas no 21 uzņēmuma, kas ir 18,5 % respondentu no aptaujā iesaistīto skaita.

Pētījuma rezultāti liecina, ka ar uzņēmumu konkurentu analīzi nodarbojas lielākā daļa uzņēmumu, bet ne katrā uzņēmumā ir personāls, kas nodarbotos vai koordinētu šos jautājumus. Vairākums (53%) aptaujāto uzņēmumu izmanto ārējos pakalpojumus, lai analizētu tirgus situāciju. Ieviešot uzņēmējdarbības informācijas izlūkošanu uzņēmumā, mainās datu apstrādes metodes, kā arī lēmuma pieņemšanas kārtība. Uzņēmējdarbības informācijas izlūkošanas nodaļas vai sistēmas ieviešana uzņēmumā neapšaubāmi rada izmaiņas organizācijas struktūrā.

Pēc aptaujas datiem, raksta autors secina, ka ar konkurentu analīzi nodarbojas gandrīz 86% no aptaujāto uzņēmumu skaita.

Literatūra:

1. Admine M. Izlūkošana - legāls business. Kapitāls.
2. Lackman L. C., Saban K., Lanasa J. M. Organizing the Competitive Intelligence Function: A Benchmarking Study.
3. Milwaukee W. Baldrige National Quality Program. Criteria for Performance Excellence.
4. Porter M. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors.