

ІНФОРМАЦІЙНА РОЗВІДКА ЯК СФЕРА ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

канд. філол. наук, Ph.D. Зозуля Н. Ю.

Україна, Київ, Національний транспортний університет

ARTICLE INFO

Received 13 March 2018

Accepted 09 April 2018

Published 01 May 2018

KEYWORDS

Information, intelligence (immaterial intelligence), information intelligence service, strategic intelligence, business intelligence, competitive intelligence, management decision

© 2018 The Author.

ABSTRACT

The paper presents information as a necessary condition for making an effective management decision, analyzes the main levels and technologies of information intelligence service as a professional activity, which involves the collection of information by relevant specialists in various forms as from the open as from closed sources, as well as its intellectual processing and delivery to the customer in a form suitable for him. Attention is drawn to the positioning of the intelligence service process in managerial counseling, staffing the features of strategic intelligence service information, business intelligence, competitive intelligence and immaterial intelligence. Primary and secondary sources for obtaining information and their value for the further formation of strategic approaches to management decisions are determined. The process of analysis of the data obtained indicates the feasibility of their assumptions, as well as the probability of future consequences. Equally important is the presentation of the findings, their interpretation, which will enable the customer to convince the need for certain managerial actions.

Вступ. Сфера знань та інформації завжди і всюди була пріоритетною у визначенні природної сутності й ідентичності людини, її орієнтації на процеси існування у світі, який нас оточує (аж до постановки завдань щодо розкриття понять і сенсів складових соціуму). Однак сьогодні, як ніколи, інформація стала одним із найдорожчих ресурсів, що виявляється під час стрімкого перекачування даних зі сфери матеріального виробництва в інформаційну [3].

Інформація також є одним із найпотрібніших ресурсів, доступних для будь-кого, хто приймає рішення. За своєю природою люди – це інформаційні процесори, які шукають знання про минуле, сьогодення та перспективи майбутнього. Без дійсної інформації, особи, що приймають рішення, не мають логічної основи для вибору одного курсу дій над іншим. Збільшення інформації зазвичай зменшує визначеність у прийнятті рішень, що може призвести і до зменшення прибутку, адже занадто багато інформації може плутати ситуацію.

Інформація може мати багато форм і бути похідною з багатьох джерел. Інформація може бути результатом спостереження або повідомлення про подію. Її можна вивести з маніпулювання фактами за допомогою обчислень. Вона також може бути результатом професійних поглядів, суджень та інтерпретацій учасників. Інформація може бути об'єктивною або суб'єктивною. Як правило, вона походить від поєднання джерел і представляє як факт, так і розуміння.

Результати дослідження. Інформація має багато характеристик і не дістається без витрат. Отримання достатньої, точної та своєчасної інформації може бути дуже дорогим. Цей процес може бути загалом недосконалим. Інформація з одного джерела повинна бути підтверджена іншим джерелом, коли це можливо. Часто інформація, отримана з одного джерела, може бути використана як ключ для дослідження інших джерел або для збору додаткової або іншої інформації. Інформація може бути отримана різними методами. Кожен має свої переваги, і всі мають властиві особливості та обмеження. Спостерігач, як джерело інформації, часто зміщується. Спостерігачі також обмежуються тим, що можна побачити. Оскільки важко спостерігати складну та динамічну систему, тенденція полягає в тому, щоб «заморозити» ситуацію та вивчити окремі частини системи в статичному стані. При цьому основні інгредієнти часто втрачаються. Часто існує небезпека припинення високої точності недосконалих оцінок чи вимірювань. Через ці численні обмеження інформація залежить від дійсності та надійності.

Оскільки інформація сама не надається для експлуатації, вона повинна бути знайдена, зібрана та оброблена у прийнятній формі. Результатом є перетворення сирової інформації в інтелект, придатний для прийняття рішень. Отже, інформація стає тільки тоді інтелектом, коли

починають розглядати її в певному контексті і здійснюють детальний аналіз фактичних даних. Така інтелектуально оброблена інформація не тільки допомагає зрозуміти, чому все складається саме таким чином, але також допомагає приймати рішення, які вносять ефективні зміни. Безумовно особи, які приймають рішення, завжди готові на зміни на основі інформації. Але рішення, засновані на аналізі, дозволяють їм більше довіряти тому, яким буде результат. Бути впевненим у цих рішеннях має бути головним пріоритетом.

Для ефективності здійснення цього процесу в сучасному світі все більшої популярності набуває т.з. інформаційна розвідка. Звичайно інформації навколо нас надзвичайно багато – це щоденні новини, онлайн-блоги, бесіди між друзями тощо. Однак інформаційна розвідка часто посиляється на інформацію, яка не є вільно доступною, або не перебуває в загальнодоступному вигляді. Мова йде про привілейовану інформацію, призначену для певної аудиторії. Мистецтво інформаційної розвідки полягає у вмінні збирати цю привілейовану або захищену інформацію, і використовувати її на користь замовника.

Одним з першим, хто спробував здійснити теоретичне обґрунтування цього процесу, був американський професор Гарольд Віленський [1], який ще у 1967 році заявив, що інформаційна розвідка передбачає збір і обробку інформації для визначення правильної організації будь-якої діяльності.

В широкому сенсі існує три рівні інформаційної розвідки: стратегічний, операційний та тактичний. Стратегічна інформаційна розвідка необхідна для формування стратегії, політики та військових планів та операцій на національному та міжнародному рівнях. Оперативна інформаційна розвідка необхідна для планування та проведення кампаній та основних операцій для досягнення цілей в певних місцях операцій. Тактична інформаційна розвідка необхідна для планування та проведення тактичних операцій. Основними джерелами розвідки є засоби або системи, які використовуються для спостереження, прослуховування і запису, або передачі інформації. Існує сім основних типів джерел інтелекту: зображення, людина, сигнали, вимірювання та підпис, відкрите джерело, технічна та контррозвідка.

Інформаційна розвідка важлива в діяльності як державних, недержавних організацій, так і окремих політичних діячів, фахівців сфери науки, культури тощо.

Так наші лідери, як і президент, приймають політичні рішення на основі цієї розвідки. Оскільки вони не встигають читати газети інших країн або дивитися телевізійні видання іноземних телеканалів, відповідні фахівці роблять це для них – збираючи поточну інформацію, інформацію, яку інші країни, можливо, не хочуть відкрито подавати. Більшість розвідувальних даних отримують з відкритих джерел, але деякі з них збираються таємно.

Серед найбільш поширених операцій з інформаційної розвідки найчастіше застосовуються такі:

Поточна розвідка – спостерігаючи за повсякденними подіями.

Оціночна розвідка – передбачаючи те, що може бути або що може статися.

Попередження – повідомлення наших політиків щодо нагальних питань, які можуть вимагати негайної уваги.

Дослідження – це поглиблене вивчення проблеми.

Науково-технічний аналіз – надання інформації про закордонні технології.

У сфері бізнесу також все більше зростає попит на професіоналів інформаційної розвідки, оскільки комерційні фірми визнають необхідність формалізувати свою розвідувальну діяльність. Необхідність отримання такої інформаційної підтримки зумовлене тиском світового ринку, а також сприятливими наслідками цього процесу для корпоративних доходів. Оскільки великі підприємства намагаються збільшити свою участь на міжнародних ринках, успіх та виживання залежать від хорошої розвідувальної діяльності.

Незалежно від того, чи фірма захищає свої корпоративні таємниці, чи виявляє конкурентів, розвідувальна робота є надзвичайно важливою, особливо для фірм, що працюють в умовах дуже нестабільної галузі, таких як електроніка або фармацевтика. У цьому разі ми можемо говорити про т.з. конкурентну розвідку, яка визначається як отримання інформації, необхідної для ефективної роботи конкретного бізнесу і доведення результатів цієї роботи до зацікавлених осіб, яким ця інформація необхідна для вироблення та ухвалення рішень. Зусилля конкурентної розвідки спрямовуються або на збільшення прибутку, або на скорочення витрат [2].

Процес розвідки починається з ідентифікації користувачів інформації та точного розуміння їх потреб. Він охоплює збір та аналіз інформації щодо подій у зовнішньому середовищі організації та поширення отриманих результатів розвідки (тобто пропозицій та

рекомендацій, що піддаються обґрунтованості) для осіб, які приймають рішення, або стратегів. Коли з'являються нові потреби, цикл повторюється.

Основна увага процесу прийняття рішень часто визначає позиціонування процесу розвідки. Стратегічна інформаційна розвідка впливає на процеси прийняття стратегічних рішень та планування. Бізнес-аналітика включає в себе моніторинг широкого кола змін у зовнішньому середовищі організації. Конкурентна розвідка, яка також спрямована на розробку стратегії, фокусується на теперішніх та потенційних сильних сторінах, слабких місцях та діяльності організацій з подібними товарами або послугами в межах єдиної галузі. Інтелектуальна розвідка орієнтована на отримання детальної та актуальної інформації про конкретну організацію. Хоча кожен термін змінює фокус, типовий процес містить центральні компоненти збору, аналізу та розповсюдження інформації для осіб, що приймають рішення.

Компоненти розвідувального процесу, як вже зазначалося, включають ідентифікацію користувачів та їх потреби, збір та аналіз інформації та розповсюдження розвідувальних даних для осіб, які приймають рішення, або стратегів. Під час фази збирання професіонали розвідки отримують відповідну інформацію як з первинних, так і з вторинних джерел. Основними джерелами можуть бути експерти галузі (наприклад, аналітики та консультанти), а також клієнти, постачальники та основні співробітники різних відділів, важливу роль відіграють також корпоративні комунікації та відносини з інвесторами. Керівники оцінюють інформацію з першоджерел досить високо, оскільки в цьому разі передбачається унікальність отриманих результатів. Однак, якщо не направляти відповідних осіб, що приймають рішення, такі цінні знання про інші фірми можуть втрачатися, лишаючись на рівні порожніх розмов. Тому спеціалісти з розвідки можуть співпрацювати з членами департаменту інформаційних систем для розробки та встановлення комп'ютерної розвідувальної системи для захоплення та передачі цієї інформації на постійній основі з мінімальними зусиллями.

Вторинні джерела включають різні бази даних та друковані видання, такі як звіти аналітиків, державні публікації, галузеві інформаційні бюлетені, щорічні звіти, виступи керівників, технічні звіти, патентові звіти та публікації, згенеровані конкурентами. Оскільки професіонали розвідки спираються на матеріали високої якості та надійності, вони повинні підтвердити точність даних. Професіонали можуть розпізнавати можливі прогалини у даних та вирішувати розбіжності. На відміну від первинних матеріалів, вторинні джерела є непатентованими та легко доступними. Тому менеджери часто вважають вторинні дані не здатними запропонувати стратегічні підходи. Отже, професіонали розвідки повинні додавати цінності, визначаючи унікальні схеми даних.

Зібравши необхідну інформацію, професіонали розвідки визначають важливі закономірності, що виникають у даних. Фаза аналізу часто вимагає від практиків звернення до даних з точки зору, аналогічної перевірки гіпотез. Сформулюючи пропозицію, фахівці оцінюють дані, щоб визначити обґрунтованість їх припущень, а також вірогідність майбутніх наслідків. Найчастіше ці дослідницькі питання зосереджуються на конкретних досягненнях у галузях. Аналіз може включати використання статистичних програм та різних методів моделювання. Протягом цього процесу практик може усвідомити необхідність отримання додаткових даних. Таким чином, збір і аналіз не обов'язково є послідовними етапами. Незважаючи на необхідність наполегливості та творчості на цьому етапі, фахівці повинні визначити точку, на якій подальший аналіз виявиться марним.

Професіонали створюють корисні звіти, розуміючи політичні особливості процесів прийняття рішень. Наприклад, деякі керівники організацій підтримують креативні та складні аналізи, які ставлять під сумнів встановлені перспективи, а інші дозволяють аналізувати лише підтвердження прийнятих раніше рішень. Досить часто мета, яку керівники вбачають в розвідувальному процесі, визначає, які дані та методи збору даних використовуються та як інтерпретуються дані.

Останній етап розвідувального процесу полягає в ефективному поданні аналізу. У цьому разі важливим є розуміння того, яким чином особи, які приймають рішення, хочуть, щоб представлені рекомендації сприяли довірі, та яким чином можна було б використати результати звіту. Особи, які приймають рішення, можуть віддати перевагу формальним дослідницьким звітам, стислому опису суттєвих фактів або вимагатимуть надання того й іншого одночасно. Незважаючи на це, керівники заохочують лаконічні графічні презентації, а не велику кількість лише текстової інформації. Замовники інформаційної розвідки завжди вимагають від професіоналів представлення своїх висновків. Отже, ефективна комунікація, в тому числі

письмова та усна чіткість, а також широке використання графіки, визначає ступінь, в якій особи, які приймають рішення, розглядають зміст доповіді.

Висновки. На сьогодні існують різноманітні консалтингові фірми, які надають послуги з інформаційної розвідки насамперед в сфері бізнесу, проте організації можуть значно зекономити, якщо будуть зміцнювати стратегічну інтелектуальну діяльність менеджера в середині своєї структури шляхом навчання та підготовки кадрів для обробки та аналізу інформації, збору правильної інформації, вдосконалення бізнес-аналітики, конкурентної розвідки та управління знаннями в організаціях. Практичний інтелект, знання та мудрість мають позитивний значний вплив на розвиток організації.

Поданий аналіз не розглядає усіх можливостей застосування інформаційної розвідки в різних сферах життєдіяльності, оскільки це досить широке питання і може бути темою інших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Harold L. Wilensky. Organizational Intelligence: Knowledge and Policy in Government and Industry. New York: Basic Books, 1967. 226 pp.

2. Мосов С. П., Васильєв О. В. Можливості використання патентної інформації для ведення конкурентної розвідки. URL: http://www.uipv.org/ua/Mosov_Vasyliiev_080413 (дата звернення: 15.04.2018)

3. Соснін О. Про право громадян на інформацію в сучасному суспільстві. Віче. 2012. Квітень, №8. URL: <http://veche.kiev.ua/journal/3080/> (дата звернення: 15.04.2018)