

# Informační Průmysl

Mgr. Petr Šmejkal

43262@mail.muni.cz

smejkal@e-quest.cz

# Informační průmysl

- Soukromé i veřejné firmy
- Průmyslová odvětví s rychlejším vývojem
- Větší, pružnější firmy, obory s několika málo konkurenty
- V současné době rozkvět, bude růst poptávka

# Informační průmysl

- Rešerše – průzkumy
  - Primární, sekundární
  - Ad-hoc, EWS, analýzy
- Management
  - Informační
    - DMS, informační audit
  - Znalostní
    - Explicitní znalosti
    - Tacitní znalosti

# Požadované schopnosti

- Práce s čísly i textem
- Rychle vytáhnout relevantní informace z většího množství jiných, méně relevantních informací
- Správně položit dotaz a dostat se k co největšímu množství správných dokumentů
- Znalost klasifikací oborových činností
- Povědomí o vhodných zdrojích

# Způsob práce v IP

- Broker – OKEČ 92400-Činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur
- SME – ne moc obvyklé, většinou velmi specializované
- Velké firmy – vlastní informační centrum – jen pro svoje účely (ČEZ, O2,...) X prodávat služby dál (Big 4)

# Typy zakázek

- Ad hoc dotazy – nejčastější
  - Např. „potřebuji prověřit firmu XYZ s.r.o.“
- Proaktivní přístup – sledovat politickou a hospodářskou situaci, předjímat problémy
- Early Warning Systems – nastavit systém tak, aby hlásil nebezpečné změny nebo vychýlení z trendů
- CI – neustálý proces sledování konkurentů a tržního prostředí

# Lidé a odkazy

- Gary Price
  - Gary Price is a librarian and the Director of Online Information Resources at Ask.com
  - [www.resourceshelf.com](http://www.resourceshelf.com)
- Mary Ellen Bates
  - Bates Information Services, Inc.
  - [www.batesinfo.com](http://www.batesinfo.com)
- Marydee Ojala
  - Editor of Online, Information Today
  - [www.infotoday.com](http://www.infotoday.com)
- Richard Papík
  - Univerzita Karlova v Praze, Ústav informačních studií a knihovnictví

# Informační Management

Mgr. Petr Šmejkal

43262@mail.muni.cz

smejkal@e-quest.cz

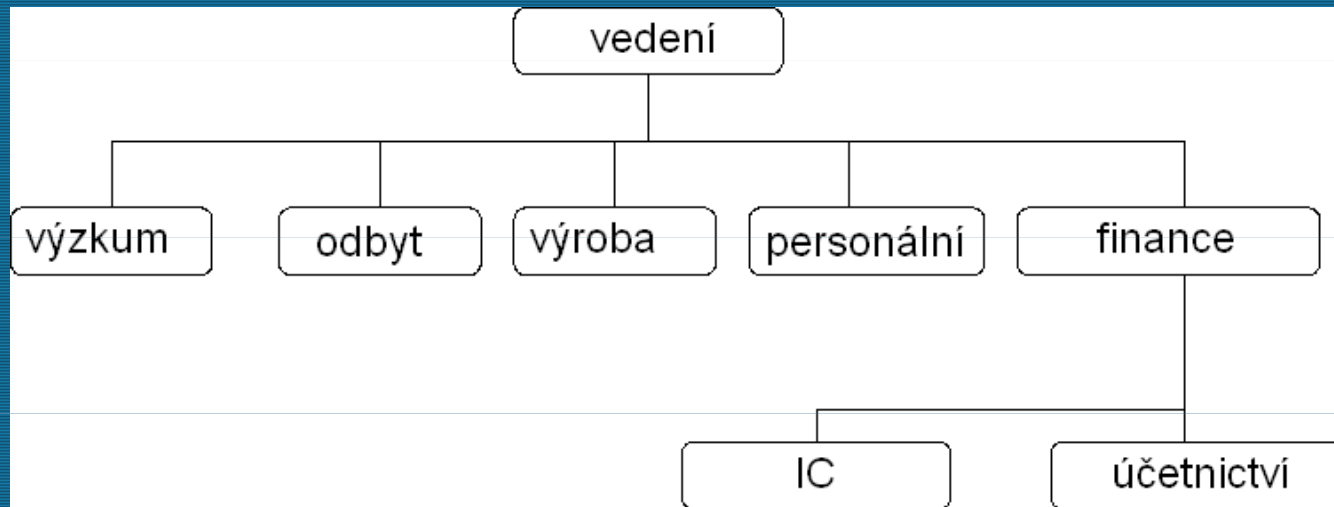


# Informační Management

- Proces při kterém se sbírají, spravují a využívají informace důležité pro chod organizace
- Zahrnuje: plánování, utváření, koordinaci a kontrolu, získávání, zpracování, přenos a ukládání informací
- Týká se: lidí, procesů, technologií, obsahu
- Vědomý x nevědomý proces

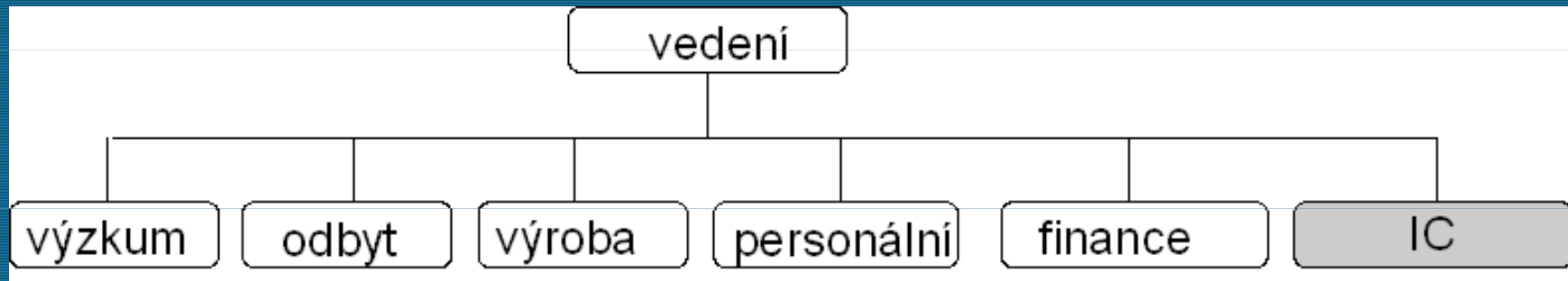
# Postavení informačního centra v podniku

- Při vertikálním modelu podniku byl vývoj:
  - Od zpracování dat



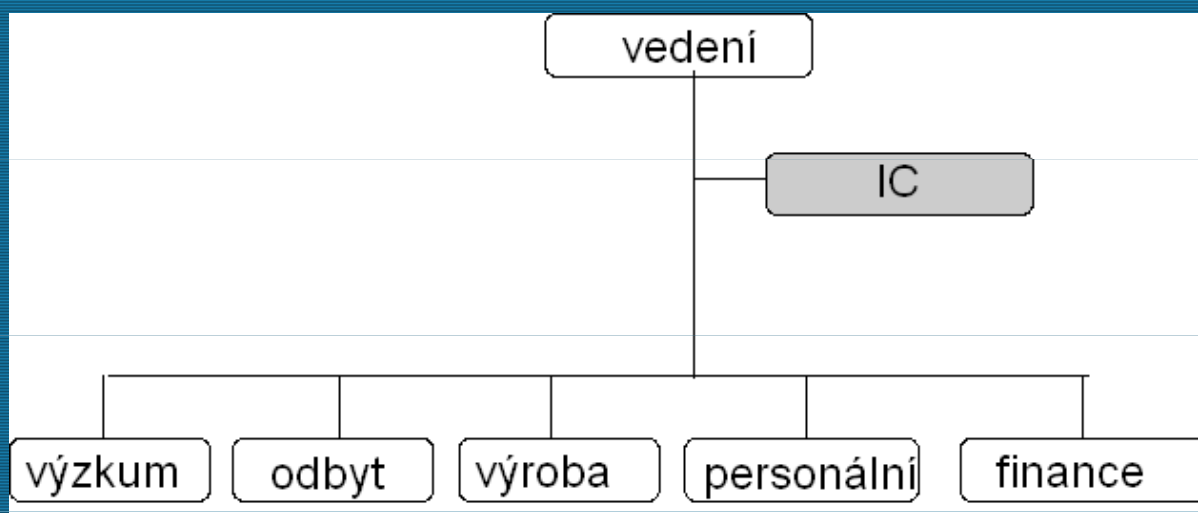
# Postavení informačního centra v podniku

- Druhá fáze
  - IC na úrovni ostatních oddělení



# Postavení informačního centra v podniku

- Současný model
  - Nejlépe odpovídá nárokům na nutnost organizace informací
  - Rychlá zpětná vazba



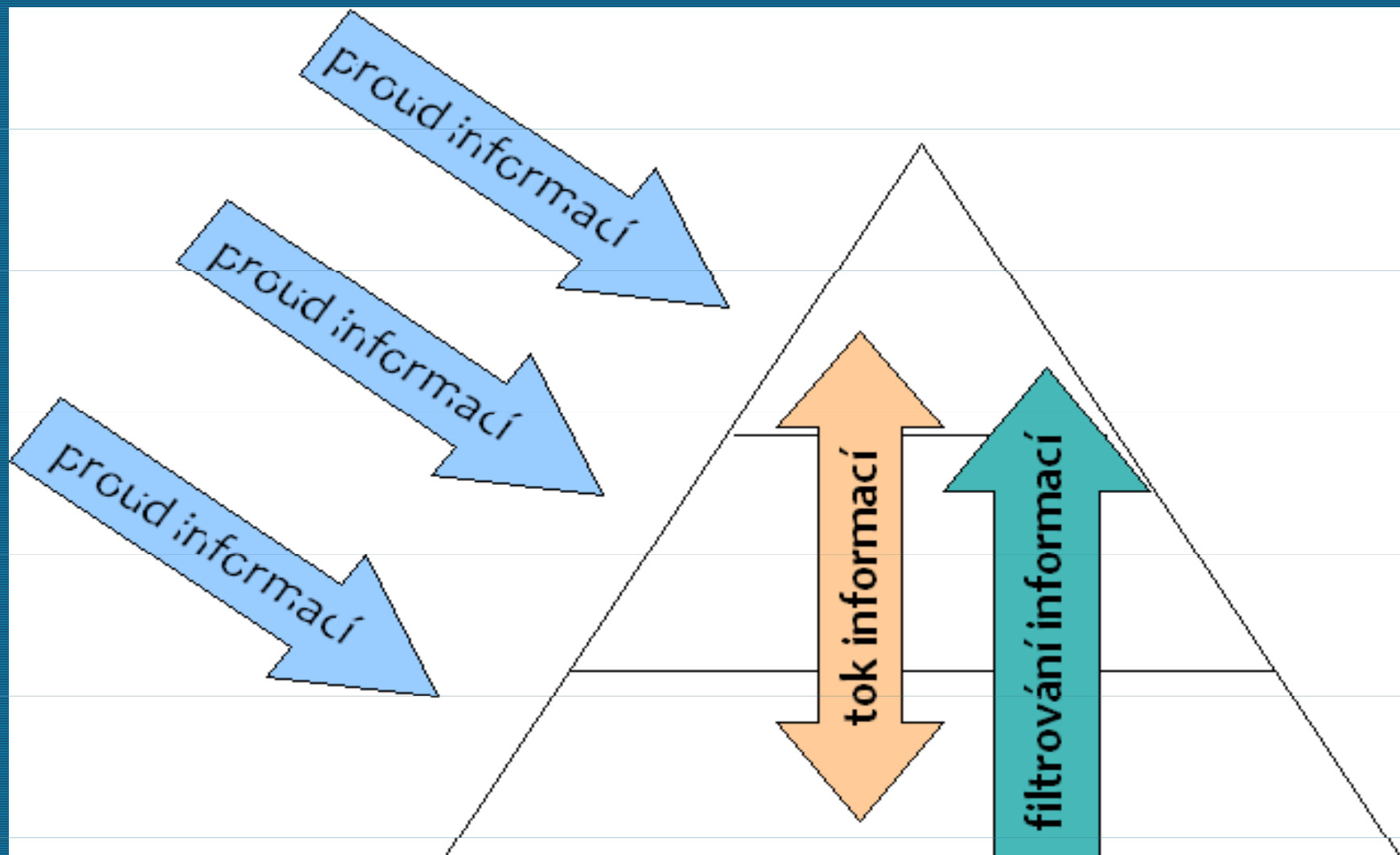
# Informační Management

- využití v public i private sektoru
- účel je veden mnoha faktory:
  - potřeba zvýšit efektivitu obchodních procesů
  - snahou přijít s novými službami
  - zrychlit průchodnost informací firmou
- IM není technická záležitost
  - jde o pochopení potřeb a procesů v organizaci
  - je nutno brát v potaz informační potřeby, informační architekturu, metadata, kvalitu obsahu, ...

# Dělení IM

- Operativní
  - Provoz HW, správa dat, ...
- Administrativní
  - Zajištění SW, management dat
- Strategický
  - Strategické plánování, informační infrastruktura

# Interní a externí prostředí firmy



# Manag. vstupních informací - externí

- Politické – legislativa
  - Ekonomické a sociální
  - Technologické
- 
- Přímou ovlivňují konkurenceschopnost firmy a její zasazení do ekonomického prostředí



# Manag. vstupních informací - interní

– Jsou ovlivněné:

- Vnitřní strukturou podniku
- Kulturou podniku
- Postavením informačního centra v podniku

# Administrativní IM

- content management (CM)
- document management (DM)
- records management (RM)
- digital asset management (DAM)
- learning management systems (LM)
- learning content management systems (LCM)
- collaboration
- enterprise search
- a další

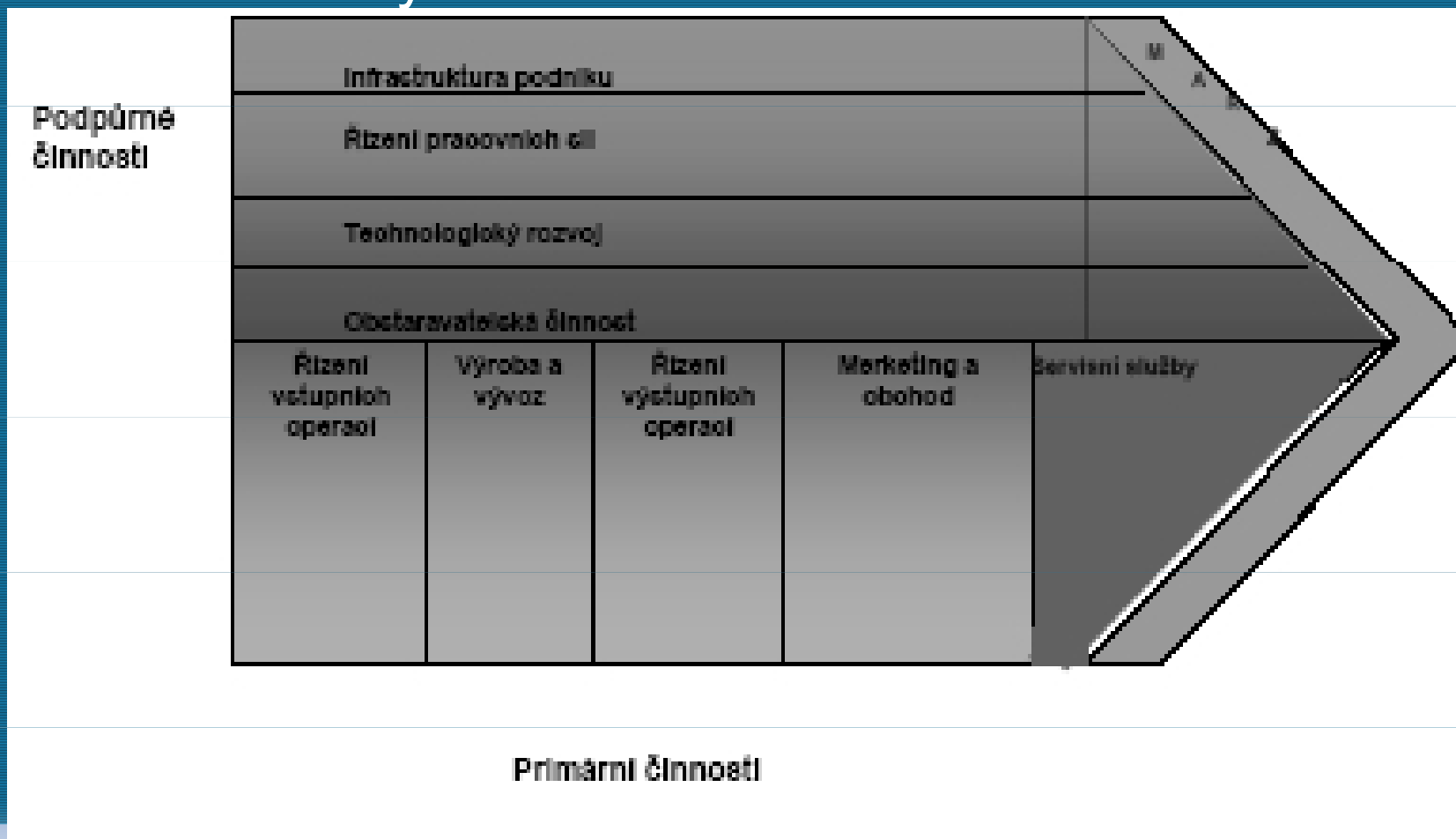
[http://www.steptwo.com.au/papers/cmb\\_definition/index.html](http://www.steptwo.com.au/papers/cmb_definition/index.html)

# Strategický IM

- Vyjádření informační politiky podniku definováním cílů a prostředků k jejich dosažení
- Rámec pro IM orientovaný na plnění strategických cílů organizace

# Strategické úkoly IM

- Zajistit konkurenční výhodu
  - Hodnotový řetězec – M. Porter



# Hodnotový řetězec

- Hodnota – množství peněz, které jsou zákazníci ochotni zaplatit za produkt
- Podnik je ziskový když hodnota, kterou vytvoří, převyšší náklady na aktivity spojené s tvorbou hodnoty

# Soutěžní výhoda

- IC výrazně ovlivňuje dosahování strategických cílů orientovaných na získání konkurenční výhody
- Výhoda:
  - Nižších nákladů – nabízet levněji než ostatní
  - Diferenciace – nabízet něco jiného než konkurence
  - Užší zaměření – „být velkou rybou v malém rybníku“

# Organizace kolem IM

- ARMA International – The association for Information Management Professionals
  - [www.arma.org](http://www.arma.org)
  - Vydávají The Information Management Journal
  - Členství 25\$ studenti, 150\$ ostatní

# Organizace kolem IM

- SIM – Society for Information Management
  - [www.simnet.org](http://www.simnet.org)
  - Zaměřené spíše na praktické použití IM
  - Webinars, workshops



# Problémové faktory

- velké množství informací
- malá integrace nebo spolupráce již existujících informačních systémů (ERP apod.)
- slabá kvalita informací, nedostatek konzistence, duplikace, zastaralost informací
- nebývá zavedena firemní taxonomie / nejednotné formáty a typy informací v podniku
- velký počet odlišných obchodních potřeb a problémů, které nutno pokrýt
- neochota měnit zaběhlé praktiky a procesy

# Úspěch IM

- Závisí na:
  - Porozumění tomu, jak externí vlivy ovlivňují interní procesy a procedury a jak mohou být informace získávány, zpřístupňovány a spravovány
  - Jak dobře jsou služby a zdroje sladěny se strategickými cíly organizace
  - Míře porozumění toků informací firmou a mezi organizací a okolním prostředím
  - Holistickém pohledu na organizaci a její složky

# 10 klíčových faktorů

- pro úspěšný a efektivní IM je potřeba:
  - 1.) uznat komplexnost - nezaměřit se jen na zlepšení jedné technologie
  - 2.) zaměřit se na přijetí - úspěch jen pokud bude skutečně používán personálem
  - 3.) dát hmatatelné a viditelné přínosy - začít tam, kde je to nejvíc vidět
  - 4.) přidělit priority zavádění IM podle obchodních potřeb
  - 5.) vydržet - "běh na dlouhou trať"

# 10 klíčových faktorů

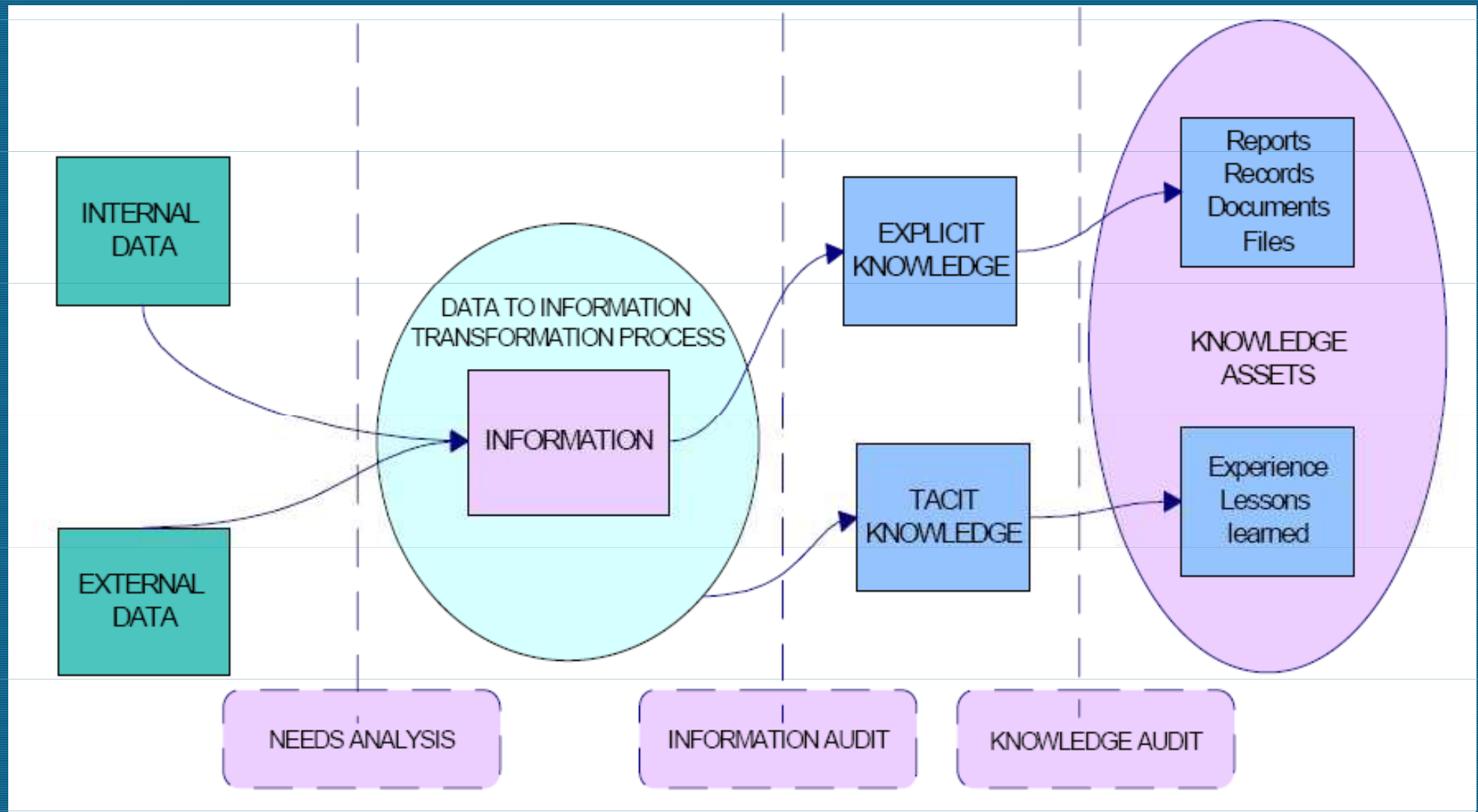
- 6.) silné vedení - IM vyžaduje organizační změny a změny ve firemní kultuře
- 7.) mírnit rizika - zejména si hlídat: vhodné technologické řešení, čas a budget, změny v požadavcích, technické problémy, získání podpory personálu
- 8.) mluvit o IM v širším okruhu - celá organizace musí chápat nové kroky a jejich přínos
- 9.) zaměřit se na hladký přechod - uživatelé budou citliví na problémy
- 10.) pečlivě zvolit první projekt - ukázat výhody IM, vzbudit zájem o další rozšíření,...

# Informační audit

# Informační audit

- Nejlepší cesta jak prověřit funkci IM
- Nejde o audit IT
- Zkoumají se toky informací podnikem, hledají se slabá místa – bottle-necks, mezery, prověřují se zdroje, hledají se alternativy

# Informační audit



# Informační audit

- Nejběžnější je sedmistupňový model informačního auditu
  - Plánování
  - Sbíráání dat
  - Analýza dat
  - Ověřování dat
  - Sdělování doporučení
  - Implementace doporučení
  - Informační audit jako kontinuum -> plánování, ...



# Informační audit

- Stanovíme ideální stav procesů
- Zkoumáme současný stav
- Zhodnotíme současný stav a porovnáme s ideálním
- Najdeme rovnováhu mezi současným a ideálním stavem a navrhujeme řešení jak ho dosáhnout

# Metody

- dotazníky
  - několik druhů, porovnávat
- interview
  - checklist
- řízené rozhovory
  - nejlepší, časově náročné

# Informační audit

- **Výsledkem IA je doporučující zpráva**
  - Přináší možná zlepšení komunikace
  - Návrhy na lepší zprůchodnění toků informací
  - Navrhuje levnější nebo efektivnější využívání zdrojů
  - Měl by přinést možnost rychlejšího a efektivnějšího využívání informací

# Competitive Intelligence

Petr Šmejkal  
43262@mail.muni.cz  
smejkal@e-quest.cz

# CI je:

- Proces – sledování a vyhodnocování informací o konkurenci a prostředí
- Produkt – informačního centra, výsledkem jsou zprávy podporující rozhodování
- Program – formalizovaná činnost v podniku zaměřená na získání a udržení si výhody oproti konkurenci
- Funkce – CI plní funkci obrany před útoky ostatních podniků a zároveň dává prostředky pro vedení vlastních útoků

# CI je:

- Filozofie – která učí jak přemýšlet o zákaznících, konkurentech i obchodu obecně
- Kultura – pro kvalitní CI je potřeba do procesu vtáhnout všechny členy podniku

# Uplatnění CI

- Předvídat změny na trhu
- Předvídat tahy konkurence
- Zmapovat nové a potenciální konkurenty
- Učit se z úspěchů a chyb druhých
- Poznávat nové technologie, produkty, procesy ...
- Dívat se na vlastní firmu prakticky a s objektivním nadhledem

# CI není:

- špionáž
- křišťálová koule
- vyhledávání v databázích
- fámy nalezené na Internetu
- záležitost jednoho člověka
- vynález 20. století



# Definice CI

- **Richard Papík :**
  - Definování CI není vždy jednoznačné, záleží na pojetí přístupu. V podstatě jde ale o práci zjišťování, sledování a vyhodnocování konkurenčního prostředí s cílem odhalit slabé a silné stránky konkurence, rozpoznat její strategické záměry
- **SCIP :**
  - Jedná se o systematický a etický program pro sběr, analýzu a organizování vnějších informací, které mohou ovlivnit plány společnosti, její rozhodnutí a provoz

# CI

- „Information costs money, Intelligence makes money“
- 2 klíčové ukazatele, zda jde opravdu o Intelligence
- Firma je vždy o krok před konkurencí
- Dělalí dobře vhledy a výhledy
- Aby byla CI úspěšná, musí mít podporu TOP managementu

# Historie

- start v USA po tom, co je Japonsko technologicky předstihlo
- následuje rychlý rozvoj
- cíl USA: „dohonit“ Japonsko
- nejen CI ale i např. „bojový marketing“ – získat část trhu znamená o něj připravit konkurenta
- 3 vývojové etapy

# 3 etapy CI

- 60-70s
  - sbírání dat, která slouží zejména k základnímu informování a částečně k podpoře taktické činnosti
  - jen málo je tato činnost napojena na rozhodovací procesy
  - neprovádí se téměř žádná analýza

# 3 etapy CI

- 80s
  - informace se „přesouvají“ z knihoven do marketingového a plánovacího oddělení
  - velká podpora taktické činnosti
  - CI získává image špionáže
  - provádí se průmyslové a odvětvové analýzy
  - začíná se dělat kvantitativní výzkum

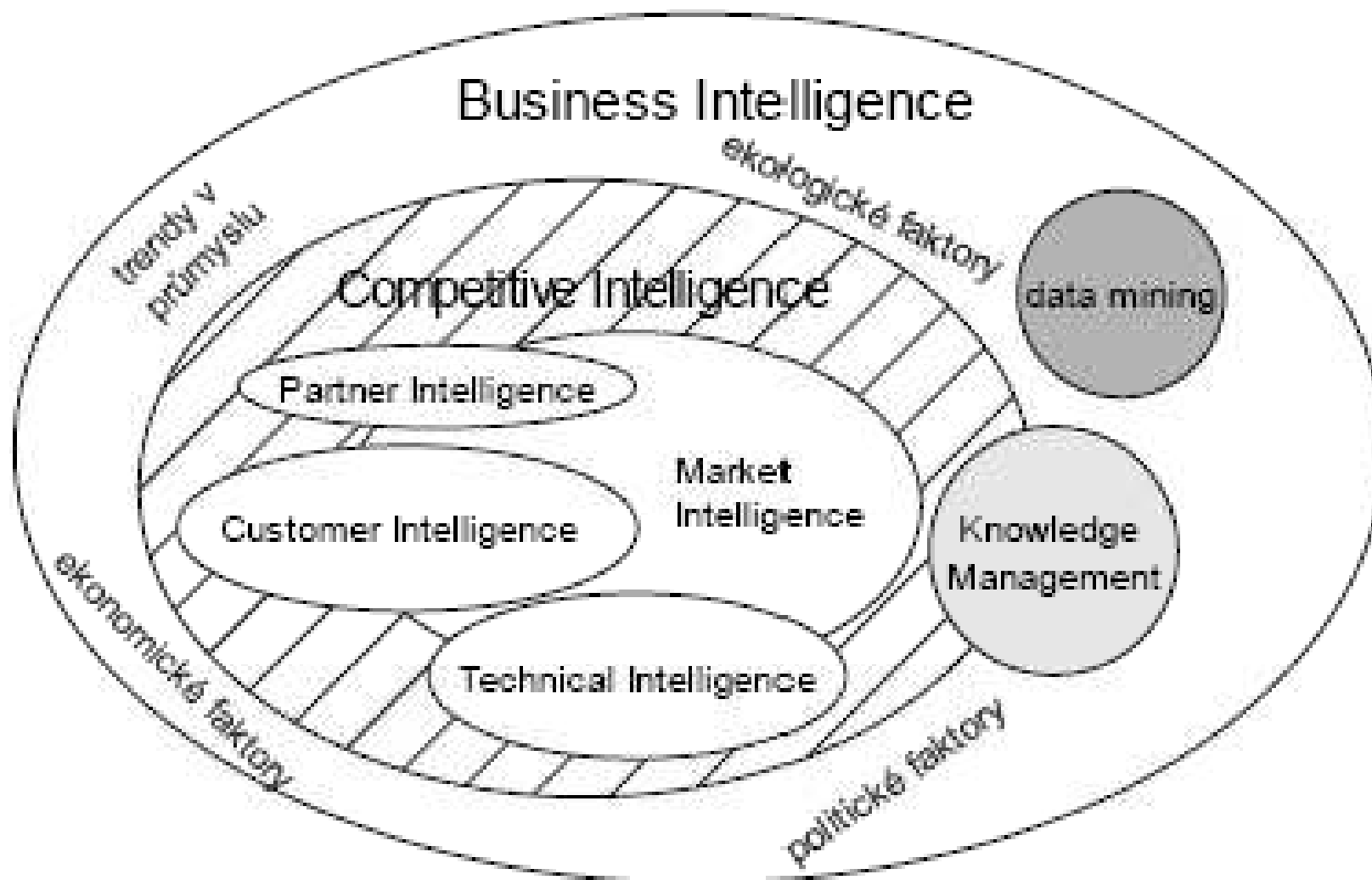
# 3 etapy CI

- 90s
  - CI se stává podporou pro strategické rozhodovací procesy
  - běžnou součástí jsou kvantitativní i kvalitativní analýzy

# 3 varianty rozsahu CI

- mikro – konkurence 2 pekáren na jedné ulici
- makro – 2 větší firmy (s.r.o., a.s.)
- globální – mezi korporacemi, státy, při válkách

# CI a ostatní zpravodajství





# Druhy CI

- Aktivní (útočné) zpravodajství
  - nejrozšířenější
- Defenzivní (obránné) zpravodajství
  - Counterintelligence
  - identifikovat kritické informace, analyzovat hrozby, analyzovat zranitelnost, odhadnout riziko, nasadit vhodné prostředky obrany
- Lobbystické zpravodajství
  - ovlivňování okolního prostředí

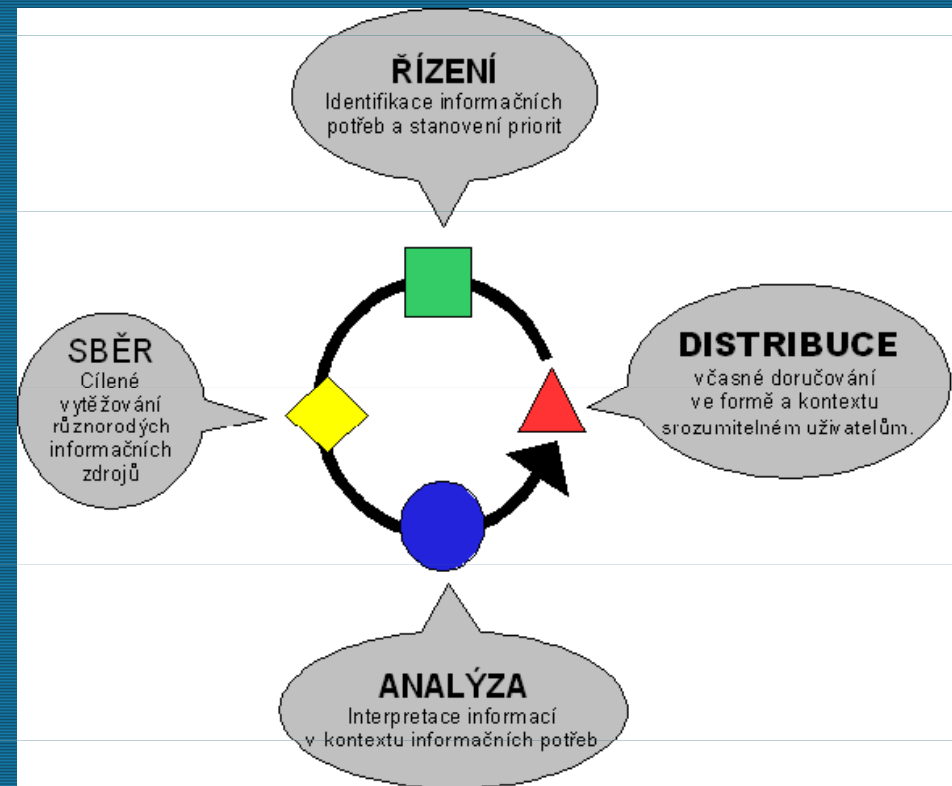
# CI vs. špionáž

- podobné metody a praktiky
- otevřené zdroje

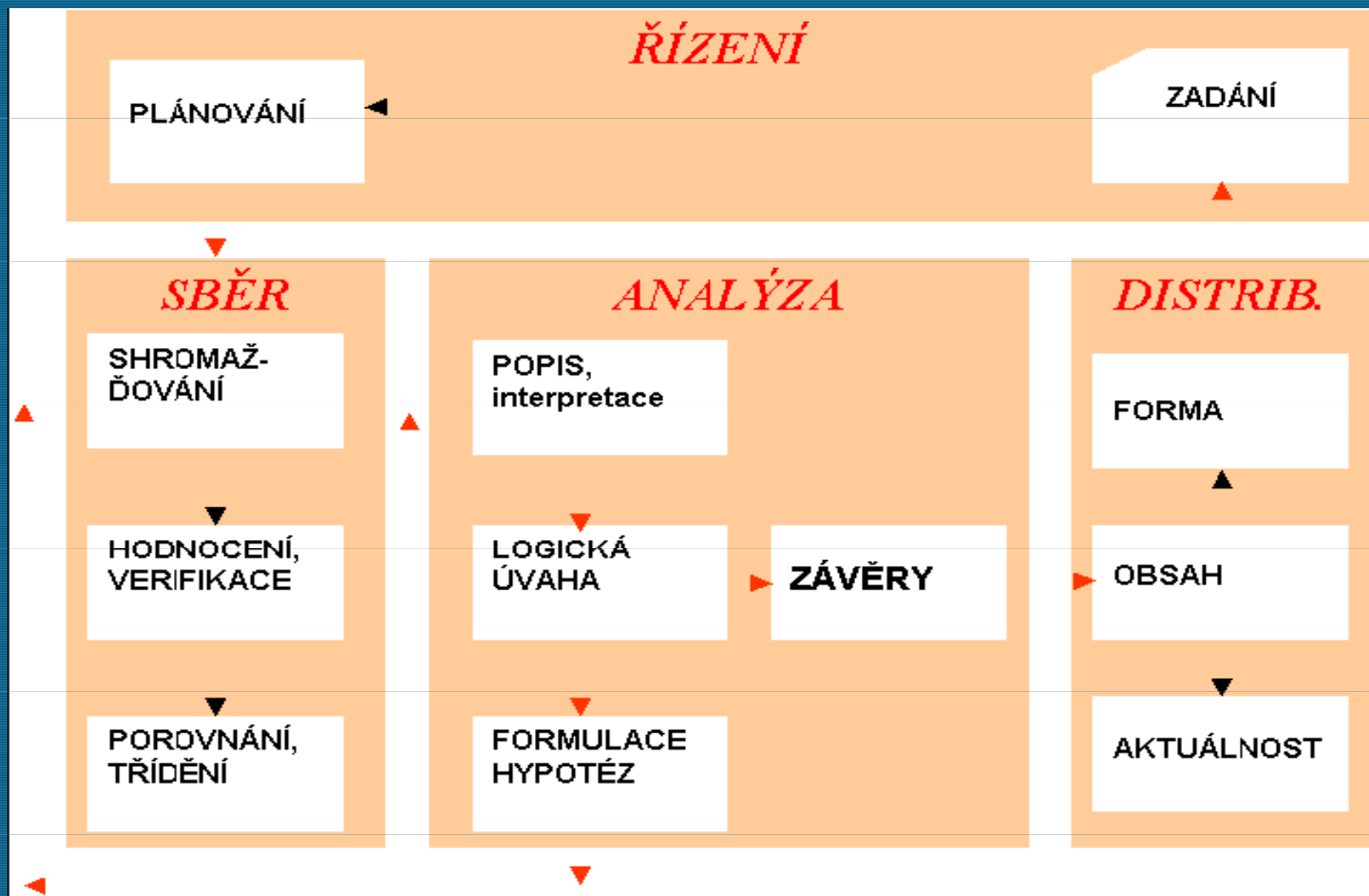
VYUŽITÍ PROSTŘEDKŮ NA ZÍSKÁNÍ INFORMACÍ		Běžně dostupné prostředky	Prostředky dostupné organizaci	Ilegální prostředky
Uzavřené (důvěrné) informační zdroje. Černé informace <b>5%.</b>		Zákaz	Zákaz	<b>Špionáž</b>
Otevřené informační zdroje <b>95%.</b>	Šedé informace (dostupné) <b>15%.</b>	CI	CI	<b>Nebezpečná hloupost</b>
	Bílé informace (publikované) <b>80%.</b>	CI	Drahá hloupost	<b>Nebezpečná hloupost</b>

# Cyklus CI

- Řízení
  - Formulace potřeb, stanovení priorit
- Sběr
  - Vytěžování informací, nebezpečí přeceňování této fáze
- Analýza
  - Nejdůležitější fáze, přeměna informací na znalosti
- Distribuce
  - Efektivní a průhledné zpracování je nejlepší



# Cyklus CI v širším pojetí



# Sběr informací

- přeceňovaná část cyklu
- primární a sekundární zdroje
- publikované, polopublikované a nepublikované zdroje
- snažit se o maximální objektivitu
- co nejširší záběr

# Analýza

- multifacetová a multidisciplinární kombinace procesů, kterými člověk interpretuje data nebo informace aby poskytl vhled do problematiky a doporučení pro akci a rozhodování
- odpověď na otázky: What? So what? Now what?

# Analýza informací

- NEJDŮLEŽITĚJŠÍ
- mnoho metod, např. SWOT, PEST, pět Porterových sil, SAP – interní faktory i v konkurenční firmě, BCG – matice růstu, Matice atraktivity oboru, Matice přežití, Průzkum bojem ...
- GIGO – garbage in, garbage out

# Metody používané v CI

- pro stanovení potřeb CI se provádí interní informační audit
- stanoví se informační potřeby podniku
- bez definování co je key intelligence topic (KIT) nebo key intelligence questions (KIQ) nemůžeme nic plánovat
  - kdo jsou naši konkurenti, kdo chceme aby byli zákazníci, jak se bude naše odvětví vyvíjet, apod.
- analýza získaných surových dat a informací



# Nástroje a techniky CI

- navázání kontaktů se státními agenturami (u nás CzechTrade, CzechInvest, ...)
- vyhledávání v on-line databázích
- získávání informací od informačních společností a ze zdrojů investiční komunity
- press research – info z přehledů a interview

# Nástroje a techniky

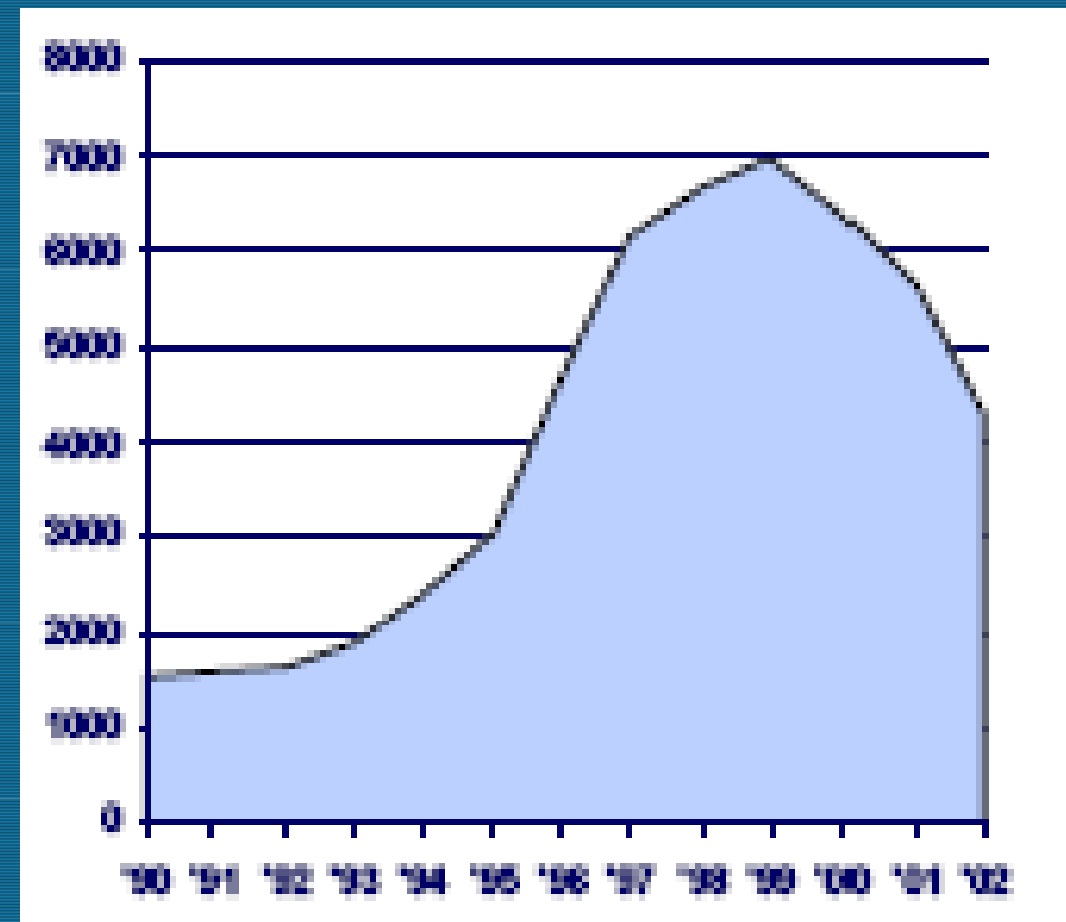
- Drive-by a On-site pozorování
- Competitive Benchmarking – porovnávání známých informací
- obranná CI – monitorování a ovlivňování veřejných informací o mateřské firmě
- reversní inženýrství

# CI program

- objektivizovat strategické cíle podniku
- zmapovat skutečné zpravodajské a informační potřeby podniku
- posuzovat relevanci vstupních informací
- jednoznačně určit příjemce výsledných reportů

# Society of Competitive Intelligence Professionals

- [www.scip.org](http://www.scip.org)
- dnes asi 3.000 členů
- pobočky po celém světě
- afilace: German (1.), Czech (2.)
- nejvíc členů: USA, EU, Kanada



# SCIP

- semináře, konference, workshopy
- časopisy, studie
- členství:

Type	Terms	Fee
Member – 1 year	12 months	\$295
Member – 2 year	24 months	\$540
Member – 3 year	36 months	\$785
Lifetime	None	\$1995
Student *	12 months	\$25
Group*	12 months	Call SCIP

# SCIP

- nejdůležitější funkce:
  - globální koordinátor vývoje technik, nástrojů, výuky
  - dohlíží na pověst CI, garant etického a legálního používání
  - podporuje publikační činnost a možnost uplatnění se v oboru

# SCIP Czech

- vznik koncem roku 2005
  - 2 konference – „CI – Cesta ke zvyšování konkurenceschopnosti“
  - zpravodajské čtvrtky
  - workshopy:
    - Jak vytvořit strategický marketingový plán
    - Marketingový audit jako základ tvorby realistické strategie
    - Informační zdroje o firmách a jejich využití v praxi
  - připravuje se: analytický kroužek

# Association of Independent Information Professionals

- [www.aiip.org](http://www.aiip.org)
- členy zejména nezávislí brokeri
- zvyšovat povědomí o profesi
- méně o CI, spíš obecné zaměření



# KIT

## Key Intelligence Topics

- určení primárních témat, kterými se bude zpravodajské oddělení nejvíce zabývat
- formální proces identifikace potřeb managementu a stanovení priorit jednotlivých témat
- slouží pro stanovení CI programu

# KIT

- **podpora strategických rozhodnutí a činností**  
– zahrnuje vývoj strategických plánů a konkurenčních strategií
- **system včasných varování – Early Warning System** – sledování aktivit konkurentů, technologií či vládních činností
- **popis klíčových hráčů na daném trhu** – sleduje zejména konkurenty, zákazníky, dodavatele, regulátory trhu nebo potenciální partnery

# EWS

- Early Warning Systém
- silné x slabé signály
- aktivní x pasivní sběr
- primární i sekundární zdroje
- upozornění na změny, trendy,...

# EWS

1. signály upozorňující na objevení se nových, ale známých událostí – příležitosti i hrozby
2. signály upozorňující na objevení se nových skutečností – anomálie, nejtěžší, slabé signály na začátku nebo skládanka
3. signály odkazující na scénáře budoucnosti – připravíme si dopředu reakci
4. signál o kolabujících procesech
  - kvantifikativní, měřitelné

# EWS

- rozpoznávání:
  - počítač / software
    - podle vzorců, ne úplně vhodné pro fulltext
    - drahé
  - počítač / software s lidským potvrzením
    - zadány mantinely
  - člověk
    - pozná i drobnosti, kontext, má soudnost
    - nejčastější

# Competitive Intelligence

Connecting the dots

Think out of the box