



Informační průmysl 2011

Petr Šmejkal
43262@mail.muni.cz



KABINET
INFORMAČNÍCH STUDIÍ
A KNIHOVNICTVÍ

Informační průmysl - obsah

- Zaměření a obsah IP
- Informační management
- Firemní informace
- Research – výzkum
 - Práce s informacemi
 - Hodnocení a získávání informací
 - Dezinformace
 - Primární a sekundární research
- Analýza a syntéza informací
 - Základy analýzy informací
- Předávání a sdílení informací a znalostí
- Competitive Intelligence

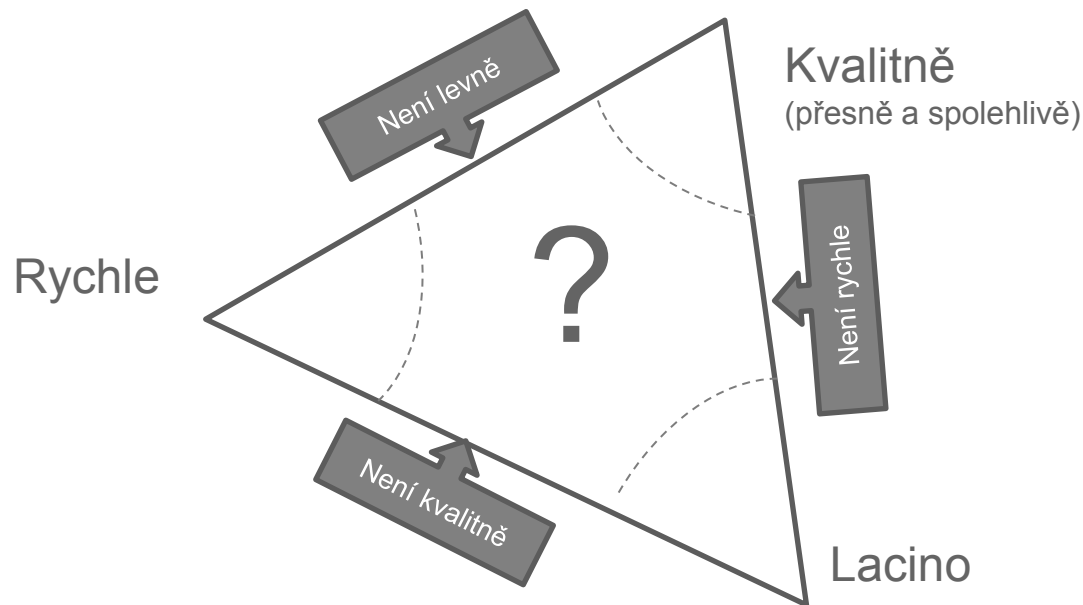


Informační průmysl

PRÁCE S INFORMACEMI

Analýza získaných dat

- Problém triády – nalezení vyváženého kompromisu mezi časem, kvalitou a rychlostí



- Vždy lze splnit jen dva požadavky!

Způsob zpracování informačních zdrojů

Práce se strukturovanými zdroji

Atributy	známé	Cílení vyhledávání Záznamy s určitými hodnotami atributů či typů vazeb	Kontextová analýza Znázornění vazeb mezi záznamy v různém uspořádání
	Neznámé	Analýza vlastností Skupiny záznamů tvořících dle svých atributů nějaký shluk, trend či výjimku	Časová analýza Znázornění záznamů a vazeb z hlediska kauzality jejich vzniku
		Záznamy	
		Neznámé	známé

Způsob zpracování informačních zdrojů

Práce s nestrukturovanými zdroji

Otázky	známé	Cílení vyhledávání Dokumenty k danému tématu seřazené dle relevance	Kontextová analýza Souvislosti dokumentů na základě výskytu stejných témat
	Neznámé	Kontextové vyhledávání Skupiny dokumentů obsahující nějaká společná témata	Obsahová analýza Skupiny témat obsažených v daném souboru dokumentů
		Dokumenty	
		Neznámé	známé

Informační průmysl

HODNOCENÍ INFORMACÍ

Spolehlivost informace

- Hodnocení ze tří hledisek:
 - Spolehlivost zdroje
 - Důležitost informace pro firmu
 - Pravdivost informace

- Spolehlivost zdroje

Body	Hodnocení spolehlivosti	Spolehlivost v %
5	Naprosto spolehlivý zdroj	99-100
4	Spolehlivý zdroj	95-98
3	Značně spolehlivý zdroj	90-94
2	Téměř spolehlivý zdroj	85-89
1	Značně nespolehlivý zdroj	80-84
0	Naprosto nespolehlivý zdroj	0-79

■ Důležitost informace pro firmu

Body	Hodnocení stupně důležitosti
5	Nejvyšší důležitost
4	Velmi důležité
3	Důležité
2	Málo důležité
1	Nedůležité
0	Bezvýznamné

- Pokud je informace mimořádně důležité, musí o ní být informován Top management s upozorněním, že není ještě ověřena

■ Pravdivost informace

- Stanovení charakteru
- Porovnání vzájemné souvislosti informací, které již známe a máme ověřené
- Provedení logické analýzy obsahu
- Provedení vzájemného porovnání souvislosti zdrojů získaných informací
- Zajištění potvrzení získané informace z dalších nezávislých zdrojů

■ Stanovení charakteru informací

- Informace operativní – operativní ráz, krátká životnost
- Informace heuristická – proces, z něhož vycházejí nové myšlenky
- Informace nomologická – logicky sestavené informace, charakter zákonitostí; platí objektivně > nejcennější

- Porovnání vzájemné souvislosti informací
 - Často rozporné informace, různé možnosti vazeb
 - Informace, které se doplňují – A je pravda, když B je pravda
 - Informace vzájemně závislé
 - Oboustranná závislost – A jen s B a zároveň B jen s A (konjunkce)
 - Jednostranná závislost – A i B, ale když B, tak nemusí být A (implikace)
 - Informace se vzájemně vylučují – když A pak ne B
 - Informace vzájemně nezávislé

- Pro hodnocení informací důležité následující faktory:
 - Zdroj informace
 - Spolehlivost informace
 - Obsah informace
 - Čas získání informace
 - Místo získání informace
 - Způsob získání informace
 - Cesta informace k firmě
 - Cíle informace
 - Možnost ověření informace
 - Pravdivost informace
 - Využitelnost informace
 - Důležitost informace pro firmu

Informační průmysl

ZÍSKÁVÁNÍ INFORMACÍ

Způsoby získávání informací

- Analýza problému
 - Posouzení potřeby informace – skutečně to potřebujeme vědět?
 - Identifikace průvodních znaků zkoumaného jevu – symptomy problému

- Získání informace
 - Informace, které se nezjistí ve zdrojích, které jsou běžně dostupné, je nutno hledat ve zdrojích jiných, většinou běžnou cestou nedostupných

Doporučený postup:

- Analýza možných zdrojů
 - ▶ Proč je některý zdroj lepší než jiný? Kterou DB zvolit?
- Analýza možných metod a způsobů získání informací
 - ▶ Browsing vs. Searching; zavolat na ministerstvo apod.
- Vytvoření podmínek pro úspěšné získání informací
 - ▶ Zajistit si přístup do DB, apod.
- Vlastní získání informací
 - ▶ Provést hledání, rozhovor nebo objednat CD apod...

- Analýza možných metod a způsobů získání informací
 - Nepřímé vs. podmíněné sledování – všeobecné X sledování určité oblasti
 - Formální vs. neformální výzkum – podle plánu X bez struktury
- Analýza získaných informací
 - Informace může být:
 - Zastaralá
 - Nepravdivá a považovaná za pravdivou – bez vlastního výzkumu nezjistíme
 - Nesprávná manipulace s informací – zkreslena při přenosu, chybně vyhodnocena, ...
 - Chybná informace je vytvořena záměrně – účel zmást konkurenci

■ Dopad

- Čím větší dopad bude mít informace na naši firmu, tím spíš ji musíme vybrat.
- Základní otázky: Musíme opravdu na tuto informaci nějak reagovat? Týká se nějak naší společnosti?

■ Srozumitelnost

- Někdy jsou informace schovány a jejich pochopení není jednoduché – vyžaduje rozsáhlou analýzu. Informace, které jsou snadno pochopitelné a použitelné mají vyšší přidanou hodnotu.

■ Spolehlivost

- Různé zdroje informací mají jinou úroveň důvěryhodnosti. Spolehlivost informace roste když ji můžeme snadno ověřit primárním výzkumem.
- Zpráva ve Financial Times je hodnotnější než informace z internetové diskuze.

■ Včasnost

- Aktuální informace mají obecně větší vliv než ty starší.



Informační průmysl
DEZINFORMACE

- Dezinformace je chápána jako účelová (falešná, klamavá, případně i pravdivá) informace, která cíleně směřuje k ovlivňování určité skupiny lidí, většinou Top managementu konkurenční firmy tak, aby tato jednala ve prospěch naší firmy
- Dezinformace je běžně využívána
- Průzkum bojem – „útok na filiálku“ často ukáže silné a slabé stránky konkurenční strategie a obranných možností

- Dvě základní charakteristiky:
 - Záměrnost vytvoření
 - Úmysl dezinformace

- Dvě základní formy:
 - Aktivní – promyšlená snaha o vytvoření určité představy
 - Pasivní – záměrné zatajení důležité skutečnosti

- Základní podmínka úspěšnosti dezinformace – směr pravdivých a nepravdivých informací

Druhy dezinformace

■ Filtrování informací

- Jen pravda, ale pečlivě vybrané kousky, vytvářející jiný obraz skutečnosti
 - (traktor se skládá z velkých prosklených dveří a několika kol)

■ Svatá pravda

- Pravda, která je servírována stylem a kanály tak, že je vyhodnocena jako nepravdivá
 - (Franta v hospodě říkal, že mu doma svítí největší česká firma)

■ Negativní dezinformace

- Vhodným kanálem jsou sděleny konkurenci hanlivé informace o nás, které však můžeme snadno vyvrátit
 - (rozšířím, že mě moje firma vyhodila, protože krachuje)

■ Symptomy

- Sdělují se jen náznaky, protože firma by nepravdivé informace odhalila
 - (díval jsem se včera na jobs.cz a viděl jsem tam reklamu na dobrý vysavač, nechci ho kupovat teď, ale líbil se mi)

■ Siónští mudrci

- Počítáme s odhalením dezinformace tak, že autorství je přisuzováno konkurenční firmě

- Maskování vlastních záměrů a akcí
 - Skrýt, utajit vše, co firma připravuje
 - Předstírat, vytvořit falešnou představu o tom, co se děje
- Odvedení konkurentovy pozornosti a jeho dezorientace
 - Znemožnit konkurenci správnou orientaci, dezorientovat ho
- Vyprovokování konkurenta k určité, pro nás výhodné akci
 - Donutit k akci, která ukáže slabiny nebo to v čem jsou silní – můžeme se tomu vyhnout

Informační průmysl

SEKUNDÁRNÍ RESEARCH

Desk research - omezení



■ Dostupnost

- Data nemusí být k dispozici pro malé obory činností nebo malé geografické oblasti. Případně jsou k dispozici jen v lokálním jazyce.

■ Použitelnost

- Data nemusí být v souvislosti přímo s dotazem – vyhnout se pokušení je použít, protože mohou být zavádějící.
- Např: hledáme info o trhu s platinou a zjistíme info o růstu trhu s diamanty

■ Přesnost

- Data nemusí být kompletní nebo byla sbírána pro nějaký specifický důvod (statistiky mezi mladistvými). Některá zdroje dat mohou být nespolehlivé (např. některé africké nebo čínské statistiky)

■ Srovnatelnost

- Data nemusí být přímo porovnatelné (jiné standardy na jiných trzích apod.)

Příklad



- K psychologickému testu přišlo 138 lidí. Skupina sestávala ze 113 právníků a 25 techniků.

- Čím se Pavel Karas živí?

Příklad



- K psychologickému testu přišlo 138 lidí. Skupina sestávala ze 113 právníků a 25 techniků.
- Pavel Karas je vysoce inteligentní, orientován na výsledek. Jeho přístup k práci je velmi kreativní a zodpovědný. Mezi kolegy je však oblíben méně než ostatní, zejména kvůli jeho egocentrizmu a menším morálním zábránám. Jeho schopnost empatie je poměrně malá.
- Čím se Pavel Karas živí?

Informační průmysl

PRIMÁRNÍ RESEARCH

Sběr dat primárním výzkumem

- Jedinečná data
- Problém s kvalitou

- Dva přístupy:
 - Kvalitativní
 - Kvantitativní
 - oba výhody i nevýhody

- Často jako podklad pro další analýzu

- Výhody:
 - Přesně adresované odpovědi na základní otázky – co potřebujeme vědět
 - Větší kontrola nad sběrem – co přesně získáváme, kolik, atd.
 - Efektivnější utrácení prostředků – platíme jen za to, co nás zajímá
 - Prorietární informace – výsledky jen pro nás
- Nevýhody
 - Cena – vyšší než u sekundárního
 - Časová náročnost – není to „ready to use“
 - Ne vždy proveditelné – někdy nevhodná situace, moc velký záběr apod.

Sběr kvantitativních dat



- Vhodné pro testování hypotéz
- Průzkum (Survey)
- Sledování (Tracking)
- Experiment

Sběr kvalitativních dat

- Omezené kapacity
- Interview – možnost jít velmi do hloubky, omezeno schopnostmi tazatele, náročné na vyhodnocování, drahé
- Focus groups – možnost online řízení – snižuje náklady, lepší poměr kvalita/cena než interview
- Pozorování – např. chování zákazníků

- Telefonní/osobní – nejpřínosnější zdroj informací
- Komplikace – nechut' sdělovat informace
 - Obvyklé otázky:
 - Proč bych s Vámi o tom měl mluvit?
 - Pro koho to děláte?
 - Kdo že jste?
 - Proč to děláte?
 - Jak jste získal moje jméno?
 - Nemůžu s Vámi mluvit, mám moc práce.
 - To je soukromé, to Vám neřeknu.
 - Na to neznám odpověď.

Techniky získávání odpovědí

- Provokativní prohlášení
 - Prohlášení, většinou, ale ne vždy neškodné, které přinese další otázky
 - Např: „Vaše firma je opravdu špičkou ve Vašem oboru!“
- Quid pro quo
 - Gesto nebo nabídka výměny informací
 - Např: „Mohu se s Vámi podělit o informace o našich nákladech, když mi nastíníte Vaši strukturu nákladů.“
- Využít nutkání si stěžovat
 - Využít tendenci k tomu, že lidé si rádi stěžují k nasměrování hovoru
 - Např: „Zákazníci jsou někdy velmi nároční, že? Jaké s tím máte zkušenosti?“
- Opakování slov
 - Opakování klíčových slov nebo faktů nám dovolí pokračovat požadovaným směrem
 - Např: „Použil jste termín ‘xxx’. Můžete mi říct jak tento proces funguje u Vás?“

Techniky získávání odpovědí

■ Citování oficiálních faktů

- Využití známých faktů s tím, že lidé mají tendenci opravovat nebo vysvětlovat detaily
- Např: „Četl jsem v novinách, že jste zavedli novou službu a nebyla úspěšná. Co se stalo?“

■ Naivita

- Vystupovat jako naivní člověk a využít zkušenějšího člověka, aby cítil potřebu nás poučit
- Např: „Nejsem v tom zběhlý, můžete mi vysvětlit jaké možnosti má tato účetní aplikace?“

■ Nepřímý odkaz

- Nepřímé narážky, negativní i pozitivní, které vyvolávají obranu nebo kritiku
- Např: „Slyšel jsem, že Váš konkurent získává v Evropě čím dál větší podíl.“

■ Kritika

- Nepřímá kritika individua či organizace vyvolává obranný postoj a předkládání informací, které to podloží
- Např: „Slyšel jsem, že Vaše výrobky jsou pro zákazníky složité.“

Techniky získávání odpovědí

- Závorkování
 - Využití rozhovoru pro získání kvantitativních dat
 - Např: „Jestli tomu správně rozumím, bude cena Vašeho výrobku mezi 100 a 200 korunami...“
- Fiktivní nebo opravdová nedůvěra
 - Vyjádření obsahující nedůvěru způsobí, že lidé mají tendenci rozšířit předcházející prohlášení
 - Např: „Nemohu uvěřit všemu tomu pozitivnímu ohlasu na Váš nový produkt!“
- Chybné prohlášení
 - Záměrně chybné prohlášení, chyba si žádá o napravení
 - Např: „Slyšel jsem, že Microsoft má velmi vážné problémy.“
- Poslouchat, poslouchat, poslouchat
- Ověřovat, ověřovat, ověřovat

Příklad



- Co jste dělali v sobotu večer?
- Takový mladý člověk jako vy určitě byl někde venku s přáteli.
- Nevěřil bych, že jste nebyli posedět v restauraci.
- To jste jako seděl/a doma a koukala do zdi?
- To jiní lidé ve Vašem věku se umí bavit daleko zajímavěji než seděním doma. Co Vás vedlo k tomu nikam nejít?
- ...

Informační průmysl

ZÁKLADY ANALÝZY INFORMACÍ

- multifacetová a multidisciplinární kombinace procesů, kterými člověk interpretuje data nebo informace aby poskytl vhled do problematiky a doporuční pro akci a rozhodování
- lepší porozumění informacím, dávání informací do nových kontextů
- analýzou informací vznikají nové znalosti
- pomůže odhalit slabiny a silné stránky
- je potřeba mít široký záběr
- vlastní styl – více cestami jedno řešení
- kritický pohled
- kreativní myšlení

Analytický postup

- účel – užitek
 - vztah ke konečnému uživateli, zákazníkovi
- cíle – idea
 - konkrétní cesta, podstata problému
- osnova – forma
- Důraz na vstupní informace – GIGO
(Garbage In = Gargage Out)

Analytický postup

- Analýza problému
 - Na čem to je založené
 - Za jakých podmínek to nastane
 - Sledovat zákonitosti

- Projevy problému – symptomy
 - Analýza symptomů – zdrojů dat
 - Pravdivost
 - Bezpečnost
 - Náklady

- Výstup ovlivňuje
 - Volba optimálního zdroje dat
 - Volba způsobu získávání údajů
 - Vytvoření podmínek pro úspěšné získání
 - Sběr údajů

- Nepřímé sledování – bez focusu
 - Co nejširší záběr
 - Snaha zachytit i „lehký vánek“
 - Co nejcitlivější
- Podmíněné sledování – jen určitá oblast
- Hypotézy > předvýzkum > výzkum
- Neformální výzkum – bez metodiky postupu
- Formální výzkum – vychází z analýzy problému

Analýza dokumentu



- definovat pojmy
 - charakteristiky problému
 - přínosy
 - rizika
 - ...
-
- nejen při tvoření nových dokumentů, ale i při zpracovávání

Strukturování analytických problémů

- Dekompozice
 - Rozložení problému na komponenty
 - Nejsme často schopni si uvědomit celek

- Externalizace
 - Přenesení dekomponovaného problému na externí médium (papír, monitor)
 - Omezení mysli

- Vše co má části, má i strukturu

Odvození závěrů ze získaných dat

Metody:

- **Abstrakce**
 - snížení komplexnosti systému, je účelová
- **Strukturalizace**
 - redukované znázornění, které zanechá charakter celku; dělení na subsystemy – není tak složité/nákladné/nemožné
- **Hierarchizace**
 - rozklad do subsystemů podle nad/podřazenosti
- **Analogie**
 - podobnost
- **Klasifikace a srovnání**
 - mapování základních strukturních charakteristik

Nahlížení na problém

fakta

