



COMPETITIVE INTELLIGENCE ȘI OPEN SOURCE INTELLIGENCE – INSTRUMENTE UTILE PENTRU AFACERI COMPETITIVE

COMPETITIVE INTELLIGENCE AND OPEN SOURCE INTELLIGENCE – USEFUL TOOLS FOR COMPETITIVE BUSINESS

Asist.univ.dr. Raluca LUTAI*
Drd. Adina MIHĂESCU**

„Intelligence nu este ceea ce știi, ci ceea ce faci când nu știi...”¹

Jean Piaget

Conform principiilor securității economice, în era globalizării și a interdependențelor, agenții economici lucrează într-un mediu competitiv pe piețe incerte. În actualul mediu economic internațional, nu putem găsi nici un echilibru perfect, nici condiții de securitate pe termen lung. Cu toate acestea, o astfel de insecuritate are capacitatea de a stimula domeniul concurențial, de a încuraja inovația și competențele adaptative. Anticiparea evoluțiilor și transformărilor rapide care au loc în cadrul piețelor sau al diferitelor industrii reprezintă o provocare căreia managerii companiilor îi fac față din ce în ce mai greu. Chiar dacă se acordă multă atenție academică elementelor conceptuale ale intelligence-ului competitiv și beneficiilor acestuia, se știe puțin despre modul în care sursele deschise pot acționa ca un instrument la scară largă în obținerea unui avantaj strategic. Lucrarea de față abordează această lacună în literatură și analizează modul în care sursele deschise (Open-source intelligence) pot oferi suport domeniului competitive intelligence.

According to principles of economic security, in this era of globalization and interdependencies, we understand that economic agents work competitively in uncertain markets. In the current international economic field, we cannot find either a perfect balance or long-term security conditions. Yet, this insecurity has the ability to stimulate the competitive field, to encourage innovation and adaptive competences. The anticipation of rapid evolutions and transformations which occur within markets or different industries represents a challenge which company managers handle with increasing difficulty. Even though much scholarly attention is paid to conceptual elements of competitive intelligence and its benefits, little is known about the way open-source intelligence can act like an instrument. This paper addresses this gap in the literature and analyze the way open-source intelligence can provide support for competitive intelligence actions.

Cuvinte-cheie: inteligență competitivă; inteligență open-source; business-intelligence; metode; instrumente; social media.

Keywords: competitive intelligence; open-source intelligence; business-intelligence; methods; instruments; social media.

Continua dezvoltare a mediului de afaceri presupune o dezvoltare intrinsecă, o actualizare cu realitățile economice ale erei digitalizării. Pentru a-și îndeplini obiectivele, pentru a avea profit și pentru a fi competitive, companiile sunt nevoite să întocmească previziuni și opinii despre viitor,

în locul simplelor informații sterile referitoare la propria activitate prezentă. Încă din etapa incipientă, din momentul întocmirii unui plan de afaceri, este nevoie de o așezare în cadrul mediului concurențial și de o foarte bună cunoaștere a acestuia. Direcționarea resurselor, gestionarea vulnerabilităților, întocmirea strategiilor, toate acestea au, ca punct de pornire, informațiile. De aici, pornesc deciziile bune de management.

**Universitatea Babeș-Bolyai*
e-mail: raluca.lutai@ubbcluj.ro

***Universitatea Babeș-Bolyai*
e-mail: adina.mihaescu@ubbcluj.ro

¹ Intelligence is not what we know, but what we use when we do not know (Jean Piaget).



Însă, informația brută este, de cele mai multe ori, inutilă; ea devine valoroasă în momentul în care creează oportunități și un avantaj decizional pentru beneficiar. În mediul de afaceri, transformarea informației în intelligence este o metodă de lucru care aparține domeniului intelligence-ului competitiv.

Într-o lume a interdependențelor complexe, globalizată, dominată de progrese tehnologice, informația și, mai ales, cel care deține informația au o putere tot mai mare. Vector important al procesului de globalizare, internetul a cucerit lumea și și-a asigurat rolul de generator principal de informații în toate domeniile, producând adevărate metamorfoze în viața de zi cu zi. Această revoluție a schimbat considerabil modul în care oamenii adună informații, exprimă idei și interacționează social și profesional. Când vorbim despre intelligence vorbim, fără îndoială, despre informații, iar când deschiderea către informații este tot mai mare, o schimbare în abordare este mai mult decât necesară atât în cazul mediului public, cât și în cazul celui privat.

Articolul de față își propune să analizeze modul în care două concepte noi și relevante ale studiilor de intelligence, competitive intelligence, respectiv, open source intelligence, se întrepătrund. Plecând de la conceptualizarea termenului de intelligence competitiv și a celui de intelligence din surse deschise, lucrarea analizează oportunitățile pe care companiile competitive le au în mediul tehnologizat și digitalizat în care trăim. Ultima parte a lucrării inventariază, pe scurt, câteva instrumente din surse deschise care pot fi folosite în competitive intelligence.

Competitive Intelligence și Open Source Intelligence – concepte recente pentru realități contemporane

Conceptualizarea domeniului *intelligence economic* se concretizează începând cu anii '60, odată cu publicarea de către profesorul american Harold Wilensky a lucrării *Organizational Intelligence: Knowledge and Policy in Government and Industry*. Distinsul sociolog evidențiază, aici, nevoia existenței unei strategii colective și nevoia cooperării dintre guverne și companii, în vederea coordonării unei cunoașteri comune și pentru asigurarea avantajului competitiv. De asemenea, relevă necesitatea cunoașterii în domeniul

economic, ca motor strategic al dezvoltării și schimbării apărute în societate (Harbulot și Baumard 1997, 1-17).

Pornind de la premisa că informația este cel dintâi și cel mai important element al deciziei, înțelegem importanța și aplicabilitatea acesteia în toate domeniile, de la politic la militar, de la social la economic. Studiarea intelligence-ului în domeniul economic se impune treptat, ca o necesitate. Nevoia unui astfel de management al cunoașterii este întărită de mediul competitiv global în perpetuă schimbare. Concurența dintre companii capătă noi forme, iar acest lucru ridică problema integrării sistematice a acestor noi dimensiuni în analiza mediilor competitive, atât în termeni de cercetare, cât și de formare a viitorilor manageri.

În era globalizării și a digitalizării, este necesar să înțelegem informația ca pe o resursă fără de care progresul este imposibil. Concurența în domeniul resurselor este o caracteristică de sine stătătoare a economiei, și așa după cum în secolele trecute, aceasta se axa pe procurarea materiei prime, acum o regăsim în procurarea informațiilor.

Aplicarea studiilor de intelligence în domeniul economic este apanajul domeniului *intelligence-ului competitiv*. Activitățile complexe ale acestuia se axează pe obiectivele mediului de afaceri, în general, și ale antreprenorilor, în special. Pentru că știința economică este una socială, există în cadrul său interpretări și paradigme diferite (Coșea 2006), toate însă subliniind importanța și utilitatea informației.

Intelligence-ul competitiv (CI) își propune să înțeleagă mediul economic complex actual, să strângă informații și mai apoi să le analizeze, să studieze și să interpreteze mediul concurențial, alcătuind o imagine clară și relevantă asupra acestuia (Cavallo și alții 2021, 250-275). Așa după cum *școala neoclasică*² stabilește valoarea în funcție de gradul de utilitate (Dixit 2012), așa și informația are relevanță doar în măsura în care poate fi utilizată și susceptibilă de a aduce beneficii. În era tehnologică în care ne aflăm, multitudinea de date obligă la o selecție riguroasă a acestora, la o clasificare, organizare și adaptare constantă. Astfel, cercetarea CI se sprijină pe mai multe ramuri ale structurilor de intelligence:

² Totalitatea curentelor de gândire aparținând liberalismului economic.

HUMINT (intelligence obținut prin surse umane), cyber intelligence, SOCMINT (intelligence obținut prin intermediul rețelelor social media), OSINT (Open-source intelligence). Aceasta din urmă, deși nu reprezintă un INT foarte nou, are azi, în cadrul comunităților de informații, o valoare uimitoare.

Dezvoltat odată cu explozia informațională, Open-source intelligence (OSINT) este definit, în literatura de specialitate, ca fiind orice informație publică, deschisă, disponibilă tuturor, care nu naște implicații de natură legală și care poate să fie colectată, validată și analizată pentru a obține produse de intelligence (Clark 2013).

Importanța acestui nou tip de intelligence este incontestabilă. Acest lucru este justificat și de Organizația Tratatului Atlanticului de Nord (NATO), pentru care sursele deschise reprezintă o componentă vitală a viziunii sale strategice. În luna noiembrie a anului 2001, Alianța a lansat *NATO Open Source Intelligence Handbook*, un manual complex, care, în primul capitol, oferă o definiție cât se poate de exhaustivă noii discipline. OSINT nu este văzut ca un substitut pentru sateliți, spioni sau alte forme civile și militare de intelligence. OSINT este considerată informația care a fost descoperită în spațiu public, analizată și diseminată unui public select, în principal comandantul general și personalul acestuia, în scopul de a răspunde unei solicitări de intelligence (NATO 2001). Cu alte cuvinte, OSINT aplică procesul obișnuit, specific oricărui tip de intelligence, diversității mari de surse deschise, în scopul de a genera produse de intelligence.

Informația obținută prin intermediul surselor deschise se mai numește, în comunitățile de intelligence, și „informație albă” – white information (Bean 2011). Simbolistica acestei culori este evidentă: colectarea de informații din surse deschise nu lezează drepturi individuale, nu implică riscuri umane și produce o schimbare de paradigmă la nivelul comunităților de informații. Sursele deschise reprezintă deci o mare oportunitate pentru comunitatea de intelligence, și nu numai. Această disciplină de intelligence are în vedere exploatarea legală a surselor deschise, validarea și analiza datelor și informațiilor descoperite fie prin procese de observare simple, fie prin achiziționarea lor. Utilitatea acestui proces este aceeași cu cea a oricărei alte discipline de intelligence (HUMINT, SIGINT etc.), eliminarea necunoscutului din ecuația deciziei.

Literatura de specialitate împarte sursele deschise în două mari categorii: (1) surse tradiționale, cum sunt cărțile, și sursele deschise de tip broadcast; (2) surse deschise digitale.

1. Sursele deschise tradiționale

Prima generație de surse deschise este reprezentată de cărți, reviste, dar și de sursele tip broadcast, ca emisiile radio sau posturile TV. Acestea din urmă au deschis calea acestei discipline. Istoria surselor deschise consemnează dezvoltarea acestei discipline analitice în relație cu un program academic, dezvoltat de Universitatea Princeton, în care erau analizate posturile de radio ale statelor de dincolo de Cortina de Fier, activitate care a adus avantaje strategice Statelor Unite. În paralel cu acestea, cărțile sau alte tipuri de publicații scrise au fost dintotdeauna o sursă utilă de cunoaștere pentru organizațiile guvernamentale. Utilitatea lor este evidentă și în cazul mediului de afaceri.

Cărțile sunt o reală sursă deschisă, folosită în activitatea de intelligence. Ele au fost utilizate dintotdeauna nu neapărat pentru conținutul lor propriu-zis, cât pentru referințele pe care le conțin. Cărțile oferă un context referitor la o anumită problemă. Organizațiile guvernamentale le pot utiliza pentru a acumula informații noi și pentru a înțelege anumite viziuni comune sau diferite față de un aspect sau altul al societății. Pentru lumea afacerilor, cărțile oferă un avantaj competitiv în ceea ce privește cunoașterea. Ele pot să sporească cunoștințele managerilor sau să le dezvolte acestora viziuni creative care să îi facă să înțeleagă mai bine piața în care există și se dezvoltă. În ceea ce privește înțelegerea propriu-zisă a conceptului de intelligence competitiv, cei care conduc afaceri sau departamente de analiză în diverse companii au la dispoziție cărți, precum cele ale lui Kirk Tyson, dintre care *The Complete Guide to Competitive Intelligence*, sau lucrarea lui Christopher Murphy – *Competitive Intelligence: Gathering, Analysing and Putting it to Work*. Cele două lucrări oferă perspective asupra teoriei intelligence-ului competitiv: cum încearcă companiile să își depășească rivalii, metode de cercetare și surse de informații care generează materia primă pentru crearea de intelligence sau tehnici analitice care transformă datele și informațiile în cunoștințe solide care pot fi aplicate în practică. Managerii performanți și directorii de companii vor aplica conceptele teoretice identificate în aceste



tipuri de lucrări pentru a avea succes în domeniul în care activează.

O altă categorie deosebit de importantă este reprezentată de *ziare și reviste*, care sunt utile pentru conținutul lor mult mai specific, dedicat unor anumite subiecte. Pentru instituțiile guvernamentale, revistele pot să se dovedească foarte utile. Un exemplu elocvent în acest sens este publicația *Aviation Weekly*, care furniza frecvent detalii legate de capacitățile militare ale fostei Uniuni Sovietice (Williams și Blum 2018). Pentru mediul de afaceri, revistele sunt o sursă utilă pentru înțelegerea celor mai recente evoluții din domeniu sau pentru analiza evoluției competitorilor care vor folosi astfel de suporturi pentru a anunța produse noi sau direcții strategice. Pentru cei cu adevărat interesați de mediul intelligence-ului competitiv, există publicații, cum ar fi *Competitive Intelligence Magazine*. Publicația propune cititorilor, încă din 1998, articole care prezintă cele mai bune practici și inovații care permit companiilor să ia decizii strategice, bazate pe informații.

La acestea, se mai adaugă o categorie specială, dar mereu exploatată de analiștii de surse deschise, și anume *literatura gri* sau *informația gri*. Termenul de literatură gri se referă la informații obținute din surse tradiționale la care accesul este oferit pe baza unui abonament (subscriber). *U.S. Government's Interagency Gray Literature Working Group* a definit, în 1995, literatura gri ca material de proveniență internă sau externă care, în mod normal, este disponibil pe canalele specializate și nu se găsește pe canalele tradiționale de distribuție (Williams și Blum 2018). Literatura gri reprezintă o categorie de surse deschise deosebit de importantă pentru mediul de afaceri. De exemplu, lucrările unei conferințe medicale, legate de virusul Sars-Cov2, pot să reprezinte un punct de pornire pentru specialiștii marilor companii farmaceutice. Analiza unor rapoarte, fișe tehnice sau a altor tipuri de informații gri poate să contribuie la înțelegerea mai aprofundată a mediului de afaceri. *Sursele deschise de tip broadcast* sunt o categorie care înglobează transmișterile posturilor de radio și a celor de televiziune. Deși cărțile, ziarele și revistele au fost dintotdeauna o sursă de date și informații, abia cu dezvoltarea și răspândirea radioului, cei implicați în procesul de colectare de informații au înțeles cât de utile sunt posturile de radio pentru

activitatea lor. După 1980, lumea întreagă a fost revoluționată de răspândirea și popularizarea *televizorului*. Prin tematicile specifice pe care le abordează, prin faptul că acoperă evenimentele locale și grație faptului că fiecare dintre noi are cel puțin un televizor, cu toții suntem mai informați și mai conectați la evenimentele care se petrec lângă noi sau departe de noi. Comunitatea de intelligence a înțeles ușurința cu care poate colecta informații și rolul pe care televiziunea îl are în lumea surselor deschise. Același lucru a fost înțeles și de mediul de afaceri care urmărește cu precădere elementele de marketing, prezentate de competitori. Dezvoltarea posturilor de radio digitale și a podcasturilor reprezintă un element important și util pentru companiile care își doresc să cunoască piața, competitorii sau cele mai recente evoluții.

2. Sursele deschise digitale

”Information costs money... intelligence makes money.”
(Robert Steel)

Lumea digitală aduce radioul și televiziunea în același loc, scade costurile și crește varietatea informațiilor care pot fi exploatate. Sursele deschise digitale revoluționează prin volumul mare de informații pe care îl pun la dispoziție și prin disponibilitatea acestor informații. Sursele deschise digitale, apărute și dezvoltate în ultimele decenii, poartă denumirea de *new media*, ca: (a) social media – bloguri, site-uri, lumi virtuale (Second Life ș.a) – sau deja celebrele (b) rețele de socializare, Twitter ori Facebook. Social media este un termen folosit pentru a descrie diversele tehnologii concentrate în lumea virtuală, folosite pentru a interconecta oamenii, afacerile în diferite forme de comunicare și schimb de informații. Social media, prin elementele sale caracteristice și prin posibilitățile pe care le oferă, a ajuns să reflecte fiecare fațetă a vieții sociale a omului modern. Diferitele tipuri de social media transformă individul din consumator de informații în generator de informații și conținuturi, fapt ce este vital pentru OSINT. Toată informația care ne înconjoară este produsul nostru. Putem immortaliza totul, înregistra orice, scrie sau publica tot ce ne dorim. Acest lucru produce reale metamorfoze la nivelul individului și al mediului de afaceri, care a înțeles utilitatea pe care social

media o oferă și a ales să fie prezent. Majoritatea marilor afaceri nu numai că au dezvoltat website-uri, dar au ales să deschidă conturi pe platformele de socializare. Mediul online este folosit pentru dezvoltarea brandului, pentru interacțiunea cu clientul sau pentru marketing.

Comunitățile de intelligence au înțeles rolul important al surselor deschise în activitatea lor. La fel s-a întâmplat și cu mediul de afaceri. Ambele domenii au în comun nevoia de informații și de certitudine. Este important ca aceste asemănări să nu ne facă să confundăm activitatea de spionaj cu cea specifică intelligence-ului competitiv.³

Douglas Bernhardt (analist economic și de CI) afirma, în lucrarea *How to acquire and use corporate intelligence and counter-intelligence*, că „strategia care nu se bazează pe intelligence nu este strategie, ci este ghiceală” (Bernhardt 2003, 405-407). Înțelegem astfel importanța informației în business, în construirea a însăși strategiei unei companii, principalul vector în convergența direcției și dezvoltării acesteia.

Analiza de CI presupune un proces vast prin care informațiile identificate sunt sortate, în funcție de utilitate, evaluate, analizate și, în final, încredințate decidenților sub formă de analize complexe, destinate obținerii de avantaje concurențiale. Scopul esențial al fiecărui manager este obținerea profitului (sau a unui profit cât mai mare), iar acesta este unul dintre principalii indicatori economici care semnalează dacă strategiile alese sunt favorabile.

Activitățile specifice domeniului CI analizează, în principal, companiile în două feluri: o variantă de analiză îndreptată înspre interior (mediul intern al companiei) și cea de-a doua, îndreptată înspre exterior. Dacă cea dintâi vizează o analiză profundă a fiecărui departament în parte, cu structuri de lucru, procese și organigrame, cea de-a doua are ca obiectiv o cunoaștere fundamentală a concurenței și a mediului în care

se desfășoară activitatea.

Analiza mediului extern companiei, un proces minuțios de colectare de date și analize multiple, se face lucrând cu date existente pe piață, adică surse deschise. Provocările pe care acest mediu le aduce activității de colectare și analiză sunt evidente. Expresia „căutarea acului în carul cu fân” este mai mult decât relevantă, fiind rezultatul multiplicării informațiilor și a spațiilor în care acestea pot să existe. Explozia de informații este o realitate care modelează multe procese pe care companiile le demarează.

Din vasta categorie a surselor deschise, una dintre cele mai importante în mediul de afaceri este reprezentată de sursele digitale. Site-urile web oferă o gamă variată de informații din toate ariile de activitate, dar și analize ale indicatorilor economici, statistici, grafice etc. Există în spațiul virtual site-uri care oferă aceste baze de date și analize contra unui abonament lunar (de exemplu, Marketingdirect.biz, risco.ro, totalfirme.ro). Totodată, există posibilitatea de a intra în posesia acestor date fără costuri, accesând site-ul Ministerului Finanțelor din România (Ministerul Finanțelor, fără an). Acest site pune la dispoziție o gamă variată de informații atât pentru persoanele fizice, cât și pentru cele juridice. Se pot regăsi, aici, date referitoare la legislația în vigoare și ultimele acte normative apărute (precum și explicații cu privire la acestea), modele de cereri care pot fi formulate, în raport cu autoritățile de reglementare fiscală, dar și legături utile înspre alte site-uri ale autorităților din România (Președinție, Senat, Camera Deputaților, Instituția Avocatului Poporului, Curtea de Conturi, Serviciul de Telecomunicații Speciale, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor, precum și ministerele). De asemenea, regăsim informații cu privire la bugetul de stat, fiscalitate, politici publice, afaceri europene, relații financiare internaționale, ajutoare de stat.

Toate acestea sunt de un real interes atunci când se dorește conturarea unei analize a mediului de afaceri. Orice companie este obligată să fie informată cu privire la actele legislative și la eventualele modificări ale acestora, la modalitățile cele mai facile de interacțiune cu autoritățile statului, la raportarea cu instituțiile europene și cu mediul economic comunitar.

Din punctul de vedere al studierii mediului concurențial, site-ul Ministerului Finanțelor oferă

³ Activitatea de competitivitate prin informații este una în limitele legalității și ale principiilor etice. În SUA, The Economic Espionage and Protection of Proprietary Information Act a scos delictul de violare a secretului de afaceri și pe cel de furt de informații private de sub jurisdicția autorităților locale și statale și le-a trecut sub jurisdicția autorităților federale. Nu există niciun echivalent al acestei legi în legislația României și nici în legislația Uniunii Europene; cu toate acestea, există mai multe legi care incriminează spionajul economic.



o platformă accesibilă de interpelare și obținere de date cu privire la toți agenții economici înregistrați în România. Referitor la agenții economici, dar și la instituțiile publice, se pot obține informații privind datele de identificare, informații fiscale și bilanțuri. Acestea din urmă au o importanță deosebită, întrucât reprezintă documente contabile oficiale, în care sunt prezentate toate bunurile unei companii – active și pasive. Analizându-le, se poate afla gradul de profitabilitate al companiilor, variațiile stocurilor, valoarea bunurilor totale, dar și valoarea datoriilor, gradul de îndatorare, resursele disponibile și gradul de folosire a acestora, câștigurile acționarilor companiei, dar și valoarea companiei respective și a puterii de evoluție a acesteia.

Site-ul Ministerului Finanțelor Publice pune la dispoziție informații din bazele de date centrale privind înregistrarea contribuabililor persoane juridice și a instituțiilor publice, declarațiile obligațiilor fiscale (TVA, accize, jocuri de noroc), bilanțurile din ultimii șase ani ale societăților comerciale, evidențele operative privind obligațiile restante la bugetul de stat (Ministerul Finanțelor, fără an). Accesând platforma, aceasta solicită introducerea codului unic de identificare fiscală, care reprezintă, în fapt, identificatorul fiscal al fiecărei identități comerciale din România și care este atribuit odată cu autorizarea funcționării unei persoane juridice. Ulterior, introducerii acestuia și acționării butonului de validare, platforma generează o pagină cu datele companiei respective. Dintre acestea, cele mai importante, într-o eventuală analiză de intelligence competitiv, sunt: denumire plătitor, adresă, numărul de înmatriculare la Registrul Comerțului, actul de autorizare, impozitul pe profit, contribuțiile de asigurări sociale și de sănătate etc.

Ulterior, se pot verifica indicatorii financiari, conform bilanțului depus anual, începând cu anul 2016 până în 2021 (ultimii șase ani). Aceste date se pot accesa pentru fiecare an în parte, astfel încât se poate obține facil o statistică a evoluției companiei respective și activității acesteia din ultimii ani, existând, totodată, posibilitatea efectuării cu ușurință a unei prognoze referitoare la dezvoltarea pe viitor a acesteia. Datele oferite de bilanț sunt legate de activele imobilizate și de cele circulante, de stocuri, creanțe, datorii, capital, venituri totale sau cheltuieli totale.

Toate aceste date sunt deosebit de utile în efectuarea unei analize a mediului concurențial în care o companie își desfășoară activitatea, dar și în relația acesteia cu furnizorii, colaboratorii și clienții. Solvabilitatea sau contul de profit și pierdere, precum și fluctuația lor din ultimii ani pot oferi o imagine mai clară asupra partenerilor de afaceri și pot influența, de exemplu, termenii unui contract. Decizia de asociere cu o anumită companie poate fi influențată de datele obținute în urma verificării companiei pe portalul Ministerului Finanțelor.

Site-ul Ministerului Finanțelor din România reprezintă un exemplu elocvent pentru volumul mare de informații la care au acces companiile atunci când analizează mediul în care funcționează. Pe lângă aceste site-uri, care sunt emanația elementului guvernamental, există multe alte website-uri sau platforme, create de actori din mediul privat, accesibile prin intermediul abonamentelor (subscriptions) sau gratuit, care pot fi consultate de cei care își doresc să dețină avantajul competitiv.

De exemplu, fermierii care își doresc să fie profesioniști în ceea ce privește gestionarea propriilor culturi sau analiza culturilor competitorilor au la dispoziție diverși sateliți comerciali, care pot fi ușor de accesat, prin intermediul unor platforme. Imaginile din satelit care erau, în trecut, accesate exclusiv de structurile guvernamentale sunt, acum, și la dispoziția publicului larg. Elocvente în acest sens sunt platformele Sentinel Hub⁴ sau Planet⁵. Acestea oferă utilizatorului posibilitatea de a vizualiza instantaneu datele agricole actuale de la diverși sateliți, utile în analiza evoluției și sănătății culturilor agricole⁶. Folosind aceste tipuri de platforme, fermierii pot să cultive mai eficient și mai profitabil. În același timp, ei pot avea o perspectivă de ansamblu și asupra culturilor competitorilor.

Evoluția tehnologică a transformat și maniera în care pot fi folosite informațiile provenite de la sistemele de comunicații, radar sau de la alte

⁴ <https://www.sentinel-hub.com/explore/eobrowser/>

⁵ <https://www.planet.com/markets/monitoring-for-precision-agriculture/>

⁶ Diferiți actori comerciali au exploatat această oportunitate și au dezvoltat, și la nivelul României, platforme asemănătoare. Un exemplu este platforma ogor.ro.

dispozitive emițătoare de semnale. Colectarea și analiza acestor tipuri de informații sunt specifice domeniului SIGINT – signal intelligence –, dar acum, au devenit, în unele situații, o sursă de informații deschise. Așa au luat naștere platformele online ca: Flight Radar⁷, care monitorizează traficul aerian, sau Marine Traffic⁸, care oferă o imagine cuprinzătoare asupra transporturilor maritime. Serviciile oferite de aceste tipuri de platforme pot fi utilizate de companiile de transport, și nu numai. Prin intermediul lor, acestea pot să optimizeze anumite procese, să-și crească deci profitabilitatea sau să își cunoască mai bine concurența.

Cea mai mare revoluție înregistrată de sursele digitale este cea legată de dezvoltarea rețelelor sociale, ca Facebook, Instagram, LinkedIn sau Tik Tok. Aceste rețele construiesc un mediu în care utilizatorul poate să joace rolul consumatorului de informații sau cel al producătorului de informații. În cadrul acestor spații virtuale, și-au făcut apariția și mai marile sau mai micile afaceri. Pentru a rămâne în dialog cu clienții și pentru a transmite cele mai recente și cele mai relevante informații despre produsele sau despre evoluția afacerilor lor, companiile sunt mai active ca niciodată pe rețelele sociale. Dincolo de elementul de marketing, care oferă o perspectivă clară asupra direcției în care o companie se îndreaptă, clienții acestor companii sau clienții concurenților lor poartă online conversații pe tema experiențelor lor, percepțiilor și dorințelor lor. Aceste conversații oferă răspunsuri la întrebări, feedback în timp real, nefiltrat, care va afecta în mod direct dezvoltarea strategiilor viitoare, oferind, în același timp, o perspectivă clară asupra mediului respectiv de afaceri. Instrumentele de analiză sunt diverse și trebuie folosite de toți cei care își doresc să fie cu un pas înaintea competiției.

Cu toate că beneficiile mediului digital sunt evidente, utilizarea informațiilor din surse deschise presupune și o serie de provocări. Volumul mare de informații disponibile creează uneori probleme. Analistul se poate confrunta cu o serie de blocaje care pot face inefficient procesul și, fără doar și poate, cu o serie de informații fără nicio relevanță. Culegerea de informații se poate transforma astfel într-o perpetuă sumă de descoperiri fără finalitate, care crește efortul uman. Volumul

mare de informații poate produce probleme de supraîncărcare, iar timpul de prelucrare poate să fie unul prea îndelungat.

Concluzii

A acțiunile de culegere a informațiilor se realizează continuu, sunt procese care, odată demarate, trebuie îmbunătățite, actualizate și perfecționate constant, finalitatea fiind reprezentată de strategii, tactici, care și acestea, la rândul lor, sunt procese active, cu un grad major de adaptabilitate.

Informațiile din surse deschise și, cu precădere, informațiile din surse deschise digitale constituie o resursă tactică și strategică esențială care poate contribui la reducerea sau chiar la eliminarea necunoscutului din ecuația cunoașterii nu numai la nivel guvernamental, ci și la nivelul companiilor care înțeleg că trebuie să muncească pentru a fi competitive. Sursele deschise oferă rapid și cu costuri reduse acces la un domeniu vast de informații care își pot dovedi utilitatea strategică operațională sau tactică, oferă un cadru care lărgeste informațiile deja obținute, contribuind la realizarea unei imagini de ansamblu, necesară domeniului intelligence-ului competitiv.

Chiar dacă avantajele primează, nu putem să nu amintim provocările și problemele pe care instrumentele de surse deschise le pot produce comunităților de afaceri. Problemele se pot lega, în principal, de supraîncărcarea rețelelor, de predispoziția la manipulare sau dezinformare și de eventualitatea colectării unor informații incomplet validate care pot dăuna întregului proces. De aceea informațiile oferite de site-ul Ministerului Finanțelor Publice prezintă mai multă credibilitate, fiind o sursă oficială de informare pentru mediul economic (și nu numai) din România. Celelalte tipuri de platforme sunt dinamice (azi există și mâine pot să nu mai existe) și necesită, uneori, cheltuieli suplimentare.

Însă, după cum menționam mai sus, utilizarea unor astfel de instrumente poate contribui într-un mod considerabil la competitivitatea unei afaceri. Cu toate că beneficiile sunt nenumărate, utilizarea exclusivă a acestor platforme nu este suficientă. Ele trebuie plasate într-un context, analizate și interpretate. Folosite doar ca sursă de a obține informații pentru companii, se reușește o constantă punere la curent cu ceea ce se întâmplă în jur și în mediul în care se activează. Însă scopul final nu este acesta, ci ajutarea

⁷ <https://www.flightradar24.com>

⁸ <https://www.marinetraffic.com>



companiei să alcătuiască previziuni și planuri pe termen lung, să devină un lider, un deschizător de drumuri, nu un simplu ”follower”. Ideal este să se obțină un avantaj competitiv pe termen lung, o stabilitate, o evoluție continuă.

Companiile care realizează acțiuni specifice intelligence-ului competitiv sunt nevoite să utilizeze instrumente și metode specifice surselor deschise, pentru a deveni o avangardă în mediul economic globalizat actual.

BIBLIOGRAFIE

- Bean, Hamilton. 2011. *No More Secrets: Open Source Information and the Reshaping of U.S. Intelligence*. Praeger.
- Bernhardt, Douglas. 2003. *Competitive Intelligence: How to Acquire and Use Corporate Intelligence and Counter-Intelligence*. Editor Financial Times Prentice Hall.
- Cavallo, Angelo, Silvia Sanasi, Antonio Ghezzi și Andrea Rangone. 2021. ”Competitive intelligence and strategy formulation: connecting the dots.” *Competitiveness Review* vol. 31 (no. 2): 250-275. doi:<https://doi.org/10.1108/CR-01-2020-0009>.
- Clark, Robert M. 2013. *Intelligence Collection*. Sage Publications.
- Coșea, Mircea. 2006. *Manual de Economie*.
- Dixit, Avinash. 2012. ”Paul Samuelson’s Legacy.” *Annual Review of Economics* 4 (1): 31. doi:<https://doi.org/10.1146/annurev-economics-080511-110957>.
- Harbulot, Christian și Philippe Baumard. 1997. ”Perspective Historique de L’Intelligence Économique.” *Intelligence Économique*. https://www.ege.fr/sites/ege.fr/files/downloads/16.perspective_historique.pdf.
- Ministerul Finanțelor. fără an. „Agenți economici și instituții publice – date de identificare, informații fiscale, bilanțuri.” Accesat 11 noiembrie 2022. <https://mfinante.gov.ro/domenii/informatii-contribuabili/persoane-juridice/info-pj-selectie-dupa-cui>.
- NATO. 2001. ”NATO Open Source Intelligence Handbook.” https://www.academia.edu/4037348/NATO_Open_Source_Intelligence_Handbook.
- Williams, Heather J. și Ilana Blum. 2018. *Defining Second Generation OSINT for the Defense Enterprise*. RAND Corporation.