

ניתוח השוואתי של כישלונות מודיעיניים בתחום הלאומי ובתחום העסקי

(עבודת דוקטורט)
(מנחה: פרופ אורי בר יוסף)

שאלות המחקר

2

- מה ניתן ללמוד מניתוח השוואתי של כשלונות מודיעיניים בתחום העסקי ובתחום הלאומי כדי להעשיר את הבנתנו לגבי הסיבות לכשלונות מודיעיניים בכל אחד משני התחומים?
- מה ניתן ללמוד מניתוח השוואתי של כשלונות מודיעיניים במקרים של הפתעה מרוכזת והפתעה מפוזרת כדי להעשיר את הבנתנו לגבי הסיבות לכשלונות מודיעיניים בכל אחד משני סוגי המקרים?
- כיצד יכול המחקר ההשוואתי של כשלונות מודיעיניים בתחום הלאומי והעסקי ובתבנית המרוכזת והמפוזרת, לתרום לשיפור ההיערכות של מדינות, כלכלות ועסקים להתמודד עם הפתעות אסטרטגיות בתחום הלאומי ובתחום העסקי?

הבחנה בין הפתעה מרוכזת להפתעה מפוזרת

3



מקרי בוחן על פי סוגי ההפתעה וסביבת ההפתעה

4



השערות המחקר

5

- **השערת מחקר מס' 1:** ככל שמדובר ביעד מודיעין יותר מפוזר ופחות מוגדר כך הסיכוי לכשלון מודיעיני גדול יותר.
- **השערת מחקר מס' 2:** הניסיון המצטבר בתחום העסקי ומאפייני פעילות המודיעין המופעל בתחום זה מקטין את הסיכוי להפתעה אסטרטגית מפוזרת יחסית לתחום הלאומי.
- **השערת מחקר מס' 3:** ככל שמדובר בגורמי הערכה לאומיים, הנטייה היא לראות את הדברים בצורה מרוכזת וכך הסיכוי לטעות גדול יותר.

החידוש בעבודת המחקר

6

- החידוש בעבודת המחקר הוא בשני תחומים. התחום האחד הוא בפירוק ההפתעה לשני סוגים: הפתעה מרוכזת והפתעה מפוזרת.
- החידוש בהפתעה המפוזרת הוא כפול. האחד, היותה סוג מסוים של הפתעות אסטרטגיות שבעבר נותחו דרך המסגרת המאפיינת את ההפתעה המרוכזת.
- חידוש נוסף הוא בכך שבד"כ מנתחים את התקלות והקשיים **אצל הגורמים המעריכים** ואילו בעבודה זו בנוסף להסבר החדש של הפתעה מפוזרת, ההבחנה היא שזו גם תוצאה מבעיה של הערכת המוערך ולא של המעריך.

נושאי הלימוד ההדדי של מודיעין לאומי ועסקי

| ממודיעין לאומי למודיעין עסקי | ממודיעין עסקי למודיעין לאומי | פעילות מודיעין |
|---|--|----------------|
| יישום התהליך המודיעיני לפי 'מעגל המודיעין' | שיתוף במידע פנים-ארגוני באמצעות כלי ניהול ידע | מתודולוגיה |
| הגדרת צרכי המודיעין (ציי"ח- ציון ידיעות חשובות) | | תכנון והכוונה |
| זיהוי מוקדם של איומים וגיבוש התרעות (Early Warning) | איסוף מידע גלוי מרשת האינטרנט (OSINT) מדיה חברתית ככלי לניתוח עמדות של קהלים גדולים ושימוש בכלי - Crowd Sourcing ו- Prediction Markets | איסוף |
| כלי לניתוח מידע Analysis Competing Hypothesis (ACH) | ניתוח תרחישים (Scenario analysis) שוקי חיזוי (Prediction Markets) | ניתוח |
| | שיתוף במידע (ראה לעיל מתודולוגיה) | הפצה |
| | מדידת ערך המידע | אחרים |

תודה רבה

אם תמיד תעשה את מה שתמיד עשית, תגיע תמיד רק לאן שהגעת!

אבנר ברנע