

农业企业中竞争情报的应用

李丽梅 (九江学院图书馆, 江西九江 332005)

摘要 通过对竞争情报的概念与特性的阐述, 结合实际, 分析了我国涉农企业对竞争情报的需求; 探讨了在当今社会, 农业情报研究机构关于农业企业竞争情报的服务方向。

关键词 竞争情报; 农业情报; 情报服务

中图分类号 G35 文献标识码 A 文章编号 0517 - 6611(2007) 33 - 10915 - 02

Application of Competitive Intelligence in Agricultural Field

LI Li-mei (Library of Jiujiang College, Jiujiang, Jiangxi 332005)

Abstract In this paper the concept and features of competitive intelligence were expounded, the requirements of our country's agriculture concerning enterprises on the competitive intelligence and connecting with reality were analyzed and some relevant research services practiced by the agricultural information research institutions around agricultural operation strategy were probed into.

Key words Competitive intelligence; Agricultural information; Information service

1 竞争情报的概念及特性

在全球经济一体化和社会信息高度化的今天, 我国企业要想在愈演愈烈的市场竞争中求得生存和发展, 就必须充分利用现代化信息手段。竞争情报于 20 世纪 60 年代末, 来源于商业领域, 80、90 年代以来风靡世界。世界各经济大国高度重视, 现在已是各行各业面对和处理竞争信息时广泛采用的一种新的情报研究方式和手段。

竞争情报(Competitive Intelligence) 简单地说, 就是收集、加工和提供竞争用的信息; 完整一点说, 就是指“一个组织(企业、团体乃至国家) 为了在市场上赢得竞争优势所需求的经过加工的信息”。它是关于竞争环境、竞争对手和竞争策略的信息和研究, 涉及范围包括消费趋势、市场分析、国际市场经济——技术预测、贸易协定等。竞争情报研究不是对某一特定问题的具体回答, 而是反映竞争环境的动态过程。其功能是为企业组织成员评估关键发展趋势, 跟踪正在出现的不连续变化, 把握行业结构的进化, 分析现有和潜在竞争对手的能力及动向, 从而协助企业保持和发展竞争优势, 为企业决策提供科学依据。对企业来讲, 竞争主要表现为企业间争夺消费者、争夺市场份额的无硝烟的战争。俗话说“知己知彼, 百战不殆”, 因而企业竞争情报的搜集与研究对企业、对整个竞争而言都至关重要。

竞争情报属情报这个大概念范畴, 除了具有情报的共同属性外, 其活动还具有一些自身的特性: 一是明确的目的性。指竞争情报活动的目的非常明确, 就是通过收集和利用竞争情报, 使自己在竞争中战胜对手。二是强烈的对抗性和竞争性。指竞争双方在不协助甚至封锁情况或采取反对和竞争措施的情况下收集、了解、分析对手进而确定自己的竞争对策和策略, 以期达到最后战而胜之的目的。三是针对性。指情报活动是针对某个竞争对手的, 针对某个特定的问题的, 既具体又明确。四是及时性和超前性。竞争情报多供决策参考之用, 所以情报的提供必须在决策之前才有现实意义, 过时的情报或提供情报不及时只会造成决策失误或“马后炮”, 没有任何实际意义。五是智能性和增值性。竞争情报

是一项高智力活动, 经过分析和智能化后形成的竞争情报策略是增值了的知识产品, 能为企业带来巨大的经济效益。

2 我国涉农企业竞争情报需求分析

我国涉农企业包括乡镇企业、产业化生产的龙头企业、农资生产企业、农产品加工企业等。随着社会主义市场经济体制的逐步完善和农业产业化的蓬勃发展, 特别是我国加入 WTO 后, 市场竞争日趋激烈, 涉农企业要想在竞争中掌握更多的主动权, 只有掌握更多的竞争情报, 其产品才会在市场中占有更多的份额, 而忽视竞争情报必然导致企业失败。在这方面我国有过许多惨痛的教训。因而, 新形势下涉农企业对竞争情报表现出前所未有的渴望和占有欲, 需求的层次也在不断提高。其需求有“求宽、求准、求新、求快、求精”等特点。他们千方百计收集并研究对手的情况, 制定竞争对策, 以图扩大公司产品在市场上的占有份额。但由于涉农企业本身情报的自我满足能力差, 往往需要外界提供竞争情报支持, 这就为农业情报研究机构开展竞争情报服务提供了施展才华的舞台。涉农企业对竞争情报的需求往往是多方面的、综合性的, 甚至是全方位的, 但又是非常具体的, 包括环境情况、同行业公司企业的状况、现实对手和潜在对手的内情、可开发或即将开发的产品和技术、经营管理之道、市场行情、金融行情、信贷情报以及有关的法律法规, 尤其对市场情报和新产品、新技术情报的需求将更加迫切。服务方式上比较重视非正式渠道信息即零次情报开发。信息来源可以有报刊、广播、电视、会议、市场调查、客户反映、合作者意见等多种渠道, 今后会增加网络信息、专业咨询、战略研究咨询、聘用企业首席信息主管等新方式。由于涉农企业相对资金充足, 生产集中, 需求目的明确, 情报消费投入产出高, 眼光长远, 所以只要情报质量高, 服务周到, 他们就舍得花钱, 买卖关系易于巩固, 这也成为农业情报研究机构的一个重要的经济增长点。

3 竞争情报在农业领域中的应用

既然涉农企业对竞争情报有着强烈的需求, 那么, 农业情报研究机构就应当围绕企业经营战略做好竞争情报的有关研究服务。目前, 在我国农业领域开展竞争情报服务的还不多。对农业情报研究机构而言, 这仍是一个新的服务领域, 发展潜力很大。可喜的是, 一些农业情报研究机构在这

作者简介 李丽梅(1964 -), 女, 江苏江都人, 馆员, 从事图书馆图书资料、情报方面的研究。

收稿日期 2007-07-19

方面已做了有益的尝试。

3.1 竞争情报的预测研究服务 收集与企业生存兴衰密切相关的市场需求变化和发展趋势的竞争情报,并对其进行研究分析,为企业更好地适应市场竞争,提供有关国内外市场最新动向、经营策略等的预测性服务。美国“红提”葡萄是当今世界晚熟耐贮品种中的名牌产品,是国际市场上最具竞争力的鲜食葡萄品种。由于我国现行的鲜食葡萄品种大都存在耐贮运性差的缺点和鲜贮技术滞后等问题,所以在近年来的国内冬春季节的鲜食市场上,特别是黄河以南的南方市场,几乎是美国和智利产品一统天下。国家每年仅进口“红提”葡萄一项,就需耗资60亿元。天津市农科院有关领导与专家认为,在我国适宜生态区开发这一品种,对改善和调整我国水果,特别是鲜食葡萄的品种结构,扭转我国葡萄在出口市场的滑坡和进口方面的被动局面,节省外汇,具有一定的竞争意义和经济战略意义。

3.2 竞争情报的竞争研究服务 收集与企业发展有关的竞争态势、竞争对手、竞争环境和竞争风险等情报,并对其进行研究分析,为企业创名牌产品与更好地占领市场服务。农业产业化是以市场化、社会化和集约化为特征的农业纵向一体化过程。它要求决策者必须掌握市场动向、供求状况、消费趋势、技术与产品水平、竞争对手的实力和情况、竞争环境、竞争策略、有关法律法规等与竞争有关的大量信息,才能科学而正确地进行决策。四川省农科院情报所在实际工作中以3种方式为企业用户提供服务:一是非正式或口头交流。该方式使用频率较高,并且与企业的合作大多是以这种形式开始的。二是定点服务或定题服务。该所与企业长期合作,成为企业的智囊团,不仅当好决策参谋,而且还配合抓决策实施,或接受企业委托,作专项咨询,如竞争对手财务信息的收集和分析,本行业专利情报分析,企业的经营危机战略分析等。三是协助企业建立竞争情报系统。企业达到一定规模后,必须建立内部竞争情报系统。可以从竞争情报人员、设备、软件和管理等方面进行综合服务,帮助确定企业的信息需求明细并建立网络,设计计算机辅助竞争情报系统,定期发布竞争情报信息等。目前,他们已帮助四川省乐至县种子分公司建立了网络系统,包括规划、设计、施工、安装调试、人员培训等内容。

3.3 竞争情报的决策情报服务 竞争情报服务离不开决策情报服务,这与情报的功能有关,它为决策者搜集、分析和传递有关组织外部环境的信息。如河南省粮油外贸公司欲向日本、韩国出口血粉制品,急需了解日本、韩国血粉制品的市场情况。河南省农科院情报所在接受这一委托后,通过信息的收集整理,得知日本、韩国的血粉制品主要是花卉肥料,而且供大于求,而我国血粉制品主要是人用医药、畜禽饲料、大田肥料,这些制品在日本、韩国几乎没有市场。得到了上述咨询资料后,该公司放弃了向日本、韩国出口血粉制品的外贸项目。这一市场咨询为该公司挽回了一个即将盲目立项的出口项目,避免了经济损失。

3.4 竞争情报的开发研究服务 收集与企业有关的新产品、新技术、设备改造和引进项目等竞争情报,并对其进行研究分析,为企业做好牵线搭桥、产品开发、市场导向等开发性

服务。1996年,山西省农科院情报所承担了首批“全国科教兴村计划”试点忻州北赵村的组织实施工作。位于该村的忻州华龙集团公司想采购一套冷库设备,希望农科院情报所能提供帮助。驻点科技人员通过对因特网、中国学术光盘和其他相关杂志等的检索查阅,并实地考察,了解和掌握了大量国内外有关冷冻设备的生产、销售及用户意见反馈情报,经过整理分析,及时向用户提供了分析结果和参考意见。该公司对进口、国产设备的性能、价格等因素做了充分比较,最后放弃了从日本进口设备,选择了大连冷冻设备厂的产品。仅此一项,节约资金40余万元,投产一年来,产生了明显的经济效益。

4 探讨

4.1 树立竞争情报的意识 资本、技术、人才被认为是创造竞争力的核心资源。如今,在知识经济时代,有一种观点认为,竞争情报已成为第四核心竞争力。我国发展竞争情报产业必须从国家、地区、企业(团体)三级层面予以规划。农业行业发展竞争情报研究,首先要把竞争情报列入农业发展战略,设立专门的机构和人员,并在经费、研究方向和课题上给予扶持。

4.2 要促使情报在农业企业中的流转和共享 目前,许多情况下农业企业有“情报孤岛”现象,即A部门需要的情报却存在于B部门中,企业由此造成巨大的损失。所以构建企业竞争情报系统,拓展企业竞争情报业务必须从农业企业内部着手。调动全体员工的情报热情,以农业专职信息机构为核心,以农业企业生产经营各部及各类人员为外围,形成一种全员信息工作的管理模式。利用网络收集、处理和存储企业所需的各种信息,提供给决策者及一般人员查询使用,使得情报在整个流程中得到完整且正确的传播。

4.3 加强国外重大政策和高科技技术的收集 为政府决策提供智力支撑,起到智囊和思想库的作用。为国家提供世界农业发达国家的农业政策、发展趋势及与农业科技相关的信息资源,这些资源大多是与国家经济和农业科技发展相关的战略资源,为农业科技发展提供更多的发展机遇。

4.4 人才培养 开展农业竞争情报研究,要求情报服务人员具备一定深度和广度的情报及农业专业知识,掌握相关的现代信息技术,具备二次文献开发和建设的能力。否则在网络环境下,将难以进行信息筛选和评价工作。当前,从事农业竞争情报工作的人员很少,可以采取聘用新人和鼓励在职进修等方式加快专业队伍的建设,提高农业竞争情报服务水平。

总之,竞争情报是随着经营环境全球化的发展而产生的,是企业、公司甚至国家在激烈的国际竞争中生存和发展的生命线,每一个从事科技信息的工作人员都应清醒地认识到这一点,并加强研究,为国家经济建设做出贡献。

参考文献

- [1] 许向路. 农业科技协作中的竞争情报应用[J]. 情报杂志,1999,18(5):63-64.
- [2] 胡海燕,薛喜梅. 农业情报用户需求变化特征与对策研究[J]. 情报杂志,1999,18(4):67-69.
- [3] 冀宪武,赵永胜. 浅析竞争情报在农业领域中的应用[J]. 科技情报开发与经济,2003,13(3):30-31.
- [4] 王翠君. 浅谈我国竞争情报的发展概况[J]. 农业图书情报学刊,2006,18(5):82-84.