

竞争情报网络系统在酿酒企业中的运作

乐 扬

(贵州省人民医院, 贵州 贵阳 550002)

摘 要: “竞争情报”是指企业为了提高竞争能力、战胜竞争对手而展开的关于竞争对手、竞争环境、竞争策略的信息收集、分析及研究。一个完善的企业竞争情报网络系统一般应由竞争情报收集子系统、竞争情报分析研究子系统、竞争情报服务子系统、反竞争情报子系统 4 个功能模块组成。竞争情报网络系统的运作流程包括 7 个步骤: 调研、采集、处理协调、组织排序、情报配置、情报报警与信息反馈与处理。新时期的酿酒企业要取得更大的辉煌, 需要建立一个适合企业发展的竞争情报网络系统。

关键词: 企业管理; 酿酒企业; 竞争情报; 网络系统; 信息管理

中图分类号: TS26 F27; G35

文献标识码: D

文章编号: 1001-9286(2004)04-0103-02

Operation of Competitive Intelligence Network System in Liquor-making Enterprises

YUE Yang

(Guizhou Provincial People's Hospital, Guiyang, Guizhou 550002, China)

Abstract: The theory of competitive intelligence refers that the enterprise is involved in information collection and analysis on marketing opponents, competitive environments and competitive strategy in order to improve enterprise competitiveness and beat opponents. A sound enterprise competitive intelligence network system generally covers four functional modules including competitive intelligence collection subsystem, competitive intelligence analysis subsystem, competitive intelligence service subsystem and counterintelligence subsystem. The network operates as the following seven procedures: investigation, collection, treatment, organization, allocation, warning and information feedback. Under new backgrounds, liquor-making enterprises should establish proper competitive intelligence network system for better development.

Key words: enterprises management; liquor-making enterprises; competitive intelligence; network system; information management

知识经济时代, 对酿酒企业而言, 企业的竞争优势已不完全是传统意义上的资源优势和资金优势, 还包括技术优势和管理优势在内的知识资本。企业竞争已发展到创新能力和创新机制的竞争, 而创新能力和创新机制的竞争又取决于企业占有的信息、知识和情报及其利用。随着酿酒企业之间的竞争越演越烈, 竞争情报网络系统的实现对于强化酿酒企业知识资本的占有和利用, 提升酿酒企业核心竞争力, 促进企业赢得竞争优势的作用也将日益突出。

1 竞争情报的概念

“竞争情报 (Competitive Intelligence) 是指企业为了提高竞争能力、战胜竞争对手而展开的关于竞争对手、竞争环境、竞争策略的信息收集、分析及研究, 它表征了一个企业感知外部环境变化并做出反应, 使之更好地适应环境变化的能力, 即情报能力和对策能力^[1]。从市场角度来考察, 竞争情报是以研究竞争对手和竞争策略为主要内容, 以获取关于竞争对手的优势、弱势、意图以及预测竞争机会和威胁为目的的一项高智力、知识和技术密集型的活动, 它是竞争情报机构、企划、营销等部门和智囊机构智慧的结晶, 经过分析、处理、智能化形成的竞争情报、行动策略和方案是高附加值的知识产品, 为企业的经营决策提供支持, 能给企业带来巨大的经济效益, 所以不能为第三方共享。因此, 现代酿酒企业都应该具备一

个专门负责此项业务的战略信息系统——竞争情报系统。基于网络环境的竞争情报系统——竞争情报网络系统是围绕企业的经营战略目标, 以现代信息技术 (尤其是网络技术) 为主要手段, 对企业内部和外部的竞争要素、竞争环境以及竞争对手的信息进行收集、存储、处理与分析研究的新一代综合性信息系统。该系统既为酿酒企业各部门之间、酿酒企业与合作伙伴 (如供应商、上下游厂商或相关企业及客户) 之间的密切协作提供了全新的信息交流环境, 又可根据企业战略目标和竞争环境的变化对企业内外资源及要素进行重新组合, 从而使企业组织结构的动态调整成为可能。作为一个企业管理子系统, 竞争情报系统的建立使组织成员摆脱部门、组织、时空以及计算机本身的束缚, 打破条款分割和自上而下的垂直管理模式, 通过企业内外信息资源的交流与共享, 真正实现以企业战略目标和用户需求为核心的协作, 提高企业对竞争环境的响应效率, 为企业运营提供强有力的情报服务和支持。

2 企业竞争情报网络系统的组成

一个完善的企业竞争情报网络系统一般应有竞争情报收集子系统、竞争情报分析研究子系统、竞争情报服务子系统、反竞争情报子系统 4 个功能模块组成^[2]。

竞争情报收集子系统的主要任务是将从内联网、外联网、因特

收稿日期: 2004-05-12

作者简介: 乐扬 (1976-), 男, 贵州毕节人, 大学, 发表论文数篇。

网、二次文献出版物以及借助人际网络获取的有关企业自身、竞争对手、合作伙伴、市场状况和宏观环境的各类零碎、无序、格式各异的信息经统一、规范后剔除冗余信息和各类虚假的、不合逻辑的失真信息,借助信息分类导航系统将敏感信息按主题存储到竞争信息数据库中。

竞争情报分析研究子系统是竞争情报网络系统的核心,其主要功能是根据企业竞争目标、借助现代信息处理技术(在先分析处理技术、数据挖掘技术、知识库系统)和各种分析方法(如回归分析、相关分析、时间序列分析、SWOT 分析、定标比超等)围绕企业竞争战略的关键因素从竞争信息数据库和企业 MIS 数据库中抽取与竞争情报目标相关的敏感信息进行检验、整理和重组,使其有序化、系统化、层次化,以获得更多、更有价值的竞争情报并将之存储在竞争情报数据库中,通过向用户提供统一、协调、集成的信息环境支持企业的经营决策,增强企业对竞争环境变化的快速反应能力^[3]。

竞争情报服务子系统的主要功能是根据情报分析人员、决策者以及企业其他人员的信息需求动态地创建各类分析报告,并以适当的方式将它们传递给用户。

反竞争情报是企业情报活动的重要部分,特别是在网络环境下,低估竞争对手的情报收集能力,忽视竞争对手的情报活动,势必会导致企业失去客户,失去市场,最终失去竞争优势。反竞争情报子系统的主要任务是评估对手的竞争情报能力与自身薄弱环节,确定防范对象和情报保护要求,通过预先采取措施,抵消竞争对手的情报收集活动,保障企业秘密和正常运营。

3 企业竞争情报网络系统的运作流程

酿酒企业竞争情报网络系统流程图见图 1。

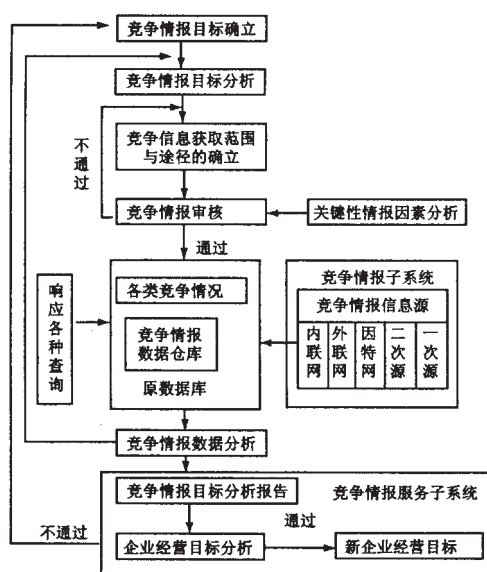


图 1 竞争情报网络系统的运作流程

图 1 是竞争情报网络系统的运作流程,该系统运行步骤归纳如下:

3.1 情报研究与管理人员调研用户信息需求,锁定竞争情报目标,并依据该目标进行系统信息源、信息渠道、信息需求的分析与

优化。

3.2 根据用户信息需求进行有针对性的信息资源采集,并经初步加工后输入竞争信息数据库。信息采集要力求全面、精确、及时。

3.3 信息资源组织处理与协调,包括信息深加工与组织、资源建设与协调等,从而使原始信息资源有序化、系统化。

3.4 按照相应的情报评价标准进行基于专家网络的信息分析评价和更高层次的组织排序(如统计分析、相关性分析、综合评价与精炼等),并根据企业经营目标评估企业竞争力。

3.5 情报配置,包括常规情报的发布与配送、情报报告和预案准备等。

3.6 情报报警,向相关部门和用户发出相应的报警信息,提供决策支持。

3.7 信息反馈与处理,即根据用户反馈的信息调整竞争情报目标,进行情报再分析。

4 当前竞争情报网络系统在酿酒企业中的运用分析

作为一个决策支持系统,竞争情报网络系统在某一时期内不可能作到面面俱到,因此要根据酿酒企业具体的经营目标确立情报工作的重点。当企业经营目标的重点是维持并拓展已有产品的市场,获取稳定成长的利润时,竞争情报工作的重点应放在监控竞争对手的市场运作,防范新的市场入侵者;跟踪替代品、互补品的市场信息以及供应商、分销商的市场行为。当企业经营目标的重点是开发新产品,创造新的赢利增长点,开拓新的市场空间时,竞争情报工作应着重调查用户需求及偏好;收集来自经常与市场打交道的营销部门、分销商的产品信息;根据研发部门的需求,提供情报支持,追踪竞争对手的新品研发信息和科技热点;了解新产品的市场需求、技术含量和市场价格。当企业要进行大的战略规划或经营战略调整时,竞争情报工作的重点就必须放在企业竞争力的评估方面;分析研究本行业、目标行业的发展现状和趋势,目标国家或地区的宏观环境信息等能够为企业战略规划或战略决策提供支持的竞争情报方面。

竞争情报网络系统的运作既涉及到技术因素,又涉及到各种人为因素,关系到企业运作的各部门、各环节,其管理主要是通过实施情报主管机制来对企业竞争情报工作的全程进行全面系统的管理^[4]。情报主管可下设技术保障部和竞争情报部两个部门。技术保障部主要负责竞争情报网络系统具有技术倾向的硬系统、硬结构,包括设备维护、信息网络系统的规划、设计和配置,新技术的开发与采用及人员培训等,确保竞争情报网络系统的安全、畅通。竞争情报部具体负责 4 个子系统的运作,进行情报的收集、存储、分析研究、服务等。由于相对传统工业而言,竞争情报网络系统尚无成功先例,每个企业只有根据企业自身发展需求,积极探索,建立一个适合企业自身发展的情报网络系统。

参考文献:

- [1] 陈硖,译.导入企业竞争情报[M].北京:北京大学企业研究中心出版社,2003.
- [2] JOHN E.PRESCOTT,董小英译.论企业竞争情报系统的建立与服务[J].企业信息化人员,2002(6):121-123.
- [3] 乌家培,秦海清.竞争信息和企业战略[J].中国工业经济,1995(12):472-473.
- [4] 曹建勋,张曼.关于发展企业竞争业务的思考[J].管理信息系统,1995,(1):14-17.