

# 医药企业信息需求及咨询服务利用情况调查研究

吕少妮

吴大伟

巩永强 任淑敏

(济宁医学院 日照 276826)

(南昌大学管理学院 南昌 330000)

(济宁医学院 日照 276826)

〔摘要〕 对济宁市部分医药企业的信息需求及咨询服务利用情况进行调查与分析,包括企业规模、对信息认知及需求类型、信息获取途径及障碍、对免费咨询服务及咨询公司的利用、信息满足度等,以期为医药企业更好地获取信息提供参考。

〔关键词〕 医药企业;信息需求;咨询服务;信息获取

〔中图分类号〕 R-056 〔文献标识码〕 A 〔DOI〕 10.3969/j.issn.1673-6036.2018.12.012

## Survey and Study on Requirements of Pharmaceutical Enterprises for Information and Utilization Status of Consulting Services

LV Shaoni, Jining Medical University, Rizhao 276826, China; WU Dawei, School of Management, Nanchang University, Nanchang 330000, China; GONG Yongqiang, REN Shumin, Jining Medical University, Rizhao 276826, China

〔Abstract〕 The survey and analysis of requirements of some pharmaceutical enterprises in Jining City for information and their utilization of consulting services has been implemented, including scale of enterprise, cognition about information and types of requirements, accesses to information and the obstacles in them, utilization of free consulting services and consulting companies, as well as information satisfaction degree, etc., in the hope that it could provide references for better information acquisition of pharmaceutical enterprises.

〔Keywords〕 pharmaceutical enterprises; requirements of information; consulting services; information access

## 1 引言

随着市场经济的发展和信息时代的到来,蕴含市场态势的各方面信息在企业竞争中越发重要,企业对于信息的掌控很大程度上决定其在市场竞争中的成败,因此企业对信息的需求与依赖越来越强烈。通常企业需求信息包括宏观、行业、竞争对手、企业自身信息等<sup>[1]</sup>,不同类型与规模的企业对

信息的需求侧重有所不同,大型企业更侧重行业动态、技术前沿、标准与专利等<sup>[2]</sup>,而中小型企业则更侧重技术、项目、市场、人才信息等<sup>[3]</sup>。为迎合企业信息需求,咨询与调研等服务行业应运而生,服务方式多样化并不断细化,使得部分企业的信息需求得到很大满足。同时国家、省、市级公共图书馆等传统信息服务部门发起免费的联合参考咨询服务,为社会提供无偿知识咨询与合作服务,也可为企业所利用。医药是关系国计民生的特殊行业,医药企业一直在济宁占据着举足轻重的地位,其中不乏山东鲁抗医药集团有限公司等大型企业,以及辰欣药业股份有限公司等国家级高新技术企业。本文以济宁市医药企业为研究对象,深入研究不同规模

〔修回日期〕 2018-08-03

〔作者简介〕 吕少妮,讲师,发表论文 20 余篇;通讯作者:任淑敏,馆长,教授。

医药企业信息的认知、需求类型、获取方式、满足度以及内外情报咨询系统的选择等,以期了解现状与问题,为医药企业的发展提供更好的信息支持与信息保障。

## 2 数据来源与研究方法

本次调查时间为 2018 年 4 月 25 日 - 5 月 5 日,调查范围是济宁市所有区县的约 120 家医药企业,以济宁市食品药品监督管理局提供的样本数据为基础,因企业规模数据不详,采用简单随机抽样方法,从中选取 100 家符合条件的调查对象,主要采用纸质问卷、问卷星网上问卷相结合的方式,对鲁抗医药、广联医药等少数药企进行走访,除部分企业因业务繁忙或其他未知原因选择拒绝或不回复外,共回收有效样本 76 个,有效响应率为 76%。调查问卷的设置以客观选择题为主,结合 1 道主观简答题,较全面地涵盖药企信息需求与咨询服务的利用情况。

## 3 调查结果统计与分析

### 3.1 企业规模

根据国家统计局最新印发的《统计上大中小微型企业划分办法(2017)》<sup>[4]</sup>,按照工业型企业人数规模划分企业规模,对样本企业人数规模进行的调查结果显示微型药企 14 家,占 18.42%;小型药企 52 家,占 68.42%;中型药企 7 家,占 9.21%;而大型药企仅 3 家,占 3.95%。济宁市小型药企居多,本调查涵盖 4 种规模的医药企业,具有较好的代表性。

### 3.2 企业信息认知与需求

3.2.1 企业对信息的重视程度 每家企业都有自身的发展方向和重点,需求的资源也会有所差别,对企业资源需求类型的调查结果,见图 1。基本上每家企业都有对人才的需求,超过半数企业也表现出对信息的重视和需求,说明信息资源的重要程度已经在大部分企业中被提升到较高的位置。同时调

查发现 68.42% 的医药企业已设置信息部门,31.58% 的企业无任何信息管理部门,原因在于企业对信息的不重视或是企业规模的限制,但从统计数据可以看出在信息时代信息部门的设置已经是大势所趋。

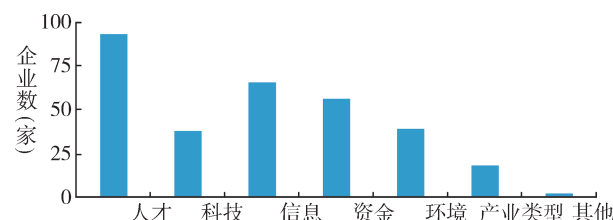


图 1 企业资源需求类型

3.2.2 企业信息需求类型 医药企业的信息需求呈现多样化趋势,调查发现信息需求包括市场交易信息(72.37%)、人才信息(68.42%)、政策法规信息(64.47%)、行业内部动态信息(46.05%)、技术信息(42.11%)、研发信息(34.21%)、竞争对手信息(26.32%)。可知各类信息需求较为均衡,企业在将来的竞争活动中对信息的需求是全方面和综合性的。企业信息需求分类,见图 2。可以看出市场交易信息虽然有最大的需求,但调查的 3 家大型企业均未选择,而基本都选择人才、研发、技术和政策法规信息,说明当企业发展到一定规模,其重心会从对市场中信息的依赖转移到自身硬实力的发展上来。而中型企业最感兴趣的是政策法规信息,只有 1 家未选择该种信息,政府的政策历来是企业发展的风向标,对企业的经营有重要指导意义<sup>[5]</sup>,企业发展至中型已面临瓶颈,要以单纯的市场和营销手段去追赶大型企业或甩开同等规模中型企业已不现实,需要从当今政策的风向开发出新的商机才能实现大的飞跃。小型和微型企业对研发和技术信息普遍不感兴趣,缺乏创新精神,应认真反思这种情况出现的原因,结合自身实际情况,提高创新意识。在企业需要的医药信息类型调查中目前最急需的 3 种类型是临床用药信息(80.26%)、药物报道信息(65.79%)、新药临床试验信息(51.32%)。临床用药信息反映临床药品需求与药物市场占有情况,是企业最急需的信息;药物报道信息可以使企业快速了解药物行情,指导

企业进行决策和实践；新药临床试验阶段是药品研发失败率最高的阶段，也是周期最长和投入最高的阶段<sup>[6]</sup>，其信息多为中型或大型企业所需，提供当今世界最新的研发资讯，帮助分析市场行情和未来药物发展方向，为研发部门提供新产品的借鉴，激发灵感。

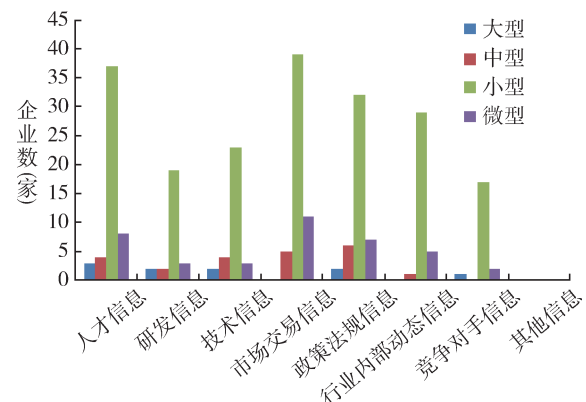


图2 企业信息需求分层

3.3 企业信息获取

3.3.1 途径 对企业获取信息途径的调查显示，行业交流会和交流平台（94.74%）、互联网或搜索引擎中（81.58%）、公司员工、业务员中反馈（68.42%）、咨询专门的信息服务机构（48.68%）使用较多，而传统的公共和大学图书馆中查询（25%）以及企业资料库（30.25%）是最少使用的。企业信息获取途径分层，见图3。

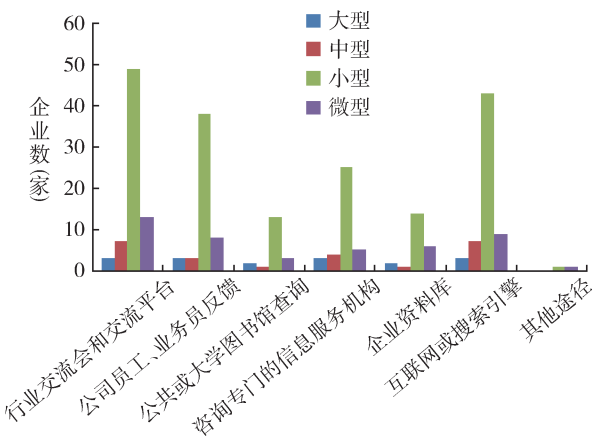


图3 企业信息获取途径分层

值得注意的是大型企业对从图书馆中查询和从企业资料库中获得两种传统途径较为青睐。通过分

层分析发现每一项均有 3 家大型企业中的两家选择，说明传统信息获取途径不可被完全否定。另外大型企业更加注重咨询专门的信息服务机构，美国约 75% 的企业会向咨询服务公司请教，世界 500 强企业中 50% 有长期合作的著名咨询公司，在这点上应尽量向发达国家和大企业看齐，小、微企业在条件允许情况下可多参考咨询服务行业的意见，有利于实现自身突破。

3.3.2 障碍 在信息时代信息资源越来越丰富，但信息的获取存在各种障碍。企业信息获取障碍分层，见图4。人才的缺乏依然是当今最严峻的课题，而在信息获取障碍方面也表现的尤为突出，缺少专职信息分析人才（84.21%）成为影响企业信息获取的最大障碍。其次分别是信息分析工具的缺乏（63.16%）、专项资金缺乏（47.37%）和咨询服务行业提供的信息质量低（47.37%）。高水平信息分析人才与有效信息分析工具的缺乏需要国家设置专门的信息分析人才培养基地，顺应时代发展潮流，培养适应时代发展的信息专业人才，开发适合处理中文信息的分析工具。此外我国咨询服务行业起步较晚，特别是一些小型咨询服务公司很难满足大型企业的需要，国家应加大对咨询服务公司的扶持力度，促进整个咨询服务行业发展，为其他行业收集更有价值的信息，有助于其他行业的发展。

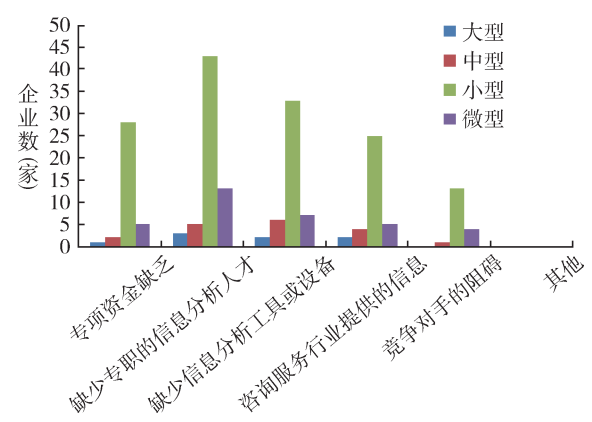


图4 企业信息获取障碍分层

有 23.68% 的企业选择竞争对手的阻碍是信息获取的障碍，分层统计数据显示大、中型企业中只有 1 家中型企业存在这种情况，绝大多数出现在小、微企业，这从侧面显示出企业间竞争对手互相

造成的障碍是阻碍小、微企业发展的一个重要原因。在高科技领域尤其是制药产业,竞争情报活动屡见不鲜,而在传统的理念中竞争情报重视的是基于进攻或防御的活动,这就难免使企业间产生摩擦,而国外研究表明竞争情报开始越来越多地被用于加强合作,使用其他公司的信息资源,同时与合作伙伴分享在竞争情报中获得的知识,从而达到改进自身和发展开放式创新的目的<sup>[7]</sup>,因此企业之间应尽量避免互相制约的情况,尽可能寻找双方的利益契合点,求同存异,互利共赢才是双方企业健康发展最有利的方式。

**3.3.3 企业信息投资** 企业对信息不仅有数量的需求,质量上也有更高的要求,需要更优秀的人才和更先进的技术设备来应对这种情况,才能为企业挖掘出更准确、更高价值和具有时效性的信息<sup>[8]</sup>。虽然大部分企业都设置信息分析部门,但部门配置和人员质量参差不齐。关于企业对人才的信息投资调查显示,42.11%的企业不愿意投资,28.95%的企业只愿投入较低资金,仅有27.63%的企业愿意花费较高资金进行人才培养。对企业是否愿意引进高端信息分析工具的调查,得到的调查结果类似。这其实是一种令人堪忧的社会投资现象,信息分析人才的培养是一种长期投资战略<sup>[9]</sup>,其回报速度虽然较为缓慢,但是却能提升信息处理效果,满足企业信息需求,在与同等规模企业的竞争中占得先机。

**3.3.4 企业对免费咨询服务的利用** 联合参考咨询服务是实现资源、服务、专家共享的一种信息服务方式<sup>[10]</sup>。在2001年我国就已相继开通多个联合参考咨询知识服务系统。调查数据显示76家企业中75家都表示愿意使用免费的联合参考咨询服务,比例高达98.68%。但实际利用情况却不理想。企业使用的联合参考咨询知识服务分层,见图5。目前接近半数的企业实际未使用过,甚至3家大型企业中的两家均未用过,而14家微型企业中只有4家用过,这一方面体现出现代企业对社会参考咨询服务的不重视,另一方面也体现出国家政策对免费联合参考咨询知识服务的宣传不到位,致使很多企业不知道此类信息获取途径。使用过的参考

咨询服务系统以省级联合在线咨询最多,也有使用市级单一馆咨询服务的情况。

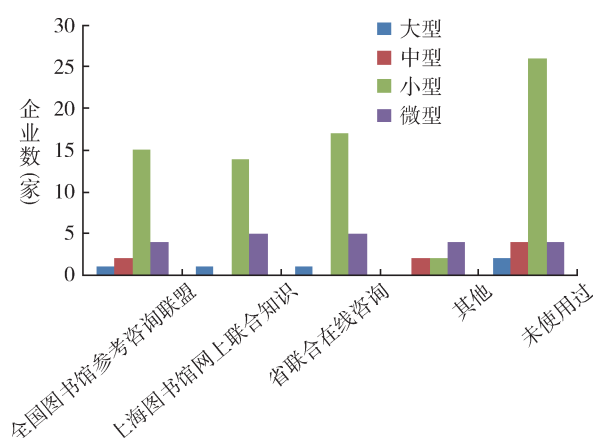


图5 企业使用的联合参考咨询知识服务分层

**3.3.5 企业对咨询服务公司的利用** 调查表明90.76%的企业愿意信息专家的介入,9.21%的企业选择拒绝;合作时,61.84%的企业表示会部分告知自身隐私或商业机密,以便其做出决策,22.37%的企业表示不会告知,15.79%的企业表示全部告知,以便咨询服务公司做出最佳决策;对咨询服务公司提供的信息,10.53%的企业表示完全信任,36.84%的企业表示大部分信任,52.63%的企业仅做简单参考。说明绝大多数企业为得到更好的信息咨询服务允许个别外来人员参与企业决策,且大部分企业愿意主动提供公司详细情况配合咨询公司,但对咨询公司提供的信息存在质疑。我国咨询服务行业起步较晚,其信息分析水平和质量自然与国外的咨询服务行业存在一定差距,很可能无法满足部分企业对信息分析的需求。国外研究显示信息质量与咨询服务提供者的领导水平、服务方式和技术等有很大关系<sup>[11]</sup>,需要从多途径入手提升咨询服务质量。

### 3.4 企业信息需求满足度

调查结果显示,超过一半的企业表示当前的信息需求尚未得到满足(53.95%)。企业信息需求满足情况分层,见图6。大、中型企业中除1家中型企业选择已得到满足外,其余均选择尚未得到满足。3.95%的企业表示完全不能满足,而已得到很



好满足和基本满足的企业加起来还不到40%，说明获取不到充足信息已经是企业的一种常态，是当前亟需解决的难题。从企业角度，需要将满足信息需求提升到更高的重视程度。

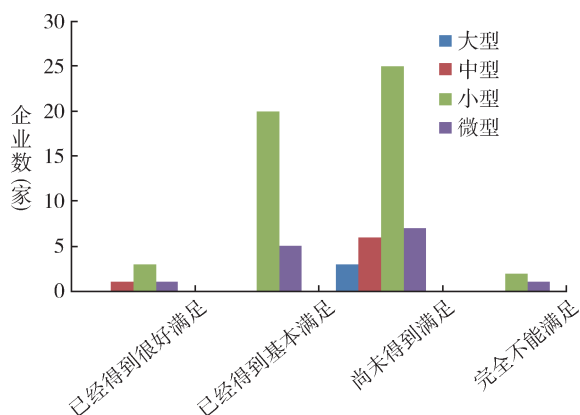


图6 企业信息需求满足情况分层

### 3.5 企业内外情报咨询系统选择

对于“企业进行信息搜集和分析时，应该更多地依靠内部情报系统还是更多地向外部咨询服务行业求助？”，调查结果显示52.63%选择内外兼用，27.63%选择外部咨询服务机构，19.73%表示只用内部自身情报系统。选择外部咨询服务的企业陈述的理由中，有些企业表示“尚未建立自身信息分析部门，因此只能使用外部咨询机构”，有些表示“外部咨询机构能提供一个客观的信息分析角度，有很大的参考价值”，而选择自身情报分析系统的企业多未陈述理由，可能与资金等原因有关。相关研究表明随着信息技术的进步，获得跨企业边界的外部知识已经是创新的关键来源，企业必须培养吸收外部知识的能力，从而提升竞争力<sup>[12]</sup>。总之企业对外部咨询服务的利用已经成为大部分企业决策和创新不可或缺的一部分。

## 4 结论

本次调查济宁市的医药企业以小企业为主，接近70%的企业设有信息分析部门且超过半数的企业存在信息需求的情况，显示出医药企业信息需求的普遍性，这与其他行业研究结果相类似<sup>[13]</sup>。医药企

业最需要的3种信息是市场交易、人才、政策法规信息，医药信息中对临床用药信息需求最大。信息获取的途径多种多样，新时代以互联网为基础的途径开始占据主流，而传统途径的使用频率明显偏低，已经无法满足快节奏的信息需求。人才的缺乏是目前阻碍大多数企业信息获取的最大难题，也是企业最难克服的问题。接近60%的企业信息需求未得到满足，其原因除上文提到的信息获取方面的硬性困难外，企业自身的错误观念和方法也严重影响信息的获取，如过度依赖自身内部情报系统，对咨询服务公司的不信任，以及没有充分使用社会提供的免费联合参考咨询知识服务等。从调查结果中发现有些得到的统计数据与预想差别较大，如信息获取时的最大障碍并不是专项资金不足，而是信息人才的短缺；对免费咨询服务有使用意愿而实际了解与利用非常少等。

企业应正视这些问题，找出适合自身的发展对策，建议如下：一是提高对信息资源的重视程度，在此基础上重视对信息分析部门的建设，如果没有条件建设信息分析部门，则需要充分利用外部方式如咨询服务行业、外包等方法获取所需信息，提高竞争情报意识，从而提高企业的竞争地位和增加市场份额<sup>[14]</sup>。二是多途径获取、利用信息，如从消费者的产品评论中获取竞争对手信息<sup>[15]</sup>等，应放宽眼界，适当加强信息投资，特别是对信息分析人才的培养和引进，跳出信息分析人才缺乏却不愿投资改善的恶性循环，尽可能地培养出适合企业自身的信息分析专业人才。三是对于小微企业缺乏创新精神的情况不能一概而论，由于其自身规模和资源条件的限制，在获取外部资源和进行创新发展时往往有心无力，需要主动获取多方面的引导和资助<sup>[16]</sup>。四是企业应加强了解和利用各种外部信息咨询服务，在信息保障措施实施到位的前提下给予咨询服务机构足够信任，由其提供参考和决策咨询服务。

### 参考文献

- 1 龙波. 企业信息需求与统计数据创新 [J]. 环球市场, 2016 (12): 39.
- 2 王庆红, 王迪. 大型国有电网企业用户情报需求内容分

- 析 [J]. 信息资源管理学报, 2013 (4): 14 - 25.
- 3 王厚全. 科技型中小微企业信息需求及对策简析——以中关村为例 [J]. 情报工程, 2015, 1 (3): 110 - 115.
- 4 中华人民共和国国家统计局. 统计标准 [EB/OL]. [2018 - 01 - 03]. [http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjbz/201801/t20180103\\_1569357.html](http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjbz/201801/t20180103_1569357.html).
- 5 李刚, 沈琴, 米海燕. 面向中小企业需求的信息服务探索 [J]. 常州工学院学报, 2011, 24 (6): 76 - 79.
- 6 陈龙, 张秀梅, 蒋勇青. 生物制药企业竞争情报及需求分析 [J]. 医学信息学杂志, 2014, 35 (10): 44 - 48.
- 7 Fernández - Arias, Quevedo - Cano, Hidalgo. Relevance of the Competitive Intelligence Process on the Spanish Pharmaceutical Companies [J]. Brazilian Journal of Operations & Production Management, 2017, 14 (1): 112 - 117.
- 8 Kun S. Enterprise Competitive Intelligence System Research Based on Data Mining Technology [J]. Applied Mechanics & Materials, 2014, 651 (653): 1562 - 1565.
- 9 贾晓彦. 顺德中小企业信息需求的调查研究 [J]. 山东图书馆学刊, 2012 (5): 55 - 57.
- 10 杜亮, 朱广智. 我国参考咨询服务的变革——从传统参考咨询到知识咨询 [J]. 图书情报导刊, 2013, 23 (18): 157 - 160.
- 11 John Qi Dong, Chia - Han Yang. Information Technology and Organizational Learning in Knowledge Alliances and Networks: evidence from U. S. pharmaceutical industry [J]. Information & Management, 2015, 52 (1): 111 - 122.
- 12 Ceptureanu E G, Ceptureanu S I, Luchian C E, et al. Quality Management in Project Management Consulting. A Case Study in an International Consulting Company [J]. Amfiteatru Economic Journal, 2017, 19 (44): 215 - 230.
- 13 董洁萍. 天津自贸区企业信息需求调查与分析 [J]. 科技情报开发与经济, 2015, 25 (15): 107 - 109.
- 14 L'ubica Stefanikova, Rypakova M, Moravcikova K. The Impact of Competitive Intelligence on Sustainable Growth of the Enterprises [J]. Procedia Economics & Finance, 2015 (26): 209 - 214.
- 15 Kaiquan Xu, Stephen Shaoyi Liao, Jiexun Li, et al. Mining Comparative Opinions from Customer Reviews for Competitive Intelligence [J]. Decision Support Systems, 2011, 50 (4): 743 - 754.
- 16 李红, 袁辉, 钱佳平. 小微企业信息需求与利用现状调查分析——以浙江省科技型小微企业为例 [J]. 浙江高校图书情报工作, 2015 (3): 15 - 21.

## 2019 年《医学信息学杂志》征订启事

《医学信息学杂志》是国内医学信息领域创刊最早的医学信息学方面的国家级期刊。主管：国家卫生和计划生育委员会；主办：中国医学科学院；承办：中国医学科学院医学信息研究所。中国科技核心期刊（中国科技论文统计源期刊），RCCSE 中国核心学术期刊（武汉大学中国科学评价研究中心，Research Center for Chinese Science Evaluation），美国《化学文摘》、《乌利希期刊指南》及 WHO 西太区医学索引（WPRIM）收录，并收录于国内 3 大数据库。主要栏目：专论，医学信息技术，医学信息研究，医学信息组织与利用，医学信息教育，动态等。读者对象：医学信息领域专家学者、管理者、实践者，高等院校相关专业的师生及广大医教研人员。

2019 年《医学信息学杂志》国内外公开发行，每册定价：15 元（月刊），全年 180 元。邮发代号：2 - 664，全国各地邮局均可订阅。也可到编辑部订购：北京市朝阳区雅宝路 3 号（100020）医科院信息所《医学信息学杂志》编辑部；电话：010 - 52328673，52328672，52328686，52328687，52328670。

《医学信息学杂志》编辑部