

山西省中小企业情报信息获取行为影响因素研究

——以软件和信息技术服务业为例

郭 云, 李征宇

沈阳建筑大学计算机科学与工程学院, 辽宁 沈阳

收稿日期: 2023年9月4日; 录用日期: 2023年10月4日; 发布日期: 2023年10月13日

摘 要

中小企业是保障国家经济和提供就业岗位的主力军, 是建设现代化经济体系的重要基础, 促进中小企业发展是党和国家的长期发展战略。信息化时代, 有效获取情报信息将会让中小企业在激烈的市场竞争中脱颖而出。本文以山西省软件和信息技术服务业为主要研究对象, 运用扎根理论初步分析中小企业情报获取行为的影响因素; 再利用调查问卷的方式收集数据后进行验证; 最后, 针对中小企业情报获取行为提出针对性对策, 切实为中小企业稳健、快速发展助力。

关键词

情报, 中小企业, 获取行为, 影响因素, 扎根理论

Research on the Influencing Factors of Intelligence Information Acquisition Behavior of Small and Medium-Sized Enterprises in Shanxi Province

—Taking the Software and Information Technology Services Industry as an Example

Yun Guo, Zhengyu Li

School of Computer Science and Engineering, Shenyang Jianzhu University, Shenyang Liaoning

Received: Sep. 4th, 2023; accepted: Oct. 4th, 2023; published: Oct. 13th, 2023

Abstract

Small and medium-sized enterprises are the main force in safeguarding the national economy and providing employment opportunities, and are an important foundation for building a modern economic system. Promoting the development of small and medium-sized enterprises is a long-term development strategy of the Party and the country. In the information age, effective access to intelligence information will enable small and medium-sized enterprises to stand out in the fierce market competition. This article takes the software and information technology service industry in Shanxi Province as the main research object, and uses grounded theory to preliminarily analyze the influencing factors of intelligence acquisition behavior of small and medium-sized enterprises, collect data through a survey questionnaire and verify it. Finally, targeted measures are proposed to address the intelligence acquisition behavior of small and medium-sized enterprises, effectively providing assistance for their stable and rapid development.

Keywords

Intelligence, Small and Medium-Sized Enterprises, Getting Behaviors, Influence Factor, Grounded Theory

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

截至 2023 年 5 月, 山西省中小企业注册登记数超 110 万户, 是全省市场主体数量最大、最具发展潜力的实体经济组成部分, 在稳定经济增长、扩大就业、改善民生、促进创业创新等方面发挥着十分重要的作用。传统上激发企业核心竞争力依靠三大核心资源: 资本、技术、人才, 而在如今信息化时代, 情报逐渐被视为企业的另一核心资源[1]。获取情报信息能够帮助中小企业做出正确的发展战略和商业决策, 合理配置企业内外部资源, 在复杂的市场环境竞争中得以生存。本文将以太原市软件和信息技术服务类中小企业作为研究对象, 选取部分中小企业中了解或从事情报获取收集工作的管理人员、市场营销以及企业情报专员等职能人员作为样本对象, 基于扎根理论初步提炼出影响软件和信息技术服务类中小企业情报获取行为因素, 随后通过问卷调查分析对影响因素进行验证, 最后根据影响因素提出合理化建议。

2. 相关研究

2.1. 国内外研究

随着新技术的高速发展, 越来越多的情报信息交织涌现, 情报作为中小企业的重要信息资源, 影响着其生存与发展。在此背景下, 国内外学者纷纷展开关于中小企业情报问题的研究, 主要围绕以下四个方面叙述。第一, 中小企业情报需求方面, 逢锦荣等分析了中小企业竞争情报需求的研究现状, 阐释了竞争情报需求的具体内涵, 总结出大数据环境下竞争情报需求的特点[2]; 毕伟大等利用马斯洛需求层次理论对我国民营中小企业的竞争情报需求进行分析[3]; Tumelo 等从信息行为的角度分析企业竞争情报失败的原因, 发现导致竞争情报失败的重点是关键情报和信息需求方面的问题[4]。第二, 中小企业情报

系统模型构建方面, 潘晓等针对当前中小企业情报收集系统模型收集的准确性、信息检索查全率以及情报分类管理效率较低的问题, 提出基本 LDA 及模糊 VIKOR 法的中小企业情报收集系统模型构建[5]; 郑荣等针对企业竞争情报工作的新特点、新问题、新需求, 基于 ACP 理论探索性构建企业竞争情报智能系统, 为企业提供更优质的情报服务[6]; M. Mihaela 等针对企业创新发展战略设计了竞争情报系统的理论模型[7]; S. Gorla 探讨知识管理在竞争情报系统中的应用[8]; Mohammed Badaoui 等提出通过竞争情报系统与企业管理系统进行整合的运营方式, 提升竞争情报的应用绩效[9]。第三, 情报服务模式方面, 廖婷等构建了由用户需求、关键流程、关键资源和盈利模式四要素组成的面向企业的竞争情报服务商业模式, 并通过不同类型的企业竞争情报服务案例开展实证研究, 验证了面向企业的竞争情报服务商业模式的有效性[10]; 余建兵等对竞争情报服务区域科技创新的影响因素进行实证研究, 旨在探索竞争情报服务过程中的影响因素, 为区域科技创新提供高质、高效的竞争情报服务[11]; 罗建等提出政府购买中小企业竞争情报服务模式, 采用真实案例作为实证, 对政府购买中小企业竞争情报服务模式加以验证, 系统分析了该服务模式, 明晰了各主体的责任和任务[12]; 张晓霞通过分析不同情报源的特点, 结合企业竞争情报服务分析范式框架, 分别提出了基于市场与行业视角的多源信息环境下企业竞争情报服务的模式, 从而更全面地为企业发展战略提供支撑[13]。第四, 情报获取行为方面, 郑荣等以精细加工可能性模型为理论基础提出影响中小企业对竞争情报服务机构建立初始信任, 进而产生获取情报意愿, 构建其获取行为的影响因素研究模型, 以期为我国竞争情报机构提高服务能力[14]。

从目前研究来看, 大多数学者针对中小企业的情报需求、情报系统模型构建、情报服务模式等方面开展了深入的研究, 但很少从中小企业自身角度出发去研究企业情报获取行为的影响因素。

因此, 本文尝试借助 Wilson 信息行为模型和扎根理论研究范式构建影响因素及模型, 通过发放调查问卷利用 Spss 软件对变量进行验证, 最终获取中小企业情报信息获取行为的影响机制, 助力中小企业健康发展。

2.2. 相关理论与研究方法

英国情报学家威尔逊(T.D.wolson)在 1981 年提出信息搜寻行为模型, 并在 1996 年进行修改, 该模型包含信息需求到信息利用的整个过程, 模型如图 1 所示。

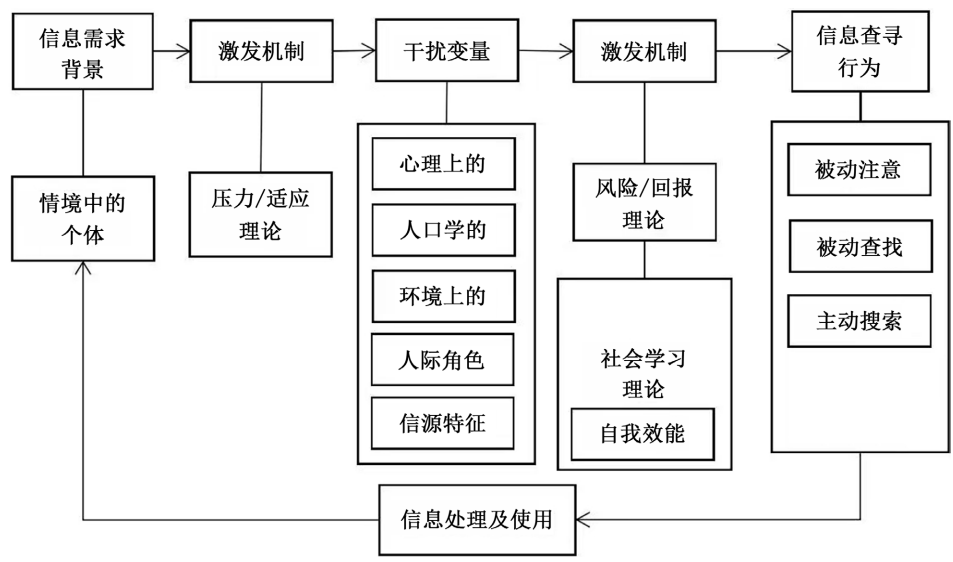


Figure 1. Wilson information behavior model (1996)
图 1. 威尔逊信息行为模型(1996)

扎根理论是基于文献、社会资料、个人生活工作经验提出的概念与范畴，通过演绎归纳及不断修正，形成一定的理论概念[14]，包括开放性编码、主轴性编码、选择性编码及理论饱和度检验，具体流程如图 2 所示。

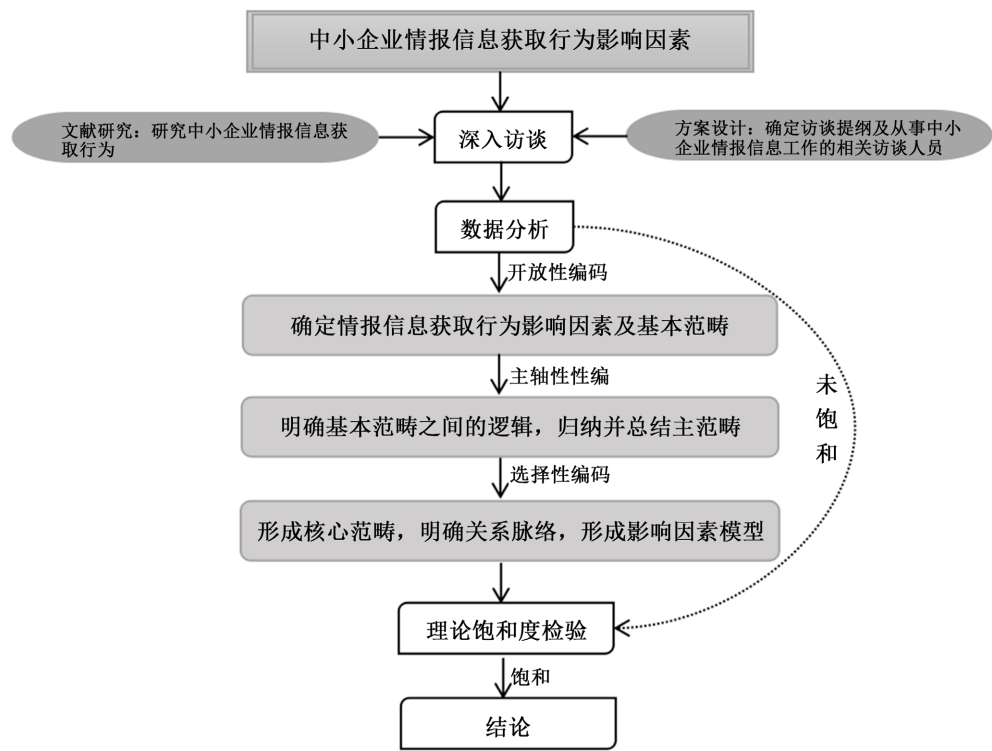


Figure 2. Research design process
图 2. 研究设计流程

2.2.1. 访谈提纲设计

本研究在信息获取行为理论的基础上，结合竞争情报理论，构建关于软件信息服务类中小企业情报获取行为的影响因素框架，本研究基于此设计访问提纲，具体如表 1 所示：

Table 1. Interview outline
表 1. 访谈记录

序号	提纲问题
1	受访者信息：性别、年龄、受教育程度、身处职位
2	您所在公司了解并使用情报信息有多久？
3	贵公司是否有专门的竞争情报人员与专项资金？没有的话，贵公司一般是哪些职位负责收集所需情报信息。
4	贵公司出于什么原因想获取情报信息呢？
5	贵公司都获取过哪方面的情报信息？其中最关心哪方面信息？
6	贵公司一般都通过什么渠道获取情报信息呢？
7	贵公司曾向信息咨询机构获取过情报信息吗？
8	什么是贵公司获取信息时首要考虑的因素？

Continued

9	您可以回忆一下最近一次情报信息获取的过程吗?
10	根据您的经验, 您觉得什么因素会导致情报信息获取成功/失败?
11	您获取到的情报信息是否能满足您和贵公司的需求, 这会促使您之后积极地去获取情报信息的意愿吗?
12	您认为哪些条件或因素的改善能够使自己更方便和高效地获取情报信息?

2.2.2. 样本选择

本研究最终选取 18 名有过情报信息获取行为的软件信息服务类中小企业员工作为访谈对象代表, 在选取访谈对象时, 充分考虑性别、年龄阶段、学历差异、从事职位等方面的代表性, 访谈对象情况如表 2 所示:

Table 2. Interviewee information table
表 2. 访谈对象信息表

受访者	性别	年龄	学历	从事职位
1	男	44	大专	管理人员
2	男	38	本科	行政管理人员
3	女	23	本科	文员
4	女	25	本科	销售人员
5	男	35	本科	技术部门经理
6	男	35	本科	销售部门经理
7	女	32	大专	销售
8	男	37	大专	销售部门经理
9	女	25	本科	文员
10	女	29	本科	项目主管
11	男	36	本科	管理人员
12	女	29	本科	销售
13	男	30	硕士	项目主管
14	男	32	硕士	技术经理
15	女	25	大专	销售
16	男	30	大专	销售
17	男	47	大专	管理人员
18	女	27	本科	情报分析人员

2.3. 扎根分析

2.3.1. 开放性编码

首先, 将 18 份访谈记录转化为 word, 随机预留两份作为后续饱和性检验, 对 16 份访谈记录进行整

理归纳, 使用 NVivo11 对访谈记录进行逐条编码、标记, 整理归纳了 255 个比较合理的参考点, 最终得到 36 个初始概念, 表 3 为本研究的开放性编码(A1~A36)。

Table 3. Open coding

表 3. 开放性编码

范畴化	概念提取	部分原始数据
B1 情报需求行为	A1 情报意识	01 为能够拿下项目, 会主动收集信息
	A2 获取情报意愿	03 因为疫情影响导致公司业务, 想通过获取情报来提高业绩
B2 收益成本感知	A3 利益效应	14 进行前期调研, 一般都会进行评估是否能够带来收益
	A4 情报成本	03 网上信息鱼目混珠很难甄别, 工作量大, 获取信息的成本高
B3 情报获取途径	A5 线上获取情报	12 公司通过官方网站上获取信息, 也会在网络社交媒体上获取
	A6 线下获取情报	03 把朋友约出来, 从他那里了解获取信息。
	A7 多途径获取情报	01 我会经常登陆煤矿的官方网站, 人际关系网络人情世故, 酒桌上谈生意之类的; 公司也会看人才网, 参加线下招聘会等
B4 基础设施	A8 硬件设施	09 我们公司专门采购相应的设备和服务器, 用来存储分析信息
	A9 软件设施	15 企业建立自己的情报信息系统, 这样的话能够通过挖掘信息、分析信息
B5 企业文化修养	A10 企业家雄心	05 公司领导觉得要想将企业做强做大, 就必须比别人更快更有效的获取信息。
	A11 企业家重视程度	01 自己年轻时在上海工作, 深知信息对一个企业的重要性, 因此回来和朋友创业开公司比较注意获取信息。
B6 情报特点	A12 情报准确性	11 所需信息必须准确无误, 以便有效地利用和处理。
	A13 情报时效性	10 信息的时效性会让公司掌握先机, 在市场占主动地位。
	A14 情报决策性	05 这些信息能够提供有价值的洞察和趋势分析, 从而帮助公司做出明智的商业决策
	A15 情报竞争性	11 通过收集和分析竞争对手的情报信息, 获得竞争优势
B7 行业环境	A16 行业主观规范	06 获取准确的情报信息是我们日常工作的一部分, 这个行业大家都是这样。
	A17 交互合作	16 在一个展览会上认识一个设备厂家, 了解到他家产品是与 XX 大学合作开发, 市场调研发现市场前景很好
	A18 信息共享平台	05 信息交流平台可以帮助公司更方便地获取情报信息, 例如内部沟通平台和行业信息共享网站。
B8 信息技能	A19 信息收集	14 最近开发新的软件项目, 我们会提前在网站上了解相关技术信息, 收集该技术最新消息
	A20 信息分析	07 公司文员会对收集到的信息进行整理和筛选, 筛选出有用的信息进行分析
	A21 信息利用	01 将招标文件等相关信息下载下来, 获取信息完成后制作标书, 也会打探竞争对手相关信息, 分析自己的优劣

Continued

B9 风险评估	A22 规避风险	08 觉得获取情报能提供更多的方向和思路, 利于规避风险
	A4 信息不确定性	07 我们是根据获取的信息做相应调整, 信息不准确会给公司带来损失
	A24 信息安全性	02 信息安全、安全漏洞, 比如网站存在安全隐患, 点进去公司电脑中病毒就很麻烦
	A25 信息泄露风险	10 害怕在与他们合作时造成信息泄露
B10 人力资源	A26 专业情报人员	04 并没有, 公司是个小公司, 都是销售人员或者领导自己收集
	A27 技能培训	14 不断学习相关知识, 定期安排人员去学习专业技能
	A28 人才引进	06 除了我们人事行政部收集信息, 专业的事情还需要专业的人来干
B11 情报机构服务	A29 情报机构成本	14 没有, 他们收费价格公司承担不了
	A30 情报机构服务质量	01 有过, 我记得那家服务机构提供给我们的情报信息帮助我们获取了重要项目, 服务质量很高
	A31 情报机构业内声誉	15 因为那家机构是老板的朋友推荐的, 还是比较可靠的
B12 资金支持	A32 资金投入	12 公司也有安排专项资金进行信息情报的分析和开发工作
	A33 资金分配	16 没有, 没有过多的资金去咨询
B13 政府扶持	A34 政府提供服务	10 政府可以组织会谈请相关专家为中小企业服务
	A35 优惠政策	01 受疫情影响市场比较萧条, 市场环境好的话, 企业生存条件变好, 那么将会有资金和条件去获取情报信息。
	A36 政府提供平台	16 政府有关部门可以针对这个产业多次举办展览会

2.3.2. 主轴性编码

本研究将开放性编码过程中得到的 13 个范畴进行比较、归纳, 将具有相似属性和具有潜在联系的范畴进行归类, 最终得到情报信息素养、资源保障、收益风险感知、情报质量、社会环境五个主范畴。主轴性编码如表 4 所示。

Table 4. Spindle encoding
表 4. 主轴性编码

主范畴	范畴化	范畴内涵
情报信息素养	B1 情报需求行为	企业内部的需求行为包括情报意识、获取情报意愿是企业获取情报信息行为的内在驱动力
	B5 企业文化修养	企业领导的雄心壮志、对情报信息收集的重视度等都会对中小企业情报信息获取行为起到引领作用
	B8 信息技能	情报信息的收集、分析、利用技能是中小企业情报信息获取行为的保障性因素
资源保障	B4 基础设施	完备的基础设施建设是企业情报信息获取行为的基础支撑
	B10 人力资源	具有较高专业技能的人更容易获取情报信息
	B12 资金支持	资金资源的投入是企业情报信息获取的必备因素

Continued

收益风险感知	B2 收益成本感知	中小企业自身对获取行为产生的利益、情报成本都会影响其情报信息获取行为的意愿
	B9 风险评估	中小企业会对获取行为过程中可能出现的信息泄露风险、信息不确定等因素进行预判和评估, 这将会影响其获取行为的发生
情报质量	B3 情报获取途径	线上、线下等多种途径的获取方式方便企业员工进行情报信息获取行为
	B6 情报特点	情报信息的准确性、时效性、决策性等显著影响企业员工对情报信息的筛选和利用行为
社会环境	B7 行业环境	中小企业的情报信息获取行为受到所处产业及社会环境的影响
	B11 情报机构服务	情报机构的费用、服务质量是中小企业寻求外部资源获取情报时考虑的要素
	B13 政府扶持	政府的扶持、出台的优惠政策等激励中小企业情报获取的意愿

2.3.3. 选择性编码及理论饱和检验

选择性编码从逻辑关系角度对主范畴反复比较并深度分析, 明确核心范畴统领所有主范畴, 同时确定主范畴间的逻辑关系, 整合为清晰的脉络, 完成理论机制构建[15], 影响因素之间的逻辑关系如图 3 所示。为保证中小企业情报信息获取行为影响因素的有效度, 本文利用预留的两份访谈记录进行理论饱和度和度检验。同样通过以上三级编码进行分析, 比较新的访谈资料和现有的概念、范畴和关系结构。结果表明, 五大主范畴内部没有发现新的构成因子, 也没有出现新的主范畴或关系结构, 表明本研究的编码已经达到理论上的饱和。

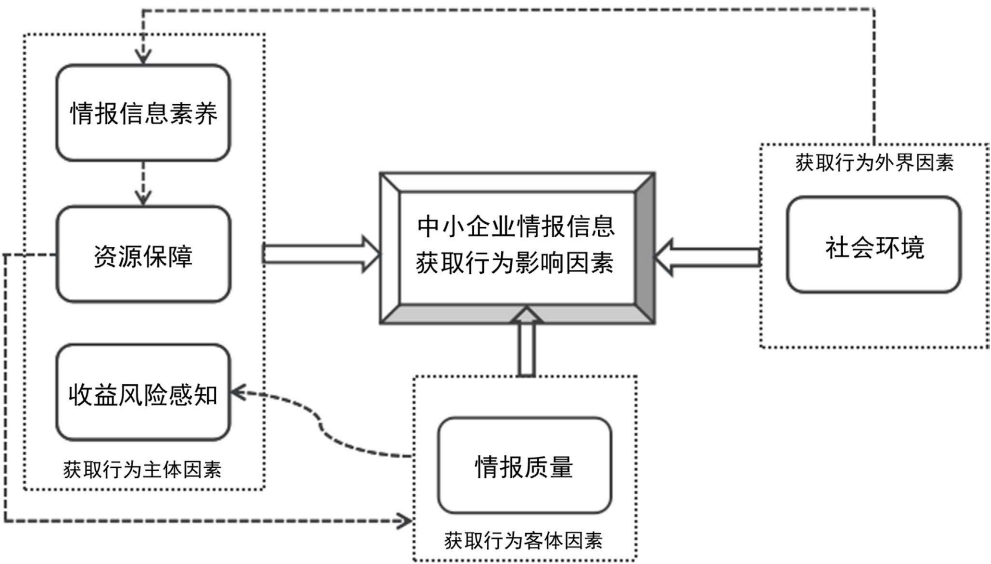


Figure 3. Diagram of influencing factors
图 3. 影响因素关系图

3. 研究设计与数据分析

为进一步检验这五大因素是否会影响中小企业情报信息获取行为, 本研究以了解和开展情报工作的山西省软件和信息技术服务类中小企业为研究对象展开调查。

3.1. 问卷设计

本研究的问卷设计包含两个部分：① 问卷人员调查对象基本信息；② 本研究的核心部分，对五个因素进行考察，共 26 个题项。根据五量表的程度等级从“非常同意”到“非常不同意”累计化分为 5 个程度等级。

3.2. 数据收集

笔者对山西省软件信息技术服务类中小企业进行问卷调查，发放途径有三种：① 参加太原市煤炭博览会时在展会现场发放；② 委托工作时的同事、亲朋、同学、好友向了解和从事情报工作的人员发放；③ 走访中小企业工业园区进行发放。本次问卷共发放 431 份，经筛选得到 409 份有效问卷。调查对象基本信息如表 5 所示。用 SPSS 对调查的数据进行探索因子分析，以检验不同变量测量项之间的效度。

Table 5. Basic population information
表 5. 人口基本信息情况

基本信息	类别	数量(人)	百分比(%)
性别	男	176	43
	女	233	57
年龄	18~28	122	29.8
	29~39	178	43.5
	40~49	68	16.6
	50 以上	41	10
受教育程度	高中及以下	20	4.9
	大专	137	33.5
	本科	235	57.5
	硕士研究生	17	4.2
在公司身处职位	市场营销人员	183	44.7
	企业情报专员	31	7.6
	公司管理人员	17	4.2
	办公文员	159	38.9
	其他	19	4.6

3.3. 数据分析

实证研究的的具体方法和步骤：① 对问卷进行信效度检验和因子分析，以测度问卷各题项设计的合理性；② 利用 spss 进行数据的统计分析。

1) 信效度分析

对本问卷信效度进行检验，检验结果如表 6、表 7 所示。由表 6 可知，本问卷的克隆巴赫系数最小值为 0.832，均大于 0.7，说明该问卷信度良好。由表 7 可知，本问卷的 KMO 检验值为 0.933 > 0.6，Bartlett 球度检验结果显示，近似卡方值为 5962.814，数值比较大，显著性概率为 0.000 ($P < 0.01$)，因此拒绝 Bartlett 球度检验的零假设，认为量表的效度结构好，适合做因子分析。

Table 6. Reliability analysis
表 6. 信度分析

变量	克隆巴赫	项数
情报信息素养	0.916	7
情报质量	0.863	4
资源保障	0.867	4
社会环境	0.884	5
行为感知	0.833	3
获取行为意愿	0.832	3

Table 7. Validity analysis
表 7. 效度分析

KMO 和巴特利特检验		
KMO 取样适切性量数		0.933
巴特利特球形度检验	近似卡方	5962.814
	自由度	325
	显著性	0.000

2) 因子分析

由表 8 可知, 本次因子分析共提取了 6 个因子, 26 个指标总共解释了原有变量总方差的 70.661%。总体上, 选取的 26 项指标的信息丢失较少, 因子分析效果较理想。由表 9 可知, 26 个题目的因子载荷均大于 0.50 且无多重载荷, 说明题目与维度的对应性较好, 即旋转后抽取的 6 个因子与预期因子划分一致, 因此该问卷结构效度理想。

Table 8. Total variance explanation
表 8. 总方差解释

成分	初始特征值			提取载荷平方和			旋转载荷平方和		
	总计	方差百分比	累积%	总计	方差百分比	累积%	总计	方差百分比	累积%
1	9.718	37.379	37.379	9.718	37.379	37.379	4.734	18.206	18.206
2	2.472	9.509	46.887	2.472	9.509	46.887	3.497	13.451	31.657
3	1.754	6.748	53.635	1.754	6.748	53.635	2.866	11.023	42.680
4	1.731	6.657	60.292	1.731	6.657	60.292	2.863	11.011	53.691
5	1.431	5.505	65.797	1.431	5.505	65.797	2.238	8.608	62.298
6	1.265	4.864	70.661	1.265	4.864	70.661	2.174	8.362	70.661
7	0.575	2.211	72.872						
8	0.537	2.067	74.939						
9	0.498	1.915	76.854						

Continued

10	0.464	1.785	78.639
11	0.447	1.719	80.358
12	0.437	1.680	82.038
13	0.417	1.604	83.643
14	0.408	1.567	85.210
15	0.393	1.512	86.722
16	0.383	1.475	88.197
17	0.367	1.413	89.610
18	0.359	1.380	90.990
19	0.354	1.361	92.351
20	0.324	1.247	93.598
21	0.312	1.201	94.799
22	0.301	1.156	95.955
23	0.285	1.094	97.049
24	0.274	1.054	98.103
25	0.250	0.961	99.064
26	0.243	0.936	100.000

提取方法：主成分分析法。

Table 9. The rotated component matrix^a表 9. 旋转后的成分矩阵^a

	成分					
	1	2	3	4	5	6
Q16	0.799					
Q19	0.773					
Q15	0.767					
Q13	0.766					
Q17	0.766					
Q14	0.762					
Q18	0.742					
Q30		0.793				
Q28		0.786				
Q29		0.783				
Q31		0.752				

Continued			
Q32	0.747		
Q22		0.790	
Q23		0.786	
Q21		0.781	
Q20		0.757	
Q27			0.817
Q25			0.783
Q26			0.777
Q24			0.741
Q36			0.808
Q37			0.805
Q38			0.765
Q34			0.796
Q35			0.776
Q33			0.759

提取方法：主成分分析法。
旋转方法：凯撒正态化最大方差法。

^a 旋转在 6 次迭代后已收敛。

3) 相关分析与回归分析

为了研究各个因素变量之间的影响关系，本文通过皮尔逊相关分析和线性回归分析进行验证，其结果如表 10、表 11 所示。相关性系数越大则变量之间的相关性越强。五个因素与获取行为意愿之间的相关性系数分别为 0.731、0.727、0.709、0.687、0.716， $P < 0.05$ ，表明此因素其在 0.01 的水平上对获取行为意愿有显著正向影响。

Table 10. Correlation analysis
表 10. 相关分析

	情报信息素养	情报质量	资源保障	社会环境	收益风险感知	获取行为意愿
情报信息素养	1					
情报质量	0.748**	1				
资源保障	0.724**	0.705**	1			
社会环境	0.697**	0.736**	0.747**	1		
收益风险感知	0.772**	0.680**	0.757**	0.757**	1	
获取行为意愿	0.731**	0.727**	0.709**	0.687**	0.716**	1

**在 0.01 级别(双尾)，相关性显著。

Table 11. Regressive analysis
表 11. 回归分析

模型	系数 ^a			t	显著性	共线性统计	
	未标准化系数		标准化系数			容差	VIF
	B	标准错误	Beta				
(常量)	0.703	0.201		3.494	0.001		
1 情报信息素养	0.189	0.055	0.174	3.439	0.001	0.661	1.513
情报质量	0.198	0.052	0.189	3.822	0.000	0.692	1.444
资源保障	0.152	0.053	0.144	2.865	0.004	0.670	1.492
社会环境	0.111	0.055	0.103	2.033	0.043	0.665	1.504
风险收益感知	0.145	0.050	0.149	2.904	0.004	0.648	1.544

^a因变量：获取行为意愿。

从对调查问卷的统计分析来看，选择情报信息素养、情报质量、资源保障、社会环境、行为感知五个维度，能够有效反映“中小企业情报信息获取行为”这一研究对象。回归分析的结果进一步对这五个维度的贡献程度进行了量化考察，各维度变量的回归系数越高，表明该维度变量的改善，对于提高企业情报获取行为意愿有积极作用，因此，在资源有限的条件下，应当把有限的资源有限投入到回归系数更高维度方面。

4. 结论

企业情报信息的获取行为是企业在内部需求的刺激下和外部环境的影响下发生的，该行为的发生很大程度上取决于获取主体的实际情况，尤其对于中小企业来说，在人力、资金投入等资源匮乏的情况下，如何从其自身的角度出发，改善企业本身获取情报现状的策略具有重要意义。从回归分析可以看出，情报质量因子对中小企业情报信息获取行为影响最大，其次是情报信息素养因子，最后是社会环境因子。中小企业想要高效的获取情报，必须不断提升企业内部情报信息素养等五个维度的需求，助力企业发展。

4.1. 打好情报质量“组合拳”，感知企业风险与收益

情报质量包括情报特点和获取情报信息的途径两个方面。情报和情报工作的质量要求是“准”、“快”、“灵”，高质量情报即具备情报的准确性、有效性、竞争性、决策性以及多元化的获取途径。获取高质量情报，一方面要求企业情报人员具有情报意识与获取经验，准确及时有效地利用情报，从而降低企业风险增加收益；另一方面情报信息本身拥有多条可被获取的途径这便增加了企业成功获取信息的几率。

4.2. 培养企业情报素养，提升企业核心竞争力

中小企业情报信息素养包括情报需求行为、企业文化修养和信息技能。其中情报需求行为是情报信息获取行为的第一驱动力，企业员工只有具备情报意识与获取意愿才能积极主动地发生其获取行为。企业文化修养是中小企业情报信息素养的关键因素，企业家的重视度和企业家雄心对其掌管企业的情报信息获取行为的发生起到决定性作用。而激励企业家对情报信息获取行为的重视度来源于企业家对利益的渴望，正是这种渴望让中小企业管理者在信息化时代快速认识到情报信息对于提升企业收益的重要性。中小企业只有不断提高自身情报素养，积极获取企业需要的情报信息，才能在激烈的市场竞争中赢得一席之地。

4.3. 打造“一体两翼”发展战略

所谓的一体两翼是指以中小企业为主体, 资源保障与外界支持协同推进, 共建中小企业情报获取的良好环境。发挥中小企业自身的主观能动作用, 企业紧抓政府扶植, 利用政府提供的便利政策优化自身情报获取工作, 解决企业资金紧张、技术难题等问题。

参考文献

- [1] 张艺源. 中小企业竞争情报获取行为机理及行为路径选择研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2022.
- [2] 逢锦荣, 张雨. 大数据环境下中小企业竞争情报需求分析与实施策略研究[J]. 山东科技大学学报(社会科学版), 2018, 20(4): 80-87.
- [3] 毕伟大, 张倩. 基于需求层次理论的民营中小企业竞争情报需求分析[J]. 情报探索, 2014(1): 54-56, 61.
- [4] Tumelo, M. and Ina, F. (2018) Competitive Intelligence Failures an Information Behavior Lens to Key Intelligence and Information Needs. *Aslib Journal of Information Management*, **70**, 367-389.
<https://doi.org/10.1108/AJIM-01-2018-0018>
- [5] 潘晓, 段鑫星. 基于 LDA 及模糊 VIKOR 法的中小企业情报收集系统模型构建[J]. 情报科学, 2021, 39(7): 131-135, 161.
- [6] 郑荣, 王晓宇, 张艺源. 基于 ACP 理论的企业竞争情报智能系统构建研究[J]. 情报理论与实践, 2021, 44(12): 148-157.
- [7] Mihaela, M., Sabin, M. and Raluca, B. (2017) Decision Conceptual Model for Innovation Ways Using the Competitive Intelligence System. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, **17**, 319-324.
- [8] Gorla, S. (2018) Evolution of Knowledge Management and Competitive Intelligence Systems. From a Review of the English Scientific Literature to the Presentation of French-Points of View. *Les Cahiers du Numérique*, **14**, 9-23.
<https://doi.org/10.3166/lcn.14.1.9-23>
- [9] Badaoui, M. and Chettih, A. (2017) The Role of Competitive Intelligence in the Strategic Management of Small and Medium Enterprises. *South East Asia Journal of Contemporary Business*, **2**, 103-110.
- [10] 廖婷, 刘召栋, 李维思, 史敏, 许明金, 文晓芬. 面向企业的竞争情报服务商业模式构建研究[J]. 情报杂志, 2021, 40(9): 73-80.
- [11] 余建兵, 徐文强, 刘欣, 龚花萍. 竞争情报服务区域科技创新的影响因素研究——基于结构方程模型的实证分析[J]. 情报工程, 2021, 7(1): 55-66.
- [12] 罗建, 史敏, 周斌, 李维思, 文晓芬, 廖婷. 政府购买中小企业竞争情报服务模式研究——湖南省科学技术信息研究所案例分析[J]. 图书情报工作, 2020, 64(21): 58-66.
- [13] 张晓霞. 基于市场与行业视角的多源信息环境下企业竞争情报服务模式探析[J]. 图书情报导刊, 2021, 6(4): 43-48.
- [14] 郑荣, 张艺源, 王晓宇. ELM 视角下中小企业竞争情报获取行为影响因素研究[J]. 现代情报, 2022, 42(5): 86-97.
- [15] 郑荣魏, 明珠, 王晓宇, 陈玉. 多源数据驱动下产业竞争情报智慧服务机制研究——基于扎根理论的探索性分析[J]. 情报学报, 2023, 42(7): 790-800.