

DỊCH VỤ PHÂN TÍCH THÔNG TIN CẠNH TRANH

1. Khái niệm

BioMundi Consulting/IDICT là một Công ty tư vấn của Cu Ba, chuyên cung cấp các dịch vụ phân tích thông tin để cạnh tranh, phục vụ cho các quốc gia và tổ chức có nhu cầu. Dịch vụ này được gọi là “Competitive Intelligence”, dịch theo nghĩa đen là “tình báo cạnh tranh”, thực chất là “một công cụ quản lý, tạo điều kiện thuận lợi cho việc thực hiện nhiệm vụ của các tổ chức khác nhau bằng cách cung cấp sự phân tích các thông tin liên quan của từng đối tượng và môi trường của nó”.

Xuất phát từ quan điểm xử lý thông tin, dịch vụ này thu thập và phân tích dữ liệu thông tin để sau đó phổ biến trong tổ chức. Bằng cách như vậy, nó cung cấp những thông tin liên quan về hoàn cảnh bên ngoài và các điều kiện nội bộ của đối tượng một cách hệ thống và mang tính tổ chức để giúp cho quá trình đề ra quyết định và định hướng chiến lược. Dịch vụ này mô tả hoặc dự báo các sự kiện và vạch ra những xu thế của các quá trình công nghệ, thị trường và xã hội dựa vào việc phân tích của mình. Nó ứng dụng các cơ sở dữ liệu (CSDL), mạng lưới, thông tin lưu trữ, các công cụ thông tin và toán học và tất cả những công cụ cần thiết khác để thu nhận, tổ chức, đánh giá, kiểm định và phân tích thông tin cũng như các kết luận đạt được.

Một trong những dịch vụ của BioMundi Consulting/ IDICT là cung cấp những công trình mô tả sơ lược về các đối tượng:

- Quốc gia: đặc trưng của quốc gia dựa trên một nhóm chỉ tiêu phản ánh những hoạt động được quan tâm của quốc gia;

- Ngành: đặc trưng của ngành kinh tế tương ứng với những chỉ tiêu chung, cho phép đưa ra chương trình hành động cho ngành này;

- Công ty: đặc trưng của một tổ chức (công ty, viện, tổ chức quốc tế...), dựa vào một

nhóm chỉ tiêu để cho phép tiến hành các cuộc đàm phán;

- Cá nhân: đặc trưng của cá nhân được dự đoán là sẽ có quan hệ, dựa vào đó có thể tạo điều kiện thuận lợi cho các cuộc đàm phán về sau.

Dịch vụ lược tả quốc gia cung cấp thông tin về sự phát triển kinh tế, chính trị và xã hội của quốc gia. Nó cũng bao hàm những thông tin đặc thù về các ngành, công ty hoặc tổ chức được quan tâm khác nhau để cung cấp cho khách hàng, cũng như những thông tin khác hữu ích cho quá trình ra quyết định. Thí dụ, “Bản lược tả quốc gia: Canada là thị trường để thiết lập những liên minh chiến lược trong ngành công nghệ sinh học (CNSH)”. Công trình này cung cấp những thông tin liên quan đến thị trường CNSH ở Canada để giúp hình thành những liên minh chiến lược.

Bản lược tả công ty tạo khả năng cho khách hàng đề ra quyết định về các chủ thể có mặt trong môi trường kinh doanh của mình (các đối thủ cạnh tranh, các nhà cung cấp, các khách hàng, các nhà phân phối, các nhà tài chính, các nhà điều chỉnh) là những người mà các công ty cần phải đàm phán để duy trì quan hệ trong tiến trình hoạt động.

Bản lược tả công ty có thể giúp ích nhiều cho các tổ chức, thí dụ:

- Để giúp cấp quản lý khi chuẩn bị đi thăm một tổ chức khác (Trong trường hợp này, Bản Báo cáo có thể tăng cường thêm những thông tin then chốt của tổ chức định đến thăm, những bản lược tả cá nhân của những người mà họ có ý định gặp gỡ, lịch sử các mối quan hệ của tổ chức định đến thăm với tổ chức của khách hàng, những tin tức gần đây nhất về tổ chức định tới thăm,...);

- Để nghiên cứu cơ hội mua một tổ chức (Trong trường hợp này, bản Báo cáo có thể được tăng cường thêm những khía cạnh sau: Ước tính giá trị của công ty dựa trên cơ sở

những số liệu đưa ra trước đây, phân tích, đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu, các hoạt động và tình hình phân phối theo sản phẩm và vùng, thông tin tài chính, danh mục khách hàng,...);

- Để nhận dạng các cơ hội liên kết (Trong trường hợp này, Báo cáo có thể được tăng cường thông tin thêm về: Các thị trường theo sản phẩm và vùng, bản lược tả các nhà quản lý và sơ yếu lý lịch của họ, lịch sử quản lý, ví dụ về các liên kết trước đây, phân tích về tính kết năng và chông chéo,...);

- Đánh giá để xem liệu việc thuê nhà cung cấp có thuận tiện hay không (Tỷ suất tín dụng, bản lược tả cá nhân và sơ yếu lý lịch, lịch sử các mối quan hệ khách hàng, so sánh chuẩn mực sản phẩm);

- Để tạo ra ý thức nội bộ về đấu thủ cạnh tranh (Trong trường hợp này có thể tăng cường thêm thông tin: mô tả các hoạt động, hệ thống kinh doanh, giá cả, chính sách,...).

Mục tiêu của quy trình này là đưa ra hướng dẫn, cũng như tiêu chuẩn và công cụ cần thiết để soạn thảo bản lược tả về một chủ thể, có thể góp phần để giúp chuẩn hóa, nâng cao chất lượng và hiệu quả của loại hình dịch vụ này. Đồng thời, quy trình này cũng tạo sự chuyển tiếp linh hoạt công việc cho các bộ khác để có thể kế tục (trong trường hợp người cán bộ khởi đầu phải tách khỏi công việc hoặc vắng mặt dài ngày).

2. Quy trình soạn thảo Bản lược tả

Quy trình soạn thảo Bản lược tả nhìn chung gồm những bước với nội dung như sau:

2.1. Phân tích yêu cầu

Nhà tư vấn cần phải phân tích yêu cầu, sao cho càng rõ ràng, càng phong phú càng tốt nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc lựa chọn những nguồn thông tin thích hợp. Nhà tư vấn chuẩn bị cho cuộc phỏng vấn với khách hàng bằng cách tiến hành tìm kiếm sơ bộ để làm rõ xem liệu có được thông tin và những thông tin đó có hữu ích với chủ đề

được yêu cầu hay không.

2.2. Phỏng vấn khách hàng

Những cuộc tiếp xúc với khách hàng cho phép nhà tư vấn tìm hiểu được những khía cạnh nào trong Bản lược tả mà khách hàng quan tâm nhất. Nhà tư vấn cũng sẽ thống nhất với khách hàng về thời hạn giao nộp Bản kế hoạch nghiên cứu. Nhà tư vấn sẽ có các cuộc tiếp xúc với khách hàng với số lượng mình cảm thấy cần thiết trong quá trình soạn thảo và sử dụng mọi phương tiện cần thiết (điện thoại, thư điện tử, tiếp xúc cá nhân).

2.3. Thảo kế hoạch nghiên cứu

Kế hoạch nghiên cứu là kế hoạch hướng dẫn các bước phải tuân theo trong quá trình xây dựng Bản lược tả. Kế hoạch này phải được đưa cho khách hàng vào thời điểm đã định để khách hàng xem xét. Đây là một bộ phận của hợp đồng mà khách hàng sẽ ký với Phòng Quy hoạch và bán hàng. Không được tiến hành bất cứ công việc gì khi khách hàng chưa chuẩn y kế hoạch và ký hợp đồng.

Một số lược tả quốc gia có độ phức hợp cao, vì vậy để hoàn thành người cán bộ tư vấn phải dành khoảng thời gian có khi tới vài tháng.

2.4. Lựa chọn các nguồn thông tin

Sau khi khách hàng đã nhất trí với bản kế hoạch nghiên cứu, người cán bộ tư vấn có thể bắt tay vào việc. Khâu đầu tiên là lựa chọn các nguồn thông tin.

Các nguồn thông tin để phục vụ cho việc soạn thảo bản lược tả là hết sức đa dạng. Ví dụ, khi xây dựng Bản lược tả quốc gia, nên tham khảo những nguồn sau đây:

Các cuốn bách khoa toàn thư, các website Chính phủ, các văn phòng thống kê của quốc gia và của các tổ chức quốc tế mà quốc gia đó là thành viên, báo chí, các bản lược tả quốc gia do cơ quan tư vấn khác soạn thảo, các sứ quán, các trung tâm khảo sát của các quốc gia hoặc khu vực, các chuyên gia... Căn cứ vào các hướng chú trọng của khách hàng yêu cầu, có thể tham khảo thêm các nguồn khác,

Nhìn ra thế giới

chẳng hạn như các cuốn chỉ dẫn công ty, các hiệp hội ngành, các phòng thương mại, các bản ghi nhớ sự kiện, các website của công ty hoặc tổ chức, CSDL các xuất bản phẩm patent và khoa học, các thông tin báo chí, các văn bản pháp lý, tin tức tải trên các phương tiện thông tin và nhiều nguồn khác.

2.5. Thu thập thông tin

Ở khâu này, thông tin được thu thập từ các nguồn thông tin đã được lựa chọn và các dữ liệu đã được tổ chức. Điều quan trọng là phải biết rõ hệ thống để phục hồi thông tin từ nguồn đã sử dụng và phương pháp đánh giá ngôn ngữ của nó, ngày tháng cập nhật và phục hồi tất cả các thông tin đã thu thập được. Các thông tin thu thập cần phải được kiểm định về độ tin cậy, sự cập nhật thường kỳ, các đặc trưng của hệ thống phục hồi, nội dung bao hàm và các bộ phận khác của nguồn thông tin là yếu tố then chốt khi tìm những kết quả thoả đáng.

2.6. Phân tích thông tin

Các nguồn thông tin cần thiết để soạn thảo Bản lược tả là rất đa dạng và cũng rất khác nhau về khổ mẫu cũng như phương pháp trợ giúp thông tin. Chúng cũng có những cách tiếp cận khác nhau, thậm chí nội dung cũng khác nhau tùy theo thiên hướng của người sưu tầm, nhiều khi chúng còn mâu thuẫn nhau. Bởi vậy, không thể chuyển tiếp một cách tuyệt đối ở các nguồn được dùng để phân tích. Tất cả các thông tin đều phải được đọc kỹ và có phê phán, dựa trên sự am hiểu

chung của người cán bộ tư vấn.

Đọc những thông tin đã thu thập được là để phục vụ cho mục đích đầu tiên tức là nhận được kiến thức về chủ đề đang nghiên cứu. Ngoài ra, đó cũng là phương pháp tốt nhất để phát hiện những điểm sai sót và mâu thuẫn, loại bỏ những sự việc không liên quan và kiểm định những dữ liệu hữu ích được tiếp nhận.

Ở những trường hợp có đưa vào phân tích một ngành đặc thù, cần phải kiểm tra các xu hướng khoa học và công nghệ thông qua các patent và xuất bản phẩm khoa học của những viện, những tổ chức hàng đầu và những cá nhân hữu quan. Khi phân tích patent và các xuất bản phẩm khoa học, sẽ phải dùng đến quy trình khảo sát các xu hướng. Đối với những phân tích còn lại, sẽ phải dùng đến quy trình soạn thảo bản lược tả ngành, công ty và cá nhân.

2.7. Soạn thảo Báo cáo

Bản lược tả được soạn thảo từ các khía cạnh khác nhau, dựa trên những điểm đã nhất trí với khách hàng trong bản kế hoạch nghiên cứu. Thí dụ, trong Bản lược tả quốc gia, Báo cáo sẽ đưa ra những tiêu chí then chốt về các xu hướng phát triển kinh tế, chính trị và xã hội của quốc gia đang cần nghiên cứu và những thông tin về phát triển KH&CN nói riêng của những ngành mà khách hàng yêu cầu.

Thí dụ về những yếu tố chính được đưa vào Bản lược tả công ty

Đề mục	Nội dung
Sự cạnh tranh	Những đối thủ cạnh tranh chính (bao gồm tên, thông tin địa phương và mô tả chi tiết về từng chủ thể trong đó)
Nghiên cứu và phát triển	Mô tả các quan tâm nghiên cứu chung và các công nghệ của chủ thể hoặc của các công ty con của chủ thể, cũng như hoạt động liên kết nghiên cứu với các chủ thể khác. Cần bao hàm sự phân tích về các xu hướng KH&CN đem lại đặc trưng nhận dạng nghiên cứu và phát triển của công ty: các xuất bản phẩm và patent.

Nhìn ra thế giới

Đề mục	Nội dung
	Việc phân tích các xuất bản phẩm gồm: các chủ đề nghiên cứu chính, các tác giả chính và địa điểm xuất bản. Việc phân tích về tình hình patent gồm: số lượng patent và sự liên quan của chúng với số lượng công nhân, những nhà chuyên môn và các nhà nghiên cứu của chủ thể, những chủ đề của các patent (tính đa dạng của các patent), các tác giả chính và các quốc gia chính mà chúng được đăng ký.
Các sản phẩm đang phát triển	Mô tả các sản phẩm đang trong giai đoạn phát triển, bao gồm cả những ứng dụng khả dĩ.
Các sản phẩm đang có trên thị trường	Mô tả các sản phẩm đang được kinh doanh trên thị trường, bao gồm các nhãn mác đã đăng ký, nơi chúng được đăng ký, có patent hay không, tính hữu dụng, kênh phân phối, giá cả, những dịch vụ bổ sung liên quan tới các sản phẩm, quy mô của thị trường mà chúng chiếm lĩnh...
Thông tin tài chính và kinh tế	Bao gồm những điều như sau: - Các chỉ tiêu kinh tế-tài chính Những chỉ tiêu chung về tài chính của chủ thể: Ngày kết thúc của năm tài khoá, ký hiệu thị trường chứng khoán, niêm yết giá ở thị trường chứng khoán, tổng vốn theo giá, tổng thu nhập, tỷ lệ phần trăm thay đổi so với năm trước, lãi cổ phần và tỷ lệ phần trăm thay đổi so với năm trước, tỷ lệ phần trăm thay đổi của số công nhân so với năm trước, tỷ lệ phần trăm tiền lời của các cổ đông... - Phân tích kinh tế-tài chính Bao gồm so sánh giữa những nguyên nhân kinh tế và tài chính của công ty trong những năm gần đây để xác định các xu hướng về tình hình tài chính, lợi nhuận, hiệu quả và năng suất cũng như so sánh với các đối thủ cạnh tranh chính trong nước. Cũng nên có cả so sánh về các tỷ lệ chính của ngành. Lưu ý: Mục này cần có sự tham gia của chuyên gia tài chính và kinh tế.

Kiều Gia Như Lược dịch
(Theo Competitive Intelligence, tài liệu
của BioMundi Consulting/ IDICT)