

气象科技服务应增强的市场经济意识

张宏利

(户县气象局, 陕西户县 710300)

1 危机意识

目前面临着国内外气象服务的挑战,人才、技术设备还有待提高,差距正在拉大。气象信息服务很可能被抢走。只有迎接挑战、开拓创新、与时俱进,才是走向气象科技服务未来最好的路子。

2 竞争意识

市场经济是竞争经济。要想在竞争中获胜,必须具备“人无我有,人有我先”的创新与开拓精神,即竞争意识。

3 质量意识

质量是信息产品的生命。质量好才有竞争力,才能出效益。在市场竞争中要坚持质量第一。在气象科技服务活动中,首先是气象信息产品的内容要准确,服务要及时,其次服务的载体制作要精良。

4 品牌意识

品牌是信息产品价值中的一种无形资产。如中央电视台一套新闻联播后的天气预报、陕西卫视播的天气与旅游、121等。这些品牌是经气象人多年的精心打造形成的,要爱护、充实和提高。

5 加工增值意识

1 kg 苹果 2 元,加工成果汁卖 20 元。气象信息产品也如此,常规的公益气象信息是免费的或低偿的,把它加工成工作、生活指数,价值倍增,且很受人们欢迎。

6 风险意识

参与竞争必然会遇到风险,迫使我们积极改

进技术和经营管理,进行科学决策。既然有风险,就有可能面临失败,要有良好的心理及物质准备。

7 诚信意识

信誉是搞经济合作的基础,直接影响某项乃至全局的生存与发展。诚信是一种资本,例如预报准确率,面对用户要实事求是,不能签合同前,100%准确,什么都好。实际又达不到,那样只能自毁形象。

8 法律意识

只有遵守法律、法规,正当经营,维持好气象信息内外市场秩序,才能正常运行。要学会运用法律保护自己的合法权益。不但要对社会行政执法,也要用法律、法规保护气象服务行为。

9 专业化意识

专业气象服务专业化程度不高是困扰气象信息市场发展的主要因素,常常用公益服务代替专业服务,情报服务代替决策服务,基层的问题更严重。扎扎实实将气象信息与不同行业特点紧密结合,得出不同行业专业气象服务标准和模式,才能使专业服务立于不败之地。

10 世界经济一体化意识

21 世纪是全球经济一体化时代,气象信息服务市场也不例外。应立足于当地信息服务市场,盯住全国乃至全球信息市场,研究和掌握国际市场的有关法规、标准,以国际化的信息服务标准拓宽、占领气象信息市场。

3 虚心

要提高测报质量,必须具有良好的业务素质。气象观测业务条文多,规定具体,特别是云的识别,天气现象记载,不完整记录的统计和不正常记录的处理等,工作中稍有疏忽,或者业务不熟悉,都会出现

错情。要提高实际工作能力和业务技术水平,应做到“五学”即对新的技术规定要及时学;遇到问题针对学;不懂的问题请教学;疑难问题重点学;季节转换提前学;经常看书学习充实自己。取人之长,补己之短,牢固树立脚踏实地,一丝不苟的工作作风。