

普通高等院校教材

# 连锁企业 信息管理教程

宋文官 主 编  
蒋传进 副主编



高等教育出版社  
Higher Education Press



普通高等院校教材

# 连锁企业信息管理教程

宋文官 主 编  
蒋传进 副主编



高等教育出版社

Higher Education Press

## 内容提要

本书是普通高等院校连锁经营管理专业系列教材之一,也是上海市高校教育高地建设成果教材之一。

本书的主要内容有连锁企业信息管理概述;连锁企业信息管理系统;连锁企业前台销售及 管理;连锁企业后台管理业务流程;连锁企业后台决策支持管理;商品编码技术;连锁企业中的网络技术;连锁企业典型案例;连锁企业信息管理实验与分析。

本书适合作为普通高等院校应用型本科连锁经营管理专业的教材,还可供高等职业院校、成人高校、民办高校及其他相关专业的教学使用,并可作为社会从业人士的参考读物及自学考试参考用书。

## 图书在版编目(CIP)数据

连锁企业信息管理教程 / 宋文官主编. — 北京: 高等教育出版社, 2008.5

ISBN 978-7-04-023680-4

I. 连… II. 宋… III. 连锁商店 - 企业管理: 信息管理 - 教材 IV.F717.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 042840 号

策划编辑 沈 炜  
版式设计 范晓红

责任编辑 丁孝强  
责任校对 刘 莉

封面设计 张志奇  
责任印制 陈伟光

责任绘画 杜晓丹

出版发行 高等教育出版社  
社 址 北京市西城区德外大街 4 号  
邮政编码 100011  
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司  
印 刷 北京奥鑫印刷厂

开 本 787×1092 1/16  
印 张 17.5  
字 数 410 000

购书热线 010-58581118  
免费咨询 800-810-0598  
网 址 <http://www.hep.edu.cn>  
<http://www.hep.com.cn>  
网上订购 <http://www.landracom.com>  
<http://www.landracom.com.cn>  
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2008 年 5 月第 1 版  
印 次 2008 年 5 月第 1 次印刷  
定 价 28.80 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 23680-00

## 连锁经营管理专业系列教材编委会

---

主 任:方名山

副主任:宋文官

编 委:方名山 宋文官 胡学庆 曹 静 沈荣耀

郑 蓓 冯国珍 徐 文 陈春法 易艳红

徐为明 殷延海 蒋传进

# 序言



零售业是商品流通产业与现代市场经济的重要组成部分,其经营状况和就业状况是促进一国经济发展的重要因素之一,其发展趋势反映一个国家总体的经济走向。在 2006 年的世界 500 强企业中,零售企业有 42 家,占总数的 8.4%,超过了保险、汽车、炼油、电信等行业的企业数量。这些零售企业基本上都采用了连锁经营的形式。

自 20 世纪 90 年代以来,连锁零售业一直是我国经济改革中变化最快、最具生机和活力的行业之一。经济高速发展使作为全球第一人口大国的中国成为世界上发展最快且最具潜力和吸引力的市场之一。在将近 20 年的时间里,世界零售百强中已有一半以上的企业进驻了中国内地,这使零售业成为竞争最为激烈的行业之一。这种竞争正在全方位地展开,在进入的区域上,外资企业正在由沿海发达地区向西部的不发达地区扩展;在业态发展上,西方发达国家成熟的和不成熟的业态几乎在一夜之间全部进入;在竞争方式上,外资企业所拥有的先进的管理经验为内资企业带来了全新的经营理念。令人可喜的是,内资零售企业并没有被外资企业打垮,在与“狼”共舞中,他们通过不断的学习和提高,壮大了实力,获得了更多的经验。在这样的背景下,总结西方发达国家连锁零售业发展的经验,为本土连锁企业发展提供借鉴,同时为本土企业培养更多的适应国际竞争要求的高素质人才已成为当务之急。

连锁经营管理专业作为一个新兴专业,具有交叉学科的专业特点。它既包括贸易经济学的相关知识,又包括市场营销和企业管理等学科的内容,还涉及现代信息技术的相关内容与方法,因此,这个专业所涵盖的知识体系是十分丰富的,也是其他专业所不能代替的。在当前我国连锁零售业发展突飞猛进的情况下,设置这样一个为现代流通企业培养大批人才的新兴专业是十分必要的。这一具有特色的专业设置及相应的理论建设越来越多地得到了国内外学术界和工商界的关注和支持。上海商学院的连锁经营管理专业,是教育部的试点专

业和上海市教育高地项目,自1998年在国内率先开设以来,紧跟国内外连锁企业的最新发展,为企业培养了大量的专业人才。该专业的教师们根据多年的教学和实践经验,适应该专业教学发展、改革与提高的迫切需要,编写出了这套连锁经营管理专业核心课程系列教材。总的来说,这套系列教材具有以下几个显著特点:

第一,构筑了连锁经营管理专业的核心课程教材体系。这套教材通过系统地研究国内外连锁企业发展的特点,在借鉴国内外相关专业课程体系的基础上,分别从经营原理、企业运营、店铺拓展、物流配送和信息管理等角度全面、系统、深入地介绍和剖析了连锁企业各方面的运作,并将最新的发展趋势引入到教材中。如此细致全面而系统的专业教材在当前国内并不多见。这套系列教材的出版将为高等学校连锁经营专业的科学和规范发展提供一个方向和有益的借鉴。

第二,理论与实际紧密结合。从高等学校教材的角度看,必须突出基础理论,为学生的理论研究提供知识前提;从专业的发展来看,教材必须反映行业的最新动态和发展趋势。这套教材吸取了市场上已有的大量专业咨询公司的实战书籍的特点,注重突出可操作性和实务性,同时注意加强基础理论的研究,增加了很多相关理论知识的阐述和深度剖析,这在目前同类教材中是不多见的。因此,这是一套理论与实际结合得较紧密的系列教材。

第三,具有一定的先进性和前瞻性。世界连锁业的发展变化迅速,新的业态、新的经营形式和管理方式处在不断的完善和发展之中。这套教材通过把握连锁企业的最新动态和发展趋势,揭示出连锁经营与管理及其各环节运作的规律性和形成要素,并把其进行总结、概括和升华,从而使该套教材不再是简单的表层解释和规律的简单总结,而是进行深入透彻的论述和剖析,并且能够较好地预测未来的发展趋势。

连锁经营管理专业是上海市本科教育高地建设项目之一。本系列教材是上海市本科教育高地建设项目的成果之一。综观全套教材,其结构严谨、层次分明、逻辑性强、深入浅出,是一套具有开创性的专业教材,具有较高的学术价值和实用价值,值得推荐和推广运用。诚然,连锁经营专业的教材建设才刚刚起步,尚有许多工作要做。希望这套教材的作者和该领域的研究人员继续努力和深入实践,为推动该专业的发展及培养商业人才作出更大的贡献。

西安交通大学教授、博士生导师 文启湘 谨序

2007年10月18日于西安



# 前言



连锁经营的核心技术之一是信息技术。信息技术促进商业管理的变革。尽管人们对它的认识是滞后的,但这种变革依然伴随着信息化的发展或快或慢地在悄悄地进行着。在高度自动化、信息化的管理环境下,可以取得高效率和高效能。可以说,没有信息技术,就没有现在这样大规模的连锁经营企业。

连锁企业信息管理应从何种角度进行教学,这个问题作者已研究了多年。一种观点认为应从开发的角度去进行教学,让学生了解连锁信息系统的开发方法,学会开发一种简单的连锁信息系统。另一种观点认为,应从信息技术在连锁经营中的应用的角度进行教学,目的是使学生从信息的角度全面了解连锁经营的业务流程,并能进行简单的信息分析。编者就是从后一种观点出发编写这本书的。本书有如下特点:

1. 案例实战。应用型人才的培养一定要从实用的角度出发进行学习,案例学习是最好的学习方法之一。本书的案例主要体现在两个方面,一是导引案例,这个案例对本章的内容起到引导性的作用。二是通过典型案例了解连锁经营,第9章介绍了典型的连锁企业,学生可以通过这些案例全面了解连锁企业的运营状况。

2. 实例分析。本书的第9章是一个实例,书中对连锁企业的业务流程进行了非常详细的分析。第3、4、5、6章也是结合实例进行描述的。

3. 商务实战。这部分内容体现了“有讲有练”的原则,商务实战中的内容都是从实际中提炼的题目,学生可以通过这些题目加深对连锁经营内涵的理解。

本书共分九章,具体内容有:连锁企业信息管理概述;连锁企业信息管理系统;连锁企业前台销售及管理;连锁企业后台管理业务流程;连锁企业后台决策支持管理;商品编码技术;连锁企业中的网络技术;连锁企业典型案例;连锁企业信息管理实验与分析。本书配有模拟软件,如需要,请与作者联系([swg@21cn.com](mailto:swg@21cn.com))。

本书第1、2、3、4、6章由宋文官执笔完成,第5、9章由蒋传进、彭肖溶执笔

## II | 前言

完成,第7章由徐文、蒋传进执笔完成,第8章由陈春法执笔完成,易艳红对部分章节作了修改。上海海鼎信息工程股份有限公司在本书的编写过程中给予了很大帮助。本书在编写过程中,还参考了大量的资料,包括网上资料,由于许多资料的作者不详,无法一一注出,在此向他们表示谢意。

本书是上海市高校教育高地建设成果教材之一,是应用型本科连锁经营管理专业的主干课程教材,是在大家共同努力下完成的,在此对我的同事们表示真诚的谢意。

由于社会经济的快速发展,新的管理方式和技术不断涌现,本书很多地方可能会随着时代的进步需要更新,加之编者的水平和时间有限,难免存在错误和不当之处,期待专家和读者的批评指正。

编 者

2008年3月



# 教学支持说明

建设立体化精品教材,向高校师生提供系列化教学解决方案和教学资源,是高等教育出版社(集团)“服务教育”的重要方式。为支持相应课程的教学,我们向采用本书作为教材的教师免费提供教学资源。

为保证该资源仅为教师获得,烦请授课教师填写如下开课情况证明并寄出(传真)至下列地址。

我们的联系方式:

地址:北京市朝阳区惠新东街4号富盛大厦19层 高职中心 经管分社

邮编:100029

电话:010-58581854

传真:010-58556017

E-mail:songchen@hep.com.cn

## 证 明

兹证明 \_\_\_\_\_ 大学(学院/学校) \_\_\_\_\_ 系/院第 \_\_\_\_\_ 学年开设的 \_\_\_\_\_ 课程,采用高等教育出版社出版的 \_\_\_\_\_ (书名和作者)作为本课程教材,授课教师为 \_\_\_\_\_, 学生 \_\_\_\_\_ 个班共 \_\_\_\_\_ 人。

授课教师需要与本书配套的教学课件为:

地址: \_\_\_\_\_

邮编: \_\_\_\_\_

电话: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

系/院主任 \_\_\_\_\_ (签字)

(系/院办公室盖章)

20 \_\_\_\_ 年 \_\_\_\_ 月 \_\_\_\_ 日

## 郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 58581897/58581896/58581879

传 真：(010) 82086060

E - mail: dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街4号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮 编：100120

购书请拨打电话：(010) 58581118

### 短信防伪说明：

本图书采用中国扫黄打非出版物短信防伪系统，用户购书后刮开封底防伪密码涂层，将16位防伪密码发送短信至106695881280，免费查询所购图书真伪，同时您将有机会参加鼓励使用正版图书的抽奖活动，赢取各类奖项，详情请查询中国扫黄打非网(www.shdf.gov.cn)。

短信反盗版举报：编辑短信“JB,图书名称,出版社,购买地点”发送至10669588128

短信防伪客服电话：(010) 58582300/58582301/58582302

# 目录



|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 第 1 章 连锁企业信息管理概述 .....     | 1   |
| 1.1 信息科学基础 .....           | 2   |
| 1.2 信息系统 .....             | 3   |
| 1.3 信息管理 .....             | 5   |
| 1.4 连锁企业信息管理 .....         | 8   |
| 1.5 连锁企业信息管理系统的开发方式 .....  | 12  |
| 1.6 连锁企业信息管理系统的分析与设计 ..... | 14  |
| 1.7 文档编制 .....             | 20  |
| 第 2 章 连锁企业信息管理系统 .....     | 25  |
| 2.1 连锁企业物流系统 .....         | 26  |
| 2.2 总部信息管理 .....           | 29  |
| 2.3 配送中心信息管理 .....         | 30  |
| 2.4 连锁企业门店信息管理 .....       | 39  |
| 第 3 章 连锁企业前台销售及管理 .....    | 44  |
| 3.1 前台管理概述 .....           | 45  |
| 3.2 前台销售系统 .....           | 46  |
| 3.3 前台信息管理 .....           | 61  |
| 3.4 收银工作规范 .....           | 77  |
| 第 4 章 连锁企业后台管理业务流程 .....   | 79  |
| 4.1 后台管理综述 .....           | 80  |
| 4.2 系统基本资料管理 .....         | 81  |
| 4.3 商品的进销管理 .....          | 93  |
| 4.4 库存管理 .....             | 106 |

|             |                            |            |
|-------------|----------------------------|------------|
| 4.5         | 结算管理 .....                 | 112        |
| 4.6         | 营销管理 .....                 | 117        |
| <b>第5章</b>  | <b>连锁企业后台决策支持管理 .....</b>  | <b>126</b> |
| 5.1         | 决策支持管理 .....               | 127        |
| 5.2         | 系统管理 .....                 | 132        |
| 5.3         | 后台管理系统中的定量分析技术 .....       | 145        |
| 5.4         | 后台人员的组成及要求 .....           | 148        |
| <b>第6章</b>  | <b>商品编码技术 .....</b>        | <b>150</b> |
| 6.1         | 商品编码概述 .....               | 152        |
| 6.2         | 商品编码分类 .....               | 154        |
| 6.3         | 条形码技术 .....                | 157        |
| 6.4         | 条形码 .....                  | 159        |
| 6.5         | 二维条形码 .....                | 166        |
| 6.6         | RFID 电子标签 .....            | 171        |
| <b>第7章</b>  | <b>连锁企业中的网络技术 .....</b>    | <b>177</b> |
| 7.1         | 网络结构 .....                 | 178        |
| 7.2         | 通信方式 .....                 | 181        |
| 7.3         | 系统平台 .....                 | 186        |
| 7.4         | 数据库系统 .....                | 187        |
| 7.5         | 开发工具 .....                 | 192        |
| <b>第8章</b>  | <b>连锁企业典型案例 .....</b>      | <b>197</b> |
| 8.1         | 连锁便利商店 .....               | 197        |
| 8.2         | 超级市场 .....                 | 203        |
| 8.3         | 先进高效的海烟物流配送中心 .....        | 206        |
| 8.4         | 南方商城信息管理系统 .....           | 212        |
| 8.5         | 亚博家艺家具信息管理系统 .....         | 216        |
| <b>第9章</b>  | <b>连锁企业信息管理实验与分析 .....</b> | <b>223</b> |
| 9.1         | 背景情况简介 .....               | 223        |
| 9.2         | 统配部分 .....                 | 224        |
| 9.3         | 直配部分 .....                 | 233        |
| 9.4         | 自营部分 .....                 | 239        |
| 9.5         | 加盟店部分 .....                | 245        |
| 9.6         | 商品及员工管理部分 .....            | 251        |
| 9.7         | 网络传送部分 .....               | 260        |
| <b>参考文献</b> | <b>.....</b>               | <b>265</b> |

# 第1章



## 连锁企业信息管理概述

### 学习要点

- 信息的概念
- 信息系统的概念
- 信息管理的作用
- 连锁企业信息管理的内容
- 连锁企业管理信息系统的开发方式
- 文档的编制



### 导引案例

目前,信息的价值已经普遍受到企业领导者的重视,然而企业的信息管理部门——信息中心却往往被企业领导者忽视。现在,这种情况正在改变,信息部门正在逐步融入企业的业务管理中去。下面看一下商业企业业务部门与信息部门的工作情况。

业务部员工每天上班后一般先查询门店的销售数据,浏览一下库存情况,看看哪些商品没有库存了,对于没有库存的商品再逐一分析销售数据,看看是否需要补货、补多少。若发现该商品经常是供应商的原因造成缺货,则打电话询问供应商,一个电话从缺货话题又聊到供应商最近的新品情况,上午的3个小时很快过去了,下午继续接待供应商的来访。若这样工作一天,如何能够管理好那么多的商品?

信息部门对于业务部门的支持体现在:

一方面,采购员不用管理商品的库存情况,订货员则根据信息部门提供的自动补货方案进行订货。信息部门要做的是努力将自动补货的手工干预度降到最低。采购员每天可以将精力完全放到对于商品的分析工作上,通过信息部门提供的“商品综合贡献度分析报表”了解商品的销售和缺货情况,研究商品销售下滑或上升的原因,有针对性地考虑如何通过供应商的支持提高销量。和供应商联系业务或者预约见面之前可以参考信息部门提供的该供应商的销售量、毛利贡献、订货到达率等信息,用数据作为与供应商

谈判的强有力的砝码,大大提高了谈判的效率。

另一方面,信息部门不是简单地提供固定的报表数据,而是在了解业务工作之后,从业务部门的角度整理各种数据,所提供的报表和工具完全适应业务的需求。原先翻阅数张报表并且还可能再次进行手工整理,现在他们所需要的所有信息全部尽可能地集中在一张报表中,并且信息部门提供的支持不局限于固定的报表,只要业务部门需要数据资料,信息部门就提供所需求的信息。当然信息部门并非完全机械地提供数据,而是分析需求的合理性,甚至提供更有帮助的数据结果。

商务活动中存在很多灵活性,比如,新品引进和老品淘汰都让管理层头痛,有些员工为了保留一个淘汰商品而提出非常多的理由,甚至有可能是受私利的驱使。作为一个部门负责人,逐个检查下属的工作非常困难。

这时,业务人员完全根据信息部门每月整理的一张分析报表来确定淘汰商品,报表上有缺货次数、销售情况、新品销售情况等。新品引进与淘汰的结果,有专人根据报表进行检查和监督,而且不需要太多时间。另外,商务活动中或多或少地存在人情,人情有时让谈判员也非常烦恼,克服人情的最好方法便是用冷冰冰的数字去抵挡。公司的商务人员现在面对长期合作的供应商可以轻松地告诉他:“对不起,我帮不了你,这个商品必须淘汰,因为现在是计算机系统把关。”

(资料来源:《海鼎 MESSAGE》第六期)



### 思考题:

1. 信息部门是如何对业务部门进行支持的?
2. 结合以上案例说明信息管理在企业业务中的地位 and 作用。

## 1.1 信息科学基础

### 1.1.1 信息的概念

一家杂货店的管理者可以通过观察有形实体——商品、收款机、房间、客流来管理杂货店。当其经营着一家规模扩大到拥有成百上千名雇员,并且经营活动分散、区域很广阔的连锁店时,这名管理者就要更多地依赖于信息而不仅仅是观察了。可以想像沃尔玛、家乐福公司的管理者几乎不得不完全依赖于信息,并将信息珍视为他们最有价值的资源。

信息是主体对客体的认识和揭示,它包括数据、字符、文字、图形等。信息的概念不同于数据(data,又称资料),数据是对客观事物记录下来的、可以鉴别的符号,数据经过处理仍然是数据。处理数据是为了便于更好地解释。只有经过特定背景解释,数据才有意义,才能成为信息。可以说,信息是经过加工以后并对客观世界产生影响的数据。例如,行驶中飞机里程表上的数据不一定成为信息,只有当飞行员需要观察里程表上的数据以便做出下一步决定时,数据才成为信息。对于同一数据,每个人的解释可能不同,其对决策的影响可能不同。决策者利用经过处理的数据做出决策,可能取得成功,也可能得到相反的结果,这里的关键在于对数据的解释是否正确,因为不同的解释往往来自不同的



背景和目的。

### 1.1.2 信息的特性

信息具有以下特性：

#### 1. 准确性

信息不仅要及时,而且要求准确无误地反映实际情况。正确的信息才是有用的信息,有了准确、可靠的信息,才能做出正确的决策。

#### 2. 时效性

信息的时效是指从信息源发送信息,经过接收、加工、传递、利用的时间间隔及其效率。时间间隔越短,使用信息越及时,使用程度越高,时效性越强。

#### 3. 不完全性

关于客观事实的信息是不可能全部得到的,这与人们认识事物的程度有关系。因此数据收集或信息转换要有主观思路,要运用已有的知识,要进行分析和判断,只有正确地舍弃无用和次要的信息,才能正确地使用信息。

#### 4. 等级性

管理系统是分等级的(如公司级、工厂级、车间级等),处在不同级别的管理者有不同的职责,处理的决策类型不同,需要的信息也不同,因而信息也是分级的。

#### 5. 再生性

信息可以被分析、综合、扩充或浓缩,从而把信息从一种形式变换成另一种形式,并在变换过程中增殖和增值。

#### 6. 价值性

管理信息是经过加工并对生产经营活动产生影响的数据,是由劳动创造的,是一种资源,因而是有价值的。索取一份经济情报,或者利用大型数据库查阅文献所付费用是信息价值的部分体现。信息的使用价值必须经过转换才能得到。鉴于信息寿命衰老很快,转换必须及时。例如,如果管理者对某车间可能窝工的信息知道得早,及时备料或安排其他工作,信息资源就转换为物质财富。反之,事已临头,知道了信息也没有用,转换已不可能,信息也就没有什么价值了。

“管理的艺术在于驾驭信息”,就是说,管理者要善于转换信息,去实现信息的价值。现代社会的特点之一,是管理信息量的增长速度十分惊人,有所谓“信息威胁”之说,这是指人类面临要处理的信息量大到难以应付的地步,以致造成混乱的结果。例如,一年内全世界发表的化学论文多达数万篇,如果没有计算机,要想从中找到一篇需要的文章内容就会像大海捞针。信息的爆炸性增长造成了信息挑战和信息威胁。面对这种情况,应用计算机等信息设备辅助作业是迎接信息挑战的唯一出路。

## 1.2 信息系统

### 1.2.1 信息系统的概念

系统是由处于一定的环境中相互联系和相互作用的若干组成部分结合而成并为达到整

体目的而存在的集合。信息系统是由人、硬件、软件和数据资源组成,目的是及时、正确地收集、加工、存储、传递和提供信息,实现组织中各项活动的管理、调节和控制。

组织中各项活动表现为物流、资金流、商流和信息流的流动。“物流”是实物的流动过程。物资的运输,产品从原材料采购、加工直至销售,都是物流的表现形式。“资金流”指的是伴随物流而发生的资金的流动过程。“商流”是各项管理活动的工作流程。例如,商品进货、验收、登记、开票、付款等流程,经理做出决策时进行的调查研究、协商、讨论等流程。“信息流”伴随以上各种流的流动而流动,它既是其他各种流的表现和描述,又是用于掌握、指挥和控制其他流运行的软资源。在一个组织的全部活动中存在着各式各样的信息流,而且不同的信息流用于控制不同的活动。若几个信息流联系组织在一起,服务于同类的控制和管理目的,就形成信息流的网,称之为信息系统。一个组织的信息系统可以是企业的购、销、库存、计划、管理、预测、控制的综合系统,也可以是机关的事务处理、战略规划、管理决策、信息服务等的综合系统。

信息系统包括信息处理系统和信息传输系统两个方面。信息处理系统对数据进行处理,使它获得新的结构与形态或者产生新的数据。比如,计算机系统就是一种信息处理系统,通过它对输入数据的处理可获得不同形态的新的数据。信息传输系统不改变信息本身的内容,作用是把信息从一处传到另一处。由于信息的作用只有在广泛交流中才能充分发挥出来,因此,网络技术的进步极大地促进了信息系统的发展。

1.2.2 管理信息系统

管理信息系统(management information systems, MIS)是对一个组织进行全面管理的人和计算机相结合的系统,它综合运用网络技术、信息技术、管理技术和决策技术,与现代化的管理思想、方法和手段结合起来,辅助管理人员进行管理和决策。管理信息系统的结构矩阵如图 1-1 所示。

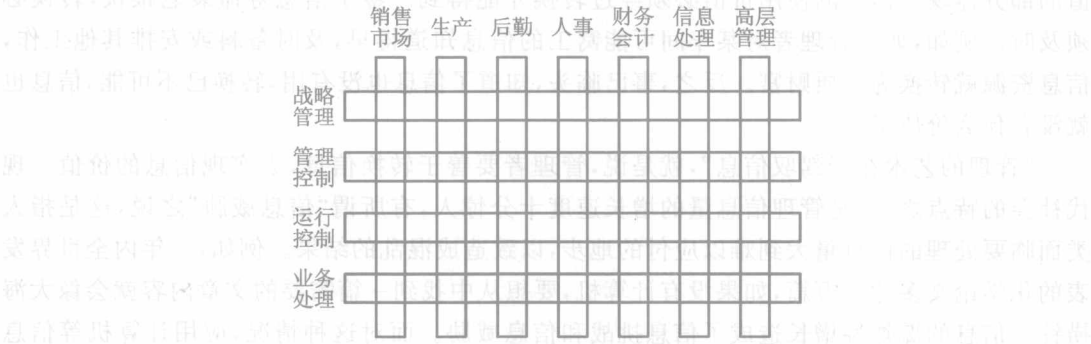


图 1-1 管理信息系统的结构矩阵

战略管理是企业的长远计划,处理中长期事件,如市场战略、产品品种等。其主要内容有规定企业的目标、政策、总体方针和组织层次。管理控制(或战术管理)属于中期计划范围,包括资源的获取与组织、人员的招聘与训练、资金监控等方面。运行控制涉及作业的控制(如作业计划和调度等)。业务处理是企业的最基本活动,它记录了企业的每一项生产经营和管理活动。对于其他组织的管理与企业管理一样,存在着类似的层次关系。

在实际的工作中,有时同一问题可以属于不同的管理层次,只是每个层次考虑问题的角

度不同而已。例如,库存控制问题,在运行控制层最关心的是日常业务处理是否准确无误;在管理控制层考虑的是如何根据运行控制数据,确定安全库存量和订货次数;而在战略管理层关心的是如何根据运行控制和管理控制的结果及战略目标、竞争者行为等因素,做出正确的库存战略决策。

### 1.3 信息管理

#### 1.3.1 信息与管理的关系

管理的任务在于通过有效地管理好人、财、物等资源来实现企业的目标,而要管理这些资源,需要通过反映这些资源的信息来管理。每个管理系统都首先要收集反映各种资源的有效数据,然后将这些数据加工成各种统计报表、图形或曲线,以便管理人员能有效地利用企业的各种资源来完成企业的使命。所以,信息是管理上的一项极为重要的资源。信息对于管理之重要在于“管理就是决策”。管理工作的成败,取决于能否做出有效的决策,而决策的正确程度则取决于信息的质和量。

有两方面原因使管理者越来越多地关注信息管理:一是商务活动越来越复杂,二是计算机性能的极大提高。

一定的管理方法和管理手段是一定社会生产力发展水平的产物。现代社会的特点是分工越来越细,对各种问题的影响因素越来越错综复杂,对情况的反映和做出决定越来越要求迅速及时,管理效能和生产、经营效能越来越取决于信息管理的完善程度,因此对信息的需要不仅在数量上大幅度增加,而且在质量方面也要求其正确性、精确性和时效性等不断提高。传统的手工系统越来越无法应付现代管理对信息的需要。生产社会化的发展,必然会在越来越大的生产、经营活动范围中,把碰运气、照旧传统办事及靠猜测等现象从决策过程中排除出去。基于计算机的信息系统,能把生产和流通过程中的巨大数据流收集、组织和控制起来,经过处理,转换为对各部门来说都是不可缺少的数据;经过分析,使它变成对各级管理人员做决定具有重要意义的有用信息。特别是运筹学和现代控制论的发展,使许多先进的管理理论和方法应运而生,而这些理论和方法又都因为计算工作量太大,用手工方式根本不可能及时完成,只有现代电子计算机的高速准确的计算能力和海量存储能力,才为这些理论从定性到定量方面指导决策活动开辟了新局面。

任何组织都需要管理。所谓组织,指的是人们为了实现共同目标而组成的群体和关系,如企业、部门、公司等,它们都具有一定的形式和结构,并完成其特定的功能。一个组织的管理职能主要包括计划、组织、领导和控制四大方面,其中任何一方面都离不开信息系统的支持。

信息管理就是利用信息系统对企业进行管理。

#### 1.3.2 信息系统对计划职能的支持

计划是对未来做出安排和部署。任何组织的活动实际上都有计划,只不过这种计划是否正式而已。非正式计划容易造成不协调和不完整,正式计划不仅可以作为行动的纲领,而且也是对执行结果评价的依据。管理的计划职能是为组织及其下属机构确定目标,拟订为