

主 编
编著者

王延飞
王林兰

祁延莉

刘继承

经营战略

信息管理

JINGYING ZHANLUE

XINXI

GUANLI



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

经营战略信息管理

主 编 王延飞

编著者 王林兰 祁延莉 刘继承



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

经营战略信息管理/王延飞主编. —北京:北京大学出版社,
2005.11

ISBN 7-301-08902-3

I. 经… II. 王… III. 信息管理 IV. G203

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 029725 号

书 名: 经营战略信息管理

著作责任者: 王延飞 主编

责任编辑: 郑月娥

标准书号: ISBN 7-301-08902-3/G · 1473

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn>

电子信箱: zpup@pup.pku.edu.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752038

排 版 者: 兴盛达打字服务社 82715400

印 刷 者: 北京飞达印刷有限责任公司

经 销 者: 新华书店

890 毫米×1240 毫米 A5 11.875 印张 320 千字

2005 年 11 月第 1 版 2005 年 11 月第 1 次印刷

定 价: 20.00 元

内 容 简 介

基于信息的管理概念是管理思想和情报科学交融发展的产物,经营战略的制定实质上是一个信息过程。本书着眼于经营战略决策信息过程,以市场营销为重点对象,从与经营决策相关的信息采集、信息分析、信息系统与分析软件等方面对经营战略信息管理的内容进行全面系统的介绍,强调以情报工作为核心,力图突破以往注重信息整序、忽视信息分析与使用的信息管理论述框架。

本书适合经济类、管理类专业的本科生及企业管理与调查分析人员阅读。

前 言

信息管理是一个备受争议的概念,不同领域的专家学者对其有不同的诠释。企业管理人士和工科学者在阐述有关概念时多以管理信息系统为核心,计算机科学技术领域的专家把关注的重点放在数据处理技术上,而文献信息领域的学者则以信息资源为对象,强调信息组织与检索。各家所述均言之凿凿,理法兼备,其中原因皆是由于信息管理实在是一个涵盖范围太广的大概念,涉及从信息整序到信息使用的全过程,所以,无论从平台、技术还是从管理对象来进行研究都有其合理要件。然当今为学之道强调学以致用,则从应用目的来看,对决策信息流的认识能够较好地将不同观点和方法统一起来,并为不同的研究方向留有充分的发展空间。

经营战略是企业管理高层人士和管理学者所关注的重要课题,其表现形式是一系列有关经营的指导思想、目标、重点和措施的管理决策。经营战略的制定是复杂的系统工程,在这个系统中,最为关键的要素是信息,信息管理对制定正确的经营战略起着至关重要的作用。从决策信息流的观点出发,竞争情报工作是经营战略信息管理的核心。因此,本书在内容编排上力求符合情报工作流程的基本原则,从讨论管理决策目标开始,介绍了经营战略信息管理所需的分析知识基础、信息资源、信息平台、信息收集、信息分析和相关分析软件。希望能够帮助读者建立自己的方法论体系,以应对将来可能出现的各种新的决策问题。

本书总体设计和统稿由王延飞负责,参编人员有王林兰、祁延莉、刘继承。具体分工如下:第1章由王延飞编写,第2~4章由王林兰编写,第5章由祁延莉编写,第6章由王林兰编写,第7章由王延飞编写,第8章由刘继承、王延飞编写。在编写过程中我们查找并参阅了大量文献资料,除各章末列出的参考文献外,尚有大量

辗转摘抄的资料无法注明出处,在此向所有已注明和未注明的相关著者表示谢意。

感谢北大出版社郑月娥老师为本书提出的意见和付出的劳动!

最后感谢所有给予指导、启发和帮助的老师 and 朋友们!

对于书中的疏漏和错误,恳请读者和各界同仁提出指正意见!

王延飞

2005 年 4 月于燕园

目 录

第 1 章 绪论	(1)
1.1 基于信息的经营战略活动	(1)
1.1.1 信息观的管理思想发展史	(2)
1.1.2 求索于管理实践的情报科学理论	(9)
1.1.3 经营战略中的信息过程	(28)
1.2 经营战略信息管理的内容	(32)
1.2.1 发挥信息效能实现管理目标	(32)
1.2.2 从信息角度探索提高管理效能的途径 和方法	(33)
1.2.3 以竞争情报工作为核心进行经营战略 信息管理	(33)
第 2 章 经营战略管理分析知识基础	(37)
2.1 市场营销概述	(37)
2.1.1 市场营销的基本含义	(37)
2.1.2 市场营销的核心概念	(40)
2.1.3 顾客让渡价值与顾客满意	(44)
2.1.4 市场营销观念	(48)
2.1.5 市场营销组合	(51)
2.1.6 市场营销管理过程	(52)
2.2 现代经济中的市场	(55)
2.2.1 市场的含义	(55)
2.2.2 市场的分类	(57)
2.2.3 市场在企业经营活动中的作用	(60)
2.3 消费者市场	(61)
2.3.1 消费者市场的特征	(62)

2.3.2	消费者市场的购买对象	(63)
2.3.3	我国消费者市场的发展趋势	(64)
2.4	产业市场	(66)
2.4.1	产业市场的特点	(67)
2.4.2	产业市场的购买对象	(68)
2.4.3	影响产业市场购买行为的主要因素	(70)
2.5	政府市场	(71)
2.5.1	政府的主要职能	(71)
2.5.2	政府采购	(72)
第3章	经营战略管理所需的主要信息资源	(77)
3.1	市场信息在企业经营活动中的作用	(79)
3.2	市场信息的主要类型	(80)
3.2.1	企业宏观环境信息	(81)
3.2.2	企业微观环境信息	(98)
3.3	市场营销信息获取的渠道	(105)
3.3.1	企业内部	(107)
3.3.2	文献信息	(110)
3.3.3	竞争对手	(114)
3.3.4	从第三方获取竞争情报	(114)
3.3.5	专家和专业调查机构	(116)
3.3.6	咨询机构	(117)
3.3.7	行业会展	(118)
3.3.8	招聘和录用	(120)
3.3.9	互联网资源	(121)
3.3.10	商业数据库	(123)
3.3.11	国家经济信息系统	(124)
3.4	市场营销信息资源的开发利用	(126)
3.4.1	市场信息资源的开发利用原则	(127)
3.4.2	用于制定企业经营战略的市场营销信息	(129)

3.4.3 市场营销信息资源开发利用中的政策、 法律问题	(136)
第4章 管理信息系统	(148)
4.1 管理信息系统的概念	(148)
4.2 以营销为核心的管理信息系统组成	(149)
4.2.1 内部报告系统	(149)
4.2.2 营销情报系统	(151)
4.2.3 营销调研系统	(153)
4.2.4 营销决策支持系统	(157)
4.3 市场营销信息系统的建立	(161)
4.3.1 计算机营销信息系统模型	(162)
4.3.2 基于计算机的信息系统(CBIS)的开发	(165)
4.4 利用信息技术获取竞争优势	(171)
第5章 经营战略信息的收集	(180)
5.1 信息源及其选择	(180)
5.1.1 信息与信息源	(180)
5.1.2 信息源的选择	(181)
5.1.3 网上商业信息的特点	(182)
5.2 信息源的开发与利用	(183)
5.2.1 政府信息的开发利用	(183)
5.2.2 媒体信息的开发利用	(188)
5.2.3 各类出版物信息的开发利用	(191)
5.2.4 行业协会的信息服务	(192)
5.2.5 图书馆、信息部门提供的信息服务	(194)
5.2.6 咨询公司的信息服务	(194)
5.3 网络信息资源的检索	(200)
5.3.1 基本概念	(201)
5.3.2 网络信息资源的类型	(202)
5.3.3 网络信息资源的特点	(205)

5.3.4	网络信息检索工具	(205)
5.3.5	重要网络检索工具介绍	(208)
5.3.6	网络检索技术	(210)
5.3.7	网络检索策略	(211)
5.3.8	网络数据库资源	(212)
第 6 章	经营战略信息分析	(236)
6.1	竞争环境与对手分析	(236)
6.1.1	市场环境分析	(236)
6.1.2	行业竞争分析	(241)
6.1.3	竞争对手分析	(249)
6.2	企业竞争战略分析	(256)
6.2.1	企业面对行业竞争者的一般竞争战略	(256)
6.2.2	在市场中处于不同地位的企业竞争策略	(260)
6.3	企业战略和营销战略分析	(265)
6.3.1	企业战略	(265)
6.3.2	市场营销战略	(267)
6.4	消费者购买行为分析	(273)
6.4.1	影响消费者购买行为的因素	(273)
6.4.2	消费者购买行为的种类	(280)
6.4.3	消费者购买过程模式	(285)
6.5	市场需求测量与销售分析	(289)
6.5.1	市场需求测量	(289)
6.5.2	销售分析	(297)
6.6	企业投资决策分析	(304)
6.6.1	投资决策方向分析	(304)
6.6.2	投资经济效益分析	(308)
6.6.3	投资风险分析	(311)
第 7 章	经营战略信息管理评价分析	(315)
7.1	信息管理的组织分析	(315)

7.1.1	组织机构的类别	(315)
7.1.2	组织机构的层次观	(316)
7.1.3	组织机构的有机观	(317)
7.2	信息管理的过程分析	(318)
7.2.1	任务信息需求	(319)
7.2.2	任务信息需求的落实	(319)
7.3	信息管理系统的技术实现方法分析	(320)
7.3.1	信息基础设施	(321)
7.3.2	信息资源环境	(321)
7.3.3	信息技术方法	(322)
7.4	小结	(325)
第8章	企业常用信息分析软件	(327)
8.1	市场与竞争情报软件	(327)
8.1.1	常用市场分析、统计分析软件简介	(327)
8.1.2	竞争情报软件	(331)
8.2	上、下游企业信息分析软件	(336)
8.2.1	下游企业与消费者行为分析 软件:客户关系管理(CRM)	(337)
8.2.2	上游企业间信息分析 软件:供应链管理(SCM)	(345)
8.3	企业自身信息分析软件	(350)
8.3.1	格式化信息分析软件:企业资源计划 (ERP)系统	(350)
8.3.2	半格式化、非格式化信息分析软件	(357)
8.3.3	集成信息分析软件——商业智能(BI)信息分析 系统	(361)

第 1 章 绪 论

1.1 基于信息的经营战略活动

自美国著名社会学家丹尼尔·贝尔提出后工业化概念以来,人类社会快速步入信息时代,以信息技术为代表的数字化革命使得各国都将发展信息产业和实现信息化作为抢占未来经济制高点的重要举措,信息化逐步上升为推动区域与国家经济和社会全面发展的关键因素。党中央、国务院高度重视信息化带来的挑战与机遇,中央全会明确了信息化覆盖现代化全局的战略地位,提出“以信息化带动工业化”的战略方针,信息化战略的实施促使人们认真领会信息与管理的关系。

作为信息化组成部分的办公自动化(OA 系统)、业务处理自动化(MIS 系统和 DSS 系统)以及设计生产过程自动化(MRP、MRPII、ERP、CIMS 系统)等的成功运用,促使人们在管理实践中积极调整和改革组织结构与业务流程,主动自觉地挖掘和利用信息资源,把信息工作有机地融入管理流程。

成功企业的经验表明,信息技术战略应该是经营管理战略的组成部分和促成因素,使信息技术战略独立于经营管理战略或忽视信息技术的管理都是没有意义的。因此,信息化不只是信息处理手段的进步,更是一整套新的管理模式、企业运作模式、行为方式和价值观的重组再造过程,信息化只有与企业管理理念和业务有机地结合起来,才能真正实现以信息化带动工业化、进行跨越式发展的战略构想。正如管理学家杜拉克所说:“互联网的主要影响不是经济的,而是心理的;不存在什么新经济,互联网极大地拓展了旧经济。”由于运用信息技术手段转变管理观念已经成为众多

管理者们的成功经验,因而基于信息的经营战略管理思想的出现也就是历史发展的必然产物。

基于信息的经营战略管理思想的理论来源于两大学科体系,即管理科学和情报科学,可以说基于信息的经营战略管理思想的出现是这两大学科理论交叉发展的产物。

1.1.1 信息观的管理思想发展史

美国管理学家罗宾斯在《管理学(第四版)》中对管理做了如下定义:管理是指同别人一起,或通过别人使活动完成得更有效的过程。这里,过程的含义表示管理者发挥的职能或从事的主要活动。这些职能可以概括地称为计划、组织、领导和控制。罗宾斯指出,效率是管理极其重要的组成部分,因为管理者经营的输入资源是稀缺的(资金、人员、设备等),所以他们必须关心这些资源的有效利用。因此,管理就是要使资源成本最小化。然而,管理还必须使活动实现预定的目标,即追求活动的效果。因此,效率涉及的是活动的方式,而效果涉及的是活动的结果。

从历史上看,不同的管理学理论的最终目标都是效率与效果,而追求目标的方式和方法则各不相同。从信息角度看,管理学理论的每一次发展和变化,在管理实践中都对人们生产和经营活动中的信息过程产生巨大影响。相关的最早记录可以追溯至卢卡帕乔利在1494年发表的题为“论算术、几何、比例和对称”的文章,他在其中说明了采用复式记账原理的簿记学,簿记的产生使会计计算方法更为科学,使经营效果的衡量更加明晰和具有说服力,从而大大促进了管理信息系统的完善,使经营决策有可能建立在一个较为科学合理的基础上^①。

1. 导致管理过程中信息分工与组织的古典管理理论

管理思想史的研究者认为^②,发端于20世纪初的古典管理理

① 郭威纲著,西方管理思想史,北京:经济管理出版社,1999,24页

② 此处有关管理思想的内容引自郭威纲所著《西方管理思想史》,经济管理出版社,1999

论是由泰勒、法约尔、韦伯在相同的经济人假设前提下,针对效率最大化的共同目标,分别从三个不同的方面建立起来的。

泰勒着眼于提高个体劳动效率,依据作业研究原理和时间研究原理,进行科学管理实验,提出其科学管理的基本内容:作业管理、组织管理和哲学。所谓作业管理就是一系列的科学方法,即制定科学的分工工作方法,制定培训工人的科学方法,实行激励性的报酬制度。所谓组织管理是指泰勒把计划的职能和执行的职能分开,以科学的工作方法确保管理任务的完成;根据工人的具体操作过程进一步分工细化,实行职能工长制等。泰勒的管理哲学如所述,“科学管理在实质上包含着要求在任何一个具体机构或工业中工作的工人进行一场全面的心理革命——要求他们在对待工作、同伴和雇主的义务上进行一场全面的心理革命。此外,科学管理也要求管理部门的人——工长、监工、企业所有人、董事会——进行一场全面的心理革命,要求他们在对管理部门的同事、对他们的工人和所有日常问题的责任上进行一场全面的心理革命。没有双方的这种全面的心理革命,科学管理就不能存在。”泰勒的理论和实践,冲破了以往传统的经验管理方法,将科学引入管理领域,为管理理论的系统形成奠定了基础。

法约尔着眼于企业组织效率,把企业的全部活动分为六种:技术活动(生产、制造、加工)、商业活动(购买、销售、交换)、财务活动(筹集和适当利用资本)、安全活动(保护财产和人员)、会计活动(财产清点、资产负债表、成本、统计等)和管理活动(计划、组织、指挥、协调和控制)。法约尔认为,管理活动涉及企业总经营计划的制定、社会组织的建立和各方面力量与行动的调和与协调,因此应把管理活动与其他活动区分开来。法约尔强调了长期计划的重要性,提出了组织过程中的参谋职能制,说明了指挥是以对某些工人的品质和对管理一般原则的了解为基础的艺术,解释了协调判断的依据(部门间、部门内、个人与企业间互不相干的状态),并且总结出著名的14项管理原则,以组织管理思想对管理学的进步做出了巨大的贡献。

韦伯着眼于社会组织效率,把管理的视角从企业扩展到社会、经济和政治结构。韦伯认为,理想的行政组织是通过职务和职位来管理的,任何组织都是以某种形式的权力为基础的,权力可以消除组织的混乱,使组织的运行有秩序地进行;要使行政组织发挥作用,管理则应以知识为依据进行控制,领导者应在能力上胜任其工作,要依据事实来进行领导,行政组织中除了最高领导外,每一个官员都应按一定准则被任命和行使职能,组织中所有的环节都是由专家来承担各种任务,因此组织规定每一个成员的职权范围和协作形式,以使得各成员能正确行使职权,减少冲突,提高组织的工作效率。作为现代社会学的奠基人,韦伯以其科层制思想在管理思想史上被称为“组织理论之父”。

表面看来,以上几种古典管理理论关注的对象不同,使用的方法与得出结论的侧重点也不同,但是,从历史大环境看,从对信息的处理来看,除了罗宾斯所说的效率与效果目标外,这些理论还有其他相同或相通之处。

首先,科学管理理论产生的时代是资本主义工业化高速发展的时期。电的发明引发了动力革命,提高了信息传递的速度,使得泰勒以前早期的科学管理思想发源于最早进入工业化进程的美国铁路运输领域。19世纪中叶,丹尼尔·麦卡勒姆为铁路公司制定了严密的管理规章和详细的组织细则,重点集中于报告制度和基于电报信息的铁路调度和控制系统,把当时的信息管理发展到最高水平。亨利·普尔则在麦卡勒姆的管理实践基础上发展建立了健全管理体系的三条基本原则:组织、通讯联系和情报资料。因此,可以说早期的科学管理是从信息开始的。

其次,循着信息的思路来看,泰勒的科学管理采用分工方法使个体职工能够处理专门生产技能信息从而提高个体效率,法约尔的组织管理则通过组织机构分工充分利用组织信息处理能力来提高企业组织效率,韦伯的科层制更将分工处理理念扩展至社会组织范畴,这些管理理论的实质都可理解为是对不同层次、不同范围信息处理的研究。泰勒研究思路的成功之处在于能够通过分工提

高专门信息处理的效率,而其职能工长制没有获得成功的原因,恰恰就是因为把工人当成多种管理信息的汇集者,违背了专门信息分工处理的原则。法约尔采用了职能参谋制,使管理信息集中流向管理者,理顺了管理中的信息处理流程,因而能够在管理实践中获得成功。而对管理人员直属下级的数量控制,则在实际上起到根据处理能力合理控制信息量的作用。韦伯在科层制中对专家的要求,更反映了管理过程信息处理中对人员和知识的约束条件,即使到今天,这种约束仍然存在。

2. 反映信息处理复杂性的行为科学理论

由于古典管理理论对人性的研究仅仅停留在经济人的范畴内,把管理对象看做是一个没有抽象性的客观存在,而没有上升到系统来认识,把理论的重点放在管理客观存在(生产部门)内部,而很少考虑环境的作用。然而,信息处理的一个重要条件是人,不研究人的因素,不研究信息间的相互作用,就不能称为完全意义上的信息处理研究,因此,用信息观点来看,古典管理理论充其量只能是研究了部分的信息处理。

1924年到1932年进行的霍桑实验,发展出行为科学的管理理论。梅奥在分析霍桑实验的结果时指出,现代大工业的管理必须解决三个主要问题:将科学和技术应用于物质资料的生产;系统化地建立生产经营活动的秩序;组织工作,即在工作集体中实现持久的合作与协调。自此,在“社会人”假说的启发下,马斯洛的人类需要层次理论、克莱顿·奥尔德弗的生存关系及发展理论、赫茨伯格的双因素理论、弗鲁姆的期望理论、波特和劳勒的综合激励模型、麦克米兰的成就需要理论、麦格雷戈的X理论-Y理论、埃德加·沙因的复杂人假说等个体行为理论以及卡特卢因的团体动力学和威廉大内的Z理论等组织和领导行为理论相继产生。

从人的行为出发去考察生产效率,表面看来是在古典管理理论基础上更多地关注人的社会性因素,实际上人在社会性表现上的复杂性反映出信息处理的复杂性,因此,管理学所面对的“人”,与其说是社会人毋宁说是信息人更为恰当。

3. 重视信息方法的现代管理理论丛林

二战以后,科学技术迅速转化为生产力,人类进入经济飞速发展的时期,为适应生产力的高速发展,管理思想也进入百花齐放的阶段,出现了美国管理学家哈罗德·孔茨所说的现代管理理论丛林,如管理过程学派、社会系统学派、决策理论学派、系统管理学派、数量管理科学学派、权变学派、经验主义学派和经理角色学派等。

现代管理理论的基础大多源于系统论、信息论和控制论。系统论归纳了管理整体和部分的相互关系、管理系统与环境的相互关系,系统论的思维方法成为现代管理思想普遍具有的一种思维方法。信息论也是现代管理思想的重要方法论之一。信息价值、信息量、信息反馈、信息的时效性和准确性、信息传递等概念贯穿管理理论与实践的始终,信息成为现代管理思想的载体。控制论描绘了管理形态和运动规律的多样性,揭示了管理过程中的种种联系和控制过程的统一,使人们懂得各种领域都存在信息传递和反馈等共同特点,存在交流和控制的共同规律。如果把三论作为管理理论的统一认识基础,就会发现,系统论解决的是管理认识对象的结构问题,信息论揭示了认识对象的流动问题,控制论则研究了管理认识对象的操作问题。

首先明确把信息过程置于管理的核心位置的是以西蒙为代表人物的决策理论。决策理论认为,随着社会经济的发展和市场竞争的加剧,企业面临的环境复杂多变,决策活动的频度与重要性空前提高,单纯追求作业效率已不是管理活动的主要目标,决策成为现代管理的核心问题。管理就是决策,而决策则是一个信息处理的过程。西蒙等人将决策分为四个阶段:收集情报、拟定计划、选定计划、评价计划。他们认为,在大型组织中信息本身及人们处理信息的能力都是有限度的,因而特别强调信息联系在管理决策中的作用,并且非常重视非正式渠道的信息联系。

当然,把决策和信息纳入管理研究范畴的并不只是决策理论学派,在西蒙之前,以巴纳德为代表的社会系统理论就强调把决策而不是作业作为主要研究对象,认为组织中人的行为可以看成是