

企业信息学

沈光亮 主编



远方出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业信息学/沈光亮主编. —呼和浩特:远方出版社,
2004.3

ISBN 7-80595-145-4

I.企.. II.沈... III.信息技术—应用—企业管理 IV.F270.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 015475 号

企业信息学

编 著 者 沈光亮
出 版 远方出版社
社 址 呼和浩特市乌兰察布东路 666 号
邮 编 010010
发 行 新华书店
印 刷 中国人民解放军外国语学院印刷厂
版 次 2004 年 3 月第 1 版
印 次 2004 年 3 月第 1 次印刷
开 本 787 × 1092 1/16
印 张 16
字 数 450 千
印 数 1 - 2000 册
标准书号 ISBN7-80595-145-4/G·23
定 价 25.00

远方版图书,版权所有,侵权必究。

远方版图书,印装错误请与印刷厂退换。

前言

当前,人类处于信息社会,并正向知识经济时代迈进,信息正成为重要的战略资源和社会组织发展的重要要素。随着信息社会化和社会信息化的不断深入,经济发展和企业的持续发展对信息的需求更大、更迫切,对信息的收集、组织、加工、存取、传递和开发利用显得尤为重要。在我国,有组织地、比较系统地信息工作始于20世纪80年代初期,1984年9月,邓小平同志作出了“开发信息资源,服务四化建设”的重要题词,为信息研究与利用指明了发展方向,大大推动了我国信息工作和信息研究的发展,其后,有关的研究论文逐渐增多,并相继出版了有关信息应用与总结性的著作。当前,对信息理论的研究与应用正如火如荼。在对信息的利用和研究的进程中,逐渐形成有关信息学的分支学科,诸如经济信息学、市场信息学、企业信息学等。

企业在实际的发展行为中无时无刻不在应用着信息,但还没有进行完整、系统的总结和理论规范。企业信息学的建立与发展,为信息学的应用与企业信息工作及企业信息化进程具有现实的重大意义。企业信息学就是对企业对信息收集、开发、利用及企业信息化的过程中行为规律的理论研究。它与社会学、经济学、管理学、信息学等学科具有交叉关系,是一门新兴的边缘学科。企业信息学是企业在发展过程为适应信息社会的需要而形成并发展起来的,因此,它具有鲜明的时代性、理论性和实际的指导意义。国内有关企业信息工作的总结散见于各种期刊,也形成了几部专著,但还没有形成系统化的理论,其主要标志——企业信息学的概念的提出及相关理论体系还远没有明确与规范。本书在吸取近年来有关信息理论及其在经济领域与企业工作中的应用成果,积极对企业信息学的相关基本概念、研究内容和研究方法进行归纳总结,提出了独特的研究思路和相关见解,它是对企业信息领域理论研究的一种新尝试与最新成果。

本书可分为以下几大部分:第一,企业信息学的理论研究,如企业信息学的相关概念、研究内容与研究方法等;第二,企业信息系统的相关研究,如企业信息需求、企业信息系统的构建原理与方法等;第三,企业信息工作,如企业信息的收集、检索、研究、利用、服务,以及企业信息建设;第四,企业信息化,如企业信息化的内容、原则及战略分析等。本书侧重于系统概括和理论研究,对相关技术方法因可

参见于其他专业领域,就不再赘叙。

本书由洛阳工业高等专科学校沈光亮统筹并主编、由多名信息专业人员联合编著而成。各编写人员具体章节分配为:洛阳工业高等专科学校沈光亮(第1、6章),董乾枫(第4章第5节、第11章第1节),张巍(第7章第6节、第8章第1节),马洪波(第10章第4、5节);平顶山师专王林军(第2章),段绥(第3章),李茵茵(第4章第1、2、3、4节);许昌职业技术学院吕聪梅(第5章),张明明(第9章);洛阳师院秦金聚(第7章第1、2节、第8章第2节),王渊(第7章第3、4、5节);洛阳大学刘鹏(第8章第3、4、5节,第10章第1、2节);河南大学张爱珍(第11章第2、3、4节),张素霞(第12章)。

本书的编著者均多年从事信息管理工作,并在各自的工作领域与理论研究总结中小有建树。全书具有内容丰富、系统全面、实用等特点。但因在成文过程中各自独立编著,虽经组织统筹,但因时间匆忙、能力所限、各位编著者还承担着其他各项繁重的工作,因此问题在所难免,如文风不尽统一、内容稍有重复、繁简处理不当,等等。编著者本作抛砖引玉、不断进取的思想,恳请专家同仁指导。

本书在编著过程中,借鉴参考了国内诸多专家同仁的学术成果,虽有罗列,不尽详尽,在此一并深表感谢。

编著者

2004年3月

目 录

第一章 企业信息概述	1
第一节 现代企业及其类型	1
第二节 企业信息	6
第三节 企业信息工作	13
第四节 企业信息学	20
第二章 企业信息源	24
第一节 企业信息源及其类型	24
第二节 生产存贮型信息源	26
第三节 负载型企业信息源	29
第四节 交流型企业信息源	39
第三章 企业信息需求	45
第一节 企业信息需求概述	45
第二节 我国大型企业的信息需求	46
第三节 我国中小型企业的信息需求	49
第四节 我国乡镇企业的信息需求	51
第五节 我国工商企业信息需求	54
第六节 虚拟企业的信息需求	57
第七节 企业相关个体的企业信息需求	59
第八节 企业信息需求的影响因素	64
第四章 企业信息系统	68
第一节 企业信息系统概述	68
第二节 企业信息系统结构	74
第三节 企业信息系统的建立	79
第四节 企业信息主管	85
第五节 企业信息系统安全	88
第五章 企业信息检索	92
第一节 企业信息检索及其类型	92
第二节 企业信息整序	95
第三节 企业信息检索的步骤与方法	99
第四节 企业信息检索技术	101
第五节 企业信息检索的主要工具	112
第六章 企业信息收集	121
第一节 企业信息收集的原则与步骤	121
第二节 企业信息收集的途径	123
第三节 企业信息收集的方法	131
第七章 企业信息调查	141

第一节 企业信息调查的特点与类型	141
第二节 企业信息调查的内容	145
第三节 企业信息调查的原则与程序	154
第四节 市场调查	160
第五节 实地调查	168
第六节 文案调查	175
第八章 企业信息资源建设	181
第一节 企业信息资源建设概述	181
第二节 企业信息评价	183
第三节 企业信息整理	191
第四节 我国企业信息资源建设现状及对策	197
第五节 企业信息管理	200
第九章 企业信息研究	208
第一节 企业信息研究概述	208
第二节 企业信息定性研究	211
第三节 企业信息定量研究	223
第四节 企业信息文献计量研究	232
第五节 企业信息研究成果	237
第十章 企业信息利用	244
第一节 企业信息利用的原则	244
第二节 企业信息利用的范围	247
第三节 企业信息利用的途径	250
第四节 企业信息保护	251
第五节 企业信息利用的影响因素	254
第十一章 企业信息服务	259
第一节 企业信息服务及原则	259
第二节 企业信息服务内容	262
第三节 企业信息服务的方法	264
第四节 企业信息服务的发展	278
第十二章 企业信息化	284
第一节 企业信息化概述	284
第二节 企业信息化的内容	289
第三节 企业信息化的指导思想	293
第四节 我国企业信息化的现状与策略	296
第五节 我国企业信息化发展战略分析	300
主要参考文献	307

第一章 企业信息概述

第一节 现代企业及其类型

现代经济社会是由企业、消费者和政府等三大组成部分所构成的。其中,企业作这现代经济社会的经济细胞和国民经济的基本单位,在提高社会生活水平中起着关键的作用。当一个国家的人口数量一定时,企业所提供的产品和服务的增加,就必然使人均生产总量增多,从而提高整个国家的生活水平,增加国有的综合实力。可见,企业在现代经济社会中具有不可或缺的重要地位。

1 企业的定义

所谓企业,它是指赢利为目的,运用生产要素,从事商品、劳务、生产活动,享有自主经营、独立核算、自负盈亏,具有法人资格的经济组织。

《中共中央关于经济体制改革的决定》中指出:“要使企业真正成为相对独立的经济实体,成为自主经营、自负盈亏的社会主义商品的生产者和经营者,具有自我改造和自我发展的能力,在为具有一定权力和义务的法人。”这是对社会主义企业涵义的全面概括。由此可看出,作为企业必须具备以下几个条件:

1.1 企业必须是个经济组织。

它是一个直接从事经济活动的经济实体,行使企业经济运营,享有自主经营权,并承担经济责任。自主经营就是企业能够在国家宏观调控指导下,根据市场需要,自主地对生产经营计划、物资安排、资金留用、产品和劳务定价,以及企业内部的劳动人事、工资、奖金分配等做出决策,并具有组织实施的权利。自负盈亏就是企业能够对其经营后果独立地享有相应权益和承担相应责任的行为。

1.2 企业必须是一个盈利性经济组织。

盈利性是企业与行政组织、事业组织及其他社会组织的根本区别。企业必须追求经济效益相获取盈利,因为盈利是企业创造附加价值的重要组成部分,也是社会对企业所生产经营的产品和服务能否满足社会需要的认可和报证。一般来说,企业供应的产品和服务对需求者和社会贡献越大,则所得到的利润就越多。这既为社会做出了更多的贡献,也为企业自身的发展提供了必要的积累。并非一切直接从事经济活动的单位都是盈利性的。那些为行政机关、事业单位服务的内部印刷厂、食堂等,不能独立核算,自负盈亏,不是以盈利为目的,因此不能算是企业组织。

1.3 企业必须是个有内在联系的生产、流通或服务的经济组织。

企业作为商品生产者和经营者,同社会其他生产经营单位和消费者发生联系,拥有一定量的资金,分担一定的任务;它聚集一群劳动者,拥有一定的人力,其内部既有分工又有协作,为实现共同的生产经营目标而劳动。

1.4 企业应承担社会责任。

企业不仅指满足顾客的需要,还包括满足投资者、政府机关、金融机构、同行业竞争者、协作企业、交易对象、职工、周围居民,以及一切与之相关社会团体的需要。当企业和社会需要有

时会产生矛盾时,企业必须经过权衡在一定程度上满足他们的需要以后,企业才能正常运转并获取盈利,从而得以生存和发展。这就决定了企业不仅只为自身谋取利益,而且要肩负兼顾各方面利益的社会责任。企业的社会责任还包括为社会提供就业岗位,防止环境污染,节约使用国家资源等。

1.5 企业必须是一个具有法人资格的经济组织。

企业作为依照法定程序建立的具有法人地位的经济实体,除了上述的三个条件外,还必须完备以下三下法律程序:

- (1)必须正式在政府有关管理部门注册备案,完成登记手续;
- (2)有特定的名称、组织机构和组织条例或章程;
- (3)能独立对外行使法定权力和承担法律义务。

2 企业的内涵

2.1 从企业构成看,企业是物质部分即生产资料 and 人的部分即劳动者和经营者组成的,但企业并不是这两部分的简单相加,而是凭借一定的生产方式和经营方式成为不可分割的有机整体。

2.2 从企业存续的时间看,企业须有明确的存续期限,或者虽无明确期限,但必须有法定的或为法律认可的企业终止的原因和程序。企业所有者的改变并不意味着企业的消灭,企业新的所有者在接受企业时,要把企业作为一个有机的整体而不是只当作一个财产的集合体来接受。

2.3 从企业行为目标来看,企业作为从事劳务或服务的社会经济组织,盈利是必然的。收益最大化是企业在市场经济活动存在的条件下进行生产经营活动的直接目标。

2.4 从企业的法律地位看,企业是市场经济活动中独立的商品生产者和经营者,依法自主经营、自主盈亏,自我约束,自我发展。

3 企业的类型

3.1 根据企业的出资方式和承担责任的方式不同,企业有三种最基本的类型。

(1)独资企业

独资企业由一人投资,归一人所有,企业主对企业的生产经营独立决策,所得利益全部归自己享有,企业主对企业债务要承担无限责任。

(2)合伙企业

合伙企业由多人共同出资组织的企业,由出资人共同经营、共担风险。这类企业往往以合伙人之间的信任为基础,人际关系的作用十分突出。

(3)公司企业

公司是指以营利为目的,依法创立并登记成立的企业。它是当今世界流行的一种企业组织形式。

3.2 依企业财产的所有制划分

(1)国有企业

国有企业即是指全民所有制企业。它是依法自主经营、自负盈亏、独立核算的社会主义商品生产和经营单位,企业的财产属于全民所有,国家依照所有权和经营权分离的原则授予企业经营管理。企业对国家授予其经营管理的财产享有占有、使用和依法处分的权利;企业依法取得法人资格,以国家授予其经营管理的财产承担民事责任。

(2)集体企业

集体企业包括城镇集体所有制企业和乡村集体所有制企业。城镇集体所有制企业是财产属于劳动群众集体所有,实行共同劳动,在分配方式上以按劳分配为主体的社会主义经济组织。乡村集体所有制企业是指从事工业性生产、交通运输、商业服务的、由农民集体举办的企业。

(3) 私营企业

私营企业是指企业资产私人所有、雇有 8 人以上的营利性的经济组织。它是社会主义公有制经济的补充。私营企业又有三种形式:独资私人企业、合资私人企业和有限责任公司。

(4) 中外合资经营企业

中外合资经营企业是指外国公司、企业和其他经济组织或个人在我国境内与中国企业、公司或其他经济组织、依照《中外合资企业法》组建的合营企业。其特点是:资金由中外各方合营共同投资,企业拥有财产的所有权;外国合营者可以用资金、实物和工业产权等作为投资,比例不得低于 25%;合营各方按注册资金比例分享利润和分担风险;企业采取有限责任公司形式,是中国的法人。

(5) 中外合作经营企业

中外合作经营企业是国外的企业和其他经济组织或个人,根据我国法律本着平等互利的原则与中国的企业或其他经济组织在中国境内共同举办的企业。凡符合法人条件者均可取得中国法人资格。中外合作经营企业是根据合作各方共同签订的合作经营合同建立的,企业的财产归投资各方分别所有。

3.3 按照企业组建时财产的法律形式划分

(1) 个人业主制企业

个人业主制企业又称个体企业,也就是我国现在的个体户和私营企业。这种企业是业主个人出资兴办,由业主自己直接经营的。业主享有企业的全部经营所得,同时对企业的债务负有无限清偿责任,即如果经营失败,出现资不抵债的情况,业主要用自己的家庭财产来抵偿。业主制企业一般规模很小、结构简单,几乎没有任何内部管理机构。它的优点在于:建立和歇业程序简单,产权可以自由转让;经营方式灵活,决策迅速,制约因素少;利润独享,因而能够精打细算。其弱点表现在:财力有限,难以筹集到大量资金从事资金密集型事业;企业经营状况依赖于业主个人素质、外人难以替代。因此,此类企业有零售商业、注册医师(律师、会计师)、家庭农场等,美国此类企业数约占企业总数的 75%。由于其规模小,发展余地有限,所以在整个国民经济中不具备支配地位。

(2) 合伙制企业

当业主制企业需要扩大时,业主之间便出现“合伙”的情况。它是由两个或两个以上出资人共同出资兴办、联合经营,共同对企业的债务负无限清偿责任的企业。这种企业通常以“合伙契约”形式确立各自的收益分成和亏损责任。其优点是:扩大了资金来源与信用能力。由于众多合伙人共筹资金,使筹资能力有所提高,合伙人共负清偿责任,减少厂债权人的风险,从而提高了企业的信用能力;提高了经营水平与决策能力。合伙企业业主的人数多,可集思广益,其经营管理水平与决策能力自然优于个人业主制。但其缺点也较明显:稳定性较差。每当部分合伙人更换时,都必须重新谈判并建立全新的合伙关系,而谈判和新型人际关系的建立都很复杂,此时很容易造成企业夭折。易造成决策的延误或失误。合伙人都有权代表企业从事经营活动,重大决策需要所有合伙人的参与,如果意见分歧,势必造成决策的延误或失误,影响企业的有效经营。这类企业适合于广告事务所、股票经纪业、小型商店等。在美国约占企业总数

的7%。

无论是业主制还是合伙制,都有一个共同的特征.那就是企业是所有者的延.在法律上作为业主(或合伙人)的自然人要以其连带的家庭财产承担法律责任和清偿债务的责任。因而,一般把这两类企业统称为自然人企业。公司制法人企业兴起比较晚,形式也多种多样,有的适应经济环境变化而流传下来,发展成为市场经济国家中现代企业的重要形式,如有限责任公司和股份有限公司;有的经过尝试后,发现效果不够理想而放弃,如无限责任公司、两合公司、股份无限公司、股份两台公司等等。美国的公司制企业只占企业总数的15%,但资本却占85%,其营业额比重达90%。

(3)有限责任公司(简称有限公司)

法律规定,有限责任公司是指由两个以上股东共同出资设立,每个股东仅以其认缴的出资额,公司以其全部资产对其债务承担责任的企业法人。其特征是:

①股东人数较少。各国法律一股对股东人数的上限都做了规定,如日本和美国某些州的《公司法》规定有限公司人数不得超过30人,英国和法国规定不得超过50人,我国规定股东数一般应在30人以内,最多不得超过50人。

②股权买卖受限制。该类公司不对外公开发行股票,股东的出资额由股东协商确定,资本无须等额股份,股单只能作为股东在公司中享有权益的凭证,不能自由买卖。股东出让股权时,一般要征得其他股东的同意,而记名股东具有优先认购权。

③配合性强。由于股东人数少,股东身份也比较稳定,因此股东之间的关系相对紧密,容易统一意志和组织管理,并且绝大多数股东直接参与公司的经营管理,管理者能够保持较高的责任心。

④公司信用程度不高。有限公司成立、歇业,甚至解散的程序比较简单,内部机构设置灵活,同时无须向公众公开账目。正出如此,其筹集资金范围和规模较小,难以适应大规模生产经营活动的需要,只适合于中小企业。此类企业数量大,但资本总额与股份有限公司相差甚远,因而其经济地位相对较弱。

(4)股份有限公司

股份有限公司在德国和日本称股份公司,在英法系国家叫做公众公司。它是把全部资本分为等额股份,并通过发行股票筹集资金,由若干负有限责任的股东按一定的法律程序组建的企业法人。公司以其全部资产对公司承担债权债务。其特征是:

①发行股票集资,股东人数的不受到限制。如日本法律规定其股东最低人数为七人,德国规定不得少于五人。股东可以是自然人,也可以是法人。

②股权平等。股东按持股比例享受权利和承担义务。股份依法自由转让。可以通过买卖股票随时让渡股份。

③定期公布经过审计的财务报告。为了保护投资者的利益,股份公司必须在每个财务年度末公布公司的年度报告,其中包括董事会的年度报告、公司损益表和资产负债表。

④绝大多数股东不直接参与企业的日常经营管理,而是通过股东大会对董事会、监事会、经理人员分层委托授权,建立法人治理结构来完成对企业的经营管理。

有限责任公司和股份有限公司的一个重要共同点,就是股东的有限责任。即就是指公司对债务的清偿是用公司的财产来实施,股东只对公司负有以出资额为限的出资责任。

公司制有别于非公司制企业的显著特点是:公司产权商品化、市场化、货币化和证券化。出资人虽然不得撤资退股,但由于法人财产权或股东的股权都可以在市场上变卖与转让,使其

产权多元化与股权分散化。这不仅保证了公司资产的独立性和完整性,以及公司经营的持续性;同时,有利于企业在公平竞争条件下,优化资源配置,促进资源合理流动。所以,我国现代企业制度的建立,其核心就是公司制度的建立。

3.4 按照企业的生产组织形式分类

(1)单厂企业

它是指一个工厂就是一个企业。这种企业由生产技术上有密切联系的若干车间(下分工段、班组)和一些管理部门、服务部门所组成;它必须独立地承担财产责任与经营责任,有独立的权力和利益,具有法人资格。

(2)多厂企业

它是指两个以上的工厂组成的企业,它不同于行政性的工业公司,也不是行政管理机构,而是企业性的实体公司。是按照专业化、联合化及经济合理性原则,由若干个分散的工厂所组成的经济法人组织。

多厂企业的主要形式有:

①同类产品或相同工艺技术的工厂组成的专业公司,如电力工业公司、标准件公司、电子元件公司等。

②由工艺衔接的工厂组成的联合公司,如钢铁联合企业、纺织印染联合企业等。

③零部件生产厂与装配厂联合组成的总厂或公司,如汽车工业公司、计算机公司、电视机公司等。

④建立在物资综合利用基础上的联合企业,如石油化工联合企业等。

⑤把科研单位与生产企业,或把新产品研制厂与产品制造厂联合起来,组成专业公司或联合公司。

(3)经济联合体

经济联合体是指以一个或若干个实力雄厚的大企业为核心,以产权联接为主要纽带,并以产品、技术、经济、契约等多种纽带,把多个企业、事业单位联接在一起,形成具有多层次结构,以母子公司体制为主体;在经济上统筹控制,法律上各自独立,是个多法人一体化的经济联合体。经济联合体是企业法人联合体,而不是松散的联合体。经济联合体具有以下特点:

①企业组织结构多元化。经济联合体是由多个法人企业联合组成的整体,不是单一的法人经济实体。

②企业组织结构多层次。经济联合体的组织结构分为四个层次。即核心层、紧密层、半紧密层和松散层。

③以资本联接纽带为主。经济联合体成员企业间通过资本、资产、契约等纽带把它们联接成一个有机的整体。其中资本纽带是最重要的,它是实现集团公司内部与集团成员企业联接的有效方式。

④具备一个实力雄厚、能起主导作用的核心。经济联合体的核心层应是实力雄厚、具备法人地位、具有投资中心功能的经济实体,而不是行政性的公司。它具有资产实力、资金实力、技术及产品实力,能统一规划集团的投资活动。只有如此,核心企业才能在经济联合体中真正发挥其主导作用。

3.5 按所属的经济部门分类

按所属的经济部门进行分类,企业可以分为工业企业、农业企业、建筑企业、交通运输企业、商业企业、金融企业、物资企业、邮电企业等。这些企业形成国民经济的重要部门,它们为

国民经济计划与管理提供了基本依据。

4 企业的职能活动

企业的职能活动,是企业为了实现其目标所必须进行的各种功能性活动,既表示活动的有效性,也表示活动的功能属性。不管企业经营何种产品、所有制形式怎么样、规模大小如何,或组织结构形式差异有多大,为了达到它作为投入产出经济系统的基本要求,任何企业都必须进行以下六种职能性活动。

4.1 营销活动

营销活动就是认识市场和用户的需求特性,并根据企业的特长进行产品、定价、分销、促销及公共关系建立与管理方面的决策,以沟通外界需求与内部能力相协调,使企业时生产经营能够以市场为导向,并使产品和服务能有效地满足用户的需要。

4.2 生产活动

生产活动是将市场信息与用户需要按工艺要求转化为物质形态的产品或能够满足需要的服务的过程,使市场信息和企业营销愿望能够真正变为可供用户消费的实物或服务。

4.3 技术活动

技术活动是进行产品(或经营对象)及其生产方法(或经营方法)方面的研究和开发,使企业有能力保持经营对象及其方法上的先进性从而提高企业整体的市场竞争能力。技术性活动对经营对象而言,与营销性活动相类似,但侧重于对市场潜在需要的开发。而对经营方法而言,则与生产性活动相类似,但比它更为广泛,不仅涉及生产工艺方法,还要对整个企业的经营方法进行研究开发与开发。

4.4 财务活动

财务活动是对企业全部资产的经营性活动,包括各种资金的筹措、分配、选用,对负债、资本、利润的管理,以使企业的生产经营活动能够在一定的资金条件下进行,并使企业的财务结构合理、经济效益提高、出资者的利益得以保护。

4.5 会计活动

会计活动是对企业的经营活动及其财务状况进行统计、记载、整理、汇总、分析,以供组织参考并提供帮助的行为,其活动主体多种多样,如所有者、债权人、投资者、政府、员工、金融机构等。

4.6 管理活动

管理活动就是通过计划、组织、领导、激励与控制等手段,对企业各种生产经营活动以及所使用的各类资源进行协调,以期达到企业的经营日的。所以,管理活动是一都结合性的职能,其核心是在已确定经营目标基础上进行各种活动的协调。

企业的以上六种职能性活动,是实现企业目标的基本活动,缺一不可。

第二节 企业信息

企业活动是人类社会的基本活动,企业活动过程也是企业信息生产、企业信息交换和企业信息消费的过程。信息科学自问世以来,其理论、方法和研究内容不断地向企业领域渗透,逐渐形成了具有双重价值的、以企业活动中的信息现象为主要研究对象和内容的企业信息学。

由于社会生产力的发展和科学技术的进步,社会企业日益信息化,既为企业信息活动提供了良好的条件,同时也提出了更高的要求。企业活动作为企业活动的主要部份,实质上涵盖了企业信息的所有特点全部内容。

1 信息的定义

信息的概念十分广泛,围绕信息而出现的资源、信息技术、信息系统、信息产业、信息化社会和社会信息化等相关术语不胜枚举。可见,信息的观点、概念和方法已经被政治、经济、科技、文化、生产等各个领域所接受和应用。那么,究竟什么是信息?至今尚无确切、统一的定义,站在不同的角度就有不同的理解或解释。从自然界角度看,客观事物的普遍属性通常可用它的运动性、时空性、能量、系统性等表示。其普遍性既是事物千差万别的表现,又是事物之间相互联系的内容。信息概念的引入旨在表明,信息既不是物质,也不是能量,而是依附于自然界客观事物而存在,也就是说,只要有物质存在,就有表征其属性的信息。例如,地球昼夜的变化是一种信息,它反映了地球绕太阳自转的运动特性和状态;山的高度是一种信息,它反映出山的空间特性;树干的年轮是一种信息,它反映了树木成长的时间特性——树龄;闪电是一种信息,它反映了云层中所含能量的特性;花的香味也是一种信息,它反映了花分子结构的化学特性等等。因此,可以认为,信息的概念,实际上就是客观事物运动状态、时空特性、能量大小、质料、系统特征、相互联系方式等一切反映事物客观属性的总称。从这种意义上看,信息比客观事物的属性更具一般性与普遍性。我们认为:信息是事物属性的表征,是对客观世界中各种事物之间的联系、变化、特征的再现与反映,是处于不断运动与转换状态下的一类特殊资源,是接受者所需的未知的消息、音信、情况、指令等。

根据信息的概念含义,信息由四个基本要素构成,即:信源、信道、信宿和载体。发出信息的物体称为信源,传递信息的通道称为信道,接受信息的物体称为信宿,载有信息的物体称为信息载体。信息的产生源于物质,信息产生后又必须依附于一定物质,所以信息传播是以物质为载体和媒介,通过物质之间的相互作用来实现的。可以说一切物质都是信息载体,并且每个载体至少载有两类信息:一类是自身信息,另一类是他物信息。自身信息是各种物质自身固有的特征、状态、形态、构造、成分等;他物信息是物质之间相互作用以后才有的受他物的影响而产生的各方面的某些变化。因此任何物质都有可能既是信源又是信宿,也就是说,信源和信宿是相对而言的。

2 信息的特征

信息的特征是广泛多样的,正是由于这些特殊的性能使信息成为社会发展的基本动力之一,信息产业成为未来社会发展的先导产业。归纳起来,信息的特性主要有以下几个方面:

2.1 普遍性

只要有物质的地方,就一定有信息存在。世界是由物质组成的,只要物质不灭,那么信息就会像物质一样永恒地、普遍地存在。物质取之不尽,信息就会用之不竭,所以信息是存在于整个自然界和人类社会中的无形的、宝贵的资源和财富。

2.2 共享性

信息被称为人类社会的第二资源,谁能够掌握开发信息资源的技术与规律,谁就能掌握获得巨大物质财富的主动权,所以未来的社会是信息化社会,更是信息技术高度发展和企业的社会。

2.3 扩散性

信息的扩散是其自然本性。所以对于一些高、精、尖、的技术信息一般是密级保存,一些政

治、军事信息也是密级保存,极力防止扩散。

2.4 传递性

信息只有被传递才能发挥作用,传递的速度越快,发挥的作用也就越大。信息的传递的速度与信息载体的运动有关。

2.5 依附性

信息的生产、处理、储存、传播、利用均离不开物质载体和将信息记录于载体之上的高新技术,与载体分离的信息是不存在的。只有将信息快速地附着于载体之上进行传播,才能最大限度地发挥信息的作用。

2.6 转换性

信息对于载体没有选择。同一条信息可以记录于不同的载体之上而其内涵不损,这说明信息具有一定的转换性。修改信息根据需要也可变换,即压缩、扩充或叠加。在变换过程中有时会出现信息变形或失真现象。因此在信息变换的情况下,要注意辨别信息的真实性。

2.7 时效性

信息的时效性是指在一定的范围内信息具有价值或效益。在一定时限范围取得了一定效益的信息为适时信息;超过一定时限而未发挥作用或作用相对降低的信息则为过时信息。

2.8 存贮性

任何信息都可以存贮和积累,不会因为时间的久远而变质可损耗,可以为人们反复利用。修正信息会随着物质载体的磨损、破败而受损。

2.9 商品性

信息自身不仅具有成本、价值和价格等商品要素,而且直接影响市场上各种商品的价格和供求关系,从而使信息具有交换价值和使用价值。信息进入市场后,根据需要进行交换,交换以后的信息产品可以物化为一定的生产力。信息商品不同一般的物质商品,它是其它商品增值的源泉。正确的、及时的、针对性强的信息能够提高商品的质量,增加其企业力。

2.10 再生性

人们在传播、利用信息的同时会生产出许多新的物质,新的物质相互作用又会产生出许多新的信息,如此循环往复,新的信息也就源源不断地产生。正是由于信息的这种再生性,自然界和人类社会才会不断地进货,并向更高级的阶段发展。

3 企业信息及其特征

3.1 企业信息概念

企业信息作为科学的概念,与“信息”一样众说纷坛。有人认为,企业信息是反映社会企业活动特征及其发展变化的各种消息、数据、情报和资料的统称。有人认为,企业信息是企业生产、交换、分配、消费等社会再生产过程中各种经营状态、企业关系和企业活动规律的反映。有人认为,企业信息是指与企业现象有关的或与企业运动有密切联系的其他运动的变化及其特征的客观描述和反映。有人认为,企业信息是企业活动领域内产生并传递着的反映各种企业运动变化和发展特征的知识信息,它是对企业活动及其属性的客观反映和描述。还有人认为,企业信息是与企业活动有关的或为各种企业分析、论证、决策所需的信息的统称。这些定义看起来不尽相同,其内涵基本相似,都与企业活动相关。我们认为:企业信息就是企业自身产生的或对企业有特定价值的信息。

(1) 企业信息具有信息的一般属性

信息是事物运动的状态和方式,企业信息作为信息的具体类型之一,它是企业活动状态和

运行方式的反映。企业信息也具有信息的一般属性,即有普遍性、依附性、可感知性、可处理性、可增殖性、可传递性、非消耗性、时效性等基本属性。人们可以接收企业信息、理解企业信息并利用企业信息。

(2) 企业信息是一种特殊的信息

依据产生的领域可以将信息区分为自然信息和社会信息。显然,企业信息首先是一种社会信息。由于社会是以生产、交换、分配、消费为基轴运转的,一切企业活动不但以企业活动为基础,而且最终取决于和服务于企业活动。因此,企业信息是一种特殊的社会信息。同时企业信息又包含着大量的自然信息。企业的产品生产、技术开发等离不开强有力的科技支持,随时随地对先进科技信息迫切需求。

(3) 企业信息是企业活动所反映的信息

企业活动的有关分类和组织也是企业信息的相应分类和组织。企业活动有生产力方面和生产关系方面,与此相适应的企业信息也有这两个方面。企业活动有宏观与微观之分,相应的企业信息也有这种划分。可以说企业活动怎么细化,企业信息就会有同样的细化。在企业活动过程中,独立存在的各个要素和要素之间的不同组合,都会产生企业信息。这一过程既是信息吸收、处理和利用的过程,也是不断产生新信息的过程。其信息通过口头消息、文字材料、各种报表、实物产品等形式表现出来,反映企业现象、企业状态、企业关系、企业运动过程的发展变化情况。

(4) 企业信息是直接为企业活动服务的信息

人们认识企业信息的目的就是为了利用企业信息,以此来提高企业活动效率和效益。企业信息帮助人们正确认识企业活动的历史、现状和未来,为人们的企业活动计划、组织、指挥、协调、控制、监督提供科学依据,保证企业活动的有效运行,以实现预期目标。由于大千世界里的关系错综复杂,有些企业信息容易为人们所理解,而有的企业信息难以被人们所识别。但不管其表现形式如何,只要是直接为企业活动服务的,其信息就是企业信息。

3.2 企业信息的特征

企业信息的信息是能满足用户特定需要的、经过分析的、为科学决策服务的信息,它除了具备一般信息的特征以外,它还突显以下几个基本特征:

(1) 对抗性和保密性

由于企业信息具有目的性和利益性特征,因而也就必然具有竞争性的特征。企业活动是多元主体所参与的活动,各个不同主体都有自身的利益,为了追求利益最大化,他们都会在企业活动中有意识地扩散企业信息、获取企业信息、利用企业信息,因此,企业信息成了利益主体的竞争手段。无论过去的原始社会、奴隶社会、封建社会,还是现在的资本主义社会、社会主义社会,企业信息的竞争性都是客观存在的。过去的社会,由于物质产品匮乏,优先获得和利用企业信息者可以较多地占有物质财富,壮大自己的实力,从而走向权力者的高位,进而又获得更多的企业利益。现在的社会,物质产品充裕,优先获得和利用企业信息者不仅可以实现产品的正常利润,而且可以获得其超额利润;在企业信息方面处于劣势的经营者,有时还会出现企业亏损、资不抵债的状况,甚至走向破产的边缘,直至被淘汰。由于企业信息具有竞争性的特征,使得企业活动中的竞争对手都在着力研究企业信息,不断搜集、利用企业信息,以掌握竞争的主动权。它是以知己知彼,克敌制胜为目的的信息活动,因而具有强烈的对抗性。因为企业信息是以研究企业对手和企业策略为主要内容,不能为企业对手和第三方所共享。

(2) 智能性和增值性

企业信息是一项高智力活动,是企业信息机构、企划部门、营销部门和智囊机构智慧的结晶。经过分析和智能化后形成的企业信息和策略是增值了的知识产品,能为企业带来巨大的社会企业效益,所谓一条信息救活一个企业,一种思路使一个企业腾飞就是这个道理。例如 90 年代以来,国际贸易中的反倾销战使我国损失了 100 亿美元~200 亿美元,如能建立我国反倾销企业信息预警与快速反应机制就有可能使这笔巨大的财富免受损失。

(3)内容复杂、来源广泛

企业信息涉及了众多的学科,内容之间相互联系。企业信息属于人类社会信息,它直接产生于社会企业活动与企业活动有关事物的动态变化之中,从信息的接收到加工、传递、存储,都是直接为企业经营活动服务的。企业信息系统完整地反映整个企业生产经营的全过程,在时间上是连续不断的,在机构上包括各机构部门、各单位的企业信息、在内容上包括生产、分配、交换、消费等生产的各个环节,既有宏观核算信息,又有微观财务信息,还有专业市场的企业信息。

(4)作用面广、实用性强。

企业信息对企业内容各个部门、各个环节都起作用,对企业有关的机构也起著作用。企业信息取之于社会,用之于社会,是人类社会自下而上与发展的共同财富。企业信息的功能、作用、效益都随对象、时间的变化而变化,企业信息只有及时满足企业需求才能发挥有将近的作用,本身的价值才会增大。不同的企业信息使用者,从不同的目的出发所需要的企业信息是不同的,企业信息必须与使用者的决策相关,企业使用者才可能利用企业信息作出正确的决策。

4 企业信息的类型

4.1 按发源地点划分

(1)企业内源信息

企业内源信息主要是指来自企业内部的信息资料,如企业各科室的各种原始记录,收集和编制的各种统计资料(如记账、报表、计划、定额、资金使用、技术改造、设备引进、产品开发等资料)。这些资料记载了本企业生产经营活动的实际情况和计划,反映了企业在劳动力、资金、设备、物资等方面的利用和消费情况,反映了企业生产经营的过程和经营成果,是企业信息的主要来源。

(2)企业外源信息

企业外源信息主要来自企业外部的信息资料,这些资料有的已经公布,有的没有公布。企业信息人员必须了解从哪些方面可以收集到这些信息资料。

4.2 按反映的对象范围划分

(1)企业自身信息

企业外部环境主要是市场,此外还有许多关键性的人文因素。比如相关法律、国际和国家标准、各国的企业政策、国际公约、国际惯例等,都是在企业的竞争中首先要掌握的内容。另外,还必须掌握地理、文化、民族、企业水平等相关情况。这是一个宽泛的知识领域,也是不断发生变化的信息领域。及时、广泛、深入地掌握和灵活运用这些领域的知识,便可为企业的竞争铺平道路,并能为企业创造出巨大的企业利益。

(2)企业环境信息

①企业环境信息。所谓企业环境信息是指企业经营过程中所面临的各种企业条件、企业特征、企业联系等客观因素信息。企业环境是宏观环境中对企业经营影响最大的因素。企业应从以下几方面分析:

A 国民企业发展水平。分析目前国家企业处于何种阶段:萧条、停滞、复苏还是增长,以及宏观企业以一种什么样周期规律变化发展。

B 人均收入。人均收入与消费品购买力是成正相关的企业指标,随着收入水平的不断提高,扣除基本生活费和所得税后的个人可自由支配的收入正不断提高。使消费者有能力购买各种商品或消费,这会给企业带来发展机会。

C 资源分布状况。资源分布在一定程度上决定了企业、行业的分布。我国人口多,人均资源低于世界人均水平,煤炭、石油资源北丰南瘠,水资源南余北缺,劳力资源东多西少。总之,各种资源的分布、交通能源状况等都会影响国民企业的发展。

②政治法律环境。政治法律环境是指一个国家或地区的政治制度、体制、政治形势、方针政策、法律法规等方面情况。一个国家企业体制的选择是由政治力量决定的,尽管其背后社会态度、爱好和行为,从而表现出不同的市场需求和不同的消费行为,企业应该善于研究和发现这些需求。

③企业结构信息。企业结构的变化导致社会文化的变迁,也带来社会组织结构的变动。我国的家庭已由传统的扩展家庭迅速分化为更多的核心家庭似家庭为单位消费的产品的需求正迅速扩大,企业应了解消费趋势的变化。

④社会文化信息。随着我国教育事业的发展,教育水平不断提高,人们的文化素质正不断提高,因此对产品的鉴别能力也在提高,消费更趋理性,对产品质量更挑剔,以及对书、艺术、旅行、文化娱乐等方面的需求的增加,这一切对企业的生产经营产生很大的影响。

⑤自然地理环境。自然地理环境是指自然资源、气候条件、地理条件等。自然资源是企业生存和发展的物质基础,随着生产的发展,人们对自然资源的需求日益扩大,而资源的可供量却日益减少,使企业面临原料短缺、成本上升的不利局面,从而迫使企业寻找节约资源的方法,寻找代用品,从而促使企业继续发展。气候条件、地理条件同样也会对企业生产经营活动产生影响。企业要分清产品销售市场的地理位置、气候条件,了解各地市场间的差异,才能抓好供应、生产、销售各个环节的工作。

4.3 按内容性质划分

(1)社会信息,如人口、职业、家庭结构、民族特点、风俗习惯等。

(2)政治信息,如政局稳定情况,政治制度、基本国策、对外政策、一定时期的战略任务和发展政策、法律信息。

(3)企业信息

企业在生存发展中会产生许多信息,如企业发展信息、企业结构信息、财政金融信息、市场信息等。了解相关企业信息,一方面可以知道企业的运作情况,为自己的发展吸取经验,同时也是为了在市场经济竞争中处于较有利的地位。

(4)科技信息

人类的进步与发展离不开各种科学技术活动,在科学技术活动中会产生许多信息。如科学研究活动中的产生的科技报告,就是对科技进展的详细记录,反映着科技活动的真实情况。了解科技信息,就是掌握了科技结果及原则。

(5)管理信息

通过管理可以寻求企业内部各要素的最佳结合形式,从而实现企业的经营目标。所以,企业必须对自己的管理工作进行分析,才能提高管理水平,取得更好的企业效益。主要分析企业的资源使用是否合理,是否人尽其才、物尽其用;是否应用现代科学管理的方法与技术;企业内