

信息服务的范围

信息服务的范围包括受信息服务影响或在信息服务控制下的所有事情和活动。那些不重视信息服务职责范围的用户，看问题往往有一定的片面性，他们认为信息服务只与局部业务领域的那些事情和活动有关系。而事实上，信息服务要牵涉到整个公司。当今，哪怕是一个小公司，其业务部门都要依靠公司的数据处理和信息服务系统来处理问题。

我们最好还是通过某一个公司中信息服务所适用的那些业务领域的例子，来说明信息服务应用范围的广阔性。这是一个制造业公司的例子。展示了这个公司中业务领域与信息服务的相互关系和信息服务的组织结构。由于信息服务系统贯穿于整个公司，所以信息服务已成为公司中每一个部门开展工作的重要保障。

已经证明，在财会部实现计算机化后，性能与价格之比较高。所以，几乎在每一个公司中，都首先使会计系统自动化。收帐、付帐、总帐和发放工资的自动处理系统的成功已初步证明许多公司购买计算机是明智的。

生产部把信息服务系统应用于诸如库存管理和产品调度。近年来，许多制造业公司还建立了资源规划系统(MRP)。现在，生产任务的连续性和完整性在很大程度上依赖于信息服务部门所提供的准确而及时的信息。

随着竞争的日益激烈，市场部已开始重视信息服务。市场部通过市场分析系统能够及时地调整销售方针，通过联机订货单登记系统能为用户提供更好的服务。实践证明，市场分析系统在制定销售对策方面所起的作用是非同小可的。

大多数人才开发部都已将人员统计业务自动化了。采用计算机系统有助于更好地使用人才。通过计算机系统对人员技能的测定，就能给职工分配最适合其才能的工作。举一个例子，有一个设计能力较差的工程师来寻找职业，经公司的计算机系统测定后，指出他只适合做技术销售工作，他只好主动地到别处另谋职业。现在不少主管人事的副总裁竟成了计算机的忠实信徒。

采购部的采购员正在用计算机系统取代笨重的手工操作系统。这些计算机系统不仅为采购员减轻了劳动强度，节省了时间，而且还提供了重要的信息，扩大了他们的购买能力，同时还能产生所需的文件。例如，有一个拥有 5000 万美元的公司，由于建立了信息系统，能够获得及时而准确的信息，所以少花 100 万美元就能购买到实际上与前一年相同的货物。

分销部的产品通常是由生产部门和销售部门提供的。分销部的计算机系统能够把功能相近的产品综合在一起，按照成品的规格、样式并结合用户的需要提出最佳的分配方案。

研究与开发部门一般依靠数据中心向用户提供多种技术软件包，例如，模型、科学语言、图形、统计以及具有特殊功能的专用硬件等等。由于研究与开发部门具有特殊的工作性质，因此他们对建立信息服务系统的要求更高。首先，由于研究与开发型项目对计算机资源的需求通常是难以准确估计的；其次，由于大部分研究与开发型的项目要求主存储器容量比较大，处理机的能力比较强，所以对计算机系统的要求就比较高。在一般情况下，研究与开发的作业处理往往需要一台专用的计算机。

公司的总裁、副总裁和总部的行政人员根据计算机输出的信息作出常规的战略的决策。过去有一家小型制造业公司，当有人问起其总裁关于他的产品的固定成本时，他感到棘手，根本回答不上来。于是，他马上就批准购买一台小型计算机并雇用程序员和操作员。到了 20 年后的今天，该公司的信息服务人员已发展到 100 多人。那位总裁认为，该公司的大部分成就应归功于明智地使用了计算机。

尽管一个部门的预测对利润的作用被认为是无足轻重的，但就提高对信息服务的认识而言，对它的分析确能起到一定的帮助。如果销售预测能产生 1%~4% 的利润，这时我们完全有理由认为信息服务部门与公司其它的传统机构有同样的重要性。如上图所示，信息服务部

门是公司的一个主要机构。遗憾的是，多数公司尚未认识到在他们的组织结构中应设立信息服务部门。如果用户和公司的管理人员认识到信息服务的作用，那么就能给予信息服务部门以恰如其分的职权和组织上的地位。然而，就目前来说，这个问题仍有待于进一步解决。从企事业单位的角度来考察信息服务，有洞察力的用户就会发现，来自企事业各个角落的重要请求必须寄托于信息服务。通常，销售、会计或公司其它机构所面临的问题或限制条件也是信息服务的问题和限制条件。用户管理人员应该以这种认识来调节服务请求的作用和紧迫性。