

现代企业秘书的信息意识 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/59/2021_2022__E7_8E_B0_E4_BB_A3_E4_BC_81_E4_c39_59747.htm

秘书要营造自我气势
如果把市场经济比作一片汪洋，大大小小的企业就是汪洋中的一条条帆船，政府的宏观调控是航线，企业的经营决策是罗盘，信·息工作便是船上那一张张鼓满风的帆。

一、信·息需求目的意识。企业秘书信息工作的立足点在企业，因此，首先必须弄清企业需求信息的目的。企业需求信息的目的既多样化又主次分明，它们大致分以下9种： 新产品的开发； 科技动态； 科研攻关解决技术难题； 设备更新； 制订计划； 产品推销； 人员培训； 原料燃料； 安全环保。以上诸目的中，企业利用信息的主要目的集中在两个焦点：其一是有关科学技术，其二是有关决策管理。据相关调查表明，新产品开发、科技动态、科研攻关解决技术难题是目前我国大中型企业需求信息的最主要目的。另外，设备更新改造、制定生产经营规划及科技规划与产品推销等则是企业需求信息的较主要的目的。可见，企业对信息的需求在目的上具有一定的层次性。

二、信息内容意识。企业秘书人员都是围绕本企业所需信息内容来开展信息工作的。目前我国企业所需信息内容大致包括以下11个方面： 新科技新工艺； 新产品开发； 市场信息； 技术及设备引进； 经营管理； 企业改进和建设信息； 政策法规； 对外贸易； 同行信息； 金融信息； 安全环保。当然，这些信息内容对企业来说也有轻重缓急之分。其中，企业最需要的信息依次为：新科技新工艺—新产品开发与产品的发

展趋势预测信息—市场信息—技术设备引进信息。与此同时，企业秘书对企业改造与建设、政策法规、对外贸易等方面的信息也必须密切关注，因为市场经济的发展将会给企业的运作机制不断带来新的变化，而政策法规则是企业经营决策的规范、依据和保障：另外，同行信息、金融信息等等也应作为企业的常规信息内容来对待。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com