

文献市场的管理

李国红

(南京大学信息管理系, 南京 210093)

夏文正

(中国科学院文献情报中心, 北京 100080)

摘要 本文讨论了文献市场管理的必要性, 研究并揭示了文献市场管理的任务、原则与效果。

关键词 文献市场 市场管理

On Management of Document Market

Li Guohong

(Department of Informtion Management, Nanjing University, Nanjing210093)

Xia Wenzheng

(Documentation and Information Center, the Chinese Academy of Sciences, Beijing100080)

Abstract This paper discusses necessity for management of document market investigates and reveals tasks, principles and effects on management of document market.

Keywords Document market Market management

文献市场建设近年来取得了可喜的成绩, 但也暴露出不少的问题, 必须加强研究与管理, 重视宏观干预与调控, 使文献市场正常运行。

1 文献市场管理的必要性

(1) 不合法的文献产品危害文献市场。

这里所指的不合法文献产品包含三层涵义, 一是指文献产品充满了色情和暴力等内容, 给社会带来了不良影响; 二是指文献产品(信息产品)提供有不少虚假、骗人的信息, 使不少用户深受其害; 三是指文献产品存在知识产权侵权问题, 致使一些其它同类文献产品受到侵害。尽管这种不合法的文献产品是不允许生产和销售或传播的, 但一些人或团体为了个人或小集团的利益, 使这种不合法的文献产品在文献市场上仍时隐时现。通过网络传播和销售时, 其传播速度更快, 影响面更广, 危害更大。

(2) 购买力的下降削弱了文献市场的生命力。

近年来, 由于文献商品价格的上涨以及各企事业单位文献经费的不足, 导致文献市场消费者(尤其是团体消费者)的文献需求从整体上看明显下降。许多单位和个人用于文献商品的经费能少则少, 使文献市场的蓬勃发展受到很大的限制。要改善这种状况, 必须使消费者(尤其是各团体消费者)克服种种困难, 有计划、有目的地增加文献投入, 合理使用经费, 适时购买或合法复制所需文献。同时文

献市场也急需完善经营管理体系, 采取积极对策, 激发团体消费者的文献购买行为, 为文献市场增添新的生命力。

(3) 销售形式多样使得文献市场喜中有忧。

随着市场机制的建立, 我国形成了多渠道、多形式的文献发行销售格局, 各种书市、书展活动异常活跃, 出现了出版社自办发行、新华书店代销或直接与客户签约售书以及编者自产自销等方式。另一方面, 我国文献零售市场包括各种形式和各种层次的书店、报摊、音像制品专卖店以及图书与音像制品于一体的文献商店, 不少百货商场也设置了文献商品专柜, 这些文献交易场所一般属于固定摊点, 比较容易管理, 但也不排除可能出现的问题。另外也有不少个体流动经销商, 所卖文献产品不少是盗版产品(主要指磁盘、光盘等), 质量无保障, 但价钱不高, 交易灵活, 也拥有不少消费者。还有一些个体文献产品零售商时常在商店前、街道旁占道经营, 遇有检查匆忙逃窜, 管理相对困难。这种不规范的销售形式在一定程度上满足了人们对文献产品的需求, 但同时给人们的生活带来了一定的不必要的麻烦。文献市场的秩序有待整顿, 管理需要加强。

(4) 市场机制本身的缺陷要求对文献市场加强管理。

市场一直以“看不见的手”调节着商品的生产、消费、流通和分配过程, 表现出其积极的一面, 但同时应当看到, 市场调节也存在着一些致命的缺陷,

包括盲目性、缺乏方向性、运行失灵的可能性,如果不重视市场的管理,市场的发育就会畸形化。文献市场同其它一般物质市场一样,也会出现以下市场失灵的情况:①市场不能向大量愿意购买的消费者提供满意的商品;②不能以合理的价格提供;③不能公平分配。文献市场固有的缺陷和市场失灵使得文献市场的管理非常必要。

可见,文献市场需要强化管理,没有管理,文献市场就不可能健康发展。

2 文献市场的管理

文献市场的管理主要是通过制定与完善文献市场各项管理制度与法规,将文献市场发育纳入法制化轨道,运用经济、法律、行政等手段对文献市场各要素进行协调、监督和控制,规范文献市场交易规则和行为,维护文献市场的正常秩序,保证文献市场稳步、健康、有序发展,提高文献市场的整体效益。

2.1 文献市场管理的任务和目标

文献市场的管理包括对文献市场的规划、组织、调节、核算、控制、引导和监督等。文献市场的管理应主要立足于以下几方面的内容和目标:

(1) 健全文献市场的运行机制。机制泛指一个工作系统的组织或部分之间相互作用的过程和方式。市场运行机制是指市场中供求双方实现交换的机制,是对商品的生产、交换及消费等方面起作用的规律,是供求机制、价格机制、竞争机制、风险机制等机制之间相互作用关系的总和。在文献市场上,必须建立文献供需双方相耦合的良好供求机制,形成买卖双方利益和谐统一的价格机制,实现文献经营实体间的公平竞争机制,建立并完善由生产者、经营者、消费者共同承担的风险机制,强化和健全文献市场的动力机制。

(2) 完善文献商品质量控制机制。质量是产品的生命线,文献产品的质量甚至比一般物质产品的质量更重要,因为不合格的文献产品比不合格的一般物质产品产生的危害更大、更严重。完善文献商品的质量控制机制应主要做好以下几方面工作:①制定文献生产者道德规范和行政法规,强化社会监督机制,使法律、法规及道德规范三位一体;②开展文献质量控制的方法论研究,建立文献生产的科学评价体系与科学防伪方法学体系,防止文献的污

染;③图书情报部门应参与文献质量控制,在编制二、三次文献时还应注意识别伪劣文献产品,及时通报伪劣文献产品的文献记录;④完善有关政策,改革现行的科技奖励制度及科学评价体系,治理文献污染根源。

(3) 培育市场的主体和建立市场规则。文献市场的主体包括文献生产者、文献经销商和文献消费者。通过法律或制度的形式,规定文献商品的交换、流通及其价格原则,规定文献生产者的权益、文献商品经营的税收政策、文献消费者的权利和义务。既要鼓励文献生产者多出文献“精品”,又要规范文献销售和消费行为,不允许文献垃圾出品与上市。明文规定哪些内容的文献的销售和购买行为都属于不合法行为,引导消费者正确认识和对待文献消费,使其树立正确的文献消费观念并具有合法的消费行为,不允许不合法、不真实或不负责任的文献充斥市场。此外,文献商品的价格要合理,通过规范文献商品的价格来保证文献市场的有序运行,在制定文献商品价格时既要考虑影响文献价格形成的因素,也要考虑到百姓的购买力。

(4) 做好文献商品的促销和分销管理工作。文献商品的促销和分销工作也是文献市场管理工作的一项重要内容。促销作为市场经营组合的最后环节,通过向消费者进行宣传,能激发消费者的购买行为;促销活动的方式多种多样,例如登广告、与团体消费者联系等,也可借助电子邮件与网上用户联系。分销是指文献商品自文献生产者向文献消费者移动时所经过的流通环节和交换形式,包括直接销售和间接销售两种分销途径。通过促销和分销,畅通销售渠道,进行公平竞争,繁荣文献市场。如果不重视文献商品的促销和分销工作的管理,也可能导致文献市场的畸形发展。必须坚决杜绝促销和分销中的欺诈行为,采取必要措施进行严格监督和管理。

(5) 加大对文献市场违法行为的打击力度。文献市场秩序的混乱主要是由不正当竞争引起的,不正当竞争是经济利益的驱使以及人们法制意识不强、综合素质不高引起的。文献市场的违法行为往往是不正当竞争及打击力度不够造成的。只出台一些法律法规、政策措施是不够的,还必须综合运用各种强有力的行政手段和经济手段进行宏观干预和调控,严厉打击文献市场的违法行为,才能使文献市场有序运作,健康成长。

(6) 注重文献市场管理人才的培养。教育是基础,人才是关键,各行各业的发展都离不开人才。文

献市场的管理当然也离不开人才,文献市场离不开管理人才。目前,文献市场上缺乏高水平的管理人才,大多数管理人员知识面窄、综合素质低,远远不能满足现代文献市场管理的需要。因此,高等院校有关专业对文献市场管理人才培养的职能不能削弱,建立文献市场培训基地或开展不同层次的专业培训势在必行,文献市场的有关管理人员也应积极参加相关的学习班、培训班,有意识、有目的地掌握自己的业务技能,拓宽自己的知识面,提高自己的管理水平。

(7) 加强文献市场管理方面的理论研究。科学管理离不开科学理论与方法,科学理论与方法又来源于对实践的科学总结与研究,只有不断探索与研究新形势下文献商品尤其是电子文献商品交换和消费的特性,研究文献的市场消费规律和运行机制以及人们的消费需求,逐步完善文献市场管理理论,并以科学的理论指导实践,服务实践,才能使文献市场有序化、正常化。可见,理论的探索与研究也应作为管理的一项重要内容来抓。

2.2 文献市场管理的原则

文献市场的管理是要通过一定的管理手段使文

献市场达到有序、稳步、健康发展的目的。文献市场的管理应当坚持以下原则:(1) 尊重价值规律和市场规律;(2) 以经济手段为主,以行政手段为辅,把握行政管理手段的“度”;(3) 管理的目的性与管理的计划性相统一;(4) 管理的科学化与管理的系统化相统一;(5) 各文献市场管理整体的一致性与特定文献市场管理的动态性相结合;(6) 原则性与灵活性相结合,把握管理灵活性的“度”;(7) 奖惩相结合;(8) 管理人员权责相结合;(9) 深入调查,重视市场信息反馈,及时纠正市场中存在的问题;(10) 加强上级管理部门对下级部门管理人员的管理。

2.3 文献市场管理效果评价

文献市场管理效果评价,是指对文献市场管理的投入与成效进行全面的衡量和认定。文献市场管理的评价可从管理的组织、方法、效益、效果等方面进行,对文献市场存在的问题和努力的方向作出认真的分析,为文献市场的管理决策提供依据。通过文献市场管理效果的评价,可以深入揭示整个文献市场的规律,提高市场管理的质量和效率,调动管理人员的积极性,为文献业提供良好的市场环境。

(责任编辑:刘风勤)

(上接第 530 页)

但是,由于搜索引擎一般都有庞大的索引数据库,这使它不能有效地解决更新问题,并且索引数据库越大,其更新周期越长,索引失效问题越突出。此外,Internet 的各种资源和信息由于被频繁地转移保存地点和更名,致使索引数据库存在错误、遗漏及失效性等问题,从而造成检索结果无法找到信息资源的错误。

(7) 大量挤占昂贵的网络带宽和 CPU 资源。由于搜索引擎必须将大量资源站点的内容传至搜索站本地,然后进行分析、索引。这种大批量、大规模的资源文件的传递和处理无疑增加了网络传输的负担,使有限的带宽变得更加拥挤,同时使用户访问得不到系统及时的响应。

(8) 搜索引擎的分工协作有待加强。目前大多数搜索引擎各行其事,缺少合作。一方面造成因重复劳动而产生的资源浪费;另一方面也给用户的查找利用造成困难,而那种指望通过一次查找就能达

到目的想法,在目前 WWW 检索中还难以实现,用户在第一搜索引擎中没有找到满意结果时,还不得不在第二、第三搜索引擎间奔波。若能把不同搜索引擎集成化,形成多元搜索引擎,就能较好地解决用户网络信息检索问题。有人预测,在不久的将来,具有人工智能的计算机将会按照我们的意愿处理信息,从而提高人类的生活质量和工作效率。

参考文献

- 1 周涛. 中文搜索引擎. 图书馆理论与实践, 2000 (3)
- 2 徐建华. 网络搜索引擎原理、特性分析及未来发展趋势. 图书情报工作, 2000 (8)
- 3 郝小花. 用搜索引擎在万维网上检索信息. 情报理论与实践, 2000 (4)
- 4 邓尚民. 谈谈图书馆对因特网信息资源的组织管理. 图书情报知识, 2000 (2)
- 5 沈红芳. 互联网搜索引擎及其功能优化模型. 情报科学, 2000 (1)

(责任编辑:刘风勤)