

建立科技期刊全面经营管理的模式

翁鹭滨

(厦门大学《电化学》编辑部, 福建 厦门 361005)

[摘要] 科技期刊在市场经济的环境下, 应该改变原有的办刊模式, 树立“市场为主、读者为王”的经营理念, 在抓好稿件质量、编辑质量、人员管理的同时, 重视期刊的成本管理、版权管理、读者管理、营销管理, 全面建立适应时代发展的出版、经营和管理模式。

[关键词] 科技期刊 全面管理 经营

我国科学技术的快速进步带动科技期刊进入快速发展的通道, 科技期刊从 1987 年的 2800 种增至 2005 年的 4957 种^[1], 这几年更加重视提高期刊

质量。随着市场经济的日趋成熟和完善, 国家提出了“文化产业化”的发展思路。以主管单位拨款办刊的模式将逐步被自主经营、多种经营方式所取代。

效果。

(四) 参加会议交流的技术人员。总体来说得到了技术培训的机会, 可以提升技术能力和工作能力。通过技术交流, 一是可以学习和了解近年来科学技术内容与发展动态; 二是可以陈述自己的技术观点, 通过研讨, 对不同学术观点达成共识, 得到更多同行的认知与认可, 有利于提高自身的技术水平与技术素养; 三是以技术为媒介, 结识交流更多的新老朋友, 为技术水平的进一步提升打下基础。

(五) 会议正式出版《中国水电站压力管道》论文集。一是技术交流和宣传的最好载体, 共收录了 77 篇论文, 从设计、科研、施工技术、材料发展等方面反映了我国目前在压力管道技术方面的研究状况, 系统反映了我国水电站压力管道近年来的技术发展水平, 是理论研究与工程实践结合的典型实用成果, 对促进交流与学习提供了宝贵的信息库; 二是为撰写论文的作者, 对其学术水平, 提供了一个规范的界定与认可机会, 可以作为其职称晋升的论文条件; 三是作为出版物, 为压力管道技术的进一步广泛传播创造有利条件, 将为未能如期参加会议的从事水利水电工程设计、施工、科研、建设的广大技术人员和技术管理人员使用, 可供高校、大中

专院校相关专业师生学习参考, 也可为出版论文集的相关单位产生更广泛而深远的宣传效应。

这些驱动源将会形成相互影响的环链, 只有通过组织的有效协调, 营造和谐氛围, 才能环环相扣、凝聚合力, 强化自身有机功能, 促使环链互相推动, 永葆生机与活力, 更好地推动技术发展。

五、结语

“三大和谐”成就了第六届全国水电站压力管道学术会议这一盛会, “三大和谐”促进了科学技术活动蓬勃发展。这是我院按照规范化与标准化首次组织的全国性学术会议, 是贵阳地区学术交流活动在组织、协调、服务上进行提升的一次探索, 是创新技术活动、构建和谐理念、实施科学管理的重要实践, 在提高我院技术交流管理水平、承载我院企业文化、促进行业专业技术的发展、宣传和提升贵阳和贵州的地位与发展成就等方面均起到了一定的作用, 有利于进一步有效开展学术研讨和技术交流, 用和谐共赢的组织管理理念, 为专业技术服务, 达到推动技术发展的目的。

期刊经营者应了解市场经济的经营模式和运作规律,树立“市场为主、读者为王”的经营理念,在认真抓好稿件质量、编辑质量、人员管理的同时,重视期刊的成本管理、版权管理、读者管理、营销管理,全面建立规范的出版、经营和管理体制,提高期刊出版的社会效益和经济效益。

一、成本管理

成本包括生产和提供产品所消耗生产资料的转移价值和所付出劳动的报酬。期刊出版成本管理的目的是降低成本,提高利润,进而促进新技术的产生和运用,促进生产组织方式的改变及优化,实现出版效益最大化。

成本管理不仅要着眼编辑部内部提高工作效率,也应重视市场,加强出版过程成本管理,以改善出版技术和管理技术、提高技术自动化、管理现代化和员工现代化为内涵)、完善出版流程管理、加强发行过程成本管理、加强出版售后服务成本管理和改进系统运营能力。应将下游关联企业如印刷厂、发行机构等也纳入成本管理体系之中。与这些企业建立稳定的合作关系,通过一系列合约协调合作、加强管理,以求各方持续降低成本,实现多赢。

二、版权管理

著作权法是国家为保护作者对所创作作品享有的专有权利,以及为调整和规范作者、传播者、社会公众三者利益关系而制定的法律。

一般说来,期刊社拥有期刊的整体著作权、通过签订合同取得的部分著作权、期刊的著作邻接权(版式设计权、转载权、摘编权和删改权)。

期刊经常遇到侵权问题,被侵权行为有来自作者,也有来自其他出版单位,更多来自电子出版物和网络出版(期刊著作权及其版式设计权受到侵害)。被侵害的常见类型有:一稿多投,重复发表;期刊内容被抄袭、剽窃;内容被转载、摘编,却不注明出处等。期刊也有可能侵害他人著作权,如:论文已

经发表,作者一稿多投;署名作者不实;论文涉及抄袭、剽窃,盗取他人成果;论文涉及歪曲、篡改他人成果等。

侵权会给编辑部带来很大的损失。因此,期刊在出版过程中应严格执行著作权法的有关规定,加强版权管理,充分利用期刊社享有的权利,维护自身权益。首先,编辑部在收稿时,应当与作者签订稿约或合同。作者必须做到:保证作品的原创性和合法性,署名作者必须是参与该研究、能对内容负责的人,稿件在规定的审理期限内不允许再投他处,使用他人成果应在参考文献中予以著录,允许编辑对论文删改,同意出版者对制作和设计享有完全的控制权,是否同意转载、摘编等。一般都视稿约为合约,但实际上,只有正式合同才具有法律约束力。其次,编辑部应对期刊侵权的表现形式和实质内容有比较全面的了解,以便及早阻止侵权行为,力求自己的刊物不出现侵权现象;了解何种被侵权编辑部有追究权,一旦发现应及时取证并采取措施。再有,编辑部应熟悉版权合作和版权贸易的内容。版权合作、版权国际贸易是当今出版国际化的主要手段之一。重视版权合作和版权贸易的运作,保证编辑部的最大利益并避免不必要的纠纷。另外,参加著作权集体管理,也是版权管理的很好方式。由于版权是一个非常复杂的领域,对于任何不确定的问题最好请教法律专家。

三、读者管理

计划经济年代,办刊经费由主管单位拨给,办刊人只管认真出版,忽视读者管理,很少有期刊能建立起精确的读者数据库,故也无法根据读者特点制定有效的市场策略。这种状况不符合市场经济的运作规律——追求价值最大化。伏尔泰说过,无论是怎样有益的图书,其价值的一半是由读者创造的。期刊作为商品,其社会效益和经济效益是读者创造的,没有效益的东西在市场经济环境下是没有生命力的。因此,拥有广大读者,是市场经济条件下期刊生存和发展的保证。对专业期刊而言,读者较为稳定,且许多读者本身也是作者。了解读者结构,

激发读者的阅读兴趣,将促进期刊的良性发展。

除激发读者的阅读兴趣,还必须有优质的服务。优质服务可通过系列活动实现,比如,做好读者咨询,由编辑部主办或编辑部牵头举办学术沙龙、学术研讨会等,利用品牌资源拓展服务等^[2]。

成功的期刊都有广大的忠实读者。读者的忠实度很大程度取决于读者的满意度。影响读者满意度的因素有内容、编辑质量、价格、发行、编读关系、售后服务等。提高读者的忠实度有助于降低营销成本。因此,期刊应从内容(独家性、权威性、时效性)制作上关注读者需求,加强办刊理念和运作方式的管理,增强自身竞争力,增加读者满意度,提高读者忠实度。

四、营销管理

营销,可理解为有计划的组织生产和经销。营销管理的目的是增加市场份额,扩大期刊影响和增强期刊竞争力。新市场的开拓、多种销售方式和开展广告经营都是营销管理的重点(读者管理,也可属于营销管理的范畴)。

新市场开拓通过改变单一办刊模式为多种办刊模式,如合资办刊、版权合作、合办栏目;充分发挥期刊资源开展活动,如函授;以社会效益和经济效益为目的的各类社会活动,如读者俱乐部、与大品牌联合活动;以期刊为主营,派生出不同类别的期刊实体和公司等。开拓新市场能扩大期刊影响,增加期刊的竞争力和综合实力。

多种销售方式指除邮局发行外的编辑部直销、代理发行、连锁经销、网络经销以及向特定群体推销(会议介绍推销,学校、研究所推销)等销售方式。

邮发是期刊普遍采用的方式,简单、省事,有稳定的订户,缺点是较被动(不能掌握读者性别结构、年龄结构、知识结构、地区结构、自费订阅还是公费订阅等情况);直销(即自办发行)直接面对读者,减少中间环节,辅之其它促销手段(如折扣订阅、有奖订阅),有利于跟踪读者需求和市场动态;代理发行也是扩大市场份额的一种方式,应考虑到代理商往往会要求更高折扣、更长结算期和退货权利,由此

易造成资金回笼慢和产品积压的风险;连锁经销,通常是在大型超市、商场及书摊销售,但由于多数科技期刊受众面窄、发行量小,难以引起经销商兴趣;网络经销,通过网络宣传期刊,不受时间、地域限制,费用低,在线服务加强与读者沟通,是近十年来兴起的期刊发行方式;向特定群体推销期刊,目标性强,成本较低,能及时掌握读者反馈,同时也是发展作者群的好机会。以邮发为主,根据自身期刊特点,辅以其它有效方式,以求扩大市场份额。

充分利用期刊品牌、期刊影响力开展广告活动是市场经济环境下期刊经营的重要工作。许多科技期刊都认识到广告的重要性并收到显著的经济效益。

此外,期刊社还可以利用专业学术会议推介自己;一些重要活动或期刊即将发表的具有重大突破及很有科学价值的论文提前写成电子新闻稿发布在网站上或发布专题报道,提供给其他网站(可根据情况采用有偿或无偿)等方式,做大期刊知名度和提高期刊美誉度。

五、结语

计划经济时代期刊出版的粗放模式已不再适应日趋成熟的市场经济环境。美国著名编辑人柯蒂斯(Richard Curtis)说过,面临今天出版业的种种变革,编辑还剩什么工作可做呢?答案是,几乎每一件事情都需要编辑。今天的编辑和老一辈编辑不同的是,他们十八般武艺样样俱全,既要精通书籍制作、营销、促销、广告、新闻发布、会计、销售、心理学、政治、外交等,还必须具备绝佳的编辑技巧^[3]。因此,改变科技期刊的管理理念,建立全面的经营管理模式,是期刊可持续发展的关键。

参考文献

- [1] 朱晓东,宋培元,曾建勋.我国科技期刊现状及管理政策分析[J].中国科技期刊研究,2006,17(6):1045-1049
- [2] 叶新,李漓.《国家地理》的传奇[J].出版广角,2005,10:68-73
- [3] 格罗斯.编辑人的世界[M].北京:中国工人出版社,2000:35.