

试论市场信息在图书发行企业经营管理中的作用

庞国平

(复旦大学出版社,上海 200000)

摘要: 想要进一步提升图书发行企业的经营管理质量,就要保证决策的正确性。想要保证决策的正确,就需要以图书经营管理的市场信息作为基础,如果没有市场的支撑,决策就不具备合理性。本文主要从三个层面研究市场信息在图书发行企业经营管理中的实际价值。

关键词: 市场信息;图书发行;企业经营管理

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2020.32.070

在企业经营管理的过程中,图书发行占据了十分重要的地位。利用计划、组织、引导、融合、把控环节,对图书商品经营活动进行有效的把控和调整。提升图书发行企业的经营管理水平,最主要的就是强化市场讯息。现在企业经营管理需要以市场信息为基础,通过市场信息来进行有效的把控。所以图书商品经营活动管理十分重要。

1 图书发行企业经营管理决策的关键在于市场信息的把控

现代化的企业经营管理,需要以市场为基础,针对营销人员,准确把控多种市场讯息,只有这样才能进行科学合理的判断。实际上,图书商品经营管理的质量和决策的正确性密切相关。图书市场信息的变化和信息使用程度的变化,对决策者的影响十分巨大。所以图书市场信息的把控十分关键,这才是正确决策的依据,只有这样才能保证图书发行企业经营管理活动的顺利进行,从而为企业获取更多的经济效益。如果,图书发行企业的决策不正确,没有图书市场信息的支撑,那么决策就容易产生失误和误差,严重的还会给企业造成严重的经济损失。大量的实践表明,图书市场信息在图书发行企业经营管理的过程中占据了十分重要的地位。所以,在实际工作的过程中,需要科学全面的认识图书市场信息,并且对这些信息进行整理和研究,从而保证发行企业经营决策的合理性。

2 市场信息是发行企业保证经济效益和社会效益的关键

站在图书发行企业的角度来看,不断提升企业的经济质量,这也是图书发行企业经营管理的基础所在,更是企业不断发展的关键。所以,怎样更好的提升企业的经济效益十分重要。其中市场信息是提升经济的核心。所以经营人员在进行经营管理的时候,只有通过市场信息进行收集、研究和分析,才能更好的掌握图书商品信息,也能更好的满足读者的实际需要,这样才能保证营销决策的正确性,从而更好的提升经济质量。当然,在经营管理的时候,如果对市场信息的收集和研究不全面,就容易出现片面性和主观性,从而威胁企业的经济效益。图书发行企业的社会价值,主要是指图书发行企业利用图书发行活动对社会和读者造成积极的影响。图书发行所产生的社会和经济价值紧密相连。社会价值是经济价值的基础,经济价值是社会价值实现的力量支撑,两者相互融合。因此,经济价值和社会价值是辩证统一的关系。图书发行企业所经营的图书商品中所涵盖的科学文化知识是促进企业经营管理活动顺利进行的本质所在。我国图书发行企业中所包含的社会主义价值,包含了马列主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”的重要思想,同时也具备传递科学文化知识,提升人们精神文化风貌的重要价值。这也是图书发行企业所要展现的社会价值。图书发行企业想要提升自身的经济价值,离不开市场信息的把控。新华书店是国家发行图书的重要媒介,同时也要顺应市场的发展,加强对图书的宣传性,并且向社会多多发布一些好的书籍。

以国家的政策为基础,促进经济和文化的全面发展。在实际工作的过程中,新华书店要合理调节社会和经济方面的关系。

还有作为国家图书发行的主要模式,新华书店还要不断推动图书市场的健康发展,所以图书在实际经营的过程中,就需要对图书市场进行组织调查,掌控读者的实际需求,让读者多读书、读好书。

针对那些内容低下的图书,要严格抵制。

市场信息是图书发行企业构建科学合理计划,进行全方位把控的关键。图书发行企业在经营管理的时候,要构建出科学合理的计划,这样才能引导图书经营活动的顺利进行。

想要构建合理化的图书发行计划,就需要及时把控和掌握市场信息,研究环境变化,合理分析图书市场,把可能性和企业目标融合起来。所以,如果实际实行和计划目标不吻合,就可以通过市场信息进行反馈,管理部门也能及时收集有关资料,并且利用多种信息进行监控和操作,减少失误,保证计划顺利实行。所以,在图书发行企业经营管理的时候,我们要及时把控市场讯息,在收集市场讯息的过程中,图书发行企业需要从以下两个方面入手:

第一,强化市场讯息。实际上,这就是信息利用的过程。虽然有很多有价值的信息,但是你不善于发现,那么就没有价值。

第二,强化市场信息的灵敏度。现在的社会是信息化的社会,信息存在于我们生活的各个层面,所以想要在图书发行经营管理的和过程中,要时刻保持信息的灵敏度。而且还要使用科学化的逻辑思维,对图书发行企业管理的市场信息进行科学化的使用。

3 结束语

目前的图书发行市场,竞争十分残酷。在市场竞争的过程中,优胜劣汰是其基准。身为图书发行企业,想要强化其市场竞争的核心价值,就需要利用市场信息进行帮助。市场信息把控的广度和深度以及精准度,都对图书发行的经营活动至关重要。所以,身为图书发行企业,要更加关注图书市场信息在图书发行企业经营管理中的价值,并且发挥其重要效用。

参考文献

- [1]王泽霖.企业经营管理能力提升的对策研究[J].现代商贸工业,2019,40(10):50-51.
- [2]曾宪云.会计信息质量对企业经营管理的影响分析[J].商场现代化,2012(13):70.
- [3]郭联书.现代企业统计在企业经营管理领域的应用研究[J].科学之友,2011(24):112-114.

作者简介: 庞国平(1975,03-),男,辽宁铁岭人,单位:复旦大学出版社,中级,大学本科,研究方向:出版发行。