

《图书发行经济学》评介

《图书发行经济学》(Экономика Книжной Торговли)是由苏联莫斯科印刷业研究所为苏联高等学校和中等技术学校“图书学和图书发行”专业学生编写的一本教科书,作者A·П·库兹涅佐夫。

这本教科书以图书产品流通范围内的社会生产关系,即经济关系的具体表现形式及其在图书发行组织和发行企业的经济活动中的数量结果为研究对象,全面、系统地阐述了图书产品流通领域中各种经济现象及其过程的本质;联系苏联国内图书发行实践活动,探讨了苏联图书发行工作的计划模式和科学管理方法;兼论了与苏联国内图书市场有关的国外图书发行工作。

该书以图书所经历的非物质生产(包括作者对作品的构思和创作过程)和物质生产(主要指作品的物化过程)两种过程的最终目的——满足社会成员精神需求为出发点,揭示图书产品在商品——货币关系中作为商品而生产,构成国民消费商品的一个组成部分,因而,图书与其它所有商品一样,具有使用价值与价值的经济学属性;阐述了图书作为商品纳入经济范畴的目的,在于使人们认识图书在商品世界中所具有的总的使用价值是满足人们的精神需求;图书作为商品的特殊使用价值是每一本书的思想内容、适用对象与目的、著述方式、图书物化形式等方面的区别;指出了认识图书产品使用价值的特征,有利于从数量与质量上控制图书产品生产,有利于扩大图书可用性范围,提高图书使用效率,有利于掌握图书生产、流通、消费的发展规律,充分发挥图书发行在这些领域中的作用。

该教科书还以商品所承担的买方(从货币到商品)与卖方(从商品到货币)双重任务出发,将图书发行纳入商品流通范畴,说明图书发行在这一范畴中主要履行从生产者那儿采购到商品,向顾客推销,从而充当生产者与消费者之间中介人的作用,并指出这种中介作用是图书产品生产发展到一定阶段和一定程度时脱离图书出版活动独立进行的。因此,将发行纳入独立的经济活动范畴。在这一活动过程中,图书发行的第一职能,是把生产的使用价值引向消费过程;第二职能,是使商品以价值形式进行交换。这两种职能使图书发行在与生产者关系中,必须代表需求者利益,在与需求者关系中,必须代表生产者利益。协调图书发行各环节上的各方关系,促进图书生产与消费之间矛盾的解决,扩大图书再生产,提高图书生产的社会经济效益,是图书发行的根本任务。

作者还针对需求和需要及其两者与图书消费的相互联系,提出了对图书产品总需求量和批量需求结构的研究方法和计算方法,图书产品的价格类型、结构以及制定价格的原则。

对图书发行实行科学管理的原则和方法的研究,是本书理论问题的核心。作者在这个问题上论述的要点包括:图书发行科学管理的实质、原则和方法;图书发行的基本类型、发行计划分配方式和发行计划制定原则;图书发行管理的经济核计问题。

在探讨如何提高图书发行社会经济效益问题时,作者认为,对图书发行进行科学管理的目的,是为了提高图书发行的社会经济效益,最大限度地满足社会对图书的需求。因此,书中特别强调了图书发行管理质量水平和图书发行组织机构的合理程度对图书产品扩大再生产的影响,以及对提高其社会经济效益的决定性影响。

为了合理评价图书发行的社会经济效益,作者归纳出衡量图书发行社会经济效益的具体的数量指标表达式。

最后,作者还论述了与图书发行有关的固定基金利用,基金损耗、补偿与补充办法,发行流通费用计划制定,发行折扣水平及折扣计划制定,折扣率计算方法,发行利润,财政,劳动工资等一系列问题。

该书内容丰富,结构严谨,并注重联系苏联国内图书发行工作的实际,采用了大量数据与图表,为广大读者了解苏联图书发行工作现状、经验和存在的问题,提供了丰富素材。这本教科书不仅对我国同类专业学生适用,而且,对我国图书出版与发行界广大管理人员也是较好的业务学习参考书。

(焦玉英)

(此书由焦玉英、陈慧文等翻译,傅殷才教授审校。全书约25万字,即将由武汉大学出版社出版)