

图书发行经济学

库兹涅佐夫 著

FX

武汉大学出版社



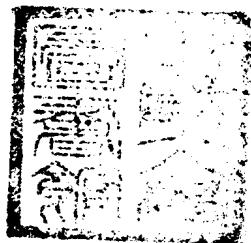


图书发行经济学

〔苏〕库兹涅佐夫 著

焦玉英 陈慧文 等译

傅殷才 校



武汉大学出版社

图书发行经济学

〔苏〕库兹涅佐夫 著
焦玉英 陈慧文 等译
傅殷才 校

*

武汉大学出版社出版
(武昌 珞珈山)

新华书店湖北发行所发行 通城县印刷厂印刷

*

787×1092(mm) 1/32 11.625印张 254千字
1989年4月第1版 1989年4月第1次印刷
印数: 1—2200

ISBN 7-307-00440-2/F·79

定价: 3.35元

译 者 的 话

苏联《图书发行经济学》1985年由莫斯科《图书出版社》出版。当时，苏联国内经济改革尤其是政治领域的改革没有深入展开。书中许多观点、原理是根据苏联国内改革之前的政策（主要集中于第1—3章）阐述的。戈尔巴乔夫同志“新思维”理论的提出一定会对苏联国内包括图书发行在内的各个领域的工作产生影响，注入改革的活力。在苏联图书发行领域也可能不按书中的某些思想、观点执行。

书中论述的关于图书市场供求规律、市场行情；图书发行科学管理；图书产品需求与需要和图书消费关系；图书产品需求总量计算方法；图书产品商品流转内容、形式与计划制定；图书发行劳动工资；图书发行固定资产损耗、补偿与修理及其发展计划制定；图书发行流通费用类型、结构及其流通费用计划制定；图书发行折扣、利润、财产等理论与实践问题，对我国图书发行界广大管理干部和一般工作人员，图书发行专业的教师与学生，无疑有重要的参考价值。

为了适应当前改革形势的发展，根据该书编审负责同志的意见，在全书译完以后，由焦玉英同志将有关章、节进行了删节。特此说明。

本书得以出版，要感谢图书情报学院院长彭斐章教授的大力支持。

1988年6月

目 录

第1章 图书发行经济学的研究对象和方法	(1)
第1节 图书发行经济学研究的对象	(1)
第2节 图书发行经济学研究的方法	(4)
第2章 社会主义社会的图书发行	(8)
第1节 图书在社会经济发展中的作用	(8)
第2节 图书的使用价值与价值	(15)
第3节 图书市场及其特征	(21)
第4节 供求规律, 图书市场行情	(25)
第5节 图书发行的实质与功能	(31)
第6节 图书发行的社会经济效益	(43)
第3章 图书发行管理与图书发行计划工作的科学原理	(49)
第1节 图书发行管理与图书发行计划工作的实质	(49)
第2节 图书发行管理的原则	(53)
第3节 管理职能与管理方法	(58)
第4节 经济核算是图书发行管理的方法	(63)
第5节 图书发行信息的概念及其结构原理	(68)
第6节 图书发行计划的种类与项目	(75)
第7节 图书发行计划工作的原则与方法	(78)
第8节 图书发行中经济分析的方法学原理	(84)
第4章 图书市场的商品供给	(88)
第1节 商品供给的实质与运动	(88)
第2节 商品储备是图书产品的供给形式	(91)

第3节	图书商品供给的来源与发展规律·····	(96)
第4节	出版社与图书发行组织之间经济关系的原理···	(104)
第5章	价格和图书产品价格形成的原理·····	(109)
第1节	价格的实质和图书产品的价格种类·····	(109)
第2节	图书产品的价格结构·····	(116)
第3节	图书产品价格形成的原理·····	(119)
第6章	对图书产品的需求·····	(126)
第1节	需求与需要及其与图书消费的联系·····	(126)
第2节	图书产品消费·····	(132)
第3节	图书产品需求总量与商品集团结构 研究的方法·····	(136)
一、	需求研究的组织原则·····	(136)
二、	图书产品需求的总量计算方法·····	(138)
三、	测定各类图书产品需求量的群结构·····	(146)
第7章	图书产品流转·····	(150)
第1节	图书产品流转的概念与本质·····	(150)
第2节	零售商品流转的内容、意义及其发展规律·····	(153)
第3节	图书批发商品流转的内容与形式·····	(157)
第4节	图书产品流转发展计划的制定·····	(161)
一、	制定零售商品流转计划的任务·····	(161)
二、	图书产品零售流转发展的长远规划的制定·····	(163)
三、	图书发行联合公司当前商品流转 计划的制定·····	(170)
四、	图书发行零售企业本年度商品流 转计划的制定·····	(181)
第8章	图书发行的劳动与工资·····	(191)
第1节	社会主义条件下图书发行劳动的社会 经济实质与特点·····	(191)
第2节	图书发行劳动的内容与分类·····	(192)

第3节	图书发行的劳动生产率·····	(198)
第4节	图书发行工作者的工资与劳动奖励·····	(201)
一、	工资的实质、组织与形式·····	(201)
二、	劳动的物质刺激·····	(205)
三、	劳动的精神鼓励·····	(208)
第5节	图书发行工作者的劳动数量与质量·····	(212)
第6节	图书发行部门劳动与工资计划的制定·····	(218)
一、	劳动计划工作的组织与劳动计划内容·····	(218)
二、	劳动与工资指标的分析·····	(222)
三、	劳动与工资计划指标的计算·····	(229)
第9章	图书发行的固定资产·····	(234)
第1节	固定资产的概念、发展规律、分类 与核算形式·····	(234)
第2节	固定资产与基本建设投资的使用效率·····	(241)
第3节	固定资产的损耗、补偿与修理·····	(248)
第4节	图书发行固定资产发展计划的制定·····	(252)
一、	制定固定资产发展计划的前提·····	(252)
二、	固定资产发展计划指标的分析与计算·····	(255)
第10章	图书发行的流通费用·····	(261)
第1节	图书发行流通费用的概念与性质·····	(261)
第2节	图书发行流通费用的分类与结构·····	(267)
第3节	图书发行流通费用计划的制定·····	(272)
一、	图书发行部门流通费用的分析·····	(273)
二、	按计划年度预算项目计算图书发行部门 费用的方法论原则·····	(289)
第11章	图书发行中的折扣·····	(296)
第1节	商业折扣的性质与作用·····	(296)
第2节	测定图书发行折扣水平的基本条件·····	(298)
第3节	发行折扣计划的制定·····	(302)

一、发行销售折扣分析·····	(302)
二、计划年度折扣额与折扣率的计算·····	(306)
第12章 图书发行的利润·····	(309)
第1节 图书发行利润的实质、来源与职能·····	(309)
第2节 图书发行联合公司的利润率及利润的使用·····	(314)
第3节 图书发行机构利润计划的制定·····	(318)
一、图书发行联合公司利润的分析·····	(318)
二、图书发行联合公司利润计划的制定·····	(326)
第13章 图书发行的财政·····	(330)
第1节 财务的实质与意义,它在图书发行的 发展中的作用·····	(330)
第2节 图书发行的基金与资金·····	(336)
第3节 图书发行贷款·····	(340)
第4节 图书发行机构财务计划编制的内容与 起始前提·····	(347)
第5节 图书发行机构的财务分析·····	(350)
第6节 图书发行机构的财务计划指标的核算 与对它的执行情况的监督·····	(357)

第1章 图书发行经济学的 研究对象和方法

第1节 图书发行经济学研究的对象

图书发行经济学作为一门学科，研究的对象是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，以及它们在图书发行系统、发行组织及发行企业的经济活动数量结果中的反映。图书发行经济学这门学科的对象，与图书产品在具体条件下和在整个发行过程各个环节上流通的客观规律运行机制的研究密切相关，与这些客观规律的具体表现形式及其在实践工作中如何运用这些客观规律的研究密切相关。

图书发行经济学属于部门经济学科。因为图书产品贸易是个人消费品交易的一个组成部分。

社会主义图书发行经济学与其它所有部门经济学科一样，同属于马克思列宁主义经济学体系，都是建立在马克思列宁主义政治经济学基本理论与方法基础上的学科。如果说政治经济学是研究整个生产的社会制度和所有再生产阶段以及国民经济各部门中运行的规律的话，那么，部门经济学研究的则是国民经济各部门所固有的整个经济关系体系的各个

方面和特点。它们之中的每一学科，都只研究一个部门的经济，但都是在政治经济学所揭示的一般规律的基础上进行研究的。

图书发行经济学这门学科，针对该学科范围的生产关系与政治经济规律进行深入研究，详细阐明它们在图书发行过程中的具体表现形式，使理论知识达到尽可能具体化的程度，以解决实际工作中的问题。该学科明确规定图书商品从生产到消费过程中的实践性原则和科学方法原则，以及按计划管理的模式和图书发行组织与企业中有关劳动、物质与货币资金的合理利用等问题。与此同时，还把对劳动人民进行共产主义教育作为图书发行工作既定的思想性原则的一个组成部分来考虑。

因此，图书发行经济学主要介绍有关经济知识体系，以便能够了解图书产品流通领域中的经济现象和过程的本质，在科学的基础上对它们进行管理。这门学科的任务是确定图书发行的方向、具体内容、发展速度。同时，也明确规定具体历史条件下该部门的主要问题，提出当前的首要任务，并指出有效完成这些任务的充分论据及途径。

包括图书发行经济学在内的部门经济学与政治经济学不同。它具有更明显的实践性。当然，这并不意味着图书发行经济学这门课程是一门纯粹的实践性课程，它主要还是一门理论性课程。因为，它的任务是研究部门经济学这一领域的基本的和最本质的思想，对这一学科范围内所有现象进行科学解释，并对图书发行工作进行调查，总结其工作成果。

作为一门学科的社会主义图书发行经济学，它具有鲜明的党性。具体表现在，它以马列主义思想为基础，与苏共中央共产主义建设纲领和总路线相一致，积极探讨并致力于解

决社会所面临的政治和社会经济问题，以及思想战线中的问题。党性原则，与对图书发行实践所采取的冷漠态度是不相容的。努力运用理论原理解决实际问题，提高与图书发行工作密切相关的社会效益，完善其管理办法与所有经济机制的迫切问题，是部门经济学党性原则的具体表现形式之一。

发掘图书发行工作中出现的新生事物与先进事物，赋予它们新的理论根据，促进其发展与传播，是部门经济学的任务之一。

本课程只研究图书发行经济关系系统。对国外发行的经济问题，仅介绍其与国内图书市场有关的问题。但是，在研究国内图书发行问题的同时，要研究其它社会主义国家图书发行经济工作，还要研究资本主义图书发行方面的情报，甚至批判地利用在社会主义生产关系条件下所能利用的某些组织形式。

图书发行经济学这一学科，正在不断地发展，这是积极地创造性地进一步完善苏联图书发行工作理论基础的必要条件。在现代条件下，没有理论的发展，要顺利发展图书发行的实际工作，是不可能的。“现实生活提出任务，要求发展理论、经济科学，使其与经济实践接近起来”^①。

从各个方面研究图书发行工作的部门经济科目有：图书发行管理；图书发行组织；图书发行财会；图书发行统计。所有这些科目都与图书流通范围内社会生产关系的各种研究密切相关，与图书发行集中化管理及其计划研究，图书市场研究，各种水平和各个环节的发行经济组织工作研究、统计

^① 《苏共中央第26次代表大会资料汇编》第51页，莫斯科1981年版。

以及合理利用劳动力、材料与资金，与图书发行过程中不断产生的其它现象的研究，不无关系。在从各个不同方面分别研究图书发行工作的同时，不能忽视它们各自仅仅是经济学整体中的一个部分，各部分之间不能相互脱离，必须将它们看作是彼此联系，相互制约，互为依存的一个统一体。

第2节 图书发行经济学研究的方法

图书产品流通领域中，社会生产关系与经济关系具体形式的研究所采用的唯物辩证法，是作为一门学科的图书发行经济学的基本研究方法。本课程是建立在唯物主义地理解图书商品流通的作用及其发展过程以及辩证唯物主义和历史唯物主义基础之上，用唯物辩证法阐述图书产品流通过程中的所有现象以及各种现象之间的相互联系和它们在发展中的相互依赖性。

商品流通一方面与生产和分配密切相关，相互促进，另一方面又与消费密切相关，相互促进。可以说，商品流通内部的所有现象与发展过程都是相互联系的。因此，这一部门学科在研究图书发行经济学时要考虑图书在再生产过程所有因素的相互促进问题，以及在图书产品流通中所发生的现象与过程的相互关系及其发展。

图书发行经济学广泛采纳许多专门的研究方法。借助这些研究方法进行调研，总结，推断，指出进一步发展图书发行工作的合理方法，实施图书发行工作全过程的管理与计划。

图书发行经济学这一部门学科的发展，首先要求对它的理论与方法进行深入地研究。科学的理论与方法，是深入研

究与认识图书发行工作内容及其发行过程中各环节发生的变化为基础，是总结经验，采取决策，继续完善图书发行工作的基础。

采用系统方法运用其客观规律，是部门经济学的基本方法原则之一。该方法要求全面综合地调查整个经济系统的活动机制、目的，以及它在与其它规律相互关系中的地位。在图书发行的各种经济关系中，没有任何一种现象仅仅只是一种规律运行的结果，没有任何一种规律可以脱离其它规律而运行。因此，根据客观规律开展调查研究本身就带有系统性与综合性特征。在目前条件下，不采用系统与综合的方法进行计划与管理，就不可能顺利解决关于全面提高图书发行的社会效益这一中心问题。只有深刻认识图书产品在商品流通范围内经济规律的运行机制的同一性与特殊性，才能不仅从当前任务的立场出发，而且从发展的眼光出发，建立与完善图书发行管理工作的牢固基础。正如党所教导的那样，计划与经济工作不仅仅在经济上应当有根据，而且首先在政治经济学上也应当是有根据的。

全面完成经济规律的整个系统的要求这个问题，是与主观因素密切相关的。客观规律是通过集体和个别工作人员自觉的有组织的主观行动实现的。只有以客观规律为基础，兼顾其活动形式，对取得的具体成果进行研究，才能有成效地工作。不顾客观规律，必然引起不良后果。不全面了解社会生产关系系统及其形式和管理的规律，凭主观主义和经验主义片面地组织图书发行过程中的个别环节，必然使工作遭到损失。

弄清客观规律及其活动机制，按要求工作，不只是领导的事，而且是全体工作人员的事。应当使工作人员正确认识

客观规律，懂得合理支配自己的行动，并给他们指出取得成绩的有效途径。

在图书产品商品流通中客观规律的作用与经济范畴有关。许多经济范畴往往都同时说明经济贸易活动的具体形式和方面，并且都可能作为计划总结的指标。属于这一范畴的有商品周转、劳动、工资、固定基金与流动基金、流通费用、贸易差额、利润，财政及其它。

本课程采用理论与实际相结合、其间的相互联系、一定的连续性的方法，来探讨这些范畴。

图书发行经济学这门学科首先探讨图书发行的一般理论与方法、原则及研究范围。在此基础上进一步认识图书发行组织与图书发行企业中的生产关系的具体形式。

本课程理论与方法部分的内容包括图书在社会经济发展中的地位与作用；图书产品的使用价值与价值的原理；图书市场的概念内涵及其组成要素；图书市场在图书产品流通中的地位，以及社会主义条件下图书发行与管理集中化问题对社会生产关系系统的一定依附性。

本课程理论部分的核心，是揭示以图书作为商品这一经济范畴的本质；揭示作为国民经济部门的一个组成部分的图书发行经济学的本质；阐述这门学科在扩大社会生产中的功能、地位与作用，以及它对提高图书再生产效率所产生的客观重要影响。本课程还特别论述图书发行的社会经济效益概念的内容，以及提高其经济效益的途径。

在掌握一定的理论与方法原理的基础上，进一步研究图书发行范围内经济关系的具体表现形式，以及从图书发行组织与图书发行企业活动计划与总结指标中反映出的各种关系。对于经济关系的具体表现形式的研究，将贯穿本课程始

终。该部分内容首先从与商品周转有关的那些关系开始，然后探讨人力与物力利用，劳动支出与亏损，资金积累手段，图书发行的资金等各种形式的经济关系。

本课程作为培训图书发行专业工作人员的经济学教程的意义在于，它研究该部门社会关系的重要方面，即生产关系。和这些关系密切相关的内容涉及贸易活动的所有方面。直接从事图书发行的工作人员，尤其是在图书发行各行各业工作环节上从事各种劳动管理的工作人员，必须具备专深的经济知识。

经济教育的目的不仅仅在于用一定的知识武装工作人员，使他们加强工作责任感，而且在于其教育功能，培养工作人员的共产主义世界观和首创精神以及对事业坚韧不拔的精神。1983年举行的苏共中央六月全会指出：必须“……积极地建立新型的经济思想，以发挥创造性和社会主义进取精神，提高责任感，创造性地探讨以最少的耗费取得最佳的国民经济最终成果”^①。

^① 《苏共中央全会资料汇编》第40页，1983年6月14—15日，莫斯科1983年版。

第2章 社会主义社会 的图书发行

第1节 图书在社会经济发展中的作用

图书是人们从事社会劳动活动的复杂产品，是人们娱乐的手段和交际的工具。人们利用图书交流生产和生活方面的经验，交流各种知识、科研成果及文艺创作成果。因此，图书的生产、流通和消费与社会生产的所有方面都密切相关。它以社会生产为基础，并按其规律不断发展。

随着社会进步，图书透过社会关系系统与生产力的发展发生联系。图书是社会产品的组成部分，并用以交换另一部分社会产品。这是一种补偿式的劳动交换。图书的生产者与图书用户由此组成了劳动关系，即社会生产关系的一个组成部分。图书通过意识形态关系系统与社会发展联系在一起。其原因是图书产品反映了意识形态中涉及到的政治、社会、法律、哲学、科学、宗教、艺术、道德、精神、美学等问题。图书内容是一定社会关系与意识形态的反映，是社会意识形态本质的再现。它作为社会成员实践活动中的组成部分不断发展，是人们认识客观世界的结果。意识往往是被认识的存在。社会存在总是通过物质与精神文化产品、劳动成

果，以及文学艺术作品表现出来的。

图书产品就其内容来说，是在非物质生产领域中创立的。它的内容由思想、观点、概念、想象和形象组成，并借助纸张与印刷这种物质形式再现的。

马克思指出：非物质生产可能有两种情况，其中之一的特点是，“产品同生产行为不能分离，如一切表演艺术家、演说家、演员、教员、医生、牧师等等的情况。”在这里，生产和消费行为是同时发生的，在时间上是一致的。在另一种情况下，非物质生产创造的是“使用价值，它们具有离开生产者和消费者而独立的形式，因而能在生产和消费之间的一般时间内存在，并能在这段时间内作为可以出卖的商品而流通，如书、画以及一切脱离艺术家的艺术活动而单独存在的艺术作品”^①。

图书的生产可以划分为两个相互独立的过程。首先是图书的精神生产设计过程。在这一过程中，作品的作者、编辑、设计人员用他们的创造性劳动构思了图书内容，组成了图书的基本要素。与此同时，只有把精神劳动与物质生产结合起来，才能使非物质的生产材料被利用。也就是说，智力劳动成果只有通过一定的物质形式，才能是对社会有益的。作者将自己的智力劳动成果纪录在纸上，从开始写作，创造性劳动成果的“物化”过程也随之开始。这时，图书的物质生产部分还没有结束。因为，手稿还没有变成为公众利用的那种产品。只有所创造的内容以大批物质的装帧形式出现，成为广为利用的社会财富时，物质生产才告结束。

图书的生产正是在其物质形式的塑造过程中完成的。图

① 《马克思恩格斯全集》第26卷第1册第442—443页。