

# 对高校出版社制度改革与体制创新的几点建议

尹 杰

(武汉理工大学出版社, 武汉, 430070)

【摘要】 本文从四个方面,对高校出版社制度改革与体制创新提出了建议。

【关键词】 高校出版社 制度改革 体制创新 建议

【中图分类号】 G231 【文献标识码】 C 【文章编号】 1003-2797(2002)01-0094-01

## 1 关于工资与分配制度改革

高校出版社职工的工资,分为按学校标准发放的工资和内部岗位工资两部分。高校出版社是高等院校直属二级事业单位,为教学、科研服务,是学校进行学科建设、教学改革和科研活动的重要学术基地,出版社所有职工都围绕这一基本职能开展工作。因此,按学校标准发放的这部分工资是合理可行的,主要反映出职工的职称和学识水平。但内部岗位工资还与职称、职务、工龄挂钩就不大合理了,这既加重了论资排辈的成分,又不能充分体现职工所处工作岗位的差别性和贡献率。因此,我建议高校出版社对岗位工资进行改革,抛开职称、职务、工龄的羁绊,与岗位评聘、岗位差别、岗位贡献直接挂钩,拉开岗位差别,突出岗位贡献,做到职工在什么岗,做什么事,拿多少钱。在此之前,需进行科学的岗位设计,编制出岗位责任说明书和岗位工资标准,做到职责明确、权责对等。岗位可分为7~9个档次,根据职工个人意愿和岗位要求,真正实行岗位评聘制度,每两年一聘一评,能者上,平者调,庸者下。

在许多高校出版社,年终分红一直没有制定出一个科学合理的分配办法,成为出版社发展的主要障碍之一。因此,应对分配制度进行以下改革:

(1)在编辑部取消工作量酬金和年终平均奖,建立利润提成、风险共担、奖惩分明、公正透明的分配制度。长期以来,大多数高校出版社在编辑口实行工作量酬金制度,即编辑完成出版社规定的编辑加工工作量,即可拿到字数酬金和年终平均奖,这在一定程度上可以保证编辑加工任务的完成,但往往导致有些编辑单纯为了完成任务而消极组稿,加工粗枝大叶,致使图书质量难以保证,更无“双效”可言。与此同时,策划编辑组织的选题一般会成系列、上规模、创品牌,为出版社创造可观的经济效益和社会效益,出版社应给予奖励。有效益的书提成,这是合理的,但无效益甚至亏损的书,其责任由谁承担?所

以,只有奖励没有惩罚是不行的,这不符合权责对等的原则。为了改变这种状况,应在社内建立利润提成、风险共担、奖惩分明、公正透明的分配制度。

(2)在发行口严格执行成本核算、效益提成、落实到人的分配制度。多年来,社内发行人员一直处于从属地位,出版社虽然制定出了分配方法,但每年都是先对发行科实行整体结算,然后在科内进行第二次分配。这种分配方式也需要进行改革。笔者建议:①实行发行科整体承包及包干到人的双层分配体系,发行科长对出版社负总责,保证发行码洋、回款实洋任务的完成或超额完成,其年终分红由出版社根据整体情况直接兑现。发行科长按各片发行业务人员的预期目标和以往业务发展状况,确定各片任务,业务人员对任务负责,出版社按既定分配办法,直接对发行业务人员兑现年终分红。这样就形成了一个整体团结奋斗、个人积极努力的激励约束机制。②在条件成熟时,可取消发行人员岗位工资,对发行科和发行业务人员实行成本核算、利润提成的高激励高责任型的分配制度。

## 2 关于发行体制创新与经营思想的转变

目前,大多数出版社的发行部门只停留在坐收订单、开单发货、对账回款、分头跑片等一般性发行事务上,而对图书宣传、销售热点与难点、市场预测与决策及客户跟踪与服务等,心里没底甚至无从下手。现代出版业的竞争,无非是选题策划和市场终端的竞争,为了能真正了解市场、占领市场、控制市场、营造市场,发行部门应向营销部门转变,树立营销意识,建立营销战略决策机制。今后的营销部门,除了负责一般性的图书销售业务外,更重要的是要承担起市场调研与图书宣传、销售网点与渠道建设、客户服务与营销管理等前瞻性、渗透性工作;同时还应与选题策划部门紧密配合,共同做好市场调研与营销推广工作,必要时,可将发行业务分为教材与一般图书两个业务部门。

(下转第96页)

(2)对网络经济信息工作的论述。作者采用集中与分散相结合的方法,对网络经济信息工作进行了全面的探讨。就集中而言,主要反映在:一是对网络经济信息的管理与开发利用,作者用一章的篇幅,按照“知识—方法—利用”的思路,作了系统的论述。如书中第十五章“网络经济信息管理与开发利用”,作者首先对计算机网络与经济信息网络化、Internet基本知识、网络信息资源的分布与类型划分等网络经济信息知识进行了系统分析;接着对网络经济信息的索引方式、标引方式、组织方式以及搜索引擎中的“分类目录查询法”、“关键词搜索法”、“集成搜索引擎运用法”等,进行了详细的阐述;然后对网络经济信息的开发利用方法予以指明,并结合“长城证券网络信息的开发与利用”的实例,告之读者如何进行开发利用。二是在“附录”中,就“网络经济信息资源的网址”进行了详细介绍,便于用户快捷而准确地查询有关网站的信息。就分散而言,作者在对具体经济信息的应用问题进行论述时,作了详细的阐释。如对“市场信息的开发与利用问题”,书中就说明了搜集的原则与方法及分析开发的程序与方法等。

### 3 一部经济信息学的系统之作

《市场经济信息学》是一部系统之作。就其整体

结构而言,它具有严密的逻辑性,全书是按照“理论—方法—应用”布局的。就其理论来说,书中深刻地论述了“市场经济与经济信息学”、“经济信息学的学科构建”、“经济信息概论”、“信息化与社会经济信息化”等基本理论问题。就其方法而言,书中具体阐述了“经济信息管理”、“经济信息流通”、“经济信息系统”、“计算机管理信息系统”、“经济信息检索与利用”、“经济信息研究与预测”等的技术与方法问题。就其应用来看,书中全面探讨了“企业信息系统”、“市场信息”、“金融信息”、“投资及房地产信息”、“财会信息”、“经济统计信息”、“网络经济信息的研究和开发利用”等各类型、各部门经济信息的管理与应用问题。就局部章节而言,因其内容性质不同,有的是按照经济信息管理程序即“搜集—整理—存储”阐明的;有的是按照“概论—分论—综合”论述的;有的是按照“知识—方法—利用”说明的,等等。

总之,邱均平教授等编著的《市场经济信息学》是一部成功之作。

作者简介:张安珍,男,教授,发表论文60多篇,出版著作10部。

(收稿日期:2001-12-10)

(上接第94页)

### 3 关于组织结构调整与运行机制改革

目前,大多数出版社都按照前苏联模式,设有各专业编辑室、出版科、发行科、校对室、照排室、美编室等科室。这种组织结构,难以适应市场竞争的需要。为了理顺出版社内部关系,调整现有的组织构成了当务之急。当前,应进一步深化选题策划制度改革,成立项目组或工作室,实行项目组负责制或出版策划人负责制。各项目组或工作室可由出版策划人、责任编辑、责任校对、发行部门或责任发行人组成,也可由出版策划人个人组成。重点选题项目组可常设,一般图书工作室可临时设立,其职责是全权负责市场调研、组稿策划、编辑加工、市场策划、营销宣传及销售回款,实行全程(整体)策划和独立核算、自负盈亏,使整个运行过程市场化、集约化、专业化。这种组织结构与运行机制,具有专业化管理、统一指挥、权责分明等优点。

### 4 加强管理信息系统与决策支持系统建设

图书出版业为了在信息浪潮和互联网络的双重挤压中求生存谋发展,必须努力建设好自己的管理信息系统与决策支持系统。

(1)在编辑方面,策划编辑应充分利用网络资源进行信息搜集与网上交流。目前,大多数高等院校与科研院所都建有自己的网站或主页,个人也拥有E-mail信箱,这给出版社的作者队伍建设、出版资源利用和选题策划组织提供了极大方便。另外,编辑人员还可利用教育科研网,了解最新学术动态和出版动态。

(2)在营销方面,应引进方便、实用、高效的营销管理系统软件,做到在网上进行新书发布、图书宣传、发货查寻、销售月(季)报、销售分析、开票回款、库存管理等业务工作。另外,还应做出光盘版图书目录,向高校院系进行对口宣传。

(3)在财务方面,应引进先进的财务管理软件,能对单本书进行成本核算、利润盈亏核算与财务分析。

(4)高校出版社应积极利用校园网,建立自己的网站或主页。

作者简介:尹杰,男,1974年生,助理编辑,硕士生在读,发表论文近10篇。

(收稿日期:2001-08-28)