

درباره قیمتگذاری کتاب

کریم امامی

حروفچینی، به هر روشی که انجام گرفته باشد حتی اگر متن را کسی با دست خوشنویسی کرده باشد. حق الزحمه ویرایش (اگر کتاب ویرایش شود و حق الزحمه‌ای بابت این کار پرداخت گردد)، حق الزحمه نمونه خوانی، و هر نوع حق الزحمه مقطوع دیگر (برای عکاس، نقاش یا گرافیست)، حق التألیف یا حق الترجمة مقطوع (اگر قرار ناشر پرداخت حق التألیف درصدی باشد، مثلاً ۱۰ درصد بهای تکفروشی مجموع نسخه‌های تیراژ در هر نوبت چاپ، حق التألیف به ستون هزینه‌های متغیر منتقل می‌شود و چون پیش از قیمتگذاری کتاب، مقدار آن را نمی‌توان دقیقاً معلوم کرد اغلب در پایان کار جداگانه محاسبه می‌گردد)، هزینه‌های مربوط به مرحله اول چاپ اُفست (اگر کتاب به روش افست چاپ شود که بیشتر کتابها امروزه به این روش چاپ می‌شود) یعنی تهیه فیلم و زینک برای متن و جلد کتاب که در ایران مجموعه این اعمال را لیتوگرافی می‌خوانند، و البته هزینه‌های متفرقه.

ستون هزینه‌های متغیر از این ارقام تشکیل می‌گردد: اجرت چاپ متن، اجرت چاپ جلد، اجرت صحافی، بهای کاغذ متن، بهای مقوای جلد و هر نوع هزینه دیگری که با تیراژ ارتباط مستقیم داشته باشد، مثل بسته‌بندی و یا حتی باربری. هزینه متغیر هر نسخه از کتاب (مجموع هزینه‌های متغیر تقسیم بر تیراژ) رقمی است که قیمت تمام شده کتاب هیچوقت از آن کمتر نمی‌شود، حتی اگر تیراژ را به یک میلیون نسخه برسانیم.

قیمت تمام شده طبعاً سرجمع ارقام دو ستون هزینه‌های ثابت و متغیر است تقسیم بر تیراژ. در مرحله تدارک نوشتن این مطالب هزینه‌های چاپ یک کتاب ۱۶۰ صفحه‌ای را با قطع وزیری (۱۶/۵ × ۲۴ سانتیمتر) در چاپ اول طبق پایین‌ترین نرخها و

قیمتگذاری کتاب در دوسه ماه اخیر از موضوعهای مورد بحث بوده است. در محافل نشر صحبت از یافتن فرمول منصفانه‌ای است که هم خریدار کتاب، هم کتابفروش و هم ناشر را دلشاد کند. از طرف دیگر در بازار کتاب در جمع کتابهای تازه چاپ، طیف وسیعی از قیمتها را می‌توان مشاهده کرد: از کتابهایی که بهای تکفروشی آنها به طور متوسط صفحه‌ای نیم ریال می‌افتد (۱۶۰ ریال برای ۳۲۰ صفحه) تا کتابهایی که قیمت آنها از صفحه‌ای ۳ ریال هم بالاتر می‌زند (۱۰۰۰ ریال برای همان ۳۲۰ صفحه). و البته قیمت‌های بینابین هم به وفور وجود دارد، به طوری که یقیناً برای بسیاری از خریداران کتاب این سؤال مطرح می‌شود که بهای کتاب چقدر باشد «مناسب» است و اصولاً چگونه ممکن است روش ناشران در قیمتگذاری تا این حد تفاوت کند؟ چرا مردم بسیاری از کالاها را به راحتی به قیمت‌های نسبتاً بالا می‌خرند ولی به کتاب که می‌رسد دستشان پیش نمی‌رود؟ چرا یک هندوانه در ظهر تابستان پنجاه تومان می‌ارزد ولی عصر همان روز در کتابفروشی، یک کتاب چهل تومانی که کشت هندوانه و انواع صیفی‌ها و سبزیها را توضیح می‌دهد به نظرم آن گران می‌رسد؟ برای کمک به یافتن پاسخهای درست برای همه پرسشهایی که به قیمتگذاری کتاب مربوط می‌شود قصد شکافتن موضوع و ارائه عواملی را که در این کار دخیل هستند کرده‌ایم. امیدواریم کثرت جزئیات فنی حوصله شما خوانندگان را سر نبرد.

تیراژ

نخستین نکته‌ای را که میل داریم روشن کنیم ارتباط قیمت کتاب با تیراژ است، یعنی با تعداد نسخه‌هایی از کتاب که در یک نوبت چاپ می‌شود. کم و بیش همه می‌دانند که کتاب پُرتیراژ ارزان‌تر تمام می‌شود. برای اینکه علت این امر را نشان بدهیم باید از هزینه‌های ثابت و هزینه‌های متغیر سخن بگوییم. هزینه‌های ثابت از اقلامی تشکیل می‌گردد که ارتباط مستقیمی با تیراژ ندارد؛ اگر کتاب را تنها در صد نسخه چاپ کنیم یا در صد هزار نسخه تغییری در این ارقام پیش نمی‌آید. هزینه‌های متغیر برعکس با تیراژ ارتباط مستقیم دارد و با بالا رفتن تیراژ افزایش می‌یابد و با پایین آمدن تیراژ کاهش.

در ستون هزینه‌های ثابت ارقام زیر را باید جا داد: اجرت

اجرت‌های اعلام شده برآورد کردیم. حق الزحمه‌های ویراستار و نمونه‌خوان و گرافیک را هم برای ساده نگاه داشتن موضوع وارد محاسبات خود نکردیم. در جریان این کار ما به سرجمع ۲۶ هزار تومان برای هزینه‌های ثابت رسیدیم و به سرجمع ۱۶ هزار و پانصد تومان برای هزینه‌های متغیر در تیراژ سه هزار نسخه، یعنی جمعاً ۴۲ هزار و پانصد تومان برای همه تیراژ و ۱۴۲ ریال برای هر نسخه. در عین حال توجه داشته باشید که ما در محاسبات خود هنوز حق‌التألیف نویسنده را به حساب نیاورده‌ایم. حالا اگر تصمیم بگیریم چاپ اول کتاب را به جای سه هزار نسخه در ده هزار نسخه انجام دهیم در سرجمع هزینه‌های ثابت (۲۶ هزار تومان) تغییری پیش نخواهد آمد، ولی سرجمع هزینه‌های متغیر از ۱۶ هزار و پانصد تومان به ۵۵ هزار تومان افزایش پیدا خواهد کرد. به این ترتیب جمع کل هزینه‌ها ۷۱ هزار و پانصد تومان می‌شود ولی در عوض هزینه هر نسخه تنها ۷۱/۵ ریال خواهد بود. بالا رفتن تیراژ باعث پایین آمدن قیمت تمام شده شد. حالا اگر برعکس تصمیم بگیریم که کتاب را تنها در یک هزار نسخه چاپ کنیم سرجمع هزینه‌ها ۳۱ هزار و پانصد تومان خواهد بود ولی هزینه هر نسخه به شدت افزایش پیدا خواهد کرد و به ۳۱۵ ریال خواهد رسید.

تخفیف فروش

پس از نشان دادن رابطه تیراژ با قیمت تمام شده، باید از رابطه بهای تکفروشی کتاب با قیمت تمام شده صحبت کنیم. بهای تکفروشی رقمی است که خریدار کتاب در یک کتابفروشی در تهران یا شهرستان برای خرید آن می‌پردازد. اگر خریدار، اگر همه خواستاران بالقوه کتاب می‌توانستند مستقیماً به دفتر ناشران مراجعه کنند و خود شخصاً کتاب را خریداری کنند بهای تکفروشی می‌توانست از آنچه معمولاً هست کمتر باشد. اما مراجعه همه خریداران کتاب به دفتر مرکزی ناشر در تهران یا شهرستان نه عملی است و نه مطلوب. چون اگر عملی هم باشد برای خریدارانی که از شهرهای دور دست می‌آیند گران تمام خواهد شد. ناشر ترجیح می‌دهد کتاب خود را در همه کتابفروشیهای کشور عرضه کند و برای این منظور باید کتابفروشان را ترغیب کند که کتاب او را سفارش بدهند. سهمی که ناشر معمولاً برای کتابفروش در نظر می‌گیرد معادل ۲۰ درصد بهای تکفروشی است که به آن تخفیف فروش می‌گویند. در شرایطی که دست ناشر باز باشد (مثلاً برای کتاب حق‌التألیف نپردازد) گاه برای ترغیب هرچه بیشتر کتابفروشان، تخفیف فروش را افزایش می‌دهد و به ۲۵ و حتی ۳۰

درصد می‌رساند. اما مشکل توزیع کتاب با دادن ۲۰ درصد تخفیف فروش به کتابفروش حل نمی‌شود و در بسیاری موارد به پادرمیانی یک عمده‌فروش یا توزیع‌کننده نیاز است و او نیز در این میان سهمی می‌خواهد. سهم عمده‌فروش و هزینه انبارداری و تبلیغات را نیز باید در حدود ۴۰ درصد بهای تکفروشی حساب کنیم، یعنی جمعاً ۴۰ درصد بهای تکفروشی برای اینکه خریدار کتاب در بندرعباس و قوچان و ارومیه بتواند به کتابفروشی بزرگ شهر خود (اگر نه به کتابفروشی سرگذر) مراجعه کند و آخرین کتابهای ناشران تهران و شهرهای دیگر را یکی دو هفته پس از انتشارشان در شهر خود خریداری کند و دیگر نیازی نباشد که از دوستان مسافر خود خواهش کند مثلاً به تهران که می‌روند لطف کنند و به فروشگاه فلان ناشر سری بزنند.

همینجا ممکن است خوانندگان این سطور بگویند علت گرانی بهای کتاب همین ۴۰ درصدی است که در شکم بهای تکفروشی باید جا بگیرد. البته ۴۰ درصد رقم قابل توجهی است و هر مقدار بتوان از آن کم کرد، بهای تکفروشی به همان نسبت پایین خواهد آمد. اما پیش از آنکه در این باره حکمی صادر کنیم خوب است به یاد داشته باشیم که کتاب غیردرسی کالایی است غیرضروری (تفاوت بین هندوانه چله تابستان و کتاب جالیزکاری هم در همین است). خریدار اگر خواست کتاب را می‌خرد و اگر نخواست و یا پولش را برای کار دیگری لازم داشت نمی‌خرد. پس به این حساب، هم ناشری که کتاب غیردرسی چاپ می‌کند خطر می‌کند و هم کتابفروشی که چند نسخه از همان کتاب را ممکن است سرانجام سفارش بدهد و در قفسه بچیند تا روزی خریداری از راه برسد. کتاب درسی که فروشش مسلم است اغلب با تخفیف فروش ۱۰ درصد بهای تکفروشی و حتی کمتر توزیع می‌شود و به خدمات عمده‌فروش هم در این میان نیازی نیست. کتابهای غیردرسی پرمصرف نیز اغلب با تخفیف فروش کمتر از ۲۰ درصد توزیع می‌شود (مثلاً یک کتاب آشپزی خیلی معروف تخفیفش در حدود ۱۲/۵ درصد است) و کتابفروشان از روی اجبار این تخفیف را می‌پذیرند هرچند که نمی‌پسندند.

اصولاً نکته‌ای را که در این میان نباید فراموش کنیم این است: مقدار تخفیف فروش و سهم ناشر در فرمول قیمتگذاری کتاب، دو عاملی است که ملاً چرخهای کسب‌وکار نشر و توزیع

معنی پایین آوردن درصد حق التألیف است و گناهی است که برخی از ناشران ما در گذشته متأسفانه مرتکب شده اند و نام نیک بسیاری از همکاران دیگر خود را نیز آلوده ساخته اند.* ناشران کتاب در حال برای حفظ حیثیت و ابروی شغلی خود باید یک ترتیب جدی برای ارائه حساب و کتاب قابل اطمینان و قابل کنترل به مؤلفان و مترجمان طرف قرارداد خود بدهند.

برای نشان دادن تأثیر درصد حق التألیف بر قیمت تکفروشی مثالی بزنیم. باز سراغ کتاب ۱۶۰ صفحه ای خودمان می رویم و بر اساس همان برآورد دست پایین، یعنی بهای تمام شده ۱۴۲ ریال در تیراژ سه هزار نسخه، کتاب را قیمتگذاری می کنیم، با این مفروضات: حق التألیف ۱۰ درصد بهای تکفروشی، تخفیف فروش و هزینه توزیع جمعاً برابر ۴۰ درصد بهای تکفروشی، و سهم ناشر ۱۵ درصد بهای تکفروشی. با چند ضرب و تقسیم (که جزئیاتش را اندکی بعد توضیح می دهیم) به بهای تکفروشی ۴۰۰ ریال می رسیم. حالا اگر حق التألیف را به ۱۵ درصد افزایش دهیم و درصدهای دیگر را همچنان ثابت نگاه داریم، بهای تکفروشی را باید ۴۷۰ ریال بگذاریم. و با حق التألیف ۲۰ درصد، ناچار خواهیم بود بهای تکفروشی را ۵۶۰ ریال تعیین کنیم. به این ترتیب می بینیم که افزایش حق التألیف از ۱۰ درصد به ۲۰ درصد بهای تکفروشی کتاب را ۴۰ درصد بالا برد. اگر در نتیجه گران شدن بهای کتاب، فروش کتاب لطمه ببیند، خود نویسنده نیز از این رهگذر زیان خواهد دید.

بهای تکفروشی

درصدهای حق التألیف، و تخفیف فروش و سهم ناشر که معلوم شد، محاسبه بهای تکفروشی بر مبنای قیمت تمام شده یک عمل ساده ریاضی است. برای این که ببینیم قیمت تمام شده چند درصد بهای تکفروشی را (که ما آن را در محاسبات خود ۱۰۰ فرض می کنیم) تشکیل می دهد ما یک جمع و تفریق انجام دادیم به ترتیب زیر:

(۱) حق التألیف	۱۰ درصد	(۲) بهای تکفروشی	۱۰۰
تخفیف فروش	۴۰ درصد	سر جمع (۱)	۶۵
سهم ناشر	۱۵ درصد	مانده	۲۵
جمع	۶۵ درصد		

کتاب را به گردش درمی آورد. تخفیف فروش مجموعه کتابهایی که یک کتابفروش متوسط الحال در سال به فروش می رساند باید در حدی باشد که معاش او و خانواده اش را تأمین کند. اگر تخفیف فروش را به اندازه ای کم کنیم که کار کتابفروش متوسط الحال ما لنگ شود، مغازه اش را با کمال اکراه ولی از روی اجبار به فروش کالای پرسودتری اختصاص خواهد داد. و اگر حاشیه سود ناشر در فرمول قیمتگذاری ما ناکافی باشد، با توجه به اینکه از هر پنج کتاب او احياناً فقط يك کتاب ممکن است پرفروش از آب درآید، مسلماً توانایی ادامه کار را نخواهد یافت. اگر جامعه ما واقعاً بخواهد که ناشران بخش خصوصی به کار خود ادامه دهند و کتابفروشان تهران و شهرستانها همچنان کتابهای آنها را به خریداران جوان و مشتاق عرضه کنند، پس باید قبول کند که این ادامه حیات هزینه ای دارد و آسان ترین راه تأمین این هزینه پرداخت بهای بالاتر فرآورده های این ناشران است.

حق التألیف درصدی

در راه رسیدن به يك بهای تکفروشی معقول از قیمت تمام شده، باید از حق التألیف یا حق ترجمه و احياناً هرگونه حق امتیازی که به صورت درصدی از بهای تکفروشی کتاب پرداخت خواهد شد نیز سخن بگویم. گفتیم اگر ناشری حق التألیف را به صورت مقطوع (يك بار برای همیشه) به مؤلف بپردازد این رقم را در چاپ اول در ستون هزینه های ثابت منظور خواهد کرد و از آن پس در چاپهای بعد جای حق التألیف در ستون هزینه ها خالی خواهد بود. اما اگر ناشر متعهد شود که درصد مشخصی از بهای تکفروشی مجموع نسخه های هر چاپ را به نویسنده یا مترجم بپردازد، حق التألیف به ستون هزینه های متغیر منتقل می شود و آن را تنها پس از قیمتگذاری کتاب می توان محاسبه کرد.

در حال حاضر رقمی که مؤلفان و مترجمان در ایران از ناشران خود به عنوان حق التألیف و حق ترجمه درصدی دریافت می کنند چیزی بین ۱۰ تا ۱۵ درصد است. بعضی از نویسندگان و مترجمان خیلی معروف ممکن است قراردادهای ۲۰ درصد هم داشته باشند، ولی حق التألیف ۲۰ درصد به اندازه ای بالاست و تأثیرش در قیمتگذاری به اندازه ای شدید است که کمتر ناشری را سراغ داریم که به هنگام پرداخت حق التألیف ۲۰ درصد خم به ابرو نیارود، مگر اینکه قبلاً کتاب را به تعدادی بیش از رقم پیش بینی شده در قرارداد چاپ کرده باشند. افزایش غیرمجاز تیراژ عملاً به

این ۲۵ درصد باقیمانده معادل قیمت تمام شده است. حالایک تناسب می‌بندیم و می‌گوییم ۲۵ درصد بهای کتاب ۱۴۲ ریال است. پس ۱۰۰ درصد آن چقدر می‌شود؟ پاسخ ۴۰۵/۷ ریال است که ما آن را تبدیل می‌کنیم به ۴۰۰ ریال سر راست. به یک حساب دیگر ما برای رسیدن به بهای تکفروشی ۴۰۰ ریال، قیمت تمام شده را در ضریب قیمتگذاری ۲/۸۵ ضرب کرده‌ایم. اگر ناشر راضی شود سهم خود را از ۱۵ درصد به ۱۰ درصد کاهش دهد (یا سهم ناشر ثابت بماند ولی در عوض تخفیف فروش و هزینه‌های توزیع به ۲۵ درصد کاهش یابد) قیمت تمام شده ۴۰ درصد بهای تکفروشی را تشکیل خواهد داد و به کمک همان تناسب ابتدایی به بهای تکفروشی ۲۵۵ ریال می‌رسیم. در مورد اخیر ضریب قیمتگذاری ما ۲/۵ بوده است که ظاهراً ضریب مورد قبول و مورد استفاده بسیاری از ناشران ماست.

بد نیست در این مرحله به اطلاع خوانندگان برسانیم که در مغرب زمین و از جمله در انگلستان، ناشران قیمت تمام شده را معمولاً ۵ برابر می‌کنند و سهم اندرکاران از قیمت تکفروشی به شرح زیر است:

تخفیف فروش و هزینه‌های توزیع ۴۰ درصد، حق التألیف ۱۰ درصد، هزینه‌های عمومی و سود ناشر ۳۰ درصد. ۲۰ درصد بقیه هم که هزینه تولید است. در مورد کتابهای جیبی تقسیم درصدها مقداری تفاوت دارد یعنی: تخفیف فروش ۴۸ درصد، حق التألیف ۷/۵ درصد، هزینه‌های عمومی و سود ناشر ۲۷ درصد و هزینه تولید ۱۷/۵ درصد. پس بهای تکفروشی کتاب جیبی ۵/۷ برابر هزینه تولید آن است. در اینجا نمی‌خواهیم نتیجه بگیریم که در ایران نیز قیمت تمام شده را پنج برابر باید کرد. نویسنده طرفدار کتاب ارزان است، ولی ارزان شدن کتاب نباید به بهای تعطیل مؤسساتی که از راه فروش محصول خود ارتزاق می‌کنند تمام شود. و یک نکته دیگر. قیمتگذاری کتاب هیچگاه یک عمل صددرد صد مکانیکی و کورکورانه نیست - یعنی نباید باشد. پس از محاسبه هزینه‌ها و ضرب و تقسیم‌ها ناشر مکث می‌کند و از خود و همکارانش می‌پرسد آیا کتاب را به قیمت به دست آمده، به ۵۵ تومان یا ۶۵ تومان، خواهند خرید یا نه؟ کتابفروش خوب می‌داند که کتاب غیردرسی، کتاب عام، به عنوان یک کالای غیرضروری تا چه حد در معرض عکس‌العملهای روانی خریداران است. ولی برخی از ناشران که در دفترهای کار خود نشستند و در تماس روز به روز با خریداران کتاب نیستند این نکته را ممکن است فراموش کنند. ناشرانی که بیش از حد بر محاسبات خود تکیه کنند و

عکس‌العمل خریداران را در مواجهه با کتابی که به بازار می‌فرستند در نظر نگیرند ممکن است در قیمتگذاری مرتکب اشتباه شوند، اشتباهی که ای بسا باعث شود کتابی سالها در انبار بماند.

هرگاه در مرحله قیمتگذاری ناشر به این نتیجه برسد که کتابش دارد بیش از حد گران از آب در می‌آید، معمولاً دو کار می‌تواند بکند: یا از تخفیف فروش بکاهد یا از سود خود چشمپوشی کند. بیشتر ناشران در چنین مواردی سهم کتابفروش را کم می‌کنند و عملاً به توزیع کتاب خود لطمه می‌زنند، مگر اینکه کتاب خود کتبخ فوق‌العاده و استثنایی داشته باشد. اما ناشران با تجربه، کمتر در برابر چنین مشکلی در مرحله قیمتگذاری قرار می‌گیرند چون قبل از چاپ کتاب هزینه‌های آن را به دقت برآورد کرده‌اند و اگر کتاب با مشخصاتی که برای آن در نظر گرفته‌اند بیش از حد گران در آید، مشخصات را تغییر می‌دهند تا از هزینه تولید آن بکاهند.

سیاستهای قیمتگذاری

حالا که بیشتر جزئیات فنی مربوط به قیمتگذاری کتاب را پشت سر گذاشته‌ایم می‌توانیم با این پرسش ساده و ابتدایی خریدار کنجکاو کتاب روبرو شویم که چرا در بازار نشر ایران قیمتگذاری کتاب تا این حد متفاوت است. پاسخ ساده است: متفاوت است چون مؤسسات انتشاراتی متفاوتند و هر کدام از سیاست قیمتگذاری متفاوتی پیروی می‌کنند. اگر همه ناشران طبق اصول تجاری عمل می‌کردند و درآمد دیگری جز فروش کتابهای خود نداشتند و ناچار بودند همه هزینه‌های خود را، حتی حقوق کارکنان و اجاره دفتر و انبار و فروشگاه خود را، از محل فروش کتابهایشان تأمین کنند بهای کتابها حتماً یکتاخرت تر می‌شد. اگر همه ناشران کتابهای خود را ویرایش می‌کردند و در مراحل صفحه‌آرایی به دست گرافیست و طراح می‌سپردند (که ما عقیده داریم در راه عرضه هرچه بهتر و پاکیزه‌تر کتابها چنین اعمالی ضروری است و به هیچ وجه تجملی نیست) و حق الزحمه این کتاب‌پردازان را هم در صورت هزینه‌ها منظور می‌کردند قیمت کتابهای خوش چاپ و خوش‌بر و رو یکتاخرت تر می‌شد. و اگر همه ناشران دولتی یا برخوردار از وجوه و مصالح دولتی سیاست قیمتگذاری واحدی داشتند و معلوم کرده بودند چه اقلامی از هزینه‌ها را باید در قیمتگذاری دخالت داد و چه اقلامی را باید کنار گذاشت حتماً بهای فروش کتابهای آنها یکدست تر بود.

نقش دقیق و دشوار نسخه پرداز

محمد سید اخلاقی

گسترده‌گی و تکامل روز افزون صنعت چاپ و تحول چاپ سنگی به چاپ سربی و متعاقب آن ابداع انواع گوناگون ماشینهای خودکار حروفچینی و دستگاههای پیچیده چاپ با سازوکارهای متفاوت و نوآوریهای فراوان دیگری که در عرصه چاپ حاصل شده است، برای هر يك از مراحل گوناگون تولید کتاب تخصصی ویژه می‌طلبد و مستلزم تجربه‌اندوزی و کار فراوان است.

در امر تولید و آماده سازی کتاب افراد بسیاری دست اندر کارند و با زحمات فراوان دستنوشته مؤلف یا مترجم را طی مراحل چند از صورت خام و ابتدایی در آورده به شکل کتابی آراسته عرضه می‌دارند.

در نوشتار حاضر کوشش براین است تا از میان تخصصهایی که در روند تولید کتاب به کار می‌آید با کار نسخه پرداز (نمونه خوانی، تصحیح) آشنایی مختصری حاصل شود. البته باید یادآور شد که کیفیت و تقسیم‌بندی مراحل نسخه‌پردازی به‌طورکلی تولید کتاب یا نشریه در هر مرکز و سازمان انتشاراتی شکل ویژه‌ای دارد اما در شرح وظایف شغلی اعلام شده از سوی وزارت آموزش و پرورش (سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی) مراحل ذکر شده در ذیل جزو وظایف اساسی و ضروری هر نسخه‌پرداز است و نوشته حاضر نیز بر این اساس تنظیم شده است. در حالی که مسئولیت بخشی از این مراحل در مؤسسات دیگر ممکن است به عهده ویراستار یا ناظر چاپ و یا دیگر مسئولان کتاب باشد.

مراحل کار در نسخه پرداز

دستنوشته مؤلف یا مترجم که اصطلاحاً خیر نامیده می‌شود پس از ویرایش ادبی و علمی (ویرایش محتوایی) به قسمت نسخه پرداز

در حال حاضر آنچه مسلم است این است که اکثر ناشران دولتی هیچ بخشی از هزینه‌های عمومی خود را (اجاره محل و حقوق کارکنان و غیره) در قیمتگذاری منعکس نمی‌کنند. حتی اغلب، وقت کارمندی را هم که مستقیماً روی کتاب کار کرده‌اند (ویراستار، نمونه‌خوان، طراح) حساب نمی‌کنند. معمولاً تنها هزینه‌هایی که مستقیماً برای چاپ کتاب در لیتوگرافی و چاپخانه و صحافی انجام گرفته حساب می‌شود و در صدی به عنوان تخفیف فروش به آن افزوده می‌گردد. حتی ممکن است ناشر دولتی سهمی هم برای خود در محاسبات قائل نشود و همینقدر که هزینه‌های انجام شده به خزانه دولت برگردد برایش کافی باشد. با توجه به این نکات درك تفاوت محسوس قیمت کتابهای ناشران دولتی و کتابهای ناشران بخش خصوصی دشوار نیست. ما البته به علاقه ناشران دولتی به تولید کتاب ارزان احترام می‌گذاریم. بسیاری از مؤسسات انتشاراتی دولتی پایین نگاه داشتن قیمت کتاب را وظیفه خود می‌دانند و شك نیست که در شرایط کنونی وجود مواد خواندنی ارزان در بازار در حد خود امر مهمی است. اما اگر در جستجوی قیمتگذاری معقول و منصفانه برای کتابهای ناشران بخش خصوصی و دولتی هر دو هستیم، طبیعی است که چشمپوشی از برخی از هزینه‌ها و رسیدن به قیمتی هم که عملاً ممکن است زیر قیمت تمام شده باشد نیز صحیح به نظر نمی‌رسد و حتی اگر به خاطر مصلحتی انجام گرفته باشد ممکن است قابل دوام یا قابل تکرار نباشد، چون ای بسا ناشر دولتی نتواند کتاب را با همان شرایط تجدید چاپ کند و دوباره به بازار بفرستد.

هرگاه ناشران بخش خصوصی در کار قیمتگذاری، مصالح جامعه کتابخوان را بیش از سودانی خود در نظر بگیرند و کتاب را با توجه به قدرت خرید خواستاران آن پیروراند و هرگاه همه ناشران دولتی به هنگام تعیین قیمت کتابهای خود همه اصول حسابداری صنعتی را رعایت کنند قیمت کتابها تا حدودی به هم نزدیک خواهد شد. و در این حال همیشه خریداران و خوانندگان کتاب هستند که داوران نهایی محسوب می‌شوند.

• چندی پیش شنیدم که مدیر جدید يك مؤسسه انتشاراتی تهران به یکی از نویسندگان طرف قرارداد مؤسسه که صاحب اثر پرفروشی است رسماً اطلاع داده است که مقادیر قابل توجهی طلبکار است. نویسنده مزبور تعجب کرده بود چون تصور می‌کرد همه مطالبات خود را طبق قراردادی که با مدیر سابق مؤسسه بسته بود دریافت داشته است. ولی بعد متوجه شد طلب جدید از محل نسخه‌هایی است که مدیر سابق اضافه بر تیراژ اعلام شده چاپ کرده و به فروش رسانده بود!