

СТРУКТУРА СОБІВАРТОСТІ І РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ОБЛАСНИХ ГАЗЕТ УРСР

Видавнича собівартість газетної продукції має свої характерні особливості, обумовлені головним чином її призначенням, специфікою виробничого процесу і умовами організації виробництва. На відміну від структури собівартості промислової продукції, що відбиває передусім характер виробництва, структура видавничої собівартості газетної продукції відображає:

витрати, які виникають у зв'язку з підготовкою до видання поза сферою матеріального виробництва;

витрати, обумовлені виготовленням газет у процесі матеріального виробництва;

витрати, що виникають у зв'язку з розповсюдженням, експедируванням і реалізацією газет.

Вивчення структури собівартості обласних газет показало, що основними факторами, які впливають на структуру собівартості газетної продукції, є середній разовий тираж, кількість мов, на яких видається газета, періодичність.

У процесі групування газет залежно від середнього разового тиражу були одержані такі групи: 45—49 тис. примірників; 50 тис. примірників; 51—60 тис. примірників; 61—65 тис. примірників; понад 65 тис. примірників. Така градація обумовлена структурою собівартості.

У собівартості газетної продукції найбільш значну частку становлять видавничі витрати (табл. 1) — переважно авторський гонорар з нарахуванням на нього і редакційні витрати.

Витрати на авторський гонорар і нарахування на нього належать до постійних витрат, і загальна їх сума залежить тільки від періодичності. Середня величина авторського гонорару на один номер газети становить 196 крб. і коливається в межах 180—207 крб.

Авторський гонорар обернено пропорціональний тиражності, тобто частка витрат на одиницю продукції (1000 примірників газет) зменшується із зростанням тиражності.

Значно вищі редакційні витрати. Це пов'язано з великою кількістю кореспондентів та інших штатних співробітників газетних видавництв, заробітна плата яких і нарахування на неї складають 79,4% редакційних витрат. Відносна економія цих витрат можлива тільки в результаті збільшення тиражності.

Третину витрат становлять виробничі витрати, а саме: на матеріали (газетний папір) і поліграфічні, які являють собою вартість газетної продукції за прейскурантом оптових цін в газетному виробництві. Ве-

Структура собівартості обласних газет (в %)

Статті витрат	Середній тираж (у тис. примірників)				
	45—49	50	51—60	61—65	Понад 65
Видавничі витрати					
Авторський гонорар і нарахування на нього	19,1	17,9	16,4	16,1	14,1
Витрати на інформацію	8,7	8,4	8,4	8,2	9,7
Редакційні витрати	26,0	25,0	24,5	22,9	19,1
Загальновидавничі витрати	1,3	1,2	1,2	1,1	0,9
Інші витрати	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2
Всього	55,4	52,8	50,8	48,5	44,0
Виробничі витрати					
Сировина і основні матеріали	15,0	16,7	17,5	19,6	22,6
Поліграфічні витрати	16,5	16,4	16,5	16,0	13,9
Всього	31,5	33,1	34,0	35,6	36,5
Витрати на експедирування і розповсюдження газет	13,1	14,1	15,2	15,9	19,5
Всього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

личина виробничих витрат прямо пропорціональна величині середнього тиражу. Правда, частина виробничих витрат, а саме поліграфічні, майже однакові в межах тиражу 45—65 тис. примірників. Це пояснюється тим, що преїскурантна ціна на перший комплекс (набір і матрицювання) постійна, а ціна на другий комплекс (стереотипування і друкування) зростає лише на 11,8%. На величину поліграфічних витрат впливають також підвищена ілюстративність, друк у дві фарби, розмір і кількість вміщених у газеті фотографій.

Проект преїскуранта № 57-01-21 передбачає зниження оптових цін на газетну продукцію. В межах середньої тиражності 45—65 тис. примірників ціни зменшаться на 25%. Але навіть при такому зниженні оптових цін на газетну продукцію газети, що виходять тиражем 45—50 тис. примірників, збиткові (без врахування надходжень від оголошень).

Витрати на газетний папір мають тенденцію до зростання із зростанням середнього тиражу. Аналіз питомих витрат газетного паперу на 1000 примірників газет показав коливання в межах від 3,45 крб. до 3,81 крб. (табл. 2).

Середня арифметична зважена величина витрат на папір становить 3,6 крб. Значні коливання пояснюються в деякій мірі транспортними витратами і відхиленнями від норми витрачання газетного паперу. Недосконалість вантажно-розвантажувальних засобів вимагає великої кількості ручної праці. На вантажно-розвантажувальних роботах не

Питомі виробничі витрати на папір і поліграфічне виконання газет (в крб.)

Види газет	Середній тираж (в тис. прим.)	Виробничі витрати на 1000 прим. газет	В тому числі	
			по паперу	по поліграфічному виконанню
Газети, що видаються двома мовами	60	21,84	3,64	5,20
Газети, що видаються однією мовою	45—49	23,68	3,55	3,92
—,—	50	21,73	3,63	3,58
—,—	51—60	20,22	3,54	3,33
—,—	61—65	18,66	3,66	2,99
—,—	Понад 65	17,04	3,53	2,48

застосовуються спеціальні механізми, в той же час рулони газетного паперу проходять 3—4 вантажно-розвантажувальні операції. Це в свою чергу викликає збільшення норми відходів на зрив і в процесі друкування. Крім того, існуючий спосіб вантаження і розвантаження паперу різко погіршує якість газетної продукції.

Третю групу за величиною витрат у собівартості газетної продукції становлять витрати на розповсюдження і експедирування газет. Зокрема витрати тільки на експедирування становлять 2,4%, або 275,8 тис. крб. Це обумовлене малою механізацією і відсутністю автоматизації праці по прийманню газет з газетного транспортера, пакуванню і експедируванню газетної продукції.

В багатьох друкарнях газети транспортуються в експедицію за допомогою візків. Зв'язані шпагатом (по 400—500 примірників), вони в експедиції розрізуються, перераховуються залежно від призначення і пакуються в паперові мішки. Таким чином, є великий розрив у циклі: вихід газет на транспортер машини—пакування газет. Така організація праці на експедируванні газет призводить до непродуктивних витрат.

Структура собівартості газет, які видаються двома мовами (дублювання), характерна тим, що виробничі витрати, зокрема друкарські, значно більші, ніж у газетах, які видаються одною мовою. Це пояснюється тим, що при дублюванні газет середній тираж значно менший.

Величина витрат на виробництво і реалізацію газет безпосередньо впливає на рівень рентабельності, бо при певному рівні цін зниження собівартості збільшує прибуток і рівень рентабельності. Зараз усі обласні газети УРСР рентабельні, в середньому їх рентабельність досягає 11%.

Надходження газетного виробництва складаються з двох частин: надходжень від реалізації газет (87%) і надходжень від оголошень.

Розглянемо, як змінюється рівень рентабельності виробництва газет залежно від середньої тиражності і величини надходжень від оголошень. Надходження від оголошень, зрозуміло, не залежать від середнього тиражу. Тому далі рівень рентабельності розглядається в двох варіантах: з урахуванням надходжень від оголошень і без них.

Рівень рентабельності обласних газет (в %)

Рентабельність (+) або збитковість (-)	Дубльовані газети	Середній тираж (у тис. прим.)				
		45—49	50	51—60	61—65	Понад 65
З врахуванням надходжень від оголошень	+8,3	+7,65	+3,65	+8,4	+18,8	+45,2
Без врахування надходжень від оголошень	-7,7	-14,2	-8,1	+0,8	+6,0	+30,6

З табл. 3 видно, що рентабельність газет залежить не тільки від середнього тиражу. Елімінація надходжень від оголошень показує, що рентабельність газетного виробництва настає тільки при середній тиражності 51—60 тис. примірників. Таким чином, рентабельність газетного виробництва забезпечується в основному надходженнями від реалізації. Газети середнім тиражем до 51 тис. примірників були б збитковими, коли б надходження від оголошень не компенсували збитковість.

При розгляді рентабельності газет без урахування надходжень від оголошень не виключались витрати, пов'язані з оформленням оголошень, бо вони відносно незначні і на загальний результат рентабельності не впливають.

Рівень рентабельності безпосередньо залежить від величини собівартості продукції. Розглядаючи собівартість продукції через питомі витрати на 1 крб. товарної продукції по всіх статтях витрат, можна визначити величину витрат по різних статтях, величину прибутків, рівень рентабельності чи збитковості продукції.

Питомі витрати на 1 крб. товарної продукції без урахування надходжень від оголошень по всіх статтях витрат обернено пропорційноальні величині середнього тиражу, крім витрат на газетний папір (табл. 4).

Питомі прибутки від оголошень становлять різницю між питомими витратами на 1 крб. товарної продукції від реалізації газет і питомими витратами на 1 крб. товарної продукції з урахуванням надходжень від оголошень. Питомі прибутки від оголошень можна визначити також за формулою

$$P_{\text{го}} = C \left(\frac{1}{H_p} - \frac{1}{H_p + H_0} \right),$$

де C — собівартість продукції в карбованцях,
 H_p — надходження від реалізації газет у карбованцях,
 H_0 — надходження від оголошень у карбованцях.

Дані табл. 3 і 4 показують, що найбільші питомі прибутки від оголошень в газетах середнім тиражем до 50 тис. примірників. Тут оголошення займають 20—30% площі четвертої полоси газети.

Це показує, що редакції розглядають оголошення не тільки як джерело компенсації збитковості, але й як засіб забезпечення читачів повідомленнями рекламного характеру і т. д.

Виходячи з викладеного, можна зробити такі висновки:

1) резерви зниження собівартості газетної продукції необхідно знаходити в процесі її поліграфічного виконання;

Таблиця 4

Питомі витрати на видання обласних газет по групах тиражів (у коп.)

Статті витрат	Середній тираж (у тис. прим.)				
	45—49	50	51—60	61—65	Понад 65
Видавничі витрати					
Авторський гонорар і нарахування на нього	22,26	19,51	16,28	15,19	10,83
Витрати на інформацію	10,18	9,17	8,33	7,77	7,44
Редакційні витрати	30,14	27,25	24,30	21,60	14,62
Загальновидавничі витрати	1,5	1,26	1,22	1,0	0,68
Інші витрати	0,2	0,17	0,27	0,17	0,12
Всього	64,28	57,36	50,40	45,73	33,69
Виробничі витрати					
Сировина і основні матеріали	17,41	18,17	17,35	18,52	17,30
Поліграфічні витрати	19,22	17,90	16,33	15,14	10,68
Всього	36,63	36,07	33,68	33,66	27,98
Витрати на експедирування і розповсюдження газет	15,29	15,37	15,15	15,02	14,92
Питомі витрати на 1 крб. товарної продукції без врахування надходжень від оголошень	116,2	108,8	99,23	94,41	76,59
Питомі прибутки від оголошень	23,3	12,33	6,98	10,23	7,73
Питомі витрати на 1 крб. товарної продукції з врахуванням надходжень від оголошень	92,9	96,47	92,25	84,18	68,86

2) механізація вантажно-розвантажувальних робіт, підвищення процента використання паперу в процесі друкування є одними з головних резервів зниження собівартості газетної продукції;

3) збільшення випуску газет потребує вдосконалення процесу їх експедирування.

Ю. В. ПОДОЛЮК

**СТРУКТУРА СЕБЕСТОИМОСТИ
И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ОБЛАСТНЫХ ГАЗЕТ УССР**

Резюме

В работе изложены результаты анализа структуры себестоимости областных газет и выявлены факторы, обуславливающие их рентабельность.

Yu. V. PODOLYUK

**COST PRICE STRUCTURE AND PROFITABLENESS
OF REGIONAL NEWSPAPERS IN THE UkrSSR**

Summary

The results of the cost price structure analysis of regional newspapers and elicited factors, which condition their profitableness are set forth.