

А. М. ЛЕВИН

*Доцент, кандидат экономических наук*

## О ПРИНЦИПАХ ПОСТРОЕНИЯ ОПТОВЫХ ЦЕН НА ПРОДУКЦИЮ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

### ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ ОПТОВЫХ ЦЕН НА ПРОДУКЦИЮ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В Директивах XIX съезда КПСС по пятому пятилетнему плану развития СССР на 1951—1955 годы говорится: «Для обеспечения значительного роста выпуска художественной и научной литературы, учебников, журналов и газет расширить полиграфическую промышленность и улучшить качество печати и оформление книг»<sup>1</sup>.

Для выполнения Директив XIX съезда необходимо, наряду с мероприятиями по внедрению новой техники и совершенствованию технологии, улучшить хозяйственную и организационную работу полиграфических предприятий и, прежде всего, планирование производства, добиться дальнейшего укрепления хозрасчета.

Хозрасчет как метод планового ведения хозяйства на государственных социалистических предприятиях требует соизмерения стоимости и себестоимости произведенной продукции, возмещения расходов собственными доходами и обеспечения рентабельности производства.

Себестоимость отражает денежные затраты на изготовление каждого вида продукции. Для сопоставления стоимости и себестоимости на предприятиях пользуются оптовыми ценами, являющимися денежным выражением стоимости, которая возмещается предприятию после реализации его продукции. Поэтому оптовая цена состоит из себестоимости и установленной прибыли. Рентабельность каждого предприятия определяется тем, в какой мере себестоимость его ниже оптовой цены каждого вида продукции.

Чем ниже себестоимость продукции, тем больше рентабельность, то есть источник внутрипромышленных накоплений, и, следовательно, тем выше уровень хозяйственной деятельности предприятия.

Сопоставление оптовых цен с себестоимостью и определение рентабельности может дать необходимые результаты только в том случае, если отпускные оптовые цены построены на основе правильного планирования себестоимости и рентабельности с учетом требований объективных экономических законов социализма. Поэтому важное значение имеют преysкуранты оптовых цен, представляющие собой систему цен на продукцию предприятий данной отрасли.

---

<sup>1</sup> Директивы XIX съезда партии по пятому пятилетнему плану развития СССР на 1951—1955 годы, Госполитиздат, 1952, стр. 29.

По прейскуранту оптовых цен в условиях планового хозяйства производятся не только расчеты с заказчиками, но и определяется совокупный размер планируемой и фактической валовой и товарной продукции предприятий в текущих отпускных ценах; большую роль играет прейскурант оптовых цен при учете и анализе рентабельности отдельных видов продукции и предприятия в целом.

Правильное построение прейскуранта оптовых цен основывается на следующих положениях:

1. Уровень оптовой цены должен способствовать снижению себестоимости продукции. Для этого необходимо, чтобы уровень цены отражал не фактическую себестоимость, а был основан на плановой себестоимости, т. е. строился с учетом задания по снижению себестоимости, базирующегося на прогрессивных нормативах трудовых, материальных и других денежных затрат и предусматривал небольшой процент рентабельности (4—5%).

2. Цена на одинаковую продукцию должна быть единой в одной и той же отрасли промышленности, чтобы служить для измерения объема продукции и контроля рублем деятельности отдельных предприятий. Поэтому цены должны строиться не на основе себестоимости продукции отдельного предприятия, а на базе отраслевой себестоимости. Если не будет соблюдаться принцип единой цены на одинаковую продукцию, то соревнующиеся между собой предприятия, выпустив одну и ту же продукцию в одинаковом количестве, будут иметь различный объем продукции в денежном выражении. Нарушение принципа единых цен противоречит правильному использованию закона стоимости, так как приведет к учету не общественно-необходимых затрат труда на изготовление определенной продукции, а затрат отдельного предприятия.

3. Соотношение между ценами на отдельные виды продукции должно быть обосновано таким образом, чтобы каждое предприятие было одинаково заинтересовано в выполнении плана по всей номенклатуре, иначе будут нарушаться пропорции в ассортименте продукции, установленные государственным планом.

4. Вся совокупность оптовых цен прейскуранта должна базироваться на безубыточной работе основной массы предприятий данной отрасли промышленности, что является важнейшим условием хозрасчета.

Используя отраслевую себестоимость в качестве основы для расчета цен, мы допускаем некоторое несоответствие между себестоимостью данного предприятия и отраслевой себестоимостью. Если это несоответствие превышает размер заложенной в основу цены надбавки на себестоимость (рентабельность), то предприятие будет работать с убытком.

Такие принципы построения прейскуранта оптовых цен отвечают требованиям основного экономического закона социализма, так как стимулируют изыскание резервов и путей совершенствования производства, повышения производительности труда и систематического снижения себестоимости, что создает основу для дальнейшего снижения оптовых цен, усиления режима экономии и увеличения внутрипромышленных накоплений, как важнейшего источника для снижения розничных цен и расширения производства.

Нерентабельность отдельных видов продукции может также возникнуть в результате того, что данное предприятие не оснащено техникой, преобладающей в данной отрасли промышленности, или загрузка данного предприятия недостаточна и поэтому эффективное использование новой техники не представляется возможным.

Чтобы не подорвать хозрасчетной основы предприятий, для которых единая оптовая цена связана с убыточностью, в некоторых отраслях промышленности применяются планово-расчетные отпускные цены, утверждаемые главками министерств в годовых техпромфинпланах предприятий на основе заданной себестоимости данного предприятия. По этим планово-расчетным ценам предприятие сдает готовую продукцию Главсбыту своего министерства, который поставляет ее потребителям по оптовым ценам, утвержденным для данной продукции.

Предприятия полиграфической промышленности производят книги, изобразительную, нотную и другую продукцию, на которую установлены розничные цены в виде отдельных номиналов на издательский лист. Отпускные розничные цены для газет и журналов устанавливаются в виде подписной платы, равной цене одного экземпляра, помноженного на количество номеров за подписной период.

Для определения указанных номиналов на издательскую продукцию учитываются затраты издательства на оплату авторского гонорара, издательские расходы по редактированию и подготовке рукописи или оригинала к изданию, на бумагу, картон и переплетные ткани, расходы на полиграфическое выполнение издания и расходы книготоргующих организаций. Таким образом, стоимость продукции полиграфических предприятий составляет только часть всех затрат на подготовку, изготовление и распространение печатного издания; она колеблется от 5 до 50% главным образом в зависимости от тиражности, вида оформления и сложности полиграфического исполнения данного издания, а также — от уровня номинала.

Поэтому оптовую цену на продукцию полиграфических предприятий, как правило, нельзя установить таким путем, как это принято в других отраслях промышленности, производящих товары народного потребления, то есть на основании розничной цены за вычетом скидки торгующим организациям.

Во-первых, установленная таким образом оптовая цена отражала бы ряд издательских расходов, не зависящих от хозяйственной деятельности полиграфических предприятий.

Во-вторых, если бы предприятия полиграфической промышленности оценивали свою продукцию по номиналу за вычетом торговой скидки, то в себестоимость этой продукции следовало бы включить все затраты, образующие себестоимость издания, т. е. авторский гонорар, издательские затраты и т. д.

Это было бы возможно при условии, если бы полиграфическое предприятие покупало у издательства оригинал, как например, машиностроительное предприятие покупает штампы, готовые полуфабрикаты у другого предприятия, с которым оно кооперируется.

Видимо, всякому ясно, что нелепо ставить вопрос о покупке полиграфическим предприятием оригинала у издательства хотя бы потому, что руководителям типографий не дано право вмешиваться в содержание оригинала, а без такого права оригинал не может быть принят и оценен в полной мере.

Опыт также показал, что принцип планово-расчетных цен для расчетов между типографиями и заказчиками также не целесообразен, и вот почему.

Во-первых, заказчики издательства не имели бы твердой базы для планирования себестоимости полиграфических затрат.

Во-вторых, поскольку полиграфические предприятия рассредоточены

по всей территории СССР и сдают свою продукцию заказчикам без посредничества главсбытов, нет возможности применять порядок единых цен в сочетании с планово-расчетными ценами для расчетов по сбыту, как это принято в других отраслях промышленности.

В-третьих, применение принципа планово-расчетных цен, индивидуализированных по уровню себестоимости каждого полиграфического предприятия, в какой-то степени нарушало бы принятый в промышленности принцип построения оптовых цен на базе стоимости, т. е. общественно-необходимых затрат труда, и таким образом ослабило бы стимулы снижения себестоимости, заложенные в единой цене для данной отрасли производства.

Поэтому правительством утверждаются специальные оптовые цены на продукцию полиграфических предприятий для расчетов с заказчиками, наряду с наличием розничных цен (номиналов) на книги и др.

### О НЕДОСТАТКАХ ПРЕЙСКУРАНТОВ НА ПЕЧАТНУЮ ПРОДУКЦИЮ

Чтобы избежать влияния разного уровня техники на себестоимость при определении отпускной цены, прейскурранты на продукцию полиграфических предприятий строились до 1949 года, как процессные, с учетом стоимости заказа в зависимости от техники и технологии его изготовления. Так, например, издание, набранное вручную, оценивалось по ценам за ручной набор, то же издание, набранное на линоTYPE, оценивалось, как строкоотливной набор. Стоимость шитья книг определялась в зависимости от того, на каких машинах производилось шитье и т. п.

Такой порядок установления оптовых цен в какой-то мере обеспечивал рентабельную работу технически отсталых полиграфических предприятий. Однако такие прейскурранты не отвечали общепромышленным принципам построения оптовых цен, так как не стимулировали внедрения новой техники и совершенствования технологии производства.

Так, например, стереотипы для многотиражной высокой печати и переводы для лито-офсетной печати оплачивались по процессным ценам, исходя из количества изготовленных стереотипов и переводов, независимо от их тиражеустойчивости. Это не создавало стимулов для повышения тиражеустойчивости стереотипов и переводов. На предприятиях, где добивались повышения тиражеустойчивости и уменьшали количество стереотипов и переводов на один и тот же тираж, уменьшалась отпускная стоимость одинаковой продукции. Вместо снижения себестоимости всего издания и повышения его рентабельности предприятие несло убытки, так как получало от заказчиков за меньшее количество стереотипов, что не возмещало ни в коей мере дополнительных затрат предприятия на повышение тиражеустойчивости печатных форм.

Безусловно, самой совершенной базой для структуры прейскурранта оптовых цен на продукцию полиграфических предприятий являются цены на конкретные типизированные издания. На этой основе и разрабатывался прейскуррант 1949 года, однако в этом прейскурранте отпускные цены были исчислены на готовые книги трех форматов в  $\frac{1}{16}$  долю листа при условии простого (линотипного) набора I—III групп сложности. Для всех изданий с более высокой сложностью набора, другими форматами и особенностями полиграфического исполнения была введена система доплат и скидок.

Применение прейскурранта 1949 года показало, что доплаты и скидки

к ценам за основные артикулы составили около половины всей стоимости выпускаемой книжной продукции. При этом сложность исчисления доплат и скидок не позволяла добиться осуществления принципа единой цены за одно и то же издание; даже у самых опытных калькуляторов получался разницей в оценке одной и той же продукции.

При этом построении прейскуранта не было уверенности в стабильности оценки показателей выполнения плана по выпуску валовой и товарной продукции и в правильности других показателей выполнения плана предприятий, связанных с оценкой продукции (показатели производительности труда, снижения себестоимости и рентабельности).

Несмотря на половинчатость принятых решений о построении прейскуранта 1949 года и на вытекающие отсюда его недостатки, нельзя не учесть прогрессивного значения этого прейскуранта: в практике полиграфических предприятий был осуществлен коренной поворот в сторону применения общепромышленных методов оценки готовой продукции по конкретным видам изданий.

При разработке прейскуранта 1952 года была поставлена задача в полной мере устранить сложную систему доплат и скидок. При этом было ясно, что речь идет о составлении прейскуранта на готовые издания и возврата к процессным ценам не может быть.

Разработка прейскуранта 1952 года велась в двух направлениях: во-первых, цены на готовое издание устанавливались по принципу его оценки путем суммирования цен на изделия, полученные на отдельных стадиях изготовления любого издания, то есть цен на печатную форму, листы печати и отделку (брошировку и переплет), во-вторых, были образованы «итоговые» цены на готовые книги за 1 печатный лист разной сложности исполнения и цены на переплетные крышки, т. е. по такому же принципу, как построены номиналы (розничные цены) на книжную продукцию. При этом принципе цена за полиграфическое исполнение готового книжного издания строилась по формуле:

$$Ц = Л \times К + О + П,$$

где Ц — цена за 1 экземпляр книги;

Л — цена за 1 печатный лист при определенной сложности полиграфического исполнения набора, печати и переплетно-брошировочных работ, а также в зависимости от тиража и формата;

К — количество печатных листов в книге;

О — цена за обложку (для книг в обложке или в переплете с наклеенной сторонкой);

П — цена за переплетную крышку.

После окончательного редактирования в прейскурант 1952 года были включены только цены за отдельные изделия по стадиям изготовления, то есть за листы набора, листы-оттиски, печать и т. д.

Прейскурант 1952 года в значительной мере устранил систему надбавок и скидок. Этим был сделан некоторый шаг в направлении создания предпосылок для единства оценки одной и той же продукции и устранения допускаявшегося до сих пор разнобоя в такой оценке, подрывавшего основы хозрасчета на отдельных полиграфических предприятиях.

Однако прейскурант 1952 года, действовавший на протяжении 1952, 1953 и 1954 гг., не был свободен от недостатков, подрывавших принцип единой цены, вытекающий из необходимости учета действия закона стоимости. Так, в ряде случаев был сохранен принцип оценки одного и того же

вида продукции в зависимости от применяемой техники. Например, одно и то же текстовое издание, набраное на линотипах, оценивалось по ценам за строкоотливной набор, т. е. значительно дешевле, чем в том случае, если бы то же издание набиралось вручную или на монотипах. В результате такого подхода искусственно занижался объем выпуска валовой и товарной продукции на линотипах по сравнению с монотипами, а следовательно, допускалось искажение сопоставимости показателей производительности труда при строкоотливном и буквенном наборе.

Кроме того, в прејскуранте 1952 года сохранился принцип установления цены за нормочас работы; например, для оценки хромограверных работ, хроморетуши и т. д. Этот порядок также нарушал принцип единой цены, так как за одно и то же издание на одном предприятии могла быть установлена более высокая цена, нежели на другом предприятии, только потому, что количество нормочасов было неодинаково. Такой порядок оценки работ также не соответствует требованиям закона стоимости и принципам хозяйственного расчета.

Наконец, одним из недостатков является то, что уровень цен прејскуранта 1952 года определен не прямым счетом, а путем средних коэффициентных поправок к прејскуранту 1949 года, исчисленных для каждой группы работ (набора, типографской печати, лито-офсетной печати и т. д.). За последние 3—4 года произошли существенные изменения в области снижения себестоимости продукции, по-разному повлиявшие на структуру и уровень себестоимости отдельных полиграфических процессов. С 1951—1952 года введены новый тарифно-квалификационный справочник и единые нормы выработки, пересмотрены нормы расходования материалов. Повысился удельный вес механизации ряда технологических процессов. Получила широкое распространение поточная организация в переплетно-брошировочном производстве. Благодаря успехам отечественного машиностроения все союзные, республиканские, областные и большинство городских типографий оснащены наборными строкоотливными машинами «Линотип», а также фальцевальными, ниткошвейными и др. машинами.

Поэтому применять прејскурант 1952 года в 1955 и последующие годы с поправкой на намечаемое снижение себестоимости нельзя, поскольку одни цены будут более рентабельны, другие (при среднем снижении цен) окажутся убыточными.

### О ПРИНЦИПЕ РАСЧЕТА ЦЕН НОВОГО ПРЕЈСКУРАНТА

Из опыта построения прејскурантов прошлых лет был прежде всего сделан вывод, что прејскурант на 1955 год должен быть разработан по принципу прямого расчета отпускных цен, при этом следует руководствоваться такой формулой для расчета каждой цены:

$$Ц = (M + З + K) (1 - C) (1 + P),$$

где Ц — отпускная цена за единицу продукции на каждый вид изделия;

М — себестоимость основных материалов на единицу продукции, установленная на основании плановых прогрессивных нормативов, положенных в основу плановой себестоимости 1954 года;

З — прямая зарплата на единицу продукции, рассчитанная на основании единых технических норм выработки и действующих тарифных ставок при утвержденной технологии и преобладающей технике;

К — часть себестоимости, состоящая из прочих косвенных расходов (доплат, дополнительной зарплаты, начислений на социальное страхование, цеховых затрат, расходов на эксплуатацию оборудования, общезаводских и внепроизводственных затрат) в плановом размере, утвержденном на 1954 год для полиграфических предприятий союзного подчинения;

С — задание по снижению себестоимости, намеченное на 1955 год;

Р — рентабельность, проектируемая для полиграфической продукции.

С и Р обозначаются в виде коэффициентов, то есть % : 100.

Поскольку расчет проектируемых отпускных цен производился по плановой себестоимости 1954 года с учетом ее снижения в 1955 году, а на протяжении 1954 года могли произойти дальнейшие изменения в себестоимости продукции, с целью учета этих изменений был произведен пробный пересчет отпускной стоимости готовых заказов, выпущенных в III квартале 1954 года. Пересчет произведен по ценам проекта прейскуранта выборочным путем на полиграфических предприятиях союзного, республиканского и ведомственного подчинения, поскольку расчеты оптовых цен были сделаны на основе плановой себестоимости продукции типографий союзного подчинения, а действие прейскуранта распространяется на продукцию полиграфических предприятий независимо от их подчинения.

Полученные данные об отпускной стоимости продукции за III квартал 1954 года по проектируемым ценам были сопоставлены с фактической себестоимостью законченных заказов в III квартале, которую приравнивали к ожидаемой себестоимости 1954 года. На этом основании рассчитаны поправки к проектируемым ценам для каждого вида продукции по следующей формуле

$$K_y = \frac{T_2}{T_1},$$

где  $K_y$  — коэффициент уточнения (поправки) к намеченным оптовым ценам по данному виду продукции или изделию (набор, клише, печать, переплет, ноты, бланки и т. д.).

$T_1$  — отпускная стоимость данного вида продукции или изделия, полученная в результате пробного пересчета по проектируемым ценам законченных в III квартале заказов полиграфическими предприятиями не только союзного, но и республиканского подчинения, за исключением трех крупнейших типографий — 1-й Образцовой им. Жданова, «Красный пролетарий» и «Печатного Двора».

$T_2$  — отпускная стоимость той же продукции, вычисленная на основании ее фактической себестоимости (по данным за III квартал 1954 г.) с учетом задания по снижению себестоимости на 1955 год и проектируемой минимальной рентабельности.

Данные по указанным выше крупнейшим предприятиям не принимаются во внимание, так как расчет проектируемых цен был произведен, исходя из преобладающей на полиграфических предприятиях техники и технологии, чтобы обеспечить безубыточную работу большинства крупных и средних предприятий. В ряде союзных республик преобладают предприятия, на которых еще не освоена новая техника, не внедрены поточные методы производства. Поэтому в разработанном прейскуранте намечено оставить действовавшее до сих пор положение о том, что Советам Министров союзных республик предоставлено право в случае необходимости устанавливать на продукцию полиграфических предприя-

тий, подчиненных министерствам культуры союзных республик и их органам на местах, надбавку к оптовым ценам в пределах 15%. Необходимость такой надбавки возникает в том случае, если запланированная себестоимость продукции полиграфических предприятий республики на 1955 год с добавлением 4% прибыли превышает отпускную стоимость этой продукции по проектируемому оптовым ценам.

Кроме контрольной проверки уровня проектируемых цен в сопоставлении с себестоимостью, пробный пересчет необходим, чтобы определить размер перераспределения накоплений по государственному бюджету между типографиями и издательствами.

По отдельным видам полиграфической продукции размер снижения цен путем оценки планового ассортимента в новых действующих ценах, как это делается в других отраслях промышленности, определить невозможно. Это объясняется следующими причинами.

Во-первых, плановый ассортимент полиграфической промышленности, отраженный в тематических планах, не дает достаточно точных данных для расчета отпускной стоимости (с точностью по меньшей мере до 1%). Такая точность в расчетах может быть достигнута только в результате пересчета на основе уже выпущенных изданий.

Во-вторых, издательства не загружают полностью полиграфические предприятия своими заказами; типографии выполняют также заказы ряда предприятий, учреждений, организаций, которые не могут быть заранее предусмотрены в тематическом (ассортиментном) плане в конкретных натуральных показателях и планируются поэтому в укрупненных натуральных показателях.

Наконец, пробный пересчет необходим еще и для того, чтобы учесть сдвиги отпускной стоимости в связи с улучшением структуры прейскуранта, которое намечается с целью устранения указанных выше недостатков действующего прейскуранта.

### **О «СОСТАВНОЙ» ЦЕНЕ НА ПРОДУКЦИЮ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Основная задача нового прейскуранта — создать все предпосылки для соблюдения принципа единой цены, т. е. для одинаковой оценки одной и той же печатной продукции. При этом на данном этапе пока необходимо сохранить для большинства печатных изданий принцип «составной» цены готового издания, определяемой путем суммирования цен за изготовление печатной формы, за печать и за отделочные работы. Например, цена готового тиража книжного издания, выполненного по способу высокой печати, складывается из отпускной стоимости набора, матриц, клише, печати, переплета или брошюровки.

Такая «составная» оценка избавляет от множественности цен на готовые изделия, неизбежной в том случае, если бы мы попытались рассчитать итоговые цены на готовые издания при всех их разновидностях.

Множество разновидностей печатной продукции с точки зрения ее полиграфического исполнения вытекает из особенностей стандартизации и типизации печатной продукции и степени совершенства техники и технологии полиграфического производства.

Утвержденные Главиздатом Министерства культуры СССР 30 июня 1953 года технические условия на книжную продукцию являются первым



шагом в области типизации и стандартизации всего комплекса технических показателей этой продукции. Если до сих пор стандартизировались отдельные технические показатели (форматы изданий, шрифты, бумага, краска, виды переплетов), то в технических условиях изданий обуславливаются все показатели этих изданий с указанием, в каких пределах следует применять для оформления и полиграфического исполнения изданий те или иные стандарты.

Необходимо отметить, что технические условия на книжную продукцию по принципу построения отличаются от технических условий в других отраслях промышленности. Так, в машиностроительной промышленности технические условия предусматривают размеры станка или машины с точными допусками, качество материалов, точную взаимосвязь узлов и деталей и укомплектование инструментами, приспособлениями.

В промышленности продовольственных товаров технические условия предусматривают точные показатели сорта исходного сырья, определенную рецептуру и режим изготовления, оформление и упаковку.

В силу особенностей книжной продукции ее технические условия не могут рекомендовать один определенный формат, один объем, один шрифт, один сорт бумаги, один вид обложки или переплета и т. д. для одного раздела литературы и типа издания. Оформление книги должно быть разнообразным. Так, детская книга может быть набрана шрифтом кегля 12 и кегля 16, может иметь два, пять, десять и более рисунков, ее можно отпечатать в одну, две, три и более красок и т. д. Таким образом, большой диапазон технических показателей набора, печати и переплета по каждому типу издания создает еще большее количество возможных комбинаций (сочетаний) этих показателей в отдельных книжных изданиях.

При всем разнообразии приемов оформления того или иного раздела литературы, предусмотренных техническими условиями Главиздата, в прейскуранте отпускных цен следует использовать общность целого ряда технических показателей для всех изданий и связанных с ними технологических признаков. Так, например, во многих разных по своему типу и характеру изданиях набор текста производится на кегль 10, а емкость листа набора, то есть количество знаков в листе вытекает из формата издания —  $60 \times 92$  см. Стоимость набора в этих изданиях при одной и той же сложности полиграфического исполнения должна быть одинакова. Некоторые технические показатели и технологические признаки имеют много общего и могут быть сгруппированы по их трудоемкости, как основному фактору ценообразования. Так, например, однотипный набор на форматы, при которых каждая строчка содержит 50 и более знаков в строке, т. е. 50, 51, 52, 53 и т. д., может быть отнесен к одной и той же группе сложности набора.

Общность показателей оформления и связанных с ними технологических признаков, а также близость трудоемкости (сложности) их полиграфического исполнения позволяют сгруппировать все технические показатели в несколько укрупненных групп, число которых по каждой отдельной стадии полиграфического исполнения соответствует сравнительно небольшому количеству видов и разновидностей изделий. Так, например, для охвата почти всех разновидностей книжных изданий, выпускаемых способом высокой печати в переплетах № 5, 7, 8 по принципу «составной» цены, потребуется следующее количество группировок цен по стадиям в зависимости от факторов ценообразования:

Таблица I

## Количество группировок цен по стадиям в зависимости от факторов ценообразования

Наименование стадии	Учетная единица	Наименование фактора для группировки цен	Минимальное количество групп	Возможное количество сочетаний (вариантов цен)
I. Набор	1 лист набора	Виды и сложность набора	11	440
		Формат листа	4	
		Кегель набора (емкость листа)	5	
		Языковые влияния	2	
II. Матрицы	1 комплект на лист набора	Форматы	4	4
III. Печать	1000 листов оттисков	Сложность печати в зависимости от характера текста	3	4300
		Сложность печати в зависимости от степени иллюстративности	6	
		Сложность печати в зависимости от дополнительных красок и плотности бумаги	2	
		Форматы	3	
		Доли листа	4	
		Тиражность	10	
IV. Изготовление книжного блока и вставка в папку	1 экземпляр	Объемы книг в тетрадях	30	360
		Массовость тиражей	2	
		Форматы	2	
		Плотность бумаги	3	
V. Изготовление папки	1 папка	Виды переплета	3	420
		Тиснений	35	
		Форматы	2	
		Сорт ткани	2	

При сохранении указанного разнообразия факторов попытка избежать «составной цены» и установить «итоговые» цены на печатные издания в целом привела бы к необходимости разработать только для изданий способом высокой печати огромное количество цен или вернуться к опыту 1949 года, когда цены на готовые книги устанавливались для определенного вида набора, формата, печати и только в простой обложке, а для оценки каждого конкретного заказа применялась система скидок и доплат, при помощи которой оценивались особенности данного издания по сравнению с типом изданий, принятым для расчета основной цены.

Однако «составную цену» не следует рассматривать, как что-то вечно присущее продукции полиграфических предприятий. Развитие и совершенствование

шенствование полиграфического производства на базе высшей техники, которое неуклонно осуществляется на основе полной автоматизации, приведет к тому, что наряду с общим сокращением трудоемкости изготовления печатной формы, печати и переплета книг нивелируется трудоемкость в зависимости от отдельных факторов. Так, например, применение фотонабора позволит производить набор на один кегль, а затем автоматически увеличивать или уменьшать его фотографическим путем. Дальнейшая автоматизация фотонабора приведет к тому, что «читать» рукопись машина будет автоматически, путем набора со специального оригинала; в этом случае отпадает необходимость в группировках по сложности набора, характеру текста и т. д., так как наборная машина не будет замедлять темпа работы из-за чтения редко встречающихся терминов, названий и т. д.

Широкое внедрение офсетной и ротационной печати, рационализация процесса приправки на типографских ротационных и листовых машинах и другие мероприятия по совершенствованию технологии печати позволят в дальнейшем уменьшить количество групп для оценки печати.

Совершенствование техники и технологии переплетно-брошировочных работ и печати позволит агрегатировать печать и брошировку и в результате резко сократить необходимое количество групп цен.

Нет сомнения, что начатую в Главиздате Министерства культуры СССР работу по стандартизации и типизации книжных изданий необходимо продолжить: следует установить определенные элементы, из которых складывается разнообразие оформления отдельных видов изданий, и на этом основании типизировать технические условия на книжную и другую печатную продукцию.

Необходимо также продолжать изучение и научное обоснование возможностей группировки цен на готовые книги, используя опыт установления номиналов на книжную продукцию за 1 лист-оттиск. При этом в ценах на продукцию полиграфических предприятий должны быть учтены особенности полиграфического исполнения: так, если номинальная цена за издательский лист (емкостью 40.000 знаков) является основным измерителем издательской деятельности в целом, то цены на продукцию полиграфических предприятий должны быть установлены за 1 экземпляр издания при типизации оформления, определенном объеме и тираже, как например, один том Большой Советской Энциклопедии, а также за печатный лист-оттиск не полностью типизированных изданий в зависимости от формата и тиража издания, сложности и емкости набора, сложности печати и брошировки. Такая разработка, как указывалось выше, была сделана в 1952 году, но не доведена до конца.

Очевидно, что переход от принципа «составной цены» к готовой цене за экземпляр издания или лист-оттиск должен осуществляться постепенно, охватывая, в первую очередь, полностью или частично типизированные издания.

### **О ПРИНЦИПЕ ЕДИНОЙ ЦЕНЫ**

Временное применение «составной цены» для большинства видов продукции полиграфических предприятий не освобождает нас от необходимости придерживаться общепромышленных принципов построения системы отпускных оптовых цен, особенно в части соблюдения единой цены на одни и те же издания. Этот принцип, как указывалось выше,

вытекает из требований учета воздействия закона стоимости и необходимости укрепления хозрасчета.

В действующем на начало 1955 года «Прейскуранте № 1 оптовых цен на продукцию полиграфических предприятий», т. е. в прейскуранте 1952 года, цены дифференцированы:

А) по видам продукции: 1. Книжные и изобразительные издания; 2. Отрывные календари; 3. Ноты; 4. Рельефные издания для слепых; 5. Наглядные пособия; 6. Бланочная и билетная продукция.

Кроме того, установлены справочные цены на отдельные процессы и нормативные цены на давальческое сырье.

Б) Цены на книжную и изобразительную продукцию, в свою очередь, дифференцированы по способам печати: 1. Типографской, 2. Лито-офсетной, 3. Глубокой, 4. Фототипной.

Таким образом, книга или изобразительная продукция одного и того же наименования, напечатанные по способу высокой печати имеют другую отпускную цену, чем то же издание, напечатанное по способу офсетной или глубокой печати. Однако такую дифференциацию цен по видам печати необходимо пока сохранить, поскольку, во-первых, выбор способа печати остается за издательством-заказчиком, во-вторых, «осреднение» отпускных цен, то есть установление их независимо от вида печати, создало бы путаницу при организации и учете итогов соревнования; в-третьих, в подавляющем большинстве случаев способ печати выбирается в зависимости от характера и объема издания. Например, можно отпечатать сказки Пушкина по способу типографской печати в виде небольшой книжечки в обложке, а можно те же сказки напечатать по способу офсетной печати с большим количеством многокрасочных иллюстраций в богато оформленном переплете. Можно ли сказать, что это — одна и та же продукция, хотя название у этих изданий одинаковое? Конечно, нет.

Цены на книжную и изобразительную продукцию в прейскуранте 1952 года построены на изделия следующих производственных стадий:

1. Изготовление печатной формы для высокой печати — набор, матрицы и цинкографское клише.
2. Печать типографская.
3. Изготовление оригинальных форм для лито-офсетной печати.
4. Печать лито-офсетная.
5. Изготовление печатных форм для глубокой печати.
6. Печать глубокая.
7. Печать фототипная (негативы, проба, печатная форма, печать и ретушь).
8. Отделка и упаковка листов лито-офсетной, глубокой и фототипной печати.
9. Изготовление брошюр, книжных блоков и переплетов.
10. Изготовление папок (№ 3, 4, 5, 6, 7 и 8).
11. Изготовление обложек.
12. Вклейка иллюстраций и вкладок (без стоимости печати).

Цены на отдельные изделия (по стадиям изготовления готовой продукции) в будущем прейскуранте должны быть построены по принципу единой цены, то есть таким образом, чтобы максимально исключить разноробой в оценке одного и того же издания.

С этой целью следует внести также изменения в построение оптовых цен на отдельные виды изделий:

- а) По набору — должна быть установлена единая цена независимо

от того, набрано издание на линоTYPE, моноTYPE или вручную, то есть не должно быть дифференциации цен на строкоотливной и буквенный набор. Если одно и то же издание оформлено по-разному, то это с точки зрения полиграфической продукции — разные издания. Если же издание при одном и том же оформлении набрано на линоTYPE и моноTYPE, то это, бесспорно, одно и то же издание. Кроме того, разная оценка одного и того же издания в зависимости от того, исполнено ли оно строкоотливным или буквенным набором не дает возможности определить эффективность использования того или иного вида техники.

б) По типографской печати — цены на одну и ту же продукцию должны быть построены не только в зависимости от формата, объема и сложности полиграфического исполнения, но и в зависимости от тиража.

Из года в год наблюдается тенденция роста тиражности изданий. А между тем с увеличением тиража стоимость печати всего издания возрастает в меньшей степени. Покажем эту зависимость на конкретном объекте — простой типографской печати, т. е. печати простого текста без иллюстраций, на бумаге форматом  $60 \times 92$  см (по данным прейскуранта 1952 года):

Таблица 2

Сравнительные данные об изменении стоимости печати в зависимости от изменения тиража изданий

Тираж в тысячах	Цена печати за экземпляр листа- оттиска (в коп.)	Стоимость печати (тиража в руб.)	Соотношение к стои- мости минимального тиража
1,0	7,9	79	1,0
10,0	2,2	220	2,8
25,0	1,9	475	6,0
30,0	2,1	630	8,0
40,0	2,0	800	10,1
50,0	1,03	515	6,5
100,0	0,75	750	9,5
150,0	0,54	810	10,2
200,0	0,45	900	11,4

Таким образом, при увеличении тиража в 200 раз против минимального стоимость печати увеличивается только в 11,4 раза. Уменьшение стоимости одного печатного экземпляра по мере роста тиражности происходит вследствие того, что в стоимость первой тысячи входит не только печать, но и приправка, а при тираже свыше 25 тысяч — и стоимость стереотипирования. Резкое снижение стоимости печати при 50 тысячах объясняется тем, что цены на многотиражные работы (свыше 40 тысяч) определяются из себестоимости печати на более производительных ротационных печатных машинах.

Размер тиража является независимым от типографии фактором, поэтому при расчетах издательства и типографии оптовые цены должны быть дифференцированы в зависимости от тиражей. Кроме того, такая дифференциация необходима для сравнения показателей типографии с

плановыми заданиями и с показателями других типографий — на основе измерения общественно-необходимых затрат при помощи оптовых цен.

В новом прейскуранте необходимо устранить разделение цен на печать в зависимости от технологии изготовления печатной формы (с набора или стереотипа), так как такое разделение нарушает принцип единой цены.

в) По лито-офсетной печати — принцип единой цены нарушается тем, что в прейскуранте 1952 года цены на хроморетушь и хромограверные работы установлены за нормочас. Таким образом, если для одного и того же издания на двух соревнующихся между собой литографиях установлено разное количество нормочасов, то и оценка этого издания разная. Например:

Таблица 3

Сравнительные данные о цене за оригинальную форму при разном количестве нормочасов за хроморетушь

Название предприятия	Цена за оригинальную форму 3000 см <sup>2</sup> , 6 красок по 60,9 руб. за 1000 см <sup>2</sup> одной краски	Цена за ретушь по 10 руб. в час		Цена (в руб.) за оригинальную форму со включением ретуши
		нормочасы	сумма (в руб.)	
Литография № 1	1095	400	4000	5095
Литография № 2	1095	600	6000	7095

Хотя объем одной и той же продукции в физических единицах одинаков, для литографии № 2 в ценностном выражении он завышен, что явно искажает действительные показатели этого предприятия, так как большее количество нормочасов ретуши в литографии № 2, как правило, связано с худшей организацией труда и плохой постановкой его нормирования.

Нарушение принципа единой цены происходит также из-за того, что цены за изготовление оригинальной формы подразделены в зависимости от способа репродукции оригинала (прямой или косвенный). Таким образом, одно и то же издание, выполненное разными способами, получает неодинаковую оценку.

Имеет место разнობой в оценке при выполнении одного и того же издания разным количеством краскопрогонов, при этом нет стимула для прогрессивных методов, обеспечивающих выполнение издания при минимальном числе краскопрогонов.

Чтобы обеспечить единство цены в указанных случаях, в новом прейскуранте цены на ретушь должны быть регламентированы, а также включены в цены за типизированные изделия, цены на оригинальные формы должны быть построены независимо от способа их изготовления, а цены на продукцию при офсетной четырехцветке должны быть построены за экземпляр, а не за краскопрогон. В ответ на возражения некоторых издательств против установления единых цен за печатные листы четырехцветной печати следует указать на то, что выгода четырехцветки для издательств заключается в повышении качества издания и в уменьшении его стоимости за счет количества комплектов оригинальных форм, поскольку для восьми краскопрогонов издательство оплачивает за восемь комплектов, а для четырехцветки — только за четыре.

г) По брошюрам, книжным блокам и папкам — принято выделять стоимость переплета, поскольку номиналы для издательской продукции установлены раздельно на книгу и ее переплет. Цена на блоки установлена за 1 экземпляр в зависимости от объема книги, определяемого количеством 16-страничных тетрадей. В зависимости от форматов цена подразделяется на 2 группы, при этом к I группе отнесены малые и средние форматы, а ко II группе — большие и журнальные. Такое подразделение целиком увязано с группировкой форматов в единых нормах выработки на переплетно-брошировочные работы, поскольку затраты по заработной плате занимают наибольший удельный вес в ценообразовании, так как стоимость сырья — ткани, бумаги и картона — в оптовую цену не включена.

Фактор тиражности оказывает своеобразное влияние на ценообразование брошюр и блоков: себестоимость при более высоких тиражах уменьшается в связи с тем, что обеспечивается массовость работы и применение более высоких норм выработки по сравнению с малотиражными изданиями. Принято считать мелкой партией тираж в 5000 экземпляров и меньше. Поэтому цены для брошюр и блоков подразделены на две группы: а) до 5000, б) свыше 5000 экземпляров.

При ценообразовании брошюр и блоков должно быть принято во внимание, что в связи с переходом на поточный метод, который до конца пятилетки должен стать преобладающим в переплетно-брошировочном производстве книжной продукции, фальцовка отпечатанных листов сосредоточивается в печатных цехах не только при ротационной печати книг, но и листовой печати. Поэтому стоимость фальцовки должна быть включена в цену высокой печати.

д) По бланочной продукции — поскольку преобладающее число бланочных изданий выпускается отдельными бланками, т. е. без комплектовки, цены на бланки включают только стоимость набора, печати и обрезки. Кроме того, установлены цены на разновидности комплектовки — переплеты бланков, квитанционные книги, блокноты и окантовку. Цены на набор и печать бланков подразделены в зависимости от следующих факторов, влияющих на соотношение цен по отдельным видам бланков — тираж, формат с оборотом или без, сложность полиграфического исполнения. Таким путем обеспечивается принцип единой цены независимо от того, где и как данное бланочное издание печаталось. Для некоторых типизированных изданий установлены цены на конкретные издания, как-то: бланки строгого учета, трудовые книжки, бланки связи и др.

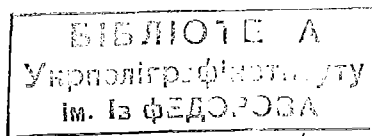
е) По этикеточной продукции — поскольку эта продукция в большинстве своем типизирована, цены должны быть установлены на готовые этикетки в зависимости от их формата, тиража, группы сложности полиграфического исполнения и количества красок.

Ввиду большого разнообразия дополнительных работ по оформлению, которые нетипичны для большинства видов этикеток, цены на эти работы (бронзирование, лакирование, высечка и др.) установлены отдельно.

## О ЦЕНАХ НА ОТДЕЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ

Этот раздел прейскуранта применяется для следующих целей:

а) при расчетах между полиграфическими предприятиями — в случае кооперирования при выполнении неполного комплекса работ. На-



пример, на одном предприятии изготавливаются папки переплетов, а на другом производится тиснение. Этот же раздел может быть использован в некоторых случаях в расчетах с заказчиками, когда по их вине произведен неполный комплекс работ. Например, типографией сделан набор бланка, а заказчик от него отказался. Тогда с заказчика взимается стоимость набора по цене за отдельный процесс. Такой же порядок оплаты за впайки в стереотипы по вине заказчиков, за машиночасы в случае перемен в машинах или других простоев по вине заказчика.

Необходимость в этом разделе возникает при выпуске некоторых изданий в сложном оформлении, не предусмотренном в общих разделах прейскуранта, как-то: прошивной форзац с фальцем, лапки с круглыми углами, со штуковкой, издания в суперобложке, с окраской обреза, с приклейкой ленточки-закладки, со вставкой на гильзу, при выпуске в футлярах и т. д.

б) При расчетах внутри предприятия для определения размеров валовой продукции на отдельных стадиях производства для плановых заданий, для внутризаводского хозрасчета и проверки выполнения плановых заданий в тех случаях, когда ввиду особенностей организационной структуры данного предприятия отдельные операции выполняются одним цехом, а стоимость входит в цену продукции другого цеха. Например, стоимость стереотипа входит в цену за печать, а на данном предприятии стереотипный цех выделен в самостоятельную единицу или подчинен наборному цеху. В таких случаях оценка продукции должна быть расчленена между двумя цехами по такой схеме

$$\Pi_x = \Pi \cdot K_{\text{лo}} - \Pi_0,$$

где  $\Pi_x$  — искомая стоимость расчлененной единицы, в данном случае — печати без стереотипа;

$\Pi$  — цена за печать 1000 листов-оттисков определенного формата, вида и сложности печати, взятая из основных цен;

$K_{\text{лo}}$  — количество тысяч листов-оттисков;

$\Pi_0$  — цена за выполнение отдельного процесса, в данном случае — стереотипирования, взятая из процессных цен.

Как правило, прежде всего оцениваются те процессы, которые занимают по трудоемкости наименьший удельный вес. Например, стереотипирование или фальцовка по отношению к печати. Таким образом, в полученной разнице ( $\Pi_x$ ) нивелируются округления, неизбежные в расчетах основной цены.

Для упрощения работы калькуляторов по определению валовой продукции цехов в тех случаях, когда оптовые цены, установленные по отдельным стадиям, не укладываются в рамки организационной структуры данного предприятия, рекомендуется широко пользоваться внутризаводскими расчетными таблицами, утвержденными главным бухгалтером предприятия по согласованию с плановым отделом.

Учитывая необходимость твердого соблюдения принципа единой цены, следует осудить практику некоторых полиграфических предприятий, которые, «не веря» в то, что цена на данный заказ будет утверждена заказчиком, резервируют при оценке валовой продукции цехов определенные суммы, на случай урезки заказчиком суммы счета, а затем, когда удается «сторговаться» с заказчиком, добавляют цехам в следующем месяце полученную разницу. Такой порядок (вернее, беспорядок) приводит иногда к совершенно случайным хозрасчетным результатам за данный месяц.



Во избежание таких явлений следует повсюду внедрить практику предприятий союзного подчинения, которые одновременно с приемом заказа заключают соглашение с заказчиком. При этом предварительно согласовываются не только основные артикулы, но и порядок оплаты не входящих в основные артикулы сложных видов оформления (по ценам на отдельные процессы).

Приведенная выше схема расчленения цены между двумя цехами не применима для бланочной продукции, так как приводит к искажению хозяйственных результатов по отдельным цехам в тех случаях, когда технологический режим полиграфического исполнения данного бланочного заказа отклоняется от режима, заложенного в основу построения цены для данной группы тиражей и форматов. А между тем, установление комплексных цен за бланки должно создать стимулы для того, чтобы производственный отдел типографии, подготавливая данный бланочный заказ для передачи в производство, проектировал технологический режим его изготовления при наименьших затратах труда и времени и полном соблюдении требований к качеству. При этом может случиться, что потребуются несколько больше затрат труда на набор, матрицирование и стереотипирование, которое в большой мере перекрывается экономией труда, времени и денежных средств на печатание за счет уменьшения количества оттисков и лучшего использования формата машины при одном и том же тираже бланков.

Возможны одновременные спуски двух и более бланочных заказов для заполнения формата машины, а также практикуется ряд мероприятий по сокращению трудоемкости набора, осуществляемых производственным отделом типографии. Например, производственным отделом сохраняются матрицы часто встречающихся бланков для того, чтобы в случае поступления заказа на подобный бланк вовсе не прибегать к набору.

В таких случаях механическое расчленение цены на бланки не позволит правильно выявить итоги работы цехов. Вот почему на целом ряде передовых типографий, применяющих вышеуказанные методы рациональной технологической подготовки бланочных заказов в производственном отделе, раздельная оценка цехового выпуска бланочной продукции наборного и печатного цехов производится на основании нормированного времени, устанавливаемого перед сдачей заказа в цеха с учетом необходимой трудоемкости на набор и печать, исходя из запроектированной рациональной технологии для данного заказа.

Чтобы в конечном счете объем цехового выпуска по набору и печати совпадал с объемом валовой продукции по типографии, необходимо в квартальном плане установить среднюю плановую цену за нормочас набора и печати. По этой плановой цене производится оценка цехового выпуска раздельно по бланочному набору и печати. С этой целью рекомендуется такой порядок:

а) по данным отчета за прошлый год определяется сложившееся соотношение между стоимостью набора и печати бланков в оптовых ценах и их фактической себестоимостью. Назовем его коэффициентом рентабельности бланков;

б) по данным отчета определяется себестоимость нормочаса набора и нормочаса печати, которая, исходя из допущения, что рентабельность набора и печати в данной типографии одинакова, умножается на коэффициент рентабельности бланков;

в) вносится поправка, вытекающая из изменения норм и цен на

бланочную продукцию или изменения ассортимента бланков в планируемом квартале.

### О ЦЕНАХ НА ОСОБОХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ИЗДАНИЯ

Принцип «составной» цены для оценки продукции полиграфических предприятий принят с целью охвата всего многообразия ее оформления и создания одинаковой материальной заинтересованности полиграфических предприятий в любом издательском ассортименте. Однако эти цены не распространяются на отдельные особосложные художественные издания с уникальным оформлением, посвященные важным историческим событиям, памятным датам и т. п.

Такие издания, которые по соглашению между типографией и издательством относятся к уникальным, оцениваются в порядке исключения исходя из плановой себестоимости предприятия и 4% прибыли.

На некоторых предприятиях имели место случаи отнесения ряда сложных изданий к изделиям, не предусмотренным в прейскуранте, чтобы на этом основании получать с заказчика оплату по соглашению. Кроме того, в таких случаях для оценки особохудожественных изданий часто применялись цены за нормочас, предусмотренные в прошлых прейскурантах для особохудожественных переплетных и др. работ. Такой подход к оценке ряда сложных изданий, в том числе и не предусмотренных прейскурантом, приводил к подрыву принципа хозрасчета и противоречил правильному использованию закона стоимости, так как оплата по количеству нормочасов, устанавливаемому на данном предприятии обычно на основе местных норм, часто значительно превышала плановую себестоимость данного издания. Это приводило к искусственному завышению показателей выпуска продукции, производительности труда и рентабельности. Поэтому при пользовании новым прейскурантом следует четко соблюдать указания о порядке применения оптовых цен.

Во-первых, решительно отказаться от вынесения ряда сложных изданий за пределы номенклатуры установленных цен, предусмотренной указателем изделий, включенных в прейскурант; применять принцип оценки, установленный для работ, не предусмотренных в прейскуранте, только в тех случаях, когда особохудожественные издания содержат работы, которые в силу сложности своего исполнения действительно не подходят к номенклатуре и группам сложности, предусмотренным в прейскуранте.

Во-вторых, твердо придерживаться для оценки работ, отнесенных к не предусмотренным в прейскуранте, принципа установления цены из расчета плановой себестоимости предприятия и 4% прибыли. И только в тех случаях, когда заказаны макеты, единичные художественные альбомы или единичные папки, оценка устанавливается по цене за нормочас, поскольку в таких исключительных случаях составление плановых смет усложнило бы работу калькуляторов и учет продукции.

### ОБ ОПЛАТЕ ЗА АВТОРСКУЮ И ИЗДАТЕЛЬСКУЮ ПРАВКУ

В прошлом прейскуранте оплата за первую авторскую правку была включена в цену за набор, а для последующих правок были установлены укрупненные размеры доплат: 15% за правку листа набора и 50% за переделку и переверстку отдельных полос. Такой порядок оплаты спо-

способствовал сокращению объема правки и устранил надобность в большом числе учетчиков, занятых подсчетом числа ошибок в отдельных изданиях; однако вместе с этим выявились отрицательные стороны этой системы, подрывавшие принцип хозрасчета: некоторые издательства, злоупотребляя тем, что первая правка была включена в цену за набор, стали подавать в типографию явно недоработанные оригиналы, исправляя их недостатки в первой издательской корректуре. С другой стороны, издательства, добившиеся резкого уменьшения корректуры, оплачивали ее в тех же размерах, что и другие издательства.

В новом прейскуранте цена за набор установлена без включения стоимости авторской и издательской правки. За каждую авторскую и издательскую правку издательство оплачивает по количеству подвергшихся правке гранок или полос. Если при сверке издательство вносит изменения против оригинала или против предыдущей правки, то оплачивается новая правка.

Чтобы не возникала необходимость в возобновлении штата учетчиков, сохранены две градации надбавок, что позволяет без детальных подсчетов ошибок определить размер оплаты. Для стимулирования усилий издательств в борьбе за уменьшение корректуры, новый прейскурант предусматривает, что правка, затрагивающая до 32 строк на листе в первой корректуре или до 5 строк во второй корректуре, не оплачивается.

#### **О ЦЕНАХ ЗА ОСНОВНЫЕ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**

В новый прейскурант внесены некоторые изменения, которые предусмотрены новыми договорными условиями на 1955 год, в нем не учитывается фольга для тиснения и бумага для прокладки при печати.

Включение фольги в состав материалов типографии и в стоимость тиснения должно способствовать более рациональному использованию этого весьма ценного материала. Даже в тех случаях, когда заказчик предоставляет типографии свои фонды на фольгу, она должна быть оплачена типографией, включена в себестоимость изготовления переплетных крышек по фактическим затратам. В результате экономное расходование фольги приведет к снижению себестоимости крышек.

Включение стоимости бумаги для прокладки в стоимость групп печати, нуждающейся в прокладке, также будет способствовать материальной заинтересованности в экономном (повторном) расходовании бумаги и использовании для этого макулатуры. В тех случаях, когда применяются противоотмарывающие устройства, включение прокладки в оптовую цену будет содействовать соблюдению принципа единой цены на продукцию печати независимо от того, какими техническими средствами ведется борьба с отмарыванием, а также будет стимулировать применение более совершенных противоотмарывающих средств.

В номенклатуре основных материалов заказчика пока остаются:

- а) бумага для печати текста, обложки, а также для форзаца, отстава, оклейки корешка, гильзы;
- б) картон для крышки,
- в) ткани для крышек, корешков, окантовки соединения прошивного форзаца, ленточки для закладки.

Поскольку нормативные цены на материалы заказчика применяются только для определения объема валовой продукции, они являются приложением к инструкции по учету валовой продукции полиграфических предприятий.

## ВЫВОДЫ

1. Будущий прейскурант должен прежде всего отразить результаты снижения себестоимости продукции полиграфических предприятий, достигнутые за прошедшие три года, и намеченные задания на планируемый период. Таким образом, он послужит основой для дальнейшего снижения цен за полиграфическое исполнение печатных изданий. Поскольку эти цены уменьшаются в зависимости от роста тиражности, то имеющая место тенденция к росту тиражности в издательствах приведет к тому, что фактический размер снижения стоимости полиграфических работ в бюджетах издательств окажется значительно больше, нежели процент снижения оптовых цен, исчисленный в результате пересчета продукции III квартала 1954 года.

2. Поскольку уровни цен в проекте будущего прейскуранта рассчитаны на основании элементов плановой себестоимости продукции, его преимущество перед прошлым прейскурантом в том, что соотношение цен между отдельными изделиями и разновидностями этих изделий (артикулами) обосновано, так как оно вытекает из утвержденного правительством справочника единых норм выработки для полиграфических предприятий, норм расходования материалов и плановых нормативов накладных расходов.

3. Для того, чтобы уровень цен нового прейскуранта обеспечивал безубыточную работу полиграфических предприятий, в основу расчета цен положена плановая себестоимость большинства союзных и республиканских полиграфических предприятий, за исключением трех наиболее крупных типографий союзного подчинения (1-ая Образцовая, «Красный пролетарий» и «Печатный двор»).

4. Внесенные в прейскурант улучшения в его построении позволяют соблюдать принцип единой цены для одного и того же печатного издания независимо от того, где это издание будет печататься. Таким образом, новый прейскурант создает необходимые предпосылки для дальнейшего укрепления хозрасчета на полиграфических предприятиях и будет направлять усилия руководителей и коллективов полиграфических предприятий в сторону дальнейшего роста и совершенствования производства на базе внедрения новой техники, роста производительности труда, снижения себестоимости и улучшения качества продукции, чтобы на этой основе добиться повышения рентабельности полиграфических предприятий. Это послужит базой для дальнейшего снижения цен на печатную продукцию, как одного из условий дальнейшего снижения номинальных цен на книги и другую печатную продукцию.

---