

Існуючі норми витрат фарби при друкуванні газетної продукції не диференційовані залежно від насиченості друкарської форми ілюстративним матеріалом, заливними фонами, а також від площі друку другою і наступними фарбами.

Разом з тим, слід відзначити, що в різновидах друкарських машин для друкування газет з різними витратними нормами фарби відсутні машини типу „Циркон”. Викликає сумнів обґрунтованість норм витрат кольорової фарби через значні відхилення норми на машинах „Рондосет” від аналогічних норм на машинах “Рондосет-петіт”, ПОГ-90 і ПОГ-60.

І насамкінець, при встановленні норм не враховувались якість паперу, якісні особливості вітчизняних і імпортованих фарб. Відсутні норми на щодобове змивання фарбового апарата. Норми не диференційовані за тиражами видань.

УДК 655.5

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВІДНОСИН ВИДАВНИЦТВ І ДРУКАРЕНЬ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Г.І.Пушак

Розглядається проблема недосконалості виробничо-господарських відносин між суб'єктами видавничо-поліграфічного комплексу України, зокрема між видавництвами та поліграфічними підприємствами.

The analyzed problem is connected to the weaknesses of production and economic relations under the present conditions between the subjects of printing and publishing industry of Ukraine, and publishers and printing enterprises in particular.

Сьогодні підприємницька діяльність у нашій державі регламентується 32 законами, прийнятими Верховною Радою України, 22 постановами Кабінету Міністрів та 14 указами Президента, до яких протягом 1997–2000 рр. було внесено близько 1000 змін і доповнень. Підприємницьким структурам, у тому числі і тим, що займаються видавничою та поліграфічною діяльністю, працювати ефективно дуже складно. Щодо роботи видавничо-поліграфічного комплексу, то її значно гальмує ще й недосконала нормативна база на галузевому рівні, зокрема стосовно взаємовідносин між двома основними його структурними ланками – видавництвами і поліграфічними підприємствами – у процесі виготовлення друкованої продукції. При ефективному веденні господарства на галузевому рівні повинна існувати система нормативно-правових документів, які б чітко регламентували видавничо-господарську діяльність суб'єктів господарювання в процесі їх співпраці. Зупинимось на деяких аспектах взаємовідносин видавництв і поліграфічних підприємств у процесі їхнього співробітництва. Оскільки певні галузеві нормативні акти, як наприклад, „Основні умови виготовлення і поставки виробничими поліграфічними об'єднаннями і підприємствами видавництвам книг, журналів, образотворчої і іншої друкованої продукції”, „Типове положення по складанню наскрізних графіків проходження видань на стадії видавництво – поліграфічне підприємство” і т.ін., які діяли в умовах директивно-планового господарювання, сьогодні вже не правомочні, то в основі співпраці видавництв і поліграфічних підприємств лежить угода (договір), що укладається між ними. ^{Саме це} Процедури цього процесу здійснюються в такій послідовності:

✓ надсилання видавництвом поліграфічному підприємству листа-замовлення з пропозицією виготовлення конкретного видання;

✓ обрахунок друкарнею собівартості робіт з врахуванням матеріалів або без них (деякі видавництва практикують виготовлення продукції з власних матеріалів) та вартості виконаних робіт з врахуванням матеріалів чи без них;

✓ проведення дружніх переговорів між видавництвом і друкарнею;

✓ після досягнення взаєморозуміння сторони підписують угоду та протокол погодження ціни на дане замовлення (якщо тираж видання незначний, підписується лише протокол).

В угоді обумовлюються предмет угоди, обов'язки та відповідальність сторін, терміни виконання, вказуються вартість робіт і порядок розрахунку. Цей документ є чи не єдиним, на

який зважають у процесі взаємовідносин видавництв і поліграфічних підприємств, не беручи до уваги законодавчо-правові документи, дія котрих поширюється на всі суб'єкти господарювання в Україні.

Одним з важливих питань, що обумовлюються в угоді, є питання про терміни виготовлення замовлення. Через те що сьогодні не діють жодні нормативи стосовно термінів виготовлення видань (ні обов'язкові до виконання, ні рекомендованого характеру), на практиці склалася така тенденція:

видавництво зобов'язується здати поліграфічному підприємству рукопис книги за три місяці до початку виготовлення тиражу чи фотоформи (якщо видавництво саме здійснює друкарські процеси або ж користується послугами ще іншого підприємства) за місяць до початку виготовлення тиражу;

видавництво зобов'язується здати поліграфічному підприємству папір та інші необхідні для виготовлення книги матеріали (якщо використовуються матеріали видавництва) за місяць до початку виготовлення тиражу;

видавництво зобов'язується вивезти тираж книги протягом трьох днів від дня повідомлення про готовність тиражу.

Проте найважливішими термінами, що обумовлюється в угоді, є терміни виготовлення сигнального примірника та всього тиражу видання. Даний термін узгоджується обома сторонами з врахуванням інтересів однієї та можливостей другої.

Однак доцільність таких термінів нічим не обгрунтована і потребує певної оптимізації, тому що суттєво впливає на розмір оборотних коштів видавництв. Хоча між видавництвом і поліграфічним підприємством укладається угода про співпрацю, досить часто сторони порушують взяті зобов'язання. Наприклад, видавництво несвоєчасно оплачує надані йому послуги, а поліграфічне підприємство затримує виготовлення сигнального примірника або ж усього тиражу видання і т.ін. Хоча в даній угоді обумовлюються штрафні санкції за порушення зобов'язань (приміром, за несвоєчасне виготовлення сигнального примірника і тиражу поліграфічне підприємство повинно сплачувати видавництву пеню в розмірі подвійної облікової ставки НБУ від вартості невикотовленого тиражу за кожний день прострочення його виготовлення і т.ін.), на практиці в більшості випадків потерпіла сторона з ряду причин нехтує штрафними санкціями.

Заслужує на увагу у співпраці видавництв і поліграфічних підприємств питання про вартість виготовлення замовлення. Більшість поліграфічних підприємств, користуючись своїм монопольним або олігархічним положенням у регіоні, встановлює її, виходячи передусім зі своїх інтересів. Видавництвом переважно доводиться лише загальна сума витрачених коштів на виготовлення замовлення (у тому числі з ПДВ і без ПДВ). Але якщо замовлення виготовляється з матеріалів видавництва, то йому повідомляється про витрати використаних матеріалів у натуральному виразі. Поліграфічні підприємства, головним чином, не дають видавництвам даних про вартість виготовлення замовлення на конкретних операціях і розрахунок витрачених матеріалів, коли використовуються матеріали поліграфічного підприємства. Це, в свою чергу, не дозволяє видавництвам зорієнтуватися на ринку послуг по виробництву видавничої продукції, знайти привабливіший варіант її виготовлення.

Таким чином, відсутність чіткої нормативно-правової бази видавничо-поліграфічного комплексу негативно впливає на ефективність його виробничо-господарської діяльності, на якість, своєчасність і точність виготовлення друкованої продукції та відповідність її міжнародним нормам. Для поліпшення діяльності структур видавничо-поліграфічного комплексу слід, у першу чергу, створити досконалу галузеву нормативну базу, яка б регулювала видавничо-господарську діяльність взагалі й взаємовідносини видавництв і поліграфічних підприємств зокрема.