

рианта линейной амортизации. При этом наиболее привлекательным для ОАО «МПЗ» вариантом возвращения кредитов является четвертый, а наименее привлекательным – второй.

Использование заемных денежных средств зависит от срока кредита, способа его погашения, процентов за кредит, срока уплаты, а также от соотношения собственных и заемных средств.

Анализ влияния увеличения годовой процентной ставки на эффективность различных способов погашения кредита позволил определить максимальные границы платы за кредит, при превышении которых использование кредита на инвестиционные цели нецелесообразно. Например, при четвертом варианте возвращения заемных денежных средств использование их для инвестиций целесообразно, если плата за кредит не превышает 14%.

Проведенный анализ влияния методов начисления амортизации на окупаемость инвестиций позволил сделать следующие выводы:

- целесообразность выбора способа погашения кредитов определяется их стоимостью;
- для всех вариантов возвращения заемных денежных средств, независимо от их стоимости, значительное преимущество имеет ускоренная амортизация, в частности модифицированный кумулятивный метод.

Таким образом, предложенный алгоритм выбора рационального инвестиционного проекта позволяет комплексно учитывать стоимость кредитных ресурсов, соотношение заемных и собственных денежных средств, способ погашения кредита, ставку налогообложения прибыли, способ амортизации и прибыльность проекта.

УДК 336.714

О.А. Жарина, ведущий специалист Госкомпечати

### СТРУКТУРА РЫНКА БЕЛОРУССКИХ ЖУРНАЛОВ

In the given article dynamics of issue magazines in Republic of Belarus for the last 10 years is shown. This article presents their classification on a pattern of ownership of issuing organization, to a territorial feature, on a special-purpose designation, on circulation and periodicity. Some data are shown, permitting to evaluate a financial position of magazines, subsidized by a state budget. The questions concerning printing base for issue magazines and of propagation channels have been reflected in the article also.

Периодическое издание, так же как и книгу, можно рассматривать как товар. Рынок белорусских журналов существует, постоянно изменяется и требует такого же изучения, как и рынки любых других товаров.

По состоянию на 1.01.2001 г. в Государственном комитете Республики Беларусь по печати зарегистрированы периодические издания 1127 наименований, причем 335 из них составляют журналы.

В целом за последние 10 лет интерес к периодическим изданиям неуклонно растет, но в то же время наблюдается тенденция снижения тиражей. Это хорошо отражают графики на рис. 1 и 2.

Рост количества изданий обеспечивается в основном за счет регистрации и издания новых журналов, в то время как сборники и бюллетени не вносят значительных изменений в общую картину выпуска периодики (без газет).

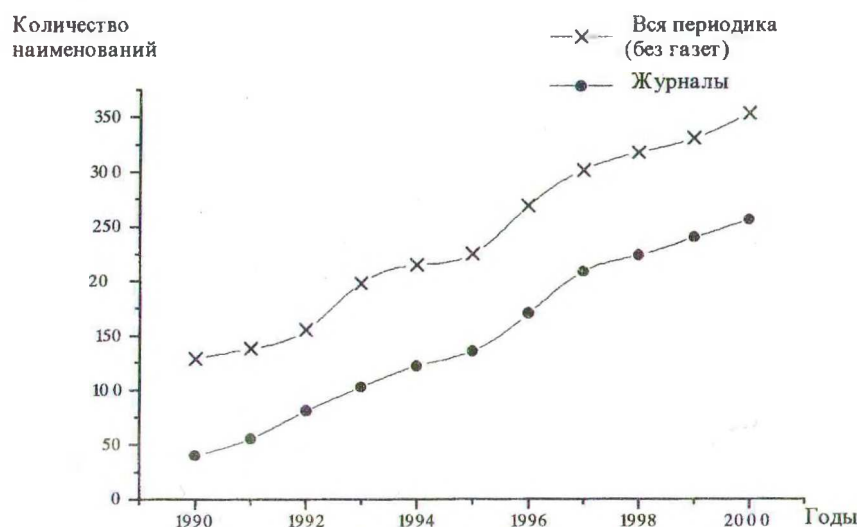


Рис. 1. Динамика выпуска всех периодических изданий (без газет) и журналов за последние десять лет

Средний тираж одного номера

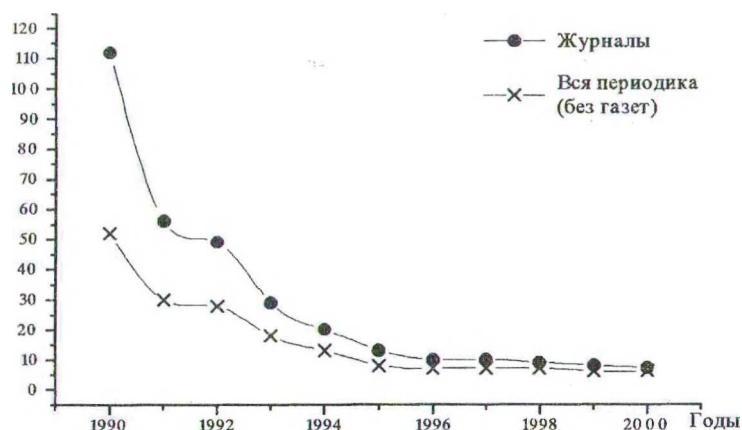


Рис. 2. Динамика изменения среднего тиража периодических изданий (без газет) и журналов

Из 256 журнальных изданий, увидевших свет в 2000 г., 9,4% выпускаются государственными издательствами; 13,3% — частными лицами; 16,8% — министерствами и ведомствами; по 9–10% — учебными заведениями, компаниями, фирмами, акционерными обществами, общественными организациями и коллективами редакций. В выпуске остальных 18% журналов принимают непосредственное участие государственные организации, НАНБ, научные заведения, религиозные организации, малые предприятия и кооперативы.

За последнее время увидело свет много новых изданий, а какие-то прекратили свое существование. Желание выжить в современных условиях вынудило издателей пересмотреть свое отношение к журналам «со стажем», их концепции, структуре и оформлению. Примером может служить журнал «Крестьянка», который с новым содержанием и свежим оформлением вернулся на торговые полки. Другими словами, информационно-просветительская ценность журнальной продукции в условиях перехода

к рыночным отношениям отходит на второй план для их издателей, уступая место таким критериям, как окупаемость и прибыль.

Однако существуют и так называемые нерентабельные тематические направления, по которым выпуск периодических изданий необходим для гармоничного развития общества, но в нынешних экономических условиях существования их выпуск убыточен. Поэтому государство вынуждено брать на себя бремя выпуска таких изданий (Постановление Совета Министров «О финансировании периодических изданий в 2001 году» №55 от 16 октября 2000 г.).

Перечень периодических изданий (без газет), которым в 2001 г. через Государственный комитет по печати будут выделены субсидии из средств республиканского бюджета, включает 30 позиций. Ежеквартально анализируется информация, предоставленная этими редакциями, о показателях подписного тиража, финансово-экономической деятельности, розничной реализации.

В течение прошлого 2000 г. стабильными показателями характеризовалась финансовая деятельность редакций следующих изданий: «Медицинский вестник», «На страже», «Юстиция Беларуси». Они завершили год с прибылью.

Достаточно устойчивое финансовое положение и высокий удельный вес собственных доходов, который в первую очередь зависит от экономически обоснованной подписной и розничной цены, имеют редакции изданий: «Печатковая школа» – 98,7%, «Переходный возраст» – 92,2%, «Пралеска» – 80,2%, «Алеся» – 73,6%.

В 2000 г., так же как и в предшествующие годы, сохранилась тенденция снижения подписных тиражей. При общем незначительном снижении за год во втором полугодии 2000 г. наблюдался рост подписного тиража. В качестве примера можно привести журналы «Маладосць», «Беларусь», «Мастацтва», «Крыніца». В то же время нельзя не отметить, что тиражи этих изданий по-прежнему остаются на низком уровне. Еще одна особенность 2000 г. – сохранение стабильно низкого количества индивидуальных подписчиков литературно-художественных и культурологических журналов. Так, индивидуальный подписной тираж журнала «Вожык» – ок. 800 экз., «Полымя» – ок. 350 экз., у «Нёмана», «Маладосці», «Крыніцы», «Першацвета», «Бібліятэкі Маладосці», «Мастацтва» эта цифра менее или немногим превышает 100 экз.

Всего в Беларуси в прошлом году выходили журналы 256 наименований. Это достаточно большая цифра, но большинство из них так и не получили широкого распространения, выпускаются минимальными тиражами и с трудом окупаются. Белорусским изданиям приходится не столько конкурировать между собой, сколько с российской периодикой. Особенно наглядно это демонстрируют мелкие книготорговые точки на улицах городов и в магазинах.

Тем не менее за 2000 г. увидели свет 2717 номеров журналов, что составило 78557 тыс. печ. л.-отт. По отношению к прошлому году – это 117%.

Большинство журналов регистрируются и издаются в столице Беларуси. На каждую область приходится до 10 наименований. За 10 лет этот показатель вырос на 4–6 пунктов. В Минске же в 1992 г. было выпущено 76 изданий, а в 2000 – 223.

Если классифицировать выпущенные в прошлом году журналы по целевому назначению, то наиболее многочисленными будут ряды массовых изданий (21%), а также научных (15%) и информационных (13%). Но в то же время научные издания имеют практически самые незначительные тиражи.



За последние 10 лет неуклонно растет интерес издателей практически ко всем тематическим направлениям, за исключением изданий для иностранного читателя, официально-документальных и религиозных.

Справочные издания и рекламные журналы занимают очень незначительную часть от всех выпускаемых в Беларуси журналов. В период с 1991 г. по 1998 г. было 2–3 рекламных издания и 1 (или не было вообще) справочный журнал. За последние 2 года ситуация изменилась, и в 2000 г. вышли в свет 8 рекламных изданий и 5 справочных.

В 2000 г. самый большой годовой тираж имели массовые журналы – 8916 тыс. экз., в то же время годовой тираж изданий для иностранного читателя и научных журналов составил 32 тыс. экз. и 56 тыс. экз. соответственно. Последнее вызвано относительно узкой направленностью журналов. Эти издания пользуются спросом у небольшого круга читателей.

С точки зрения периодичности большинство белорусских журналов выходят или двенадцать раз в год, или реже шести раз. Наиболее часто встречающаяся периодичность выхода в свет – 12 и 4 раза в год (по 47 наименований).

Большинство изданий выпускаются на русском и белорусском языках (соотношение 2:1).

Что касается полиграфической базы для выпуска журналов, то по состоянию на 01.01.2001 г. в Беларуси насчитывается 122 полиграфических предприятия (82 государственных предприятия и 40 предприятий негосударственной формы собственности), которым разрешено лицензией печатание журнальной продукции (с ограничениями или без них).

Эта область деятельности субъектов хозяйствования достаточно жестко контролируется государственными органами. Изготовление типографией полиграфической продукции, не разрешенной их лицензией (в том числе и выпуск периодических изданий), карается вплоть до лишения лицензии (в соответствии с пп. 4.1, 4.2 Положения о лицензировании полиграфической деятельности в Республике Беларусь и выдаче разрешений на приобретение полиграфического оборудования).

Насколько часто типографиям выдаются лицензии на печатание журналов можно увидеть в таблице. Данные приводятся начиная с июля 1997 г. в связи с начатой в это время перерегистрацией лицензий на осуществление полиграфической деятельности (Положение о лицензировании полиграфической деятельности и выдаче разрешений на приобретение полиграфического оборудования, зарегистрированное в Реестре Государственной регистрации за номером 1895/12 от 30 мая 1997 г.). Первая лицензия нового образца была выдана Государственным комитетом Республики Беларусь по печати 21 июля 1997 г.

На 01.01.2001 г. имели право печатать журналы (с ограничениями и без них) 122 предприятия

Из приведенных данных видно, что право на печатание журнальной продукции государство предпочитает оставлять за собой. Однако следует помнить, что при выдаче лицензий наравне с формой собственности субъекта хозяйствования учитываются и возможности располагаемого предприятием оборудования, и уровень качества выпускаемой полиграфическим участком продукции, и даже квалификация работников, в первую очередь специалиста, ответственного за полиграфическую деятельность.

**Количество предприятий, имеющих полиграфическую лицензию на выпуск журналов в период с июля 1997 г. по 01.01.2001 г.**

Период	Количество выданных лицензий
21.07 – дек. 1997 г.	161
янв. – дек. 1998 г.	162
янв. – дек. 1999 г.	54
янв. – дек. 2000 г.	53

Рассмотрим кратко каналы распространения периодики. Самыми значительными в сфере книготорговли были и остаются такие государственные предприятия, как «Белкнига» (23 книжных магазина в Минске и Минской области), «Бресткнига» (15 книжных магазинов в Бресте и Брестской области), «Витебсккнига» (16 книжных магазинов в Витебске и Витебской области), «Гомелькнига» (13 книжных магазинов в Гомеле и Гомельской области), «Гроднокнига» (9 книжных магазинов в Гродно и Гродненской области), а также ООО «Могилевкнига».

Вместе с тем для распространения непосредственно периодических изданий наибольшее значение имеет сеть предприятий «Белсоюзпечати», которая включает в себя 7 торговых республиканских унитарных предприятий и около 70 районных и межрайонных отделений.

За последний год системой «Белсоюзпечати» было продано периодики (включая газеты) на 10351,4 млн. руб. Темпы роста в сопоставимых ценах по сравнению с прошлым годом составили 121,3%. Если на 1 октября 1999 г. в распоряжении предприятий «Белсоюзпечати» имелось 1319 торговых точек, то к 1 октября 2000 г. их стало 1346. В целом же удельный вес реализации всей периодики в общем товарообороте в 2000 г. составил 48,6%, что на 5% больше показателя предыдущего года.

В настоящее время «Белсоюзпечать» активно развивается, однако этот процесс зачастую не сопровождается повышением качества услуг по реализации периодических изданий. Так, реализация большинства дотируемых журналов в 2000 г. ухудшилась по сравнению с прошлым годом. Например, если в январе 2000 г. процент уценки для журнала «Вожык» составил 7,9%, то в декабре 2000 г. – 42,6%. Аналогичный рост уценки наблюдался и у журналов «Неман», «Здравоохранение», «Маладосць», «Першацвет», «Полымя» и т. д. Не лучшим образом обстоят дела и с реализацией уцененных номеров.

Кроме республиканских унитарных предприятий «Белсоюзпечати», которые являются главным каналом распространения белорусских журналов, по всем городам разбросаны небольшие книготорговые точки. По крайней мере, в столице журналы можно купить в каждом более или менее заметном магазине, будь то универмаг или универсам. Но белорусских журналов на прилавках этих магазинов практически не видно (а их у нас выпускается более трех сотен).

Подводя итог, можно сказать, что несмотря на все трудности, возникающие у издателей в процессе редакторской подготовки, печатания и распространения журналов, количество выпускаемых наименований из года в год неуклонно растет. Поэтому более серьезное отношение издающих организаций к анализу рынка периодики несомненно будет способствовать улучшению финансового положения редакций и позволит создать условия, обеспечивающие успешный выпуск журнальных изданий.