

Розглядаючи галузеві пріоритети вищевказаних країн, можна помітити, що США і країни ЄС надають перевагу капіталовкладенням в харчову та фармацевтичну промисловість, торговий сектор та фінансову галузь. Це зумовлено швидким переміщенням капіталу в даних сферах, а також мінімальним рівнем комерційних та інших ризиків.

Росію цікавлять, перш за все, металургійна промисловість, паливно-енергетичний комплекс та хімічна галузь. При цьому, основними факторами впливу є наявність конкурентних переваг Росії у вищевказаних сферах на міжнародному ринку. Тому російські ТНК, маючи фінансові можливості для влиття свого капіталу в виробничі потужності постсоціалістичних країн, розширюють та укріплюють свої позиції на ринку. ТНК промислово розвинених країн надають перевагу інвестуванню сфери бізнес-послуг[6].

Висновки. Отже, діяльність транснаціональних корпорацій є дуже важливою для економіки будь-якої країни. Україна також не є винятком у цій ситуації, оскільки її політика, котра спрямована на широку інтернаціоналізацію, напряму залежить від об'єму прямих іноземних інвестицій.

На жаль, Україна не має тісної взаємодії з іноземними ТНК. Кількість ТНК, які мають свої філії в Україні, складає 0,9% від їх загальної кількості. Перш за все, ТНК прагнуть розширити корпоративну мережу за допомогою доступу до сировинних та трудових ресурсів і обійти національний захист вітчизняних виробників. Проте, керівництво ТНК не бажають створювати дочірні підприємства у країнах, які мають несприятливий інвестиційний клімат. Таким чином, перед Україною стоїть ряд вагомих завдань щодо покращення інвестиційного клімату в країні за допомогою політичних, економічних, правових інструментів регулювання суспільної діяльності і визначити вектор направлення співробітництва і розвитку діяльності транснаціональних корпорацій на її території, що покращить подальший об'єм інвестицій а також капіталовкладень в економіку держави.

Джерела та література:

1. Терехов Є. М. Транснаціональні корпорації, прямі іноземні інвестиції і глобалізація сучасної світогосподарської системи / Є. М. Терехов // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Фінансовий ринок України: стабілізація та євроінтеграція : зб. наук. праць / Львівський ін-т банківської справи Ун-ту банківської справи Нац. банку України. – Львів, 2009. – Вип. 2 (72). – С. 413-420.
2. Фомішин С. В. Транснаціональні корпорації як головні суб'єкти світогосподарської взаємодії / С. В. Фомішин // Київ. – 2009. – № 2. – С. 34-42.
3. Заярна Н. М. Розвиток транснаціональних корпорацій в умовах глобалізації економіки / Н. М. Заярна, В. Г. Брунець // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.2. – С. 25-31.
4. Симонова М. В. Тенденції і перспективи розвитку мирових потоків прямих іноземних інвестицій / М. В. Симонова // Вісник Запорізького нац. ун-ту. – 2010. – № 1 (5). – С. 183-187.
5. Верховна Рада України : [Електронний ресурс] : офіційний сайт. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>
6. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України : [Електронний ресурс] : офіційний сайт. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/>
7. Держкомстат : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Новицькій В. Є. Міжнародна економічна діяльність України / В. Є. Новицькій. – К., 2003. – 948 с.
9. Бондарчук І. В. Особливості інвестиційної стратегії нерезидентів в Україні / І. В. Бондарчук // Інвестиції: практика та досвід. – 2006. – № 4. – С. 24-25.
10. World Investment Prospects Survey 2009-2011, UNCTAD/DIAE/IA/2009/8 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unctad.org/>

Родіонов О.В.

УДК 172.799

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ВИТРАТ НА ВИДАВНИЧУ ДІЯЛЬНІСТЬ ВНЗ

Постановка проблеми. У сучасних умовах діяльність ВНЗ відрізняється наявністю багатьох напрямків. ВНЗ надають освітні послуги, здійснюють науково-дослідну роботу, видавничу діяльність та ін. У той же час, існує багато обслуговуючих процесів в межах вузівської системи, це послуги ЖКГ (через мережу гуртожитків), медичні послуги (діяльність санаторіїв-профілакторіїв), бібліотечна діяльність (наявність наукових бібліотек в структурі ВНЗ) та ін. В ринкових умовах, питання оцінки вартості окремих послуг та продукції, що виробляється в межах системи закладів вищої освіти набуває актуальності, так як, рік від року ВНЗ стають все більш автономними закладами. Фінансування з боку державного бюджету знижується, посилюється роль власних джерел фінансування діяльності. Таким чином, в умовах конкуренції на ринку послуг ВНЗ зростає роль фактору економічної ефективності та якості послуг, що надаються та продукції, що випускається.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання управління окремими видами діяльності ВНЗ досліджувалися в працях Т.В. Шаповалової [5], О.А. Кратт [4], В.С. Журавського [2], С. А. Єрохіна [3], І.Р. Бузько [1] та ін. Авторами проаналізовано різні аспекти управління закладами вищої освіти у сучасних умовах: державне регулювання [2; 3], ринкова кон'юнктура [1; 4], інвестиційне управління [5] та ін. У той

же час, поза увагою дослідників лишається питання управління видавничою діяльністю ВНЗ а також її економічні параметри.

Метою статті є наведення результатів дослідження методичних основ оцінки витрат на видавничу діяльність ВНЗ

Виклад основного матеріалу дослідження. Ціноутворення виступає як один з основних важелів регулювання видавничої діяльності вищого навчального закладу (ВНЗ). Ціна в економічній теорії розглядається в двох аспектах: ціна як елемент стимулювання попиту і ціна як визначальний чинник довгострокової прибутковості організації.

При встановленні ціни на книжкову продукцію видавництвом ВНЗ враховуються обмеження по витратах і нормі прибутку, купівельна здатність книжкового ринку, ціни конкурентів-видавців. Встановлення ціни на видання повинне ґрунтуватися на всебічному аналізі чинників, що роблять вплив на вартість: зовнішніх і внутрішніх. При визначенні вартості видання необхідно враховувати дві обов'язкові складові ціноутворення, що складають: витрати на видання книжкової продукції (інтереси виробника) і суспільну потребу в даній продукції.

Нами було поставлено завдання знаходження найбільш вдалої моделі визначення ціни видання, що відображає витрати видавництва і інтереси покупця навчальної літератури. Були досліджені з точки зору ціноутворення учбові видання для системи вищої професійної освіти різних видавництв (Янтар, Ноулідж, Наука і освіта, Ельбрус та ін.). На основі статистичного відбору даних (ціни, об'єму, накладу, якості видання) були проаналізовані можливі варіанти розрахунку цін, виявлені їх достоїнства і недоліки.

В результаті розрахунку ціни методом калькуляції витрат (на базі даних випуску учбової літератури ряду ВНЗ) була виявлена структура основних витрат (редакційні, авторські, друкарські, комерційні), собівартість 1 екз. книги, визначений розмір націнки при реалізації продукції за заявленою ціною ВНЗ. Розрахунок проводиться по формулі (1): Облік власних витрат видавництва плюс прибуток на рівні очікуваної рентабельності проекту:

$$C = \left(\frac{A_{ред} + A_{авт} + A_{тин} + A_{адм}}{T} \right) \times (1 + R), \quad (1)$$

де: C – вартість друкарського видання;

$A_{ред}$ – редакційні витрати;

$A_{авт}$ – гонорар автора;

$A_{тин}$ – друкарські витрати;

$A_{адм}$ – адміністративні витрати;

T – наклад;

R – норма рентабельності.

Перевагами даного методу, на нашу думку, є наступні: обсяг прибутку є різницею між ціною і витратами на одиницю продукту; ціна повинна перевищувати величину повних витрат (собівартості); витрати піддаються аналізу і калькуляції; при зміні цін можливо визначити, якою має бути зміна обсягу, що компенсує зміну ціни. Недоліки методу: при визначенні ціни всі фактичні витрат відомі; розрахунково-планова ціна видання може опинитися нижче за ту ціну, яку покупці готові заплатити.

Серед методів ціноутворення, які умовно слід назвати ринковими, виділяють метод орієнтації на конкуренцію і метод, орієнтований на попит: розраховується середня ринкова ціна шляхом складання сумарної вартості аналогічних видань в поточний рік, віднесеного на загальний наклад всіх книг:

$$C_{св} = \frac{\sum_{i=1}^n C_i \times N_i}{\sum_{i=1}^n N_i}, \quad (2)$$

де: $C_{св}$ – середньозважена вартість видання;

C_i – i -й варіант вартості видання;

N_i – кількість книг з i -м варіантом вартості видання;

n – кількість ідентичних видань.

Серед переваг даного методу ми виокремлюємо: видавництво позбавляється від ризику, пов'язаного із призначенням ціни, яку ринок може не прийняти і зберегти свої ціни, поки не зміняться ціни конкурентів; видавник гарантовано отримує середній ринковий прибуток. Недоліки методу: якщо видання сприймається споживачами за умови, що має більшу цінність, чим видання конкурента, може бути втрачена можливість здобуття потенційного прибутку; можливість впливу видавця на ціну обмежена.

Попит покупців книжкової продукції досліджувався соціологічним методом. Для виявлення потенційного попиту на учбову і наукову літературу нами в 2009 – 2010 р.р. проведено дослідження потенційних споживачів і експертів в області видавничої діяльності ВНЗ у формі анкетного опитування.

Принципові питання для вивчення споживачів книжкової продукції ВНЗ були сформульовані виходячи з таких завдань:

- виявити потреби і мотиви споживачів книжкової продукції економічно-управлінській тематики;
- визначити і піддати аналізу критерії вибору споживачами видів і обсягів учбової книги;
- визначити і оцінити значущість основних джерел інформації при виборі учбового і наукового видання;

– виявити переваги споживачів з питання вартості видань ВНЗ.

Число експертів, що взяли участь в анкетуванні, склало 210 осіб, у тому числі співробітників ВНЗ – 31 особа., або 15% (доктори і кандидати наук, завідувачі кафедрами), студенти і аспіранти – 30 осіб. фахівці видавничих організацій – 57 осіб., або 27%, менеджери дилерських мереж з продажу учбової літератури – 60 осіб., або 29%.

Дослідженням виявлено, що одним з найважливіших чинників споживчої переваги є ціна як найсильніший інструмент впливу на вибір споживача. Встановлюючи ціну на видання в умовах ринкових відносин, доводиться враховувати цінові позиції конкурентів, тимчасові затримки між зміною цін і відповідною зміною обсягу продажів, еластичність попиту, особливості видання і умови його продажу.

Згідно з результатами, найбільш прийнятною ціною учбових видань ВНЗ з'явилася вартість в межах 25-50 грн. (31% респондентів) і 50-75 грн. (28% респондентів). Дана вартість прийнятна як для студентів, так і для викладачів. Також ця вартість дозволяє вигідно працювати видавництву. До ціни 25-50 грн. в більшості випадків схилиються студенти і аспіранти, які самостійно придбають підручники і навчальні посібники для вивчення дисципліни і складання іспиту (заліку). За високою ціною (100-200 грн. і більше) готові придбавати учбових видань 12% респондентів: професорсько-викладацький склад ВНЗ – в особисте користування, а також для поповнення фондів бібліотек ВНЗ.

Витрати на видання книг визначають мінімальний рівень ціни і зазвичай використовуються для визначення конкурентної ціни. Попит може показати її верхній рівень, тому фахівцям з ціноутворення необхідно також аналізувати ціни конкурентів-видавців.

Метод ринкової ціни передбачає, що видавець встановлює ціну на продукцію, виходячи з рівня середніх ринкових цін, що склався на книжковому ринку. Розраховуючи ціну на основі цього методу, видавництво позбавляється від ризику, пов'язаного із призначенням ціни, яку ринок може не прийняти і зберігає свої ціни до рівня витратної ціни, поки не зміняться ціни конкурентів.

Одним з найбільш гнучких методів визначення ціни є метод економетричного моделювання. (3)

$$Y = f(x_i) = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3, \quad (3)$$

де: Y – ціна видання;

x_1 – об'єм видання;

x_2 – наклад;

x_3 – коефіцієнт якості;

a, b_1, b_2, b_3 – коефіцієнти регресії

Переваги економетричного методу: можливість на базі реальних статистичних даних побудувати математичну модель ціни видання; багатofакторні дослідження попиту і пропозиції дозволяють отримати повноцінну картину ринку і виділити параметри, що впливають на розмір ціни. Серед недоліків можна відзначити: будь-які фактичні дані відображають ситуації, що існували на ринку у минулому; вибір параметрів для функцій попиту є складним завданням – досить важко відібрати чинники, які дозволять розрахувати достовірну величину попиту.

Висновки. Методичні основи оцінки витрат на видавничу діяльність ВНЗ є важливим інструментом планування та бюджетування діяльності ВНЗ. Такого роду підхід може використовуватися також в процесі управління якістю послуг ВНЗ при розрахунку економічних параметрів функціонування системи надання освітніх послуг.

Джерела та література:

1. Бузько І. Р. Розвиток ринку освітніх послуг в Україні в умовах глобалізації освітнього простору / І. Р. Бузько, В. Л. Бабаєвська / Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. – 2004. – Вип. 84. – С. 108-114.
2. Журавський В. С. Вища освіта як фактор державотворення і культури в Україні / В. С. Журавський. – К.: ІнЮре, 2003. – 416 с.
3. Єрохін С. А. Державне регулювання та ринкова саморегуляція економічної моделі вищої освіти / С. А. Єрохін // Актуальні проблеми Економіки. – 2004. – № 4. – С. 23-29.
4. Кратт О. А. Ринок послуг вищої освіти: методологічні основи дослідження кон'юнктури : монографія / О. А. Кратт. – Донецьк : ТОВ "Юго-восток ЛТД", 2003. – 360 с.
5. Шаповалова Т. В. Особенности инвестиций в образование как фактора экономического роста / Т. В. Шаповалова. – К. : ЦИПИН НАН Украины им. Г.М. Доброва; ГРОТ, 2002. – 12 с.