

ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ МЕРЕЖ НА ОСНОВІ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ-СУБСТИТУТІВ

Розглянуто підходи до формування мережевих форм розвитку інноваційної діяльності промислових підприємств. Проаналізовано стан традиційного та електронного книговидання в Україні та країнах ЄС. З урахуванням закордонного досвіду електронного книговидання визначено напрями вдосконалення організаційних структур підприємств у видавничій сфері.

Ключові слова: *видавництво, мережева структура, електронне книговидання.*

Характерною особливістю розвитку світової економіки в кінці ХХ – початку ХХІ ст. стало поглиблення процесів глобалізації, укрупнення бізнесу і ускладнення зовнішнього середовища. За цих умов відбувається інтенсивний розвиток різних форм міжфірмової кооперації, які прискорюють інформаційні потоки, розширюють географію і можливості взаємодії. Мережеві структури, які активно формуються та успішно діють як у межах окремих галузей, так і на міжгалузевому, міждержавному і глобальному рівнях, вимагають особливої уваги.

Функціонування мережевих структур відіграє важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності підприємств видавничо-поліграфічної галузі. Видавнича промисловість зазнає все більшої конкуренції з боку потужних іноземних холдингів та транснаціональних компаній. Це потребує пошуку додаткових резервів підвищення конкурентоспроможності підприємств та рівня ефективності виробництва. Тому вивчення цього феномена є однією із актуальних теоретичних та практичних проблем і обумовлює необхідність розробки теоретико-методологічних підходів до управління мережевими структурами, їх формування та розвитку.

Дослідженню причин виникнення та особливостей функціонування мережевих структур присвячено праці провідних закордонних та вітчизняних економістів. На особливу увагу заслуговують роботи Л. В. Архипова, Л. М. Ганущак-Єфіменко, М. Кастельса, Д. Старка, М. Ханни, Х. Хакансон. Однак, незважаючи на підвищену увагу до питань сутності та типології мережевих структур, механізм розвитку інноваційної діяльності в межах підприємницьких мереж залишається неформованим.

Теоретичною та методологічною базою дослідження слугували понятійний апарат синергетики, а також аналіз праць вітчизняних та зарубіжних вчених, що займалися дослідженням інноваційного потенціалу підприємств.

Ураховуючи світові тенденції використання цифрових технологій та перехід до технології електронного книговидання виникає потреба у

дослідженні системи управління життєвим циклом товарів-субститутів видавничо-поліграфічної галузі України.

Метою дослідження є формування основних підходів до розвитку підприємницьких мереж.

У сучасних умовах ринок книжкової продукції характеризується значним скороченням кількості видань, що припадає на одного жителя, зменшенням обсягів реалізації періодичної преси, зростанням цін на продукцію, зменшенням рівня платоспроможного попиту та, як наслідок, кількості українських видавництв.

Упродовж минулого десятиліття спостерігається зниження обсягів книговиробництва. У 1999 році в Україні видано 21 млн. книжок, що становило близько 0,4 книжки на одного жителя. Законодавча підтримка сприяла покращенню ситуації в галузі. Так у 2007 році (один із багатьох років, у якому спостерігалось покращення книгозабезпеченості) порівняно з попередніми роками було видано 56,1 млн примірників, що становить 1,2 на одного жителя України. Однак відчутне зростання обсягів видавництва не спостерігається, що зумовлене недостатнім рівнем виконання нормативно-правових актів та недостатнім фінансуванням підприємств галузі.

Критичне зниження кількості видань, що припадає на одного жителя, спостерігаємо у 1994, 1998 та 2003 роках. У 1994 році було видано 1 книгу на одного жителя України, у 1999 році – 0,4, у 2003 році – 0,8. [3] Диференційний аналіз показав, що темпи зростання книговидання до кризового 2008 року (адже криза почалася восени 2008 року, і не будемо рахувати цей рік як повністю кризовий) збільшилися на 5 %. Проте криза зумовила зниження темпів книгозабезпечення на 24 %. У 2011 році бачимо, що темпи зростання повернулися до рівня докризового року, що свідчить про вихід нашої сфери дослідження до докризового стану. Для порівняння у Російській Федерації на 1 мешканця припадає 4 примірники, у Білорусії – 6, у країнах Євросоюзу (Німеччина, Іспанія, Франція, Нідерланди) цей показник коливається в межах 5 – 8.

Простежуємо тенденцію до постійного зменшення накладу книг. Так, відповідно до статистичних даних, опублікованих Книжковою палатою України у 2010 році, було видано 22557 найменувань книг загальним

накладом 45,058 млн примірників, що становить на 1 % більше, ніж у 2009 році за найменуваннями та 7,1 % менше за накладом [1]. Загальні дані про випуск книг та брошур за 1991 – 2011 роки наведені у табл.1 [4].

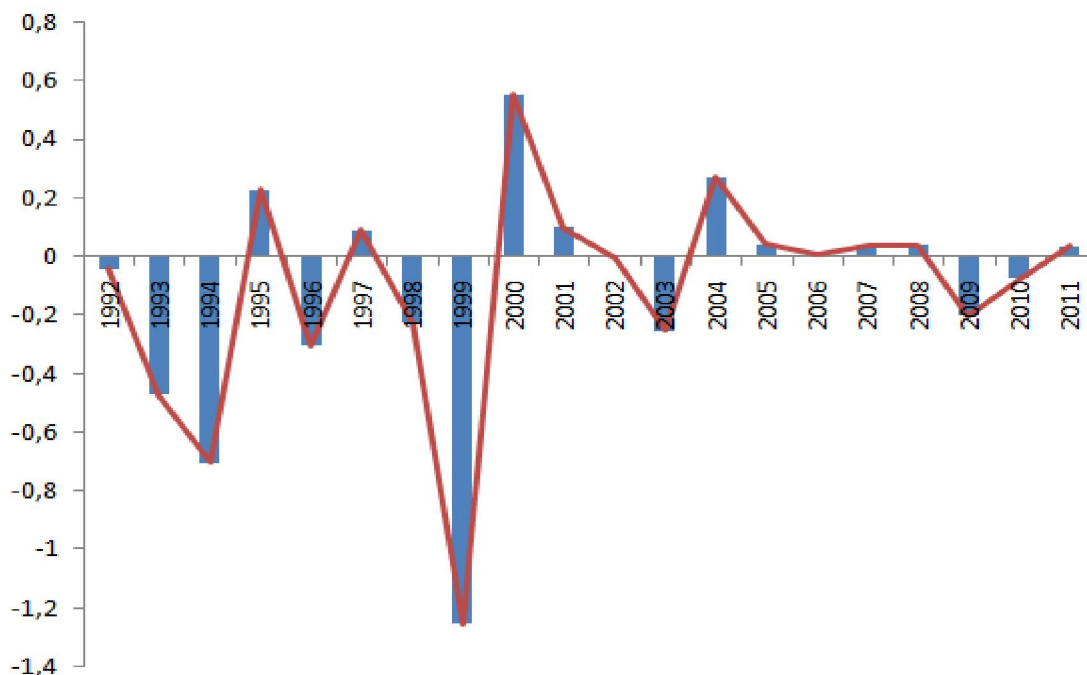


Рис. 1. Темп зміни показника книгозабезпечення населення України в 1992-2011 роках*

*Розроблено автором за даними [3, 7]

Таблиця 1. Випуск книг і брошур в Україні у 1991–2011 роках

Рік	Кількість книг і брошур, друк. од	Річний тираж, тис. пр.	Середній тираж, од. видання, тис. пр.	Кількість книг і брошур на одного жителя в Україні, пр.
1991	5855	136415,9	23,3	2,6
1992	4410	128470,7	29,1	2,5
1993	5002	87567,0	17,6	1,7
1994	4752	52161,0	10,9	1,0
1995	6109	68156,0	11,2	1,3
1996	6074	51777,1	8,5	1,0
1997	7004	55841,3	7,9	1,1
1998	7065	44150,0	6,2	0,9
1999	6282	21985,6	3,5	0,4
2000	7749	43562,9	5,6	0,9
2001	10614	50324,5	4,7	1,0
2002	12444	47862,9	3,8	1,0
2003	13805	39462,9	2,9	0,8
2004	14790	52804,7	3,6	1,1
2005	15720	54059,8	3,4	1,15
2006	15867	54209,6	3,4	1,16
2007	17987	56111,7	3,1	1,21
2008	24040	58158,1	2,4	1,26
2009	22491	48514,4	2,2	1,05
2010	22557	45058,3	2,0	0,98
2011	22826	46565,7	2,0	1,02

За одинадцять років нового тисячоліття удвічі збільшилась кількість назв, проте показники загального

тиражу не досягли рівня 2001 року (див. рис. 2).

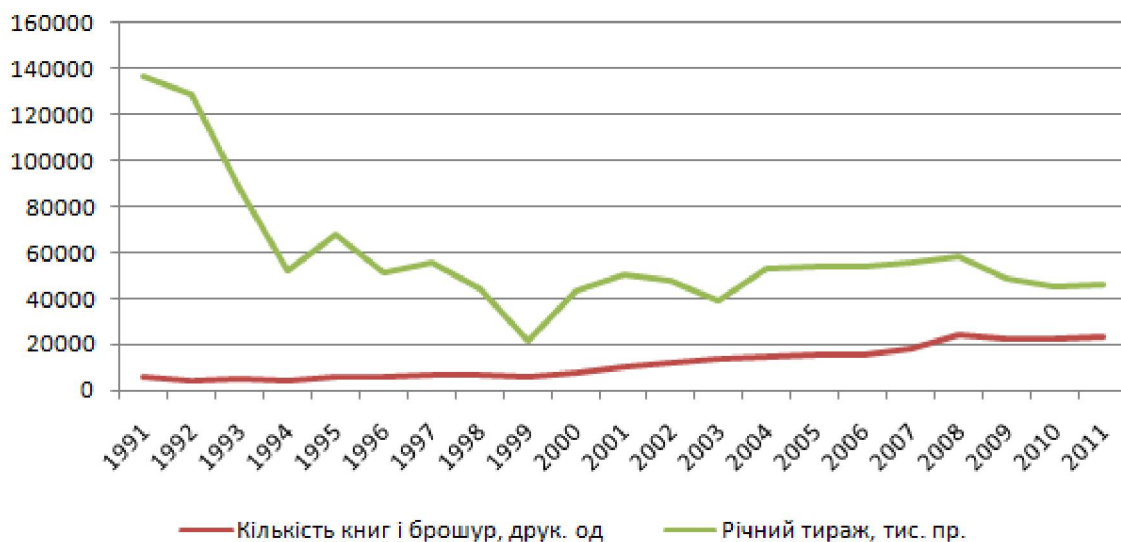


Рис. 2. Кількісні показники книговидання в Україні у 1991-2011 роках*

*Складено автором на основі [3; 4]

Погоджуючись з твердженням О. Афоніна, зазначимо, що за роки незалежності обсяги книговидавництва впали у 4 рази. Наприкінці 80-х обсяг виданих книг складав 189,5 млн. примірників і 8449 назв, що відповідно складає 3,7 книги на одного мешканця.

Аналізуючи вищевикладене, хочемо зазначити, що в Україні електронне книговидання, яке є одним із провідних трендів світового видавничо-поліграфічного ринку, порівняно малопоширене і недостатньо вивчене явище. Надамо визначення цьому поняттю. У вітчизняній літературі термін «електронна книга» використовується у двох дефініціях:

- текстовий чи інший документ, представлений в електронному (цифровому вигляді);
- узагальнена назва цифрових пристроїв, що використовуються для читання електронних документів (рідери).

У зв'язку з цим пропонується здійснити аналіз системи виробництва та розповсюдження електронних видань, що містять елементи інтелектуальної власності.

Розвиток ринку електронних видань у 2011 р.

виглядає досить динамічним. За оцінкою експертів, за рік оборот від легальних продажів електронних книг у країнах СНД зросли порівняно з 2010 р. більш ніж у 2 рази. Ринок електронної книги в Україні стійко зростає впродовж останніх трьох років (у середньому на 120 % у рік), і його обсяг у 2011р. перевищив показник 2008 р. у 12 разів [1].

Основними учасниками ринку електронних книг у СНД є компанії «ЛітРес», «Аймобілко» та «ObreeyProducts». Мережевий ресурс «ЛітРес», як і раніше, залишається основним утримувачем пакета авторських прав на розповсюдження книг у російському сегменті Інтернету. При цьому близько 40 % продажів електронних книг компанії «Аймобілко» забезпечуються за рахунок ексклюзивного контенту, що агрегується компанією «ЛітРес».

Активно розвивається сегмент електронних книг у провідних зарубіжних країнах.

Показники розвитку ринку друкованих та електронних видань у деяких країнах світу у 2009 – 2011 роках наведені у табл. 2.

Таблиця 2. Показники розвитку ринку друкованих та електронних видань в обраних країнах Європейського Союзу у 2009 – 2011 роках

Показник	Німеччина	Франція	Іспанія	Нідерланди
Загальний обсяг книжкового ринку (в роздрібних цінах)	9,691 млрд. євро*	5,6 млрд. євро*	2,89 млрд. євро**	1,168 млрд. євро
Кількість видань, що видаються щорічно	93124*	66595**	80000	21337
Кількість видань на 1 млн жителів	1138	1064	1700	1293
Загальна кількість найменувань електронних книг, запропонованих видавцями	25000	22000	10000	5000
Частка продажів електронних книг у загальному об'ємі продажів книжкової продукції	1,0%***	1,8%***	1%***	1,2%***

Дані за * – 2009 рік, ** – 2010 рік, *** – 2011 рік

Складено автором на основі [11]

Істотними факторами, що стимулюють попит на електронні книги, є доступність легального контенту. Так, за даними Міжнародного цифрового видавничого форуму (IDPF), у 2011 р. у провідних світових

видавництв частка електронної книги у продажах складала в середньому 15%. Асортимент провідних світових видавництв-агрегаторів наведено в табл. 3 [11].

Таблиця 3. Асортимент ключових учасників ринку електронних книг

Країна	Основні учасники	Кількість найменувань в асортименті, тис. шт.	Кількість найменувань на національній мові, тис. шт.
Великобританія	Amazon Overdrive eBookLibrary	1000	
США	Amazon Barnes&Noble Apple	950 2000 60	22
Франція	Numilog Fnac	164 82	
Німеччина	Libri Libreca!	80 450	28 80
Російська Федерація	ЛитРес Аймобилко Ozon.ru	200 30 14	60 14
Україна	ObreeyStore	300	

*Складено автором на основі [11]

Аналізуючи ситуацію, що склалась, вважаємо, що необхідно вирішити низку проблем:

- підвищити ефективність системи книгорозповсюдження. За даними Книжкової палати України, 1 книгарня припадає на 96 тис. населення;
- недостатнє фінансове забезпечення підприємств галузі та високий рівень зношеності більшості поліграфічних підприємств;
- відсутність спеціалізованого інформаційного забезпечення книговидавничих та підприємств розповсюджувачів;
- низька популярність електронного книговидання.

Ключовим питанням розвитку ринку електронної книги в Україні є питання розвитку бізнес-моделей її продажу. У наш час існують три таких моделі.

Перша — продаж електронних книг у вигляді файлів. У США цю модель реалізує Amazon, на українському ринку — ObreeyStore. Особливої уваги заслуговує модель, коли ключові учасники (наприклад, мережа магазинів Barnes&Noble) активно підписують читачів на свої рідери зі завчасно встановленим контентом, і тим самим активно завойовують частку ринку та створюють перспективні передумови на майбутнє. Учасники вітчизняного книжкового рітейлу планують створення спільної з видавцями бізнес-моделі, коли видавець надає книготорговцю контент і разом з ним продає його читачеві на спільно створеному рідері.

Друга — це передплатна модель, коли користувач за передплатою отримує повний доступ до того чи іншого ресурсу на певний період часу (з можливістю продовжити передплату по її закінченні або відмовитися від неї). Вищезгадану модель досить часто використовують на Заході, але в Україні при її реалізації є істотні ризики взаємодії між видавцями та власниками контенту.

Третя модель вимагає інвестицій з боку видавців

— це мультимедійні додатки до електронних книг, виконані на базі основного контенту. Ринок електронних додатків поки невеликий, але його потенціал заслуговує на особливу увагу. Має попит замовників література професійного спрямування, коли текст може бути доповнений інтерактивними вставками, відео- та аудіододатками, можливістю тестування своїх знань.

Зміна способу створення та дистрибуції книг викликає необхідність організаційних змін у видавництвах. Найбільш вірогідні скорочення у відділах продажів при розширенні служб маркетингу та ІТ за рахунок залучення програмістів і розробників електронних книг та додатків.

Як зазначають дослідники [2; 5], організаційні трансформації здійснюються в одному з напрямів:

- інтеграція, тобто об'єднання, співпраця і кооперація підприємств, з метою підвищення ефективності їх діяльності;
- дезінтеграція з утворенням напівавтономних або автономних структурних одиниць [2, с. 64].

Погоджуючись з думкою фахівців, наголосимо, що в посткризовий період для підприємств видавничо-поліграфічної галузі України характерні наступні тенденції:

- створення партнерських мереж та об'єднань;
- розукрупнення шляхом упровадження незалежних бізнес-одиниць або надання права автономії.

На сучасному етапі розвитку більшість структур видавничо-поліграфічної галузі поєднують види діяльності, які в класичній системі належать до різних підсистем, а саме: створені видавничо-поліграфічні, видавничо-розповсюджувальні, видавничо-поліграфічно-розповсюджувальні організації.

Ураховуючи вищесказане, виділимо наступні моделі зв'язків у партнерських мережах видавничих підприємств, а саме: класичні, одноосібні, змішані.

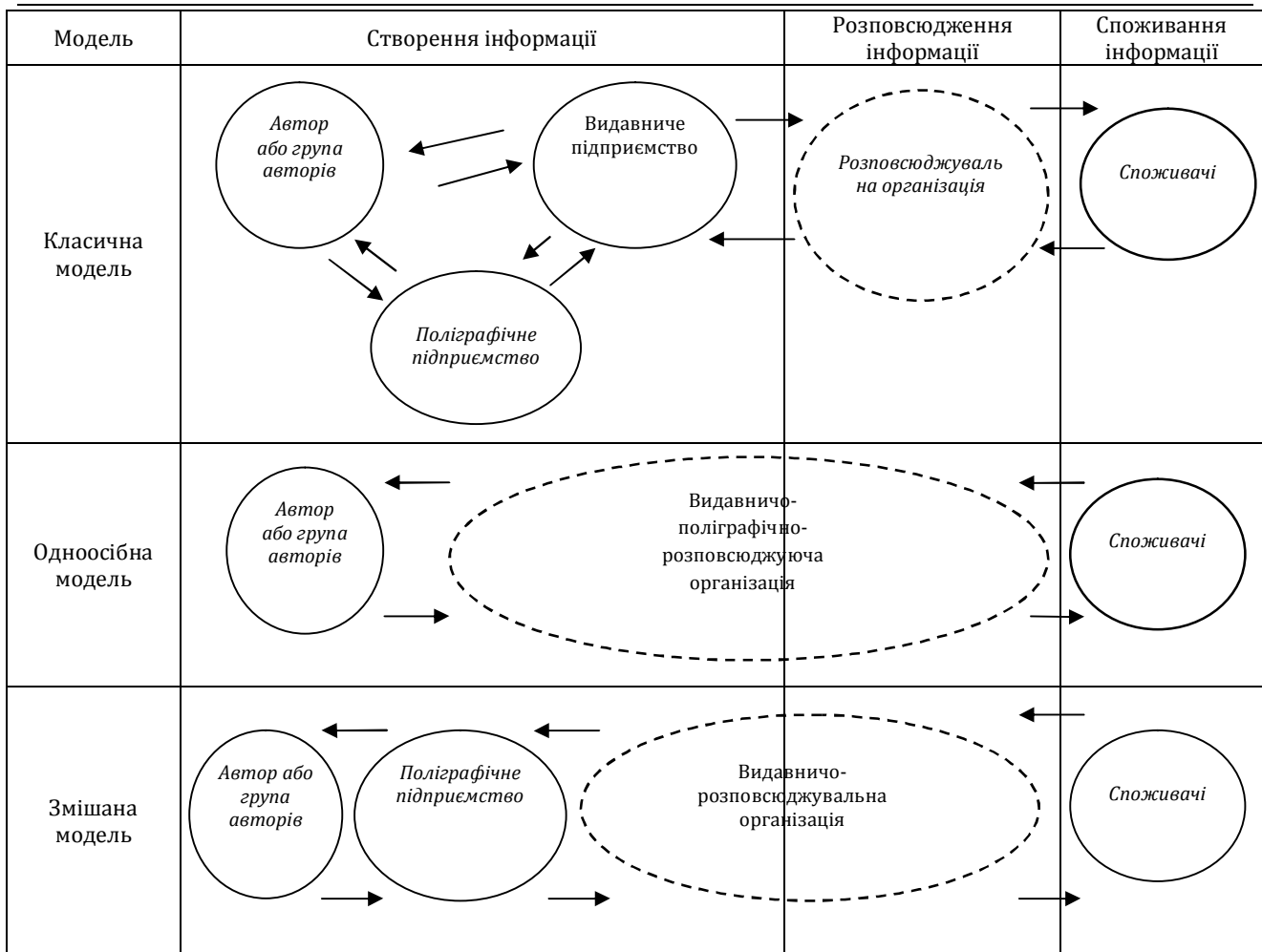


Рис. 3. Порівняльний аналіз моделей зв'язків у партнерських мережах видавничих підприємств*
*Розроблено автором

Звернемо увагу на формування у видавничому бізнесі нового типу організаційних об'єднань – партнерських мереж, які здатні забезпечити зменшення рівня витрат, підвищити конкурентоспроможність підприємств-учасників та отримати синергетичний ефект функціонування.

Популярною практикою є відкриття кроссмедійного відділу у складі власної оргструктури [10], наприклад, через поглинання стартапів або вступ у стратегічні

партнерські мережі з ними.

Кросмедійна модель зв'язків як економічна система об'єднує шість підсистем: авторське середовище, видавництва, R&D-підприємства, поліграфічні підприємства, книготорговельні організації та читачьке середовище. Модель має процесний характер. Крім процесу, основними складовими її є вхід, вихід, обмеження і обернений зв'язок (рис. 3).

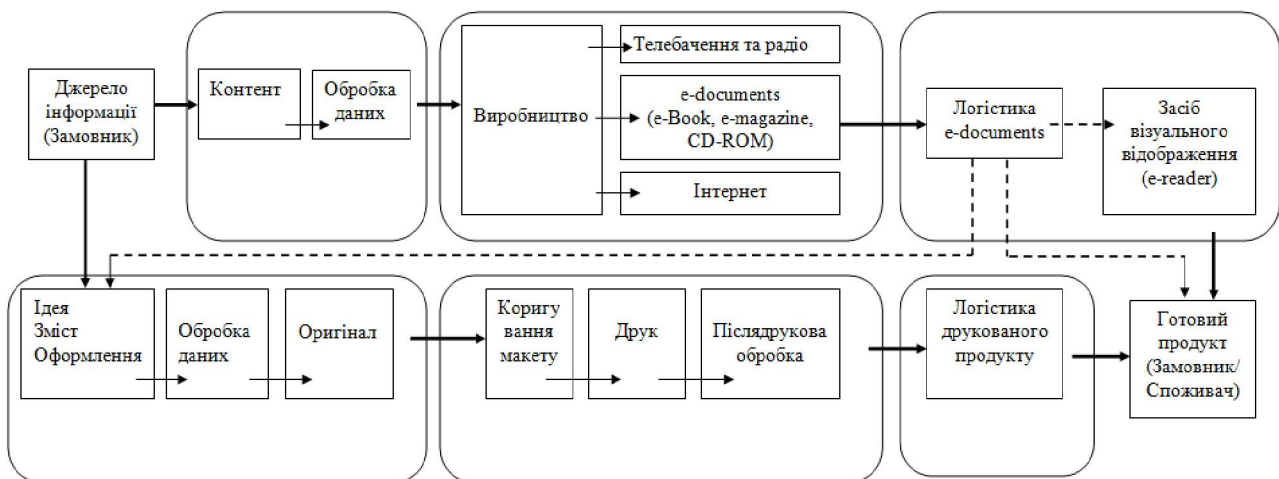


Рис. 3. Кросмедійна модель зв'язків видавничих підприємств*
*Розроблено автором

Традиційні книжкові магазини продовжують розвивати сервіси, разом із продажем електронних книг і друком на вимогу [8]. Остання технологія реалізовується кількома шляхами. Один із них — вибір книги в базі POS-терміналу компанії-партнера, встановленого на майданчику книжкового магазину.

Таким чином, на підставі результатів аналізу статистичної інформації видавничої сфери у 2013-2015 роках зазначимо, що можливим варіантом зміни бізнес-моделей є відкриття кроссмедійного відділу у складі видавничих об'єднань підприємств. У такому випадку використання стратегічних партнерських мереж між видавництвами та R&D-компаніями зможуть зберегти і навіть збільшити обсяги продажів, що призведе до

зростання видавничого ринку.

Для подальшого дослідження можливості застосування мережевого підходу для підприємств видавничо-поліграфічної галузі необхідно провести аналіз типологій партнерських мереж, що обумовлюють вибір певного типу організаційної моделі розвитку інноваційної діяльності.

Науковою новизною є методичний підхід до формування підприємницьких мережевих структур з використанням процесного підходу на основі розробки та реалізації товарів-субститутів, які, на відміну від наявних, надають можливість використання останніх, таких як електронні книги, конвергентні медіа у видавничій галузі.

Список літератури

1. Афонін О. Стан української книги в межах I-го півріччя 2011 року / О. Афонін // Портал української книжкової індустрії uabooks.info [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://uabooks.info/ua/book_market/analytics/?pid=3942. — Назва з екрана.
2. Буряк П. Ю. Інтегровані підприємницькі структури: формування, ефективність, потенціал [Текст]: монографія / П. Ю. Буряк. — Л.: Логос, 2007. — 468с.
3. Випуск видавничої продукції в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrbook.net/>. — Назва з екрана.
4. Випуск неперіодичних видань в Україні у 2011 році згідно статистичного звіту ДНУ «Книжкова палата України імені Івана Федорова» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://comin.kmi.gov.ua>. — Назва з екрана.
5. Дурняк Б. В. Видавнича справа та поліграфічна діяльність в Україні [Текст]: моногр. / Б. В. Дурняк, А. М. Штангрет, О. В. Мельников, Я. М. Угрин; М-во освіти і науки України. Укр. акад. друкарства; рец.: М. І. Сенченко, О. М. Велічко, Є. М. Палига. — Львів: Українська академія друкарства, 2009. — 150 с.
6. Про підсумки роботи Державного комітету телебачення і радіомовлення України у 2011 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://comin.kmi.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=90013&cat_id=74142. — Назва з екрана.
7. Статистичний щорічник України за 2011 рік / Держкомстат України. — К.: Техніка 2011. — 125с.
8. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу [Текст]: навч. посіб. / В. І. Теремко. — К.: Академвидав, 2009. — 136 с.
9. Швайка Л. А. Економіка видавничо-поліграфічної галузі [Текст]: підруч. / Л. А. Швайка, А. М. Штангрет // — Львів: Укр. акад. друкарства, 2008. — 480 с.
10. Шпак В. І. Видавничий бізнес. Теорія і практика [Текст]: навч. посіб. / В. І. Шпак; рец.: Ю. В. Бондар, В. Г. Олійник, І. Ф. Лубченко. — Київ: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2010. — 384с.
11. Global eBook Market, 2011 [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.publishersweekly.com/binarydata/ARTICLE_ATTACHMENT/file/000/000/522-1.pdf — Назва з екрана.

РЕЗЮМЕ

Бех Игорь, Смоляр Любовь

Формирование предпринимательских сетей на основе разработки и реализации товаров-субститутів

Рассмотрены подходы к формированию сетевых форм развития инновационной деятельности промышленных предприятий. Проанализировано состояние традиционного и электронного книгоиздания в Украине и странах ЕС. С учетом зарубежного опыта электронного книгоиздания определены направления совершенствования организационных структур предприятий в издательской сфере.

RESUME

Bekh Igor, Smoliar Liubov

Formation of entrepreneurial networks based on development and implementation of substitutes

The article is devoted to the problem of approaches to the formation of network forms of innovation activity development at industrial enterprises. State of traditional and e-book publishing in Ukraine and countries of EU is analyzed. Directions of organization structures improvement of publishing enterprises are determined according to foreign experience.

Стаття надійшла до редакції 06.03.2013 р.