

УДК 330.341.1:655.59

С. Миклушка

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СФЕРІ КНИГОВИДАННЯ

Здійснено аналіз сучасних інноваційних процесів у книговидавничій галузі України. Розглянуто міжнародний досвід впровадження інновацій у сфері книговидання. Окреслено можливі наслідки впливу електронної книги на подальшу діяльність книговидавців.

Ключові слова: інновації, інноваційний розвиток, інноваційна діяльність, сфера книговидання, електронна книга.

З розвитком тенденцій щодо глобалізації світової економічної системи виникає потреба в підвищенні якісних та кількісних параметрів виробництва продукції на основі досягнень наукового прогресу. При цьому особливого значення набуває процес формування інноваційного розвитку підприємств та розробка ефективної системи його забезпечення.

Питання впровадження інновацій на підприємствах різного професійного спрямування висвітлені у працях В. Александрова, Ю. Бажала, А. Гальчинського, В. Гейця, С. Герасимчука, П. Завліної, М. Крупка, А. Кузнєцова, О. Лапко, В. Мединського, Б. Пасхавера, В. Петрова, В. Семиноженка, Н. Сіренко, В. Ситника, В. Трегобчука, Р. Фатхутдінова, Л. Федулової, Й. Шумпетера, О. Шубравської, М. Чумаченка та інших.

Незважаючи на очевидний прогрес, досягнутий в інноваційній теорії економічного розвитку підприємств, залишаються невирішеними ще низка проблем, пов'язаних із упровадженням інновацій у видавничій галузі. Саме тому, метою дослідження є визначення інноваційних процесів і трансформацій, які відбуваються під дією інноваційного розвитку на сучасному етапі у сфері книговидання, а також аналіз впливу цих змін на подальшу діяльність галузі.

В умовах інтеграційних та глобалізаційних процесів, що притаманні сучасному стану економіки, одним із основних джерел інтенсивного розвитку українських підприємств у будь-якій галузі стають не природні ресурси, а інновації – за умови їх активного і ефективного використання. Інноваційна діяльність галузі визначається її інноваційною активністю і залежить від технологічного розвитку, наявності і характеристик інноваційного потенціалу та організаційної структури. Інноваційний потенціал є однією з основних характеристик діяльності галузі, яка поєднує в собі сукупність визначальних властивостей і її здатність вигідно для себе використовувати вплив динамічного зовнішнього середовища та можливості, які існують в її внутрішньому середовищі. Це дає змогу використовувати його як потужний інструмент прийняття управлінських рішень.

Перші погляди на роль інновацій у розвитку суспільства сформовані А. Сміттом ще у XVIII ст. Він визначив та обґрунтував вплив технологічних новацій на зростання ефективності діяльності. Бажання робітників отримати вищу заробітну плату та поліпшити умови праці стали основою більшості технологічних інновацій [1].

У теорії інноваційного розвитку, розробленій Й. Шумпетером, найширше висвітлено терміни “інновація”, “інноваційний процес”, які були сформовані економістом шляхом узагальнення наукових досліджень.

Інновації, за Й. Шумпетером, – не просто нововведення, а нова функція виробництва. Це зміна технології виробництва речей, яка має історичне значення і є необхідною; це стрибок від старої виробничої функції до нової. Започаткування та розвиток нових видів діяльності зумовлюють появу нових підприємств, що потребує організаційних нововведень [2]. Основні положення теорії відомого економіста стали підґрунтям усіх інноваційних концепцій, розроблених західними економістами. Зокрема, він стверджував, що поява принципово нових товарів та форм виробництва є наслідком інновацій. Формотворчий зміст інновацій зумовлює появу нових галузей і сфер виробництва, що у підсумку сприяє економічному зростанню. Втім для появи інновацій і їх поширення необхідні певні умови. Щодо цього питання, то існують такі думки. Так, Г. Менш доводив існування довгих хвиль економічного розвитку, які зумовлюють періодичність потоку інновацій, що узгоджується з теорією М. Кондратьєва [3]. Спрощено модель інноваційного процесу можна подати як кілька послідовних етапів: наука – техніка – виробництво [4].

Ці теоретичні положення легко можна спроектувати і простежити їхню вірогідність, розглядаючи розвиток книговидавничої галузі, який власне і є результатом розвитку науки. Наукові дослідження втілювалися в новинки техніки і технології, і як наслідок, ми зараз спостерігаємо кардинальні зміни в поліграфічній галузі, зокрема у виробництві, продуктах, попиті та інших показниках, які характеризують її діяльність.

Такою інновацією, яка спровокувала кардинальні зміни у поліграфічній галузі, була поява і бурхливий розвиток Інтернету, який збував абсолютно всі процеси в інформаційній сфері та в усіх вимірах суспільного життя, соціально-економічної, культурної діяльності людства. Радикально змінивши інформаційне життя, Інтернет стимулював інтегрування видавничої і медійної галузей, формування на цій основі галузі мультимедійної, синтезувавши текст, звук, відео, спричинив увиразнення їх у книзі, яку зараз називають електронною книгою [5].

Електронна книга на сьогодні є головним конкурентом друкованої книги. Саме поява цього конкурента на ринку спричинила радикальну реорганізацію в діяльності таких гігантів видавничої індустрії, як Simon & Schuster, Macmillan, HarperCollins, Doubleday і Houghton Mifflin, Barnes & Noble.

Зазначимо, що випуск електронних книг розпочався, порівняно з 5-ти столітньою історією друкованої книги, недавно – у 1971 р., завдяки першим крокам проекту “Гутенбергер” – цифрової бібліотеки для суспільного користування. Однак, як зазначає О. Хамула, за такий короткий час вона стала найсильнішим стратегічним викликом у видавничій сфері [6]. У ній одні фахівці вбачають передумови піднесення видавничої справи на рівень потреб сучасної цивілізації, інші – деградаційні тенденції і джерело ще не пізнаних психокультурних проблем.

Вагомий внесок у розвиток електронного книговидання внесла найбільш розвинена глобальна комп’ютерна мережа Інтернет, яка створила потенційно найбільші і найдинамічніші електронні ринки. Насамперед причиною цього стало надзвичайно швидке зростання кількості користувачів мережі Інтернет. Другою причиною швидкого розвитку електронних ринків всіх галузей виробництва став розвиток електронної комерції B2C (англ. business-to-consumer) між споживачами та фірмами через здійснення електронних транзакцій. А це, своєю чергою, відкриває нові перспективи для ведення бізнесу та є каталізатором створення абсолютно нових моделей ринкових відносин, абсолютно нових об’єднань партнерів і абсолютно нової економіки.

Електронна комерція В2С створила нові можливості не лише для інформаційної та телекомунікаційної галузей, але і для всіх інших галузей економіки. Видавнича галузь не стала винятком, вона повільно, але впевнено залучає свої активи у розвиток електронного видавництва: “Видавнича галузь перебудовується на цифровий формат. За останніми даними, цифровий ринок виріс на 153%. Ми повинні зрозуміти, якої політики дотримуватися в цьому питанні, як рухатися в правовому полі, визначити практичні завдання тощо. Власне, коли кажу про розуміння, маю на увазі його досягнення в процесі розмови один з одним, навчання один в одного, спільної роботи над виробленням шляху організованого переходу видавничої галузі на цифровий формат...” – зазначив Дж. Баммель, учасник міжнародного семінару “Роль авторського права у процесі розвитку видавничої галузі” [7].

Загалом Інтернет як нова територія для ведення бізнесу надає широкі можливості відображення реальної економіки держави у віртуальному всесвіті.

Електронне видавництво та електронна комерція представили нові можливості та випробування перед книговидавцями та книготоргівельними організаціями у створенні та реалізації певного товару. Основною та новою бізнес-стратегією став продаж друкованих видань та електронних версій видань за допомогою електронних крамниць (інтернет-магазинів). Великі гравці світового книжкового ринку, підхопивши зростаючу тенденцію популярності портативних пристроїв, спричинили справжній переворот на ньому. У США, де у 2008 р. Інтернет став найбільшим каналом розповсюдження видавничої продукції (23%), на 1% випередивши мережеві книгарні, і продовжує нарощувати свій потенціал. Так, у 2009 р. кожен п'ятий американець надав перевагу електронній книзі, відмовившись від придбання паперової. У 2010 р. продаж електронного контенту в цій країні сягнув 1 млрд дол. (7,2% книжкового ринку). Значною мірою це відбулося завдяки світовому лідеру – компанії “Amazon” [8]. За повідомленнями зазначеної компанії, у другому кварталі 2010 р. продажі книг для власного читаючого пристрою “Kindle” вперше перевершили продаж книг у палітурці (140 електронних книг на кожну сотню книг в палітурці). Ця тенденція продовжилась і у січні 2011 р. щодо книг в обкладинці [9]. Загалом у 2010 р. продажі електронних книг зросли майже на 40%. У 2011 р. більше третини книговидавців випустили 75% своїх видань у вигляді електронних книг [10]. Ці цифри свідчать про високу перспективність електронного книжування на ринку, яка, своєю чергою, стимулює до подальшого детального дослідження і аналізу електронних книжок як інноваційного перевороту у книговидавничій галузі.

Найактивніше розвивають електронне книжування європейські, американські та японські (у цій країні вже діє асоціація видавців електронної книги) видавці, для яких Інтернет має “могутнє стратегічне значення” [11].

Усвідомивши важливе значення розвитку електронного видавництва, українські видавці опинилися перед вибором фундаментальних стратегій розвитку: зосереджуватися тільки на друкованій книзі чи, не полишаючи роботи з нею, розвивати електронну книгу і гібридні продукти, а може – тільки електронну книгу [12]. Вибір відповідної стратегії безумовно не є легким, адже з одного боку, статистика свідчить про тріумфальну ходу електронної книги просторами світу, масову трансформацію друкованої форми у цифрову, а з іншого – про неминучий дефолт електронної книги на фоні нормативного та технологічного безладу. Все це фактично змушує видавця приміряти нове амплуа – стати підприємцем, першочерговим завданням якого буде активна маркетингова діяльність, а саме: дослідження ринку з метою визначення об'єктивних економічних

тенденцій розвитку ринку книги, як електронної, так і друкованої: попиту, пропозиції, ціни, стану конкуренції тощо [13].

Визначити попит на електронну книжку видавці зможуть через дослідження рейтингів закачування споживачами книжок на свої електронні пристрої для читання та через фільтрацію відгуків про певне видання. Що ж стосується друкованого варіанту книжки, то видавці змушені будуть виконувати функцію фільтрування, щоб у друк потрапляла тільки та література, яка вже буде відібрана споживачами і визнана ними, як цікава і затребувана.

Видавці не можуть ігнорувати й того факту, що впровадження електронного читання стає елементом політики багатьох держав у сфері освіти. Найрадикальніша позиція щодо цього спостерігається у Південній Кореї, яка з 2011 р. відмовилась від використання у школах паперової книги.

В Україні розроблено і затверджено Національний проект “Відкритий світ” [14], місією якого є створення національної освітньої інформаційної мережі. Реалізація цього проекту, за задумом його авторів, сприятиме підвищенню конкурентної спроможності країни; зайняттю провідних позицій у світі за якістю надання освіти та досягнення комп’ютерної грамотності; створенню умов для розвитку національної науки та наукомістких технологій; ефективній розбудові інформаційного суспільства; підготовці покоління української інтелектуальної еліти та інтеграції в європейську та світову системи освіти.

Придивляючись до процесів, що символізують втрату книгою статусу “центру культурної арени”, видавці стоять перед вирішенням двох, на перший погляд, антагоністичних завдань: захисту позицій, підвищення конкурентоспроможності друкованої книги й одночасного захоплення стратегічних вершин на просторах електронної книжності.

Доцільно зазначити, що електронна версія книжки завжди є дешевшою, оскільки в процесі її створення відсутні такі статті витрат, як: матеріали, друк, доставка тощо. Однак це не дає підстав стверджувати, що електронна книжка повністю витіснить друковану, яка має свого постійного читача і поціновувача.

Розвиток електронного знижування, на нашу думку, дасть змогу споживачам видавничої продукції самим здійснювати вибір між дешевшим електронним і дорожчим друкованим варіантом однієї і тієї ж книги. При цьому, вибираючи традиційну форму книги, читач зможе отримати її в дизайнерському, укомплектованому, згідно з вимогами замовника, вигляді.

Зазначимо, що використання новітніх комунікаційних технологій у видавничій галузі є передумовою заміни видавництвами стратегії “видаю – просую” на стратегію “просую – видаю”, що суттєво знижує ризики діяльності.

Хочемо звернути увагу і на те, що не вся література є однаково привабливою для електронного книговидання. Так, наприклад, вузькоорієнтовані книги і журнали, що розраховані на читачів із спеціальними запитами на знання в різних галузях (таких, як медицина, юриспруденція, бізнес, технології, наука та гуманітарна наука) не будуть мати постійного попиту, оскільки вони не спрямовані на широку аудиторію і не потребують частого оновлення. Водночас попит на електронні видання довідково-енциклопедичної, словникової, наукової, навчальної, прикладної літератури постійно зростатиме. Це пов’язано, здебільшого, із задоволенням інформаційних та пізнавальних потреб широких верств населення. Підставами для таких передбачень можна назвати: збільшення у

шкільних класах і аудиторіях вищих навчальних закладів кількості молодих людей, у пізнавальній культурі яких утверджується екранне читання; нагнітання спеціально дібраної інформації, яка у критичних обсягах і цілеспрямовано вибудованих рекламних формулах (“У школу з одним підручником”, “Кожному учневі по комп’ютеру”, “Букрідер у кожен ранець” тощо) конвертується у соціальну моду. Ці тенденції живлять і прогнози, згідно з якими у сфері електронної книжності бізнес-інтереси центруватимуться не лише на контенті, а й на засобах, технологіях оперування ним. А бізнес – це рушій торговельного сегменту видавничого ринку, що свідчить про слідування видавничої справи в Україні вище наведеному напрямку ринку.

З огляду на вищенаведене, можна зробити висновок, що інноваційні процеси у сфері книговидання набувають стрімкого розвитку в Україні. Основною новацією у цій сфері безумовно є електронна книга, випуск якої дасть змогу споживачам видавничої продукції самостійно здійснювати вибір друкованого чи електронного варіанту книги, враховуючи їх дизайн і вартість.

Упровадження електронного знижування, на нашу думку, суттєво змінить видавничі стратегії підприємств, задіяних у цій сфері, що сприятиме значному зниженню ризиків їх діяльності.

Література

1. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов [Текст] / А. Смит. — М. : Наука, 1993. — С. 45.
2. Шумпетер И. Теория экономического развития [Текст] / И. Шумпетер. — М. : Прогресс, 1982. — 453 с.
3. Mensch G. Stalemate in technology: Innovations overcome the depression [Text]. — Ballinger – Cambridge (Massachusetts) : [s. n.], 1979. — 179 с.
4. Йохна М. А. Економіка і організація інноваційної діяльності [Текст] / М. А. Йохна, В. В. Стадник. — К. : Видавничий центр “Академія”, 2005. — С. 14.
5. Теремко В. І. Стратегічні випробування електронною книжністю / В. І. Теремко // Вісник Книжкової палати [Текст]. — 2011. — № 4. — С. 1.
6. Хамула О. Г. Електронна комерція [Текст] : метод. вказівок до вик. лабораторн. робіт [для студ. спец. “Товарознавство та комерційна діяльність”] / О. Г. Хамула. — Львів : Укр. акад. друкарства, 2008. — С. 1.
7. Роль авторського права у процесі розвитку видавничої галузі [Електронний ресурс] : матер. міжнар. семін., 2011. — Режим доступу : http://sips.gov.ua/ua/17_november.html.
8. Теремко В. І. Стратегічні випробування електронною книжністю... — С. 3.
9. E-book // Вікіпедія [Електронний ресурс] : вільна енциклопедія. — Режим доступу : <http://en.wikipedia.org/wiki/E-book>.
10. Rynek e-książek dopiero sie rozkręci // Rzecz Pospolita [Źródło electroniczne] : пол. щоден. газет. — Ścieżka dostępu : <http://www.rp.pl/artukul/9211,638669-Polski-rynek-e-ksiazek-dopiero-sie-rozkreci.html>.
11. Альт К. Книга на экране: стратегия продукта и продаж: интервью с Зигрид Леш / К. Альт // Современное книгоиздание [Текст] : сб. матер. по проекту “Повышение квалификации специалистов издательского дела стран Восточной Европы и Центральной Азии, 2009 – 2011 гг.” / [научн. ред. пер. О. С. Ро ; пер. с нем. : А. Н. Серегина, М. А. Рыклина]. — М. : [б. и.], 2010. — С. 212.

12. Теремко В. І. Стратегічні випробування електронною книжністю... — С. 3.
13. Ніколенко Ю. В. Основи економічної теорії [Текст] : підручник / Ю. В. Ніколенко. — [3-тє вид.]. — К. : ЦУЛ, 2003. — 136 с.
14. Відкритий світ: національний проект в рамках національного пріоритету “Нова якість життя” [Електронний ресурс] : рішення Комітету з економічних реформ 25 серпня 2010 р. — Режим доступу : <http://www.ow.org.ua/company>.

S. Myklushka

INNOVATIVE PROCESSES IN PUBLISHING INDUSTRY

The analysis of modern innovation processes in the publishing industry in Ukraine is carried out. International experience of innovation implementing in publishing industry is considered. The potential effect of e-book on the following activity of publishers is outlined.

Key words: innovation, innovation development, innovation activity, publishing industry, e-book.