

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ВІТЧИЗНЯНОГО КНИГОВИДАННЯ

### THE THEORETICAL ASPECTS OF MANAGEMENT NATIONAL BOOK PUBLISHING'S DEVELOPMENT

*Досліджено особливості дії загальних і специфічних економічних законів та форм прояву в сфері видавничої діяльності. Обґрунтовано інноваційний характер видавничого бізнесу, обумовлений креативністю товару. Розглянуто важливі аспекти витіснення традиційних видавничих технологій принципово новими бізнес-процесами: з'являється «мережева видавнича справа», як інтегрований процес створення електронної інформації в різних формах. Проаналізовано особливості формування властивостей товару електронна книга, її вартості і споживчої вартості; специфіку її продукування, просування, реалізації і споживання. Виявлені зовнішні обмеження розвитку видавничо-поліграфічної галузі, обумовлені існуванням несприятливого макросередовища: відсутністю державного стратегічного управління галуззю, призупинення інвестування та скорочення кредитування видавничих проєктів. Підтверджено необхідність розробки стратегій розвитку ВПГ України, прийняття законів з питань розвитку електронного бізнесу і захисту авторських прав.*

*Исследованы особенности действия общих и специфических экономических законов и форм их проявления в сфере издательской деятельности. Обоснован инновационный характер издательского бизнеса, базирующийся на креативности товара. Рассмотрены основные аспекты вытеснения традиционных издательских технологий принципиально новыми бизнес-процессами: появляется «сетевой издательский бизнес», как интегрированный процесс создания электронной информации в разных формах. Проанализированы особенности формирования свойств товара электронная книга, ее стоимости и потребительской стоимости; специфика ее продуцирования, продвижения на рынок, реализации и потребления. Выявлены внешние ограничения развития отрасли, обусловленные формированием неблагоприятной макросреды и отсутствием государственного стратегического управления отраслью. Подтверждена необходимость разработки стратегий развития отрасли, принятия законов по вопросам развития электронного бизнеса и защиты авторских прав.*

*The peculiarities of general and specific economic laws' actions in the publishing activities are studied. Creative characteristics of commodity defines the innovative nature of publishing business: network publishing business as integrative process of creation electronic information in different forms was appeared. The important aspects of exclusion traditional technologies by new business processes were presented. The peculiarities of forming properties of commodity «electronic book» were analyzed: its value and use value; its specific of production, marketing and consumption. An internal and external limitations of publishing-polygraphy complex's development were exposed. The main cause of this limitation is existence of unfavourable macroeconomic environment and the absence of state strategical management of a publishing-polygraphy complex. The need for further work out and affirm of strategies development polygraphy and publishing enterprises, laws of development electronic business were confirmed.*

*Ключові слова:* економічні закони, видавничі технології, електронна книга, видавничо-поліграфічна галузь, мережеві видавництва.

**Вступ.** Дослідження сутності поняття «управління розвитком» не втрачає актуальності в процесі переходу до інноваційної економіки в умовах формування інформаційного характеру виробництва. Модифікуються процеси створення вартості товарів, більшу частину якої складають інформація і знання, тобто інтелектуальний ресурс. Формами дії економічних законів стають «закриваючі» технології, використання яких призводить до занепаду і закриття значної кількості традиційних виробництв, в т.ч. видавничого бізнесу. Проблеми, стан і тенденції розвитку підприємств ВПП досліджують вітчизняні вчені: О. Афонін [3, 8], М. М. Сенченко [4], В. Гастинщиков [7], В. І. Шпак [10] і інш. Аналізу проблем інновацій та інноваційного розвитку підприємств, його моделей і факторів присвячені роботи Р. Фатхутдінова [1], Л. Федулової [9] та багатьох інших. Незважаючи на значну кількість зарубіжних і вітчизняних праць, проблеми теоретичного обґрунтування інноваційного розвитку підприємств ВПП залишаються недостатньо проаналізованими і вирішеними, що призводить до поглиблення кризового стану ВПП.

**Постановка завдання.** Обґрунтування теоретичних аспектів управління інноваційним розвитком підприємств ВПК є життєво необхідною стратегією в умовах переходу до інформаційної економіки. Цілями дослідження є виявлення зовнішніх обмежень розвитку галузі, обґрунтування інноваційного характеру видавничого бізнесу, аналіз процесів витіснення традиційних видавничих технологій «мережевими бізнес-процесами».

**Методологія.** Методологічною основою дослідження є закони розвитку і економічного прогнозування, методи порівняння і логічного аналізу, які здійснюють вплив у сфері видавничої діяльності.

**Результати дослідження.** Видавнича справа є креативним процесом і, водночас, сферою діяльності, яка закінчується випуском видавничого продукту. Отже, вона є складовою економічної системи, яка формується, розвивається і функціонує за економічними законами, використання яких безпосередньо впливає на ефективність діяльності суб'єктів видавничого бізнесу. Теоретичною основою такого підходу є закони діалектики, загальні і специфічні економічні закони. Знання загальних законів розвитку формує уявлення про можливі шляхи досягнення цілей підприємства і уможливорює використання в процесі управління ним наукових методів прогнозування його подальшого розвитку.

Закон єдності і боротьби протилежностей виявляє рушійну силу та джерело будь-якого розвитку. Інновації знаходяться у протиріччі з усім консервативним, спрямованим на збереження існуючого становища, і націлені на підвищення ефективності діяльності організації. Закон переходу кількості в

якість розкриває механізм взаємоперетворень змін всередині системи. Сутність дії цих законів щодо сприяння економічному розвитку дозволяє визначити його як закономірний процес кількісно-якісних змін в межах економічної системи та її перехід у нову досконалішу форму. Інновації стають ключовим фактором розвитку підприємства як результат адаптації, відповідаючи на зміну вимог зовнішнього середовища кількісними внутрішніми змінами, які в певний момент породжують якісні зміни діяльності суб'єкта господарювання. Базисні інновації в одній із сфер діяльності підприємства (а саме продукування видавничого товару) породжують цілу низку перетворень в сфері просування на ринок, реалізації і споживання цього товару, поступово приводячи до реорганізації всього підприємства, включаючи систему управління, і як результат, спрямовують його на новий рівень розвитку.

Характерною рисою видавничого бізнесу є інноваційність, зумовлена креативністю товару: втіленням у ньому творчих ідей авторів і унікальних видавничих рішень. Особливостями книги як товару є її неповторність – на одну тему неможливо написати ідентичні тексти, а один і той самий текст неможливо ідентично опублікувати різними видавництвами (якщо це не є факсимільне видання). Більшість проектів становить новизну і для суб'єктів видавничого бізнесу і для споживачів – створюючи нові споживчі цінності: інформацію, ідеї, знання і задоволення в процесі споживання продукту. Певне значення мають надійність конструкції, зручність у користуванні, екологічність (якість шрифтів, матеріалів, фарб), естетичні властивості, статусні особливості (видавнича марка і авторитет видавництва).

Закон заперечення заперечення проявляється через спрямованість інноваційного розвитку на злам старої якості (традиційного технологічного процесу) та створенням передумов для нової якості (принципово нового технологічного процесу), а в масштабах галузі ілюструє перехід до більш прогресивного технологічного укладу. Формою дії цих законів діалектики стають «закриваючі» технології [1, с. 14], використання яких призводить до занепаду і закриття значної кількості виробництв. Так, дослідники видавничого бізнесу на початку XXI помітили світову тенденцію скорочення реалізації друкованої продукції, викликану розвитком і впровадженням в масову практику інноваційних технологій: таких інфокомунікаційних засобів масової інформації, як телебачення і Інтернет. Згідно даних [2, с. 164] видавнича діяльність за 20 років в Росії скоротилась втричі за обсягом друкованих аркушів і сумарним накладом, що свідчить про тенденцію переходу частини інформаційного ринку до електронних засобів інформації.

В Україні упродовж цього періоду спостерігалось різке падіння друку книг, що призвело до показника менше одного примірника на жителя держави [3, с. 3], в той час як в Росії і Білорусії друкується 4,5 - 4,6 книжок [4, с. 4], а в

США, Англії і Китаї – 10 – 12. В 2011 р. падіння показників випуску вітчизняної друкованої продукції прискорилось: у 29,5% видавництв знизився оборот грошових коштів за рік на 13,2%, і 69,6% видавців зменшили поставки друкованої продукції на 25% [5, с. 7]. Відбувається поступове витіснення традиційних видавничих технологій і переорієнтування випуску і споживання з друкованої продукції на електронну, що пояснюється не тільки її здешевленням, викликаним в першу чергу економією на поліграфічних роботах, а і зручністю в користуванні: електронна книга доступна на рідерах, планшетниках, мобільних пристроях, електронних публікаціях (e-pub), у вигляді дисків (аудіо-книги); по суті принципово міняється і вдосконалюється споживча вартість такого товару як книга, а Інтернет перетворюється в економічне середовище організації принципово нових бізнес-процесів. Йдеться про «мережеву видавничу справу», як інтегрований процес створення електронної інформації в різних формах. Споживачі матимуть доступ до потрібних інформаційних ресурсів у будь-який час, місці, на зручному для користування пристрої і в інтерактивному режимі з високоякісною візуалізацією та озвученням інформації. Ефективність і гнучкість роботи в мережі дають змогу знизити собівартість видавничої продукції в разі, в повній мірі задовольнити потреби замовників і стають джерелом інноваційного відтворення видавничого бізнесу. Мережеві видавництва можуть одержувати доходи від видання ЕК, створення сервісних служб для продажу інформації за запитами, розширення можливостей її персоналізації. Миттєва доставка видавничої продукції до споживача прискорить повернення інвестицій.

Не зважаючи на наявність Закону України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007 – 2015 роки», в якому задекларовано пріоритетність інформаційного напрямку в розвитку економіки України, слід відмітити низьку зацікавленість владою України проблемами розбудови інформаційного суспільства, про що свідчить низький рейтинг показників індексу «Готовність уряду» (130 місце із 140 країн світу) і індексу мережевої готовності (NRI = 3,53), який характеризує рівень розвитку інформаційно-комунікаційних технологій і згідно якого Україна посіла 90 місце з 138 країн світу [9, с. 49 - 51].

При виході ситуації за межі простору середовища збереження системи залежить від її здатності адекватним чином змінити зовнішнє середовище або переродитися в іншу систему. За малих обурень зовнішнього середовища підприємство або галузь як єдина система залишається в рамках колишньої траєкторії розвитку. Управління на основі самоорганізації в цьому випадку полягає у вживанні заходів, які сприяють поверненню системи на її траєкторію розвитку і знаходженню кращої позиції на цій траєкторії. У разі сильного обурення зовнішнього середовища, наприклад, відкриття нових

ринків або зміни політичного клімату, система вимушена міняти свою траєкторію розвитку. В цьому випадку управління на основі самоорганізації здійснюється шляхом створення умов, які сприяють правильному вибору нової траєкторії розвитку системи. Зміна стану рівноваги приводить до зміни траєкторії розвитку, яка періодично може розділятися, що ставить систему перед вибором можливого напрямку. Так, можна припустити принаймні, два сценарії стратегічного розвитку видавничо-поліграфічної галузі: оптимістичний та песимістичний. Згідно першого, відбудеться призупинення падіння долі друкованої продукції і стійке зростання питомої ваги ринку електронної книги. Песимістичний сценарій може проявитися у повному занепаді і закритті значної кількості видавничих і поліграфічних підприємств – носіїв «закриваючих» застарілих технологій.

Закон Енгеля формулює залежність збільшення питомої ваги витрат споживача на придбання високоякісних товарів, на задоволення культурних потреб, в т.ч. театр, книги, відпочинок тощо із збільшенням його загальної суми доходів. Використання цього закону, в т.ч. в умовах падіння реальних доходів населення, дозволяє формувати ефективну товарну політику видавця, прогнозувати попит на різних сегментах ринку книжково-журнальної продукції і визначитися з масштабами і структурою пропозиції. Так, харківське видавництво «Фоліо», що є одним з найбільших в Україні, успішно витримує експансію електронної книги, активно працюючи в двох полярних нішах. По-перше – це дорогі подарункові видання, надруковані на папері ручної роботи з накладом до 100 екземплярів і палітуркою з натуральної шкіри. Вартість такої книги коливається від 1,5 до 200 тис.грн. [6, с. 16]. Друга ніша – випуск книжок в найнижчому ціновому сегменті (в межах 10 грн.), придбання яких не впливає суттєво на сімейний бюджет споживача.

Закон спадної граничної корисності, суть якого полягає в зменшенні корисності кожної додаткової одиниці продукту для споживача, має специфічні форми прояву на ринку продукції видавничо-поліграфічної галузі. Так, престижні книжкові серії, високоякісні довідково-енциклопедичні, наукові і навчальні видання мають ексклюзивну споживчу цінність і не конкурують з раніше придбаними виданнями.

Формами прояву дії закону економії часу, згідно якого інноваційний розвиток забезпечує зниження суми витрат уречевленої, живої і майбутньої праці [1, с. 150], пов'язаної з експлуатаційними витратами на одиницю товару, є зменшення трансакційних витрат, усунення просторових і часових обмежень (послуги надаються в режимі реального часу – онлайн). Так, простежується тенденція збільшення кількості інтернет-сайтів з виданнями в електронному варіанті, вони зручні під час опрацювання інформації на комп'ютерах і уможливають економію коштів, здійснивши електронні платежі. Відбувається індивідуалізація створюваного продукту, його формування в

режимі онлайн під запит споживача, про що свідчить розвиток таких бізнес-процесів, як друкування за вимогою: якщо загальний обсяг друкованої продукції за рік в Україні виріс на 2,2% (з урахуванням книг відомчого характеру центральних органів влади і видавничих програм Міністерства освіти і науки, які не є предметом ринкового продажу), то темп приросту друкування книг на замовлення склав 181% [7, с. 16]. Спрощується процес поширення продукції, взаємодія з постачальниками, маркетинг. Для книгарень роздрібне додрукування видань – це можливість оптимізувати і здешевити управління запасами, для видавництв – скорочення повернень і вивільнення оперативних коштів.

Емпіричні дослідження структурних змін на підприємствах ВПК, що відбуваються під впливом впровадження інноваційних технологій, виявили зовнішні обмеження розвитку галузі, які включають ступінь доступу до інвестицій, технологій та ринків. Аналізуючи кризові явища, які охопили видавничо-поліграфічну галузь - складову інформаційного суспільства - слід відмітити суттєві зовнішні обмеження, обумовлені фактором існування несприятливого для бізнесу макросередовища. Так, відсутнє державне стратегічне управління ВПП, спостерігається призупинення інвестування та скорочення кредитування видавничих проектів, що призвело до обмеження фінансування власними обіговими коштами підприємств, і відповідно до повільного оновлення їх технологічної бази.

Припинено бюджетне фінансування бібліотек, внаслідок чого 95% видань, надрукованих в Україні, є недоступними. Для порівняння: уряд Хорватії щорічно фінансує закупівлю 500 екземплярів кожної книжки для своїх бібліотек [6, с. 17], це означає, що в кожному накладі існує гарантоване державне замовлення, яке служить основою вітчизняного книговидання.

Не створено належних економічних умов формування конкурентних цін на вітчизняний товар: нині його собівартість в п'ять разів вища ніж в Росії, і в 10 – порівняно з Польщею і США [10, с. 23].

Для розвитку вітчизняного книговидання і зміцнення його конкурентоспроможності необхідно здійснити наступні кроки [8, с. 4]:

1. Розробити і затвердити «Стратегію розвитку книговидання в Україні».
2. Розробити механізм спеціального пільгового режиму кредитування державними і комерційними банками підприємств ВПП.
3. Впровадити процедуру залучення інвестицій у ВПП з подальшим звільненням від оподаткування коштів (включаючи спонсорські і меценатські), інвестованих у галузь.
4. Встановити обов'язкові фіксовані відрахування із центрального та місцевих бюджетів на закупівлю вітчизняних видань для бібліотек всіх рівнів.

5. Вирішити питання щодо приєднання України до Флорентійської угоди і Найробського протоколу, що звільняє від митного та інших ввізних зборів книги і матеріали та устаткування для їх виготовлення.

Радикально змінило б ситуацію в вітчизняному книговидавництві ослаблення руйнівного податкового тиску на книгу, введення нульової ставки податку на додану вартість (ПДВ) щодо всіх операцій, робіт та послуг при підготовці, друкуванні та розповсюдженні книги. Саме нульова ставка ПДВ суттєво поліпшила становище у видавничо-поліграфічній галузі Росії і Білорусії, після чого почалась їх експансія на український ринок. Шоста Директива Європарламенту також пропонує державам-членам зберігати нульові або встановлювати зменшені ставки ПДВ (в межах 5 – 10%) на деякі товари і послуги, зокрема книжки, газети й журнали [10, с. 17].

У відповідь на запропоновані заходи Міністерство фінансів України повідомило, що «... пропозиція щодо розроблення нової державної цільової програми не відповідає положенням Програми економічних реформ на 2010 – 2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» (№ 31 – 07130 – 3 – 8/1107 від 24.02.2012р.) [5, с. 8]. Таким чином стає очевидною тенденція подальшого погіршення економічного стану видавничої галузі всупереч широко задекларованої урядом Програми.

### **Висновки**

1. Наукова новизна дослідження полягає в проведенню аналізі форм прояву загальних та специфічних економічних законів в площині функціонування підприємств видавничо-поліграфічного комплексу України. Так, формою дії закону «заперечення заперечення» виступають «закриваючі» технології: відбувається витіснення традиційних поліграфічних технологій мережевою видавничою технологією. Формою дії закону економії часу стає зниження витрат уречевленої, живої і майбутньої праці внаслідок інноваційного розвитку, що призводить до появи електронних книг, які конкурують з друкованими виданнями.

2. Отримала подальший розвиток теорія зовнішніх обмежень розвитку галузі, обумовлена формуванням несприятливого для бізнесу макросередовища. Обґрунтовано причини низької зацікавленості уряду України проблемами розбудови інформаційного суспільства, що призупиняє вирішення таких питань, як прийняття та регламентація законів, нормативних актів, інструкцій з питань розвитку електронного бізнесу; фінансування наукових досліджень, цифрового підпису і захисту авторських прав.

3. Отримала подальший розвиток теорія інноваційного розвитку видавничого бізнесу, обумовлена особливостями споживчої вартості і вартості електронної книги в умовах перетворення Інтернету в економічне середовище організації принципово нових бізнес-процесів. Вартість електронного видання

знижується у порівнянні з паперовим в рази, викликане економією на поліграфічних роботах, доставці та ефективністю і гнучкістю роботи в мережі, що слугує джерелом інноваційного відтворення видавничого бізнесу. Радикальних змін зазнає споживча вартість електронного видання, яке у порівнянні з паперовим доступне на рідерах, мобільних пристроях, планшетниках, електронних публікаціях, у вигляді дисків (аудіо-книги).

4. Актуальними вважаються подальші дослідження особливостей і ефективності роботи мережевих видавництв та державної інноваційної політики, спрямованої на розвиток ІКТ.

#### **Література:**

1. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. Учебник, 4-е изд. [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. – СПб.: Питер, 2003. – 400 с.
2. Панов В. В. Анализ динамики и взаимодействия издательского бизнеса и телекоммуникаций как составляющих инфокоммуникационной среды [Текст] / В. В. Панов, Н.А. Панова // Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2006 – № 4. – С. 163 – 169.
3. Афонін О. Українська книга доби незалежності в системі соціальних комунікацій [Текст] / О. Афонін // Вісник Книжкової палати. – 2011. – № 7. – С. 3 – 5.
4. Сенченко М. Підсумки роботи книжкової індустрії Білорусі та Росії [Текст] / М. Сенченко // Вісник книжкової палати. – 2011. – № 4. – С. 3 – 7.
5. Афонін О. Українська книга: рух по сходах униз [Текст] / О. Афонін // Вісник книжкової палати. – 2012. – № 3. – С. 6 – 8.
6. Красовицкий А. Книга, как источник [Текст] / А. Красовицкий // Идеи бизнеса. – 2012. – № 6. – С. 15 – 17.
7. Гастинщиков В. Проблемы українського книговидання у ЗМІ [Текст] / В. Гастинщиков // Вісник Книжкової палати. – 2012. – № 1. – С. 15 – 17.
8. Афонін О. Рекомендації з удосконалення українського книговидання [Текст] / О. Афонін, Н. Петрова // Вісник Книжкової палати. – 2011. – № 1. – С. 3 – 5.
9. Федулова Л. І. «Інноваційна пауза» та «Інноваційний парадокс» України [Текст] / Л. І. Федулова // Економіст. – 2011. – № 10. – С. 46 – 52
10. Шпак В. І. Видавничий бізнес. Теорія і практика : [Текст] / В.І. Шпак. – К.: УВПК «ЕксОб», 2010. – 384 с.