

УДК 655.5:658.74:004.738.5



Світлана Водозька,
кандидат філологічних наук, докторант кафедри
соціальних комунікацій Інституту журналістики
КНУ імені Тараса Шевченка

"Друк на вимогу": інноваційний мотиватор трансформації видавничої галузі

У статті зроблена спроба проаналізувати "друк на вимогу" як технологію і сервіс, що є актуальними на сучасному етапі розвитку видавничої галузі. Виділено їх основні характеристики, моделі функціонування. Охарактеризовано основні способи поповнення асортименту для видання на вимогу.

Ключові слова: друк на вимогу, книги на вимогу, цифрові технології, інноваційні технології, інноваційні сервіси.

Цифрові технології спричинили зміни парадигми й моделей книговидавництва, стали справжнім викликом і порятунком для сучасних видавців, які переживають стагнацію ринку на фоні зниження читацької активності та зменшення дієвих інструментів для виявлення реальних потреб покупців. Перенасичення ринку однотипною видавничою продукцією і, як наслідок, повернення нерозпроданих книг, штучний дефіцит публікацій, наявність незатребуваних видань і численні незадоволені запити на купівлю вже розпроданих книг — сучасні реалії, які знижують можливості бізнесу і не сприяють задоволенню реальних читацьких потреб. Видавничий бізнес після світової економічної кризи прийшов до усвідомлення необхідності констатувати збільшення кількості малотиражних видань і виникнення потреби урізноманітнювати асортимент книгами вузького споживчого інтересу. Для виходу зі складної ситуації необхідно ламати стереотипи й орієнтуватись на активне використання сервісу "друк на вимогу", що й зумовлює актуальність нашого дослідження, доведення якої обов'язково потребує розв'язання низки завдань:

- подати визначення терміна "друк на вимогу";
- виокремити та описати його основні способи функціонування на ринку;
- проаналізувати активність використання інноваційної технології на ринках Білорусі, Польщі, Росії, України;
- спрогнозувати перспективи подальшого розвитку видавничого сервісу "друк на вимогу" на ринках країн східноєвропейського регіону.

Сучасний видавничий ринок поступово починає використовувати інноваційні технології з метою оптимізації виробничого процесу та економії коштів, а також для запровадження перспективних сервісів, що у подальшому спричинять появу додаткових стимулів для придбання видавничої продукції. Важливою світовою тенденцією стало зменшення накладів видань, країни західноєвропейського регіону намагаються уникнути сліпого скорочення і повсякчас пропонують активно використовувати технологію "друк на вимогу". Г. Богута зазначає: "Відповідно до того як видавці піддаються все більшому тиску з боку інформаційних і комунікаційних провайдерів, фінансові можливості для друку книг стають виключно важливим питанням стабільності та продовження зростання видавничої справи. Прикладом такого тиску на сучасних видавців є існуюча в світовому масштабі

тенденція до зменшення накладів, тобто збільшення вартості виробництва одного примірника у разі застосування традиційних технологій. Ця тенденція здійснює особливо негативний вплив на сегменти з традиційно низькою кількістю примірників, як професійні, технічні, наукові, культурні та некомерційні публікації. На відміну від тих країн, де досить великий відсоток читаючої частини населення говорить на таких поширених мовах, як англійська, французька, іспанська та німецька, цей тиск особливо відчувається в багатьох країнах Центральної та Східної Європи. Тому технологія друку на вимогу має бути дуже привабливою для видавництва та оптової торгівлі Центральної та Східної Європи" [1]. Ситуація з динамікою щодо показників діяльності видавництва за накладом в окремих країнах східноєвропейського регіону представлена у табл. 1.

Таблиця 1

Видання книг і брошур у 2010—2012 рр.

Країна	Наклад, тис. пр.		
	2010	2011	2012
Росія	653 800,0	612 500,0	540 466,3
Україна	45 058,0	46 566,0	62 120,5
Білорусь	43 139,3	34 341,0	33 065,9

Проведений порівняльний аналіз статистичних даних засвідчує, що в обраних для дослідження країнах відбувається систематичне скорочення видавництвами маси надрукованих видань за накладом. Явище це не випадковість, а тенденція на видавничому ринку, зумовлена низкою факторів: зниження читацької активності, поява електронних та аудіокниг, зниження ролі книги як способу проведення дозвілля й отримання інформації.

Видавничу галузь країн східноєвропейського регіону сьогодні має активніше шукати перспективні шляхи стратегічних змін за допомогою диверсифікації діяльності, одним із різновидів якої може стати використання цифрових технологій задля надання покупцям видавничої продукції та авторам додаткових сервісів з метою покращення умов для подальшої співпраці: друк на вимогу (print-on-demand), онлайн-конструктор для створення оригінал-макетів видання й обкладинки, автоматична онлайн-система верстки (Ridero) тощо.

Стан дослідження проблеми. У теорії видавничої справи та поліграфії не вироблено чіткого тлумачення терміна "друк на вимогу", відповідно, не сформовано розуміння його значення наповнення, що призвело до часткової хаотизації накопичених на сьогодні знань. Грунтовних наукових

розвідок, присвячених вивченню цього феномену, не створено, переважно зустрічаємо побіжні презентаційні описи у публіцистичному стилі, де відсутнє його чітке розуміння, не описані відмінності від оперативної поліграфії та не визначено реального внеску в сучасний стан видавничої галузі конкретної країни.

Необхідно, на нашу думку, говорити про багатозначність терміна "друк на вимогу" в зв'язку з різними сферами його функціонування, що призводить до формування значеннєвого різнотлумачення:

— по-перше, у вузькому значенні — це технологія поліграфічної галузі, що є різновидом оперативної поліграфії й передбачає використання при друкуванні видавничої продукції цифрових способів друку й орієнтованих на них післядрукарських технологій, на машинах різноманітної конфігурації залежно від потреб типографії з метою забезпечення високої виробничої продуктивності та промислової якості одиничних виробів на замовлення;

— по-друге, у широкому значенні — це назва сервісу у видавничій галузі, що зорієнтований на оптимізацію видавничої діяльності через використання технологій цифрового друку для задоволення запиту споживачів на видавничу продукцію із запропонованого виконавцем каталогу, який передбачає друк за фактом замовлення.

На території країн східноєвропейського регіону на сучасному етапі технологія, а отже, і сервіс "друк на вимогу" є малопоширеними, що пов'язано з необхідністю значних капіталовкладень для придбання спеціального обладнання. Це підкрес-

лює Ю. Рогонова: "Одна з причин затримки розповсюдження друку на вимогу — високі ціни на спеціальне обладнання" [6]. Також спостерігаємо підміну понять, пов'язану з отождоженням термінів "друк на вимогу" та "оперативна поліграфія".

Особливу увагу необхідно звернути на значущість сервісу "друк на вимогу", що використовується у видавничій галузі та передбачає надання читачеві послуг із виготовлення видавничої продукції на замовлення. Обрана стратегія після ретельного аналізу викликає відчуття часткової задоволеності читачьких запитів, бо кількість позицій у каталогах "Книги на вимогу" є нечисленною. Проблема ця потребує пошуку ефективних шляхів взаємодії гравців на видавничому ринку.

Виконання сервісних зобов'язань із "друку на вимогу" можливе у двох варіаціях: з відтермінуванням часу виконання замовлення (передбачає надання дистанційного сервісу з індивідуального друку) і з негайним виконанням замовлення, що безпосередньо залежить від місця його здійснення (інтернет-магазин або стаціонарний магазин), а також місця розташування обладнання для друку. Відповідно до зазначених критеріїв з'являються різні моделі виготовлення видань на вимогу. Найчастіше у країнах східноєвропейського регіону спостерігаємо використання трикомпонентної моделі, де фігурують Читач (Покупець) — Книгорозповсюдjuвач — Видавець. Читач робить замовлення у Книгорозповсюдjuвача, який передає його Видавцеві; ілюструють таку модель співпраці результати використання сервісу "друк на вимогу" інтернет-магазинами (табл. 2).

Таблиця 2

Співвідношення книг у сервісі "друк на вимогу" до загальної кількості книг в інтернет-магазинах Росії, Білорусі, Україні, Польщі

Назва інтернет-магазинів		Кількість книг в асортименті	Кількість книг в сервісі "друк на вимогу"
Російські інтернет-магазини			
1	Books.ru	4 779 189	2 403
2	Read.ru	2 609 781	3 840
3	Ozon.ru	1 800 000	966 341
4	My-shop.ru	1 170 093	511 820
5	Setbook.ru	500 093	12 200
6	Болеро	436 067	0
7	Библио-Глобус	250 000	29 568
Українські інтернет-магазини			
1	Setbook.ua	479 531	11 290
2	Bookshop.ua	300 000	1 133
3	Yakaboo.ua	212 160	0
4	Гала Маркет	200 000	0
5	Petrovka.ua	131 080	0
6	Knigka.ua	116 960	0
7	Книгоград	80 000	0
Білоруські інтернет-магазини			
1	Setbook.by	482 844	12 200
2	Mystery.by	400 000	520
3	LikBez.by	100 662	0
4	OZ.by	73 528	0
5	Litera.by	19 307	0
6	Kim.by	13 440	0
7	Bestbooks.shop.by	11 885	0
Польські інтернет-магазини			
1	Merlin.pl	320 000	377
2	Empik.pl	216 650	0
3	Gandalf.pl	180 000	15
4	Bonito.pl	123 110	4 277
5	Weltbild.pl	87 032	0
6	Wysylkowa.pl	82 345	0
7	Lideria.pl	76 754	0

Проведений аналіз асортименту найбільших інтернет-магазинів Росії, Білорусі, України та Польщі засвідчив, що універсальні торговельні майданчики майже не приділяють уваги розширенню бізнесових можливостей завдяки використанню сервісу "друк на вимогу", вважаючи його супутньою і неважливою послугою. На відміну від практики країн західноєвропейського регіону та США, де "книги на вимогу" продукують і популяризують гуртові книготорговці та книготорговельні мережі. Показовим прикладом може стати діяльність американського книготорговельного гіганта мережі Barnes & Noble. А. Крилов також наводить показовий приклад використання цього сервісу в одному з найбільших інтернет-магазинів світу: "Сегмент "офсетних книг на Amazon.com включає близько 300 тис. найменувань і оцінюється в 5 млрд дол. У секторі POD (Print on Demand) понад 2 млн найменувань книг, а оцінюється він у ті самі 5 млрд дол. Таким чином, кожна друга книга, продана через Amazon.com, надрукована "на вимогу" [4].

Також може бути використана двокомпонентна модель, де Покупець співпрацює з Книгорозповсюджувачем, який сполучає у собі функції продавця товару і видавця (приклад: послуги, здійснювані за допомогою машини Xerox Espresso Book Machine книгарнею "Сяйво" у Києві або її використання у магазинах найбільшого представника британського книжкового ретейлу "Blackwell Limited"). Таку модель можна віднести до найпродуктивніших, бо послуга із задоволення читацьких запитів надається покупцеві протягом короткого проміжку часу і за його безпосередньої участі. Виконавець замовлення звертається до онлайн-бібліотеки

наявних видань. Попри привабливість такого сервісу залишається проблема оптимізації запасів і розширення асортименту видавничих пропозицій. Наслідком запровадження в активний ужиток друку на вимогу є можливість за певних умов скоротити звичну п'ятикомпонентну модель ведення видавничого бізнесу (видавництво — поліграфічне підприємство — гуртовня — книжковий магазин — читач).

А. Крилов ємно сформулював ключові можливості "друку на вимогу", до яких відніс "гнучке реагування на попит, додруковування невеликих накладів, оперативний друк рідкісних книг, включення книг до каталогів популярних інтернет-магазинів, продаж книг за кордоном без перевезення їх через державний кордон, просування книг через найбільші пошукові інтернет-системи" [4].

Асортимент — глобальна проблема, що гальмує розвиток такого видавничого сервісу. Дослідження засвідчило, що кожен виконавець, який пропонує читачеві скористатися сервісом "друк на вимогу", потрапляє у ситуацію тотального обмеження можливостей (книгами, наявними у вільному доступі, та власним видавничим портфелем). Для розширення кількості доступних для друку видань на сучасному етапі видавці починають активно використовувати сервіс самопублікації, що є взаємовигідним для обох учасників процесу співпраці.

Самопублікація — можливість для самореалізації автора та спрощення формату роботи з ним для видавців і книгорозповсюджувачів. У табл. 3 для прикладу наведено низку ресурсів, що пропонують таку послугу.

Таблиця 3

Ресурси з сервісами самопублікації

№	Назва ресурсу	Електронна адреса	Послуги, що надаються
1.	EnterBook	http://www.booksoft.ru/enterbook	Онлайн-виробництво і дистрибуція книг для професійних видавців
2.	Букстрім	http://bookstream.ru	Ресурс, де автор може самостійно видавати, друкувати і розповсюджувати книги
3.	Самвидав	http://wikers.ru/samizdal/about	Можна надрукувати книгу, здійснити редакційно-видавничу підготовку, отримати ISBN, здійснити просування та продаж видання
4.	Pubmix.com	http://pubmix.com	Створюють і розвивають модель self-publishing, що дозволяє автору самостійно надрукувати книгу, книгорозповсюджувачам отримати додатковий асортимент
5.	NobelPress	http://www.nobelpress.com	Конструктор для створення обкладинки, присвоюються УДК, ББК, номер ISBN та авторський знак, підготовка файлу до друку та допомога у реалізації через книжкові магазини

У країнах західноєвропейського регіону (з моменту першої появи у 1997 р.) спосіб тиражування видавничої продукції на вимогу використовувався переважно для роботи за трьома напрямками:

— під час перевидання книг, якщо вони входили до переліку рідкісних або відносились до каталогу "Давніх за часом видання книг";

— під час розширення асортименту періодичних видань;

— під час пробного випуску видання з метою зменшення фінансових ризиків при використанні методу прогностичної оцінки для вивчення особливостей подальшого розповсюдження книги.

Для видавничої галузі країн східноєвропейського регіону таких обмежень не існує, і "друк на вимогу" використовується для видань, які вже виведені з каталогу "Book in print" (наприклад, видавництво "Навчальна книга — Богдан" пропонує друк власного розпроданого асортименту на вимогу).

Цей сервіс сприяє задоволенню читацьких потреб у різноманітному асортименті та авторських потреб бути надрукованим, а отже, прочитаним читачем. Однією з важливих причин, що гальмують розвиток послуги, є незначний асортимент у пропонованому каталозі. З метою розширення асортименту видавничої продукції у каталозі "Книги на вимогу" видавництва пропонують співпрацю з метою підготовки видання до друку і подальшого просування в системі книгорозповсюдження. Для розміщення видання у каталозі "Книги на вимогу" суб'єкти видавничого ринку висувають автору низку вимог, які є обов'язковими для подальшої співпраці:

1. Реєстрація на сайті видавництва з метою ідентифікації при співробітництві.

2. Оригінал-макет видання виготовляється автором самостійно відповідно до технологічних вимог (подається виконавцю робіт у форматі PDF, з додаванням файлу у форматі верстки зі зразками шрифтів, що використовувались)

або видавництвом за умовами Додаткової угоди до Договору за рахунок Правовласника.

3. Оригінал-макет обкладинки надається автором (може бути виконаний із залученням професіоналів або з використанням онлайн-конструктора (його варіації розміщені на сайтах www.nobelpress.com, Bookstream.ru) і проходить перевірку на відповідність технологічним вимогам видавництва або замовляється як додаткова послуга у Видавця.

4. Надання необхідної супровідної документації.

5. Підписання Договору на укладання угоди щодо видання і подальшої реалізації книги з отриманням роялті. Пропонується ліцензійний договір двох типів відносно до повноважень видавця, якому правовласник може передати часткові або виняткові права.

6. Надання ліцензії (субліцензії) на використання з встановленням обсягу наданих автором видавцеві прав на кожне видання та способи його використання, а також визначення умов і термін їх передачі.

7. Визначення ліцензійних відрахувань (роялті), які встановлюються у розмірі, визначеному автором самостійно або видавництвом, від продажу книги у друкованому чи електронному форматі.

Підсумком співпраці має стати розміщення видавцем у видавничих каталогах підготовлених до друку видань та анонсування їх появи в системі дистрибуції, найбільший акцент при просуванні книги робиться на ресурсах інтернет-магазинів (власний магазин і магазини-партнери видавництва).

Означені сервіси сприяють розширенню асортименту в каталозі "Книги за вимогою" з мінімальними капіталовкладеннями для видавництва і книгорозповсюджувачів, дозволяючи автору самореалізуватись, а читачеві здобути переваги у віднайденні книг необхідної тематики з розширеного асортименту. Прикладами видавництв, що пропонують сервіс "друк на вимогу", можуть стати: "Навчальна книга — Богдан", "Ездра", "Друк на потребу" (українські видавництва), "Bokvika.ru", "Книга по требованию", "Геликон плюс", "Nobel Press", "Инфра-М" (російські видавництва), "Helion", "ShopMyBook", "Wydawnictwo Lekarskie PZWL" (польські видавництва) тощо.

Сучасний видавничий ринок країн східноєвропейського регіону невпевнено переймає позитивний досвід роботи західноєвропейських країн та Америки з упровадження в повсякденний ужиток інноваційної технології та сервісу "друк на вимогу". Спостерігається помітна недовіра до його потенціалу і можливостей, хоча скептицизм щодо незатребуваності на ринку є безпідставним. Загалом, сервіс "друк на вимогу" в реаліях українського ринку з ослабленою інфраструктурою й усіченим каталогом пропозицій, що поро-

джує численні приклади незадоволеного попиту (особливо в сегменті навчальної і наукової літератури та літератури з коротким життєвим циклом), користуватиметься попитом серед покупців. Активність його використання є відмінною в кожній країні, із країн східноєвропейського регіону помітна найбільша розповсюдженість у Польщі та Росії, найменша — у Білорусі. Розширення видавничого асортименту на фоні зниження читацького попиту та збільшення уваги до видань з нечисленною аудиторією, необхідність конкурувати з електронною книгою призведе до збільшення значення "друку на вимогу" як важливого сервісу у видавничій галузі.

Список використаної літератури

1. *Богута Г.* Печать по требованию (Print-on-Demand) — технологическая революция в издательском мире // *КомпьюАрт.* — 2000. — № 8. — Режим доступа: <http://www.compuart.ru/article.aspx?id=9012&iid=375>. — Загл. с экрана.
2. *Житинский А.* Самиздат XXI века. Net-культура // *Русский журнал.* — Режим доступа: <http://www.lito.spb.ru/members/massa.html>. — Загл. с экрана.
3. *Казанский А.* Книги по требованию: не теория, но практика // *Книжная индустрия.* — 2012. — № 1. — Режим доступа: <http://www.bookind.ru/categories/workshop/393>. — Загл. с экрана.
4. *Крылов А.* Первопечатники по требованию // *КомпьюАрт.* — 2010. — № 11. — Режим доступа: <http://www.compuart.ru/Article.aspx?id=21836>. — Загл. с экрана.
5. *Марголин Е.* On Demand — светлый путь в тупик? // *КомпьюАрт.* — 2010. — № 11. — Режим доступа: <http://www.compuart.ru/Article.aspx?id=21842>. — Загл. с экрана.
6. *Рогонова Ю.* Вторая волна print-on-demand // *Русский журнал.* — Режим доступа: http://old.russ.ru/netcult/20010216_rogonova.html. — Загл. с экрана.
7. *Печать по требованию: сервисы для издателей* // *Университетская книга.* — Ноябрь. — 2012. — С. 84—86.

В статье сделана попытка проанализировать "печать по требованию" как технологию и сервис, которые актуальны на современном этапе развития издательской отрасли. Выделены их основные характеристики, модели функционирования. Охарактеризованы основные способы пополнения ассортимента для издания по требованию.

The article attempts to analyze the "print on demand" as a technology and service that has a very relevant at the present stage of development of the publishing industry. Highlighted its main characteristics, functioning model. Characterized the main ways to fund range for publishing on demand.

Надійшла в редакцію 14 лютого 2014 року