

УДК 339.9

ДУБАС Р.О.,  
аспірант кафедри міжнародного менеджменту  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»

### ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ДРАЙВЕРИ СУЧАСНОЇ ВИДАВНИЧОЇ ГАЛУЗІ

*Анотація.* Стаття розглядає вплив цифрової трансформації та глобалізації на міжнародний видавничий бізнес. Здійснено аналіз схильності видавничої галузі до інтернаціоналізації та зміни факторів впливу через поширенням електронних видань.

**Ключові слова:** міжнародний видавничий бізнес, глобалізація, електронні книжки.

Дубас Р.А., аспирант кафедры международного менеджмента, ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

### ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫЕ ДРАЙВЕРЫ СОВРЕМЕННОЙ ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ОТРАСЛИ

*Аннотация.* Статья рассматривает влияние цифровой трансформации и глобализации на международный издательский бизнес. Осуществлен анализ склонности издательской отрасли к интернационализации и смена факторов влияния в связи с распространением электронных изданий.

**Ключевые слова:** международный издательский бизнес, глобализация, электронные книги.

Dubas R.O., Postgraduate student of International Management Department, Vadim Hetman Kiev National Economic University

### GLOBALIZATION DRIVERS OF MODERN PUBLISHING INDUSTRY

*Abstract.* The article considers the impact of digital transformation and globalization on international publishing business. It was analyzed the tendency of publishing companies to globalization and the change of impact factors due to spread of eBooks.

**Keywords:** international publishing business, globalization, eBooks.

**Постановка проблеми.** Технологічний прорив та розповсюдження доступу до глобальної мережі Інтернет призвели до еволюції видавничої продукції у нові форми, такі як електронні книжки, цифрові журнали, онлайн засоби масової інформації тощо. Їх популяризація докорінно змінює принципи функціонування світового видавничого ринку та перетворює галузь з переважно локальної на глобальну.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Фактори, що впливають на схильність галузі до глобалізації були класифіковані у роботах Дж. Йіпа, Б. Ллойда, Дж. Свенсона. Окремі аспекти впливу глобалізаційних драйверів на діяльність компаній та галузей економіки досліджували Ф. Лейн та М. Мілессі-Феретті, П. Монкада-Патерно-Кастелло та М. Вівареллі. Вплив цифрової трансформації на бізнес вивчали А. Андал-Ансіон, Ф. Кетврайт та Дж. Йіп. Тим не менш, академічна спільнота не розглядала факторів впливу глобалізації на видавничу індустрію та спричинену нею трансформацію.

**Мета статті** є дослідження впливу глобалізаційних драйверів на світову видавничу галузь та виявлення ключових факторів, що обумовлюють її інтернаціоналізацію.

**Вклад основного матеріалу.** Видавничий бізнес з огляду на специфіку продукції є однією з найбільш консервативних та локалізованих галузей. Це обумовлено культурними, ідеологічними, мовними особливостями сприйняття споживачами кінцевого продукту видавництва. Таким чином, друкована продукція переважно поширюється на національному, та в деяких випадках на регіональному рівні.

Із розвитком інформаційного суспільства у розвинутих країнах відбувся справжній технологічний прорив на ринку споживацької електроніки. Завдяки глобалізації, нові технології та дешева робоча сила у країнах тихоокеанського регіону призвели до утворення кластерів доступних продуктів для читання, це переважно смартфонів, планшетні комп'ютери та електронні читальні пристрої. В свою чергу, ці ринкові зміни позитивно вплинули на розвиток електронної друкованої продукції.

Останні 5 років продажі електронних книжок в рази зростали з року в рік. Станом на початок 2015 року відсоток проданих електронних книжок по відношенню до загальних продажів книжок у світі становить близько 20%, у порівнянні із 7,2 % у 2010 році [1]. У США починаючи з 2008 року продажі електронних книг зросли з 10 до 500 мільйонів копій.

Незважаючи на стрімке зростання, у структурі розповсюдження все одно значно переважають продажі друкованих видань. На сьогодні дистрибуція друкованої продукції проходить через великих онлайн ритейлерів, національні точки продажу преси, книгарні та книжкові ярмарки. Проте стрімкий розвиток ринку електронних книжок є фактором, що системно змінює глобальний книжковий ринок. Переваги та характеристики цифрової

продукції створюють умови для глобалізації видавничого бізнесу і впливають на стратегії ключових видавництв.

#### *Глобалізаційні драйвери Йіпа*

Згідно з Йіпом для отримання переваг від глобалізації необхідно розуміти глобалізаційні драйвери, що впливають на глобальну стратегію компанії. Таким чином, характер драйверів визначить, в якій мірі галузь є глобальною чи локальною. В результаті, Йіп сформував 4 ключові фактори, що визначають схильність індустрії до глобалізації, а саме: ринковий, вартісний, державницький та конкурентний драйвер [2].

У зв'язку з появою електронних книжок, слід дослідити відповідність видавничої галузі кожному з цих факторів та визначити, які зміни відбуваються у зв'язку з поширенням електронних книжок та медіа.

#### *Ринковий драйвер*

Сутність ринкового драйверу полягає у схожості вимог до продукту у різних країнах. Вища схожість дає змогу стандартизувати виробництво і налагоджувати глобальні поставки з мінімальними змінами в продукті. З огляду на видавничу галузь, продукція є неоднорідною.

Рівень впливу ринкового драйверу є низьким, незважаючи на схожі фізичні характеристики книжок. Кожен продукт є унікальним і в інших регіонах світу може не сприйматися читацькою аудиторією. З іншого боку, глобалізація культури призвела до появи бестселерів, що мають популярність у всьому світі, наприклад твори Д. Брауна, Дж. Роулінг, П. Коельйо тощо. Безперечно має місце локальний переклад і стилістичне редагування проте ці продукти мають глобальні ознаки. Перш за все спільною може організація виробничих процесів, маркетингового позиціонування, реклами. Тим не менш, виробництво продукту не може бути стандартизоване, тому виробляється локально.

Поширення електронних книжок призвело до появи електронних програм автоматичного перекладу, можуть вмонтовуватись у файл електронної книжки. Подальший розвиток цих систем може створити умови для стандартизації та централізованого розповсюдження товару до кінцевого споживача, адже книжка буде автоматично перекладатись в залежності від уподобань читача. Незважаючи на це, програми ще не досконалі і допускають стилістичні помилки, тому на сьогодні ринковий драйвер не має значного впливу на глобалізацію електронної версії продукту.

#### *Вартісний драйвер*

Фактор вартості є ключовим індикатором схильності продукту до глобалізації. Завдяки стандартизації та централізації виробництва досягається економія на масштабах, що позначається на фінансових результатах бізнесу.

Вартісний фактор має досить сильний вплив на глобалізацію книжкової продукції. Виробничий процес побудований таким чином, що збільшення накладу призводить до пропорційного зниження собівартості, тому централізація виробництва матиме позитивний вплив на прибутковість бізнесу. Проте, якщо розглядати весь виробничий цикл, то можуть виникнути складнощі із складуванням та логістикою, що нівелюватиме переваги від економії на масштабах. Для електронних книжок вартісний драйвер є ключовим диференціатором і робить цей продукт глобальним. Виробництво цифрового контенту не прив'язане до конкретної території. На додаток, нульові витрати на складування та логістику забезпечують однозначну цінову перевагу.

#### *Державницький драйвер*

Фактор впливу держави на глобалізацію книжкової продукції є суперечливим. З одної точки зору, кожна країна через друковану книжкову продукцію популяризує свою культуру та поширює вплив у світі. Таким чином, державна політика зазвичай спрямована на підтримку локальних видавців. З іншого боку, ця підтримка виражається у створенні тарифних та нетарифних бар'єрів для книжкової та медіа продукції. В результаті, допомога місцевим видавцям стримує їх міжнародну експансію.

Оскільки ринок електронних книжок та цифрових медіа є новим, він погано регулюється державною політикою. Електронна книжка є нематеріальною за своєю сутністю, а тому за відсутності регулювання і певної підтримки держави може бути сильним зовнішньополітичним інструментом. На сьогодні закордонні онлайн медіа користуючись прогалинами у законодавстві мають змогу проводити адресну пропаганду в сусідніх країнах та світі. Зважаючи на це, державний драйвер має значно більший вплив на глобалізацію видавничої галузі, ніж у випадку із друкованою продукцією.

#### *Конкурентний драйвер*

Фактор оцінює рівень зрілості ринку, співвідношення експорту та імпорту товарами, готовність конкурентів до боротьби та їх глобалізаційний потенціал.

Конкурентний драйвер не має сильного впливу на глобалізаційні процеси у видавничій галузі. Доля видавничої продукції у зовнішньоекономічній діяльності країн світу є дуже низькою. Зважаючи на відсутність потреби у централізації засобів виробництва, в основному експансія здійснюється шляхом злиттів та поглинання локальних компаній. Кожна країна на своєму локальному ринку має власні видавництва та надає їм підтримку. Незважаючи на те, що на ринку відсутня тенденція до глобалізації діяльності, є ряд англомовних видавничих груп проводять експансію на нові ринки. Насамперед глобальними лідерами є, так звана «Велика п'ятірка», до

якої входять: Hachette, HarperCollins, Macmillan, Penguin Random House, Simon and Schuster. В результаті, конкурентний фактор не має значного впливу на схильність видавничого бізнесу до глобалізації. Компанії «Великої п'ятірки» активно розвивають напрям електронних книжок. За 2014 рік співвідношення продажу паперових книжок до електронних сповільнилося, хоч і досягло свого історичного максимуму в 28%. Слід зазначити, що за рахунок особливостей цифрової продукції, конкурентний фактор відіграє більше значення і спонукає до глобалізації видавничого бізнесу. Це обумовлено нематеріальною сутністю продукту, нижчими виробничими витратами.

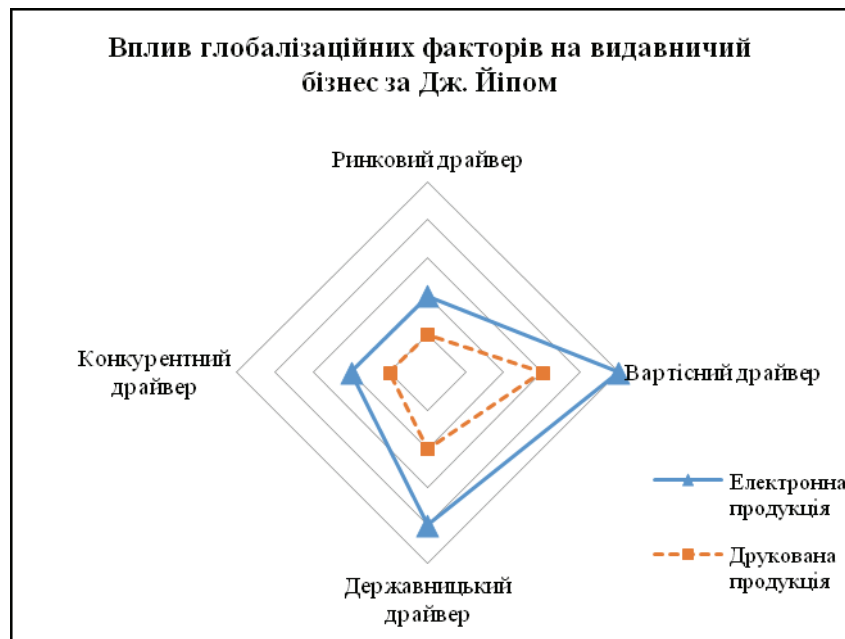


Рис. 1. Порівняльна діаграма впливу глобалізаційних драйверів на видавничий бізнес за Дж. Йіпом

**Висновки.** У результаті проведеного аналізу вдалося виявити посилення впливу глобалізаційних факторів на видавничу галузь із появою електронних книжок та цифрових медіа. Ключовий вплив на схильність компаній до інтернаціоналізації діяльності мають вартісний та державницький драйвери. Незначне посилення впливу відбулось у ринкового та конкурентного драйвера, проте вони не буде визначальним при прийнятті рішення щодо виходу на міжнародні ринки видавництвами.

Таким чином, поява електронної та цифрової продукція позитивно впливає на розширення міжнародної складової у видавничій галузі, хоч і не робить цю індустрію глобальною. Проте, незважаючи на посилення впливу глобалізаційних факторів на видавничий бізнес, мовні, культурні та ідеологічні бар'єри заважатимуть його глобалізації. Дані позитивні зрушення до викликані цифровою трансформацією показують, що видавничий бізнес має глобалізаційний ресурс і його реалізація залишається питанням часу та інвестицій.

#### Список використаних джерел

1. Deloitte / Print is alive and well – at least for books / 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Technology-Media-Telecommunications/gx-tmt-pred15-print-alive-and-well.pdf>.
2. Йіп Дж. С. Total global strategy II / Йіп Дж. С. New Jersey: Prentice Hall. – 2003.
3. Йіп Дж. С. Global strategy... In a world of nations? / Йіп Дж. С. // Sloan Management Review. – 1989. – Vol. 31, №1. – P. 29–41.
4. Лейн Ф. Р. The drivers of financial globalization / Лейн Ф. Р., Мілєсі-Феретті Г. М. // The American Economic Review. – 2008. – Vol. 98, №2. – p. 327–332.
5. Лойд Б. The outlook for globalization / Лойд Б. // Leadership & Organization Development Journal. – 1996. – Vol. 17, №5. – P. 18–23.
6. Монкада-Патерно-Кастелло П. Drivers and impacts in the globalization of corporate R&D: an introduction based on the European experience / Монкада-Патерно-Кастелло П., Вивареллі М., Войт П. // Industrial and Corporate Change. – 2011. – Vol. 20, №2. – P. 585–603.
7. Андал-Ансіон А. The digital transformation of traditional business / Андал-Ансіон А., Картврайт Ф. А., Йіп Дж. С. // Sloan Management Review. – 2003. – Vol. 44, №4. – P. 34–41.
8. Віскенбарт Р. / The Global eBook Market. / Віскенбарт Р., Карено К., Ковач М., Лішер В., Маля В. // 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://assetlibrary.supadu.com/images/ckfinder/630/pdfs/2013Global\\_eBook\\_Market\\_Current\\_Conditions\\_and\\_Future\\_Projections.pdf](http://assetlibrary.supadu.com/images/ckfinder/630/pdfs/2013Global_eBook_Market_Current_Conditions_and_Future_Projections.pdf).