УДК 338.32.053.4
JEL O320, O320

Т. Онисенко, асп.
КНУ імені Тараса Шевченка

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИДАВНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

В статті висвітлено основні види інноваційних технологій забезпечення сталого рівня конкурентоспроможності видавничих підприємств. Розглянуто інноваційні технології, як один з ключових факторів забезпечення стійкого конкурентного зростання видавничого підприємства. Показані фактори конкурентоспроможності, на які впливає здійснення інноваційної діяльності

***Ключові слова**: інновації; інноваційні технології; конкурентоспроможність; фактори конкурентоспроможності; видавничі підприємства.*

Однією з загальносвітових тенденцій є розвиток сучасного суспільства завдяки поширенню інноваційних технологій. Динаміка цього процесу та його ефективність для громадян, суспільства та держави певною мірою залежать від обґрунтованості відповідної державної політки та управління, цими процесами в кожній, без винятку сфері життєдіяльності суспільства. Практично в усіх сферах вітчизняної економіки інноваційний розвиток визнано одним з найважливіших національних пріоритетів.

На сьогодні поширення інформаційних технологій в системі розвитку суспільства, в усі сфери життєдіяльності людини, стали нормою подальшої еволюції цивілізації. Розвинуті країни світу не припиняють процес переходу до інформаційної сервісно-технологічної економіки, де значна частина ВВП забезпечується діяльністю з виробництва, обробки та поширення інформації та знань.

Інновації формують нові суспільно-політичні відносини, надаючи принципово нові можливості для бізнесу, управління ним та загального добробуту на мікро та макрорівнях.

Враховуючи особливості ряду факторів впливу та поширення інноваційних технологій, виникає необхідність єдиної скоординованої державної політики з розвитку інноваційного суспільства, що вимагає об'єднання зусиль держави, бізнесу, громадських та міжнародних організацій, не залежно від сфери застосування. І видавничий бізнес не є винятком. Адже, успішне функціонування і розвиток видавничих підприємств в сучасних умовах вимагає відповідного підходу до формування ефек-

тивної стратегії розвитку, через використання інноваційного потенціалу світової науки. Варто сказати, що видавничі підприємства поєднують в собі організаційно-творчу та виробничо-господарську діяльність спрямовану на виготовлення та розповсюдження видавничої продукції. Тому головним завданням даної діяльності є забезпечення стійкого рівня конкурентоспроможності видавництва, як господарюючого суб'єкта, через використання інноваційних технологій. Що в свою чергу зумовило актуальність даного дослідження.

Основною **метою статті** є аналіз та розгляд інноваційних технологій, як одного з основних факторів забезпечення стійкого конкурентного зростання видавничого підприємства.

Проблемам видавничого сектора в Україні присвячені наукові праці таких авторів, як О.Афонін, С. Буряк, О.Коваль, М.Сенченко, О. Сичевський, Л. Фінкельштейн та ін. Питання ж, пов'язані із управлінням інноваціями та їх впливом на конкурентоспроможність підприємства досліджували у своїх працях: В. Архипов, П. Дойль, Б. Санто, Р. Каплан, Дж. Мартіно, Д. Нортон, Й. Шумпетер, Г. Филюк, О. Ковтун, З. Варналій і інші вчені. Однак, незважаючи на велику кількість досліджень у даній сфері, залишається не досить розкритим питання управління технологічними інноваціями та міри їх впливу на конкурентоспроможність видавничих підприємств.

В останні десятиліття світова видавнича індустрія опинилася перед фундаментальними викликами, які мають глобальну цивілізаційну і технологічну природу. Значною мірою вони є результатом інноваційних, технологічно-нових змін в процесах управління економічною діяльністю суб'єктів господарювання. Зважаючи на обмеженість ресурсного потенціалу в даній галузі, використання інновацій для здобуття конкурентних переваг стало основним стратегічним завданням видавців.

Так, за словами видатного вченого Й.Шумпетера конкуренція – це креативна руйнація, боротьба старого з новим [8,с.113]. Тому, на нашу думку конкурентоспроможність видавництва слід розглядати виходячи саме з даного визначення конкуренції. Варто також зазначити, що конкурентоспроможність є досить складною категорією, що потребує чіткого визначення. Так, на думку вченого Алексеева С.Б., конкурентоспроможність – це економічна категорія, яка дозволяє в умовах конкуренції представити на внутрішній і зовнішній ринок продукцію, яка з точки зору конкурентних переваг сприймається споживачем як краща за аналогічну продукцію конкурентів та дозволяє підприємству отримувати плановий дохід, реалізовува-

ти стратегії конкурентної боротьби й забезпечувати виживання і бажане положення на ринку у довгостроковій перспективі [1, с.614–619]. Враховуючи специфіку видавничої галузі та докорінні зміни, які відбуваються в ній, можна визначити конкурентоспроможність видавництва – як, його здатність виробляти технологічно новітню продукцію в мінливих умовах ринку, задовольняючи потреби споживачів для отримання прибутку.

Як зазначає Филюк Г.М., конкурентоспроможність підприємства являє собою його здатність утримувати своє положення на ринку та динамічно розвиватися в умовах жорсткої конкурентної боротьби. Це означає:

- виробництво товарів і послуг з високою споживною цінністю, які з точки зору конкурентних переваг, сприймаються споживачем як кращі за аналогічну продукцію конкурентів;
- високу інноваційну активність підприємства, що забезпечує виробництво оригінальної продукції, яка не має аналогів;
- високу продуктивність використання обмежених ресурсів, що забезпечує оптимізацію витрат на виробництво продукції, та зростання прибутку підприємства;
- адаптивність до змін зовнішнього середовища та сталий розвиток підприємства [6, с. 5].

Всі вищенаведені постулати є цілком слушними і для видавничих підприємств також. Адже, забезпечення конкурентних переваг шляхом підвищення споживчої цінності товарів – є одним із стратегічних завдань видавництва. Адже, неможливо продати книжку, якщо вона є не цікавою та неактуальною для споживача. Використання інновацій, насамперед в технологічній складовій видавничого процесу, на сьогоднішній день являється обов'язковим чинником стійкого конкурентного зростання видавництва.

Звертаючись до наукової спадщини Й. Шумпетера, знаходимо визначення "інновації", як нової якості засобів виробництва, що досягається шляхом певних покращень існуючого обладнання, введення нових засобів виробництва або системи його організації [9]. Тобто, використовуючи численні напрацювання відомих науковців, ми отримуємо можливість співвідношення категорій "інновація" та "конкурентоспроможність" з огляду на специфіку діяльності видавничих підприємств.

Аналізуючи взаємозв'язок конкурентного розвитку видавництва та здійснюваних ним інновацій, перш за все звертаємо увагу на можливості появи загроз з боку прямих і не прямих конкурентів, а також змін зовнішнього середовища, здатних послабити конкурентну позицію організації.

Так, інноваційна поведінка видавництва з метою зміцнення його конкурентоспроможності особливо актуальна в наступних випадках: по-перше, коли ринкові ціни на продукцію стають такими, що дохід не покриває витрат. Це змушує підприємця провести "процесну" або "продуктову" інновацію. По-друге, якщо в ході маркетингових досліджень виявляється незадоволена ринкова потреба, то це також стимулює підприємство проводити інновації та активно управляти ними.

Враховуючи взаємозв'язок інновацій і конкурентоспроможності видавництва, доцільно виділити основні елементи, що впливають на фактори конкурентоспроможності видавництва, в процесі здійснення інноваційної діяльності видавництва табл. 1.

***Таблиця* 1**

Вплив на конкурентоспроможність видавництва в процесі здійснення інноваційної діяльності

Процес здійснення інноваційної діяльності	***Фактори конкурентоспроможності, на які впливає процес здійснення інноваційної діяльності***
1.Ефктивна робота маркетингу інновацій, як інструмент управління інноваційною діяльністю	1.1 обсяги видавництва книжок; 1.2обсяги експорту книжок; 1.3зниження витрат на збут продукції.
2. Якість менеджменту інноваційної діяльності	2.1 зниження операційних витрат на 1 грн видавничої продукції (інтенсивним шляхом); 2.2 терміни виготовлення інноваційної продукції; 2.3 конкурентоспроможна ціна інноваційної друкованої продукції.
3.Інноваційні зміни в редакційно-технологічному процесі	3.1 зручність та естетичний зовнішній вигляд продукції 3.2 оригінальність та технологічна унікальність видань. 3.3 зниження рівня браку;
4.Ефективність забезпечення та використання сировини, ресурсів при виробництві друкованої продукції	4.1 зменшення рівня залежності від імпорту сировини; 4.2 значно-поліпшена якість продукції;
5.Якість авторських інформаційних ресурсів	5.1 зміцнення позицій бренду видавництва; 5.2 покращення рівня оригінальності видавничої продукції.

Джерело: авторська розробка на основі [5, 11]

Як висновок з таблиці 1, можна говорити, що чільне місце в системі забезпечення конкурентного розвитку видавничого підприємства посідають інноваційні технології. Реалізація зазначених технологій (інноваційні зміни в редакційно-технологічному процесі; новітнє забезпечення та використання сировини, ресурсів при виробництві друкованої продукції) дає змогу значно посилити конкурентні позиції видавництва. Адже, при проведенні аналізу попиту на друковану (книжкову) продукцію, видавництво має змогу формувати певний вид конкурентної поведінки, направлений на задоволення того чи іншого сегменту читацького попиту. Так, при різкій зміні доходів споживачів (читачів) видавниче підприємство може сегментувати свою продукцію за наступними видами:

- середньої якості (для сегменту покупців з низьким рівнем доходів);
- високої якості (для масового читання споживачів з рівнем доходів – середній та вище середнього);
- дуже високої якості (елітні видання, подарункові видання. Має місце ефект Веблена, коли наявність такого роду видавничої продукції може бути для споживача показником його престижу. Тобто даний вид видавничої продукції для споживачів з дуже високими доходами).

Забезпечити даний вид конкурентної поведінки можливо при успішному використанні інноваційних технологій. Інноваційними технологіями прийнято називати діяльність підприємства, що пов'язана із розробкою та впровадженням як технологічно нових, так і значно технологічно удосконалених продуктів (продуктові інновації) і процесів (процесні інновації) [3]. З огляду на специфіку діяльності видавничих підприємств, інноваційними технологіями, що використовуються у видавничій діяльності називають – розробку та (або) впровадження технологічно нових, або значно технологічно вдосконалених способів видавництва книжкової продукції. Як наслідок, якісних змін в технологічних характеристиках друкованої продукції та її зовнішнього вигляду.

Як приклад, дані процеси можуть бути реалізовані шляхом використання різних видів художньо-поліграфічного оформлення та технології випуску друкованої продукції. Згідно класифікації у поліграфічних довідниках існує три види художньо-поліграфічного оформлення та технології випуску друкованої продукції, а саме:

1. Перший тип передбачає високу місткість одного аркушу, низьку ілюстративність та майже відсутність кольоровості, низьку якість паперу та м'яку обкладинку.

2. Другий тип зазвичай використовують для видань з середнім рівнем накладу, наявністю кольорових вставок та більш високим рівнем ілюстративності. Обкладинка, зазвичай, тверда з використанням видавничих матеріалів більш високої якості.

3. Третій тип має значно поліпшену якість видавничих матеріалів.

Також варто звернутись до новітніх комп'ютерних технологій, які використовуються у видавничій справі. В даний час найбільшого поширення набули такі програми для спрощення процесів верстки, як Adobe PageMaker, QuarkXPress, Adobe InDesign. Однією з найбільш популярних є програма Adobe InDesign. Використовуючи ту чи іншу програму, верстальник поєднує в єдиний документ різні файли. За допомогою програми верстки можна задавати кількість і формат сторінок, набирати і розміщувати текст на сторінці, встановлювати взаємне розташування текстового та ілюстративного матеріалу. Програма Adobe InDesign в більшій мірі наближена до традиційного книговидавничій процесу і має безліч можливостей для підвищення його якості, а також використовується при підготовці оригінал- макетів графічно складних видань. До числа відмінних переваг Adobe InDesign можна віднести можливість автоматично розміщувати текст на заданому числі смуг і автоматично створювати допоміжні тексти (виноски, кінцеві виноски, покажчики, зміст), наявність формульного і табличного редактора, наявність алгоритмів вирівнювання текстів по вертикалі, інтегрованість з іншими програмами (дозволяє редагувати текст і ілюстрації в їх "рідних" редакторах). Для обробки зображень видавництва використовують сучасне програмне забезпечення, серед якого Adobe Illustrator і Corel Draw. Враховуючи, що в багатьох сучасних виданнях однією з ключових є проблема адекватного переносу кольору, видавництва активно використовують прилади, що дозволяють контролювати колір в процесі додрукарської підготовки. Всі вищезазначені новітні засоби обробки інформації дозволяють зробити те чи іншу друковану продукцію більш привабливою в очах споживча, а отже і підвищити свій власний конкурентний рейтинг.

Висновки. Таким чином, впроваджуючи прогресивні, інноваційні технології видавничі підприємства забезпечать собі швидке зростання конкурентних позицій на ринку та як наслідок збільшення прибутку. адже, динамічність змін зовнішнього середовища вимагають від підприємств видавничого сектору системних змін в процесі формування стратегій конкурентного розвитку. І одним з основних факторів підвищення конку-

рентоспроможності видавництва на сьогоднішній момент можуть стати саме технологічні інновації. Їх використання у видавничих процесах значною мірою покращить конкурентні позиції видавництва, адже щороку на світових виставках та форумах провідні компанії світу представляють технологічні новинки та пропонують новітні технології використання паперу, фарб для друку, новітнього устаткування та ін.

Література:

1. Алексеев С.Б. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Випуск 191: В 4 т. Том II.− Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. − С.614−619

2. Варналій З.С. Конкурентоспроможність національної економіки: проблеми та пріоритети інноваційного забезпечення [Текст] : монографія / З. С. Варналій, О. П. Гармашова. – К. : Знання України, 2013. – 387 с.

3. Державний комітет статистики України наказ про затвердження форми державного статистичного спостереження із статистики науки та інновацій (Форма N 2-інновація. ПОРЯДОК заповнення форми, розд. Загальні положення) 19.08.2004 N 490 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon.nau.ua/doc/?Uid=1078.12718.0

4. Ковтун О.І. Інноваційні стратегії в системі забезпечення конкурентоспроможності для вітчизняних підприємств: теоретико-методологічні засади формування та реалізації [Текст] : монографія / Ковтун О. І. ; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. – Л. : Вид-во Львів. комерц. акад., 2013. – 351 с.

5. Туган-Барановський М.І. Основи політичної економії [Текст] / М. І. Туган-Барановський ; пер. з рос. С. М. Злупко, Я. Злупко ; наук. ред. і вступ. ст. С. М. Злупко ; Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. – Л. : Видавничий центр Львівського національного університету ім. Івана Франка, 2003.

6. Филюк Г. М. Проблеми та шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації// Вісник національного університету імені Тараса Шевченка. Сер. Економіка, 2013. – №151. – С. 5–8.

7. Швайка, Л. А.. Розвиток і регулювання видавничого підприємництва / Л. А. Швайка. – Л. : Українська академія друкарства, 2005. – 424 с.

8. Шумпетер, Йозеф А. Капіталізм, соціалізм і демократія [Текст] / Й. А. Шумпетер ; пер.з англ. В. Ружицький, П. Таращук. – К. : Основи, 1995. – 528 с.

9. Шумпетер, Йозеф А. Теорія економічного розвитку : дослідж. прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та екон. циклу / Йозеф А. Шумпетер; пер. Василя Старка; [передм. Бажал Ю. М.]. – К. : Києво-Могил. акад., 2011. – 241 с.

10. Bradbury J.A.A. Product Innovation: Idea to Exploitation John Wiley & Sons / [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://technopark.al.ru/ business/innovation/ innovation.htm business /innovation/innovation.htm

11. Lips C.C. Effective Publications Management: Keeping Print Communications on Time, on Budget, on Message/ Cathy Connor Lips. – New-York: Allworth Press, 2007 – 196p.

12. Rothwell R. The Changing Nature of the Innovation Process / / [Електронний ресурс] - Режим доступу: http:// technopark.al.ru/ business /innovation

References:

1. Alekseev S.B. Teoretycheskye aspekty konkurentosposobnosty predpryyatyy // Ekonomika: problemy teoriyi ta praktyky. Zbirnyk naukovykh prats'. Vypusk 191: V 4 t. Tom II.− Dnipropetrovs'k: DNU, 2004. − S.614−619

2. Varnaliy Z.S. Konkurentospromozhnist' natsional'noyi ekonomiky: problemy ta priorytety innovatsiynoho zabezpechennya [Tekst] : monohrafiya / Z. S. Varnaliy, O. P. Harmashova. – K. : Znannya Ukrayiny, 2013. – 387 s.

3. Derzhavnyy komitet statystyky Ukrayiny nakaz pro zatverdzhennya formy derzhavnoho statystychnoho sposterezhennya iz statystyky nauky ta innovatsiy (Forma N 2-innovatsiya. PORYaDOK zapovnennya formy, rozd. Zahal'ni polozhennya) 19.08.2004 N 490 [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: http://zakon.nau.ua/doc/?Uid=1078.12718.0

4. Kovtun O.I. Innovatsiyni stratehiyi v systemi zabezpechennya konkurentospromozhnosti dlya vitchyznyanykh pidpryyemstv: teoretyko-metodolohichni zasady formuvannya ta realizatsiyi [Tekst] : monohrafiya / Kovtun O. I. ; Ukoopspilka, L'viv. komerts. akad. – L. : Vyd-vo L'viv. komerts. akad., 2013. – 351 s.

5. Tuhan-Baranovs'kyy M.I. Osnovy politychnoyi ekonomiyi [Tekst] / M. I. Tuhan-Baranovs'kyy ; per. z ros. S. M. Zlupko, Ya. Zlupko ; nauk. red. i vstup. st. S. M. Zlupko ; L'vivs'kyy natsional'nyy un-t im. Ivana Franka. – L. : Vydavnychyy tsentr L'vivs'koho natsional'noho universytetu im. Ivana Franka, 2003.

6. Fylyuk H. M. Problemy ta shlyakhy pidvyshchennya konkurentospromozhnosti vitchyznyanykh pidpryyemstv v umovakh hlobalizatsiyi // Visnyk natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ser. Ekonomika, 2013. – №151. – S. 5–8.

7. Shvayka, L. A.. Rozvytok i rehulyuvannya vydavnychoho pidpryyemnytstva / L. A. Shvayka. – L. : Ukrayins'ka akademiya drukarstva, 2005. – 424 s

8. Shumpeter, Yozef A. Kapitalizm, sotsializm i demokratiya [Tekst] / Y. A. Shumpeter ; per.z anhl. V. Ruzhyts'kyy, P. Tarashchuk. – K. : Osnovy, 1995. – 528 s.

9. Shumpeter, Yozef A. Teoriya ekonomichnoho rozvytku : doslidzh. prybutkiv, kapitalu, kredytu, vidsotka ta ekon. tsyklu / Yozef A. Shumpeter; per. Vasylya Starka; [peredm. Bazhal Yu. M.]. – K. : Kyyevo-Mohyl. akad., 2011. – 241

10. Bradbury J.A.A. Product Innovation: Idea to Exploitation John Wiley & Sons / [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://technopark.al.ru/ business/ innovation/innovation.htm business /innovation/innovation.htm

11. Lips C.C. Effective Publications Management: Keeping Print Communications on Time, on Budget, on Message/ Cathy Connor Lips. – New-York: Allworth Press, 2007 – 196p.

12. Rothwell R. The Changing Nature of the Innovation Process / / [Електронний ресурс] - Режим доступу: http:// technopark.al.ru/ business /innovation.

Надійшла до редколегії 27.02.14

Онисенко Т.С.. асп.
КНУ имени Тараса Шевченко

ИННОВАЦИОННІЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИЗДАТЕЛЬСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье освещены основные виды инновационных технологий обеспечения устойчивого уровня конкурентоспособности издательских предприятий. Рассмотрены инновационные технологии, как один из ключевых факторов обеспечения устойчивого конкурентного роста издательского предприятия. Показаны факторы конкурентоспособности, на которые влияет осуществления инновационной деятельности.

Ключевые слова: *инновации; инновационные технологии; конкурентоспособность, факторы конкурентоспособности; издательские предприятия.*

Onysenko T.S.,postgraduate student
Kyiv National Taras Shevchenko University

INNOVATIVE TECHNOLOGY IN ENSURING THE COMPETITIVENESS OF THE PUBLISHING COMPANY

The paper deals with the main types of innovative technologies for sustainable competitiveness of publishing companies. The innovative technology as one of the key factors for ensuring sustainable competitive growth of the publishing company. The paper showing competitiveness factors affected implementation of innovation. The article includes analytical results of main factors of organizational of competitiveness in publishing enterprises. The main world tendencies of ensure competitiveness was determined. The purpose of this article is to elucidate the main bases and principles of ensure competitiveness of publishing enterprises.

Keywords: *innovation, technology innovation, competitiveness, competitive factors and publishing company.*