

УДК 004.738.5:339:002.1

**ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕЛЕКТРОННИХ ВИДАНЬ
НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ****© В. О. Польова, Я. Є. Сошинська, к.і.н., доцент,
НТУУ «КПІ», Київ, Україна**

В статье рассматриваются перспективы реализации электронных изданий на украинском рынке, базируясь на анализе макро- и микросреды украинского электронного книжного магазина «Bookland.net.ua». Оценка факторов, анализ возможностей и угроз проводится по методике SWOT-анализа.

The article is devoted to prospects of the e-texts trading in the Ukrainian market on the basis of the analysis macro- and micro- environment of Ukrainian electronic bookshop «Bookland.net.ua». Evaluation factors, opportunities and threats made by the method of SWOT-analysis.

Постановка проблеми

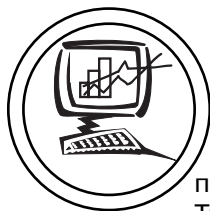
Швидкі темпи розвитку інтелектуальних технологій та рівня інформаційного забезпечення спричиняють зростання потреб споживачів щодо швидкості отримання інформації, доступності, зручності її використання. Створення глобальної віртуальної мережі Інтернет відкрило нові можливості для отримання й обміну інформацією. З'явилась електронна торгівля, яка є прибутковим каналом збуту різноманітної продукції.

З розвитком інформаційних технологій з'явилось явище і поняття «електронне видання», тобто версія книги в електронному (цифровому) форматі. Електронне видання також стало об'єктом купівлі-продажу в мережі Інтернет. На сьогодні реалізацією електронного контенту на українському книжковому ринку займається український електронний книжковий магазин «Bookland.net.ua», який функціонує з кінця 2008 року. Під-

приємство розвивається швидкими темпами, про що свідчить зростання кількості продажів (закачок) електронного контенту на 85 тис. одиниць та темп приросту у 233,3 % у 2010 році, порівняно з попереднім роком. Саме на прикладі даного підприємства доцільно розглядати перспективи реалізації електронних видань на книжковому ринку України.

Аналіз попередніх досліджень

Дослідження поняття «електронне видання» та «електронна книга» в понятійній системі документознавства, класифікацію електронних видань, визначення їх характеристик проводили такі вчені як Гіляревський Р. С. [1–3], Шрайберг Я. Л. та Земсков А. І. [4, 5], Воройський Ф. С. [6], Кушнарєнко Н. М. [7], Беловицька А. О. [8], Швецова-Водка Г. М. [9], Антопольський А. Б. [10], Бушуєв С. В. [11], Гресь А. М. [12], Чикунів І. М. [13], Оста-



пова І. В. та Широнова В. А. [14], Тимошик М. [15] та ін. Окремі публікації таких авторів, як Мамонтова М. С. [16], Меджибовська Н. С. [17], Чернишов О. [18] розглядали проблеми електронної книги в Україні. Разом з тим, відсутнє комплексне дослідження, яке присвячене питанням реалізації електронного книжкового контенту і об'єднує такі складники як характеристика товару, аналіз цільової аудиторії і споживчого попиту, ціноутворення, технологічні аспекти продажу і доставки товару та ін.

Мета роботи

Мета даної публікації полягає в обґрунтуванні перспектив реалізації електронних видань

на українському ринку як нового напряму книжкового бізнесу і книготоргівлі.

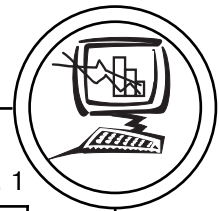
Результати проведених досліджень

Для вивчення основних тенденцій на ринку цифрового книжкового контенту було обрано діяльність компанії «Bookland.net.ua». Аналіз факторів, що впливають на реалізацію даного виду товару, здійснено за методикою SWOT-аналізу. Таким чином, було проведено оцінку зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, проаналізовано його макросередовище і безпосереднє оточення. Розглянемо отримані результати дослідження, представлені у таблиці 1.

Таблиця 1

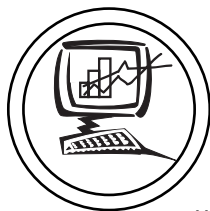
Оцінка факторів макросередовища

Група факторів	Фактори	Прояв (стан фактора)	Характер впливу на підпр. (+/-)	Оцінка фактора впливу, у балах
Економічні	Розвиток електронної комерції в Україні	Галузь недостатньо сформована, проте розвивається	+	3
	Розвиток торгівлі електронними книгами	Активно пропонуються і реалізуються пристрої для читання електронних видань, книгарні займаються продажем електронних видань на компакт-дисках	+	3
	Розвиток електронної торгівлі електронними книгами	Для України ще не є дуже поширеним явищем	+	3
	Вартість електронних видань	Вартість електронних книг нижча за друковані аналоги	+	3
	Вартість пристроїв для читання електронних книг	Висока вартість електронних рідерів гальмує процес поширення електронних видань	-	2
	Рівень податкових ставок	Відсутні спеціальні податкові ставки, Податковий кодекс 2010 року змінив спрощену систему оподаткування для електронної комерції, відсутні пільги	-	2



Закінчення табл. 1

Група факторів	Фактори	Прояв (стан фактора)	Характер впливу на підпр. (+/-)	Оцінка фактора впливу, у балах
	Рівень доходів населення	Невисокий рівень доходів населення, порівняно із розвинутими країнами, може спричинити те, що вторинні потреби задовольняються недостатньо	-	2
Політичні	Рівень політичної стабільності	Низький рівень політичної стабільності негативно відображається на стані економіки	-	2
Правові	Стан законодавчих актів, які регулюють електронну комерцію	Відсутні спеціальні законодавчі акти, які регулюють електронну комерцію	+	1
	Стан законодавчих (нормативних) актів, які визначають поняття «електронне видання»	В 2010 році введено в дію ДСТУ 7151:2010 «Видання електронні. Основні види та вихідні відомості»	+	1
Демографічні	Чисельність користувачів мережі Інтернет в Україні	Динамічно зростає	+	3
	Чисельність покупців електронних магазинів в Україні	Зростає	+	3
	Чисельність користувачів електронними виданнями в Україні	Поступово зростає	+	3
НТП	Рівень технічного забезпечення населення	Достатній	+	2
	Реалізація вітчизняних пристроїв для читання електронних видань	Електронні рідери виробляються за кордоном або в співпраці з іноземними компаніями	-	1
Природні	Використання сировини для виготовлення електронного видання	Збереження природних ресурсів	+	2
	Забруднення навколишнього середовища	Електронні видання є екологічно чистими	+	1
Соціально-культурні	Рівень читання в Україні	Невисока популярність читання	-	2
	Рівень інформатизації суспільства	Рівень розвитку інформаційного суспільства України нижчий від показників Європи, США та ін. країн	-	2
	Традиція читання електронних видань	З'явилась і розвивається	+	3



Оцінка характеру (спрямованості) впливу на підприємство здійснювалася за такою шкалою:

- +1 бал — позитивний вплив;
- 1 бал — негативний вплив.

Оцінка ступеня впливу фактора на підприємство здійснювалася експертним шляхом за такою оцінною шкалою:

- 3 бали — сильний вплив;
- 2 бали — помірний вплив;
- 1 бал — слабкий вплив;

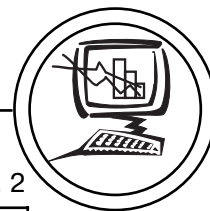
0 балів — відсутній вплив.

Отже, в таблиці 1 відображено фактори макросередовища, які мають певний вплив на основну комерційну діяльність компанії «Bookland.net.ua». Необхідно визначити, які з них є можливостями, а які загрозами у розвитку торгівлі цифровим книжковим контентом та розглянути можливі варіанти відповідних дій підприємства.

Таблиця 2

Аналіз можливостей і загроз макросередовища

Фактори	Ступінь впливу фактора на підприємство, бали	Можливі варіанти відповідних дій підприємства
Можливості		
Розвиток електронної комерції в Україні	3	Зарубіжна практика свідчить про перспективи розвитку електронної комерції, тому її варто розвивати в Україні
Розвиток торгівлі електронними книгами	3	Успішна реалізація електронних видань на зовнішніх носіях показала, що попит на такий продукт є, а реалізація електронних видань через мережу Інтернет спрощує процес купівлі
Розвиток електронної торгівлі електронними книгами	3	Підприємство зайняло нову нішу на українському ринку книжкової торгівлі
Вартість електронних видань	3	Електронні видання в ціновому аспекті мають перевагу перед друкованими, що сприяє зростанню конкурентоспроможності товару
Чисельність користувачів мережі Інтернет в Україні	3	Зростає кількість потенційних споживачів
Чисельність покупців електронних магазинів в Україні	3	Користувачі мережі Інтернет привчаються до користування електронними магазинами, в тому числі і «Bookland.net.ua»
Чисельність користувачів електронними виданнями в Україні	3	Зростає кількість людей, яка оцінила переваги електронних видань, тому у них з'являється потреба купувати цей товар
Традиція читання електронних видань	3	Зростає кількість людей, яка оцінила переваги електронних видань, тому з'являється традиція читання електронних видань
Рівень технічного забезпечення населення	2	Розмаїття засобів для читання електронних видань сприяє їх поширенню



Закінчення табл. 2

Фактори	Ступінь впливу фактора на підприємство, бали	Можливі варіанти відповідних дій підприємства
Використання сировини для виготовлення електронного видання	2	Екологічні аспекти є дуже важливими, в тому числі і в сприйнятті споживачем товару
Забруднення навколишнього середовища	1	Екологічні аспекти є дуже важливими, в тому числі і в сприйнятті споживачем товару
Стан законодавчих (нормативних) актів, які визначають поняття «електронне видання»	1	Наявні стандарти, що визначають особливості та вимоги до оформлення електронних видань
Стан законодавчих актів, які регулюють електронну комерцію	1	Відсутність спеціальних законодавчих актів дають змогу компанії працювати як звичайному торговельному підприємству
Загрози		
Вартість пристроїв для читання електронних книг	2	Поширення електронних видань різних форматів дає користувачу вибір пристрою, з якого їх читати
Рівень податкових ставок	2	«Bookland.net.ua» входить у ТОВ і є платником податків на загальних умовах
Рівень доходів населення	2	Нижча вартість електронного видання у порівнянні із традиційним аналогом робить даний вид товару доступнішим
Рівень політичної стабільності	2	Реалізація електронних видань не має географічних обмежень, тому реалізація можлива не тільки в Україні, а й у всіх країнах світу
Рівень читання в Україні	2	Популяризація електронних видань, можливо, підвищить рівень читання в Україні
Рівень інформатизації суспільства	2	Реалізація електронних видань не має географічних обмежень, тому реалізація можлива не тільки в Україні, а й у всіх країнах світу

Аналіз безпосереднього оточення підприємства передбачає аналіз тих факторів зовнішнього середовища, з якими підприємство знаходиться в безпосередній взаємодії. У стратегічному аналізі пріоритетними факторами мікросередовища є споживачі, конку-

ренти і постачальники. На основі SWOT-аналізу діяльності компанії «Bookland.net.ua» було визначено сильні і слабкі сторони її комерційної спеціалізації та вказано можливості і загрози для розвитку торгівлі електронним книжковим контентом в Україні.



Таблиця 3

SWOT-аналіз мікросередовища

Сильні сторони	Можливості
<ol style="list-style-type: none"> 1. Електронне видання не має фізичної форми, не потребує значного місця для зберігання. 2. Інтернет-торгівля швидко розвивається і залучає велику кількість користувачів. 3. Компанія є єдиним учасником електронної торгівлі цифровим контентом в секторі UA-IX. 4. Зручність оплати для українського споживача у порівнянні з російськими електронними магазинами. 5. Реалізація унікального україномовного цифрового контенту. 6. Встановлення оптимальної ціни, яка не дуже відрізняється від ціни товарів-аналогів конкурентів. 7. Зрозумілий інтерфейс магазину з розширеним пошуком, вдалою побудовою розділів асортименту, наявністю підписки на новини книжкового світу, новинки в асортименті електронної книгарні. 8. Прозорі умови юридично оформлених договорів з правовласниками творів та оптимальний розмір роялті. 9. Можливість реалізації творів у захищеному форматі. 10. Універсальний асортимент. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Формування широкого асортименту. 2. Залучення до співпраці великої кількості українських та російських правовласників творів, що дозволяє розширити асортимент і зацікавити більшу кількість користувачів. 3. Можливість зайняти домінуюче місце на українському ринку електронних видань. 4. Залучення та втримання українського користувача цифровим контентом. 5. Задоволення попиту на україномовну літературу українських та іноземних користувачів мережі Інтернет. 6. Боротьба за українського споживача не на основі ціни, а на основі зручності користування електронним магазином. 7. Дружній інтерфейс та сервіси сприяють прихильності контактної аудиторії та повторним купівлям. 8. Економічно вигідні умови та юридично прозорі умови співпраці сприяють залученню великої кількості авторів та видавців. 9. Захист контенту від несанкціонованого доступу. 10. Залучення широкої споживчої аудиторії.
Слабкі сторони	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Недобросовісна конкуренція, недобросовісне користування контентом. 2. Відсутність визначеної собівартості електронного видання. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Несанкціонований доступ до ліцензованого контенту, поширення неліцензованого контенту. 2. Реалізація електронного контенту підприємствами-конкурентами за нижчими цінами.

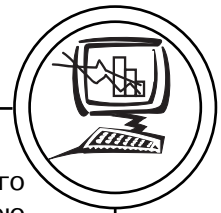
Можливі варіанти дій підприємства з метою запобігання ризиків у мікросередовищі:

- укладання договорів з авторами (правовласниками) про ексклюзивність поширення контенту;
- реалізація електронних видань у захищених форматах;
- зазначення в договорі із авторами про заборону розміщен-

ня текстів у мережі Інтернет у вільному доступі;

- відслідковування та по можливості перешкоджання поширенню неліцензованого контенту;

— постійний моніторинг цінової та асортиментної політики основних магазинів-конкурентів з метою підтримання цінової конкурентоспроможності,



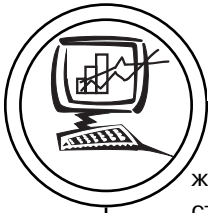
впровадження різноманітних маркетингових заходів зі стимулювання збуту тощо.

Висновки

Аналіз макро- і мікросередовища свідчить про значні і реальні перспективи реалізації електронних книг в Україні. Постійне зростання рівня інформатизації українського суспільства надає технічну можливість значній частині населення України долучитись до світу інформаційних технологій, оцінити переваги електронних видань та способу їх придбання. Вважається, що популяризація електронних видань зможе підвищити рівень читання в Україні завдяки зручностям цифрових тех-

нологій та впливу економічного фактору. Найбільшою загрозою є менталітет населення, тобто небажання платити на продукт, який поширюється мережевим способом, постійні спроби зламати захищений продукт та розповсюдити незахищені копії електронних видань. Крім того, розглядаючи конкурентоспроможність електронних книжкових магазинів, які реалізують цифрові видання (контент), варто зазначити, що для мережі Інтернет відсутні географічний і часовий фактори, тому головною перевагою електронного магазину є асортимент (універсальний чи спеціалізований), способи оплати, зручність інтерфейсу та цінова політика.

1. Барышева О. В. С Книга в паутине [Текст] / Л. Барышева, Р. С. Гиляревский. — М. : НТИ-Компакт, 2003. — 304 с.
2. Василенко Г. А. Электронная книга: pro I contra: взгляд из Интернета [Текст] / А. Г. Василенко, Р. С. Гиляревский // НТИ. Сер. 1. Орг. и методика информ. работы. — 2001. — № 4. — С. 14—23.
3. Электронный документ: создание и использование в публичных библиотеках [Текст] / под ред. Р. С. Гиляревского, Г. Ф. Гордукаловой. — СПб. : Профессия, 2007. — 664 с.
4. Земсков А. И. Электронная информация и электронные ресурсы [Текст] // А. И. Земсков, Я. Шрайберг. — М. : Изд-во «Фаир», 2007. — 528 с.
5. Земсков А. И. Электронные библиотеки [Текст]: учеб для студентов ВУЗов культуры и искусств и др. высших учеб. заведений / А. И. Земсков, Я. Шрайберг. — М.: Либерия, 2003. — 352 с.
6. Воройский Ф. С. Систематизированный толковый словарь по информатике [Текст] / Ф. С. Воройский. — М. : Либерия, 1998. — 376 с.
7. Кушнарченко Н. Н. Документоведение [Текст] / Н. Н. Кушнарченко. — 7-е изд., стереотип. — К. : Знання, 2006. — 459 с.
8. Антопольский А. Б. Информационные ресурсы России [Текст] : науч-метод. пособие / А. Б. Антопольский. — М. : Либерия, 2004. — 421 с.
9. Беловицкая А. О. Информация и книга [Текст] / А. А. Беловицкая // Наука о книге: Традиции и инновации: материалы 12-й Междунар. науч. конф. по пробл. книговедения: Москва, 28–30 апреля 2009 г. : в 4-х ч. — М., 2009. — С. 215—219.
10. Швецова-Водка Г. М. Документоведение [Текст] : навч. посіб. / Г. М. Швецова-Водка. — К. : Знання, 2007. — 400 с.
11. Антопольский А. Б. Информационные ресурсы России [Текст] : науч-метод. пособие / А. Б. Антопольский. — М. : Либерия, 2004. — 421 с.
12. Бушуев С. В. Электронная и традиционная книга в информационном обществе [Текст] / С. В. Бушуев // Девятая Международная научная конференция по проблемам книговедения «Книга и книжное дело на рубе-



же тисячелетій»: тез. докл. — М., 2000. — С. 287—289. 12. Гресь А. М. Про створення систем електронної торгівлі [Текст] / А. М. Гресь // Наукові записки. — Тернопіль, 2004. — Вип. 13, ч. 2. — С. 183—186. 13. Чикунів І. М. Електронні видання: визначення, класифікація [Електронний ресурс] — Спосіб доступу : <http://www.philiprovich.ru/Library/Books/ITS/www-book/ist4b/its4/chikunov.htm>. 14. Остапова І. В. Електронна книга як об'єкт цифрової бібліотеки [Текст] / І. В. Остапова, В. А. Широнова // Бібліотеки і асоціації в змінюючому світі / 5-я ювілейна міжнародна конференція «Крим-98». — Судак, 1998. — Т. 1. — С. 268—270. 15. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця [Текст] : практич. посіб. — 2-ге вид., стереотип. — К. : Наша культура і наука, 2006. — 560 с. 16. Мамонтова М. С. Традиційна чи електронна: яку книгу читати? [Текст] / М. С. Мамонтова // Бібліографія: наук. журн. — № 1. — М., 2008. — С. 28—31. 17. Меджибовська Н. С. Електронна Україна: погляд у майбутнє [Текст] / Н. С. Меджибовська // Вісник соціально-економічних досліджень: Зб. наук. пр. — О., 2004. — Вип. 17. — С. 206—211. 18. Чернишов О. Електронна книга — величчя часу [Текст] / О. Чернишов // Директор школи. Україна. — 2009. — № 7—8. — С. 5—8.

Рецензент — А. В. Кваско, к.е.н.,
доцент, НТУУ «КПІ»

Надійшла до редакції 13.05.11