

Організаційні моделі видавництв вищих навчальних закладів в умовах трансформації галузі

Л. В. Давидова

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

Paper received 26.01.17; Accepted for publication 01.02.16.

Анотація. У статті здійснено аналіз традиційних моделей організації університетських видавництв і обґрунтовано необхідність переходу до новітніх моделей із активним використанням технології «друк на вимогу», сервісу самопублікації, хмарних технологій та аутсорсингу для забезпечення конкурентоспроможності й ефективної діяльності видавництв вищих навчальних закладів в умовах трансформації видавничої галузі.

Ключові слова: модель організації видавництва, видавнича діяльність, університетське видавництво, друк на вимогу, аутсорсинг, онлайн-конструктор, хмарні технології у книговидаванні.

Вступ. Одним з викликів, перед яким опинились сучасні українські університетські видавництва, є вибір структурно-функціональної моделі, оптимальної для їх розмірів, функцій і здійснення цілей. В умовах трансформації видавничої галузі традиційні моделі організації видавництва вищого навчального закладу вже не завжди можуть забезпечити ефективне його функціонування, тож нагальною потребою є пошук нових моделей, сервісів і технологій, які забезпечать успіх університетського видавництва в умовах високої конкуренції на ринку наукових і навчальних видань.

Стислий огляд публікацій за темою. Певних аспектів обрання ефективної моделі організації видавництва вищого навчального закладу торкаються окремі наукові розвідки вітчизняних і зарубіжних науковців – С. Водозаської, Л. Гітса, Л. Кокс, І. Ключнік, Т. Колесникової, С. Комарова, К. Костюка, М. Маковецька та інших, проте спроб системного аналізу усталених моделей і обґрунтування необхідності переходу до більш сучасної моделі організації університетських видавництв (мультиплатформних, із використанням можливостей хмарних технологій, сервісів «друк на вимогу» і самопублікації, онлайн-конструкторів) досі зроблено не було.

Мета статті – аналіз традиційних моделей організації університетських видавництв і обґрунтування необхідності пошуку новітніх моделей для забезпечення конкурентоспроможності й ефективної діяльності видавництв вищих навчальних закладів.

Методи дослідження. Для розв'язання поставлених завдань у наукових пошуках використано методи вивчення документів, спостереження, аналізу і синтезу, порівняння, узагальнення.

Результати та їх обговорення. Існує кілька традиційних моделей організації університетського видавництва: а) видавництво як структурний підрозділ вищого навчального закладу; б) університетське видавництво як самостійне підприємство; в) видавничо-поліграфічний комплекс при вищому навчальному закладі.

Модель А (видавництво як структурний підрозділ вищого навчального закладу) передбачає, що університетське видавництво як структурний підрозділ за домовленістю здійснює повноваження юридичної особи і від імені вищого навчального закладу вступає в договірні відносини з юридичними і фізичними особами, має змогу займатися підприємницькою дія-

льністю, наділене правом оперативного управління майном видавництва. За такої моделі університетське видавництво має рахунок у банку, печатку, штампи, фірмові бланки й товарний знак. Директор видавництва визначає склад, взаємозв'язки й підпорядкування підрозділів, а ректор затверджує організаційну структуру і штатний розпис. Університетське видавництво, організоване за такою моделлю, самостійно планує видавничо-господарську діяльність згідно із затвердженим вищим навчальним закладом кошторисом та представляє тематичний план випуску літератури редакційно-видавничій раді університету для подальшого затвердження ректором. Видавництво, яке функціонує як структурний підрозділ вищого навчального закладу, окрім штатних працівників, може залучати найманих працівників за трудовими угодами.

Модель Б (видавництво як самостійне підприємство) передбачає, що університетське видавництво має рахунок у банку, печатку, штампи, фірмові бланки й товарний знак, але діє як юридична особа і відповідає за взяті перед замовниками зобов'язання. Таке видавництво самостійно визначає свою структуру і кількість штатних працівників, планує економічну діяльність [1, с. 31–32].

Модель В аналізує організацію видавничо-поліграфічного комплексу при вищому навчальному закладі, коли видавництво й університет, об'єднавши свої зусилля, діють як рівноправні партнери. Діяльність видавничо-поліграфічного комплексу координує й контролює правління, до складу якого входять представники обох сторін. До повноважень правління належить також призначення генерального директора, планування разом із ним перспектив розвитку комплексу, затвердження розцінок на видання для навчального закладу і сторонніх замовників [1, с. 32–33].

Проблема вибору ефективної моделі організації видавництва вищого навчального закладу полягає в тому, що відокремлені університетські видавництва більш гнучкі і самостійні у прийнятті рішень, а видавництва як структурні підрозділи вищого навчального закладу зорієнтовані на забезпечення університету науковою, навчальною і методичною видавничою продукцією, мають широке коло авторів – представників наукової еліти, у своїй діяльності більш забезпечені від ризиків, проте не є самодостатніми [2]. Крім того, видавництва-структурні підрозділи мають перевагу у розрахунку собівартості, оскільки частину витрат можуть покласти на адміністрацію університету

(наприклад, видатки на електроенергію, опалення, амортизаційні відрахування, сплату податків тощо), тоді як видавництва-юридичні особи таких переваг не мають і несуть витрати самостійно [1, с. 109]. Як бачимо, на вибір організаційно-правової форми видавництва вищого навчального закладу безпосередньо впливають економічні фактори, і зробити такий непростий вибір кожне підприємство має самостійно, зваживши всі переваги і ризики.

Значна кількість видавництв не виходить за рамки свого навчального закладу, забезпечуючи лише власні потреби у науковій і навчальній книзі. Проте сьогодні цього вже замало, й університетські видавництва потребують нових моделей, які можуть забезпечити вихід вузівських авторів на всеукраїнський ринок. Сприятим такому прориву має реінжиніринг видавничого процесу, посилення у видавництві позицій менеджменту. Альтернативною моделлю можна розглядати видавництво як відкрите акціонерне товариство або спільне університетське видавництво для кількох вищих навчальних закладів, що може виявитися актуальним у сучасних економічних умовах. Підтримати видавничі проекти університету покликані також спеціальні фонди, які акумулюють грошові надходження і спрямовують їх на випуск книг, придбання сучасного обладнання, витратних матеріалів [3, с. 118–119].

Російський практик Л. Гітіс наводить аргументи на користь нової моделі університетського видавництва – глобалізаційної. Проблему зниження якості і культури університетської книги й видавничо-поліграфічних технологій він вбачає в ізольованості видавництв, різних коливаннях книжкового ринку та інших кризових факторах, тому перспективним вважає системне об'єднання університетських видавництв на принципах франчайзинга і створення регіональних філій, що дозволить, на його думку, зберегти належний рівень якості і культури друкованої продукції та налагодити випуск малорентабельних видань. На користь філій у вищих навчальних закладах можна навести наступні аргументи: відкриття асортиментного кабінету з метою забезпечення науковою і навчальною книгою читачів і бібліотек; пошук актуальних і якісних рукописів регіональних авторів; проведення у філії редагування, набору, верстки, підготовки ілюстративного матеріалу. Модель Г (модель глобалізації науково-технічного видавничого бізнесу) – експериментальна, вертикальні ієрархічні зв'язки у ній компенсуються належною кількістю горизонтальних, економічних зв'язків [4, с. 84–85]. На нашу думку, для українських реалій застосування глобалізаційної моделі є передчасним і може зіштовхнутися з багатьма труднощами – відсутністю мотивації, невідповідності нормативної бази, упередженням тощо.

Дослідниця С. Водозазка запропонувала виділяти організаційні моделі видавництв залежно від місця розміщення контенту та замкненості виробничого циклу. Відповідно до такої класифікації, університетські видавництва можна віднести до моноплатформних або мультиплатформних (залежно від їх зорієнтованості лише на друковану або електронну платформу чи розміщення контенту у кількох форматах), а за замкненістю виробничого циклу виокремити класич-

не видавництво замкнутого циклу; класичне видавництво відкритого циклу; аутсорсингове видавництво та аутсорсингове хмарне видавництво [5, с. 11–12].

Досвід провідних видавництв вищих навчальних закладів України засвідчує розуміння необхідності і готовності до мультиплатформного функціонування, а також перехід від організаційної форми видавництва замкнутого циклу до видавництва класичного циклу із поступовим впровадженням бізнес-аутсорсингу та аутстафіngu. Прагнучи осучаснення моделі організаційної структури, університетське видавництво може залучити до своєї практики елементи моделі аутсорсингового хмарного видавництва.

Бізнес-аутсорсинг передбачає залучення для розв'язання непрофільних завдань сторонніх осіб, орієнтуючи університетське видавництво не на конкретні персоналії, а на конкретні функції, тому для виконання певних видів робіт доцільніше запросити фахівця-універсала, аніж утримувати штатного співробітника з вузькою спеціалізацією. Аутсорсинг є доволі актуальним для невеликих видавництв, дозволяючи закумуляувати зусилля колективу на основних процесах.

Сучасні видавництва найчастіше вдаються до аутсорсингу бухгалтерського і податкового обліку, юридичного аутсорсингу, а також маркетингового аутсорсингу у випадках, коли бюджетом і штатним розписом видавництва не передбачений відділ маркетингу як окрема структурна одиниця [6]. Проте досвід провідних університетських видавництв України (Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», видавництво «Львівська політехніка», видавництво «Політехніка» Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», видавничий центр Львівського національного університету імені Івана Франка та ін.) засвідчує розуміння видавцями необхідності функціонування повноцінного маркетингового відділу.

За режиму аутстафіngu компанія-провайдер комплектує свій штат працівниками, які постійно чи тимчасово працюють в іншій компанії. Це своєрідний «лізинг персоналу» – добір тимчасового персоналу і виведення його за межі штату [7, с. 112]. Проте чинником, який робить застосування аутстафіngu у «чистому вигляді» малопридатним для університетських видавництв, є втрата оперативного управлінського контролю над видавничим процесом.

В Україні поволі набуває розвитку ринок хмарних сервісів і технологій, хоча у сфері книговидання він має швидше епізодичні прояви. Хмарні технології суттєво відрізняються від аутсорсингу тим, що «клієнти не передають в управління зовнішній організації свої власні ІТ-ресурси, а підключають до хмари сервісів (інфраструктурних, платформ або програмних)» [8, с. 111].

Із появою хмарних технологій суттєво розширилися можливості додрукарської підготовки видань, зокрема і наукових, навчальних, навчально-методичних, монографій, поширився сервіс самопублікації. Значно прискорити опрацювання авторського оригіналу дозволяє затребувана сьогодні цифрова платформа Ridero, створена 2013 р. у Єкатеринбурзі, за допомогою якої автор самостійно може виконати верстку

книги і розмістити її в онлайн-магазинах – партнерах Ridero: Amazon, Bookmate, Ozon.ru, Google play, ЛитРес. Використання цієї платформи надає автору низку переваг: збереження авторського права, а також отримання винагороди, що становить 80 % від виручки, безкоштовний ISBN. Окрім безкоштовного сервісу зі створення книги та її пропозиції в інтернет-магазинах, Ridero пропонує додаткові платні послуги з коректури, професійного дизайну, створення аудіоверсії книги та буктрейлера, тиражування та просування у соцмережах та ін. [9]. Такі послуги авторам наукової і навчальної літератури цілком спроможне надавати й видавництво вищого навчального закладу за умови використання онлайн конструкторів, що дає можливість прискорити етап додрукарської підготовки авторського оригіналу.

Ще одним сервісом, який дозволяє здійснити верстку книг і журналів для подальшого друку, є англомовний хмарний конструктор Lucidpress. Серед його переваг – значна кількість шаблонів для верстки та можливість імпорту-експорту інформації, зручна інтеграція з Google Doc, Google Images, Youtube Dropbox, Flickr, Facebook; суттєвим недоліком є «умовна безкоштовність» сервісу – користувач має можливість безкоштовно використовувати конструктор Lucidpress протягом 45 діб [10]. На стадії доопрацювання перебуває сервіс Aloba, який, серед інших, надаватиме можливість розробки макетів для поліграфії [11].

Онлайн-конструктор видавництва «Нобель Прес», яке працює у сегменті наукового книговидання, дозволяє автору безкоштовно створити обкладинку майбутнього видання (крім обов'язкової інформації – імені і прізвища автора, назви і підназви книги є можливість розмістити додаткову – інформацію про автора, його фото, а також штрих-код). Готову обкладинку автор отримує на свою електронну адресу. Крім того, видавництво надає безкоштовно коди УДК, ББК, номер ISBN, авторський знак, здійснює підготовку файлу до друку та сприяє реалізації через мережу книгозповсюдження. Як і цифрова платформа Ridero, видавництво «Нобель Прес» робить акцент на тому, що для якісної підготовки книги необхідне залучення платних послуг редактора, коректора, верстальника, працівника з розповсюдження (на сайті «Нобель Прес» читач підпадає під візуальне протиставлення якісної, «хорошої» книги і безкоштовної). Друк потрібної кількості примірників відбувається за технологією «print-on-demand» (друк на вимогу) [12].

Програмний комплекс Adobe Digital Publishing Suite (Adobe DPS) розроблений для створення і оптимізації видавцями цифрових газет і журналів для планшетів, проте висока вартість пакета унеможливує його використання університетськими видавництвами для підготовки наукових журналів [13, с. 179].

Розуміння необхідності трансформації видання наукової періодики в університетах підтверджує активно застосовувана змішана модель публікації статей, коли традиційний друкований варіант наукового журналу доповнений публікацією «Epub ahead of print» (електронна публікація перед друком), яка дає можливість оперативного доступу до інформації широкій

читацькій аудиторії, дозволяє скоротити кількість друкованих примірників і витрати на них.

У Дніпропетровському національному університеті залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна для забезпечення видання наукових журналів було розроблено програму «Цифровий верстальник», яка вже пройшла апробацію на виданнях наукової періодики «Наука та прогрес транспорту» та «Антропологічні виміри філософських досліджень». «Цифровий верстальник» автоматизує верстку наукових журналів, автоматично інтегрує метадані й тексти наукових статей на сервер університету (на платформах OJS, Dspace), а також в Index Copernicus, CrossRef, РИНЦ та ін. Програма підтримує формати DOC, PDF, HTML, XML [14, с. 188–189]. Нова модель видання університетської наукової періодики із застосуванням е-публікації перед друком дозволяє оперативний доступ до нових наукових розробок і оптимізує штат задіяних у підготовці видань співробітників.

Використання інтернет-технологій для розповсюдження результатів наукових досліджень спонукало бібліотеки, які безпосередньо зацікавлені в якісній науковій і навчальній літературі, відмовитися від ролі «стороннього спостерігача» і стати активним учасником видавничого процесу. Модель «Бібліотечне видавництво» (Library Publishing) була започаткована університетами Північної Америки і набула розвитку в європейських країнах, підвищивши статус університетської бібліотеки. Сьогодні цю модель, що об'єднала наукову і видавничу діяльність, активно запроваджують наукові й університетські бібліотеки в Україні, прагнучи якнайактивніше представити доробок українських науковців і освітян.

На відміну від університетських видавництв, видавнича діяльність бібліотеки, як правило, субсидується і не передбачає отримання прибутку від публікації наукових журналів, монографій, матеріалів конференцій та іншої продукції. Задіяність сучасної бібліотеки у видавничому процесі не становить загрози (як може здатися на перший погляд) функціонуванню видавництв вищих навчальних закладів.

Стрімке поширення різноманітних пристроїв для читання електронної книги, яку донедавна у видавничих колах сприймали ледь не вороже, на самому початку її появи на ринку викликало побоювання, що невдовзі вона складе значну конкуренцію друкованій книзі – художній і науковій. Розумінню ситуації у цьому сегменті книговидання сприяло перше дослідження видавничої практики наукової і навчальної книги, проведене Association of Learned and Professional Society Publishers (ALPSP), участь у якому взяли 400 академічних і наукових видавництв – від найменших (до 20 нових назв на рік) до великих (понад 200 нових назв на рік). Частка некомерційних видавництв, які видають наукову літературу, становила 76 %, водночас комерційні видавництва (24 %) в середньому публікують в чотири рази більше книг, ніж некомерційні. Найбільш затребуваними у цьому ринковому сегменті є: монографії (85 %), посилання на наукові роботи (66 %), підручники (58 %), професійні довідники (47 %), доповіді конференцій (35 %), звіти про наукові дослідження (26 %).

Що стосується електронного книговидання, то 63 % видавництв публікують книги або на власній видавничій платформі, або через агрегатори (забезпечують домовленість з окремими контент- або сервіс-провайдерами для зручності користувача) чи хостинг-компанії (надають послуги з розміщення на власних технічних майданчиках обладнання, що забезпечує доступ до даних споживача через мережу Інтернет).

Найпопулярнішими є бізнес-моделі безумовної купівлі, річної передплати, безкоштовного он-лайн доступу з купівлею друку. Безпосередньо кінцевому споживачу електронні книги продає 31 % видавців, часто диференціюючи ціну залежно від типу клієнта (корпоративний чи академічний). Про зацікавленість видавців наукової, навчальної і довідкової літератури в просуванні електронної книги свідчить той факт, що, згідно з результатами опитування, видавництва адаптуватимуть свою продукцію до технічних характеристик різноманітних пристроїв для читання (78 %), залучатимуть до співпраці нових провайдерів (65 %) і випробуватимуть нові бізнес-моделі (66 %) [15, с. 349–352].

Безумовними лідерами у сфері електронного книговидання є Великобританія і США. Проте останні дослідження ринку засвідчили, що 2015 року стрімкий злет продажів е-книги в багатьох країнах зупинився, а у Великобританії прибутки у цьому сегменті знизилися. Найпотужніші видавництва британського ринку, серед яких Penguin Random House, Hachette, Harper Collins, Pan Macmillan and Simon&Schuster у звітності зазначили зниження сукупного обсягу електронних книг на 2,4 % [16]. Серед причин – значна конкуренція, яку складають сервіси самопублікації і друку на вимогу, а також суттєве здорожчання електронної книги. Показник продажів у Німеччині становить 4,5 %, у Росії – 3 %, хоча продажі електронної книги саме в сфері навчальної літератури тут знизилися [17].

Для підготовки і розповсюдження наукових, навчальних, навчально-методичних видань все більшого поширення набуває сервіс «print on demand» («друк на вимогу»), який дозволив суттєво оптимізувати видавничий процес в умовах невисоких тиражів університетської книги. «Друк на вимогу» від моменту появи в 1997 р. вже тривалий час затребуваний у практиці провідних світових і європейських видавництв вищих навчальних закладів, які пропонують своїм студентам більш «мобільні» і доступні електронні видання і за потреби можуть оперативно віддрукувати замовлену кількість примірників, уникнувши проблеми зберігання віддрукованої продукції у складських приміщеннях, загрози нерозпроданого тиражу та ін.

Книготорговельні мережі, як правило, мало зацікавлені у такій «специфічній» літературі як наукова книга. Навіть провідні американські видавництва – Гарвардського, Каліфорнійського, Чиказького університетів – пропонують своїй читацькій аудиторії доволі обмежений асортимент друкованої книги (близько 150 назв на рік) через складності збуту на внутрішньому і зовнішньому ринках. Виключенням (у позитивному сенсі) із загальної ситуації щодо розповсюдження видавничої продукції є Колумбійський університет у США та лідери британської освіти – Окс-

фордський і Кембриджський університети [18, с. 17–18]. Що стосується університетського книговидання у Великобританії, то «сегмент наукової книги зростає тут швидше, ніж ВВП» [19].

Українські видавництва вищих навчальних закладів і нині залишаються зорієнтованими на традиційну технологію книговидання, «друк на вимогу» поки що не вкорінився на вітчизняному ґрунті. Чи не єдиним університетським видавництвом, яке освоїло сервіс «print on demand», є видавництво «Львівської політехніки», проте використання його доволі специфічне: читачам пропонують надрукувати «на вимогу» лише ті книги, які представлені у каталозі, але тираж вже розпродано; до того ж, вартість роздрукованого примірника (лише в обкладинці, а не у палітурці) буде вища, а процес виготовлення триватиме близько тижня. Відтак, говорити про повноцінне застосування сервісу «друк на вимогу» з тими перевагами, які він може надати видавництву вищого навчального закладу в умовах трансформації галузі, поки що зарано, адже фактично процес зводиться до додрукування потрібної кількості вже розпроданого тиражу [20].

Суттєвими перешкодами на шляху впровадження сервісу «друк на вимогу» в практику українських університетських видавництв є мала мобільність, залежність від політики вищого навчального закладу, інертність до впровадження інновацій у своїй діяльності, відсутність коштів на придбання дороговартісного обладнання для цифрового друку взамін морально і фізично застарілого, а то й взагалі власних поліграфічних потужностей та ін.

Наступними викликами, з якими доводиться стикатися при запровадженні сервісу «друк на вимогу», є: складність обліку тиражів наукової, навчальної, навчально-методичної і довідкової літератури; незначний асортимент; піратство; дотримання авторських прав; обрання ефективної бізнес-моделі та ін.

Активний розвиток видавничих технологій привів до ситуації, яка певною мірою унеможливило активне протиставлення друкованої й електронної книг. Як не парадоксально, сьогоднішня друкована книга є якоюсь мірою книгою електронною, адже являє собою роздрук цифрового видання. В свою чергу, завдяки сервісу «друк на вимогу» електронна книга в будь-який час може стати книгою друкованою, «зберігаючи формат книги як такий» [17].

Українські університетські видавництва діють поки переважно у рамках усталених моделей А (видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», видавництво «Політехніка» Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»), видавництво «Львівська політехніка», видавництва Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, Української академії друкарства, Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, Львівського національного університету імені Івана Франка, Сумського державного університету та ін.) і Б (Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», видавництво Українського Католицького Університету, ТОВ «Видавництво «Підручник НТУ «ХПІ»»).

В умовах трансформації видавничої галузі університетське видавництво змушене шукати нові моделі,

форми і організаційні структури, аби відповідати на виклики, що постають перед ним. Значна увага має бути приділена новим технологіям, інноваційним підходам і сервісам. Чималі перспективи перед видавництвами вищих навчальних закладів відкривають використання послуг аутсорсерів та активне впровадження сервісу «друк на вимогу», розміщення електронних книг на видавничій платформі університету в умовах вільного доступу або платного друку.

Необхідністю є і започаткування співпраці з агрегаторами, яка фактично відсутня на українському видавничому ринку. Видавці наукової і навчальної книги мають врахувати, що така співпраця передбачає клопіткий і витратний процес приведення електронного контенту до вимог агрегаторів. Більшість університетських видавництв не готова до співпраці з комерційними агрегаторами саме через додаткові витрати,

вважаючи вигоду для себе мінімальною, віддаленою у перспективі й акцентуючи увагу на хибній тезі, що комерційні цілі для видавництва вищого навчального закладу є вторинними [21].

Висновки. В умовах швидкого розвитку інноваційних технологій у книговидаванні надважливим питанням для українських вищих навчальних закладів є впровадження у практику нових моделей, що базуються, зокрема, на застосуванні «хмарних» сервісів, технології «друк на вимогу», аутсорсингу та ін. Нерозуміння нагальної потреби у зміні сталих моделей організації видавництва вищої школи може призвести до занепаду університетського книговидавання в умовах наступу конкурентів, які все активніше завойовують нішу наукового і навчального книговидавання, фактичного витіснення на маргінесі університетських видавництв.

ЛІТЕРАТУРА

1. Комаров Е. И, Макаев Н. П. Эффективное издательство. Менеджмент и маркетинг в издательской деятельности : учебно-методическое пособие / Е. И. Комаров, Н. П. Макаев. – М. : Логос : Московский государственный университет печати, 2000. – 240 с.
2. Лоза Г. І. Видавнича діяльність Київського політехнічного інституту. Автореф. дис. ... канд. наук з соц. комунікацій / Г. І. Лоза. – К., 2015. – 18 с.
3. Гитис Л. Х. Современное университетское издательство / Л. Х. Гитис. – М. : Издательство Московского государственного горного университета, 2005. – 543 с. : ил.
4. Гитис Л. Х. Глобализация в книжном деле // Горный информационно-аналитический бюллетень. – 2005. – № 3. – С. 83–87.
5. Водолазка С. А. Сучасна видавнича галузь східноєвропейського регіону : інноваційні детермінанти та актуальні трансформації. Автореф. дис. ... д. наук з соц. комунікацій / С. А. Водолазка. – К., 2016. – 30 с.
6. Лукин В. Б., Атаман В. В., Панова Н. А., Зюков Н. С. Управление издательской деятельностью : учебное пособие. – М. : МГУП, 2012. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://hi-edu.ru/e-books/xbook989/01/about.htm>.
7. Економіка та стратегія розвитку підприємств : колективна монографія ; за заг. ред. д.е.н., проф. В. К. Данилка. – Житомир : ЖДТУ, 2010. – 284 с.
8. Соколенко В. А., Поляк А. В. Концепція «хмарних» обчислень та її застосування в електронній торгівлі // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – 2013. – № 6 (980). – С. 109–117.
9. Издательский сервис Ridero. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ridero.ru>.
10. Lucidpress. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.lucidpress.com>.
11. Создавай дизайн в браузере – Ahoba(. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://boomstarter.ru/projects/qustq/sozdavay_dizayn_v_brauzere_-_ahoba.
12. Издательство научной литературы «Nobel Press». – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.nobelpress.com>.
13. Головаха С. Конвергенція друкованого і мультимедійного контенту в бібліотеці / С. Головаха // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. Вернадського. – 2011. – Вип. 31. – С. 174–182.
14. Колесникова Т. А., Ключник И. А. Издание научной периодики в университетах : новые задачи, участники, технологии // Наука та прогрес транспорту. Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту. – 2015. – № 6 (60). – С. 183–197.
15. Laura Cox. Scholarly book publishing practice : the ALPSL survey findings // Learned Publishing. Vol. 23, N 4. October 2010. P. 347–356. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://dblp2.uni-trier.de/db/journals/lp/lp23>.
16. Tivnan T. E-book sales abate for Big Five // The Bookseller, 29.01.2016. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.thebookseller.com/blogs/e-book-sales-abate-big-five-321245>.
17. Костюк К. Точка перелома : рост электронных книг остановился. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.aselibrary.ru/blogs/archives/1564/>.
18. Водолазка С. А. Традиції та інновації у світовому університетському книговидаванні // Вісник книжкової палати. – 2012. – № 3. – С. 15–18.
19. Теремко В. Украинская книжность : испытание временем и политикой. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://m.day.kyiv.ua/ru/article/ukraincy-chitayte/kto-vernet-nam-pechatnoe-slovo>.
20. Видавництво Львівської політехніки. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.vlp.com.ua>.
21. Издательская деятельность и электронные ресурсы вуза : баланс взаимодействия? – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.aselibrary.ru/press_center/journal/ubook/ubook4347/ubook43474351/ubook434743514413/ubook4347435144134414.

REFERENCES

1. Komarov E. I, Makoveev N. P. Efficient publishing. Management and marketing in the publishing activity. Moskov: Logos : Moskovskiy gosudarstvennyiy universitet pechati, 2000. – 240 p.
2. Loza G. I. Publishing Kiev Polytechnic Institute. PhD Thesis for the degree of Candidate of Social Communication. Kyiv, 2015. – 18 p.
3. Gitis L. H. The modern university publishing house. Moskov: Izdatelstvo Moskovskogo gosudarstvennogo gornogo universiteta, 2005. – 543 p.
4. Gitis L. H. Globalization in the book business // Gorniy informatsionno-analiticheskiy byulleten, 2005. – № 3. – P. 83–87.
5. Vodolazka S. A. Modern East European publishing industry : innovation determinant and actual transformation. PhD Thesis for the degree of Doctor of Social Communication. Kyiv, 2016. – 30 p.
6. Lukin V. B., Ataman V. V., Panova N. A., Zyukov N. S. Publishing Management. Moskov: MGUP, 2012. Available at: <http://hi-edu.ru/e-books/xbook989/01/about.htm>.

7. Economy and development strategy : collective monograph. Zhitomir : ZhDTU, 2010. – 284 p.
8. Sokolenko V. A., Polyak A. V. The concept of «cloud» computing and its application in e-commerce // Visnik NTU «HPI». Seriya: Aktualni problemi rozvitku ukrayinskogo suspilstva, 2013. – № 6 (980). – P. 109–117.
9. Publishing service Ridero. Available at: <https://ridero.ru>.
10. Lucidpress. Available at: <https://www.lucidpress.com>.
11. Create design browser – Ahoba (;. Available at: http://boomstarter.ru/projects/qustq/sozdavay_dizayn_v_brau_zere_-_ahoba.
12. Publisher «Nobel Press» scientific literature. Available at: <http://www.nobelpress.com>.
13. Golovaha S. The convergence of print and multimedia content library // Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukraini im. V. Vernadskogo, 2011. – N. 31. – P. 174–182.
14. Kolesnikova T. A., Klyushnik I. A. The publishing of scientific periodicals at universities: new challenges, participants, technology // Nauka ta progres transportu. Visnik Dnipropetrovskogo natsionalnogo universitetu zaliznichnogo transportu, 2015. – № 6 (60). – P. 183–197.
15. Laura Cox. Scholarly book publishing practice : the ALPSL survey findings // Learned Publishing. Vol. 23. N 4. October 2010. P. 347–356. Available at: <http://dblp2.uni-trier.de/db/journals/lp/lp23>.
16. Tivnan T. E-book sales abate for Big Five // The Bookseller, 29.01.2016. Available at: <http://www.thebookseller.com/blogs/e-book-sales-abate-big-five-321245>.
17. Kostyuk K. Breakpoint: the growth of e-books has stopped. Available at: <http://www.aselibrary.ru/blogs/archives/1564/>.
18. Vodolazka S. A. Tradition and innovation in a global university book publishing // Visnik knizhkovoyi palati. – 2012. – № 3. – P. 15–18.
19. Teremko V. Ukrainian book culture: the test of time and politics. Available at: <http://m.day.kyiv.ua/ru/article/ukraincy-chitayte/kto-vernet-nam-pechatnoe-slovo>.
20. Publishing Lviv Polytechnic. Available at: Режим доступу: <http://www.vlp.com.ua>.
21. Publishing and electronic resources of the university: the balance of interaction? Available at: http://www.aselibrary.ru/press_center/journal/ubook/ubook4347/ubook43474351/ubook434743514413/ubook4347435144134414.

The organizational models of publishing houses of higher education institutions under transformation of the field

L. Davydova

Abstract. The article analyzes the traditional models of university publishing houses and the necessity of the transition them to new models of the active technology of «the print on demand», the service of self-publishing, cloud technologies and the outsourcing for the competitiveness and the efficient activity of publishing houses of higher education institutions in terms of the publishing industry transformation.

Keywords: *model of the publishing house, publishing, university publishing house, print on demand, outsourcing, online constructor, cloud technologies in the publishing.*

Организационные модели издательств высших учебных заведений в условиях трансформации отрасли

Л. В. Давыдова

Аннотация. В статье проведен анализ традиционных моделей организации университетских издательств и обоснована необходимость перехода к новым моделям с активным использованием технологии «печать по требованию», сервиса самопубликации, облачных технологий и аутсорсинга для обеспечения конкурентоспособности и эффективной деятельности издательств высших учебных заведений в условиях трансформации издательской отрасли.

Ключевые слова: *модель организации издательства, издательская деятельность, университетское издательство, печать по требованию, аутсорсинг, онлайн-конструктор, облачные технологии в книгоиздании.*