

УДК 655:004.8:004.738.

ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ

Р. П. Грицьків

*Інститут поліграфії та медійних технологій, м. Львів
вул. Під Голоском, 19, Львів, 79020, Україна*

Ця стаття описує проблеми та можливості розвитку підприємства видавничої справи з використанням сучасних тенденцій цифровізації. У статті проаналізовано які саме тенденції та напрямки цифровізації є релевантними для підприємств видавничої справи і яким чином вони змінюють процеси та бізнес-моделі таких підприємств. Детально розглянуто та проаналізовано вплив цифрової трансформації на створення нових форматів продуктів та послуг підприємств видавничої справи, створення контенту, вдосконалення виробничих процесів та процесів продажу та маркетингу. Підприємства видавничої справи мають швидко адаптуватись та проходити цифрову трансформацію, для того, щоб не втратити ринок та клієнта. Для цього потрібно вивчати усі нові можливості, які надає цифровізація, проходити навчання працівників і використовувати інноваційні технології. Поряд із тим що цифровізація робить вплив на поточну діяльність підприємств видавничої справи, вона також відкриває нові можливості для створення нових продуктів та послуг та інноваційних процесів, які здійснюють значні конкурентні переваги. Напрямок підвищення рівня цифровізації для підприємств видавничої справи є актуальним та пріоритетним і має мати стратегічний характер. Слід також зазначити що існує багато труднощів, які необхідно подолати для того, щоб отримати потрібний результат. Але в цілому вплив цифровізації має позитивний характер, хоч і вимагає активних дій і змін моделей, систем та процесів.

Ключові слова: *цифровізація, менеджмент, розвиток, інновації, екологія, видавнича справа.*

Постановка проблеми. Проблематика пристосування підприємств видавничої справи до змін, які пов'язані із цифровізацією економіки буде предметом цієї статті. В період стрімкого зростання цифровізації підприємства стоять перед значними викликами. Їм необхідно або трансформуватись, або існує загроза уповільнення розвитку чи зупинки діяльності. На цей час ще існує запас часу для проведення змін, але якщо не робити серйозний аналіз впливу цифровізації на видавничу справу, то наслідки будуть непоправні. І навпаки, ті підприємства видавничої справи, які вчасно і у повній мірі пройдуть цифрову трансформацію будуть у вигіршній позиції.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням розвитку підприємств видавничої справи присвячені статті, авторами яких є Гончаренко О. А. [2],

Павленко Л. І. [6]. Проблематику цифровізації досліджують у своїх працях наступні автори: Кононенко Д. В. [4], Маркович І., Струтинська І. [5], також іноземні дослідники Tapscott, D. [8]. Використання цифровізації у видавничій справі досліджують автори: Волощук Л. М. [1] та Женченко М. [3]. У цих статтях та дослідженнях автори досліджують питання, які стосуються проблематики цифровізації та розвитку видавничої справи.

Усі вищевказані наукові дослідження, публікації та звіти привертають увагу та містять рекомендації щодо питань цифровізації та можливостей вдосконалення підприємства видавничої справи.

Мета статті. Привернути увагу до питання використання можливостей цифровізації та цифрової трансформації підприємствами видавничої справи. Дослідити які напрямки цифровізації здатні позитивно вплинути на сталий розвиток видавничого підприємства та які труднощі та проблеми існують для підприємств видавничої справи в період трансформації і яким чином можна їх подолати.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний економічний ландшафт характеризується стрімкою цифровою трансформацією, яка суттєво впливає на функціонування підприємств у різних секторах. Видавнича галузь не є винятком, демонструючи глибоку інтеграцію цифрових рішень в її бізнес-моделі, операційні процеси та взаємодію видавництва з кінцевим споживачем. У цій статті ми визначимо ключові сучасні тенденції цифровізації та розглянемо яким чином вони можуть впливати на підприємства видавничої справи.

Сучасні тенденції цифровізації економіки є визначальними для трансформації економіки, бізнесу, ринку праці та соціальної сфери, ґрунтуючись на швидкому впровадженні низки «наскрізних» технологій та нових бізнес-моделей [1].

В основі цифрової економіки лежать технології нового покоління, розвиток штучного інтелекту, робототехніки, інтернету речей, високошвидкісних мереж [5].

Ці зміни технологій трансформують цілі галузі, зокрема: розвиток цифрових платформ, фінансову сферу, соціальну сферу.

Цифрові платформи стали домінантними гравцями, що формують екосистеми, які є драйверами економічного зростання та інновацій. Їхня успішна експансія забезпечується мережевим ефектом. Фінансові технології змінюють галузеві структури, вдосконалюючи процеси надання послуг населенню та малому і середньому бізнесу. Активно розвиваються інноваційні стартапи у сферах охорони здоров'я та освіти, що використовують цифрові інструменти для адаптації до нових викликів, таких як дистанційний формат роботи та навчання.

Основні вектори цифровізації, що формують сучасне економічне середовище та релевантні для видавничої справи, охоплюють: інтелектуалізацію та автоматизацію процесів; обробку великих обсягів даних та їх аналіз; запровадження фінансових інновацій; розвиток цифрових платформ та цифровий маркетинг; операційна оптимізація виробництва та інформаційна безпека; трансформація кадрів та навичок.

Таблиця 1

Напрямки цифровізації економіки

№	Напрямки цифровізації	Інноваційні цифрові технології
1	Інтелектуалізація та автоматизація:	Застосування штучного інтелекту (AI) та машинного навчання (ML) для автоматизації рутинних процесів (редагування, коректура, переклад, створення контентних рекомендацій). Розгортання хмарних сервісів для масштабованого зберігання даних, спільної роботи та управління контентом.
2	Дані та Аналітика (Big Data):	Збір та обробка великих даних (Big Data), що забезпечує глибоку аналітику поведінки користувачів, прогнозування попиту та персоналізацію пропозицій.
3	Фінансові інновації:	Розвиток цифрових платіжних систем, використання криптовалют та технології блокчейн (наприклад, для захисту авторських прав або реалізації смартконтрактів). Зростання обсягів безготівкових платежів у комерційній діяльності.
4	Розвиток цифрових платформ:	Маркетплейси. Amazon. Цифровий маркетинг та просування (SMM).
5	Операційна оптимізація та інформаційна безпека:	Впровадження концепції «розумного підприємства» (Industry 4.0/5.0) для оптимізації виробничих процесів (наприклад, друку на вимогу). Посилення вимог до кіберзахисту даних та критичної інфраструктури, використання цифрової ідентифікації та електронного підпису.
6	Трансформація кадрів та навичок:	Розвиток цифрових навичок (digital literacy, STEM) у персоналу. Поширення дистанційної роботи та моделей зайнятості економіки, що впливає на структуру ринку праці видавництва.

В таблиці 1 наведено напрямки цифровізації та сучасні інструменти, які здійснюють вплив на розвиток підприємства видавничої справи.

Сучасний етап розвитку видавничої індустрії визначається активним впровадженням цифрових технологій, які докорінно змінюють способи створення, розповсюдження та споживання інформаційного продукту. Цифровізація стала одним із ключових чинників трансформації видавничої справи, спричинивши переосмислення її економічної моделі, організаційних процесів і культурної ролі [4].

Спостерігається зростання попиту на електронні книги, але фактором, що стримує залишається високий рівень піратства та складнощі з придбанням цифрових ліцензій традиційними видавництвами.

Цифрові платформи, такі як Amazon KDP, дозволяють авторам повністю оминути традиційні видавництва, надаючи їм широке охоплення аудиторії та маркетингові інструменти.

Ці сучасні тенденції вже сьогодні роблять значний вплив та змінюють видавничу справу та видавничі підприємства [2]. Також це змінює більшість процесів видавничої справи, такі як розробка контенту та дизайну, створення нових форматів, виробництво та реалізація продуктів та послуг. Штучний інтелект та розвиток цифрових навичок дозволяють створювати сучасний продукт швидше та з більш якісним дизайном. Хмарні сервіси та Big data дозволяють ефективно створювати зберігати аудіо, електронні та інтерактивні книги і здійснювати їх швидкий пошук та поширення. Продукція стає доступнішою для користувачів завдяки електронним маркетплейсам та цифровим розрахункам та сучасній системі швидкого доставлення. Також цифровий маркетинг відіграє значну роль в просуванні продуктів та послуг на ринку [3].

Впровадження смарттехнологій та цифровізації обладнання та виробництва позитивно впливають на підвищення ефективності видавничих виробничих процесів та раціональне використання ресурсів.

Розглянемо яким чином впливає цифровізація на видавничу справу.



Рис. 1. Вплив цифровізації на видавничу справу

На рис 1. показано вплив цифровізації на розвиток видавничої справи, який характеризується наступними тенденціями:

- розвиток нових форматів;
- трансформація процесів створення контенту;
- вдосконалення виробничих процесів;
- використання цифрових платформ для продажу та маркетингу.

Цифрове середовище сприяло появі нових форматів: електронних книг (e-books), аудіокниг, інтерактивних журналів і мультимедійних видань, які поєднують текст, аудіо-, відео- та графічні елементи. Зростає популярність контенту, адаптованого для мобільних пристроїв, що розширює аудиторію споживачів. Аудіокниги та електронні книги один із сегментів ринку, який демонструє безперервне щорічне зростання протягом останнього десятиліття.

Відбувається також інтеграція видавничої діяльності з інформаційними та комунікаційними технологіями, що дає змогу створювати динамічні форми представлення інформації – інтерактивні книги, віртуальні журнали, видання з елементами доповненої реальності.

З'являються нові бізнес-моделі, такі як Paywall (повний або частковий доступ за підпискою), а також клубні та членські моделі фінансування, стають ключовими джерелами доходу, особливо для медіа та журналів. Сервіси на основі підписки Storytel, Scribd, Audible стали основним способом монетизації. Видавництва все частіше розглядають контент як мультимедійну інтелектуальну власність, яку можна монетизувати через друк, електронні книги, аудіо, подкасти та відеоадаптації.

Цифровізація кардинально змінила формати контенту та джерела доходу підприємств видавничої справи і стає стратегічно важливою в найближчій перспективі.

Окремо також виділяємо напрямок створення контенту. Значний вплив на цей напрямок здійснюють розвиток штучного інтелекту, Big Data, розгортання хмарних сервісів. Штучний інтелект активно використовується для аналізу читачських даних, прогнозування ринкових трендів, цільового маркетингу та автоматизації рутинних процесів (коректура, редагування, генерація макетів). Впливає штучний інтелект і на творчий процес. З'являються інструменти штучного інтелекту для допомоги у дослідженнях, створенні чернеток і навіть повноцінних книг та аудіокниг. Це викликає етичні та юридичні питання щодо авторства, оригінальності та подальшого використання контенту. Розвиток хмарних рішень та Big Data сприяє масштабованому зберіганню даних, спільної роботи та обробки великих обсягів даних, що забезпечує швидкий пошук та персоналізацію пропозицій.

Впливу зазнають і виробничі та операційні процеси. Сучасні видавництва активно використовують спеціалізоване програмне забезпечення для верстки, дизайну та редагування (Adobe InDesign, Grammarly, Canva), що значно підвищує продуктивність праці. Використання хмарних платформ для спільної роботи (Google Workspace, Notion, AWS) забезпечує ефективну комунікацію між авторами, редакторами й дизайнерами, скорочуючи часові та фінансові витрати на виробництво контенту.

Крім того, цифровізація створює передумови для формування електронних архівів і баз даних, що спрощує доступ до джерел і повторне використання контенту. Застосування цифрових технологій призводить до підвищення енергоефективності та сприяння декарбонізації виробничих процесів (використання меншої кількості фізичних ресурсів). Зростає увага до екологічності друку та пакувальних матеріалів, що впливає на вибір виробничих процесів та постачальників. Активно використовуються обладнання із сучасними цифровими системами розумного управління, які дозволяють значно скоротити затрати часу та ресурсів. Концепція друк на вимогу дозволяє видавництвам ефективно управляти запасами та знижувати логістичні витрати, друкуючи книги лише після отримання замовлення.

Цифровізація призвела до радикальної трансформації системи дистрибуції. Основними каналами поширення видавничої продукції стають онлайн-платформи (Amazon Kindle, Google Books, Librarius) та підписні сервіси (Scribd, Storytel).

Поширення моделі самвидаву (self-publishing) надало авторам можливість самостійно випускати та просувати свої твори, минаючи традиційні видавничі структури [8].

Важливу роль відіграє цифровий маркетинг, заснований на інструментах SEO, SMM, аналітиці даних і таргетованій рекламі. Це дає змогу точніше визначати цільову аудиторію, формувати персоналізовані рекомендації та підвищувати ефективність продажів. Особливого значення набуває інфлюенсер-маркетинг, коли популярні блогери стають провідниками новинок серед молоді аудиторії. Індивідуальні автори та самовидавці отримують широке охоплення аудиторії та маркетингові інструменти, займаючи значну частку ринку. Видавці збільшують частку прямих продажів через власні веб-сайти, щоб краще контролювати дані про клієнтів та підвищувати маржу. Застосування цифрового маркетингу та цільової реклами забезпечує прямий доступ до цільової аудиторії, а розвиток логістики з використанням сучасних цифрових рішень дозволяє забезпечити значне підвищення швидкості отримання продукту (миттєва доставлення електронного контенту).

Результати та висновки. Перехід до цифрових форматів зменшує витрати на друк і логістику, проте збільшує потребу у фінансуванні інформаційних систем, цифрової інфраструктури та захисту авторських прав. З'являються гібридні бізнес-моделі, які поєднують друковані та електронні видання, створюючи більш гнучку систему монетизації.

Роль видавця трансформується: він стає не лише посередником між автором і читачем, а й куратором цифрового контенту, відповідальним за його технічну підтримку, маркетинг і аналітику споживання.

Попри численні переваги, цифровізація створює низку викликів:

- загроза піратства та складнощі із захистом авторських прав у мережі;
- перенасичення інформаційного простору контентом, що знижує видимість окремих видань;
- потреба у підвищенні цифрової компетентності працівників галузі;
- проблеми монетизації в умовах поширення безплатних електронних матеріалів.

У перспективі цифровізація сприятиме подальшому розвитку видавничої справи через упровадження технологій штучного інтелекту для автоматизованого редагування, перекладу та персоналізації контенту. Розвиватимуться інтерактивні формати, що забезпечать новий рівень взаємодії з читачем. Очікується формування цифрових екосистем видавництва, які об'єднуватимуть платформу, маркетингові інструменти, аналітику даних і спільноти користувачів у єдиний простір.

Також Цифрова трансформація забезпечує видавничій справі ряд стратегічних переваг і нових можливостей:

- значне збільшення охоплення аудиторії внаслідок міжнародної доступності та нових цифрових каналів.
- забезпечення доступності до клієнта та формування прямого каналу взаємодії (D2C — direct-to-consumer).
- підвищення витратної ефективності для видавців та оптимізація витрат виробництва внаслідок мінімізації складських запасів (через друк на вимогу) та автоматизації процесів.

- забезпечення швидкості покупки та персоналізації пропозицій, що покращує досвід кінцевого користувача.

Висновки: У підсумку слід зазначити що цифровізація докорінно змінює структуру та функціонування видавничої галузі, формуючи нову модель взаємодії між автором, видавцем і споживачем. Вона розширює можливості для творчості, підвищує ефективність виробництва та розповсюдження контенту, однак водночас ставить перед галуззю нові виклики, пов'язані із захистом інтелектуальної власності, цифровою безпекою та адаптацією до технологічних змін. Виникає також потреба значних ресурсів та інвестицій в інноваційні технології, навчання, впровадження нових процесів та інструментів. Враховуючи перспективність цього напрямку необхідно дедалі більше звертати увагу на дослідження проблематики цифрової трансформації видавничої справи, вивчаючи кращий досвід та проблематику, яку необхідно подолати для забезпечення сталого розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Волощук Л. М. Сталий розвиток видавничої галузі: виклики цифрової доби // Вісник Книжкової палати. – 2021. – №5. – С. 9–13.
2. Гончаренко О. А. Видавнича справа в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку // Наукові записки. – 2022. – №4. – С. 45–52.
3. Женченко М. Цифрові трансформації як каталізатор змін у видавничій галузі // Social and Human Sciences. Polish-Ukrainian scientific journal : електронний журнал. 2016. № 2 (10).
4. Кононенко Д. В. Економічна ефективність впровадження цифрових технологій у бізнес-модель підприємства. МАТЕРІАЛИ міжнародної науково-практичної конференції СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЇХ ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ 29–30 травня 2025 року.
5. Маркович І., Струтинська І. Передумови та особливості зміни вимог до характеру ведення бізнесу в епоху цифровізації глобальної економіки. Причорноморські економічні студії. Економіка та управління підприємствами. 2019. Вип. 41. С. 105–109.
6. Павленко Л. І. Економіка видавничого підприємства. – Київ: КНУКіМ, 2020. – 176 с.
7. Українська асоціація видавців та книгорозповсюдjuвачів. Аналітичний звіт про стан видавничої галузі України у цифрову добу, 2024.
8. Tapscott, D. Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. McGraw-Hill, 2015.

REFERENCES:

1. Voloshchuk L. M. Sustainable development of the publishing industry: challenges of the digital age // Bulletin of the Book Chamber. – 2021. – No. 5. – P. 9–13.
2. Goncharenko O. A. Publishing in Ukraine: current state and development prospects // Scientific notes. – 2022. – No. 4. – P. 45–52.
3. Zhenchenko M. Digital transformations as a catalyst for change in the publishing industry // Social and Human Sciences. Polish-Ukrainian scientific journal: electronic journal. 2016. No. 2 (10).
4. Kononenko D. V. Economic efficiency of introducing digital technologies into the business model of the enterprise. MATERIALS of the international scientific and practical conference

MODERN DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF ECONOMY, ENTREPRENEURSHIP, TECHNOLOGIES AND THEIR LEGAL SUPPORT May 29–30, 2025.

5. Markovych I., Strutynska I. Prerequisites and features of changing requirements for the nature of conducting business in the era of digitalization of the global economy. Black Sea Economic Studies. Economics and Enterprise Management. 2019. Issue 41. P. 105–109.
6. Pavlenko L. I. Economics of a Publishing Enterprise. – Kyiv: KNUKiM, 2020. – 176 p.
7. Ukrainian Association of Publishers and Book Distributors. Analytical report on the state of the Ukrainian publishing industry in the digital age, 2024.
8. Tapscott, D. Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. McGraw-Hill, 2015.

doi: 10.32403/1998-6912-2025-2-71-336-343

THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE DEVELOPMENT OF PUBLISHING

R. P. Hrytskiv

*Institute of Printing and Media Technologies, Lviv
19, Pid Holoskom, St., Lviv, 79020, Ukraine
r.hrytskiv@gmail.com*

This article describes the problems and opportunities for the development of a publishing enterprise using modern digitalization trends. The article analyzes which trends and directions of digitalization are relevant for publishing enterprises and how they change the processes and business models of such enterprises. The impact of digital transformation on the creation of new formats of products and services of publishing enterprises, content creation, improvement of production processes and sales and marketing processes is considered and analyzed in detail. Publishing enterprises must quickly adapt and undergo digital transformation in order not to lose the market and customers. To do this, it is necessary to study all the new opportunities provided by digitalization, undergo employee training and use innovative technologies. Along with the fact that digitalization affects the current activities of publishing enterprises, it also opens up new opportunities for the creation of new products and services and innovative processes that provide significant competitive advantages. The direction of increasing the level of digitalization for publishing enterprises is relevant and a priority and should be strategic. It should also be noted that there are many difficulties that need to be overcome in order to obtain the desired result. But in general, the impact of digitalization is positive, although it requires active actions and changes in models, systems and processes.

Keywords: digitalization, management, development, innovation, ecology, publishing.

Стаття надійшла до редакції 03.09.2025.

Received 03.09.2025.