

БАСПА ІСІ
ЖӘНЕ ДИЗАЙНИЗДАТЕЛЬСКОЕ
ДЕЛО И ДИЗАЙНPUBLISHING
AND DESIGN

УДК 655.4/5

К.Е. Жанабаев, Б.О. Асембаева*

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы

*E-mail: ovlur1963@mail.ru

**Свет Меркурия, или О преобразующей роли литературного агента
в развитии книжного бизнеса Казахстана**

Исходя из прогнозов экономистов о том, что «предстоящие 15-17 лет станут «окном возможностей» для масштабного прорыва Казахстана», и приводя различные экономические теории Р. Кантильона, И. Тюнена и Ф. Найта, авторы статьи выдвигают идею о том, что интеллектуально-инновационным двигателем книжного предпринимательства в этот период станет литературный агент, в котором уже сейчас нуждаются частные и государственные издательства и реализаторы книжного продукта.

Для книжного предпринимателя литературный агент выступает не только потенциальным источником дохода, но и рекламным агентом, инструментом отбора общественно-полезных ценностей и формирования интеллектуального лица общества. В ряде случаев литературный агент становится ключевой фигурой, от которой во многом зависит и рост, и качество продаж.

Ключевые слова: литературный агент, книжное предпринимательство, книжный бизнес, мониторинг, инновация, инновационно-интеллектуальный менеджмент, издательское дело, полиграфия, автор, потребитель, конкурент, конкурентная среда.

K.E. Zhanabayev, B.O. Asembaeva

**Light of Mercury, or about a reformative role
of the literary agent in development of book business of Kazakhstan**

Proceeding from forecasts of economists that «the forthcoming 15-17 years will become «window of opportunities» for large-scale break of Kazakhstan» and providing various economic theories (R. Kantilyon, I. Tyunen and F. Knight, authors of article put forward idea that the literary agent whom already private and state publishing houses and offtakers of a book product now need will become the intellectual and innovative engine of book business during this period.

If in the conditions of the accruing competition moving publishing (the economic – Y. Shumpeter) system to consider all in the mode of real dynamics if the initiative of the businessman is a key source of self-development of economy, the literary agent is the most important tool of its innovation: an irreplaceable source of self-development of economy of book firm (P. Druker, B. Karloff and B. Santo) and a key figure of the realization and profit, means of attraction of investments focusing firm on success.

For the book businessman the literary agent acts not only a potential source of the income, but also the advertizing agent, the instrument of selection of socially useful values and formations of the intellectual person of society. In some cases the literary agent becomes a key figure on which both growth, and quality of sales in many respects depends.

Key words: literary agent, book business, book business, monitoring, innovation, innovative and intellectual management, publishing, polygraphy, author, consumer, competitor, competitive environment.

К.Е. Жанабаев, Б.О. Асембаева
**Қазақстан кітап бизнесінің дамуындағы
әдеби агенттердің жаңа сипаттағы рөлі немесе Меркурий жарығы**

Экономистердің айтуы бойынша, алдымыздағы 2015-17 жылдарда Қазақстанның жан-жақты қарыштап дамуына мүмкіндіктер ашылады. «Әртүрлі экономикалық теорияларды (Р. Кантильон, И. Тюнен және Ф. Найттың) мысалға ала отырып, мақала авторлары кітап кәсіпкерлігінің интеллектуалды-инновациялық қозғаушысы – қазіргі уақытта әдеби агенттерге жекеменшік әрі мемлекеттік баспалар мен кітап өнімдерін сатушылар зәру екендігі туралы тың ойлар айтады. Бәсекелестік өршіп тұрған ортада кітап шығару (экономикалық – Й. Шумпетер) жүйесін нақты динамика тәртібімен қарастыратын болсақ, егер кәсіпкердің бастамасы экономиканың өзіндік дамуының қайнар көзі болса, онда әдеби агент оны инновациялық жағынан жетілдірудің маңызды құралы және кітап фирмасы экономикасының өзіндік дамуының қайнар көзі болып табылады (П. Друкер, Б. Карлофф және Б. Санто).

Сонымен қатар өнімді сату мен пайда табудың, фирмаға қаржы тартудың негізгі өзегі ретінде қарастырылады. Кітап кәсіпкері үшін әдеби агент тұрақты табыс көзі ғана емес, әрі қоғамның интеллектуалды келбетін қалыптастыратын және қоғамның пайдалы құндылықтарын іріктеудің құралы ретіндегі жарнама агенті болып та табылады. Кей жағдайларда кітап өнімдерінің сатылу деңгейі мен сапасы да әдеби агенттерге байланысты.

Түйін сөздер: әдеби агент, кітап кәсіпкерлігі, кітап бизнесі, мониторинг, инновация, инновациялық-интеллектуалды менеджмент, баспа ісі, полиграфия, полиграфия, автор, тұтынушы, бәсекелес, бәсекелестік орта.

«По многим прогнозам, предстоящие 15-17 лет станут «окном возможностей» для масштабного прорыва Казахстана. В этот период для нас сохранятся благоприятная внешняя среда, рост потребности в ресурсах, энергии и продовольствии, вызревание Третьей индустриальной революции. Мы должны использовать это время» – из Послания Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана от 17 января 2014 года.

Вполне ясно, что книжное предпринимательство независимого Казахстана в сравнении с ведущими мировыми странами еще не достаточно развито. Такая ситуация наблюдается как на начальном этапе (поиск автора, потенциального источника прибыли), как в самом книгоиздательском процессе (управленческие и производственные технологии), так и на конечном этапе книготоргового процесса (в сфере продвижения и реализации продукта). Нужно учитывать и объективные факторы, тормозящие свободное экономическое развитие книготорговой отрасли: демографические, технологические, отсутствие качественного мониторинга авторской и читательской среды – потенциального источника прибыли. Эти факторы сегодня регулируют уровень спроса, направление и качество книжной продукции, ее фактическое потребление на рынке.

Во всяком случае предпринимательская инициатива в нашей книгоиздательской сфере

требует известной смелости и известной свободы, творчества и предприимчивости для выхода в широкое и опасное пространство мирового книжного предпринимательства, в мир подлинной и бесконечной конкуренции. Не случайно с древности, еще со времени Гомера и до наших дней, многие считали и считают предприимчивость, инициативность и риск искусством экономики, искусством, у истоков которого стоит бог торговли и путешествий Меркурий, бог, который покровительствовал хитроумному Одиссею, первому отважному открывателю земель. Одиссей, как известно, рисковал.

Но если действительно так, что «предстоящие 15-17 лет станут «окном возможностей» для масштабного прорыва Казахстана», то надо рисковать, ведь *риск*, как об этом в свое время писали Р. Кантильон [1], И. Тюнен [2] и Ф. Найт [3], является *ключевым компонентом* всякого, в том числе и книжного предпринимательства. Готовы ли в эти годы книжные издательства рисковать? Готовы ли они достойно встретить Третью индустриальную революцию, непредсказуемую по своим масштабам и последствиям? Готовы ли они войти отважно в мировое книгоиздательское и книготорговое море?

Мы полагаем, что финансовых рисков в это время можно избежать, или они, по крайней мере, могут значительно снизиться, если интеллектуально-инновационным двигателем книжного предпринимательства станет литературный

агент, наш могущественный Меркурий. Есть ли у нас в стране такой институт? Нет. Но в нем уже сейчас нуждаются частные и государственные издательства, реализаторы книжного продукта? Институт литературного агентства уже давно функционирует в США и успешно развивается в России, становясь одним из важных инструментов инновации в книжном деле, помогая их одиссеям в экономических приключениях. Первокласный литературный агент для казахстанских бизнесменов – это не только существенная дополнительная прибыль, но и гарантированное условие стабильности и процветания фирмы в условиях быстро надвигающейся грозной конкуренции со стороны мировых издательских фирм.

Если, согласно Ж.Б. Сэю и А. Маршаллу, предпринимательство есть не что иное, как «рациональная комбинация факторов производства для получения устойчивой прибыли» [4], то одним из важнейших факторов для книжного дела Казахстана вновь становится литературный агент, носитель подлинного знания об авторах (источниках прибыли) и читательской среде Казахстана (потребителях). Повторим, что в условиях стремительно меняющейся экономической действительности такая инновационная структура – требование сегодняшней экономики перед лицом грозно нарастающей *внешней* конкуренции.

При этом не стоит забывать, что А. Маршалл связывал подобное рациональное сочетание факторов производства именно с организационной функцией, то есть подразумевая под ней инновационное и интеллектуальное руководство бизнесом, его менеджмент, одной из ключевых фигур которого, по нашему мнению, становится литературный агент, реальный проводник и реализатор предпринимательской идеи.

С другой стороны, особенность литературного агента заключается в том, что он активен, предприимчив, действует, как разведчик, ищет, находит и предлагает издательствам автора. Сам он движется и двигает книжное производство. Если в условиях нарастающей конкуренции всю движущуюся книгоиздательскую (экономическую – Й. Шумпетер) систему рассматривать в режиме реальной динамики, если инициатива предпринимателя есть ключевой источник саморазвития экономики [5], то литературный агент является важнейшим инструментом его инновации.

Под инновацией следует понимать не только некую реализуемую новую идею книгоиздателя,

не только новый товар или его дизайн, не только его новую технологию и качество продукта, метод организации производства и технологии продвижения (сбыта) книги как товара, но инновационно-интеллектуальный менеджмент, структурным эффективным звеном которого становится литературный агент, выступающий:

а) незаменимым источником саморазвития экономики книжной фирмы (П. Друкер, Б. Карлофф и Б. Санто) [6];

б) ключевой фигурой реализации и прибыли, средством привлечения инвестиций, ориентирующей фирму на успех.

Инновационность – необходимое качество литературного агента в книжном деле, ведь книжный бизнес, в отличие от многих других форм бизнеса, производит и продает продукт разного наименования и разного функционального назначения. Литературный агент – эксперт в сфере науки и искусства, безошибочно определяет лидеров в той или иной сфере интеллектуального производства. С введением новых изданий в книжном деле возникает постоянная необходимость в его мониторинге, в подборе высококачественных агентов, профессионалов высокого класса в разных сферах. Основное – мы должны понять преобразующую роль литературного агента в развитии книжного бизнеса в Казахстане «в ближайшие 15-17 лет, которые станут «окном возможностей» для масштабного прорыва Казахстана». «Мы, – отмечается в Послании, должны использовать это время».

Высококвалифицированный литературный агент будет остро востребован именно в эти годы в связи вступлением Казахстана в единое образовательное, культурное и торговое пространство, когда сознание книжного предпринимателя станет подлинно инновационным, вступив в острые отношения с реальной конкуренцией, когда его детище – книготорговая фирма – вынуждена будет выживать в острой борьбе за существование, не надеясь на помощь государства, когда на книготорговом рынке его продукция будет вынуждена отстаивать каждую копейку, бороться за каждого потребителя. Вот поэтому мы заблаговременно должны создать институт литературного агентства, подготовить почву для будущей конкуренции.

Подобно тому, как сама книга, книжное производство и весь книжный бизнес обладают двойственной природой, выступая то с экономической, то с интеллектуальной сторон (книга – вещь, предмет продажи; продукт материальный

и интеллектуальный), литературный агент также несет двойную функцию – интеллектуальную (передатчик культурной информации от автора к читателю) и экономическую (рекламный проводник, эксперт, гарантирующий прибыль). Он выступает самостоятельной реальной экономической силой, выразителем особой инновационно-интеллектуальной культуры своей фирмы. В системе инновационного менеджмента он – двигатель всего интеллектуально-инновационного проекта книжного дела, формирующий перспективы и возможности независимого книгоиздательского бизнеса в Казахстане и реализующий основные направления инновационной идеи предпринимателя, организатора книжного производства.

Профессиональный литературный агент участвует в мониторинге, исследуя читательскую (потребительскую) среду, безошибочно выгадывая экономические выгоды, выстраивая перспективы своего издательства.

Для книжного предпринимателя литературный агент выступает не только потенциальным источником дохода, но и рекламным агентом, средством отбора общественно-полезных ценностей и формирования интеллектуального лица общества. В ряде случаев литературный агент становится ключевой фигурой, от которой во многом зависит и рост, и качество продаж.

Как любое капиталистическое производство, книгоиздательское дело в Казахстане, хотя и уступает по многим параметрам западным достижениям, но уже обретает все большую уверенность, самостоятельность, инициативу. Об этом свидетельствует участие наших ведущих казахстанских книгоиздательских фирм в международных книжных ярмарках и на литературных форумах. В лучших социально-экономических условиях, в формате настоящей конкурентной борьбы родится новый институт, родится как явление насущной потребности книжного бизнеса Казахстана. В системе книжного бизнеса литературный агент обеспечивает связи между автором, издателем и потребителем (читателем), выступая проводником идей как автора, так и издателя – рекламным двигателем издательской фирмы.

Необходимость обращения к институту литературного агентства в Казахстане вызвана быстро надвигающейся реальной конкуренцией, меняющимися экономическими реалиями, вхождением нашей страны в конкурентные отношения с издательскими системами других государств мира. Поэтому нужно всемерно содействовать воспитанию и подготовке кадров, организовать

подготовку специалистов по направлению – литературный агент – в сфере издательского дела на факультете журналистики Казахского национального университета имени аль-Фараби, а также – магистратуры и докторантуры PhD, обучая их в лучших зарубежных вузах. Институт литературного агентства даст мощный импульс развитию всеказахстанской книжной культуры, оживит одно из активных направлений бизнеса, сформирует конкурентоспособную ментальность казахстанцев, приведет к развитию холдингов, книготорговых и книгоиздательских концернов.

Это остро отвечает времени, это отвечает и задаче, обозначенной в Седьмом направлении Послания «Качественный рост человеческого капитала в Казахстане» – необходимости внедрения в ходе модернизации системы образования в процесс обучения современных методик и технологий, повышению качества педагогического состава и необходимости создания независимой системы подтверждения квалификации.

Организация и подготовка будущих специалистов – самый актуальный вопрос сегодняшнего дня, потому что это – одно из условий выдержать грядущий наплыв конкуренции в условиях «вызревания Третьей индустриальной революции», ведь по прогнозам, отмеченным в Послании, «предстоящие 15-17 лет станут «окном возможностей» для масштабного прорыва Казахстана. «В этот период для нас сохранятся благоприятная внешняя среда, рост потребности в ресурсах, энергии и продовольствии, созревание Третьей индустриальной революции. Мы должны использовать это время». И использовать эти возможности нужно с максимальной пользой для нашей страны.

У нас имеются замечательные традиции, богатая литература, мощные издательско-полиграфические ресурсы, профессиональные кадры в сфере издательского дела и полиграфии, но сейчас нам необходимы инновации, внедрение гибких, быстро меняющихся технологий в новой стремительно преобразующейся действительности. Создания такого гибкого, активного и эффективного инструмента, как литературный агент, необходимо в условиях грядущей конкуренции как частному, так и государственному книжному бизнесу. Книжный издатель уподоблен отважному Одиссею, пустившемуся в грозное плавание, но ему путеводной звездой светит ему Меркурий, литературный агент, помогающий одолеть конкурентов в его море жизни.

Литература

- 1 Кантильон Р. Большая советская энциклопедия : в 30 т. / гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1973. – Т. 11: Италия – Кваркуш. – 608 с.
- 2 Тюнен И. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: В 86 томах (82 т. и 4 доп.). – СПб., 1890 – 1907.
- 3 Найт Ф. Большая советская энциклопедия : в 30 т. / гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1974. – Т. 17: Моршин – никиш. – 616 с.
- 4 Василевский Е.Г. Ж.Б. Сэй. Всемирная история экономической мысли: В 6 томах / Гл. ред. В. Н. Черковец. – М.: Мысль, 1988. – Т. II. От Смита и Рикардо до Маркса и Энгельса. – 574 с. – 20 000 экз. – ISBN 5-244-00038-1.
- 5 Маршалл А. Большая советская энциклопедия : в 30 т. / гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1974. – Т. 15: Ломбард – Мезитол. – 632 с.
- 6 Шумпетер Й. Козлова К.Б. Большая советская энциклопедия : в 30 т. / гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1978. – Т. 29: Чаган – Экс-ле-Бен. – 640 с.
- 7 Друкер П., Карлофф Б., Санто Б. Интернет журнал капитал страны – 18 Июля 2014.
- 8 Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана. 17 января 2014 года. Казахстанский путь – 2050: единая цель, единый народ, единое будущее.

References

- 1 Kantilyon R. Big Soviet encyclopedia: in 30 t. / hl. edition A. M. Prokhorov. – 3rd prod. – M.: Soviet encyclopedia, 1973. – T. 11: Italy – Kvar Kush. – 608 pages.
- 2 Tyunen I. Entsiklopedichesky Brockhaus and Efron's dictionary: In 86 volumes (82 t. and 4 additional). – SPb., 1890 – 1907.
- 3 Knight F. Big Soviet encyclopedia: in 30 t. / hl. edition A. M. Prokhorov. – 3rd prod. – M.: Soviet encyclopedia, 1974. – T. 17: Wrinkles – Nikish. – 616 pages.
- 4 Vasilevsky E.G. Zh.B. Seius. World history of economic thought: In 6 volumes/Hl. edition V. N. Cherkovets. – M.: Thought, 1988. – T. II. From Smith and Ricardo to Marx and Engels. – 574 pages – 20 000 copies – ISBN 5-244-00038-1.
- 5 Marshall A. Big Soviet encyclopedia: in 30 t. / hl. edition A. M. Prokhorov. – 3rd prod. – M.: Soviet encyclopedia, 1974. – T. 15: A pawnshop – Mezitol. – 632 pages.
- 6 Shumpeter Y. Kozlova K.B. Big Soviet encyclopedia: in 30 t. / hl. edition A. M. Prokhorov. – 3rd prod. – M.: Soviet encyclopedia, 1978. – T. 29: Chagan – Ex-le-Ben. – 640 pages.
- 7 Druker P., Karloff B., Santo B. Internet the magazine the capital of the country – on July 18, 2014.
- 8 Message of the President of the Republic of Kazakhstan N. Nazarbayev to the people of Kazakhstan. January 17, 2014. The Kazakhstan way – 2050: uniform purpose, uniform people, uniform future.