



УДК 339.138

КНИЖКОВИЙ МАРКЕТИНГ: СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ КНИГОРОЗПОВСЮДЖЕННЯ

Лілія Сирота

Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, Україна
ORCID 0000-0001-7237-291X

Резюме. Сьогодні у книжковій галузі України існує низка проблем. В умовах повільно зростаючих показників друкарства, зниження читацького попиту на паперове друковане видання і збільшення на віртуальне чи електронне, вихід на кінцевого споживача є стратегічно важливим завданням для кожного конкретного видавництва, а також самого автора. Щоб викликати інтерес до виданої літератури, видавцеві та автору необхідна продумана ефективна стратегія з інформування споживачів про книги, поширення їх, а також формування за їх допомогою позитивного іміджу видавництва та, нарешті, пропаганда читання. Тому аналіз стану та перспектив у сфері книжкового просування, визначення тенденцій у його розвитку є важливим теоретичним і практичним питанням для книжкового ринку та надзвичайно актуальним. Ефективність книговидання забезпечує розвинена система поширення книжкової продукції. Сучасні книжкові видавництва та книготорговельні підприємства підвищують ефективність діяльності, звертаючись до різних бізнес-моделей та технологій, для прикладу, e-комерції. Подібні стратегії дозволяють ефективно використовувати логістику, уникнути складських витрат, орендування великої площі приміщень, налагодити плідну взаємодію зі споживачами. Констатується, що сучасний книжковий ринок України відрізняється певними особливостями: нерівномірність розміщення видавництв і їх закриття, зменшення книжкових магазинів і кіосків, збільшення онлайн-продажів через воєнні дії на території країни. Стратегії книгорозповсюдження включають як традиційні підходи, такі, як гуртова та роздрібна торгівля, так і сучасні методи, що базуються на цифровому маркетингу та прямих продажах. Основні стратегії можна розділити на «push»(проитовхування продукту) та «pull» (залучення клієнта). Важливими аспектами є вибудовування відносин із партнерами, використання різних каналів продажу та розроблення контент-стратегії, спрямованої на цільову аудиторію. Утверджується необхідність активного розвитку всіх видів видавництв і книгорозповсюдження, зокрема електронної торгівлі, незалежного книжкового та некнижкового роздрібу і гурту, кіоскових мереж тощо.

Ключові слова: книгорозповсюдження, книжковий маркетинг, книгарня, книготорговельна мережа, інтернет-торгівля, партнери, війна.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2025.06.238

Отримано 10.11.2025

UDC 339.138

BOOK MARKETING: MODERN STRATEGIES FOR BOOK DISTRIBUTION

Lilia Syrota

Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, Ukraine

Summary. Today, there are a number of problems in the book industry in Ukraine. In the conditions of slowly growing indicators of printing, a decrease in reader demand for paper printed publications and an increase for virtual or electronic ones, reaching the end consumer is a strategically important task for each specific publishing house, as well as the author himself. In order to arouse interest in published literature, the publisher and the author need a well-thought-out, effective strategy for informing consumers about books, distributing them, as well as forming a positive image of the publishing house with their help, and, finally, promoting reading. Therefore, the analysis of the state and prospects in the field of book promotion, the determination of trends in its development, is an important theoretical and practical issue for the book market and is extremely relevant. The effectiveness of book publishing is ensured by a developed system of distribution of book products. Modern book publishers and book trading enterprises increase the efficiency of their activities by turning to various business models and technologies, for example, e-commerce. Such strategies make it possible to effectively use logistics,

avoid warehouse costs, rent a large area of premises, and establish fruitful interaction with consumers. The article states that the modern book market of Ukraine is distinguished by certain features: uneven distribution of publishing houses and their closure, reduction of bookstores and kiosks, increase in online sales due to military operations on the territory of the country. Book distribution strategies include both traditional approaches, such as wholesale and retail, and modern methods based on digital marketing and direct sales. The main strategies can be divided into «push» (pushing the product) and «pull» (attracting the customer). Important aspects are building relationships with partners, using various sales channels, and developing a content strategy aimed at the target audience. The need for active development of all types of publishing houses and book distribution, in particular electronic trade, independent book and non-book distribution, and band, kiosk networks, etc., is confirmed.

Key words: book distribution, book marketing, bookstore, bookselling network, online shopping, partners, war.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2025.06.238

Received 10.11.2025

Постановка проблеми. Книга – продукція двоякого характеру, її природа – матеріальна та інформаційна одночасно. При просуванні такого товару завжди доводиться запитувати себе: що, власне, продається – добротна матеріальна конструкція чи інформація, що міститься під обкладинкою і на папері? Оскільки відповідати на це питання доводиться не диз’юнктивно («чи»), а кон’юнктивно («те й інше»), то треба погодитись: за своєю суттю книжковий ринок близький до ринку живопису чи театрального, де ефектне оформлення не менш важливе, ніж внутрішній зміст.

Сьогодні потребують подальшого вивчення питання оптимізації каналів книгорозповсюдження, впровадження інноваційних бізнес-моделей, застосування цифрового маркетингу, а також пошуку балансу між ринковими механізмами та підтримкою творчих ініціатив авторів і малих видавництв.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження особливостей розповсюдження книги в Україні займає особливе місце в сучасній науці, оскільки, завдяки цьому процесу реалізується соціальна функція книги. Стан системи книгорозповсюдження загалом та рівень культури книжкової торгівлі сьогодні суттєво визначають специфіку формування культурного потенціалу суспільства. Водночас досліджень у цій сфері небагато. Варто виділити наукові розвідки таких вчених, як: Т. Єжижанська [6], В. Шпак [19], Т. Ярошенко [20], О. Афоніна [2], М. Онищук [10] та ін. [3]. Чимало захищено дисертацій на здобуття наукових ступенів [1; 11], проводяться наукові конференції, присвячені даній тематиці [5; 9; 13; 17], виходить наукова періодика: «Вісник Книжкової палати», «Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського», «Наукові записки УАД».

Мета дослідження полягає у здійсненні аналізу сучасного стану, тенденцій розвитку та ефективних стратегій книгорозповсюдження в Україні в контексті трансформацій книжкового ринку, зумовлених цифровізацією та суспільно-політичними чинниками.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких завдань: огляд сучасного стану книжкового ринку України з урахуванням його структурних змін, статистичних показників і впливу воєнних, економічних та цифрових факторів; аналіз особливостей та проблем сфери книгорозповсюдження в Україні, зокрема стану традиційних і новітніх каналів продажу; дослідження сучасних бізнес-моделей та інструментів просування книжкової продукції, включно з використанням цифрового маркетингу, е-комерції, партнерських програм та аутсорсингових сервісів.

Виклад основного матеріалу. Ще на етапі формування концепції книги видавництво/редакція чітко знає, кому видання адресоване. Самому авторові (якщо він, зрозуміло, хоче, щоб книга продавалася), перш ніж братися за перо, бажано подумати, для кого він пише. А якщо врахувати, що переважна більшість авторів, особливо молодих та/або початківців, видаються власним коштом, – це правило стає

аксіоматичним. Однак оскільки такий підхід може встановити диктат ринку над незалежною творчою діяльністю, то тут, очевидно, потрібно шукати золоту середину.

В останні десятиліття відбулися суттєві зміни у вітчизняній книжковій торгівлі, зміцнилася та розвивається система книгорозповсюдження, заснована на засадах ринкової економіки та книжкового маркетингу. Незважаючи на пандемію і повномасштабне вторгнення росії на територію України, книжковий ринок не відчуває дефіциту, є насиченим, із чого випливає необхідність принципово нового підходу до організації книжкової торгівлі.

У своїх основних рисах книжковий ринок, якщо порівнювати з минулим століттям, суттєво змінився: він не монополістичний і не централізований. Серед помітних змін: збільшилося найменувань видавництва і видань, чимало є видань з великим тиражем, паралельно спостерігається тенденція до друку малотиражної літератури, надрукованої на дрібних поліграфічних підприємствах.

До ключових показників видавничого ринку України 2024 року належать: понад 350 активних видавничих осередків, 700 офлайн-книгарень і 60 інтернет-продавців, обсяг ринку – біля 6 млрд гривень, 15187 назв книжок тиражем 24, 664 млн примірників. Порівняно з 2019 роком, коли почалася епідемія коронавірусу це нижчі показники, особливо для малих видавництв. Однак є однозначно позитивна тенденція, яка проявилася у суттєвому скороченні частки видань російською мовою і збільшенні друкованої продукції українською мовою. Лише 4,6% назв і 1,2% тиражів мовою окупанта завдяки забороні імпорту книг з росії та збільшення попиту на українську літературу.

370 підприємств видавничої галузі продали у 2023 році книг на суму 6,56 млрд гривень. У той час виокремилася приблизно 25 видавничих центрів, які забезпечили 70% продажів книг, що свідчить про існування великих видавничо-поліграфічних осередків, які визначають видавничий ринок України в останні два роки. Середня ціна на одну видавничу продукцію склала приблизно 343 гривні.

У десятку найпотужніших видавництв 2023 року увійшли: «Клуб сімейного дозвілля» (Харків, 2000–2025), «Ранок» (Харків, 1997–2025), «ПЕТ» (Харків, 203–2023), «Генеза» (Київ, 1992–2025), «Стем освіта» (Київ, 2019–2022), «Фоліо» (Харків, 1990–2025), «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» (Київ, 1992–2025), «Видавництво Старого Лева» (Львів, 2002–2025), «Віват» (Харків, 2013–2025) [12]. Серед видавців та мереж, що звітували за перше півріччя 2025 року, лідерами за доходом стали видавництва «Ранок» – 750,88 млн грн (+127%), «Клуб сімейного дозвілля» – 692,09 млн грн (+145%), «Віват» – 185,21 млн грн (+176%). За показниками зростання виторгу лідерами є: інтернет-магазини книг «Readeat» (+264%), «КМ-Букс» (+218%) та «Книголенд» (+166%), видавництво «Рідна мова» (+230%), яке продає свою продукцію через «Клуб сімейного дозвілля». Найбільш успішною у першому півріччі 2025 року стала «Книгарня Є» з прибутком 308,29 млн грн. Окрім того, помітно зросли прибутки «Yakaboo Retail» – 171,04 млн грн (+135%), «BookChef» – 74,63 млн грн (+174%), «Видавництва Старого Лева» – 68,42 млн грн [16].

Очевидно, що такий розподіл сил на ринку вагомо сприяє конкуренції, не заважає його розвитку, і система розповсюдження книжкової продукції за таких умов шукає найбільш вигідні та інноваційні шляхи.

Система вітчизняного книгорозповсюдження на даному етапі має такий вигляд: книжкова галузь країни ще орієнтується на бюджетні закупівлі, однак ринкові механізми працюють добре, оскільки умови не диктуються єдиним покупцем в особі держави, що негативно позначилося б на діяльності дрібних видавництв, на збуті творчої продукції молодих авторів/початківців.

Незалежний книжковий роздріб зберігає своє лідерство за обсягом продажу. Якщо порівняти з Європейським Союзом, то представники його видавничої індустрії

продають книжок приблизно на ту саму суму, що й 17 років тому, але це означає значно менший фізичний обсяг продажів. У 2024-му в ЄС було продано 2,5 млрд примірників книжок. За останні чотири роки цей показник упав на 5,1%. Український ринок становить близько 6 млрд грн (€140–150 млн) – це менш, ніж 1% європейського ринку за населенням, що становить понад 8% від населення ЄС. За кількістю виданих книг на душу населення Україна відстає. У 2022-му було видано 0,23 паперової книжки на людину. Тим часом у Польщі цей показник становить 2,5 книжки, а у Чехії та Словаччині – три книжки на людину. Частка фікшн літератури в ЄС становить 50,7%, навчальної книжки – 17,9%, академічної та професійної літератури – 16,7%, дитячої літератури – 14,6%. В Україні майже половина виданих книжок – підручники, спонсоровані державою [21].

Останні два роки поступово знижуються темпи зростання продажів в інтернет-каналах і магазинах. Ця тенденція має різні причини. Зараз практично всі великі видавництва використовують як один із напрямків збутової політики інтернет-канал. Небагато з них мають свої власні невіртуальні книжкові магазини: Книгарня «Є», книгарня-кав'ярня Видавництва Старого Лева, книжковий магазин «Наш формат». Основними гравцями в інтернет-каналі є сайти: yakaboo.ua, nashformat.ua, Книгарня «Є» (book-ye.com.ua), Клуб сімейного дозвілля, booknet.ua та ін.

Станом на лютий 2024-го в Україні є понад 460 книжкових магазинів. Порівняємо: у вересні 2023 року їх було значно менше – понад 420. Серед суб'єктів книжкового продажу домінують ФОПи – 1558, а юридичних осіб є 214. Спостерігається позитивна динаміка у продажу книг. Наприклад, показники 2023 року вдвічі перевищують показники 2021 року. Також спостерігаємо таку тенденцію, як значне підвищення цін на книжки.

Український інститут книги назвав лідера роздрібною книжкового офлайн-ринку – це «Книгарня «Є» з часткою понад 50%. Загалом, можна говорити про зростання офлайн-торгівлі в середньому на 84%. Онлайн-ринок книг також показує зростання щороку. Лідером у цій сфері поряд із «Книгарнею «Є» став магазин «Yakaboo», інтернет-магазин і маркетплейс «Rozetka» [15]. Некнижковий роздріб – теж суттєвий, хоча і непрофільний канал збуту.

В Україні розвинулася інтернет-гуртівня книг: «Книжковий світ Books» (Рівне), «Bookort» (Тернопіль), книжкова гуртівня «Dzhurabooks», «Гуртівня книг» (Львів), «Магазин Добрих цін (гуртівня «Школа»)» (Львів), інтернет-гуртівня християнської книги «Ковчег» (Львів), онлайн-магазин «Yakaboo» (Київ), книжковий клуб з можливістю гуртових замовлень «Bookklub» (Київ) та ін.

За даними сайту Yakaboo, ця платформа пропонує понад 300 тисяч книжок 71 мовою у паперовому, електронному або аудіо форматах. Їхніми послугами та продукцією користуються понад 3 млн клієнтів. Вона співпрацює з понад 500 українськими та закордонними видавництвами [14]. Серед компаній, що вже мають корпоративну бібліотеку Yakaboo: «VISA», «NOVUS», «Developex», «Фармак», «Профспілка (Нова пошта)», «Приватбанк», «Алло» та ін. [8].

Кіоскові мережі і книжкові ярмарки теж важливі в українському книгорозповсюдженні. Частка кіосків у структурі ринкових каналів збуту книжкової продукції невелика. Серед основних партнерів книжкових видавництв – супермаркети «Арсен», «Метро», «Сільпо», «Ашан», а також «Укрпошта» та ін. Однак соціологічні дослідження доводять, що спостерігається зменшення торгівлі місцевою та національною пресою в найбільших мережах супермаркетів. Кіоски та місця на вулицях, де раніше продавалася преса, викупувають фірми, що продають тютюнові вироби. Для прикладу, 2019 року мережа кіосків «СВ пошта» у місті Дніпро припинила торгівлю пресою та залишила лише тютюнові вироби. У Києві із майже 1000 місць продажу преси залишилося менше 350 [18]. Також «Укрпошта» скорочує тривалість робочих днів і

стаціонарних поштових відділень, що суттєво впливає на продаж преси і її передплату. До читачів довше доставляється преса, що зумовило припинення видавання приватних щоденних газет.

Скоротилася кількість читачів, які передплачували періодику у зв'язку з еміграцією за кордон чи переїздом на іншу територію України через повномасштабне вторгнення росії, зменшенням їх доходів (переважно пенсіонерів), які звикли читати пресу, зростання передплатної вартості газет та журналів, а також вартості доставки видання [18].

За дослідженням медіа «Читомо», 2018 року найефективнішими каналами збуту українські видавці вважали книжкові ярмарки та фестивалі, тобто спеціалізовані події (60,4%). Натомість читачі зазначили, що найчастіше вони купують книжки в невеликих книгарнях поблизу дому чи роботи (на це вказали 25% тих, хто читає книги), рідше – на книжкових ярмарках і фестивалях (12%) [4].

Сьогодні єдиною компанією в Україні, яка спеціалізується саме на аутсорсингу книгорозповсюджувальної діяльності, є «Книжковий Гамазей». Зважаючи на те, що більшість видавців не мають часу займатися логістичними проблемами, а зосереджуються лише на видавничих проєктах, ця компанія на умовах комісії бере на себе всю роботу, пов'язану з прийманням, опрацюванням, підготовкою, надсиланням і супроводом замовлення. Одночасно «Книжковий Гамазей» займається поширенням книжок видавництв-партнерів через уже налагоджені канали реалізації й продажів, а також створює нові. Він співпрацював з «Видавництвом Жупанського», «Домом Химер» та «Залізним татом» [4]. Такі сайти, як yakaboo.ua, book-ye.com.ua, knigoland.com.ua, readeat.com, kniga.biz.ua, bookovka.ua, ridmi.com, mbooks.com.ua мають своїх партнерів: SalesDoubler – великий український агрегатор партнерських програм, що пропонує різні послуги від 2012 року, і AdmitAd – глобальна мережа партнерських програм з оплатою за цільові дії (заснована в Німеччині 2009 року) [7].

Висновки. Книжковий бізнес в Україні залучає ефективні інструменти для збільшення кількості покупців. Сьогодні він чекає продуктивних маркетингових рішень, пов'язаних як з пошуком нових авторів та підтримкою дрібних та середніх видавництв, так і з розвитком та активним використанням різних каналів книгорозповсюдження та ефективних інструментів просування книг.

Сучасний книжковий ринок України перебуває у стані активної трансформації, зумовленої сукупністю економічних, технологічних та суспільно-політичних чинників, серед яких ключовими є цифровізація та наслідки повномасштабного вторгнення росії в Україну. Попри складні умови функціонування, спостерігаються позитивні зміни та розвиток видавничої сфери, зокрема за рахунок диверсифікації каналів розповсюдження книжкової продукції та впровадження новітніх маркетингових стратегій.

Встановлено, що ефективна діяльність видавництв нині неможлива без продуманої системи книжкового маркетингу, орієнтованої на формування попиту, популяризацію читання та зміцнення іміджу видавничих центрів. Стратегії книгорозповсюдження в Україні охоплюють як традиційні (гуртова і роздрібна торгівля, офлайн-книгарні, кіоски), так і сучасні підходи, зокрема інтернет-торгівлю, прямі продажі, використання партнерських і аутсорсингових сервісів, застосування принципів digital-маркетингу. Удосконалення взаємодії з партнерами, залучення різноманітних каналів збуту та орієнтація на потреби цільових аудиторій є визначальними чинниками конкурентоспроможності видавництв.

Перспективи розвитку українського книжкового маркетингу та системи книгорозповсюдження вбачаються у комплексному застосуванні традиційних та інноваційних стратегій, подальшій цифровізації, підтримці незалежних видавництв, залученні партнерських механізмів та посиленні комунікацій із читачами. Ефективна

реалізація цих напрямів сприятиме формуванню сталого і конкурентного книжкового ринку, виконанню культурно-просвітницької функції книги й розвитку читання в Україні.

Conclusions. Thus, the book business in Ukraine is employing effective tools to increase the number of customers. Today, it is expected to provide productive marketing solutions related to both discovering new authors and supporting small and medium-sized publishers, as well as to the development and active use of various book distribution channels and effective tools for book promotion.

The modern book market in Ukraine is undergoing active transformation driven by a combination of economic, technological, and socio-political factors, among which digitalization and the consequences of Russia's full-scale invasion of Ukraine are key. Despite challenging operating conditions, positive changes and development can be observed in the publishing sector, particularly due to the diversification of book distribution channels and the implementation of innovative marketing strategies.

It has been established that effective publishing activity today is impossible without a well-designed book marketing system focused on generating demand, promoting reading, and strengthening the image of publishing houses. Book distribution strategies in Ukraine encompass both traditional approaches (wholesale and retail trade, offline bookstores, kiosks) and modern ones, including online sales, direct sales, the use of partnership and outsourcing services, and the application of digital marketing principles. Improving cooperation with partners, engaging various distribution channels, and focusing on the needs of target audiences are crucial factors for the competitiveness of publishing houses.

The prospects for the development of Ukrainian book marketing and the book distribution system lie in the integrated application of traditional and innovative strategies, further digitalization, support for independent publishers, the implementation of partnership mechanisms, and strengthened communication with readers. Effective implementation of these areas will contribute to shaping a sustainable and competitive book market, fulfilling the cultural and educational function of the book, and fostering the development of reading in Ukraine.

Список використаних джерел

1. Афанасенко О. М. Система книгорозповсюдження в Україні в умовах інтеграції соціокомунікаційного простору. URL: <https://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/2068> (дата звернення: 04.11.2025).
2. Афонін О. В. Українська книга в контексті світового книговидання. Київ : Книжкова палата України, 2009. 277 с.
3. Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців: монографія /за заг. ред. Г. В. Горбенко; упоряд., наук. ред. Н. М. Вернигора; Інститут журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка. Київ, 2019. 272 с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/29401/1/I_Afanasiiev_Monogr%202019.pdf (дата звернення: 03.11.2025).
4. Войтович Л. Дистрибуція: як малим видавцям позбутися болю зс складами й бюрократією. URL: <https://chytomo.com/dystrybutsiia-ia-k-malym-vydavtsiam-pozbutysia-boliu-z-skladamy-j-biurokratiieiu/> (дата звернення: 02.11.2025).
5. XII Всеукраїнська конференція «Книга та документ в часовому просторі: актуальні проблеми» (Львів, 2025). URL: <https://lpu.ua/events/xii-vseukrainska-konferentsiia-knyha-ta-dokument-v-chasovomu-prostori-aktualni-problemy> (дата звернення: 03.11.2025).
6. Єжижанська Т. Бренд-комунікація українських книжкових видавництв: монографія. Київ: Київський столичний університет ім. Б. Грінченка, 2024. 356 с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/50396/2/Yezhyzhanska_T_Monograf.pdf (дата звернення: 04.11.2025).
7. Книжкові партнерки України. URL: <https://gurubooks.com.ua/book-affiliates-ukr> (дата звернення: 02.11.2025).
8. Компанії, що вже мають корпоративну бібліотеку Yakaboo. URL: <https://promosite.yakaboo.ua/corporate-library> (дата звернення: 20.10.2025).
9. Міжнародна наукова конференція «Бібліотека. Наука. Комунікація. Розвиток бібліотечно-інформаційного потенціалу в умовах цифровізації» (Київ, 2020). URL: <http://conference.nbuv.gov.ua/site/view/id/26> (дата звернення: 03.11.2025).
10. Онищук М. Деякі тенденції книгодрукування та книгорозповсюдження у світі в умовах пандемії COVID-19. *Вісник Книжкової палати*. 2021. № 9. С. 6–10. DOI: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2021.9\(302\).6-10](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2021.9(302).6-10)

11. Пірко М. І. Українська книговидавнича справа в Галичині (1919–1939 pp.): історичні умови, проблематика, внесок у національний рух. URL: <https://lnu.edu.ua/thesis/pirko-mariia-ivanivna/> (дата звернення: 04.11.2025).
12. Показники книжкової галузі України. URL: <https://kbf.org.ua/news/pokazniki-knizhkovoi-galuzi-ukraini-2024> (дата звернення: 26.10.2025).
13. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: тези доповіді X Міжн. Наук.-техн. конф. (м. Харків, 14–17 травня 2025.). Київ, 2025. Т. 1. 306 с.
14. Про Yakaboo – національну книжкову платформу Yakaboo. URL: <https://www.yakaboo.ua/ua/about-us?srsId=AfmBOoFRDzr3OM3dB8fSYzGkoL2fnZ7RE2aKenQjuMkJRGrK9MYKcc> (дата звернення: 16.10.2025).
15. Сухорукова Г. Український книжковий ринок продовжує зростати: видавництва, ритейл, тренди. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/ukrayinskij-knizhkovij-rinok-prodovzhuye-zrostati-vidavnicztva-ritejl-trendi> (дата звернення: 17.10.2025).
16. У 2025 році дохід великих видавців і книгарень зріс на майже 40%. URL: <https://chytomo.com/u-2025-rotsi-dokhid-velykykh-vydavtsiv-i-knyharen-zris-na-majzhe-40> (дата звернення: 21.10.2025).
17. Українська книга: дослідження, читання, збереження (Харків, 2025). URL: <https://karazin.ua/conferences/mizhnarodna-naukova-konferentsiia-laquo-ukrainska-knyha-do/> (дата звернення: 02.11.2025).
18. Чернявський С. Медіа ландшафт друкованих медіа в Україні. 2024. URL: <https://detector.media/infospace/article/234226/2024-11-02-media-landshaft-drukovanykh-media-v-ukraini-2024/> (дата звернення: 05.11.2025).
19. Шпак В. І. Видавничий бізнес в умовах української державності : монографія. Київ : Експрес-об'ява, 2015. 392 с.
20. Ярошенко Т. О. Електронні журнали в системі інформаційних ресурсів бібліотеки : монографія. Київ: Знання, 2010. 215 с.
21. €24,9 млрд обороту галузі та зростання аудіокниг. П'ять головних цифр книжкового ринку Європи. Висновки для України від видавця Віктора Круглова. URL: <https://forbes.ua/lifestyle/249-mlrd-oborotu-galuzi-ta-shvidke-zrostannya-audioknig-pyat-golovnih-tsifr-evropeyskogo-knizhkovogo-rinku-yaki-visnovki-dlya-ukraini-29102025-33655> (дата звернення: 02.11.2025).

References

1. Afanasenko O. M. *Systema knyhorozpovsiudzhennia v Ukraini v umovakh intehratsii sotsiokomunikatsiinoho prostoru* [The book distribution system in Ukraine under the conditions of socio-communicative space integration]. Available at: <https://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/2068> (accessed: 04 November 2025).
2. Afonin O. V. (2009). *Ukrainska knyha v konteksti svitovoho knyhovydannia* [Ukrainian book in the context of world publishing]. Kyiv: Knyzhkova palata Ukrainy, 277 p. (In Ukrainian).
3. Horbenko H. V. (ed.) (2019). *Vydavnycha diialnist v umovakh rozvytku novitnikh tekhnolohii: vyvchennia zapytyv fakhivtsiv : monohrafiia* [Publishing activity in the conditions of modern technology development: a study of specialists' needs : monograph] /uporiad., nauk. red. N. M. Vernyhora; Instytut zhurnalistyky/ 272 p. Kyivskoho universytetu imeni Borysa Hrinchenka. Kyiv. Available at: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/29401/1/I_Afanasiev_Monogr%202019.pdf (accessed: 3 November 2025). (In Ukrainian).
4. Voitovych L. *Dystrybutsiia: yak malym vydavtsiam pozbutysia boliu z skladamy y biurokратиieiu* [Distribution: how small publishers can get rid of the pain of warehouses and bureaucracy]. Available at: <https://chytomo.com/dystrybutsiia-iak-malym-vydavtsiam-pozbutysia-boliu-z-skladamy-j-biurokратиieiu/> (accessed: 2 November 2025).
5. XII Vseukrainska konferentsiia “Knyha ta dokument v chasovomu prostori: aktualni problemy” (Lviv, 2025) [XII All-Ukrainian Conference “The Book and the Document in the Temporal Space: Current Issues” Available at: <https://lpnu.ua/events/xii-vseukrainska-konferentsiia-knyha-ta-dokument-v-chasovomu-prostori-aktualni-problemy> (accessed: 3 November 2025).
6. Yezhyzhanska T. (2024). *Brend-komunikatsiia ukrainskykh knyzhkovykh vydavnytstv: monografiia* [Brand Communication of Ukrainian Book Publishers: monograph]. Kyiv: Kyivskiy stolychnyi universytet im. B. Hrinchenka. 356 p. Available at: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/50396/2/Yezhyzhanska_T_Monograf.pdf (accessed: 4 November 2025). (In Ukrainian).
7. Knyzhkovi partnerky Ukrainy [Ukraine's Book Partners]. Available at: <https://gurubooks.com.ua/book-affiliates-ukr> (accessed: 2 November 2025).
8. Kompanii, shcho vzhe maiut korporatyvnu biblioteku Yakaboo [Companies that already have a Yakaboo corporate library]. Available at: <https://promosite.yakaboo.ua/corporate-library> (accessed: 20 October 2025).
9. Mizhnarodna naukova konferentsiia “Biblioteka. Nauka. Komunikatsiia. Rozvytok bibliotechno-informatsiinoho potentsialu v umovakh tsyfrovizatsii” (Kyiv, 2020) [International Scientific Conference “Library. Science. Communication. Development of Library and Information Potential in the Conditions of Digitalization” (Kyiv, 2020)]. Available at: <http://conference.nbuv.gov.ua/site/view/id/26> (accessed: 3 November 2025).

10. Onyshchuk M. (2021) Deiaki tendentsii knyhodrukuvannia ta knyhorozpovsiudzhennia u sviti v umovakh pandemii COVID-19 [Some Trends in Book Publishing and Distribution in the World During the COVID-19 Pandemic]. *Visnyk Knyzhkovoi palaty*, no. 9, pp. 6–10. DOI: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2021.9\(302\).6-10](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2021.9(302).6-10)
11. Pirko M. I. *Ukrainska knyhovydavnycha sprava v Halychyni (1919–1939 rr.): istorychni umovy, problematyka, vnesok u natsionalnyi rukh* [Ukrainian Book Publishing in Galicia (1919–1939): Historical Context, Issues, and Contribution to the National Movement]. Available at: <https://lnu.edu.ua/thesis/pirko-mariia-ivanivna/> (accessed: 4 November 2025).
12. Pokaznyky knyzhkovoi haluzi Ukrainy [Indicators of Ukraine’s Book Industry]. Available at: <https://kbf.org.ua/news/pokazniki-knyzhkovoi-galuzi-ukraini-2024> (accessed: 26 October 2025).
13. Chebotarova I. B. (red.) (2025). *Polihrafichni, multymediini ta web-tekhnolohii: tezy dop. X Mizhnar. nauk. tekhn. konf.* [Printing, Multimedia, and Web Technologies: Abstracts of Presentations of the 10th International Scientific and Technical Conference. Kyiv: Lira-K, vol. I. 306 p. (In Ukrainian).
14. Pro Yakaboo – natsionalnu knyzhkovu platformu Yakaboo [About Yakaboo – the National Book Platform Yakaboo]. Available at: <https://www.yakaboo.ua/ua/about-us?srsId=AfmBOooFRDzr3OM3dB8fSYzGkoL2fnZ7RE2aKenQjjuMkJRGrK9MYKcc> (accessed: 16 October 2025).
15. Sukhorukova H. *Ukrainskyi knyzhkovyi rynek prodovzhuie zrostaty: vydavnytstva, ryteil, trendy* [The Ukrainian Book Market Continues to Grow: Publishers, Retailers, Trends]. Available at: <https://hub.kyivstar.ua/articles/ukrayinskij-knyzhkovij-rynek-prodovzhuie-zrostaty-vidavnicztva-ritejl-trendi> (accessed: 17 October 2025).
16. U 2025 rotsi dokhid velykykh vydavtsiv i knyhareh zris na maizhe 40% [In 2025, the revenue of major publishers and bookstores grew by almost 40%]. Available at: <https://chytomo.com/u-2025-rotsi-dokhid-velykykh-vidavtsiv-i-knyhareh-zris-na-majzhe-40/> (accessed: 21 October 2025).
17. *Ukrainska knyha: doslidzhennia, chytannia, zberezhennia* (Kharkiv, 2025) [The Ukrainian Book: Research, Reading, Preservation (Kharkiv, 2025)]. Available at: <https://karazin.ua/conferences/mizhnarodna-naukova-konferentsiia-laquo-ukrainska-knyha-do/> (accessed: 2 November 2025).
18. Cherniavskiy C. *Media landshaft drukovanykh media v Ukraini – 2024* [The Media Landscape of Printed Media in Ukraine – 2024]. Available at: <https://detector.media/infospace/article/234226/2024-11-02-media-landshaft-drukovanykh-media-v-ukraini-2024/> (accessed: 5 November 2025).
19. Shpak V. I. (2015). *Vydavnychyi biznes v umovakh ukrainskoi derzhavnosti: monorafiia* [Publishing Business in the Context of Ukrainian Statehood: Monograph]. Kyiv: Ekspres-obiava. (In Ukrainian).
20. Yaroshenko T. O. (2010). *Elektronni zhurnaly v systemi informatsiinykh resursiv biblioteky: monorafiia* [Electronic Journals in the Library’s Information Resource System: Monograph]. Kyiv: Znannia. (In Ukrainian).
21. €24,9 mlrd oborotu haluzi ta zrostantia audioknyh. Piat holovnykh tsyfr knyzhkovoho rynku Yevropy. Vysnovky dlia Ukrainy vid vydavtsia Viktora Kruhlova [€24.9 billion industry turnover and growth of audiobooks. Five key figures of the European book market. Conclusions for Ukraine by publisher Viktor Kruhlov]. Available at: <https://forbes.ua/lifestyle/249-mlrd-oborotu-galuzi-ta-shvidke-zrostantia-audioknig-pyat-golovnikh-tsifropeyskogo-knyzhkovogo-rinku-yaki-visnovki-dlya-ukraini-29102025-33655> (accessed: 2 November 2025).