

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-42>

УДК 655:338.4

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

STATE AND DEVELOPMENT TRENDS OF THE PUBLISHING AND PRINTING INDUSTRY OF UKRAINE

Кваско Алла Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7726-4501>

Сухорукова Ольга Аркадіївна

кандидат економічних наук, доцент,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7157-8270>

Kvasko Alla, Sukhorukova Olha

National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

Видавничо-поліграфічна галузь займає особливе місце в економіці країни, задовольняючи освітні, інформаційні, культурні потреби суспільства, а її продукція присутня у всіх сферах життєдіяльності. У статті досліджено фактичний стан та тенденції розвитку видавничо-поліграфічної галузі. Проаналізовано випуск книжкової продукції в Україні за останні п'ять років за кількістю видань та тиражами, періодичних та продовжуваних видань, кількість суб'єктів господарювання, що займаються видавничою та поліграфічною діяльністю, а також їх обсяги реалізованої продукції. Окреслено тенденції розвитку сучасного книжкового ринку серед яких зростання популярності електронних і аудіокниг, зміна читацьких уподобань та розширення онлайн присутності видавництва. Напрямами розвитку ринку поліграфічних послуг визнано популяризацію цифрового друку, зростання попиту на нестандартну поліграфію та пакувальну продукцію, збільшення рекламної поліграфії. Стаття також містить перелік світових тенденцій друкарського ринку.

Ключові слова: видавничо-поліграфічна галузь, книжковий ринок, друковані видання, друкування, поліграфія, видавництво, поліграфічна продукція.

The publishing and printing industry occupies a special place in the country's economy, satisfying the educational, informational, and cultural needs of society, and its products are present in all spheres of life. The article examines the actual state and development trends of the publishing and printing industry. It was noted that this industry is characterized by a high level of competition, constant evolution under the influence of technological innovations, and the result is a change in the landscape of the printing business. The output of book products in Ukraine over the past five years was analyzed by the number of editions and circulations, periodical and continuing editions, the number of business entities engaged in publishing and printing activities, as well as their volumes of sold products. It was established that the growth of most indicators in 2021 changed to a significant reduction in the volume of activity and the number of business entities in 2022 due to the full-scale Russian invasion. A decrease in the number of books and brochures was recorded, in terms of the number of editions, and in circulation - almost four times. The volume and circulation of periodicals has been declining over the past five years as a result of the increase in the amount of information distributed by multimedia means. Damage to the publishing and printing infrastructure, the outflow of specialists, the lack of working capital, and the accumulation of debts were highlighted among the main problems faced by printing enterprises during the period of martial law. The trends in the development of the modern book market are outlined, including the growing popularity of electronic and audio books, changing reader preferences, expanding the online presence of publishing houses, and the possibility of self-publishing works via the Internet and social networks. Popularization of digital printing, growth in demand for non-standard printing and packaging products, increase in advertising printing, reduction in volumes and circulations of publishing

products, and shortening of the operating cycle are recognized as directions for the development of the printing services market. The article also contains a list of global trends in the printing market, among which the development of the use of digital marketing, a change in approaches to attracting customers, the provision of design services by printers, orientation to the environmental friendliness of processes, and reformatting of activities are noted.

Keywords: publishing and printing industry, book market, printed editions, printing, polygraphy, publishing house, printing products.

Постановка проблеми. Функціонування підприємств в умовах зростання конкуренції, вимагає від них постійного удосконалення та трансформації бізнесу, які проявляються у покращенні якості продукції, розширенні її асортименту, інноваційній активності на ринку, що забезпечує, з одного боку, пристосування до мінливого середовища, а з іншого – отримання конкурентних переваг. Поліграфічна промисловість – галузь економіки, що є, в першу чергу, матеріально-технічною базою для видавничої справи та об'єднує підприємства, які виготовляють друковану продукцію [1]. Перелік друкованої продукції та поліграфічних послуг, що надаються підприємствами галузі є досить широким: друковані періодичні і неперіодичні видання (журнали, газети, книги, брошури тощо); акцидентна продукція, до якої відносяться листівки, візитки, афіші, бланки, цінні папери, рекламні видання; брошурувально-палітурна діяльність; друкування етикетної та пакувальної продукції. Особливе місце видавничо-поліграфічної галузі пов'язано із задоволенням культурних, інформаційних, освітніх потреб суспільства, з присутністю її продукції у всіх сферах життєдіяльності: від книжки та журналу до зошита, рекламної листівки та етикетки, від ділового щоденника до бланків суворої звітності та цінних паперів. Таким чином, дана галузь є елементом культурних, соціально-економічних та політичних процесів країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням поточного стану та перспектив розвитку видавничо-поліграфічної галузі присвячено багато праць, авторами яких є Б. В. Дурняк, А. М. Штангрет, Є. М. Палига, Л. А. Швайка, Я. В. Котляревський, В. В. Мартинів та інші [2; 3; 4]. Безпосередньо питання книговидавничої діяльності досліджували науковці Книжкової палати України, представники Української асоціації видавців та книгорозповсюджувачів, а саме: М. Сенченко, С. Буряк, О. Афонін та інші [5; 6]. Розвиток технологій, що впливає і на традиційне книгодрукування, і на комерційний друк, виклики і мінливість зовнішнє середовища, що відбивається на стратегіях розвитку суб'єктів гос-

подарювання, вплив цих та інших чинників викликає потребу у подальших дослідженнях перспектив розвитку означеної галузі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є оцінка сучасного стану видавничо-поліграфічної галузі України, виявлення основних проблем функціонування її підприємств, визначення тенденцій та напрямів розвитку галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Видавничо-поліграфічна галузь, як одна зі складових промисловості України, постійно еволюціонує під впливом науково-технічного прогресу, зокрема розвитку інформаційних технологій. Досліджуваній галузі притаманний високий рівень конкуренції, причому як безпосередньо між її суб'єктами, так і з мультимедійними засобами поширення інформації, які з одного боку є загрозою традиційному видавничого процесу, а з іншого – відкриває нові можливості перед суб'єктами галузі, змінюючи сам ландшафт поліграфічного бізнесу.

Оскільки значну частину друкованої продукції становлять саме книжкові видання, проаналізуємо тенденцію їх зміни за останні 5 років за даними Книжкової палати України (табл. 1).

Отже, дані випуску книжкової продукції повністю відповідають соціально-економічній ситуації в країні. Так, після пожвавлення видавничої діяльності в 2019 році, спостерігається падіння і обсягів книжкової продукції, і її тиражів в 2020 році, що є наслідком пандемії COVID-19 та запровадження карантинних заходів. Адаптація видавничих організацій до роботи в умовах карантинних обмежень дала свої результати: в 2021 році спостерігається збільшення кількості видань за всіма позиціями. Кількість книг та брошур зросла на 11,2% при збільшенні їх загального тиражу на 6,7%. Обсяги образотворчих видань збільшились на 24,5%, а картографічних – на 72,1%, проте загальний тираж останніх становив лише 1/5 від рівня попереднього року. Повномасштабне російське вторгнення у лютому 2022 р., результатом якого стало руйнування частини видавничої інфраструктури, припи-

нення діяльності ряду видавничо-поліграфічних організацій, переміщення підприємства у більш безпечні регіони і спроба там відновити роботу, призвело до значного скорочення видавничої діяльності. Книги і брошури, що є найбільшою групою книжкової продукції, зменшились на 54,1% за кількістю видань та на 73,8% за тиражами. Така динаміка змін відобразилась і на розмірі середнього тиражу видання. Так, в 2018–2019 роках зазначений показник для групи «книги і брошури» зріс з 2080 до 2509 примірників, проте з 2020 р. спостерігається його зменшення: 2212 примірників в 2020 році, 2122 прим. – в 2021 р. та 1208 прим. – в 2022 р. Серед груп видань, зазначених у табл.1, в 2022 р. спостерігалось зростання середнього тиражу по образотворчих та нотних виданнях.

Одною з характеристик видавничої галузі є кількість суб'єктів господарювання, яка за останні декілька років також має тенденцію до зменшення (табл. 2).

Кількість суб'єктів господарювання, що займались виданням книг, періодичних видань та іншою видавничою діяльністю зменшилась на 5,9% у 2020 році та ще на 4,5% в 2021 році. Зокрема, кількість суб'єктів, що займались виданням лише книг, скорочувалась дещо повільніше (на 4% в 2020 р. та на 0,8% – в 2021 р.), а тих, хто займався виданням довідників і каталогів, журналів і періодичних видань – швидшими темпами (відповідно темпи зростання перших становили 87,8% та 93,8%, а других – 89,2% та 89,4%). Кількість суб'єктів, що займались виданням газет, протягом 2020-2021 рр. зменшилась на 4,2% та 5,1% відповідно. Серед суб'єктів видавничої діяльності 69% становлять фізичні особи-під-

приємці, проте їх частка різниться залежно від виду діяльності. Так, серед суб'єктів, що займаються виданням книг, дана організаційно-правова форма зустрічається у 39% випадків, серед видавців газет – 21%, а серед тих, хто займається іншими видами видавничої діяльності – майже 60%. Структура суб'єктів господарювання за видами діяльності за 2020–2021 рр. подана на рис. 1.

Станом на 05 травня 2022 року до Державний реєстр видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції містив 7964 суб'єкти видавничої справи, серед яких 6004 є юридичними особами та 1983 – фізичними особами. Відмітимо, що 3307 суб'єкти видавничої справи займається лише одним видом діяльності, а решта поєднує 2–3 види діяльності. Зокрема, лише видавничою діяльністю займаються 2174 суб'єкти, виготовленням видавничої продукції – 682 суб'єкти, розповсюдженням видавничої продукції – 451 суб'єкт. Поєднують видавничу діяльність з виготовленням видавничої продукції 1072 суб'єкти, а три види діяльності (видавнича діяльність, виготовлення і розповсюдження видавничої продукції) – 2334 суб'єкти [10].

Відзначимо, що зменшення суб'єктів господарювання, які зайняті випуском періодичних та продовжуваних видань, відбувається разом зі зменшенням випуску аналогічної продукції (табл. 3). За період з 2018 р. по 2022 рік кількість газет скоротилась на 647 назв, що відповідає 46563 їх номерам та 77% їх річного тиражу відносно рівня 2018 року. Для даної групи видань характерним є більш швидке скорочення тиражності видань порівняно з їх кількістю (кількістю назв та номерів).

Таблиця 2

**Кількість діючих суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності
58.1 «Видання книг, періодичних видань та інша видавнича діяльність»**

Види економічної діяльності	код за КВЕД-2010	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік
Видання книг, періодичних видань та інша видавнича діяльність	58.1	4263	4369	4110	3882
- видання книг	58.11	969	999	959	951
- видання довідників і каталогів	58.12	68	74	65	61
- видання газет	58.13	1091	1154	1106	1050
- видання журналів і періодичних видань	58.14	959	964	860	769
- інші види видавничої діяльності	58.19	1176	1178	1120	1051

Джерело: складено автором на основі [9]



Рис. 1. Структура суб'єктів господарювання, що зайняті виданням книг, періодичних видань та іншою видавничою діяльністю в 2020–2021 рр.

Джерело: складено автором на основі [9]

По інших періодичних та продовжуваних видань (журнали, збірники, бюлетені, бібліографічні видання, календарі) відбулось зменшення кількості видань на 1180 назв, що відповідає 6862 їх номерам, а їх річний тираж скоротився майже втричі.

Обсяг реалізованої продукції суб'єктів господарювання, чий вид діяльності за КВЕД-2010 відноситься до 58.1 «видання книг, періодичних видань та інша видавнича діяльність» становив в 2018 р. 8169,3 млн грн. Протягом наступних двох років даний показник скоротився спочатку на 1,6%, а потім ще на 7,5%. В 2021 році спостерігалось поживавлення діяльності, що призвело до збільшення обсягу реалізованої продукції на 1091,8 млн грн або на 14,7% [9]. У 2022 році внаслідок повномасштабного російського вторгнення постраждала значна частина книговидавничої галузі України. За результатами опитування 188 укра-

їнських видавців, що було проведено Українським інститутом книги, встановлено, що продовжують свою роботу лише 39% видавництв, у 22% постраждали офіси та склади, 33 видавництва (18%) втратили свої виробничі потужності, а у 6% або 12 видавництв вони збереглись лише частково [11; 12].

Серед основних тенденцій сучасного книжкового ринку виділяють [13]:

- розвиток та зростання популярності електронних книг та цифрових платформ, що змінює спосіб споживання контенту. Тобто читачі мають можливість на своїх електронних пристроях отримати доступ до достатньо широкого спектру книг;

- розвиток аудіокниг, що дозволяє розширити споживчу аудиторію, збільшити обсяги продажу книг та загалом відкриває нові можливості з одного боку для авторів та видавництв, а з іншого боку – для самої аудиторії

Таблиця 3

Випуском періодичних та продовжуваних видань у 2018–2022 рр.

Період	Періодичні та продовжувані видання			Газети		
	кількість видань	кількість номерів	річний тираж, тис. прим.	кількість назв	кількість номерів	річний тираж, тис. прим.
2018	2619	14118	119469,8	1736	67658	1827295,5
2019	2527	13445	106625,8	1651	56831	1478147
2020	2244	11452	81765,5	1529	51520	1155243,4
2021	2131	10736	62331,7	1387	38981	1009035
2022	1439	7256	37800,1	1089	21095	418383,9
Середньорічний темп зростання, %						
2018–2022	86,1	84,7	75,0	89,0	74,7	69,2

Джерело: складено автором на основі [8]

(прослуховування книг під час відпочинку чи виконання інших справ);

– можливість самостійно публікувати свої твори через мережу інтернет та соціальні мережі, що наближає автора до читачької аудиторії та виключає з даного процесу видавництво;

– розширення онлайн присутності видавництва та встановлення партнерських відносин з цифровими платформами, як результат трансформації викликів і загроз у нові можливості (реакція на виклики цифрової епохи);

– зміни в читачьких звичках, що пов'язані з джерелами і способами отримання контенту, а отже змушує видавців шукати нові способи привернення уваги читачів до продуктів своєї діяльності.

Паперова (фізична) книга залишається привабливою для споживачів, тому підприємства, що надають поліграфічні послуги, залишаються важливими гравцями на книжковому ринку. Розвиток технологій дозволяє друкарням підвищити швидкість і якість поліграфічного відтворення, забезпечуючи, з одного боку, задоволення попиту споживачів у паперовій друкованій продукції, а з іншого – більш швидке виведення на ринок нового видання видавництвами чи авторами.

Ринок поліграфічних послуг України також характеризується скороченням кількості суб'єктів господарювання (табл. 4).

Отже, кількість суб'єктів господарювання, що займались поліграфічною діяльністю і наданням пов'язаних із нею послуг, зменшилась на 4,8% у 2020 році та ще на 6,3% в 2021 році. Кількість суб'єктів, що друкували газети, зростала в 2019–2020 рр. відповідно на 1,4% та 2,7%, проте в 2021 році зменшилась до 218 суб'єктів, що на 12 суб'єктів або

5,2% менше рівня попереднього року. Кількість суб'єктів, що займались друкуванням іншої продукції, зменшилась в 2020 році на 4,1% та ще майже на 7% у 2021 році. Кількість суб'єктів, що надавали більш вузький перелік послуг (код діяльності за КВЕД-2010 18.13 та 18.14) зменшилась з 2018 по 2021 роки на 13,6% та 9,4%. Частка ФОП серед всіх поліграфічних підприємств становить 65%. Структура суб'єктів господарювання даної групи за видами діяльності за останні декілька років майже не змінилась, а наявні коливання часток не перевищували 0,5 в.п. Так, в 2021 році підприємства, що друкували газети, становили майже 5% загальної чисельності групи; підприємства, що друкували іншу продукцію, – 66%; займались виготовленням друкарських форм і наданням інших поліграфічних послуг – 23% і ще 6% – виконували брошурувальню-палітурні роботи та надавали пов'язані із ними послуги.

Обсяги реалізації поліграфічних підприємств також зазнали змін (рис. 2). В 2019-2020 рр. майже по всіх позиціях спостерігається зменшення обсягів реалізації, що було загальною тенденцією результатів роботи підприємств в період пандемії COVID-19. Проте в 2021 році спостерігається поживлення діяльності, результатом чого стало збільшення рівня досліджуваних показників, причому обсяг реалізованої продукції (послуг) збільшився на 22,9%, а обсяг реалізації промислової продукції – на 12,4%. В 2022 р. обсяг реалізації промислової продукції становив 8436,7 млн грн, що на 31,3% менше рівня попереднього року [9].

Через повномасштабне вторгнення не працювали поліграфічні підприємства на сході країни. Майже всі підприємства стик-

Таблиця 4

**Кількість діючих суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності
18.1 «Поліграфічна діяльність і надання пов'язаних із нею послуг»**

Види економічної діяльності	код за КВЕД-2010	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік
Поліграфічна діяльність і надання пов'язаних із нею послуг	18.01	4874	5005	4767	4468
- друкування газет	18.11	221	224	230	218
- друкування іншої продукції	18.12	3157	3300	3164	2945
- виготовлення друкарських форм і надання інших поліграфічних послуг	18.13	1197	1184	1083	1034
- брошурувальню-палітурна діяльність і надання пов'язаних із нею послуг	18.14	299	297	290	271

Джерело: складено автором на основі [9]

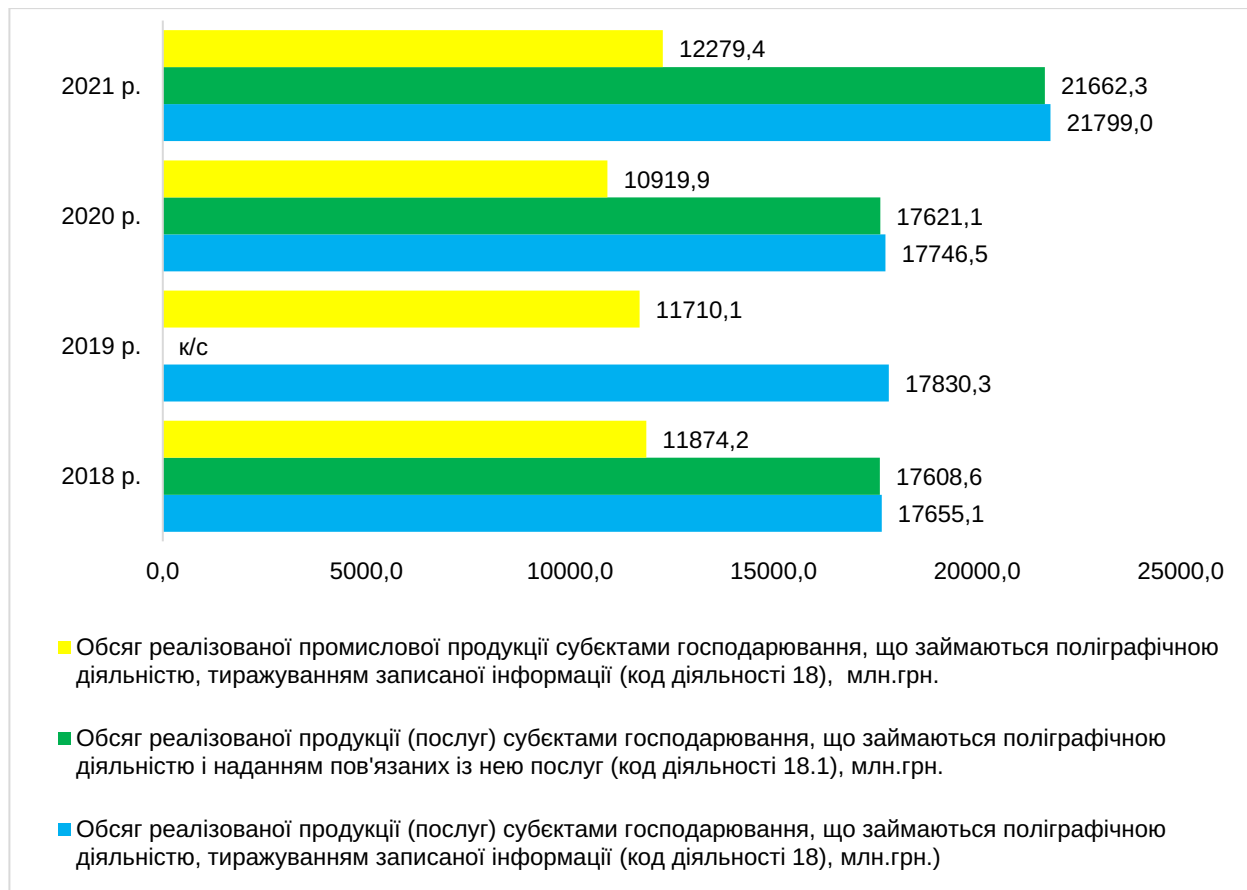


Рис. 2. Обсяг реалізованої продукції (послуг) поліграфічних підприємств

Джерело: складено автором на основі [9]

нули з проблемою відтоку спеціалістів, причому це пов'язано і з виїздом за кордон, і з переміщенням всередині країни, а також зі вступом частини працівників до лав ЗСУ. Серед інших викликів, що постали перед підприємствами, – нестача основного матеріалу (офсетного паперу) та оборотних коштів на його закупівлю. Причому, як відмічалося в Асоціації українських підприємств целюлозно-паперової галузі «УкрПапір», «п'ять найбільших імпортерів паперу в Україні майже не мають запасів на складах», а залишки паперу становили від 1 до 10 тонн [11]. Оскільки більшість підприємств галузі лише надає поліграфічні послуги на сторону, то через брак коштів у замовників і неможливість вчасно і в повній мірі розрахуватись, відбувається накопичення величини заборгованості, в результаті самі поліграфічні підприємства обмежені у коштах на закупівлю матеріалів.

Однак, не дивлячись на всі виклики сьогодні, ми не говоримо про занепад поліграфічної галузі. Продовжує розвиватись комерційна поліграфія, а серед основних тенденцій

ринку, що склались в останні декілька років, варто відмітити наступні [14; 15]:

1. Подальша популяризація цифрового друку. Даний вид друку відносять до «розумної поліграфії», оскільки є можливість персоналізувати продукцію, вносити зміни, коригувати зображення (макети), а рівень автоматизації технологічного процесу зводить до мінімуму участь в ньому працівника.

2. Зменшення обсягів та тиражів видавничої продукції, зокрема, газет і журналів, та їх перехід на електронний формат. Результатом цього є зменшення операційного циклу, скорочення витрат та розширення доступу до інформації.

3. Збільшення обсягу рекламної поліграфії, як одного з атрибутів просування товарів і послуг, створення іміджу компанії.

4. Зростання попиту на нестандартну поліграфію (ламінування чи інше спеціальне покриття, біговка, різні види тиснення, зокрема конгревне, особливий дизайн, тощо).

5. Зростання попиту на пакувальну продукцію (друк на упаковці). З одного боку це інформативність і привабливість зовнішнього

виду товару («розумне» пакування, гейміфікація), а з іншого – збереження товару («активна» упаковка) та турбота про екологію і навколишнє середовище, коли вибір зупиняється на матеріалах (зокрема, папері, картоні), які можна безпечно переробити.

На світовому друкарському ринку відзначають появу ряду тенденцій, що притаманні і лідерам ринку, і місцевим виробникам, а отже можна очікувати їх поширення на національних та локальних ринках, а саме [14]:

- розвиток відділу цифрового маркетингу, як нової форми комунікації з клієнтами та потенційними споживачами, яка дає можливість поєднати друк з охопленням цільової аудиторії через Інтернет;

- зміна підходів до залучення нових клієнтів (за рахунок використання всіх можливостей інтернету);

- надання дизайнерських послуг, коли не лише великі компанії мають відповідний відділ, а й невеликі друкарні мають у себе в штаті дизайнерів, які допомагають замовникам у розробці зовнішнього вигляду продукції, забезпечуючи таким чином індивідуальний підхід до кожного замовника;

- використання лазерного різання, що забезпечує більш точні розрізи незалежно від матеріалу продукції;

- екологічність процесу, коли все більше підприємств намагаються зменшити кількість відходів;

- зростання кількості замовлень друку з фотографій, зроблених на смартфон чи планшет;

- переформатування діяльності, коли підприємства починають займатись іншим видом друкарської справи.

Для успішного функціонування суб'єкти видавничо-поліграфічної галузі мають враховувати тенденції ринку та адаптуватись до умов зовнішнього середовища, що дозволить їм зайняти свою нішу на ринку та вчасно вносити корективи до стратегії свого розвитку.

Висновки. Видавничо-поліграфічна галузь є стратегічно важливою складовою національної економіки, яка пов'язана з культурними, соціально-економічними та політичними процесами країни. Говорячи про видавничу складову галузі, на перший план виходить характер та призначення продукції, а не її кількість. Результати проведеного дослідження засвідчили відповідність напрямів розвитку національного ринку друкованої продукції світовим тенденціям. Перспективами подальших досліджень може стати аналіз інноваційної діяльності підприємств видавничо-поліграфічної галузі для їх кращої адаптації до мінливого середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/>
2. Дурняк Б. В., Штангрет А. М., Мартинів В. В. Стан і тенденції розвитку підприємництва у видавничо-поліграфічній галузі. *Наукові записки*. 2008. № 2 (14). С. 77–82.
3. Палига Є. М., Босак І. П. Сучасні тенденції функціонування підприємств видавничо-поліграфічної галузі та альтернативи їх розвитку. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2016. Випуск 1(47). Т. 2. С. 285–290.
4. Швайка Л. А., Сеньківський В. М., Мельников О. В. Економічний розвиток видавничо-поліграфічної галузі України: дослідження сутності, показників, факторів і результатів. *Наукові записки*. 2012. № 4(41). С. 95–102.
5. Буряк С. Книговидавнича діяльність сучасної України: стан, тенденції та перспективи розвитку. *Вісник книжкової палати України*. 2021. № 1. С. 10–21. URL: <http://visnyk.ukrbook.net/article/view/255741>.
6. Афонін О. Про долю українського книговидання: реальність і перспективи. *Вісник книжкової палати України*. 2020. № 9. С. 10–15. URL: <http://visnyk.ukrbook.net/article/view/218269>.
7. Випуск книжкової продукції України. Офіційний вебсайт Книжкової палати України. URL: http://www.ukrbook.net/statistika_.html#neperiod.
8. Випуск періодичних і продовжуваних видань. Офіційний вебсайт Книжкової палати України. URL: http://www.ukrbook.net/statistika_.html#period.
9. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Узагальнені дані Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції. Офіційний вебпортал Держкомтелерадіо. URL: https://comin.gov.ua/timeline?&type=posts&category_id=133&tag=%D0%A3%D0%B7%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D1%96%20%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D1%96.
11. Без паперу, замовлень і зі зруйнованою інфраструктурою: чим живуть українські друкарні зараз. URL: <https://chytomo.com/bez-paperu-zamovlen-i-zi-zrujnovanoiu-infrastrukturoiu-chym-zhyvut-ukrainski-drukarni-zaraz>.

12. Як працюють українські видавці в умовах війни – опитування. URL: <https://chytomo.com/iak-pratsiuiut-ukrainski-vydavtsi-v-umovakh-vijny-opytuvannia>.
13. Сучасний стан книжкового ринку: Зміни порівняно з попередніми десятиліттями. URL: <http://www.ecotep.com.ua/%d1%81%d1%83%d1%87%d0%b0%d1%81%d0%bd%d0%b8%d0%b9-%d1%81%d1%82%d0%b0%d0%bd-%d0%ba%d0%bd%d0%b8%d0%b6%d0%ba%d0%be%d0%b2%d0%be%d0%b3%d0%be-%d1%80%d0%b8%d0%bd%d0%ba%d1%83>.
14. Поліграфія в 2023 році: тенденції та тренди. URL: <http://www.ecotep.com.ua/%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F-%D0%B2-2023-%D1%80%D0%BE%D1%86%D1%96>.
15. Ринок поліграфічних послуг в Україні: консерватизм тут не вітається. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-poligraficheskikh-uslug-v-ukraine-konservativizm-zdes-ne-privetstvuyetsya>.

REFERENCES:

1. Velyka ukrainska entsyklopediia [Great Ukrainian encyclopedia]. Available at: <https://vue.gov.ua>.
2. Durniak, B. V., Shtanhret, A. M., & Martyniv, V. V. (2008). Stan i tendentsii rozvytku pidpriemnytstva u vydavnycho-polihrafichnii haluzi [The state and trends of the development of entrepreneurship in the publishing and printing industry]. *Naukovi zapysky – Scientific Papers*, 2 (14), 77–82.
3. Palyha, Ye. M., & Bosak, I. P. (2016). Suchasni tendentsii funktsionuvannia pidpriemstv vydavnycho-polihrafichnoi haluzi ta alternatyvy yikh rozvytku [Modern trends in the functioning of enterprises in the publishing and printing industry and alternatives to their development]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriya «Ekonomika» – Scientific Bulletin of Uzhhorod University. "Economy" series*, 1(47), T. 2, 285–290.
4. Shvaika, L. A., Senkivskiy, V. M., & Melnykov, O. V. (2012). Ekonomichnyi rozvytok vydavnycho-polihrafichnoi haluzi Ukrainy: doslidzhennia sutnosti, pokaznykiv, faktoriv i rezultativ [Economic development of the publishing and printing industry of Ukraine: study of essence, indicators, factors and results]. *Naukovi zapysky – Scientific Papers*, 4(41), 95–102.
5. Buriak, S. (2021). Knyhovydavnycha diialnist suchasnoi Ukrainy: stan, tendentsii ta perspektyvy rozvytku [Book publishing activity of modern Ukraine: state, trends and prospects of development]. *Visnyk knyzhkovoї palaty Ukrainy – Bulletin of the Book Chamber of Ukraine*, 1, 10–21. Available at: <http://visnyk.ukrbook.net/article/view/255741>.
6. Afonin, O. (2020). Pro doliu ukrainskoho knyhovydannia: realnist i perspektyvy [About the fate of Ukrainian book publishing: reality and prospects]. *Visnyk knyzhkovoї palaty Ukrainy – Bulletin of the Book Chamber of Ukraine*, 9, 10–15. Available at: <http://visnyk.ukrbook.net/article/view/218269>.
7. Vypusk knyzhkovoї produktsii Ukrainy. Ofitsiyni vebsait Knyzhkovoї palaty Ukrainy [Publication of book products of Ukraine. Official website of the Book Chamber of Ukraine]. Available at: http://www.ukrbook.net/statistika_.html#neperiod.
8. Vypusk periodychnykh i prodovzhuvanykh vydan. Ofitsiyni vebsait Knyzhkovoї palaty Ukrainy [Publication of periodicals and continuing editions. Official website of the Book Chamber of Ukraine]. Available at: http://www.ukrbook.net/statistika_.html#period.
9. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Ofitsiyni sait [State Statistics Service of Ukraine. Official site]. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Uzahalneni dani Derzhavnoho reiestru vydavtsiv, vyhotovliuvachiv i rozpovsiudzhuvachiv vydavnychoї produktsii. Ofitsiyni vebportal Derzhkomtelradio [Generalized data of the State Register of Publishers, Manufacturers and Distributors of Publishing Products. The official web portal of the State Committee of Television and Radio]. Available at: https://comin.gov.ua/timeline?&type=posts&category_id=133&tag=%D0%A3%D0%B7%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D1%96%20%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D1%96.
11. Bez paperu, zamovlen i zi zruinovanoiu infrastrukturoiu: chym zhyvut ukrainski drukarni zaraz [Without paper, orders and with a destroyed infrastructure: how are Ukrainian printing houses living now]. Available at: <https://chytomo.com/bez-paperu-zamovlen-i-zi-zruinovanoiu-infrastrukturoiu-chym-zhyvut-ukrainski-drukarni-zaraz>.
12. Yak pratsiuiut ukrainski vydavtsi v umovakh viiny – opytuvannia [How Ukrainian publishers work in the conditions of war – a survey]. Available at: <https://chytomo.com/iak-pratsiuiut-ukrainski-vydavtsi-v-umovakh-viiny-opytuvannia>.
13. Suchasnyi stan knyzhkovoho rynku: Zminy porivniano z poperednimy desiatylittiamy [The current state of the book market: Changes compared to previous decades]. Available at: <http://www.ecotep.com.ua/%d1>

%81%d1%83%d1%87%d0%b0%d1%81%d0%bd%d0%b8%d0%b9-%d1%81%d1%82%d0%b0%d0%bd-%d0%ba%d0%bd%d0%b8%d0%b6%d0%ba%d0%be%d0%b2%d0%be%d0%b3%d0%be-%d1%80-%d0%b8%d0%bd%d0%ba%d1%83.

14. Polihrafiia v 2023 rotsi: tendentsii ta trendy [Polygraphy in 2023: trends and trends]. Available at: <http://www.ecotep.com.ua/%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F-%D0%B2-2023-%D1%80%D0%BE%D1%86%D1%96>.

15. Rynok polihrafichnykh posluh v Ukraini: konservatyzm tut ne vitaietsia [The market of printing services in Ukraine: conservatism is not welcome here]. Available at: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-poligraficheskikh-uslug-v-ukraine-konservatizm-zdes-ne-privetstvuetsya>.