

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ОДЕСЬКИЙ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та управління бізнесом  
(найменування кафедри)

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри

(ниѡмѡсѡ)

“ ” \_201 п.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА на здобуття освітнього ступеня  
магістра**

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
(шифр та найменування спеціальності)

за магістерською програмою професійного спрямування

“Економіка, планування та управління бізнесом”  
(назва магістерської програми)

на тему: **«Обґрунтування перспектив розвитку книжкової галузі на макрорівні»**

(назва теми)

### Виконавець:

студент ФЕУП

Мариніч Ігор Вячеславович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

### Науковий керівник:

д.е.н., профессор

(науковий ступінь, вчене звання)

Балджи Марина Дмитрівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

## ЗМІСТ

|                                                                                             |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>ВСТУП.....</b>                                                                           | <b>3</b>   |
| <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ<br/>КНИЖНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ.....</b> | <b>6</b>   |
| 1.1. Сутність книжкової галузі.....                                                         | 6          |
| 1.2. Законодавчо-нормативне забезпечення розвитку книжкової галузі.....                     | 17         |
| 1.3. Закордонний досвід розвитку книжкової галузі.....                                      | 22         |
| <b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ<br/>КНИЖКОВОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ.....</b>     | <b>34</b>  |
| 2.1. Стан та тенденції розвитку книжкової галузі в країні.....                              | 34         |
| 2.2. Аналіз книговидання та книгорозповсюдження в Україні.....                              | 44         |
| 2.3. Аналіз і сегментація книжкового ринку.....                                             | 49         |
| <b>РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ОБҐРУНТУВАННЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ<br/>КНИЖКОВОЇ ГАЛУЗІ.....</b>          | <b>63</b>  |
| 3.1. Прогнозування розвитку книжкової галузі.....                                           | 63         |
| 3.2. Оцінювання ефективності діяльності українських видавництв в Інтернет-мережі.....       | 73         |
| 3.3. Перспективи просування книжкової продукції на вітчизняному ринку...                    | 78         |
| <b>ВИСНОВКИ.....</b>                                                                        | <b>94</b>  |
| <b>Список використаних джерел.....</b>                                                      | <b>99</b>  |
| <b>Додатки.....</b>                                                                         | <b>106</b> |

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Книговидання як традиційна основа інформаційної сфери України, яка має давню книжну культуру, належить до стратегічних пріоритетів держави у гуманітарній сфері й потребує особливої політичної відповідальності. Національне книговидання і книгорозповсюдження виконують основоположну функцію передусім у формуванні культурно-освітнього простору й духовного зростання нового покоління української нації, у розвитку й утвердженні мов етносів України та державної мови як вирішального етно-консолідуючого чинника. Національне книговидання як стратегічна галузь є невід’ємною складовою національної безпеки й потребує державної підтримки.

Сьогодні у книжковій галузі України існує низка проблем. В умовах доволі низьких показників книгодруку, зниження читацького попиту на друковане видання, вихід на кінцевого споживача є стратегічно важливим завданням для кожного конкретного видавництва, а також і самого автора. Щоб викликати зацікавлення до випущеної літератури, видавцеві та авторові необхідна продумана ефективна стратегія з інформування споживачів про книги, формування за її допомогою позитивного іміджу видавництва і, зрештою, пропагування читання. Тому аналіз стану і перспектив у сфері книжкової промоції, визначення тенденцій у її розвитку є теоретичним та практичним питанням для нинішнього книжкового ринку та є надзвичайно актуальним.

**Мета роботи** полягає в тому, щоб проаналізувати та з’ясувати основні риси розвитку книжкової галузі на макрорівні і обґрунтувати перспективи її розвитку.

Для досягнення цієї мети у роботі поставлені наступні **завдання**:

- визначити сутність та складові книжкової галузі;
- охарактеризувати законодавчо-нормативне забезпечення розвитку книжкової галузі;

- дослідити закордонний досвід розвитку книжкової галузі;
- проаналізувати основні тенденції розвитку книжкової галузі в Україні;
- здійснити аналіз книговидавання та книгорозповсюдження в країні;
- провести сегментацію книжкового ринку;
- запропонувати перспективи просування книжкової продукції на вітчизняному ринку;
- оцінити ефективності діяльності українських видавництв в Інтернет-мережі;
- обґрунтування впровадження краудфандінгу для розвитку книжкової галузі.

**Об'єктом дослідження** є розвиток книжкової галузі в Україні.

**Предметом дослідження** виступає вдосконалення розвитку книжкової галузі на макрорівні.

**Методи дослідження**, які були використані в роботі: аналізу та синтезу для обґрунтування розвитку галузі; статистичні методи для аналізу стану книжкової галузі, визначення тенденцій розвитку книжкового ринку; економіко-математичні методи та методи маркетингових досліджень для розробки рекомендацій щодо розвитку книжкової галузі.

**Інформаційною базою** досліджень були наукова, довідкова та реферативна література з теми дослідження, статистичні матеріали з розвитку книжкового ринку; законодавчо-норматична документація та ін.

За результатами проведених досліджень опублікована стаття «Перспективи розвитку книжкової галузі в Україні» у Науковому віснику Одеського національного економічного університету №8 (260) за 2018 рік.

## ВИСНОВКИ

Підводячи підсумки проведеному дослідженню, можна зробити наступні висновки.

1. Розглянуті складові книжкової галузі та визначені основні суб'єкти, що діють в книжковій галузі, до яких належать: автори, видавництва, поліграфічні та книготорговельні підприємства і організації. В Україні видавнича галузь представлена лише середніми та малими підприємствами, видавничих об'єднань немає. Українські видавництва здійснюють діяльність на окремих тематичних сегментах видавничого ринку, одночасно реалізують проекти, пов'язані з використанням інформаційних ресурсів.

Простежено, що питома вага податкових пільг у видавничій справі у порівнянні із загальним обсягом податкових пільг є незначною: в категорії податку на прибуток – 1,3-1,6%, а в обсязі пільг по податку на додану вартість – 2,1-3,8%.

2. Проаналізовані законодавчі положення щодо розвитку книжкової галузі та визначено, що держава в складних економічних умовах не належним чином підтримує книговидавців, іноді навіть не розраховується за виконані держзамовлення, тому простежується зменшення кількості книжкових видань як за назвами, так і за тиражами, що в першу чергу, пов'язане з наслідками фінансово-економічної кризи в Україні. Система державної підтримки видавничої справи має недостатній рівень планування, моніторингу й досягнення цільових показників.

3. Проаналізовано закордонний досвід розвитку книжкової галузі. Очевидним є зв'язок розміру ВВП досліджуваних країн та обсягу доходів від реалізації книжкової продукції. Високий рівень ВВП забезпечує купівельну спроможність населення, розвиток людського капіталу. Отже, очікувати зростання випуску книжкової продукції в Україні слід лише за умови зростання національної економіки. Провідна роль у формуванні ринкової пропозиції на світовому книжковому ринку належить міжнародним

медіаконцернам, які об'єднують книжкові, газетні та журнальні видавництва різного розміру, типографії, книжкові мережі та споріднені галузі – телевізійні та інформаційні мережі, радіоканали, підприємства сфери розваг тощо. В Україні ж таких великих компаній немає.

В багатьох розвинутих країнах надаються пільги з оподаткування видавничих витрат й гонорарів за майбутні книги. Основним засобом податкових преференцій щодо підтримки книговидавання та ЗМІ у країнах ЄС є зменшення ставки ПДВ.

У випуску книжкової продукції спостерігається орієнтація на одночасний друкований, цифровий та мобільний паблішинг; кросплатформність; створення мультимедіавидань, що поєднують інтерактивні ілюстрації, аудіо-, відеоефекти. Ефективність книговидавання в європейських країнах забезпечує розвинена система розповсюдження книжкової продукції. Сучасні книжкові видавництва та книготорговельні підприємства підвищують ефективність діяльності, використовуючи такі бізнес-моделі та технології: друк на замовлення (*printondemand*); друк після продажу загального тиражу з наступним постачанням (*printposttrading*); краудфандінг (передплатна модель книговидавання). Подібні стратегії дають змогу ефективно використовувати матеріальні ресурси, уникнути складських витрат, налагодити плідну взаємодію зі споживачами. Сучасні комп'ютерні технології використовують і для маркетингових досліджень, реклами та пропаганди книжкової продукції; прямої взаємодії з читацьким середовищем; формування електронних бібліотечних систем.

4. Досліджено стан та тенденції книготоргівлі в Україні та здійснено аналіз книговидавання та книгорозповсюдження в країні. Загальна кількість випуску книжкової продукції за останні два роки починає зростати, при чому перевага віддається україномовним виданням. Але найбільші показники простежуються в 2012 та 2013 роках. Протягом останніх років даний показник нестабільний, що, звичайно, є негативним явищем для українського ринку в умовах його наповнення імпортною продукцією. На кожного

мешканця України в 2017 році видано всього 0,5 книги. Середній тираж одного українського видання становить 2 тис. екземплярів.

За статистичними даними визначено, що найбільше книг видається навчального спрямування, друге місце займає наукова література, третє – художня. Така тенденція зберігається протягом останніх семи років.

5. Книговидавнича справа на даному етапі перебуває у незадовільному стані. Основні показники випуску книжкової продукції малі і не задовольняють потреби споживачів. Книжковий ринок заповнений імпоротною продукцією і обсяги імпорту щороку збільшуються. На сьогодні вітчизняна книга є малодоступною у віддалених куточках країни і існуюча система книготорговельного розповсюдження не задовольняє потреб споживачів. До нинішнього стану справ призвели об'єктивні причини, які зберігались упродовж років і мали серйозні наслідки.

6. Запропонована система основних факторів, що призвели до сучасного незадовільного стану книговидавничої справи. До них належать: фінансово-економічна криза, державна політика та законодавче поле (тривала відсутність пільг), руйнування системи книго розповсюдження, застаріла технічна база галузі, залежність від імпоротної сировини.

Дослідження видавничого ринку України свідчить про те, що він неструктурований, в країні нема чіткої державної політики в царині книговидання. Рішення влади щодо формування видавничого сектору національної економіки як культурної індустрії європейського зразка були фрагментарними і не сприяли його розвитку. Утім видавничий сектор України має значний інтелектуальний, організаційний, технологічний потенціал, реалізація якого могла б забезпечити досить швидкий розвиток ринку книги і надати йому рис культурної індустрії.

7. Обґрунтовані перспективи просування книжкової продукції на вітчизняному ринку та виділені найперспективніші: публікація рецензії, огляду, тематичної статті, інтерв'ю з автором чи видавцем у друкованих ЗМІ; тематичний книжковий огляд у ЗМІ; публіциті; презентації книг; авторські

зустрічі з читачами; авторські турне містами; участь видавництва та автора у книжкових виставках; участь у ток-шоу; літературні вечори; дискусії; круглі столи; проблемні статті чи тематичні передачі за участю авторів або видавців; препринт; літературні конкурси та книжкові рейтинги; книжкова лотерея; надання книги як призу в різноманітних конкурсах, розіграшах; інтернет-комунікації, «нульовий цикл» тощо.

8. Простежено зв'язок між випуском продукції та наявністю населення, що читає, за останні сім років та відмічена тенденція зменшення як першого, так і другого показника. Проведено прогнозування випуску книжкової продукції, за виділеними групами: навчально-наукова література, законодавчо-нормативна, видання для видавців і книготорговців, дитяча та розважальна література, література релігійного змісту. В результаті проведених розрахунків визначено, що позитивні тенденції мають перша та третя групи. Також проведено прогнозування видання літератури за територіальною ознакою, яке довело про перспективи зростання книжкової галузі тільки у Західному регіоні.

9. Обґрунтовано, що на сучасному етапі одним із найбільш ефективних інструментів для просування товарів та послуг та для комунікації брендів з цільовими аудиторіями є Інтернет-мережі. Для оцінювання ефективності діяльності українських видавництв в Інтернеті, було проведено опитування, серед близько ста осіб, націлене на основну аудиторію української мережі Інтернет-користувачів віком 15–29 років та інших активних агентів. Опитування створено в Google Forms та опубліковане на форумах і в соціальних мережах. В результаті виявлено, що більшість читають та купують книжки, проте витрачають на них не багато; не вважають за потрібне платити за електронні книжки багато грошей; визнають обов'язковою присутність видавництв в Інтернеті, проте оцінюють їх активність як дуже посередню, тому значно активніше в цьому напрямі мають працювати видавництва, книгарні та, звісно, самі письменники.

10. Обґрунтована вагомість впровадження краудфандінгу для розвитку книжкової галузі. Створення та підтримка видавцями власних цифрових платформ свідчить про використання краудфандінгу як базової моделі книго-видавничого бізнесу, розвиток новітньої форми видання книг. Об'єктами краудфандінгу можуть бути як нові видання, так і перевидання (переважно переклади популярних книг іншими мовами). що полягає в залученні фінансових ресурсів від великої кількості людей із метою реалізації продукту або послуги, допомоги нужденним, проведення заходів, підтримання як фізичних, так і юридичних осіб та ін. Краудфандінг є наймолодшим видом крауд-технологій, але за недовгий час показав гарні результати. Проте, як і всі краудтехнології, потребує законодавчого регулювання, а також зацікавлених інвесторів.

11. Запропоновано створення нової платформи, метою якої є пропаганда навчальної літератури по різних спеціальностям. Гнучка модель фінансування і відкритість для користувачів із будь-якої точки планети характерні для цієї платформи. Кінцевий результат залежить лише від власної активності – просування кампанії соціальними каналами. Проект має унікальну методику фінансування двома турами, кожен з яких триває 40 днів. Завдання першого туру – зібрати мінімально необхідну суму для запуску проекту. Під час другого туру збирають оптимальну суму грошей для його удосконалення. При чому, платформа має співпрацювати з Міністерством освіти і науки України та може стати єдиною законною краудфандінговою платформою на території України, здатною працювати та збирати інвестиції в усьому світі. Така платформа може співпрацювати з телевізійними каналами та мережами телебачення для пропаганди навчальних знань та наукових досягнень.

## СПИСОК ВИКОРИСТИНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Грет Г. П. Книгорозповсюдження в структурі книжкової справи України / Г. П. Грет // Вісн. Львів. ун-ту. — Вип. 12. — 2012. — С. 105–116.
2. Офіційний сайт Книжкової палати України. Випуск видавничої продукції в Україні в 2015 році [Електронний ресурс] / Книжкова палата України. — Режим доступу: [http://www.ukrbook.net/statistika/statistika\\_2015](http://www.ukrbook.net/statistika/statistika_2015).
3. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва: стат. зб. / за ред. М. С. Кузнєцової. — Київ : Держ. служба статистики України, 2015. — 450 с.
4. Рейтинг 25 крупнейших медиакомпаний СНГ [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://rating.rbc.ru/articles/2013/04/11/33924845\\_tbl.shtml?2013/04/11/33924786](http://rating.rbc.ru/articles/2013/04/11/33924845_tbl.shtml?2013/04/11/33924786).
5. Довідник № 75/1 податкових пільг, що є втратами доходів бюджету, станом на 01.07.2015 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://i.factor.ua/ukr/info/sp-lgot/75-1/>
6. Афонін О. В. Українська книга в контексті світового книговидавництва / О. В. Афонін, М. І. Сенченко. — К. : Кн. палата України, 2009. — 278 с.
7. Закон України «Про видавничу справу» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80>.
8. Указ Президента України «Про деякі питання державної підтримки книговидавничої справи» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/816/98>.
9. Указ Президента України «Про додаткові заходи щодо державної підтримки національного книговидавництва та книгорозповсюдження» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1217/2000>.
10. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України з питань оподаткування» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2323-14>.

11. Закон України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/601-15>.

12. Закон України «Про деякі заходи з розвитку книговидавничої справи в Україні» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/243/2006>.

13. Указ Президента України «Про проведення в Україні у 2007 році Року української книги» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1088/2006>.

14. Постанова Кабінету міністрів України «Про внесення змін до Методики розрахунку і порядку використання плати за оренду державного майна» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/786-95-%D0%BF>.

15. Концепція Державної цільової програми популяризації вітчизняної книговидавничої продукції на 2009-2012 роки [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/772-2008-%D1%80>.

16. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо державної підтримки книговидавничої справи в Україні» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/521-17>.

17. Указ Президента України «Про деякі невідкладні заходи щодо підтримки культури та духовності в Україні» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/6/2009>.

18. Постанова Верховної Ради України «Про запровадження мораторію на виселення редакцій друкованих засобів масової інформації, закладів культури, у тому числі бібліотек, видавництв, книгарень, підприємств книгорозповсюдження» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/901-17>.

19. Закон України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» від 01.07.2014 р. № 1555-VII // ВВР України. — № 34. — Ст. 1173.

20. Випуск видавничої продукції в Україні в 2016 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.ukrbook.net/statistika/statistika\\_2016.htm](http://www.ukrbook.net/statistika/statistika_2016.htm) (Ост. звертання 09.08.2017 р.),

21. Мураховський А. Держава всіляко підтримує розвиток книговидавничої галузі [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable\\_article?art\\_id=658](http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=658)

22. Постанова «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті Українському інституту книги для підтримки книговидавничої справи та популяризації української літератури у світі» від 11 липня 2018 р. № 622 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/622-2018-%D0%BF>.

23. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / Под общ. ред. В. В. Григорьева. – М. : Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2015. – 112 с.

24. Марголин Е. Методы оценки емкости рынка полиграфических работ [Електронний ресурс] / Е. Марголин. — Режим доступу : <http://www.compuart.ru/article.aspx?id=17988&iid=832#1>.

25. Report for Selected Countries and Subjects [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/weodata/weorept.aspx..>

26. Водолазька С. Інноваційні особливості розвитку видавничого ринку Німеччини [Електронний ресурс] / С. Водолазька. — Режим доступу : <http://socialscience.com.ua/article/821>.

27. Sophie Rochester and Xin Lin. The Publishing Landscape in China: New and Emerging Opportunities For British Writers [Electronic resource]. – Mode of access: [http://theliteraryplatform.com/collective/wp-content/uploads/sites/2/2015/05/The\\_Publishing\\_Landscape\\_in\\_China\\_2015.pdf](http://theliteraryplatform.com/collective/wp-content/uploads/sites/2/2015/05/The_Publishing_Landscape_in_China_2015.pdf).

28. Шпак В.І. Видавнича продукція – складова інформаційного простору // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – Вип. 101(Ч.І). – 2011. – С. 24-28.
29. Аналіз даних IPA (Міжнародна асоціація видавців), <https://www.internationalpublishers.org/>
30. FEP (Федерація європейських видавців) і WAN-IFRA (Всесвітня газетна асоціація), <http://www.wan-ifra.org/>
31. Global eBook : A report on market trends and developments/ Written by Ruediger Wischenbart [Electronic resource]. — Mode of access : [http://www.wischenbart.com/upload/1234000000358\\_04042014\\_final.pdf](http://www.wischenbart.com/upload/1234000000358_04042014_final.pdf).
32. January 2015 Author Earnings Report [Electronic resource]. — Mode of access : <http://authorearnings.com/report/january-2015-author-earnings-report>.
33. Сенченко М. Книгодрукування трьох слов'янських країн: Україна, Білорусь, Росія // Вісник книжкової палати. – 2008. – № 3 – С. 3–9.
34. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим дотупу: <<http://www.ukrstat.gov.ua/>>.
35. Друк України: стат. зб. за відповідні роки. – К. : Кн. палата України, 2017.
36. Буряк С. Аналіз випуску друкованої продукції // Вісник книжкової палати [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrbook.net/>.
37. Афонін О. Караван іде? // Друкарство. – 2006. – № 3. – С. 5–14.
38. Тимошик М.С. Книга для автора, редактора, видавця : практ. посіб. – 2-ге вид., стереотипне. – К. : Наша культура і наука, 2006. – 560 с.
39. Копистинська І. М. Тенденції сучасного вітчизняного книговидання: організаційний, тематичний та рекламно-промоційний аспекти (1991–2003 рр.): Дис... канд. філол. наук / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. – К., 2004. – 223 с.
40. Тимошик М. С. Історія видавничої справи: підручник. – К. : Наша культура і наука, 2003. – 496 с.

41. Кучина Н. Організація управління видавничою справою в Україні: історичний аспект // Вісник книжкової палати. – 2006. – № 2. – С. 8–10.
42. Кучина Н.І. Розвиток книговидавничої справи в незалежній Україні : автореф. дис... канд. іст. наук: 17.00.01 / Київський національний університет культури і мистецтв. – К., 2007. – 20 с.
43. Індутна К.І. Аналіз ефективності засобів державного регулювання видавничої справи в Україні // Вісник Черкаського університету. Серія Економічні науки / Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького. – 2007. – С. 20–25.
44. Індутна К. Державне регулювання видавничої справи в Україні // Друкарство. – 2006. – №2 (67), березень-квітень. – С. 17–20.
45. Інформація про стан книговидання в Україні. Держкомтелерадіо [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=54933&cat\\_id=34138](http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=54933&cat_id=34138).
46. Інформаційно-аналітична довідка про стан книговидання та книгорозповсюдження в Україні. Держкомтелерадіо. Департамент видавничої справи та преси [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=56973&cat\\_id=32827](http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=56973&cat_id=32827).
47. Водолазька С. Українська поліграфія в статистичному вимірі // Друкарство. – 2005. – № 2. – С. 14–18.
48. Литвак Э.Л. Перспективы развития целлюлозно-бумажного комплекса Украины [Електронний ресурс] // Ринок поліграф. продукції. – 2006. – № 7–8. – Режим доступу: [http://www.rpp.com.ua/7\\_06Paper.htm](http://www.rpp.com.ua/7_06Paper.htm).
49. Сайт Держаного комітету телебачення і радіомовлення України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://comin.kmu.gov.ua>.
50. Сайт групи компаній в галузі досліджень ринку і рекламної діяльності Research & Branding Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rb.com.ua/rus/>.
51. Українська асоціація видавців та книгорозповсюджувачів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.uabooks.info](http://www.uabooks.info).

52. Сайт Державної митної служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.customs.gov.ua](http://www.customs.gov.ua).

53. Ключковська Г. М. Книжкова промоція як взаємодія книжкової справи та ЗМІ (засади формування української моделі) : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Г.М. Ключковська ; Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Ін-т журналістики. — К., 2000. — 176 с.

54. Мельник Ю. Аналіз комплексу маркетингу книговидавничої справи / Ю. Мельник, О. Драчук // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2010. — № 1. — С. 96–101.

55. Скочинець О. І. Електронні медіа в контексті їх залучення до реалізації акцій книжкової промоції: спроба типологічного аналізу / О. І. Скочинець // Наукові записки [Українська академія друкарства]. — 2011. — № 4 (37). — С. 152–160.

56. Микитин Т. І. Книжкові виставки і ярмарки в Україні у системі пропагування книги та читання / Т. І. Микитин // Поліграфія і видавнича справа. — 2011. — № 2 (54). — С. 59–65.

57. Жолдак О. О. Книжкові конкурси як об'єкт висвітлення в інтернет-виданнях / О. О. Жолдак // Поліграфія і видавнича справа. — 2012. — № 4 (60). — С. 40–44.

58. Павленко В. В. Роль современных социальных сетей в социальных и политических технологиях [Электронный ресурс] / В. В. Павленко // Международная научно-практическая конференция «Молодежь в постиндустриальном обществе» 25 декабря 2012 года. – Режим доступа: <http://hsjournal.org/wp-content/uploads/2012/11/pavlenko.pdf>.

59. Славінська І. Як привернути увагу до книжки [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://life.pravda.com.ua/columns/2012/12/11/117451/>

60. Краудфандінг завойовує світ! [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://helpidea.org/news/view?obj\[news\\_id\]=2103177](http://helpidea.org/news/view?obj[news_id]=2103177).

61. Что такое краудфандинг? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://crowdsourcing.ru/article/what\\_is\\_the\\_crowdfunding](http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdfunding).

62. Что такое краудфандинг, краудсорсинг и фандрайзинг? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://potokmedia.ru/knowhow/1025/>

63. Kaye M. What You Need to Know About Crowdfunded Publishing // Jane Friedman : blog. — Mode of access: <https://janefriedman.com/crowdfunded-publishing/>. — Title from the screen (accessed: 02.09.2016). Published: 31.03.2015.

64. Горська К. Медіаконтент цифрової доби: трансформації та функціонування : дис. ... д-ра наук із соц. комунік. / Катерина Олександрівна Горська ; КНУ ім. Т. Шевченка. – Київ, 2016. – С. 291.

65. Desai S. Crowdfunding Platforms — Foresight For Business Model Innovation // Livingenterprise.net. — Mode of access: <http://livingenterprise.net/crowdfunding-platforms-foresight-forbusiness-model-innovation/>. — Title from the screen (accessed: 11.08.2016). Published: 23.06.2013.

66. Шапатаев И. Почему краудфандингу прочат «золотые горы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fakty.ictv.ua/ru/index/read-blog/id/1514>.

67. Краудфандинг по-своему: плюсы и минусы самостоятельного сбора денег в интернете [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://crowdhunters.ru/self-crowd/>.

68. Кушнір С. Краудфандинг як одна із реальних можливостей фінансування стартапів та перспективи його розвитку в Україні [Електронний ресурс] / С. Кушнір. – Режим доступу : [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_13/117.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_13/117.pdf).

69. В Украине набирает популярность книжный краудфандинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnepr.info/news/v-ukraine-nabiraet-populyarnost-knizhnyj-kraudfanding>.

70. Киевлянин запустил первый в Украине краудфандинг для издания книг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.44.ua/article/989088>.