

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ СТАТИСТИКИ, ОБЛІКУ ТА АУДИТУ
ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

УДК 312.21:655.4/.5(477)](043.3)

ГОРОБЕЦЬ ОЛЕНА ОЛЕКСАНДРІВНА

ДИСЕРТАЦІЯ

СТАТИСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ КНИГОВИДАВНИЦТВА
В УКРАЇНІ

Спеціальність 08.00.10 – статистика

08 – Економічні науки

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело



О. О. Горобець

Науковий керівник: Осауленко Олександр Григорович,

доктор наук з державного управління, професор,

член-кореспондент НАН України

*Всі приписки
дисертації ідентичні.*

*Вашим секретар спеціалізованої
вченої ради Д 26.840.01*

Зоріна О. А.

Київ – 2021



АНОТАЦІЯ

**Горобець О. О. Статистичне дослідження книговидавництва в Україні.
– Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.10 «Статистика». – Національна академія статистики, обліку та аудиту. Київ, 2021.

Дисертація присвячена обґрунтуванню теоретико-методичних положень та розроблення методичних і практичних рекомендацій щодо статистичного дослідження книговидавничої галузі України для удосконалення інформаційного забезпечення її подальшого розвитку.

У дисертаційній роботі досліджено структуру, сучасний стан, тенденції розвитку книговидавництва як виду економічної діяльності та об'єкта вивчення статистики культури, оцінено стан книговидавництва за період незалежності України. Визначено основні зовнішні фактори, що впливають на його розвиток, а саме: державна політика, економічна ситуація на макро- та мікрорівнях, розвиток інноваційних технологій, рівень купівельної спроможності населення, спрямованість ринкових трендів, книжкове піратство, зниження популярності читання та поява альтернативних джерел інформації.

Виокремлено основні проблеми книговидавничої галузі: недосконалість державних програм щодо популяризації книг та читання; книжкове піратство; недосконалість статистичної звітності, як джерела інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень. Розкрито стан статистики книговидавництва. Виявлено недоліки в наявній системі збору статистичної інформації, яка охоплює вузьке коло натуральних показників та обмежується обліком друкованих видань. Зважаючи на це, у роботі сформовано систему статистичних показників функціонування галузі, яка характеризує галузь з урахуванням формату книг. Додатково запропоновано три блоки статистичних показників: специфічні показники книжкової індустрії, показники споживчої зацікавленості у книгах і

показники, що характеризують читання. Упровадження такої системи статистичних показників сприятиме поліпшенню якості статистичної інформації, для забезпечення різнобічного вивчення книговидавничої галузі та читацьких потреб.

З метою виявлення схожих тенденцій розвитку книговидавництва між країнами світу та їх групування було застосовано кластерний аналіз, за результатами якого було згруповано країни за трьома кластерами. З метою виявлення схожих тенденцій серед європейських країн (кластер 3), їх було згруповано у три субкластери. У ході кластеризації методом *k*-середніх обчислено середні нормовані значення показників для кожного з виокремлених кластерів. Виявлено, що світові тенденції у книговидавництві формують США, Китай, Франція, Велика Британія, Німеччина та Туреччина.

Проведено аналіз динаміки низки статистичних показників, що характеризують стан книговидавництва в Україні у період з 1991 по 2019 рік. Виявлено, що динаміку кількості книг і брошур та тиражів можна описати за допомогою поліноміальної лінії тренду 3-го та 4-го порядку. Для прогнозування обсягів книговидавництва було застосовано експоненційне згладжування ряду, яке виконувалося за допомогою установки Non_Season Exponential Smoothing модуля Time Series Analysis програми Statistica Ver. 12.

Результати моделювання дозволили зробити припущення, що у 2021 р. кількість книг і брошур сягатиме 26,7 тис. друк. од. (при цьому не перевищить 30, 2 тис. друк. од. і не буде меншою за 23,3 тис. друк. од.), а загальний тираж складе 52,7 млн примірників (відповідно не вище за 56,1 млн примірників і не нижче 49,4 млн примірників).

Досліджено структуру продукції галузі за мовною ознакою, визначено частки кількості видань та тиражів за розділами цільового призначення за період із 2008 р. по 2019 р., що дозволило підтвердити недостатнє книгозабезпечення населення України. Досліджено кількість підприємств, які здійснюють видавничу діяльність в Україні, та кількість магазинів, які спеціалізувалися на роздрібній торгівлі книгами. За результатами аналізу виявлено суттєве зменшення кількості

підприємств, які спеціалізуються на видавничій діяльності, а також негативну тенденцію систематичного скорочення мережі книжкових магазинів в Україні. Оцінено зайнятість у галузі книговидавництва та в книжковій торгівлі. Отримані за результатами аналізу дані свідчать про систематичне зниження зайнятості у сфері книговидавництва.

Ураховуючи те, що галузь книговидавництва є глобально орієнтованою проведено економіко-статистичне дослідження зовнішньої торгівлі, яке включало: аналіз динаміки експорту та імпорту друкованих книг, визначення збалансованості зовнішньої торгівлі книжковою продукцією за допомогою індексу П. Нівена; оцінку інтенсивності внутрішньогалузевої торгівлі цією групою товарів з використанням індексу Грубеля – Ллойда.

З метою визначення рівня книгозабезпеченості кожної області України було розраховано коефіцієнт концентрації та коефіцієнт локалізації книговидання. Обчислені коефіцієнти локалізації засвідчили, що відносний надлишок обсягів тиражів є у м. Київ, Харківській обл. та Тернопільській обл. Коефіцієнт концентрації дорівнював 73,5%, сигналізуючи про високий рівень концентрації в окремих регіонах.

Для виявлення кореляцій між ознаками книговидавництва та змістовного їх інтерпретування було застосовано метод головних компонент, за результатами якого було виокремлено дві головні компоненти – соціоекономічна складова та культурологічна складова. За допомогою методу множинної регресії було оцінено вплив кожного із двох факторів на книговидавництво за період із 2010 р. по 2019 р. За результатами визначених коефіцієнтів регресії було побудовано рівняння залежності обсягів тиражів під впливом факторів. Значення показника Дарбіна – Ватсона підтвердило адекватність моделі.

У рамках статистичного моніторингу електронного книговидавництва в умовах цифровізації було досліджено динаміку кількості підключень абонентів-читачів до мережі Інтернет в Україні, а також оцінено підготовленість суспільства до глобальної цифровізації за допомогою індексу інтернетизації та індексу цифрової трансформації суспільства.

Досліджено поширення електронних книг, визначено основні проблеми їхнього ринку. Визначено відповідність трансформації книговидавництва характеристикам цифровізації за Д. Тапскоттом.

З метою виявлення сильних та слабких сторін електронних книг для читача та видавця застосовано SWOT-аналіз.

Проведено аналіз темпів випередження аудіо- та електронних книг у США у 2019 р. Отримані під час розрахунків дані засвідчили, що темпи продажів аудіокниг випереджали темпи продажів електронних книг та друкованих книг для дорослих у США. Розрахунки коефіцієнтів випередження темпів продажів друкованих книг для дорослих довели, що цей вид видань у 2019 р. випередив темп продажів електронних книг. За результатами проведеного моніторингу зроблено висновок про те, що ні у світі, ні, зокрема, в Україні, електронна книга не витіснила і навіть не наблизилася до показників традиційної. Разом з тим, у період пандемії Covid-19 попит на цифрову книжкову продукцію суттєво збільшився, що змушує видавців замислитися на просуванні електронної книги у своїй діяльності з метою поліпшення свого фінансового стану.

У ході роботи були виявлені альтернативні джерела статистичної інформації для забезпечення якісних досліджень книговидавничої галузі. Визначено вісім блоків: анкети, електронні книги, цифрові бібліотеки, сайти видавців та книжкових магазинів, електронні щоденники читання, соціальні мережі, відеохостинги, блоги. Зазначено, що для отримання достовірних даних необхідно задіяти всі блоки альтернативних даних. Серед альтернативних джерел виокремлено великі дані, у рамках імплементації Big Data для статистичного дослідження книговидавничої галузі запропоновано нові підходи до отримання таких даних для потреб видавців за допомогою збору й аналізу даних продажів.

На основі моделі М. Кауфмана було розроблено Схематичну модель роботи з великими даними.

Ключові слова: статистичне дослідження, статистика культури, книговидавництво, друкована книга, електронна книга, статистичні показники, альтернативні джерела статистичних даних, великі дані.

ANNOTATION

Horobets O. O. A statistical study of book publishing in Ukraine – The qualification research work on the right of the manuscript.

The dissertation for PhD in economics, specialty 08.00.10 Statistics. – National Academy of Statistics, Accounting and Audit. Kyiv, 2021.

The dissertation is devoted to development of theoretical, methodological and methodical provisions for a statistical study of the book publishing industry in Ukraine.

The structure, current performance and tendencies in the development of book publishing as an economic activity and an object for analysis of the culture statistics is investigated, with assessing the book publishing performance over the independence period of Ukraine. The core factors driving its development are determined, namely: the government policy, the economic situation at macro- and microlevel, the development of innovation technologies, the purchasing capacity of the population, the vector of market trends, the book piracy, the decreased popularity of reading, and the emergence of alternative sources of information.

The performance of book publishing statistics are highlighted, with revealing the shortcomings in the existing statistical information system that covers a narrow range of kind indicators and records only printed editions. In view of the above, a set of statistical indicators of the industry operation, providing a comprehensive description of the industry, is constructed. Once implemented, this set of indicators will help improve the quality of statistical information and enable for multifaceted analyses of the book publishing industry and reader needs.

Cluster analysis was used to reveal common tendencies in the book publishing across countries and their grouping, which results enabled for grouping the countries in three clusters: North Atlantic, East Asian, and European continents. Mean normalized values of the indicators for each of the defined clusters were computed by the k-means method as part of the cluster analysis.

A dynamic analysis of the set of statistical indicators measuring the book publishing performance in Ukraine from 1991 till 2019 was conducted. It was revealed that the dynamics of books, brochures and circulations could be described using the polynomial 3rd and 4th order trend line (parabola). Forecasting of the book-publishing output was made by the exponential smoothing of dynamic series using Statistica Ver.12 software.

The structure of the industry's output was investigated by language criterion, the shares of editions and circulations were estimated by end purpose for the period from 2008 till 2019, which confirmed the insufficient book supply to the population of Ukraine. The number of enterprises engaged in book publishing and stores specializing on retail trade in books were investigated. The analysis showed the essentially reduced number of enterprises specializing on publishing and the adverse systematic downward tendency in the bookstore network. The employment in the book publishing industry was estimated. The obtained data gives evidence of the systematically decreasing employment in the book publishing sector.

Considering that the book publishing industry is globally oriented, an economic-statistical study on its external trade was conducted, which included: a dynamic analysis of exports and imports of printed books, determination of the balance in the external trade of book products using P. Niven's index, assessment of the intensity of intra-industry trade in this commodity group using Grubel – Lloyd index.

The book supply of Ukrainian regions was determined by computing concentration and localization coefficients of book publishing by region. The obtained results gave evidence of a relative surplus of circulations in the cities of Kyiv and Kharkiv, and in Ternopil region, and a high concentration level in some of the regions.

The method of principal components was used by determine correlations between the key book publishing indicators and gave their meaningful interpretation, which results enabled to distinguish two main components: socio-economic and culturological ones. The multiple regression method was used to assess the role of the two components as the factors with effects for the book publishing over the period from 2019 to 2019, and to construct an equation of the dependence of circulations on them.

The dynamics of subscribers-readers' connections to Internet in Ukraine was investigated as part of the statistical monitoring of the e-book publishing, with assessing the public readiness to the global digitalization by use of Internetization Index and Society Index. The dissemination of e-books was investigated, with determining essential problems on the e-book market. The compliance of the book publishing transformation with the digitalization characteristics by D. Tapscott is determined.

SWOT-analysis was used to reveal strong and weak sides of e-books for reader and publisher.

An analysis of overrunning rates for printed books for adults, audio and e-books in the U.S. in 2019 was conducted. Its results showed that the rates of growth in sales of audio-books overran the respective rates for e-books and printed books for adults. The rates of growth in sales of printed books for adults overran the rates for e-books.

Based on the results of the study, it was concluded that neither in Ukraine nor elsewhere in the world could e-book displace traditional book or even approach its performance indicators. However, the demand for digital book products essentially increased in the period of Covid-19 pandemic, which made publishers think about promoting e-books as part of their business, in order to improve their financial performance.

New approaches to obtaining such data for needs of publishers by collecting and analyzing data on sales are proposed as part of Big Data implementation for the statistical study of the book publishing industry. Eight Big Data modules are distinguished: questionnaires, e-books, digital libraries, websites of publishers and bookstores, electronic daily readings, social networks, video hosts, blogs. It is determined that comprehensive and reliable statistical information on book publishing can be obtained through addressing all the potential sources of Big Data.

A Schematic Model for Operation with Big Data was developed on the basis of M. Kaufman's model.

Keywords: statistical study, book publishing, printed book, e-book, culture statistics, statistical indicators, alternative data sources, Big Data.

Список публікацій здобувача, у яких опубліковано основні наукові результати

Публікації у наукових виданнях, які індексуються у наукометричній базі Scopus

1. Horobets, O. (2020). Research Data as a Result of Research Activities: the Role and Significance for the Official Statistics. *Journal of the Knowledge Economy. Springer Nature*. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/s13132-020-00674-w> (Scopus, Q1) (1 друк. арк.).

Публікації у наукових виданнях країн ЄС

2. Horobets, O. (2020). The Book Trade as a Subcategory of the International trade in Cultural Goods of the European Union in the Creative Economy Sector: a Statistical Analysis. *Professional competencies and educational innovations in the knowledge economy. Bulgaria: Publishing House ACCESS PRESS*, pp. 353–363 (0, 74 друк. арк.).

3. Horobets, O. (2020). Alternative Sources of Information to Support a Set of Statistical Indicators of the Book Publishing. *International Journal of Innovative Technologies in Economy*, 5 (32). https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijite/30122020/7284 (Index Copernicus) (0,50 друк. арк.).

Публікації у наукових фахових виданнях України, які включені до наукометричних баз

4. Horobets, O. (2020). Organization of Big Data in The Structure of The Digitalization Ecosystem of a Globalized Society. *Scientific Bulletin of National Academy of Statistics, Accounting and Audit*, 3, 93–103. Retrieved from <https://nasoa-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/220/215> (Index Copernicus) (0,75 друк. арк.).

5. Горобець О. О. Статистичний аналіз тенденцій і закономірностей зовнішньої торгівлі України книжковою продукцією. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 320–329 (Index Copernicus) (0,68 друк. арк.).

6. Horobets, O. O. (2019). Statistical Analysis of the Book Publishing Industry of Ukraine: 1917–2017. *Statystyka Ukrainy – Statistics of Ukraine*, 2, 4–11. Retrieved from: <https://su-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/238> (Index Copernicus) (0,75 друк. арк.).

7. Горобець О. О. Великі дані – джерело статистичної інформації: на прикладі книговидавничої галузі. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. пр.* 2019. № 1–2. С. 7–13. (Index Copernicus) (0,69 друк. арк.).

8. Горобець О. О. Статистичний аналіз книговидання в Україні та світі. *Статистика України*. 2018. № 2. С. 7–12. URL: <https://su-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/181> (Index Copernicus) (0,53 друк. арк.).

9. Горобець О. О. Книговидавництво в умовах цифрової економіки: статистичний аналіз. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. пр.* 2018. № 4. С. 5–11. URL: <https://nasoa-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/154> (Index Copernicus) (0,70 друк. арк.).

які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

10. Горобець О. О. Надання інтелектуальних послуг як одна з провідних тенденцій міжнародної торгівлі. *Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю*: мат. IV Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 16 березня 2017). Київ, 2017. С. 41–42. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/2327> (0,11 друк. арк.).

11. Мотузка О. М., Горобець О. О. Бібліотечно-видавнича модель «Library Publishing»: підходи до впровадження в Національній академії статистики, обліку та аудиту. *Стратегія розвитку України: економічний та гуманітарний виміри*: мат. IV Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 17 жовтня 2017). Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2017. С. 492–494. (0,12 друк. арк., особисто автору належить 0,11 друк. арк.; представлено досвід упровадження моделі «Library Publishing» в НАСОНА).

12. Мотузка О. М., Горобець О. О. Аналіз світових та вітчизняних тенденцій у сфері наукових видань. *Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю*: мат. V Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 16 березня 2018). Київ, 2018. С.

129–130. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/3225>. (0,06 друк. арк., особисто автору належить 0,03 друк. арк.; виконано аналіз нормативно-правових актів у сфері наукових періодичних видань).

13. Горобець Е. А. Книгоиздательство Украины: статистический анализ. *Эффективность сферы товарного обращения и труда. IV Писаренковские чтения: интернет-конф.* (г. Гомель, Беларусь, 26 октября 2018). Гомель, УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2018. С. 23–25. (0,14 друк. арк.).

14. Горобець О. О. Книговидавнича діяльність – важливий компонент формування позитивного іміджу України. *Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти*: мат V Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 17 жовтня 2018.). Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 17 жовтня 2018. С. 390–392. (0,12 друк. арк.).

15. Горобець О. О. Застосування великих даних у статистиці книговидавничої галузі. *Статистика в Україні та світі: стан, тенденції та перспективи розвитку*: мат. XVI Міжнар. наук.-практ. конф. з нагоди Дня працівників статистики. (Київ, 5 грудня 2018). Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2018. С. 125–127. (0,12 друк. арк.).

16. Горобець О. О. Наукові дані як інноваційна тенденція цифрового суспільства. *Побудова інформаційного суспільства: ресурси і технології*: мат. XVIII Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 19–20 вересня, 2019). МОН України; Укр. ін-т наук.-техн. експертизи та інформації, 2019. С. 159–162. URL: http://www.uintei.kiev.ua/sites/default/files/gorobec_0.pdf (0,13 друк. арк.).

17. Горобець О. О. Читати чи не читати? Реалії книжкового ринку України. *Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти*: мат. VI Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 16 жовтня 2019). Київ, 2019. С. 502–506. (0,14 друк. арк.).

18. Горобець О. О. Глобальні тренди XXI століття. *New Economics – 2019*: міжнар. наук. екон. форум, (Київ, 14–15 листопада). Київ, 2019. Т. 1. С. 38–42. (0,16 друк. арк.).

19. Горобець О. О. Питання конфіденційності персональних даних в управлінні Big Data: вектор статистики. *Нові джерела та методи поширення даних у статистиці*: мат. XVII Міжнар. наук.-практ. конф. з нагоди Дня працівників статистики. (Київ, 6 грудня 2019). Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2019. С. 22–26. (0,15 друк. арк.).

20. Horobets, O. O. (2020). Export and Import Capacities of Book Trade in The US and Great Britain: A Comparative Analysis. Public communication in science: philosophical, cultural, political, economic and IT context: *Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the International Scientific and Practical Conference*. (Houston, USA, 2020). Vol. 1, pp. 16–20. Retrieved from <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/article/view/2644/2531> (0,15 друк. арк.).

21. Горобець О. О. Якісна статистична звітність – основа успішного функціонування галузі: на прикладі книговидавництва. *Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю*: мат. VII Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 16 березня 2020). Київ, 2020. С. 110–114. (0,14 друк. арк.).

22. Горобець О. О. Система статистичних показників книговидавничої галузі: проблеми та перспективи удосконалення. *Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти*: мат. VII Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 16 жовтня 2020). Київ, 2020. С. 283–287. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/5228> (0,17 друк. арк.).

23. Горобець О. О. Альтернативні джерела статистичних даних: на прикладі книговидавництва. *Нові джерела та методи поширення даних у статистиці*: мат. XVIII Міжнар. наук.-практ. конф. з нагоди Дня працівників статистики. (Київ, 5 грудня 2020). Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2020. С. 13–17. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/5320> (0,19 друк. арк.).

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ І СКОРОЧЕНЬ

ISO – Міжнародна організація зі стандартизації

LEG Culture – Leadership Group – Culture (Група Лідерів Культури)

NIST – Національний інститут стандартів і технологій

OECD – Організація міжнародного розвитку та співробітництва

Держкомтелерадіо – Державний комітет телебачення та радіомовлення

Держстат – Державна служба статистики України

друк. од. – друковані одиниці

ДСТУ – Державний стандарт України

Євростат – статистична організація Європейської Комісії

ЄС – Європейський Союз

КВЕД – Класифікація видів економічної діяльності

КІСЦ – Класифікація індивідуального споживання за цілями

КП – Класифікатор професій

КПУ – Державна наукова установа «Книжкова палата України ім. Івана Федорова»

мб – мегабайт

ООН – Організація Об'єднаних Націй

СКП – Статистична класифікація продукції

СУБД – система управління базами даних

УАВК – Українська Асоціація Видавців та Книгорозповсюджувачів

УІК – Український інститут книги

УКТЗЕД – Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності

ЮНЕСКО – Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури

ЮНКТАД – Конференція ООН з торгівлі та розвитку

ЗМІСТ

ВСТУП.....	15
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ СТАТИСТИЧНОГО ВИВЧЕННЯ КНИГОВИДАВНИЦТВА.....	22
1.1. Книговидавництво як вид економічної діяльності та об'єкт дослідження статистики культури.....	22
1.2. Нормативно-правове забезпечення книговидавництва.....	40
1.3. Інформаційне забезпечення книговидавництва в Україні.....	54
Висновки до розділу 1.....	72
РОЗДІЛ 2. СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ КНИГОВИДАВНИЦТВА.....	74
2.1. Статистична характеристика світових тенденцій книговидавничої індустрії....	74
2.2. Аналіз динаміки та тенденцій розвитку книговидавництва України.....	91
2.3. Статистичний аналіз зовнішньої торгівлі України друкованими книгами....	111
Висновки до розділу 2.....	123
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СТАТИСТИЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ КНИГОВИДАВНИЦТВА.....	125
3.1. Статистичне оцінювання книговидавництва в Україні.....	125
3.2. Статистичний моніторинг електронного книговидавництва в умовах цифровізації.....	135
3.3. Використання великих даних для статистичного оцінювання книговидавництва	156
Висновки до розділу 3.....	173
ВИСНОВКИ.....	175
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	178
ДОДАТКИ.....	203

ВСТУП

На кожному етапі розвитку людства книга завжди асоціювалася з ерудицією, інтелектом та знаннями, а кожне покоління намагалося її зберегти, примножити й удосконалити форму подання: від піктограм і пергаментів через друкарський верстат Й. Гутенберга до пристроїв Kindle.

З економічної позиції, книга – це товар довготривалого вжитку, ядром якого є інтелектуальна власність автора, а книговидавництво є специфічною сферою ринкової діяльності, мета якого задоволення духовних та інтелектуальних потреб споживачів. Видавництва витрачають багато зусиль на забезпечення ефективної рекламної кампанії ще до виходу у світ нового видання заради формування високого попиту на книгу. Усе це в результаті сприяє пришвидшенню реалізації накладу, повторному тиражуванню, продажу авторських прав країнам-партнерам та збільшенню прибутку.

Для пересічної людини читання книг є одним із засобів організації дозвілля, який сприяє покращенню інтелектуальних здібностей та впливає на рівень освіченості. На державному рівні успішний розвиток видавничої справи, високі показники книгозабезпеченості та читаності свідчать про розвиток людського потенціалу країни та інтелектуальний рівень нації.

Сучасний стан книговидавничої галузі України характеризується низкою проблем, найбільш значущими серед яких є порушення норм законодавства, поширення «тіньового» друку, відсутність достовірних даних про кількість назв видань та їх тиражі, розповсюдження піратства, незахищеність авторського права та ін. Це призводить до спотворення книжкової екосистеми, суттєвого зниження економічних показників галузі, недостатнього книгозабезпечення та спаду інтересу до книги. Порівняння показників книговидання європейських країн свідчить, що у Німеччині у 2018 р. книгозабезпечення населення (відношення тиражів до чисельності населення) складало 9,0 книг на одну особу, у Франції – відповідно 6,4, у Норвегії – 3,8, тоді як в Україні всього 1,1 книги. Ці та інші показники

вітчизняного книговидання є найнижчими у Європі та порівняно з більшістю розвинених країн світу.

Вирішенню вищезначених та інших проблем книжкової справи присвячено наукові праці таких учених-книгознавців, як О. Афонін, М. Женченко, К. Індутна, О. Осадча, Н. Петрова, М. Сенченко, О. Сухорукова; кількісний аналіз показників галузі проводили С. Буряк, Г. Грет, А. Мураховський. Оглядові статті, присвячені книжковим ринкам, публікують підприємці-практики, серед яких Т. Верба, А. Мартинов, М. Шейко та ін. Однак питання оцінювання сучасного стану книговидання в Україні та тенденцій його розвитку досі не розглядалися з економіко-статистичної позиції. Відсутність комплексних статистичних досліджень книговидавництва призвела до того, що наразі немає повної, вичерпної та якісної інформаційної бази про книжкову екосистему України, а це своєю чергою унеможливорює вирішення багатьох питань її подальшого розвитку.

Нагальність проведення комплексного та системного економіко-статистичного дослідження книговидавництва, необхідність створення теоретико-методичного підґрунтя для об'єктивного та різнобічного аналізу сучасного стану галузі з метою подальшого вирішення вищенаведених проблем та надання рекомендацій щодо подальшого розвитку книговидання зумовили вибір теми дисертації, визначили її структуру та зміст.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано відповідно до тематичного плану науково-дослідної роботи кафедри статистики Національної академії статистики, обліку та аудиту за темою «Розроблення статистичного забезпечення для дослідження соціально-економічного розвитку регіонів України» (номер державної реєстрації 0113U005980).

Мета та завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретико-методичних положень та розроблення методичних і практичних рекомендацій щодо статистичного дослідження книговидавничої галузі України для удосконалення інформаційного забезпечення її подальшого розвитку. Для досягнення мети передбачалося виконання таких *завдань*:

- обґрунтувати книговидавництво як вид економічної діяльності та об'єкт статистики культури;
- вивчити нормативно-правове забезпечення книговидавничої галузі України;
- систематизувати наявне інформаційно-статистичне забезпечення книговидавничої галузі;
- сформувати систему статистичних показників для дослідження книговидавництва;
- дослідити тенденції розвитку книговидавництва в світі та Україні;
- удосконалити методичні підходи до статистичного аналізу зовнішньої торгівлі України друкованими книгами;
- визначити фактори впливу на розвиток книговидавничої галузі України;
- провести статистичний моніторинг електронного книговидавництва в Україні та світі;
- визначити альтернативні джерела даних для удосконалення статистичного оцінювання книговидавничої галузі;
- імплементувати використання великих даних для статистичного дослідження книговидавництва в Україні.

Об'єкт дослідження – книговидавництво України.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні аспекти статистичного вивчення книговидавництва України.

Методи дослідження. У дослідженні, виконаному на засадах системного підходу, використано такі загальнонаукові і статистичні методи: теоретичне узагальнення, систематизація та концептуальне моделювання (для обґрунтування теоретико-методичних положень статистичного дослідження книговидавництва); групування (для опрацювання статистичних даних); аналіз рядів динаміки (для аналізу змін показників книговидавництва); індексний аналіз (для поглибленого аналізу зовнішньої торгівлі України друкованими книгами та оцінювання процесу цифрової трансформації); кластерний аналіз (для групування та типологізації країн, що задають світові тенденції розвитку книговидавництва); згладжування рядів динаміки (для прогнозування кількості друкованих книг та брошур і тиражів на

основі трендових моделей), головних компонент та регресійного аналізу (для визначення основних факторів впливу на книговидавничу галузь України).

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти України, статистичні дані Євростату, Державної служби статистики України, порталу Statista, Книжкової палати України імені Івана Федорова, Українського інституту книги, Української Асоціації Видавців та Книгорозповсюджувачів, міжнародних організацій – ЮНЕСКО, Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), Всесвітньої організації інтелектуальної власності з авторського права і суміжних прав (WIPO), Міжнародної асоціації видавців (IPA), дані проєкту Ukrainian Reading and Publishing Data 2018, оглядові публікації спеціального видання Publishers Weekly, публікації у вітчизняних та іноземних наукових виданнях зарубіжних і вітчизняних учених, а також власні розрахунки автора.

Опрацювання статистичних даних у дисертаційній роботі здійснювалося за допомогою засобів MS Office Excel 2016 та програми Statistica Ver.12.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в розробленні теоретико-методичних засад статистичного оцінювання та удосконаленні інформаційно-статистичного забезпечення книговидавничої галузі України.

уперше:

- проведено комплексне статистичне оцінювання книговидавництва України, результати якого можуть бути використані для визначення подальших напрямів розвитку цієї галузі;

- обґрунтовано застосування великих даних як альтернативного джерела статистичних даних про книговидавничу галузь, що надасть змогу підвищити повноту та якість її інформаційно-статистичного забезпечення;

удосконалено:

- систему статистичних показників, що характеризують книговидавництво, шляхом її доповнення додатковими показниками, використання яких сприятиме об'єктивному оцінюванню галузі в цілому;

– методичні засади статистичного оцінювання книговидавництва методом головних компонент, що дозволило виділити фактори впливу на цю галузь та здійснити на їх основі кореляційно-регресійний аналіз залежності основних показників галузі від визначених факторів;

– статистичний моніторинг електронного книговидавництва в умовах цифровізації, що уможливило оцінку рівня інтеграції електронних книг у книговидавничу індустрію;

дістало подальшого розвитку:

– понятійно-категоріальний апарат книговидавничої галузі, зокрема трактування понять «статистика культури» та «книговидавництво», що дало змогу визначити основні напрями досліджень статистики культури та поглибити уявлення про книговидавничу діяльність як об’єкт статистичного дослідження;

– нормативно-правове забезпечення книговидавничої галузі шляхом надання рекомендацій щодо внесення правок і доповнень до законів України, які регулюють вітчизняне книговидання, у частині врегулювання питань протидії поширенню піратства у сфері електронного книговидання та створення сприятливих умов для використання ліцензійних електронних книг.

– теоретико-методичні підходи до статистичного аналізу світових тенденцій книговидавничої індустрії на основі кластерного аналізу, що дало змогу визначити групу країн-лідерів у цій галузі.

Практичне значення отриманих результаті. Результати дослідження, у вигляді методичних рекомендацій та практичних пропозицій щодо вдосконалення статистичного дослідження книговидавництва України було використано:

– на загальнодержавному рівні: Державною службою статистики України – при підготовці нею відповідних статистичних спостережень (довідка № 01.1-10/25-12 від 20.01.2021 р.); Державною установою «Книжкова Палата України імені Івана Федорова» – при підготовці аналітичних оглядів, річних статистичних матеріалів, а також для удосконалення форми звітності № 1-В (книги) (квартальна) (довідка № 114/01 від 29. 01. 2021 р.).

- на рівні місцевого управління: Бориспільською районною державною адміністрацією Київської області – в рамках Програми соціально-економічного та культурного розвитку Бориспільського району на 2020 р. при впровадженні нових методів популяризації читання серед населення району (довідка № 48/07-46-3240 від 11.12.2020 р.).

- на рівні суб'єктів господарювання: використані окремі пропозиції у діяльності видавництва «Саміт-книга» (довідка №10 від 20.10.2020 р.).

- в освітньому процесі Національної академії статистики, обліку та аудиту – при проведенні практичних занять з навчальних дисциплін «Економічна статистика» та «Статистика ринків» у студентів освітнього ступеня бакалавр освітньо-професійної програми «Прикладна статистика та бізнес-аналітика» спеціальності 051 «Економіка» (довідка № 34 від 20.01.2021 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійною науковою роботою. Усі наукові положення, результати, висновки та рекомендації, що висвітлені в роботі та виносяться на захист, розроблені автором самостійно.

Апробація результатів дисертації. Основні положення та результати дослідження, викладені в дисертації, доповідалися й обговорювалися на міжнародних конференціях: «Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю» (Київ, 2017, 2018, 2019, 2020 рр.), «Стратегія розвитку України: економічний та гуманітарний виміри» (Київ, 2017 р.), «Статистика в Україні та світі: стан, тенденції та перспективи розвитку» (Київ, 2018 р.), «Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти» (Київ, 2018, 2019 рр.), «Побудова інформаційного суспільства: ресурси і технології» (Київ, 2019 р.), «New Economics – 2019» (Київ, 2019 р.), «Нові джерела та методи поширення даних у статистиці» (Київ, 2019, 2020 рр.), «Эффективность сферы товарного обращения и труда» (Гомель, Білорусь, 2018 р.), «Public communication in science: philosophical, cultural, political, economic and IT context» (Houston, USA, 2020).

Публікації. Основні положення та результати дисертаційного дослідження знайшли відображення у 23 наукових працях загальним обсягом 20,37 друк. арк., з яких особисто автору належить 20,24 друк. арк., серед яких: 1 стаття в іноземному

виданні, що індексується у наукометричній базі Scopus (Q1), 1 стаття у колективній монографії видавництва ЄС, 1 стаття в журналі країни ЄС з індексацією у наукометричній базі Index Copernicus, 6 статей у фахових виданнях України, проіндексованих у наукометричній базі Index Copernicus, 14 публікацій апробаційного характеру.

Структура та обсяг дисертації. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Повний обсяг дисертації становить 229 сторінок, з яких основна частина – 175 сторінок. Робота містить 35 таблиць, з них 1 повністю займає площу сторінки; 49 рисунків, 227 найменувань використаних джерел на 25 сторінках, 11 додатків на 27 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ СТАТИСТИЧНОГО ВИВЧЕННЯ КНИГОВИДАВНИЦТВА

1.1. Книговидавництво як вид економічної діяльності та об'єкт дослідження статистики культури

Книговидавництво здебільшого розглядається як сфера культурної діяльності та значно менше – як вид економічної діяльності, що призвело до вивчення цього питання у переважно соціально-гуманітарному аспекті. Повсякчас книга була засобом розвитку суспільної свідомості, беззаперечним інструментом формування інтелектуальних здібностей та світогляду людини, а читання – універсальним способом проведення дозвілєвої діяльності як дорослих, так і дітей. Разом з цим книга має не лише духовну, культурну складову, а й важливу економічну, адже книга – це передусім товар довготривалого використання.

У Міжнародному стандарті ISO 9707:2008 «Статистичні дані про виробництво та розповсюдження книг, газет, періодичних видань та електронних публікацій» поняття «книга» трактується як неелектронна монографічна публікація на щонайменше 49 сторінках без урахування титульних сторінок; «електронна книга» – як цифровий текстовий документ, у якому можна здійснювати пошук; «електронне видання» – як документ, опублікований у цифровому форматі для доступу через всесвітню мережу Інтернет або на фізичному носії (наприклад, CD-ROM, DVD) [45]. Крім того, згідно з ISO 9707:2008, видавець – це особа чи організація, основною діяльністю якої є замовлення, створення, збирання, підтвердження, розміщення та розповсюдження інформації у друкованій та / або в електронній формі; видавнича справа – це виготовлення та розповсюдження документів для громадського користування [45].

Законом України «Про видавничу справу» визначено її мету, яка полягає, зокрема, у сприянні «національно-культурному розвитку українського народу шляхом збільшення загальної кількості тиражів, обсягів та розширення тематичного спрямування українського книговидання» [118]. Разом з тим зазначається, що «неналежна увага держави до книги як стратегічного інструмента

формування особистості, громадянина, нації стала однією з причин інтелектуальної та культурної деградації українського суспільства і, як наслідок, стрімкого скорочення кадрового потенціалу, спроможного свідомо й професійно проводити нагальні реформи». У Законі подано тлумачення термінів «видавнича діяльність» та «видавнича справа»; зокрема, видавнича діяльність визначається як «організаційно-творча, господарсько-виробнича діяльність видавців, спрямована на підготовку і випуск у світ видавничої продукції», а видавнича справа – як «провадження або поєднання суб'єктами господарювання таких видів діяльності: видавничої діяльності, виготовлення видавничої продукції, розповсюдження видавничої продукції» [181].

Сенченко М. трактує поняття «книговидавництва» як сферу, що визначає духовний та ідеологічний стан суспільства на певному етапі його розвитку. Людство не винайшло досконалішого інструмента ніж книга, щоб розвивати свідомість людини, формувати її духовність. Книга є об'єктом культури та соціальної інформації, підсистемою інформаційних потоків і фактом інформаційного забезпечення суспільства [203].

Гастинщиков В., говорячи про книговидавництво, зазначає, що в основу соціальної орієнтації розвитку книговидавничої справи покладено багатофункціональне значення в житті суспільства книги як інструмента формування культурних цінностей та установок, потужного засобу акумуляції цінностей духовної культури, активного стимулятора творчості. Видавничу справу, на думку фахівця, доцільно розглядати як систему, що складається з чотирьох основних взаємопов'язаних елементів:

автор → видавництво → система маркетингу → споживач

де, видавництво є виробничою ланкою видавничої справи та системи книжкової справи [98].

Варто акцентувати увагу на специфічності цього виду економічної діяльності, яка полягає в тому, що книговидавництво поєднує у собі як надання послуг, так і виробництво товарів, де авторське право на твір – це послуга, а

безпосередньо надрукована книга – товар [75]. Попит на цей товар нерозривно пов'язаний з популярністю читання як одного із видів дозвілля.

Продовжуючи аналіз специфіки книговидавництва, варто погодитися з А. Мураховським, який акцентував увагу на тому, що у книжковій справі практично відсутній такий невід'ємний елемент економіки для виробника споживчих товарів, як постійне поповнення покупцями їх запасів [168]. Це зумовлено тим, що хоча читання загалом і справляє позитивний вплив на інтелектуальні здібності людини та її загальний психо-неврологічний стан, але воно не є «продуктом» щоденного вжитку. Тому не можна стверджувати, що, як тільки всі книжки в домашній бібліотеці споживача будуть прочитані, він придбає нову в книжковому магазині, особливо зважаючи на існування піратських сайтів електронних книг. Зазвичай книголюби купують книг більше, ніж фізично можуть прочитати у конкретний момент, а споживачі, які купують за необхідності (навчальна література, нон-фікшн) обмежуються однією-двома книгами.

У дослідженні 2002 р. про розвиток креативного класу Ф. Річард (F.Richard) звертав увагу на те, що людська творчість стала значною частиною низки економічних ресурсів [66]. Наразі традиційна та електронна видавнича діяльність є однією з найбільших сфер діяльності серед креативних галузей, а широке використання англійської мови на міжнародному рівні означає, що книговидання – це глобальний вид економічної діяльності [13].

За даними 2011-2012 рр. Департамент з питань цифрових технологій, культури, медіа та спорту (Велика Британія) сформував таблицю інтенсивності креативу, згідно з якою найбільшу частку креативу містить художня творчість (91,5 %), діяльність, пов'язана з письмовим та усним перекладом (82,2 %), театральне мистецтво. При цьому вміст креативності у книговидавництві становить 49,9 %, що більше ніж у видавництві газет (48,8%) та видавництві комп'ютерних ігор (43,1%), видавництві програмного забезпечення (40,8%) [64]. Разом з тим Огунлеси Т. (Ogunlesi T.) зазначає, що станом на 2011 р. видавнича галузь світу оцінювалася сумою 80 млрд євро і була другою за величиною креативною галуззю у світі після телебачення [65]. Ураховуючи це, у 2013 р. Дж.

Хоукінс (J. Howkins) творчі види діяльності назвав культурними галузями або креативною економікою [39].

У Заключному звіті мережі Європейської статистичної системи з культури (ESSnet-Culture) 2009–2011 зазначається, що культура – це не результат одного економічного сектору, який збирає товари чи послуги, з погляду чи виробництва, чи розповсюдження. Культурна діяльність часто перетинає кілька секторів економіки (наприклад, промисловість, сферу послуг, торгівлю тощо) [22].

Зважаючи на це, книговидавництво – це об’єкт статистики культури, яка своєю чергою є підрозділом соціальної статистики й охоплює збирання, обробку, аналіз статистичних даних і публікацію статистичної інформації про явища та процеси, що характеризують культурний розвиток і базуються на культурних цінностях. Ця думка знайшла підтвердження в роботі О. Губарева і Т. Шайковської, де зазначено, що статистика друку поєднує дві взаємопов’язані складові: статистику культури, яка оцінює розвиток книговидавництва в якісному аспекті, та статистику економіки, яка оцінює кількісну сторону видавничої справи [117].

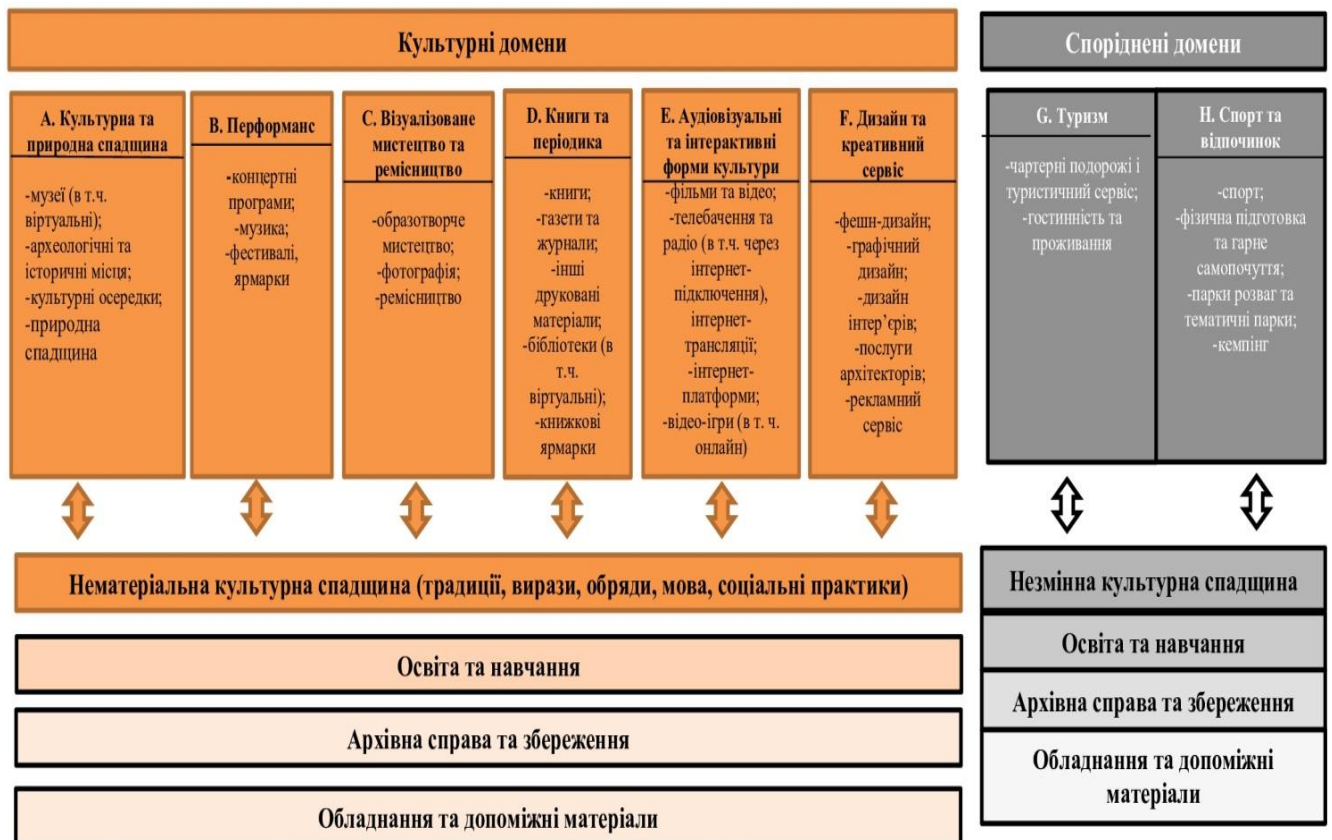


Рис.1.1. Рамка domenів культурної статистики.

Джерело: авторський переклад за [80].

У звіті ЮНЕСКО від 2009 р. було представлено Рамку доменів культурної статистики (Framework for Cultural Statistics Domains), рис. 1.1. Зазначимо, що категорія «Книги та періодика», згідно зі звітом, залишається незмінною з 1986 р. [80].

Як видно з рис. 1.1, блок D «Книги та періодика», який є частиною ядра культурних доменів, охоплює книги, газети, журнали, іншу друковану продукцію, бібліотеки (у т. ч. віртуальні) та ярмарки книг. Однак зараз цей блок потребує уточнень, адже, як і у випадку з бібліотеками, книги та журнали поділяються на традиційні та електронні.

Директор Видавництва Старого Лева М. Шейко, у 2016 році стверджував, що немає жодного джерела, яке б показало об'єктивну картину книжкового ринку. Є аналітика, яку ведуть окремі гравці ринку: продавці, які вивчають і досліджують ринок своїми інструментами; Книжкова палата, аналітика якої дуже узагальнена і тому не дає достовірної інформації; також є дані окремих видавництв [162]. Мураховський А. вважає, що економічною базою формування системи управління книговидавництвом повинен бути інтенсивний тип господарювання, який би стимулював досягнення високих якісних і кількісних результатів з найменшими витратами. У його основі лежить глибока і раціональна організація діяльності книговидавця на базі сучасних інформаційних технологій, підвищення професіоналізму кадрів, збільшення кількості якісних маркетингових досліджень, іноземних інвестицій, створення спільних підприємств, об'єднань, кооперативів [167]. У зв'язку з цим логічною є думка І. Скленаля, що систему видавничої справи варто розглядати у статистичному розрізі [206]. Отримані при цьому дані потрібні для інформаційного забезпечення системи управління книговидавництвом.

З урахуванням викладеного вище можна виділити такі основні фактори впливу як на світове, так і на вітчизняне книговидавництво (рис. 1.2).

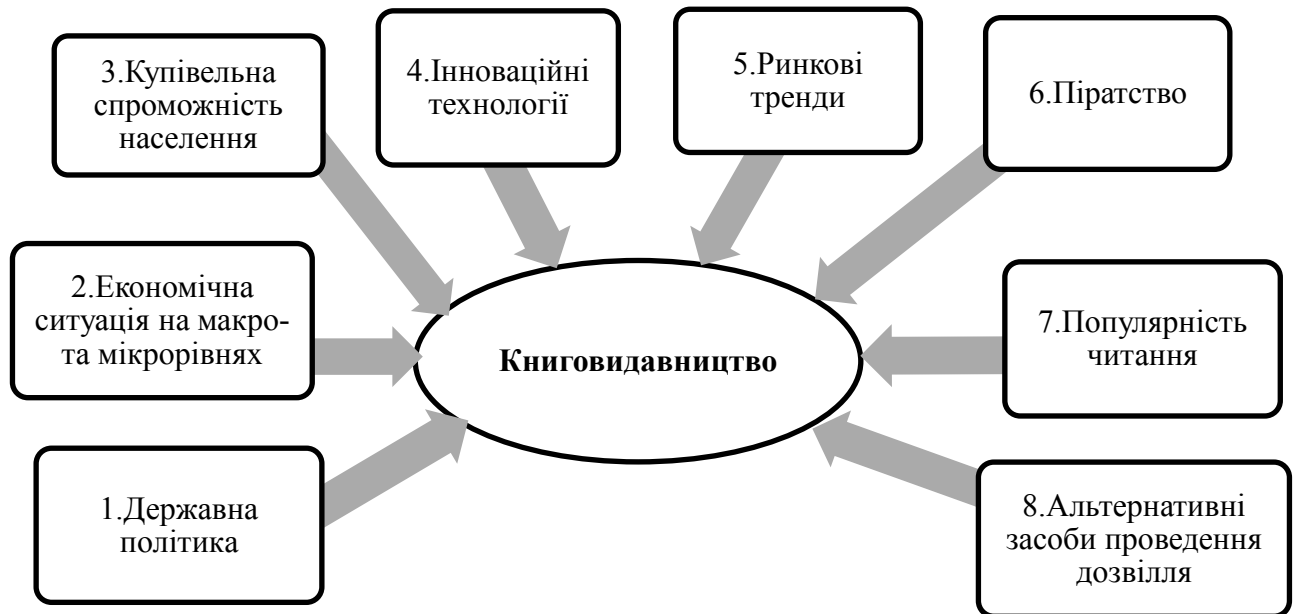


Рис. 1.2. Фактори впливу на книговидавництво

Джерело: авторська розробка

1. Державну політику у сфері книговидавництва та книгорозповсюдження в Україні здійснюють Кабінет Міністрів України, Міністерство культури та інформаційної політики України, якому підпорядковуються Державний комітет телебачення та радіомовлення України, Державна установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова», Український інститут книги. Також в Україні існує благодійна організація «Українська Асоціація Видавців та Книгорозповсюджувачів» (УАВК).

К. Казак, аналізуючи державну підтримку книговидавничої справи, акцентує увагу на проблемах галузі, зокрема на економічній та фінансовій немічності суб'єктів видавничої справи, нерозвиненості й безсистемності книгорозповсюдження в Україні, недостатній якості поліграфічного виконання вітчизняної книги, занепаді бібліотечної справи в Україні, низькому рівні розвитку наукового книговидання та ін. [147].

Міністерство культури, молоді та спорту України (з 23.03.2020 р. – Міністерство культури та інформаційної політики України) підписало наказ від

24.02.2020 №1028 «Про забезпечення виконання завдань», серед яких: забезпечення державної стандартизації у видавничій справі, організація контролю за присвоєнням міжнародних стандартних номерів виданням, їх реєстрація в національних і міжнародних бібліографічних базах даних; організація ведення обліку, наукової систематизації отримання обов'язкового друкованого примірника, забезпечення проведення моніторингу інформаційного наповнення веб-сайтів органів виконавчої влади та подання пропозицій зазначеним органам [184]. У Плані діяльності Державного комітету телебачення і радіомовлення України на 2020 р., затвердженому 29.11.2020 р., акцентується увага на недопущенні на український ринок іноземної видавничої продукції антиукраїнського змісту. Також серед головних заходів – ведення Державного реєстру видавців, виготовлювачів та розповсюджувачів видавничої продукції з метою забезпечення належних умов діяльності суб'єктів видавничої справи та їх облік. Крім того, у плані, з метою «підвищення ефективності використання і забезпечення доступу до друкованої продукції Державної наукової установи «Книжкова палата України імені Івана Федорова», передбачено створення електронної бібліотеки українського друку для забезпечення доступу до видань фонду Державного архіву друку, а також автоматизованого банку даних Книжкової палати України для збереження поточних і ретроспективних баз даних державної бібліографії, статистики друку, міжнародних систем стандартної нумерації видань та інших електронних масивів інформації Книжкової палати України [129; 130].

Державна установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова» була створена з метою забезпечення інтересів держави в нарощенні інтелектуального та інформаційного потенціалу; сприяння розвитку національної культури, науки, освіти, книговидавничої та бібліографічної справи; повного статистичного обліку, комплектування й зберігання всієї друкованої продукції – документальної пам'яті України; проведення книгознавчих та бібліографознавчих досліджень; створення баз даних бібліографічної інформації; видання бібліографічних покажчиків і науково-аналітичних оглядів. У своїй діяльності установа підпорядковується Державному комітетові телебачення і радіомовлення України [134; 186].

Український інститут книги (УІК) здійснює свою діяльність, реалізуючи програми, які мають на меті розвиток книговидавничої справи та популяризацію української літератури у світі. Варто зазначити, що сайт УІК недосконало функціонує і містить переважно застарілу інформацію (2019 р.). Зі Звіту Інституту про підсумки роботи у I півріччі 2019 р. відомо, що було організовано випуск книжкової продукції за програмою «Українська книга»; забезпечено функціонування та технічну підтримку Української цифрової бібліотеки; придбано книжкову продукцію для поповнення бібліотечних фондів; реалізовано програми популяризації читання, української літератури в Україні та за кордоном, зокрема організовано та проведено всеукраїнські та міжнародні заходи та ін. [197].

Головною метою та ідеєю заснування УАВК було створення для суб'єктів видавничої справи України сприятливих умов для ефективної діяльності із забезпечення населення вітчизняним духовно-матеріальним продуктом – книгою, зростання її ролі як фундаментальної складової державо- та націєутворюючих процесів, головного інструменту формування самосвідомості українського народу [216]. Незважаючи на це, на сайті організації міститься продубльована статистична інформація Книжкової палати України та Державного комітету телебачення та радіомовлення. Оригінальним є проведене «опитування учасників книжкового ринку, мета якого – визначення їхнього «самопочуття» в умовах карантину та «пандемічної» кризи». Проте якість цього опитування викликає сумніви адже як зазначають організатори, «...через недостатньо активне реагування значної частини вас, колеги, на наше прохання заповнити гугл-форму, результати дослідження не претендують на цілковиту репрезентативність...» [215].

Отже, можна зробити висновок: незважаючи на таку велику кількість установ, які мають пряме відношення до книговидавництва, державна політика на сьогодні є слабкою; окрім цього, складається враження, що самі державні організації не зацікавлені в розвитку книговидавництва, прикриваючись застарілою, продубльованою, неякісною інформацією, розміщеною на сайтах. Сьогодні також варто погодитися з думкою А. Мураховського, який зазначав, «Державна політика за останні дев'ять років XX ст. відзначилася безсистемним,

хаотичним характером і не була спрямована на забезпечення розвитку і підтримку національного книговидавання» [167].

2. Стабільна економічна ситуація, як на макро-, так і на мікрорівні, завжди позитивно впливає на будь-яку галузь економіки та є необхідною передумовою її успішного розвитку. Зокрема, інфляція та коливання валютного курсу суттєво впливають на вартість виготовлення книг та формування їх ціни для населення, отже на об'єми споживання цього товару.

Економічна ситуація в країні відповідно впливає на загальний настрій населення, яке є споживачем книг. Аналіз головних страхів українців свідчить, що найбільше українці бояться економічних негараздів – зростання цін (77% опитаних), невиплати заробітної плати та пенсії (62,7% опитаних), безробіття (60% опитаних); 86% опитаних підтвердили, що їм не вистачає доходів для задоволення своїх потреб [158, с. 151].

3. Говорячи про купівельну спроможність населення як фактор безпосереднього впливу на книговидавництво пов'язаний із економічною ситуацією на мікро- та мікрорівнях, варто зазначити, що станом на січень 2018 р. п'ятірку країн із найвищим рівнем купівельної спроможності складала: Китай, США, Індія, Японія, та Німеччина. У цьому рейтингу із 227 країн Україна посідала 50 місце [28].

За результатами дослідження аналітичної компанії Growth from Knowledge, у 2019 р. Україна мала найнижчу в Європі купівельну спроможність на одну особу населення. До основних причин зниження купівельної спроможності слід віднести: високий рівень інфляції; зниження рівня доходів населення, у тому числі заробітної плати; підвищення вартості ЖКП; висока вартість кредитів для населення; диспропорції в доходах та заборгованості [29].

Безпосередньо на кількість куплених впливає купівельна спроможність населення. В свою чергу вартість книги включає додрукарську підготовку – 35% – 45% ціни залежно від видання (витрати на роялті, переклад, редактуру, коректуру, верстку, дизайн, текстуальне й візуальне оформлення) і друк – 30%–35% ціни (витрати на папір, фарбу і безпосередньо друк) [100]. Якщо середня вартість

української книги за відпускною ціною видавництва в доларовому еквіваленті у 2014 р. дорівнювала 3,3 дол. США (за валютним курсом на 1 грудня 2014 р., тобто 50 грн) [86], то вже у 2018 р. середня вартість книги становила 135 грн (у доларовому еквіваленті 4,7 дол. США) [77]. При цьому націнки книгарень становлять 50 – 150 % ціни видання. У результаті ціна книжки в книгарні стає завищеною для споживача [168].

Згідно з Постановою Кабінету Міністрів України від 11.10.2016 р. № 780 «Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення», послуги закладів культури охоплюють відвідування закладів культури (театрів, кінотеатрів, клубів, музеїв, парків, зоопарків, заповідників, цирків, музичних установ, бібліотек) 6 разів на рік та купівлю 6 книг у середньому на одну особу на рік [185]. За даними Державної служби статистики, у структурі сукупних витрат домогосподарств у 2018 р. витрати на відпочинок та культуру складали 1,8 % середньомісячного загального доходу одного домогосподарства (8308,61 грн) [125]. Тобто щомісяця в середньому домогосподарство витрачало лише 149,55 грн на відпочинок та культуру.

За даними Міністерства культури та інформаційної політики України, близько половини дорослого населення України у 2018 році не відвідали жодного культурного заходу упродовж останнього року та не прочитали жодної книжки. Серед тих, хто веде культурне життя, найбільш поширеним видом проведення дозвілля було відвідування бібліотек або книгарень – 23,2% (рис. 1.3). Можна припустити, що такий відрив від решти видів дозвілля виник через те, що відвідування бібліотеки або книжкового магазину (якщо у ньому нічого не купувати) є безкоштовним для населення.

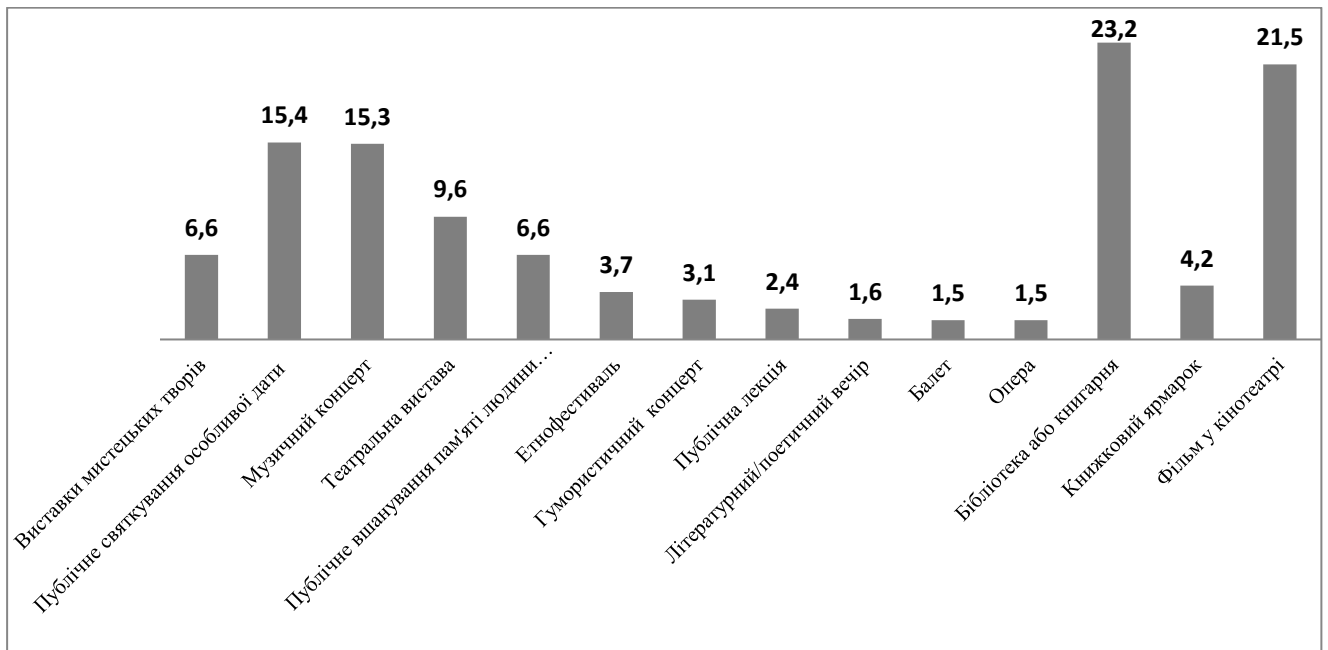


Рис. 1.3. Частка дорослого населення, яке відвідує культурні заходи, за видами заходів, 2018 р.

Джерело: сформовано автором за [143].

Підсумовуючи вищезазначене, можна зробити висновок: низький рівень життя в країні призводить до того, що населення може собі дозволити купувати лише найнеобхідніші товари відповідно до рівня заробітної плати або ж доходу домогосподарств, а серед культурних заходів перевага надається тим, які є бюджетними або ж безкоштовними.

4. Наразі інноваційні технології становлять реальну загрозу книзі у боротьбі за споживача. Електронні ресурси та гаджети як засоби для проведення дозвілля, отримали беззаперечну першість серед населення. Розважальні вебресурси, соціальні мережі, колективні ігри онлайн та ін. призвели до того, що читання як процес проведення дозвілля, стало менш актуальним серед населення. Сучасний процес розвитку книговидавництва відбувається в період стрибкоподібного науково-технічного прогресу, який охопив усі сфери господарювання, що призвело до появи нового різновиду економіки – digital economy, тобто цифрової економіки. Усі її компоненти – інформаційно-комуніційні технології, цифрове виробництво, електронна торгівля тощо – спрямовані на спрощення повсякденного життя людини. Не є винятком і книжкове середовище. Стало зрозуміло, що друкована

книга – це вже не єдине джерело інформації, тому й нагальність у відвідуванні бібліотек населенням поступила електронним джерелам інформації. У зв'язку з цим книговидавнича галузь теж змушена була цифровізуватись, пропонуючи споживачу аудіо- та електронні книги, а також електронні платформи для їх продажу. У світовій бібліополюстиці (книжковій торгівлі) яскравим представником digital-економіки є онлайн магазин Amazon – перший книжковий магазин у віртуальному середовищі. У 2017 р. його дохід від продажу книг становив 5,25 млрд дол США, що дорівнює 7% загального прибутку магазину [4]. В Україні відлунням digital-економіки стали онлайн-платформи книжкових магазинів, найбільші з яких – Yakaboo, Kniging, «Букля», Bookzone та ін.

5. Досліджуючи ринкові тренди як фактор впливу на книговидавничу галузь, необхідно розглянути купівельну поведінку читача, яка безпосередньо впливає на асортимент галузі. У світовій книжковій торгівлі видання, яке у своєму напрямі вважається одним із найкраще продаваних за певний проміжок часу, називають бестселером. У це поняття закладено оцінку критиків, рейтингових сайтів або ж авторитетних видань (наприклад, щотижневої американської газети The New York Times), а також читацький попит на видання, який часто суперечить думці критиків. З цього випливає, що читач на полиці з книгами за однаковою ціною надасть перевагу виданню автора бестселерів. Така сама тенденція притаманна і видавцям, безпрограшним варіантом для яких є перегляд списків бестселерів. Видавцю вигідніше витратити додаткові кошти на отримання прав на переклад та друк закордонного автора бестселерів, ніж на просування маловідомого автора. Потрібно враховувати й те, що у різних країнах у списках бестселерів, цілком ймовірно, можуть траплятись одні й ті самі видання, а це вже заздалегідь забезпечує успіх (однак при цьому варто враховувати, що в кожній країні може бути свій перелік). Наприклад, у 2015 р. у Франції, Німеччині, Швеції, Великій Британії та США у списках бестселерів більшість книг були національними, проте кожен із цих списків мав у своєму переліку спільні книги, а саме: Д. Лагеркранц «Дівчина в павутинні» (серія «Мілленіум»), П. Гоукінз «Дівчина в потягу» та Е. Л. Джеймс «Грей. Крістіан Грей про п'ятдесят відтінків»

(продовження циклу романів «50 відтінків сірого») [70]. Саме ці книги згодом здобули світову популярність, у тому числі й в Україні. Однак є книги, що здобули неймовірну популярність на усіх континентах. Так, книга «Гаррі Поттер і напівкровний принц» із серії Дж. Роулінг побачила світ з початковим тиражем 10,8 млн од., що є рекордним у світовому книговидавництві, а тираж усіх частин цієї серії у 2014 р. становив 450 млн екземплярів. Ці книги були перекладені на 62 мови і здобули односторонню підтримку серед критиків, так і читацької аудиторії. В Україні у 2007 р. видавництво «А-Ба-Ба-Га-Ла-Ма-Га» видало останню книгу поттеріани Дж. Роулінг тиражем 150 тис. примірників. Саме український переклад останньої із серії книжки про Гаррі Поттера вийшов першим у світі, що свідчить про конкурентні переваги вітчизняних видавців. На противагу зазначеному, провокаційна серія «50 відтінків сірого» Е. Л. Джеймс, яка отримала від критиків здебільшого негативні відгуки, а читацька аудиторія розділилась у думках від радикального несприйняття й обурення до захоплення та втілення деяких сюжетних описів у реальному житті, побила рекорд з реалізації. Так, у Великій Британії книга розійшлася тиражем у 5,3 млн екземплярів, а у США всього за вісім місяців було продано 70 млн од. [200]. В Україні ця трилогія теж набула значної популярності, але дані щодо кількості проданих примірників невідомі.

У зв'язку з цим виникає питання щодо повноти статистичної звітності у сфері книговидавництва, адже обсяги тиражів аж ніяк не свідчать про такі самі обсяги продажу. Робити висновок про успішний продаж можна лише із повідомлень про аномальні щоденні продажі, щотижневі підсумки продажів або ж з інформації про перевидання. Це актуально у випадку літературно-художніх, довідкових, дитячих, релігійних видань, однак не для наукових, офіційних, громадсько-політичних видань, у яких із часом інформація втрачає актуальність і видавці змушені їх перевидати.

6. Книжкове піратство, тобто безкоштовне завантаження та використання неліцензійних версій друкованої продукції є глобальною проблемою для розвитку галузі. Головними причинами його поширення є низька купівельна спроможність населення та стрімкий розвиток електронних технологій.

В умовах ринкової економіки будь-яка праця повинна оплачуватися, але за недосконалої державної політики у сфері авторського права та через неслабку контрольованість інтернет-середовища все більше читачів звертаються саме до неліцензованих книгозбірень, що призводить до зниження рівня продажів як у традиційних, так і в онлайн-магазинах. Технічний прогрес зробив крадіжку авторського матеріалу більш простою та значно розширив масштаби поширення несанкціонованого матеріалу [40]. За таких умов доступний не лише передрук, а й електронні копії видань, які незахищені в мережі від завантажень.

У 2011 р. було оприлюднено дослідження, згідно з яким піратськими книгами користуються близько 1,3 млрд людей у всьому світі [42]. З тих пір ситуація вочевидь погіршилася. Опитування Entertainment Media Research показало, що 36 % британців, які мають у своєму розпорядженні планшет, та 29 % британців з електронними «читалками» планують у наступному році завантажити книги, не заплативши за них [47]. За результатами дослідження Bookseller було підраховано, що в Німеччині 60 % електронних книг завантажуються нелегально, при цьому в країні за використання піратського продукту існує достатньо жорстке покарання – до трьох років позбавлення волі або ж великі штрафні та судові витрати [42].

Піратство на книжковому ринку України також увійшло в активну фазу. Паперові книжки копіюються та незаконно друкуються в офіційних типографіях, але глобальною загрозою є електронне піратство. Використовуючи соціальні мережі та канали зв'язку, користувачі організовують збирання коштів на копіювання та поширення піратських копій видань. Зважаючи на купівельну спроможність населення, середню вартість книги та кількість коштів, що витрачається домогосподарством на культуру та відпочинок, активність поширення піратства не викликає здивування, водночас свідчить про зацікавленість населення у книзі та матеріальну неспроможність придбати книгу легально.

7. Необхідність стимуляції зацікавленості населення в читанні зумовлена не лише потребою підтримки видавничої діяльності, а й важливістю читання для

здоров'я населення. Так, у 2013 р. у журналі *Neurology* було оприлюднено статтю, у якій команда вчених ще раз підтвердила користь читання. Дослідивши роботу мозку 294-х учасників, учені дійшли висновку, що ті особи, які полюбляли читати, мали менший спад пам'яті порівняно з тими, хто не надавав перевагу читанню в дозвіллевій діяльності [67].

У 2016 р. дослідники Єльського університету, вивчивши особливості 3635 осіб старше 50 років, виявили, що ті, хто читають книги хоча б по 30 хвилин на день, живуть у середньому на 23 місяці довше, ніж ті, хто взагалі не читає або читає лише журнали [2].

Водночас, за даними багаторічного дослідження Інституту соціології НАН України кількість тих, хто читав художню літературу, в Україні зменшилася з 38 % у 1994 р. до 21 % у 2010 р., а відвідування бібліотек відповідно із 7 % до 4 % [93].

У рамках проєкту *Ukrainian Reading and Publishing Data2018* було з'ясовано, що 11 % українців читають книги щодня, 17% – кілька разів на тиждень, 20 % – кілька разів на місяць, 21 % – декілька разів на рік, а 31 % відповіли, що взагалі не читають книги [76].

У 2019 р. компанія *Research & Branding Group* провела аналіз читання українців. Згідно з результатами аналізу регулярно читають книги 43 % українців, узагалі не читають книг 57 %. Жінки читають книги частіше, ніж чоловіки – 47 % проти 38 %. Найбільше читає молодь – 51 %, найменше – громадяни передпенсійного та пенсійного віку – 39 %. Люди, що мають вищу освіту, читають частіше (56 %), ніж люди, що мають середню чи неповну вищу освіту (30%). Станом на 2019 р. у середньому українець прочитував 9 книг на рік, це на дві книги більше, ніж було у 2017 р. [205].

Варто зазначити, що наразі в Україні триває розробка стратегії промоції читання, яка спрямована в першу чергу на підняття соціального статусу читання, поширення моди на читання літератури, співпрацю бібліотек та видавців з бізнесом, з метою мотивувати запуск власних корпоративних проєктів, пов'язаних із читанням, у рамках соціальної відповідальності бізнесу.

8. Характерною рисою сучасного буття є те, що суспільство частіше віддає перевагу альтернативним джерелам, а не книгам як з-поміж видів дозвілля, так і серед способів отримання інформації.

Так, за підсумками дослідження у рамках проєкту Ukrainian Reading and Publishing Data2018, найбільш поширеним різновидом дозвілля серед населення України є перегляд телевізійних передач – 58 % респондентів дивляться телевізор щодня. Друге та третє місця за популярністю поділяють читання ЗМІ (у тому числі інтернет-ЗМІ) та активність у соціальних мережах (відповідно 31 % і 30 % респондентів роблять це щодня). На четвертому місці – слухання радіо (22 %). І лише на п'ятому місці – читання книжок (11 % читають щодня) [77].

У 2020 р. британська компанія Global Web Index провела опитування близько 4000 інтернет-користувачів різних вікових категорій у США та Великій Британії, щоб з'ясувати, як спалах COVID-19 змінив спосіб споживання інформації (зокрема, спосіб проведення дозвілля). У результаті було з'ясовано, що найпопулярнішими способами є перегляд телебачення, перегляд онлайн-телебачення/стріми, відеоігри, музичні стріми, читання онлайн-преси, читання книг (рис. 1.4).

Дані рис. 1.4 свідчать, що у США та Великій Британії книговидавництво залишається конкурентоздатною галуззю, Популярність читання в цих країнах підтримується активною державною політикою, рекламними кампаніями видавництв, відкритістю видавців, організацією грандіозних книжкових виставок тощо.

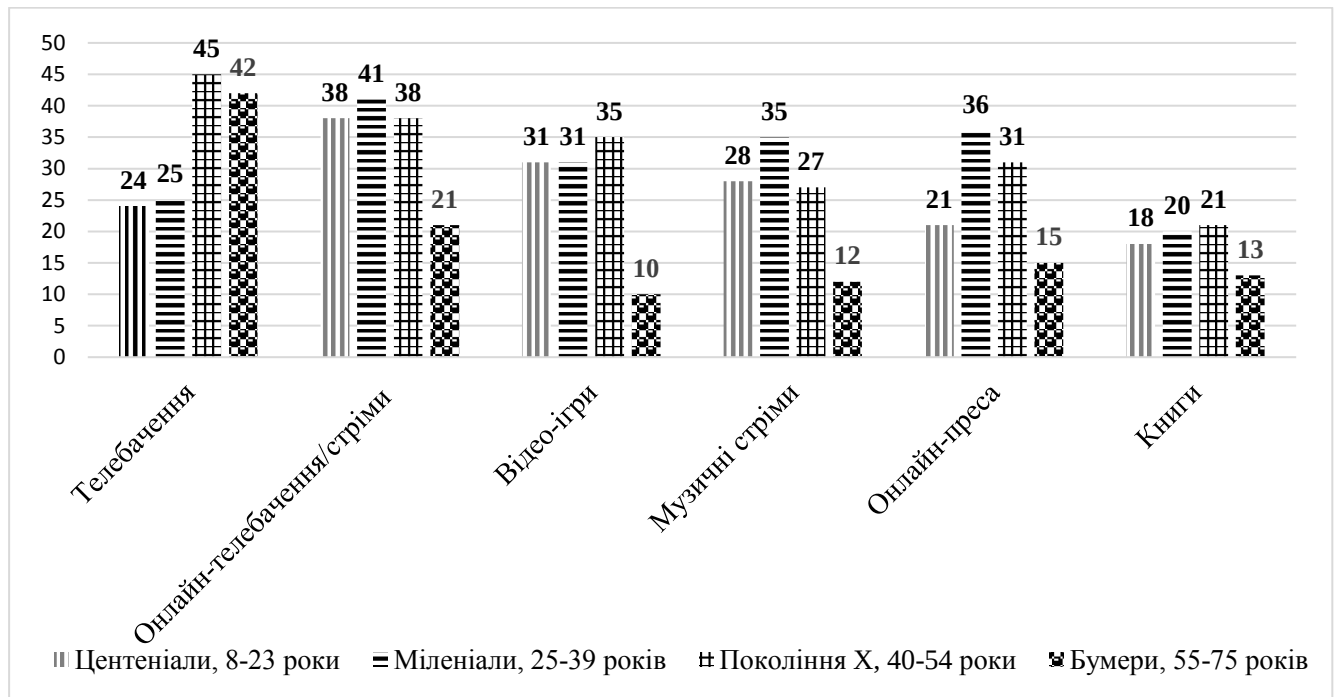


Рис. 1.4. Найпопулярніші способи споживання інформації або проведення дозвілля, %

Джерело: побудовано автором за [48].

Дані рис. 1.4 свідчать, що книговидавництво залишається конкурентоздатною галуззю США та Великої Британії, а популярність читання в цих країнах підтримується активною державною політикою, рекламними кампаніями видавництв, відкритістю видавців, організацією грандіозних книжкових виставок тощо.

Викладене вище дозволяє окреслити тенденції, проблеми та перспективи розвитку вітчизняного книговидавництва (рис. 1.5).



Рис. 1.5. Тенденції, проблеми та перспективи розвитку книговидання в Україні.

Джерело: авторська розробка.

Рис. 1.5 свідчить, що вітчизняне книговидавництво орієнтується на закордонні тенденції та попри наявні проблеми намагається досягти тих перспектив, які для провідних закордонних видавців наразі є вже реальними.

Проведене дослідження показало, що вітчизняне книговидавництво сьогодні перебуває у критичному стані, однією з головних причин якого є недосконалість та низька ефективність роботи державних організацій, відповідальних за функціонування книговидавництва.

Книговидавництво в Україні, як вид економічної діяльності та об'єкт статистики культури потребує комплексного дослідження наявної статистичної звітності, сучасних тенденцій її вдосконалення та об'єктивної кількісної оцінки стану цієї галузі з подальшими напрацюваннями пропозицій щодо вдосконалення розвитку книговидання в сучасних умовах.

1.2. Нормативно-правове забезпечення книговидавництва

Забезпечення сталого розвитку будь-якої галузі, у тому числі й книговидавничої, потребує визначення чітких пріоритетів розвитку, що неможливе без якісного нормативно-правового забезпечення.

За визначенням А. Мураховського, «державна політика в галузі книговидання – це комплекс взаємозв'язаних заходів (соціальних, економічних, правових, матеріально-технічних та ін.), спрямованих на регулювання і управління у сфері книговиробництва, книгорозповсюдження і споживання книги в умовах формування книжкового ринку й інформатизації суспільства, а також на повне й усебічне задоволення громадських і державних потреб у книжковій продукції» [168].

Управління видавничою справою здійснюють Кабінет Міністрів України, Міністерство культури та інформаційної політики і ряд державних установ різного підпорядкування (рис. 1.6).



Рис. 1.6. Апарат управління видавничою справою.

Джерело: авторська розробка

Згідно із Законом України «Про Кабінет Міністрів України», серед основних завдань Кабінету Міністрів України здійснення внутрішньої та зовнішньої політики держави; створення сприятливих умов для вільного і всебічного розвитку особистості; забезпечення політики у сферах праці та зайнятості населення, соціального захисту, охорони здоров'я, освіти, науки і

культури, охорони природи, екологічної безпеки і природокористування; розроблення і виконання загальнодержавних програм економічного, науково-технічного, соціального, культурного розвитку, охорони довкілля, а також розроблення, затвердження і виконання інших державних цільових програм, спрямування та координація роботи міністерств, інших органів виконавчої влади, здійснення контролю за їх діяльністю [190].

Реалізацією проєктів, виконанням плану розвитку книговидавництва, поданням пропозицій до розгляду вищими органами влади, популяризацією читання та збиранням даних, що характеризують актуальний стан книговидання в Україні, займаються Державний комітет телебачення та радіомовлення, ДУ «Український інститут книги» та ДНУ «Книжкова палата України імені Івана Федорова». Для цього дані установи та державні органи зобов'язані виконувати ряд функцій та завдань з метою забезпечення функціонування видавничої справи в Україні (Додаток А).

Окрім зазначених державних установ, в Україні, як і у більшості країн світу, існує благодійна організація «Українська Асоціація Видавців та Книгорозповсюджувачів», яка, згідно з інформацією з її головного сайту, «займається створенням законодавчо-нормативного поля, створенням для суб'єктів видавничої справи України сприятливих умов для ефективної діяльності із забезпечення населення вітчизняним духовно-матеріальним продуктом – книгою, головного інструменту формування самосвідомості українського народу, а також представляє інтереси суб'єктів видавничої галузі в центральних органах законодавчої та виконавчої влади і на місцевому рівні у більшості областей України, організовує національні книжкові форуми, конференції» [216].

Вітчизняне книговидання в Україні регулюється такими основними законами та нормативно-правовими актами:

- Конституцією України;
- Цивільним кодексом України;
- Законом України «Про інформацію» від 2. 10. 1992 р. № 2657-XII, у редакції від 03.12.2019 р.;

- Законом України «Про видавничу справу» від 5. 06. 1997 р. № 318/97-ВР, у редакції від 20.09.2019 р.;
- Законом України «Про авторське право і суміжні права» від 23. 12. 1993 р. № 3792-XII, у редакції від 02.10.2018 р.;
- Законом України «Про обов’язковий примірник документів» від 9. 04. 1999 р. № 595-XIV, у редакції від 16.10.2020 р.;
- Законом України «Про державну підтримку книговидавничої справи України» від 6. 03. 2003 р. № 601-IV, у редакції від 16.10.2020 р.;
- Законом України «Про внесення змін до деяких законів України щодо обмеження доступу на український ринок іноземної друкованої продукції антиукраїнського змісту» від 8. 12. 2016 р. № 1780-VIII;
- постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку формування державного замовлення на випуск видавничої продукції та її розповсюдження» від 12. 09. 2012 р. № 850 у редакції від 14.11.2019 р.;
- постановою Кабінету Міністрів України «Про норматив і порядок відрахування до загального фонду Державного бюджету України частини прибутку (доходу) державними некорпоратизованими та корпоратизованими, казенними підприємствами та їх об’єднаннями» від 22. 04. 2003 р. № 557 у редакції від 29. 12. 2003 р.

Статтею 34 Конституції України закріплено: «Кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір». Згідно зі ст. 54 Конституції України, громадянам «...гарантується свобода літературної, художньої, наукової і технічної творчості, захист інтелектуальної власності, їхніх авторських прав, моральних і матеріальних інтересів, що виникають у зв’язку з різними видами інтелектуальної діяльності. Кожний громадянин має право на результати своєї інтелектуальної, творчої діяльності; ніхто не може використовувати або поширювати їх без його згоди, за винятками, встановленими законом» [155].

Відносини щодо створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорони й захисту інформації регулюються Законом України «Про інформацію». Згідно з цим Законом, термін «інформація» трактується як «...будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді», а «захист інформації – сукупність правових, адміністративних, організаційних, технічних та інших заходів, що забезпечують збереження, цілісність інформації та належний порядок доступу до неї» [189]. Статтею 3 «Державна інформаційна політика» визначено її основні напрями, серед яких: забезпечення доступу кожного до інформації; забезпечення рівних можливостей щодо створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорони, захисту інформації; створення умов для формування в Україні інформаційного суспільства; забезпечення відкритості та прозорості діяльності суб'єктів владних повноважень; створення інформаційних систем і мереж інформації; розвиток електронного урядування; постійне оновлення, збагачення та зберігання національних інформаційних ресурсів; забезпечення інформаційної безпеки України; сприяння міжнародній співпраці в інформаційній сфері та входженню України до світового інформаційного простору [189].

На думку І. Мельник, «нерозвиненість вітчизняного книжкового ринку значною мірою пов'язана із запізнілим ухваленням законодавчих актів щодо поліпшення стану книговидавництва» [161]. Так, лише у 1997 р. було прийнято Закон України «Про видавничу справу» [181]. Це своєю чергою, є однією з причин того, що в Україні досі діє пострадянська модель розвитку видавничої галузі, коли управління нею здійснюють переважно державні інституції, а патронують кілька відомств. Зазначимо, що зазначений вище Закон «...визначає загальні засади видавничої справи, регулює порядок організації та провадження видавничої діяльності, розповсюдження видавничої продукції, умови взаємовідносин і функціонування суб'єктів видавничої справи. Відповідно до Конституції України цей Закон покликаний сприяти національно-культурному розвитку українського народу, громадян України всіх національностей, утвердженню його духовності та

моралі, доступу членів суспільства до загальнолюдських цінностей, захисту прав та інтересів авторів, видавців, виготовлювачів, розповсюджувачів і споживачів видавничої продукції» [181]. У Законі «Про видавничу справу» трактуються основні терміни та визначення, які стосуються видавничої галузі в цілому, зокрема, розмежовано поняття «видавнича діяльність» та «видавнича справа». Так, перша визначається як «...організаційно-творча, господарсько-виробнича діяльність видавців, спрямована на підготовку і випуск у світ видавничої продукції», а друга – як «...провадження або поєднання суб'єктами господарювання таких видів діяльності: видавничої діяльності, виготовлення видавничої продукції, розповсюдження видавничої продукції» [181].

У Законі «Про видавничу справу» зазначається: «Державна політика у видавничій справі може конкретизуватися і коригуватися в законах України на основі вивчення ринку видавничої продукції, аналізу потреб, попиту і пропозицій з урахуванням державної статистики друку» [181]. Разом з тим, як зазначалося раніше, комплексного систематичного аналізу потреб, попиту та пропозицій як читачів, так і видавців в Україні давно не проводилося, а перші зміни до Закону були внесені лише у 2002 р. і стосувалися основних функцій КПУ, а у 2020 р. щодо ввезення з території держави-агресора, тимчасово окупованої території України видавничої продукції, що може бути розповсюджена на території України [182].

Для забезпечення сталого розвитку книговидання важливим є нормативно-правове підґрунтя у сфері авторського права. Більшість норм авторського права на інтелектуальну власність містяться в книзі четвертій Цивільного кодексу України (ЦКУ) – «Право інтелектуальної власності», де викладено загальні положення про право, основні норми авторського права, суміжних прав, права інтелектуальної власності на наукове відкриття, винахід, корисну модель, промисловий зразок, раціоналізаторську пропозицію, компонування інтегральної мікросхеми, сорт рослин, породи тварин, а також торгову марку (знак для товарів і послуг), географічну вказівку і комерційну таємницю [222].

Ст. 418 гл. 35 кн. 4 ЦКУ визначає право інтелектуальної власності як «право особи на результат інтелектуальної, творчої діяльності або на інший об'єкт

права інтелектуальної власності, визначений цим Кодексом та іншим законом». Об'єктами права інтелектуальної власності, згідно із ЦКУ, є: літературні та художні твори; комп'ютерні програми; компіляції даних (бази даних); фонограми, відеограми, передачі (програми) організацій мовлення; наукові відкриття; винаходи, корисні моделі, промислові зразки; компонування (топографії) інтегральних мікросхем; раціоналізаторські пропозиції; сорти рослин, породи тварин; комерційні (фірмові) найменування, торговельні марки (знаки для товарів і послуг), географічні зазначення; комерційні таємниці [222].

ЦКУ визнаються такі порушення права інтелектуальної власності: піратство, плагіат, підроблення, зміна інформації тощо. У ст. 439 гл. 35 кн. 4 ЦКУ йдеться про те, що «автор має право протидіяти будь-якому перекрученню, спотворенню або іншій зміні твору чи будь-якому іншому посяганню на твір, що може зашкодити честі та репутації автора, а також супроводженню твору без його згоди ілюстраціями, передмовами, післямовами, коментарями тощо». Покарання за порушення прав інтелектуальної власності, а саме «застосування негайних заходів щодо запобігання порушенню права інтелектуальної власності та збереження відповідних доказів» передбачено ст. 432 гл. 35 кн. 4 ЦКУ [222].

В Україні особистісні немайнові права і майнові права авторів та їх правонаступників, пов'язані зі створенням та використанням творів науки, літератури і мистецтва, охороняє Закон України «Про авторське право і суміжні права» [179]. З розвитком цифрових технологій надважливою для видавців є тема порушення авторського права в мережі Інтернет, тобто піратство, зокрема книжкове інтернет-піратство. У цьому Законі термін «піратство» у сфері авторського права і (або) суміжних прав трактується як «опублікування, відтворення, ввезення на митну територію України, вивезення з митної території України і розповсюдження контрафактних примірників творів (у тому числі комп'ютерних програм і баз даних), фонограм, відеограм, незаконне оприлюднення програм організацій мовлення, камкординг, кардшейрінг, а також Інтернет-піратство, тобто вчинення будь-яких дій, які відповідно до цієї статті визнаються порушенням авторського права і (або) суміжних прав з використанням

мережі Інтернет». Порядок захисту авторського права і (або) суміжних прав, визначений Законом, застосовується до відносин, пов'язаних з використанням аудіовізуальних творів, музичних творів, комп'ютерних програм, відеограм, фонограм, передач (програм) організацій мовлення, водночас про книги в ньому не йдеться.

Основою забезпечення якісного обліку книжкової справи є обов'язковий примірник документа, що характеризує національний інформаційний фонд України, служить джерелом національної бібліографії та слугує підґрунтям для статистичного обліку видань [193]. Тобто «видавець зобов'язаний передати обов'язковий примірник книги, яку він видав, до Книжкової палати України, національних, у тому числі спеціалізованих, бібліотек, Верховній Раді України, Президентові України, Кабінетові Міністрів України, центральному органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державної реєстрації друкованих засобів масової інформації, та центральному органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у видавничій сфері» [193]. Виконання цієї процедури регулюється цитованим вище Законом України «Про обов'язковий примірник документів» та постановою Кабінету Міністрів України «Про порядок доставляння обов'язкових примірників документів» [195]. Однак О. Афонін та Н. Петрова зазначають, що «щорічно «Книжкова палата України імені Івана Федорова» та інші одержувачі недоотримують від видавців 5–10% обов'язкових примірників. Тим часом ЮНЕСКО розцінює відсутність навіть більше 2% як втрату національного надбання» [88].

У ст. 5 Закону України «Про державну підтримку книговидавничої справи України» зазначається: «Державна політика у книговидавничій справі ґрунтується на визнанні духовної, науково-освітньої і культурно-творчої функції книги в суспільстві та на принципах дотримання свободи у книговидавничій справі, протидії її монополізації, зміцнення матеріально-технічних, організаційних, правових і наукових засад книговидавничої справи, гарантії соціального і правового захисту її працівників. Державна політика у книговидавничій справі спрямовується на підтримку розвитку національного книговидання, задоволення

духовних, освітніх і культурних потреб Українського народу за допомогою книг. Державна політика у книговидавничій справі відповідно до поставленої мети здійснюється шляхом податкового, митного, валютного та інших видів регулювання, а також шляхом підтримки проєктів у сфері книговидавничої справи» [183].

Також цей Закон регулює діяльність Українського інституту книги (статті 7–12). Зокрема, в Законі визначено, що «Український інститут книги здійснює відбір проєктів відповідно до порядку проведення конкурсного відбору проєктів, що реалізуються за підтримки Українського інституту книги, затвердженого центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах культури та мистецтв, у якому визначаються вимоги до відповідних проєктів та отримувачів коштів, мінімальна та максимальна сума гранту для підтримки відповідних проєктів; критерії конкурсного відбору проєктів, етапи його проведення, процедура визначення переможців, підстави для надання або відмови у наданні фінансування. Рішення про надання гранту для підтримки проєкту приймається наглядовою радою Українського інституту книги» [183].

Важливими для підтримки книговидавництва є норми перехідних положень Податкового кодексу України (п. 18 підрозд. 4 розд. XX) [122], якими відповідно до Закону України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» від 06 березня 2003 р. № 601-IV [183] було надано пільги підприємствам галузі, зокрема, для видавців податок на додану вартість було скасовано, при цьому платники податків, прибуток (дохід) яких повністю та/або частково звільняється від оподаткування, повинні вести окремий облік пільгової діяльності (тобто окремо за пільговою діяльністю обліковувати «пільгові» доходи, «пільгові» витрати та «пільгові» амортизаційні відрахування). Ця пільга є стандартною для багатьох країн, у тому числі Аргентини, Бразилії, Ірландії, Англії, Норвегії, Росії та ін.. Водночас І. Мельник акцентує, що за постановою Кабінету Міністрів України від 22.04. 2003 р. № 557 державні видавництва, сплачують до бюджету 15 % частини чистого прибутку (дивіденди), на які нараховується ще 25 % авансових платежів у

рахунок податку з прибутку, на який, здавалося б, державні видавництва мають пільги [161].

Завдяки Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо обмеження доступу на український ринок іноземної друкованої продукції антиукраїнського змісту» від 08.12.2016 р. № 1780-VIII вдалося значно зменшити вміст російської книги на українських книжкових ринках, розширити україномовний асортимент, що призвело до збільшення попиту на вітчизняну книгу [182]. Підтвердженням цього є показники динаміки кількості книг та брошур українською та російською мовами протягом 2008-2019 рр. (рис. 1.7).

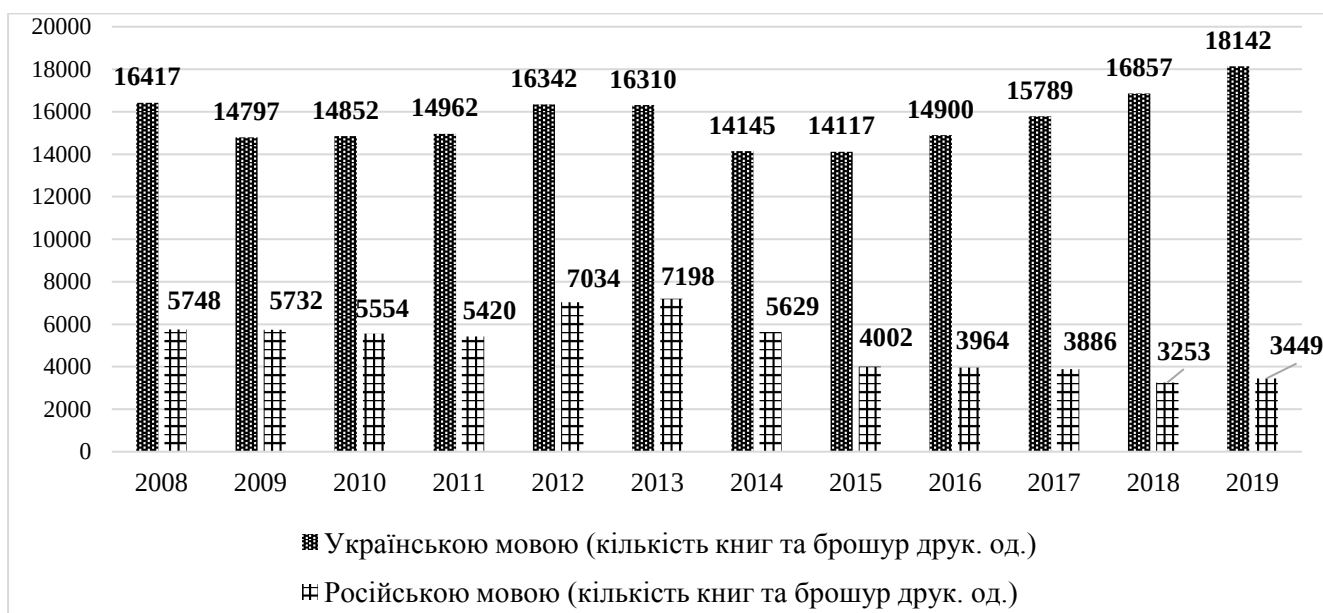


Рис. 1.7. Динаміка кількості книг та брошур українською та російською мовами, 2008 –2019 рр., друк. од.

Джерело: сформовано автором за [120].

З рис. 1.7 видно, що протягом 2008-2014 рр. книги російською мовою займали значну частину (близько чверті) вітчизняного книжкового ринку. Починаючи з 2014 р., спостерігається суттєве зменшення кількості книг російською мовою, водночас слід зважити на загальне зменшення обсягів книговидавання у 2014-2015 рр.

Не менш важливою характеристикою для вітчизняного книговидавання є дані про тиражі друкованих одиниць за мовною ознакою (рис. 1.8).

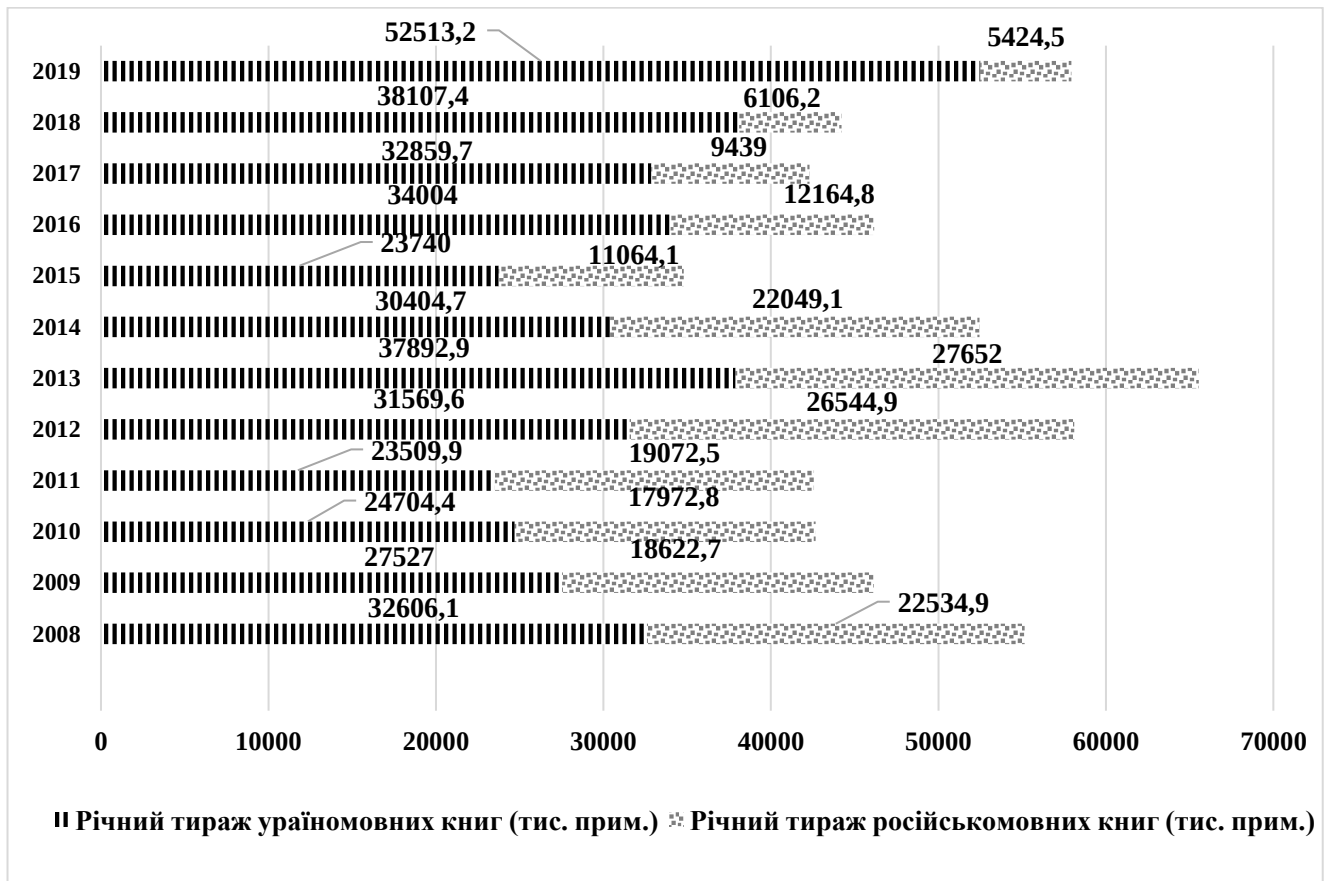


Рис. 1.8. Динаміка тиражів книг українською та російською мовами, 2008-2019рр., тис. примірників

Джерело: згруповано автором за [120].

Наведені в табл. 1.1 дані щодо частки друкованих одиниць і тиражів російською мовою на вітчизняному книжковому ринку за 2008-2019 рр. свідчать, що частка друкованих одиниць російською мовою, яка у 2008-2014 рр. складала близько чверті ринку, проте уже з 2015 р. почала поступово зменшуватися і у 2018-2019 рр. дорівнювала 14 %. Щодо частки тиражу, то у 2012 р. книги російською мовою займали 43% українського книжкового ринку, однак уже у 2015 р. ця частка зменшилася до 30%, а станом на кінець 2019 р. впала до 9%.

Таблиця 1.1

Частки друкованих одиниць і тиражів книг російською та українською мовами,
Україна, 2008-2019 рр.

(%)

Рік	Частка друк. од. українською мовою	Частка тиражу книг українською мовою	Частка друк. од. російською мовою	Частка тиражу книг російською мовою
2008	61,7	56,0	24,0	39,0
2009	66,5	56,7	25,0	38,0
2010	66,0	54,8	25,0	40,0
2011	65,0	50,4	24,0	41,0
2012	63,0	50,8	27,0	43,0
2013	62,0	54,4	27,0	40,0
2014	64,0	55,0	26,0	40,0
2015	70,7	65,2	20,0	30,0
2016	70,0	69,4	19,0	25,0
2017	71,0	72,8	18,0	21,0
2018	74,5	81,	14,0	13,0
2019	74,3	85,7	14,0	9,0

Джерело: розраховано автором за [120].

З огляду на наведене можна стверджувати, що вітчизняний книжковий ринок позитивно відреагував на державну підтримку українського книговидавництва шляхом обмеження доступу на український ринок іноземної друкованої продукції антиукраїнського змісту. Прийняття відповідного Закону України сприяло збільшенню як кількості друкованих одиниць і тиражу українською мовою, так і їх частки на ринку.

За словами генерального директора видавництва «Ранок» В. Круглова, у зв'язку зі збільшенням книговидавання українською мовою, з'явилася нова проблема – відсутність потужної перекладацької школи за різними науковими напрямками [159], адже в Україні окрім книг російською мовою, друкують також книги англійською, румунською, угорською, польською, німецькою та іншими мовами світу.

Погоджуючись зі словами В. Круглова та зважаючи на мовне різноманіття книгодрукування в Україні, варто також зауважити, що, окрім перекладацької

школи, галузь має бути забезпечена редакторами та коректорами за різними науковими напрямками. Так, у 2019 р. в Україні було здійснено переклади 23 мовами світу (табл. 1.2). Найбільше книг було опубліковано кількома мовами народів світу, англійською та румунською.

Таблиця 1.2

Випуск книг і брошур за мовами народів світу, 2019¹

Мова видання	Кількість видань, (друк. од.)	Тираж, (тис. пр.)
Азербайджанська	1	0,1
Англійська	582	1431,3
Арабська	5	1,5
Білоруська	1	0,1
Болгарська	3	3,7
Гагаузька	3	0,5
Грецька	4	2,1
Давньогрецька	1	0,1
Іврит	1	0,3
Іспанська	3	4,3
Італійська	5	1,6
Кримськотатарська	4	1,2
Молдавська	8	2,6
Німецька	28	60,7
Польська	33	27,8
Румунська	56	96,0
Русинська	3	1,2
Словацька	3	0,7
Старослов'янська	2	1,3
Угорська	33	37,9
Французька	8	7,8
Чеська	1	0,3
Японська	1	0,2
Кількома мовами народів світу	2036	1629,6

Джерело: [120].

В аналітичній записці Національного інституту стратегічних досліджень зазначається, що «ринок книжкової продукції являє собою не лише складову

¹ Дані про видання книг російською мовою були проаналізовані вище.

ринкової системи кожної країни, але також складову її системи гуманітарної безпеки. З огляду на гібридну агресію, яку здійснює РФ проти незалежної України, таке розуміння книжкового ринку набуває особливого значення в українських реаліях» [169].

Згідно з Наказом Держкомтелерадіо України від 27.02.2006 № 43 «Про реалізацію рішення колегії Держкомтелерадіо України від 23 лютого 2006 року № 2/6» від 27.02.2006 р. № 43, в Україні діяла державна видавнича програма «Українська книга», метою якої було сприяння розвитку державного книговидавництва, оновлення бібліотечних фондів та популяризація читання серед населення. Однак протягом усього періоду існування цієї програми її реалізація проходила незадовільно, що підтверджує громадська експертиза діяльності Держкомтелерадіо, проведена Інститутом Медіа Права. Щороку перелік книг, які повинна профінансувати держава, зазнає нищівної критики через необґрунтованість та непрозорість, а виконавців програми звинувачують у корумпованості та вимагають її закриття [197].

У зв'язку з цим Комітет Верховної Ради України з питань культури і духовності підтримав законопроект № 10354 «Про внесення змін до деяких законів України щодо системи державного управління у книговидавничій сфері». Передбачається, що цей закон покращить нормативне регулювання діяльності Українського інституту книги та дозволить йому реалізувати програму «Українська книга» на умовах повного фінансування або співфінансування та програму перекладів творів української літератури іншими мовами через надання грантів видавцям, а також здійснювати дослідження, спрямовані на вивчення стану книжкового ринку, читання, читацького попиту, потреби у книжкових виданнях у бібліотеках та ін. Разом з тим у законопроекті пропонується скасування норми, відповідно до якої УІК визначено державним замовником за бюджетною програмою «Випуск книжкової продукції за програмою «Українська книга» [135].

Ю. Морщавка, досліджуючи державне регулювання видавничої галузі, зазначила: «Державні інституції повинні як найактивніше стимулювати підйом конкурентоспроможності у видавничій галузі, що передбачає відповідне

інвестування у нове обладнання та сучасні технології, професійну підготовку та перепідготовку трудових ресурсів для галузі, забезпечувати розвиток діджиталізації господарських процесів, впроваджувати комплекс заходів зі стимулювання інвестиційно-інноваційної активності у національному макроекономічному середовищі. Для забезпечення стратегії розвитку видавничої галузі, державні інституції повинні активно приймати участь у підвищенні якості життя у суспільстві, що достатньо адекватно вплине на їх споживчу поведінку» [165].

Україна є також учасницею міжнародних договорів, які регулюють правовідносини в авторському праві.

Так, 17 січня 1994 р. для України набрала чинності Всесвітня конвенція про авторське право 1952 р., складена під егідою ЮНЕСКО. Ст. 1 цієї Конвенції зобов'язує Договірних держав «вжити всіх заходів, необхідних для забезпечення достатньої і ефективної охорони прав авторів і всіх інших власників авторських прав на літературні, наукові і художні твори, як-от: твори письмові, музикальні, драматичні та кінематографічні, твори живопису, графіки та скульптури» [97].

25 жовтня 1995 р. для України також набрала чинності Бернська конвенція про охорону літературних і художніх творів (Паризький Акт від 24 липня 1971 р.). Ст. 1 Конвенції акцентує увагу на такому: «Країни, до яких застосовується дійсна Конвенція, утворюють Союз для охорони прав авторів на їх літературні і художні твори» [89].

У вересні 2001 р. Україна приєдналася до Договору Всесвітньої організації інтелектуальної власності про авторське право, прийнятого Дипломатичною конференцією. Метою цього Договору є «збереження балансу між правами авторів та інтересами широкої публіки, особливо у сфері освіти, наукових досліджень і до доступу до інформації, як відображено в Бернській конвенції». У Ст. 6 Договору наголошується, що «автори літературних та художніх творів користуються виключним правом дозволяти розповсюдження серед широкої публіки оригіналу і примірників своїх творів шляхом продажу або іншої передачі права власності» [136].

Ураховуючи вищевикладене, можна стверджувати, що в Україні вже сформовано певне законодавче підґрунтя у сфері книговидавництва. Разом з цим залишається велика кількість неврегульованих питань, які потребують удосконалення відповідних нормативно-правових актів, детального вивчення, моніторингу та прийняття відповідних рішень відповідно до вимог сучасного суспільства та галузі, зокрема щодо вирішення проблем пов'язаних із урегулюванням цифрового контенту, який все більше використовується у книговидавництві.

1.3. Інформаційне забезпечення книговидавництва в Україні

Статистичну звітність у сфері видавничої справи варто розглядати насамперед із урахуванням відповідних ресурсів координатора європейської статистики – Євростату. Так, методологія збирання інформації та статистичні дані книговидавництва оприлюднюються на сайті Євростату в розділі «Культура» [23].

Статистична звітність у сфері культури постійно зазнає нищівної критики та нарікань як від міжнародних організацій (Рада Європи, ЮНЕСКО, ЮНКТАД, ОЕСР), так і від національних фахівців [50; 88]. Зважаючи на це та усвідомлюючи недосконалість статистики, як одного з базових елементів оцінки, статистичний офіс ЄС запропонував відновити розвиток статистики культури на європейському рівні шляхом створення «нової оперативної робочої групи зі статистики культури для розробки методології виробництва гармонізованих статистичних даних культури, що розглядається як пріоритетна» [17].

У 1995 р. Рада міністрів культури ЄС було ухвалила резолюцію про сприяння культурній статистиці та економічному зростанню. З цією ж метою в 1997 р. Євростат створив пілотний проєкт – Групу лідерів з гармонізації культурної статистики «LEG-Culture» (Leadership Group on Culture). За

результатами виконаних статистичних досліджень у 2002 р. було опубліковано «Звіт про культуру» [22].

У рамках цього проєкту було утворено чотири робочі групи для дослідження методології статистики культури, культурної зайнятості, фінансування культурних сфер діяльності та культурних практик. Однак цей проєкт завершився невдало, оскільки Група лідерів так і не змогла створити надійну базу гармонізованих і достовірних даних для подальших статистичних розробок та впроваджень, через неоднорідність початкових даних національних статистичних служб. Водночас завдяки цьому проєкту було окреслено поле статистики культурної діяльності (тобто удосконалено Рамку культурної статистики ЮНЕСКО) та визначено шість функцій діяльності у сфері культури, а саме: збереження, створення, виробництво, розповсюдження, торгівля (продаж) та освіта. Зокрема, Група лідерів сформувала перший шаблон регіонального опитування щодо культурної участі [22].

У 2001 та 2003 роках Робоча група Євростату зі статистики культури розробила загальні методологічні засади регулярного створення відповідної статистичної інформації. Також було розроблено методологію обстежень «Євробарометр» та визначено основні труднощі збору даних. Зокрема, ці труднощі стосувалися розподілу державного фінансування культурної сфери між управлінськими рівнями та поділу культури на основні структурні ланки. Попри це досі залишаються актуальними питання про гармонізацію та методи збору даних. Так, європейська система збору статистичних даних не здатна повністю виміряти економічний вплив творчого (культурного) сектору, а також не може врахувати його внесок у розвиток суспільства знань з погляду інновацій та розвитку людського капіталу [17].

У результаті на сьогодні єдиними статистичними даними, які можуть бути використані для дослідження сфери культури, є вироблені окремими державами-членами ЄС не гармонізовані дані, що часто містять інформацію про декілька видів економічної діяльності одночасно.

У зв'язку з цим Євростат акцентує увагу на двох основних проблемах статистичного збирання інформації щодо культурної сфери:

1. Неоднорідність статистичних організацій культури в Європі. Тобто рівень розвитку культурної статистики сильно різниться між країнами, а відповідальність за організацію цієї статистики поділена між органами різних рівнів влади (будинки культури, адміністрації, міністерства культури, статистичні інститути), які по-різному займаються збиранням статистичної інформації і з різним ступенем відповідальності ставляться до її якості.
2. Виробництво даних у різних країнах неоднорідне за методами збирання, періодичністю, межами охопленого поля та джерелами [22].

Наприкінці 2007 р. Рада міністрів культури ЄС визначила розробку гармонізованих статистичних методів у культурній сфері як важливий напрям, яким повинна займатися група європейських експертів у рамках відкритого методу координації (Open method of coordination (OMC)), що слугує механізмом координації між державами-членами, з метою забезпечення проведення національної політики на основі взаємного інтересу. Ураховуючи специфіку культурного сектору, ОМС – це своєрідний спосіб просування гармонізації статистичних даних на добровільній і гнучкій основі шляхом заохочення мереж та обміну найкращою практикою. Як зазначали у Раді міністрів культури, на статистичному рівні цей новий механізм співпраці стимулював створення нової європейської робочої групи з питань культурної статистики – мережі Європейської статистичної системи з культури (ESSnet-Culture), основними завданнями якої було визначено:

1. відновлення статистичної співпраці між європейськими державами, модернізація європейських рамок статистики культури;
2. покращення існуючої методологічної бази для розробки нової культурної статистики;
3. визначення показників, що дають можливість описувати та вивчати культуру [22].

За результатами проведеної роботи опубліковано Заключний звіт ESSnet-Culture, який характеризує культуру в цілому, містить основні методичні рекомендації щодо визначення та розмежування культурної сфери впливу з урахуванням різних європейських / міжнародних статистичних класифікацій. Згідно зі звітом, культура – це не результат функціонування одного економічного сектору, який характеризується статистичні дані про товари чи послуги з погляду виробництва чи розповсюдження. Культурна діяльність часто охоплює кілька секторів економіки (наприклад, промисловість, сферу послуг, торгівлю) [17].

Ураховуючи це, група запропонувала розробити новий методологічний підхід до оцінки зайнятості в сфері культури, поєднуючи інформацію, засновану на статистичній класифікації економічної діяльності в Європейському співтоваристві (NACE Rev. 2), з інформацією на основі Міжнародного стандарту класифікацій професій (ISCO-08) [25; 80].

У Звіті також було зазначено, що Рамка ESSnet-Культура, постійно удосконалюючись, базується на трьох концепціях (рис. 1.9), що разом утворюють Рамку ЮНЕСКО для статистики культури (рис. 1.1), а саме:

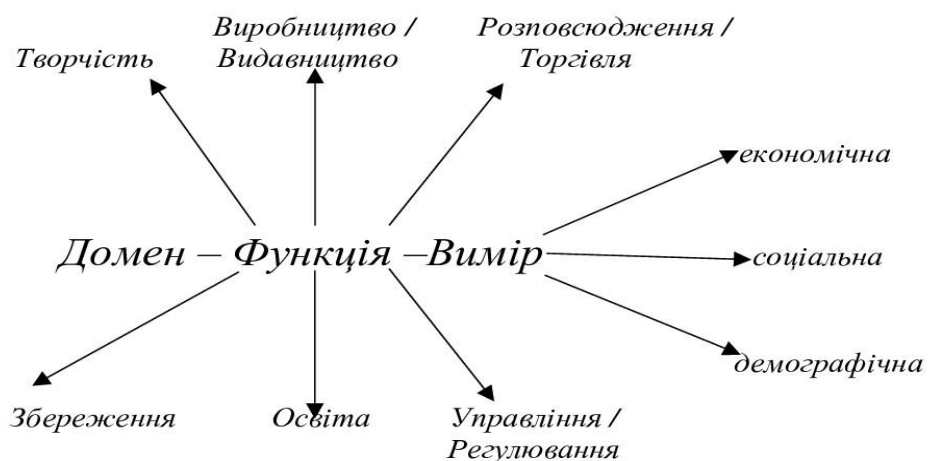


Рис. 1. 9. Концепції Рамки ЮНЕСКО для статистики культури.

Джерело: сформовано автором за [80].

Так, домени культури не підпорядковуються один одному й не поділяються на головні та другорядні, кожен із них є важливим і невід’ємним елементом культури [80].

До функцій культури відносять: творчість, виробництво / видавництво, розповсюдження / торгівлю, збереження, освіту, управління / регулювання. Ці функції базуються на економічних підходах та економічних статистичних класифікаціях, завдяки чому можна отримати обґрунтовані дані щодо культури, а взаємозв'язок функцій і доменів пояснюється належністю до виду культурної діяльності. Варто зауважити, що функції не передбачають ієрархію, тим самим дозволяючи розширювати або звужувати їх рамки відповідно до вимог часу.

Деяким із вказаних функцій культури притаманна своєрідна двоїстність. Це стосується, наприклад, функції «Виробництво / видавництво», де виробництво пов'язане з невідтворювальною діяльністю, а видавництво з відтворювальною. У випадку книжкової справи (щодо як традиційного формату книги, так і електронного) застосовують видавничу функцію, попри те, що безпосередньо поліграфічна діяльність, будучи суто культурною, разом з тим є невідтворювальною.

Двоїста суть функції «Розповсюдження / торгівля» полягає в тому, що першочерговим завданням розповсюдження є ознайомлення населення з певним видом культурного продукту, натомість у торгівлі на першому місці – комерційна сторона. Розповсюдження є притаманним для багатьох сфер культури. Так, з появою цифрових форматів відтворення інформації та мережі Інтернет музичний контент здебільшого поширюється серед населення за допомогою хостингів для безкоштовних завантажень і переглядів. У випадку книговидавництва переважає торгівля, однак розповсюдження серед населення характерне як за допомогою державних програм підтримки видавництв так і піратства.

Компоненти функції «Управління / регулювання» нерозривно пов'язані, адже управління стосується органів влади та культурних організацій, а регулювання повинно забезпечуватися завдяки спеціальним програмам, що сприяють розвитку культурної сфери.

Решта функцій – творчість, збереження й освіта – забезпечують безперервний розвиток культури, зберігаючи минуле та створюючи нове. Загалом функція «Творчість» уособлює осередки для творчої діяльності, де поєднуються всі види

культури та культурної діяльності. Функція «Збереження» охоплює всі види діяльності, що охороняють, відновлюють та підтримують культурну спадщину (музейна, архівна, бібліотечна діяльності). Функція «Освіта», або «Культурна освіта», включає всі культурні заходи, які об'єднують професіоналів, практикуючих аматорів та споживачів.

Вимір – це конкретні фактори впливу в середовищі доменів та функцій, а саме: економічна, соціальна та демографічна ситуації в тій чи іншій країні [17].

Отже, за допомогою зазначених концепцій Рамки ESSnet-Культура є можливість виявити нові джерела даних для заповнення прогалів у системі показників статистики культури. Однак, як зазначалося, досі головною проблемою культурної статистики залишається відсутність гармонізації наявних даних. Ця проблема є наслідком відмінностей у визначенні культурного поля та його меж, постійної еволюції культурного поля, що ставить під загрозу консенсус його визначення, різноманітність систем адміністрування та генерування даних для культурної статистики в рамках ЄС, виробництво неоднорідної статистичної інформації (різні методи збирання даних, періодичність, джерела даних) [22].

ЄС і досі підтримує зазначені вище цілі й завдання. Так, у 2018 р. було розроблено Робочий план з питань культури на 2019-2022 рр. (Work Plan for Culture 2019-2022), (2018/C 460/10), де окреслено такі пріоритети розвитку:

- A. Сталий розвиток культурної спадщини;
- B. Згуртованість та добробут;
- C. Екосистема, яка підтримує художників, культурних та творчих професіоналів;
- D. Гендерна рівність;
- E. Міжнародні культурні відносини [15].

Незважаючи на це, поява великої кількості нових дрібних видавничих підприємств, поглинання їх медіаконцернами, злиття та інші процеси на нестабільному ринку книгодрукування призвели до того, що статистична служба ЮНЕСКО припинила публікувати зведені дані про світову видавничу діяльність у Статистичному щорічнику ЮНЕСКО (UNESCO Statistical Yearbook). На офіційному сайті ЮНЕСКО та у друкованому збірнику наведено лише окремі

відомості деяких країн, до того ж їх публікують зі значним запізненням. Єдиним кумулятивним джерелом інформації про стан світового книговидавництва є дані Міжнародної асоціації видавців, підготовлені на основі матеріалів, наданих національними видавничими асоціаціями. Однак ці дані відкриті лише для зареєстрованих видавців або ж після оплати користувацького доступу.

Ключове значення для організації системи статистики книговидавництва має підхід до ідентифікації видань. Найстарішим та найнадійнішим ідентифікатором видань був раніше і залишається Міжнародний стандартний номер книги ((International Standard Book Number, ISBN) [43]. Розроблений у 1966 р., він і досі активно застосовується видавцями в усьому світі. В Україні офіційним представником міжнародного агентства ISBN є Книжкова палата України імені Івана Федорова.

ISBN має таку структуру:

XXX-YYY-ZZZZ-RR-Q

де XXX – префікс GS1 (префікс міжнародної неприбуткової організації, яка вивчає питання стандартизації обліку товарів та послуг і штрихового кодування логістичних одиниць, для ISBN притаманні префікси 978 або 979);

YYY – ідентифікатор мовної групи або код країни, у цьому випадку – Україна, мова – українська;

ZZZZ – ідентифікатор реєстранта (видавця), містить від 1 до 7 символів;

RR – ідентифікатор видання та формату, містить від 1 до 6 цифр;

Q – контрольна цифра, розраховується за допомогою системи Modulus 10 [44].

Отже, аналізуючи базу видань за допомогою ідентифікатора можна отримати інформацію щодо мовної ознаки, кількості видавництв, кількості виданих ними назв та орієнтовного формату. Проте зараз ці відомості не є достатньо точними, адже багато видавців недобросовісно ставляться до своєї роботи, нехтуючи рекомендаціями і не правильно або зовсім не ідентифікують свої видання (або ж дублюють номери книг). Зрозуміло, що цієї інформації для отримання якісних статистичних даних недостатньо, однак, ураховуючи її унікальність, вона б могла

стати підґрунтям для подальших удосконалень та розробок зі збирання метаданих щодо книжкової сфери в усьому світі [43].

На сьогодні облік випуску видавничої продукції здійснюється відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 9707:2008 «Інформація та документація – Статистичні дані про виробництво та розповсюдження книг, газет, періодичних видань та електронних публікацій» [45]. Цей стандарт регулює ведення національної статистики з метою отримання стандартизованої інформації про різні аспекти виробництва та розповсюдження друкованих, електронних та мікрovidань (по суті книг, газет і періодичних видань).

При статистичному вивченні вітчизняного книговидавництва як виду економічної діяльності необхідно насамперед урахувати його відображення у статистичних класифікаціях, що є одним із основних структурних елементів офіційної статистики.

Так, одним зі статистичних інструментів для впорядкування економічної інформації, забезпечення статистичного обліку підприємств і організацій за видами економічної діяльності, проведення державних статистичних спостережень економічної діяльності, аналізу статистичної інформації на макрорівні та зіставлення національної статистичної інформації з міжнародною на основі застосування єдиної статистичної термінології, статистичних одиниць і принципів визначення та зміни видів економічної діяльності підприємств і організацій є ДК 009:2010 Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД).

КВЕД гармонізована зі Статистичною класифікацією видів економічної діяльності в Європейському Співтоваристві (Statistical Classification of Economic Activities in the European Community / Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne (NACE Rev.2) [151].

Так, згідно з КВЕД, видавнича діяльність представлена у двох різних секціях (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Відображення видавничої діяльності за секціями КВЕД

Секція	Розділ	Група	Клас	Назва
G				Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів.
	47			Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами
		47.6		Роздрібна торгівля товарами культурного призначення та товарами для відпочинку в спеціалізованих магазинах.
			47.61	Роздрібна торгівля книгами в спеціалізованих магазинах.
J				Інформація та телекомунікації
	58			Видавнича діяльність
		58.1		Видання книг, періодичних видань та інша видавнича діяльність
			58.11	Видання книг
			58.12	Видання довідників і каталогів
			58.13	Видання газет
			58.14	Видання журналів і періодичних видань
			58.19	Інші види видавничої діяльності

Джерело: за даними [151].

З метою розроблення та поширення статистичної інформації за видами продукції (товарів або послуг) Державним комітетом статистики України розробила Статистичну класифікацію продукції (СКП), гармонізовану з Класифікацією продукції за видами економічної діяльності Європейського Співтовариства (Statistical Classification of Products by Activities in the European Economic Community – CPA, 2008). Основним принципом побудови СКП є опис та структурування продукції, отриманої в результаті здійснення відповідних видів економічної діяльності [208]. Поліграфічно-видавничі послуги відображені в розділі 18 секції C, розділі 46 секції G, розділі 58 секції J СКП (Додаток Б).

Відповідно до назви та профілю розділу 47 секції G КВЕД, Державна служба статистики України затвердила форму статистичної звітності №3-торг (квартальна) «Звіт про продаж і запаси товарів у торговій мережі». Ця форма

передбачає подання підприємцями даних про будь-які продовольчі та непродовольчі товари, якими торгують роздрібні торгові мережі. При цьому рядок 312 «Книги, газети та журнали» характеризує роздрібний товарооборот та запаси в торговельній мережі товарів, вироблених книговидавництвами на території України відповідно до класу 47.61 КВЕД [151].

Видавнича діяльність представлена в основному в секції J, у розділах 58 «Видавнича діяльність», 59 «Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, видання звукозаписів» та 60 «Діяльність у сфері радіомовлення та телевізійного мовлення». Ці види діяльності є суміжними з видавничою сферою.

Видавнича діяльність відповідно до розділів 58, 59 та 60 секції J КВЕД тією чи іншою мірою відображається в затверджених Держстатом трьох формах звітності: форма № 1-підприємництво (річна) «Структурне обстеження підприємств», форма № 2-інвестиції (річна) «Капітальні інвестиції, вибуття й амортизація активів» [148] та фінансовій звітності.

Так, у формі звітності «Структурне обстеження підприємств» міститься інформація про середню кількість працівників, обсяг реалізованої продукції, матеріальні витрати, запаси незавершеного виробництва, запаси готової продукції та ін. [212]. У зв'язку з тим, що сфера книговидавництва включає як надання послуг (друк, авторське право), так і виробництво товарів (книг), у рядку 417 розділу 4 форми «Розподіл матеріальних витрат і витрат на оплату послуг, використаних у виробництві продукції (товарів, послуг), за видами продукції (включаючи послуги) *(в цілому по підприємству, незалежно від здійснюваного ним виду економічної діяльності)*» міститься інформація про найменування продукції – «Деревина та вироби з деревини та корка, крім меблів (які відображають у рядку 434); Вироби із соломки та матеріалів рослинних для плетіння; Папір та вироби з паперу; Послуги з друкування та тиражування записаної інформації), а в рядку 453 – інформація, що стосується видавничих послуг – Послуги видавничі (видання друкованих та електронних книг, підручників, періодичних видань, довідників і каталогів тощо; рекламне місце у виданнях; послуги з видання програмного забезпечення; ліцензії на право видання друкованої продукції та програмного забезпечення, на право

використання програмного забезпечення та комп'ютерних ігор); Послуги з виробництва кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, видання звукозаписів; Послуги у сфері радіомовлення та телевізійного мовлення [211]. Статистична інформація оприлюднюється на офіційному сайті Держстату у розділі «Економічна статистика».

З метою обстеження умов життя домогосподарств, розрахунку індексу споживчих цін, кінцевих споживчих витрат інституційного сектору домашніх господарств згідно з методологією системи національних рахунків (СНР), зокрема для міжнародних зіставлень валового внутрішнього продукту (ВВП) за категоріями витрат, Державна служба статистики України використовує Класифікацію індивідуального споживання за цілями (КІСЦ), гармонізовану з Класифікацією індивідуального споживання за цілями Європейського Союзу (Classification of Individual Consumption by Purpose, COICOP-HBS, 2003) [152].

Дані про витрати населення з метою задоволення споживчих потреб на книжки відображаються у розділі 09 КІСЦ «Відпочинок і культура» (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Відображення даних про витрати населення з метою задоволення
споживчих потреб на книжки згідно з КІСЦ

Розділ	Група	Клас	Категорія	Назва
09				Відпочинок і культура
	09.5			Газети, книжки та канцелярські товари
		09.5.1		Книжки
			09.5.1.1	Книжки – книжки, у тому числі атласи, словники, енциклопедії, підручники, путівники та нотні збірники музичних творів

Джерело: [152]

Задля статистичного обліку зайнятих на підприємствах і організаціях, відповідно до КВЕД Держспоживстандартом України запроваджено Класифікатор

професій (КП), гармонізований з Міжнародною стандартною класифікацією професій (International Standard Classification of Occupations ISCO-88) [41; 150].

У перелік основних посад увійшли звичні для сфери книговидавництва посади (табл. 1.5), але з розвитком цифровізаційних процесів виникла необхідність залучати до видавничо-поліграфічної діяльності фахівців супутніх спеціальностей – менеджерів, маркетологів, ІТ-спеціалістів, з метою розробки та просування сайтів видавництв, інтерактивних книг, книжкових каналів, блогів та ін.

Таблиця 1.5

Перелік основних посад видавничо-поліграфічної галузі за КП

Код КП	Код Довідника кваліфікаційних характеристик професій працівників²	Професійна назва роботи
1210.1		Директор видавництва
2444.2	18	Редактор-перекладач
2451.2		Письменник
2451.2	81	Редактор
2451.2	18	Редактор літературний
2451.2	18	Редактор науковий
2451.2	18	Редактор відповідальний
2451.2	18, 82	Редактор технічний
2451.2	18	Редактор художній
3131		Фотохудожник
3471	65	Художник-оформлювач
4112	1, 18	Оператор комп'ютерної верстки
7345		Брошурувальник
8224	18	Фотограф (поліграфічне виробництво)

Джерело: за даними [149].

В Україні як товарна номенклатура Митного тарифу з метою митного оформлення товарів та предметів, що переміщуються через митний кордон, а також для потреб статистики зовнішньої торгівлі використовується затверджена Державною службою статистики України Українська класифікація товарів

² Систематизований за видами економічної діяльності збірник описів професій, наведених у Класифікаторі професій.

зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД), яка на рівні шести знаків відповідає Гармонізованій системі опису та кодування товарів ООН (HS-2012). Як видно з табл. 1.6, зовнішня торгівля друкованими книгами в цій класифікації відображається в розділі Х групою товарів 49 за кодом 4901 [154].

Таблиця 1.6

Відображення торгівлі друкованими книгами в УКТЗЕД

Розділ	Група	Код	Назва
Х			Маса з деревини або з інших волокнистих целюлозних матеріалів; папір або картон, одержані з відходів та макулатури; папір, картон та вироби з них
	49		Друкована продукція, періодичні видання або інша продукція поліграфічної промисловості; рукописи або машинописні тексти та плани
		4901	Друковані книги, книжки, брошури, листівки та аналогічні друковані матеріали, зброшуровані або у вигляді окремих аркушів:
		4901 10 00 00	- у вигляді окремих аркушів, сфальцьовані або несфальцьовані
			- інші:
		4901 91 00 00	- словники та енциклопедії та їх серійні випуски
			- інші

Джерело: за даними [154].

Обов'язковість подання статистичної звітності у видавничій сфері України наразі регулюється законами України «Про видавничу справу» та «Про обов'язковий примірник документів». Так, згідно із Законом України «Про видавничу справу», видавець зобов'язаний подавати в установленому порядку державну статистичну звітність, інформацію про випущені у світ видання [181], а відповідно до Закону України «Про обов'язковий примірник документів» – забезпечувати своєчасне доставляння визначеним Законом юридичним особам обов'язкових примірників видань з метою поповнення національного інформаційного фонду України [193]. До обов'язкового примірника документів належать такі їх види: видання текстові, нотні, картографічні, образотворчі; видання електронні; видання, аудіопродукція та інші документи для сліпих; аудіо-, візуальна, аудіовізуальна продукція (кіно-, відео-, фото-, фонодокументи);

нормативно-правові акти у сфері стандартизації, метрології та сертифікації; патентні документи [193].

Звіт за формою 1-В (книги) «Звіт про випуск книжкової продукції» було затверджено Державним комітетом телебачення і радіомовлення України у 2014 р. Цей звіт містить інформацію про назву, ISBN, мову видання, його обсяг, тираж, дані виготовлювача, дату розсилки обов'язкового примірника, назву бюджетної програми (якщо книги були опубліковані за рахунок бюджетної програми) [119]. Форма №1-В (книги) при характеристиці книговидавництва оперує виключно натуральними показниками: кількість назв (друк. од.) та тираж (тис.).

Слід зазначити, що в назві звіту – «Звіт про випуск книжкової продукції», зважаючи на трактування термінів, є неузгодженість. Так, ДСТУ 3017-2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення» трактує термін «книга» як книжкове видання обсягом понад 48 сторінок, при цьому книжкове видання від 4 до 48 сторінок прийнято називати брошурою [138]. Водночас дитячі видання у видавців часто вважаються книгою, навіть коли кількість їх сторінок не перевищує 48 (наприклад, книги для раннього дитинства), що призводить до зниження якості звітних даних. На нашу думку, у зв'язку з цим логічним було б застосування узагальнювальних термінів, наприклад, «неперіодичні видання» або ж «книжкові видання».

На сайті КПУ, до якої видавці подають звіти за формою №1-В (книги), зазначено: «Звіт подають в одному примірнику в друкованому вигляді, підписаний керівником організації й виконавцем та завірений печаткою. Звіти, надіслані електронною поштою, юридичної сили не мають» [119]. Такий архаїчний підхід до способу подання звіту в теперішній час, коли в цифрову форму конвертовано безліч державних документів, значно та безпідставно ускладнює процес своєчасного подання звітності.

Державна установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова» як заклад, що здійснює державну реєстрацію усіх без винятку видів видань, які випускаються в Україні, здійснює також і їх статистичний облік [120]. Зібрані від видавців дані КПУ узагальнює та передає до Державного комітету телебачення та

радіомовлення та до Державної служби статистики України. На підставі Угоди щодо взаємообміну інформаційними ресурсами від 7.08.2014 р. КПУ надає Державній службі статистики України № 1-В (ЗМІ) (піврічна) «Звіт про випуск продукції друкованих засобів масової інформації» та № 1-В (книги) (квартальна) «Звіт про випуск книжкової продукції».

Варто зазначити, що для обліку суб'єктів видавничої справи на підставі Закону України «Про видавничу справу» Кабінет Міністрів України у 2017 р. затвердив Порядок ведення реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції [178]. Суб'єкти господарювання мають право проводити діяльність у видавничій справі на підставі свідоцтва отриманого після внесення їх до цього реєстру. Згідно з Порядком, до Державного реєстру вносяться такі відомості: порядковий номер та дата запису, серія, номер та дата видачі свідоцтва, статус суб'єкта видавничої справи (фізична/юридична особа), найменування суб'єкта видавничої справи, прізвище, ім'я, по батькові (для фізичної особи – підприємця), повне та скорочене найменування (для юридичної особи), вид (види) діяльності у видавничій справі, місцезнаходження (місце проживання), номери засобів зв'язку, засновник (співзасновники) суб'єкта господарювання [178].

Отже, представники видавничої галузі (видавці, власники книжкових магазинів, власники типографій та ін.) наразі звітують як перед Державним комітетом телебачення та радіомовлення, так і перед Державною службою статистики України, подаючи форми статистичної звітності, які певною мірою дублюються.

Як відомо, однією з головних вимог, які висуваються до статистичної звітності та до поданої в ній інформації, є якість. Вона оцінюється за допомогою низки критеріїв, серед яких вичерпність даних, їх точність, достовірність, гармонізованість, своєчасне опрацювання та ін. При цьому однією з основних заporук якості статистичної інформації є використання науково обґрунтованої, комплексної системи показників.

З метою різнобічного дослідження статистичної звітності у сфері книговидавництва, оцінки її позитивних сторін і недоліків проведений

компаративний аналіз цієї звітності в Україні й Білорусі в частині натуральних показників (табл. 1.7). Обґрунтованість такого аналізу впливає з того, що розвиток державної статистики двох сусідніх країн відбувається в подібних умовах: однаковий вік державних інститутів, декларована прихильність до гармонізації зі стандартами Європейського Союзу у сфері статистики, схожий рівень поширення сучасних технологій тощо [137].

Таблиця 1.7

Компаративний аналіз форм звітності про випуск книжкової продукції
України та Білорусі, 20XX рік

Україна	Білорусь ³	Примітки
1. Назва форми звітності		
Форма № 1-В (книги) (квартальна) «Звіт про випуск книжкової продукції»	Відомча звітність. «Відомості про випуск неперіодичних видань» (Ведомственная отчетность. «Сведения о выпуске неперіодических изданий»)	Назва вітчизняної форми № 1-В (книги) є не зовсім коректною з позиції Закону України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» в редакції від 16.10.2020 р., згідно з яким книжкова продукція – сукупність книжкових видань, випущених видавцем (видавцями) або призначених до випуску. Згідно із ДСТУ 3017-2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення», книга – це книжкове видання обсягом від 48 сторінок. У цьому ж ДСТУ подається визначення книжкового видання як блочного видання в обкладинці чи палітурці. Назва форми звітності Білорусі є універсальною. Це пояснюється тим, що неперіодичне видання – це видання, яке виходить одноразово та його продовження не передбачено. Зважаючи на це, такий термін є більш прийнятним.
2. Структура звіту		
Складається з одного розділу, в якому подається інформація про друковані видання та їх вихідні дані	Складається з двох розділів: 1. Друковані видання (Печатные издания). 2. Електронні видання (Электронные издания).	Вітчизняна форма звітності досі не розрахована на збирання інформації щодо електронних видань. Натомість другий розділ форми Білорусі містить у собі інформацію про цей різновид видань. При цьому у звіті видавець подає такі дані: ISBN, кількість видань (од.), об'єм видання (Мб), наявність цифрового представлення видання, тираж.

Джерело: сформовано автором за [115; 119].

³ Форма звітності розроблена російською мовою.

Водночас негативним моментом у наших сусідів є відсутність вимоги обов'язкового подання видавцями цієї форми звітності до Національної книжкової палати Білорусі. Проведене в табл. 1.7 порівняння форм статистичної звітності свідчить, що форма звітності Білорусі актуалізована з погляду сучасного стану книговидавання, на відміну від української форми.

Узагальнюючи викладене вище, можна виділи такі недоліки наявної системи статистичної звітності у сфері книговидавництва України:

1. Видавці, порушуючи закони України «Про видавничу діяльність» та «Про обов'язковий примірник документів», не надсилають вчасно обов'язковий примірник.

2. У жодній із наявних форм статистичної звітності не йдеться про облік цифрових форматів видань (тобто електронних та аудіо-книг) як складової частини книговидавництва. Загальні рекомендації ISO 9707:2008 щодо електронних книг наразі не імплементовані у статистичну звітність [45].

3. У кварталному звіті про продаж і запаси товарів у торговій мережі (форма № 3-торг) відсутнє розмежування між книгами та періодичними виданнями, тобто окремо дані книжкової торгівлі не фіксуються. З цього випливає, що книжкова торгівля на підставі цих даних не може бути детально проаналізована.

4. Існує дублювання статистичної звітності Державної служби статистики та Державного комітету телебачення та радіомовлення, що збільшує звітне навантаження на видавців. Крім того, книжкова сфера за цими звітами вихначається дуже вузьким колом натуральних показників, яких недостатньо для ґрунтовної характеристики галузі.

З огляду на зазначене доцільно сформулювати актуальну з погляду сучасного стану галузі систему статистичних показників, яка дозволяла б усебічно охарактеризувати та дослідити книговидавництво (рис. 1.10). При формуванні системи показників необхідно мати на увазі можливе джерело їх отримання. З урахуванням п'ятого фундаментального принципу офіційної статистики, згідно з яким дані для статистичних цілей можуть збиратися з будь-яких джерел на підставі як статистичних спостережень, так і адміністративних звітів, а статистичні

відомства повинні обирати джерело з урахуванням якості, своєчасності, витрат та навантаження на респондентів, упровадження запропонованої системи статистичних показників сприятиме покращенню якості статистичної інформації про книговидавництво й уможливить різнобічне вивчення цієї галузі та читацьких потреб [81].

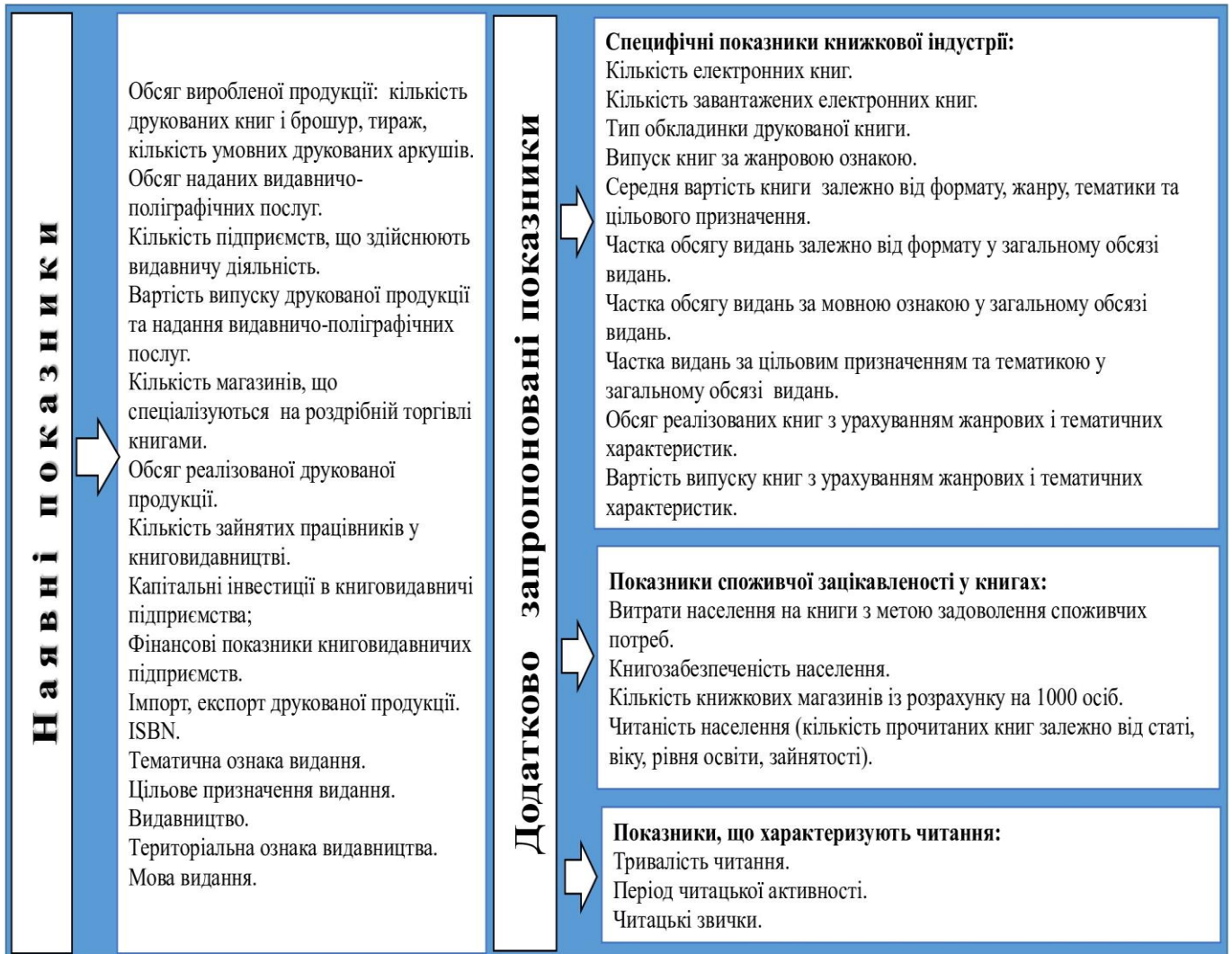


Рис. 1.10. Система статистичних показників книговидавничої галузі

Джерело: авторська розробка.

Зазначимо, що такі показники, як кількість електронних книг, і кількість завантажених електронних книг дозволяють зрозуміти затребуваність електронної книги, а отже надають можливість порівнювати та прогнозувати подальший розвиток книг такого формату.

За результатами низки проведених останнім часом низки досліджень (Інституту соціології НАН України; у рамках проєкту Ukrainian Reading and Publishing Data2018; компанією Research & Branding Group) стала доступною певна інформація про особливості читання населенням. Однак ці дослідження були одноразово проведені різними установами та за різними методиками, тому покладатися на достовірність їхніх результатів та перспективи використання отриманих даних у майбутньому не варто.

Отримати інформацію про приблизну тривалість читання, його періодичність, а також про читацькі звички можна за допомогою опитування й анкетування, але вона не буде достатньо достовірною через суб'єктивність оцінок. Водночас електронна книга надає змогу отримати набагато якіснішу інформацію; так, з допомогою використання спеціальних алгоритмів та згоди читача на опрацювання Cookie-файлів електронного видання цілком реально мати об'єктивні показники щодо тривалості читання, його періодичності тощо. Це стосується й читацьких звичок, зокрема починати читати з останньої сторінки, читацького «правила перших п'ятдесяти сторінок», кількості прочитаних, недочитаних та повторно прочитаних книг, а також того, чи дійсно люди читають те, що купують, або ж залишають книгу на електронних полицях так і не відкривши.

Висновки до розділу 1

1. Результати розгляду теоретико-методологічних засад статистичного дослідження книговидавництва дали змогу з'ясувати його роль і значення у структурі економіки, а також виявити головні фактори впливу на стан та розвиток цього виду економічної діяльності, серед яких: державна політика; економічна ситуація на макро- та мікрорівнях; інноваційні технології; ринкові тренди; піратство; популярність читання та альтернативні джерела проведення дозвілля. З'ясовано також, що вітчизняне книговидавництво намагається досягти тих результатів, які наразі вже реальні для провідних закордонних видавців.

2. Вивчення нормативно-правового забезпечення галузі дозволило виявити, що сучасний розвиток книговидавництва вимагає внесення поправок у цивільне законодавство та інші нормативно-правові акти щодо захисту авторського права та посилення відповідальності видавців за порушення Закону України «Про обов’язковий примірник документів». Результати змін у кількості друкованих одиниць і тиражів за мовною ознакою які відбулись у книговидавництві після прийняття Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо обмеження доступу на український ринок іноземної друкованої продукції антиукраїнського змісту», підтвердили важливість державного управління у книговидавництві.

3. Розглядаючи книговидавництво як об’єкт дослідження статистики культури, з’ясовано, що наявне статистичне забезпечення книговидавництва є недосконалим та представлено вузьким колом натуральних показників, які не забезпечують повною мірою його характеристику на сучасному етапі розвитку. Зважаючи на це, запропоновано комплексну систему статистичних показників книговидавництва, упровадження якої вимагає залучення альтернативних джерел статистичних даних та нестандартних підходів до аналізу отриманих показників.

Основні результати розділу опубліковано автором у наукових працях [33; 35; 110; 114].

РОЗДІЛ 2.

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ КНИГОВИДАВНИЦТВА

2.1. Статистична характеристика світових тенденцій книговидавничої індустрії

Активна цифровізаційна трансформація книги визначає сучасні глобальні тенденції книговидавництва, серед яких доцільно виокремити наступні: одночасний випуск видань у друкованому та цифровому форматах, створення мультимедійних видань з інтерактивними ілюстраціями, аудіо- та відеоефектами, кроссплатформність та, попри зазначене, втрата читацького інтересу. Ці тенденції у першу чергу, свідчать про попит на трансформовану книгу та, відповідно, збільшення асортименту форматів книжкової продукції згідно з вимогами читачів. На думку О. Афоніна, споживач прагне отримати не просто книгу, а розвагу, дослідження, поради з питань кар'єри тощо [87].

Наразі існує два найбільші книжкові ринки – англосаксонський та китайський. На цих ринках, відповідно, утворилися дві книжкові екосистеми: одна базується на основі друку (англосаксонський книжковий ринок), інша – на читанні з екрана (китайський книжковий ринок). На менших ринках, таких як литовський чи словенський, глобального поділу на друковані та електронні ще не існує, оскільки електронні книги залишаються маргінальними [43].

За даними World Reading Habits in 2020, загальний обсяг книжкового ринку станом на 2020 рік складав 119 млрд дол. [84]. Серед країн які є інноваторами та визначають тенденції на світовому книжковому ринку, слід виокремити США, Німеччину та Китай. Ці країни увійшли також до переліку країн з найбільшим обсягом книжкового ринку (рис. 2.1).

Книжковий ринок США дуже простий, з високою конкуренцією. Так, Водозька С. зазначає, що «видавнича справа США являє собою складний механізм зорієнтований на інновації, що зумовлено як особливостями її розвитку, специфікою законодавчої бази країни, так і читацькими уподобаннями.

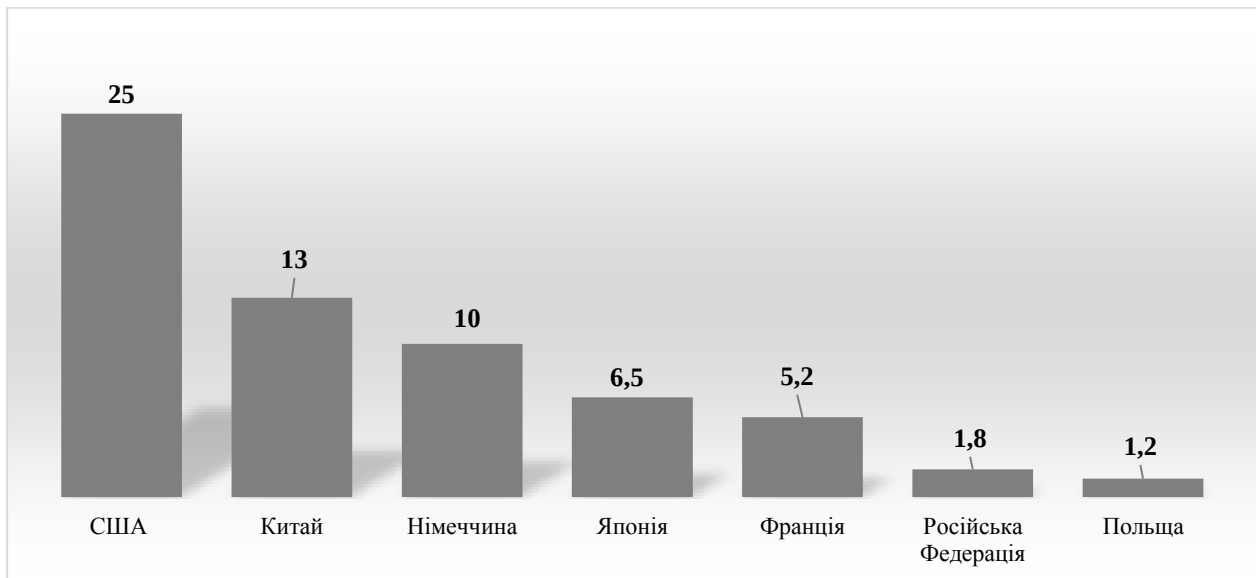


Рис. 2.1. Країни з найбільшим обсягом книжкового ринку, 2019 р., млрд дол. США.

Джерело: побудовано автором за [18].

Видавничий ринок США працює переважно на задоволення власних потреб і є доволі закритою системою, при цьому успішність книги залежить від якості промоційної політики письменника, а для підвищення його популярності використовуються подорожі країною, зустрічі з читачами, виступи на радіо та телебаченні. Попри це модною тенденцією поступово стає не випуск творів сучасної літератури, а підготовка нових перекладів класики, до роботи над якими залучають відомих перекладачів [95].

Здебільшого книговидавнича діяльність США характеризується вартісними показниками книжкового ринку, а дані про друковані одиниці та тираж узагалі відсутні або неповні, що пов'язано з глобальністю книжкової справи країни. Тому аналізуючи книжковий ринок США, необхідно зосередити увагу на фінансово-економічних закономірностях його розвитку.

За даними Асоціації американських видавців доходи від продажу книг протягом 2014-2019 рр. загалом демонстрували тенденцію до зниження із незначним зростанням у 2019 р., при цьому найскладнішим був 2016 р. (рис.2.2).

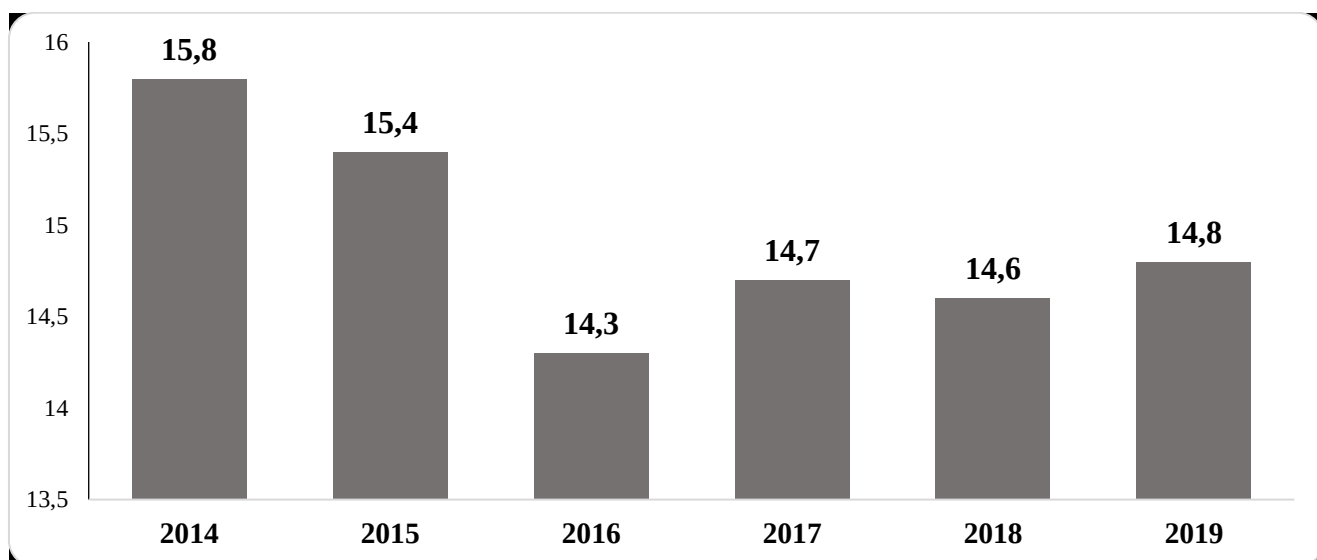


Рис. 2.2. Дохід видавців США від продажу книг, 2014-2019 рр., млн дол. США
Джерело: згруповано автором за [54-59].

Говорячи про критичний для видавців США 2016 рік, слід зазначити, що таке падіння доходів (і відповідно, прибутків) за період 2015-2016 рр. викликане в насамперед коливаннями курсу долара та євро у 2016 р. порівняно з 2015 р.. Це підтверджується даними рейтингу Livres Hebdo / Publishers Weekly, з якого випливає, що 2016 р. був складним не лише для видавців США, прибутки деяких світових видавців-гігантів значно знизилися порівняно з 2015 р. (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Динаміка прибутків світових видавців-гігантів, 2015-2016 рр.

(тис. дол.)

№ п.п	Країна	Назва видавництва	2015	2016	Абсолютна зміна 2016 р. – 2015 р.
1.	США	Pearson	6625	5617	-1008
2.	Нідерланди, Велика Британія, США	RELX Group (Reed Elsevier PLC & Reed Elsevier NV)	5209	4864	-345
3.	Канада	Thomson Reuters (The Woodbridge Company)	5776	4819	-957
4.	Німеччина	Bertelsmann (Bertelsmann AG)	5292	3697	-1595
5.	Нідерланди	Wolters Kluwer (Wolters Kluwer)	4592	3384	-1208

Джерело: сформовано автором за [54].

Ураховуючи провідне позиціонування США у книговидавничій сфері, варто зосередити увагу на читацькому попиті на види та формати друкованих видань, наприкладі обсягів їх продажів за даними звітів NPD BookScan (табл. 2.2). Аналіз тенденцій книжкового ринку США свідчить, що у 2019 р. порівняно з 2018 р., лідирували нон-фікшн, белетристика та художня література для дорослих попри зниження обсягів за всіма позиціями. Серед форматів видань переважали видання у м'яких обкладинках (такі видання компактні та легкі, порівняно з виданнями у твердих обкладинках водночас останні показали незначне зростання продажів), а от обсяги продажів аудіо книг, і так незначні, у 2019 р. ще знизилися.

Таблиця 2.2

Підсумки продажів друкованих книг за жанром та форматом
у США, 2018-2019 рр.

(тис. дол. США)

Жанр та формат	2018 р.	2019 р.
Жанр		
Нон-фікшн для дорослих	297,063	292,563
Нон-фікшн для дітей	2,530	2,607
Художня література для дорослих	134,102	130,160
Наукова література	59,453	62,148
Белетристика	165,700	164,825
Художня література для дітей	21,108	19,391
Формат		
Видання у твердій обкладинці	206,611	207,156
Видання у м'якій обкладинці	374,137	371,409
Дешеві книги (здебільшого у м'якій обкладинці) для масового вжитку, кишенькового формату – 10x18 см	50,414	42,685
Книги з товстого картону (здебільшого, дитячі книги або комікси)	39,350	39,971
Аудіо книги (у фізичному, здебільшого дисковому)	2,316	1,653

Джерело: [55].

За даними табл. 2.2, спостерігається зростання обсягів продажів наукової літератури та художньої літератури для дітей. Попри те, що видань у м'якій обкладинці загалом купували набагато більше, обсяги їх продажів у 2019 р.

скоротилися; також відбулося зростання серед видань у твердій обкладинці та книг з товстого картону, можна припустити, що ці продажі взаємопов'язані.

Значний вплив на книжковий ринок справляють видання-бестселери. Так, авторитетне у книжковому світі спеціалізоване видання Publishers Weekly зростання продажів у 2018 р. пов'язує з виходом двох книг які стали бестселерами, адже були присвячені найяскравішим персонам США – М. Обамі та Д. Трампу. Загальний обсяг продажів книги Michelle Obama «Becoming» (на вітчизняному ринку «Становлення»), включаючи видання у твердій обкладинці, аудіо та електронного форматів, склав близько 725 тис. примірників у США та Канаді протягом першого дня у 2018 р. [53], книги М. Вулфа «Fire and Fury: Inside the Trump White House» (в Україні – «Вогонь і лють. Всередині Білого дому Трампа») – близько 900 тис. примірників протягом першого дня та 1,4 млн примірників за тиждень [57].

Зі США до європейських країн прийшли аудіо- та електронні книги. Зокрема, електронні книги у 2000-х роках вважалися видавничим феноменом та своєрідною відправною точкою у подальших трансформаціях книги. Попри це, протягом 2014-2019 рр. дохід видавців від продажу зазначених форматів видань знижувався (рис. 2.3).

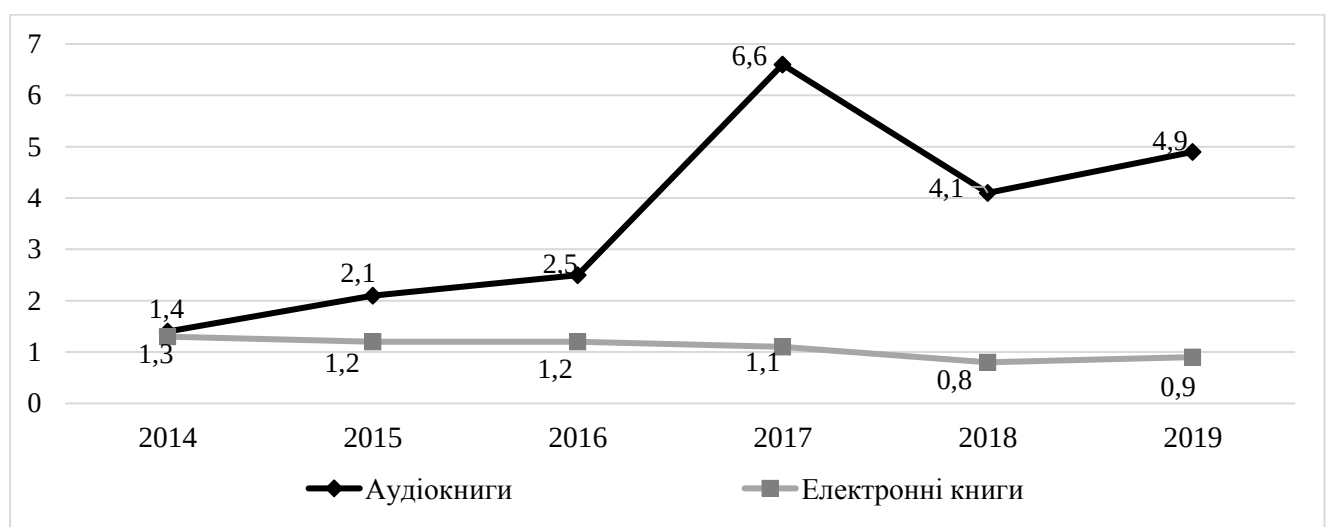


Рис. 2.3. Динаміка доходів видавців від продажу аудіо- та електронних книг, 2014-2019 рр. млрд дол. США

Джерело: побудовано автором за [54-59].

Згідно з рис. 2.3, попит на аудіокниги досяг свого пікового значення за доходами в 2017 р., після чого у наступному році відбувся спад. Аналіз динаміки доходів від електронних книг свідчить про відсутність великого попиту на цей формат попри їх всесвітнє поширення. Насамперед, це зумовлено вищою ціною гаджета за традиційну книгу та читацькими вподобаннями щодо традиційного формату. Очевидно, що існуючі прогнози про витіснення електронними книгами друкованих необґрунтоване. Водночас, поширення Інтернету та електронних книг призвело до зростання піратства не лише в електронному, а й у традиційному книжковому середовищі. У зв'язку з цим, у багатьох країнах були змушені вживати заходів з метою уникнення піратства. Так, у Туреччині в 2002 р. ухвалили закон, за яким на книжки наносять голограми. При цьому, усі книги які друкують видавці повинні бути зареєстровані у офіційній базі. Завдяки цьому під час сканування через спеціальний додаток можна перевірити піратський цей примірник чи ні [64].

Аналіз книговидавництва європейських країн, показує, що, наприклад, у Німеччині, за даними каталогу «Книги у продажу», випуск книг здійснюють близько 16000 видавництв і видавничих організацій, з них понад 10000 – це малі видавництва і лише 200 пропонують понад 500 назв у своєму видавничому каталозі [140]. При цьому, переклади з англійської становлять дві третини всіх перекладів, що свідчить про тенденцію до зростання глобалізації у мовному аспекті, а саме про поширення англійської як основної глобальної мови [214].

Для розвитку книжкової справи у Великій Британії, наприклад, характерна популярність та прибутковість мережі книгорозповсюдження, у формі книжкових супермаркетів та Інтернет-магазинів. Спільною рисою для всіх учасників розповсюдження книжок у цій країні є те, що тираж надходить до точок продажу зі складів виробників уже наступного дня після дати замовлення, а якщо тираж вичерпано, книгу замовляють у іншій структури. Наприклад, у мережі Gardners має понад 4 млн книжкових найменувань, і лише частина з них реально є на складі. Решта – файли, з яких книжки друкуються на вимогу [176].

Сучасною тенденцією для книжкового ринку Польщі є те, що 39 % читачів замовляють книги через Інтернет, 35 % – здійснюють покупку у книжковому

магазині, 14 % – у супермаркетах, 9 % – у газетних кіосках, 1 % – за допомогою поштової розсилки і 2 % читачів купують книги з рук в руки [164].

Незважаючи на глобальність книжкового ринку США, найшвидшими темпами у світі розвивається книжковий ринок Китаю. Так, за підсумками 2019 р. ця країна є світовим лідером у сфері книжкової справи. У 2019 р. на щорічній конференції OpenBook 'Reading X' було озвучено, що книжковий ринок країни досяг темпу приросту 14,4 % порівняно з попереднім роком. Щодо цифрової торгівлі, то в Китаї вона також має сильні позиції; зростання обсягів продажів в онлайн-магазинах у 2019 р. перевищували 20%. При цьому у Китаї, на відміну від США, більшість видавництв державні. Однією із закономірностей книжкової справи у Китаї є те, що приватні видавці зобов'язані купувати ISBN для своїх видань у видавничій компанії, яка є державною установою. Це формує систему, в межах якої ISBN у будь-якому разі реєструється за державними стандартами і тим самим уряд затверджує кожну книжку, що видається у країні [149].

З метою оцінки обсягів книгодрукування, виявлення закономірностей і тенденцій розвитку цієї галузі в абсолютних і відносних показниках в роботі проведено аналіз динаміки випуску книг за назвами за період 2013-2018 рр. по низці країн, включаючи Україну.

Для аналізу було відібрано країни, які протягом вказаного періоду постійно надавали статистичну інформацію про свою діяльність до національних видавничих асоціацій, а ті, своєю чергою, інформували Міжнародну асоціацію видавців (International Publishers Association), а саме: Велика Британія, Російська Федерація, Німеччина, Бразилія, Іспанія, Франція та Україна (рис. 2.4).

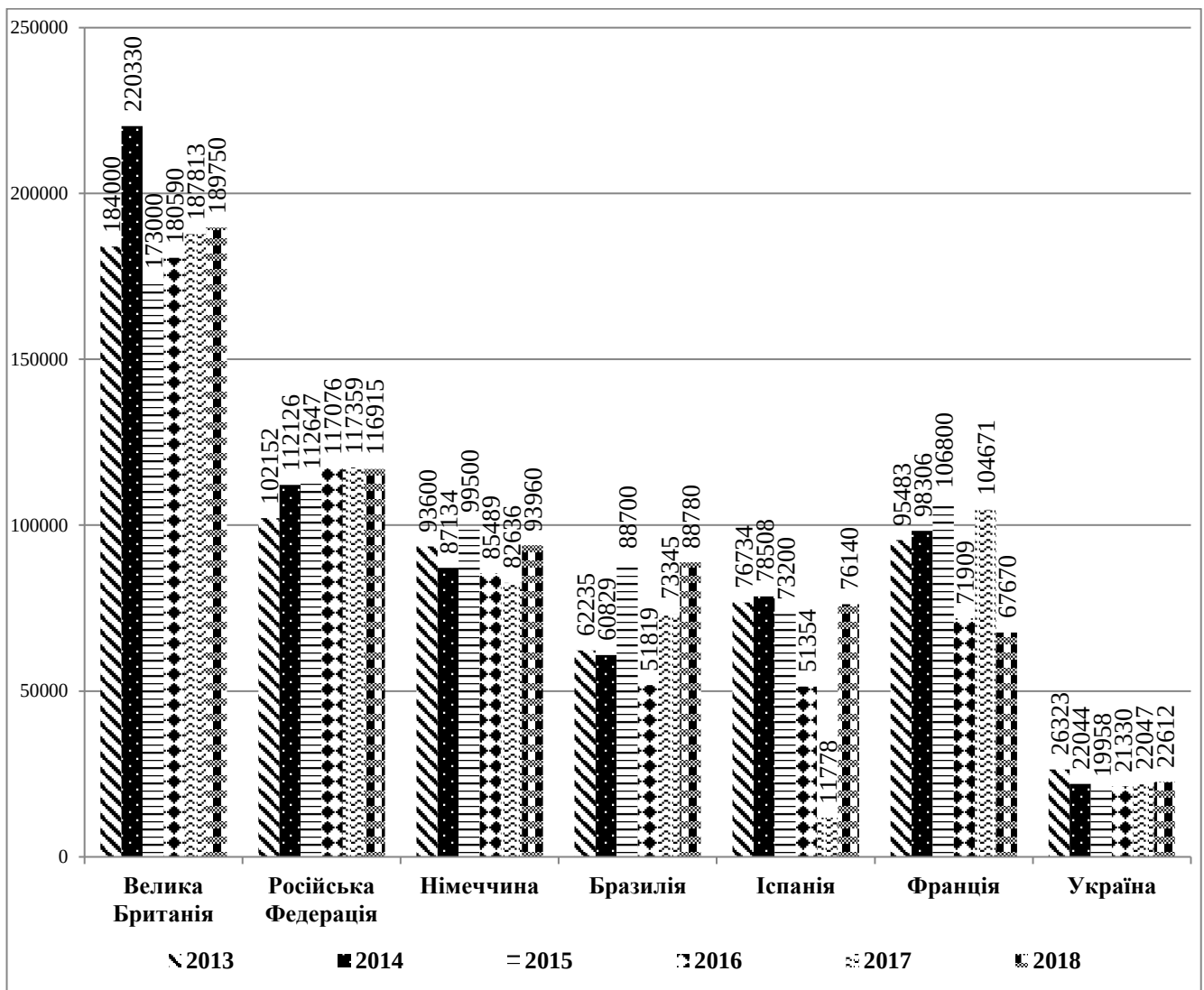


Рис. 2.4. Динаміка випуску книг за назвами, 2013-2018 рр., друк. од.

Джерело: побудовано автором за [214].

Аналізуючи дані випуску книг за назвами у 2018 р. щодо базисного 2013 р. можна зробити висновок, що зростання кількості назв відбулося у Великій Британії (на 5 750 друк. од.), Російській Федерації (на 14 763 друк. од.), Німеччині (на 360 друк. од.) та Бразилії (на 26 545 друк. од.), див. рис. 2.4. Зниження кількості назв мало місце в Іспанії (на 603 друк. од.), Франції (на 27 813), Україні (на 3711). З метою проведення аналізу за кількістю динамічних рядів в кількості назв книг було розраховано узагальнюючі показники інтенсивності динаміки – середньорічний абсолютний приріст, середньорічний темп зростання та середньорічний темп приросту кількості назв за кожною відібраною країною (Додаток В). Отримані результати розрахунків наочно зображено на рис. 2.5.

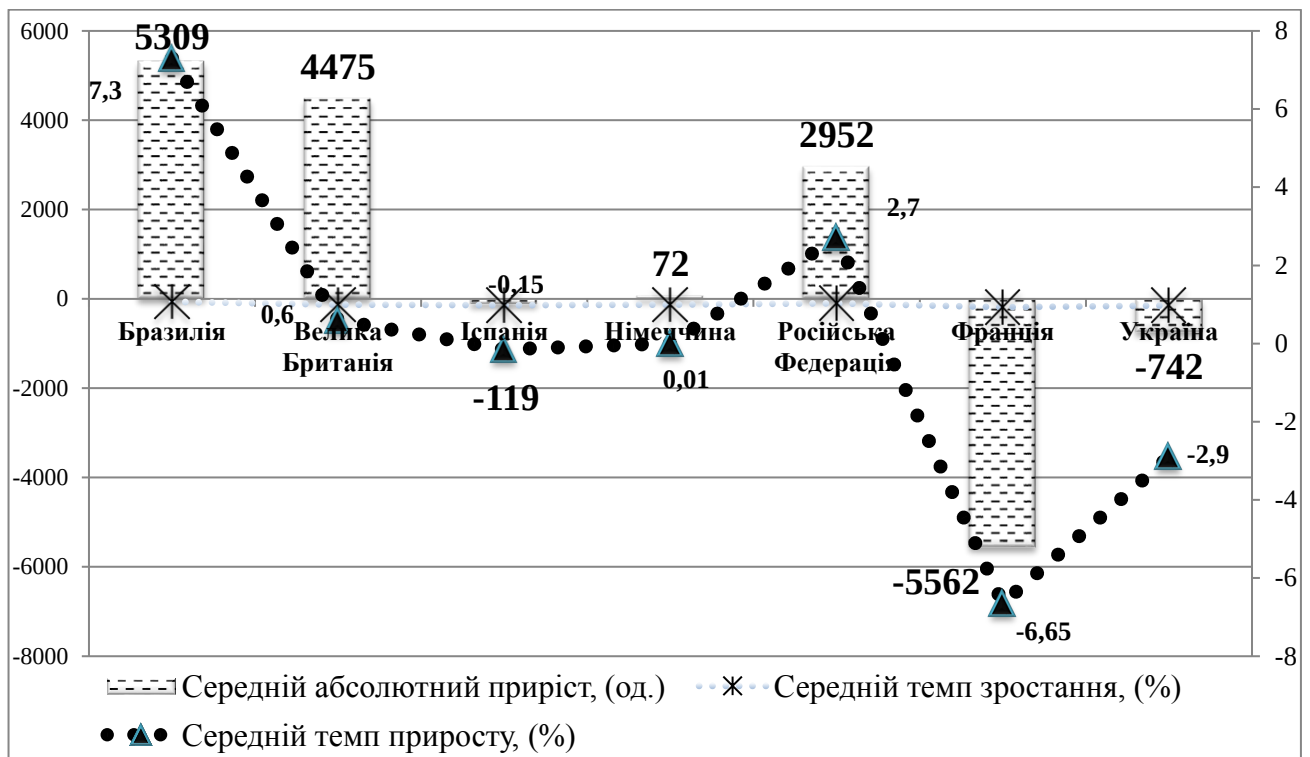


Рис. 2.5. Характеристика динаміки випуску країнами світу книг за назвами, 2013-2018 рр.

Джерело: розраховано та побудовано автором за [214].

Як видно з рис. 2.5 найбільші темпи зростання назв нових книг у Бразилії – щороку кількість назв книг, що випускаються видавництвами цієї країни зростала в середньому на 5 309 назв або на 7,3%. Водночас у Франції, Україні та Іспанії динаміка показників випуску книг за назвами з 2013 р. по 2018 р. була від’ємною, тобто кількість назв книг, що випускалися зменшилася.

Одним із пріоритетних завдань книговидавництва будь-якої країни є книгозабезпечення, яке можна оцінити як кількість виданих книг, що припадає на одну особу населення. У цьому контексті було відібрано країни які подавали дані про тираж видань до Міжнародної асоціації видавців у 2017 р., а саме: Бельгія, Бразилія, Велика Британія, Іспанія, Колумбія, Мексика, Норвегія, Російська Федерація, США, Туреччина, Україна, Франція (рис. 2.6).

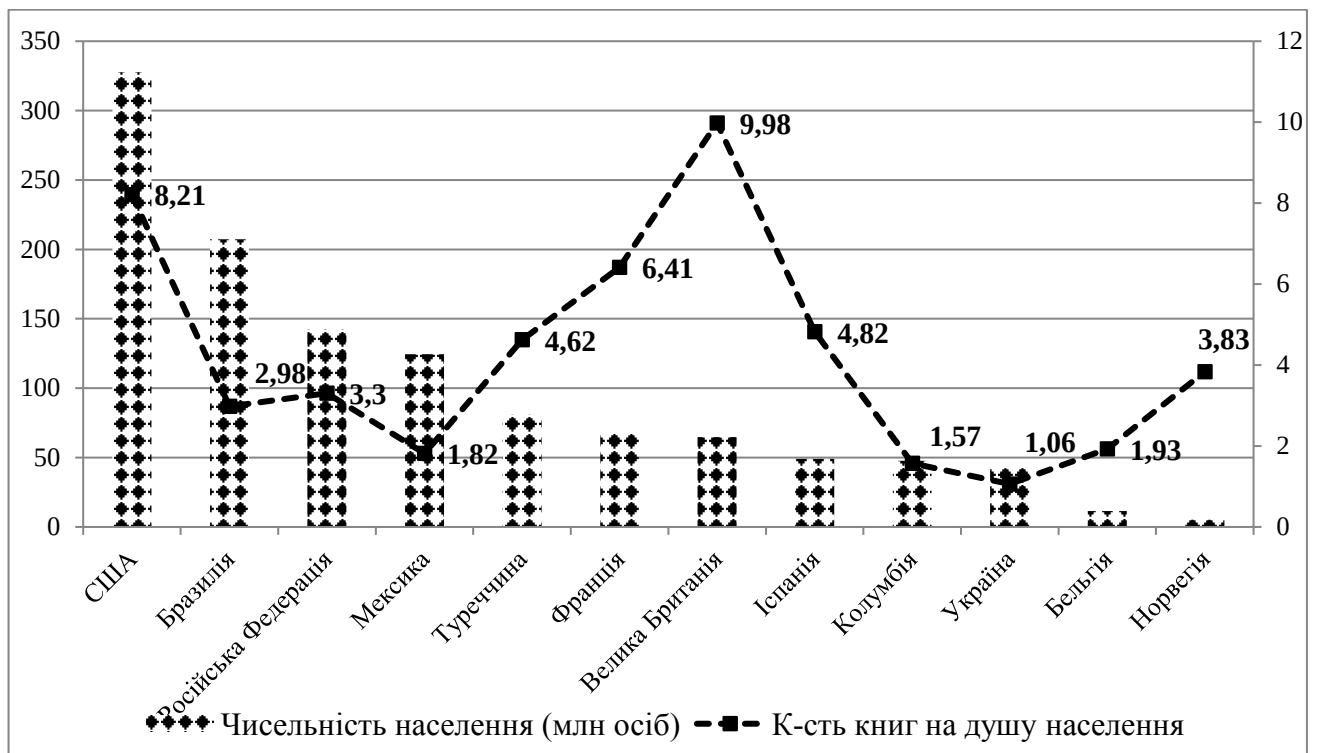


Рис. 2.6. Кількість виданих книг на душу населення, 2017 р.

Джерело: побудовано автором на основі [214].

Як видно з рис. 2.6, у 2017 р. країнами-лідерами у питанні книгозабезпечення були Велика Британія (9,98 книги на одну особу), США (відповідно 8,21) та Франція (6,41); найнижчий рівень книгозабезпечення у Бельгії (1,93), Мексиці (1,82), Колумбії (1,57) та Україні (1,06).

Із книгозабезпеченням щільно пов'язана культура читання. Так, у Японії дітей до читання привчають з народження – на першому оглядовому прийомі лікаря батьки новонародженого отримують комплект книг 0+ із детальними інструкціями щодо особливостей читання для малюків. Директор Фінської асоціації видавців С. Лайхо зазначає, що «для фінського суспільства література – це база. Кожне маленьке село має читати книжки, інакше люди не почуватимуться комфортно у спілкуванні з іншими людьми. Зокрема читацький ринок Фінляндії поділений так: третина – навчальні матеріали, третина – фікшн, і третина – нонфікшн». Водночас у Бразилії, незважаючи на доволі високі показники динаміки випуску книг, половина населення країни не читає. За словами працівника Бразильської

книжкової палати Ф. Дентес «читачами ми вважаємо людину, яка прочитує хоча б одну книжку раз на три місяці» [85].

У 2020 р. у зв'язку із пандемією коронавірусної хвороби (COVID-19), відбулося зниження обсягів продажів книг у світі. Зокрема генеральний директор компанії Simon & Schuster К. Рейді зауважив, що «продажі були досить хорошими протягом перших двох місяців року, а потім знизилися в середині березня». Разом з тим щоквартальні результати продажів у період пандемії свідчать про зростання популярності цифрових продуктів, ринок аудіокниг та електронних книг почав зростати. Продаж електронних книг на S&S порівняно з минулим роком збільшився на 13 в.п. і склав 25 %. У компанії Lagerdère прибуток від продажів електронних книг склав 14,4% від доходу у 2020 р., порівняно з 10% у 2019 р. Американські видавці заявили також про неможливість спрогнозувати подальший розвиток продажів книг через тривалість та масштаб пандемії і зокрема оцінити зменшення доходів та прибутку яке очікує галузь книговидавництва [58].

Виявлення загальних для книговидавництва закономірностей які проявляються у провідних у цій галузі країнах, зумовило необхідність визначення груп країн за схожими тенденціями розвитку. Для цього автором застосовано кластерний аналіз, спрямований на виявлення однорідних, типових груп. Кластеризація об'єктів дослідження призводить до утворення груп із подібними ознаками, тоді як об'єкти дослідження у різних групах мають суттєво різні ознаки.

Загальну схему кластер-процедури на матриці відстаней можна представити як повторення трьох операцій:

1. Пошук мінімальної відстані між j -им і k -ми кластерами;
2. Об'єднання j та k в один кластер і надання останньому спільного індексу q ;
3. Розрахунок відстаней від сформованого кластера q до інших одиниць сукупності c_{qs} за формулою:

$$c_{qs} = a_1 + c_{js} + a_2 c_{ks} + a_4 (c_{ja} - c_{ks}). \quad (2.1)$$

У цьому випадку для формування кластерів було обрано алгоритм одиничного зв'язку (близького сусіда), за якого одиниця s приєднується до кластера q , якщо вона близька хоча б до одного представника цього кластера [141, с. 42-48].

Першим етапом кластерного аналізу було визначення показників, які доцільно використовувати для типологізації країн щодо їх книговидавничої індустрії. До таких показників включено:

- ✓ випуск книг та брошур за назвами (друк. од.) – характеризує насиченість книжкового ринку новими виданнями;
- ✓ тираж (тис.) – свідчить про кількість нових книг, які з'являються на книжковому ринку;
- ✓ кількість книг на одну особу населення – свідчить про книгозабезпеченість населення (усього або конкретної групи), тим самим опосередковано сигналізуючи про інтелектуальний та культурний рівень нації;
- ✓ ВВП на одну особу населення (тис. дол. США) – характеризує рівень життя населення в окремих країнах і регіонах за певний період;
- ✓ зайнятість у видавничій діяльності (тис. осіб) – характеризує кількість робочих місць які надає населенню галузь у країні;
- ✓ кількість книговидавничих підприємств (тис.) – характеризує промисловий потенціал книговидавничої галузі та затребуваність книжкової продукції на ринку.

Вибір цього переліку показників обумовлений тим, що вони наразі найповніше інформують про стан галузі в цілому (табл. 2.3).

Другим етапом кластерного аналізу є вибір методу кластеризації. Загальними типами методів є ієрархічна та ітеративна кластеризація. Найпопулярнішим з погляду використання є ітеративний підхід до кластеризації, або метод k -середніх, завдяки його здатності забезпечувати оптимальне, надійне рішення.

Таблиця 2.3

Показники, що характеризують країну за розвитком її
книговидавничої індустрії, 2018 р.

№ п.п.	Країни	Випуск книг та брошур за назвами (друк. од.).	Тираж (тис.)	Кількість книг на одну особу	ВВП на душу населення (тис. дол.)	Зайнятість у видавничій діяльності (тис. осіб)	Кількість книговидавничих підприємств (тис.)
1.	Бельгія	5548	2215833	1,9	34500	8,5	387
2.	Велика Британія	189750	66854196	9,9	43114	170,9	2251
3.	Іспанія	76140	22520480	4,8	30579	43,7	3286
4.	Італія	64260	2417334	4,0	34500	51,0	1890
5.	Китай	519250	1258266100	9,1	9920	520,6	861
6.	Німеччина	93960	74615203	9,0	47832	223,5	2001
7.	Норвегія	6340	2028222	3,8	81550	13,5	541
8.	США	500187	2617336000	8,0	63056	481,3	75340
9.	Туреччина	67135	37721785	4,6	9507	19,4	2950
10.	Україна	22612	47022	1,1	3119	3,31	969
11.	Франція	67670	428524263	6,4	43083	86,7	3770

Джерело: сформовано автором за [23; 28; 59; 60; 71; 120; 124; 214].

Модуль кластер-аналізу чи багатовимірної класифікації складається з таких процедур:

- 1) ієрархічні алгоритми (joining (tree clustering));
- 2) кластеризація методом k-середніх (k-means clustering);
- 3) двофакторне об'єднання (two-way joining) [141, с. 42-48].

Ієрархічний алгоритм кластерного аналізу починається з n кластерів, де кожний об'єкт дослідження утворює окремий кластер, і закінчується одним кластером, який містить усі об'єкти дослідження. На кожному етапі два найближчі об'єкти дослідження або групи об'єктів дослідження об'єднуються в один новий кластер. Процедура кластерного аналізу фіксується спеціальним графіком дерева, або так званою дендрограмою, яка показує окремі етапи ієрархічного алгоритму кластерного аналізу, включаючи відстані, на яких були об'єднані окремі кластери (або об'єкти дослідження). Дендрограма також використовується для представлення результатів. Вихідним моментом кластеризації є визначення

способу вираження подібності (відстані) окремих випадків. У нашому дослідженні як метрику відстані обрано квадратну Евклідову відстань – стандартну метрику відстані, яка узагальнена для багатовимірних даних і використовується в геометрії. За способом кластеризації розрізняють ієрархічні та ітераційні процедури [141; 142].

У нашому дослідженні ієрархічна кластеризація використовується лише для визначення кількості кластерів, які мають тенденцію до природного формування. У програмі Statistica ієрархічну процедуру класифікації – Joining (Tree clustering) реалізовано в модулі Cluster Analysis. За командою Joining Results є можливість обрати вид дендрограми – вертикальний або горизонтальний. Вертикальну дендрограму результатів кластерного аналізу за даними табл. 2.3 зображено на рис. 2.7.

Ієрархічна кластеризація досить проста і прийнятна для інтерпретації. Проте для численної сукупності вона виявляється громіздкою. У таких випадках перевагу віддають ітераційним процедурам. Метод k -середніх – це простий алгоритм ітеративної кластеризації, який утворює групи за принципом «найближчого центра» [141, с. 48]. Використовуючи відстань як метрику та задавши k класів у наборі даних, обчислюється середня відстань, виокремлюється початковий центр тяжіння, визначаються класи та описуються центри тяжіння цих класів (Додаток Г).

Проаналізувавши рис. 2.7, можна зробити припущення, що за рівнем та потенціалом розвитку книговидавничої галузі оптимальним є розбиття досліджуваних країн на три кластери (табл. 2.4).

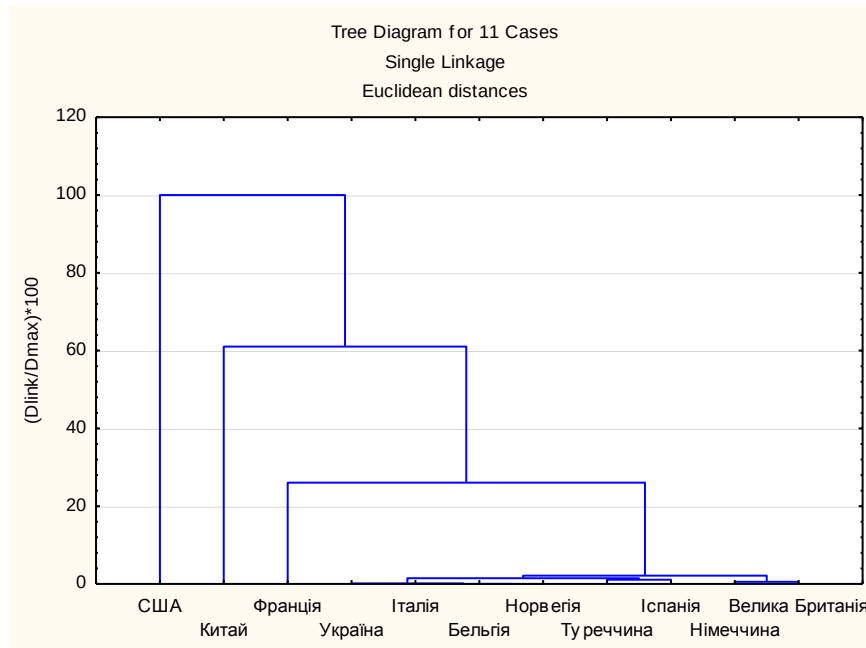


Рис. 2.7. Дендрограма країн за рівнем розвитку книговидавництва
Джерело: побудовано автором.

Проаналізувавши рис. 2.7, можна зробити припущення, що за рівнем та потенціалом розвитку книговидавничої галузі оптимальним є розбиття досліджуваних країн на три кластери (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Групування країн за рівнем розвитку книговидавництва, 2018 р.

Кластер	Країни	Кількість країн у кластері
1	Сполучені Штати Америки	1
2	Китай	1
3	Велика Британія, Німеччина, Іспанія, Італія, Норвегія, Туреччина, Бельгія, Франція, Україна	9

Джерело: розраховано автором за даними табл. 2.3

У ході кластеризації методом k-середніх обчислено середні нормовані значення показників для кожного з виокремлених кластерів (рис. 2.8).

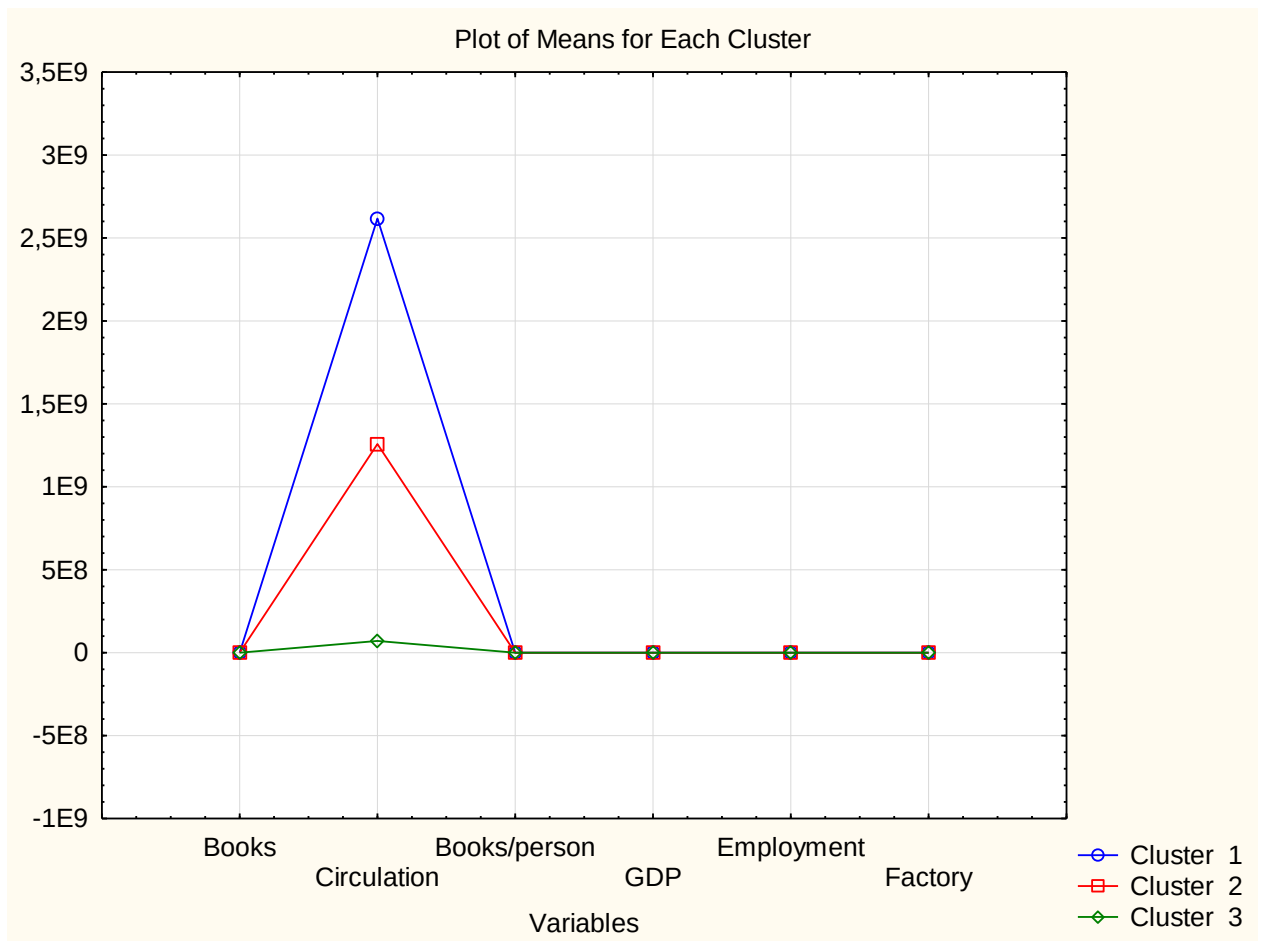


Рис. 2.8. Середні нормовані значення показників для кластерів

Джерело: розраховано автором.

У результаті проведених розрахунків з використанням кластерного аналізу досліджувані країни було згруповано у три кластери (див. табл. 2.3):

- перший кластер складається лише з однієї країни – США;
- другий кластер також містить одну країну – Китай;
- третій кластер охоплює 9 європейських країн, у тому числі й Україну.

Отримані результати дослідження підтверджують наявні світові тенденції розвитку книговидавничої індустрії, зокрема високий рівень розвитку книжкової справи у Китаї. Зважаючи на позиціонування США та Китаю як наддержав, викликане економічною потужністю, людським ресурсом, появою та застосуванням інноваційних технологій тощо, ці країни розділилися в окремі кластери-лідери, формуючи книговидавничі світові тренди, та впливаючи тим самим на читацьку культуру.

Об'єднання досліджуваних європейських країн в окремий кластер спонукає

до проведення кластерного аналізу серед цієї групи країн. У результаті європейські країни також згруповано у три кластери (рис. 2.9).

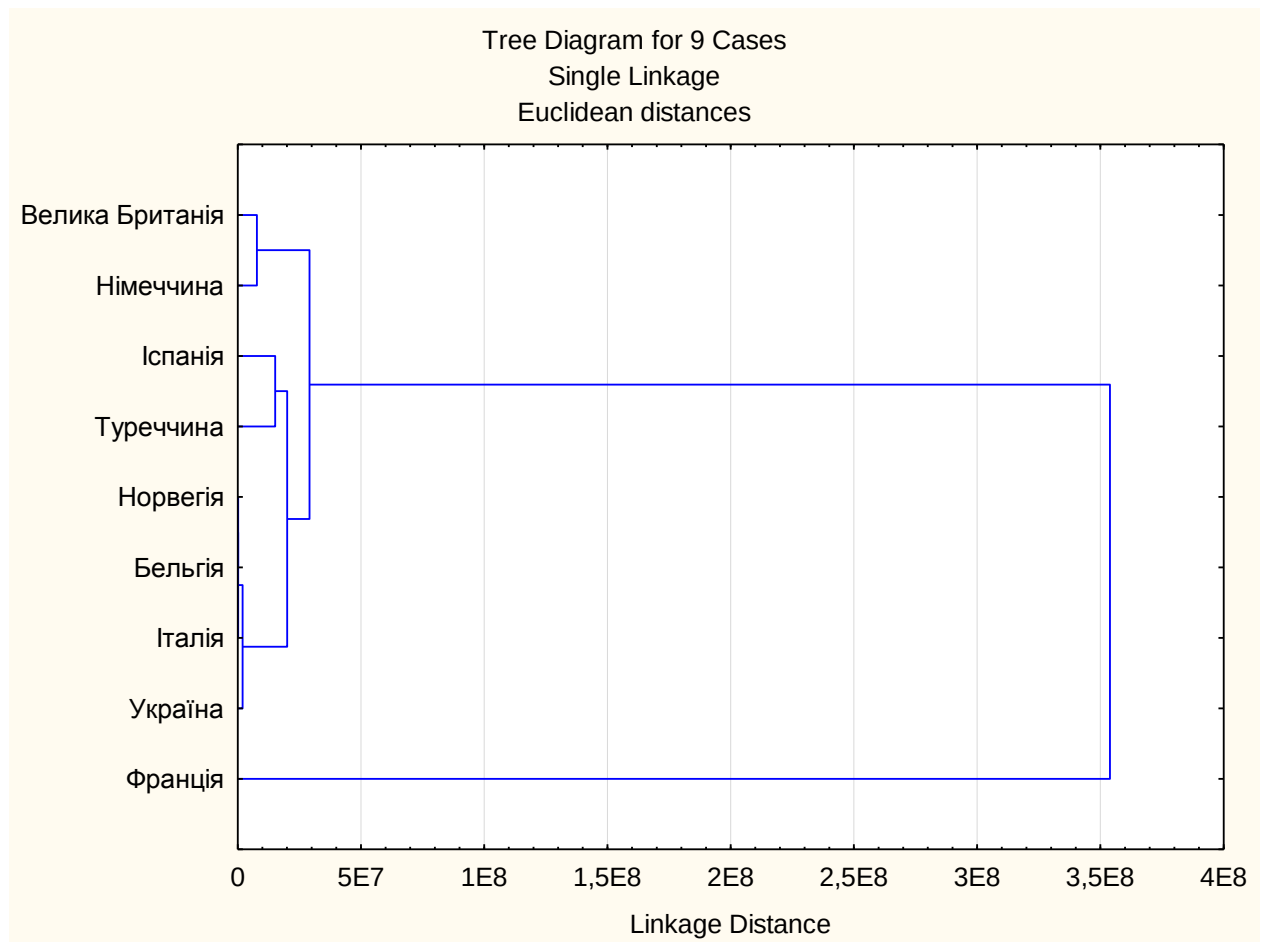


Рис. 2.9. Дендрограма європейських країн за рівнем розвитку книговидавництва

Джерело: побудовано автором.

За результатами проведеного аналізу (рис. 2.9), можна зробити висновок, що Франція є максимально віддаленою за показниками від решти проаналізованих країн, тож у ході аналізу її було виділено в окремий кластер.

До другого кластеру увійшли Велика Британія, Німеччина та Туреччина. Таке групування статистично підтверджує спорідненість та лідерство цих країн у розвитку книговидавничій індустрії серед європейських країн.

У третьому кластері було згруповано інші європейські країни – Іспанія, Норвегія, Італія, Бельгія та Україна, показники якої є найнижчими. Те, що Україна увійшла до третього кластеру демонструє її потенціал у книжковій справі, хоч відповідно до рівня її показників вона є неконкурентоздатною серед відібраних для

аналізу країн.

У ході кластеризації методом *k*-середніх обчислено середні нормовані значення показників для кожного з виокремлених кластерів (рис. 2.10).

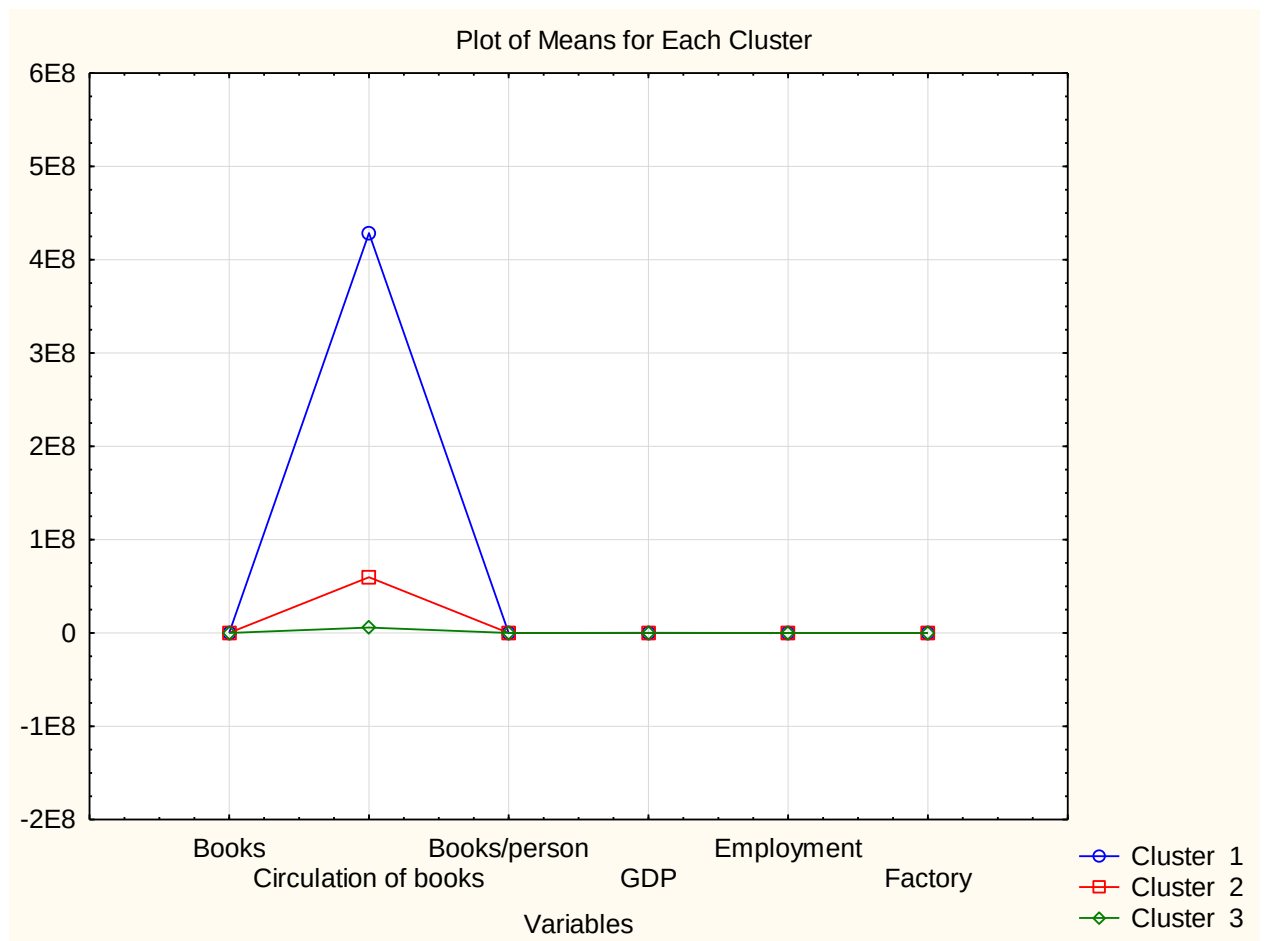


Рис. 2.10. Середні нормовані значення показників для кластерів європейських країн.

Джерело: розраховано автором у програмі Statistica ver.12.

Отже, за результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що світові тенденції у книговидавництві формують такі країни: США, Китай, Франція, Велика Британія, Німеччина та Туреччина.

2.2. Аналіз динаміки та тенденцій розвитку книговидавництва України

В Україні прогнози експертів щодо подальшого розвитку книговидавництва є невтішними. Видавці стверджують, що наслідками пандемії стане суттєве

зменшення кількості книжкових новинок та тиражів. Також є велика ймовірність, що зростатимуть ціни на паперову сировину і, відповідно, книжки стануть дорожчими.

Так, за словами Ю. Орлової, генеральної директорки видавництва Vivat, там у попередні роки щомісяця виходило близько 30–40 книжкових новинок, але зараз попередні орієнтири – лише 10 нових книжок за місяць. І якщо раніше загальний тираж новинок дорівнював 3–4 тис., то наразі мова йде про близько тисячі екземплярів. Крім того, через карантин вітчизняний книжковий бізнес може зіткнутися з дефіцитом паперу, на якому друкуються книги, адже він переважно є імпортом і його ціна обраховується в іноземній валюті. І хоча щороку у світі зростають продажі електронних книжок, для українських видавників це поки що надскладне завдання: висока вартість прав на переклади не дає можливості усім видавати електронну книгу [173].

У ході дослідження автором проаналізована динаміка показників книговидавництва, обчислені базисні та ланцюгові характеристики та досліджені абсолютні, відносні й середні характеристики динаміки за період незалежності України (табл. 2.5–2.6). За підсумками проведених розрахунків можна зробити висновок, що досліджуваний період у цілому характеризувався нестабільністю динамічного ряду. Разом з тим протягом останніх досліджених п'яти років (2015–2019 рр.) спостерігалось поступове зростання кількості книг та брошур (у 2019 р. на 4458 друк. од. більше, ніж у 2015 р.), що свідчить про позитивну динаміку обсягів книгодрукування. Видавцям вдалося стабілізувати обсяги книговидавання і досягнути дещо перевищити рівень 2008 р. (24040 друк. од., у 2019 р. – 24416 друк. од.). При цьому ланцюгові темпи приросту в досліджуваному періоді характеризувалися різкими спадами та зростанням.

Таблиця 2.5

Динаміка випуску кількості книг та брошур, Україна,
1991–2019 рр.

Рік	Кількість книг і брошур друк.од.	Абсолютний приріст (скорочення) (друк. од.)		Темп зростання (зменшення), %		Темпи приросту (скорочення), %		Абсолютне значення 1% приросту, друк. од.
		Ланцюговий	Базисний	Ланцюговий	Базисний	Ланцюгові	Базисні	
1991	5855							
1992	4410	-1445	-1445	75,3	75,3	-24,7	-24,7	58,55
1993	5002	592	-853	113,4	85,4	13,4	-14,6	44,10
1994	4752	-250	-1103	95,0	81,2	-5,0	-18,8	50,02
1995	6109	1357	254	128,6	104,3	28,6	4,3	47,52
1996	6074	-35	219	99,4	103,7	-0,6	3,7	61,09
1997	7004	930	1149	115,3	119,6	15,3	19,6	60,74
1998	7065	61	1210	100,9	120,7	0,9	20,7	70,04
1999	6282	-783	427	88,9	107,3	-11,1	7,3	70,65
2000	7749	1467	1894	123,4	132,3	23,4	32,3	62,82
2001	10614	2865	4759	137,0	181,3	37,0	81,3	77,49
2002	12444	1830	6589	117,2	212,5	17,2	112,5	106,14
2003	13805	1361	7950	110,9	235,8	10,9	135,8	124,44
2004	14790	985	8935	107,1	252,6	7,1	152,6	138,05
2005	15720	930	9865	106,3	268,5	6,3	168,5	147,90
2006	15867	147	10012	100,9	271,0	0,9	171,0	157,2
2007	17987	2120	12132	113,4	307,2	13,4	207,2	158,67
2008	24040	6053	18185	133,7	410,6	33,7	310,6	179,87
2009	22491	-1549	16636	93,6	384,1	-6,4	284,1	240,40
2010	22557	66	16702	100,3	385,3	0,3	285,3	224,91
2011	22826	269	16971	101,2	389,9	1,2	289,9	225,57
2012	26036	3210	20181	114,1	444,7	14,1	344,7	228,26
2013	26323	287	20468	101,1	449,6	1,1	349,6	260,36
2014	22044	-4279	16189	83,7	376,5	-16,3	276,5	263,23
2015	19958	-2086	14103	90,5	340,9	-9,5	240,9	220,44
2016	21330	1372	15475	106,9	364,3	6,9	264,3	199,58
2017	22047	717	16192	103,4	376,5	3,4	276,5	213,30
2018	22612	565	16757	102,6	386,2	2,6	286,2	220,47
2019	24416	1804	18561	108,0	417,0	8,0	317,0	226,12

Джерело: згруповано та розраховано автором за [120].

За підсумками проведених розрахунків, можна зробити висновки про те, що досліджуваний період в цілому характеризувався нестабільністю динамічного ряду. Разом з тим, протягом останніх п'яти років спостерігалось поступове зростання кількості книг та брошур (на 4458 друк. од. більше у 2019 р. ніж у 2015 р.), що

свідчить про позитивну динаміку обсягів книгодрукування, видавцям вдалося стабілізувати обсяги книговидавання і за п'ять останніх років відбулося зростання показників і вдалося досягнути рівня 2008 р. – 24040 друк. од. (у 2019 р. – 24416 друк. од.). При цьому темпи приросту з року в рік (ланцюгові) в зазначеному періоді характеризувалися різкими спадами та зростанням.

Стрімке зниження на 24% кількості друкованих одиниць спостерігалось у 1992 році під впливом розпаду Радянського Союзу, та у 2014, 2015 роках на 16% і 9% відповідно, що обумовлено початком воєнних подій на сході України. У 1995 р. порівняно з попереднім роком кількість книг зросла на 28,6%, у 2000 р. – на 23,4%, у 2001 р. – на 37,0% та у 2008 р. – на 33,7%. Аналізуючи базисні темпи приросту до 1991 р., можна стверджувати, що найбільший приріст друкованих книг мав місце у передкризові 2012–2013 рр. (344,7% та 349,6%, відповідно) та у 2019 р. (317 %). Розраховане абсолютне значення 1% приросту показує, що у 1992 році на один відсоток приросту припадало 58 книг, у 2002 р. – 106 книг, у 2019 р. – 244 книги. За результатами табл. 2.5 кількість книг та брошур протягом 1991-2019 рр. щорічно зростала в середньому на 663 друк. од. або на 5 %.

Динаміка як кількості книг і брошур, так і тиражів за 2015–2019 рр. поступово почала демонструвати зростання (за винятком 2017 р.). У 2019 р. тираж був на 24840,8 тис. примірників більше, ніж у 2015 р. та на 14228,5 тис. – ніж у 2018 р., що також свідчить про поступову стабілізацію ситуації з книгодрукуванням. Ланцюгові темпи зростання протягом усього досліджуваного періоду варіювали від мінімального значення у 1999 р. (49,8%) до максимального у 2000 р. (198,1%), а 2019 р. охарактеризувався зростанням на 130,3% до попереднього року. При цьому майже у половині аналізованих років мало місце скорочення тиражів. Розпад Радянського Союзу сильно вплинув на загальний обсяг тиражів. У 2019 р. порівняно з базовим 1991 р. тиражі книг скоротилися на 55,1%, при цьому найбільше скорочення було в 1999 році – 83,9%.

Таблиця 2.6

Динаміка тиражів, України, 1991–2019 рр.

Рік	Тираж, тис. прим.	Абсолютний приріст (скорочення) (тис. прим.)		Темп зростання (зменшення), %		Темпи приросту (скорочення), %		Абсолютне значення 1% приросту (тис. прим.)
		Ланцюговий	Базисний	Ланцюговий	Базисний	Ланцюгові	Базисні	
1991	136415,9							
1992	128470,7	-7945,2	-7945,2	94,2	94,2	-5,8	-5,8	1364,1
1993	87567	-40903,7	-48848,9	68,2	64,2	-31,8	-35,8	1284,7
1994	52116	-35451	-84299,9	59,5	38,2	-40,5	-61,8	875,7
1995	68156	16040,0	-68259,9	130,8	50,0	30,8	-50,0	521,2
1996	51777,1	-16378,9	-84638,8	76,0	38,0	-24,0	-62,0	681,6
1997	55841,3	4064,2	-80574,6	107,8	40,9	7,8	-59,1	517,8
1998	44150	-11691,3	-92265,9	79,1	32,4	-20,9	-67,6	558,4
1999	21985,6	-22164,4	-114430,3	49,8	16,1	-50,2	-83,9	441,5
2000	43562,9	21577,3	-92853,0	198,1	31,9	98,1	-68,1	219,9
2001	50324,5	6761,6	-86091,4	115,5	36,9	15,5	-63,1	435,6
2002	47862,9	-2461,6	-88553,0	95,1	35,1	-4,9	-64,9	503,2
2003	39462,9	-8400,0	-96953,0	82,4	28,9	-17,6	-71,1	478,6
2004	52804,7	13341,8	-83611,2	133,8	38,7	33,8	-61,3	394,6
2005	54059,8	1255,1	-82356,1	102,4	39,6	2,4	-60,4	528,0
2006	54209,6	149,8	-82206,3	100,3	39,7	0,3	-60,3	540,6
2007	56111,7	1902,1	-80304,2	103,5	41,1	3,5	-58,9	542,1
2008	58158,1	2046,4	-78257,8	103,6	42,6	3,6	-57,4	561,1
2009	48514,4	-9643,7	-87901,5	83,4	35,6	-16,6	-64,4	581,6
2010	45058,3	-3456,1	-91357,6	92,9	33,0	-7,1	-67,0	485,1
2011	46565,7	1507,4	-89850,2	103,3	34,1	3,3	-65,9	450,6
2012	62120,5	15554,8	-74295,4	133,4	45,5	33,4	-54,5	465,7
2013	69575,7	7455,2	-66840,2	112,0	51,0	12,0	-49,0	621,2
2014	55312	-14263,7	-81103,9	79,5	40,5	-20,5	-59,5	695,8
2015	36409,8	-18902,2	-100006,1	65,8	26,7	-34,2	-73,3	553,1
2016	48978,1	12568,3	-87437,8	134,5	35,9	34,5	-64,1	364,1
2017	45127,2	-3850,9	-91288,7	92,1	33,1	-7,9	-66,9	489,8
2018	47022,1	1894,9	-89393,8	104,2	34,5	4,2	-65,5	451,3
2019	61250,6	14228,5	-75165,3	130,3	44,9	30,3	-55,1	470,2

Джерело: згруповано та розраховано автором за [120].

Отже, за досліджуваний період тираж книг щороку скорочувався у середньому на 2684 тис. прим. або на 2,8% (табл. 2.6). Середні показники рядів динаміки книговидавництва представлено у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Середні показники рядів динаміки книговидавництва, 1991-2019 рр.

Показник	Середній абсолютний приріст (скорочення) $\bar{\Delta}$	Середній темп зростання (зменшення), $\bar{k}, \%$	Середній темп приросту (скорочення), $\bar{T}, \%$
Кількість книг і брошур, друк. од.	662,9	105,2	5,0%
Тираж, тис. прим.	-2684,5	97,2	-2,8%

Джерело: розраховано автором за даними табл. 2.5-2.6.

Аналіз динаміки основних показників книговидавництва, свідчить, що тенденція розвитку є нестабільною. За допомогою аналітичного вирівнювання ряду динаміки, де рівні ряду оцінюють як функцію часу $Y_t = f(t)$, є можливість виявити тенденцію розвитку книговидавництва. Динаміку кількості книг і брошур можна описати за допомогою поліноміальної лінії тренду 3-го порядку:

$$Y_t = a + bt + ct^2 + dt^3. \quad (2.2)$$

Динаміку обсягів тиражів – поліноміальною лінією тренду 4-го порядку:

$$Y_t = a + bt + ct^2 + dt^3 + gt^4, \quad (2.3)$$

де,

a – значення показника при $t = 0$;

b – середньорічний абсолютний приріст, константа тренда;

t – порядковий номер періоду;

c – квадратичний параметр, який дорівнює половині прискорення; константа параболічного тренду;

d – зміна прирощення [142, с. 268].

З рис. 2.11 видно, що коефіцієнти детермінації кількості книг і брошур ($R^2 = 0,95$) та тиражів ($R^2 = 0,86$) значно перевищують критичне значення (< 50) і є максимально наближеними до одиниці, що свідчить про адекватність порядку побудованих моделей.

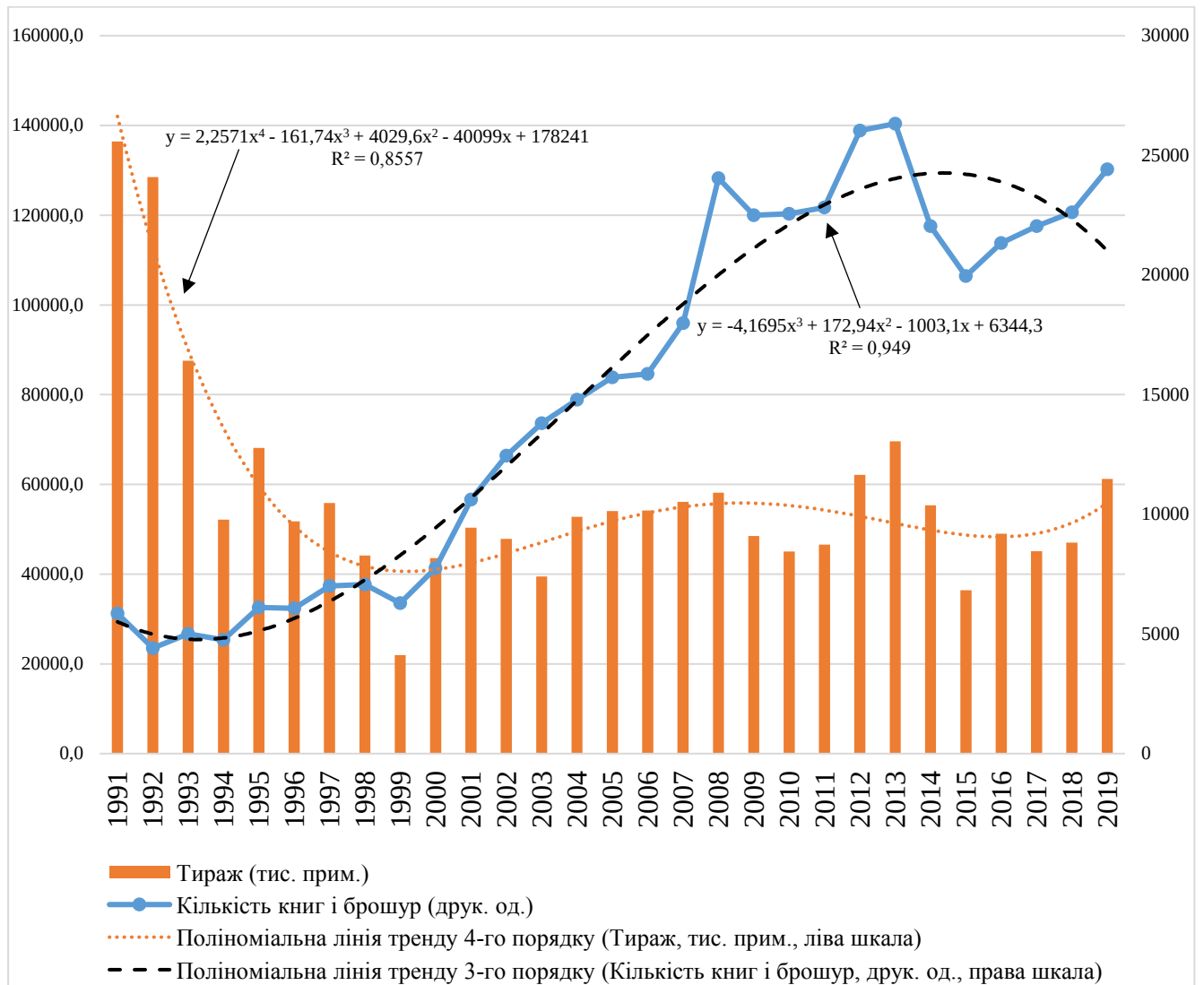


Рис. 2.11. Тенденція розвитку основних показників книговидавництва.

Джерело: побудовано автором.

Однак, за досліджуваний період 1991-2019 рр. не простежується чітка тенденція динаміки виданих книг і брошур та тиражів в Україні і відповідно, здійснювати прогнозування за поліномом 3-го чи 4-го порядку, на нашу думку, не доцільно. У таких випадках на практиці часто застосовують поширений метод аналізу динаміки – експоненційне згладжування ряду. Суть цього методу полягає в заміні фактичних рівнів y_t їх осередненими значеннями за певними інтервалами.

Експоненційну середню можна представити як лінійну комбінацію фактичного рівня t -го моменту та експоненційної середньої $(t - 1)$ -го моменту.

$$Y_t = \sum_{r=0}^t a(1-a)^r y_{t-r}, \quad (2.4)$$

де,

$a(1-a)^r$ – вага $(t-r)$ -го рівня;

a – параметр згладжування, який визначає вагу t -го рівня (значення коливаються від 0 до 1). Чим віддаленіший від t -го моменту рівень ряду, тим менша його відносна вага і вклад у тенденцію [141, с. 69].

Ураховуючи те, що у динаміці кількості книг і брошур відсутній сезонний фактор, було проведено подвійне експоненційне згладжування ряду, за допомогою опції Non-Season Exponential Smoothing модуля Time Series Analysis системи Statistica (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Оцінки похибок прогнозу за різними способами згладжування

№	Спосіб згладжування	Середня похибка апроксимації, % (MAPE)	Середня процента похибка, % (MPE)
Кількість книг і брошур			
1.	Відсутність тренду/No trend	54,2	18,4
2.	Лінійний тренд/Linear trend	23,5	6,3
3.	Експонента/Exponential	47,5	39,5
4.	Подвійне згладжування лінійного тренду / Double Linear Smoothing	8,6	2,5
Тираж			
1.	Відсутність тренду/No trend	8,2	5,4
2.	Лінійний тренд/Linear trend	59,7	4,3
3.	Експонента/Exponential	37,0	1,43
4.	Згасаючий тренд/Damped trend	66,7	66,5

Джерело: розраховано автором за даними табл. 2.3-2.4.

Оцінки похибок прогнозу та наочне представлення кривої експоненційного згладжування кількості книг і брошур свідчать про достатні апроксимуючі властивості для отриманої моделі (табл. 2.9, рис. 2.12, 2.13, Додатки Д, Ж, З).

Таблиця 2.9.

Результати експоненційного згладжування динаміки кількості книг і брошур

Рік	Кількість книг і брошур (од.)	Первинне згладжування	Вторинне згладжування
1991	5855	6186,45	6543,87
1992	4410	6812,88	7219,41
1993	5002	7208,14	7885,97
1994	4752	7601,02	8518,62
1995	6109	7901,11	9118,12
1996	6074	8288,98	9675,51
1997	7004	8612,41	10202,08
1998	7065	8980,41	10692,44
1999	6282	9298,56	11153,45
2000	7749	9476,43	11581,62
2001	10614	9765,93	11963,70
2002	12444	10321,47	12314,55
2003	13805	11025,68	12665,94
2004	14790	11823,36	13036,21
2005	15720	12669,44	13437,09
2006	15867	13554,41	13874,82
2007	17987	14388,72	14354,06
2008	24040	15387,58	14869,16
2009	22491	16978,37	15437,82
2010	22557	18310,31	16124,10
2011	22826	19558,13	16896,80
2012	26036	20740,74	17743,63
2013	26323	22179,04	18654,01
2014	22044	23543,66	19652,43
2015	19958	24328,91	20726,39
2016	21330	24783,33	21807,50
2017	22047	25294,98	22855,70
2018	22612	25794,68	23874,63
2019	24416	26269,08	24860,84
2020	X	26857,92	25809,96
2021	X	27632,06	26733,52

Джерело: розраховано автором.

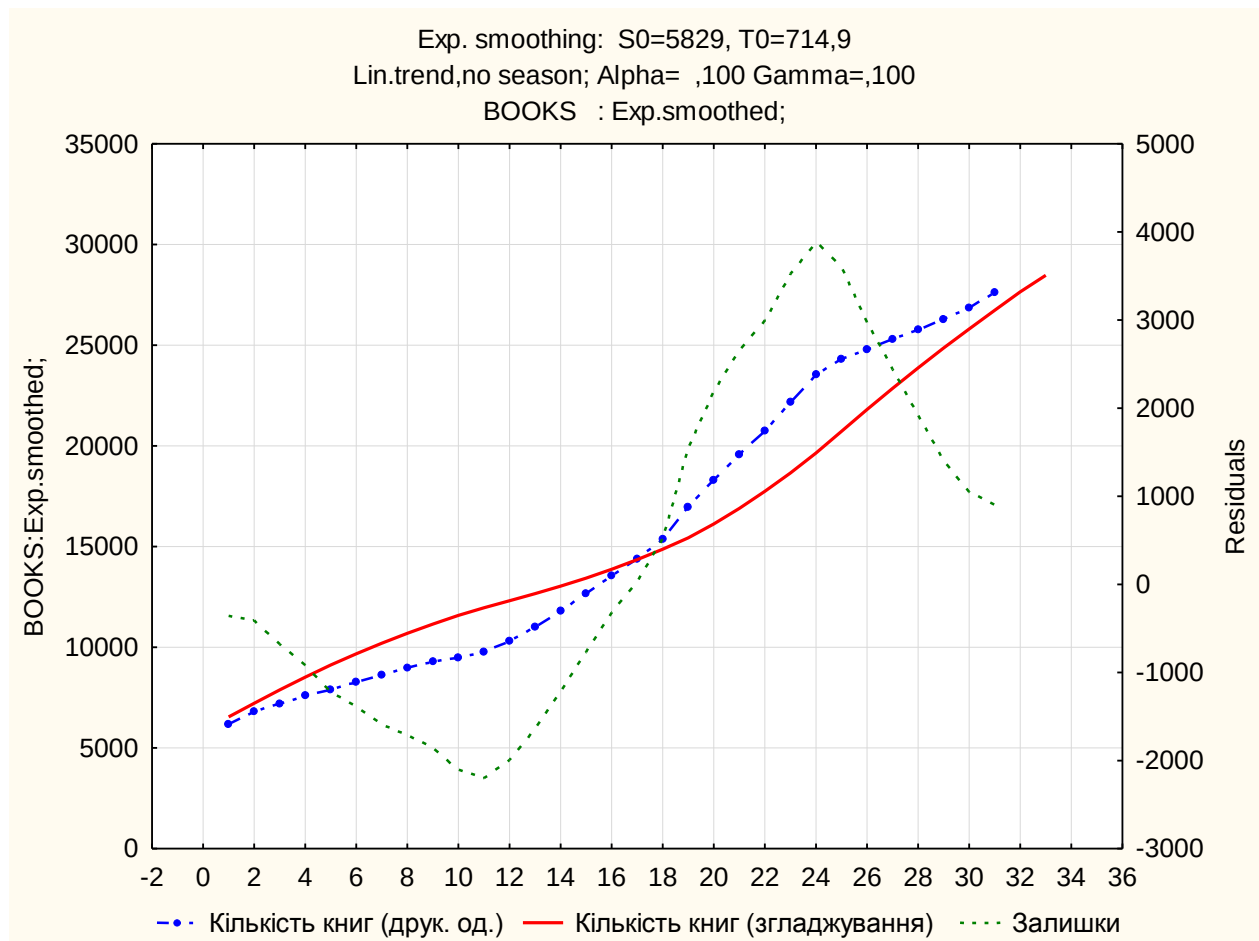


Рис. 2.12. Подвійне експоненційне згладжування динаміки кількості книг і брошур (лінійний тренд).

Джерело: побудовано автором.

За результатами аналізу, для моделі яка б найкраще описувала динаміку обсягу тиражів було обрано згладжування за відсутності тренду (рис. 2.13) (Додаток Д, Ж, З). Такий вид часових рядів належить до третього типу – часові ряди без тренду і періодичних коливань [140].

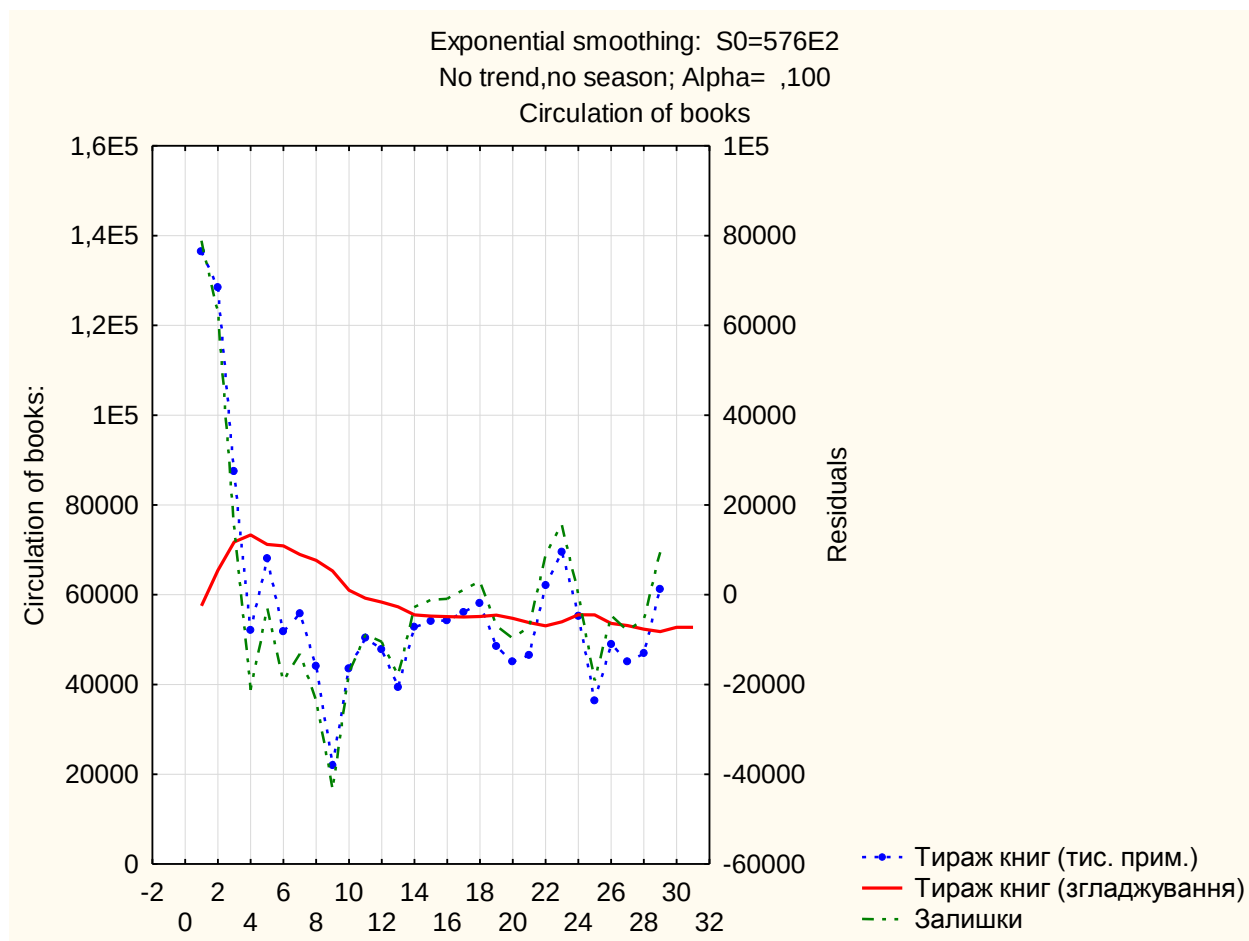


Рис. 2.13. Експоненційне згладжування за відсутності тренду динаміки тиражів.

Джерело: побудовано автором.

За результатами аналізу спрогнозовано, що у 2021 р. кількість книг і брошур перевищить 26,7 тис. друк. од., при цьому буде не більшою за 30,2 тис. друк. од. і не меншою за 23,3 тис. друк. од., із загальним обсягом тиражу 52,7 млн примірників, який при цьому не перевищить 56,1 млн і не буде нижче за 49,4 млн.

Важливими характеристиками книговидавництва є різноманіття видань за тематичними розділами та за цільовим призначенням згідно з ДСТУ 3017-2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення». За цільовим призначенням видання поділяються на 15 розділів (Додаток І) [138].

З метою дослідження структури книжкового ринку України розраховано частки кількості видань (друк. од.) та тиражів (тис. примірників), табл. 2.10-2.11.

Таблиця 2.10

**Частки кількості видань за тематичними розділами та цільовим
призначенням, 2008–2019 рр.**

(%)

Рік	Навчальні та методичні	Літературно-художні	Наукові	Для дітей та юнацтва	Науково-популярні	Нормативно-практичні	Довідкові	Офіційні	Рекламні	Література релігійного змісту	Бібліографічні	Громадсько-політичні	Інформаційні	Для організації дозвілля	Для видавців та книгорозповсюджувачів
2008	36,0	16,0	15,0	7,0	6,4	4,6	3,9	3,9	2,3	1,4	0,6	0,3	0,1	-	-
2009	34,0	16,0	19,0	7,0	6,7	3,4	3,6	3,8	-	1,8	0,8	0,3	0,2	1,2	-
2010	33,0	16,0	20,0	6,0	6,7	3,6	3,4	4,0	-	2,0	1,0	0,3	0,2	1,5	-
2011	35,0	16,0	21,0	5,6	5,8	3,5	3,2	4,1	-	1,7	0,8	0,2	0,2	1,9	-
2012	33,0	15,5	20,0	9,8	5,7	2,5	2,7	3,3	-	2,2	0,7	0,2	0,2	3,3	-
2013	34,0	15,0	20,0	8,8	4,6	2,4	2,3	3,9	2,3	3,6	-	0,2	0,2	-	-
2014	35,0	15,0	21,0	8,2	4,8	2,4	2,2	3,9	-	1,7	-	0,1	0,1	3,2	-
2015	34,0	15,0	22,0	7,5	6,8	2,7	2,1	3,8	-	2,1	-	0,3	0,3	1,8	-
2016	33,0	17,8	21,0	7,6	5,8	3,3	1,7	5,0	-	1,6	-	0,2	0,2	1,5	-
2017	32,0	10,0	20,0	8,3	7,2	2,5	1,7	2,9	-	2,1	-	0,5	0,5	1,5	-
2018	31,0	10,0	20,0	8,8	7,5	2,0	2,1	5,6	-	1,7	-	0,3	0,3	0,7	-
2019	32,0	19,0	19,0	9,7	9,7	1,6	1,7	2,4	1,3	0,8	-	0,4	0,4	-	-

Джерело: розраховано автором за [120; 121].

Дані табл. 2.10 показують, що найбільшу частку на книжковому ринку за кількістю видань займають навчальні та методичні, літературно-художні видання та наукові. При цьому порівняно з 2008 р. частка навчальних та методичних видань у 2019 р. зменшилася на 4 в.п, а частки літературно-художніх видань та наукових видань зросли на 3 та на 4 в.п. відповідно. Частка видань для дітей та юнацтва у 2019 р. на вітчизняному книжковому ринку становила 9,7%, що удвічі менше, ніж наукових видань. Найменші частки на книжковому ринку належать громадсько-політичним, інформаційним виданням, виданням для організації дозвілля, бібліографічні видання з 2013 р. не публікувалися, а видання для видавців та книгорозповсюджувачів узагалі відсутні.

Для аналізу книговидавничої галузі важливими є показники тиражів видань за цільовим призначенням, що дозволяє отримувати інформацію про книгозабезпечення населення за розділами видань (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

**Частка тиражів за тематичними розділами та цільовим призначенням,
2008–2019 рр.**

(%)

Рік	Навчальні та методичні	Літературно-художні	Наукові	Для дітей та юнацтва	Науково-популярні	Нормативно-практичні	Довідкові	Офіційні	Рекламні	Література релігійного змісту	Бібліографічні	Громадсько-політичні	Інформаційні	Для організацій дозвілля	Для видавців та книготорговців
2008	42,5	18,0	3,1	11,0	6,3	2,6	5,1	0,8	2,3	6,6	-	0,6	0,7	-	-
2009	39,5	16,6	3,6	11,3	7,0	3,5	6,2	1,0	-	2,6	2,1	0,4	1,0	6,2	-
2010	39,8	15,0	4,3	10,5	8,2	3,2	5,2	1,7	-	3,3	-	0,6	0,3	7,0	-
2011	42,0	19,8	3,6	7,8	6,1	3,3	4,2	1,2	-	1,7	-	0,1	0,0	9,2	-
2012	44,0	15,0	2,9	11,7	3,5	2,3	2,7	0,8	-	2,2	-	0,1	0,0	13,5	-
2013	52,5	13,6	2,5	9,6	2,6	1,8	0,2	0,5	2,1	11,9	-	0,0	0,2	0,0	-
2014	49,8	12,9	2,8	8,9	3,5	1,9	2,5	0,5	-	2,7	-	0,1	0,0	13,6	-
2015	34,0	15,3	3,5	11,5	6,8	1,6	1,8	0,7	-	2,9	-	3,5	0,0	7,1	-
2016	55,5	16,6	2,6	7,8	5,2	1,3	1,2	0,0	-	2,0	-	-	0,0	5,5	-
2017	54,0	15,0	2,8	11,6	5,5	1,4	1,3	0,5	-	2,3	-	0,2	0,0	4,2	-
2018	63,0	11,8	2,6	11,8	4,9	0,9	1,2	0,6	-	1,6	-	0,1	0,0	1,5	-
2019	60,8	10,0	2,0	8,0	5,2	0,5	0,8	0,3	1,0	1,0	-	8,8	0,0	0,1	-

Джерело: розраховано автором за [120; 121]

Дані табл. 2.11 показують, що найбільшу частку тиражів на книжковому ринку України мають ті самі видання, які переважають за кількістю друкованих одиниць, а саме: навчальні та методичні, літературно-художні та наукові видання. Найменші частки – у видань для видавців та книготорговців, бібліографічних та інформаційних видань.

Варто зазначити, що лише динаміка тиражів навчальних та методичних видань за вказаний період мала позитивну тенденцію – від 42,5% у 2008 р. до 60,8% у 2019 р., частки інших видань зменшилися: частка літературно-художніх видань – на 8 в. п., наукових видань – на 1,1 в. п., видань для дітей та юнацтва – на 3 в. п.

Повертаючись до проблеми читання в Україні та враховуючи об'єми тиражів, доцільно зауважити, що за даними Державної служби статистики України у 2019 р. кількість населення віком від 0 до 17 років склала 7 579,7 тис. осіб [128]. Тому, зважаючи на показники тиражу видань для дітей та юнацтва,

книгозабезпечення цієї вікової групи дорівнювало 0,6 книги на одну особу у 2018 р. та 0,7 книги на одну особу – у 2011 р.

Також доцільно розрахувати кількість літературно-художніх видань, які припадають на одну особу дорослого населення. З огляду на те, що населення віком від 18 років і старше у 2019 р. складало 34 403,9 тис. осіб, книгозабезпечення цієї вікової групи літературно-художніми виданнями складало в середньому за аналізований період 0,18 книги на одну особу (у 2018 р. – 0,15 книги на одну особу; у 2011 р., коли чисельність населення віком старше 18 років становила 37 481,6 тис. осіб, – 0,24 книги на одну особу). Зрозуміло, що книги читає не усе доросле населення. Також не усі дорослі читають книги немовлятам і надають перевагу літературно-художнім виданням. Однак навіть якщо припустити, що читаючим населенням є половина від зареєстрованої кількості, книгозабезпечення залишиться недостатнім.

Важливим показником сфери книговидавництва є кількість підприємств, які здійснюють видавничу діяльність в Україні. Як зазначалося раніше, ці підприємства класифікуються за кодами 58, 58.1, 58.11 КВЕД (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Кількість підприємств, що здійснювали видавничу діяльність, Україна, 2010–2018 рр.

Рік	Видавнича діяльність (Код 58)				Видання книг, періодичних видань та інша видавнича діяльність (Код 58.1)				Видання книг (Код 58.11)		
	Підприємства				Підприємства				Підприємства		
	великі	середні	малі	з них мікро	великі	середні	малі	з них мікро	середні	малі	з них мікро
2010	1	106	3758	3139	1	97	3163	2627	9	638	564
2011	2	106	4046	3401	2	99	3533	2965	10	707	630
2012	-	87	3735	3127	-	82	3345	2788	8	701	615
2013	-	80	3849	3323	-	74	3468	2988	10	784	704
2014	-	68	3338	2940	-	66	2982	2629	9	709	649
2015	-	55	3221	2850	-	54	2867	2549	6	679	625
2016	-	45	2640	2301	-	43	2333	2045	7	535	487
2017	-	48	2759	2460	-	43	2410	2154	8	544	500
2018	-	47	2801	2524	-	41	2426	2190	8	536	490

Джерело: [124].

Отже, за даними Державної служби статистики України станом на 2018 р. в Україні функціонувало 47 середніх підприємств, 2801 мале підприємство (з яких більша частина мікропідприємства – 2524), що здійснювали видавничу діяльність за розділом 58 КВЕД. Серед підприємств, які спеціалізувалися на виданні книг, періодичних видань та іншій видавничій діяльності (група 58.1 КВЕД), у 2018 р. середніх було 41, малих – 2426 (з яких 2190 – мікропідприємства). Підприємств, які спеціалізувалися на безпосередньо книговидавництві (клас 58.11), налічувалося 544, у тому числі середніх – 8, малих – 536, з них 490 – мікропідприємства. Що стосується великих підприємств, то починаючи з 2012 р. жодне з них не займалося видавничою діяльністю.

Дані табл. 2.12 свідчать, що кількість підприємств, які спеціалізуються на видавничій діяльності, почала суттєво скорочуватися з 2014 р. Це очевидно зумовлено, перш за все, складною політичною та фінансово-економічною ситуацією, яка призвела до закриття суб'єктів господарювання цього виду діяльності.

Важливою складовою видавничої справи є книжкова торгівля. Зокрема, за словами Г. Грет, книжкова торгівля виконує соціально необхідну функцію – доводить книговидавничу продукцію до споживача. Ця діяльність спрямована, насамперед, на подолання просторових обмежень у розповсюдженні авторської інформації, оскільки книготорговельні підприємства передбачають її короткотермінове зберігання [116]. Попри це, О. Михайлова стверджує, що мережа книгарень в Україні заслабка, зосереджена переважно у великих містах, нею майже не охоплені малі міста Східної, Південної та Центральної України. До того ж розвиток мережі книгарень гальмує фактична відсутність у країні системи гуртової торгівлі книгами. Значні торговельні націнки відохочують покупця користуватися послугами книгарень. За таких умов ці установи потребують послідовних кроків держави (таких, як пільгове кредитування) із захисту та підтримки [163].

За даними Державної служби статистики України станом на 2018 р. в Україні нараховувалося 100 магазинів які спеціалізувалися на роздрібній торгівлі книгами (рис. 2.14).

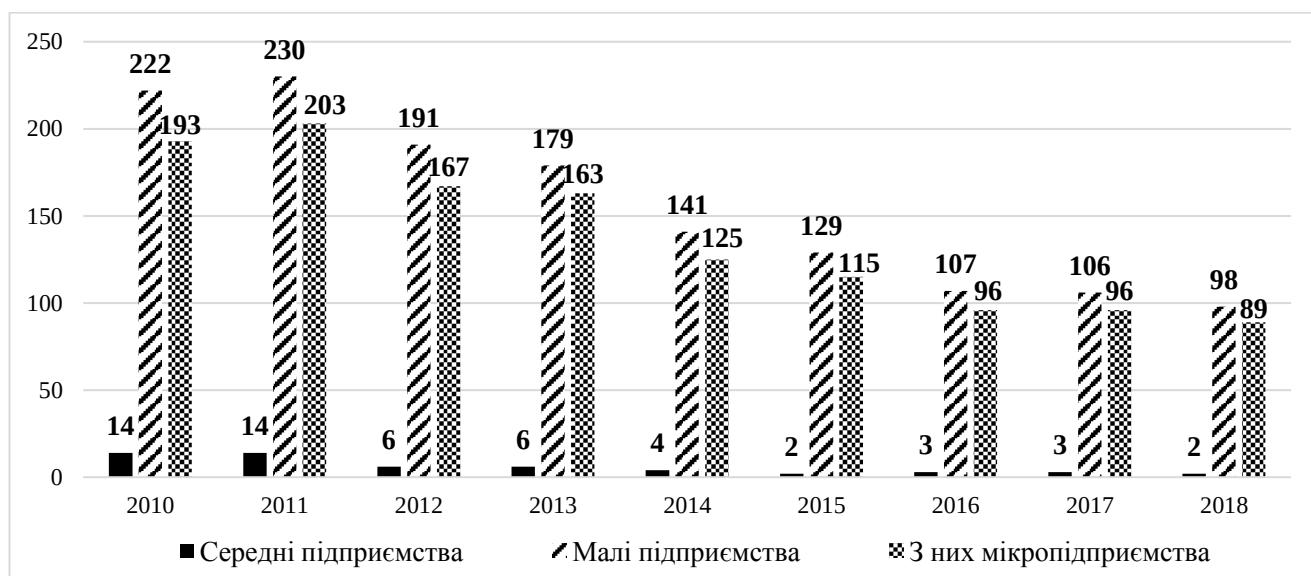


Рис. 2.14. Кількість магазинів, які спеціалізувалися на роздрібній торгівлі книгами (код КВЕД 47.61), 2010–2018 рр., од.

Джерело: побудовано автором за [124].

Дані рис. 2.14 свідчать про негативну тенденцію до систематичного скорочення мережі книжкових магазинів в Україні: з 244 у 2011 р. (230 малих та 14 середніх підприємств) до 100 у 2018 р. (98 малих та усього два середні підприємства). Щодо великих спеціалізованих магазинів, то у книжковій торгівлі вони відсутні взагалі.

У регіональному розрізі станом на початок 2017 р. найбільше книгарень було у Дніпропетровській області – 32, Харківській області – 23, Львівській – 22. У Києві їх було 30. Серед аутсайдерів – Житомирська та Луганська області, де було найменше книжкових магазинів (лише по 1), а також Чернівецька – 2 магазини, Вінницька, Київська та Херсонська – по 3 магазини [124].

З огляду на те, що книга – це товар культурного призначення, який слугує засобом відпочинку, досліджено динаміку роздрібної торгівлі товарами культурного призначення та товарами для відпочинку у спеціалізованих магазинах. Цілком ймовірно, що поряд з іншими засобами для відпочинку у таких магазинах здійснюється й роздрібна торгівля книгами (рис. 2.15).

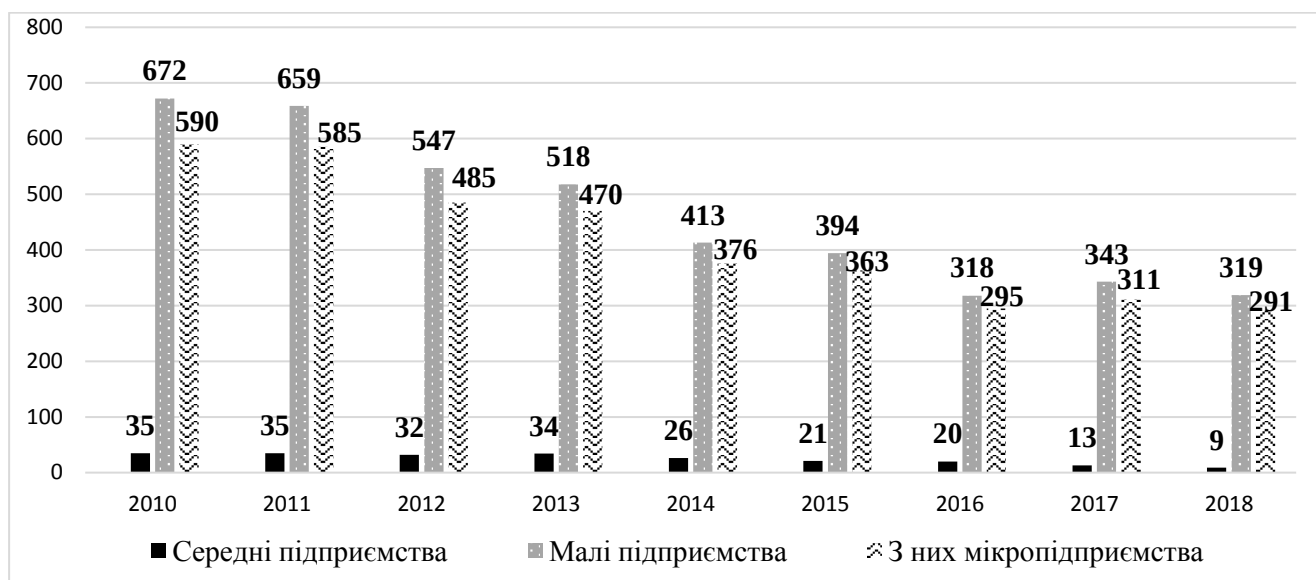


Рис. 2.15. Динаміка роздрібної торгівлі товарами культурного призначення та товарами для відпочинку у спеціалізованих магазинах (група 47.6 КВЕД), 2010–2018 рр., од.

Джерело: побудовано автором за [124].

Як показують дані рис. 2.15, спеціалізованих магазинів, які здійснюють роздрібну торгівлю товарами культурного призначення та товарами для відпочинку, в Україні більше, ніж спеціалізованих магазинів роздрібної торгівлі книгами, що цілком логічно. Попри це, враховуючи територію та чисельність населення України, цих магазинів занадто мало і щороку їх загалом стає дедалі менше. Так, станом на 2018 р. кількість спеціалізованих магазинів які здійснювали роздрібну торгівлю товарами культурного призначення та товарами для відпочинку, становила 328 одиниць (у 2011 р. – 694 од., тобто у понад двічі більше).

Важливим показником книговидавничої галузі є вартісні обсяги реалізації книг у спеціалізованих магазинах (коди КВЕД 47.61) і товарів культурного призначення та товарів для відпочинку у відповідних спеціалізованих магазинах (код КВЕД 47.6) (рис. 2.16).

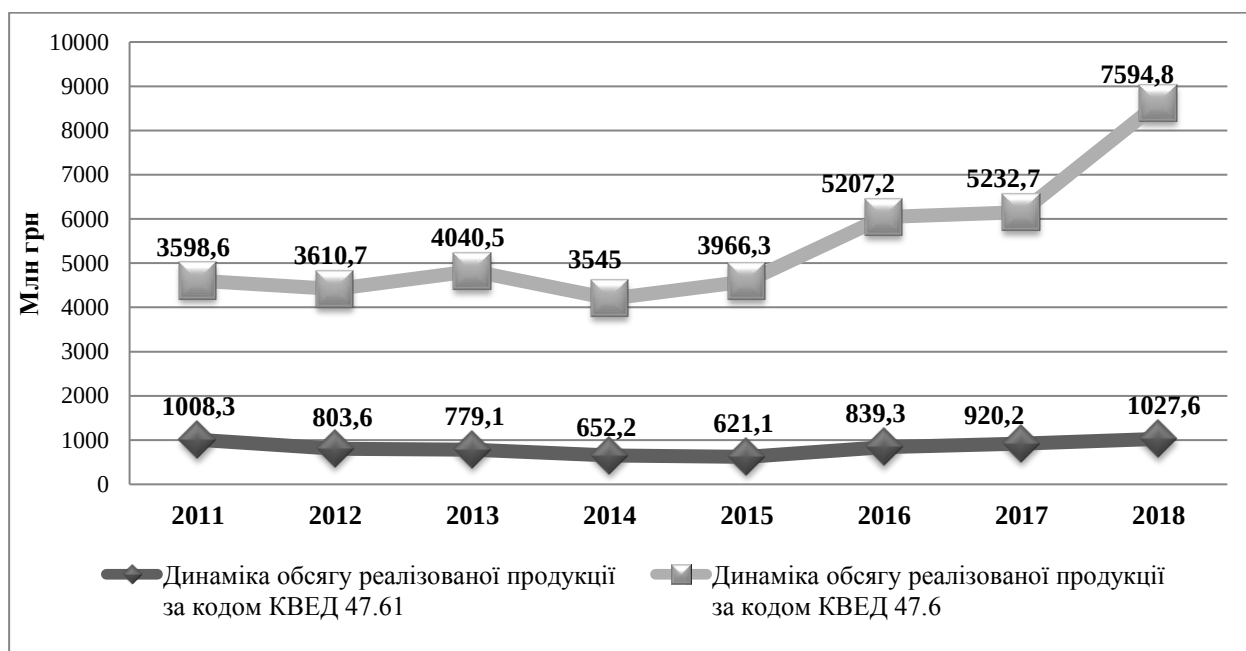


Рис. 2.16. Динаміка обсягу реалізованої продукції за кодами КВЕД 47.6 та 47.61, 2011–2018 рр., тис. грн

Джерело: побудовано автором за [124].

Дані рис. 2.16 свідчать, що обсяги реалізації книг у вартісному виразі поступово зменшувалися з 2011 р. по 2015 р. (від 1008,3 млн грн у 2011 р. до 621,1 млн грн у 2015 р.). Проте починаючи з 2016 р. почалось стрімке зростання обсягів реалізації, які у 2018 р. сягнули 1027,6 млн грн, а отже, перевищили максимальне значення 2011 р. Таке зростання обсягів відбувалося попри зменшення кількості спеціалізованих підприємств класу 47.61 КВЕД, як вже зазначалося вище.

На відміну від динаміки обсягів реалізації книжкової продукції підприємствами за кодом 47.61 КВЕД, обсяги реалізації товарів культурного призначення товарів для відпочинку мали практично стабільну щорічну позитивну динаміку, крім 2014 р. Так, у складний для України 2014 р. обсяги реалізації продукції склали 3 545,0 млн грн, а 2018 р. завершився з підсумком 7 594,8 млн грн.

Ураховуючи рекомендації заключного звіту ESSnet-Culture [22], доцільно оцінити зайнятість у галузі книговидавництва та безпосередньо у книжковій торгівлі (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Кількість зайнятих працівників у книговидавництві за видами економічної діяльності у 2010-2018 рр.

(осіб)

Рік	КВЕД – 2010				
	47.6	47.61	58	58.1	58.11
2010	34821	7814	49514	39745	5293
2011	31811	9024	47965	39843	4952
2012	28973	6664	40201	34499	5125
2013	27642	6186	37223	31503	4945
2014	26007	5820	33905	28148	4546
2015	20458	3838	27777	22987	3847
2016	21236	4081	25698	20741	3631
2017	20437	3834	24374	19256	3450
2018	22499	3687	24165	18704	3310

Джерело: згруповано автором за [123]

Дані табл. 2.13 свідчать про систематичне зниження абсолютних показників зайнятості у сфері книговидавництва. Ураховуючи зазначене, розраховані показники зайнятості населення у книговидавництві за видами економічної діяльності у 2018 р. за формулою:

$$P_z = \frac{Z}{H_{15-70}} \cdot 100\%, \quad (2.5)$$

де,

P_z – рівень зайнятості;

Z – чисельність зайнятого населення у віці від 15 до 70 років на підприємствах книговидавничої галузі за кодами КВЕД;

H_{15-70} – загальна чисельність населення у віці від 15 до 70 років [99].

Отримані результати представлені на рис. 2.17.

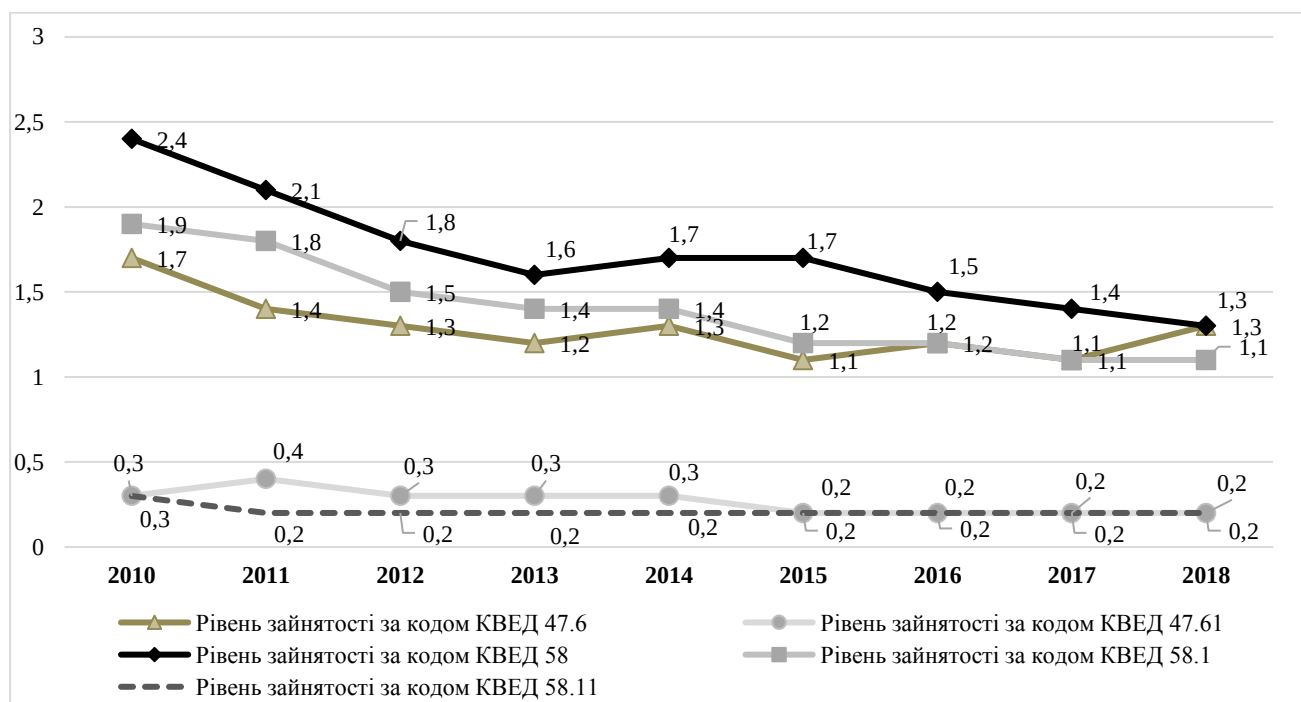


Рис. 2.17. Рівень зайнятості населення у книговидавничій галузі за видами економічної діяльності, 2010–2018 рр., %

Джерело: розраховано та побудовано автором за [124].

З рис. 2.17 випливає, що рівень зайнятості населення у книговидавничій галузі за видами діяльності щороку знижувався, а саме:

- за кодом КВЕД 47.6 – від 1,7% у 2010 р. до 1,3% у 2018 р;
- за кодом КВЕД 47.61 – від 0,3% у 2010 р. до 0,2% у 2018 р.;
- за кодом КВЕД 58 – від 2,4 % у 2010 р. до 1,3% у 2018 р.;
- за кодом КВЕД 58.1 – від 1,9% у 2010 р. до 1,1% у 2018 р.;
- за кодом КВЕД 58.11 від 0,3% у 2010 р. до 0,2% у 2018 р.

Загальний рівень зайнятості у книговидавничій сфері у 2018 р. склав 4,1% (у 2010 р. – 6,6%).

Отже, протягом усього досліджуваного періоду кількість зайнятих у книговидавничій сфері як у цілому, так і за видами діяльності стабільно знижувалася. Зважаючи на те, що станом на 2018 р. в Україні нараховувалось усього 544 підприємства, які спеціалізувалися на видавництві книг, та 100 спеціалізованих книжкових магазинів, така тенденція зміни кількості зайнятих у них працівників цілком логічна.

2.3. Статистичний аналіз зовнішньої торгівлі України друкованими книгами

Соціально-економічні процеси в кожній країні нерозривно пов'язані зі стрімкими й водночас нерівномірними темпами глобалізації та цифровізації. Для країн загалом це дає додаткові привілеї у розширенні внутрішньо- та зовнішньоекономічних зв'язків, для дослідників – щодо аналізу та застосування закордонного досвіду, однак останніх позбавляє можливості побудови довгострокових прогнозів розвитку тієї чи іншої галузі в рамках окресленого територіального простору.

Інтернаціоналізація та розгалуження господарських зовнішньоекономічних зв'язків уже давно стали невід'ємною складовою успішності розвитку національних економік. Одним із ключових індикаторів, що дає змогу спостерігати поступове зростання (або скорочення) темпів розвитку конкретної країни, її позиціонування як партнера на міжнародному ринку, є зовнішня торгівля. Вона є важливим індикатором функціонування будь-якої галузі й уособлює в собі рух товарів і послуг через державні кордони та їх облік за допомогою складної системи показників і рахунків, які також характеризують взаємозв'язки з іншими показниками економічної активності країни.

В останні десятиліття міжнародна торгівля зайняла важливе місце в більшості національних економік [172]. За період незалежності Україна змогла налагодити зовнішньоторговельні відносини з 213-ма країнами світу і створити свої торговельно-економічні місії у 35-ти державах на всіх континентах. Економіка України є відкритою, а залежність країни від імпорту (здебільшого енергетичного) за двадцять вісім років майже не змінилася. Головними торговельними партнерами України в міжнародних відносинах є РФ, Китай, Німеччина, США, Польща [126].

Серед документів, що регулюють статистичну діяльність, важливе місце для удосконалення методики збирання даних, їх опрацювання, організації та поширення якісної статистичної інформації належить публікації «Статистика міжнародної торгівлі товарами: концепції та визначення, 2010 рік» (СМТТ-2010), розроблений як нові міжнародні рекомендації зі статистики торгівлі товарами Статистичним

відділом ООН у співпраці з членами Групи експертів зі статистики міжнародної торгівлі товарами і Міжорганізаційної цільової групи зі статистики міжнародної торгівлі товарами. З-поміж іншого, у цьому документі подаються рекомендації щодо пошуку та залучення нових джерел даних, застосування метаданих у статистиці міжнародної торгівлі, підвищення якості міжнародної статистики та ін. [172].

Відомо, що Україна володіє значним експортним потенціалом, зосередженим у добувних і переробних галузях промисловості, а також в агропромисловому й енергетичному комплексах країни. Водночас статистична інформація про зовнішньоторговельні відносини культурного сектору країни, зокрема в частині торгівлі книгами, майже відсутня.

Досліджуючи питання книговидавництва і зважаючи на те, що галузь є глобально орієнтованою через поширення та визнання як міжнародної англійської мови, автором проаналізована затребуваність друкованих книг на міжнародній арені, що відображається в показниках зовнішньої торгівлі цим видом товару.

Так, досліджуючи в цілому видавничо-поліграфічну галузь, А. Штангерт та Г. Пушак наголошують на головних проблемах її розвитку, пов'язаних із зовнішньоторговельними відносинами, саме серед яких: залежність від імпорту матеріалів і устаткування; відсутність розвиненого вітчизняного поліграфічного машинобудування й ефективного забезпечення вітчизняними матеріалами; втрати від розміщення замовлень на зарубіжній поліграфічній базі; наявність високих податків та митного збору на ввезення матеріалів і технологічного устаткування; низька інвестиційна активність видавничо-поліграфічних структур [226].

Середній обсяг експорту з України до Європейського Союзу друкованої продукції, періодичних видань або іншої продукції поліграфічної промисловості, рукописів, машинописних текстів та планів за 2012–2014 рр. склав 3,22 млн євро та зменшувався в цьому періоді на 4% за рік. Для ЄС за вказаний період цей обсяг дорівнював близько 0,1% від середнього річного обсягу імпорту продукції групи товарів 49 з усього світу, який складав майже 3 млрд євро [144].

У 2019 р. оприлюднено аналітичну доповідь «Економічна привабливість української культури», підготовлену Інститутом економічних досліджень та

політичних консультацій за підтримки Українського культурного фонду [145]. У доповіді зазначається, що у 2018 р. зовнішня торгівля України культурними товарами становила близько 3,6 млрд дол. США, або 3% від загальної торгівлі товарами та послугами, і характеризувалася негативним сальдо, яке збільшилося порівняно з 2014 р. через скорочення експорту цих товарів [145]. Автори доповіді виконали розрахунки за даними Державної служби статистики України й отримали такі результати (рис. 2.18, 2.19).

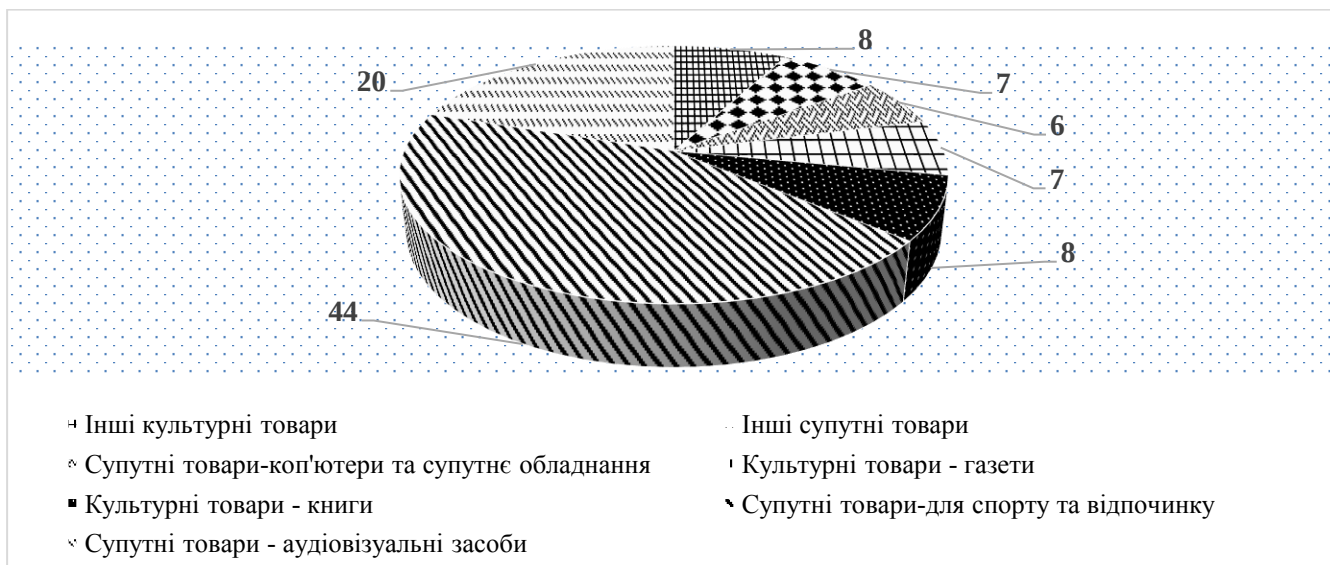


Рис. 2.18. Структура експорту культурними товарами, 2018 р., %.
Джерело: [145].

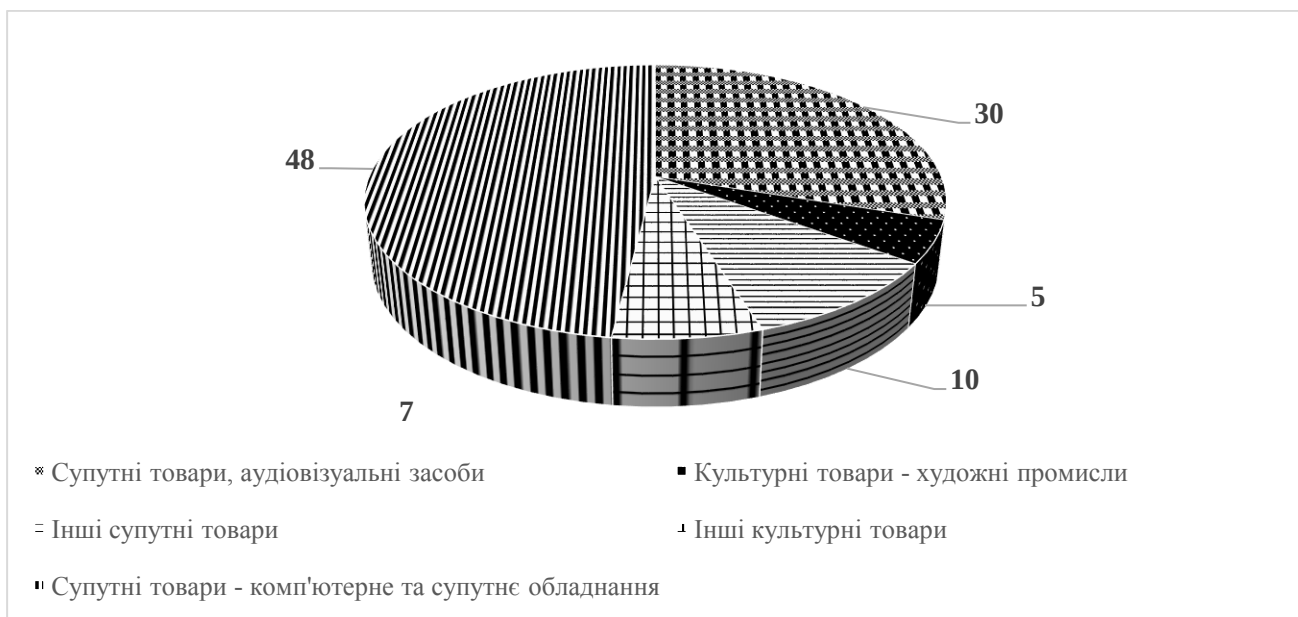


Рис. 2.19. Структура імпорту культурними товарами, 2018 р., %
Джерело: [145].

Дані рис. 2.18 та 2.19 свідчать, що наведені у доповіді структури імпорту й експорту культурних товарів значно відрізняються (зокрема у структурі імпорту відсутні книги як складова культурних товарів), що з позиції методології є неправильним. При цьому автори зазначеної доповіді у примітці вказують, що «...українська статистика не дає достатнього рівня деталізації торгівлі послугами для точної оцінки обсягів зовнішньої торгівлі культурними послугами. Тому було зроблено припущення щодо можливої частки власне культурних послуг у більш загальній категорії торгівлі послугами. Зокрема, було припущено, що культурні послуги складають 20% експорту та імпорту послуг, отриманих під час подорожі. Також ми припустили, що відеоігри та інші культурні послуги складають 25% комп'ютерних послуг та послуги реклами становлять близько 25% професійних та консалтингових послуг...» [145].

Б. Шлюсарчик, досліджуючи конкурентні переваги у міжнародній торгівлі, звертав увагу на те, що аналіз конкурентних переваг потрібно проводити за принципом «країна – інша країна» з погляду окремих галузей або ж груп товарів [225]. Пізніше О. Царенко, вивчаючи аспекти формування конкурентних переваг галузей, зазначав, що «...конкурентні переваги галузі є категорією відносною. Важливими є не самі показники, а те, як ці показники співвідносяться з динамікою показників конкурентів» [221].

Аналіз стану зовнішньоекономічної діяльності України у частині книжкової продукції у дисертації здійснено за даними Державної служби статистики на основі Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД) щодо товарів з кодом 4901 «Друковані книги, книжки, брошури, листівки та аналогічні друковані матеріали, зброшуровані або у вигляді окремих аркушів» (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

**Характеристики зовнішньоекономічної діяльності в розрізі товарів
з кодом 4901 за УКТЗЕД, 2010–2019 рр.***

Рік	Експорт E, тис. дол. США	Імпорт I, тис. дол. США	Зовнішньо- торговельний баланс $E+I$, тис. дол. США	Коефіцієнт покриття імпорту експортом $K=\frac{E}{I} * 100\%$	Сальдо зовнішньо- економічної торгівлі $C=E-I$, тис. дол. США
2010	31807,6	38157,6	69965,2	83,4	-6350,0
2011	76506,1	42758,4	119264,5	178,9	33747,7
2012	48196,4	39408,7	87605,1	122,3	8787,7
2013	51393,4	33547,9	84941,3	153,2	17845,5
2014	26468,1	24052,4	50520,5	110,0	2415,7
2015	488,1	507,5	995,6	96,2	-19,4
2016	17504	10642,8	28146,8	164,5	6861,2
2017	18958,8	10902,9	29861,7	173,9	8055,9
2018	19347,9	13627	32974,9	142,0	5720,9
2019	16683	14180,6	30863,6	117,6	2502,4

* З 2014 р. без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя.

Джерело: згруповано та розраховано автором за даними [126].

Згідно з даними табл. 2.14, найнижчі обсяги експорту групи товарів з кодом 4901 були у 2015 р. (488,1 тис. дол. США), 2016 р. (17,5 млн дол. США) та у 2019 р. (16,7 млн дол. США). Найбільші обсяги експорту цієї групи товарів припали на 2011 р. (76,5 млн дол. США). Трагічні події в Україні у 2014 р. та подальша економічна криза призвели до загалом різкого скорочення показників зовнішньої торгівлі, відповідно й обсяги експорту товарів з кодом 4901 за УКТЗЕД знизились у 2014 р. порівняно з 2013 р. майже удвічі, а у 2015 р. – ще у 54,2 рази. За обсягами експорту цих товарів Україні до 2019 р. не вдалося досягти рівня навіть 2014 р., не кажучи вже про 2011 р. Найбільший обсяг імпорту аналізованої групи товарів мав місце у 2011 р. (42, 8 млн дол. США), найменший, як і експорту, – у 2015 р. (507,5 тис. дол. США, або у 47,4 раза менше, ніж у 2014 р.). У 2019 р. обсяги імпорту склали 14,2 млн дол. США, що у 2,7 раза менше порівняно з 2010 р. Зовнішньоторговельний баланс був активним практично протягом усього досліджуваного періоду, крім 2010

і 2015 років, коли сальдо зовнішньої торгівлі було від'ємним – 6, 4 млн дол. США та 19,4 тис. дол. США відповідно.

З метою аналізу динаміки зовнішньої торгівлі товарами з кодом 4901 «Друковані книги, книжки, брошури, листівки та аналогічні друковані матеріали, зброшуровані або у вигляді окремих аркушів» розраховано базисні та ланцюгові характеристики абсолютних, відносних та середніх показників динаміки за 2010–2019 рр. (табл. 2.15, 2.16).

Таблиця 2.15

Динаміка експорту товарів з кодом 4901 за УКТЗЕД, 2010–2019 рр.

Рік	Експорт тис. дол. США	Абсолютний приріст (скорочення), тис. дол. США		Темп зростання / зменшення, разів		Темп приросту (скорочення), %		Значення 1% приросту, тис. дол. США
		ланцюговий	базисний	ланцю- говий	базисний	ланцю- говий	базисний	
2010	31807,6	х	х	х	х	х	х	х
2011	76506,1	44698,5	44698,5	2,4	2,4	140,5	140,5	318,1
2012	48196,4	-28309,7	16388,8	0,6	1,5	-37,0	51,5	765,1
2013	51393,4	3197,0	19585,8	1,1	1,6	6,6	61,6	482
2014	26468,1	-24925,3	-5339,5	0,5	0,8	-48,5	-16,8	513,9
2015	488,1	-25980,0	-31319,5	0,0	0,0	-98,2	-98,5	264,7
2016	17504,0	17015,9	-14303,6	35,9	0,6	3486,2	-45,0	4,9
2017	18958,8	1454,8	-12848,8	1,1	0,6	8,3	-40,4	175,0
2018	19347,9	389,1	-12459,7	1,0	0,6	2,1	-39,2	189,6
2019	16683,0	-2664,9	-15124,6	0,8	0,5	-13,8	-47,6	193,5

Джерело: розраховано автором за даними табл. 2.14

Для показників динаміки експорту товарів з кодом 4901 за УКТЗЕД було характерне нерівномірне зростання із періодичними різкими спадами. Загалом за 2010–2019 рр. обсяг експорту щорічно скорочувався в середньому на 1,7 млн дол. США, або на 6,9%.

За 2010-2019 роки обсяг імпорту скорочувався щорічно в середньому на 2, 7 млн дол. США або на 10,4%.

Таблиця 2.16

Динаміка імпорту товарів з кодом 4901 за УКТЗЕД, 2010–2019 рр.

Рік	Імпорт, (тис. дол. США)	Абсолютний приріст (скорочення), (тис. дол. США)		Темп зростання / зменшення, раза		Темп приросту (скорочення), %		Значення 1% приросту, тис. дол. США
		ланцю- говий	базисний	ланцю- говий	базисний	ланцю- говий	базисний	
2010	38157,6	х	х	х	х	х	х	
2011	42758,4	4600,8	4600,8	1,1	1,1	12,1	12,1	381,6
2012	39408,7	-3349,7	1251,1	0,9	1,0	-7,8	3,3	427,6
2013	33547,9	-5860,8	-4609,7	0,9	0,9	-14,9	-12,1	394,1
2014	24052,4	-9495,5	-14105,2	0,7	0,6	-28,3	-36,9	335,5
2015	507,5	-23544,9	-37650,1	0,0	0,0	-97,9	-98,7	240,5
2016	10642,8	10135,3	-27514,8	20,9	0,3	1997,1	-72,1	5,1
2017	10902,9	260,1	-27254,7	1,0	0,3	2,4	-71,4	106,4
2018	13627,0	2724,1	-24530,6	1,2	0,4	24,9	-64,3	109,0
2019	14180,6	553,6	-23977	1,0	0,4	4,1	-62,8	136,3

Джерело: розраховано автором за табл. 2.14

Середні показники рядів динаміки експорту й імпорту товарів з кодом 4901 «Друковані книги, книжки, брошури, листівки та аналогічні друковані матеріали, зброшуровані або у вигляді окремих аркушів» за 2010–2019 рр. представлені в табл. 2.17.

Таблиця 2.17

Середні показники рядів динаміки експорту та імпорту товарів з кодом 4901 за УКТЗЕД, 2010–2019 рр.

Показник	Середній абсолютний приріст (скорочення) ($\bar{\Delta}$)	Середній темп зростання (зменшення) ($\bar{k}$)	Середній темп приросту (скорочення) ($\bar{T}$)
Експорт	-1680,51	0,9	-6,9
Імпорт	-2664,11	0,9	-10,4

Джерело: розраховано автором за даними табл. 2.15-2.16.

Для виявлення переваг на рівні номенклатурних розділів зовнішньої торгівлі країни в роботі застосований індекс Нівена, який дозволяє кількісно оцінити збалансованість торгівлі [133]. Сутність цього індексу полягає у порівнянні частки товару в експорті з її часткою в імпорті. Чим ближче значення цього індексу до нуля, тим більш збалансованою є зовнішня торгівля за обраною групою товарів:

$$IK = \left(\frac{X_y}{\sum_k X_k} - \frac{Im_y}{\sum_k Im_k} \right) \cdot 100\%, \quad (2.6)$$

де,

IK – Індекс П. Нівена;

X_y – експорт товарів за розділом y ;

$\sum X_k$ – загальний обсяг експорту країни;

Im_y – імпорт товарів за розділом y ;

$\sum Im_k$ – загальний обсяг імпорту країни [133].

Для розрахунку Індекса П. Нівена (рис. 2.20) використано дані про експорт та імпорт Україною групи товарів з кодом 4901, оприлюднені Державною службою статистики України (табл. 2.14).

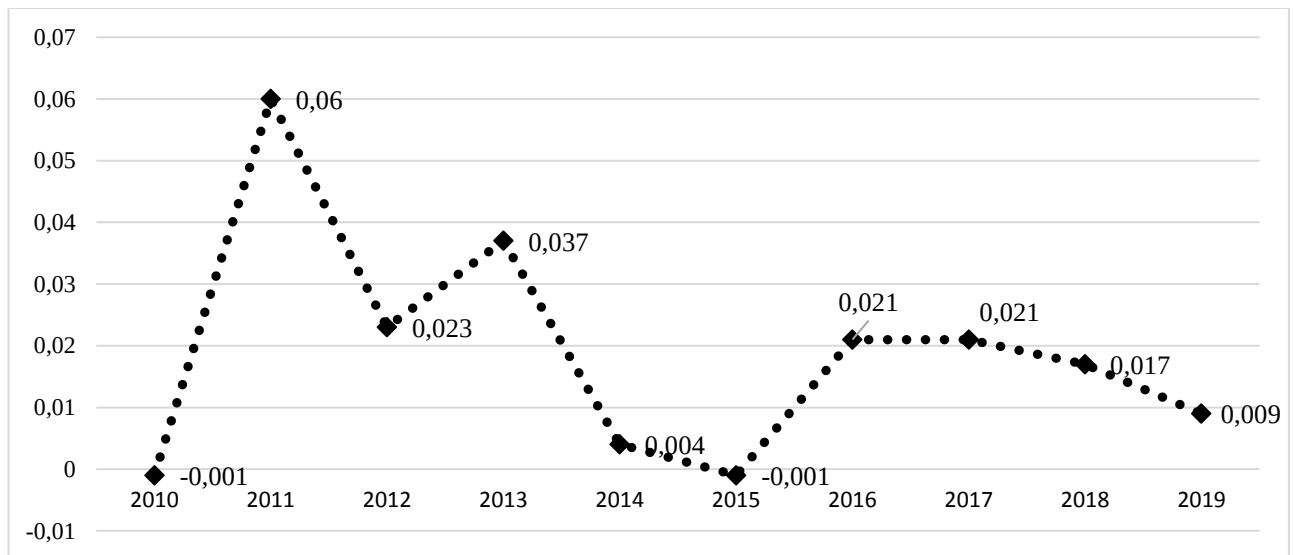


Рис. 2.20. Індекс Нівена для зовнішньої торгівлі товарами з кодом 4901 УКТЗЕД, 2010–2019 рр., %

Джерело: розраховано автором за даними табл. 2.14

Отримані результати розрахунків (рис. 2.20) свідчать, що зовнішня торгівля України товарами з кодом 4901 за УКТЗЕД була максимально збалансованою у 2010 р. та у 2015 р., а у період між ними характеризувалася стрибкоподібними змінами. Після певного розбалансування у 2016–2017 рр. торгівля цією групою товарів, починаючи з 2018 р., знову наближається до збалансування збалансованого стану.

Для поглибленого дослідження участі України у міжнародній книжковій торгівлі важливо визначити головних партнерів країни з експорту й імпорту цієї продукції. Згідно з вищезгаданим документом ООН «Статистика міжнародної торгівлі товарами: концепції та визначення, 2010 рік», статистика торгівлі в розрізі країн-партнерів як у показниках зовнішньоторговельного обороту, так і в кількісних та вартісних показниках торгівлі окремими товарами має важливе аналітичне значення. Вона використовується для багатьох цілей, включаючи аналіз економічних тенденцій та виявлення регіональної структури торгівлі; визначення часток окремих країн у світовій торгівлі; аналіз ринку; прийняття економічних рішень; моніторинг торгової політики; формування національних рахунків і платіжного балансу, а також для перевірки надійності та достовірності показників торгівлі [172].

За даними Державної служби статистики України було визначено найбільших партнерів України в міжнародній книготоргівлі (табл. 2.18, 2.19).

Таблиця 2.18

**Найбільші торговельні партнери України з експорту товарів
з кодом 4901 за УКТЗЕД, 2010–2019 рр.**

(тис. дол. США)

Країна Рік	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Білорусь	1499,3	1821,1	2304,8	3153,1	2991,0	0,7	505,4	249,7	327,7	473,9
Казахстан	667,1	874,3	869,8	552,8	394,4	0,1	136,6	290,7	52,9	30,7
Китай	5837,3	17623,8	10073,4	5194,6	1294,4	-	1160,6	3576,0	7488,5	9180,3
Польща	979,9	18,7	452,7	593,5	133,2	0,1	76,5	123,1	5,5	434,6
РФ	16017,2	46968,7	31817,7	39820,6	20437,7	399,1	6667,8	6747,5	3651,1	2947,7
США	4711,0	3670,0	1518,8	1351,3	328,8	58,6	680,5	911,2	523,3	616,9

Джерело: згруповано автором за [126].

Згідно з даними табл. 2.18, протягом досліджуваного періоду трійкою лідерів – найбільших торговельних партнерів України з експорту аналізованих товарів були Російська Федерація, Китай і США. Торговельне співробітництво України з іншими країнами характеризувалося достатньо високими показниками експорту цієї групи товарів у такі періоди: з Білоруссю – з 2010 р. по 2014 р., Казахстаном – з 2010 р. по 2013 р., Польщею – у 2010, 2013 і 2019 рр.

Аналіз даних щодо експорту та імпорту товарів з кодом 4901 за УКТЗЕД показав, що географія торговельних відносин України з імпорту ширша, ніж з експорту, це демонструє і кількість країн-партнерів. Як свідчать дані табл. 2.19, упродовж досліджуваного періоду лідерами серед найбільших торговельних партнерів України з імпорту товарів з кодом 4901 за УКТЗЕД були РФ, Фінляндія, Китай, Греція, Німеччина та Велика Британія.

Водночас із деякими партнерами України торговельні відносини в частині були недовготривалими. Так, вагомими торговельними партнерами України в частині друкованої продукції протягом певного періоду були: Іран – з 2010 р. по 2014 р., М'янма – у 2016–2017 рр., Франція – у 2017–2018 рр., Ізраїль і Німеччина – з 2016 р. по 2019 р.

Таблиця 2.19

**Найбільші торговельні партнери України з імпорту товарів
з кодом 4901 за УКТЗЕД, 2010–2019 рр.**

(тис. дол.)

Країна Рік	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Білорусь	846,7	1349,1	723,5	650,4	267,5	-	135,2	61,2	89,5	82,2
Велика Британія	2086,9	2010,0	1775,2	1215,2	810,8	6,5	474,3	825,8	806,8	1450,8
Греція	-	221,1	115,1	312,6	254,1	-	1054,6	999,1	1173,1	1242,0
Італія	198,7	163,5	459,4	451,3	556,8	57,1	144,8	318,2	461,0	601,7
Китай	3008,1	3493,0	2900,7	3175,1	1825,7	102,3	1175,4	1113,9	1432,3	1518,5
Німеччина	1289,3	3538,6	2036,2	2169,8	4785,4	238,7	1327,0	1243,4	782,9	712,5

Продовження таблиці 2.19

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Польща	1606,5	1528,4	1112,3	365,5	104,0	5,7	85,6	230,6	441,5	812,8
Російська Федерація	26548,7	26046,6	19977,5	20023,0	10672,1	14,0	2998,2	1446,1	3387,7	2907,5
Словаччина	370,3	527,9	428,8	566,0	311,9	-	318,5	331,9	277,0	263,6
США	91,2	120,6	372,3	562,7	943,5	30,1	114,1	192,0	170,8	364,5
Фінляндія	24,0	1498,4	1024,7	360,0	1324,3	-	1230,1	1615,1	1414,8	1278,7
Франція	546,4	97,6	108,3	167,0	121,2	0,8	71,1	46,7	69,0	150,4

Джерело: згруповано автором за [126].

Торговельне співробітництво України з іншими країнами характеризувалося достатньо високими показниками імпорту цієї групи товарів у такі періоди: з Білоруссю – з 2010 р. по 2013 р., Італією – у 2013–2014 рр. та у 2018–2019 рр., Польщею – з 2010 р. по 2012 р., Словаччиною – з 2011 р. по 2013 р., США – у 2013–2014 рр., Францією – з 2012 р. по 2014 р.

Інтенсивність внутрішньогалузевої торгівлі між Україною та її найбільшими торговельними партнерами товарами з кодом 4901 за УКТЗЕД оцінено за допомогою індексу Грубеля – Ллойда, рекомендованого Організацією економічного співробітництва та розвитку [30]. Індекс має такий вигляд:

$$G-L_{index} = 1 - \frac{|X - M|}{X + M}, \quad (2.7)$$

де,

$G-L_{index}$ – індекс внутрішньогалузевої торгівлі певним видом товару чи послуги між двома країнами A і B ;

X – обсяги експорту окремої галузі, товару (послуги) або товарної групи;

M – обсяги імпорту окремої галузі, товару (послуги) або товарної групи.

Якщо $G-L_{index} = 0$, то в структурі експорту та імпорту не повторюється клас досліджуваної продукції. $G-L_{index} = 1$, коли зовнішньоторговельний обіг здійснюється у межах галузі ($X_i = M_i$). Тому чим ближче $G-L_{index}$ до 1, тим більші обсяги внутрішньогалузевої торгівлі [30].

Для визначення інтенсивності внутрішньогалузевої торгівлі України товарами з кодом 4901 за УКТЗЕД за період 2010–2019 рр. було відібрано країни, які є найбільшими торговельними партнерами України з експорту та імпорту. До переліку таких країн увійшли Білорусь, Китай, Польща, РФ та США (табл. 2.20).

Дані табл. 2.20 свідчать, що внутрішньогалузева торгівля України товарами з кодом 4901 з її найбільшими торговельними партнерами характеризується порівняно невеликими обсягами. Максимально наближеними до одиниці були індекси торгівлі з Білоруссю протягом 2013–2014 рр. та у 2019 р., Китаєм у 2011 р. та протягом 2018–2019 рр., Російською Федерацією у 2015 р., США протягом 2010–2011 рр. та 2016–2017 рр. Зважаючи на те, що у 2019 р. максимально наближеними до одиниці були індекси інтенсивності торгівлі з Білоруссю та Китаєм, можна припустити, що в майбутньому зовнішньоторговельний обіг товарів з кодом 4901 за УКТЗЕД може здійснюватись у межах галузі саме з цими країнами.

Таблиця 2.20

**Динаміка індексу інтенсивності внутрішньогалузевої торгівлі між
Україною та її найбільшими торговельними партнерами товарами з кодом
4901 за УКТЗЕД, 2010–2019 рр.**

Країна	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Білорусь	0,3	0,1	0,5	0,7	0,8	-	0,6	0,6	0,6	0,7
Китай	0,3	0,7	0,6	0,2	-0,2	-	-0,0	0,5	0,7	0,7
Польща	-0,2	-0,9	-0,4	0,2	0,1	-0,9	-0,1	-0,3	-0,9	-0,3
Російська Федерація	-0,2	0,3	0,2	0,3	0,3	0,9	0,4	0,6	0	0
США	0,9	0,9	0,6	0,4	-0,5	0,3	0,7	0,7	0,5	0,3

Джерело: розраховано автором за [126].

З проведеного аналізу можна зробити висновок, що зовнішня торгівля України товарами з кодом 4901 за УКТЗЕД характеризується незначними обсягами, а також нестабільною динамікою експорту й імпорту.

Висновки до розділу 2

1. Результати аналізу динаміки випуску книг за назвами за період з 2013 по 2018 рр. по низці країн, включаючи Україну засвідчили, що найбільше різноманіття вибору серед назв книг пропонують своїм читачам Велика Британія та Німеччина, однак у Бразилія характеризується найвищим темпом зростання – щороку кількість назв зростала на 7,3%. Водночас у Франції та Іспанії за цей період різниця показників випуску книг за назвами була від’ємною, тобто кількість назв книг, що випускалися, зменшилася. У 2017 р. країнами-лідерами у питанні книгозабезпечення були Велика Британія, США, Франція; найнижчі рівні цього показника мали місце у Бельгії, Мексиці, Колумбії та в Україні. За результатами кластерного аналізу було статистично доведено, що світові тенденції у книговидавництві формують такі країни: США, Китай, Франція, Велика Британія, Німеччина та Туреччина.

2. У ході дослідження проаналізовано динаміку показників книговидавництва, обчислено базисні та ланцюгові характеристики абсолютних, відносних та середніх показників динаміки за період 1991–2019 рр. Динаміку кількості книг і брошур та тиражів описано за допомогою поліноміальних ліній тренду 3-го та 4-го порядку відповідно. Застосовано метод експоненційного згладжування ряду. Враховуючи те, що на динаміку кількості книг і брошур не впливає сезонний фактор, було проведено подвійне експоненційне згладжування ряду, за модель, яка б найкраще описувала динаміку обсягу тиражів, обрано згладжування за відсутності тренду. За результатами аналізу зроблено припущення, що у 2021 р. кількість книг і брошур сягатиме 26,7 тис. друк. од. із загальним тиражем 52,7 млн примірників.

3. Проведений аналіз засвідчив, що зовнішня торгівля України товарами з кодом 4901 за УКТЗЕД характеризується незначними обсягами, а також нестабільною динамікою експорту й імпорту. Упродовж періоду дослідження найбільшими торговельними партнерами України з експорту цієї групи товарів

були Російська Федерація, Китай та США, з – імпорту Російська Федерація, Фінляндія, Китай, Греція, Німеччина та Велика Британія.

Основні результати розділу опубліковано автором у наукових працях [33; 36; 37; 101; 107; 111; 113].

РОЗДІЛ 3.

УДОСКОНАЛЕННЯ СТАТИСТИЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ КНИГОВИДАВНИЦТВА

3.1. Статистичне оцінювання книговидавництва в Україні

Для статистичної оцінки книговидавництва в Україні важливо розуміти рівень книгозабезпеченості кожної з областей країни. Для цього було розраховано коефіцієнт концентрації та локалізації книговидання за показником обсягу тиражів.

Коефіцієнт концентрації K обчислюється як півсума модулів відхилень значень часток:

$$K = \frac{1}{2} \sum_{j=1}^m |d_j - D_j|, \quad (3.1)$$

де d_j – частки розподілу за елементами сукупності; D_j – частки розподілу за обсягом значень ознаки; $j = \overline{1, m}$, m – кількість елементів сукупності

Якщо розподіл значень ознаки в сукупності рівномірний, то частки однакові ($d_j = D_j$), коефіцієнт концентрації дорівнює нулю. Відхилення часток свідчить про певну концентрацію, при цьому чим більший ступінь концентрації, тим більше значення коефіцієнта K . Верхня межа суми модулів відхилень $\sum_{j=1}^m |d_j - D_j| = 2$. Отже, значення коефіцієнта концентрації коливаються в межах від нуля при рівномірному розподілі до одиниці при повній концентрації [99].

За кожним j -м регіоном визначають також коефіцієнт локалізації L_j , який характеризує співвідношення часток:

$$L_j = \frac{D_j}{d_j} \cdot 100\%. \quad (3.2)$$

Коефіцієнти локалізації та концентрації широко застосовуються в регіональному аналізі для оцінювання рівномірності територіального розподілу за різними показниками [99]. Автором для аналізу обрано показники обсягів тиражу (як результативну ознаку книговидавництва) та чисельності населення (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Розрахунок коефіцієнтів концентрації та територіальної локалізації
книговидавництва України, 2019 р.

Місце видання (область)	Тираж (тис. прим.)	Наявне населення (млн осіб)	Питома вага тиражу, % (D_j)	Питома вага населення, % (d_j)	Коефіцієнт локалізації (L_j)	$d_j - D_j$
Вінницька	202,7	1545416	0,33	3,69	0,09	3,36
Волинська	149,2	1031421	0,24	2,46	0,10	2,22
Дніпропетровська	258	3176648	0,42	7,58	0,06	7,16
Донецька	224,7	4131808	0,37	9,86	0,04	9,49
Житомирська	108,5	1208212	0,18	2,88	0,06	2,71
Закарпатська	188,9	1253791	0,31	2,99	0,10	2,68
Запорізька	143,5	1687401	0,23	4,03	0,06	3,79
Івано-Франківська	91,9	1368097	0,15	3,26	0,05	3,11
Київська	152,3	1781044	0,25	4,25	0,06	4,00
Кіровоградська	33,8	933109	0,06	2,23	0,02	2,17
Луганська	11	2135913	0,02	5,10	0,004	5,08
Львівська	2904	2512084	4,74	6,00	0,79	1,25
Миколаївська	42,4	1119862	0,07	2,67	0,03	2,60
Одеська	190,2	2377230	0,31	5,67	0,05	5,36
Полтавська	80,4	1386978	0,13	3,31	0,04	3,18
Рівненська	89,2	1152961	0,15	2,75	0,05	2,61
Сумська	451,5	1068247	0,74	2,55	0,29	1,81
Тернопільська	2928,3	1038695	4,78	2,48	1,93	2,30
Харківська	22327,3	2658461	36,45	6,34	5,75	30,11
Херсонська	92,5	1027913	0,15	2,45	0,06	2,30
Хмельницька	571,1	1254702	0,93	2,99	0,31	2,06
Черкаська	147,8	1192137	0,24	2,85	0,08	2,60
Чернівецька	193,6	901632	0,32	2,15	0,15	1,84
Чернігівська	121,7	991294	0,20	2,37	0,08	2,17
м.Київ	29546,1	2967360	48,24	7,08	6,81	41,16
Україна	61250,6	41902416	100,00	100,00	x	147,13
Коефіцієнт концентрації (K)						73,5%

Джерело: розраховано автором за даними [120; 128].

Обчислені коефіцієнти локалізації (табл. 3.1) свідчать, що в Тернопільській ($L_j = 1,93$), Харківській ($L_j = 5,75$) областях та м. Києві ($L_j = 6,81$) є відносний надлишок обсягів тиражу книг, тоді як у решти регіонів спостерігається їх нестача. Максимально наближеним до рівномірного розподілу є значення коефіцієнта

локалізації Львівської області ($L_j = 0,8$). Найгірші показники у Луганській ($L_j = 0,004$), Кіровоградській ($L_j = 0,02$) і Миколаївській ($L_j = 0,03$) областях.

Такі результати можна пояснити тим, що м. Київ та Харківська, Тернопільська та Львівська області завжди були центрами культурного розвитку, книгодрукування та книгорозповсюдження в Україні з потужними видавництвами, великою кількістю міжнародних і національних культурних заходів, вдалою інфраструктурою, логістичним забезпеченням і порівняно вищим рівнем життя населення. Найнижчий коефіцієнт локалізації у Луганській області обумовлений війною у цьому регіоні України. Низькі показники Кіровоградської та Миколаївської областей свідчать про неконкурентоздатність у книговидавничій справі цих областей.

Розрахований коефіцієнт концентрації становить 73,5%, що свідчить про високий ступінь концентрації тиражу в окремих регіонах, тим самим підтверджуючи вищевикладене.

Книговидавництво як вид економічної діяльності є специфічним за рахунок інтелектуальної та культурної складової товару, впливу різних факторів, а також прихованих першопричин, які створюють кореляції. З метою виявлення та пояснення кореляцій між ознаками книговидавництва, їх змістовного інтерпретування під час моделювання складних причинних комплексів у статистиці застосовують метод головних компонент [141, с. 149–154].

Використання цього методу ґрунтується на припущенні, що ознаки x_i є лише індикаторами певних існуючих властивостей явища, які безпосередньо не вимірюються. Суть методу полягає у переході від численної множини x_i до мінімальної кількості максимально інформативних компонент G_j .

Основними завданнями методу головних компонент є виокремлення та ідентифікація компоненти G_j та визначення рівня G_j для окремих одиниць статистичної сукупності [141, с. 149–154].

Оскільки компоненти є гіпотетичними величинами, виміряти їх можна лише опосередковано за допомогою спеціальних моделей. Зв'язок між первинними ознаками і компонентами описується як лінійна комбінація:

$$z_i = \sum_{j=1}^m a_{ij} G_j, \quad (3.3)$$

де z_i – стандартизовані значення i -ї ознаки з одиничними дисперсіями; сумарна дисперсія дорівнює кількості ознак m ; a_{ij} – факторне навантаження j -ї компоненти на i -ту ознаку [141, с. 149–154].

У процесі компонентарного аналізу сумарна варіація m первинних ознак x_i перерозподіляється між компонентами G_j з дисперсіями λ_j . Сумарну дисперсію ознакової множини X можна представити як суму дисперсій компонент:

$$z_i = \sum_{j=1}^m a_{ij} G_j \quad (3.4)$$

де z_i – стандартизовані значення i -ї ознаки з одиничними дисперсіями; сумарна дисперсія дорівнює кількості ознак m ;

a_{ij} – факторне навантаження j -ї компоненти на i -ї ознаку [141, с. 149-154].

Головними вважаються компоненти, для яких: за критерієм Кайзера $\lambda_j > 1$; повнота факторизації не менша 70% [141, с. 149-154].

Зважаючи на це, для застосування методу головних компонент у моделюванні було відібрано ознаки x_i ($i=1-a$), які характеризують вітчизняне книговидавництво. У табл. 3.2 наведені статистичні дані щодо обраних дев'яти незалежних змінних за досліджувані 10 років (2010–2019 рр.). До переліку змінних належать кількість друкованих одиниць, книгозабезпечення населення, частки друкованих одиниць російською та українською мовами, кількість суб'єктів господарювання, кількість зайнятих та обсяг реалізованої продукції за видом економічної діяльності «Видання книг» (клас 58.11 КВЕД), ВВП на одну особу, витрати домогосподарств на відпочинок і культуру. Обумовленість вибору саме таких змінних полягає у тому, що вони найкраще описують стан книговидавництва протягом зазначеного періоду, а також характеризують економічний стан України. Тираж у цьому випадку розглядався як результативна ознака, оскільки обсяги тиражів нерозривно пов'язані з кількістю книг і брошур, що своєю чергою характеризує наповнення книжкового ринку новими назвами.

Таблиця 3.2

Характеристичні ознаки книговидавництва, 2010–2019 рр.

Рік	Тираж (тис. прим.)	Кількість книг і брошур (друк.од.)	Кількість книг на одну особу населення	Частка друк.од. російською мовою (%)	Частка друк.од. українською мовою (%)	Витрати домогосподарств на відпочинок і культуру (%)	Кількість суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності (58.11 згідно КВЕД, од.)	Кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності (58.11 згідно КВЕД, осіб)	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності (58.11 згідно КВЕД) тис. грн	ВВП на одну особу (грн)
2010	45058,3	22557	0,9	25	66,0	1,8	1342	5293	963820,2	24798
2011	46565,7	22826	1,0	24	65,0	1,9	1248	4952	899146,9	29980
2012	62120,5	26036	1,3	27	63,0	2,0	1131	5125	1167303,4	32480
2013	69575,7	26323	1,5	27	62,0	2,1	1232	4945	1182145,6	33965
2014	55312	22044	1,2	26	64,0	1,8	1239	4546	1112656,8	36904
2015	36409,8	19958	0,8	20	70,7	1,5	1234	3847	1107494,2	46413
2016	48978,1	21330	1,1	19	70,0	1,4	1051	3631	1599100,3	55899
2017	45127,2	22047	1,0	18	71,0	1,6	1002	3450	1635143,8	70233
2018	47022,1	22612	1,1	14	74,5	1,8	969	3310	2236391,1	84235
2019	61250,6	24416	1,4	14	74,3	1,6	999	3963	2722427,7	94589,8

Джерело: згруповано автором за [120; 121; 123; 124; 125; 127]

Усі необхідні розрахунки для аналізу було проведено з використанням системи Statistica, метода Principal components, модуля Factor analysis. Для візуальної оцінки виокремлення головних компонент було використано графічний критерій «кам'янистий спад» (Scree plot, рис. 3.1). Отже, за правилом Кайзера (власні числа $\lambda_j > 1$) виділено дві головні компоненти (ГК), що визначали розвиток книговидавництва в Україні, й отримано значення факторних навантажень головних компонент (табл. 3.3, Додаток К).

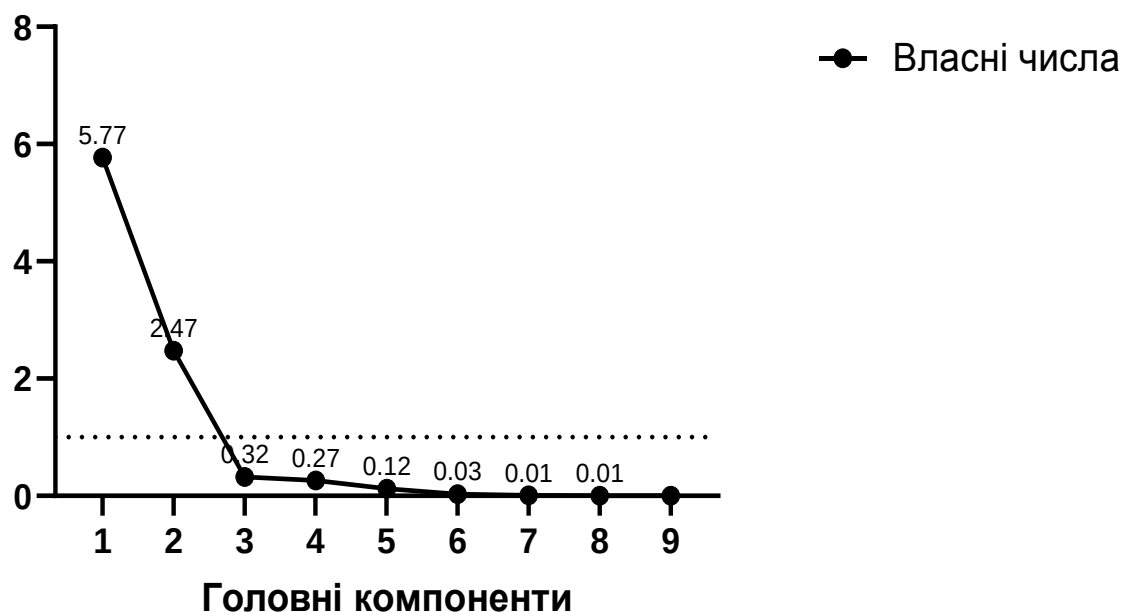


Рис. 3.1. Графічний вид власних чисел кореляційної матриці для визначення оптимальної кількості головних компонент за критерієм «кам'янистий спад»

Джерело: побудовано автором.

Таблиця 3.3

Значення факторних навантажень головних компонент

Змінні	ГК 1	ГК 2
Кількість книг і брошур (друк.од.)	0,406	-0,891
Кількість книг на одну особу	0,126	-0,933
Частка друк. од. російською мовою (%)	0,980	0,028
Частка друк.од. українською мовою (%)	-0,969	0,090
Витрати домогосподарств на відпочинок і культуру (%)	0,724	-0,533
Кількість суб'єктів господарювання за класом 58.11 КВЕД, од.	0,840	0,402
Кількість зайнятих працівників за класом 58.11 КВЕД, осіб	0,926	-0,131
Обсяг реалізованої продукції за класом 58.11 КВЕД, тис. грн	-0,845	-0,490
ВВП на одну особу, грн	-0,941	-0,312

Джерело: розраховано автором за даними табл. 3.2.

Значення факторного навантаження в групі повинно бути більше за нормативну межу 0,70 [141, с. 149–154]. За даними табл. 3.4 внесок першої компоненти в сумарну дисперсію ознакової множини становить 64,0%, другої – 27,5%. Загалом ці дві компоненти пояснюють майже 92% сумарної дисперсії, що свідчить про високий ступінь факторизації (Додаток К).

До першої компоненти увійшли такі показники: частка друкованих одиниць російською мовою, частка друкованих одиниць українською мовою, витрати домогосподарств на відпочинок і культуру, кількість суб'єктів господарювання за класом 58.11 КВЕД, кількість зайнятих працівників за класом 58.11 КВЕД, обсяг реалізованої продукції за класом 58.11 КВЕД і ВВП на одну особу. Цю компоненту можна ідентифікувати як соціоекономічну. До другої компоненти увійшли лише два показники: кількість книг і брошур та кількість книг на одну особу. Цю компоненту можна ідентифікувати як культурологічну.

Метод головних компонент також дозволяє провести розрахунок значень виділених двох головних компонент для кожного року за досліджуваний період 2010–2019 р. (табл. 3.4, рис. 3.2).

Таблиця 3.4

Значення головних компонент за період 2010-2019 рр.

Рік	Соціоекономічна	Культурологічна
2010	0,912	0,892
2011	0,794	0,469
2012	0,990	-0,981
2013	1,173	-1,353
2014	0,638	0,272
2015	-0,306	1,653
2016	-0,726	0,562
2017	-0,865	0,283
2018	-1,291	-0,466
2019	-1,319	-1,331

Джерело: розраховано автором

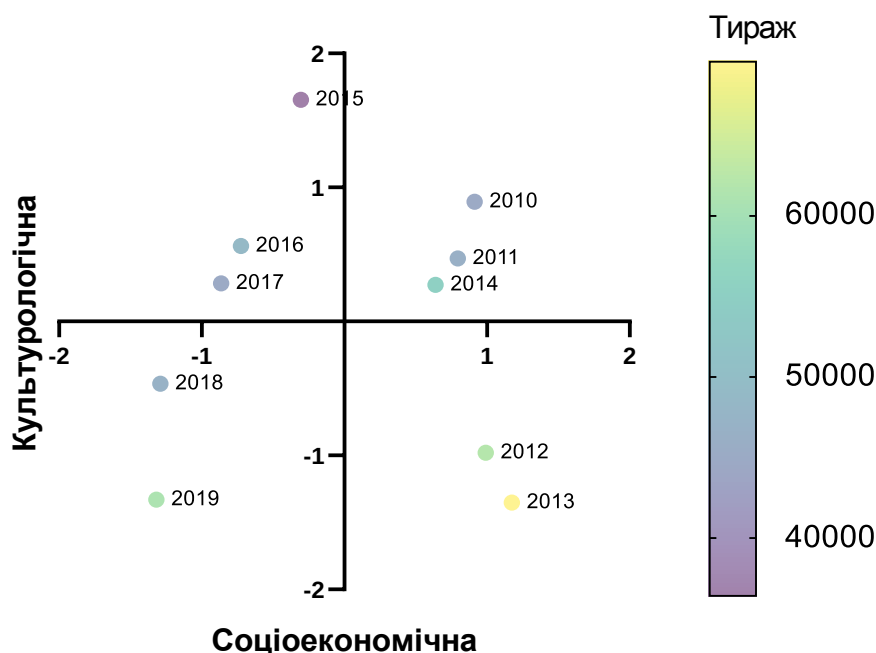


Рис. 3.2. Квадрант значень головних компонент.

Джерело: побудовано автором за даними табл. 3.4.

Знаки (додатні або від'ємні), які мають значення кожної з головної компонент, свідчать про рівень цієї компоненти за кожен рік, наскільки він вищий (+) або нижчий (–) за середній [141, с. 149-154].

Таким чином, соціоекономічна компонента мала вищий рівень впливу на розвиток книговидавництва в Україні в 2010-2014 рр. і нижчий за середні у 2015-2019 рр., що може пояснюватися економічною кризою в країні починаючи з 2014 р. у зв'язку з війною на Сході України та анексією Крима. Культурологічна компонента мала рівень вище середнього у 2010-2011 рр. та у 2014-2017 рр. За останні два роки спостерігалось зниження рівня цієї складової. Можна припустити, що книга як носій «духовної складової» та «м'якої сили» була максимально затребуваною серед населення у зазначені вище періоди.

На другому етапі за допомогою множинної регресії було оцінено вплив кожного з двох узагальнених факторів (X_1 , X_2) на тиражі в Україні (Y) за період 2010–2019 рр. (табл. 3.5, Додаток Л).

Таблиця 3.5

Оцінка впливу факторів на тиражі в Україні, 2010–2019 рр.

Роки	Y	X ₁	X ₂
2010	45058,3	0,912	0,892
2011	46565,7	0,794	0,469
2012	62120,5	0,990	-0,981
2013	69575,7	1,173	-1,353
2014	55312,0	0,638	0,272
2015	36409,8	-0,306	1,653
2016	48978,1	-0,726	0,562
2017	45127,2	-0,865	0,283
2018	47022,1	-1,291	-0,466
2019	61250,6	-1,319	-1,331

Джерело: згруповано автором.

Обчислені коефіцієнти регресії дозволили побудувати рівняння залежності обсягів тиражів під впливом виділених факторів:

$$Y = 51742 + 32489 \cdot X_1 - 8994,4 \cdot X_2.$$

За значеннями бета-коефіцієнтів встановлено, що найбільший вплив на результативну ознаку справляє другий фактор, а саме, кількість книг та брошур та кількість книг на одну особу (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

**Результати регресійного аналізу впливу виділених факторів
на тираж книг**

Параметр моделі	Значення бета-коефіцієнта	Коефіцієнт регресії	t-критерій	Рівень істотності
a_0	x	51742,0	46,67	0,0000
X1	0,323	3248,9	2,78	0,0272
X2	-0,895	-8994,4	-7,69	0,0001

Джерело: розраховано автором у системі Statistica.

Значення множинного коефіцієнта детермінації становить 0,905. Це свідчить про те, що 90,5% загальної варіації результативної ознаки пояснюється

варіацією виділених факторів. Тобто підтверджено, що обрані фактори впливу на тиражі книг в Україні доцільно включати в регресійну модель. Відповідно, на решту факторів впливу припадає 9,5% варіації. Розрахований рівень значущості $\alpha=0,00026<0,05$, що підтверджує значущість R^2 . Перевірка моделі на адекватність за F -критерієм Фішера та графічним зображенням залишків регресійної моделі підтвердила її адекватність (Додаток М).

Оскільки ця регресія побудована в рамках динамічного ряду, її перевірено на автокореляцію. Обчислене значення показника Дарбіна – Ватсона ($DW = 1,65$) відповідає допустимим межам (нижня границя – 0,7, верхня границя – 1,64, а отже, $DW > DW_{c.p.}$), що підтвердило відсутність автокореляції, а відтак, і коректність моделі (Додаток М).

Отже, за допомогою методу головних компонент було статистично оцінено книговидавництво в Україні та підтверджено вплив соціоекономічного та культурологічного факторів на його розвиток.

3.2. Статистичний моніторинг електронного книговидавництва в умовах цифровізації

Сучасний стан книговидавництва можна охарактеризувати як трансформаційний. Це пояснюється тим, що під впливом цифровізації разом з друкованими книгами читачі почали користуватися електронними, відповідно на національних книжкових ринках останніми роками активну позицію поряд із традиційними друкованими виданнями займають видання електронні.

Згідно зі Звітом OECD, нині суспільство є свідком поступового розвитку цифровізації, яка впливає на усі види діяльності; воно перебуває на шляху до цифрової економіки. Цей процес розпочався близько 50-ти років тому, однак за останні роки темпи проникнення цифровізації у всі сфери суспільного життя надзвичайно прискорилися.

Розглядаючи майбутні сценарії розвитку суспільства, автори звіту акцентують увагу на тому, що сьогодні світ поринув у цифрову мегаломанію. Насамперед це пов'язано зі стрімким прогресом у сфері інформаційних технологій, що привело до зростання обсягів інформації. Нові види технологій, яким сприяла інтернетизація та цифровізація, забезпечили легкий доступ до інформації та проникли у різні сфери життя: ведення бізнесу, торгівлі, подорожування, медичне обслуговування, повсякденне спілкування, дозвіллєву діяльність тощо [63].

Кожен вид економічної діяльності тою чи іншою мірою пристосовувався до нових суспільних вимог, що відповідають характеристикам цифрової економіки. Найбільш цифровізаційними серед решти є види діяльності зі створення контенту для дозвілля – телебачення та кінематограф, музика, ігрова сфера та книговидавництво.

В Україні Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 р. № 67-р схвалено «Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки». У цьому документі поняття «цифрова економіка» трактується як діяльність, в якій основними засобами (факторами) виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) дані, як числові, так і текстові. Поняття «цифровізація» визначено в ньому як «насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними, що фактично уможливорює інтегральну взаємодію віртуального та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір», а серед принципів цифровізації вказано на необхідність «... сприяти розвитку інформаційного суспільства та засобів масової інформації» [156].

Однією з характеристик цифровізаційних процесів, які зараз активно відбуваються в Україні, є зростання кількості абонентів мережі Інтернет (рис. 3.3) .

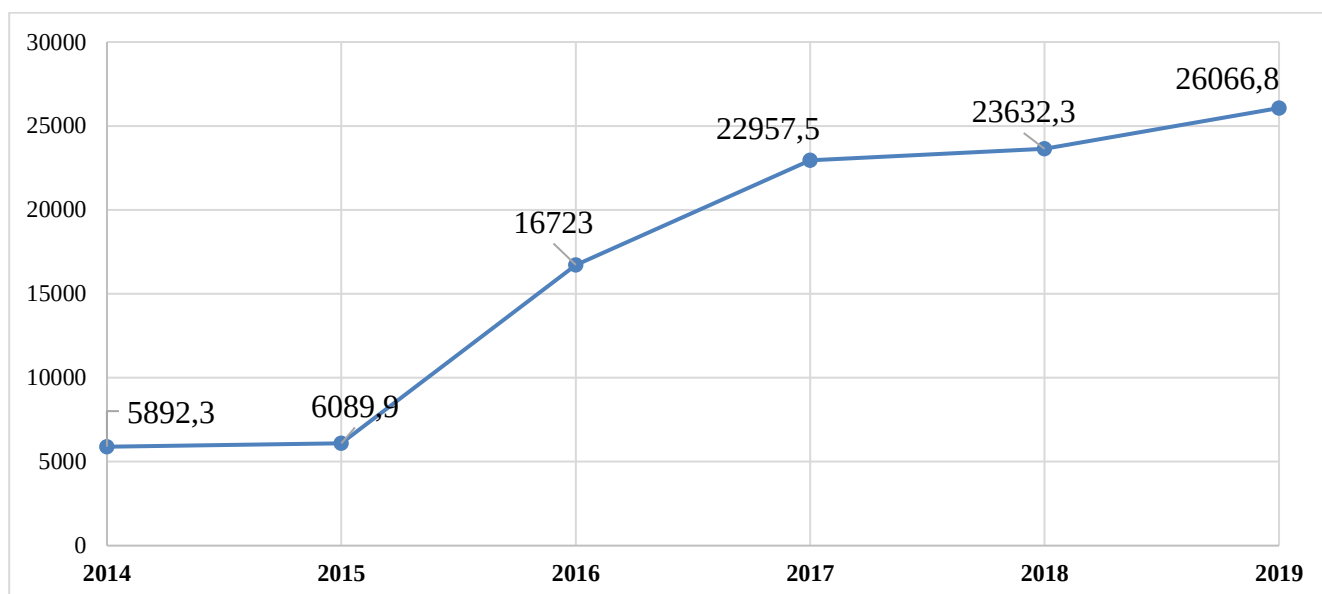


Рис. 3.3. Кількості абонентів Інтернет, Україна, 2014–2019 рр., тис. осіб

Джерело: сформовано та розраховано автором за [123].

Дані рис. 3.3 свідчать про стрімке зростання абонентів мережі, починаючи з 2016 р. У цілому кількість абонентів Інтернет в Україні з 2014 р. по 2019 р. зросла у 4,4 раза і станом на кінець періоду склала 61% чисельності населення.

Разом з тим залишається відкритим питання щодо підготовленості суспільства України до трансформацій, пов'язаних із глобальною цифровізацією. Ураховуючи зазначене, важливо оцінити рівень розвитку за допомогою інтегрального індексу інтернетизації. Для побудови Індексу інтернетизації було обрано такі показники (табл. 3.7):

- кількість абонентів Інтернет – характеризує активність інтернетизації населення України;
- обсяг реалізованих інтернет-послуг – характеризує рівень розвитку електронної комерції, зокрема зацікавленість населення та підприємств в онлайн-формі отримання/надання послуг;
- коефіцієнт пропускної спроможності Інтернету України – характеризує швидкість передачі даних. Цей коефіцієнт щороку оприлюднюється у звіті Всесвітнього економічного форуму;
- наявність у домогосподарствах персональних комп'ютерів (ПК) – характеризує рівень забезпечення домогосподарств ПК;

- наявність у домогосподарствах ноутбуків – характеризує рівень забезпечення домогосподарств ноутбуками;
- наявність у домогосподарствах планшетів – характеризує рівень забезпечення домогосподарств планшетами;
- наявність у домогосподарствах мобільних телефонів – характеризує рівень забезпечення домогосподарств мобільними телефонами;
- коефіцієнт технологічного розвитку України – характеризує сучасність країни, її технологічну спроможність. Цей коефіцієнт щороку оприлюднюється у звіті Всесвітнього економічного форуму.
- коефіцієнт наявності сучасних технологій в Україні – характеризує ступінь технологізації країни, її інтелектуальний потенціал на рівні як розробника, так і користувача. Коефіцієнт щороку оприлюднюється у звіті Всесвітнього економічного форуму.

Таблиця 3.7

Вхідні показники для розрахунку індексу інтернетизації

Рік	Чисельність абонентів Інтернет (тис.)	Обсяг реалізованих інтернет-послуг (млн грн)	Коефіцієнт пропускної спроможності Інтернету України	Наявність у домогосподарствах ПК, у середньому на 100 домогосподарств, шт.	Наявність у домогосподарствах ноутбуків, у середньому на 100 домогосподарств, шт.	Наявність у домогосподарствах планшетів, у середньому на 100 домогосподарств, шт.	Наявність у домогосподарствах мобільних телефонів, у середньому на 100 домогосподарств, шт.	Коефіцієнт технологічного розвитку України	Коефіцієнт наявності найсучасніших технологій в Україні
2016	16723	9101,8	40,7	38	27	15	201	3,4	4,3
2017	22957,5	10817,9	45,7	38	27	15	201	3,6	4,3
2018	23632,3	12273	50,1	37	35	19	203	3,8	4,4
2019	26066,8	13727	56,1	37	35	19	203	4	4,5

Джерело: згруповано автором за [83; 123; 127]

Є різні способи стандартизації показників, їх нормують варіаційним розмахом, стандартним відхиленням тощо. Одним з найпростіших способів є нормування

максимальним, мінімальним, середнім, еталонним значеннями. Оскільки дані табл. 3.7 є стимуляторами, тому нормування показників здійснено максимальним значенням за період за формулою:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_{i,\max}}, \quad (3.5)$$

де x_{ij} – значення i -го показника у j -му році; $x_{i,\max}$ максимальне значення i -го показника за період.

Якщо значення стандартизованих показників наближаються до 100, це свідчить про високий рівень розвитку інтегрального показника, наближення до 0 – про низький рівень. Інтегральний індекс інтернетизації $\overline{\rho_j}$ розраховується за формулою:

$$\overline{\rho_j} = \frac{\sum_i z_{ij}}{n} \cdot 100\%. \quad (3.6)$$

Розраховані нормовані показники та індекс інтернетизації представлені у табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Нормовані показники та індекс інтернетизації, Україна, 2016-2019 рр.

Рік	z1	z2	z3	z4	z5	z6	z7	z8	z9	Сума Z_{ij}	Індекс інтернетизації (%)
2016	0,642	0,663	0,725	1,000	0,771	0,789	0,990	0,850	0,956	7,387	82,1
2017	0,881	0,788	0,815	1,000	0,771	0,789	0,990	0,900	0,956	7,890	87,7
2018	0,907	0,894	0,893	0,974	1,000	1,000	1,000	0,950	0,978	8,595	95,5
2019	1,000	1,000	1,000	0,974	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	8,974	99,7

Джерело: розраховано автором за табл. 3.7.

Отримані результати свідчать про сприятливі умови інтернетизації в Україні для впровадження цифровізації в усіх сферах життєдіяльності. Новітні інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) інтегруються в Україні в єдину цифровізовану мережу, доступну для безпосереднього використання. Цьому також сприяють освітні цифровізаційні хаби, створені на базі бібліотек у віддалених

куточках країни, інформаційно-просвітні серіали від Міністерства цифрової трансформації тощо.

Однак лише одного забезпечення інтернетом недостатньо для констатування підготовленості суспільства до глобальної цифровізації. У цьому випадку рівноваговим показником можна вважати Індекс соціального розвитку, побудований на основі низки показників, які цілісно оцінюють соціальний розвиток країни. Індекс соціального розвитку складається з показників навколишнього середовища і соціального розвитку, об'єднаних в три напрями соціального прогресу: базові людські потреби, добробут та можливості. Загалом Індекс соціального розвитку охоплює дані за 50-ма показниками, серед яких: доступ до інформації та комунікацій; свобода вибору й особиста свобода; доступ до вищої освіти; особиста безпека; толерантність; харчування; базове медичне обслуговування; доступ до базової освіти; якість навколишнього середовища та ін. [27].

На нашу думку, індекс соціального розвитку та індекс інтернетизації характеризують готовність суспільства до цифрової трансформації (рис. 3.4).

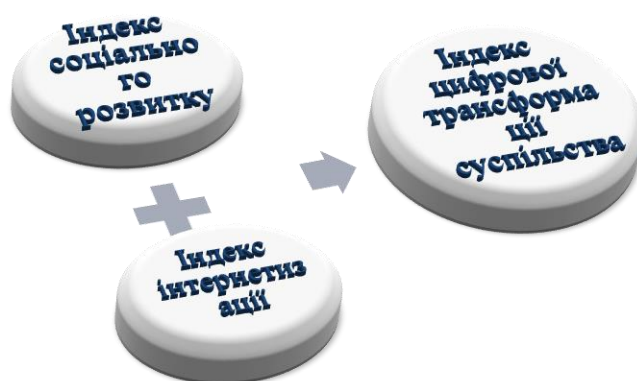


Рис. 3.4. Структура індексу цифрової трансформації суспільства.

Джерело: побудовано автором.

Тому пропонується обчислювати індекс цифрової трансформації суспільства як середню арифметичну з цих двох субіндексів як складових (табл. 3.9).

Таблиця 3.9

Субіндекси та індекс цифрової трансформації суспільства

(%)

Рік	Субіндекс соціального розвитку	Субіндекс інтернетизації	Індекс цифрової трансформації суспільства
2016	66,4	82,1	74,3
2017	68,4	87,7	78,0
2018	69,1	95,5	82,3
2019	66,9	99,7	83,3

Джерело: розраховано автором за даними табл. 3.8; [27].

Дані табл. 3.9 свідчать, що рівень підготовленості суспільства країни до цифрової трансформації щороку зростає, характеризуючи тим самим Україну як державу, що прийняла виклики сучасного цифровізованого світу. Середньорічний темп зростання цього показника склав майже 4%. Ураховуючи вищевикладене, можна стверджувати, що розвиток інтернетизації та ІКТ, який відбувається паралельно із соціальним розвитком, сприяє поступовій і логічній цифровій трансформації суспільства.

У 1995 р. Д. Тапскотт виділив дванадцять характеристик цифрової економіки: знання; оцифрування; віртуалізація; молекуляризація; інтеграція; позбавлення від посередників; конвергенція; інноваційність; масове виробництво; терміновість; глобалізація; дисонанс [74]. Ураховуючи суспільне значення книг, зростання рівня інтернетизації та підготовленості до цифрової трансформації суспільства доцільно оцінити ступінь проникнення цифровізації у вітчизняне книговидавництво за допомогою аналізу відповідності трансформації книжкової справи характеристикам цифрової економіки за Д. Тапскоттом (рис. 3.5).

ЦИФРОВІЗАЦІЯ	ЗНАННЯ <i>Книга – це феномен людського інтелекту, який слугує для збереження та передачі знань</i>	КНИГОВИДАВНИЦТВО
	ОЦИФРУВАННЯ <i>Електронні засоби для читання, цифрові формати зчитування інформації</i>	
	ВІРТУАЛІЗАЦІЯ <i>Підключення до мережі Інтернет, забезпечило цілодобовий доступ до завантажень, читання та обговорювати книги на спеціалізованих форумах цілодобово</i>	
	МОЛЕКУЛЯРИЗАЦІЯ <i>Застосування технології blockchain у книговидавництві та аутсорсингу</i>	
	ІНТЕГРАЦІЯ <i>Популяризація української мови шляхом збільшення частки книг українською мовою</i>	
	ПОЗБАВЛЕННЯ ВІД ПОСЕРЕДНИКІВ <i>Автор має можливість самостійно оприлюднювати та продавати свої твори за допомогою спеціальних платформ (наприклад, Amazon, Litnet)</i>	
	ІННОВАЦІЙНІСТЬ <i>Електронні гаджети для читання, електронні формати читання, онлайн платформи, blockchain – це приклади інновацій у книговидавництві</i>	
	КОНВЕРГЕНЦІЯ <i>Сучасне книговидавництво – це симбіоз традиційних та інноваційних технологій</i>	
	МАСОВЕ ВИРОБНИЦТВО <i>Книговидавництво характеризується масовим забезпеченням населення книгами різних жанрів, типів, видів та віковим призначенням</i>	
	ТЕРМІНОВІСТЬ <i>З появою цифровізаційних технологій, процес книговидавання значно прискорився та модернізувався</i>	
	ГЛОБАЛІЗАЦІЯ <i>Глобалізація характеризується трансформаційними змінами (про що йшлося вище)</i>	
	ДИСОНАНС <i>Із свого зародження, книга як і, безпосередньо, процес книговидавання, розвивалася, видозмінювалася та поширювалася пристосовуючись до будь-яких природних чи технологічних змін</i>	

Рис. 3.5. Відповідність трансформації книговидавництва характеристикам цифровізації за Д. Тапскоттом

Джерело: авторська розробка.

З рис. 3.5 зрозуміло, що книга є актуалізованим та готовим до вимог сьогодення продуктом, яка відповідає усім характеристикам цифрової економіки.

I. Білоножко виділяє чотири стадії цифровізації у видавничому бізнесі [90]:

1. Цифровізація обліку та звітності (автоматизований доступ до звітів із продажів, базовий контроль залишків продукції та управління асортиментом).
2. Цифровізація виробничих процесів (поява спеціалізованого програмного забезпечення).

3. Цифровізація торгівлі та маркетингу (електронні магазини, онлайн реклама).

4. Цифровізація книг (електронні книги, онлайн-журнали, аудіокниги).

Разом з тим на поширення електронних книг цифровізація практично не вплинула. Це можна пояснити тим, що наразі цифровізаційні процеси у вітчизняному книговидавництві зосереджені здебільшого у сфері електронної комерції – онлайн-торгівлі, а більшість видавців не готові випускати книги в електронному форматі. Підтвердженням цього слугують результати опитування видавців у рамках дослідження *Ukrainian Reading and Publishing Data 2018*, за результатами якого 60 видавництв узагалі не продають електронний контент, 21 видавництво займаються такими продажами через контрагентів та лише контент п'яти видавництв представлений у Google Play [77; 94]. Щодо книговидавничої діяльності України в електронному середовищі офіційні статистичні дані відсутні.

Зважаючи на відповідність трансформації книговидавництва функціям цифровізації за Д. Тапскоттом, можна констатувати, що книговидавництво як вид економічної діяльності загалом пристосувалося до нових умов існування, а враховуючи значення англійської мови як міжнародної – глобалізувалося. Це твердження є коректним попри заяви скептиків про витіснення книги цифровими засобами проведення дозвілля та всесвітнім павутинням, а також зниження читацької активності (частка підлітків, які читають, зменшилася від 60% у 1970-х рр. до 16% у 2016 р.) [70].

Світове книговидавництво використовує можливості цифрової економіки з 1985 р., коли почали видаватися на дискетах довідкові видання *Grolier*. Згодом, у 1994 р. видавництво *Reed Elsevier* придбало юридичну базу даних *LexisNexis*, яка пізніше стала електронною книгою судових справ і містила в собі документи з 1980 р. Складність процесу оцифрування книг, яке вимагає залучення провідних спеціалістів не лише видавничих напрямів діяльності, а й у сфері ІТ, штучного інтелекту, графічного дизайну, маркетингу та ін., зростання попиту на книги в електронних форматах, зокрема завдяки їх меншій вартості та компактності, зумовили пріоритетність цього виду діяльності [12].

ДСТУ 3017-2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення» трактує електронне видання як документ, інформацію в якому подано у формі електронних даних і для використання якого потрібні засоби обчислювальної техніки [138]. ДСТУ 7157:2010 «Видання електронні. Основні види та вихідні відомості» подає визначення електронного видання як електронного документа, який пройшов редакційно-видавниче опрацювання, має вихідні відомості та призначений для розповсюдження в незмінному вигляді [139]. Водночас засоби для читання оцифрованих книг називають електронними книгами, рідерами, електронними читалками. Серед найпопулярніших – Amazon Kindle, AppleiPad, Sony Reader, Pocket Book Reader, Pocket Book Touch та ін. [12]. У наукових роботах на тему книговидання відсутнє точне розмежування понять для позначення електронної книги як технічного засобу для читання та електронного видання як документа. Тому далі поняття «електронна книга» в дисертації трактується як публікація книжкового формату, доступна у цифровій формі, яка складається з тексту, зображень і зчитується за допомогою комп'ютера, планшета чи спеціального гаджета для читання електронних книг. Ринок електронних книг має три складові (рис. 3.6).



Рис. 3.6. Складові ринку електронних книг.

Джерело: побудовано автором за [10].

До першої складової (контент–провайдери) відносять видавців та авторів; до другої (інтернет-платформи послуг) – платформи онлайн читання, завантажень

електронних книг, оприлюднення власних текстів (винятки – книжкові магазини, інтернет-магазини); третя складова – електронні книги або засоби зчитування інформації, тобто комп’ютери, смартфони, планшети [10]. Опитування як видавців, так і покупців книг показало, що ніхто не розділяє електронне та традиційне книговидавництва на конкуруючі, більше того, вони доповнюють одне одного [64]. З метою виявлення сильних та слабких сторін електронних книг для читача у роботі застосований метод стратегічного менеджменту – SWOT-аналіз (рис. 3.7).

Сильні сторони: 1. Низька вартість оцифрованого видання; 2. Зручність використання (зокрема наявність функції «нічного читання», регулювання розміру кегля); 3. «Доступність» читання: в будь-який момент в будь-якому місці; 4. Малі габарити, попри велику кількість завантажених файлів. 5. Екологічність.	Слабкі сторони: 1. Висока ціна гаджета та, здебільшого, одноманітність оформлення; 2. Обмежений час акумуляторної підтримки гаджета; 3. Кількість книг у бібліотеці залежить від зони покриття Інтернету та об’єму пам’яті гаджета; 4. Висока ймовірність пошкодження або крадіжки.
Можливості: 1. Інтерактивність; 2. Використання QR-code для додаткового функціоналу.	Загрози: 1. Провокування «поверхневого» читання; 2. «Неповноцінність» екрана щодо розуміння читання.

Рис. 3.7. SWOT-аналіз електронних книг

Джерело: сформовано автором за [43; 70].

Результати SWOT-аналізу підтверджують наявність сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз електронних книг. Як для пересічного читача, так і для суспільства в цілому важливе значення мають загрози електронних книг. Так, у висновках низки досліджень зазначається, що читання тексту з екрана не змушує читача замислюватися над контекстом та суттю прочитаного, тобто провокує поверхневе читання. Крім того, більшість читачів припиняють читати електронну книгу після перших 20 сторінок, а деякі серед читацьких уподобань обирають записи у соціальних мережах. Таке недовготривале читання призводить до фрагментованого мислення, унеможливорює логічне формулювання речень чи висловлювань. Обнадійливим є той факт, що науковці, маючи намір вдумливо

прочитати документ, роздруковують його, а покоління вихідців із цифрових технологій надають перевагу друкованим підручникам перед цифровими, коли потрібне поглиблене навчання [1; 3; 70]

Опитування Pew Research американського ринку станом на січень 2014 р. показало, що частка читачів, які надають перевагу електронній книзі, зросла з 17% у 2011 р. до 28% у 2014 р., а це безумовно засвідчувало зростання потенціалу такого книжкового формату на початку 2010-х років. Але вже у 2017 р. Асоціація американських видавців опублікувала дані про те, що ринок електронних книг для дорослих у США за перші дев'ять місяців 2016 р. скоротився на 16% порівняно з попереднім роком для усіх вікових категорій. Таке зниження можна пояснити тим, що, по-перше, у населення пройшла ейфорія від гаджета як нового засобу читання, а по-друге, середня вартість електронної книги зросла від 6 дол. США до 10 дол. США [7]. Точні обсяги продажів електронних книг важко відстежувати. Так, статистичний портал Statista подає орієнтовні дані продажів електронних книг у США (рис. 3.8).

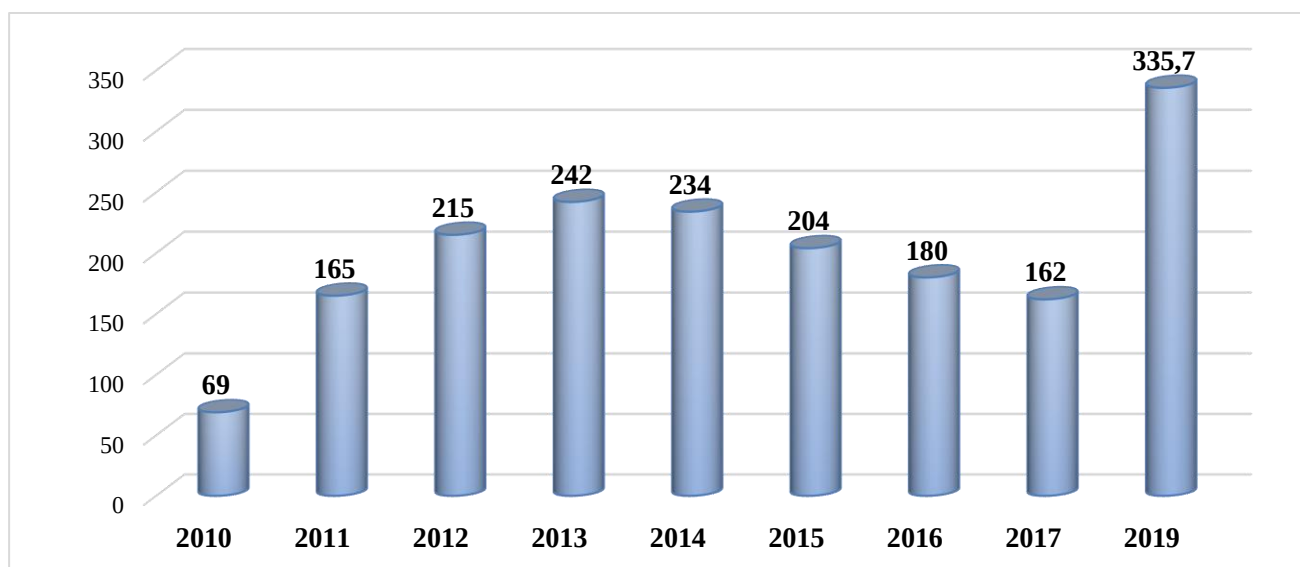


Рис. 3.8. Орієнтовна кількість електронних книг проданих у США, 2010-2019 рр.⁴, млн од.

Джерело: [71].

⁴ Дані за 2018 р. відсутні.

Дані рис. 3.8 свідчать, що протягом 2010–2013 рр. відбувалося поступове зростання продажів електронних книг – від 69 до 242 млн од. Це можна пояснити тим, що тоді електронна книга була інноваційним товаром для населення, а отже, спровокувала зацікавлення. Однак, починаючи з 2014 р., обсяги проданих книг почали знижуватися: від 234 млн од. до 162 млн од. у 2017 р. У зв'язку із запровадженням карантинних умов пов'язаних із поширенням COVID-19 у 2019 р., відбулося стрімке зростання продажів електронних книг до 335,7 млн од.

Варто зазначити, що за результатами дослідження World Reading Habits 2020 [84], яке було проведено спільно з Американською асоціацією видавців, розподіл доходів видавців США за видами видань у 2019 р. мав наступний вигляд (рис. 3.9):

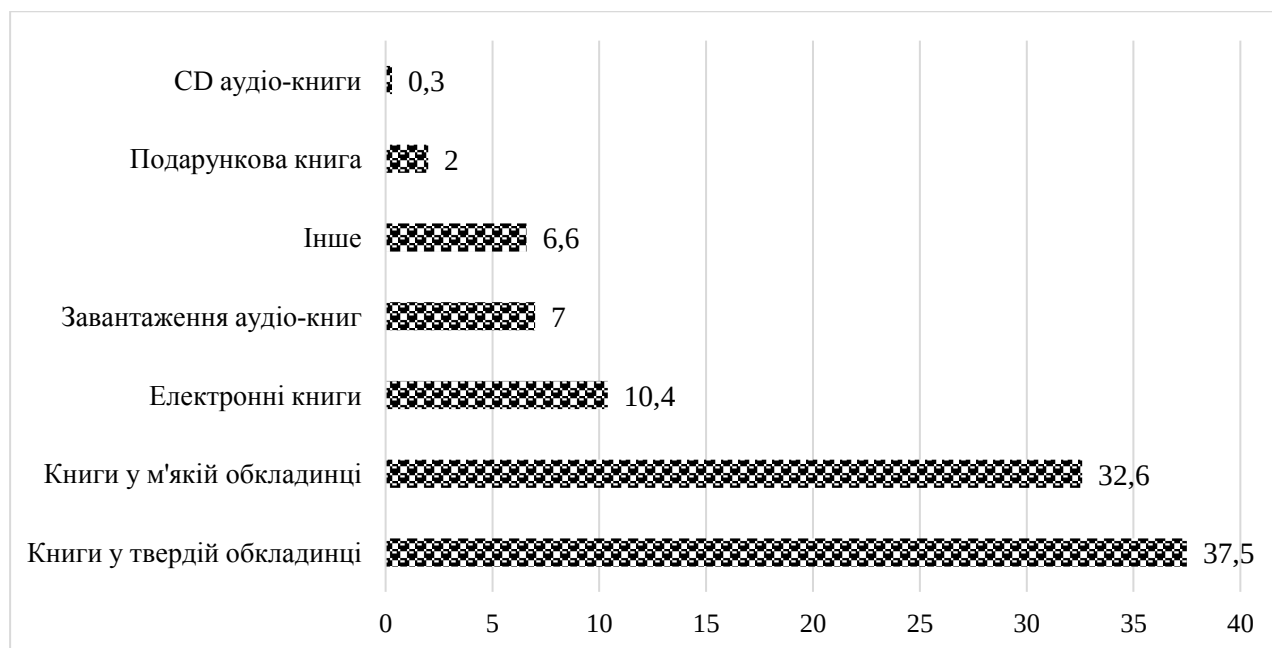


Рис. 3.9. Розподіл доходів видавців США за видами видань, 2019 р., %
Джерело: [84].

Таким чином, дані рис. 3.9 свідчать, що попри різке зростання продажів одиниць електронних книг, перевага у доходах видавців залишилася за традиційними книгами у м'якій та твердій обкладинках.

Інтенсивність поширення і безпосередню популярність електронних книг та друкованих книг для дорослих було з'ясовано за допомогою Коефіцієнту

випередження (табл. 3.10), який характеризує інтенсивність зміни одного ряду динаміки порівняно з іншим за однакові проміжки часу:

$$K_{\text{випередження}} = \frac{T_j}{T_{i-1}} \quad (3.7)$$

T_j – базисні темпи зростання першого ряду;

T_{i-1} – базисні темп зростання другого ряду [142].

Таблиця 3.10

Динаміка доходів від продажів видів видань у США та їхні коефіцієнти
випередження

Рік	Продажі аудіокниг (млрд дол.)	Продажі електронних книг, млрд дол. США	Продажі друкованих книг для дорослих, млрд дол. США	Базис. темпи зрост. продажів аудіокниг, млрд дол. США	Базис. темпи зрост. продажів електронних книг, млрд дол. США	Базис. темпи зрост. продажів друкованих книг для дорослих, млрд дол. США	Коефіцієнт випередження продажів аудіокниг над друкованими книгами для дорослих	Коефіцієнт випередження продажів аудіокниг над електронними книгами	Коефіцієнт випередження продажів друкованих книг для дорослих над електронними книгами
2014	0,1	1,3	4,8						
2015	0,2	1,2	4,9	2,000	0,923	1,021	1,959	2,167	1,106
2016	0,3	1,2	4,8	3,000	0,923	1,000	3	3,250	1,083
2017	0,6	1,1	5	6,000	0,846	1,042	5,760	7,091	1,231
2018	0,4	0,8	5,1	4,000	0,615	1,063	3,764	6,500	1,727
2019	0,5	0,9	4,9	5,000	0,692	1,021	4,897	7,222	1,475

Джерело: розраховано автором за [54-59].

Отримані результати свідчать, що у 2019 р. темпи зростання доходів, отриманих від продажів аудіокниг, випереджали темпи зростання доходів від продажів електронних книг майже уп'ятеро та друкованих книг для дорослих – у 7,2 раза. Своєю чергою темпи доходів від продажів друкованих книг для дорослих перевищували темпи доходів від продажів електронних книг у 1,5 раза. Отже, найбільші темпи зростання продажів були у аудіокниг та друкованих книг для

дорослих. Коефіцієнти випередження продажів аудіокниг можна пояснити зниженням активності населення під час пандемії, що призвело до пасивного читання; до того ж цей вид читання є найзручнішим для читача, адже, слухаючи аудіозапис твору, паралельно можна займатись іншими справами. Перевага продажів друкованих книг для дорослих над електронними обумовлена насамперед більшою вартістю друкованої книги. Разом з тим результати досліджень читання населення різних вікових груп засвідчили, що читачі до цього часу надають перевагу традиційному формату видання, а отже, купують більше друкованих видань. На прикладі 2019 р. це було математично підтверджено з урахуванням середньої вартості електронної (9 дол. США), аудіо- (11 дол. США) та друкованої (15 дол. США) книг на книжковому ринку США [38]. З того огляду на те, що чисельність населення США у 2019 р. дорівнювала 328,1 млн осіб, а також що у 2019 р. було придбано близько 326 млн друкованих книг, 100 млн електронних книг та 4,5 млн аудіокниг, визначено, що у середньому кожен американець придбав 1 друковану, 0,3 електронної та 0,01 аудіокниги. Цим підтверджується першість традиційного формату видання на книжкових ринках.

Електронні книги мають сильні та слабкі сторони також і для видавця. Зокрема, слабкою стороною електронної книги є те, що для неї характерна недостатня (майже відсутня) захищеність авторського права, а це призводить до безкарного піратства. Також до цього типу книг не застосовується пільгове оподаткування.

Серед сильних сторін електронних книг – зменшення витрат видавця та пришвидшення моменту виходу книги у світ. Також для збереження цих книг достатньо комп'ютера, що звільняє видавця від оренди складських приміщень та елімінує логістичні витрати, адже задля поширення електронної книги достатньо мережі Інтернет. Виробничі витрати, пов'язані з кожною одиницею електронної книги, незначні, а на ринку цифрових товарів на ці книги завжди є попит і пропозиція. Гаджет відомого бренда може ефективно захищати себе від цінової конкуренції за рахунок популярності останнього, маючи підвищену лояльність у покупців. Ще одним важливим фактором є універсальність гаджета у зчитуванні

форматів. Наприклад, пристрої програмно-апаратної платформи Amazon Kindle функціонують на програмному забезпеченні Android і зчитують інформацію у форматах .txt., .doc., .docx., .PDF, .EPUB, .MOBI, .AZW, .KF8, .fb2 та ін. Видання, доступні на Amazon Kindle store, тим самим забезпечують собі вищий попит (чутливість) під час продажу. Водночас для гаджетів Apple Books, сумісних лише з програмним забезпеченням iOS 10.0 та watchOS 5.0, яке встановлене на пристроях iPhone, iPad та iPod touch, чутливість викликана репутацією та престижністю бренда [67].

Ще однією сильною стороною електронних книг є екологічність, надзвичайно важлива за сучасного стану світової екосистеми. Так, дослідники Єльського університету з'ясували, що станом на 2015 р. на Землі росло понад три трлн дерев [8]. Щороку у світі виготовляється 300 тонн паперу, що еквівалентно знищенню близько 125 млн дерев. У США за один рік публікується близько 2 млрд книг, задля отримання паперу для яких потрібно 32 млн дерев. Тим часом тільки з двох вебсайтів – проєкту Gutenberg та WEF – було завантажено 200 млн безкоштовних електронних книг. Ураховуючи те, що одне дерево росте близько шістдесяти років, екологічна перевага електронних книг є очевидною для екосистеми будь-якої країни [21].

У США успішним прикладом розповсюдження книг у цифровому середовищі є інтернет-магазин Amazon, який розпочав діяльність із продажу книг форми «друк на замовлення», а у 2007 р. представив світові електронну книгу Amazon Kindle, першу партію якої було розпродано за 5,5 годин [210]. Згідно з оприлюдненими фінансовими звітами компанії Amazon за 2016 р., середньодобовий продаж електронних книг складав 1,064 млн дол., а дохід від них дорівнював 5,7 млн дол. США [7]. Дані табл. 3.11 свідчать про колосальні масштаби діяльності та популярність Amazon. Кожний мешканець США, Великої Британії та Австралії у 2016 р. придбав у цьому магазині у середньому по дві друковані книги та по одній електронній. Отже, можна зробити висновок, що магазини такого типу необхідні населенню і відповідають викликам часу. Станом на 2017 р. Amazon мав окремі сайти для роздрібної торгівлі у США, Великій

Британії, Ірландії, Франції, Канаді, Німеччині, Італії, Іспанії, Нідерландах, Австралії, Бразилії, Японії, Китаї, Індії та Мексиці.

Таблиця 3.11

Річні продажі інтернет-магазину Amazon у 2016 р.

Країна	Чисельність населення країни, млн осіб	Зареєстровані продажі, млн друк. од.	Кількість проданих книг на одного мешканця, друк. од.	Продажі електрон-них книг, млн	Кількість проданих електронних книг на одного мешканця, од.	Продажі електронних книг, у сукупному обсязі продажів, %
США	325,7	675,0	2,07	487,3	1,49	42
Велика Британія	65,4	187,5	2,86	95,6	1,46	34
Канада	36,5	50,5	1,31	26,1	0,71	34
Австралія	24,5	56,4	2,30	22,4	0,91	28
Нова Зеландія	4,6	5,3	1,15	1,3	0,28	20

Джерело: систематизовано автором за [7].

Книготорговельна інтернет-платформа Amazon створила унікальні умови як для читачів, так і для невідомих письменників – самвидав. Ламаючи традиційну схему книговидавництва, Amazon виключив видавця з книговидавничого процесу. Автору варто лише створити обкладинку до своєї книги та розмістити електронну версію тексту на сайті магазину [211].

Зі звіту Bookwire, за результатами дослідження поширення електронних книг на території Іспанії та Латинської Америки, у 2017 р. купівля електронних книг склала 12% від загального об'єму продажів книг. Ця частка охоплювала продажі навчальної, художньої літератури та безпосередньо самвидав. Близько 400 видавництв на 52% збільшили продажі електронних книг за період 2016–2017 рр. порівняно з 2014–2015 рр. Вартість продажів самостійно опублікованих цифрових книг варіювала у діапазоні 8–10 млн євро. При цьому у 2017 році порівняно з

попереднім вартість електронних книг знизилася: у 2016 р. середня вартість книги складала 8,96 євро (разом з НДС), а у 2017 р. – відповідно 7,72 євро. Найпопулярнішим інтернет-магазином для жителів Іспанії та Латинської Америки був Amazon. Водночас мали попит такі латиноамериканські незалежні видавці електронних книг, як Cangerejo Editores (Колумбія), Amanuta (Чилі), Malalettra, Almadia (Мексика). Видавці зазначали, що завдяки цифровій публікації їхні книги поширюються і за кордоном, що сприяє покращенню фінансового стану видавничої справи [10].

У країнах Європейського Союзу з 2003 р. по 2013 р. електронне книговидавництво у середньому зростало на 0,5% щороку; незважаючи на це частка електронних книг на ринку ЄС у 2013 р. залишилася на рівні 5%. У звіті OECD за 2010 р. вказано, що книжковий ринок Великої Британії на 2–3% представлений електронними книгами [62].

Що стосується регулювання ринку електронних книг, то воно здійснюється згідно з тими самими документами, що й уся електронна комерція. Серед них Директива про конфіденційність та електронні комунікації 2002/58/ЄС від 12.07.2002 року, де зазначається, що обов'язковою умовою використання Cookie-файлів є згода користувача [194].

У Франції у 2017 р. електронна торгівля займала 20% ринку друкованої книжкової продукції та поступово витісняла з ринку традиційне книговидання. Зараз інтернет-торгівля у Франції здебільшого представлена сайтами традиційних магазинів з можливістю здійснення замовлення онлайн [26].

У Китаї більшість видавництв створює власні електронні книги, найчастіше ексклюзивні. Наразі 70% ринку електронних книг у Китаї належить компанії Hanvon Technology Company, а її частка на світовому ринку становить 8% [12].

На противагу вищезазначеним країнам, ринок електронних книг в арабському світі виглядає не так перспективно і має такі проблеми, як недостатня кількість метаданих, значна частка піратської продукції (якщо на ринку друкованих книг ця частка становить понад 60%, то у цифровому середовищі – 98%) та ін. [14].

Глобалізаційні процеси створили сприятливі умови для аутсорсингу у книговидавничій галузі для видань англійською, іспанською, французькою мовами, що знижує вартість видання в декілька разів. У поєднанні з опцією «друк на замовлення» це може швидко перетворити видавництва на поліграфічні штаб-квартири. Рагальна світова тенденція свідчить, що провідні видавництва (наприклад, Bloomsbury Publishing) залучають до роботи ІТ-спеціалістів з метою розроблення нових засобів для вдосконалення процесу публікації або читання. За словами виконавчого директора видавництва Р. Чаркіна, глобальне розподілення дає можливість максимально збільшити обсяги продажів, водночас воно створює проблеми територіального маркетингу [12].

Ринок електронних книг стикається з низкою проблем, що гальмують його розвиток:

1. Недостатність нормативних документів, що регулюють його діяльність.
2. Відсутність офіційної статистичної інформації щодо видання електронних книг.
3. Низький рівень стандартизації засобів для доступу до мережі Інтернет та вимог до формату видань.
4. Відсутність належного захисту авторських і суміжних прав в електронних виданнях [90; 92].

Світові тенденції на ринку електронних книг поки що не знайшли належного відображення в українському книговидавництві. Про це свідчать результати дослідження Ukrainian Reading and Publishing Data 2018, згідно з яким 57,6% видавців-респондентів не мають досвіду у виданні та продажах електронних книг [77]. На питання «Чи планують вони надалі вести таку діяльність?» 58,8% респондентів відповіли «так», 24,5% – «не знаю», 16,7% – «ні». Лише у 4,7% видавців питома вага електронних книг складає 75% усього асортименту, тоді як 63,2% видавців узагалі не продають книги у цьому форматі (рис. 3.11).

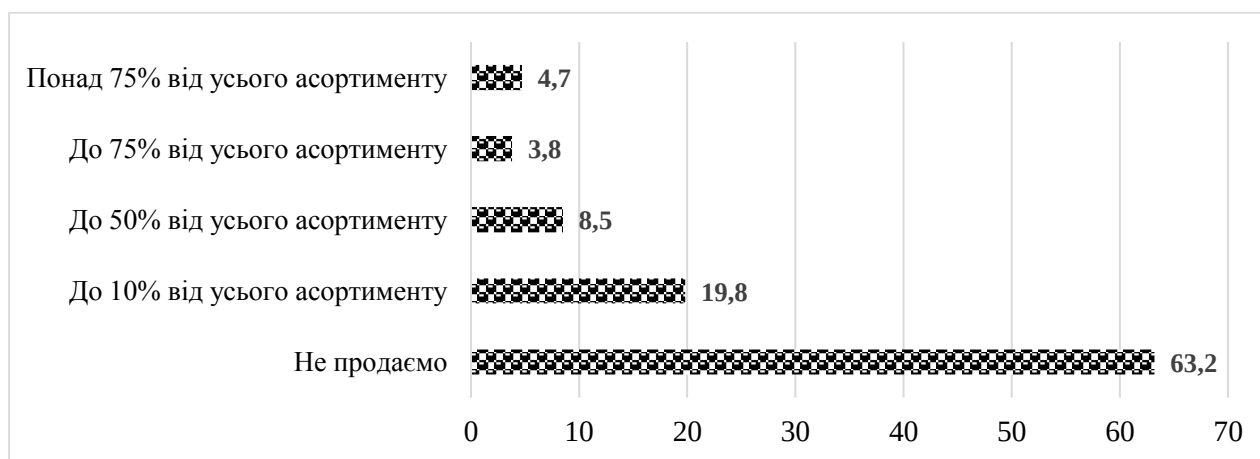


Рис. 3.11. Частка видань електронного формату від загального асортименту, 2018 р., %

Джерело: [77].

Книжкова палата України імені Івана Федорова повинна отримувати обов'язковий примірник електронної книги на CD-диску, але більшість видавців це правило ігнорують [88]. Тому дані про 134 оцифровані видання, які надійшли у 2017 р. до КПУ не можна вважати достовірними характеристиками цього ринку.

М. Женченко, досліджуючи цифрові трансформації книгорозповсюдження, зазначає, що на цифровому книжковому ринку України існує дві моделі поширення видань: модель «інтернет-книгарня» (традиційно є найбільш поширеною) та модель «електронна бібліотека» [143].

Книжкове електронне середовище України представлено декількома інтернет-книгарнями (торговельними платформами), найбільші з них – Yakaboo, Kniging, «Букля», Bookzone. Як і у Франції, традиційні книжкові магазини створюють власні сайти задля більшого охоплення читацького загалу. Однак, за словами О. Афоніна, «нинішній український книжковий ринок, якщо його можна так назвати, – це ринок пізнього середньовіччя Європи» [86].

За результатами дослідження Ukrainian Reading and Publishing Data 2018, виявилось, що 29,5% опитаних респондентів подобається читати на папері, 6,0% не мають доступу до Інтернету, 5,0% не можуть собі дозволити покупку гаджета, 8% купують ліцензовані видання разово на спеціалізованих сайтах і лише 3% користуюся онлайн-підпискою [76].

У 2020 р. у читацьких вподобаннях відбулися зміни під впливом карантинних обмежень, пов'язаних із COVID-19 та необхідністю скорочення витрат. За результатами опитування Info Sapiens, у 2020 р. порівняно з 2014 р. книги в електронному форматі стали читати майже у п'ять разів більше респондентів (рис. 3.12).

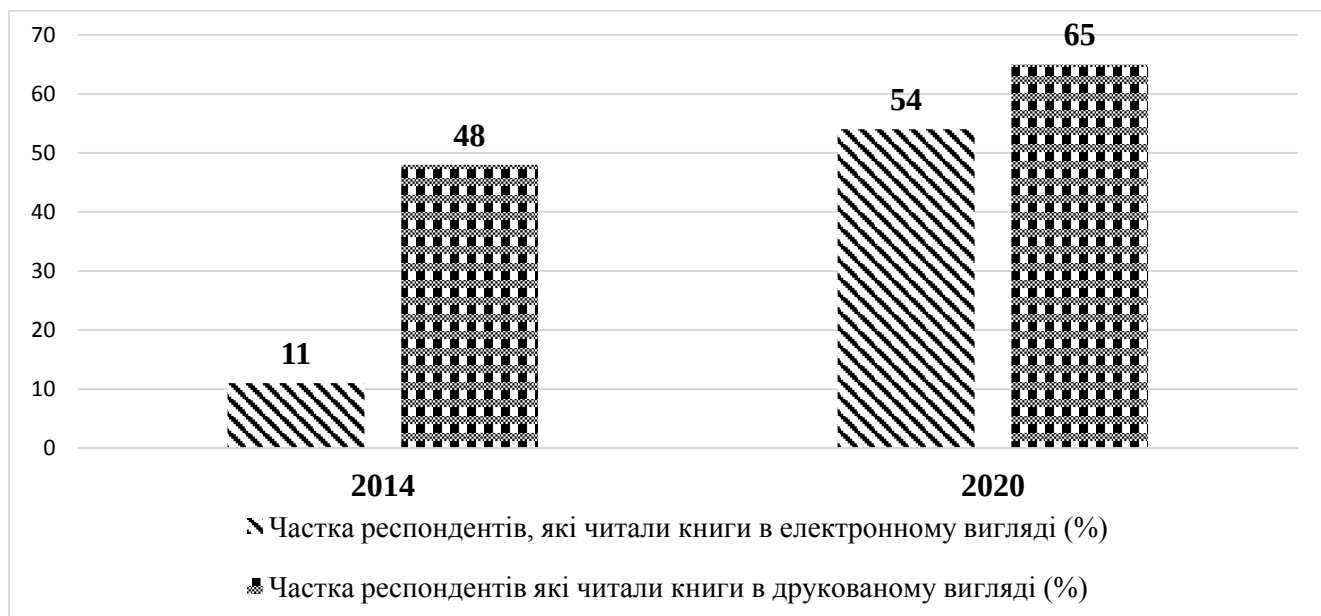


Рис. 3.12. Частки респондентів, які читали книги в електронному та друкованому виглядах, Україна, 2014 р, 2020 р., %

Джерело: [224].

Дані рис. 3.12 свідчать, що відбулося зростання в обох групах любителів читання: частка читачів друкованих видань зросла на понад третину – із 48% у 2014 р. до 65% у 2020 р., електронних книжок – відповідно з 11% до 54%, тобто майже уп'ятеро [224]. І це незважаючи на те, що у 2018 р. результати опитування вітчизняних видавців свідчили про їх неготовність до розширення асортименту цифровими форматами – тільки 26% опитаних видавців хотіли б вийти на ринок електронного контенту [77].

Видавцям та книготорговцям, які були готові до роботи з електронною книгою, вдалося втримати свої позиції на ринку. Так, за словами представників книжкового інтернет-магазину Yakaboo, за період з березня по травень 2020 року

продажі електронних книжок в інтернет-книгарнях видавництв, зокрема на Yakaboo, зросли від 30 до 400% [96].

Позитивним сигналом про зацікавленість видавців цифровими форматами книг поряд з традиційними стала поява в Україні у 2020 р. видавництва «Лабораторія», де одну назву видання у одночасно оприлюднюють у трьох форматах – аудіо-, електронному та друкованому (одночасно у твердій і м'якій обкладинках), тим самим задовольняючи будь-які уподобання читача.

Отже, можна зробити висновок, що пандемія 2020 р. як в Україні, так і у світі прискорила зміни у діяльності видавців та змусила масштабувати сектор електронних видань з метою підтримки продажів. Серед уподобань читачів щодо форматів за цей час теж відбулися зміни. Однак ні у світі, ні в Україні електронна книга не витіснила (і навіть не наблизилася до показників продажів) традиційної. Разом з тим актуальні результати досліджень стану книговидавництва повинні змусити видавців замислитися над просуванням електронної книги у своїй діяльності з метою покращення фінансового стану.

3.3. Використання великих даних для статистичного оцінювання книговидавництва

Всебічне дослідження книговидавничої галузі та подальше формування і представлення статистичної інформації з високим рівнем якості й агрегації потребує залучення альтернативних джерел інформації, серед яких слід виокремити великі дані.

Цифровізація спровокувала виникнення так званого потопу даних, який своєю чергою призвів до виявлення альтернативних та абсолютно нових джерел інформації, які активно застосовуються як в економічних, так і в статистичних дослідженнях. Серед цих джерел – відкриті дані організацій, соціальні мережі, месенджери, відеохостинги та платформи, інституційні репозитарії, цифрові ідентифікатори (особистісні, пристатейні, закладів вищої освіти та ін). Усе

зазначене в науковій літературі та на практиці прийнято називати великими даними [79].

Якщо сьогодні досить небагато публікацій присвячено аналізу книговидавничої діяльності, публікацій економічного характеру з цієї тематики ще менше, то дослідження, які б стосувалися імплементації великих даних у статистику книговидавництва, фактично відсутні. Зважаючи на це, доцільно розглянути місце та роль великих даних у офіційній статистиці, а також їхнє застосування в інших сферах діяльності, на основі чого розробити підходи до впровадження великих даних у статистику книговидавництва з метою її удосконалення.

Тема великих даних увійшла до порядку денного спільноти офіційної статистики у 2013–2014 рр. Майже одночасно на національному, регіональному та глобальному рівнях з'явилися три нові ініціативи: 1) громадська робоча група з великих даних Національного інституту стандартів і технологій (NIST) при Міністерстві торгівлі США; 2) робоча група з питань великих даних Європейської економічної комісії ООН (UNECE); 3) глобальна робоча група ООН (GWG) з питань великих даних для офіційної статистики.

О. Осауленко зазначає, що «загальновідомі джерела великих даних можуть бути класифіковані за такими групами: адміністративні дані (електронні медичні картки, банківська інформація), транзакція або бізнес-інформація (транзакції за кредитними та депозитними картками), дані сенсорних уловлювачів (дані сателітних зйомок, дорожніх радарів), дані мобільних сенсорних пристроїв (інформація з мобільних телефонів, GPS), поведінкові дані (Інтернет-запити), інформація щодо індивідуальної та суспільної думки (коментарі у соціальних мережах)» [174].

На Конференції європейських статистиків 2019 р. було проведено семінар «Нові джерела даних – доступність та використання», де запропоновано додаткові групи великих даних, а саме:

1. Дані мобільного зв'язку;
2. Вебсайти електронної комерції та бізнес-сайти;

3. Краудорсинг (OpenStreetMap, Instagram тощо) [82].

Незважаючи на це, усе ще відкритим залишається питання імплементації великих даних як альтернативних джерел статистичної інформації у виробництво офіційної статистики. У цьому контексті важливо усвідомлювати, що великі дані є хаотичним потоком даних, який містить у собі інформацію про різноманітні сфери людської діяльності у вигляді безлічі неупорядкованих структур даних. Таке нагромадження даних, охарактеризоване як потоп, вимагає як особливих технологій опрацювання (насамперед програмного забезпечення), так і висококваліфікованих спеціалістів для ефективного оброблення в допустимих межах часу [19]. На думку В. Саріогло, зростання інтересу до питань імплементації великих даних у статистику пов'язане, насамперед, зі значним комерційним успіхом цього підходу у США [202].

Досліджуючи питання розвитку «розумних» міст в Україні, О. Корепанов акцентував увагу на великих даних і уточнював, що «такі дані передбачають наявність логічної схеми, яка дозволяє отримати інформацію для аналізу» [157].

О. Осауленко акцентує увагу на тому, що реалізація проєкту інтеграції великих даних спирається на вирішення таких фундаментальних питань:

- на які саме великі дані має орієнтуватись офіційна статистика, беручи до уваги її завдання й функції у суспільстві;
- у який спосіб офіційна статистика може використовувати великі дані, та що вона потребує для цього;
- яким чином великі дані можуть допомагати здійснювати більш точне і своєчасне статистичне оцінювання соціальних, економічних та екологічних явищ [174].

Ураховуючи вищевикладене, доцільно розглянути приклади успішного практичного застосування різних типів великих даних як альтернативних їх джерел та доповнення ними існуючої системи статистичних показників з метою детальнішої оцінки сучасного стану тієї чи іншої галузі або вдосконалення конкретних процесів.

Найвідомішим та одним із найуспішніших прикладів електронної комерції є розглянутий вище інтернет-сервіс Amazon. З метою кращого задоволення потреб

покупців цей сервіс використовує великі дані, які збирає з допомогою заповнених анкет реєстрації (анкета містить відомості про склад родини, домашніх улюбленців, хобі, харчові уподобання та ін.), відомостей про попередні покупки, адрес доставки замовлень, теплової карти сайту. Отже, Amazon застосовує «360-градусний погляд» на окремого покупця. Зважаючи на те, що у січні 2019 р. компанія Amazon на фондовому ринку коштувала 737 млрд дол. США та стала найдорожчою компанією світу, обійшовши Microsoft, можна лише здогадуватися про об'єми цінних даних, що містять її сервери [5].

Цікавим є досвід компанії Apple, яка у своєму хмарному середовищі зберігає зразки голосу, запити на місце знаходження клієнта (збирання таких даних здійснюється за допомогою додатку Siri). Аналітики стверджують, що ці дані є конфіденційними, зашифрованими і використовуються, наприклад, з метою визначення найпопулярніших запитів у різних регіонах світу. Варто зазначити, що такі соціальні мережі, як Instagram, Twitter, Facebook, різного роду месенджери, електронна пошта збирають дані за схожими алгоритмами, аналізуючи при цьому поведінку, вподобання, трендові захоплення, місце перебування людини та ін.

Ресурс 24symbols, який надає послуги підписки на електронні книги та аудіокниги, використовує Google Analytics та деякі інші інструменти, щоб дізнатися про кількість відвідувань користувачів або переглядів сторінок. З цих даних команда ресурсу отримує коефіцієнти конверсії відвідувачів до реєстрацій; відносно складні цілі щодо вивчення мікроконверсій, таких як відвідування тієї чи іншої сторінки. Також з метою забезпечення успішності ресурсу збирається знеособлена та конфіденційна інформація щодо читачів: поведінка когорт або сегментів, до яких вони належать (наприклад місяць і рік їх реєстрації, географія, стать тощо). У такий спосіб розробники 24symbols наближуються до подальшого прогнозування, яке буде охоплювати велику кількість статистичних даних та алгоритми машинного навчання [31].

В Україні телекомунікаційна мережа «Київстар», аналізуючи доступні дані 26 млн абонентів, використання щоденного 10 ТБ трафіка та 90 млн дзвінків, буде набори характеристик за трьома групами: девайс і трафік, фінансова, переміщення.

Відповідно до цих характеристик надаються рішення щодо формування портрету клієнта, look-alike моделі, таргетованої комунікації, heat maps та геоаналітики, скорингу. При цьому також надаються послуги великому та малому бізнесу з розробки технологій тригерного маркетингу, створення хмарної інфраструктури для зберігання, аналізу та візуалізації даних тощо.

Успішним прикладом електронної комерції з використанням великих даних на вітчизняному ринку є такі інтернет-магазини, як Rozetka, Make up, Yakaboo та ін. Незважаючи на те, що ці три магазини різні за номенклатурою товарів і спрямуванням (Rozetka переважно займається продажем технічних засобів; Make up – парфумерії та косметичних засобів; Yakaboo – книг та канцелярії), усі вони працюють за єдиним принципом – моніторингом купівельної спрямованості, адже якщо ви є зареєстрованим клієнтом і відвідаєте один із вищезазначених сайтів, то вам відразу ж на пошту прийде пропозиція купівлі щойно переглянутого товару.

Отже, досліджуючи досвід гігантів електронної комерції, будь-яка галузь може запозичити собі їх позитивний досвід.

У книжковій справі України теж є приклад успішного використання великих даних з метою проведення аналізу читацької активності. Так, у 2020 р. на замовлення Українського інституту книги вітчизняною консалтинговою фірмою Центр контент-аналізу «було відібрано публічні пости у соціальних мережах (Facebook, Instagram, Twitter), ролики в YouTube та дописи в публічних каналах месенджера Telegram за період з 1 січня по 31 липня 2020 р., які містили згадування слів «книги», «книжки», або сполучень назв жанрів з дієсловами «читаю», «опубліковано», «видано» тощо...» [218], тобто у такий спосіб виокремлено 1,4 млн одиниць контенту. При обробці отриманих даних було використано три одиниці кодування: дописи в соціальних мережах та месенджері (здійснювався пошук назв книг, авторів, форматів тощо); назви книг, згаданих у дописах (визначався автор книги, жанр та ін.); відкрита інформація профілів авторів дописів.

Зазначений практичний досвід застосування великих даних ще раз доводить актуальність та ефективність таких досліджень. При цьому опрацювання великих

даних, як і будь-якого набору даних, потребує налаштування механізму з чітким розподілом завдань та усвідомленням кінцевої мети.

Так, у своїй роботі М. Кауфман пропонує модель роботи з великими даними – BDM cube, де основними етапами роботи з даними є датифікація, інтеграція, аналітика та взаємодія [49]. На основі деталізації цієї моделі нами розроблено схематичну модель роботи з великими даними у книжковій індустрії, яку доцільно застосовувати як дорожню карту у процесі обробки великих даних та опису можливих результатів у разі успішного проходження кожного етапу. Разом з тим ця модель є універсальною, не залежить від галузі економіки та типів даних, які її характеризують, і може бути модифікована відповідно до потреб, вимог часу та специфіки галузі (рис. 3.13).

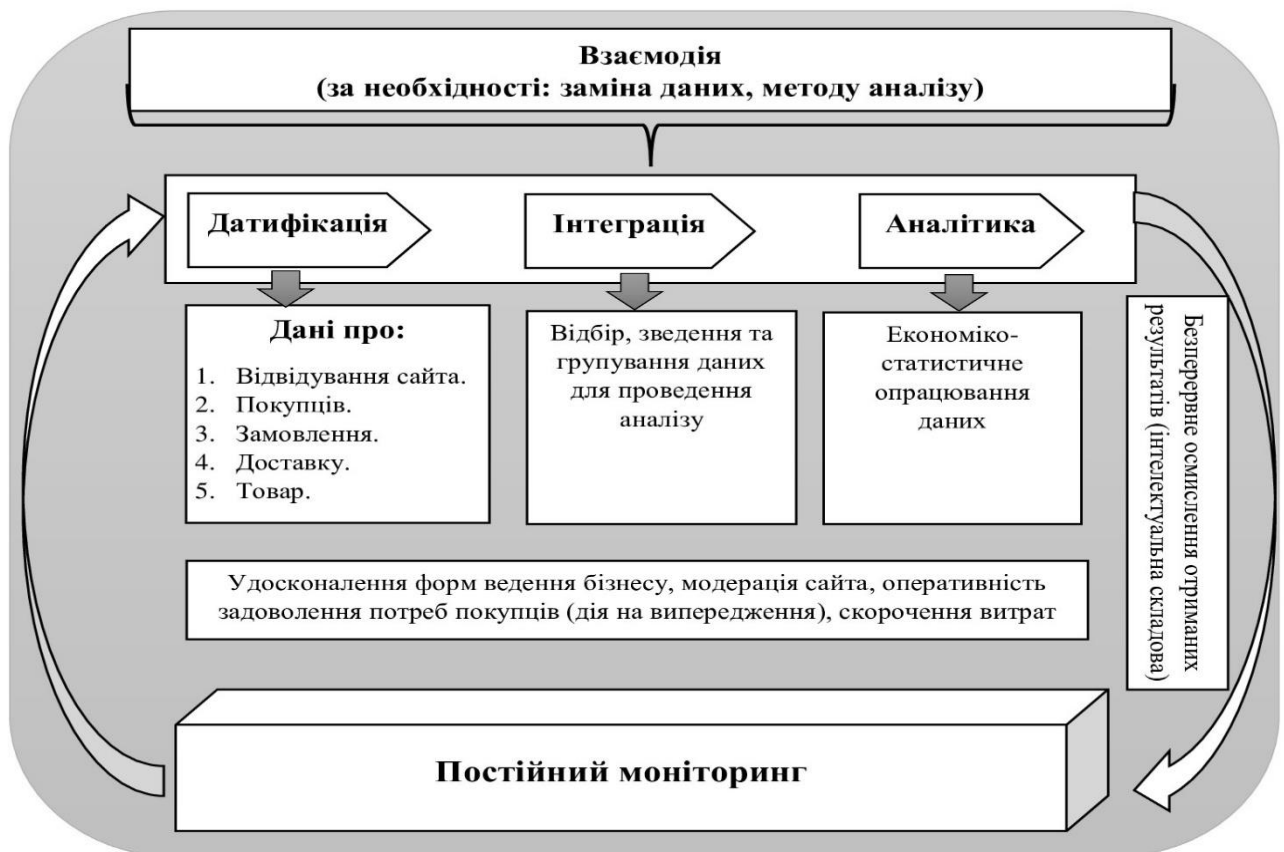


Рис. 3.13. Схематична модель роботи з великими даними

Джерело: інтерпретовано та удосконалено автором за [49].

При використанні запропонованої моделі перш за все потрібно здійснити *датифікацію*, тобто ідентифікувати дані – визначити їх призначення та ціль

збирання – з метою подальшого *інтегрування* для удосконалення певного процесу (або галузі). Потім необхідно провести *аналітичне дослідження* даних та отриманих результатів задля вивчення їх взаємодії як під час введення до об'єкта дослідження, так і між собою. Після *досягнення мети* рекомендується пройти тими самими кроками, але у зворотному порядку задля уникнення помилок і поглибленого аналізу (у вигляді підведення підсумків після кожного пройденого етапу), базуючись на *інтелектуальності* дослідницької групи. Ураховуючи, що на етапі взаємодії допускається заміна даних або методів аналізу, варто повторити проходження усіх етапів у зазначеній послідовності. Очевидно, що немає необхідності у тому, щоб відстежувати, зберігати й аналізувати абсолютно усю інформацію. Саме задля такого постійного моніторингу і необхідний так званий інтелектуальний контроль за збиранням, аналізом та кінцевим результатом використання великих даних.

Перевагою використання великих даних у книговидавництві є те, що з допомогою логічних і чітких підходів до їхнього опрацювання можна налагодити автоматизоване й оперативне збирання даних (щоденних, щомісячних, щоквартальних, щорічних) у хмарному середовищі з метою поточного аналізу та прогнозування на майбутнє.

Вивчаючи книговидавництво як вид економічної діяльності, необхідно враховувати, що це одна з галузей, яку важко спрогнозувати та передбачити попит на товар (у цьому випадку – книги). Загалом книговидавничий бізнес будується здебільшого на інтуїтивних відчуттях: видавця – щодо популярності автора (адже якщо письменник популярний, наприклад, у Бразилії, це аж ніяк не означає, що і в Україні він буде мати популярність) і читача – щодо того, чи сподобається йому книга.

У цьому сенсі цікавим є досвід компанії Jellybooks, яка безкоштовно за згодою видавців та авторів надає своїм зареєстрованим читачам доступ до електронних оригінальних версій книг, навіть до тих, які ще не були опубліковані, отримуючи взамін, відповідно за згодою читачів, інформацію про процес читання

книг за допомогою спеціальних алгоритмів роботи з вивчення даних «траєкторії руху» над семантичним вмістом [46].

Цей досвід є унікальним і його застосування дозволяє надати для аналізу нікому невідому, окрім самого читача, інформацію (рис. 3.14):

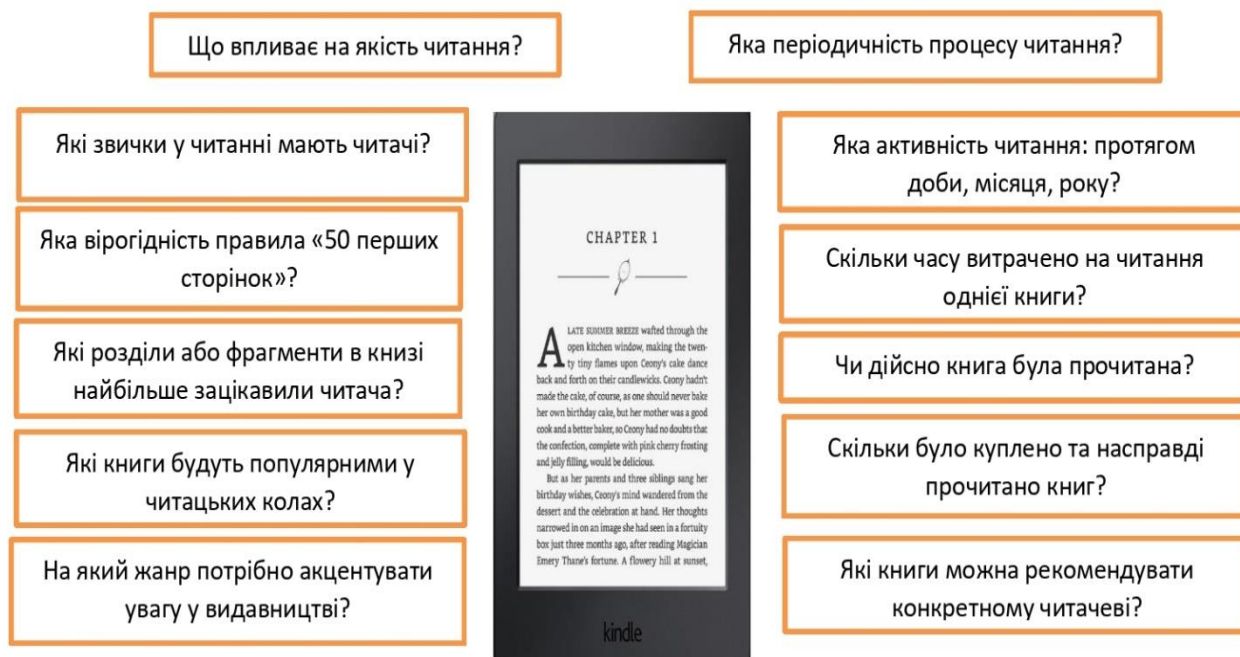


Рис. 3.14. Збирання даних за допомогою електронної книги

Джерело: авторська розробка

Т. Г. Девенпорт зазначає, що завдяки електронним книгам можна дізнатися, що читають люди, однак про це дізнаються не видавці книг, а видавці та розробники гаджетів, цифрових платформ, електронних бібліотек (таких як Apple, Amazon, Google), які мають у своєму розпорядженні великі масиви даних, щодо завантажень, переглядів, відгуків читачів. На основі цих даних будують прогнози, визначають поточні та майбутні тренди, моделюють попит, тоді як для традиційних видавців ця інформація закрыта або ж надається з відкритих, загальнодоступних джерел (рейтинги, дослідження, опитування) [16].

Усі запитання, представлені на рис. 3.14, є надважливими як для видавця й автора, так і для дослідника проблем читаності та книговидавництва. Наприклад, видавця насамперед зацікавляють відповіді на запитання, що стосуються звичок

читачів, популярності окремих літературних жанрів, достовірності читання, а автора – те, який фрагмент книги читачеві сподобався найбільше, чи була прочитана його книга, чи зміг читач прочитати перші п'ятдесят сторінок і не кинути книгу, чи була його книга узагалі прочитана. Що стосується дослідника, то такий вид збирання даних є надзвичайно інформативним, адже під час звичайного анкетування (яке містить такі запитання) респондент може надавати неточні або й неправдиві відповіді. За допомогою цього підходу дослідник буде точно знати, скільки часу читач витрачає на прочитання однієї книги, яка загальна активність та якість читання протягом усього року, а це своєю чергою дозволить зібрати унікальні статистичні дані для нових досліджень.

Як відомо, у книжкових магазинах давно існує система штрих-кодування книг (автор, назва, видавництво, рік, вартість і т. д) та діють програми лояльності до покупців, які передбачають, як правило, видачу карти покупця, що містить інформацію про покупців, отриману за результатами відповідей на запитання анкети для реєстрації картки лояльності та їх покупки. У такий спосіб при кожній купівлі книги автоматично фіксується поточний дохід магазину. Однак видавець не має іншої можливості дізнатися про те, наскільки успішно продається його книга у конкретному магазині у конкретний період часу, ніж зв'язатися з магазином та отримати на вимогу таку інформацію.

У зв'язку з вищевикладеним у роботі пропонується макет збирання даних щодо продажів для видавця з подальшим формуванням бази даних (рис. 3.15).



Рис. 3.15. Макет бази даних поточних продажів для видавця.

Джерело: авторська розробка.

Ця база має бути синхронізованою з програмою сканування, розміщуватись у хмарному середовищі з метою додаткового убезпечення й економії місця на ПК видавця (розміри бази даних залежать від масштабування видавця) та надавати доступ видавцю з будь-якого місця та будь-якого гаджета, підключеного до мережі Інтернет. Дані бази, сформовані за вказаним макетом (див. рис. 3.15) з логічно прикріпленими ключовими та другорядними полями з різними відношеннями (один до одного, один до багатьох, багато до одного, багато до багатьох), надають можливість видавцю отримати у реальному часі відповіді на такі запитання (за умови правильно прикріплених до таблиць бази даних ключів):

- Скільки книг (за видом, форматом, жанром) видавця було продано станом на конкретну годину (день, тиждень і т. д.)?
- Чи є попит на книгу певного автора?

- Який жанр (формат, тип, вид) популярний у певної вікової групи покупців?
- У якому місті продажі певної книги (групування за типом, видом, жанром, автором) кращі?
- Представники якої статі переважають серед покупців продукції видавництва?
- Чи має покупець дітей?
- Який сімейний стан покупця?
- Який портрет покупця має видавництво?

Варто зазначити, що відповіді на ці питання формуватимуться відповідно до анкети покупця та відомостей на штрих-кодів книги; це потрібно враховувати під час як створення бази даних, так і формулювання питань в анкеті.

Важливо, щоб під час заповнення анкети читач не мав необхідності серйозно замислюватися над відповіддю, а також витратити багато часу (наприклад, надати дані під час проведення оплати через касу). Тому анкета повинна містити максимально прості та зрозумілі запитання, відповіді на які після опрацювання задовольняли б потреби видавців у необхідній їм інформації (рис. 3.16).

Анкета для реєстрації картки лояльності у книжковому магазині

Мобільний номер телефону: _____

E-mail: _____

Місто проживання _____

1. Стать Ж ☐ Ч ☐

2. Ваш вік:

до 18 років ☐
 від 18 до 25 років ☐
 від 25 до 30 років ☐
 від 30 до 35 років ☐
 від 35 до 40 років ☐
 від 40 до 45 років ☐

від 45 до 50 років ☐
 від 50 до 55 років ☐
 від 55 до 60 років ☐
 від 60 до 65 років ☐
 від 65 років і старше ☐

3. Сімейний стан:

☐ одужений (а);
☐ неодружений (а);
☐ розлучений (а);
☐ у стосунках;
☐ самотній (я).

4. Наявність неповнолітніх дітей

☐ є ☐ немає

5. Улюблений жанр:

☐ сучасний роман
☐ класичний роман
☐ детектив
☐ нон-фікшн
☐ комікси
☐ трилер
☐ фантастика
☐ інше

Рис. 3.16. Анкета для реєстрації картки лояльності у книжковому магазині.
 Джерело: авторська розробка.

Також при запропонованому підході у видавця, за наявності логічно побудованої моделі опрацювання даних, з'явиться власна база даних електронних адрес та номерів телефонів для таргетованої комунікації зі своїми покупцями. За допомогою налагодженої системи збирання даних з'явиться можливість своєчасно отримувати статистичну інформацію, розширити діапазон статистичних даних, здійснювати поточний моніторинг стану галузі, а також прогнозувати подальший розвиток.

За очевидних переваг великих даних слід пам'ятати про їх недоліки, а саме: потреба у додатковому фінансуванні для забезпечення статистичних служб технічними засобами та програмними продуктами; необхідність розробки методологічного забезпечення та створення нової політики управління даними; потреба у фахівцях високої кваліфікації для запобігання проблемам із неточністю алгоритмів і недостовірністю машинних розрахунків; ризик втрати даних; наявність прогалин у нормативно-правовому регулюванні використання великих даних; можливе порушення конфіденційності приватних даних та ін.

Розглядаючи питання конфіденційності приватних даних як підвиду великих даних зауважимо, що Організація економічного співробітництва та розвитку визначає такі типи персональних даних: зміст, створений користувачем (блоги, фотографії, коментарі, відео); дані про активність або поведінку в Інтернеті (завантажені посилання, інформація щодо вмісту кошика в е-магазині); соціальні дані (контакти на сайтах із соціальних мереж, сайтів для знайомств); локальні дані (геолокація, IP-адреса); демографічні дані (вік, стать, раса, сексуальні вподобання); ідентифікаційні дані офіційного характеру (банківський рахунок, номер соціального страхування) [61].

У ст. 8 Хартії основних прав Європейського Союзу стверджується, що такі дані повинні оброблятися справедливо для визначених цілей та на підставі згоди зацікавленої особи чи іншій підставі, встановленій законом. Кожна особа має право доступу до даних, які були зібрані щодо неї, та право на їх виправлення. У Принципі 6 Фундаментальних принципів офіційної статистики зазначено, що персональні дані, які збираються статистичними відомствами для підготовки статистичної інформації, незалежно від того, стосуються вони фізичних чи юридичних осіб, повинні мати суворо конфіденційний характер та використовуватися виключно для статистичних цілей [24].

Поширення цифровізаційних процесів надало можливість видавцям здійснювати підбір цифрового контенту відповідно до власних цілей та спрямовувати свою діяльність на конкретний сегмент аудиторії, тим самим організовуючи ціленаправлену рекламну кампанію продукції. Насамперед це

стосується реклами та збирання даних про читачів за допомогою сторінок видавництв у соціальних мережах, які наразі стали майданчиками для обміну думками між читачем та видавцем, забезпечуючи при цьому рекламу товару.

Зі Звіту Digital 2020: Global Digital Overview відомо, що кількість активних користувачів соціальних мереж у світі в січні 2020 р. перевищила 3,8 млрд осіб (+9% до січня 2019 р.) [18].

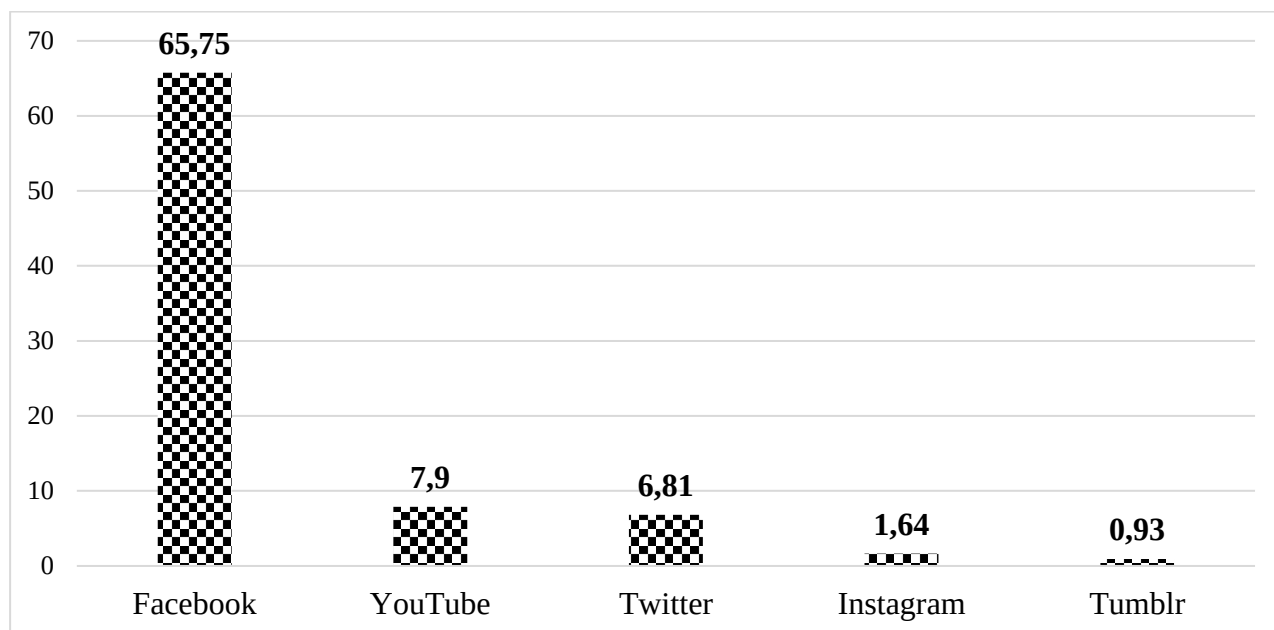


Рис. 3.17. Кількість зареєстрованих користувачів у соціальних мережах, грудень 2020 р. %

Джерело: [18].

Дані рис. 3.17 свідчать про значну перевагу Facebook над іншими платформами. Так, ця мережа у понад вісім разів випереджає один із найпопулярніших відеохостингів – YouTube.

В Україні найпопулярнішими соціальними мережами є Facebook, Insargam, Twitter та YouTube. Станом на січень 2018 р. 29% населення України (13 млн осіб) користуються соціальними мережами [204]. За результатами досліджень, проведених соціологічною групою «Рейтинг» у листопаді – грудні 2017 р., соціальні мережі як джерело інформації мають значний рівень довіри аудиторії – їм довіряє 37% українців [207].

З метою виявлення активності видавництв у соціальних мережах було відібрано найпопулярніші вітчизняні видавництва, які спеціалізуються на дитячій, дорослій художній і нон-фікшн літературі (рис. 3.18).

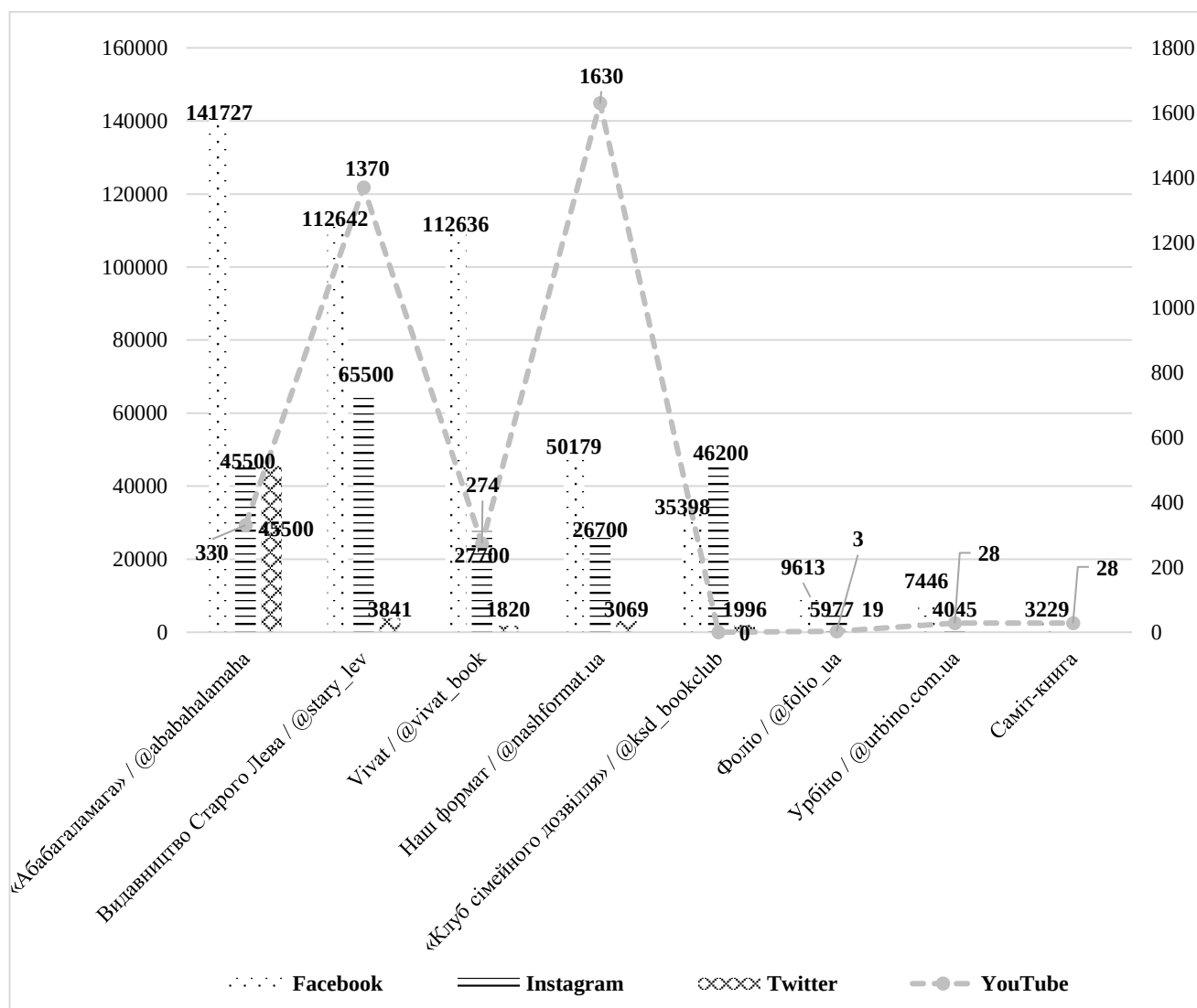


Рис. 3.18. Активність найпопулярніших видавництв України у соціальних мережах станом на 2020 р.

Джерело: згруповано та побудовано автором за даними сторінок зазначених видавництв у соціальних мережах.

Дані рис. 3.18 свідчать, що найпопулярнішими соціальними мережами серед видавців є Facebook та Instagram, але не всі видавці використовують такі платформи для популяризації книг та збирання даних. Найпопулярнішими видавництвами України у соціальних мережах є «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», «Видавництво Старого Лева», «Vivat», «Наш формат». Видавництво «Клуб сімейного дозвілля»

представлено у Facebook, Instagram та Twitter. Найменше охоплення серед підписників мають такі видавництва, як «Фоліо», «Урбіно» та «Саміт-книга». Порівняно з іншими соціальними мережами, найменше охоплення видавничим контентом має YouTube, на платформі якого найкраще представляють контент «Видавництво Старого Лева» та «Наш формат».

Очевидно, що у видавців, сторінки яких присутні одночасно у найпопулярніших соціальних мережах, є можливість максимального охоплення аудиторії та поширення в ній інформації про власні видання. Також соціальні мережі можна використовувати для збирання унікальних і достовірних даних для видавництва. Такі дані належать до групи великих даних, упровадження в офіційну статистику яких наразі активно обговорюється в осередках світової статистичної спільноти.

Проведе дослідження показало, що на сьогодні виявлення та використання джерел великих даних є однією з ключових проблем удосконалення статистичного оцінювання книговидавництва. У зв'язку з цим для інформаційного забезпечення книговидавництва пропонується вісім блоків джерел великих даних (табл. 3.12): анкети, електронні книги, цифрові бібліотеки, сайти видавців та книжкових магазинів, електронні щоденники читання (наприклад, GoodReads), соціальні мережі (Instagram, Facebook, Telegram, відкриті канали), відеохостинги (найпопулярніший – YouTube, Netflix), блоги. Зазначимо, що інформація за цими джерелами має збиратися тільки у знеособленому вигляді.

Таблиця 3.12

Блоки великих даних для оцінювання книговидавництва

Анкет	Електронні книги	Цифрові бібліотеки	Сайти видавців, книжкових магазинів	Електронні щоденники читання	Соціальні мережі	Відеохостинги	Блоги
А	Б	В	Г	Д	Е	Є	Ж
ЗНЕОСОБЛЕНІ ДАНІ							
Про покупця: e-mail; номер телефону; вік; сімейний стан; місто проживання; хоббі; наявність домашніх улюбленців та дітей; улюблений жанр; книги яких видавств переважать у домашній бібліотеці.	Про якість читання: кількість завантажених книг (періодичність завантажень); кількість прочитаних сторінок; періодичність читання; тривалість читання (зокрема, середня тривалість за періоди); жанр; автор процес прочитання книги; читацькі звички.	Про вподобання читача: - жанр; - автор; - кількість завантажень; - кількість переглядів анотації; - кількість переглядів ознайомчого матеріалу з книги; - популярність автора; - популярність книги; - маршрутизатор бібліотеки; - час проведений у бібліотеці (зокрема, середнє значення за певний період); - період активності читачів.	Про кошики та магазини: - переважний жанр; - маршрутизатор сайту; - збережені книги; - куплені книги; - середній чек кошика; - відібрані книги-куплені книги; - конкурентоздатність магазину; - дохід книжкового магазину; - популярність автора; - популярність книги; - періодичність замовлення; - період активності покупців.	Про книги: - відгук про прочитану книгу, автора видавництво; - оцінка книзі; - популярність книги та автора; - рекомендації.	Про книги, авторів, видавництва: популярність автора, книги, видавництва (кількість згадок). наявність повнометражного фільму або багатосерійного серіалу за мотивами книги.	Про книги, авторів, видавництва: популярність автора, книги, видавництва (кількість згадок); наявність повнометражного фільму або багатосерійного серіалу за мотивами книги.	Про книги, авторів, видавництва: - популярність автора, книги, видавництва (кількість згадок).

Джерело: авторська розробка.

У своїй діяльності органи державної статистики повинні удосконалювати технології збирання інформації, забезпечувати її збереження, захист і конфіденційність. Розпочинаючи роботу з великими даними, варто уважно вивчити досвід гігантів електронної комерції, щоб не повторювати їхні помилки і, за можливості, максимально повно використати попередні досягнення.

Висновки до розділу 3

1. Для статистичного оцінювання книговидавництва в Україні запропоновано використовувати коефіцієнти концентрації та локалізації за регіонами країни. У результаті з'ясовано, що у м. Київ, Харківській та Тернопільській областях мав місце надлишок тиражів, а у решти регіонів – їх нестача, при цьому найнижчі показники були у Луганській, Кіровоградській та Миколаївській областях.

2. З метою визначення кореляцій факторів впливу на основні показники книговидавництва використано метод головних компонент, при цьому виділено дві компоненти – соціоекономічну та культурологічну. Результати дослідження показали, що перша справляла більший вплив на розвиток книговидавництва в Україні у 2010–2014 рр., а друга – у 2010–2011 рр. та у 2014–2017 рр. На основі побудованої моделі визначено рівень впливу економічного та культурологічного факторів на розвиток книговидавництва України.

3. Розглянуто підготовленість суспільства України до трансформацій, пов'язаних із глобальною цифровізацією, за допомогою інтегрального індекса інтернетизації. Обчислено індекс цифрової трансформації суспільства як середню арифметичну двох субіндексів – індексу соціального розвитку та індексу інтернетизації. Отримані результати підтвердили готовність у цілому суспільства України до цифрової трансформації: середньорічний темп зростання індексу цифрової трансформації суспільства склав майже 4%.

4. Проведено SWOT-аналіз використання електронних книг, результати якого показали наявність як сильних, так і слабких сторін, а також можливостей і загроз. Результати аналізу динаміки доходів видавців від продажів різних видів видань на прикладі США у 2019 р. та коефіцієнтів випередження засвідчили, що попри популярність цифрових форматів видань попит на друковану книгу поки що загалом не знижується.

5. Установлено, що на сьогодні удосконалення статистичного оцінювання книговидавництва України передбачає насамперед виявлення нових джерел даних.

З цією метою розглянуто роль, місце та напрями застосування великих даних у книговидавництві. Запропоновано підходи до впровадження великих даних у статистику книговидавництва з метою її удосконалення шляхом використання електронних книг як джерел даних про читачів та читання. Розроблено модель роботи з великими даними, макет бази даних поточних продажів для видавця та сформовано вісім блоків альтернативних джерел великих даних.

Основні результати розділу опубліковано автором у наукових працях [34; 102; 103; 104; 105; 106; 108; 109].

ВИСНОВКИ

У дисертації здійснене теоретичне узагальнення і запропоновано вирішення актуальної наукової проблеми обґрунтування теоретико-методичних положень та розроблення методичних і практичних рекомендацій щодо статистичного дослідження книговидавництва в Україні. Основні висновки за підсумками дисертаційної роботи, які підтверджують досягнення її мети та вирішення поставлених завдань, є такими:

1. Дослідження книговидавництва України як виду економічної діяльності й об'єкта статистики культури дало можливість різносторонньо вивчити галузь та виявити її специфічні особливості, тенденції, проблеми, перспективи розвитку, а також фактори, які безпосередньо впливають на книговидання.

Книговидавництво – це специфічний вид економічної діяльності, товари та послуги якого містять як духовну так і економічну складову, та є об'єктом статистики культури, яка своєю чергою є підрозділом соціальної статистики й охоплює збирання, обробку, аналіз статистичних даних, публікацію статистичної інформації про явища та процеси, що характеризують культурний розвиток і базуються на культурних цінностях.

2. Вивчення нормативно-правового забезпечення книговидавничої галузі України дозволило виявити велику кількість неврегульованих питань, які потребують вдосконалення відповідних нормативно-правових актів, детального вивчення, моніторингу та прийняття рішень згідно з сучасними вимогами розвитку галузі. Для розв'язання цих проблем розроблено пропозиції щодо вдосконалення законів України «Про видавничу справу», «Про авторське право та суміжні права» та «Про обов'язковий примірник документів». Запропоновані правки й доповнення спрямовані на врегулювання питань протидії поширенню піратства в електронному книговиданні та створення сприятливих умов для використання ліцензійних електронних книг.

3. Аналіз нинішнього стану інформаційно-статистичного забезпечення книговидавництва виявив низку проблем та недоліків, що перешкоджають сталому розвитку книговидання в Україні, серед яких: порушення видавцями вимог

подання статистичної звітності до Книжкової палати України імені Івана Федорова згідно з законами України «Про видавничу діяльність» та «Про обов'язковий примірник документів»; недосконалість форм статистичної звітності в частині відсутності збирання даних щодо випуску цифрових форматів видань; часткове дублювання статистичної звітності Державної служби статистики й Державного комітету телебачення та радіомовлення, що збільшує звітне навантаження на видавців. З'ясовано, що для характеристики книжкової сфери використовується дуже вузьке коло натуральних показників, яких недостатньо для її ґрунтовного дослідження.

4.3 метою забезпечення всебічної характеристики та дослідження книговидавництва сформована система статистичних показників, яка дозволяє детальніше оцінити книжкове середовище, в тому числі у частині електронного книговидання та читання. Додатково запропоновано три блоки статистичних показників: специфічні показники книжкової індустрії, показники споживчої зацікавленості у книгах та показники, що характеризують читання.

5. Дослідження світових тенденцій книговидавничої індустрії з використанням кластерного аналізу дало можливість виділити три кластери країн, які сьогодні задають тенденції розвитку книговидавництва. Статистично підтверджено, що лідерами книжкового ринку зараз є США, Китай, Франція, Велика Британія, Німеччина та Туреччина.

6. Результати статистичного аналізу розвитку книговидавництва в Україні на основі обчислення базисних і ланцюгових характеристик абсолютних, відносних та середніх показників динаміки засвідчили, що за період незалежності (1991–2019 рр.) не простежувалися чіткі тенденції динаміки кількості виданих книг і брошур та тиражів. Тому для їх оцінки на перспективу застосовано експоненційне згладжування рядів динаміки, що дозволило спрогнозувати відповідні показники на 2021 рік.

7. Проведений аналіз показників зовнішньої торгівлі друкованими книгами засвідчив, що книговидавнича галузь України в цілому характеризується незначними обсягами, а також нестабільною динамікою експорту й імпорту.

Отримані результати обчислень індексів Нівена та Грубеля – Ллойда засвідчили, що з 2018 р. торгівля друкованими книгами почала наближатися до збалансованого стану, а також дозволили зробити припущення, що в майбутньому зовнішньоторговельний обіг за цим видом товарів у межах галузі може здійснюватися з Китаєм та Білоруссю.

8. Статистична оцінка розвитку книговидавництва в Україні за методом головних компонент дозволила виділити дві такі компоненти – соціоекономічну та культурологічну. За допомогою моделювання на основі методу множинної регресії за значеннями бета-коефіцієнтів встановлено, що в цілому найбільший вплив на показники галузі чинила соціоекономічна компонента.

9. Здійснений статистичний моніторинг електронного книговидавництва в умовах цифровізації засвідчив, що нині книговидавництво в Україні, як і у світі, повністю готове до роботи в цьому швидко оновлюваному середовищі, а електронна книга є актуалізованим до вимог сьогодення продуктом. При цьому попри популярність цифрових форматів видань, попит на друковану книгу не знизився, про що свідчать результати аналізу динаміки доходів від продажів різних видів видань на прикладі США у 2019 р. та розраховані коефіцієнти випередження.

10. Вивчення підходів до використання альтернативних джерел статистичних даних для поглиблення досліджень книговидавничої галузі підтвердило таку можливість. З цією метою в рамках імплементації великих даних у систему статистичного забезпечення книговидавництва розроблено схематичну модель роботи з цими даними. Для використання електронних книг як джерела даних про читача, читання та читацькі звички запропоновано макет збирання даних для видавця щодо поточних продажів.

11. Запропоновані для статистичного дослідження книговидавничої галузі джерела великих даних згруповано у блоки, що охоплюють знеособлені дані про покупця, відомості про якість читання та вподобання читачів, кошики покупців і книжкові магазини, книги, авторів та видавництва. Застосування такого підходу дозволить задовольнити потреби у даних статистики книговидавництва як видавців і читачів, так і суспільства загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ackerman, R., & Lauterman, T. (2012). Taking reading comprehension exams on screen or on paper? A metacognitive analysis of learning texts under time pressure. *Computers in Human Behavior*, 28 (5), 1816–1828. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.04.023>
2. Bavishi, A., Slade, M. D., & Levy, B. R. (2016). A Chapter a Day – Association of Book Reading with Longevity. *Social science & medicine*, 164, 44–48. Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5105607/#R3>
3. Bennett, S., Maton, K., & Kervin, L. (2008). The ‘digital natives’ debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*, 39, 775–786. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/10.3102/0034654317722961>
4. Bercovici, J. (2014). Amazon Vs Book Publishers. By The Numbers. *www.forbes.com*. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2014/02/10/amazon-vs-book-publishers-by-the-numbers/?sh=95140bc4ef9d>
5. Marr, B. (2020). Amazon: Using Big Data to understand customers. *www.bernardmarr.com*. Retrived from <https://www.bernardmarr.com/default.asp?contentID=712>
6. Big Data UN Global Working Group. *unstats.un.org*. Retreived from <https://unstats.un.org/bigdata/>
7. Big, Bad, Wide & International Report: covering Amazon, Apple, B&N, and Kobo e-book sales in the US, UK, Canada, Australia, and New Zealand. (February 2017). *Author earnings*. Retrieved from <https://www.thepassivevoice.com/big-bad-wide-international-report-covering-amazon-apple-bn-and-kobo-ebook-sales-in-the-us-uk-canada-australia-and-new-zealand/>
8. Bolton, D. (2015). There are 3 trillion trees on Earth – but they’re disappearing fast. *www.independent.co.uk*. Retrieved from <https://www.independent.co.uk/environment/how-many-trees-are-there-on-earth-10483553.html>
9. Readers Are Listening: Audiobook Use in Canada 2018. (October 2018). *BookNet Canada*. Retrieved from <https://www.booknetcanada.ca/readers-are-listening/>

10. Bookwire Report 2018. Digital Evolution (ebooks and audiobooks) in Spain and Latin America. (2018). *Bookwire*. Retrieved from <https://www.dosdoce.com/wp-content/uploads/2018/04/2018-Bookwire-Report-Digital-Evolution-of-the-Spanish-Markets.pdf>
11. Canvases visualize complex business issues simply and collaboratively. Used by millions worldwide. (2020). *Strategyzer*. Retrieved from <https://www.strategyzer.com/canvas>
12. Clark, G., & Phillips, A. (2014). *Inside Book Publishing*. (5th ed.). New-York: Routledge.
13. *Mapping the Creative Industries: A Toolkit*. (2010). Creative and Cultural Economy series/ 2. BOP Consulting. British Council. Retrived from https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/English_mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf
14. Al Tarras, K. (2014). Arabic E-books: A New Solution or Just a Revolution? *publishingperspectives.com*. Retrieved from <https://publishingperspectives.com/2014/05/arabic-e-books-a-new-solution-or-just-a-revolution/>
15. Council conclusions on the Work Plan for Culture 2019–2022. (2018). *Official Journal of the European Union*, 21.12.2018, C 460/12 – C 460/25. Retrieved from [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018XG1221\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018XG1221(01)&from=EN)
16. Davenport, Th. H. (2014). Book Publishing's Big Data Future. *Harward Business Review*. March 03, 2014. Retrieved from <https://hbr.org/2014/03/book-publishings-big-data-future>
17. Deroin, V. (2011). European statistical Works on Culture. ESSnet-Culture Final report, 2009–2011. *Culture études*, Vol. 8, Issue 8, 1–28. Retrieved from http://www.cairn-int.info/article-E_CULE_118_0001--european-statistical-works-on-culture.htm
18. Kemp, S. (2020). Digital 2020: Global Digital Overview. *datareportal.com*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>

19. The Data Deluge: Blessing or Curse? Ideas from DataFest Tbilisi, November 2018. (2018). *Eastern Partnership Civil Society Facility*. Retrieved from <http://eapcivilsociety.eu/news/project-news/the-data-deluge-blessing-or-curse-ideas-from-datafest-tbilisi-november-2018.html>
20. How EGMUS came about. (n. d.). *European Group on Museum Statistics*. Retrieved from https://www.egmus.eu/en/about_egmus/history/
21. Ebooks Save Millions of Trees: 10 Ideas For Sustainable Publishing. (2009). *Epublishers Weekly*. September 28, 2009. Retrieved from <http://epublishersweekly.blogspot.com/2009/09/ebooks-save-millions-of-trees-10-ideas.html>
22. *ESSnet- Culture Final Report*. (2012). Luxembourg: European Commission. Retrieved from https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf
23. Culture. Database. *European Commission. Eurostat*. Retrieved from <https://ec.europa.eu/eurostat/web/culture/data/database>
24. EU Charter of Fundamental Rights. Article 8 – Protection of personal data. *European Union Agency for Fundamental Rights*. Retrieved from <https://fra.europa.eu/en/charterpedia/article/8-protection-personal-data>
25. *NACE Rev. 2. Statistical classification of economic activities in the European Community*. (2008). *European Commission. Eurostat*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. Retrieved from <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5902521/KS-RA-07-015-EN.PDF>
26. Bekmezian, H., & Beuve-Méry, A. (2013). France shows its support for independent booksellers. *The Guardian*. 15 October 2013 Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2013/oct/15/france-online-books-fixed-price-system>
27. Global Index: Overview. (2018). *Social Progress Imperative*. Retrieved from <https://www.socialprogress.org/index/global>
28. GDP (purchasing power parity) Country Comparison Index Mundi. (2020). *www.indexmundi.com*. Retrieved from <https://www.indexmundi.com/g/r.aspx?t=0&v=65&l=en>

29. Europeans spend €14,739 per person in 2019. (2019). *Growth from Knowledge*. Retrieved from <https://www.gfk.com/insights/press-release/europeans-spend-eur14739-per-person-in-2019/>
30. Grubel, H. G., Lloyd, P. J. (1971). The Empirical Measurement of Intra- Industry Trade. *Economic Record*, Vol. 47, Issue 4, 494–517. Retrieved from <https://doi.org/10.1111/j.1475-4932.1971.tb00772.x/>
31. Hidalgo, J. (2016). Data Science in the book publishing industry – To be or not to be. *Aldus Up*. Retrieved from <http://www.albusnet.eu/k-hub/data-science-the-book-publishing-industry-to-be-or-not-to-be/>
32. Horobets, O. (2020). Research Data as a Result of Research Activities: the Role and Significance for the Official Statistics. *Journal of the Knowledge Economy. Springer Nature*. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/s13132-020-00674-w>
33. Horobets, O. (2020). The Book Trade as a Subcategory of the International trade in Cultural Goods of the European Union in the Creative Economy Sector: a Statistical Analysis. *Professional competencies and educational innovations in the knowledge economy. Bulgaria: Publishing House ACCESS PRESS*, pp. 353–363.
34. Horobets, O. (2020). Organization of Big Data in The Structure of The Digitalization Ecosystem of a Globalized Society. *Scientific Bulletin of National Academy of Statistics, Accounting and Audit*, 3, 93–103. Retrieved from <https://nasoa-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/220/215>
35. Horobets, O. (2020). Alternative Sources of Information to Support a Set of Statistical Indicators of the Book Publishing. *International Journal of Innovative Technologies in Economy*, 5 (32). https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijite/30122020/7284
36. Horobets, O. O. (2020). Export and Import Capacities of Book Trade in The US and Great Britain: A Comparative Analysis. Public communication in science: philosophical, cultural, political, economic and IT context: *Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the International Scientific and Practical Conference*. (Houston, USA, 2020). Vol. 1, pp. 16–20. Retrieved from <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/article/view/2644/2531>

- 37.Horobets, O. O. (2019). Statistical Analysis of the Book Publishing Industry of Ukraine: 1917–2017. *Statystyka Ukrainy – Statistics of Ukraine*, 2, 4–11. Retrieved from: <https://su-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/238>
- 38.How to Set the Retail Price of Your Book. (n. d.). *Mill City Press*. Retrieved from <https://www.millcitypress.net/author-learning-hub/distribution/setting-retail-price/#:~:text=Pricing%20a%20Fiction%20Book&text=If%20your%20book%20is%20a,and%20price%20your%20book%20accordingly>
- 39.Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Penguin Press. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/42437328_THE_CREATIVE_ECONOMY
40. Anyaegbu, M. I., Nneka, U., & Adafor, M. R. (2016). Piracy and its Effect on The Book Industry in Delta State. Project: Appraisal of Juvenile Justice Administration in Nigeria. *www.researchgate.net*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/308880517_Piracy_and_its_Effect_on_The_Book_Industry_in_Delta_State
- 41.*International Standard Classification of Occupations. ISCO–08*. Vol. 1. Structure, group definitions and correspondence tables. Geneva: International Labour Office. Retrieved from https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_172572.pdf
42. Janjevic, D. (2016). Internet pirates walk a fine line in Germany. *Deutsche Welle*. Retrieved from <https://www.dw.com/en/internet-pirates-walk-a-fine-line-in-germany/a-36364095>
- 43.Interview: Prof. Miha Kovač on books, reading and artificial intelligence (2019). *Vilnius University Faculty of Communication*. Retrieved from <https://www.kf.vu.lt/en/news/in-english/5005-interview-prof-miha-kovac-on-books-reading-and-artificial-intelligence>
- 44.ISO 2108:2017. Information and documentation – International Standard Book Number (ISBN): International Standard. ISO. Retrieved from <https://www.iso.org/standard/65483.html>

- 45.ISO 9707:2008 Information and documentation – Statistics on the production and distribution of books, newspapers, periodicals and electronic publications. *ISO*. Online Browsing Platform (OBP). Retrieved from <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9707:ed-2:v1:en>
- 46.Jellybooks. Retrieved from <https://www.jellybooks.com/>
- 47.Jonas, O., & Sirkeci, I. (2018). Understanding determinants of illegal e-book downloading behaviour in the UK and Germany. *Transnational Marketing Journal*, 6 (2): 79–100. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/328761451_Understanding_determinants_of_illegal_e-book_downloading_behaviour_in_the_UK_and_Germany
- 48.Jones, K. (2020). This is how COVID-19 has changed media habits in each generation. *World Economic Forum*. Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2020/04/covid19-media-consumption-generation-pandemic-entertainment?>
- 49.Kaufmann, M. (2016). Towards a reference model for big data management. Research report. Faculty of Mathematics and Computer Science, University of Hagen. *ub-deposit.fernuni-hagen.de*. Retrieved July 15, 2016 from https://ub-deposit.fernuni-hagen.de/receive/mir_mods_00000583
- 50.Kovač, M., & van der Weel, A. (2018). Reading in a post-textual era. *First Monday*, 23, 10. Retrieved from <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/9416/7592>
- 51.Kovač, M., Phillips, A., van der Weel, A., & Wischenbart, R. (2017). Book Statistics: What are they good for? *LOGOS. Journal of the World Book Community*, 28 (4), 7–17. Retrieved from https://brill.com/view/journals/logo/28/4/article-p7_7.xml
- 52.Livres Hebdo. Retrieved from <https://www.livreshebdo.fr/>
- 53.Michelle Obama’s memoir *Becoming* sells 10 million copies. *Publishers weekly*. 26 March 2019. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/business-47704987>
- 54.Milliot, J. (2017). The World’s 54 Largest Publishers, 2017. *Publishers weekly*. August 25, 2017. Retrieved from <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/international-book-news/article/74505-the-world-s-50-largest-publishers-2017.html>

- 55.Milliot, J. (2020). Print Unit Sales Fell 1.3% in 2019. *Publishers weekly*. January 10, 2020. Retrieved from <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/financial-reporting/article/82152-print-unit-sales-fell-1-3-in-2019.html>
- 56.Milliot, J. (2018). Thanks to Downloadable Audio, Publishers See Small Revenue Gain in 2017. *Publishers Weekly*. May 19, 2018. Retrieved from <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/financial-reporting/article/76819-aap-reports-minimal-gain-in-sales-in-2017.html>
- 57.Milliot, J. (2019). Trade Segment Was Industry Bright Spot in 2018. *Publishers Weekly*. February 12, 2019. Retrieved from <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/financial-reporting/article/79257-trade-segment-was-industry-bright-spot-in-2018.html>
- 58.Milliot, J. (2020). For Publishers, It's Still the Calm Before the Storm. *Publishers weekly*. May 08, 2020. Retrieved from <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/publisher-news/article/83287-for-publishers-it-s-still-the-calm-before-the-storm.html>
- 59.Milliot, J. (2020). Industry Sales Posted Small Gain In 2019. *Publishers Weekly*. March 14, 2020. Retrieved from <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/financial-reporting/article/82693-industry-sales-posted-small-gain-in-2019.html>
- 60.National Bureau of Statistics of China. Data. Annual Data. Retrieved from <http://www.stats.gov.cn/english/Statisticaldata/AnnualData/>
- 61.Exploring the Economics of Personal Data: A Survey of Methodologies for Measuring Monetary Value (2013). *OECD Digital Economy Papers No. 220*. OECD Publishing, Paris. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1787/5k486qtxldmq-en>
- 62.E-books: Developments and Policy Considerations. (2012). *OECD Digital Economy Papers, No. 208*. OECD Publishing, Paris. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/5k912zxcg5svh-en>
- 63.Going Digital: Making the Transformation Work for Growth and Well-Being. (2017). Meeting of the OECD Council at Ministerial Level, Paris, 7–8 June 2017. www.oecd.org. Retrieved from <https://www.oecd.org/mcm/documents/C-MIN-2017-4%20EN.pdf>

- 64.Acker, O., Gröne, F., Lefort, Th., Kropiunigg, L. (2015). The digital future of creative Europe. The impact of digitization and the Internet on the creative industries in Europe. PWS. Strategy&. Retrieved from https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/06/pwc_the-digital-future-of-creative-Europe-2015.pdf
- 65.Ogunlesi, T. (2011). Q: What is Global Publishing Worth? A: €80 Billion. *Publishing Perspectives*. Retrieved from <http://publishingperspectives.com/2011/04/what-is-global-publishing-worth/>
- 66.Florida, R. L. (2002). *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. New York, NY: Basic Books. Retrieved from <https://www.worldcat.org/title/rise-of-the-creative-class-and-how-its-transforming-work-leisure-community-and-everyday-life/oclc/49695187>
- 67.Wilson, R. S., Boyle, P. A., Yu, L., Barnes, L. L., Schneider, J. A., & Bennett D. A. (2013). Life-span cognitive activity, neuropathologic burden, and cognitive aging. *Neurology*, 81 (4). Retrieved from <https://n.neurology.org/content/81/4/314>
- 68.Schumer, C. E. (2012). Memo to DOJ: Drop the apple e-books suit. Restoring Amazon's monopoly in digital publishing is not in the public interest. *The Wall Street Journal*. Retrieved from <http://online.wsj.com/article/SB10001424052702303740704577527211023581798.html>
- 69.Shukla, G. (2011). Copyrights Piracy in Entertainment Media: Technological Development and Challenges to the Intellectual Property Rights. *SSRN Electronic Journal*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/228172742_Copyrights_Piracy_in_Entertainment_Media_Technological_Development_and_Challenges_to_the_Intellectual_Property_Rights
- 70.Singer, L., & Alexander A. (2017). Reading on Paper and Digitally: What the Past Decades of Empirical Research Reveal. *Review of Educational Research*, Vol. 87, Issue 6. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/10.3102/0034654317722961>
- 71.Statista. Books & Publishing. Statistics and market data on Books & Publishing. Retrieved from <https://www.statista.com/markets/417/topic/477/books-publishing/>

72. Steiner, A. (2017). The Global Book: Micropublishing, Conglomerate Production, and Digital Market Structures. *Publishing Research Quarterly*, 34 (1), 118–132. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/s12109-017-9558-8>
73. Sung, H. (2014). UNESCO Framework for Cultural Indicators. *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*. A. C. Michalos (Ed.). (pp. 291–311). Dordrecht: Springer. Retrieved from https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-94-007-0753-5_3079
74. Tapscott, D. (1997). *The Digital Economy: Promise and Peril In The Age of Networked Intelligence*. New York; Montreal: McGraw-Hill.
75. Towse, R., & Khakee, A. (Eds.). (1992). Cultural Economics. *Proceedings of the 6th International Conference on Cultural Economics* (June, 1990, Umeå, Sweden). Berlin / Heidelberg: Springer-Verlag. Retrieved from <https://www.springer.com/gp/book/9783642773303>
76. Читання в Україні. Ukrainian Reading and Publishing Data 2018. *Читомо*. Retrieved from <http://data.chytomo.com/chytannya-v-ukrayini/#header-1>
77. Ukrainian Reading and Publishing Data 2018. *Читомо*. Retrieved from <http://data.chytomo.com/>
78. Fundamental Principles of Official Statistics (A/RES/68/261 from January 29, 2014). *United Nations Statistics Division*. Retrieved from <https://unstats.un.org/unsd/dnss/gp/fundprinciples.aspx>
79. In-depth review of big data. Prepared by the temporary Task Team on Big Data and the Secretariat. Economic Commission for Europe. Conference of European Statisticians. Sixty-second plenary session (Paris, 9–11 April 2014). ECE/CES/2014/7. Retrieved from: https://www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/2014/7-In-depth_review_of_big_data.pdf
80. *The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*. (2009). Montreal: UNESCO Institute for Statistics (UIS). Retrieved from http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf

81. Fundamental Principles of Official Statistics (29 January 2014). United Nations Statistics Division. A/RES/68/261. *unstats.un.org*. Retrieved from <https://unstats.un.org/unsd/dnss/gp/fundprinciples.aspx>
82. New data sources for official statistics – access, use and new skills. Note by United Nations Statistics Division. Economic Commission for Europe. Conference of European Statisticians. Sixty-seventh plenary session (Paris, 26–28 June 2019). ECE/CES/2019/41. Retrieved from https://www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/2019/ECE_CES_2019_41.pdf
83. World Economic Forum. Retrieved from <https://www.weforum.org/>
84. World Reading Habits in 2020. (Infographic). Retrieved from <https://prowritingaid.com/art/1527/world-reading-habits-in-2020.aspx>
85. Андрейців І. Що і як читають у Японії, Туреччині, Фінляндії, Бразилії та Польщі. Чому нам варто у них повчитися. *Українська правда*. 2019. 22 жовтня. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2019/10/22/238623/>
86. Афонін О. Український книжковий ринок – це ринок пізнього середньовіччя Європи. *ЗИК*. 2018. 23 квітня, URL: https://zikua.tv/news/2018/04/23/oleksandr_afonin_ukrainskyy_knyzhkovyy_rynok__tse_rynok_piznogo_1310741
87. Афонін О. Як змінився книжковий ринок в Україні у 2016-2017 роках. *Delo UA*. 2017. 17 серпня. URL: https://delo.ua/opinions/knizhnyj-rynok-afonin-333650/?fbclid=IwAR3BhZS5mEbGBK5zBAaC_4aeWdxA4wEi6lPafCW1balDbeFT4jy0smVaMdc
88. Афонін О., Петрова Н. Рекомендації з удосконалення українського книговидання. *Вісник Книжкової палати*. 2011. № 1. С. 3–5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr_2011_1_1
89. Бернська конвенція про охорону літературних і художніх творів. Паризький Акт від 24 липня 1971 року, змінений 2 жовтня 1979 року: Міжнародний документ від 24.07.1971 р. № 995_051, станом на 31.05.1995 р. (Приєднання). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_051#Text

90. Білоножко І. Штучний інтелект у видавничій сфері: чи замінять роботи людей? *ЛітАкцент*. 04.12.2020. URL: <http://litakcent.com/2020/12/04/shtuchniy-intelekt-u-vidavnichiy-sferi-chi-zaminyat-roboti-lyudey/>
91. Ванюшкин А. С. Выявление проблем развития до создания интеграционных объединений. *Культура народов Причерноморья*. 2004. № 56. Т. 1. С. 97–100.
92. Верба Т. М. Издательский бизнес изнутри. От рукописи к бестселлеру: пошаговое руководство по подготовке книги к печати, производству и продвижению. Профессиональные советы от издательства деловой литературы «Баланс Бизнес Букс». Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2015. С. 181–182.
93. Вилегжаніна Т. Криза читання як сучасна проблема світового рівня. *Бібліотечна планета*. 2011. № 4. С. 4–6. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bp_2011_4_1
94. Google Книги. *Вікіпедія. Вільна енциклопедія*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Google_Книги
95. Водолазька С. А. Видавнича справа США як мотиватор Східноєвропейських інновацій. *Поліграфія і видавнича справа*. 2012. № 2 (58). URL: <http://pvs.uad.lviv.ua/static/media/2-58/6.pdf>
96. Войтович Л. Під час карантину в Україні суттєво зросли продажі електронних книжок. *Читомо*. 07.05.2020. URL: <https://chytomo.com/pid-chas-karantynu-v-ukraini-suttievo-zrosly-prodazhi-elektronnykh-knyzhok/>
97. Всесвітня конвенція про авторське право 1952 року: Міжнародний документ від 06.09.1952 р. № 995_052, станом на 23.12.1993 р. (Приєднання). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_052#Text
98. Гастинщиков В. Проблеми українського книговидання у засобах масової інформації. *Вісник Книжкової палати*. 2011. № 12. С. 1–5.
99. Статистика: підруч. / Герасименко С. С. та ін. Київ: КНЕУ, 1998. С. 75–76.
100. Герої бізнесу. Антон Мартинов: українці не просто стали менше фінансувати агресора, вони дали поштовх для розвитку української книги. *Бизнес Цензор*. 16.09.2016. URL: https://biz.censor.net/resonance/3011585/gero_bznesu_anton_martinov_ukrants_ne_prosto_stali_menshe_fnansuvati_agresora_voni_dali_poshtovh_dlya

101. Горобець Е. А. Книгоиздательство Украины: статистический анализ. *Эффективность сферы товарного обращения и труда. IV Писаренковские чтения: интернет-конф.* (г. Гомель, Беларусь, 26 октября 2018). Гомель, УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2018. С. 23–25.
102. Горобець О. О. Застосування великих даних у статистиці книговидавничої галузі. *Статистика в Україні та світі: стан, тенденції та перспективи розвитку*: мат. XVI Міжнар. наук.-практ. конф. з нагоди Дня працівників статистики. (Київ, 5 грудня 2018). Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2018. С. 125–127.
103. Горобець О. О. Альтернативні джерела статистичних даних: на прикладі книговидавництва. *Нові джерела та методи поширення даних у статистиці*: мат. XVIII Міжнар. наук.-практ. конф. з нагоди Дня працівників статистики. (Київ, 5 грудня 2020). Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2020. С. 13–17. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/5320>
104. Горобець О. О. Великі дані – джерело статистичної інформації: на прикладі книговидавничої галузі. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*: зб. наук. пр. 2019. № 1–2. С. 7–13.
105. Горобець О. О. Глобальні тренди XXI століття. *New Economics – 2019*: міжнар. наук. екон. форум, (Київ, 14–15 листопада). Київ, 2019. Т. 1. С. 38–42.
106. Горобець О. О. Книговидавництво в умовах цифрової економіки: статистичний аналіз. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*: зб. наук. пр. 2018. № 4. С. 5–11. URL: <https://nasoa-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/154>
107. Горобець О. О. Надання інтелектуальних послуг як одна з провідних тенденцій міжнародної торгівлі. *Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю*: мат. IV Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 16 березня 2017). Київ, 2017. С. 41–42. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/2327>
108. Горобець О. О. Наукові дані як інноваційна тенденція цифрового суспільства. *Побудова інформаційного суспільства: ресурси і технології*: мат. XVIII Міжнар.

наук.-практ. конф. (Київ, 19–20 вересня, 2019). МОН України; Укр. ін-т наук.-техн. експертизи та інформації, 2019. С. 159–162. URL: http://www.uintei.kiev.ua/sites/default/files/gorobec_0.pdf

109. Горобець О. О. Питання конфіденційності персональних даних в управлінні Big Data: вектор статистики. *Нові джерела та методи поширення даних у статистиці*: мат. XVII Міжнар. наук.-практ. конф. з нагоди Дня працівників статистики. (Київ, 6 грудня 2019). Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2019. С. 22–26.

110. Горобець О. О. Система статистичних показників книговидавничої галузі: проблеми та перспективи удосконалення. *Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти*: мат. VII Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 16 жовтня 2020). Київ, 2020. С. 283–287.

111. Горобець О. О. Статистичний аналіз книговидання в Україні та світі. *Статистика України*. 2018. № 2. С. 7–12. URL: <https://su-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/181>

112. Горобець О. О. Статистичний аналіз тенденцій і закономірностей зовнішньої торгівлі України книжковою продукцією. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 320–329.

113. Горобець О. О. Читати чи не читати? Реалії книжкового ринку України. *Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти*: мат. VI Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 16 жовтня 2019). Київ, 2019. С. 502–506.

114. Горобець О. О. Якісна статистична звітність – основа успішного функціонування галузі: на прикладі книговидавництва. *Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю*: мат. VII Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 16 березня 2020). Київ, 2020. С. 110–114.

115. Формы отчетности издателей и СМИ. *Государственное учреждение «Национальная книжная палата Беларуси»*. Retrieved from <https://natbook.org.by/index.php?id=30>

116. Грет Г. Книгорозповсюдження в структурі книжкової справи України. *Вісник Львівського університету. Сер.: Книгознавство, бібліотекознавство та*

інформаційні технології. 2012. Вип. 7. С. 105–116. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vlukbit_2012_7_7

117. Губарев А. А., Шайковская Т. Р. Современное издательское дело и статистика печати: курс лекций. Минск: БГТУ, 2004. 157 с. URL: <https://elib.belstu.by/bitstream/123456789/12100/1/sovr.-id-i-stat.-pechati.pdf>

118. Демуз І. О., Гордєєв Р. В. Здобутки та прорахунки державної видавничої програми «Українська книга»: спроба наукового аналізу. *Соціум. Документ. Комунікація. Серія: Філологічні науки*. 2017. Вип. 3. С. 83–103. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sdc_2017_3_9

119. Форми звітності 1-В. *Державна наукова установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова»*. URL: http://www.ukrbook.net/form_zvit.html

120. Друк України. Книги і брошури. *Державна наукова установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова»*. URL: http://www.ukrbook.net/statistika_.html#neperiod

121. Випуск видавничої продукції в Україні в 2019 році. Державна наукова установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова». URL: http://www.ukrbook.net/statistika/statistika_2019.htm

122. Податковий кодекс. Розділ XX Перехідні положення. Державна податкова служба України. URL: <https://tax.gov.ua/nk/rozdil-xx--perehidni-polojen/>

123. Кількість абонентів зв'язку на 1 січня 20XX року. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/zv/az/az_u/az0119_u.htm

124. Діяльність підприємств. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

125. Доходи та умови життя. Структура сукупних витрат домогосподарств (1999–2019). Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/gdvvg/ssv/arh_ssv_u.htm

126. Економічна статистика. Зовнішньоекономічна діяльність. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm

127. Інформаційне суспільство. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publinform_u.htm
128. Демографічна та соціальна статистика / Населення та міграція. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ds.htm
129. Звіт про стан виконання Плану діяльності Державного комітету телебачення і радіомовлення України на 2020 рік за 9 місяців 2020 року. Державний комітет телебачення і радіомовлення України. URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=170456&cat_id=74142
130. Державний комітет телебачення і радіомовлення України. План діяльності Державного комітету телебачення і радіомовлення України на 2020 рік. URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=161752&cat_id=74141
131. Реєстр видавничої продукції держави-агресора, дозволеної до ввезення та розповсюдження на території України. Державний комітет телебачення і радіомовлення. URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=74701
132. Недоставляння обов'язкового примірника видань загрожує втратою національного надбання. Державний комітет телебачення та радіомовлення. Департамент інформаційної політики. 28. 04. 2010 р. URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=74701
133. Дехтяр Н. Я. Дослідження феномена внутрішньогалузевої торгівлі як чинника конкурентоспроможності країни в зовнішньоекономічних відносинах. *Бізнес Інформ*. 2017. № 11. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2017-11_0-pages-67_74.pdf
134. Деякі питання Книжкової палати: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 10.12.2003 р. № 763-2003-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/763-2003-%D1%80#Text>
135. Пояснювальна записка до проєкту Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо системи державного управління у книговидавничій сфері» від 31.05.2019 р. № 10354, дата розгляду 31.05.2019 р. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/GH7ZM00A.html

136. Договір Всесвітньої організації інтелектуальної власності про авторське право, прийнятий Дипломатичною конференцією 20 грудня 1996 року та положення Бернської конвенції (1971 р.), на які містяться посилання у Договорі (Договір ВОІВ про авторське право) (1996): Міжнародний документ від 20.12.1996 р. № 995_770, станом на 20.09.2001 р. (Приєднання). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_770#Text
137. Дронь В. С., Дронь Є. В. Державні статистичні спостереження в Україні та Республіці Білорусь: спільні традиції та нові тенденції. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. 2010. № 4. С. 42–46.
138. ДСТУ 3017-2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення. Київ, 2016. URL: http://lib.zsmu.edu.ua/upload/intext/dstu_3017_2015.pdf
139. ДСТУ 7157:2010. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості. Київ, 2010. 13 с. URL: https://ntb.pstu.edu/images/N-rabotniku/DSTU_7157_2010.pdf
140. Елінг Г., Ніколайчук Х. Особливості німецького книжкового ринку. *DW*. URL: <https://www.dw.com/uk/83/a-2479951>
141. Єріна А. М. Статистичне моделювання та прогнозування: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2001. 170 с.
142. Єріна А. М., Пальян З. О. Статистика: підруч. Київ: КНЕУ, 2010. 351 с.
143. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі: монографія. 2-ге вид., змін. і доп. Київ: Жнець, 2019. 223 с.
144. Хеллер М., Пятницький В., Нерпій С. Енциклопедія з експортування в ЄС на засадах ПВЗВТ. Harrow: CTA Economic & Export Analysts Ltd, 1726 с. Ч. 2. Зовнішня торгівля між Україною та ЄС. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/ugoda-pro-asociaciyu/bucklets/encyclopaediaukr-part2.pdf>
145. Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. Аналітична доповідь «Економічна привабливість української культури». 28.11.2019. URL: http://www.ier.com.ua/ua/publication995_052s/reports?pid=6274

146. Інститут книги запропонував бачення програми дофінансування видань «Книгофонд». *Читомо*. 05.12.2017. URL: <http://archive.chytomo.com/news/institut-knigi-zaproponuvav-programu-dofinansuvannya-vidan-knigofond>
147. Казак К. О. Державна підтримка книговидавничої справи: сучасний стан та найближчі перспективи. *Право і суспільство*. 2015. № 6 (2). С. 75–79. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Pis_2015_6\(2\)__16](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Pis_2015_6(2)__16)
148. Капітальні інвестиції, вибуття й амортизація активів (форма № 2-інвестиції (річна). *Дебет-кредит*. URL: <https://blank.dtkr.ua/blank/136>
149. Китайський ринок-2018: радикальний бум на нон-фікшн. 24.09.2018. URL: <http://www.chytomo.com/kytayskyj-rynok-2018-radykalnyj-bum-na-non-fikshn/>
150. ДК 003:2010. Класифікатор професій: затверджений Наказом Держспоживстандарту України. від 28.07.2010 № 327, станом на 18.08.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>
151. ДК 009:2010. Класифікація видів економічної діяльності: затверджений Наказом Держспоживстандарту України від 11.10.2010 р. № 457 станом на 24.02.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text>
152. Про затвердження Класифікації індивідуального споживання за цілями (КІЦЦ): Наказ Держкомстату від 29.12.2007 р. № 480. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0480202-07#Text>
153. Державна наукова установа Книжкова палата України імені Івана Федорова. Основні положення. URL: http://www.ukrbook.net/osnov_polozh.html
154. Коды УКТ ЗЕД. *Дебет-Кредит*. URL: <https://services.dtkr.ua/classifiers/zed>
155. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР, станом на 01.01.2020 р. // База даних “Законодавство України” / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
156. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації:

Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 р. № 67-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-koncepciyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shodo-yiyi-realizaciyi>

157. Корепанов О. С. Методологічні засади статистичного забезпечення управління розвитком «розумних» міст в Україні: монографія. Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2018. С. 95; 228.

158. Лібанова Е., Осауленко О., Черенько Л. Оцінка якості життя в Україні на основі суб'єктивних показників добробуту: монографія. Варшава. 2020. Libanova, E., Osaulenko, O., & Cherenko, L. (2020). Assessment of Quality of Life in Ukraine on the Basis of Subjective Indicators of Well-being. Warsaw: RS Global Sp. z O.O. 361 p. С. 151.

159. Літературний прогноз на 2018 рік від видавця Віктора Круглова. *HB Life*. 22 січня 2018. URL: <https://life.nv.ua/ukr/lyudi/pro-modu-na-chitannja-ta-renesans-ukrajinskoji-knihi-2445557.html>

160. Матвєєва В. Деякі аспекти зовнішньої торгівлі України в контексті євроінтеграції. *Журнал європейської економіки*. 2007. Т. 6, № 3. С. 280–293.

161. Мельник І. Потрібна Державна стратегічна програма розвитку видавничої галузі. виступ на засіданні колегії Державного комітету телебачення та радіомовлення України, на якому обговорювалось питання «Про підсумки роботи Державного комітету телебачення та радіомовлення України у 2010 році та основні завдання на 2011 рік». *Вісник Книжкової палати*. 2011. № 3. С. 6–7. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr_2011_3_2

162. Шейко М. Український книжковий ринок довго не поповнювався новими силами. *Видавництво Старого Лева*. 25.05.2016. URL: <https://starylev.com.ua/news/mykola-sheyko-ukrayinskyy-knyzhkovyy-rynok-dovgo-ne-porovnyuvavsya-novymy-sylamy>

163. Михайлова О. Ю. Книжкова культура в незалежній Україні: тенденції, виклики, перспективи. *Стратегічні пріоритети*. 2019. № 2. С. 60–69. URL: <https://niss-priority.com/index.php/journal/article/view/253/240>

164. Бурнашов І. Ю. Сучасні книжкові ринки: зарубіжний досвід (оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та неопублікованими матеріалами). Міністерство культури України. Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого. Інформаційний центр з питань культури та мистецтва. 2019. Вип. 1/4. URL: https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2019/suchasni%20%20knyzhkovi%20%20rynky.pdf
165. Морщавка Ю. О. Стратегічна суб'єктивність державного регулювання видавничої галузі. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2019. Т. 18. Вип. 2 (42). С. 134–150. URL: <http://rinek.onu.edu.ua/article/view/177084/177343>
166. Мотузка О. М., Горобець О. О. Бібліотечно-видавнича модель «LIBRARY PUBLISHING»: підходи до впровадження в Національній академії статистики, обліку та аудиту. *Стратегія розвитку України: економічний та гуманітарний виміри*: мат. IV Міжнар. наук.-практ. конф. (17 жовтня 2017 р., м. Київ). Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2017. С. 492–494. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/2780>
167. Мураховський А. Українське книговидання: радянська доба і сьогодення. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 7. С. 1–6.
168. Мураховський А. Формування стратегії розвитку книжкової індустрії. *Вісник Книжкової палати*. 2015. № 1. С. 3–7. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2015_1_2
169. Михайлова О. Ю. Актуальні проблеми ринку книжкової продукції в Україні в контексті завдань гуманітарної політики. 17.05.2019. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/en/node/143>
170. Національні ринки: узагальнені характеристики. *Читомо*. 20.11.2017. URL: <http://archive.chytomo.com/news/nacionalni-rinki-uzagalneni-xarakteristiki>
171. Національна освітня ініціатива у сфері кібербезпеки (НОІСК). Професійний стандарт для галузі кібербезпеки / Ньюхаус В. та ін. 2017. URL: <https://doi.org/10.6028/NIST.SP.800-181>

172. Статистика международной торговли товарами: концепции и определения, 2010 год. ST/ESA/STAT/SER.M/52/Rev. 3. С. 57. URL: [https://unstats.un.org/unsd/trade/eg-imts/IMTS%202010%20\(Russian\).pdf](https://unstats.un.org/unsd/trade/eg-imts/IMTS%202010%20(Russian).pdf)
173. Орлова Ю. Чи будуть у людей гроші на книги: що чекає на видавців після карантину. *НВ Бізнес*. 11 травня 2020. URL: <https://nv.ua/ukr/biz/experts/pislya-karantinu-shcho-bude-z-vidavnictvami-i-cinami-na-knizhki-50087375.html>
174. Осауленко О. Г. Офіційна статистика в системі національної інформаційної безпеки: монографія. Київ: ТОВ «Август Трейд», 2017. С. 259.
175. Плющик І. А., Огородник Р. П., Дучинська Н. І. Глобалізаційні виклики та можливості для країн з перехідною економікою. *Економічні інновації*. 2015. Кн. 2. Вип. 60. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/98046/10-Plyushchuk.pdf?sequence=1>
176. Полковенко Т. В. Книговидання у Великій Британії: стратегії, принципи, досвід. *Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі*: мат. Міжнар. наук.—практ. конф. (13 листопада 2014 р., м. Київ). URL: http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/4906/1/T_Polkovenko_13_11_14_konf_GI.pdf
177. Положення про Державний комітет телебачення та радіомовлення: Постанова Кабінету Міністрів України від 13.08.2014 р. № 341, станом на 30.09.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/341-2014-%D0%BF#Text>
178. Порядок ведення Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції: Постанова Кабінету Міністрів України від 10.03.2017 р. № 135. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/135-2017-%D0%BF#Text>
179. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23.12.1993 р. № 3792-XII, у редакції від 14.10.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text>
180. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV, у редакції від 14.11.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>

181. Про видавничу справу: Закон України від 05.06.1997 р. № 318/97-ВР, у редакції від 16.10.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80#Text>
182. Про внесення змін до деяких законів України щодо обмеження доступу на український ринок іноземної друкованої продукції антиукраїнського змісту: Закон України від 08.12.2016 р. № 1780-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1780-19#Text>
183. Про державну підтримку книговидавничої справи України: Закон України від 06.03.2003 р. № 601-IV, у редакції від 16.10.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/601-15#Text>
184. Про забезпечення виконання завдань: Наказ Міністерства культури, молоді та спорту України від 24.02.2020 р. № 1028. URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=162835&cat_id=32820
185. Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення: Постанова Кабінету Міністрів України від 11.10.2016 р. № 780, у редакції від 25.04.2018 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/780-2016-%D0%BF#Text>
186. Про затвердження Порядку формування державного замовлення на випуск видавничої продукції та її розповсюдження: Постанова Кабінету Міністрів України від 12.09.2012 р. № 850 у редакції від 14.11.2019 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/850-2012-%D0%BF#Text>
187. Про затвердження Статуту Державної наукової установи «Книжкова палата України імені Івана Федорова»: Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 28.10.2016 р. № 188 (нова редакція). URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article/main?art_id=131362&cat_id=94566&search_param=%F3&searchDocarch=1&searchPublishing=1
188. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 р. № 959-XII, у редакції від 15.08.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>

189. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII, у редакції від 03.12.2019 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
190. Про Кабінет Міністрів України: Закон України від 27.02.2014 р. № 794-VII, станом на 06.12.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/794-18#Text>
191. Про невідкладні заходи щодо повернення в Україну валютних цінностей, що незаконно знаходяться за її межами: Указ Президента України від 18.06.1994 р. № 319/94, припинення дії від 07.02.2019 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/319/94#Text>
192. Про норматив і порядок відрахування до загального фонду Державного бюджету України частини прибутку (доходу) державними некорпоратизованими та корпоратизованими, казенними підприємствами та їх об'єднаннями: Постанова Кабінету Міністрів України від 22.04.2003 р. № 557 у редакції від 29.12.2003 р. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP030557.html
193. Про обов'язковий примірник документів: Закон України від 09.04.1999 р. № 595-XIV, в редакції від 16. 10. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/595-14#Text>
194. Про обробку персональних даних та захист таємниці сектора електронних комунікацій (Директива про секретність та електронні комунікації): Директива 2002/58/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 12 липня 2002 р. Офіційний вісник Європейських Спільнот. 31.7.2002. L 201/37. URL: <https://nkrzi.gov.ua/images/upload/58/19/6f96b8148ef15842f70cba3dd98f055b.pdf>
195. Про порядок доставляння обов'язкових примірників документів: Постанова Кабінету Міністрів України від 10.05.2002 р. № 608, станом на 04.11.2015 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/608-2002-%D0%BF>
196. Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті: Закон України від 23.09.1994 р. №185/94-ВР, втрата чинності від 07.02.2019 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/185/94-%D0%B2%D1%80#Text>
- 197.** Про реалізацію рішення колегії Держкомтелерадіо України від 23 лютого 2006 року № 2/6: Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України

- від 27.02.2006 р. № 43, скасування від 09.08.2009 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0043603-06#Text>
198. Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності: Закон України від 23.12.1998 року № 351-XIV, станом на 15.10.2014 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/351-14#Text>
199. Про створення Українського інституту книги: Наказ Міністерства культури України від 28.07.2016 р. № 612. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/mus27162>
200. Продажи романа «50 оттенков серого» в России выросли в три раза. *Pro books.ru*. URL: <http://pro-books.ru/news/3/16374>
201. Реанімаційний проєкт реформ. Економічна привабливість української культури: аналіт. доповідь. Київ: ФОП Лопатіна О. О., 2019. 112 с. URL: <https://rpr.org.ua/news/analitichna-dopovid-ekonomichna-pryvablyvist-ukrains-koi-kul-tury/>
202. Саріогло В. Г. «Великі дані» як джерело інформації та інструментарій для офіційної статистики: потенціал, проблеми, перспективи. *Статистика України*. 2016. № 4. С. 12–19. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/su_2016_4_5
203. Сенченко М. Проблеми національного книговидання та бібліотечної справи. *Персонал*. 2005. № 10. URL: <http://personal.in.ua/article.php?ida=138>
204. Скільки новин потрібно для людського щастя. Власник Facebook вирішив реформувати найпопулярнішу у світі соцмережу. *Урядовий кур'єр*. 18 січня 2018. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/skilki-novin-potribno-dlya-lyudskogo-shasty>
205. Скільки читають українці. *Research & Branding Group*. 02.01.2020. URL: <http://rb.com.ua/blog/skolko-chitajut-ukraincy/>
206. Скленар І. Проблеми національного книговидання у сучасний період. *Записки Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника*. 2014. Вип. 6. С. 141–150.
207. Руденко А. Ф. Соціальні мережі як ефективний засіб громадської самоорганізації в сучасній Україні: аналіт. записка / Національний інститут стратегічних досліджень. Київ, 2018. URL: <http://old2.niss.gov.ua/content/articles/files/Rudenko-52ea7.pdf>

208. Статистична класифікація продукції: затверджена Наказом Держкомстату від 07.10.2011 р. № 254. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/norm_doc/2011/254/254.htm
209. Статистичний словник / Васечко О. О. та ін.; за ред. О. Г. Осауленка. Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2012 . С. 138.
210. Статут Державної установи «Український інститут книги» (нова редакція): затверджений Наказом Міністерства культури та інформаційної політики України від 04.05.2020 р. № 1696. URL: http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?art_id=245224945&cat_id=245224937
211. Стоун Б. Продається все. Джефф Безос та ера Amazon. Київ: Наш формат, 2016. 400 с.
212. Структурне обстеження підприємства за 20__ рік. Форма № 1-підприємництво (річна). *Дебет-кредит*. URL: <https://blank.dtkr.ua/blank/78>
213. Корнієнко Н. У Держстаті назвали регіони з найбільшою кількістю книжкових магазинів. *Читомо*. 27.08.2018. URL: <http://www.chytomo.com/underzhstati-nazvaly-rehiony-z-najbilshoiu-kilkistiu-knyharen/>
214. Татарінова Л. Деякі тенденції розвитку книгодрукування у провідних країнах світу. Українська Асоціація Видавців та Книготорговців. 30 січня 2020. URL: <http://www.upba.org.ua/index.php/uk/zakonodavstvo/knyzhkova-palata/item/121-deiaki-tendentsii>
215. Афонін О. Результати опитування 27.05.2020. Українська Асоціація Видавців та Книготорговців. 28 травня 2020. URL: <http://upba.org.ua/index.php/uk/vydavnytstva/item/199-rezultaty-opytuvannia-270520>
216. Історія УАВК. Українська Асоціація Видавців та Книготорговців. URL: <http://upba.org.ua/index.php/uk/uavk/istoriia>
217. Публічна інформація. Український інститут книги. URL: https://book-institute.org.ua/public_info
218. Читання в контексті медіаспоживання: вплив карантину на читацьку поведінку українців. Медіаландшафт 1 січня – 31 липня 2020. Український інститут книги. URL: https://drive.google.com/file/d/15eZw4iK-ldrXewQLFQ63el_8nBE-GFqU/view

219. Урусов П. Samsung E6 и E101: первые электронные книги корейской компании. *Gagadget.com*. 12 січня 2010. URL: <https://gagadget.com/ces/2767-samsung-e6-i-e101-pervyie-elektronnyie-knigi-korejskoj-kompanii/>
220. Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва. Форми № 1-м, 2-м. *Дебет-кредит*. URL: <https://blank.dtkr.ua/blank/50>
221. Царенко О. Методологічні аспекти формування конкурентних переваг галузі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 3. С. 40–41.
222. Цивільний Кодекс України: Кодекс від 16.01.2003 р. № 435-IV, станом на 31.03.2019 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>
223. Чекотовський Е. В. Статистика з Microsoft Excel 2016: навч. посіб. Київ: Знання України, 2019. С. 741–745.
224. 72% українців читають книжки – нове дослідження Info Sapiens. *Читомо*. 24.04.2020. URL: <https://chytomo.com/v-ukraini-riven-chytannia-zris-do-72-doslidzhennia-info-sapiens/>
225. Шлюсарчик Б. Конкурентні переваги на основі пропозиції в теорії міжнародної торгівлі. *Академічний огляд*. 2002. № 1. С. 10–16.
226. Штангрет А. М., Пушак Г. І. Статистична оцінка зовнішньої торгівлі друкованою продукцією, поліграфічними матеріалами та обладнанням. *Економічний вісник Донбасу*. 2008. № 3. С. 122–131. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=ecvd_2008_3_21
227. Яке майбутнє в українського книговидавництва. Чому розпочата в далекому минулому реформа галузі не дала бажаного результату. *Урядовий кур'єр*. 7 квітня 2017. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/yake-majbutnye-v-ukrayinskogo-knigovidannya/>

Додатки

Додаток А

Таблиця А.1

Основні функції та завдання установ згідно з нормативно-правовими актами

№ з/п	Назва нормативно-правового акта	Основні функції та завдання установи
1.	Положення про Державний комітет телебачення та радіомовлення затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 13.08.2014 р. № 341 [177]	- забезпечення формування та реалізація державної політики у сфері телебачення і радіомовлення, інформаційній та видавничій сфері; - узагальнює практику застосування законодавства з питань, що належать до його компетенції, розробляє пропозиції щодо його вдосконалення та внесення в установленому порядку проектів законодавчих актів, актів Президента України, Кабінету Міністрів України на розгляд Кабінету Міністрів України; - погоджує проекти законів, інших актів законодавства, які надходять для погодження від міністерств та інших центральних органів виконавчої влади; - розробляє заходи щодо запобігання внутрішньому і зовнішньому інформаційному впливу, який загрожує інформаційній безпеці держави, суспільства, особи; - бере участь у формуванні єдиного інформаційного простору, сприянні розвитку інформаційного суспільства; - виконує разом з іншими державними органами завдання щодо забезпечення інформаційної безпеки; - готує пропозиції щодо вдосконалення системи державного управління у сфері телебачення і радіомовлення, інформаційній та видавничій сфері, поліграфії; - визначає порядок функціонування вебсайтів органів виконавчої влади та подає Кабінетові Міністрів України пропозиції щодо інформаційного наповнення Єдиного вебпорталу органів виконавчої влади; - проводить моніторинг інформаційного наповнення вебсайтів органів виконавчої влади та надає пропозиції зазначеним органам; - узагальнює і подає Кабінетові Міністрів України інформацію про проведення органами виконавчої

		влади системної роз'яснювальної роботи з пріоритетних питань державної політики та пропозиції щодо вдосконалення такої роботи; - аналізує, прогнозує та сприяє розвитку ринку у сфері телебачення і радіомовлення, інформаційній та видавничій сфері, поліграфії.
2.	Наказ Міністерства культури України про створення Українського інституту книги від 28.07.2016 р. № 612 [199]; Статут Державної установи «Український інститут книги» (нова редакція) затверджено Наказом Міністерства культури та інформаційної політики України від 4 травня 2020 р. № 1696 [210].	- створення та реалізація проєктів та програм популяризації української літератури в Україні та світі; - фінансування перекладів української літератури іншими мовами та іноземної літератури українською мовою; - реалізація національно-культурних цільових програм пов'язаних з популяризацією української книговидавничої продукції; - координація та організація національних і міжнародних заходів, виставок, ярмарків тощо; - ініціювання науково-дослідних проєктів, здійснення моніторингу та експертизи спрямованих на прогнозування напрямів розвитку книговидавничої сфери; - координація суб'єктів книговидавничої справи; - створення і підтримка електронних ресурсів для популяризації української літератури [210].
3.	Закон України «Про видавничу справу» від 5 червня 1997 року № 318/97-ВР в редакції від 16.10.2020 Ст. 27 [181]; Розпорядження Кабінету Міністрів України від 10 грудня 2003 р. № 763—р. «Деякі питання Книжкової палати» [134]	- державна бібліографічна реєстрація та централізована каталогізація всіх без винятку видів видань, випущених в Україні; - збирання та використання адміністративних даних, які характеризують динаміку та тенденції у видавничій справі; - аналіз тенденцій розповсюдження видавничої продукції, вивчення книжкового ринку, його регіональних особливостей; - комплектування і збереження повного і недоторканого фонду Державного архіву друку – головного сховища всіх видів видань, випущених в Україні; - складання аналітичних оглядів з питань дотримання суб'єктами видавничої справи положень національних стандартів щодо оформлення вихідних відомостей у виданнях.

4.	Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 28 жовтня 2016 р. №188 «Про затвердження Статуту Державної наукової установи «Книжкова палата України імені Івана Федорова» (нова редакція)» [187]	- розробка та обґрунтування короткострокових і довгострокових прогнозів розвитку видавничої та бібліографічної справи в Україні; - наукові дослідження в галузі бібліографії, книгознавства, соціології книги та читання, консервації та реставрації документів, публікація наукових праць; - наукознавчі дослідження і розробка бібліометричних методів визначення пріоритетних напрямів і рівнів розвитку наукових досліджень; - створення і видання поточних, кумулятивних і ретроспективних бібліографічних показників, науково-аналітичних оглядів, карток централізованої каталогізації; - розробка та експлуатація бібліографічних баз даних і мереж бібліографічної інформації. - участь у розробленні проєктів національних стандартів з питань видавничої справи [187].
----	--	--

Джерело: сформовано автором

Додаток Б

Таблиця Б.1

**Відображення поліграфічно-видавничих послуг та продукції
за секціями СКП**

Секція	Розділ	Група	Клас	Категорія	Підкатегорія	Назва
1	2	3	4	5	6	7
С	18					Послуги з друкування та тиражування записаної інформації
		18.1				Послуги з друкування та послуги, пов'язані з друкуванням
					18.12.14	Послуги з друкування книг, географічних, гідрографічних і подібних карт усіх видів, репродукцій, креслень і фотографій, поштових листівок
			18.13			Послуги з підготовки до друкування та тиражування
				18.13.1		Послуги з підготовки до друкування
					18.13.10	Послуги з підготовки до друкування
				18.13.3		Послуги поліграфічні допоміжні
					18.13.30	Послуги поліграфічні допоміжні
			18.14			Послуги брошурувально-палітурні та пов'язані з ними послуги
				18.14.1		Послуги брошурувально-палітурні та пов'язані з ними послуги
					18.14.10	Послуги брошурувально-палітурні та пов'язані з ними послуги
Г						Послуги з оптової та роздрібною торгівлі; Послуги з ремонту автотранспортних засобів та мотоциклів
	46					Послуги з оптової торгівлі, крім послуг з торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами

Продовж. 1 табл. Б.1

1	2	3	4	5	6	7
					46.18.12	Послуги посередників з оптової торгівлі іграми та іграшками, спортивними товарами, велосипедами, книгами, газетами, журналами та канцелярськими товарами, музичними інструментами, годинниками, ювелірними виробами, фотографічним і оптичним устаткуванням
				46.49.2		Послуги з оптової торгівлі книгами, журналами та канцелярськими товарами
					46.49.21	Послуги з оптової торгівлі книгами
	47					Послуги з роздрібною торгівлі, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами
					47.00.61	Послуги з роздрібною торгівлі книгами
					47.00.92	Послуги з роздрібною торгівлі букіністичними книгами
J						Послуги у сферах інформації та телекомунікацій
	58					Послуги видавничі
		58.1				Послуги з видання книг, періодичних видань і послуги видавничі інші
			58.11			Послуги з видання книг
				58.11.1		Книги друковані
					58.11.11	Підручники друковані
					58.11.12	Книги професійні, технічні та наукові, друковані
					58.11.13	Книги для дітей друковані
					58.11.14	Словники й енциклопедії, друковані
					58.11.15	Атласи та книги з картами інші, друковані
					58.11.16	Карти географічні, гідрографічні та подібні, друковані не у вигляді книг
					58.11.19	Книги, брошури, листівки та матеріали друковані подібні інші
				58.11.2		Книги на диску, магнітній стрічці чи інших фізичних носіях
					58.11.20	Книги на диску, магнітній стрічці чи інших фізичних носіях

Продовж. 2 табл. Б.1

1	2	3	4	5	6	7
				58.11.3		Книги електронні
					58.11.30	Книги електронні
				58.11.5		Видання книг за винагороду або на основі контракту
					58.11.50	Видання книг за винагороду або на основі контракту
				58.11.6		Послуги з надання ліцензій на право видання книг
					58.11.60	Послуги з надання ліцензій на право видання книг
			58.12			Послуги з видання довідників і каталогів
				58.12.1		Довідники й каталоги, друковані або на фізичних носіях
					58.12.10	Довідники й каталоги, друковані або на фізичних носіях
				58.12.2		Довідники й каталоги, електронні
					58.12.20	Довідники й каталоги, електронні
				58.12.3		Послуги з надання ліцензій на право видання довідників і каталогів
					58.12.30	Послуги з надання ліцензій на право видання довідників і каталогів

Додаток В

Динаміка випуску книг за назвами, 2013–2018 рр.

Таблиця В.1

Динаміка випуску книг за назвами, Бразилія

Рік	Кількість книг і брошур, од.	Абсолютний приріст, од.		Темп зростання		Темп приросту, %		Абсолютне значення 1% приросту, од.
		ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	
2013	62235							
2014	60829	–1406	–1406	0,98	0,98	–2,26	–2,26	622,35
2015	88700	27871	26465	1,46	1,43	45,82	42,52	608,29
2016	51819	–36881	–10416	0,58	0,83	–41,58	–16,74	887, 01
2017	73345	21526	11110	1,42	1,18	41,54	17,85	518,19
2018	88780	15435	26545	1,21	1,43	21,04	42,65	733,45

Таблиця В.2

Динаміка випуску книг за назвами, Велика Британія

Рік	Кількість книг і брошур, од.	Абсолютний приріст, од.		Темп зростання		Темп приросту, %		Абсолютне значення 1% приросту, од.
		ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	
2013	184000							
2014	220330	36330	36330	1,19	1,19	19,74	19,74	1840,01
2015	173000	-47330	-11000	0,79	0,79	-21,48	-21,48	2203,30
2016	180590	7590	-3410	1,04	0,98	4,39	-1,85	1730,10
2017	187813	7223	3813	1,04	1,02	3,99	2,07	1805,90
2018	189750	1937	5750	1,01	1,03	1,03	3,13	1878,13

Таблиця В.3

Динаміка випуску книг за назвами, Іспанія

Рік	Кількість книг і брошур, од.	Абсолютний приріст		Темп зростання		Темп приросту, %		Абсолютне значення 1% приросту, од.
		ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	
2013	76734							
2014	78508	1774	1774	1,02	1,02	2,31	2,31	767,34
2015	73200	-5308	-3534	0,93	0,95	-6,76	-4,61	785,08
2016	51354	-21846	-25380	0,70	0,67	-29,84	-33,08	732,01
2017	11778	-39576	-64956	0,23	0,15	-77,07	-84,65	513,54
2018	76140	64362	-594	6,46	0,99	546,46	-0,77	117,80

Таблиця В.4

Динаміка випуску книг за назвами, Німеччина

Рік	Кількість книг і брошур, од.	Абсолютний приріст		Темп зростання		Темп приросту, %		Абсолют. значення 1% приросту, од.
		ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	
2013	93600							
2014	87134	-6466	-6466	0,93	0,93	-6,91	-6,91	936,11
2015	99500	12366	5900	1,14	1,06	14,19	6,30	871,34
2016	85489	-14011	-8111	0,86	0,91	-14,08	-8,67	995,23
2017	82636	-2853	-10964	0,97	0,88	-3,34	-11,71	854,89
2018	93960	11324	360	1,14	1,00	13,70	0,38	826,36

Таблиця В.5

Динаміка випуску книг за назвами, Російська Федерація

Рік	Кількість книг і брошур, од.	Абсолютний приріст		Темп зростання		Темп приросту, %		Абсолют. значення 1% приросту, од.
		ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	
2013	102152							
2014	112126	9974	9974	1,09	1,09	9,76	9,76	1021,52
2015	112647	521	10495	1,00	1,10	0,46	10,27	1121,26
2016	117076	4429	14924	1,04	1,14	3,93	14,61	1126,47
2017	117359	283	15207	1,00	1,15	0,24	14,89	1170,76
2018	116915	-444	14763	0,99	1,14	-0,38	14,45	1173,59

Таблиця В.6

Динаміка випуску книг за назвами, Франція

Рік	Кількість книг і брошур, од.	Абсолютний приріст		Темп зростання		Темп приросту, %		Абсолют. значення 1% приросту, од.
		ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	
2013	95483							
2014	98306	2823	2823	1,03	1,03	2,96	2,96	954,83
2015	106800	8494	11317	1,09	1,12	8,64	11,85	983,06
2016	71909	-34891	-23574	0,67	0,75	-32,67	-24,69	1068,00
2017	104671	32762	9188	1,46	1,09	45,56	9,62	719,09
2018	67670	-37001	-27813	0,65	0,71	-35,35	-29,13	1046,71

Таблиця В.7

Динаміка випуску книг за назвами, Україна

Рік	Кількість книг і брошур, од.	Абсолютний приріст		Темп зростання		Темп приросту, %		Абсолют. значення 1% приросту, од.
		ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	
2013	26323							
2014	22044	-4279	-4279	0,84	0,84	-16,26	-16,26	263,23
2015	19958	-2086	-6365	0,91	0,76	-9,46	-24,18	220,44
2016	21330	1372	-4993	1,07	0,81	6,87	-18,97	199,58
2017	22047	717	-4276	1,03	0,84	3,36	-16,24	213,30
2018	22612	565	-3711	1,03	0,86	2,56	-14,09	220,47

Додаток Г

Кластеризація країн за рівнем розвитку книговидавництва

Г.1. Групування країн світу у програмі Statistica ver. 12

Members of Cluster Number 1 (Spreadsheet1) and Distances from Respective Cluster Center Cluster contains 1 cases	
Case No.	Distance
США	0,00

Members of Cluster Number 2 (Spreadsheet1) and Distances from Respective Cluster Center Cluster contains 1 cases	
Case No.	Distance
Китай	0,00

Members of Cluster Number 3 (Spreadsheet1) and Distances from Respective Cluster Center Cluster contains 9 cases	
Case No.	Distance
Велика Британія	1600171
Німеччина	1569221
Іспанія	19698440
Туреччина	13492550
Норвегія	28064380
Італія	27905510
Бельгія	27987780
Франція	146051900
Україна	28873190

Г.2. Групування європейських країн у програмі Statistica ver. 12

Members of Cluster Number 1 (Spreadsheet1) and Distances from Respective Cluster Center Cluster contains 1 cases	
Case No.	Distance
Франція	0,00

Members of Cluster Number 2 (Spreadsheet1) and Distances from Respective Cluster Center Cluster contains 3 cases	
Case No.	Distance
Велика Британія	2908434
Німеччина	6076708
Туреччина	8985006

Members of Cluster Number 3 (Spreadsheet1) and Distances from Respective Cluster Center Cluster contains 5 cases	
Case No.	Distance
Іспанія	6807440
Норвегія	1558662
Італія	1399708
Бельгія	1481968
Україна	2367378

Додаток Д

Прогнозування кількості друкованих книг і брошур з використанням різних трендових моделей у програмі Statistica ver. 12

Д.1. Результати прогнозування за відсутності тренду та сезонності

Exponential smoothing: S0=151E2 (Spreadsheet1) No trend,no season; Alpha= ,100 BOOKS	
Summary of error	Error
Mean error	1,661956E+03
Mean absolute error	5,628202E+03
Sums of squares	1,151028E+09
Mean square	3,969063E+07
Mean percentage error	1,843445E+01
Mean abs. perc. error	5,420285E+01

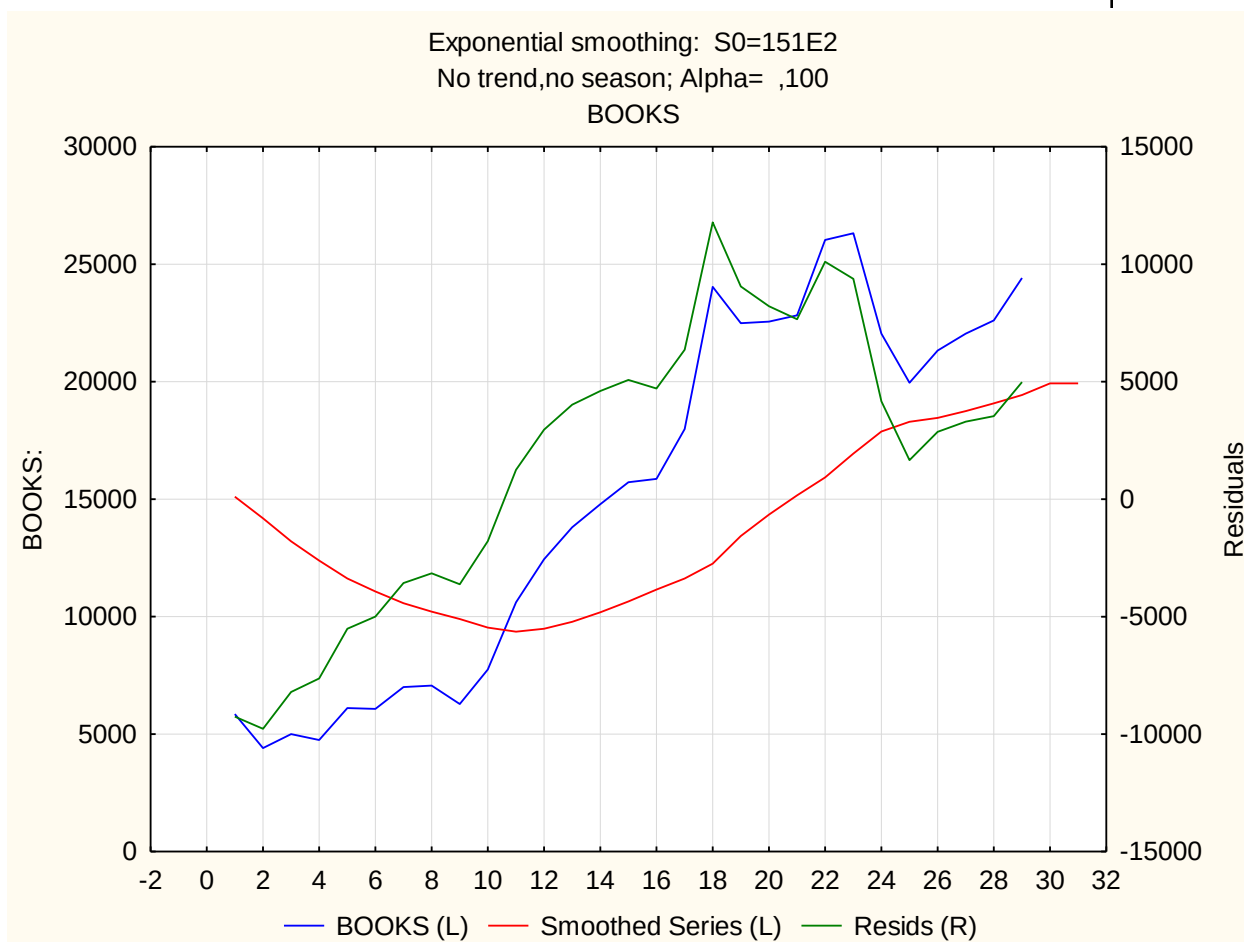


Рис. Д.1. Згладжування ряду за відсутності тренду та сезонності

Д.2. Результати прогнозування для лінійного тренду

Exp. smoothing: S0=5524, T0=662,9 (Spreadsheet1) Lin.trend,no season; Alpha= ,100 Gamma=,100 BOOKS	
Summary of error	Error
Mean error	383,614002
Mean absolute error	2981,684125
Sums of squares	331247480,45345
Mean square	11422326,91218
Mean percentage error	6,301284
Mean abs. perc. error	23,470199

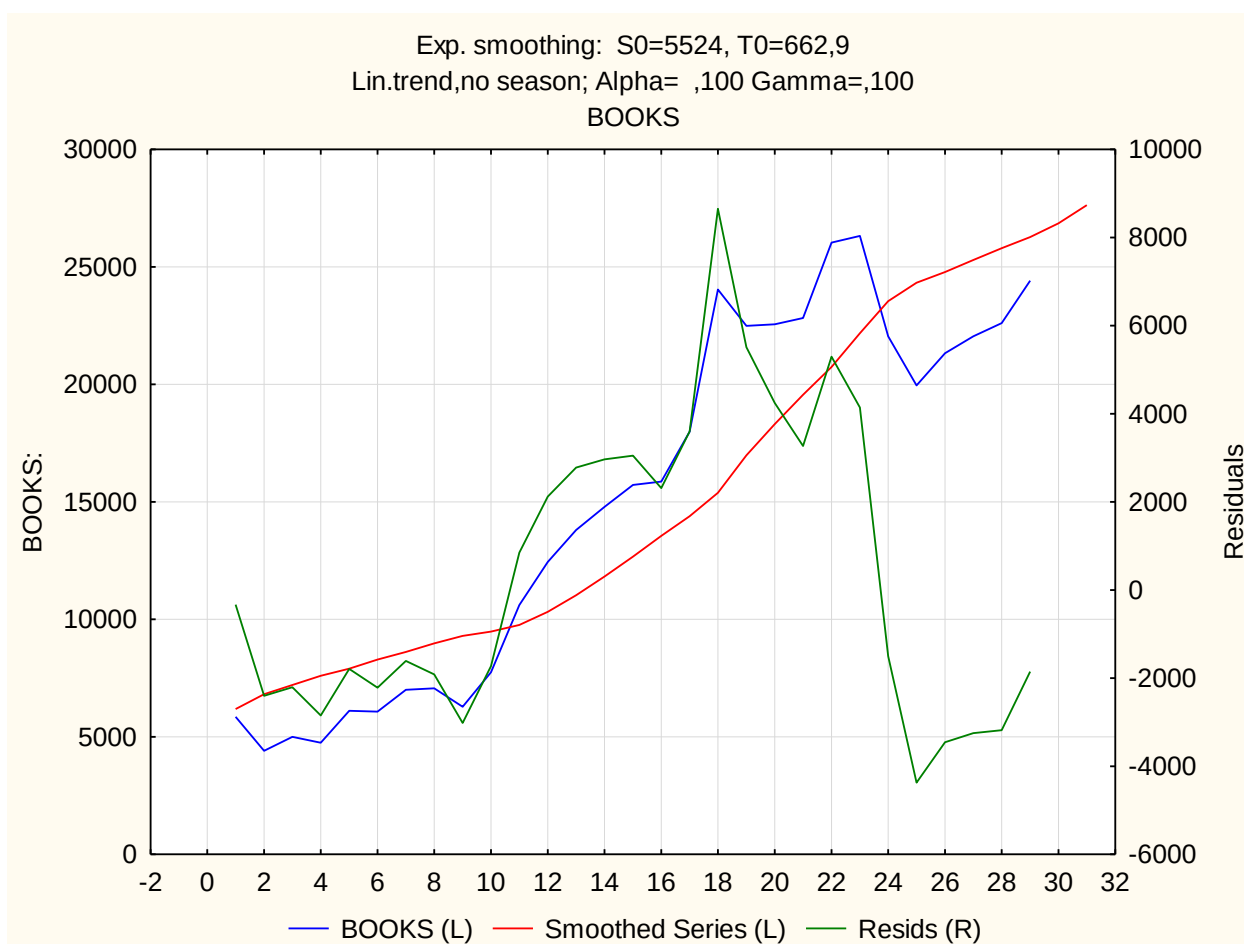


Рис. Д.2. Згладжування ряду за допомогою лінійного тренду за відсутності сезонності

Д.3. Результати прогнозування для експоненційного тренду

	Exp. smoothing: S0=6746, T0=,7532 (Spreadsheet1) Expon.trend,no season; Alpha= ,100 Gamma=,100 BOOKS
Summary of error	Error
Mean error	4,685070E+03
Mean absolute error	6,449095E+03
Sums of squares	1,576018E+09
Mean square	5,434545E+07
Mean percentage error	3,954659E+01
Mean abs. perc. error	4,748522E+01

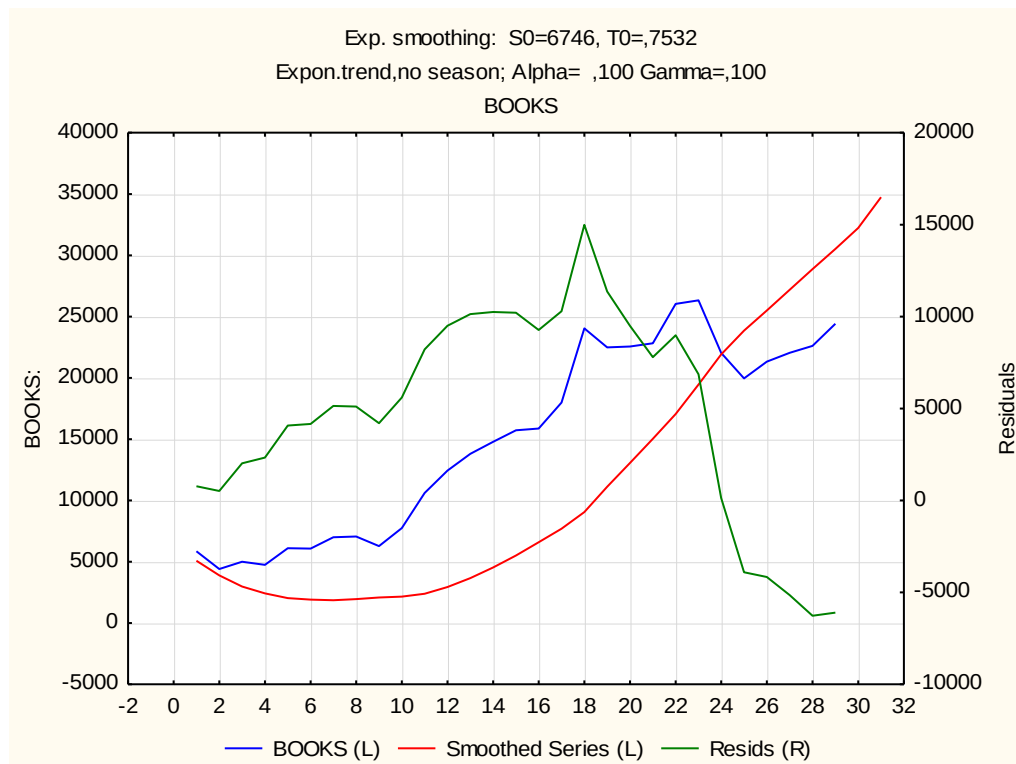


Рис. Д.3. Згладжування ряду за допомогою експоненційного тренду за відсутності сезонності

Д.4. Результати прогнозування для лінійного тренду (повторне згладжування)

	Exp. smoothing: S0=5829, T0=714,9 (Spreadsheet1) Lin.trend,no season; Alpha= ,100 Gamma=,100 BOOKS : Exp.smoothed;	
Summary of error	Error	
Mean error	364,199226	
Mean absolute error	1677,539013	
Sums of squares	118399417,11447	
Mean square	3819336,03595	
Mean percentage error	2,544843	
Mean abs. perc. error	8,675069	

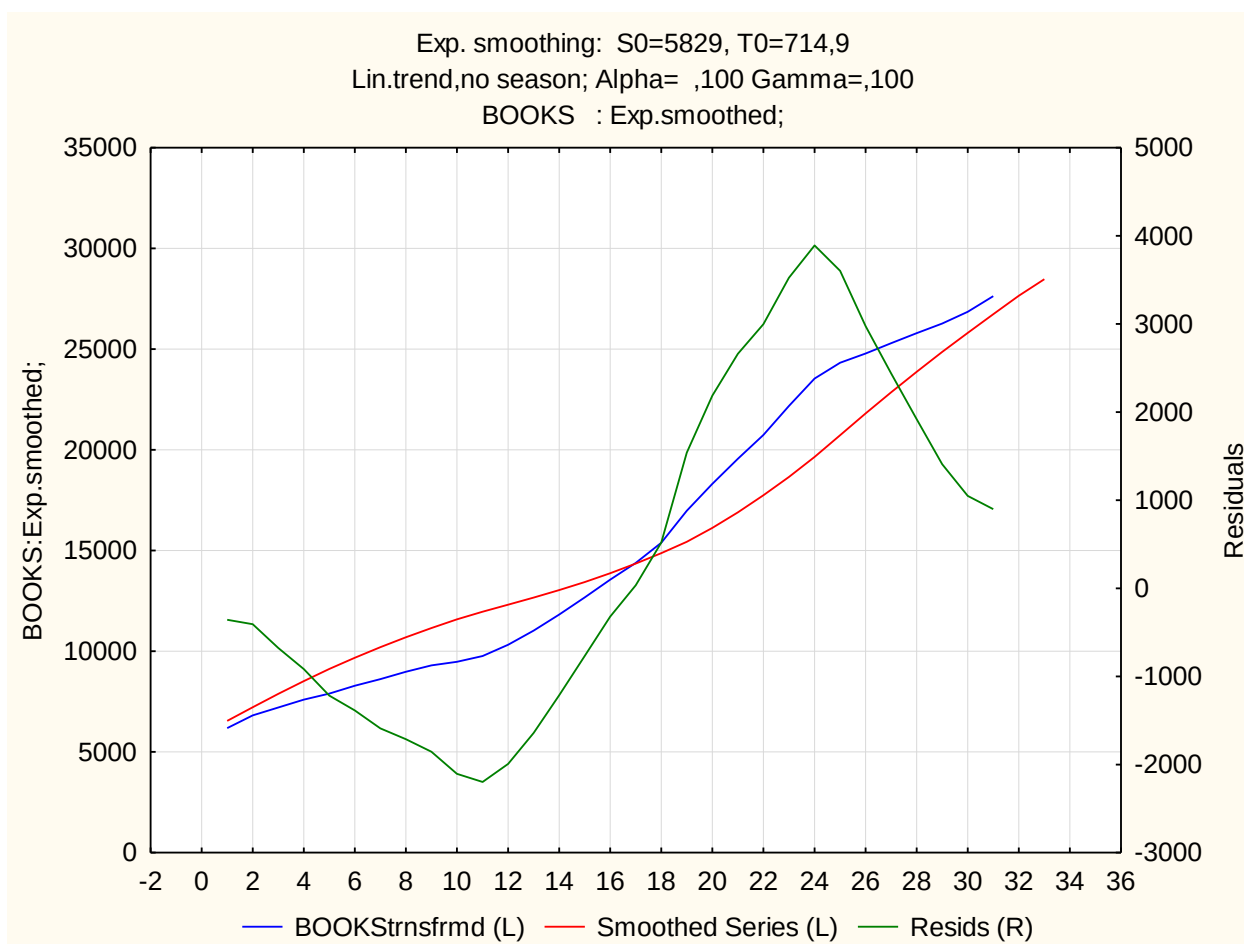


Рис. Д.4. Повторне згладжування ряду за допомогою лінійного тренду

Д 5. Згладжений ряд та прогнозні значення кількості друкованих книг і брошур за період 1991–2021 рр.

Exp. smoothing: S0=5829, T0=714,9 (Spreadsheet1) Lin.trend,no season; Alpha= ,100 Gamma=,100 BOOKS : Exp.smoothed;			
Case	BOOKS trnsfrmd	Smoothed Series	Resids
1991	6186,45	6543,87	-357,43
1992	6812,88	7219,41	-406,53
1993	7208,14	7885,97	-677,83
1994	7601,02	8518,62	-917,61
1995	7901,11	9118,12	-1217,01
1996	8288,98	9675,51	-1386,53
1997	8612,41	10202,08	-1589,68
1998	8980,41	10692,44	-1712,03
1999	9298,56	11153,45	-1854,89
2000	9476,43	11581,62	-2105,19
2001	9765,93	11963,70	-2197,77
2002	10321,47	12314,55	-1993,09
2003	11025,68	12665,94	-1640,27
2004	11823,36	13036,21	-1212,85
2005	12669,44	13437,09	-767,66
2006	13554,41	13874,82	-320,40
2007	14388,72	14354,06	34,65
2008	15387,58	14869,16	518,41
2009	16978,37	15437,82	1540,55
2010	18310,31	16124,10	2186,22
2011	19558,13	16896,80	2661,33
2012	20740,74	17743,63	2997,11
2013	22179,04	18654,01	3525,03
2014	23543,66	19652,43	3891,22
2015	24328,91	20726,39	3602,52
2016	24783,33	21807,50	2975,84
2017	25294,98	22855,70	2439,28
2018	25794,68	23874,63	1920,05
2019	26269,08	24860,84	1408,24
2020	26857,92	25809,96	1047,96
2021	27632,06	26733,52	898,53

Додаток Ж

Прогнозування обсягів тиражів з використанням різних трендових моделей

Ж. 1. Результати прогнозування за умови відсутності тренду та сезонності

Exponential smoothing: S0=576E2 (Spreadsheet1) No trend,no season; Alpha= ,100 Circulation of books	
Summary of error	Error
Mean error	1656,208
Mean absolute error	15168,565
Sums of squares	15790576673,07
Mean square	544502643,891
Mean percentage error	5,448
Mean abs. perc. error	8,172

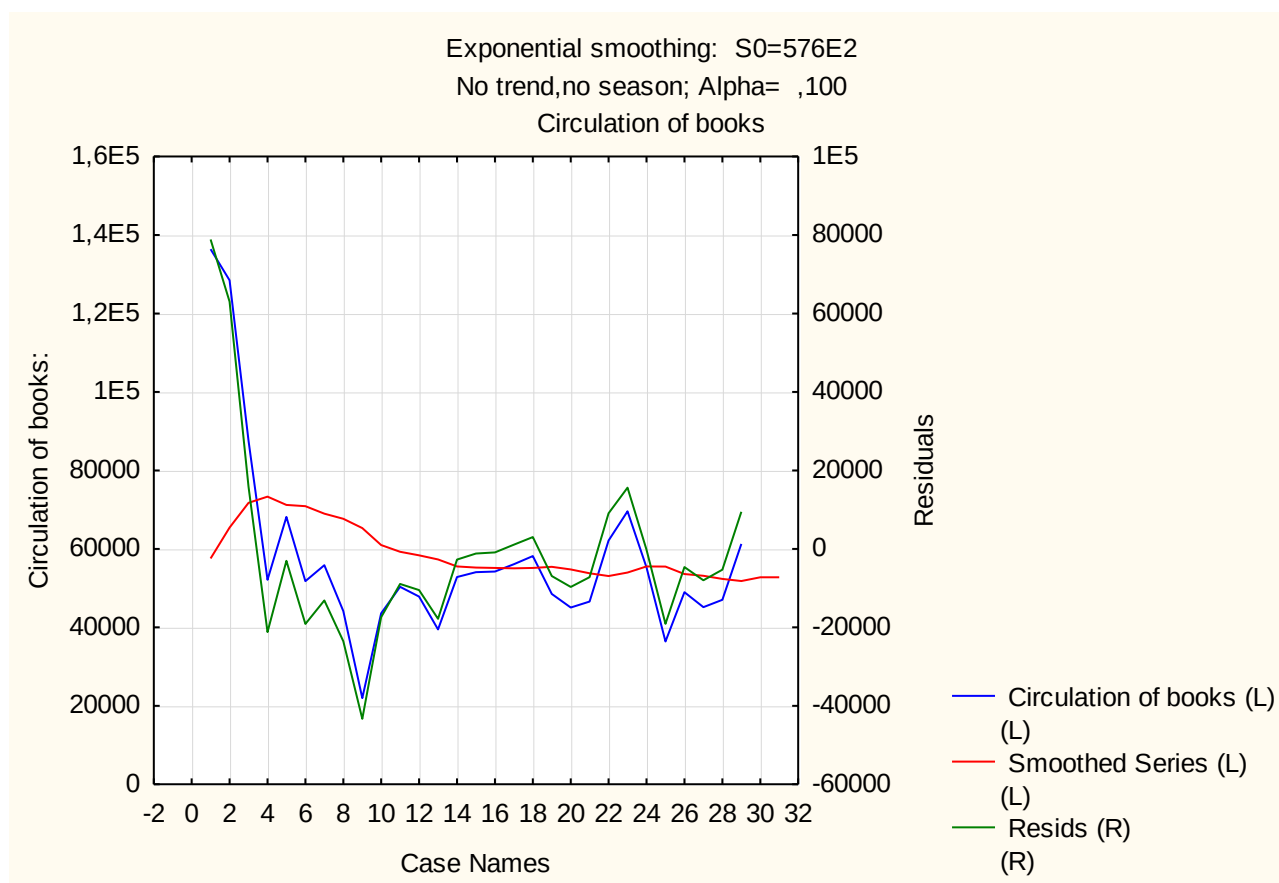


Рис. Ж. 1. Згладжування ряду за умови відсутності тренду та сезонності

Ж.2. Результати прогнозування для лінійного тренду

Exp. smoothing: S0=138E3 T0=-26E2 (Spreadsheet1) Lin.trend,no season; Alpha= ,100 Gamma=,100 Circulation of books	
Summary of error	Error
Mean error	4,465001E+03
Mean absolute error	2,971873E+04
Sums of squares	3,391152E+10
Mean square	1,169363E+09
Mean percentage error	4,309906E+00
Mean abs. perc. error	5,968510E+01

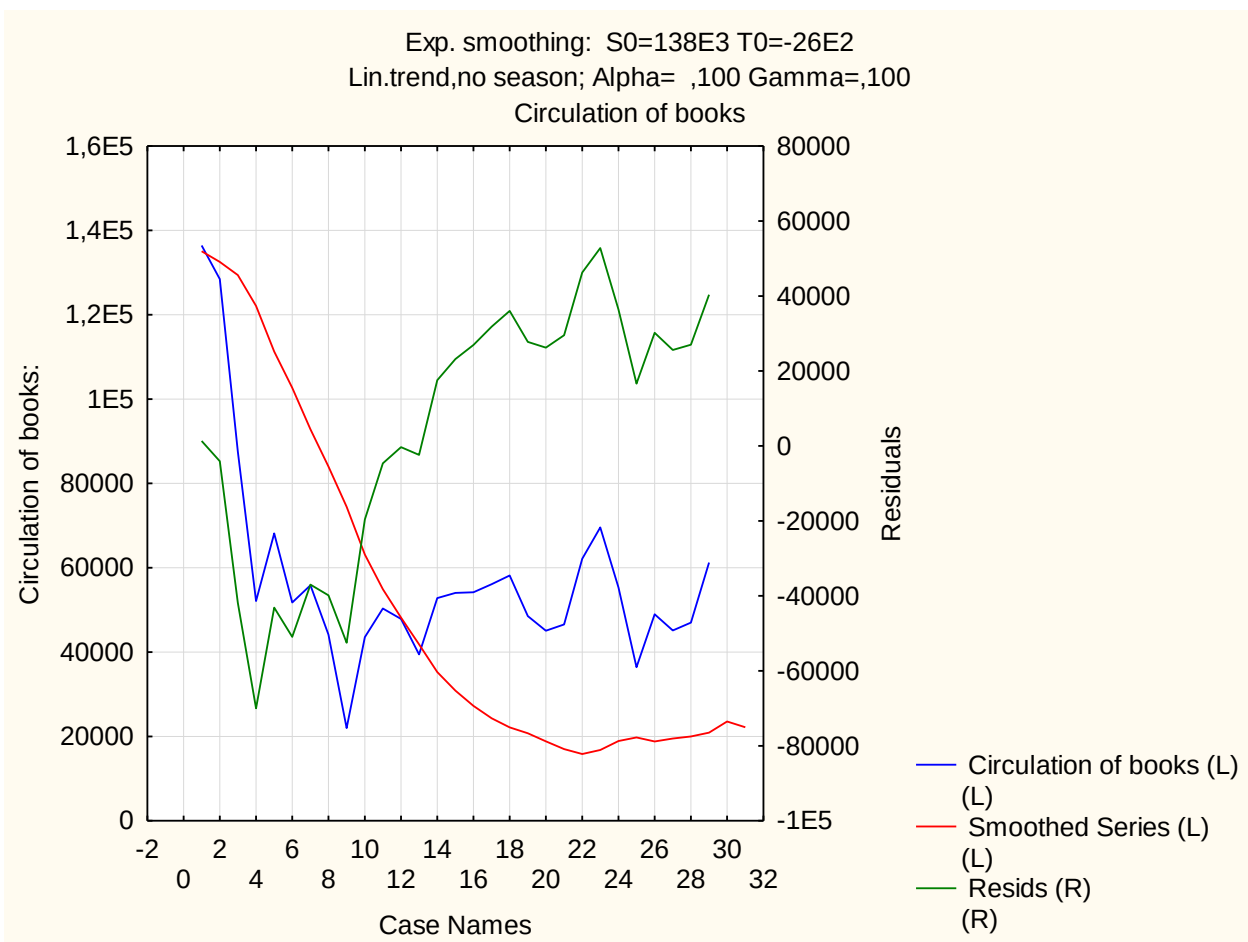


Рис. Ж. 2. Згладжування ряду за допомогою лінійного тренду за умови відсутності сезонності

Ж. 3. Результати прогнозування обсягів тиражів для експоненти

Exp. smoothing: S0=141E3 T0=,9418 (Spreadsheet1) Expon.trend,no season; Alpha= ,100 Gamma=,100 Circulation of books	
Summary of error	Error
Mean error	1,404484E+03
Mean absolute error	1,854788E+04
Sums of squares	1,478766E+10
Mean square	5,099194E+08
Mean percentage error	1,434710E+00
Mean abs. perc. error	3,701971E+01

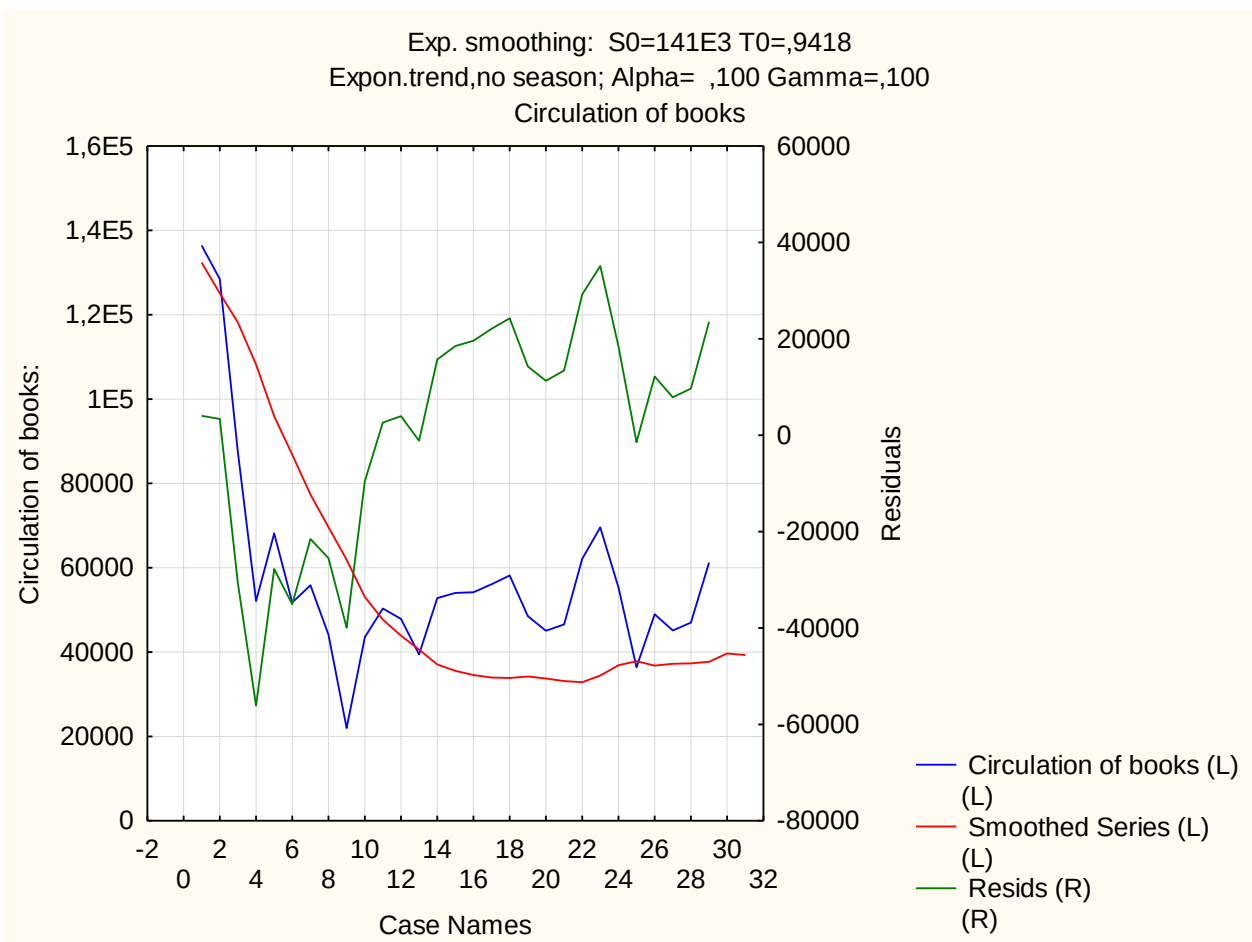


Рис. Ж. 3. Експоненційне згладжування ряду за умови відсутності сезонності

Ж. 4. Результати прогнозування обсягів тиражів для згасаючого тренду

Exp. smoothing: S0=150E3 T0=-26E3 (Spreadsheet1) Damped trend,no season; Alpha= ,100 Gamma=,100 Phi=,100 Circulation of books	
Summary of error	Error
Mean error	-3,072171E+04
Mean absolute error	3,155458E+04
Sums of squares	4,622202E+10
Mean square	1,593863E+09
Mean percentage error	6,650599E+01
Mean abs. perc. error	6,777015E+01

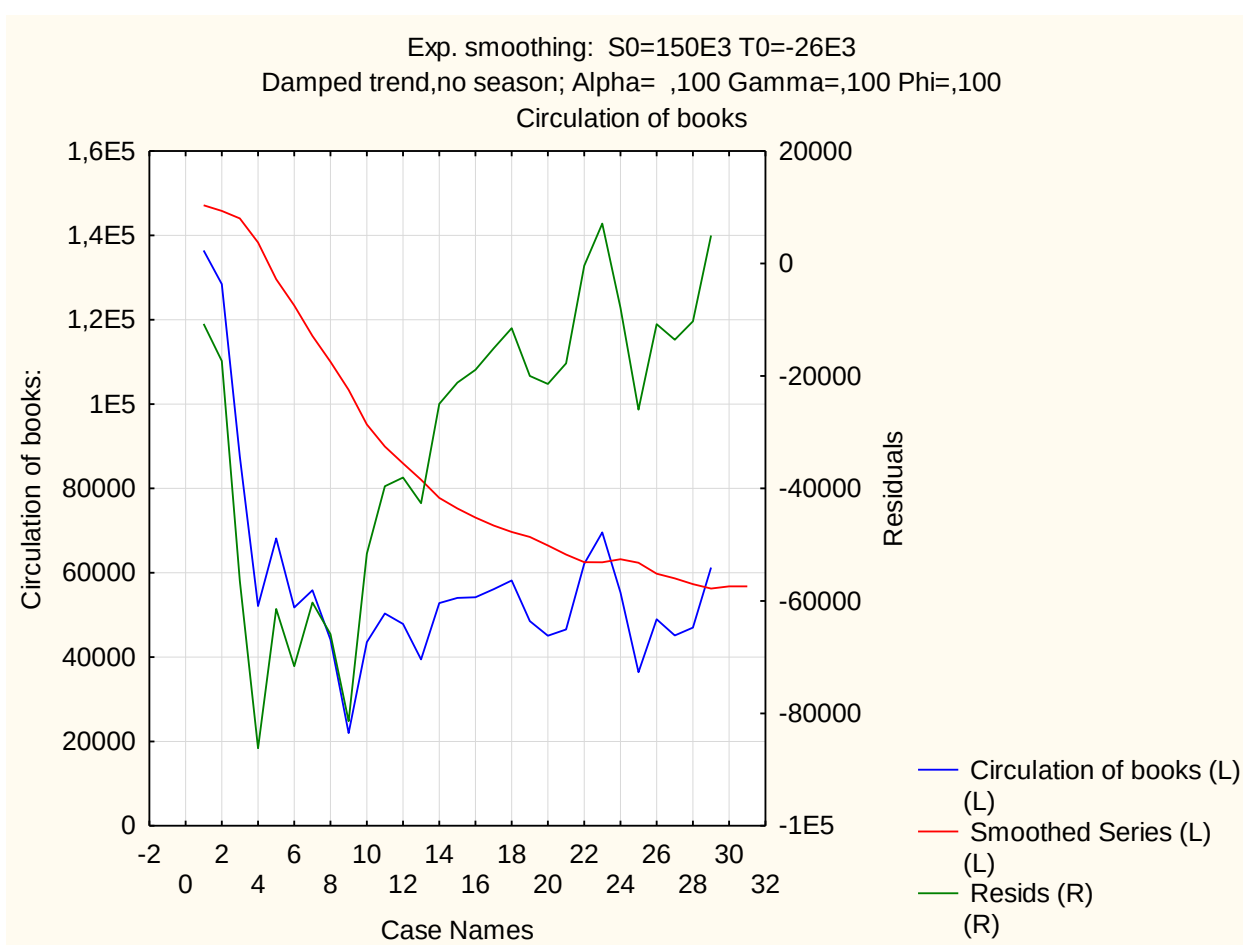


Рис. Ж. 4. Згладжування ряду за допомогою згасаючого тренду за умови відсутності сезонності

Додаток 3

3.1. Згладжений ряд та прогнознi значення обсягiв тиражiв за перiод 1991–2020 рр.

Case	Exponential smoothing: S0=576E2 (Spreadsheet1) No trend,no season; Alpha= ,100 Circulation of books		
	Circulation of books	Smoothed Series	Resids
1991	136415,9	57550,73	78865,2
1992	128470,7	65437,24	63033,5
1993	87567,0	71740,59	15826,4
1994	52116,0	73323,23	-21207,2
1995	68156,0	71202,51	-3046,5
1996	51777,1	70897,86	-19120,8
1997	55841,3	68985,78	-13144,5
1998	44150,0	67671,33	-23521,3
1999	21985,6	65319,20	-43333,6
2000	43562,9	60985,84	-17422,9
2001	50324,5	59243,55	-8919,0
2002	47862,9	58351,64	-10488,7
2003	39462,9	57302,77	-17839,9
2004	52804,7	55518,78	-2714,1
2005	54059,8	55247,37	-1187,6
2006	54209,6	55128,62	-919,0
2007	56111,7	55036,71	1075,0
2008	58158,1	55144,21	3013,9
2009	48514,4	55445,60	-6931,2
2010	45058,3	54752,48	-9694,2
2011	46565,7	53783,06	-7217,4
2012	62120,5	53061,33	9059,2
2013	69575,7	53967,24	15608,5
2014	55312,0	55528,09	-216,1
2015	36409,8	55506,48	-19096,7
2016	48978,1	53596,81	-4618,7
2017	45127,2	53134,94	-8007,7
2018	47022,1	52334,17	-5312,1
2019	61250,6	51802,96	9447,6
2020		52747,72	
2021		52747,72	

Додаток II

Динаміка видання книг за цільовим призначенням за 2008–2019 рр.

Таблиця II.1

Розділи цільового призначення		2008 р.		2009 р.		2010 р.		2011 р.		2012 р.	
		Кількість видань, друк. од.	Тираж, тис. пр.	Кількість видань, друк. од.	Тираж, тис. пр.	Кількість видань, друк. од.	Тираж, тис. пр.	Кількість видань, друк. од.	Тираж, тис. пр.	Кількість видань, друк. од.	Тираж, тис. пр.
Наукові видання	1	3732	1 825,3	4339	1771,8	4665	1981,1	4832	1678,3	5303	1814,9
Науково-популярні видання	2	1543	3 662,3	1524	3439,9	1513	3727,0	1327	2878,4	1504	2191,1
Нормативно-практичні видання	3	1121	1 532,2	774	1740,0	815	1458,5	816	1551,3	665	1425,6
Офіційні видання	4	959	521,3	871	488,1	918	785,7	950	560,3	883	499,2
Громадсько-політичні видання	5	74	361,3	76	226,4	72	306,1	60	71,4	62	67,7
Навчальні та методичні видання	6	8873	24721,6	7746	19189,6	7602	17966,6	7998	19764,9	8611	27864,1
Літературно-художні видання	7	3983	10510,4	3696	7101,0	3652	6785,7	3731	9228,5	4044	9348,4
Видання для дітей та юнацтва	8	1699	6435,4	1695	5495,3	1381	4770,6	1282	3634,3	2554	7297,5
Довідкові	9	957	2988,4	828	3019,9	786	2371,1	742	1980,4	705	1721,1
Інформаційні видання	10	41	427,1	46	519,0	64	155,9	51	38,7	59	25,2
Видання для видавців і книгорозповсюджувачів	11	x	x	2	43,0	x	x	x	x	1	0,1
Бібліографічні видання	12	159	41,0	182	1056,7	231	46,3	183	36,9	185	36,7
Література релігійного змісту	13	342	3882,2	427	1293,2	504	1512,3	399	825,0	588	1401,9
Видання для організації дозвілля	14	3	0,5	281	3015,5	354	3191,4	448	4306,7	868	8425,6
Рекламні видання	15	554	1249,1	4	115,0	x	x	7	10,6	4	1,4

Продовж. табл. И.1

Розділ цільового призначення	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019	
	Кількість видаць, друк. од.	Тираж, тис.пр.	Кількість видаць, друк. од.	Тираж, тис.пр.	Кількість видаць, друк. од.	Тираж, тис.пр.	Кількість видаць, друк. од.	Тираж, тис.пр.	Кількість видаць, друк. од.	Тираж, тис.пр.	Кількість видаць, друк. од.	Тираж, тис.пр.	Кількість видаць, друк. од.	Тираж, тис.пр.
1	5500	1803,9	4819	1550,1	4381	1284,8	4494	1297,3	4484	1271,3	4687	1264,5	4786	1259,0
2	1212	1860,9	1064	1964,4	1363	2491,9	1250	2557,0	1600	2501,2	1697	2332,0	2385	3222,6
3	649	1273,6	532	1072,8	556	615,6	707	669,3	565	674,2	453	455,9	409	308,4
4	1033	371,5	744	308,3	771	287,9	1083	225,4	660	253,1	1281	322,1	589	224,9
5	59	73,0	39	49,0	76	1307,8	54	565,2	115	125,9	87	85,2	117	5398,9
6	8955	36540,2	7758	27550,9	6818	16223,0	7098	27146,1	7107	24398,2	7226	29636,4	7895	37280,1
7	4113	9482,2	3416	7171,5	3092	5595,1	3805	8131,5	4327	7021,0	4003	5206,7	4737	6294,5
8	2339	6721,4	1809	4934,5	1506	4208,6	1626	3837,7	1839	5249,7	2000	5555,8	2390	4987,3
9	610	1439,7	500	1415,2	436	665,1	370	624,3	377	593,1	475	569,3	431	534,6
10	63	173,6	54	51,6	18	8,0	17	72,7	8	6,6	16	6,2	14	4,4
11	X	X	1	88,0	2	2,0	4	83,6	4	12,3	3	0,7	3	1,1
12	180	38,6	130	34,8	139	34,6	134	30,1	161	29,8	117	22,5	116	23,5
13	970	8313,3	381	1529,7	426	1061,1	355	1002,3	466	1081,3	392	784,5	213	985,3
14	9	8,0	717	7575,2	370	2620,3	333	2735,6	333	1909,2	174	780,2	3	101,1
15	631	1475,8	80	16,0	4	4,0	X	X	1	0,3	1	0,1	328	624,9

Додаток К

К.1. Власні значення та частки дисперсій, що їх пояснюють

Value number	Eigenvalues of correlation matrix, and related statistics (Spreadsheet1) Active variables only			
	Eigenvalue	% Total variance	Cumulative Eigenvalue	Cumulative %
1	5,768294	64,09216	5,768294	64,0922
2	2,473910	27,48789	8,242204	91,5800
3	0,321265	3,56961	8,563469	95,1497
4	0,266552	2,96168	8,830020	98,1113
5	0,121330	1,34812	8,951351	99,4595
6	0,029766	0,33073	8,981117	99,7902
7	0,011506	0,12785	8,992623	99,9180
8	0,006655	0,07395	8,999278	99,9920
9	0,000722	0,00802	9,000000	100,0000

К.2. Значення факторних навантажень

Variable	Factor coordinates of the variables, based on correlations (Spreadsheet1)								
	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9
X1	0,405656	-0,891119	-0,074136	0,000871	0,156423	0,105004	0,018018	-0,003400	-0,004755
X2	0,126429	-0,933069	0,260584	0,158591	-0,139375	-0,000316	-0,028245	0,006680	0,008640
X3	0,980016	0,028168	0,176337	-0,023124	0,011474	-0,032371	0,061694	-0,046102	0,005883
X4	-0,969429	0,090446	-0,212219	0,058986	0,006200	0,044447	-0,008094	-0,033346	0,017841
X5	0,723641	-0,532835	-0,289971	-0,297355	-0,137372	-0,030936	-0,008830	-0,004288	0,001653
X6	0,840186	0,402209	-0,165035	0,257403	-0,185320	0,064698	0,016440	-0,000619	-0,004779
X7	0,926132	-0,130532	-0,208061	0,234602	0,142444	-0,078323	-0,007856	0,019457	0,006986
X8	-0,941104	-0,312478	-0,071091	0,020601	-0,057521	-0,020412	0,078102	0,036972	0,003048
X9	-0,845319	-0,489753	-0,109860	0,165065	-0,021275	-0,063422	-0,001548	-0,039965	-0,013705

К. 3. Значення головних компонент за період 2001–2010 рр.

Case	Factor coordinates of cases, based on correlations (Spreadsheet1)								
	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9
2010	2,18933	1,40288	-0,801823	0,506763	0,208905	-0,026672	0,024491	-0,079171	-0,039219
2011	1,90732	0,73745	-0,451955	-0,218953	0,066086	-0,092196	-0,126230	0,174062	0,011242
2012	2,37879	-1,54303	0,152763	-0,326009	0,597773	-0,043292	0,034443	-0,073317	0,035704
2013	2,81673	-2,12790	0,252628	-0,047870	-0,399689	0,286447	-0,020973	0,011687	-0,020014
2014	1,53182	0,42842	0,562146	0,119363	-0,537430	-0,323253	0,080649	-0,021687	0,006297
2015	-0,73472	2,59975	-0,046142	0,127327	-0,186102	0,253692	0,050953	-0,023010	0,042085
2016	-1,74285	0,88469	1,016637	0,248482	0,254003	0,005126	-0,177805	-0,029108	-0,017007
2017	-2,07779	0,44471	0,272118	-0,627291	0,236160	0,032545	0,183992	0,075825	-0,030199
2018	-3,10099	-0,73315	-0,670512	-0,750017	-0,284775	-0,062746	-0,094053	-0,086929	-0,000832
2019	-3,16763	-2,09382	-0,285858	0,968202	0,045068	-0,029651	0,044533	0,051649	0,011945

Case	Factor scores, based on correlations (Spreadsheet1)							
	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7	Factor 8
2010	0,91157	0,89193	-1,41464	0,98155	0,59974	-0,15460	0,22832	-0,97046
2011	0,79415	0,46886	-0,79738	-0,42409	0,18972	-0,53439	-1,17678	2,13362
2012	0,99045	-0,98103	0,26952	-0,63145	1,71613	-0,25093	0,32109	-0,89871
2013	1,17279	-1,35288	0,44571	-0,09272	-1,14746	1,66030	-0,19552	0,14325
2014	0,63780	0,27239	0,99179	0,23119	-1,54290	-1,87363	0,75185	-0,26584
2015	-0,30591	1,65287	-0,08141	0,24662	-0,53428	1,47045	0,47501	-0,28206
2016	-0,72566	0,56247	1,79364	0,48129	0,72921	0,02971	-1,65758	-0,35680
2017	-0,86513	0,28274	0,48009	-1,21501	0,67799	0,18864	1,71526	0,92945
2018	-1,29115	-0,46612	-1,18298	-1,45271	-0,81755	-0,36369	-0,87681	-1,06556
2019	-1,31890	-1,33123	-0,50433	1,87532	0,12938	-0,17186	0,41516	0,63311

Додаток Л

Л.1 Результати розрахунків з використанням множинної регресії

Summary Statistics; DV: Var1 (Spreadsheet1)	
Statistic	Value
Multiple R	0,951504083
Multiple R ²	0,90536002
Adjusted R ²	0,878320026
F(2,7)	33,4822564
p	0,000260772125
Std.Err. of Estimate	3505,90841

Л.2. Результати дисперсійного аналізу

Analysis of Variance; DV: Var1 (Spreadsheet1)					
Effect	Sums of Squares	df	Mean Squares	F	p-value
Regress.	823087198	2	411543599	33,48226	0,000261
Residual	86039757	7	12291394		
Total	909126954				

Л.3. Результати регресійного аналізу

Regression Summary for Dependent Variable: Var1 (Spreadsheet1) R= ,95150408 R ² = ,90536002 Adjusted R ² = ,87832003 F(2,7)=33,482 p<,00026 Std.Error of estimate: 3505,9						
N=10	b*	Std.Err. of b*	b	Std.Err. of b	t(7)	p-value
Intercept			51742,00	1108,666	46,67052	0,000000
Var2	0,323254	0,116276	3248,89	1168,636	2,78007	0,027296
Var3	-0,894912	0,116276	-8994,38	1168,636	-7,69648	0,000117

Додаток М

М.1. Часткова кореляція та толерантність факторів

Variable	Variables currently in the Equation; DV: Var1 (Spreadsheet1)						
	b* in	Partial Cor.	Semipart Cor.	Tolerance	R-square	t(7)	p-value
Var2	0,323254	0,724389	0,323254	1,000000	0,00	2,78007	0,027296
Var3	-0,894912	-0,945683	-0,894912	1,000000	0,00	-7,69648	0,000117

М.2. Критерій Дарбіна – Ватсона

	Durbin-Watson d (Spreadsheet1) and serial correlation of residuals	
	Durbin-Watson d	Serial Corr.
Estimate	1,654085	0,143944

ОПУБЛІКОВАНІ ПРАЦІ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Публікації у наукових виданнях, які індексуються у наукометричній базі Scopus

1. Horobets, O. (2020). Research Data as a Result of Research Activities: the Role and Significance for the Official Statistics. *Journal of the Knowledge Economy. Springer Nature*. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/s13132-020-00674-w> (1 друк. арк.).

Публікації у наукових виданнях країн ЄС

2. Horobets, O. (2020). The Book Trade as a Subcategory of the International trade in Cultural Goods of the European Union in the Creative Economy Sector: a Statistical Analysis. *Professional competencies and educational innovations in the knowledge economy. Bulgaria: Publishing House ACCESS PRESS*, pp. 353–363 (0, 74 друк. арк.).

3. Horobets, O. (2020). Alternative Sources of Information to Support a Set of Statistical Indicators of the Book Publishing. *International Journal of Innovative Technologies in Economy*, 5 (32). https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijite/30122020/7284 (0,50 друк. арк.).

Публікації у наукових фахових виданнях України, які включені до наукометричних баз

4. Horobets, O. (2020). Organization of Big Data in The Structure of The Digitalization Ecosystem of a Globalized Society. *Scientific Bulletin of National Academy of Statistics, Accounting and Audit*, 3, 93–103. Retrieved from <https://nasoa-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/220/215> (0,75 друк. арк.).

5. Горобець О. О. Статистичний аналіз тенденцій і закономірностей зовнішньої торгівлі України книжковою продукцією. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 320–329 (0,68 друк. арк.).

6. Horobets, O. O. (2019). Statistical Analysis of the Book Publishing Industry of Ukraine: 1917–2017. *Statystyka Ukrainy – Statistics of Ukraine*, 2, 4–11. Retrieved from: <https://su-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/238> (0,75 друк. арк.).
7. Горобець О. О. Великі дані – джерело статистичної інформації: на прикладі книговидавничої галузі. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. пр.* 2019. № 1–2. С. 7–13. (0,69 друк. арк.).
8. Горобець О. О. Статистичний аналіз книговидання в Україні та світі. *Статистика України*. 2018. № 2. С. 7–12. URL: <https://su-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/181> (0,53 друк. арк.).
9. Горобець О. О. Книговидавництво в умовах цифрової економіки: статистичний аналіз. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. пр.* 2018. № 4. С. 5–11. URL: <https://nasoa-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/154> (0,70 друк. арк.).

Опубліковані основні праці апробаційного характеру

10. Горобець О. О. Надання інтелектуальних послуг як одна з провідних тенденцій міжнародної торгівлі. *Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю: мат. IV Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 16 березня 2017).* Київ, 2017. С. 41–42. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/2327> (0,11 друк. арк.).
11. Мотузка О. М., Горобець О. О. Бібліотечно-видавнича модель «Library Publishing»: підходи до впровадження в Національній академії статистики, обліку та аудиту. *Стратегія розвитку України: економічний та гуманітарний виміри: мат. IV Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 17 жовтня 2017).* Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2017. С. 492–494. (0,12 друк. арк., особисто

автору належить 0,11 друк. арк.; представлено досвід упровадження моделі «Library Publishing» в НАСООА).

12. Мотузка О. М., Горобець О. О. Аналіз світових та вітчизняних тенденцій у сфері наукових видань. *Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю*: мат. V Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 16 березня 2018). Київ, 2018. С. 129–130. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/3225>. (0,06 друк. арк., особисто автору належить 0,03 друк. арк.; виконано аналіз нормативно-правових актів у сфері наукових періодичних видань).

13. Горобець Е. А. Книгоиздательство Украины: статистический анализ. *Эффективность сферы товарного обращения и труда. IV Писаренковские чтения: интернет-конф.* (г. Гомель, Беларусь, 26 октября 2018). Гомель, УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2018. С. 23–25. (0,14 друк. арк.).

14. Горобець О. О. Книговидавнича діяльність – важливий компонент формування позитивного іміджу України. *Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти*: мат V Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 17 жовтня 2018.). Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 17 жовтня 2018. С. 390–392. (0,12 друк. арк.).

15. Горобець О. О. Застосування великих даних у статистиці книговидавничої галузі. *Статистика в Україні та світі: стан, тенденції та перспективи розвитку*: мат. XVI Міжнар. наук.-практ. конф. з нагоди Дня працівників статистики. (Київ, 5 грудня 2018). Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2018. С. 125–127. (0,12 друк. арк.).

16. Горобець О. О. Наукові дані як інноваційна тенденція цифрового суспільства. *Побудова інформаційного суспільства: ресурси і технології*: мат. XVIII Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 19–20 вересня, 2019). МОН України; Укр. ін-т наук.-техн. експертизи та інформації, 2019. С. 159–162. URL: http://www.uinte.kiev.ua/sites/default/files/gorobec_0.pdf (0,13 друк. арк.).

17. Горобець О. О. Читати чи не читати? Реалії книжкового ринку України. *Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти*: мат. VI Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 16 жовтня 2019). Київ, 2019. С. 502–506. (0,14 друк. арк.).
18. Горобець О. О. Глобальні тренди XXI століття. *New Economics – 2019*: міжнар. наук. екон. форум, (Київ, 14–15 листопада). Київ, 2019. Т. 1. С. 38–42. (0,16 друк. арк.).
19. Горобець О. О. Питання конфіденційності персональних даних в управлінні Big Data: вектор статистики. *Нові джерела та методи поширення даних у статистиці*: мат. XVII Міжнар. наук.-практ. конф. з нагоди Дня працівників статистики. (Київ, 6 грудня 2019). Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2019. С. 22–26. (0,15 друк. арк.).
20. Horobets, O. O. (2020). Export and Import Capacities of Book Trade in The US and Great Britain: A Comparative Analysis. Public communication in science: philosophical, cultural, political, economic and IT context: *Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the International Scientific and Practical Conference*. (Houston, USA, 2020). Vol. 1, pp. 16–20. Retrieved from <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/article/view/2644/2531> (0,15 друк. арк.).
21. Горобець О. О. Якісна статистична звітність – основа успішного функціонування галузі: на прикладі книговидавництва. *Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю*: мат. VII Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 16 березня 2020). Київ, 2020. С. 110–114. (0,14 друк. арк.).
22. Горобець О. О. Система статистичних показників книговидавничої галузі: проблеми та перспективи удосконалення. *Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти*: мат. VII Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 16 жовтня 2020). Київ, 2020. С. 283–287. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/5228> (0,17 друк. арк.).
23. Горобець О. О. Альтернативні джерела статистичних даних: на прикладі книговидавництва. *Нові джерела та методи поширення даних у*

статистиці: мат. XVIII Міжнар. наук.-практ. конф. з нагоди Дня працівників статистики. (Київ, 5 грудня 2020). Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2020. С. 13–17. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/5320> (0,19 друк. арк.).

ВПРОВАДЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДИСЕРТАЦІЙНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ



ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ (Держстат)

вул. Шота Руставелі, 3, м. Київ, 01601, телефон (044) 287-24-22, факс (044) 235-37-39,
E-mail: office@ukrstat.gov.ua, сайт: www.ukrstat.gov.ua, код згідно з ЄДРПОУ 37507880

від _____ № _____ На № _____ від _____

Довідка

про впровадження Державною службою статистики України
наукових результатів дисертаційного дослідження
Горобець Олени Олександрівни
за темою «Статистичне дослідження книговидавництва в Україні»

Довідка видана аспірантці кафедри статистики Національної академії статистики, обліку та аудиту Горобець О. О. про те, що підготовлені нею пропозиції по удосконаленню системи статистичних показників, що характеризують книговидавництво України, було використано при підготовці відповідних статистичних спостережень Державної служби статистики України.

Голова



Гор ВЕРНЕР



ДЕРЖАВНА УСТАНОВА
«КНИЖКОВА ПАЛАТА УКРАЇНИ ІМЕНІ ІВАНА ФЕДОРОВА»

№ 14/р-29» від 29.08.2019 р.

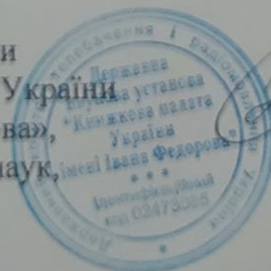
Спеціалізованій вченій раді
Д 26.870.01
Національної академії статистики,
обліку та аудиту

Довідка
про впровадження результатів дисертаційної роботи
на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук
Горобець Олени Олександрівни
за темою
«Статистичне дослідження книговидавництва в Україні»

Рекомендації, викладені у дисертаційній роботі Горобець О. О. щодо статистичного дослідження книговидавництва є актуальними для книжкової справи.

Підходи до удосконалення системи статистичних показників та вивчення книговидавничої галузі було використано при підготовці аналітичних оглядів, річних статистичних матеріалів, а також розглянуто для удосконалення форми звітності 1-В (книги).

Директор
Державної установи
«Книжкова палата України
імені Івана Федорова»,
доктор технічних наук,
професор



М. І. Сенченко



**БОРИСПІЛЬСЬКА РАЙОННА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

вул. Київський шлях, 74, м. Бориспіль, 08300, тел. (04595) 6-12-58, факс (04595) 6-06-81
<http://www.raybori.gov.ua> E-mail: rda@raybori.gov.ua Код ЄДРПОУ 24209740

Н. 12 2020 № 48/07-46-3240

На № _____ від _____

Спеціалізованій вченій раді
Д 26.870.01
Національної академії статистики,
обліку та аудиту

ДОВІДКА
про впровадження результатів дослідження
ГОРОБЕЦЬ Олени Олександрівни
за кандидатською дисертацією на тему
«Статистичне дослідження книговидавництва в Україні»

Результати дисертаційної роботи О.О. Горобець «Статистичне дослідження книговидавництва в Україні» на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук були використані у роботі Бориспільської районної державної адміністрації Київської області в рамках Програми соціально-економічного та культурного розвитку Бориспільського району на 2020 р.

Інформацію про проблеми, які пов'язані із зниженням читаності, недостатнім рівнем книгозабезпеченості та альтернативних методах проведення дозвілля населення України було доведено до відома керівництва Бориспільської ЦБС, як культурного осередку району.

На основі дисертаційного матеріалу під керівництвом Бориспільської районної державної адміністрації Київської області ЦБС району було впроваджено додаткові методи популяризації читання серед населення району. Основну увагу було зосереджено на дитячому та підлітковому читанні.

0398

Бориспільська районна державна адміністрація
Вих. № 48/07-46-3240 від 11.12.2020



Окрім теми статистики книговидавництва, яку досліджує у своїй роботі О.О. Горобець, звертається увага на важливих для сьогодення питаннях забезпечення культурного та інтелектуального розвитку суспільства. Зосереджено увагу на зменшенні кількості видавництв та книжкових магазинів, а також запропоновано унікальні методи збору даних, які можуть зацікавити і будуть корисними до впровадження не лише у роботі керівників видавничої та книготорговельної сфери, а й представників суб'єктів господарювання, які не мають стосунку до культурної діяльності.

Виконувач обов'язків
голови адміністрації



Руслан ДЯЧЕНКО

Прищеп Т.В.
6-11-01



ВИДАВНИЦТВО «САМІТ-КНИГА»

20.10.2020 №10

До спеціалізованої Вченої ради

Довідка

**про впровадження результатів дисертаційної роботи
на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук
Горобець Олени Олександрівни
«Статистичне дослідження книговидавництва в Україні»**

Дисертаційна робота «Статистичне дослідження книговидавництва в Україні» Горобець О. О., є актуальною та важливою для сучасного книговидавництва. Це пов'язано з тим, що зараз досить мало теоретичних робіт (чи практичних досліджень), які присвячені цій темі.

Зазначені у дисертаційній роботі підходи до вивчення як вітчизняного так і закордонного сучасного стану книговидавництва, його тенденції, аналіз розвитку за довготривалий період, дають можливість, попри наявні проблеми, розробляти нові підходи та матеріалізувати ідеї, з метою розвитку як книговидавництва в цілому, так і окремих видавництв зокрема. Удосконалення збору даних, розробка моделей та їх опрацювання, є новими і нестандартними для книговидавництва та спонукають до детального вивчення.

Окремі запропоновані у роботі пропозиції дисертанта було використано у діяльності видавництва «Саміт-книга».

Директор видавництва
«Саміт-книга»,
кандидат технічних наук



Степурін І. М.



ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ СТАТИСТИКИ, ОБЛІКУ ТА АУДИТУ
04107, м. Київ-107, вул. Підгірна, 1, тел./факс 484-49-41

20.01.2021 № 34

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційної роботи

Горобець Олени Олександрівни

на тему «Статистичне дослідження книговидавництва в Україні»

Основні положення та результати дисертаційної роботи Горобець Олени Олександрівни на тему «Статистичне дослідження книговидавництва в Україні» на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук використані в освітньому процесі Національної академії статистики, обліку та аудиту при проведенні практичних занять з навчальних дисциплін «Економічна статистика» та «Статистика ринків» у студентів освітнього ступеня бакалавр освітньо-професійної програми «Прикладна статистика та бізнес аналітика» спеціальності 051 «Економіка».

Перший проректор
з науково-педагогічної роботи,
д.е.н., професор



Л. Є. Момотюк