

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-344-4-27>

УДК 658.8:330.341

ПИТУЛЯК Наталія

Національний університет «Львівська політехніка»

<https://orcid.org/0000-0002-6579-9189>e-mail: natalia.s.pytuliak@lpnu.ua

ПАПРОЦЬКА Віта

Національний університет «Львівська політехніка»

<https://orcid.org/0009-0000-9221-2825>e-mail: vita.paprotska.mk.2022@lpnu.ua

КНИЖКОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ, АДАПТАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ТА ІНСТРУМЕНТІВ ЙОГО СУБ'ЄКТІВ

Досліджено динаміку та напрямки розвитку книжкового ринку України у сучасних умовах, що мають свої особливості внаслідок війни. Встановлено, що його основними проблемами є девальвація національної валюти, зростання вартості авторських прав і друкарських послуг, логістичні труднощі, а також втрата кадрів через війну. Разом із тим, результати дослідження свідчать про здатність галузі до адаптації, що проявляється у диверсифікації форматів, відродженні видавничої активності, підвищенні читацької залученості та відновленні інфраструктури розповсюдження книжок. Особлива увага приділяється цифровій трансформації галузі та зміні споживчих звичок. Встановлено, що книжковий ринок України демонструє помірний оптимізм щодо його відновлення та зростання в середньостроковій перспективі, проте він знаходиться у безпосередній залежності від економічного стану країни та купівельної спроможності населення, потребує активного державного втручання. Одночасно визначено, що на ринку книг України існує гостра конкуренція і його суб'єкти повинні активно використовувати різноманітні маркетингові інструменти з метою посилення своїх конкурентних переваг.

Ключові слова: книжковий ринок України, воєнний стан, ціноутворення у книговидавництві, цифровізація видавничої діяльності, соціокультурні тенденції, державна підтримка кониговидавництва, конкурентні переваги.

PYTULYAK Natalia, PAPROTSKA Vita

Lviv Polytechnic National University

THE UKRAINIAN BOOK MARKET DURING THE WAR: CHALLENGES AND PROSPECTS, ADAPTATION OF MARKETING STRATEGIES AND TOOLS OF ITS SUBJECTS

The dynamics and directions of development of the Ukrainian book market in modern conditions, which have their own characteristics as a result of the war, were studied. As a result of the study, it was established that the main problems of the Ukrainian book market are the devaluation of the national currency, the increase in the cost of copyright and printing services, logistical difficulties, as well as the loss of personnel due to the war. At the same time, the results of the study indicate the industry's ability to adapt, which is manifested in the diversification of formats (development of electronic and audio books), the revival of publishing activity, increased reader involvement and the restoration of the book distribution infrastructure. Particular attention is paid to the digital transformation of the industry and changes in consumer habits. It was determined that under the influence of quarantine restrictions in the conditions of COVID-19 in Ukraine, the digitalization of the industry accelerated, online trade became more active and the share of electronic publications in the overall structure of book production increased. It was established that the book market of Ukraine demonstrates moderate optimism regarding its recovery and growth in the medium term, however, it is directly dependent on the economic condition of the country and the purchasing power of the population, and requires active state intervention. The scientific novelty of the study lies in the combination of quantitative analysis of the book publishing process with the study of socio-cultural trends that influence the formation of reader demand. At the same time, it has been established that there is fierce competition in the Ukrainian book market and its subjects should actively use various marketing tools in order to strengthen their competitive advantages. The practical value of the study lies in the possibility of its application by state authorities and book market participants to develop an effective strategy for supporting, strengthening and promoting the domestic publishing sector.

Keywords: Ukrainian book market, martial law, pricing in book publishing, digitalization of publishing activities, socio-cultural trends, state support for book publishing, competitive advantages.

Стаття надійшла до редакції / Received 03.07.2025

Прийнята до друку / Accepted 02.08.2025

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Український книжковий ринок останнім часом зазнав суттєвих структурних трансформацій під впливом низки внутрішніх і зовнішніх факторів. Особливої уваги, безперечно, заслуговують макроекономічні коливання та геополітичні виклики, які впливають на даний ринок. Книжковий ринок України значною мірою визначає загальні тенденції, які формуються в її культурно-освітньому просторі. Дослідження сучасного стану книжкового ринку України є актуальним, оскільки дозволяє побачити, як змінюється сфера в умовах кризи та які напрямки розвитку, є найбільш перспективними.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Аналізу сучасного стану та перспектив розвитку книжкового ринку України присвячено чимало досліджень, авторами яких є Голубовський Р., Єжижанська Т., Вовк Н., Ситник В., Кваско А. та Сухорукова О. тощо. Зокрема, дослідження Голубовського Р. та Єжижанської Т. висвітлюють загальні тенденції розвитку книжкового ринку України в умовах війни. Проте, вони не забезпечують комплексного аналізу щодо зміни споживчих уподобань стосовно книг у сучасних умовах, змін маркетингових інструментів його учасників. Голубовський Р. робить акцент на економічних показниках галузі, але недостатньо уваги приділяє культурним аспектам, зокрема зростанню попиту на книги патріотичного спрямування та літературу, пов'язану з історичною пам'яттю України [1]. Дослідження Єжижанської Т. зосереджується на інституційних аспектах функціонування видавничої галузі України в умовах кризи, приділяючи менше уваги цифровій трансформації [2]. Вовк Н. аналізує комунікаційну політику видавництва під впливом пандемії та війни, однак питання ціноутворення й дистрибуції даним науковцем розкриті недостатньо [3]. Дослідження Ситника В. висвітлює розвиток ринку електронних та аудіокниг в Україні, проте обмежено розглядає зміни в споживчій поведінці [4]. Кваско А. та Сухорукова О. аналізують вплив економічних та технологічних викликів на видавничо-поліграфічну галузь, акцентуючи увагу на важливості інновацій та онлайн-продажів, однак у дослідженні бракує аналізу соціокультурних змін, спричинених війною [5].

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ

Проведений аналіз наукових публікацій свідчить, що у них відсутній комплексний аналіз впливу сучасних факторів маркетингового середовища на ринок книг України та маркетингові стратегії і тактичні заходи маркетингу його суб'єктів.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Мета дослідження - комплексно проаналізувати зміни на книжковому ринку України під час повномасштабної війни та визначити основні тенденції та перспективи його розвитку, перспективні інструменти маркетингу його учасників.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

На величині попиту на книги може суттєво позначитися зміна цін на них. Статистичні дані за 2021-2024 рр. показують поступове зростання цін на книжкову продукцію в Україні в середньому на 30% протягом 2021-2023 рр. і ще на 7% у 2024 р. [6]. Ця динаміка обумовлена низкою пов'язаних економічних факторів. Зокрема до них належать, девальвація валюти, зростаючі ціни на сировину, збільшення витрат на придбання авторських прав та логістичні труднощі. Важливо зазначити, що за останні три роки суттєво зросли витрати на авторські права. Додатковим фактором виступає підвищення витрат на оплату праці фахівців галузі книговидавництва. В умовах обмеженості ресурсів та підвищеного навантаження на друкарні спостерігається суттєве зростання витрат на друк. Логістичні ускладнення, спричинені військовими діями, потребують альтернативних маршрутів доставки сировини та готової продукції, що впливає на виробничі витрати учасників книжкового ринку.

У глобальному масштабі поширеною практикою є встановлення фіксованої ціни на книжкову продукцію, що забезпечує стабільність ринку та захист прав видавців. В Україні ж відсутність такого механізму спричиняє значні коливання цін та зміну маркетингових стратегій, спрямованих на залучення споживачів через знижки, що може негативно вплинути на стійкість ринку.

Станом на кінець 2024 р. українська видавнича галузь демонструвала стійке відновлення та розвиток. Близько 350 видавництв працювали в Україні, серед яких незалежні виробники характеризуються значною часткою, вони зосереджуються на нішевих тематиках, культурних ініціативах та інноваційних форматах подачі контенту [7]. Експерти Українського інституту книги стверджують, що місткість ринку книг складає приблизно 2-3 млрд. грн. Роздрібна торгівля охоплює приблизно 700 офлайн-книгарень та понад 60 онлайн-магазинів, що забезпечують доступ до книжкової продукції по всій Україні. У 2024 р. Книжкова палата України задокументувала 15187 назв книг з загальним тиражем 24,6 млн. примірників. Це свідчить про поступову стабілізацію на ринку книг після кризи та збереження читачького інтересу навіть в умовах обмеженого зростання доходів населення України та воєнного стану. Проте негативно на розвитку книговидавничої галузі позначається дефіцит кваліфікованих кадрів, що є сьогодні важливою проблемою, яка утруднює розвиток багатьох галузей економіки України

Державна підтримка книговидавництва реалізується через цільове фінансування, обсяг якого у 2023 р. склав 63,95 млн грн. Структура розподілу бюджетних коштів включала такі напрями: популяризація читання (6,27 млн. грн.), підтримка перекладної літератури (10,72 млн. грн.), фінансування мистецьких конкурсів (33,13 млн. грн.) [8].

Сьогодні спостерігається позитивна динаміка читачької активності українців: частка щоденних читачів становить 17% населення. Проте, 30% населення не зацікавлені в читанні. У структурі попиту

переважає зарубіжна література (80% продажів), однак спостерігається тенденція до зростання популярності сучасної української прози [9].

На початку повномасштабного вторгнення росії в Україну книжковий ринок зазнав критичного спаду, відзначившись різким падінням продажів через економічну нестабільність, зниження купівельної спроможності населення та логістичні труднощі. Багато книгарень та видавництв, що опинилися в зоні активних бойових дій, були змушені призупинити діяльність. Попри виклики, книговидавнича галузь України продемонструвала здатність до адаптації. Так, у 2022 р. було видано 8716 книжок та брошур, що на 50,5% менше порівняно з аналогічним періодом 2021 р. Подібна тенденція спостерігалася і щодо загального тиражу: у 2021 р. сумарний наклад книг становив 25,652 млн. примірників, тоді як у 2022 р. - лише 9,178 млн. [10]. Водночас в умовах війни книжка виступає не лише як товар чи носій інформації, а як інструмент «soft power» з оборонною функцією. Книжковий контент сприяє зміцненню когнітивної стійкості людей, формуванню національної свідомості та збереженню ідентичності суспільства. Завдяки книзі підвищується здатність громадян протидіяти інформаційно-психологічним загрозам, активується критичне мислення та формується усвідомлене бачення майбутнього [11].

У 2023 р. спостерігалось суттєве покращення основних показників книжкового ринку України. Кількість виданих найменувань зросла на 73% порівняно з 2022 р., а загальний тираж - на 203%. Це зумовлено не лише відновленням попередніх обсягів виробництва книг, а й реалізацію нагромадженого попиту [12].

Водночас війна посилила міжнародну зацікавленість українською літературою та сприяла її активній інтернаціоналізації. У 2023 р. понад 130 творів українських авторів було перекладено іноземними мовами, що стало рекордним показником для українського книжкового ринку [13].

Відновлення галузі супроводжувалося розширенням книготорговельної мережі. З початком повномасштабного вторгнення в Україні було відкрито близько 100 нових книгарень, що свідчить про стійкий інтерес до друкованої продукції. Попит на книги збільшувався, не дивлячись на те, що середня ціна книги у 2024 р. склала 280 грн [14].

Українська література привертає дедалі більшу увагу світу, що обумовлено низкою чинників. По-перше, підвищена увага міжнародної спільноти до соціокультурних процесів в Україні в контексті російсько-української війни. По-друге, активізація культурної дипломатії та діяльності інституцій, що популяризують українські книги за кордоном. Крім того, зростання якості сучасної української літератури робить її конкурентоспроможною на світовому рівні.

В умовах воєнного стану відбувається швидка цифровізація галузі, що виявляється у стрімкому зростанні сегментів електронних та аудіокниг. Ця тенденція зумовлена комплексом факторів економічного, технологічного та соціального характеру. Економічні фактори включають більшу доступність цифрових видань за ціною у порівнянні з паперовими книгами, що особливо важливо при зниженні купівельної спроможності населення. Технологічні фактори пов'язані з розширенням доступу до цифрових пристроїв та покращенням інфраструктури мобільного інтернету. Соціальні чинники відображають необхідність адаптування до нових умов споживання літератури в умовах обстрілів. Статистичні дані підтверджують інтенсивність цифрової трансформації ринку. За даними онлайн-платформи Yakaboo, у 2022 р. сегмент електронної книги зріс на 44%, а у 2023 р. його продажі подвоїлися порівняно з попереднім періодом [15].

Аудіокниги також демонструють швидкі темпи зростання, випереджаючи прогнозовані показники експертів. Даний сегмент наближається за місткістю до сегменту ринку електронних книг, демонструючи потенціал до подальшого розширення. Спеціалізовані цифрові платформи, серед яких «Абук», «Megogo Audio» та «Yakaboo», стимулюють ринок аудіокниг і роблять їх доступнішими для різних категорій читачів.

Особливу роль у цифровізації книжкового ринку відіграють соціальні мережі, зокрема TikTok, де за хештегами #буктоукраїнською та #букток налічується понад 400 тис. публікацій, близько 120 бук-інфлюенсерів [16]. Пости блогерів генерують більший обсяг продажів, ніж один день участі у книжковій виставці. Це спонукало великі видавництва, такі як «КСД» та «Vivat» залучати буктокерів для створення контенту на офіційних сторінках видавництв.

Внаслідок війни цифровізація книжкового ринку України стала важливим інструментом адаптації. Прикладом є «Видавництво Старого Лева», яке активно переорієнтувалося на цифрові канали комунікації з читачами. З початком повномасштабного вторгнення команда видавництва змістила акценти з традиційного піару на онлайн-платформи, використовуючи соціальні мережі, email-розсилки та стримінгові формати для просування книг. У період обмежених можливостей для фізичної дистрибуції особливого значення набули онлайн-продажі та електронний контент. У відповідь на нові виклики PR-відділ видавництва не лише підтримував актуальність книжкових новинок, але й створював контент, що мав емоційний та соціальний відгук. Наприклад, добірки книг для читання під час повітряних тривог або інтерв'ю з авторами в умовах війни. Це допомогло зберегти інтерес читачів і зміцнити репутацію видавництва як соціально відповідального [17].

У 2022 р., в умовах воєнного стану, маркетингові стратегії українських видавництв зазнали суттєвих трансформацій. Основним вектором розвитку став перехід рекламної діяльності у цифровий простір. Найефективнішими інструментами просування стали реклама в Google Ads та таргетована реклама у Facebook, Instagram і TikTok. Ці інструменти дали змогу рекламодавцям точно охопити цільову аудиторію,

швидко адаптувати контент до відповідних контекстів та реагувати на зміни поведінки споживачів під час кризи. Особливістю книжкової спільноти в Tiktok є відсутність беззаперечних лідерів впливу, що призводить до «розпорошеного» впливу на аудиторію. Коли виходить книга, а слідом за нею з'являються сотні відео, читачі роблять покупки під впливом відчуття fear of missing out. Як відзначає українська книжкова блогерка Юлія Проліт, у буктоці продають емоції. Наприклад, якщо на відео особа плаче над книгою, це може стимулювати продажі, адже всім цікаво, чому вона викликає такі емоції [18].

Видавцям та торговцям книг вищезазначене визначає необхідність використання омніканальної стратегії маркетингу, а саме - поєднання офлайн- та онлайн-продажів, активної присутності у соціальних мережах та адаптацію контенту під різні формати споживання.

У 2023 р. спостерігався поступовий перехід книговидавничої галузі в офлайн-формат. Відновлення культурно-просвітницьких подій, зокрема книжкових ярмарків, стало ознакою стабільності галузі та її здатності адаптуватися до умов війни. Так, у м. Києві було організовано «Книжковий Арсенал», що дозволило продовжити культурну ініціативу попри складну політичну ситуацію [19]. У м. Львові традиційно проводився «BookForum», що відомий своїм високим рівнем організації та активною участю видавництва і читачів. Окрім традиційних заходів, з'явилися й нові програми, такі як «Kyiv Book Fest» та «Kyiv Book Weekend», що демонструють здатність українського книжкового ринку пристосуватися до сучасних викликів. Ці події сприяють не лише популяризації читання, а й підтримці національного книговидавництва, організації необхідної комунікації між письменниками, видавцями та читачами.

Книжковий ринок України демонструє помірний оптимізм щодо його відновлення та зростання в середньостроковій перспективі. Згідно з традиційним прогнозом, місткість досліджуваного ринку до 2030 р. може досягнути 160-201 млн. дол. США, що свідчить про постійне його розширення в умовах економічної стабілізації в Україні та зміцнення гарантій інтелектуальної власності. Оптимістичний сценарій, який оцінює потенційну місткість українського ринку книг у 213-266 млн. дол. США, базується на залежності від ефективного впровадження на ньому інноваційних технологій та формуванні стратегічних партнерств, що сприятимуть розвитку традиційного та цифрового сегментів галузі [20]. Книжковий ринок знаходиться у безпосередній залежності від економічного стану країни та купівельної спроможності її населення. Книга не є товаром першої необхідності, проте навіть поступове покращення економічної ситуації в Україні створюватиме підґрунтя для відновлення та подальшого розвитку книговидавничої сфери.

З огляду на виклики, що постали перед видавничою галуззю в умовах кризи, особливої актуальності набуває впровадження її суб'єктами ефективних маркетингових заходів. Нижче наведено перелік рекомендованих інструментів, спрямованих на посилення конкурентних переваг суб'єктів книжкового ринку України - табл. 1.

Таблиця 1

Рекомендовані маркетингові інструменти для посилення конкурентних переваг суб'єктів книжкового ринку України

Для виробників	Для посередників
Випуск книг у різних форматах (друковані, електронні, аудіо) для охоплення ширшої аудиторії	Поєднання офлайн-магазинів з онлайн-продажами та єдиною програмою лояльності
Колаборації з блогерами для реклами книг серед їхньої аудиторії	Використання системи, яка пропонує книги на основі попередніх покупок клієнта
Створення тематичних збірок книг для конкретних читачів	Проведення зустрічей з авторами та презентацій у книгарнях
Система передзамовлень - стимул покупок через знижки, можливість замовлення товарів онлайн	Інтеграція з читацькими платформами, де читачі обговорюють та рецензують книги
Таргетована реклама - показ реклами у соціальних мережах потенційно зацікавленої аудиторії	Програми лояльності з ігровими елементами - впровадження бонусної системи з елементами гри
Активна участь у книжкових фестивалях	Активна участь у книжкових фестивалях

Джерело: власна розробка авторів

Український ринок книг демонструє ознаки поступового відновлення після значного зниження у 2022 р. Ключову роль у цьому відіграють інноваційні підходи до просування та розповсюдження книжкової продукції, зокрема через соціальні мережі, співпрацю з блогерами та участь у книжкових фестивалях. Ефективними інструментами маркетингу є активна присутність видавництва у соціальних мережах, співпраця з лідерами думок. Для забезпечення сталого розвитку галузі необхідно поєднувати традиційні та інноваційні інструменти маркетингу, враховуючи специфіку національного ринку та глобальні тренди у сфері книговидавництва.

Сучасний розвиток українського книжкового ринку відбувається в контексті глибоких суспільних змін та активної інтеграції до європейського культурного середовища. Це відкриває перспективи для зміцнення книжкової галузі та впровадження нових підходів до її організації. Одним із ключових кроків є запровадження моделі фіксованої ціни на книги, що дозволить стабілізувати ринок та зменшити шкідливу цінову конкуренцію. Крім того, важливо посилити державну підтримку. Доцільно збільшити фінансування грантових програм, забезпечити стабільне постачання книг до бібліотек за державні кошти, підтримувати переклади іноземних творів українською мовою та сприяти популяризації українських авторів за кордоном.

Водночас особливої уваги потребує цифровий напрям. Для розповсюдження електронних та аудіокниг, слід розвивати українські онлайн-платформи та модернізувати технічну базу видавництва. У комплексі ці заходи сприятимуть не лише економічному відновленню книговидавничої галузі України, але й утвердженню читання як важливої складової культурної стійкості суспільства.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

У результаті проведеного дослідження можна стверджувати, що українська книжкова індустрія зазнала суттєвих змін під впливом повномасштабної війни. Основні структурні показники, зокрема кількість публікацій, продемонстрували значне зниження у 2022 р. через порушення логістичних ланцюгів та економічну нестабільність. Попри кризу, ринок книжкової продукції України продемонстрував ознаки адаптації вже у 2023-2024 рр.. Видавництва частково відновили діяльність, а споживчий попит поступово стабілізувався, зокрема у сегменті української літератури та книг патріотичного спрямування. Зросла роль онлайн-магазинів та цифрових платформ, що сприяло частковому відновленню попиту. Особливу роль у підтримці галузі відіграла державна підтримка. Водночас зростає культурне значення книжкових закупівель як інструменту національної ідентичності в умовах війни. Доцільно відзначити посилення ролі соціальних мереж як каналу просування книжкової продукції та активізації читацького інтересу серед молоді.

Слід враховувати, що книжковий ринок України є висококонкурентним і його суб'єкти повинні застосовувати різноманітні сучасні маркетингові інструменти для зміцнення своїх конкурентних переваг. Подальший розвиток книжкового ринку України потребуватиме системної підтримки держави, стимулювання попиту за допомогою активного використання як цифрових, так і традиційних маркетингових технологій та розширення експорту. Перспективи подальших досліджень пов'язані з встановленням споживчих уподобань різних сегментів ринку щодо книг та різних каналів їх просування з використанням первинної маркетингової інформації.

Література

1. Голубовський Р. Тенденції розвитку книжкового ринку України в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2024. № 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-109>
2. Єжижанська Т. Книжкові видавництва України в умовах перманентної кризи. *Вісник Книжкової палати*. 2023. № 6. С. 29–35. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/47934/1/T.%20Yezhyzhanska_VKP_6_2023.pdf
3. Вовк Н.С. Інструменти популяризації видавничого ринку в Україні: вплив пандемії та воєнних дій. *Інформація та соціум*. VII Міжнародна науково-практична конференція. Вінниця. 3 червня 2022. С. 78–80. URL: <https://ijas.donnu.edu.ua/article/view/14568>
4. Ситник В. Продаж е-книг та аудіокниг в Україні. *Інтегровані комунікації*. 2023. № 1 (15). С. 121–127. DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.1516>
5. Кваско А., Сухорукова О. Стан та тенденції розвитку видавничо-поліграфічної галузі України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 51. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-42>
6. Костенко І., Гончарова К., Гаюк Ю. Книги в Україні дорожчають. Чому та як зросли ціни за рік. 2025. URL: <https://www.rbc.ua/rus/news/knigi-ukrayini-dorozhchayut-chomu-ta-k-zrosli-1737462485.html>
7. Український Інститут Книги. «Зміцнення позиції української книги»: звіт про результати дослідження читання в 2024 році. Дослідження 2024. URL: <https://ubi.org.ua/uk/activity/doslidzhennya/doslidzhennya-2024>
8. МКСК. Українське книговидавництво: тенденції та перспективи розвитку галузі. 2024. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/ukrayinske-knygovydanntya-tendencziyi-ta-perspektyvy-rozvytku-galuzi/>
9. Горлач П. 54 % українців обирають книжки українською мовою: дослідження УІК про те, як читають під час війни. 2023. URL: <https://suspiine.media/culture/592761-ak-citaut-ukrainci-pid-cas-vijni-doslidzenna-uik/>
10. Книжкова палата. За рік кількість виданих в Україні книжок зменшилася вдвічі - Книжкова палата. 2023. URL: <https://chytomo.com/za-rik-kilkist-vydanykh-v-ukraini-knyzhok-zmenshylasia-vdvichi-knyzhkova-palata/>
11. Кірпи́чов О. Читання під обстрілами. URL: <https://epravda.com.ua/biznes/chitannya-pid-obstrilami-805291/>
12. Прасад А. В Україні цього́річ випуск книжкової продукції зріс на 73%, також побільшало видавців – Мінкульт. 2023. URL: <https://forbes.ua/news/v-ukraini-tsogorich-vipusk-knizhkovoї-produktsii-zbilshivsya-na-73-minkult-22122023-18104>
13. Заблоцька О. У 2023 році вийшло понад 130 перекладів українських книжок: Олександра Коваль про книжкові підсумки року. 2023. URL: <https://suspiine.media/culture/645594-u-2023-roci-vijslo-ponad-130-perekladiv-ukrainskih-knizok-oleksandra-koval-pro-knizkovi-pidsumki-roku/>

14. Місто Кия. Український книжковий ринок: зростання попиту та нові виклики для видавців. URL: <https://mistokya.ua/business/ukrainskyi-knyzhkovyi-rynok-2024>
15. Антонюк Т. Yakaboo торік продав книг на 492 млн грн. Попит – на україномовний та англомовний контент і електронний формат. 2024. URL: <https://forbes.ua/news/yakaboo-torik-prodav-knig-na-492-mln-grn-popit-na-ukrainomovniy-ta-anglomovniy-kontent-i-elektronniy-format-12032024-19790>
16. Laba. 7 кейсів: як українські видавництва нарощують наклади та прибутки. 2025. URL: <https://laba.ua/blog/4502-yak-ukrayinski-vydavnytstva-naroshchuyut-naklady-ta-prybutky>
17. Happy Monday. «Я роблю книжки видимими». Піарниця ВСЛ - про свою роботу. 2020. URL: <https://happy monday.ua/ya-roblju-knyzhky-vydyymy-piarnytstva-vsl>
18. Громадське радіо. «Якщо ви платите над книжкою, то, скоріш за все, її розкуплять»: у чому особливість буктоку. 2024. URL: <https://hromadske.radio/podcasts/na-pulsi-analizuemo-holovne-na-hromadskomu-radio/yakshcho-vy-plachete-nad-knyzhkoju-to-skorish-za-vse-ii-rozkupliat-u-chomu-osoblyvist-buktoku>
19. Заблоцька О. Чи українці читають - версія 2023 року: висновки робили видавництва, літературні фестивалі та книгарні. 2023. URL: <https://susilne.media/culture/641518-ci-ukrainci-citaut-versia-2023-roku-visnovki-robili-vidavnytstva-literaturni-festivali-ta-knigarni/>
20. Кіріпчов О. Книжковий ринок. Чи варто сподіватися на зростання під час війни? 2024. URL: <https://epravda.com.ua/biznes/knizhkoviy-rinok-chi-varto-spodivatisya-na-zrostannya-pid-chas-viyni-801428/>

References

1. Holubovskiy R. (2024). Trends of the Ukrainian book market during the war. *Economy and Society*, no. 61, DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-109>
2. Yezhyzhanska T. (2023). Book publishing houses of Ukraine in conditions of permanent crisis. *Bulletin of the Book Chamber*, no. 6, pp. 29–35, available at URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/47934/1/T.%20Yezhyzhanska_VKP_6_2023.pdf
3. Vovk N.S. (2022). Instrumenty populyaryzatsii vydavnychoho rynku v Ukraini: vlyv pandemii ta voennykh dii [Tools for popularizing the publishing market in Ukraine: the influence of the pandemic and military actions]. *Informatsiia ta sotsium* [Information and Society], VII Mizhnarodna nauko-vo-praktychna konferentsiya [VII International scientific-practical conference], Vinnytsia, June 3, 78–80, available at URL: <https://ijas.donnu.edu.ua/article/view/14568>
4. Sytnyk V. (2023). Sale of e-books and audiobooks in Ukraine. *Integrated communications*, no. 1 (15), pp. 121–127, DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.1516>
5. Kvasko A., Sukhorukova O. (2023). State and development trends of the publishing and printing industry of Ukraine. *Economy and Society*, no. 51, DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-42>
6. Kostenko I., Honcharova K., Haiuk Yu. (2025). Books in Ukraine are getting more expensive. Why and how prices have increased over the year, available at URL: <https://www.rbc.ua/rus/news/knigi-ukrayini-dorozhchayut-chomu-ta-k-zrosli-1737462485.html>
7. Ukrainian Book Institute (2024). Strengthening the position of Ukrainian books: a report on the results of the reading study in 2024. Research 2024, available at URL: <https://ubi.org.ua/uk/activity/doslidzhennya/doslidzhennya-2024>
8. MCSC (2024). Ukrainian book publishing: trends and development prospects industries, available at URL: <https://mcsc.gov.ua/news/ukrayinske-knygovydannya-tendenciyi-ta-perspektyvy-rozvytku-galuzi/>
9. Horlach P. (2023). 54% of Ukrainians choose books in Ukrainian: UIC study on how people read during the war, available at URL: <https://susilne.media/culture/592761-ak-citaut-ukrainci-pid-cas-viyni-doslidzenna-uik/>
10. Book Chamber (2023). The number of books published in Ukraine has halved in a year - Book Chamber, available at URL: <https://chytomo.com/za-rik-kilkist-vydanykh-v-ukraini-knyzhok-zmenshyasia-vdvichi-knyzhkova-palata/>
11. Kipichov O. Reading under fire, available at URL: <https://epravda.com.ua/biznes/chitannya-pid-obstrilami-805291/>
12. Пращад А. (2023). In Ukraine, book production increased by 73% this year, the number of publishers also increased - Ministry of Culture, available at URL: <https://forbes.ua/news/v-ukraini-tsogorich-vipusk-knizhkovoi-produktsii-zbilshivsya-na-73-minkult-22122023-18104>
13. Заблоцька О. (2023). In 2023, more than 130 translations of Ukrainian books were published: Oleksandra Koval on the book results of the year, available at URL: <https://susilne.media/culture/645594-u-2023-roci-vijslo-ponad-130-perekladiv-ukrainskih-knizok-oleksandra-koval-pro-knizkovi-pidsumki-roku/>
14. City of Kiya. (2024). Ukrainian book market: growing demand and new challenges for publishers, available at URL: <https://mistokya.ua/business/ukrainskyi-knyzhkovyi-rynok-2024>
15. Антонюк Т. (2024). Yakaboo sold books worth UAH 492 million last year. Demand is for Ukrainian and English-language content and electronic format, available at URL: <https://forbes.ua/news/yakaboo-torik-prodav-knig-na-492-mln-grn-popit-na-ukrainomovniy-ta-anglomovniy-kontent-i-elektronniy-format-12032024-19790>
16. Laba. (2025). 7 cases: how Ukrainian publishing houses increase circulation and profits, available at URL: <https://laba.ua/blog/4502-yak-ukrayinski-vydavnytstva-naroshchuyut-naklady-ta-prybutky>
17. Happy Monday. (2020). "I make books visible". PR person of VSL - about her work, available at URL: <https://happy monday.ua/ya-roblju-knyzhky-vydyymy-piarnytstva-vsl>
18. Public radio. (2024). "If you cry over a book, then most likely it will be sold out": what is the peculiarity of booktok, available at URL: <https://hromadske.radio/podcasts/na-pulsi-analizuemo-holovne-na-hromadskomu-radio/yakshcho-vy-plachete-nad-knyzhkoju-to-skorish-za-vse-ii-rozkupliat-u-chomu-osoblyvist-buktoku>
19. Zablotska O. (2023). Do Ukrainians Read - 2023 Version: Conclusions Made by Publishing Houses, Literary Festivals, and Bookstores, available at URL: <https://susilne.media/culture/641518-ci-ukrainci-citaut-versia-2023-roku-visnovki-robili-vidavnytstva-literaturni-festivali-ta-knigarni/>
20. Kipichov O. (2024). Book market. Should we hope for growth during the war? Available at URL: <https://epravda.com.ua/biznes/knizhkoviy-rinok-chi-varto-spodivatisya-na-zrostannya-pid-chas-viyni-801428/>