

УДК 655.3.066.11(100)

**СУХОРУКОВА Ольга,**

к. е. н., доцент, доцент кафедри організації видавничої справи, поліграфії та книгорозповсюдження Національного технічного університету України «КПІ»

## СВІТОВЕ КНИГОВИДАННЯ: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

*Розглянуто проблему міжнародної конкурентоспроможності видавничої галузі. Виявлено негативні тенденції розвитку вітчизняного книговидання. Досліджено показники світового книговидання та з'ясовано країни-лідери. Визначено чинники, що обумовлюють їх конкурентоспроможність на світовому ринку.*

*Ключові слова:* конкурентоспроможність, видавництва, медіаконцерни, книжковий ринок, медіаменеджмент, диверсифікація, державне регулювання книговидання.

*Сухорукова О. Мировое книгоиздание: уроки для Украины. Рассмотрена проблема международной конкурентоспособности издательской отрасли. Выявлены негативные тенденции развития отечественного книгоиздания. Исследованы показатели мирового книгоиздания и выяснены страны-лидеры. Определены факторы, обуславливающие их конкурентоспособность на мировом рынке.*

*Ключевые слова:* конкурентоспособность, издательства, медиаконцерны, книжный рынок, медиаменеджмент, диверсификация, государственное регулирование книгоиздания.

**Постановка проблеми.** Випуск книжкової продукції в Україні характеризується такими негативними тенденціями: кількість суб'єктів видавничої діяльності в Україні скоротилася з 3865 до 3406 одиниць (на 11,9 %), чисельність зайнятих у видавничій сфері – з 33,5 до 25,9 тис. осіб (на 22,7 %) протягом 2010–2014 рр.; кількість назв книжкової продукції зменшилася з 26036 до 19958 назв (на 23,34 %) протягом 2012–2015 рр.; загальний тираж – з 62120,5 до 36409,8 тис. примірників (на 41,38 %) [1]. У грошовому вираженні обсяг виробництва видавничої продукції зменшився на 14,2 %, обсяг реалізації на 33,41 %. Рентабельність діяльності середніх видавництв у 2014 р. загалом була негативною (–16,1 %), як і малих – (–17 %) [2, с. 379]. Значну частку книжкового ринку в Україні займають видання Російської Федерації та Білорусі.

Низька конкурентоспроможність вітчизняного книговидання породжує потребу системного дослідження чинників та серйозних шляхів активізації книговидавничої діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Економічним проблемам розвитку видавничої справи в Україні присвячено праці вітчизняних вчених Я. Котляревського, Л. Швайки, А. Штангрета [3–5]. Проблеми розвитку видавничого ринку розглянуто у працях С. Водозької, Г. Грет, В. Теремка [6–8]. Проте у наукових дослідженнях та практичній діяльності не приділено належної уваги проблемам міжнародної конкурентоспроможності видавничої галузі, диверсифікації в ній, комплексному використанню синергетичного потенціалу всіх складових галузі.

**Метою** статті є дослідження тенденцій розвитку книговидання в розвинутих країнах світу, аналіз культурних, економічних та правових чинників, що визначають конкурентоспроможність книговидання; виявлення напрямів підвищення ефективності видавничої діяльності в Україні на основі світового досвіду.

**Матеріали та методи.** Використано загальнонаукові методи, положення теорії державного управління, табличний та економіко-статистичний для дослідження зв'язку показників ВВП та обсягу випуску, експертного оцінювання чинників конкурентоспроможності. Інформаційною базою досліджень були наукова, довідкова та реферативна література з теми дослідження, статистичні матеріали та доповіді з розвитку книжкового ринку *International Publishers Association (IPA)* (Міжнародна Асоціація видавців).

**Результати дослідження.** Книговидання є однією з головних галузей креативної економіки, складовою культурної та освітньої сфери. Показники випуску книжкової продукції слугують індикаторами культурного розвитку країни. Випуск продукції за кількістю назв та доходи від реалізації найбільших світових видавничих ринків подано в *табл. 1*.

У 2013–2014 рр. найбільшими ринками книжкової продукції є Великобританія, Китай, Німеччина, США, Японія. Статистика за випуском назв не є зіставною за різними країнами. У Великобританії, Іспанії, Китаї, США, Туреччині вона враховує видання нових та перевидання раніше випущених книг. А в Кореї, Німеччині, Франції, Японії в її основу покладено дані про нові видання. Отже, їх доцільно використовувати для оцінки динаміки видавництва в країні. У звіті IPA не подано даних про книжковий ринок Російської Федерації. За даними Російської книжкової палати, у 2014 р. у РФ випущено 112,1 тис. назв книг і брошур, що менше даних 2013 р. на 7 %. Загальна ємність ринку оцінюється в розмірі 1486 млн євро [10, с. 26].

Найбільші темпи зростання книжкового ринку за отриманими доходами в Іспанії, Китаї, Туреччині, за кількістю назв – у Великобританії, Нідерландах, Туреччині. Максимальне падіння випуску за назвами було у Німеччині (–6,93 %), за обсягами реалізації – в Італії (–4,19 %), Нідерландах (–4,51 %), Норвегії (–4,5 %). За експортом книжкової продукції ведуть перед Великобританія (1,5 млрд євро), США (1 млрд євро), Іспанія (331 млн євро) [10, с. 27–30].

Таблиця 1

## Показники видання та доходів від реалізації продукції у 2013–2014 рр.

Країна	Доходи від реалізації продукції, млн євро		Темпи росту, %	Кількість назв		Темпи росту, %
	2013	2014		2013	2014	
США	22210	22918	103,19	304912	–	–
Китай	9173	10578	115,32	444000	448000	100,90
Німеччина	5567	5547	99,64	93600	87134	93,09
Великобританія	4551	4587	100,79	184000	220330	119,74
Японія*	5409	5501	101,70	77910	76465	98,15
Корея	2949	–	–	43146	–	–
Франція	2687	2652	98,70	95483	98306	102,96
Іспанія	2060	2196	106,60	76734	78508	102,31
Бразилія	1645	1650	100,30	62235	60829	97,74
Італія	1645	1576	95,81	64117	63922	99,70
Туреччина	1183	1268	107,19	47352	50752	107,18
Нідерланди	1108	1058	95,49	24177	25793	106,68
Норвегія	311	297	95,50	6373	6521	102,32
Фінляндія	254	245	96,46	8870	–	–
Бельгія	240	244	101,67	4612	4452	96,53

\* Дані наведено за ємністю ринку.

*Джерело: складено автором за даними [9]*

Очевидним є зв'язок розміру ВВП досліджуваних країн та обсягу доходів від реалізації книжкової продукції, що отримало математичне підтвердження в роботах Х. Виллкома та Є. Марголіна [11]. За даними досліджень, коефіцієнт кореляції у 1987 р. становив для країн Європи – 0,9879, Америки – 0,9934, Азії – 0,9058, світу загалом – 0,9567. Перевірка ступеня кореляції між показниками реалізації продукції (див. табл. 1) і обсягу ВВП за даними МВФ [12] також засвідчує наявний зв'язок (коефіцієнт кореляції – 0,9853). Високий рівень ВВП забезпечує купівельну спроможність населення, розвиток людського капіталу. Отже, очікувати зростання випуску книжкової продукції в Україні слід лише за умови зростання національної економіки.

Наведені в табл. 1 країни мають високий рівень освіти (наприклад, за даними Програми Розвитку ООН рівень грамотності становить від 95 % у Китаї та Бразилії до 99 % у решті країн), а також розвинені традиції книговидавництва і читання, що формує позитивні параметри попиту на продукцію галузі.

Для зазначених країн характерний високий рівень забезпеченості факторами виробництва. США, Німеччина, Японія, Корея є світовими лідерами у виробництві сучасного поліграфічного і комп'ютерного устаткування та програмного забезпечення. Високий культурний та науково-технічний потенціал розвинених країн є основою розвитку авторського

середовища, висококваліфікована робоча сила забезпечує високу продуктивність та якість виконання видавничих та поліграфічних робіт.

Українське поліграфічне машинобудування випускає обмежений асортимент продукції – машини для флексографського друку та брошурально-палітурне устаткування (ПАТ «Київполіграфмаш»). Переважна частка устаткування і витратних матеріалів, що застосовуються підприємствами галузі, постачається за імпортом. В Україні практично не виробляються витратні матеріали та високоякісні сорти паперу. Загалом для вітчизняної видавничої галузі характерним є високий рівень морального та фізичного зношення обладнання, недостатність кадрових та інвестиційних ресурсів, розрив зв'язків у ланцюжку «галузеве виробництво – наука – освіта».

Структура видавничої галузі в досліджуваних країнах є розгалуженою і включає: незалежні книжкові видавництва; невеликі видавничі групи та об'єднання; об'єднання великих видавничих та медійних підприємств (медіаконцерни).

Специфікою книговидання розвинених країн світу є формування незалежного видавничого середовища. Малі незалежні видавництва та автори, що здійснюють самопублікації, пропонують на ринок видання новаторської, оригінальної літератури. Їх існування здебільшого базується на самовідданості засновників та відмові від надмірних прибутків. У Німеччині незалежними видавництвами опікується заснована у листопаді 2000 р. фундація Курта Вольфа [6].

Провідна роль у формуванні ринкової пропозиції на світовому книжковому ринку належить міжнародним медіаконцернам, які об'єднують книжкові, газетні та журнальні видавництва різного розміру, типографії, книжкові мережі та споріднені галузі – телевізійні та інформаційні мережі, радіоканали, підприємства сфери розваг тощо. Міжнародні медіа концерни утворюють філіали та дочірні підприємства в різних країнах світу, що дає можливості використовувати ефект диверсифікації, ефект масштабу продаж та інші синергетичні ефекти.

Доход найбільших 50 видавничих груп світу у 2014 р. становив 37,74 % загального доходу книжкової галузі. Найбільшими медіаконцернами, що здійснюють видання книжкової продукції, є *Pearson* (Великобританія), *Thomson Reuters* (Канада), *RELX Group (Reed Elsevier)* (США – Нідерланди – Великобританія). До десяти найбільших медіа концернів світу увійшли й дві видавничі групи з Китаю: *Phoenix Publishing and Media Company* та *China South Publishing & Media Group (Zhong Nan)*. Більшість підрозділів цих концернів спеціалізуються на виданні навчальної, наукової та спеціалізованої літератури [10].

Поширеними стратегіями управління медійними об'єднаннями є:

➤ комплексне розв'язання проблеми реалізації продукції, залучення сторонніх малих та середніх видавничих та інших медійних підприємств до субконтрактації, аутсорсингу, регіональних коопераційних зв'язків;

- диверсифікація видавничих ідей, які втілюються у різноманітних медійних продуктах – книгах, кіно- та телефільмах, постановках, комп'ютерних іграх, продовжуваних виданнях;
- уніфікація видавничих програм, оформлення, змісту і стилю книг, створення глобалізованої масової книги, що продаватиметься в усьому світі;
- дезінтеграція та надання більшої самостійності підрозділам та філіалам з метою подолання негативного ефекту масштабу, забезпечення адаптації продукту до вимог місцевих медійних ринків, відповідності нормам місцевого законодавства.

Перевагами медіаоб'єднань є використання можливостей вертикальної та горизонтальної інтеграції, зниження витрат та максимізація прибутку, розширення економічного, політичного та культурного впливу на інші країни світу. Наприклад, з метою підвищення конкурентоспроможності видавничої галузі та ефективності використання ресурсів на початку 2000-х років уряд Китаю стимулював створення видавничих груп, чисельність яких станом на 2014 р. вже досягає 32 [13].

На міжнародному ринку поширене явище злиття та поглинання видавничих підприємств. Наприклад, у 2013 р. медіа концерни *Pearson* (Великобританія) і *Bertelsmann* (Німеччина) об'єднали видавничі підрозділи *Random House* і *Penguin Group*, утворивши видавництво *Penguin Random House*. Таке злиття дало змогу утворити більш сильну платформу із інвестиціями в нові моделі цифрового друку, а також ринки, які швидко розвиваються. Унаслідок злиття видавництв *Macmillan Science & Education* (Великобританія) та *Springer Science & Business* (Німеччина) утворилася глобальна видавнича група з чисельністю працюючих понад 13 тис. осіб та обсягом продажів 1,8 млрд дол. США [10].

В Україні видавнича галузь представлена лише середніми та малими підприємствами, видавничих об'єднань немає. Українські видавництва здійснюють діяльність на окремих тематичних сегментах видавничого ринку, одночасно реалізують проекти, пов'язані з використанням інформаційних ресурсів (онлайн-проекти, організація та інформаційне супроводження подій, консалтинг тощо). Прикладом української медіа-компанії, яка обрала вертикальну інтеграцію, є ЗАТ «Холдингова компанія «Бліц-Інформ» (об'єднує редакцію всеукраїнського журналу «Наталі», газети «Бізнес», друкарню «Бліц-Прінт» та ще низку підприємств). Найбільшим вітчизняним медійним холдингом, що здійснює горизонтальну інтеграцію у видавничій діяльності, є *UMH Group*. Головними напрямками діяльності є видання періодики, у тому числі за ліцензіями іноземних видавництв; реалізація інформаційних інтернет-проектів; інші медіа-продукти.

Основна частина портфелю інших медійних холдингів України (*StarLightMedia*, *InterMediaGroup*, *1+1 Media*, *Media Group Ukraine*) включає телевізійні активи [14], власники їх зацікавлені у отриманні інформаційного медіаресурсу, а не прибутку: рентабельність телевізійних

компаній є набагато нижчою, ніж у видавничій діяльності [2, с. 379]. Отже, споріднені галузі в Україні не можуть бути підтримувальним чинником конкурентоспроможності видавничої діяльності.

Іноземні видавничі корпорації в Україні представлені кількома видавництвами Російської Федерації (зокрема, «Махаон» й «Ексмо») та Німеччини («Бурда Україна», що видає періодичні видання). Перевагами залучення іноземних медійних концернів до української видавничої справи є запровадження передового медіаменеджменту; доступ до інвестиційних ресурсів, поширення видавничих продуктивних та технічних новацій, забезпечення якісного розвитку і підвищення конкурентоспроможності галузі. Потенційними проблемами є посилення конкуренції на внутрішньому ринку та занепад вітчизняних малих підприємств; втрата національної та культурної ідентичності; поглинання вітчизняних компаній; уникнення оподаткування та вплив прибутків.

Для світового книговидання характерний активний інноваційний розвиток, який проявляється в асортиментних зрушеннях книжкової продукції. У випуску книжкової продукції спостерігається орієнтація на одночасний друкований, цифровий та мобільний паблішинг; кросплатформність; створення мультимедіавидань, що поєднують інтерактивні ілюстрації, аудіо-, відеоефекти. Порівняно з англомовними країнами в країнах континентальної Європи розвиток електронного книговидавництва є менш активним: якщо у Великобританії електронні книги займають 25 % ринку, у США – 21 % [15], то в Німеччині – близько 10 %, у Іспанії майже 5 %, Франції – 3 %. Посилюється позиція електронних видань у сфері художньої літератури (у США – до 50 % видань) [15].

У структурі реалізованих видань провідних країн світу переважають видання, підготовані традиційними видавництвами. Проте поширюється й мережеве книговидання, суть якого полягає в тому, що письменники створюють книги тільки в цифровій формі й пропонують їх безпосередньо читачам у мережі Інтернет. У США частка таких видань у загальній структурі випуску станом на 2015 р. перевищує 20 % і постійно зростає [16]. В Україні достовірних статистичних даних щодо розвитку цифрових видань та самопублікацій немає, продуктові та маркетингові інновації є похідними від західних аналогів.

Ефективність книговидання в європейських країнах забезпечує розвинена система розповсюдження книжкової продукції. У Франції один книжковий магазин припадає на 20 тис. жителів, у Німеччині – на 15 тис., у Польщі й Данії – на 12 тис., Норвегії – на 10,5 тис., Нідерландах – на 10 тис., Фінляндії – на 7 тис., Австрії – на 4 тис. [7]. Основу німецької та французької книготоргівлі становлять не філії гігантських книжкових торгових концернів, а малі приватні книжкові магазини, які ефективно функціонують в умовах регулювання ціноутворення. Розвинені інтернет-торгівля, читацькі клуби, продаж книг поштою.

Сучасні книжкові видавництва та книготорговельні підприємства підвищують ефективність діяльності, використовуючи такі бізнес-моделі

та технології: друк на замовлення (*printondemand*); друк після продажу загального тиражу з наступним постачанням (*printposttrading*); крауд-фандінг (передплатна модель книговидання). Подібні стратегії дають змогу ефективно використовувати матеріальні ресурси, уникнути складських витрат, налагодити плідну взаємодію зі споживачами.

Сучасні комп'ютерні технології використовують і для маркетингових досліджень, реклами та пропаганди книжкової продукції; прямої взаємодії з читацьким середовищем; формування електронних бібліотечних систем.

Згідно зі статистикою Держкомтелерадіо в Україні є 1409 книгарень, а книжкових кіосків та прилавків – 7102. На 96 тис. жителів припадає 1 книгарня [7]. Гуртові та роздрібні мережі розвинені недостатньо. Причиною руйнування системи книгорозповсюдження в Україні стали брак державної підтримки соціально значущої галузі, витіснення книгарень іншими комерційними закладами.

Спільними проблемами світового книговидання є зростання витрат на здійснення виробничої та збутової діяльності внаслідок зменшення тиражності та зростання цін на витратні матеріали; зменшення інтересу до книжкової продукції та читання через брак вільного часу, поширення альтернативних засобів розваг; зростання витрат на підготовку електронних книг; нелегальне використання видавничої продукції. З метою розв'язання наявних проблем, вирішення фіскальних завдань, забезпечення розвитку національної культури в багатьох країнах світу реалізують заходи державного регулювання видавничої справи.

В основі ефективного регулювання книговидання розвинених країн є дієва система захисту авторських прав та прав власності. За підтримки держави реалізують програми читання та книжкової пропаганди, формують бібліотечні фонди, організують видавничі події – книжкові виставки, ярмарки, літературні конкурси та премії тощо. В Україні прийняті закони та програми найчастіше мають декларативний характер. Наразі Кабінет Міністрів України схвалив Концепцію державної політики щодо розвитку національної видавничої справи та популяризації читання на період до 2020 року [17], проте конкретні механізми перебувають у стадії розроблення.

Моделі регулювання видавничої діяльності в світі відрізняються за змістом, ступенем лібералізації та використовуваними методами.

Ефективна ліберальна модель регулювання економічної діяльності характерна для видавничого ринку США: використовують прямі та непрямі методи регулювання з метою сприяння розвитку бізнесу; спеціальні заходи для подолання кризових ситуацій (у 2010 р. задля зменшення наслідків фінансової кризи запроваджено заходи підтримки малого бізнесу у вигляді розширення системи гарантування кредитів, погашення наявної заборгованості; розвитку системи мікрокредитування) [18]. Спеціальне регулювання видавничого бізнесу застосовують з метою протистояння монополії та концентрації засобів масової інфор-

мації (зокрема, встановлена заборона на одночасне володіння однією газетою та радіо- і телестанцією в одному місті, або на інформаційному ринку) [19]; для охорони навколишнього середовища та забезпечення безпеки праці [20].

Актуальним для України є досвід Канади. У 70-х роках ХХ століття у ній був занепад власної видавничої справи через конкурентний тиск з боку США, Великобританії, Франції. Аби уникнути цього, її уряд прийняв федеральну програму розвитку книговидавничої справи; спільно з провідними банками засновано низку програм з надання позик та кредитів на видання навчальної, культурологічної літератури, творів канадських авторів, здійснення маркетингових досліджень, проведення реклами та пропаганди канадської книжки; запроваджено пільгове оподаткування та зниження тарифів на перевезення та розповсюдження друкованої продукції канадських видавців. Іноземні інвестиції у видавничу справу можуть здійснювати лише спільні підприємства, що перебувають під державним контролем [21].

Сувору, але результативну модель регулювання прийнято в Китаї. Розроблено кілька державних програм розвитку галузі (Заходи з управління ринком друкованої продукції, Заходи з управління імпортом друкованої продукції). Установлено жорсткі обмеження щодо створення видавництв (офіційно функціонують лише державні видавництва та видавничі групи, хоча є і напівлегальні приватні видавничі підприємства). Заборонено іноземні інвестиції у виробництво та публікацію електронних видань; створення новинних сайтів, видавничих підприємств та онлайн-сервісів. Дозволено створення спільних видавничих та книготорговельних підприємств. Для активізації розвитку книговидання практикують субсидування діяльності, продаж приміщень у власність за низькими цінами, надають пільги при отриманні кредитів та при первинному публічному розміщенні акцій (*Initial Public Offering – IPO*) [13; 22].

У країнах ЄС практикують регулювання умов книгопоширення та ціноутворення. У Франції у 1981 р. прийнято Закон Ланга, згідно з яким встановлено єдиний ціновий режим при реалізації книг, регулюють розміри знижки для книготорговельних організацій [23]. У Німеччині видавнича ціна на книги може коливатися у визначених межах, і великі книготорговельні мережі, що закупають оптові партії книг, не можуть продавати їх вроздріб за нижчими цінами. Така система підтримує невеликі книжкові магазини в умовах запеклої конкуренції з потужними галузевими гігантами [6].

У багатьох країнах книжкову продукцію оподатковують податком на додану вартість за нульовою ставкою (Великобританія, Норвегія, Бразилія, Канада) або за зниженою ставкою (Китай, Франція, Італія, Німеччина, Іспанія, Туреччина, Норвегія, Фінляндія). Для електронних видань ставки податку, як правило, встановлюють на рівні загального податку [24]. В Україні Закон «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи»



скасував оподаткування податком на додану вартість операцій з виготовлення та реалізації книжкової продукції вітчизняного виробництва.

**Висновки.** Тенденціями розвитку книговидавництва в розвинутих країнах світу є: уповільнення темпів зростання випуску видавничої продукції; формування розгалуженої конкурентної структури галузі; поширення діяльності міжнародних медійних об'єднань; впровадження комплексних технологічних, продуктових та організаційних інновацій. Моделі державного регулювання видавничої галузі в досліджених країнах відрізняються за ступенем лібералізації та використовуваними методами. Конкурентоспроможність видавничої галузі в Україні є низькою через низьку інноваційну активність виробників; недостатній рівень забезпечення факторами виробництва; брак потужних забезпечувальних та споріднених галузей (книгопоширення та медійної сфери); неієздатність правових інструментів захисту інтелектуальної власності. Напрямами підвищення ефективності вітчизняного книговидавництва, з огляду на світовий досвід, мають бути: ріст ступеня концентрації галузі, впровадження медіаменеджменту, диверсифікація та використання синергетичного потенціалу всіх складових галузі; розвиток дієвої системи захисту авторських прав; пропаганда книги та читання; використання засобів непрямої підтримки книговидавництва.

Перспективами подальших досліджень в теоретичній сфері є вивчення суті, класифікації та конкурентних переваг об'єднань підприємств у медійній галузі; у практичній сфері – аналіз можливостей застосування методів регулювання у книговидавництві України, розроблення конкретних рекомендацій з формування ефективних протекціоністських заходів з боку держави, підвищенню ділової та інноваційної активності вітчизняних видавництв.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт Книжкової палати України. Випуск видавничої продукції в Україні в 2015 році [Електронний ресурс] / Книжкова палата України. — Режим доступу : [http://www.ukrbook.net/statistika/statistika\\_2015](http://www.ukrbook.net/statistika/statistika_2015).
2. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва : стат. зб. [за ред. М. С. Кузнецової]. — Київ : Держ. служба статистики України, 2015. — 450 с.
3. Котляревський Я. В. Управління інноваційним розвитком видавничо-поліграфічної діяльності в процесі формування економіки знань / Я. В. Котляревський. — Львів : Укр. академія друкарства, 2012. — 360 с.
4. Швайка Л. А. Видавничо-поліграфічна справа в Україні: стан, конкурентоспроможність і перспективи / Л. А. Швайка // Поліграф. і видавнич. справа. — 2011. — № 2. — С. 10–14.
5. Дурняк Б. В. Видавнич. справа та поліграфічна діяльність в Україні / Б. В. Дурняк, А. М. Штангрет, О. В. Мельников. — Львів : Укр. академія друкарства, 2009. — 150 с.
6. Водозазька С. Інноваційні особливості розвитку видавничого ринку Німеччини [Електронний ресурс] / С. Водозазька. — Режим доступу : <http://social-science.com.ua/article/821>.
7. Грет Г. П. Книгорозповсюдження в структурі книжкової справи України / Г. П. Грет // Вісн. Львів. ун-ту. — Вип. 12. — 2012. — С. 105–116.

8. Теремко В. С. Концептуальні та соціопсихологічні джерела конкурентоспроможності видавничих стратегій / В. С. Теремко // Поліграф. і видавнича справа. — 2012. — № 2. — С. 3–18.
9. International Publisher Associations. Annual Report October 2014 – October 2015 [Electronic resource]. — Mode of access : [http://www.internationalpublishers.org/images/annual-reports/ipa\\_ar\\_online.pdf](http://www.internationalpublishers.org/images/annual-reports/ipa_ar_online.pdf). — p. 17–20.
10. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / Под общ. ред. В. В. Григорьева. — М. : Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2015. — 112 с.
11. Марголин Е. Методы оценки емкости рынка полиграфических работ [Электронный ресурс] / Е. Марголин. — Режим доступа : <http://www.compuart.ru/article.aspx?id=17988&iid=832#1>.
12. Report for Selected Countries and Subjects [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/weodata/weorept.aspx>.
13. Sophie Rochester and Xin Lin. The Publishing Landscape in China: New and Emerging Opportunities For British Writers [Electronic resource]. — Mode of access : [http://theliteraryplatform.com/collective/wp-content/uploads/sites/2/2015/05/The\\_Publishing\\_Landscape\\_in\\_China\\_2015.pdf](http://theliteraryplatform.com/collective/wp-content/uploads/sites/2/2015/05/The_Publishing_Landscape_in_China_2015.pdf).
14. Рейтинг 25 крупнейших медиакомпаний СНГ [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://rating.rbc.ru/articles/2013/04/11/33924845\\_tbl.shtml?2013/04/11/33924786](http://rating.rbc.ru/articles/2013/04/11/33924845_tbl.shtml?2013/04/11/33924786).
15. Global eBook : A report on market trends and developments/ Written by Ruediger Wischenbart [Electronic resource]. — Mode of access : [http://www.wischenbart.com/upload/1234000000358\\_04042014\\_final.pdf](http://www.wischenbart.com/upload/1234000000358_04042014_final.pdf).
16. January 2015 Author Earnings Report [Electronic resource]. — Mode of access : <http://authorearnings.com/report/january-2015-author-earnings-report>.
17. Про схвалення Концепції державної політики щодо розвитку національної видавничої справи та популяризації читання на період до 2020 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/111-2016-p>.
18. Иваний П. В. Малый бизнес США в условиях кризиса / П. В. Иваний // Россия и Америка в XXI веке. Электрон. журн. — 2010. — № 1.
19. Малінін В. С. Монополізація та концентрація ЗМІ [Електронний ресурс] / В. С. Малінін. — Режим доступу : <http://journal.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1390>.
20. Consumer and Occupational Health and Safety [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.sba.gov/managing-business/business-guides-industry/printing-publishing>.
21. Кузьмук О. С. Державна підтримка культурних індустрій : досвід Канади / О. С. Кузьмук // Стратегічні пріоритети. — 2008. — № 4 (9). — С. 70–76.
22. Kimberly Wright. The Publishing Industry in China: Regulatory Nightmare or Niche Market Opportunity? [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.china-briefing.com/news/2015/06/23/the-publishing-industry-in-china-regulatory-nightmare-or-niche-market-opportunity.html>.
23. Господдержка книжной отрасли: миф или реальность? [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.unkniga.ru/bookrinok/zarubez/2559-gospodderzhka-knizhnoy-otrasli-mif-ili-realnost.html>.
24. VAT/GST on Books & E-books. An IPA/FEP Global Special Report [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.internationalpublishers.org/images/VAT2015.pdf>. — p. 8–10.

*Стаття надійшла до редакції 27.04.2016.*

***Sukhorukova O. World book publishing: lessons for Ukraine.***

***Background.*** *Book publishing in Ukraine is characterized by negative tendencies. Low competitiveness of the domestic book publishing causes need in researching of factors and ways of activation of book publishing activity.*

The *aim* of the article is to research the tendencies of book publishing development of developed countries of the world which define the competitiveness of book publishing, revealing of ways of rising of the effectiveness of publishing activity in Ukraine on the base of world experience.

**Material and methods.** General scientific methods, theory of public administration, tabular and economics and statistics methods for research of tightness of the bond between GDP indicators and the amount of output, methods of expert evaluation of factors of competitiveness were used.

**Results.** The common problems of world book publishing are growth of the expenses on implementation of production and sales activity in the result of reducing of circulation and increase of prices on consumable materials, diminishing of the interest to book products and reading due to lack of free time, expanding of alternative ways of entertainment; the growth of expenses on preparation of electronic books; illegal usage of publishing production. With an aim to solve existing problems and providing of national culture development measures of governmental regulation of publishing business are realized in many countries of the world.

In Ukraine it is introduced only by middle and small enterprises, publishing unions are absent. Ukrainian publishing bodies realize the activity on the separate thematic segments of market, at the same time they realize projects connected with the use of informational resources. The example of Ukrainian media company which chose vertical integration is closed joint-stock company «Holding Company «Blits-Inform». The biggest domestic media holding which makes horizontal integration in publishing activity is UMH Group. The main part of the portfolio of other Ukrainian media holdings (StarLightMedia, InterMediaGroup, 1+1 Media, Media Group Ukraine) includes TV assets, owners of which are interested in receiving of informational media resource but not the income. Foreign publishing corporations in Ukraine are presented by some Russian (in particular, «Makhaon» and «Eksmo») and German («Burda Ukraina») publishing body). The introduction of leading media management; the access to investment funds, distribution of product and technical innovations, provision of quality development and increasing of the competitiveness of the industry are the advantages of attraction of foreign media concerns to Ukrainian publishing.

**Conclusion.** The models of the state regulation of the publishing industry in the leading countries of the world differ by its level of liberalization and the methods which are used. The perspectives of the further researches in Ukraine in the theoretical sphere is studying of essence, classification and competitive advantages of the unification of enterprises in media industry; in practical sphere it is the analysis of abilities of application of regulation methods in book publishing, creation of concrete recommendations about formation of effective protectionist measures from the side of state, increase of business and innovational activity of domestic publishing bodies.

**Keywords:** competitiveness, publishing bodies, media concerns, book market, media management, diversification, state regulation of book publishing.

## REFERENCES

1. Oficijnyj sajt Knyzhkovoï palaty Ukraïny. Vypusk vydavnychoï produkciï v Ukraïni v 2015 roci [Elektronnyj resurs] / Knyzhkova palata Ukraïny. — Rezhym dostupu : [http://www.ukrbook.net/statistika/statistika\\_2015](http://www.ukrbook.net/statistika/statistika_2015).
2. Dijal'nist' sub'ektiv velykogo, seredn'ogo, malogo ta mikropidpryjemnyctva : stat. zb. [za red. M. S. Kuznjecovoi']. — Kyïv : Derzh. sluzhba statystyky Ukraïny, 2015. — 450 s.
3. Kotljarevs'kyj Ja. V. Upravlinnja innovacijnym rozvytkom vydavnycho-poligrafichnoi' dijal'nosti v procesi formuvannja ekonomiky znan' / Ja. V. Kotljarevs'kyj. — L'viv : Ukr. akademija drukarstva. — 2012. — 360 s.

4. Shvajka L. A. Vydavnycho-poligrafichna sprava v Ukraini: stan, konkurentospromozhnist' i perspektivy / L. A. Shvajka // Poligraf. i vydavnycha sprava, 2011. — № 2. — s. 10–14.
5. Durnjak B. V. Vydavnycha sprava ta poligrafichna dijalinist' v Ukraini / B. V. Durnjak, A. M. Shtangret, O. V. Mel'nykov. — L'viv : Ukr. akademija drukarstva, 2009. — 150 s.
6. Vodolaz'ka S. Innovacijni osoblyvosti rozvytku vydavnychogo rynku Nimechchyny [Elektronnyj resurs] / S. Vodolaz'ka. — Rezhym dostupu : <http://social-science.com.ua/article/821>.
7. Gret G. P. Knygorozpovsjudzhennja v strukturi knyzhkovoï spravy Ukrainy / G. P. Gret // Visn. L'viv. un-tu. — Vyp. 12. — 2012. — S. 105–116.
8. Teremko V. S. Konceptual'ni ta sociopsychologichni dzherela konkurentospromozhnosti vydavnych strategij / V. S. Teremko // Poligraf. i vydavnycha sprava. — L., 2012. — № 2. — S. 3–18.
9. International Publisher Associations. Annual Report October 2014 – October 2015 [Electronic resource]. — Mode of access : [http://www.internationalpublishers.org/images/annual-reports/ipa\\_ar\\_online.pdf](http://www.internationalpublishers.org/images/annual-reports/ipa_ar_online.pdf). — p. 17–20.
10. Knizhnyj rynek Rossii. Sostojanie, tendencii i perspektivy razvitija. Otrasleyvoj doklad / Pod obshh. red. V. V. Grigor'eva. — M. : Federal'noe agentstvo po pečati i massovym kommunikacijam, 2015. — 112 s.
11. Margolin E. Metody ocenki emkosti rynku poligraficheskikh rabot [Elektronnyj resurs] / E. Margolin. — Rezhim dostupu : <http://www.compuart.ru/article.aspx?id=17988&iid=832#1>.
12. Report for Selected Countries and Subjects [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/weodata/weorept.aspx>.
13. Sophie Rochester and Xin Lin. The Publishing Landscape in China: New and Emerging Opportunities For British Writers [Electronic resource]. — Mode of access : [http://theliteraryplatform.com/collective/wp-content/uploads/sites/2/2015/05/The\\_Publishing\\_Landscape\\_in\\_China\\_2015.pdf](http://theliteraryplatform.com/collective/wp-content/uploads/sites/2/2015/05/The_Publishing_Landscape_in_China_2015.pdf).
14. Rejting 25 krupnejshih mediakompanij SNG [Elektronnyj resurs]. — Rezhim dostupu : [http://rating.rbc.ru/articles/2013/04/11/33924845\\_tbl.shtml?2013/04/11/33924786](http://rating.rbc.ru/articles/2013/04/11/33924845_tbl.shtml?2013/04/11/33924786).
15. Global eBook : A report on market trends and developments/ Written by Ruediger Wischenbart [Electronic resource]. — Mode of access : [http://www.wischenbart.com/upload/1234000000358\\_04042014\\_final.pdf](http://www.wischenbart.com/upload/1234000000358_04042014_final.pdf).
16. January 2015 Author Earnings Report [Electronic resource]. — Mode of access : <http://authorearnings.com/report/january-2015-author-earnings-report>.
17. Pro shvalennja Koncepcii' derzhavnoi' polityky shhodo rozvytku nacional'noi' vydavnychoï spravy ta populjaryzacji' chytannja na period do 2020 roku [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/111-2016-r>.
18. Ivanij P. V. Malyj biznes SSHA v uslovijah krizisa / P. V. Ivanij // Rossija i Amerika v XXI veke. Jelektron. zhurn. — 2010. — № 1.
19. Malinin V. S. Monopolizacija ta koncentracija ZMI [Elektronnyj resurs] / V. S. Malinin. — Rezhym dostupu : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1390>.
20. Consumer and Occupational Health and Safety [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.sba.gov/managing-business/business-guides-industry/printing-publishing>.
21. Kuz'muk O. S. Derzhavna pidtrymka kul'turnyh industrij : dosvid Kanady / O. S. Kuz'muk // Strategichni priorityety. — 2008. — № 4 (9). — S. 70–76.
22. Kimberly Wright. The Publishing Industry in China: Regulatory Nightmare or Niche Market Opportunity? [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.china-briefing.com/news/2015/06/23/the-publishing-industry-in-china-regulatory-nightmare-or-niche-market-opportunity.html>.
23. Gospodderzhka knizhnoj otrasli: mif ili real'nost'? [Elektronnyj resurs]. — Rezhim dostupu : <http://www.unkniga.ru/bookkrinok/zarubez/2559-gospodderzhka-knizhnoy-otrasli-mif-ili-realnost.html>.
24. VAT/GST on Books & E-books. An IPA/FEP Global Special Report [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.internationalpublishers.org/images/VAT2015.pdf>. — S. 8–10.