

І. В. БОГДАН,
аспірант кафедри економіки, фінансів та обліку,
ПВНЗ «Європейський університет»,
e-mail: Ivan.v.bogdan@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-5547-978X>

Функціональна структура та інфраструктурні засади книжкового ринку в умовах трансформації культурного простору

В статті висвітлено підходи до трактування сутності книжкового ринку та запропоновано узагальнене визначення поняття «книжковий ринок» як комплексної соціально-економічної системи, яка охоплює сукупність відносин, інститутів і механізмів, що забезпечують створення, виробництво, розповсюдження та споживання книжкової продукції, а також прав на інтелектуальну власність. Доведено, що соціокультурна сутність книжкового ринку має особливу природу, адже книга є не лише товаром, а й носієм знань, культури, духовних цінностей і національної ідентичності. Розкрито економічні функції книжкового ринку: регулювальна, що забезпечує рівновагу між попитом і пропозицією на книжкову продукцію; стимулювальна, спрямована на розвиток інновацій у сфері книговидання; розподільча, що полягає у впорядкуванні руху фінансових і матеріальних потоків між основними учасниками ринку – видавництвами, поліграфічними підприємствами, книготорговельними мережами, бібліотеками та кінцевими споживачами. Розглянуто соціокультурні функції книжкового ринку: інформаційну, спрямовану на поширення знань, ідей, культурних і наукових досягнень; ідеологічну або виховну, яка полягає у формуванні ціннісних орієнтирів, світоглядних позицій і національної ідентичності; соціалізаційну, яка допомагає індивіду влитися у культурний простір. Розкрито особливості інфраструктури книжкового ринку: виробничої (видавництва, поліграфічні підприємства, дизайн-студії, а також студії звукозапису, що створюють аудіокниги); розподільчої (оптові та роздрібні дистриб'ютори, склади, транспортно-логістичні компанії, книгарні, кіоски, мережеві супермаркети, а також онлайн-платформи продажу); інформаційної (бібліографічні центри, електронні каталоги, бази даних, професійні медіа); фінансової (інвестиційні фонди, державні програми підтримки, благодійні фонди та меценатські ініціативи). Доведено, що результативне виконання цих функцій можливе лише за наявності розвинутої інфраструктури книжкового ринку: сукупності інститутів, систем і механізмів, які забезпечують взаємодію суб'єктів ринку.

Ключові слова: книжний ринок, книжкова продукція, суб'єкти діяльності книжного ринку, економічна і соціально-культурна складова книжного ринку, функції та інфраструктура книжкового ринку.

I. V. BOHDAN,
Postgraduate student,
Department of Economics, Finance and Accounting,
European University,
e-mail: Ivan.v.bogdan@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-5547-978X>

Functional Structure and Infrastructural Foundations of the Book Market in the Context of Transformation of the Cultural Space

The article highlights approaches to interpreting the essence of the book market and the author proposes a generalized definition of the concept of the book market as a complex socio-economic system that encompasses a set of relations, institutions and mechanisms that ensure the creation, production, distribution and consumption of book products, as well as intellectual property rights.

It is noted that an important aspect of the economic essence is the activity of market entities – publishing houses, printing companies, bookselling organizations, distributors and retail chains, where a system of interaction between market participants is formed in order to optimize their own costs, expand the range, improve the quality of products and take a stable position in a competitive environment.

It is proven that the socio-cultural essence of the book market has a different nature, because a book is not only a product, but also a carrier of knowledge, culture, spiritual values and national identity.

The economic functions of the book market are identified: a regulatory function, ensuring the establishment of a balance between demand and supply for book products; stimulating, aimed at the development of innovations in the field of book publishing; distributive - consists in regulating the movement of financial and material flows between the main market participants – publishing houses, printing enterprises, bookselling chains, libraries and end consumers. Along with this, the socio-cultural functions of the book market are considered: information function, which involves the dissemination of knowledge, ideas, cultural and scientific achievements; ideological or educational function, which consists in the formation of value orientations, worldview positions and national identity; socio-cultural function – socializing, which helps the individual to merge into the cultural space.

The infrastructure of providing this market is outlined: the production infrastructure includes publishing houses, printing enterprises, design studios, as well as recording studios that create audiobooks; distribution infrastructure includes wholesale and retail distributors, warehouses, transport and logistics companies, bookstores, kiosks, chain supermarkets, as well as online sales platforms; information infrastructure is represented by bibliographic centers (in

particular, the Book Chamber of Ukraine), electronic catalogs, databases, professional media; financial infrastructure, which includes banks, investment funds, state support programs (for example, the Ukrainian Book Institute), as well as charitable foundations and patronage initiatives.

It is motivated that the effective implementation of these functions is possible only with a developed book market infrastructure: a set of institutions, systems and mechanisms that ensure the interaction of market entities.

Keywords: *book market; book products, entities of the book market; economic and socio-cultural component of the book market; areas of activity of enterprises in the book market; indicators of determining the efficiency of enterprises in the book market; functions of the book market; book market infrastructure.*

Постановка проблеми. Книжковий ринок є складним соціально-економічним утворенням, у якому поєднуються комерційні інтереси, духовні цінності та культурна місія. Його функціонування ґрунтується на взаємодії економічних і соціокультурних чинників, що формують унікальну систему виробництва, розподілу й споживання інтелектуального продукту – книги. У сучасних умовах розвитку інформаційного суспільства книжкова сфера залишається важливим елементом гуманітарного простору держави, відображаючи рівень освіченості, культурного потенціалу та цивілізаційної самосвідомості її громадян. У контексті глобальних викликів і цифрової трансформації дослідження функцій та інфраструктурних засад книжкового ринку набуває особливої актуальності. Воно дає змогу не лише окреслити економічні механізми розвитку галузі, а й розкрити її соціальну місію – збереження культурної спадщини, формування ціннісних орієнтирів та підтримку духовного простору нації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукова думка пройшла шлях від трактування книжкового ринку як «місця обміну» до розуміння його як комплексної системи економічних, правових і соціокультурних відносин [1, 2, 3, 4]. Дослідники розглядають ринок книги як динамічну систему, що реагує на вплив різноманітних чинників (війна, пандемія, цифровізація, уподобання читачів), і загальним напрямом наукових пошуків є вивчення механізмів адаптації книжкової галузі України до нових соціально-економічних умов і викликів воєнного часу за збереження її культурної та гуманітарної ролі в суспільстві [5, 6, 7, 8, 9].

Мета статті – розкрити сутність книжкового ринку з урахуванням еволюційної логіки його розвитку; систематизувати види діяльності підприємств книжкової галузі в межах повного життєвого циклу видання; обґрунтувати функціональну (економічну та соціокультурну) структуру книжкового ринку та інфраструктурні засади його стійкого функціонування.

Виклад основного матеріалу. У процесі становлення та розвитку книжкового ринку наукова думка зазнавала суттєвих змін, що відображали загальні тенденції трансформації економічного та культурного простору суспільства. Різні автори розглядали сутність цієї категорії крізь призму

економічних, правових, організаційних і соціокультурних аспектів. Спочатку поняття «ринок книги» тлумачили переважно як місце купівлі-продажу друкованої продукції, однак поступово воно набуло ознак системного соціально-економічного явища, у якому поєднуються процеси створення, виробництва, обігу та споживання інтелектуального продукту.

Сучасні підходи до визначення сутності книжкового ринку охоплюють не лише комерційні відносини, а й культурно-гуманітарні виміри, що підкреслюють його роль у забезпеченні інтелектуальної та інформаційної безпеки держави. Аналіз наукових джерел засвідчує багатоманітність інтерпретацій цього поняття – від розуміння ринку як економічної системи до трактування його як частини соціокультурного простору, де відбувається взаємодія знань, інформації та духовних цінностей. Узагальнення підходів різних авторів дає змогу виокремити ключові наукові акценти (економічні, організаційно-правові, соціокультурні та гуманітарні), які комплексно розкривають зміст книжкового ринку як інституційної системи, що поєднує виробників, посередників і споживачів книжкової продукції та забезпечує рух інформаційних і культурних ресурсів. Деякі з найбільш показових визначень, які відображають наукові погляди щодо сутності книжкового ринку, наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Основні підходи до визначення сутності книжкового ринку

Визначення сутності книжкового ринку	Ключовий акцент
Нові інформаційні технології, які виробляють певний набір продуктів та послуг; інформаційні структури, які купують послуги чи використовують інформаційні технології; середовище, в якому виникають, існують і взаємодіють як інформаційні технології, так і інформаційні структури (центри, які переробляють інформацію та надають інформаційні послуги, банки даних, системи обслуговування технічних засобів, системи збирання і підготовки інформації) – ця сукупність утворює інформаційне середовище ринку [1, с. 49]	Система економічних відносин, що виникають між суб'єктами господарювання (видавцями, книготорговцями, поліграфічними підприємствами) та споживачами з приводу купівлі-продажу книжкової продукції, а також прав на неї
Розглядаючи інформаційний ринок, вказують на специфічний товар, яким є інформаційний товар з усіма його характерними особливостями й формами подання, – у вигляді інформаційних ресурсів, продуктів, технологій, програмних продуктів і інформаційних послуг [2, с. 13]	Сукупність економічних відносин із приводу збирання, опрацювання, систематизації інформації (в т. ч. через книгу) та її продажу кінцевому споживачу
Інтелектуальна безпека нації – це система фундаментальних феноменів і взаємозв'язків між ними, принципів, заходів і стратегій, спрямованих на захист і збереження інтелектуальних активів, ресурсів та інформації, що відіграють ключову роль у національному розвитку та безпеці [3, с. 547]	Соціокультурний та економічний простір, де формується попит на інтелектуальний продукт (книгу) і задовольняється пропозицією, що має стратегічне значення для гуманітарної безпеки країни
Система відносин щодо продажу й купівлі інформаційних ресурсів, технологій, інформаційної продукції та інформаційних послуг [4, с. 215]	Сукупність економічних, правових та організаційних відносин, що забезпечують рух книжкової продукції від виробника до кінцевого споживача

Узагальнене авторське визначення: Книжковий ринок – це комплексна соціально-економічна система, яка охоплює сукупність	Узагальнює всі означені вище ключові аспекти: економічні відносини, соціокультурну та
відносин, інститутів і механізмів, що забезпечують створення, виробництво, розповсюдження та споживання книжкової продукції (у друкованому та електронному форматах), а також прав на інтелектуальну власність, що є основою для формування національного інтелектуального капіталу та гуманітарної безпеки держави	гуманітарну складову, сферу товарного обміну та задоволення потреб споживачів

Джерело: сформовано на основі [1–4]

У табл. 1 показано, що книжковий ринок має економічну та соціокультурну складову. Це виокремлює книжкову сферу з-поміж інших сегментів товарного обміну, оскільки книга поєднує функції ринкового продукту й носія культурної цінності. Економічна сутність книжкового ринку відображається у товарній формі книги), де остання виступає як товар, який має певну вартість та обмінюється на гроші. Розглянемо види вартості книги як товару. Споживча вартість – це здатність книги задовольняти певну потребу людини (отримання знань, інформації, естетичне задоволення, навчання тощо). Мінову вартість можна розглядати як кількість товарів або грошей, на які можна обміняти книгу. Ринкова вартість – фактична ціна продажу книги на ринку, що складається під впливом попиту, пропозиції, конкуренції, стану ринку. Собівартість – це сукупність витрат на створення та реалізацію книги. Соціальна (культурна) вартість – це значення книги для суспільства, культури, освіти, яке може бути вищим за її ринкову ціну. Антикварна (історична) вартість – це вартість старовинних або рідкісних видань, що мають колекційну чи історичну цінність. Інформаційна вартість – це міра суспільної важливості і унікальності змісту книги, яка визначається актуальністю, новизною, практичною значущістю викладених у ній знань.

Функціонування підприємств, задіяних у книжковому ринку, охоплює повний життєвий цикл створення та поширення книги – від моменту зародження ідеї до передачі готової продукції кінцевому споживачу. У межах цього процесу виокремлюють декілька ключових напрямів діяльності, кожен з яких виконує специфічну функцію та має власну виробничо-організаційну структуру. Передусім це видавнича діяльність, спрямована на формування видавничого портфелю. Видавництва приймають рішення щодо доцільності публікації того чи іншого тексту, здійснюють відбір авторів, перекладачів і тем, які відповідають читацьким очікуванням або стратегічним цілям. У межах редакційно-видавничого процесу виконуються роботи з редагування, коректури, розроблення дизайну, створення оригінал-макету. Цей процес включає організаційні заходи – оформлення авторських прав, присвоєння міжнародного стандартного книжкового номера (ISBN), а також маркетингову діяльність, спрямовану на просування книги на ринку. Другим напрямом є поліграфічна діяльність, яку здійснюють друкарні. Вони забезпечують фізичне втілення книжкової продукції відповідно до переданих макетів із використанням відповідних технологій (найчастіше офсетного чи

цифрового друку). Цей напрям передбачає вибір паперу, палітурних матеріалів, друк, контроль якості виготовлення та виконання палітурних робіт. Третім напрямом є книгорозповсюдження, що охоплює як оптову, так і роздрібну торгівлю. Оптова торгівля забезпечує дистрибуцію між видавництвами, книготорговельними мережами та іншими каналами реалізації. У межах роздрібною сегменту функціонують традиційні книгарні, мережеві книжкові магазини, а також сучасні онлайн-канали – інтернет-магазини, маркетплейси, соціальні мережі. Особливу роль відіграє логістика, яка забезпечує доставку продукції, а також зберігання книжок на складах і в розподільчих центрах. Четвертим напрямом є інформаційно-технологічна діяльність, пов'язана з цифровим сегментом ринку. Йдеться про створення, адаптацію та розповсюдження електронних книжок і аудіоконтенту, а також підтримку цифрових платформ для читання, мобільних застосунків і спеціалізованих рідерів. До цієї сфери належать також сервіси підписки, агрегатори контенту, які забезпечують доступ до широкого спектру літератури через електронні канали.

Отже, підприємства книжкової галузі формують складну ланцюгову модель книгорозповсюдження, яка передбачає послідовну взаємодію між видавництвом, поліграфічним підприємством, оптовими та роздрібними продавцями і, зрештою, завершується контактами з кінцевим споживачем.) Така модель забезпечує безперервність функціонування ринку та його адаптивність до сучасних викликів.

Книжковий ринок як складна соціально-економічна система виконує низку критично важливих функцій, які виходять за межі суто товарного обміну. Функціонування книжкового ринку охоплює широкий комплекс економічних і соціокультурних процесів, кожен із яких виконує певну суспільно важливу роль. Основні функції цього ринку формуються на перетині економічних інтересів і культурних потреб суспільства, що зумовлює поєднання двох аспектів: комерційного та гуманітарного.

Розглядаючи економічні функції книжкового ринку, передусім варто зазначити, що книжковий ринок виконує регульовальну функцію, що забезпечує встановлення рівноваги між попитом і пропозицією на книжкову продукцію. Завдяки ринковим механізмам (ціноутворенню, конкуренції, маркетинговим стратегіям та ін.) відбувається узгодження інтересів видавців, книготорговців і споживачів. Ціни на книги формуються під впливом витрат на виробництво, платоспроможності населення, вартості інтелектуальної праці автора та видавничих ризиків. Такий процес регуляції дає змогу підтримувати стабільність ринку та адаптувати його до змін у культурному попиті.

Другою важливою економічною функцією є стимулювальна. Вона спрямована на розвиток інновацій у сфері книговидавництва – від запровадження новітніх технологій друку та цифрових форматів до удосконалення маркетингових інструментів і комунікацій з читачем. Конкурентне середовище спонукає видавництва до підвищення якості продукції, пошуку нових тематичних ніш і залучення креативних ресурсів. Завдяки цьому ринок

стає динамічним простором, де поєднуються економічна доцільність і культурна цінність.

Третя економічна функція – розподільча. Вона полягає у впорядкуванні руху фінансових і матеріальних потоків між основними учасниками ринку – видавництвами, поліграфічними підприємствами, книготорговельними мережами, бібліотеками та кінцевими споживачами. Ця функція забезпечує перерозподіл доходів, створює фінансову мотивацію для кожної ланки ланцюга «автор видавець – читач», а також визначає структуру витрат і прибутків у галузі.

Перейдемо до висвітлення соціокультурних функцій книжкового ринку. Передусім це інформаційна функція, що передбачає поширення знань, ідей, культурних і наукових досягнень. Книга виступає інструментом інтелектуальної комунікації, що забезпечує спадкоємність поколінь, розвиток науки, освіти й культури. Видавнича продукція формує інформаційне середовище суспільства, підтримує його освітній рівень і слугує засобом публічного дискурсу.

Важливою є також ідеологічна, або виховна, функція, яка полягає у формуванні ціннісних орієнтирів, світоглядних позицій і національної ідентичності. Книжковий ринок тут є не лише економічним механізмом, а й потужним соціальним інструментом впливу. Через літературу передаються моральні норми, історична пам'ять, культурні пріоритети, що формують духовну єдність суспільства. Під час війни ця функція набуває особливої ваги.

Третьою соціокультурною функцією є соціалізаційна, яка допомагає індивіду влитися у культурний простір. Через книгу людина долучається до світового й національного культурного контексту, розвиває здатність до критичного мислення, формує навички спілкування та самоосвіти. Отже, книговидання і книгорозповсюдження є засобом соціальної інтеграції та культурної комунікації.

Ефективне виконання перелічених функцій можливе лише за наявності розвиненої інфраструктури книжкового ринку. Вона являє собою систему інститутів, організацій, технологічних і фінансових механізмів, що забезпечують повноцінну взаємодію всіх учасників процесу – від автора до читача. До виробничої інфраструктури належать видавництва, поліграфічні підприємства, дизайн-студії, а також студії звукозапису, що створюють аудіокниги. Саме вони формують матеріальну основу виробництва книжкової продукції, забезпечують її якість і відповідність сучасним стандартам. Розподільча інфраструктура охоплює оптових і роздрібних дистриб'юторів, склади, транспортно-логістичні компанії, книгарні, кіоски, мережеві супермаркети, а також онлайн-платформи продажу. Вона забезпечує доступ читача до книги, територіальне охоплення ринку та його географічну мобільність. Інформаційна інфраструктура представлена бібліографічними центрами (зокрема Книжковою палатою України), електронними каталогами, базами даних, професійними медіа, як-то «Читомо» чи «ЛітАкцент» (останній існував з 2007 до 2022 р.). До неї належать також дослідницькі й маркетингові організації, які аналізують ринкову кон'юнктуру та читацькі тенденції, створюючи підґрунтя для стратегічних рішень видавців. Окремий

блок становить фінансова інфраструктура, що включає банки, інвестиційні фонди, державні програми підтримки (наприклад, Український інститут книги), а також благодійні фонди та меценатські ініціативи. Їхня роль полягає у створенні стабільного фінансового середовища, яке уможливило розвиток книговидавництва навіть в умовах економічних викликів. Звідси слідує, що результативне виконання економічних і соціокультурних функцій книжкового ринку можливе лише за наявності його розвиненої інфраструктури: сукупності інститутів, систем і механізмів, які забезпечують взаємодію суб'єктів ринку.

Висновки. Книжковий ринок є складною соціально-економічною сферою діяльності, у якому поєднуються комерційні інтереси, духовні цінності та культурна місія. Його функціонування ґрунтується на взаємодії економічних і соціокультурних чинників, що формують унікальну систему виробництва, розподілу й споживання інтелектуального продукту – книги. Сучасний книжковий ринок виконує не лише комерційну, а й духовно-культурну місію, функціонує завдяки взаємодії економічних і соціокультурних чинників, що формують унікальну систему виробництва, розподілу й споживання інтелектуального продукту – книги.) Економічна функція книжкового ринку забезпечує регулювання попиту та пропозиції, особливості ціноутворення, розподіл ресурсів між видавництвами, поліграфічними підприємствами та книготорговельними мережами. Соціокультурна функція проявляється у здатності книги впливати на формування національної ідентичності, світоглядних орієнтирів, читацьких смаків і загального рівня культурного розвитку суспільства. Важливою умовою ефективності книжкового ринку є наявність розвиненої інфраструктури – мережі інститутів, організацій, технологій та фінансових механізмів, що забезпечують стабільність взаємодії всіх учасників ринку. Виробнича, розподільча, інформаційна та фінансова складові інфраструктури створюють основу для сталого функціонування книжкової галузі, сприяють поширенню української книги, підтримують національного автора і забезпечують доступність культурного продукту для населення.

Список використаних джерел

1. Пономаренко Н. Ш., Фінагіна О. В. Особливості розвитку інформаційного ринку: монографія. Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2005. 217 с.
2. Давидова І. О., Сафонова Т.А. Ринок інформаційних продуктів та послуг. Харків, 2022. 148 с.
3. Кошовий Б.-П. О. Вчення про інтелектуальну безпеку нації як соціально-економічний феномен: до питання становлення категорійного апарату. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. 2023. Вип. 36. С. 541–548. DOI: 10.5281/zenodo.13929204
4. Термінологічний словник видавничого бізнесу / Укл. В. І. Шпак. Київ: ДП «Експрес-об'ява», 2020. 264 с.
5. Голубовський Р. Тенденції розвитку книжкового ринку України в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2024. № 61. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-61-109
6. Єжижанська Т. Книжкові видавництва України в умовах перманентної кризи. *Вісник Книжкової палати*. 2023. № 6. С. 29–35. DOI: 10.36273/2076-9555.2023.6(323).29-35

7. Вовк Н. С. Інструменти популяризації видавничого ринку в Україні: вплив пандемії та воєнних дій. *Інформація та соціум*: матер. VII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 3 червня 2022 р.). С. 78–80. URL: <https://jias.donnu.edu.ua/article/view/14568>

8. Ситник В. Продаж е-книг та аудіокниг в Україні. *Інтегровані комунікації*. 2023. № 1 (15). С. 121–127. DOI: 10.28925/2524-2644.2023.1516

9. Кваско А., Сухорукова О. Стан та тенденції розвитку видавничо-поліграфічної галузі України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 51. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-51-42

References

1. Ponomarenkom, N. Sh., & Finahinam, O. V. (2005). *Osoblyvosti rozvytku informatsiinoho rynku [Peculiarities of information market development]*. Donetsk: Yugo-Vostok, Ltd [in Ukrainian].

2. Davydova, I. O., & Safonova, T. A. (2022). *Rynok informatsiinykh produktiv ta posluh [Market of information products and services]*. Kharkiv. [in Ukrainian].

3. Koshovyi, B.-P. O. (2023). Vchennia pro intelektualnu bezpeku natsii yak sotsialno-ekonomichnyi fenomen: do pytannia stanovlennia katehoriinoho aparatu [The doctrine of the intellectual security of the nation as a socio-economic phenomenon: on the issue of the formation of the categorical apparatus]. *Naukovi zapysky Lvivskoho universytetu biznesu ta prava – Scientific Notes of the Lviv University of Business and Law*, 36, 541–548. DOI: 10.5281/zenodo.13929204 [in Ukrainian].

4. Shpak, V. I. (Ed.) (2020). *Terminolohichniy slovnyk vydavnychoho biznesu [Terminological dictionary of the publishing business]*. Kyiv: Expres-obiava [in Ukrainian].

5. Holubovskyi, R. (2024). Tendentsii rozvytku knyzhkovoho rynku Ukrainy v umovakh viiny. [Trends of the Ukrainian book market during the war]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, 61. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-61-109 [in Ukrainian].

6. Yezhyzhanska, T. (2023). Knyzhkovi vydavnytstva Ukrainy v umovakh permanentnoi kryzy [Book publishing houses of Ukraine in conditions of permanent crisis]. *Visnyk Knyzhkovoï palaty – Bulletin of the Book*, 6, 29–35. DOI: 10.36273/2076-9555.2023.6(323).29-35 [in Ukrainian].

7. Vovk, N. S. (2022). Instrumenty populiaryzatsii vydavnychoho rynku v Ukraini: vplyv pandemii ta voiennykh dii [Tools for popularizing the publishing market in Ukraine: the influence of the pandemic and military operations]. *Informatsiia ta sotsium [Information and society]: proceedings of the 7th International Scientific and Practical Conference* (p. 78–80), Vinnytsia. Retrieved from <https://jias.donnu.edu.ua/article/view/14568> [in Ukrainian].

8. Sytnyk, V. (2023) Prodzah e-knyh ta audioknyh v Ukraini [Sales of e-books and audiobooks in Ukraine]. *Intehrovani komunikatsii – Integrated Communications*, 1 (15), 121–127. DOI: 10.28925/2524-2644.2023.1516 [in Ukrainian].

9. Kvasko, A., & Sukhorukova, O. (2023). Stan ta tendentsii rozvytku vydavnycho-polihrafichnoi haluzi Ukrainy [State and development trends of the publishing and printing industry of Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Societ*, 51. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-51-42 [in Ukrainian].

Посилання на статтю:

Богдан І. В. Функціональна структура та інфраструктурні засади книжкового ринку в умовах трансформації культурного простору. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. праць*. 2024. № 3–4. С. 57 – 66.

DOI: 10.31767/nasoa.3-4-2024.05

Link to the article:

Bohdan, I. V. (2024) Funktsionalna struktura ta infrastrukturni zasady knyzhkovoho rynku v umovakh transformatsii kulturnoho prostoru [Functional Structure and Infrastructural Foundations of the Book Market in the Context of the Transformation of the Cultural Space]. *Naukovyi visnyk Natsionalnoi akademii statystyky, obliku ta audytu – Scientific Bulletin of the National Academy of Statistics, Accounting and Audit*, 3–4, 57 – 66. DOI: 10.31767/nasoa.3-4-2024.05