

УДК 004.738.5 : 655.41] (1-87)



**Вікторія Каїді,**  
вчений секретар Наукової бібліотеки  
Національного фармацевтичного  
університету, аспірант ХДАК

## До питання розвитку електронного книговидання за кордоном

*Розглядаються основні напрями розвитку електронного книговидання за кордоном на сучасному етапі його становлення.  
Ключові слова: електронне книговидання, зарубіжний досвід, книжкова індустрія, соціальні комунікації.*

Популярність електронних книг і пристроїв для їхнього читання трансформує книжкову індустрію, змушуючи книговидавців активно адаптуватися до нових соціально-комунікаційних умов. У зв'язку з цим провідні західні книжкові мережі розвиваються в Інтернеті: розширюють спектр послуг, видавництва змінюють свою модель бізнесу, зокрема починаючи співпрацювати з непрофільними ритейлерами, активно входять в електронний бізнес. На міжнародному рівні відбувається процес генерування електронних видань у великих корпораціях, таких як Amazon, Apple, які створюють та розповсюджують електронні ресурси за власними бізнес-моделями, що, в свою чергу, призводить до монополізації галузі та електронного бізнесу [5]. На державному та місцевому рівнях окремих країн відбувається створення електронних видань окремими видавництвами, бібліотеками та іншими організаціями в значно менших масштабах [2].

Питанням розвитку електронного книговидання присвячено низку англійських публікацій [3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10], що зумовлює необхідність узагальнення світових тенденцій, пов'язаних із трансформацією книговидавничої галузі в сучасній системі соціальних комунікацій. При цьому варто зауважити, що недослідженим аспектом є визначення основних напрямів перебудови системи книговидання в електронному просторі з активним входженням електронного контенту як товарного продукту та елементу культурного надбання у процесі обміну інформацією між окремими індивідами та у суспільстві в цілому.

Мета статті полягає у визначенні основних напрямів розвитку електронного книговидання за кордоном на основі висвітлення досвіду електронного книговидання провідних країн світу.

Нині спостерігається зростання обсягів продажів більшості видавництв саме завдяки електронним книгам. Так, у 2010 р. прибуток англійського видавництва Bloomsbury від продажу електронних книг зріс у 18 разів, до 2,3 млн дол. — багато в чому завдяки американському ринку. Зростання продажів на 138% зафіксувало і Hachette Book Group, підрозділ французької Lagardere Publishing [2]. За даними міжнародного рейтингу Bowker Market Research's Global eBook Monitor, Австралія, Індія, Великобританія та США лідирують за рівнем читання, завантаження й купівлі електронних книг (під час дослідження в кожній країні опитування проводилося серед тисячі респондентів). У межах цього міжнародного рейтингу проводиться аналіз темпів придбання/читання електронних видань на основних ринках світу за підтримки аналітичної компанії Bowker. Експерти компанії зазначають, що на сьогодні ринок електронного книгови-

дання переживає експонентне зростання в усіх країнах світу, що не, в останню чергу, пов'язано з розвитком он-лайн-ритейлеру й розповсюдженням пристроїв для читання електронних книг [3]. Враховуючи сучасні реалії, видавцям та ритейлерам потрібно адаптувати свої мережі дистрибуції й загальну модель бізнесу під нові запити аудиторії, яка нині здебільшого надає перевагу електронним виданням як джерелам отримання соціально значущої інформації.

За результатами досліджень аналітичної компанії Bowker, найактивнішими покупцями/читачами електронних книг стали жителі десяти країн світу: Австралія, Бразилія, Франція, Німеччина, Індія, Японія, Південна Корея, Іспанія, Сполучене Королівство та США. Індія, Австралія та США лідирують за рівнем використання електронних книг: кожен п'ятий респондент здійснив купівлю електронних книг за півроку до початку проведення дослідження [3].

Кількісні показники придбання електронних книг респондентами з Франції та Японії є найменшими (5% й 8% відповідно), хоча ці показники покупців залежно від країни відрізняються, рівень обізнаності про ринок електронних книг в основних країнах досить високий: близько 80% респондентів у кожній з них знають про можливість завантажити книгу в цифровому форматі [4]. Це явище можна пояснити також з точки зору впровадження маркетингових комунікацій у традиційне та електронне середовище. Інформація про послуги та товари у вигляді електронних книг і контенту надається користувачам, таким чином, їх заохочують до придбання продуктів електронного книговидання. Електронні канали комунікації охоплюють читацьку аудиторію в значно більшому масштабі, ніж традиційні комунікаційні. Це надає можливість знаходити свою нішу багатьом суб'єктам книговидавничої діяльності в електронному просторі. Автором статті було здійснене дослідження, що стосується рівня впровадження електронних видань та спеціальних пристроїв для їхнього читання в Україні, що надало змогу провести порівняльний аналіз та зробити висновки з приводу того, який рівень використання та обізнаності про електронні книги й електронний контент мають українські користувачі порівняно із зарубіжними й додати отримані результати до дослідження, яке провели експерти компанії Bowker. Так, тільки 8% українських користувачів не знають про електронні книги, 82% зазначили, що мають уявлення про електронне книговидання та можливості, які воно надає, а близько 10% респондентів стверджують, що вже придбали спеціальні пристрої для читання електронного контенту й активно використовують їх (щоправда більшість надають перевагу безоплатному електронному контенту).

Моніторинг, проведений експертами компанії Bowker, свідчить, що ринок електронних книг швидко зростає в Бразилії та Індії. Більше 50% респондентів цих країн відзначили, що вони можуть купити електронні книги протягом найближчих шести місяців, цим самим кількість власників електронних книг в Індії зростає вдвічі, у Бразилії, відповідно, втричі. Близько 30% опитаних у Великобританії та США, як показав моніторинг, планують придбати пристрої для читання електронних книг найближчим часом, у Франції кожен п'ятий, у Японії — кожен сьомий [3]. Важливо наголосити, що автором не виявлені джерела щодо статистичних показників продажів, якісних та кількісних — щодо використання електронних видань та пристроїв для їхнього читання, організації їхнього збирання в Україні. Система збирання інформації про електронний ринок існує (так, у Росії функціонує науково-технічний центр "Інформрегістр", який веде реєстрацію та облік електронних видань від юридичних та фізичних осіб). Український електронний книжковий ринок нині знаходиться на етапі становлення, на відміну від низки європейських країн, США та Японії, де вже створені асоціації видавців електронної книги [1, с. 212].

Змінилася вікова й гендерна структура людей, які читають електронні книги, що засвідчили дослідження аналітичної компанії Bowker. У більшості країн найактивнішими покупцями електронних книг стали чоловіки (найвідчутніший розрив в аудиторії "чоловіки-жінки" спостерігається в Німеччині: 18% проти 8% респондентів, які придбали електронні книги за останні півроку) [3]. В Україні, за результатами соціологічного опитування, проведеного автором у рамках дослідження, відповідно 20% становлять чоловіки, жіночої аудиторії — 18%.

Аналітики компанії Bowker відзначають, що майже на всіх ринках спостерігається тенденція — чим старіші респонденти, тим менший відсоток кількості придбання електронних книг та інформації про них [3]. Україна — не виняток, що й показали результати анкетування. Найактивнішими покупцями, як наголошують закордонні дослідники, є респонденти з Індії, Бразилії, Великобританії, США, Франції віком 25—34 років; в Австралії, Іспанії, Німеччині, Південній Кореї та Японії — віком від 18 до 24 років. Закордонні експерти стверджують, що за жанровими ознаками контент, завантажений в електронні книги за останніх шість місяців, у різних країнах суттєво різняться, так, у Великобританії та Австралії перевагу віддають фантастиці, в той час як в Індії та Південній Кореї — професійним, діловим, науковим та навчальним електронним виданням [3]. На українських теренах спостерігається дещо інша ситуація — важко відстежити віковий діапазон покупців електронних книг, адже жодна традиційна чи електронна крамниця не веде статистики купівлі електронних книг ні за гендерним, ні за віковим аспектом, й нині можна знайти лише окремі дослідження, які не дають чіткої картини аналізованої ситуації на ринку електронних книжкових продуктів. За результатами анкетування, в Україні найактивнішими є покупцями від 25 до 34 років та від 18 до 24 років. Отже, можна стверджувати, що найбільш інформованими та зацікавленими в спеціальних електронних пристроях для читання електронного контенту та в електронних виданнях є саме молоді користувачі. Це пояснюється ще й тим, що сучасна молодь позитивно сприймає появу на інформаційному ринку країни нових гаджетів, активно використовує ті можливості, що надаються електронними виданнями та пристроями для їхнього читання, при цьому молоді користувачі також здійснюють моніторинг ринку ІТ, що сприяє кількісному збільшенню технічних засобів та якісному покращенню їхньої функції.

На думку експертів з товариства з вивчення споживчого попиту в Нюрнберзі, у Німеччині в 2010 році 540 тисяч

віддали перевагу електронним книгам, заплативши за них у цілому 21 млн євро. За даними дослідників, найбільшим попитом книги в цифровому форматі користуються у людей від 30 до 49 років. Найбільшим попитом у респондентів користується так звана "разова" література. 60% продажів припадає на белетристику, приблизно чверть (24%) — на книги розважального характеру та словники. Найменш популярні електронні путівники, а також книги для дітей та юнацтва. Дослідники наголошують на тому, що попит зростатиме паралельно з пропозицією. На сьогодні електронні книги реалізує лише кожне третє німецьке видавництво. Асортимент віртуальних книг німецькою не перевищує 40 тисяч найменувань (у паперовому вигляді — 1,2 млн). Німецькі аналітики відзначають, що донедавна про існування електронних книг знали 49% німців, зараз їх частка становить 62%. При цьому 78% респондентів запевняють, що не збираються відмовлятися від читання традиційних книг (у 2009 році їхня частка становила 83%). Головний і найбільш серйозний аргумент на користь електронних книг — економія місця (50% відповідей респондентів). 40% респондентів зазначили, що для них читання електронних книг означає бути сучасним. За даними голови Німецького союзу книжкової торгівлі А. Шкіпіса, у найближчі роки до продажів електронних книг збираються долучитися близько 80% видавництва ФРН. До 2015 р. частка їхньої реалізації книг, за попередніми прогнозами, перевищуватиме 16% від загального обсягу продажів (0,5% у 2010 р.). Якщо ці прогнози справдяться, найважче доведеться невеликим книгарням. Уже зараз домінування віртуальної торгівлі, що зростає з кожним роком, відтісняє їх на периферію книжкового ринку. За даними найбільшої німецької щоденної газети *Süddeutsche Zeitung*, до 2015 р. 20% площ у книжкових магазинах в Європі і США будуть вже не треба, ще 20% треба буде переорієнтувати [2]. В українських книгарнях також можна спостерігати тенденції згорання торговельних площ у точках торгівлі — вони переорієнтовані під супутню торгівлю (різна продукція на CD, DVD-дисках, канцтовари), знаходяться в аренді інших організацій або зовсім закриті (ця тенденція спостерігається в багатьох регіонах України, де орендна плата призводить до нерентабельності книжкової торгівлі).

Відповідно до статистики Асоціації американських видавців, яка вже майже десять років відстежує динаміку ринку електронних книг, їхній продаж нині виріс на 7,2% порівняно з 2010 р. й становить 357,4 млн доларів, а обсяг пристроїв для читання електронного контенту в кількісному відношенні відповідно зріс на 0,9% й становить 71,9 млн одиниць (на експорт в універсальному сегменті — художня література й нон-фікшн для дорослої та дитячої аудиторії). При цьому експерти Асоціації американських видавців зазначають, що нарощення обсягів продажів паперової продукції у вартісному співвідношенні зросло на 2,3%, а електронному — на 303,3% до 21,5 млн дол. (показники реалізації електронного контенту) й 303,3% до 3,4 млн одиниць (показники реалізації пристроїв для читання електронного контенту) [8]. На книжкових ринках інших країн, яким США постачає електронний контент, обсяг прибутків від експорту до континентальної Європи зріс на 14,7% (218,8% — для електронних, 9,5% — для друкованих книг), у Великобританію — на 22,9% (1316,8% — для електронних, 10,4% — для друкованих книг), до Латинської Америки — на 15,4% (201,6% — для електронних, 9,7% — для друкованих книг), в Африку — на 21,9% (636,8% — для електронних, 17,1% — для друкованих книг). Експерти відзначають, що зростання експортного продажу зберігається упродовж останніх років, й зміни розвитку галузі в найближчий час не передбачаються. Якщо раніше закордонні дистриб'ютори, особливо в неангломовних країнах, пропонували 5—10% найменувань книжкової продукції видавців США (переважно бестселери), нині з

широким впровадженням інтернет-технологій користувачі в багатьох країнах світу отримали можливість відслідковувати весь спектр найменувань. Зростаюча популярність електронних видань й зміна читацьких практик забезпечує легкий доступ до книг. Згідно з висновками вчених важливим є стратегічний підхід видавців, що сприятиме розширенню каналів продажу, маркетингу й дистрибуції за допомогою нових засобів, зокрема соціальних медіа. Американські видавці експортують у середньому 90% найменувань книг у різних форматах й співпрацюють приблизно з 15 тис. ритейлерів у 200 країнах світу [8]. Слід відзначити, що нині спостерігається тенденція до швидкого розширення електронного книжкового ринку в країнах Європи, які, можливо, у майбутньому зрівняються за показниками з передовими країнами світу, такими як США та ін.

Варто зазначити, що у Європі ситуація дещо інакша. На європейські країни, за оцінками експертів британської дослідницької компанії Futuresource Consulting, що спеціалізується на вивченні ринку споживчої електроніки, мультимедіа та IT-технологій, у 2010 році припало лише 10% загальносвітових продажів електронних книг, з них на Великобританію — 2%, але аналітики компанії Futuresource Consulting, які намагаються визначити ймовірну динаміку розвитку електронного книговидавництва, стверджують, що до 2016 р. у Великобританії обсяг продажів електронних книг та електронного контенту може зрости на 40% від нинішніх показників, хоча вчені пояснюють причину такого відставання в тому, що в Європі електронні книги й платформи для їхнього читання були запуснені у виробництво набагато пізніше, ніж в США [9].

У світі немає єдиної оцінки обсягу ринку електронних видань. Так, згідно з дослідженням, проведеним компанією Price Waterhouse Coopers (в основу якого лягли дані, отримані від 40 представників книжкового ринку США, Великобританії, Німеччини й Голландії, а також результати он-лайн-опитування тисячі покупців електронних книг), обсяг продажів електронних книг у США у 2010 році становив приблизно 1,5 млрд дол., тобто 7,2% книжкового ринку. До 2015 року цей сегмент може зрости приблизно до 5,6 млрд дол., і його частка в цьому випадку становитиме 22,5% [6]. Існують й інші думки про поточний обсяг американського ринку електронних видань: за даними американської маркетингової компанії Forrester Research, у 2011 році він досяг 1,3 млрд дол. За оцінкою головного аналітика компанії Джеймса Макківі, до 2015 року він становитиме вже 3 млрд дол. Фахівці припускають, що за темпами розвитку сегмента ринку європейські країни не зможуть наздогнати США, хоча зростання продажів буде вельми вражаючим. Наприклад, у Великобританії їх у 2010 р. було продано на 52 млн дол. — 1,5% книжкового ринку. До 2015 р. показники зростуть відповідно до 14,2% і 534 млн дол. [7]. Експерти Futuresource Consulting вважають, що до 2014—2015 рр. кожна з 13 електронних книг реалізуватиметься на британському ринку. Таку думку експертів поділяють й більшість британських видавництв. В інших європейських країнах картина гірша. До 2015 р. частка електронних видань може зрости від 6,3% книжкового ринку у Німеччині — до 4,4% у Голландії [9].

Російські автори виходячи з того, що сектор електронних видань розвивається, він компенсуватиме поступове зниження продажів друкованих та аудіокниг, що буде спостерігатися як у США, так і у Великобританії. Тому книжковий ринок буде зростати — згідно з прогнозом, у 2015 р. — на 3,2% у США і 1,3% у Великобританії [2].

За результатами опитування, проведеного американським постачальником електронного контенту Aptara, книги в електронному форматі в кінці 2010 р. у США випускали 64% видавців. Результати опитування співробітників низки

видавництв дали змогу з'ясувати, що цифрову продукцію виробляють 74% з них, приблизно така сама частка долучених до випуску електронних книг наукових видавництв. 71% респондентів тих видавництв, де не випускають книги в електронному форматі, не назвали конкретної причини їхньої відсутності на ринку, що розвивається. Серед основних причин, які спонукають до оцифрування старих книг з бекклістів, представники універсальних видавництв вказали — маркетинговий попит й бажання продовжити "життя" книгам, що перейшли в категорію тих, що не потребують друку. При цьому 66% видавців не мають достатньо чіткого уявлення про те, чи окуплюються витрати на цифрову продукцію, чи доцільніше випускати традиційну друковану книгу. Більше 15% опитаних дали позитивну відповідь, 13% стверджують протилежне. Аналітики компанії Aptara вважають, що неясність ситуації пов'язана з тим, що для виробництва електронних книг поки що використовуються застарілі технології, які не дають змоги скоротити витрати. Поки технічна сторона процесу буде вдосконалюватися, старі книги активніше будуть переводитися в цифрову форму, відповідно збільшиться їхня кількість й їхня реалізація приносити значні прибутки [4].

Згідно з висновками закордонних вчених, серед видавців, котрі випускають цифрові книги, 38% продають їх за допомогою власних інтернет-ресурсів, 37% співпрацюють з компанією "Amazon", 22% (порівняно з 9% в 2009 р.) — "Apple". В останньому випадку враховувався не тільки ритейлер iBooks, а й канали розповсюдження програм. 45% видавців повідомили, що основною складністю для них під час випуску електронних книг стали проблеми сумісності форматів з різними пристроями для читання електронних видань. У 2009 р. кількість тих, які зіткнулися з цією проблемою, було значно менше — 21%, це аналітики пов'язують насамперед з постійною появою на ринку нових пристроїв, що уможливають читання електронних книг. Загалом майже половина (49%) видавців повідомили, що у найближчому майбутньому планують приділяти значно більше уваги електронним виданням. Найбільшим гравцем на ринку електронного контенту є компанія "Amazon", чистий прибуток якої за підсумками 2011 р. зріс на 28% й становить 1,15 млрд дол., а загальний — на 36% і досяг 12,95 млрд дол. Найбільшу частину доходу за квартал приніс північноамериканський ринок (США і Канада), де зростання склало 45% до 7,2 млрд дол. Підрозділи в Німеччині, Великобританії, Франції, Італії, Китаї та Японії принесли "Amazon" 5,74 млрд дол. прибутку, що на 26% більше, ніж у 2010 році. Світові продажі в сегменті медіаоварів, до якого входить друкована та електронна книжкова продукція, зросли на 12% і становлять 5,23 млрд дол., а в сегменті електроніки та товарів змішаного асортименту, куди входить електронний рідер Kindle — відповідно 60% до 7,39 млрд дол. Під час дослідження з'ясовано, що електронні книги реалізуються в значно більшій кількості, ніж їхні друковані версії. У середньому, як з'ясовано за підсумками дослідження: на кожну сотню проданих книг у м'якій обкладинці припадає 115 електронних видань (без урахування безоплатних). В асортименті одного з провідних електронних магазинів (Kindle Store) станом на початок лютого 2011 р. налічувалося більше 810 тисяч цифрових видань, з них близько 670 тисяч продавалося за ціною 9,99 долара або менше [2].

За оцінками Forrester Research, продажі Nook у 2010 р. досягли 2 млн дол. (в кінці 2009 р. найбільший в США книжковий ритейлер Barnes & Noble, керуючий більш ніж 700 торговими точками по країні, запустив у продаж власний пристрій для читання електронних книг Nook), за словами генерального директора Barnes & Noble Вільяма Лінча, нині частка ритейлера на американському ринку електронних книг становить 25%, а це значно перевищує частку компанії в сегменті традиційних книг [7].

Нині спостерігається перегляд умов взаємодії з ритейлом. Зміна полягає в тому, що видавництво саме встановлюватиме ціни на електронні книги, а ритейлери отримають право брати комісію у розмірі 30% від вартості продукції. Перехід на агентську модель, при якій видавець сам встановлює роздрібну ціну на електронні книги, був прийнятий п'ятьма з шести великих міжнародних видавничих груп, серед яких і "Random House", що призвело до перерозподілу доходу між партнерами на користь видавців (70% проти 30% — ритейлу). Але ця модель на практиці виявилась збитковою [2]. І хоча низка середніх видавництв, як і раніше, дотримуються класичної моделі постачання книг у торгівлю за встановленою оптовою ціною з обумовленою знижкою, цілком ймовірно, що і у сфері електронного книговидавання поширяться практика застосування фіксованих роздрібних цін, якщо не у формі договору, то у вигляді конвенціональної домовленості.

Агентську схему роботи з провідними видавцями прийняв й Google ebookstore. Найбільша в світі колекція електронного контенту Google Editions становить сьогодні понад 3 млн найменувань, включаючи близько півмільйона пропонувань для продажу. Ціна на книги коливається в діапазоні від 7 до 300 доларів, оскільки сервіс включає технічні, професійні та наукові видання, але не перевищує 80% від мінімальної ціни паперової версії. На сьогодні контракт з Google уклали близько 4 тисяч книговидавців. Керівництво компанії планує просувати ідеологію сервісу, що не залежить від типу пристрою для читання електронних видань (на відміну від концепції "Amazon"). Відібрані та придбані користувачем книги зберігаються на віддаленому сервері Google (у хмарі) в особистій он-лайн-бібліотеці і доступні з будь-якого пристрою: комп'ютера (тільки в браузерях Chrome або Safari), смартфона (з Android або iPhone), планшета або букридера. При цьому питання щодо застосування DRM-захисту до свого контенту є рішенням видавця. Для захищених книг такі опції, як "вирізати і вставити", "роздрукувати" або "поділитися з другом" відсутні. Доступ до бібліотеки здійснюється за паролем, як до поштової скриньки. Якщо книга читалася он-лайн, програма робить віртуальну закладку і відкриває її на тій самій сторінці на будь-якому іншому пристрої. Після відключення від Мережі кешована книга зберігається на гаджеті до моменту його виключення, і, щоб наступного разу її відкрити, необхідно знову вийти в Мережу.

Серйозну загрозу для розвитку електронного книговидавання представляє проблема піратства. У 2010 р. американські дослідники оприлюднили дані, згідно з якими лояльність користувачів Мережі щодо нелегальних цифрових копій книг зростає великими темпами. Так, компанія "Attributor", яка активно займається веб-моніторингом, провела дослідження з вивчення популярності піратських електронних книг серед користувачів Інтернету. Було виявлено, що кількість он-лайн-запитів безоплатних завантажень піратських електронних видань у період з серпня 2009 р. по серпень 2010 р. зросла більше ніж у двічі. Щодня пошуковик Google фіксує від 1,5 до 3 млн подібних запитів. З моменту появи планшетного комп'ютеру iPad у широкому продажі в травні 2010 р. попит на піратські електронні книги виріс на 20%. Поступово набирають також популярність невеликі ресурси, що пропонують доступ до нелегального контенту. За ступенем активності на ниві піратства серед країн у лідери вийшли США (11% користувачів), Індія (11%) і Мексика (5%). В цілому, як відзначають фахівці Attributor, зростаюча лояльність користувачів до нелегального книжкового контенту в черговий раз свідчить про те, що піратство в Мережі продовжує прогресувати [10].

Отже, розглянуті моделі розвитку електронного книговидавання за кордоном свідчать про активні процеси трансформації книговидавничої галузі, домінування електронних

видань у процесі отримання інформації, зміну культури читання, формування особливого електронного комунікаційного середовища, в якому відбувається становлення персонального книговидавання, і в якому автор має можливість презентувати свої роботи без допомоги низки книговидавничих організацій й безпосередньо спілкуватися з читачем. Спостерігається розширення каналів отримання електронних видань: безпосередньо від автора, через електронні видавництва, електронні магазини та традиційну систему книгорозповсюдження. Ці процеси активно розвиваються завдяки впровадженню маркетингових комунікацій у традиційне та електронне середовище, які, в свою чергу, заохочують користувачів до придбання електронних видань та пристроїв для їхнього читання. Електронні канали комунікації охоплюють читацьку аудиторію в значно більшому масштабі, ніж традиційні, й надають можливість знаходження своєї ніші багатьом суб'єктам книговидавничої діяльності в електронному просторі, цей вид комунікації активно використовують книговидавці США, завдяки чому їхній електронний книжковий ринок постійно розширюється.

Подальших досліджень потребує визначення особливостей функціонування українських електронних видавництв.

#### Список використаної літератури

1. *Альт К.* Книга на екрані: стратегія продукту і продаж : інтерв'ю з Зигрид Леш / К. Альт // Современное книгоиздание : сб. материалов по проекту "Повышение квалификации специалистов издательского дела стран Восточной Европы и Центральной Азии, 2009—2011 гг." / [науч. ред. пер. О. С. По ; пер. с нем.: А. Н. Серегина, М. А. Рыклина]. — М., 2010. — С. 209—225.
2. *Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития : отраслевой доклад / Б. В. Ленский, А. Н. Воропаев, А. А. Столяров ; под общей ред. В. В. Григорьева ; Федерал. агентство по печати и массовым коммуникациям, Упр. период. печати, книгоиздания и полиграфии.* — М., 2011. — 81 с. — Режим доступа: [kommersant.ru/Docs/2011/Doklad\\_kniznii\\_rinok.pdf](http://kommersant.ru/Docs/2011/Doklad_kniznii_rinok.pdf). — Загл. с экрана.
3. *Bowker releases results of global ebook research.* — Access mode: [http://www.bowker.com/en-US/aboutus/press\\_room/2012/pr\\_03272012.shtml](http://www.bowker.com/en-US/aboutus/press_room/2012/pr_03272012.shtml). — The title from the screen.
4. *Cassidy C.* The 4<sup>th</sup> annual ebook production survey issued, tracking publisher's transition from print to digital / C. Cassidy, M. Prosser. — Access mode: [www.aptaracorp.com/news/article/4th-annual-ebook-production-survey-issued/](http://www.aptaracorp.com/news/article/4th-annual-ebook-production-survey-issued/). — The title from the screen.
5. *Falcone J. P.* Kindle vs. Nook vs. iPad: which e-book reader should you buy? / J. P. Falcone. — Access mode: [http://news.cnet.com/8301-17938\\_105-20009738-1/kindle-vs-nook-vs-ipad-which-e-book-reader-should-you-buy](http://news.cnet.com/8301-17938_105-20009738-1/kindle-vs-nook-vs-ipad-which-e-book-reader-should-you-buy). — The title from the screen.
6. *Global entertainment and media outlook: 2011—2015.* — Access mode: [www.pwc.com/gx/en/global-entertainment-media-outlook/index.jhtml](http://www.pwc.com/gx/en/global-entertainment-media-outlook/index.jhtml). — The title from the screen.
7. *Ebook buying is about to spiral upward / J. L. McQuivey, Ph. D., M. Mulligan, A. E. Corbett.* — Access mode: [www.forrester.com/eBook+Buying+Is+About+To+Spiral+Upward/fulltext/-E-RES57664](http://www.forrester.com/eBook+Buying+Is+About+To+Spiral+Upward/fulltext/-E-RES57664). — The title from the screen.
8. *Sporkin A.* Us publishers see rapid sales growth worldwide in print and e-format / A. Sporkin. — Access mode: <http://www.publishers.org/press/68/>. — The title from the screen.
9. *Tablet ownership to increase by 200% in USA and Western Europe in the next two years.* — Access mode: <http://www.futuresourceconsulting.com/press.html>. — The title from the screen.
10. *The state of online book piracy 2011.* — Access mode: [www.atributor.com/data/php/research/235-the-state-of-online-book-piracy-2011.php](http://www.atributor.com/data/php/research/235-the-state-of-online-book-piracy-2011.php). — The title from the screen.

*Рассматриваются основные направления развития электронного книгоиздания за рубежом на современном этапе его становления.*

*The basic directions of development of electronic publishing abroad at the present stage of its formation.*

Надійшла в редакцію 3 вересня 2013 року