

П. П. Лазановський

доцент, доцент кафедри підприємництва та маркетингу
Української академії друкарства, м. Львів

А. О. Єременко

аспірант кафедри підприємництва та маркетингу
Української академії друкарства, м. Львів

ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ КНИГОВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ МЕТОДОМ КОРЕЛЯЦІЙНО- РЕГРЕСІЙНОГО АНАЛІЗУ

Акцентовано увагу на особливій доцільності аналітичних досліджень функціонування книговидавничої діяльності різних управлінських рівнів у сьогодишніх умовах глобальної економічної кризи. Виділено факторні та результативні ознаки книговидавничої діяльності. На прикладі Львівської області охарактеризовані зв'язки між визначеними ознаками відповідно до отриманих значень коефіцієнтів кореляції та детермінації. Встановлено, що на випуск кількості назв книжкової продукції Львівської області позитивний вплив здійснює зміна чисельності зайнятого населення в віці 15-70 років, а на їх наклад – наявний дохід на одного мешканця, середньомісячна заробітна плата одного працівника в області та рівень споживчих цін на книжки. Отримано значення коефіцієнтів рівняння регресії, за якими охарактеризовано тенденції розвитку книговидавничої діяльності Львівської області в перспективі в частині тематичного діапазону та накладів книжкової продукції.

Ключові слова: видавнича діяльність, видання, наклад видань, кореляційно-регресійний аналіз, факторні та результативні ознаки, прогноз.

Lazanovsky P., Yeremenko A. INVESTIGATION OF BOOK PUBLISHING ACTIVITY OF LVIV REGION BY CORRELATION AND REGRESSION ANALYSIS

Special attention is paid to the reasonability of analytical research of publishing activity functioning at various management levels under current conditions of global economic crisis. Factor and results features of publishing activity are outlined. On the example of Lviv region the relationship between the defined features are characterized in accordance with the received indicators of correlation and determination coefficients. The fact that the number of titles of book production in Lviv region is positively influenced by a change in the number of employed persons aged 15 - 70 years and that the disposable income per capita, the average wage per employee in the area and the level of consumer book prices impacts their issue is proved. The construction of regression equations by the factor signs and obtaining the values of its coefficients allowed identifying the trends of publishing activity of Lviv region for the future in terms of thematic range and issues of book production.

Keywords: publishing, edition, issue of publications, factor and resulting signs, forecast.

У сьогодишніх непростих умовах глобальної економічної кризи функціонування певного напрямку діяльності (бізнесу) на рівні держави, регіону (області) чи інших територіальних одиниць, аж до конкретного підприємства (організації), залежить від дуже багатьох чинників. За таких обставин нині, як ніколи, усьому менеджменту цих організаційних структур, підприємцям з метою подальшого вироблення ефективних управлінських рішень слід давати правильну оцінку цим чинникам, аналізувати їх вплив на ту чи іншу діяльність. Причому, на наше переконання, таку роботу потрібно вести систематично, незалежно від того, чи діяльність на даний час є проблемною чи успішною. Зважаючи на різнобічний характер чинників впливу на відповідні напрями діяльності, для отримання об'єктивних результатів аналізу необхідно послуговуватися при його проведенні розробленими науковцями і апробованими на практиці методиками та методами. До одних із таких методів належить кореляційно-регресійний аналіз (КРА) взаємозв'язку між економічними (і не тільки) факторами та показниками діяльності з можливістю передбачати за його результатами тенденції її розвитку. Потребує такого

рівня аналітичного дослідження й регіональна книговидавнича діяльність, яку також не оминули численні проблеми організаційного та економічного характеру, що вимагають свого теперішнього вирішення, особливо, один із її найважливіших напрямів – видання книжкової продукції, яка нині опинилася в кризовому стані через появу на ринку конкурентних для неї джерел отримання інформації.

На цих проблемах слушно акцентують увагу чимало сучасних українських дослідників, серед яких – О. Афонін [1], В. Базилюк [2], Т. Верба [3], С. Водозлазка [4], С. Палига [5], В. Теремко [6], Л. Швайка [7], Х. Яермик [8] та інші. Різні сторони функціонування книговидавничої діяльності турбують і зарубіжних науковців та практиків, але, на нашу думку, вивчення зарубіжного досвіду провадження видавничого бізнесу потребує окремого розгляду.

В переважній більшості наукових праць, присвячених вивченню книговидавничої діяльності на регіональному рівні, розглядаються питання її організації, управління, аналізу результатів тощо з подальшою констатацією умов і наслідків функціонування, надаються пропозиції щодо вдосконалення, але без відпо-

відного заглиблення до рівня окремих її складових (наприклад, за книжковою, журнальною, газетною спеціалізацією), без урахування особливостей розвитку регіонів (спеціально-демографічних, вікових, мовних та інших). Віддаючи належну оцінку отриманим на сьогодні результатам фахових наукових досліджень цієї проблематики, зазначимо, що своєрідним упущенням у них є недостатнє, або майже відсутнє використання математичного апарату, який, на нашу думку, може забезпечувати отримання точних, найбільш якісних висновків щодо стану й перспектив розвитку книговидавничої діяльності в регіонах. Саме з огляду на останнє твердження сформульована *мета статті – дослідження причин та наслідків (в їхньому взаємозв'язку) книговидавничої діяльності Львівської області з використанням методу кореляційно-регресійного аналізу та накреслення актуальних шляхів її розвитку в найближчій перспективі*.

З окресленої мети статті зрозуміло, що для її дослідження нами пропонується використання елементів кореляційно-регресійного аналізу, суть і методика якого достатньо добре розкриті у фахових джерелах [9].

Коефіцієнт кореляції показує щільність зв'язку між факторами (причинами) ознаками і результативною (наслідком) ознакою. Кожна результативна ознака залежить від декількох факторних. Вибір факторних та результативних ознак функціонування книговидавничої діяльності Львівської області здійснений нами з урахуванням, по-перше, наявного масиву статистичних даних [10], а, по-друге, встановлення можливого причинно-наслідкового зв'язку між факторними та результативними ознаками на основі попереднього аналізу. Таким чином:

1) у якості факторних ознак (X), які на основі попереднього аналізу мають вплив на результативні ознаки (Y) функціонування книговидавничої діяльності Львівської області обрані значення показників її соціально-економічного розвитку та результатів книговидавничої діяльності за аналізований період, серед яких наявний дохід на одну особу (X_1), середньомісячна номінальна заробітна плата одного працівника (X_2), індекс споживчих цін на книжки (X_3), індекс споживчих цін на товари і послуги (X_4), середня чисельність населення області (X_5), кількість зайнятих у віці 15-70 років у області за методологією МОП (X_6);

2) у якості результативних ознак прийнята кількість назв видань (Y_1), які були випущені в області протягом аналізованого періоду, та загальний наклад видань (Y_2).

Вважаємо за доцільне внести певні роз'яснення щодо суттєвості (попереднього аналізу) такого вибору ознак. Вибір X-факторних ознак здійснений з урахуванням наступних аргументів:

– наявний дохід у розрахунку на одну особу (X_1) характеризує можливість населення використовувати певні кошти на особисте споживання, в тому числі зрозуміло, що частина їх може бути спрямована й на придбання книжкової продукції, а, отже, цей показник тому й увійшов до аналізу. При цьому для подальших обчислень був прийнятий саме наявний дохід, а не реальний, який, як відомо, включає величину наяв-

ного доходу з поправкою на зміну цін, бо вважаємо за доцільне враховувати вплив споживчих цін на Y_1 та Y_2 в якості самостійного фактора;

– середньомісячна номінальна заробітна плата 1-го працівника області (X_2) також введена в аналіз з огляду на можливий взаємозв'язок її з придбанням населенням книжкової продукції. При цьому ми виходимо з того, що саме за основу треба брати номінальну зарплату, а не реальну, бо індекс споживчих цін буде врахований як самостійний фактор;

– індекс споживчих цін на товари й послуги (X_4) та індекс споживчих цін на книги (X_5) також можуть впливати на обсяги випуску та реалізації книговидавничої продукції, оскільки їх величина завжди співставляється з доходами населення, як засобом покриття цінкових витрат на книжкову продукцію;

– обсяги випуску книговидавничої продукції можуть залежати як від загальної (середньої) чисельності населення області (X_5), так і тієї його частини, яка є найбільш читабельною, а саме, чисельності населення в віці 15-70 років (X_6). Тому значення цих двох факторних ознак також були закладені в аналіз на предмет отримання відповіді щодо їх корелювання з Y_1 та Y_2 .

Вибір результативних ознак зроблено, виходячи із наступних міркувань:

– кількість назв видань та їх загальний наклад – це два універсальні показники, якими характеризується книговидавнича діяльність як окремо взятого видавництва, так і їх сукупності (як це і є в нашому випадку) на рівні області. Кількість назв видань (Y_1) свідчить про ступінь задоволення читацького попиту щодо асортименту книжкової видавничої продукції – художньої, наукової, відомчої, навчальної, службової, літератури для дітей та дорослих тощо. Загальний наклад видань (Y_2) свідчить про їх актуальність, попит на них протягом певного періоду часу.

Таким чином, відповідно до окресленої мети дослідження, одне з його завдань далі полягає в тому, щоб визначити щільність зв'язку x-факторних ознак з у-результативними ознаками шляхом розрахунку коефіцієнта кореляції (r_{yx}), для чого була складена програма мовою Paskal. Вихідні дані для розрахунку r_{yx} представлені в табл. 1. При цьому, для формування масиву даних нами свідомо обраний часовий проміжок у 6 років (з 2010 року по 2015 рік), бо саме інтервал у 4-6 років на думку фахівців, з якою ми також погоджуємося, відображає характерні зміни в нинішніх кризових вітчизняних економічних процесах. На сьогодні для бізнесу важливо швидко реагувати на ці зміни, визначатися з напрямками свого розвитку на найближчу перспективу (навіть у 2-3 роки), виходячи із характерних тенденцій і взаємозалежностей, які склалися для нього також за попередні 3-5 років. Аналіз кореляційного зв'язку за більш тривалі періоди (10-15 років) між факторними і результативними ознаками можуть вести до отримання оцінок, які становитимуть основу для прийняття неефективних рішень у видавничому бізнесі через їх віддаленість від сучасного моменту його розвитку.

В науковій літературі містяться різні підходи (шкали) щодо оцінки щільності зв'язку між факторами за величиною коефіцієнта кореляції, тому для

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ПЕРІОДУ УКРАЇНИ

інтерпретації отриманих нами значень r_{yx} вибрана «таблиця Чеддока», яка дає можливість, на нашу думку, найбільш детально охарактеризувати цю щільність.

Оскільки коефіцієнт кореляції змінюється в інтервалі від -1 до +1, то знак «+» вказує на прямий, а знак «-» на обернений зв'язок між факторами.

Для оцінки ступеня впливу факторної ознаки на результативну визначався парний коефіцієнт детермінації, d ($d = r^2 \times 100$), який показує наскільки відсотків результативна ознака залежить від факторної.

Отримуючи за результатами розрахунку значення U можемо передбачити тенденції розвитку книговидавничої діяльності області на перспективу.

Таблиця 1

Вихідні значення факторних та результативних ознак книговидавничої діяльності Львівської області

Роки	Найвищий дохід у розрахунку на 1 особу, грн. (X_1)	Середньомісячна номінальна зарплата 1 працівника в області, грн. (X_2)	Індекс споживчих цін на книжки (X_3)	Індекс споживчих цін на товари і послуги (X_4)	Середня чисельність населення, тис. осіб (X_5)	Чисельність зайнятих у віці 15-70 років, тис. осіб (X_6)	Випуск книжок і брошур	
							назв (Y_1)	тис. прим. (Y_2)
2010	16513,8	1941,5	1,048	1,097	2547,2	1096,7	1424	960,3
2011	19204,4	2244,0	1,028	1,049	2542,8	1100,7	1373	1170,5
2012	21992,3	2578,0	1,004	0,993	2540,8	1099,9	1367	1123,7
2013	23138,3	2789,0	1,021	1,002	2538,4	1104,7	1502	1269,3
2014	23595,2	2961,0	1,169	1,267	2538,1	1038,2	1360	1175,4
2015	28796,0	3646,0	1,338	1,452	2538,0	1042,0	1389	1161,3

Складено авторами за даними [10; 11].

Таблиця 2

Результати кореляційно-регресійного аналізу книговидавничої діяльності Львівської області

Факторна ознака (X)	Коефіцієнт кореляції (r_{yx})	Коефіцієнт детермінації (d)	Рівняння регресії ($y_x = a_0 + a_1x$)
I. Кількість назв видань (Y_1)			
X_1	-0,0723	+0,005	$y_1 = 1423,14 - 0,001x_1$
X_2	-0,085	+0,007	$y_1 = 1423,11 - 0,008x_2$
X_3	-0,027	+0,001	$y_1 = 1527,16 - 113,2x_3$
X_4	-0,335	+0,112	$y_1 = 1516,44 - 99,65x_4$
X_5	-0,008	+0,00	$y_1 = 1697,87 - 0,116x_5$
X_6	+0,450	+0,203	$y_1 = 567,74 + 0,773x_6$
II. Кількість примірників видань (Y_2)			
X_1	+0,830	+0,689	$y_2 = 965,94 + 0,009x_1$
X_2	+0,374	+0,140	$y_2 = 977,86 + 0,006x_2$
X_3	+0,903	0,815	$y_2 = 1065,66 + 70,61x_3$
X_4	+0,006	0,000	$y_2 = 1139,40 + 3,52x_4$
X_5	-0,843	0,714	$y_2 = 61233,80 - 23,65x_5$
X_6	-0,126	0,016	$y_2 = 1384,57 - 0,22x_6$

Розраховано авторами.

Отримані результати дослідження причинно-наслідкових зв'язків щодо функціонування та розвитку книговидавничої діяльності Львівської області слугують підставою для наступних висновків:

– кількість назв видань, що виходять у області, може незначно збільшуватися лише під впливом чисельності зайнятого населення в віці від 15 до 70 років. Очевидно, логічне пояснення цьому знаходимо в тому, що населення саме цього віку має чітко сформовані читацькі смаки і готове придбати книжкову продукцію видавництва того змісту, який задовольнятиме їх уподобання. Це означає, що видавці при формуванні тематичних планів видавництва повинні вести соціологічні опитування населення області на предмет вивчення їх читацьких уподобань і на основі них «брати в роботу» видання відповідного змісту. Зважаючи на те, що щільність зв'язку цього фактора з результуючим фактором помірна, коефіцієнт детермі-

нації також відносно невисокий – 0,203 (20,3%), коефіцієнт регресії $a_1 = 0,773$, тому при зростанні чисельності населення області в цьому віці на 1,0 тис. осіб видавництва можуть збільшувати кількість назв книжок практично лише на одиницю. Інакше кажучи, зміна чисельності населення цього вікового діапазону на 1 тис. осіб практично не впливає на зміну його читацьких інтересів у цілому. Тобто на загал, книговидавнича політика видавництва області за тематичним діапазоном (назвами) літератури має відносну стабільність, яка досягається ефективними заходами вивчення читацьких смаків. Решта факторних ознак цього спрямування мають обернений зв'язок з результуючою ознакою y_1 , але брати їх до уваги у книговидавничій практиці області обов'язково;

– аналіз результатів дослідження причинно-наслідкових зв'язків між факторами щодо випуску кількості примірників видань у області вказує на принци-

пово інші, відмінні від першої групи взаємозв'язків (за назвами) тенденції. Так, очевидно, що на тиражну політику видавництва позитивний вплив мають такі фактори як зростання цін на книжкову продукцію ($r_{yx} = 0,903$ – дуже сильний зв'язок між факторами), наявний дохід в області на одну особу ($r_{yx} = 0,83$ – сильний зв'язок між факторами) та середньомісячна номінальна заробітна плата одного працівника області ($r_{yx} = 0,374$ – помірний зв'язок між факторами). Підвищення цін на книжкову продукцію приносить видавцям додаткові доходи і воно є для них своєрідним стимулом до збільшення її накладів, але з іншої сторони необдумане зростання цін може вести до появи на ринку залишків нереалізованої продукції, тому для вирішення цього протиріччя їм необхідно розробляти заходи ефективної книговидавничої маркетингової політики. У прямій залежності з величиною накладів видань знаходяться X_1 та X_2 факторні ознаки, що також має логічне обґрунтування. Однак, за цими факторними ознаками необхідно внести певні роз'яснення щодо величини коефіцієнта a_1 рівняння регресії. Як бачимо, для факторних ознак X_1 та X_2 коефіцієнт a_1 наближається до нуля, тобто це фактично означає, що зростання наявного доходу та середньомісячної номінальної зарплати одного працівника області слугують позитивним сигналом для видавців щодо можливості підвищення накладів видань, але воно має бути дуже поміркованим (зваженим), бо на кожну гривню зростання цих показників (факторних ознак) збільшення числа примірників видань становить лише 0,009 та 0,006 примірника за X_1 та X_2 факторними ознаками відповідно. Щодо величини коефіцієнта a_1 для X_3 -факторної ознаки, то тут з рівняння регресії бачимо, що навіть при збільшенні індексу споживчих цін на книжки на 0,01 пункта (1,0%) видавництва області можуть розраховувати на загальне збільшення випуску кількості примірників видань до 70,61 тисячі. Очевидно, що в цій ситуації «спрацює» правило: зростання цін на високоякісну, змістовну книгу є виправданим для видавця та покупця, який не шкодує власних коштів для її придбання.

В оберненому зв'язку з U_2 знаходиться X_5 -факторна ознака ($r_{yx} = 0,843$) та в оберненому слабкому зв'язку – X_6 -факторна ознака ($r_{yx} = 0,126$). Це означає, що на сьогодні зростання середньої чисельності населення та чисельності зайнятих у віці 15-70 років у області не ведуть до збільшення кількості книжок на ринку. Пояснення тут, на думку авторів, слід шукати у загальносуспільному зниженні інтересу населення до читання, відсутності на ринку змістовної книги, отриманні значної кількості потрібної споживачу інформації через Інтернет-мережу тощо.

Про зниження читабельності населення області свідчать і від'ємні значення коефіцієнта a_1 у рівняннях регресії факторних ознак X_5 та X_6 . Зважаючи на ці обставини, видавцям необхідно формувати всю тиражну політику в області на принципово нових засадах – видавати лише високоякісну, корисну, цікаву книжку, що тільки й може змінити світогляд читача на її користь та створити в такий спосіб умови для збільшення накладів.

З огляду на отримані результати кореляційно-регресійного аналізу функціонування книговидавничої

діяльності Львівської області можна зробити наступні заключення:

– отримати реальну «картину» книговидавничої діяльності області (регіону) можна лише на основі використання якісних методик і методів її аналізу, що можуть забезпечити високу точність дослідження, серед яких цілком можна розглядати також і метод кореляційно-регресійного аналізу, ефективність якого доказана в цій науковій публікації;

– на тематичний діапазон книжкових видань у області незначний позитивний вплив має лише чисельність зайнятого населення в віці від 15 до 70 років, тобто того його прошарку, який має чітко сформовані читацькі смаки. В зв'язку із цим видавцям необхідно враховувати цей факт при складанні видавничих портфелів як такий, що забезпечуватиме зростання кількості назв видань у ньому. Решта визначених факторних ознак мають від'ємний вплив на зміну числа назв видань у області;

– на тиражну політику видавництва Львівської області позитивно впливає зростання цін на книжкову продукцію, збільшення наявного доходу на одну особу та зростання середньомісячної заробітної плати одного працівника області. Враховувати вплив цих факторних ознак видавцям необхідно в поєднанні з ефективними заходами маркетингової товарної політики, оскільки значення коефіцієнта регресії для них невисокі;

– збільшення середньої чисельності населення та чисельності зайнятих у віці 15-70 років у області не є для видавців підставою щодо збільшення кількості примірників книжкової продукції. На сьогодні, в зв'язку із зниженням читабельності населення в цілому ці показники перебувають у оберненій залежності, що пояснюється отриманням ним значної кількості інформації через Інтернет-мережу. Тому змінити ситуацію на краще в контексті впливу на тиражну політику саме цих двох факторних ознак можливо лише шляхом підвищення читацького інтересу населення області завдяки появі на ринку якісно нових видань, у тому числі й перекладних;

– ефективність усієї книговидавничої діяльності в області залежить і від цілого ряду інших факторних ознак (наприклад, інвестицій), які би треба було також ввести до кореляційно-регресійного аналізу, але які через відсутність статистичних даних не були включені нами до цього дослідження. Тому необхідно налагодити й сам процес формування об'ємнішої бази даних щодо функціонування книговидавничої діяльності на рівні області;

– кореляційно-регресійний аналіз функціонування книговидавничої діяльності областей варто проводити щорічно, а то й кожних півроку, щоб мати можливість вносити поточні корективи до неї. При цьому, в жодному разі не можна «переносити» результати та висновки такого аналізу однієї області (регіону) на інші, а використовувати їх лише в якості порівнянь.

Розвиток досліджень щодо регіональної книговидавничої діяльності нами бачиться в використанні методу КРА для аналітичної оцінки в межах окремих її видів (випуску газет, журналів тощо), розширення його застосування до видавничої діяльності загальнодержавного рівня, а також можливостях використання

інших методик та методів економіко-математичного змісту, серед яких і багатофакторна модель множинної регресії КРА.

Список використаних джерел

1. Афонін О. В. Проблеми, що хвилюють українських видавців і книгорозповсюджувачів / О. В. Афонін // Портал української книжкової індустрії. – Режим доступу: <http://uabooks.info/ua/experts?pid-3310>.

2. Базилук В. Б. Видавничо-поліграфічна діяльність в регіонах України: теоретичні та інституційно-економічні основи розвитку: монографія / В. Б. Базилук. – Львів: УАД. – 2017. – 352 с.

3. Верба Т. М. Издательский бизнес изнутри / Т. М. Верба. – К.: Баланс Бизнес Букс. – 2015. – 208 с.

4. Водозазька С. Детермінанти інноваційних змін у сучасній українській видавничій практиці / С. Водозазька // Вісник книжкової палати. – 2015. – (№3(224)). – С. 5-8.

5. Палига Є. М. Становлення сучасного корпоративного управління видавничо-поліграфічної галузі / Є. М. Палига // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія : Економіка. – Мукачево : Карпатська Вежа. – 2015. – Вип. 2(4). – Ч 2. – С. 168-175.

6. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу / В.І. Теремко. – К.: Академвидав. – 2009. – 136 с.

7. Швайка Л. А. Розвиток і регулювання видавничого підприємництва: монографія / Л. А. Швайка. – Львів: УАД. – 2005. – 432 с.

8. Яремик Х.Я. Економічні особливості видавничого бізнесу / Х.Я. Яремик // Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. – 2012. – №1. – С. 111-116.

9. Карабин О. О. Викладання багатофакторного кореляційного аналізу з використанням інформаційно-комунікаційних технологій / О. О. Карабин // Вісник Львівського державного університету безпеки життєдіяльності. – 2016. – №13. – С. 181-190.

10. Офіційний сайт Головного управління статистики у Львівській області. – Режим доступу: www.lv.ukrstat.gov.ua.

11. Лазановський П. П. Проблеми управління видавничою діяльністю на регіональному рівні / П. П. Лазановський, О. М. Гірняк // Регіональна економіка. – 2016. – №4. – С. 153-159.

References

1. Afonin, O. Problemy, shcho khvylyuyut' ukrayins'kykh vydavtsiv i knyhorozpovsyudzhuvachiv [Problems concerning to Ukrainian publishers and booksellers]. Portal of the Ukrainian book industry. Retrieved from: <http://uabooks.info/ua/experts?pid-3310> [in Ukrainian].

2. Bazylyuk, V. B. (2017). *Vydavnycho-polihrafichna diyal'nist' v rehionakh Ukrayiny: teoretychni ta instytut-syno-ekonomichni osnovy rozvytku* [Publishing and printing activity in regions of Ukraine: theoretical and institutional-economic foundations of development]. Lviv: UAP. [in Ukrainian].

3. Verba T. (2015). *Izdatelskiy biznes iznutri* [Publishing business from the inside]. Kyiv: Balance Business Books. [in Russian].

4. Vodolazka, S. (2015). *Determinanty innovatsiynykh zmin u suchasniy ukrayins'kiy vydavnychiy praktytsi* [Determinants of innovation changes in modern Ukrainian publishing practice]. *Visnyk knyzhkovoyi palaty – Bulletin of the Book Chamber*, 3 (224), 5-8. [in Ukrainian].

5. Palykha, Ye. M. (2015). *Stanovlennya suchasnoho korporatyvnoho upravlinnya vydavnycho-polihrafichnoyi haluzi* [The establishment of modern corporate governance in publishing and printing industry]. In *Naukovyy visnyk Mukachiv's'koho derzhavnogo universytetu. Seriya: Ekonomika* [Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series: Economy]: Vol. 2(4), part 2 (pp. 168-175). [in Ukrainian].

6. Teremko, V. I. (2009). *Osnovni zasady vydavnychoho biznesu* [Basic principles of publishing business]. Kyiv: Akademvydav. [in Ukrainian].

7. Shvayka, L. A. (2005). *Rozvytok i rehulyuvannya vydavnychoho pidpryyemnytstva* [The development and regulation of the publishing business]. Lviv: UAP. [in Ukrainian].

8. Yaremyk, Kh. Ya. (2012). *Ekonomichni osoblyvosti vydavnychoho biznesu* [The economic features of publishing business]. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Khmelnytsky National University: Economics*, Vol. 1, 111-116. [in Ukrainian].

9. Karabyn, O. O. (2016). *Vykladannya bahatofaktornoho korelyatsiynoho analizu z vykorystanniam informatsiyno-komunikatsiynykh tekhnolohiy* [Teaching of multivariate correlation analysis using informational and communicational technologies]. In *Visnyk L'viv's'koho derzhavnogo universytetu bezpeky zhyttyediyal'nosti* [Visnyk of Lviv State University of Life Safety]: Vol. 13 (pp. 181-190). [in Ukrainian].

10. Official site of the Main Statistical Office in Lviv region. Retrieved from www.lv.ukrstat.gov.ua

11. Lazanovskyy, P. P., & Hirnyak, O. M. (2016). *Problemy upravlinnya vydavnychoyu diyal'nisty na rehional'nomu rivni* [Problems of publishing activity management at the regional level]. *Rehionalna ekonomika – Regional Economy*, 4, 153-159. [in Ukrainian].