

СИТНИК Віктор Олегович,
аспірант факультету журналістики
Київського столичного університету
імені Бориса Грінченка
ORCID ID: 0009-0002-6611-5460

РОЗВИТОК КНИЖКОВИХ САММАРІ СТАНОМ НА 2026 РІК

Упродовж останнього десятиліття на глобальному ринку цифрового читання сформувався окремий сегмент сервісів стислого переказу нон-фікшн літератури, орієнтованих на швидке засвоєння ключових ідей книжок. Такі платформи, як «Blinkist»¹, «GetAbstract»², «Sumizeit»³, «Instaread»⁴, «Soundview»⁵, «StoryShots»⁶, пропонують користувачам короткі текстові або аудіоперекази популярних бізнесових, психологічних, науково-популярних видань, позиціюючи себе як інструменти підвищення ефективності навчання та професійного розвитку в умовах дефіциту часу. Ці сервіси стали відповіддю на зростання темпів інформаційного споживання та зміну моделей читання в цифрову епоху, де пріоритет надається не повному тексту, а концентрованому знанню.

Водночас попри глобальне поширення зазначених платформ, їхня мовна політика залишається вкрай обмеженою. Переважна більшість сервісів зосереджена на англomовному ринку, частково доповненому кількома мовами міжнародного обігу, тоді як україномовна версія інтерфейсу та контенту відсутня у всіх перелічених закордонних сервісах станом на сьогодні. Навіть сервіс «Headway»⁷, який має українське походження і міжнародну аудиторію, орієнтується насамперед на англomовного користувача, не пропонуючи повноцінного україномовного продукту.

Ця ситуація формує стійкий дисбаланс між наявністю глобальних технологічних рішень у сфері короткого книжкового контенту та реальними потребами україномовної аудиторії. В умовах активного розвитку україн-

1 Blinkist. (n.d.). Blinkist. URL : <https://www.blinkist.com/> (10.08.2025)

2 getAbstract. (n.d.). getAbstract. URL : <https://www.getabstract.com/> (12.08.2025)

3 Sumizeit. (n.d.). Sumizeit. URL : <https://www.sumizeit.com/> (12.08.2025)

4 Instaread. (n.d.). Instaread. URL : <https://instaread.co/> (11.09.2025)

5 Soundview. Soundview. URL : <https://soundviewai.com/home> (12.12.2025)

6 StoryShots. StoryShots. URL : <https://www.getstoryshots.com/> (12.08.2025)

7 Headway. (n.d.). Headway. URL : <https://makeheadway.com/> (15.08.2025)

ського книжкового ринку, зростання попиту на нон-фікшн літературу та актуалізації питання мовної доступності цифрових сервісів, відсутність локалізованих рішень у цьому сегменті виглядає особливо показовою. Вона свідчить не лише про недооцінку україномовного ринку міжнародними платформами, а й про наявність ніші для локальних ініціатив, здатних поєднати технологічну модель short-form reading із культурним і мовним контекстом України.

Водночас останні роки свідчать про початок системної роботи українських платформ у сегменті саммарі. Зокрема у «Librarius»⁸ з'явився перший сервіс з україномовними саммарі на основі передплатної моделі, яка інтегрується у вже наявну екосистему цифрового контенту. Такий підхід дозволяє користувачам не лише купувати окремі конспекти книг, а й отримувати їх у межах передплати разом з іншими форматами контенту, зокрема е-книгами та аудіокнигами. Це означає, що українські проекти починають реалізовувати технологічні моделі, аналогічні світовим сервісам, одночасно враховуючи локальні мовні та культурні особливості.

Поява системного підходу до розвитку саммарі створює передумови для формування стійкої інфраструктури короткого книжкового контенту, здатної задовольняти потреби україномовної аудиторії та стимулювати її активне залучення до цифрового читання.

Актуальність цифрових видавничих проектів для України у 2026-му році

Цифрові видавничі проекти в Україні набувають особливої важливості у контексті сучасних соціально-економічних викликів. В умовах війни⁹, економічної невизначеності та масових міграцій частина населення опинилася поза традиційними каналами доступу до книжок та освітніх матеріалів. У цих умовах цифрові платформи стають не лише засобом забезпечення безперервного доступу до знань, а й важливим інструментом підтримки культурного та освітнього розвитку громадян.

8 Librarius. (n.d.). Librarius. URL : <https://librarius.pro/> (20.08.2025)

9 Karmanska, Y. (2023). How the war changed the book market in Ukraine. Interview by Anton Martynov Forbes.ua. URL : <https://forbes.ua/company/nash-choven-ne-potonuv-koli-v-ukraini-bude-bilshe-2-mln-chitachiv-a-knizhkoviy-rinok-doroste-do-polshchi-intervyu-iz-vidavtsem-antonom-martynovim-04012023-10887> (2.01.2026); Shenderivska, L. P., Huk, O. V., & Mokhonko, H. A. (2022). Transformatsiia biznes-modelei vydavnytstv v umovakh viiny ta pandemii [Transformation of business models of publishing house in the conditions of war and pandemic]. Ekonomichnyi prostor. Vol. 179. pp. 79–85.

Одним із ключових аспектів є забезпечення безперервності освітніх і культурних практик. Цифрові книгарні, сервіси саммарі та платформи електронних видань дозволяють користувачам продовжувати навчання та саморозвиток незалежно від географічного розташування чи наявності фізичного доступу до книжок. Це особливо важливо для тих, хто вимушено перебуває у внутрішній чи зовнішній міграції, а також для студентів та молодих спеціалістів, які залишаються у регіонах, що зазнають обмежень у культурному та освітньому ресурсному середовищі.

Другим аспектом є підтримка економічної стійкості та розвитку інноваційного сектору. Цифрові видавничі проекти створюють нові можливості для монетизації контенту, підтримки працівників галузі та розвитку підприємницьких навичок. Наприклад, впровадження передплатних моделей, інтеграція з освітніми програмами та корпоративними тарифами дозволяє платформам залишатися фінансово стійкими навіть у нестабільних економічних умовах. Це також сприяє розвитку українського ринку цифрових продуктів, зокрема у сфері саммарі та електронних видань.

Не менш важливим є соціальний та культурний ефект цифрових платформ. Вони дозволяють зберігати доступ до україномовного контенту, формувати звичку читання та мікронавчання, популяризувати українську культуру та знання у глобальному просторі. Саме через такі проекти, як «Librarius»¹⁰ із його сервісом саммарі, українські користувачі отримують можливість долучатися до світових практик мікронавчання та одночасно підтримувати локальний контент.

Таким чином, цифрові видавничі проекти в Україні виконують одночасно кілька критично важливих функцій: вони забезпечують доступність знань, підтримують економічну та професійну активність авторів і видавців, а також сприяють збереженню культурної та освітньої спадщини в умовах складної соціально-політичної ситуації. Оцінка їхньої ефективності має враховувати не лише комерційні показники, а й соціальний, освітній та культурний вплив на користувачів у сучасному українському контексті.

Нині дослідження цифрових видавничих проектів в Україні зосереджено переважно на е-книгах та інноваціях у видавничій сфері. Цю про-

10 Librarius. (n.d.). Librarius. URL : <https://librarius.pro/> (20.08.2025)

блематику досліджували В. Теремко, М. Женченко, Н. Фіголь, С. Водолазька, В. Шпак та інші.

Актуальний стан видавничого ринку України, зокрема щодо стану е-видань, відображений у щорічних звітах Українського інституту книги. Ці роботи дозволяють сформувати розуміння тенденцій розвитку цифрового книговидавання, моделей розповсюдження контенту та практик монетизації, що застосовуються в Україні.

Розглядаючи бізнес-модель¹¹ у контексті цифрових видавничих проєктів, варто відзначити праці Б. Мартіна, С. Тянь, Ф. Голл та А. Грігсон. Серед українських досліджень з цієї теми зауважимо праці М. Женченко¹², З. Григорової, О. Сухорукової, а також регулярні дослідження видавничого ринку від Українського інституту книги. Згадаємо деякі з них: монографія «Цифрові трансформації видавничої галузі»¹³ (М. Женченко, 2018), у якій зокрема розглянуто та запропоновано класифікацію бізнес-моделей¹⁴ цифрового книговидавання в Україні; у доробку «Методи та технології автоматизованого управління видавництвом» (В. Шпак, 2025) показано сучасні цифрові тенденції управління видавничими процесами¹⁵; тренди сучасних цифрових медіа проаналізовано в праці Яни Задніпряної «Digital media projects in the modern information environment: trends, challenges and development potential» (2025)¹⁶; дослідження УІК «The Ukrainian book market: Prospects and Opportunities» (2021)¹⁷, у якому визначено ключові тенденції розвитку видавничої га-

11 George, G., & Bock, A. J. (2009). The Business Model in Practice and its Implications for Entrepreneurship Research. Social Science Research Network. URL : <https://doi.org/10.2139/ssrn.1490251> (20.12.2025); Grigson, A. (2011). An introduction to e-book business models and suppliers. In K. Price & V. Havergal (Eds.), E-books in Libraries: A Practical Guide (pp. 19–36). URL : Facet. <https://doi.org/10.29085/9781856048002.005> (20.12.2025)

12 Zhenchenko, M. I. (2013). Tsyfrova dystributsiia na knyzhkovomu rynku Ukrainy [Digital distribution in the Ukrainian book market]. Visnyk Knyzhkovoi palaty. Vol. 10. pp. 3–5; Zhenchenko, M. I. (2015). Tsyfrovii transformatsii v systemi knyhorozpovsiudzhennia Ukrainy [Digital transformations in Ukraine's book distribution system]. Obrii drukarstva. Vol. 1. pp. 55–65; Zhenchenko, M. I. (2018). Tsyfrovii transformatsii vydavnychoi haluzi [Digital transformations of the publishing industry]. Kyiv: Zhnets.

13 Zhenchenko, M. I. (2013). Tsyfrova dystributsiia na knyzhkovomu rynku Ukrainy [Digital distribution in the Ukrainian book market]. Visnyk Knyzhkovoi palaty. Vol. 10. pp. 3–5;

14 George, G., & Bock, A. J. (2009). The Business Model in Practice and its Implications for Entrepreneurship Research. Social Science Research Network. URL : <https://doi.org/10.2139/ssrn.1490251> (20.12.2025); Grigson, A. (2011). An introduction to e-book business models and suppliers. In K. Price & V. Havergal (Eds.), E-books in Libraries: A Practical Guide (pp. 19–36). URL : Facet. <https://doi.org/10.29085/9781856048002.005> (20.12.2025)

15 Шпак, В. (2025) Методи та технології автоматизованого управління видавництвом.// Innovative paradigms of modern digital society : collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 180 p. P. 159–169.

16 Zadnipriana Ya. (2025) Digital media projects in the modern information environment: trends, challenges and development potential // A comprehensive study of current problems of our time : collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 119 p. P. 80–85.

17 The Ukrainian book market: Prospects and Opportunities». (2021). URL : <https://www.livrescanadabooks.com/Reports/Market-Guides/Europe/The-Ukrainian-Book-Market-Prospects-and-Opportunities-2021>

лузі, зокрема цифрового книговидання; статті «Трансформація бізнес-моделей видавництва в умовах війни та пандемії»¹⁸ (Л. Шендерівська, О. Гук, Г. Мохонько, 2022) та Т. Єжижанської «Knyzhkovi vydavnytstva Ukrainy v umovakh permanentnoi kryzy»¹⁹. що демонструють приклади адаптації українських видавництв у кризовий період. 22. Г. Варгас і В. Лопез дослідили бізнес-моделі електронних книг в роботі «A business model for electronic books»²⁰.

Разом із цим, слід зауважити, що дослідження саме формату книжкових саммарі залишаються фрагментарними та нечисленними. Хоч саммарі є різновидом цифрового контенту, що розвивається на тлі ширших тенденцій е-книг і мікронавчання, їхній потенціал і особливості в україномовному сегменті поки що вивчені недостатньо. Тому аналіз наявних платформ, таких як «Librarius»²¹ та інші, а також порівняння з міжнародними сервісами, стає необхідним для більш комплексного розуміння ринку та перспектив розвитку цього специфічного жанру цифрового контенту в Україні. Такий підхід дозволяє поєднати наявні знання про цифрові видавничі проекти з потребами української аудиторії та створює базу для подальшого системного дослідження саммарі.

Методологія дослідження

У межах дослідження застосовано комплекс методів, які дозволяють всебічно оцінити стан ринку книжкових саммарі в Україні та за кордоном, а також визначити особливості функціонування цифрових платформ і їхніх стратегій доступу. Методологічний підхід базується на поєднанні кількісного і якісного аналізу, що забезпечує системне та практично орієнтоване розуміння явища.

Перший етап дослідження передбачав проведення систематичного аналізу відкритих джерел. До них відносяться офіційні сайти цифрових видавничих проектів, публічні звіти компаній, дані про кількість користувачів, інформація про передплатні моделі та комунікаційні стра-

18 Shenderivska, L. P., Huk, O. V., & Mokhonko, H. A. (2022). Transformatsiia biznes-modelei vydavnytstv v umovakh viiny ta pandemii [Transformation of business models of publishing house in the conditions of war and pandemic]. *Ekonomichnyi prostir*. Vol. 179. pp. 79–85.

19 Yezhyzhanska, T. S. (2023). Knyzhkovi vydavnytstva Ukrainy v umovakh permanentnoi kryzy [Book publishing houses of Ukraine in conditions of permanent crisis]. *Visnyk Knyzhkovoï palaty*. Vol. 6. pp. 29–35.

20 Vargas, G. a. T., & López, V. M. (2014). A business model for electronic books. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, Vol. 147, pp. 268–274. URL : <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.170>

21 Librarius. (n.d.). Librarius. URL : <https://librarius.pro/> (20.08.2025)

терії. Desk research дозволяє швидко отримати актуальні дані про ринок, оцінити тенденції та виявити потенційні моделі монетизації. У контексті даного дослідження цей метод застосовувався для формування загальної картини розвитку українських і закордонних платформ саммарі, а також для виявлення ключових гравців та інноваційних практик у сфері мікронавчання.

Другий метод – порівняльний аналіз – використовувався для зіставлення українських і закордонних проєктів книжкових саммарі. Метою було визначити особливості організації контенту, моделі монетизації, доступ до матеріалів та інтерактивні можливості користувачів. Порівняльний аналіз дозволяє не лише виявити сильні та слабкі сторони конкретних сервісів, а й зробити висновки щодо перспектив українських платформ на основі практик міжнародних лідерів ринку, таких як «Blinkist»²², «GetAbstract»²³ чи «Headway»²⁴. Важливо, що порівняння здійснювалося не лише за наявністю контенту, а й за структурою подачі, інтерактивністю та адаптацією під потреби користувачів.

Третій етап – контент-аналіз функціоналу цифрових платформ – дозволив оцінити, яким чином реалізовані саммарі на практиці. Для цього було вивчено асортимент матеріалів, формати подачі (текстові, аудіо, мультимедійні), структуру саммарі, наявність додаткових функцій, таких як нотатки, випробування або рекомендаційні системи. Контент-аналіз забезпечує глибше розуміння того, яким чином платформи надають користувачам доступ до знань і як це впливає на ефективність навчання та користувацький досвід.

Особлива увага приділялася аналізу користувацького досвіду (UX) та стратегій доступу до контенту. Цей метод дозволяє оцінити, наскільки зручними та ефективними є різні способи надання саммарі користувачам: внутрішній доступ (через обмежену передплату або членство), зовнішній доступ (через відкриті ресурси або маркетингові канали) та комбінований доступ (поєднання внутрішнього та зовнішнього). Аналіз UX включав оцінку навігації, інтерфейсу, швидкості доступу, наявності мобільних версій та інтеграцій із сторонніми платформами. Вивчення

22 Blinkist. (n.d.). Blinkist. URL : <https://www.blinkist.com/> (10.08.2025)

23 getAbstract. (n.d.). getAbstract. URL : <https://www.getabstract.com/> (12.08.2025)

24 Headway. (n.d.). Headway. URL : <https://makeheadway.com/> (15.08.2025)

стратегій доступу дозволяє систематизувати практики монетизації та формування лояльності аудиторії, а також дає підстави для рекомендацій щодо оптимізації функціоналу українських платформ.

Дослідження книжкових саммарі на українському видавничому ринку

Вихідною точкою для аналізу саммарі в українському книжковому просторі стало наше попереднє дослідження «Book summaries in Ukraine: current state and prospects of monetization»²⁵, у межах якого було здійснено первинну систематизацію наявних практик створення та поширення короткого книжкового контенту в Україні. Це дослідження було зосереджене на описі ринку, його структурних характеристик і можливих моделей монетизації саммарі як цифрового продукту, що перебуває на перетині видавничої справи, медіаіндустрії та освітніх сервісів.

У зазначеній роботі було окреслено ключову особливість українського контексту – відсутність усталеного підходу до саммарі як до елементу книжкового ринку. Формат короткого переказу на момент проведення дослідження існував фрагментарно: у вигляді блогів, окремих медіапроектів, експериментальних стартапів або додаткових матеріалів до повноформатних видань. При цьому саммарі майже не розглядалися як повноцінний книжковий продукт із власною економічною моделлю, редакційними стандартами та стабільною аудиторією.

Одним із ключових висновків попереднього дослідження стало твердження про те, що український ринок саммарі перебуває на ранній стадії розвитку, де попит на стислий книжковий контент уже сформований, проте пропозиція залишається обмеженою та слабо структурованою. Було виявлено, що користувачі часто звертаються до іноземних сервісів або неофіційних джерел, що, з одного боку, свідчить про актуальність формату, а з іншого – про відсутність локалізованих, закріплених рішень.

Окрему увагу в дослідженні «Book summaries in Ukraine: current state and prospects of monetization»²⁶ було приділено питанню монетизації сам-

25 Sytnyk, V. (2023) Book summaries in Ukraine: current state and prospects of monetization // Science and society: trends of interaction : collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 2023. 271 p. P. 182–187. DOI:10.51587/9798-9866-95945-2023-012-182-187

26 Sytnyk, V. (2023) Book summaries in Ukraine: current state and prospects of monetization // Science and society: trends of interaction : collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 2023. 271 p. P. 182–187. DOI:10.51587/9798-9866-95945-2023-012-182-187

марі. Аналіз показав, що більшість українських ініціатив або не мали чіткої бізнес-моделі²⁷, або функціонували в межах рекламної, грантової чи експериментальної логіки. Передплатна модель, яка є домінантною для міжнародних сервісів короткого книжкового контенту, в українських реаліях практично не була представлена або ж перебувала на рівні гіпотези, а не стабільної практики.

Водночас попереднє дослідження засвідчило наявність низки чинників, що створюють потенціал для розвитку цього сегменту. Серед них – зростання інтересу до нон-фікшну, поширення цифрових форматів читання, зміна читацьких звичок на користь коротших і більш прикладних текстів, а також поступове розширення україномовного контенту в цифровому середовищі.

Разом із тим попереднє дослідження мало переважно оглядово-аналітичний характер і не передбачало детального аналізу конкретних кейсів, здатних ілюструвати практичну реалізацію окреслених тенденцій. Саме ця обставина зумовлює необхідність подальшого поглиблення теми – від загального опису ринку та потенційних моделей монетизації до аналізу конкретного прикладу, в якому саммарі функціонують як стабільний, структурований і комерційно життєздатний продукт.

Таким чином, це дослідження логічно продовжує попередню роботу, зміщуючи фокус із теоретичного та ринкового аналізу до розгляду практики саммарі в межах українського видавничого середовища. Звернення до кейсу «Librarius»²⁸ дозволяє не лише конкретизувати висновки, зроблені раніше, а й перевірити їхню релевантність у реальних умовах функціонування україномовного сервісу короткого книжкового контенту.

Отже, важливо підкреслити, що в українському контексті формат саммарі тривалий час існував радше як побічна практика – у вигляді оглядових матеріалів, читацьких нотаток або неформальних переказів, але не як самостійний видавничий продукт. Саме у межах діяльності видавництва, пов'язаного з сервісом «Librarius», уперше було використано саммарі як окрему форму книжкового контенту, доступну користувачеві

27 George, G., & Bock, A. J. (2009). The Business Model in Practice and its Implications for Entrepreneurship Research. Social Science Research Network. URL : <https://doi.org/10.2139/ssrn.1490251> (20.12.2025); Grigson, A. (2011). An introduction to e-book business models and suppliers. In K. Price & V. Havergal (Eds.), E-books in Libraries: A Practical Guide (pp. 19–36). URL : <https://doi.org/10.29085/9781856048002.005> (20.12.2025)

28 Librarius. (n.d.). Librarius. URL : <https://librarius.pro/> (20.12.2025)

за моделлю передплати. Цей крок означав принципову зміну статусу короткого переказу: від допоміжного тексту до повноцінного цифрового продукту, що має власну редакційну логіку, регулярність публікацій і комерційну модель. У такому розумінні «Librarius»²⁹ не лише заповнив мовну прогалину, залишену міжнародними сервісами, а й заклав основу для сприйняття саммарі як легітимного елемента сучасної видавничої екосистеми в Україні.

У цьому контексті сервіс «Librarius» постає як єдиний на сьогодні україномовний представник жанру сервісів стислого переказу книжок, що системно працює з локальною аудиторією. Його поява та розвиток можна розглядати не лише як комерційний або технологічний проєкт, а як відповідь на потребу на ринку цифрового книговидавання. На відміну від глобальних аналогів, «Librarius» функціонує в умовах меншого масштабу, проте пропонує принципово важливу перевагу – повноцінну україномовну присутність, що включає як мовну адаптацію, так і орієнтацію на культурні та освітні потреби українців.

Таким чином, аналіз динаміки розвитку сервісів короткого книжкового контенту виявляє асиметрію між глобальними платформами та україномовним цифровим простором. «Librarius» у цій системі координат виступає не конкурентом міжнародних гравців у класичному розумінні, а радше локальним компенсатором відсутності україномовних альтернатив, що робить його показовим кейсом для дослідження адаптації глобальних цифрових моделей до національного культурного середовища.

Трансформація читацьких практик у цифрову епоху є одним із ключових чинників, що впливають на сучасний книжковий ринок. Зростання обсягів інформації, прискорення темпів повсякденного життя та конкуренція між різними формами медіаспоживання зумовлюють зміну способів взаємодії читача з текстом. У цих умовах дедалі більшого значення набувають формати, що дозволяють швидко орієнтуватися в змісті книжок, засвоювати ключові ідеї та приймати рішення щодо подальшого, глибшого читання. Саме в цьому контексті формат саммарі – стислого структурованого переказу книжкового тексту – перестає бути

29 Librarius. (n.d.). Librarius. URL : <https://librarius.pro/> (20.12.2025)

допоміжним явищем і набуває ознак самостійного культурного та видавничого продукту.

Для українського книжкового ринку значущість саммарі посилюється низкою специфічних факторів. По-перше, йдеться про обмежений доступ до широкого спектра нон-фікшн літератури українською мовою, особливо у сегментах бізнесу, саморозвитку, популярної науки та прикладних соціальних дисциплін. У цій ситуації саммарі виконують не лише функцію скорочення, а й функцію первинної навігації в інтелектуальному просторі, дозволяючи читачеві ознайомитися з ключовими концептами, ідеями та підходами без необхідності одразу звертатися до повного тексту, який може бути недоступним або складним для сприйняття.

По-друге, формат саммарі відповідає актуальним освітнім і професійним потребам української аудиторії, зокрема тих груп, для яких читання є інструментом практичного застосування знань, а не виключно культурною практикою. Для таких читачів важливими є не стільки художні або стилістичні характеристики тексту, скільки його ідейна насиченість, прикладна цінність та можливість швидкого засвоєння. У цьому сенсі саммарі можна розглядати як проміжну форму між академічним знанням і масовим читанням, що поєднує елементи аналітики, редакторського відбору та адаптації складного змісту.

По-третє, поява саммарі як продукту, доступного за передплатною моделлю, має безпосередній вплив на економіку книжкового ринку. Такий формат змінює уявлення про те, що саме є «книжковим продуктом»: ним стає не лише повний текст видання, а і його інтерпретований, скорочений варіант, що має власну цінність для користувача. Це, своєю чергою, ставить нові питання щодо ролі видавця, редактора та автора в процесі створення книжкового контенту, а також щодо меж між оригінальним твором і похідним продуктом у цифровому середовищі.

Важливо також зазначити, що в українському контексті саммарі виконують додаткову культурну функцію, пов'язану з мовною політикою та формуванням україномовного цифрового простору. За відсутності україномовних версій міжнародних сервісів короткого книжкового контенту, локальні ініціативи фактично беруть на себе роль посередників між глобальним інтелектуальним ринком і національною читацькою аудиторією.

Таким чином, саммарі стають інструментом не лише інформаційного, а й культурного перекладу, адаптуючи ідеї світового нон-фікшну до мовного та контекстуального середовища України.

З огляду на це дослідження саммарі як окремого видавничого явища видається науково обґрунтованим і актуальним. Воно дозволяє простежити, яким чином глобальні моделі цифрового читання інтегруються в локальний книжковий ринок, як трансформуються ролі учасників видавничого процесу та які нові формати взаємодії між текстом і читачем виникають у межах україномовного середовища. Аналіз цього явища є важливим не лише для розуміння сучасного стану книжкової індустрії, а й для прогнозування її подальшого розвитку в умовах цифровізації та зміни читачьких практик.

Розвиток книжкових саммарі в Україні за останні три роки (2023—2026)

Ринок книжкових саммарі в Україні продовжує перебувати на ранніх етапах свого розвитку, проте протягом останніх трьох років з'явилися важливі зміни та перші системні підходи до монетизації україномовного контенту. Станом на 2023 рік, хоча окремі сервіси мали розділи з конспектами чи оглядами книг, жоден із них не пропонував комплексну модель підписки на саммарі українською мовою. Найбільш перспективною зміною у 2026 році стало появлення «Librarius»³⁰ як першого сервісу, що системно пропонує україномовні саммарі в умовах передплатної моделі. Розглянемо спершу стан ринку в наочній таблиці 1.

Таблиця 1

Динаміка розвитку книжкових саммарі в Україні

Ресурс / застосунок	Стан у 2023 році	Стан у 2026 році
1	2	3
«Librarius»	Не мав саммарі, а функціонував, як застосунок з е-книгами.	Активно діє; саммарі доступні за передплатою, можна придбати або взяти в оренду на 14 днів у застосунку; база постійно оновлюється.

30 Librarius. (n.d.). Librarius. URL : <https://librarius.pro/> (20.12.2025)

Продовження табл. 1

1	2	3
«Kyivstar Business Hub»	Розділ «Огляди книг» з близько 100 саммарі; можна читати онлайн або завантажити PDF/EPUB; аудіоверсії доступні на сайті.	Продовжує існувати, але база не оновлюється; саммарі безплатні, виконують маркетингову функцію ресурсу.
«Laba»	«Огляди книжок» містили 12 саммарі, використовувалися для просування курсів.	База збільшилася до кількох десятків оглядів; саммарі безплатні, не інтегровані у передплату; залишаються промоційним інструментом.
«Самоосвіта»	Розділ «Конспекти книг» з близько 100 саммарі; читання безплатне на сайті.	Продовжує діяти; база оновлюється рідко; контент безплатний, без комерційної моделі.
«Summaries-15min»	Анонсована українська версія, контент російськомовний.	Українська версія з'явилася, але контент все ще російськомовний; потребує перекладу та локалізації.

Сформовано автором на основі власних досліджень.

«Librarius»³¹ – платформа, яка функціонує з 2019 року як сервіс для читання е-книг та аудіокниг. Вже у 2024 році «Librarius» запустив власний розділ з українськими книжковими саммарі, інтегрований у передплату на весь контент платформи. Користувачі можуть читати саммарі безпосередньо у застосунку, придбати окремо або взяти в оренду на 14 днів, аналогічно до е-книг. Такий підхід дозволяє поєднувати комерційну модель з доступом до контенту для широкого кола читачів і створює перший в Україні приклад системної монетизації україномовних саммарі. У цьому контексті «Librarius» стає єдиним гідним представником жанру, оскільки закордонні сервіси «Blinkist»³², «GetAbstract»³³, «Sumizeit»³⁴, «Instaread»³⁵, «Soundview»³⁶, «StoryShots»³⁷, а також «Headway»³⁸, досі не пропонують україномовного контенту.

31 Librarius. (n.d.). Librarius. URL : <https://librarius.pro/> (20.12.2025)

32 Blinkist. (n.d.). Blinkist. URL : <https://www.blinkist.com/> (10.08.2025)

33 getAbstract. (n.d.). getAbstract. URL : <https://www.getabstract.com/> (12.08.2025)

34 Sumizeit. (n.d.). Sumizeit. URL : <https://www.sumizeit.com/> (12.08.2025)

35 Instaread. (n.d.). Instaread. URL : <https://instaread.co/> (11.09.2025)

36 Soundview. Soundview. URL : <https://soundviewai.com/home> (12.12.2025)

37 StoryShots. StoryShots. URL : <https://www.getstoryshots.com/> (12.08.2025)

38 Headway. (n.d.). Headway. URL : <https://makeheadway.com/> (15.08.2025)

«Kyivstar Business Hub»³⁹ – онлайн-платформа для бізнес-освіти, що реалізується за підтримки «Kyiv-Mohyla Business School»⁴⁰. Сервіс містить розділ «Огляди книг», де розміщено близько 100 саммарі з бізнесу, економіки, психології та культури. Користувачі можуть безплатно читати ці огляди на сайті або завантажувати їх у форматах PDF та EPUB, а також прослуховувати аудіоверсії на платформі. На відміну від «Librarius», «Kyivstar Business Hub» не пропонує передплатної моделі й не оновлює базу системно, тому саммарі залишаються радше промоційним інструментом ресурсу, а не повноцінним комерційним продуктом.

«Laba»⁴¹ – міжнародна бізнес-школа, яка включає на своєму сайті розділ «Огляди книжок». Станом на 2023 рік у базі було 12 саммарі, що використовувалися для просування навчальних курсів. До 2026 року база саммарі була розширена до кількох десятків оглядів, проте вони залишаються безплатними та не інтегровані у систему передплати. Таким чином, «Laba», як і «Kyivstar Business Hub», використовує саммарі переважно для маркетингових цілей, а не як самостійний продукт для монетизації.

«Самоосвіта»⁴² – онлайн-ресурс для саморозвитку, психології та фінансів. У 2023 році він містив близько 100 безплатних конспектів книг. До 2026 року сайт продовжує функціонувати, проте база оновлюється неактивно, а саммарі не інтегровані у комерційні моделі. Цей ресурс, подібно до попередніх, виконує радше освітню та промоційну функцію.

«Summaries 15 min»⁴³ – російськомовний сервіс, який ще у 2023 році планував запуск україномовної версії. На 2026 рік україномовна версія застосунку з'явилася, проте контент лишився російськомовним. Це показує, що запуск саммарі українською мовою вимагає окремих зусиль із перекладу, адаптації та маркетингу. Такий підхід підкреслює, що саммарі – це не просто похідний продукт книжкового ринку, а окремий цифровий контент, який потребує системної роботи для популяризації та монетизації.

У цілому, порівняння стану ринку 2023 і 2026 років демонструє, що «Librarius» став першим сервісом, який інтегрує україномовні саммарі у

39 Kyivstar Business Hub. URL : <https://hub.kyivstar.ua/> (13.08.2025)

40 Kyiv-Mohyla Business School. URL : <https://surl.lu/toibgl> (17.08.2025)

41 Laba. URL : <https://surl.li/kigueb> (12.08.2025)

42 Samoosvita. (n.d.). URL : <https://samoosvita.in.ua/> (12.08.2025)

43 Summaries 15 min. URL : <https://www.summaries-15min.com/ua> (12.08.2025)

модель передплати та окремих продажів, тоді як інші сервіси залишаються переважно промоційними або частково оновлюваними. Ринок перебуває на початковому етапі розвитку, і його подальше зростання залежатиме від поширення культури споживання саммарі, локалізації контенту та розвитку комерційних моделей.

Порівняння з іноземними сервісами саммарі

Іноземні сервіси саммарі, такі як «Blinkist»⁴⁴, «GetAbstract»⁴⁵, «Sumizeit»⁴⁶, «Instaread»⁴⁷, «Soundview»⁴⁸ та «StoryShots»⁴⁹, продовжують задавати стандарти розвитку жанру книжкових саммарі. Їхня продукція побудована на принципах мікронавчання: короткі та концентровані конспекти книг інтегровані в навчальні процеси, які передбачають взаємодію користувача із застосунком через запити, нотатки, тести, аудіо та відео матеріали. Користувачі таких платформ отримують не лише знання з книги, а й персоналізовані рекомендації, можливість ставити цілі та оцінювати власний прогрес. Слогани компаній («More knowledge in less time» – Blinkist⁵⁰, «Know better. Do better» – GetAbstract⁵¹, «Fun & Easy Growth» – Headway⁵²) відображають цю освітню спрямованість та орієнтацію на ефективність навчання.

Світові статистичні дані підтверджують, що ринок мікронавчання, до якого належать і книжкові саммарі, активно зростає. Так, за оцінками «MarketsandMarkets»⁵³, його вартість зросла з \$1.9 млрд у 2019 р. до \$2.7 млрд у 2024 р., а «Future Market Insights»⁵⁴ прогнозує збільшення ринку до \$3.2 млрд у 2026 р. та \$6.3 млрд у 2032 р. Ці дані свідчать про стабільний попит на швидкий, зручний і інтерактивний доступ до знань.

У порівнянні з іноземними сервісами українські платформи перебувають на ранній стадії розвитку. У 2023-му році українські саммарі існу-

44 Blinkist. (n.d.). Blinkist. URL : <https://www.blinkist.com/> (10.08.2025)

45 getAbstract. (n.d.). getAbstract. URL : <https://www.getabstract.com/> (12.08.2025)

46 Sumizeit. (n.d.). Sumizeit. URL : <https://www.sumizeit.com/> (12.08.2025)

47 Instaread. (n.d.). Instaread. URL : <https://instaread.co/> (11.09.2025)

48 Soundview. Soundview. URL : <https://soundviewai.com/home> (12.12.2025)

49 StoryShots. StoryShots. URL : <https://www.getstoryshots.com/> (12.08.2025)

50 Blinkist. (n.d.). Blinkist. URL : <https://www.blinkist.com/> (10.08.2025)

51 getAbstract. (n.d.). getAbstract. URL : <https://www.getabstract.com/> (12.08.2025)

52 Headway. (n.d.). Headway. URL : <https://makeheadway.com/> (15.08.2025)

53 MarketsandMarkets. URL : <https://www.marketsandmarkets.com/> (15.09.2025)

54 Future Market Insights. URL : <https://www.futuremarketinsights.com/> (15.09.2025)

вали переважно як розділи на освітніх сайтах або як додатковий контент для просування курсів (Kyivstar Business Hub, Laba, Самоосвіта). Лише у 2024-му році «Librarius» запустив українські саммарі, інтегровані у передплатну модель платформи для е-книг та аудіокниг. Це стало першим повноцінним прикладом комплексного підходу до монетизації та регулярного оновлення контенту. На відміну від багатьох закордонних сервісів, український користувач отримав доступ до саммарі без можливості завантаження файлів, що зберігає інтеграцію всередині екосистеми платформи та стимулює підписку.

Для українських сервісів можна виділити кілька ключових аспектів, на які варто орієнтуватися, спираючись на досвід закордонних платформ:

- Інтерактивність та персоналізація: закордонні сервіси активно працюють з поведінкою користувача, пропонують рекомендації, опитування, тести та нагороди. Українським платформам варто розробляти механізми індивідуального підбору саммарі та інтегрувати інструменти оцінки прогресу. Різноманітність форматів: аудіо та відео версії, інтерактивні елементи та візуалізації допомагають утримувати увагу користувачів. «Librarius» наразі пропонує лише текстові конспекти, тож розширення формату може підвищити цінність сервісу.
- Модель монетизації: закордонні сервіси використовують комбінацію підписки, корпоративних тарифів і пробних періодів. Для українського ринку важливим є тестування передплатної моделі, враховуючи готовність користувачів платити за контент, та поєднання безплатних і «преміальних саммарі» для залучення аудиторії.
- Регулярне оновлення бази: ключовою конкурентною перевагою є швидке поповнення колекції новими саммарі та адаптація контенту під актуальні тренди, що в Україні тільки починає формуватися. Таким чином, порівняння українських та іноземних сервісів свідчить, що ринок в Україні перебуває на етапі зародження, проте вже є приклад системної інтеграції («Librarius»), який демонструє можливості комерційного та освітнього розвитку жанру. Українські сервіси мають потенціал для швидкого зростання, якщо врахують міжнародний досвід у частині персоналізації, мультимедійності та передплатної моделі

Стратегії доступу до контенту в сервісах саммарі: значення, моделі та український контекст

Питання доступу до контенту є одним із ключових для розуміння функціонування цифрових сервісів короткого книжкового контенту. На відміну від традиційних видавничих моделей, де доступ до тексту визначається актом купівлі окремого примірника, цифрові сервіси саммарі працюють у логіці постійної взаємодії користувача з платформою. У цьому середовищі саме стратегія доступу – тобто спосіб, у який користувач отримує, обмежує або розширює доступ до контенту, – безпосередньо впливає на читацький досвід, економічну життєздатність сервісу та його місце в ширшій екосистемі книжкового ринку.

У цифрових продуктах доступ перестає бути суто технічним параметром і набуває стратегічного значення. Він виконує одночасно кілька функцій: регулює споживання контенту, формує уявлення про його цінність, а також визначає межі між безплатним ознайомленням і платним користуванням. Для сервісів саммарі, де одиницею продукту є не повна книжка, а її стислий переказ, ці питання стають особливо чутливими, оскільки баланс між відкритістю та обмеженням безпосередньо впливає на мотивацію користувача оформити передплату.

Аналітичні засади для розгляду цього питання були закладені у нашому попередньому дослідженні «Стратегії доступу до контенту в українських цифрових книгарнях»⁵⁵, у якому доступ розглядається як багаторівнева система взаємодії між платформою, контентом і користувачем. У межах цього підходу було показано, що доступ не зводиться до дихотомії «безплатно – платно», а реалізується через низку проміжних моделей: частковий доступ, часові обмеження, пробні фрагменти, передплатні пакети, персоналізовані рекомендації та алгоритмічні обмеження. Хоча зазначене дослідження було зосереджене передусім на цифрових книгарнях, запропоновані аналітичні рамки є релевантними й для сервісів саммарі, які працюють з подібною логікою цифрового розповсюдження тексту.

У глобальній практиці сервіси саммарі зазвичай використовують комбіновані стратегії доступу. Найпоширенішою є модель передплати,

⁵⁵ Ситник, В. О. (2023) Стратегії доступу до контенту в українських цифрових книгарнях // Обрії друкарства, № 2 (14). С. 243–254. DOI: 10.20535/2522-1078.2023.2(14).295407.

що відкриває повний доступ до каталогу за фіксовану періодичну плату. Водночас вона майже завжди доповнюється обмеженим безплатним доступом – у вигляді кількох відкритих саммарі, фрагментів тексту або тимчасового тестового періоду. Така модель виконує подвійну функцію: з одного боку, дозволяє користувачеві оцінити формат і якість контенту, з іншого – чітко окреслює межу між ознайомленням і повноцінним користуванням.

У контексті українського ринку значення стратегій доступу посилюється через відносно низьку готовність користувачів платити за цифровий книжковий контент і водночас високу конкуренцію з боку безплатних джерел. Як показано в дослідженні «Стратегії доступу до контенту в українських цифрових книгарнях»⁵⁶, саме спосіб організації доступу часто стає вирішальним фактором для формування платоспроможної аудиторії. Користувачі охочіше сприймають передплатні моделі за умови, що вони поєднані з прозорою логікою обмежень, зрозумілою ціннісною пропозицією та відчуттям регулярного оновлення контенту.

У цьому сенсі сервіс «Librarius» є показовим прикладом адаптації загальних принципів цифрового доступу до специфіки україномовного книжкового продукту. Стратегія доступу в межах цього сервісу побудована навколо передплатної моделі, де саммарі функціонують як елементи єдиного каталогу з уніфікованими правилами користування. Водночас важливим є те, що доступ організовано не лише як економічний механізм, а як інструмент формування читацької практики: користувач взаємодіє з контентом у режимі регулярного споживання, а не разових звернень до окремих текстів.

На відміну від цифрових книгарень, де користувач зазвичай обирає конкретну книжку, у сервісі саммарі акцент зміщується на процес навігації та відкриття контенту. Це означає, що стратегія доступу тісно пов'язана з інтерфейсними рішеннями, системами рекомендацій і структурою каталогу. У «Librarius» доступ до саммарі супроводжується редакційною логікою добору та подання матеріалу, що зменшує роль випадкового вибору і підсилює роль платформи як посередника між книжкою та читачем.

⁵⁶ Ситник, В. О. (2023) Стратегії доступу до контенту в українських цифрових книгарнях // Обрії друкарства, № 2 (14). С. 243–254. DOI: 10.20535/2522-1078.2023.2(14).295407.

Розвиток ринку книжкових саммарі, як українських, так і закордонних, показує, що успіх подібних сервісів залежить не лише від якості контенту, а й від того, як цей контент надається користувачеві. Ці стратегії ми розділяємо на внутрішній доступ, зовнішній доступ та комбінований доступ. Кожна з них має свої особливості, переваги та обмеження, що стає особливо очевидним на прикладі книжкових саммарі.

Внутрішній доступ. Внутрішній доступ передбачає, що контент надається лише в рамках екосистеми самого сервісу. Користувач не може завантажити або передати файл, усі матеріали доступні виключно через офіційний застосунок або вебплатформу.

Прикладом такого підходу є український сервіс «Librarius», який з 2024 року інтегрував саммарі у свій каталог е-книг та аудіокниг. Користувач може придбати або взяти в оренду саммарі, однак доступ до матеріалу здійснюється лише через застосунок. Такий підхід забезпечує кілька переваг:

- Контроль якості та актуальності контенту: оновлення бази здійснюється централізовано, що гарантує відповідність всіх матеріалів стандартам сервісу.
- Стимулювання підписки: оскільки контент неможливо передати або завантажити поза платформою, користувачі мотивовані оформляти передплату для регулярного доступу.
- Захист авторських прав: обмеження на зовнішнє розповсюдження зменшує ризики піратства та нелегального копіювання.

Закордонні сервіси, такі як «Blinkist»⁵⁷ та «GetAbstract»⁵⁸, також використовують цю стратегію, інтегруючи власні мобільні застосунки та веб-портали, що дозволяє підтримувати високий рівень контролю та персоналізації контенту. Для українського ринку внутрішній доступ є найбільш безпечним та практичним шляхом запуску нових продуктів, особливо враховуючи, що культура сплати за цифровий контент у країні перебуває на стадії формування.

Зовнішній доступ. Зовнішній доступ передбачає, що користувач може отримати контент поза межами основної платформи: завантажувати файли, ділитися ними або використовувати у сторонніх застосунках.

57 Blinkist. (n.d.). Blinkist. URL : <https://www.blinkist.com/> (10.08.2025)

58 getAbstract. (n.d.). getAbstract. URL : <https://www.getabstract.com/> (12.08.2025)

Цей підхід характерний для сервісів, які прагнуть максимально розширити охоплення аудиторії та популяризувати жанр саммарі.

Прикладами зовнішнього доступу є розділи «Огляди книжок» на платформах «Kyivstar Business Hub», «Laba» та «Самоосвіта», де саммарі доступні безплатно, у форматах PDF або EPUB, та часто супроводжуються аудіоверсіями. Переваги такого підходу:

Максимальна видимість та залучення нових користувачів: користувачі можуть легко спробувати контент, що підвищує впізнаваність бренду та стимулює подальшу взаємодію.

Освітня цінність: відкритий доступ сприяє формуванню читацьких звичок та підвищенню культурного рівня аудиторії.

Водночас зовнішній доступ має суттєві обмеження для монетизації: оскільки контент надається безплатно або легко поширюється поза платформою, він рідко створює стабільний дохід. Українські сервіси, що застосовують цей підхід, на даному етапі виступають більше як промоційні майданчики для основного продукту (наприклад, курси або підписка на інші види контенту).

Комбінований доступ. Комбінований доступ поєднує елементи внутрішнього та зовнішнього доступу. Частина контенту доступна у відкритому форматі для залучення нових користувачів, тоді як преміум-матеріали залишаються всередині платформи та потребують передплати або покупки.

Український ринок поки що лише формує подібні моделі. «Librarius» у цьому контексті демонструє перші кроки: саммарі доступні через передплату, але водночас частина контенту може бути представлена у вигляді безплатних ознайомчих матеріалів або фрагментів книги для популяризації жанру. Закордонні сервіси, такі як «Headway»⁵⁹, активно практикують комбіновану модель, де безплатна частина стимулює користувачів оформляти підписку на повний доступ. Переваги комбінованого доступу:

- Баланс між монетизацією та популяризацією: відкритий контент залучає користувачів, преміумконтент забезпечує дохід.
- Можливість тестування нових продуктів: сервіс може експериментувати з форматами, тривалістю саммарі або інтерактивністю, оцінюючи реакцію аудиторії.

59 Headway. (n.d.). Headway. URL : <https://makeheadway.com/> (15.08.2025)

Розглянемо ці приклади в наочній таблиці 2.

Таблиця 2

Стратегії доступу до контенту в саммарі застосунків

Стратегія доступу	Характеристика	Українські приклади	Закордонні приклади	Ключові переваги
Внутрішній доступ	Контент доступний лише в межах платформи, не можна завантажити або передати	Librarius (саммарі через передплату у застосунку)	Blinkist, GetAbstract (контент у мобільних застосунках та на вебпорталах)	Контроль якості, захист авторських прав, стимулювання підписки
Зовнішній доступ	Контент можна завантажити, переглядати поза платформою, доступ часто безплатних	Kyivstar Business Hub (PDF/EPUB), Laba (PDF/EPUB), Самоосвіта (онлайн читання)	-	Максимальна видимість, залучення нових користувачів, підвищення освітньої цінності
Комбінований доступ	Поєднання внутрішнього та зовнішнього доступу: частина контенту безплатна, преміумконтент через передплату	Librarius (безплатні фрагменти + передплата на повний доступ)	Headway (безплатна частина + підписка на повний доступ)	Баланс між монетизацією та популяризацією, можливість тестування нових продуктів

Сформовано автором на основі власних досліджень.

Систематизація стратегій доступу.

Важливо підкреслити, що описані стратегії не існують у вакуумі. Вони формують цілісну систему надання контенту, де кожен підхід відповідає конкретним цілям сервісу: внутрішній доступ – контроль якості та стабільність монетизації; зовнішній – популяризація та освітня цінність; комбінований – оптимальний баланс між комерційними та соціально-освітніми цілями. Систематизація цих стратегій дозволяє українським платформам свідомо обирати моделі надання контенту, адаптуючи їх під особливості ринку та поведінку аудиторії.

На практиці це означає, що кожен сервіс повинен:

- ✓ Чітко визначити частину контенту для відкритого доступу та для передплати.

- ✓ Здійснювати регулярне оновлення бази саммарі та інтегрувати зворотний зв'язок користувачів.
- ✓ Використовувати аналітику споживання контенту для оптимізації стратегії доступу.

Таким чином, стратегії доступу до контенту в сервісах саммарі мають принципове значення для розуміння їхньої функції на книжковому ринку. Вони визначають не лише економічну модель сервісу, а й спосіб взаємодії читача з книжковим знанням у цифровому середовищі. Застосування аналітичних підходів, запропонованих у дослідженні «Стратегії доступу до контенту в українських цифрових книгарнях», дозволяє розглядати «Librarius» не як ізольований кейс, а як частину ширшої трансформації практик доступу до книжкового контенту в Україні.

Висновки дослідження

Проведене дослідження є безпосереднім продовженням роботи, опублікованої у 2023 році, і дозволяє актуалізувати дані щодо розвитку ринку книжкових саммарі в Україні станом на початок 2026 року. На відміну від попереднього дослідження, яке фіксувало відсутність україномовних сервісів у сегменті коротких книжкових оглядів, сьогодні спостерігаємо перші конкретні зрушення: запуск Librarius як платформи з інтегрованою системою передплати та можливістю оренди окремих саммарі створює практичний приклад локального впровадження технологічної моделі short-form reading. Цей розвиток свідчить про наявність реальної ніші для українських платформ, здатних поєднати технологічні рішення із культурним і мовним контекстом.

Порівняльний аналіз із закордонними сервісами показує, що українські платформи поки що не досягли рівня інтерактивності та комплексності функціоналу, який пропонують такі сервіси, як «Blinkist», «GetAbstract» або «Headway». Водночас поява «Librarius» демонструє потенціал для локальної адаптації світових практик: передплатна модель, внутрішній доступ до контенту та поступове розширення бібліотеки створюють умови для формування стійкої бізнес-моделі. Інші сервіси, як-от «Kyivstar Business Hub», «Laba» та «Самоосвіта», продовжують діяти переважно в промоційній моделі, що обмежує їхній комерційний вплив, але дозволяє підтримувати базову присутність на ринку.

Важливим результатом дослідження є систематизація стратегій доступу до контенту: внутрішній, зовнішній та комбінований доступ. Така класифікація дозволяє оцінити комерційний потенціал різних платформ і визначити напрямки подальшого розвитку українських сервісів. У цілому нові дані підтверджують, що книжкові саммарі в Україні перебувають на ранніх етапах формування, проте вже демонструють практичні моделі, здатні інтегрувати передплату, адаптацію контенту та технологічні рішення для користувачів.

Таким чином, проведене дослідження дозволяє не лише актуалізувати інформацію про стан ринку, а й окреслити тенденції розвитку українських платформ, виділити перші локальні успіхи та визначити ключові орієнтири для подальшого розвитку сегмента книжкових саммарі в Україні. Воно підтверджує, що локальні сервіси можуть поєднувати технології та культурний контекст, формуючи стійкі бізнес-моделі та поступово задовольняючи потреби україномовної аудиторії.

DOI: 10.51587/9798-9917-51971-2026-025-157-178