

Добре забуте старе? (ще раз про книжкову торгівлю в Україні)

Аналізуються переваги й недоліки успадкованої в 90-хх рр. ХХ ст. радянської книготорговельної мережі. Подані рекомендації щодо подальшого розвитку організаційної, нормативно-документальної, асортиментної діяльності книгарень.

Книги завжди були особливим продуктом. Вони можуть навчати, розважати, дисциплінувати, дивувати або поєднувати все разом. Якщо міркувати логічно, видавнича справа та її партнер — книжкова торгівля також особливі поєднанням соціокультурних і бізнесових факторів. Видавнича справа і книжкова торгівля належать до тих галузей, на які миттєво вплинули події розпаду СРСР, повною мірою позначився негативний вплив зіткнення радянських ідеологічних засад, нестабільності нового вітчизняного законодавства, практики книгрозпосудження. Важливим чинником, який позначається на діяльності підприємств і організацій, у тому числі і книжкової торгівлі, є соціально-культурне середовище, до складу якого входять життєві цінності і традиції населення.

Яку спадщину ми отримали в царині книготоргівлі, як нею користуємося?

Книжкова торгівля була невід'ємною складовою ідеологічного апарату ЦК КППС, її політико-виховної роботи. Економічні функції підпорядковувалися завданням партії й держави в сферах освіти, виховання, культури й фактично реалізувалися директивними постановами ЦК КППС, Ради Міністрів СРСР. Книговидавництво і книжкова торгівля колишньої УРСР були частиною Всесоюзної (в дійсності великоруської) системи. Одночасно свої регіональні завдання виконували республіканські органи.

У 70-ті роки минулого століття у системі Державного Комітету Ради Міністрів УРСР у справах видавництва, поліграфії і книжкової торгівлі працювало понад тисячу книгарень. Укркоопспілка мала більше двох тисяч книгарень, переважна більшість яких розташовувалась на селі. Розповсюдженням літератури займалися тисячі культмагів, сільських і районних універмагів, сотні магазинів і кіосків "Союздруку", спеціально обладнані автомашини та вагони для продажу книг. Через відділи "Книга-поштою" щорічно задовольнялися замовлення на два—три млн книг. Ще більшого розвитку набували громадські форми розповсюдження книги, особливе місце серед яких належить "Юним друзям книги", клубам шанувальників книги та книголюбам. Масового характеру набуло проведення книжкових базарів. Збірками чи окремими книжками нагороджували за успіхи у навчанні чи праці, дарували книги в ювілейні та знаменні дні.

Велика увага приділялася спеціалізації. На початку 60-х рр. необхідність спеціалізації була пов'язана, насамперед, з недостатністю площ, що унеможливило розміщення в торгівельному залі видань усіх тематичних розділів. Укрупнення роздрібних магазинів у наступне десятиріччя виявило, що спеціалізовані книгарні більш поглиблено вивчали попит, мали тісніші зв'язки з видавництвами, вищий рівень кваліфікації працівників. Кращі магазини перетворились на своєрідні клуби, де зустрічалися люди, об'єднані загальними інтересами [1].

Нагальною потребою в цей період стала необхідність поліпшення інформування читачів про нову літературу. До книжкової реклами залучали пресу, радіо, телебачення, виставки, вона розміщувалась у вітринах магазинів і друкувалась на листівках. Для вільного перегляду та попереднього замовлення в магазинах розміщували тематичні плани видавництва та каталоги "Книга-поштою". У трудових колективах організовували зустрічі з письменниками і журналістами, у ході яких відбувалось ознайомлення з книгами.

Всі ці заходи не вирішували основну проблему радянської книжкової торгівлі — невідповідність попиту і пропозиції. Максимальному розв'язанню проблем книжкової торгівлі покликана була сприяти "Комплексна програма

розвитку виробництва товарів народного споживання і сфери послуг 1986—2000 рр.", де передбачалися кількісні показники збільшення обсягу реалізації друкованої продукції в 1990 р. на 23%, а до 2000 р. у 1,7 раза. Непорушними визначилися принципи партійності, народності, інтернаціоналізму. Для книжкової справи визначався пріоритет ідеологічних, виховних, культурологічних функцій над економічними при жорсткій регламентації показників діяльності. Ці функції визначали основи організації товароруку книжкової продукції, що спиралися на соціалістичну плановість та партійно-ідеологічні засади сфери виробництва (видавничої справи і поліграфії) та розподілу (книжкової торгівлі).

Процес перебудови надав видавництвам більшу свободу у формуванні видавничого асортименту. Проблема ціноутворення стала надзвичайно актуальною. Низькі ціни були однією з причин нагромадження незатребуваних книг у суспільних і особистих бібліотеках та існування "чорного" ринку, на якому ціни встановлювались залежно від попиту та були значно вищими, ніж в офіційній книготорговельній мережі. У 1987 р. Держкомвидав затвердив додатковий прейскурант, де вперше передбачалася можливість визначення ціни з урахуванням не тільки собівартості, а й попиту. З 1989 р. недержавна торгівля використовувала вільне ціноутворення. Наприкінці 80-х років книжкова справа стала високоприбутковою галуззю. Але тоді ж намітилась тенденція до зниження реальних доходів населення, що стало стримуючим фактором розвитку торгівлі.

На початок 90-х рр. у системі Держкомвидаву УРСР налічувалось 1080 книгарень і 455 кіосків. Розповсюдженням літератури займалося 458 кіосків Укркоопспілки, 6712 кіосків ВО "Союздруку", 25 книгарень та кіоски спеціалізованої мережі "Академкнига", 25 — "Військова книга", чотири — "Транспортна книга", інші структури [2].

Спеціалістів для книжкової торгівлі готували у спеціалізованих вищих і середніх навчальних закладах та в системі професійного навчання. З 1960 р. було розпочато підготовку фахівців у Московському поліграфічному інституті за спеціальністю "Книгознавство: організація книжкової торгівлі"; з 1972 р. — в Українському поліграфічному інституті (м. Львів). Освіту в галузі книжкової торгівлі також забезпечували інститути культури (Москва, Ленінград, Київ, Мінськ, Горький¹, Вільнюс, Таллін), книготоргові технікуми (Москва, Ленінград, Саратов, Новосибірськ, Київ). З початку 70-х рр. поліграфічні училища почали готувати молодших продавців. З 1972 р. при Московському і Українському поліграфічних інститутах Держкомвидавом і Міністерством освіти було розпочато програму планового підвищення кваліфікації фахівців книжкової торгівлі з відривом від роботи.

Основною книготорговою системою була державна книжкова торгівля Держкомвидаву УРСР. Її очолювало РДО "Укркнига", яке мало в своєму підпорядкуванні 25 обласних, Київську та Севастопольську міські книготорговельні організації, чотири міжобласні гуртові бази в Києві, Харкові, Дніпропетровську та Львові. Видання центральних та республіканських видавництв замовлялись книготоргами в заздалегідь визначені терміни за тематичними планами, "Книготорговими бюлетенями", "Бланками для замовлень". Чітка система замовлення і поставки книг поширювалась на республіканський і обласний рівень. Доступність видань сприяла система спеціалізованих книгарень та відділів "Книга-поштою". Проводилась рекламна та інформаційно-бібліографічна робота. Упроваджувались різноманітні форми букіністичної торгівлі: продаж комісійної літератури, цільовий і вільний книгообмін, аукціони. Власні мережі книжкових магазинів та кіосків мали системи "Академкнига", "Військова книга", "Транспортна книга", "Союздруку". Розповсюджен-

¹ Нині — Нижній Новгород.

ням книг у сільській місцевості займалася система споживчої кооперації. Книгообмін з країнами соціалістичного табору забезпечувала організація — "Книгоекспорт": з початку 60-х рр. у кожному обласному центрі УРСР діяла книгарня "Дружба". Чітко працювали бібліотечні колектори, що комплектували фонди масових і спеціальних бібліотек.

До переваг такої системи книгорозповсюдження можна було віднести її глобальний характер, який давав змогу вивчати і реалізовувати попит на будь-які конкретні видання за тематичними планами видавництва, що розсилалися по всій території країни; до недоліків — ідеологізовану спрямованість і монополізм, обмеженість тематики, інертність у доборі, виготовленні й розсиланні замовлених книг, відсутність в умовах дефіциту додрукувань тиражів [3].

Основою роздрібно-книготорговельної мережі були книгарні, на базі яких розгорталася дрібніша мережа: кіоски, вуличні столики, книжкові автолавки, книгоноші.

В основу розміщення магазинів було покладено такі принципи:

- рівномірність розміщення мережі;
- групове розташування магазинів;
- сходинкова будова системи.

Принцип рівномірності у розміщенні книжкових магазинів означав, що однотипні мали розташовуватися рівномірно, з урахуванням площ населених пунктів і щільності населення.

Принцип групового розташування книгарень передбачав територіальне наближення магазинів різного профілю один до одного. Там концентрувались покупці, більша частина яких, як правило, відвідувала усю групу торговельних підприємств.

Мережа книгарень при визначенні місця розміщення поділялась на дві групи (сходинки) — магазини житлової забудови і магазини загальноміського значення. Розподіл функцій між ними здійснювався на основі попиту. Книги масового попиту мали реалізовуватися в магазинах, максимально наближених до населення; товари періодичного попиту або попиту вузьких груп споживачів — у невеликій кількості магазинів у центрі міста.

Книгарні класифікувались за рядом ознак:

- асортимент видань, що реалізуються: виділяли спеціалізовані книгарні, що здійснювали продаж літератури одного—двох розділів з "Єдиної схеми класифікації літератури для книговидання в СРСР" ("Медична книга", "Технічна книга", "Мистецтво", "Поезія", "Ноти" та ін.) і універсальні, в асортименті яких були представлені практично усі розділи літератури та канцелярські товари;
- джерела формування товарних запасів: книготорги, видавництва (магазини — опорні їхні пункти), скуповування книжок у населення з метою подальшого продажу (букіністичні магазини та відділи), "Книгоекспорт" (магазини "Дружба");
- розміщення: магазини житлової забудови (житлових районів) та загальноміського значення;
- методи продажу: через прилавок, з відкритою виласкою, самообслуговування, за замовленнями (попередні замовлення, передплата, поштово-поштовий продаж).

Роботу книгарень регламентувало "Положення про книжковий магазин". У відповідності до "Номенклатури типів магазинів" (1981), основним типом книжкового магазину був універсальний з площею торговельної зали 250, 400, 650, 1000 та 1500 м кв., що визначалися як магазин "Книги". Приблизні норми обслуговування становили близько 3,3 тис. мешканців на одного продавця [1].

Відповідно до номенклатури виділялися основні та додаткові типи магазинів. Основні типи передбачалося будувати в нових і реконструйованих містах та районах. Додаткові облаштовувалися у пристосованих приміщеннях старої забудови.

Магазинну книжкову торгівлю доповнювали позамагазинні форми продажу книг: кіоски, продаж зі столи-

ків, книжкові базари, автолавки, поштово-поштовка торгівля, громадські форми книгорозповсюдження. Вони використовувалися:

- як тимчасові заміники мережі книгарень у нових районах житлової забудови;
- як доповнення до мережі книгарень на території навчальних закладів і великих промислових підприємств;
- як самостійна мережа книжкової торгівлі в населених пунктах з невеликою кількістю жителів, де було економічно недоцільно створювати книжковий магазин.

Найбільшою в Радянському Союзі була державна мережа книгорозповсюдження, підпорядкована Держкомвидаву СРСР. Другою за розміром — та, що входила до системи споживчої кооперації. На її частку припадало 17—18% загального роздрібного товарообігу книжкової продукції. Управління книжковою торгівлею споживчої кооперації здійснювалося за типом керівних органів книжкової торгової системи Держкомвидаву СРСР. Головним завданням цієї форми книжкової торгівлі було здійснення ідеологічної функції через доведення книжкових видань до найвіддаленіших населених пунктів.

Реалізація книг здійснювалась через районні та сільські книжкові магазини, куди книги поставлялися через книжкові склади універсальної торгової бази споживспілки (діяли на різних регіональних рівнях). Договір на поставку літератури, яка вийшла в Україні, укладався безпосередньо з видавництвами. Обласні споживспілки збирали від районних заявки за тематичними планами видавництва та надсилали їх до Укркоопспілки (на видання республіканських видавництв) або до "Союзкниги" (на видання центральних видавництв).

Книжкові магазини Укркоопспілки будувалися за типовими проектами з торговельною площею 100—150 м кв. на 2—3 робочих місяці. Приблизні норми робочих місць, затверджені Центроспілкою, становили близько 6,5 тис. жителів на одного продавця. На тисячу мешканців передбачалося 3,5 м кв. торговельної площі. Було рекомендовано відкривати книгарні в населених пунктах з чисельністю населення більше 1,5 тис. осіб.

Продаж книг здійснювався й універсальними промтоварними магазинами споживчої кооперації, магазинами культтоварів, сільськими магазинами товарів повсякденного попиту, в яких працювали відділи "Книги". У книжковій торгівлі споживчої кооперації була розгалужена мережа кіосків та автолавок, позамагазинної торгівлі книгами на селі. Значну частку товарообігу з продажу книг у споживчій кооперації забезпечували книгоноші, праця яких на селі оплачувалася за пільговими розцінками (до 15% від загальної суми проданих книг). На правах книгонош споживчої кооперації працювали сільські бібліотекарі, вчителі, кіномеханіки, співробітники аптек, поліклінік, інших установ. Автолавки доставляли книги до місць польових робіт, пасовищ, на сільські ярмарки. Їхню роботу регламентувала "Інструкція роботи автолавки по продажу книг" (1970). Розвізна і розносна торгівля книгами становила в товарообігу споживчої кооперації до 17% в цілому по СРСР, а в УРСР до 23,3%.

І в селах, і в містах великий розвиток отримали різні форми руху громадських розповсюджувачів книги. Хоча мережа книгарень у містах постійно зростала, до продажу книг широко залучалися громадські книгорозповсюджувачі — народні магазини і кіоски, шкільні кооперативи, первинні організації Товариства книголюбів, які забезпечували реалізацію видань безпосередньо на робочих місцях. Їхня діяльність організовувалася відповідно до "Положення про народний книжковий магазин і кіоск" (1976), "Інструкції про роботу книгонош" (1971). У 80-ті рр. у Києві активно працювали 41 народний книжковий магазин, 21 кіоск, 20 шкільних кооперативів, 8 тисяч громадських розповсюджувачів.

Вихідними даними для формування асортименту були профіль книжкового магазину, його місцезнаходження, методи обслуговування. Для книгарень було визначено асортиментне ядро — перелік творів і видів видань, які обов'язково мали бути в асортименті книгарні певного профілю і типу. Ці видання, в основному, носили ідейно-пропагандистський характер. Крім цього, передбачалася обов'язкова наявність й образотворчої продукції. Формувався асортимент згідно з "Інструкцією по оформленню замовлень книготорговельними організаціями і підприємствами на неперіодичні видання", затвердженою Держкомвидавком СРСР (1975).

Інформаційними матеріалами для збирання замовлень на книги були тематичні плани випуску видавництва, "Книготорговий бюлетень", каталоги, інформаційні листи, проспекти тощо. Для книготорговельних організацій існувала єдина централізована система. Плани випуску літератури розсилалися в усі книгарні в кількості, достатній для організації приймання попередніх замовлень від індивідуальних читачів, обслуговування громадських розповсюджувачів книги, народних книгарень, що користувалися послугами магазину. Попередні замовлення на оголошені до випуску книги у встановлені терміни передавалися асортиментним відділам книготоргів. Одержані замовлення узагальнювалися у центральних оптових організаціях ("Укркнига"). Замовлення на видання республіканських видавництв здійснювалося за схемою: магазин — обласний книготорг — республіканське об'єднання книжкової торгівлі — республіканське видавництво. Замовлення на видання центральних видавництв: магазин — обласний книготорг — республіканське об'єднання книжкової торгівлі — ВО "Союзкнига" — центральне видавництво [4].

Книжкові магазини мали опрацювати плани видавництв, у яких містилося близько 15 тис. назв за місяць-два. Уповільнення реалізації деяких видів літератури, ускладнення асортиментної роботи підвищили актуальність удосконалення обліку попиту покупців, вивчення структури реалізації книжкової продукції. У 1965 р. у книжковій торгівлі була впроваджена система щорічного поіменного обліку. Оскільки він здійснювався вручну, узагальнення даних відбувалося повільно, то отримувалася значною мірою застарілі відомості.

Крім планової поставки за централізованими замовленнями, допускалися децентралізовані закупки. Вони були можливі, якщо в окремих видавництвах або книготорговельних організаціях виникали товарні надлишки, що не реалізовувалися у плановому порядку, а інші книготоргові підприємства мали потребу в цих товарах. Децентралізовані поставки становили 7—8% оптового товарообігу.

Одним з факторів, що впливали на формування торговельного асортименту, був купівельний попит. З метою його визначення проводилися соціологічні дослідження. У 1965 р. у Всесоюзному об'єднанні книжкової торгівлі "Союзкнига" було створено відділ соціологічних досліджень, який вивчав попит і кон'юнктуру книжкового ринку. Дослідження проводилися і на рівні окремих книготорговельних підприємств. Веліся журнали "Що видати", зошити відмовлень, картотеки "Попит", проводилися вибіркові опитування покупців. Виявлялась частина відвідувачів, які не стали покупцями. З'ясовувалось, на які книги був незадоволений попит. Фіксувалась думка покупців про якість видавничої продукції та рівень торговельного обслуговування. Але дослідження не були комплексними, стосувалися лише окремих проблем незадоволеного попиту, довідково-інформаційного забезпечення, організації продажів тощо і проводилися в окремих регіонах або охоплювали окремі контингенти споживачів, окремі види літератури.

За радянських часів концепція асортиментної роботи в книготоргових підприємствах декларувала взаємозв'язок формування асортименту з результатами вивчення купівельного попиту. Проте, ця концепція вступала у суперечність із жорсткою командно-адміністративною економічною системою. Книготоргові підприємства, маючи встановлений план товарообігу, повинні було забезпечити його наявністю товарів. Популярну книжкову продукцію магазини отримували в обмеженій кількості, тому книготоргові працівники вимушені були замовляти та отримувати ті видання, які не відповідали попиту на сегменті обслуговування.

Узагальнюючи ретроспективний аналіз соціально-економічних засад, розмежуємо позитивну і негативну спадщину:

Позитивні фактори	Негативні фактори
Глобальний характер мережі книгорозповсюдження, що давав можливість вивчати і реалізовувати попит на будь-які конкретні видання за тематичними планами видавництв, що розсилалися по всій території країни	Обмеженість тематики, інертність у доборі, виготовленні й розсиланні замовлених книг, відсутність в умовах дефіциту додрукувань тиражів
Привілейоване становище, обумовлене суттєвою ідеологічною компонентою книжкової торгівлі	Підпорядкування діяльності жорстким ідеологічним вимогам тоталітарного режиму
Чітка організація системи замовлень і постачання товарів у всіх ланках мережі та на всіх адміністративно-територіальних рівнях	Високий рівень централізації управління книгопоширенням
Сформована нормативна база	Низька гнучкість та слабке реагування нормативів на зміни умов господарювання
Єдине джерело формування товарних запасів, що забезпечувало доступ до загальносоюзного асортименту книг, незалежно від адміністративно-територіального розташування книготорговельного підприємства і споживача	Суттєва ідеологічна компонента при формуванні асортименту, що ставало на заваді врахування реального попиту
Пропаганда книги та читання на державному рівні	Ідеологічна спрямованість пропаганди книг та читання
Книготорговельна мережа, яка забезпечувала принципів доступності книги споживачу, незалежно від місця і умов проживання та роботи	Слабке врахування суспільної та географічної диференціації при формуванні асортименту
Наявність інформаційної системи про видання, що виходять друком	Низький рівень механізації та автоматизації опрацювання інформації, що ускладнювало процес формування замовлень та своєчасність їхнього виконання
Масштабна видавнича діяльність	Необхідність реалізації книжкових видань, що не користувалися попитом
Єдина відносно низька ціна на книги	Неможливість вільного ціноутворення, що призводило до значного перевищення попиту на книги над їхньою пропозицією
Наявність розвиненої оптової ланки	Застосування типової організаційної структури книжкових баз і складів на практиці не відповідало обсягу й характеру операцій

Задекларована система вивчення попиту	Дослідження не були комплексними і стосувалися лише окремих проблем незадоволеного попиту
Системний підхід до розвитку книготорговельної мережі	—
Наявність спеціалізованих магазинів та магазинів видавництва	—
Розміщення книжкових магазинів на центральних вулицях і площах населених пунктів	—
—	Недостатньо розвинена матеріально-технічна база галузі
—	Обов'язкова наявність в асортименті видань ідейно-пропагандистського характеру
—	Відсутність самостійної комерційної діяльності книгарень

У процесі становлення і розвитку вітчизняної книгорозповсюджувальної мережі у роки незалежності України повною мірою позначилася двоїстість радянської спадщини. Поєдналися радянські підходи централізації, дозволів і заборон, регулювання і перерегулювання, повної безпорадності в умовах нових ринкових ситуацій, знецінення старих цінностей і відсутності нових, окрім споживацьких [5].

В умовах невідворотного технологічного прогресу, конкурентного середовища у сфері виробництва і споживання продукції культурних індустрій, несприйнятність ідеології, комуністична партія зіграла фатальну роль. Разом з водою, в якій пестили й купали "невід'ємну складову ідеологічної роботи партії" — книжкову торгівлю, вихлюпнули й саму дитинку — книжкову культуру чи не у всіх її іпостасях. Законодавча база змінювалася настільки швидко, що гальмувала розвиток не тільки окремих підприємств (книготоргових), а й усієї видавничої та книготоргової галузі [6].

У період 1991—1993 рр. книговидання та преса України були підтримані постановою щодо державного захисту, пільгами в оподаткуванні видавничих і книготорговельних організацій, які видавали й реалізували літературу українською мовою та мовами національних меншин. Але одночасно у 1992 р. Указом Президента України від 05.03.1992 р. "Про ліквідацію обласних книготорговельних об'єднань і об'єднання "Укркнига" та комерціалізацію державного книгорозповсюдження" була приватизована значна кількість підприємств книжкової торгівлі. Книжкова продукція, поставлена в один ряд із будь-якою іншою товарною продукцією, "успішно" програв в структурі споживання пересічного українця. Це був початок остаточного руйнування радянської системи книгорозповсюдження [7]. Програла як книжкова продукція, так і структура споживання [8].

Законодавче регулювання видавничої галузі суттєво гальмувало ринкові тенденції розвитку.

Не були враховані наслідки розпаду єдиної загальносоюзної видавничо-книготорговельної галузі, сформованої в інформаційному просторі на початок 90-х рр. ХХ ст., мовного середовища, політичні пріоритети пострадянської Росії.

У 1996 р. Росія з політичних, економічних, інформаційних мотивів на теренах пострадянського простору запровадила за аналогом більшості високорозвинених держав світу нульову ставку податку доданої вартості на всю друковану продукцію. Влада Російської Федерації задіяла ринкові механізми галузі й створила клімат, сприятливий для інвестування значних коштів.

В Україні політичний бомонд, який мало читає, мусував питання про "порятунок" української книги та видавництва. Те, що в Україні не завдяки, а всупереч такій політиці, розвивалися і продовжують розвиватися книговидання і книжкова торгівля, свідчить як про феномен книги як друкованої матеріальної цінності, так і про високий інтелектуально-ментальний потенціал виробників і споживачів.

На руїнах радянської книготорговельної мережі роздвібна книготоргівля не лише історично-традиційно, а й комерційно опинилася в центрі турбот та інтересів покупцельного загалу і ділової активності видавців. Про це свідчить суспільний резонанс публікацій у фахових виданнях про книгарів, книгарні; необхідність збільшення передусім їхньої кількості, критики "базарної" форми торгівлі книгами й захоплено-некритичних відгуків про відкриття нових книгарень, зокрема на місцях колишніх гральних автоматів.

У цьому контексті на тверезу голову варто молодому поколінню вітчизняних політиків, культурологів, видавців, книгорозповсюджувачів скористатися досвідом минулого. Зокрема, в царині не лише змагання до кількісних показників книгарень, а й до якісних показників: організаційної, асортиментно-товарознавчої, інформаційно-пропагандистської діяльності.

Проблемні питання книготоргівлі можливо коригувати й вирішувати у комплексі за умови наявності кваліфікованих кадрів. На часі професійна підготовка й перепідготовка (підвищення кваліфікації) фахівців: менеджерів, товарознавців, продавців друкованої продукції.

Список використаної літератури

1. *Книжная торговля : документы и материалы : справ. пособие / [сост.: Г. П. Сафронов и др.]*. — М. : Книга, 1980. — 843 с.
2. *Организация и технология книжной торговли / [Арест Я. И. и др.]*. — М. : Книга, 1987. — 352 с.
3. *Добрушин В. А. Товароведческая работа в магазине / Добрушин В. А., Шушанский Н. М.* — М. : Книга, 1980. — 263 с.
4. *Единая схема классификации в книготорговой сети*. — М. : Книга, 1965. — 945 с.
5. *Державна програма розвитку книговидання і преси на період до 2000 р. : (основні положення)*. — К. : [б. в.], 1995. — 21 с.
6. *Бердиховська Б. Прапороносці непоганого минулого / Б. Бердиховська // Критика*. — 2002. — № 5. — С. 55—61.
7. *Бондаренко С. Наши книги, как верили / С. Бондаренко // Киевские ведомости*. — 2000. — 18 сентября.
8. *Малкович И. Издательское дело в Украине — это донкихотство / И. Малкович // Вечерние вести*, 2003. — 26 сентября.
9. *Малкович И. Национальна книга: нинішній стан, його причини, наслідки і перспективи : ("Звернення Комітету захисту української книги") / Малкович І. // Літературна Україна*. — 2000. — 16 березня.

Зоя Григорова,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри ОБПК ВПІ НТУУ "КПІ",

Жанна Ковба,
кандидат історичних наук,
доцент кафедри ОБПК ВПІ НТУУ "КПІ",

Ольга Барзилович,
старший викладач кафедри ОБПК ВПІ НТУУ "КПІ"