

УДК (477)"1940/1980"



**Наталія Марціняк,**  
аспірантка Української академії друкарства

## **Форми та методи книжкової торгівлі в Україні (друга половина 1940-х — кінець 1980-х років)**

*Аналізуються підходи до визначення понять "форма" та "метод" продажу. Розглядаються особливості функціонування різних форм книготорговельної діяльності в Україні у II пол. 40-х — кін. 80-х рр. минулого століття. Аналізуються напрями застосування різних методів продажу відповідно до форм книжкової торгівлі.*

**Ключові слова:** книжкова торгівля, метод продажу, торговельна мережа, форми продажу.

Завдання книжкової справи як цілісної системи, що поєднує сферу послуг, промисловість, культуру і науку, полягає у забезпеченні постійного циклу "книговиробництва—книготорговельної діяльності—книгоспоживання". Ця триєдина формула, запропонована відомим книгознавцем М. Лісовським ще на початку XIX ст., залишається продуктивною та актуальною й нині.

Видавничі справи і поліграфія належать до галузей книговиробництва; книготорговельною займається книжкова торгівля, а до сфери книгоспоживання традиційно відносять бібліотечну справу, інформаційно-бібліографічні установи і відділи та, звичайно, індивідуальних читачів. Значення кожної зі складових книжкової справи у забезпеченні населення друкованою продукцією переоцінити важко. Але одна з перелічених галузей є особливою з точки зору підтримання взаємозв'язку між книгою та її потенційним читачем. Це — книжкова торгівля, яка не лише доводить до кінцевого споживача унікальний товар, а й впливає на його виробництво і споживання, опосередковано формуючи читачські зацікавлення, пропагує книгу та читання. Реалізація соціальних та економічних функцій книжкової торгівлі неможлива без використання різноманітних форм та методів продажу.

Історія книжкової торгівлі України свідчить про те, що найактивнішого розвитку форми та методи книготорговельної діяльності зазнали у радянський період жорсткого адміністрування усіх сфер соціально-економічної діяльності. Попри негативні фактори, зумовлені надмірною ідеологізацією та тотальною цензурою, цей період акумулює вагомий потенціал щодо дослідження різних форм книжкової торгівлі та методів продажу видань для адаптації у ринкових умовах.

З розпадом Радянського Союзу складні процеси реформування народного господарства відповідно до ринкових методів управління негативно вплинули і на сформовану систему книжкової торгівлі. Ліквідація "Укркниги" у 1992 р. обумовила виникнення нових або трансформацію діючих книготорговельних підприємств, стала каталізатором жорсткої конкуренції. Однак говорити про книжкову торгівлю України як про успішну галузь економіки і потужне соціокультурне середовище зарано.

Об'єктивне вивчення та раціональне застосування у сучасних умовах радянського досвіду книготорговельної діяльності може стати одним із кроків до формування новітньої системи книжкової торгівлі, що забезпечує оптимальне поєднання

принципів економічної вигоди і суспільного престижу книги і читання.

Об'єктом дослідження у пропонованій статті стала книжкова торгівля України II пол. 1940-х — кін. 1980-х рр. Ці хронологічні межі обумовлюються двома основними чинниками: 1) у післявоєнний період зі створенням "Укрполіграфвидаву" (1949) була остаточно сформована управлінська вертикаль книготорговельної діяльності, що дало підґрунтя для подальшого розвитку різних форм та методів книготоргівлі; 2) ліквідація "Укркниги" у 1992 р. означала докорінне знищення старої та початок формування ринкової моделі книготорговельної галузі України. Предметом аналізу стали форми книжкової торгівлі та методи продажу видань.

Теоретичним осмисленням окреслених проблем у радянський період займалися як практики книжкової справи, так і вчені-книгознавці: М. Агуф [1], І. Васіна [4], Д. Гнатюк [5], О. Говоров [6; 7], С. Дайновська [14], О. Марін [16; 17], О. Молодчиков [18], О. Пренський [19], О. Хрустальов [24] та ін. Після проголошення незалежності України до історії розвитку форм та методів радянської книжкової торгівлі звертались О. Афонін і М. Сенченко [3], З. Григорова, Ж. Ковба, О. Барзилович [8], Л. Костів [13] та ін. Попри розмаїття публікацій про організаційно-практичні аспекти книжкової торгівлі України другої половини XX ст., досі немає чіткої характеристики форм та методів книжкової торгівлі, аналізу особливостей їхнього застосування в Радянській Україні. У виданнях з організації торгівлі під формами продажу товарів розуміють сукупність засобів і методів продажу, за допомогою яких здійснюється торговельне обслуговування населення [2, с. 120]. Традиційно виділяють магазинні та позамагазинні форми організації роздрібно-книжкової торгівлі. У свою чергу, до магазинних відносять продаж друкованої продукції у стаціонарних підприємствах роздрібно-книжкової торгівлі, які мають торговельний зал та допоміжні приміщення для виконання циклу операцій торговельно-технологічного процесу з підготовки до реалізації та продажу товарів покупцям. Основними позамагазинними формами продажу друкованої продукції є: 1) продаж товарів через дрібно-роздрібну торговельну мережу (торговельні ятки, кіоски тощо); 2) продаж видань на ярмарках, виставках, аукціонах тощо; 3) роздрібно-посилкова торгівля [12].

Зміст і послідовність операцій, які виконують у роздрібно-торговельній мережі, залежить від методів продажу.

*Методи* роздрібно́ї торгівлі — це сукупність прийомів і засобів, за допомогою яких здійснюється виконання торговельно-технологічних операцій у процесі продажу товарів [2, с. 120]. Методи продажу, які використовуються в роздрібній книжоторгівлі, відрізняються між собою способами, прийомами виконання операцій з обслуговування покупців, відбору товарів, формування комплексних купівель, а також технологією розрахунків за товари. Методи та форми торгівлі пов'язані та взаємообумовлені. Так, у процесі магазинного торговельного обслуговування розрізняють такі методи роздрібно́ї реалізації товарів: продаж через прилавок, самообслуговування, з відкритою викладкою, на замовлення, вдома у покупців та ін.

Практично усі перелічені форми і методи книжоторгівлі та їхні різноманітні варіанти ефективно застосовувались в Україні при адміністративній системі управління народно-господарським комплексом. Зі створенням "Головполіграфвидаву" та "Укрполіграфвидаву" (1949) відбулась принципова перебудова управління книжковою торгівлею на місцевому рівні. У кожній республіці, області, іноді навіть у районі чи великому місті був створений книжоторг (управління чи контора книжкової торгівлі), який підпорядковувався через управління (відділ) поліграфії, видавництва і книжкової торгівлі виконкому Ради депутатів і мав низку функцій, що поступово розширювалися.

Книжоторг був гуртово-роздрібною організацією, яка планувала роботу державної книжоторгівельної мережі в конкретній місцевості. У його підпорядкуванні були книгарні, будинки книги, кіоски, автолавки, бібліотечний колектор, книжоторгівельна база. Окрім того, книжоторг розвивав поштово-посилкову, букіністичну торгівлю, громадські та інші прогресивні шляхи книгорозповсюдження [11, с. 47—48].

Завдяки великим організаційно-управлінським зусиллям книжоторгівельну мережу Укркнижоторгу в післявоєнні роки було відновлено досить швидко. Станом на 1 січня 1950 р. вона складалась з 540 магазинів і 266 кіосків, у тому числі 290 книгарень і 57 кіосків в сільській місцевості. Книжковими магазинами було охоплено 276 районних центрів (36% загальної кількості районів) [23]. Книгарні Укркнижоторгу функціонували у 555 районних центрах республіки (≈73% загальної кількості районів республіки), проте ще 207 райцентрів не мали жодної книгарні [25].

До сер. 1950-х рр. економіка і культурно-просвітницька сфера великої союзної країни стабільно працювали відповідно до ідеологічних настанов. Завершальним етапом формування адміністративно-керованої та "ідеологічно" корегованої книжкової торгівлі стало її розмежування у 1956—1957 рр. на державну і кооперативну.

Отже, на кін. 1950-х рр. в Україні було остаточно сформовано системну модель книжкової торгівлі, яка успішно функціонувала до розпаду Радянського Союзу і охоплювала три основні напрями книгорозповсюдження: 1) державна книжоторгівельна система "Головполіграфвидаву"/Держкомвидаву УРСР; 2) кооперативна книжкова торгівля (Укоопспілка); 3) відомчі та інші книжоторгівельні організації. Кожен з названих каналів книгорозповсюдження характеризувався наявністю різноманітних форм та методів продажу друкованої продукції.

З розвитком стаціонарної мережі поступово розширювалась позамагазинна книжоторгівля. Масові *позамагазинні форми* торгівлі друкованою продукцією стали найпоширенішими у сільській місцевості. З 60-х рр. ХХ ст. у книжковій торгівлі почали активно використовуватися лотки і столики, які належали до засобів *дрібнороздрібно́ї торгівлі* книгами і призначались переважно для торгівлі на відкритому повітрі.

У загальному обороті продажу літератури їхня питома вага була досить великою. Наприклад, по Дніпропетровському книжоторгу разом з іншими видами позамагазинної торгівлі вона становила 35—38% [19, с. 39]. Особливо результативною позамагазинна книжоторгівля була в літній період, коли у книгарнях спостерігався спад торгівлі. Реалізація книжкової продукції на лотках здійснювалась у найрізноманітніших місцях, часто поблизу книгарень. Графік роботи позамагазинних торговельних точок був різним — деякі працювали протягом усього дня, інші — тільки в певні години, а окремі — під час обідньої перерви чи переобліку в магазинах.

Наслідками ідеологічно-пропагандистського стилю життя у Радянському Союзі стало залучення населення до участі у різноманітних громадських організаціях чи заходах за, так би мовити, добровільною згодою. Не стала винятком і сфера книжкової торгівлі, де набуло поширення явище книгоношества, стрімко розвивались народні книгарні. Вони, як правило, розташовувались безпосередньо на виробництві, до продажу видань залучались звичайні книголюби, які працювали там за певним рекомендованим графіком на громадських засадах. Важко судити, наскільки добровільною була участь у подібних організаціях, але беззаперечним залишається факт підвищення загальної культури населення внаслідок активної пропаганди книги та читання, участі громадян у книгорозповсюдженні.

Багато книжоторгів володіли "книжковими лавками" на колесах — спеціально обладнаними автомобілями або автопричепами. Торгівля зазвичай велася ззовні автолавок. Для демонстрації літератури слугували невеликі вітрини, що розміщувались на бортах машини або в інших помітних місцях. Зручнішими для книжкової торгівлі порівняно з автокниголавками були автопричепа. На відміну від автомобіля, один із боків автопричепа обладнували кількома зашкеленими віконцями, які використовувались для демонстрації книг, і одним широким, через яке їх продавали. До того ж з автопричепа у кожному пункті торгували не кілька годин (як з автокниголавок), а кілька днів. Для пересувної книжкової торгівлі використовувався також звичайний автовантажний транспорт, наприклад, на українських шахтах — відповідно обладнані вантажні автомобілі. Ефективним у дрібно-роздрібній книжковій торгівлі було використання моторолерів, вантажних велосипедів і мотоциклів зі спеціальними колясками, торговельних візків [19, с. 31].

Використовували подібні форми книгорозповсюдження часто через слабку інфраструктуру, при якій забезпечити книгою жителів найвіддаленіших куточків республіки було можливо лише з допомогою пересувної торгівлі. До застосування у сучасних умовах таких засобів книгорозповсюдження варто ставитись із застереженням, проте і такий досвід поширення друкованого слова сьогодні може знадобитись.

Серед активних позамагазинних форм книжкової торгівлі у 50—60-ті рр. ХХ ст. популярними були *книжкові та шкільні базари*, які організовувались на колгоспних ринках, заготівельних пунктах, сільськогосподарських виставках, в місцях проведення нарад, конференцій тощо. Наприклад, за 10 місяців 1951 р. в системі Укркнижоторгу було проведено понад 250 книжкових і шкільних базарів, забезпечено літературою учасників і відвідувачів 480 районних і обласних сільськогосподарських виставок [23].

Особливе культурно-просвітницьке явище радянського періоду — *місячники, тижні, дні книги*. Такі заходи зазвичай присвячувались знаменним датам в історії науки і культури УРСР та, окрім безпосереднього продажу видань, мали на меті популяризацію книги і читання. У рамках місячників

книги часто організовувались дні поезії, під час яких письменники читали свої твори і роздавали автографи. Сучасні книжкові виставки-ярмарки мають переважно комерційний характер і меншою мірою виконують соціокультурну функцію. Розмаїття форм та методів здійснення книготорговельної діяльності, що застосовувались у 50—60-х рр. ХХ ст., свідчить про значний розвиток та піднесення книжкової справи як однієї зі складових культурної політики країни.

У 70—80-х рр. ситуація у книжковій торгівлі України була досить суперечливою. Кризові явища періоду "застою", що поширювались в усіх сферах суспільного життя, позначились і на книжковій справі. Офіційна інформація про виконання та перевиконання планів роздрібно-товарообігу не завжди відображала об'єктивні реалії сфери книготорговельного розповсюдження. Книжкова торгівля зазвичай повільно реагувала на потреби споживачів; її вплив на тематичне планування та тиражування літератури був малопомітним. Багаторічний дефіцит на деякі види літератури, що наростав в умовах керованого розподілу, позначився на характері діяльності та навіть психології книготорговельних працівників. Нерідко вони зловживали службовим становищем, порушували правила продажу літератури підвищеного попиту.

Незважаючи на складні соціальні та економічні обставини, в УРСР на поч. 1980-х рр. продовжували відкриватись різні види роздрібних книготорговельних організацій: будинки книги, магазини-клуби, фірмові магазини — опорні пункти видавництва з вивчення попиту і розповсюдження літератури з різних галузей знань. Нові підприємства роздрібно-книжкової торгівлі створювались здебільшого в районах новобудов. А у тих, де стаціонарна роздрібна мережа книжкових магазинів і кіосків була доволі розвиненою, основні завдання полягали в реконструкції діючих підприємств, їхньому оснащенні новою технікою, обладнанням, створенні максимального комфорту для покупців. Покращувалось внутрішнє облаштування книгарень, їхні інтер'єри. Найбільші мали бібліографічні відділи, конференц-зали, радіоточки, кімнати для відпочинку працівників.

У цей період швидко розвивалась букіністична торгівля. Скуповуванням книг у населення займались книгарні, спеціалізовані букіністичні магазини і відділи, а також відповідні пункти книг, організовані на підприємствах, в освітніх закладах тощо. Досягненню позитивних результатів у цій роботі сприяло застосування у букіністичній торгівлі прогресивних форм та методів. У 1980-х — на поч. 1990-х рр. широко практикувались такі *методи* букіністичної торгівлі, як придбання і продаж книг за договірними цінами, продаж букіністичних видань у кредит, пункти продажу книг у тимчасове користування (пункти першопрочитання), гарантований пошук книг за замовленням.

Новою своєрідною формою букіністичної торгівлі на поч. 1980-х рр. став книгообмін, що оперативніше та диференційованіше задовольняв попит на книги, ширше, ніж при звичайній букіністичній торгівлі, залучаючи у книгарні літературу з приватних бібліотек. Про популярність книгообміну свідчить його велика питома вага у скуповуванні книг багатьох роздрібних підприємств (в окремих українських книгарнях цей показник сягав 50%) [22, с. 211].

Система посилювала книготоргівлі, що зайняла помітну нішу в книготорговельній сфері у 50—60-х рр. ХХ ст., обслуговувала в основному сільське населення. Відділи "Книга—поштою" були створені при всіх облкниготоргах. У 1980-х рр. товарообіг поштово-посилкової книжкової торгівлі поступово знижувався. Більшість магазинів і відділів "Книга—поштою" були малопотужними та малочисельними (зі штатом один—два співробітники), часто без елементар-

них засобів механізації. Асортимент багатьох поштово-посилкових магазинів і відділів складався із залишків непроданої літератури книжкових магазинів і баз. Хоча товарообіг цього виду торгівлі зростав, можливості підприємств "Книга—поштою", за невеликим винятком, були обмежені.

Для ефективнішого перерозподілу книжкових фондів на поч. 1980-х рр. було організовано Всесоюзні гуртові книжкові ярмарки. Наприклад, у 1982 р. у Харкові проходив VII Всесоюзний гуртово-роздрібний книжковий ярмарок, у якому взяли участь 652 представники книготорговельних організацій Держкомвидаву СРСР, Центроспілки, виробничого об'єднання "Книгоекспорт", Академкниги, видавництва "Транспорт" і "Наука", представники 14 центральних видавництв [20].

На жаль, попри всі управлінські рішення, спрямовані на розвиток книжкової справи на поч. 1980-х рр., рівень книготорговельного обслуговування населення у роздрібній книготорговельній мережі залишався низьким. Масштабного поширення набуло ганебне явище реалізації літератури "у навантаження" — таким продажем книг часто займались народні книжкові магазини і кіоски.

Період "перебудови", хоч і характеризувався виникненням нових форм та методів здійснення книготорговельної діяльності, керівникам багатьох книготорговельних підприємств, котрі звикли працювати в умовах постійних вказівок "зверху", було важко пристосуватись до нових економічних умов.

За підтримки та контролю книжкової торгівлі з боку державних органів влади в Україні радянського періоду поступово розвивались нові *методи*. Одним з них слід вважати створення книжкових магазинів без прилавоків. *Метод самообслуговування* уможливив підвищення ефективності використання торгових площ на 30—50%, швидшу реалізацію багатьох "неходових" видань. У книгарнях з великим потоком відвідувачів цей метод мав специфічні форми — острівні прилавки зберігали роль бар'єрів, які скеровували потоки покупців. Використання подібних прийомів застосовують і сучасні великі книгарні.

Розвиток науково-технічного прогресу та піднесення видавничої галузі у 1960-х рр. сприяли наповненню українського книжкового ринку великим розмаїттям фахової літератури. Тому особливого значення набула спеціалізація книготорговельної мережі. Спеціалізовані книжкові магазини організовували здебільшого біля великих фабрик, заводів, вищих навчальних закладів, новобудов тощо. У 60-х рр. у республіці діяло понад 200 книгарень суспільно-політичної, науково-технічної, сільськогосподарської, медичної, нотномузичної літератури та образотворчої продукції, поезії, філателії тощо [5, с. 166].

У книгарнях удосконалювалось асортиментна робота. Так, основним посібником у роботі продавця стала картотека наявної літератури, або, як її називали, "картотека діючого асортименту". Правильно систематизована, виставлена на прилавок картотека допомагала покупцю у виборі книг, а продавцю — у рекомендації та підборі літератури. У районних книгарнях, де картотек не було, альтернативою їм стала робота зі зразками. Для цього при надходженні нових видань відбирали по одному примірнику книги кожної назви, що включався в алфавітному порядку в перелік книг-зразків, які зберігались на прилавку в спеціальних ящиках або на бортику книжкової шафи навпроти відповідного відділу і допомагали у швидкому пошуку необхідного видання [21, с. 25—26]. У сучасних умовах комп'ютеризації торговельно-технологічних процесів у книгарнях картотеку діючого асортименту та роботу зі зразками замінили електронні бази даних.

Серед різноманітних методів масового розповсюдження книги найпопулярнішим у 1950—1960-х рр. було вже згадане книгоношество. Це пояснюється можливістю донести книгу в такі місця, де немає ні книгарні, ні кіоску і які недоступні навіть для автокниголавок. Робота книгоноші не була стихійною. Кожен постійно обслуговував певний об'єкт — район міста, вулицю, селище, підприємство тощо, а у разі необхідності й окремі групи представників певних професій, незалежно від їхнього місця знаходження (наприклад, медичних працівників, юристів, будівельників тощо), відвідуючи їх як на робочих місцях, так і вдома.

У магазинах поступово запроваджувались додаткові послуги для покупців. Для зручності приймання від покупців попередніх замовлень на літературу випускались "Бланки для замовлень" та щорічні видавничі тематичні плани випуску літератури [7].

У кін. 80-х — на поч. 90-х рр. державна система роздрібної книжкової торгівлі зазнала серйозних труднощів, пов'язаних із виникненням конкуренції між нею та новими структурами книжкової торгівлі: кооперативними кіосками і магазинами, видавничими фірмовими книготорговельними підприємствами, книжковими відділами в універсальних магазинах тощо. Проте державна система і система споживчої кооперації все ще залишалися найбільшими книготорговельними організаціями країни. Вони й надалі збільшували кількість книгарень, розвивали спеціалізацію серед них, запроваджували нові методи торгівлі. Зростала і кількість книжкових кіосків; практикувалась реалізація видавничої продукції через торгові апарати (автомати) на вокзалах, в аеропортах та інших місцях масового перебування людей. Багато уваги приділялось створенню магазинів нового типу, спостерігалась тенденція розширення асортименту за рахунок продажу книг на компактних дисках, екзаменаційних білетів для слухачів різних професійних шкіл тощо. Поступово набув поширення продаж книжкової продукції поза традиційними сферами книгорозповсюдження — у продовольчих та універсальних магазинах. Все популярнішою стає форма театралізованої презентації видань [9].

Безумовно, розглянуті форми та методи книжкової торгівлі мали певні недоліки. Насамперед слід сказати про роботу книготорговельних організацій та, відповідно, працівників в умовах жорсткого ідеологічного тиску. Постійний контроль над тематичним наповненням книжкового ринку і перенасичення його виданнями, що не користуються попитом, встановлення планів реалізації літератури були суттєвими гальмуючими факторами у розвитку книжкової торгівлі України. Однак ці недоліки не применшують багатого досвіду книгорозповсюдження, нагромадженого протягом кількох десятиліть, та можливостей його раціонального застосування у сучасних умовах.

#### Список використаної літератури

1. Агуф М. А. Книгу — в маси. Книжкова торгівля в Радянській Україні, 1918—1964 : короткий іст. нарис / М. А. Агуф, М. Т. Коваль. — Х. : Ред.-вид. від. Кн. палати УРСР, 1965. — 165 с.
2. Апопій В. В. Теорія та практика торговельного обслуговування : навч. посіб. / В. В. Апопій, І. П. Міщук, Ю. М. Хом'як ; за ред. В. В. Апопія. — К. : Центр навч. л-ри, 2005. — 496 с.
3. Афонін О. В. Українська книга в контексті світового книговидавання / О. В. Афонін, М. І. Сенченко. — К. : Кн. палата України, 2009. — 277 с.
4. Васина І. С. Некоторые проблемы совершенствования розничной книготорговой сети / И. С. Васина // Книжная торговля: опыт, проблемы, исследования. — 1984. — Вып. 14. — С. 148—16.
5. Гнатюк Д. Книговидавничая справа на Украине в послевоенный период / Д. Гнатюк. — К. : Вид-во політ. літ. України, 1965. — 192 с.
6. Говоров А. А. Букинистическая торговля / А. А. Говоров. — М. : Изд-во МПИ, 1990. — 236 с.
7. Говоров А. А. История книжной торговли в СССР : учеб. пособие для студентов вузов / А. А. Говоров. — М. : Книга, 1976. — 400 с.
8. Григорова З. Добре забыте старе? : (ще раз про книжкову торгівлю в Україні) / Зоя Григорова, Жанна Ковба, Ольга Барзилович // Вісник Книжкової палати. — 2010. — № 1. — С. 7—11.
9. Доклад о наиболее важных отечественных и зарубежных достижениях в области науки, техники и производства издательского дела, полиграфической промышленности и книжной торговли за 1990 г. — М. : Всесоюз. кн. палата, 1991. — Ч. 3 : Книжная торговля. — 102 с.
10. О состоянии и мерах по улучшению книжной торговли в Украинской ССР (8 сентября 1956 г.) : из Постановления Совета Министров УССР // Книга и книжное дело в Украинской ССР : сб. материалов, 1941—1984 / [сост.: Л. И. Гольденберг (рук. работы) и др.]. — К., 1986. — С. 132—135.
11. Книжная торговля. Документы и материалы : справ. пособие. — М. : Книга, 1980. — 624 с.
12. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг / В. В. Апопій [та ін.]. — Львів : ЛКА, 2001. — 450 с.
13. Костів Л. Між втраченим вчора і туманним завтра / Л. Костів // Книжковий клуб +. — 2003. — № 6. — С. 24—30.
14. Кусько Д. Д. Проблемы расширения рынка букинистических книг / Д. Д. Кусько, С. Н. Дайновская // Книжная торговля: опыт, проблемы, исследования. — 1984. — Вып. 14. — С. 27—34.
15. Макуха Л. В. Организация книгообмена в Харьковском книготорге / Л. В. Макуха, С. З. Туркот // Книжная торговля: опыт, проблемы, исследования. — 1985. — Вып. 16. — С. 114—130.
16. Марин А. П. Некоторые проблемы развития букинистической торговли / А. П. Марин // Книжная торговля: опыт, проблемы, исследования. — 1984. — Вып. 14. — С. 47—55.
17. Марин А. П. Развитие общественного книгораспространения в СССР / А. П. Марин // Книжная торговля: исследования и материалы. — М., 1977. — С. 3—20.
18. Молодчиков О. В. Книга Радянської України / О. В. Молодчиков. — К. : Політвидав України, 1974. — 230 с.
19. Пренский А. И. Активные формы распространения книги / А. И. Пренский. — М. : Искусство, 1961. — 64 с.
20. Сафронов Г. П. Книгораспространение: рубежи и перспективы / Г. П. Сафронов // Книжная торговля: опыт, проблемы, исследования. — 1983. — Вып. 12. — С. 3—28.
21. Советская книжная торговля : бюл. книготоргового об-ния гос. издательств. — № 2. — 1949. — 40 с.
22. Современное советское книгоиздание : опыт, проблемы. — М. : Книга, 1985. — 368 с.
23. Справка Укрполиграфиздата о состоянии книжной торговли на селе // Книга и книжное дело в Украинской ССР : сб. материалов, 1941—1984 / [сост. Л. И. Гольденберг (рук. работы) и др.]. — К., 1986. — С. 106—111.
24. Хрусталева А. А. Современной системе книгораспространения — прогрессивные типы книжных магазинов / А. А. Хрусталева // Книжная торговля: опыт, проблемы, исследования. — 1985. — Вып. 15. — С. 61—86.
25. ЦДАВОУ. — Ф. 2, Оп. 8, Т. 2, Спр. 4493, Арк. 257.

*Анализируются подходы к определению понятий "форма" и "метод" продажи. Рассматриваются особенности функционирования различных форм книгораспространения в Украине во II пол. 1940-х — кон. 1980-х гг. Анализируются направления применения различных методов продажи в зависимости от форм книжной торговли.*

*Approaches for determination of the concepts such as "form" and "method" of sale are analyzed. The peculiarities of different forms of book spreading functioning in Ukraine in the second half of the 1940 — 1980 th are investigated. The directions of different sale methods according to the book trade forms are analyzed.*

Надійшла в редакцію 8 січня 2013 року