

Адаптована модель Lean Canvas, розроблена для аналізу комунікаційної взаємодії підприємства з цільовою аудиторією через просування інформаційного продукту

Проблема та наявні альтернативи	Розв'язання проблеми	Унікальна цінність	Прихована перевага	Сегмент споживачів і ранні послідовники
Брак зручних платформ, висока конкуренція в соцмережах і на маркетплейсах, недовіра покупців до якості товарів Наявні альтернативи Продаж через маркетплейси (ОЛХ, Prom.ua), соціальні мережі й традиційні ринки	Гарантовано свіжі та якісні фермерські продукти без посередників, які безпосередньо постачають перевірені виробники. Сайт надає можливість зручного пошуку і швидкого оформлення замовлень Основні метрики Кількість зареєстрованих фермерів, обсяги продажу через сайт і кількість постійних покупців	Розроблення вебсайту з інтуїтивно зрозумілим інтерфейсом для продажу фермерських продуктів, що забезпечує прямий зв'язок між фермерами та покупцями	Співпраця лише з надійними фермерами, зручний вебсайт та ефективні маркетингові стратегії для залучення покупців Канали просування Просування за допомогою власного сайту, контент-маркетингу, онлайн-реклами, співпраці з місцевими агропідприємствами та відгуків клієнтів	Фермери, агропідприємства та переробні компанії шукають надійний канал для купівлі та продажу зернових без посередників для виробництва, експорту чи перероблення Ранні послідовники , які вже купують зерно безпосередньо в аграріїв або через торгові платформи, прагнучи до більшої зручності та прозорості
Структура витрат		Потоки прибутку		
Підтримка онлайн-платформи, логістичні витрати, маркетинг, операційні витрати, заробітна плата працівників, витрати на інфраструктуру й технічну підтримку		Комісія за замовлення, витрати на доставляння, платні підписки на набори продуктів, а також додаткові доходи від партнерських програм і реклами на платформі		

(Далі буде)

Надійшла до редакції 4.09.2025



ІСТОРИЧНІ РОЗВІДКИ

[https://doi.org/10.36273/2076-9555.2026.3\(356\).44-52](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2026.3(356).44-52)
УДК 02(477)Бор(092)''192/193''(045)

Віктор Сєдих,
кандидат педагогічних наук, доцент,
головний бібліотекар кабінету бібліотекознавства імені Л. Б. Хавкіної
Харківської державної наукової бібліотеки імені В. Г. Короленка
seduhww@ukr.net
<http://orcid.org/0009-0001-9410-7914>

Б. Борович у книжковому просторі України (1920-ті — початок 1930-х років) *

На зламі 1920—1930-х рр., коли уряд СРСР подолав економічну кризу, склалися сприятливі умови для перебудови видавничої та книготоргівельної справи. Якщо 1922 р. обсяг книжкової продукції становив 1585 назв, то 1928 р. — 5673 назви

при тиражі 36,7 млн пр., із них 56,5% назв (66,1% тиражу) — українською мовою [1, с. 21; 44; 45]. Працювали державні й приватні крамниці, книготоргівлю в містах забезпечував торговий сектор Державного видавництва України, а в

* Закінчення. Початок див.: Вісник Книжкової палати. 2026. № 2. С. 50—52.

сільській місцевості — видавництва "Книгоспілки". До 1 жовтня 1929 р. мережа книгарень зросла до 750 крамниць, не враховуючи позамагазинних форм торгівлі [1, с. 27; 19]. Однак стан книжкового ринку Б. Борович визначав як незадовільний, оскільки книготоргівля ані кількісно, ані якісно не забезпечувала інформаційних потреб читачів. Гостро стояло питання ціни книги й кількості її покупців. Український книгознавчий журнал "Радянський книгар" наголошував, що населення витрачає в рази менше коштів на книги, ніж на горілку, бо не призвичаєно до купівлі літератури, й наводив красномовний факт: "...на Криворіжжі книжок продано на 18,6 коп. на чоловіка, а горілки — на 2 крб, 58 коп." [20; 26, с. 16—17]. Таке становище спостерігалося в усіх регіонах республіки, оскільки ціни на літературу були непомірними.

Більшість книжкових крамниць було зосереджено в містах, тоді як у сільській місцевості окремих книгарень бракувало, а літературу розповсюджували споживспілки у звичайних магазинах або періодично активісти-книгоноші. Бібліотеки діяли лише у великих селах переважно завдяки зусиллям Всеукраїнського об'єднання видавців і книгопродавців "Книгоспілка". Поширеною була практика, коли у крамницях серед товарів облаштовували книжкові полицки, проте вони були непомітні й невеличкі. Враховуючи, що в сільській місцевості проживала майже половина населення України, за таких умов масштабне здійснення так званої культурної революції було неможливим [44].

Організація роботи міських книгарень викликала багато нарікань. Більшість із них утримували власні видавництва, через що література інших виробників становила лише незначну частину асортименту. Книгопродавці, нехтуючи вимогами покупців, намагалися насамперед реалізувати літературу власних видавництв. Проте, наголошував Б. Борович, книга — особливий товар, конкретне видання на подібне замінити неможливо [10]. Так виникли поняття "дефіцитна книга", "затоварювання", з якими активно боролася радянська книготоргівля. Зауважимо, що дефіцитним було не рідкісне чи колекційне видання, а звичайна популярна книга, наявна на ринку, але відсутня в більшості крамниць через різні причини. Постійні покупці регулярно стикались із ситуацією, коли достеменно знали, що книга надрукована й навіть має рецензію, адже читали про це в бібліографії до журналу, а продавець відповідав, що видання не надходило [15; 17]. Відмова очікувала покупців через проблему затоварювання. Книгарі, побоюючись скупчення залишків літератури, замовляли мінімаль-

ну кількість назв і примірників із центральної гуртової книготорговельної організації. Це були наслідки непрофесіоналізму конкретних виконавців і незадовільної організації книготоргівлі. Як пояснював Б. Борович, дефіцит і затоварювання виникали через неспроможність видавців точно визначити потребу в конкретному виданні та його наклад, а книготорговців — раціонально і оперативно розподіляти книги по регіонах і крамницях [10]. Знавець книжкового ринку України М. Агуф зазначав, що літературу постачали у книготорговельну мережу, використовуючи розверстку й механічний розподіл, а до 1929 р. книгарні не були обізнані з тематичними планами видавництв [1, с. 29].

Борис Осипович зауважував і про нове негативне явище, яке швидко ширилося системою, — штучне обмеження життєвого циклу книги. Річ у тім, що зазвичай у книгарнях цікавляться новинками, але у тогочасних реаліях книготоргівлі строк новизни знизився до 2—3 тижнів після надходження видання до прилавка. Б. Борович з обуренням зазначав, що такі видання продавці, а під їхнім впливом і покупці, називали "заваль" і зовсім не рекламували. Унаслідок цього на полицях бракувало видань дворічної й більше давнини. Книгознавець слушно зазначав, що значущість книги та її об'єктивна оцінка формуються поступово, справжні поціновувачі розкуповують певні видання повільно, проте для неквапливого продажу слід мати оборотний капітал, якого у книгарень немає [10]. Розглянувши проблеми літератури минулих років, Б. Борович наголошував на її непересічній цінності якщо не для книготоргівлі, то для бібліотек. Після соціальних катаклізмів (Першої світової війни, двох революцій) у країні було створено мережу установ Державного книжкового фонду, куди звозили сотні тисяч видань із націоналізованих бібліотек і книжкових колекцій. Однак організація роботи цих установ була незадовільною. Користуючись принципом безоплатності, бібліотеки відбирали багато книг, які фактично їм не були потрібні, за принципом "нехай буде". Розбазарювання цінних фондів, які збирали науковці, письменники, громадські діячі тощо, стало справжнім лихом. Книгознавець докладно аналізував цей недосконалий і хибний механізм відбору літератури [9].

Як небайдужий, рішучий, громадянсько активний фахівець і науковець Б. Борович запропонував докорінно реорганізувати діяльність центрів збирання старих книг, перетворивши їх на установи на зразок сучасних бібліотек-депозитаріїв. Зокрема, змінити статус із тимчасового на постійний і визначити головним завданням надання літератури тим, хто її справді потребує.

Організація роботи цих установ мала відповідати вимогам бібліотечної технології: облік, формування фонду, складання довідкового апарату тощо; відправлення замовлень здійснюватиметься на платній основі за заздалегідь встановленою ціною; запрошення на посади отримують лише кваліфіковані спеціалісти — знавці старовинної книги та потреб бібліотек-реципієнтів; створення в установах консультаційно-бібліографічних служб. Фахівці схвально сприйняли пропозиції Б. Боровича, оскільки Україна гостро потребувала інституції, здатної закрити лакуни в комплектуванні фондів наукових бібліотек [22].

Для оптимізації книготоргівлі Борис Осипович запропонував у кожному адміністративному центрі організувати зразкову книгарню, яку слід планово й систематично поповнювати друкованою продукцією, замовляючи її в різних видавництвах. Ресурси книгарні мали бути найбільшими, а книжковий асортимент — найширшим та найякіснішим. Роботу крамниці доповнювало б консультаційне бюро, працівники якого за допомогою підготовленого видавництвами бібліографічного апарату, що віддзеркалював актуальний стан книжкового ринку, каталогів і картотек книгарні, "живої" бібліографії, спеціальних масових заходів допомагатимуть у виборі книг, надаватимуть консультації з формування бібліотечки від 5—10 видань і більше тощо. Просвітницька діяльність якнайкраще рекламуватиме книгарню й допоможе зробити її зною в регіоні. Б. Борович нагадував, що саме так працюють за кордоном: покупці обізнані про всі книги, які вийшли з друку, й охоче спілкуються з продавцями [10; 13; 15].

Для вдосконалення системи обслуговування у книгарнях науковець пропонував частково скористатися досвідом бібліотечної роботи, тобто спробувати вивчати смаки й запити споживачів. Зауважимо, що на початку 1920-х рр. співробітники Українського наукового інституту книгознавства (УНІК) висловлювали схожі пропозиції, але відмовилися від них через низьку кваліфікацію тогочасних книгарів [39]. Головним завданням реалізаторів Б. Борович вважав не формальний продаж книг, а рекомендацію покупцеві видання, яке позитивно впливатиме на його психологічний стан, спонукатиме до виявлення емоцій, емпатії, стане імпульсом для нових думок, сентенцій, дій. Звісно, такий підхід книгознавців був сформований під впливом бібліопсихології й усвідомлення факту, що книготоргівля є просвітницькою роботою. Отже, у разі не чітко визначеного попиту чи стійкого зацікавлення покупця до певних питань книгар має

покладатися на знання читацьких інтересів. "Коли споживач приходить у книгарню, треба з'ясувати, хто він, що робить, де живе, для кого купує книги. Це допоможе виявити загальну лінію інтересів відвідувача", — зазначав автор [3; 14]. Таку можливість надають матеріали бібліотекознавчих досліджень певних читацьких груп. Знаючи їхні особливості, кваліфікований спеціаліст через лаконічну бесіду з клієнтом визначає, до якої читацької групи він належить, з'ясовує його індивідуальні особливості. Відповіді покупця формують враження про нього й допомагають оптимально поради літературу. Під час наступного контакту продавець обговорює прочитану книгу, а подальша бесіда точиться навколо інших видань. Так формується постійний контингент книжкової крамниці. Серед відвідувачів центральної книгарні мали бути не лише колективні (державні, кооперативні організації й установи, бібліотеки), а й нові індивідуальні споживачі, яких на той час було вкрай мало. Культурна революція, зазначав Б. Борович, створила сприятливі умови для формування інтересу до книги. На індивідуального споживача — найперша увага. Він ходить у кіно, купує фіранки, п'є горілку, але літературу придбати не хоче. Потенційний читач має відчуття "смак" книги та прагнути купувати її регулярно. Слід залучати нових покупців із провінції, які мають гуртові кошти, проте не можуть укомплектувати якісну бібліотеку для громади через книжковий дефіцит. Зменшити його допоможе відділення "Книга — поштою", яке слід створити при книжковій крамниці [8]. З часом, особливо від другої половини 1940-х рр., ця форма книготоргівлі стала масовою й ефективною, адже з її допомогою мешканці віддалених від центру містечок і сіл мали змогу замовити й одержати потрібні видання [23].

Одночасно з реорганізацією книгарень потрібно було подбати про підготовку кваліфікованих кадрів. Цю проблему тогочасні фахівці прямо чи опосередковано порушували майже в кожному дописі [10; 33; 34; 36]. Очевидно, що розповсюджувати книги мали професіонали, адже лише завдяки стажуванню за місцем роботи кваліфікованого книгаря не підготувати. Книги — предмет специфічний. З одного боку, це товар на кшталт одягу, взуття, побутової техніки тощо, а з іншого, природна сутність книги — духовна сфера, закладена в ній соціальна інформація, зміст. Вимоги до продажу традиційного побутового краму в цьому разі мають другорядне значення. Книгар повинен бути небайдужим до змісту видання, щоб одночасно проводити просвітницьку роботу. Серед його компетентностей — усебічне знання книги, психології її сприйняття

та продажу, методів вивчення інтересів постійних споживачів, основ реклами й популяризації [37]. У зазначений період такі компетентності набували в родинних книжників, упродовж років загальної освіти, самоосвіти, спадкової роботи у книжкових крамницях. Однак цей шлях можна здолати значно швидше, якщо відкривати спеціалізовані заклади вищої освіти. Саме це й пропонував Б. Борович, оскільки короткотермінові курси виявилися неефективними. Крім поодиноких книжково-газетних технікумів, науковець наполягав на введенні вищої книгарської професійної освіти [10]. На його думку, між професіями книгаря й бібліотекаря є багато спільного, тому досвід вищої бібліотечної освіти став би корисним для налагодження ефективної книжкової торгівлі.

На часі було й подальше формування книготорговельної мережі, узгодженої з найбільшими книговидавництвами (лише в Україні їх налічувалося 18) на чолі зі спільним правлінням. Важливим проєктом на шляху її трансформації стала інституція бібліотечних колекторів. Це була суто вітчизняна ідея періоду воєнного комунізму, коли органи народної освіти за допомогою колекторів почали безоплатно надсилати книгозбірням комплекти літератури з політпросвіти. Прототипом колекторів в Україні було Центральне агентство при ВУЦВК, яке постійно працювало від 1919 р. Організація безоплатно розподіляла книги по бібліотеках, хатах-читальнях міст і сіл [28; 40]. У 1927 р. колектори ввійшли до системи книготоргу, почали комплектувати бібліотеки за їхні кошти відповідно до завчасно укладених замовлень, зобов'язувалися здійснювати бібліотечне опрацювання книг, забезпечували потрібною технікою. Робота відбувалася згідно з угодами між книгозбірнями й книготорговельними точками. Сучасна дослідниця джерел документопостачання бібліотек А. Соляник слушно вважає їх історично обумовленим, дієвим спеціалізованим інструментом централізованого комплектування до початку 2000-х рр. [40].

Проєкт виявився життєздатним і корисним у тогочасних умовах невизначеності бібліотечного будівництва, низької фахової підготовки бібліотекарів, адже певною мірою позбавляв їх потреби працювати зі складними технологіями (комплектування та каталогізації фондів), надавав можливість здійснювати ідеологічний контроль за новими надходженнями. Завдяки бібліотекам колектори допомагали книгарням, заклопотаним пошуками клієнтів, збільшити кількість постійних покупців.

Мережа бібліотек, які організували органи народної освіти, видавництва, профспілки,

стрімко розвивалася. Водночас ці спеціалізовані підприємства не так переймалися обслуговуванням бібліотек, як були зосереджені на виконанні плану товарообігу, працюючи на засадах госпрозрахунку й не зважаючи на регіонально-економічний профіль книгозбірні. По-перше, такий пріоритет призводив до формування незадовільного асортименту, який часто не відповідав бібліотечним замовленням, оскільки колектори намагалися замінити конкретне видання на подібне. По-друге, розвитку цих установ заважала відомча розпорошеність. На практиці виходило, що кілька колекторів було націлено на одного споживача, що спричиняло нездорову конкуренцію. По-третє, вони перехопили всі "хвороби" звичайних книгарень (непідготовленість кадрів, відсутність чи неякісне консультативно-бібліографічне обслуговування, лакуни в асортименті, нав'язування власної книжкової продукції тощо).

Зазначені проблеми в той період активно висвітлювали книгознавці [28]. Б. Борович, надрукувавши серію книжок, присвячених предметизації документів і предметному каталогу, долучився до вивчення нагальних проблем книжкової торгівлі як досвідчений книгорозповсюдjuвач та авторитетний бібліотекар-практик. Він беззастережно схвалив ідею організації бібліотекторів, мотивуючи це наведеними причинами, ґрунтовно досліджував діяльність цих підприємств (книготорговельна база столичного Харкова надавала таку можливість), піддав її справедливій критиці, підтримавши думку багатьох фахівців книжково-бібліотечної справи, що колектор є не додатком до книгарень, а навпаки — самодостатньою установою, сформованою на ґрунті книжкових крамниць з єдиною метою якісного комплектування бібліотек [4; 8].

За Б. Боровичем, колектор незалежно від відомчої належності має бути бібліотечно-методичним осередком, при якому функціонує книжковий склад, що отримує продукцію від різних видавництв і книготоргів, призначену винятково для потреб бібліотек. Ця структура є складнішою та витратнішою за книжкову крамницю, оскільки являє собою симбіоз двох установ — книгарні й закритої бібліотечно-бібліографічної установи, позаяк не обслуговує читачів. У колекторах мають працювати кваліфіковані кадри, які допомагають бібліотекам на місцях облаштувати "стрижень" бібліотечної роботи — фонди й каталоги. Працівники добирають літературу відповідно до замовлень і профілю книгозбірень, організують консультативно-бібліографічний відділок, за допомогою якого комплектують літературу. Крім різноманітних довідок і консультацій, влаштовують виставки новинок, бесіди про

видавничий рух, заходи з вивчення читача тощо, тобто ведуть просвітницьку роботу, що становить ментальну основу книгорозповсюдження. Усі замовлені книги піддають бібліотечному опрацюванню (технічному й бібліографічному) для організації та ведення в бібліотеках каталогів і картотек, насамперед предметних (нагадаємо, що Б. Борович де-факто очолював рух із предметизації документів в Україні). Фахівець наголошував, що така насичена діяльність апріорі буде економічно збитковою, якщо вона якісна [4; 8].

Б. Борович був упевнений, що бібколектор має входити до бібліотечного відомства, тоді як утримуватимуть його організації, у складі яких є книгозбірні (державні, партійні, профспілкові, а також видавничі, книготорговельні тощо). Останні забезпечують його комерційну діяльність. Утім, тогочасна практика була далекою від цих орієнтирів, тому бібліотеки не поспішали укладати угоди з колекторами.

Найболючішою проблемою цих установ стало стихійне розростання на обмеженій території, адже їх масово відкривали в містах. Колектори мали різну відомчу підпорядкованість, матеріальні ресурси, незадовільно комплектували бібліотеки, не враховуючи виробничий профіль мікрорайону обслуговування, етнічний склад його мешканців, навіть тип книгозбірні, зрештою, заважали розвиватися один одному. Б. Борович слушно назвав це явище колектороманією (епідемією), оскільки кожний книжковий склад і видавництво облаштовували в себе колектор [8]. Більшість із них не надавали ані методичних, ані бібліографічних послуг, опікуючись винятково реалізацією літератури свого видавництва під виглядом комплектування бібліотек. Насправді йшлося про дискредитацію бібколекторської роботи. Звісно, більшість фахівців, зокрема й Борис Осипович, наполягали на ліквідації цього явища й пропонували організувати єдиний колектор у регіональному центрі. На щастя, керівні органи дослухалися до пропозиції та оперативно втілили її в життя [18; 25; 28; 30—32].

Назріла нагальна потреба у формуванні єдиної мережі бібколекторів. Перший крок був зроблений на початку 1931 р., коли урядові структури позбавилися колекторів видавництва. А поступова реорганізація мережі та внутрішня оптимізація цих установ у довоєнний період дали змогу значно поліпшити їхню роботу. Завдяки цим крокам майже до 2000-х рр. бібколектори були надійним джерелом документопостачання бібліотек різних типів завдяки технологічній і просторовій злагоженості [1; 28; 40].

Золоте десятиліття української культури збагатилося новою формою торгівлі — книжковими

базарами (не плутати з ярмарками). У 1926—1927 рр. вони мали сезонний характер, тобто відкривалися зазвичай навесні, найчастіше у травні до Дня преси. З їх допомогою партійне керівництво намагалося залучити до книги нову генерацію потенційних читачів, яка тоді активно формувалася: робітнича та селянська молодь, поважні за віком робітники, кваліфікація яких залежала від регулярного навчання, учні, курсанти, студенти, радянські службовці, особи, які ліквідували неписьменність чи здобули початкову освіту тощо. Тогочасні книгарні все-таки були менш доступними й зручними для них, ніж повсякденна атрибутика міст і великих сіл — базари (так тоді йменували ринки). Переваги й демократичність такої форми торгівлі давали шанс зацікавити населення літературою, а фахівці сподівалися, що з часом вона стане супутником повсякденності, допоможе успішно поширювати державну ідеологію.

Утім, за проектом книжкові базари суттєво відрізнялися від традиційного ринку, оскільки мали переслідувати не комерційні цілі, а політико-просвітницькі й освітні. Книга — вельми специфічний товар, вона формує світогляд, підвищує культурний рівень і збагачує знання. Саме в цьому, а не в фінансових прибутках її історичне призначення. Перші роки функціонування книжкових базарів не виправдали сподівань, оскільки являли собою типове торжище з розпродажу неліквідних видань, про що з гіркотою зауважував Б. Борович. Ідею проекту було спотворено: замість найкращого асортименту, дбайливо дібраного кваліфікованими книгарями, що мав вразити й заохотити відвідувачів, книгарні везли на базари книги, які через різні причини не знайшли читача у крамницях [7].

Попри зусилля організаторів, витрати чималих коштів на облаштування місць продажу прискіпливий погляд спеціаліста помічав, що не лише незадовільний репертуар книг, а й матеріальна база цієї торгівлі (кілька безбарвних яток), апатичні книгарі, сіра тоскна реклама, байдужа публіка не сприяють зацікавленню книжковою продукцією, а базарні покупці насамперед щиро захоплюються не книгами, а атракціонами. Були, звісно, справжні книголюби, однак не заради них започатковували цю торгівлю. Нового читача перші базари не дочекалися, й не дивно, адже там ніхто не проводив просвітницької роботи. Так було скрізь, незалежно від регіонів: столиця, округові центри, міські райони. Одна користь — задешево продавали книжки, що лежали на запасних полицях і складах (знижка іноді сягала 70%). Звісно, не-реалізована друкована продукція — це результат

непрофесіоналізму книгопродавців чи свавілля керівних органів, оскільки вона — вартісна, наголошував Б. Борович. Книгарі навіть не намагалися наблизити книгу до користувача, через що справа зазнавала збитків. Науковець навіть кілька ганебних прикладів: книжку з неорганічної хімії (600 с.) продавали за 40 коп., монографію проф. Н. Пакуля "Книга" з якісними ілюстраціями (132 с.) — за 15 коп., "Щоденник" Т. Шевченка, що коштував 2,5 руб., — за 50 коп. [7]. Б. Борович наголошував, що ці видання вийшли друком на початку 1920-х рр., вони дуже потрібні, але з таким підходом суспільству загрожує культурна катастрофа, занепад книжкової та бібліотечної справи, адже в наявних умовах бібліотеки позбавлені можливості закривати лакуни в комплектуванні. "Потрібно категорично протестувати проти "базарних" методів збуту цінної книги, відгородити її від інших способів розповсюдження", — наполягав книгознавець [7, с. 24].

Рішуче виступаючи за збереження книжкових базарів як дієвого способу залучення до книги нових прихильників, майбутніх бібліофілів, збільшення товарообігу видань, Б. Борович пропонував розумні інновації, зумовлені зміною парадигми: базари є не статичними, а динамічними точками торгівлі; вони не чекають відвідувачів, а активно їх шукають за допомогою різних форм пропаганди й реклами; вони просувають не тільки новинки, а й ретрокнигу як вартісний довговічний інтелектуальний продукт. Для цього потрібно змінити локалізацію базарів, наприклад, із середмістя перевезти на околиці, насичені виробництвами (відкривати там стаціонарні кіоски, направляти книгонош тощо). Слід також змінити й "нутроці" цих точок продажу, тобто замість книг одного видавництва, розширити репертуар виданнями за інтересами; скупчити книготорговельні осередки в певних місцях, наприклад, відкрити кіоски дитячої та юнацької літератури, для кваліфікованих робітників, медиків, домогосподарок тощо. Книжковий кіоск — це мінікнигарня, яку обслуговує кваліфікований фахівець за допомогою консультанта. Продавець розставляє літературу, веде просвітницьку роботу, забезпечує бібліографією книжковий масив тощо. Асортимент кіосків слід комплектувати з найкращої книжкової продукції, перелік якої формує завчасно створена в місті комісія з представників видавництв, бібліотек, установ книготоргівлі. Цікаво, що Б. Борович "не бачив" у комісіях чиновників із владних, партійних і профспілкових структур. Забігаючи наперед, зазначимо, що комісії з облаштування книжкових базарів справді було створено, але, звісно, з

впливовими представниками. Уніфікованою атрибутикою базарів учений вважав рекламу, плакати, атракціони, що доповнюють книжково-просвітницьку роботу, масову друковану (бібліографічні листки) та "живу" бібліографію, спілкування бібліофілів. Одночасно з базаром активізується пропаганда книги у трудових колективах міста, віддалених від торгової точки. Ось такий базар, за Б. Боровичем, буде успішним, сприятиме зростанню кількості прихильників і справжніх друзів книги, збільшенню обсягів продажу й кількості постійних клієнтів [7].

Сподівання вченого-практика, на диво, швидко втілювалися в життя. Журнал "Радянський книгар" за кілька років по тому з гордістю писав, що книжкові базари насичують актуальною літературою (на відміну від попереднього періоду, коли там зазвичай продавали залежали видання), масовими заходами, рекламою за завчасно складеними планами. Організацію заходів супроводжували циклами доповідей про книги й пресу на підприємствах, концертами, зустрічами з письменниками, виставками книг тощо. Особливо активними в той час були книгоноші. Цікаво, що книжкові базари розміщували навіть у сільській місцевості, а в містах — на околиці. Кореспондент журналу Івах зазначав: "Книжкові базари зростають і переходять в справжнє свято книги" [21, с. 11; 27; 41; 42]. Ця форма торгівлі не втратила вагомого значення й нині.

Отже, у пропонованому дослідженні вперше розкрито доробок Б. Боровича в книготорговельній сфері. Проблеми, актуалізовані науковцем, стали рушійною силою для вдосконалення галузі, зокрема: усвідомлення важливої соціальної ролі книжкової торгівлі, передусім як форми просвітництва (у той період зник з обігу термін "книжкова торгівля", замість якого від 1929 р. вживають "книгорозповсюдження"); потреба кардинальних змін у методах формування книжкового асортименту (тільки на основі замовлень); особлива увага до "старої книги" як унікальної вартісної категорії книжкового ринку (відновлення букіністичної торгівлі, створення спеціальних осередків для збереження й використання книжкової продукції минулих років видання, яка згодом знайде читача); організація у книгарнях консультативно-бібліографічної служби, професійної внутрішньої та зовнішньої реклами (статичної й динамічної), єдиної системи класифікації книг; створення книготорговельної мережі в сільській місцевості, широке використання в цій локації позамагазинних форм торгівлі; радикальні зміни в організації роботи новоутворених бібліотечних колекторів (не книгарня, а бібліотечно-методичний центр), їх упорядкування,

ліквідація дублювання й необов'язкової конкуренції; поширення й удосконалення таких форм продажу літератури, як кіоски, лотки, книгоноші, книжкові базари; створення системи підготовки книгарів (курсове навчання, учнівські школи, технікуми, виші).

Більшість виявлених проблем книжкової торгівлі спеціалісти зазвичай обговорювали на колективних форумах й ухвалювали виважені колегіальні рішення [24]. Після Всесоюзної наради з книжкової торгівлі 1929 р. редакція журналу "На книжковому фронті" попросила постійного дописувача, завзятого полеміста, знаного книгознавця з української делегації Б. Боровича поділитися враженнями й здобутками про книжковий форум. З властивою йому прямою, доповненою гострим розумом, науковець виклав свій погляд у статті "Зі з'їзду книжкових робітників" [12, с. 24—28]. Почавши з позитивних вражень, важливості значення форуму, який визнав книгу особливим товаром і зобов'язав змінити сталі терміни "книгопродавець", "книгопродаж" на "книгорозповсюджувач" і "книгорозповсюдження", а також перезавантажити комерційну суть торгівлі на просвітницьку, Б. Борович акцентував на головному недоліку заходу — невідповідності програми очікуванням більшості. З'їзд фактично перетворився на доповіді "генералів" від книжкової справи. Майже вісім днів впливові особи обговорювали політичні питання (перебудова видавничої справи, відокремлення книговидавництва від книгорозповсюдження, раціоналізація книготорговельної мережі, місце в ній споживчої

кооперації, взаємодія союзних і національних республіканських книжкових структур тощо), тоді як більшість учасників очікувала обговорення "живих" проблем обслуговування покупців через зміну офіційної парадигми (асортимент, форми й методи торгівлі, пропаганди книги, поліпшення умов праці, підвищення зарплати тощо). Б. Борович запропонував низку рекомендацій до наступного з'їзду: склад учасників мав бути однорідним, доповіді — орієнтованими на практику й місцеві проблеми, не слід обговорювати відомчі проблеми на загальному зібранні, тези доповідей поширювати завчасно тощо.

Висновки. Біографістика Б. Боровича та вивчення проблематики його досліджень поглиблюються. Внесок видатного книгознавця в теоретико-методичні й організаційні засади розвитку системи книгорозповсюдження доповнений цікавими працями щодо соціальної функції книги й участі вченого у становленні мережі книжкової торгівлі в 1920—1930-ті рр. Науковий доробок Б. Боровича є значущим і до певної міри таким, що зберігає актуальність, розкриває нові чесноти його особистості.

Водночас залишаються питання, які чекають на відповіді: заповнення біографічних лакун; проблема переоцінювання наукової спадщини Б. Боровича в царині розроблення теоретико-методичних засад предметизації документів; висвітлення участі в підготовці бібліотечних кадрів; пошук і виявлення ілюстративного матеріалу щодо діяльності науковця тощо.

Список бібліографічних посилань

1. Агуф М., Коваль М. Книгу — в маси: книжкова торгівля в Радянській Україні, 1918—1964 (Короткий історичний нарис). Харків : Ред.-видав. відділ Книжкової палати УРСР, 1965. 165 с.
2. Афанасенко О. Книжковий ринок України як система. *Вісник Книжкової палати*. 2005. № 8. С. 7—10.
3. Борович Б. Вивчення читача в книгарні. *Радянський книгар*. 1930. № 6. С. 2—3.
4. Борович Б. К спорам о библиотечном коллекторе. *Красный библиотекарь*. 1930. № 6. С. 41—43.
5. Борович Б. Как читать книгу. О чтении. О книгах. О записи. Харьков : Труд, 1924. 128 с.
6. Борович Б. Книгопродажа как просветительная работа. Харьков : Труд, 1924. 42 с.
7. Борович Б. Книжные базары (из записок книговеда). *На книжном фронте*. 1929. № 9. С. 22—25.
8. Борович Б. Коллекторомания (в порядке обсуждения). *На книжном фронте*. 1929. № 32—33. С. 45—47.
9. Борович Б. О старой книге: [в порядке обсуждения]. *Красный библиотекарь*. 1930. № 4. С. 45—48.
10. Борович Б. Проблема советского книжного рынка (заметки книговеда). *На книжном фронте*. 1929. № 19. С. 3—7. Рец. : Басов М. От редакции. С. 7—8.
11. Борович Б. Пути сближения книги с читателем. Опыт методологи культурной работы в библиотеках. Харьков : Труд, 1922. 103 с.
12. Борович Б. Со съезда книжных работников. *На книжном фронте*. 1929. № 30—31. С. 24—28.
13. Борович Б. Як найкраще обслужити споживача книжкою. *Радянський книгар*. 1930. № 10. С. 12—13.
14. Булах Т. Д. Психологія продажу в книжковій галузі : навч. посіб. Харків : Лідер, 2015. 215 с.
15. В Українській Книжковій палаті. *Радянський книгар*. 1930. № 13—14. С. 44.
16. Видатний український бібліотекознавець Б. О. Борович (1883—1938) : збірник матеріалів / Харк. держ. наук. б-ка ім. В. Г. Короленка; уклад. А. О. Черевко, Т. Л. Кульшицька. Харків, 2005. 89 с.
17. Вовченко І. О. Становлення та розвиток радянської бібліографії на Україні : посіб. з історії рад. бібліогр. для студ. ін-тів культури / Харк. держ. ін-т культури. Харків, 1976. 99 с.

18. Годкевич М. Єдиний колектор і рекомендаційно-бібліографічний центр. *Радянський книгар*. 1929. № 3. С. 17—19.
19. Григорова З., Ковба Ж., Барзиловяч О. Добре забуте старе? (ще раз про книжкову торгівлю в Україні). *Вісник Книжкової палати*. 2010. № 3. С. 7—10.
20. Гуртовенко В. Книготоргова справа на Чернігівщині. *Радянський книгар*. 1930. № 12. С. 11—12.
21. Івах. Із практики : [книжкові базари]. *Радянський книгар*. 1930. № 7. С. 11—12.
22. Державний книжковий фонд : [що пропонує Борович]. *Радянський книгар*. 1930. № 12. С. 28.
23. Кам'янецький Д. Активізуємо просунення книжки через поштові відділи. *Радянський книгар*. 1931. № 1. С. 11—12.
24. Книгу на службу культурній революції : матеріали I Всеукраїнської книготорговельної наради, 2—3 червня 1929 р. Харків : Пролетарій, 1929. 87 с.
25. Ковалевський Ф. Бібліотечні колектори профспілок. *Радянський книгар*. 1930. № 13—14. С. 33—35.
26. Коваль І. Горілка витісняє книжку. *Радянський книгар*. 1930. № 9. С. 16—17.
27. Кушнарєнко В. Організація книжкових базарів та їх асортимент. *Радянський книгар*. 1930. № 8. С. 3—4.
28. Кушнарєнко Н. М. Розвиток мережі бібліотечних колекторів на Україні (1917—1937). *Бібліотекознавство і бібліографія*. 1981. Вип. 21. С. 65—73.
29. Марціняк Н. Форми та методи книжкової торгівлі в Україні (друга половина 1940-х — кінець 1980-х років). *Вісник Книжкової палати*. 2013. № 3. С. 38—41.
30. Махоніна О. Про колектори та рекомендаційно-бібліографічний центр. *Радянський книгар*. 1930. № 1. С. 12.
31. Мірошніченко І. Перспективи розвитку колекторів в другій п'ятирічці. *Бібліотека в соціалістичному будівництві*. 1933. № 1. С. 21.
32. Міхлін Я. Про єдиний бібліотечний колектор. *Радянський книгар*. 1930. № 1. С. 13.
33. Підготовка кадрів книгарів. *Радянський книгар*. 1930. № 6. С. 13—14.
34. Пшенський О. І. Книгарня: організація і практика. Допоміжна книжка для книгарів : посібник для підвищення кваліфікації книгарів / за ред. та передмовою С. В. Пилипенка. Харків : ДВУ, 1930. 122 с.
35. Розов Я. Об'єднання сил або загибель хорошої справи. *Радянський книгар*. 1930. № 4. С. 13—14.
36. Святненко Ганна. Готуємо книготорговельні кадри. *Радянський книгар*. 1930. № 9. С. 20—21.
37. Серебряний Я. Увага рекламі книжки. *Радянський книгар*. 1930. № 7. С. 21.
38. Сєдих В. В. Борис Осипович Борович як непересічна постать і видатний бібліотекознавець України. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2024. Вип. 66. С. 59—76.
39. Солонська Н. Українська книжкова торгівля: аспекти, проблеми, досвід 20—30-х років (на матеріалах "Бібліологічних вістей" та іншої фахової преси). *Бібліотечний вісник*. 1996. № 6. С. 23—29.
40. Соляник А. А. Документопостачання бібліотечних фондів: закономірності розвитку : монографія. Харків : ХДАК, 2005. 229 с. Розділ 4, С. 99—154.
41. Травень — свято книги [про бібліотечні базари]. *Радянський книгар*. 1930. № 7. С. 1—3.
42. Тененбаум А. Підсумки книжкового базару в Луганському. *Радянський книгар*. 1930. № 13—14. С. 19.
43. Хавкіна Л. Рец. на книгу "Книгопродажа как просветительная работа". *Книгоноша*. 1924. № 6 (37). С. 95.
44. Чаусовський І. Вузькі місця книготорговельної роботи. *Радянський книгар*. 1930. № 1. С. 2—4.
45. Фідельман Б. Українські книжкові видання в 1928—1929 році. *Радянський книгар*. 1930. № 13—14. С. 8—11.

Viktor Siedykh,

*PhD of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Chief Librarian of the L. B. Khavkina Library Science Office
of V. H. Korolenko Kharkiv State Scientific Library*

B. Borovych in the book space of Ukraine (1920s — early 1930s)

For the first time, B. Borovych's significant contribution to the development of the book business in Ukraine is summarized in the article. The emphasis is placed on the sphere of book trade, in particular, its state, forms and methods of trade, personnel training, the main social mission of the bookstore — education instead of commerce, and the scientist's proposals on areas for improving the studied field are analyzed. The activities of B. Borovych as the founder and head of the private cultural and educational publishing house "Trud" are highlighted, which embodied the idea of humanization and a reader-centered approach to the system of book publishing and book distribution. The emphasis is made on the independence of B. Borovych's views, his respectful attitude to the phenomenon of "book", and his understanding of its extremely important social significance.

Keywords: *Borys Osypovych Borovych; book trade; bookstores; book distribution system; book assortment; consulting and bibliographic activities; education; non-store forms of trade; book bazaars; library collectors*

References

1. Ahuf M. & Koval M. (1965). *Knyhu — v masy: knyzhkova torhivlia v Radianskii Ukraini, 1918—1964 (Korotkyi istorychnyi narys)*. Kharkiv: Red.-vydav. viddil Knyzhkovoï palaty URSR.
2. Afanasenko O. (2005). Knyzhkovyi rynek Ukrainy yak systema. *Visnyk Knyzhkovoï palaty*, 8, pp. 7—10.
3. Borovych B. (1930). Vyvchennia chytacha v knyhnarni. *Radianskyi knyhar*, 6, pp. 2—3.
4. Borovych B. (1930). K sporam o byblyoteknom kolektore. *Krasnii byblyotekar*, 6, pp. 41—43.

5. Borovych B. (1924). *Kak chytat knyhu. O chtenyy. O knyhakh. O zapysy*. Kharkov: Trud.
6. Borovych B. (1924). *Knyhoprodayzha kak prosvetytelnaia rabota*. Kharkov: Trud.
7. Borovych B. (1929). Knyzhnie bazary (yz zapysok knyhoveda). *Na knyzhnom fronte*, 9, pp. 22—25.
8. Borovych B. (1929). Kollektoromanyia (v poriadke obsuzhdeniia). *Na knyzhnom fronte*, 32—33, pp. 45—47.
9. Borovych B. (1930). O staroi knyhe: [v poriadke obsuzhdeniia]. *Krasnii byblyotekar*, 4, pp. 45—48.
10. Borovych B. (1929). Problema sovetskoho knyzhnoho rinka (zametky knyhoveda). *Na knyzhnom fronte*, 19, pp. 3—7.
11. Borovych B. (1922). *Puty sblyzheniia knyhy s chytatelem. Opyt metodolohy kulturnoi raboti v byblyotekakh*. Kharkov: Trud.
12. Borovych B. (1929). So s'ezda knyzhnykh robotnykov. *Na knyzhnom fronte*, 30—31, pp. 24—28.
13. Borovych B. (1930). Yak naikrashche obsluzhyty spozhyvacha knyzhkoiu. *Radianskyi knyhar*, 10, pp. 12—13.
14. Bulakh T. D. (2015). *Psykholohiia prodazhu v knyzhkovii haluzi : navch. posib*. Kharkiv: Lider.
15. V Ukrainii Knyzhkovii palati. (1930). *Radianskyi knyhar*, 13—14, p. 44.
16. Cherevko A. O. & Kulshytska T. L. [uklad.]. (2005). *Vydatnyi ukrainskyi bibliotekoznavets B. O. Borovych (1883—1938) : zbirnyk materialiv*. Khark. derzh. nauk. b-ka im. V. H. Korolenka. Kharkiv.
17. Vovchenko I. O. (1976). *Stanovlennia na rozvytok radianskoi bibliohrafiï na Ukraini : posib*. Kharkiv.
18. Hodkevych M. (1929). Yedyni kolektor i rekomendatsiino-bibliohrafichniy tsentr. *Radianskyi knyhar*, 3, pp. 17—19.
19. Hryhorova Z., Kovba Zh. & Barzylivaiach O. (2010). Dobre zabute stare? (shche raz pro knyzhkovu torhivliu v Ukraini). *Visnyk Knyzhkovoi palaty*, 3, pp. 7—10.
20. Hurtovenko V. (1930). Knyhotorhova sprava na Chernihovshchyni. *Radianskyi knyhar*, 12, pp. 11—12.
21. Ivakh. (1930). Iz praktyky : [knyzhkovi bazary]. *Radianskyi knyhar*, 7, pp. 11—12.
22. Derzhavnyi knyzhkovyi fond : [shcho proponuie Borovych]. (1930). *Radianskyi knyhar*, 12, pp. 28.
23. Kamianetskyi D. (1931). Aktyvizuiemo prosunennia knyzhky cherez poshtovi viddily. *Radianskyi knyhar*, 1, pp. 11—12.
24. *Knyhu na sluzhbu kulturnii revoliutsii : materialy 1 vseukrainskoi knyhotorhovelnoi narady, 2—3 chervnia 1929 r.* (1929). Kharkiv: Proletarii.
25. Kovalevskyi F. (1930). Bibliotechni kolektory profspilok. *Radianskyi knyhar*, 13—14, pp. 33—35.
26. Koval I. (1930). Horilka vytsniaie knyzhku. *Radianskyi knyhar*, 9, pp. 16—17.
27. Kushnarenko V. (1930). Orhanizatsiia knyzhkovykh bazariv ta yikh asortyment. *Radianskyi knyhar*, 8, pp. 3—4.
28. Kushnarenko N. M. (1981). Rozvytok merezhi bibliotechnykh kolektoriv na Ukraini (1917—1937). *Bibliotekoznavstvo i bibliohrafiia*, 21, pp. 65—73.
29. Martsiniak N. (2013). Formy ta metody knyzhkovoi torhivli v Ukraini (druga polovyna 1940-kh — kinets 1980-kh rokiv). *Visnyk Knyzhkovoi palaty*, 3, pp. 38—41.
30. Makhonina O. (1930). Pro kolektory ta rekomendatsiino-bibliohrafichniy tsentr. *Radianskyi knyhar*, 1, pp. 12.
31. Miroshnichenko I. (1933). Perspektyvy rozvytku kolektoriv v druhii piatyrichtsi. *Biblioteka v sotsialistychnomu budivnytstvi*, 1, pp. 21.
32. Mikhlin Ya. (1930). Pro yedyni bibliotechni kolektor. *Radianskyi knyhar*, 1, pp. 13.
33. Pidhotovka kadriv knyhariv. (1930). *Radianskyi knyhar*, 6, pp. 13—14.
34. Pshenskyi O. I. (1930). *Knyharnia: orhanizatsiia i praktyka. Dopomizhna knyzhka dlia knyhariv : posibnyk dlia pidvyshchennia kvalifikatsii knyhariv*. Kharkiv: DVU.
35. Rozov Ya. (1930). Obiednannia syl abo zahybel khoroshoi spravy. *Radianskyi knyhar*, 4, pp. 13—14.
36. Sviatnenko H. (1930). Hotuiemo knyhotorhovelni kadry. *Radianskyi knyhar*, 9, pp. 20—21.
37. Serebrianyi Ya. (1930). Uvaha reklamami knyzhky. *Radianskyi knyhar*, 7, p. 21.
38. Siedykh V. V. (2024). Borys Osypovych Borovych yak neperesichna postat i vydatnyi bibliotekoznavets Ukrainy. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii kultury*, 66, pp. 59—76.
39. Solonska N. (1996). Ukrainska knyzhkova torhivlia: aspekty, problemy, dosvid 20—30-kh rokiv (na materialakh "Bibliolohichnykh vistei" ta inshoi fakhovoi presy). *Bibliotechnyi visnyk*, 6, pp. 23 — 29.
40. Solianyk A. A. (2005). *Dokumentopostachannia bibliotechnykh fondiv: zakonmirnosti rozvytku : monohrafiia*. Kharkiv: KhDAK, 4, pp. 99—154.
41. Traven — sviato knyhy [pro bibliotechni bazary]. (1930). *Radianskyi knyhar*, 7, pp. 1—3.
42. Tenenbaum A. (1930). Pidsumky knyzhkovoho bazaru v Luhanskomu. *Radianskyi knyhar*, 13—14, p. 19.
43. Khavkina L. (1924). Rets. na knyhu "Knyhoprodayzha kak prosvetytelnaia rabota". *Knyhonosha*, 6 (37), p. 95.
44. Chausovskiy I. (1930). Vuzki mistsia knyhotorhovelnoi roboty. *Radianskyi knyhar*, 1, pp. 2—4.
45. Fidelman B. (1930). Ukrainski knyzhkovi vydannia v 1928—1929 rotsi. *Radianskyi knyhar*, 13—14, pp. 8—11.

Надійшла до редакції 17.10.2025

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 21783-11683ПР від 31.12.2015.

Формат 60x84^{1/8}. Ум. друк. арк. 6,05. Тираж 28 пр. Зам. 8.

Журнал надруковано на обладнанні Книжкової палати України

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1954 від 24.09.2004.

До уваги читачів: електронний варіант журналу "Вісник Книжкової палати" ISSN 2076-9555 (онлайн-версія) розміщено на сайті Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського в розділі "Наукова періодика України":

http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VKP/index.html