Порушуючи тему книжкової торгівлі, в минулому номері “Книжкового огляду” йшлося про гігантів продажу книги, а саме про київські супермаркети. Цього разу звернемо нашу увагу на невеликі книжкові магазини столиці.

Після розпаду колишньої держави книгарні невеликого формату якось загубилися у вирі суспільно-політичних і соціально-економічних змін і настільки “зачахли”, що їх ніхто не брав до уваги як серйозних учасників книжкового ринку в Україні. В Києві таких магазинів залишилось зовсім обмаль – на пальцях рук полічити можна. Ще гірше становище в інших великих містах, не кажучи вже про райцентри, для яких, якщо збереглися одна-дві книгарні – то це вже розкіш. Кожен з директорів цих підприємств скаржиться на погане життя, поганий попит, продавці – на зарплатню.

П’ятнадцять років тому майже в кожному великому селі був невеличкий книжковий магазин, в якому разом з книгами продавалися і канцтовари. Зараз, звичайно, таких магазинів немає, книги продаються на пошті або в крамниці з продажу господарських товарів, і тому селяни мимоволі залишаються наодинці з Марініною та Донцовою в одному магазині на все село та 50-томником творів В.І. Леніна у сільській бібліотеці (якщо і вона збереглася). Вважається – нерентабельно. Ніхто не ставить на те, що жителі села читатимуть Коельо, Муракамі чи Забужко. Це зрозуміло – підприємці не хочуть ризикувати. Але ж Київ – не село, в ньому мешкає багато читачів, які з найвіддаленіших кутків їдуть на Петрівку чи в центр, щоб придбати потрібну книгу. Чому вони не можуть цього зробити неподалік від свого дому? Все ж різниця є – їхати годину-півтори у переповненому громадському транспорті чи прогулятися десять хвилин на свіжому повітрі до найближчої книгарні. Актуальне питання – чи можуть існувати, а тим більше відкриватися нові книгарні в сучасних умовах в спальних,

віддалених районах великого міста, і головне, чи можуть вони вижити, пристосуватися в сучасних умовах конкуренції?

Після довгих пошуків київських магазинів районного масштабу одразу зникає оптимізм, навіяний відкриттям “Букви” чи “Моєї книги”, натомість з”являється сумнів щодо того, що наші люди почали читати – багато і з задоволенням. Звичайно, є маленькі магазини, є і “Книги” в районі станції метро “Дарниця”, і “Книги” від видавництва “Павлім” у Святошинському районі, магазин “Нивки” й інші. Є серед них гірші і кращі. Але хіба це ті магазини, в які хочеться йти після того, коли побував у них хоча б один раз? Як, наприклад, після відвідин “Орфея” чи “Сяйва”? До такого магазину можна забігти, аби придбати листівку чи, приміром, щось у подарунок людині, яка зненацька запросила в гості. Хоча є і переваги. Наприклад, ціна суттєво нижча від цін на Петрівці чи в “ Букві”. Цим можна привабити покупця. Але чи знають про ці магазини його потенційні клієнти, чи мають вони можливість дізнатися про їх існування? Не впевнена. Приїхавши до віддаленого району і знаючи, що десь тут знаходиться книжковий магазин, автор цієї статті почала питати перехожих, користуючись принципом “язик до Києва доведе”. І що ж? Виявилося, що про існування такого магазину ніхто не знає. Хоча знаходився він всього за декілька десятків метрів від того місця, де я намагалася дізнатися про нього. Виникло враження, що такий винахід людства, як реклама,

невідомий дирекції цього магазину.

Правда, є і більш-менш обізнані керівники книгарень. Такі практикують використання вуличних інформаційних стендів під час робочого дня, акції знижок, змінюють оформлення своїх книгарень, використовують інші можливості. У магазині “Книги” (Дарниця) полиці з книгами підписані (навчальна література, дитяча література тощо), що допомагає орієнтуватися пересічному читачеві, особливо такому, який вперше потрапив до цієї книгарні. Однак покупці маленьких книжкових крамниць скаржаться на вкрай бідний асортимент літератури. У такій книгарні можна знайти новинки або бестселери, однак якщо ви цікавитеся творчістю того чи іншого автора серйозніше і хочете придбати його книжку, видану раніше, чи купити повне зібрання його творів, то ваша справа, поза всякими сумнівами, просто приречена на невдачу.

Про обслуговування в сучасних книгарнях взагалі не йдеться. Чому я, купуючи книгу, часто просто не маю куди її покласти? Зі скептичною ностальгією змушена зрозуміти, що повернувся той час, коли поліетиленові пакети прасували, сушили і використовували вдруге, тому що, виявляється, “у нас – книгарня, а не пакувальний стіл!” Тож доводиться мовчки виходити до сусіднього магазину, купувати там пакет за 25 копійок і повертатися. І зауважити собі: наступного разу не забути захопити пакетик з дому. Стривайте, наступного разу я взагалі сюди навряд чи прийду.

Обслуговування страждає чи не найбільше. В кожному книжковому магазині повинні працювати фахові продавці, які люблять книгу і самі її читають, які завжди знайдуть покупцеві потрібну книгу або проконсультують. Чи не привітність людей

нас притягує до них? Як відомо, вона нічого не коштує, але – іноді безцінна. На жаль, у дійсності чомусь нерідко буває навпаки.

Переважна більшість персоналу невеликих київських книгарень вважає своїм обов’язком відпочивати в ті дні, коли покупцеві хочеться зробити покупку, тобто у вихідні. І, якщо в центрі це ще більш-менш припустимо, адже там постійно “товчуться” студенти, які навчаються лише півдня, та і працівники найближчих офісів можуть під час своєї законної обідньої перерви завітати (хоча “Буква” собі такої розкоші не дозволяє), то в книгарнях маленьких, районних – цього взагалі не можна зрозуміти.

Фактично, завітати до крамниці може лише безробітний, адже більшість людей працює з 9-ї до 18-ї, а вихідні дні в таких закладах торгівлі, як це не дивно звучить – субота та неділя. Звичайно, є категорії громадян, які працюють за своїм графіком і можуть дозволити собі таку розкіш – ходити до книгарні в будень, але що мають робити інші? Правильно, в суботу чи неділю їхати за книгою на Петрівку.

Звичайно, у всього є свої переваги і недоліки, тому і відсутність маленьких книгарень можна чимось виправдати. Всі знають, що торгівля нерівномірна.

Приміром, напередодні Новорічних свят всі купують подарунки, в тому числі і книги. Видавцям і продавцям підручників щастить отримати прибутки у серпні-вересні, але “мертвий” сезон для них – червень-липень. І якщо для великого магазину таке зменшення може бути незначною перепоною на широкому шляху (він розрахований на окупність протягом багатьох років), то для невеличкого підприємства кілька місяців абсолютного простою можуть виявитися фатальними.

Але що ж таке невелика книгарня? Невже вона не має переваг, аби хоча б хтось у цій країні цим серйозно зайнявся? Вона дає набагато більше можливостей продавцям, адже дає змогу безпосередньо спілкуватися з покупцями. Продавець, знаючи активних покупців в обличчя та їхні уподобання і розмовляючи з ними про погоду чи про політику, при цьому може з успіхом продавати їм книги. Чи не це головне в книгарні? Адже, навіть обираючи чоботи чи сорт ковбаси, покупці часто запитують ради у продавця.

Система безпосередньої розмови, спілкування з покупцем практично неможлива у супермаркетах. Вам ввічливо покажуть полицю, на якій стоїть “Кримінальний кодекс України” чи “Как выйти замуж за иностранца?”, але обрати ви маєте самі, спираючись на свій розум і випадок. Погодьтеся, що поєднання власного глузду з компетентною підказкою набагато краще, ніж без останньої. Крім того, можна прогнозувати на майбутнє, брати замовлення у читачів. Є багато варіантів, але чомусь цього ніхто

не робить.

Цікавим у малих магазинах був би відділ букіністичної книги або навіть щось на кшталт платної бібліотеки, “книги на одну ніч” чи для копіювання. Зрештою, прочитавши цікаву книгу, дехто, можливо, придбає її. До речі, сучасні районні бібліотеки перебувають у такому

жахливому стані щодо забезпечення новітньою художньою літературою, що малим книгарням таким чином можна непогано заробляти. Але чи хочуть вони це робити?

Щоб не ходити далеко, згадаємо “Гранд-Експо” – зовсім невеличкий салон-магазин книг в районі станції метро “Либідська”

(який, до речі, вже переїхав до більшого приміщення). При невеликій торговельній площі – надзвичайні результати. Привабливе оформлення вітрин, чудова атмосфера в залі, винахідливе оформлення стендів із використанням іграшок, зручні крісла для покупців, вільний доступ до книжок.

На жаль, на сьогодні читаюча аудиторія недооцінена підприємцями, що займаються роздрібною торгівлею книги. Виникає логічне питання, яке провокує на філософські роздуми: невже всі покупці “Букви” чи “Знання” безпосередньо проживають лише у районі площі Льва Толстого чи вулиці Хрещатик? Можливо, хтось з них таки

з Оболоні, Дарниці, Троєщини чи Біличів? А, можливо, таких більшість.

Леся Кості, "Книжковий огляд"