

УДК 608.6:002

М. І. Катрук, В. С. Лукашов
Українська академія друкарства

ФОРМУВАННЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ КНИГИ ЯК ОСОБЛИВОГО ТОВАРУ

Наводяться результати дослідження споживних властивостей книги з позицій сучасного товарознавства. Окреслюються шляхи подальшої оптимізації маркування книги для підвищення ефективності її вибору під час купівлі.

Книга, книгознавство, товарознавство, маркування, споживні властивості

Відомо, що книга є джерелом формування рівня культури поколінь та соціуму загалом [1]. Книгознавці досліджують проблеми створення книги її автором, особливості роботи редактора, художника, загалом роботи видавництва над книгою в її додрукарській стадії, книговиготовлення, типології видань, мистецтва книги, книгоописування, книговивчення; вивчають перспективи для книгорозповсюдження і книгоспоживання.

Книгознавство кваліфікується як наука про книгу у книжковій справі. Знання про книгу пройшли шлях від первинного синкретизму до галузевої диференціації та наступного об'єднання на методологічній основі [3].

У видавничій справі виділяють напрями подальшого розвитку, які тісно пов'язані з економікою; вирішення основних проблем книжкової торгівлі, особливо таких як методи вивчення попиту, пропаганди книги; вивчення читача і читання як специфічної форми існування книги в суспільстві; застосування в різних галузях книгознавства досягнень психології та соціологічних методів [4].

Науковці не проводили комплексних досліджень про всі складові книжкової справи [2].

Ставлення держави до такої спеціальності як книгознавство дуже поверхневе. Ця галузь належить до розуміння культури, а торгівля книгою не вважається окремим видом торгівлі, що має зовсім інші ознаки. Слід правильно інтерпретувати книгу як товар, оскільки конкуренція зумовлює пошук нових шляхів вдосконалення її споживних властивостей [7].

Подальше вивчення теоретичних і практичних аспектів книгознавства має сприяти подоланню кризи українського книговидавання і книгорозповсюдження, стати чинником активізації ролі книги в державотворенні і формуванні громадянського суспільства.

Книга як товар відрізняється, насамперед, функціональними властивостями (здатністю задовольняти потреби споживачів). Отож виникає проблема визначення основних функціональних ознак, які характеризують книгу (тематика, а також функціональне і читацьке призначення). Споживачі основним складником виділяють у книзі інформацію, для отримання якої її купують

(книга на комп'ютері теж може бути товаром, можна її продавати, але за іншими ознаками).

Найширші визначення книги полягають у тому, що вона є носієм інформації — це продукт інформаційної діяльності для продовження або застосування інформації для розвитку виробництва чи вирішення будь-якої проблеми. Саме це доводить, що книга — суспільно важливий продукт [5].

Сучасні науковці вирішують питання ефективності книжкової торгівлі та книжкового маркетингу. Це пов'язано з тим, що книга є не лише джерелом знань і соціально-культурним надбанням, але і товаром, попит на який зростає, а вимоги до його споживчих властивостей підвищуються. Внаслідок вищезазначеного постає питання дослідження книги з точки зору класичного товарознавства. Отже, книга — специфічний товар, тому що вона може в кожному своєму виразі задовольняти різні потреби, пов'язані з читанням і використанням прочитаного.

Актуальним завданням є пошук книги, що може задовольнити потреби конкретного споживача. Доцільним є питання вибору книги для найменшого читача. Наприклад, вибір дитячої книги є доволі складним процесом, особливо книги-подарунка. Процес купівлі з погляду книгорозповсюдження має бути якомога простішим і комфортнішим.

Під час вибору будь-якого товару споживачі звертають увагу на інформацію, що вказана у маркуванні. Цей принцип доцільно застосовувати також і для дитячих книг. Зокрема, вибір дитячої книги стане значно простішим, якщо зазначати на обкладинці книги маркування з рекомендацією віку читача (рис. 1).

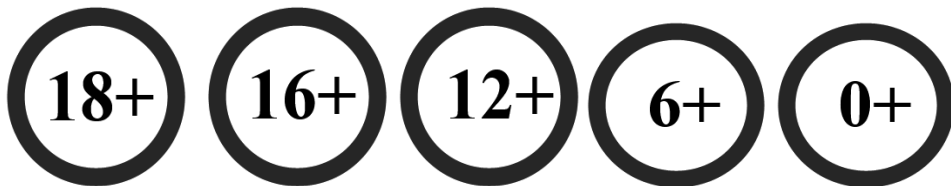


Рис. 1. Маркування вікових обмежень для дитячої книги

Дитячі книги «0+» доцільно упаковувати у прозору плівку для уникнення забруднення цього товару, оскільки діти віком до шести років можуть легко підхоплювати з поверхні обкладинки збудників різноманітних захворювань.

Виробники дитячої книги створюють книги-конструктори, зі сторінок яких можна з малюнком скласти невеликий пазл; також дуже популярними серед споживачів є книги зі знімними дрібними елементами. Така продукція потребує додаткового застереження щодо використання: варто зазначати застережне маркування (рис. 2), що вказуватиме на обов'язкову присутність дорослого під час читання книги для дітей віком до шести років.

Інформація в книжках може бути або правдивою, або навмисне чи випадково хибною, може бути розвиваючою, закликати до миру, чи навпаки, до руйнування, ворожнечі, вчити виготовляти зброю, наркотичні засоби тощо [6].



Рис. 2. Застережне маркування — книга, що містить дрібні елементи

Для книг, що містять інформацію негативного характеру а також нецензурну лексику запропоновано використовувати застережне маркування (рис. 3).

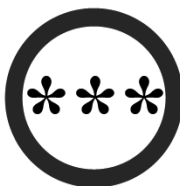


Рис. 3. Маркування, що містить нецензурну лексику або інформацію негативного змісту (вікове обмеження 18+)

Таке маркування дасть змогу ефективніше моніторити якість книг з точки зору культурної цінності, що насамперед, є надзвичайно актуальним для дітей-підлітків, свідомість яких доволі вразлива і легко піддається негативному впливу.

Наведене маркування надалі рекомендується ввести як обов'язкове, що регламентуватиметься відповідним стандартом. Саме такі нововведення з погляду товарознавців допоможуть підвищити якість книги та її конкурентоспроможність.

На книжковому ярмарку Форуму видавців 2014 р. активісти підтримали ініціативу «Економічний бойкот» та маркували книги російських видавництв триколорами [5].

Таке явище надихає на те, щоб книги саме українських видавництв маркувалися знаком, що дасть можливість легко ідентифікувати продукцію українських видавництв (рис. 4.), а отже підтримати вітчизняного виробника.



Рис. 4. Маркування на підтримку вітчизняного виробника

На перспективу можна розробити маркування, що виокремить переможців різних номінацій у відомих конкурсах книги в Україні та світі (книги-бестселери зокрема).

Отже, на сучасному етапі книгознавства книга досі в основному розглядається як мистецький твір, носій культури та знань. Проте такий підхід залишається не всебічним, оскільки книга є особливим товаром, а її споживні властивості з точки зору товарознавства потрібно досліджувати і вдосконалювати.

Одним з перших етапів такого підходу є розроблення та впровадження обов'язкового та рекомендованого маркування книг, що дасть змогу підвищити конкурентоспроможність української книги та фільтрувати книги, що потрапляють у поле зору читачів, зокрема дітей. Фактично інформаційна безпека книги для дітей на сучасному етапі розвитку книгознавства є визначальною.

1. Ельников М. П. Феномен книги : (теор.-гносеол. аспект) / М. П. Ельников // Книга : исслед. и материалы. — М., 1995. — Сб. 71. — С. 53–68. 2. Ісаєвич Я. Українське книгознавство : етапи розвитку / Я. Ісаєвич // Вісн. львівського ун-ту. — 2006. — Вип. 1. — С. 7–19. — (Серія книгознавство) 3. Ленский Б. В. Этапы большого пути: к 40-летию выхода в свет сборника «Книга. Исследования и материалы» / Б. В. Ленский // Книга : исслед. и материалы. — М., 1999. — Сб. 77. — С. 5–14. 4. Соколов А. В. Многомерная структура книговедческого знания / А. В. Соколов // Книга : исслед. и материалы. — 2012. — Сб. 98/99. — С. 13–29. 5. Твоє місто [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://tvoemisto.tv/news/forum_vydavtsiv_rozdav_uchasnykam_trykolory_dlya_markuvannya_rosiyskyh_knyg_66099.html. 6. Теремко В. Унікальність книги як стратегічний феномен ефективної видавничої діяльності / В. Теремко // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — 2010. — № 4. — С. 67–72. 7. Український видавничий портал «Книгобачення». Унікальність книги як товару / А. Судин [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://knyhobachennia.com/?category=10&article=11>

ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ КНИГИ КАК ОСОБЕННОГО ТОВАРА

Приводятся результаты исследования потребительских свойств книги с позиций современного товароведения. Начертаны пути дальнейшей оптимизации маркировки книги для повышения эффективности ее выбора во время покупки.

FORMING CONSUMER PROPERTIES OF BOOK AS THE SPECIAL COMMODITY

The article investigates the results of research consumer properties of book from positions of the modern merchandizing. The ways of further optimization book's marking for the increase efficiency choice of book during a purchase.

Стаття надійшла 05.11.2014