

УДК 002.2

О. В. Антоник, Н. Н. Зубко

СПОЖИВНІ ВЛАСТИВОСТІ КНИГИ ЯК ТОВАРУ: РИНКОВІ АКЦЕНТИ

Проліковується еволюція товарознавчих підходів до книги. Підкреслюється ринкова потреба у прикладній книгознавчій дисципліні – товарознавстві книги, орієнтованому на вивчення споживних властивостей книжкової продукції. Аналізуються властивості соціального призначення, надійності, ергономічності, естетичності тощо. Йдеться про важливість створення матриці комплексної товарознавчої оцінки видання для його позиціонування на ринку.

The evolution of the commodity approaches to book is investigated and traced. The market need in applied book science discipline – commodity book science, oriented on the studying of the consumer abilities of the book products is underlined. The properties of the social importance, reliability, ergonomics, aesthetics, etc. are being analyzed. The point is about the importance of the matrix creation of the complex commodity edition evaluation for its positioning on the market.

Книжкова торгівля, задовольняючи потреби населення в книзі, виконує через систему товарно-грошових відносин важливі економічні функції. Основне завдання її як економічної та соціокультурної сфери діяльності – задоволення суспільних потреб у видавничій продукції, що завжди була і залишається важливим засобом інтелектуального, духовного розвитку особистості, з урахуванням платоспроможного купівельного попиту. Завдяки своїм товарним властивостям книга має певну споживну вартість, здатну задовольняти певні потреби. Попит на книгу в ринкових умовах суттєво змінився і має прагматичну функціональну спрямованість.

Сучасний покупець на полицях книгарні шукає передусім видання з певним цільовим призначенням – для наукової діяльності, професійного росту, організації дозвілля, для подарунка тощо. У кожному конкретному випадку потенційний покупець обирає те видання, що найповніше відповідає його запитам (вимогам), тобто є не лише джерелом певної інформації, але й разом із задоволенням інформаційних потреб дасть певний корисний ефект: допоможе засвоїти нові технології й фахово укласти договір, просто приємно провести час, стильно умеблювати оселю, зробити приємність іншим (якщо книга – подарунок) і т.д. Серед сучасного книжкового розмаїття доволі важко вибрати саме те, що потрібно, оскільки якісних книг мало. Причини можна називати різні: прагнення видавничих структур заощадити кошти, видавничий непрофесіоналізм і, особливо, незнання смаків і потреб споживача (останнє – особлива тема для актуалізації і фахового аналізу).

Інтенсивний розвиток книжкового ринку, необхідність підвищення якості і конкурентоспроможності книжкових видань актуалізують систему товарознавчого знання. Сучасна книжкова торгівля як система послуг, спрямованих