

ZDZISŁAW KRASIŃSKI

ELEMENTY RYNKU KSIĄŻKI

Rynek księgarski obejmuje sferę wymiany, wewnątrz której zachodzą niezmiernie skomplikowane procesy ekonomiczne i w większej jeszcze mierze pozaekonomiczne. Wielorakość tych procesów i ich złożoność nie mają właściwie swego odpowiednika na żadnym innym rynku branżowym. Pozycja rynku księgarskiego, biorąc za podstawę rozmiary obrotów, jest znikoma w porównaniu z wielkością globalnych obrotów dobrami konsumpcyjnymi. Książka jako produkt i towar odgrywa w gospodarce narodowej marginesową rolę. Jej znaczenie jest natomiast kluczowe w rozwoju nauki, oświaty, techniki i kultury społecznej. Tym niemniej właśnie czynniki ekonomiczne mają niejednokrotnie decydujący wpływ na zaspokojenie i pobudzanie potrzeb czytelniczych. Nimi też przede wszystkim zajmiemy się w niniejszym artykule.

Trudności badań i oceny zjawisk przejawiających się na rynku książki są wynikiem różnorodnych przyczyn.

1. Brak w Polsce jakiegokolwiek tradycji badań, zmierzających do poznania prawidłowości, które rządzą w sferze obrotu księgarskiego. W piśmiennictwie krajowym istnieje bardzo niewiele opracowań ujmujących całokształt zagadnień handlu księgarskiego na poziomie przekraczającym podręczniki zawodowe.

2. Ilość pojawiających się rokrocznie towarów jest ogromna, sięga od kilku do kilkunastu tysięcy. Należy bowiem mieć na uwadze, iż każdy nowy tytuł jest jednocześnie jakościowo nowym towarem, poza surowcem, z którego jest wykonany, niepodobnym do innych, już istniejących. Jego poznanie wymaga nieprzeciętnych umiejętności i olbrzymiej pracowitości. Ta niepowtarzalność cech jakościowych towarów w poważnym stopniu utrudnia wykorzystanie doświadczenia, znakomicie ułatwiającego procesy sprzedaży w zakresie innych dóbr konsumpcyjnych.

3. Kontakt rzeczywistego producenta — a nie przetwórcy, reprezentowanego przez wydawnictwo — z ostatecznym odbiorcą jest w większości przypadków znikomy. Proces tworzenia dzieła odbywa się

często bez możliwości przewidywać co do znalezienia odpowiedniego adresata. Akceptacja danej twórczości odbywa się również z dala od konsumenta i wydawca nigdy nie jest w stanie dokładnie przewidzieć reakcji odbiorcy, tym bardziej że pomiędzy ostatecznym nabywcą-czytelnikiem a nakładcą znajduje się bardzo ważne ogniwo — handel księgarski, przejawiający częstokroć własne preferencje, zdeterminowane czynnikami ekonomicznymi w znacznie większym stopniu niż ma to miejsce w odniesieniu do konsumenta.

4. O ile konsument w pewnym tylko zakresie przy kreowaniu popytu kieruje się względami ekonomicznymi, tj. poziomem swych dochodów oraz ceną książek, o tyle czynniki te nie wydają się odgrywać roli nadrzędnej w stosunku do innych — pozagospodarczych.

5. W związku z przewagą elementów ekonomicznych w działalności wydawców i aparatu obrotu towarowego oraz ich marginesowym znaczeniem w podejmowaniu decyzji wyboru przez konsumenta, pomiędzy tymi dwiema kategoriami czynników kształtujących podaż i popyt zachodzi prawdopodobieństwo występowania sprzeczności. Niektóre z nich, jako wynik badań podjętych w księgarniach wielkopolskich, zostaną omówione w dalszych partiach opracowania¹. Większość poczynionych spostrzeżeń wybiega wszakże poza regionalne zainteresowanie, ponieważ ma aspekt ogólnokrajowy.

Po tych uwagach wprowadzających przejdziemy do bliższej oceny, z jednej strony — pozycji rynku księgarskiego na tle globalnych obrotów handlu detalicznego, z drugiej zaś strony — udziału wydatków na zakup książek w ogólnych wydatkach konsumpcyjnych ludności. Odpowiednimi źródłami mogącymi dostarczyć informacji będą: statystyka rynkowa oraz budżety rodzinne.

W świetle przytoczonych w tabeli 1 danych empirycznych, obejmujących dość długi, bo 12-letni szereg czasowy, zwracają uwagę przede wszystkim dwa fakty: minimalny udział wydatków na zakup książek oraz wysoka stabilność tego udziału. Przeciętny udział wydatków w omawianym 12-leciu wynosił 0,37% w globalnych obrotach detalicznych handlu w Polsce. W ogólnych wydatkach ludności, uwzględniających nie tylko zakup dóbr, lecz również i usług, byłby on jeszcze niższy i wynosiłby 0,33%. Trzeba ponadto wspomnieć, że nieco ponad $\frac{1}{4}$ ogólnej wartości sprzedażnej książek przypada na odbiorców zbiorowych, w głównej mierze biblioteki. Stąd udział zakupów książek przez konsu-

¹ Badania nad wpływem niektórych czynników na wielkość obrotów w księgarniach, podjęte przez autora, zostały zainicjowane przez Stowarzyszenie Księgarzy Polskich, a przeprowadzone przez Ośrodek Konsultacji Gospodarczej przy Polskim Towarzystwie Ekonomicznym, Oddział w Poznaniu.

mentów indywidualnych obniżyłyby się do 0,24%. Obie ostatnie wielkości są bardzo zbliżone do analogicznych danych zarejestrowanych poprzez budżety rodzinne w Polsce w roku 1957; według tych danych przeciętny udział wydatków na zakup książek w globalnych wydatkach netto wyniósł 0,20%². To uderzające podobieństwo pomiędzy obu tymi źródłami,

Tabela 1

Udział sprzedaży detalicznej książek w ogólnych obrotach detalicznych w Polsce w latach 1950—1961
(w odsetkach)

Rok	Sprzedaż książek na 1 mieszkańca		Udział odbiorców indywidualnych w rubr. 2, w %	Udział sprzedaży detalicznej książek w ogólnych obrotach detalicznych
	w zł	w egz.		
1	2	3	4	5
1950	10,33	1,9	73,8	0,37
1951	11,92	2,1	71,1	0,36
1952	13,65	2,3	71,8	0,38
1953	17,01	2,6	69,6	0,34
1954	19,24	2,8	73,6	0,35
1955	21,26	2,9	65,1	0,36
1956	23,05	2,9	71,3	0,35
1957	27,10	2,5	76,4	0,38
1958	30,15	2,6	75,7	0,39
1959	32,76	2,7	78,3	0,39
1960	35,02	2,7	75,5	0,40
1961	36,12	2,8	73,8	0,39

Źródła: Dane Centrali Księgarstwa „Dom Książki”. Dane ujęte w rubr. 6 i 7 obliczono korzystając z materiałów o sprzedaży detalicznej — Rocznik Statystyczny 1960, s. 234, oraz Mały Rocznik Statystyczny 1962, s. 130. Obroty i sprzedaż ujęto w cenach bieżących.

odzwierciedlającymi z jednej strony procesy makroekonomiczne, z drugiej — mikroekonomiczne, pozwalając na ich analizę porównawczą, umożliwi tym samym bliższe zbadanie czynników kształtujących popyt na książkę.

Przede wszystkim zastanowienia wymaga problem, w jakim stopniu poziom dochodów decyduje o rozmiarach popytu na książkę. Nie-

² Byłby on prawdopodobnie nieco wyższy, gdyby udało się rozliczyć pozycję wydatków „podarunki dla krewnych”, które często, zgodnie ze zwyczajem, ofiarowuje się w postaci książek. Por. Biuletyn Statystyki Warunków Bytu nr 3: *Wyniki badań budżetów rodzinnych za 1957 r.*, Warszawa 1958, s. 46—48, poz. 92, 93 i 111.

zmiernie niski wolumen wydatków na wydawnictwa, stanowiący za ledwie 1/500 część ogólnych wydatków pieniężnych ludności, wskazuje, jak się zdaje, na minimalne znaczenie czynnika dochodowego w kształtowaniu się zakupów książek. Częściowym potwierdzeniem tego są, jak się wydaje, wyniki badań budżetów rodzinnych. Obserwując rozmiary bezwzględnych i względnych wydatków na książki w różnych grupach zamożności, nie zauważa się jakiejś ściślejszej zależności pomiędzy poziomem wydatków na książki a poziomem ogólnych wydatków netto. Odpowiedni materiał empiryczny został przedstawiony w tabeli 2.

Tabela 2

Wydatki na książki w porównaniu z wydatkami ogółem na 1 osobę według grup zamożności i grup pracowniczych w Polsce w 1957 r.

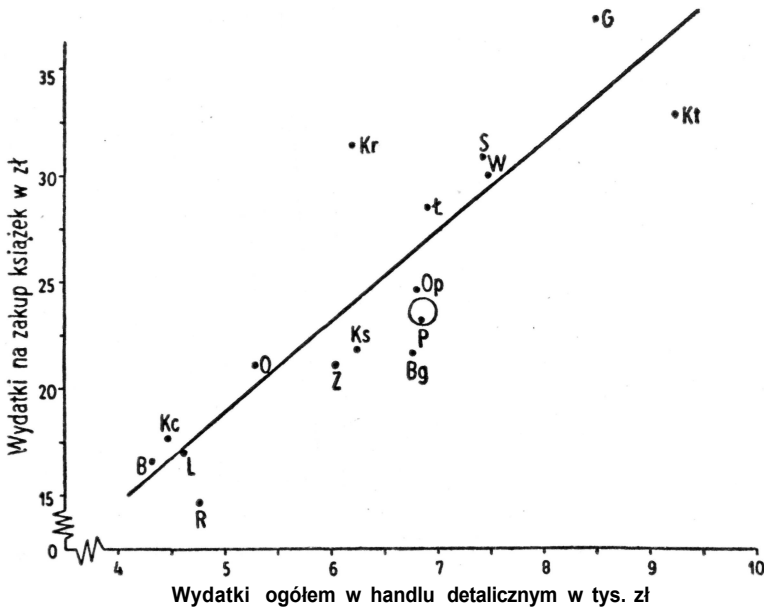
Grupy zamożności	Pracownicy ogółem			Robotnicy			Pracownicy umysłowi		
	wydatki ogółem w zł	wydatki na książki w zł	stosunek r. 3:2 w %	wydatki ogółem w zł	wydatki na książki w zł	stosunek r. 6:5 w %	wydatki ogółem w zł	wydatki na książki w zł	stosunek r. 9:8 w %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I	4 109	13	0,32	4 112	13	0,31	—	—	—
II	5 798	13	0,22	5 769	12	0,21	6 060	21	0,35
III	7 662	16	0,21	7 594	14	0,18	8 256	25	0,30
IV	9 778	21	0,21	11 310	18	0,16	9 551	36	0,38
V	12 862	17	0,13	12 994	11	0,08	12 391	24	0,27
VI	20 563	46	0,22	20 816	40	0,19	20 004	62	0,31
Przeciętne	9 121	18	0,20	8 908	15	0,17	10 291	32	0,31

Źródło: Biuletyn..., op. cit., s. 45—50 oraz 94. Obliczenia własne. Wydatki netto obliczono odejmując od „wydatków razem” podatki i składki organizacyjne.

W podobnych grupach zamożności notuje się prawie dwukrotnie niższy poziom wydatków na książki wśród robotników w porównaniu z pracownikami umysłowymi. Wskazuje to na znacznie silniejszy związek wydatków na pozycje książkowe z poziomem wykształcenia aniżeli z poziomem dochodów. Na fakt ten zwracał już zresztą uwagę znakomity księgarz i wydawca z czasów Królestwa Kongresowego, Józef Zawadzki (1781—1838)³, twierdząc, że popyt w zakresie produktów przemysłu księgarskiego uzależniony jest przede wszystkim od stopnia oświecenia.

³ J. Zawadzki, *Projekt organizacji księgarstwa polskiego z czasów Państwa Kongresowego*. Z rękopisów Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie wydał i przedmową poprzedził T. Sterzyński, Warszawa 1930, s. 9.

Ani obiektywna wartość produktów księgarskich, ani odpowiednio wysokie dochody jednostek nie są wystarczającymi warunkami powstania popytu. Od stopnia wykształcenia zależy bowiem umiejętność oceniania oraz pożądania dóbr oferowanych przez księgarstwo. Tym niemniej elastyczność dochodowa popytu na książki jest wyższa wśród pracowników umysłowych aniżeli wśród robotników i dlatego silniejszy jest związek zależności. O ile pierwszym i decydującym czynnikiem jest, jak się wydaje, osiągnięcie odpowiedniego poziomu wykształcenia, o tyle dla osób już je posiadających na wielkość popytu bez wątplenia wpływa poziom dochodów. Sądzi się, że ten właśnie element decyduje między innymi o zachowaniu ścisłej współzależności pomiędzy poziomem ogólnych wydatków a poziomem wydatków na książki, obserwowanej w sferze zjawisk makroekonomicznych w ujęciu zarówno czasowym (por. tab. 1, rubr. 5), jak i przestrzennym (por. wykres). Tempo wzrostu wydatków na zakup książek było w ciągu kolejnych lat prawie identyczne z tem-



Wielkość wydatków na książki oraz wydatków ogółem w poszczególnych województwach w Polsce w roku 1959 na 1 mieszkańca w zł

Z r ó d ł a: Wydatki na zakup książek według S. Połec, *Z bilansu dziesięciolecia*, „Praca Księgarska” 1960, nr 1/2, s. 13, tab. 10; Wydatki ogółem według Rocznika Statystycznego 1960, s. 274.

Symbole: B — białostockie, By — bydgoskie, G — gdańskie, Kc — kieleckie, Kr — krakowskie, Ks — koszalińskie, Kt — katowickie, L — lubelskie, Ł — łódzkie, O — olsztyńskie, Op — opolskie, P — poznańskie, R — rzeszowskie, S — szczecińskie, W — wrocławskie, Z — zielonogórskie. Miasta wydzielone włączono do poszczególnych województw. Nie uwzględniono woj. warszawskiego, koncentrującego poważne obroty z całym krajem z racji istnienia Państwowej Księgarni Wyszukiwowej w Warszawie.

pem wzrostu pieniężnych wydatków, przy jednoczesnym ponad dwukrotnym zwiększeniu się ich wartości realnej w omawianym okresie⁴. Podobnie w poszczególnych województwach zauważa się wysoką korelację pomiędzy obu wspomnianymi wielkościami. Przyczyny odchyień, od wykreślonej tendencji, niezbyt zresztą wielkie, wymagałyby podjęcia dodatkowych badań co do zakresu wpływu gęstości sieci, poziomu wykształcenia, struktury zawodowej, struktury demograficznej i innych czynników współokreślających poziom zakupów książek.

Warto na przykład wskazać na wpływ struktury demograficznej. Rodziny wielodzietne są zmuszone do zaopatrzenia dzieci w wieku szkolnym w podręczniki i mapy. Z tej właśnie racji w rodzinach wielodzietnych, mimo niskich dochodów przypadających na 1 osobę, wydatki na zakup książek są tylko niewiele niższe aniżeli w liczebnie mniejszych gospodarstwach domowych.

Tabela 3

Udział wydatków na podręczniki szkolne w ogólnych wydatkach na książki w zależności od liczebności gospodarstw domowych i grupy zamożności w Polsce w 1957 r.

Wyszczególnienie	Grupa zamożności					
	I	II	III	IV	V	VI
Przeciętna liczba osób na gospodarstwo	5,67	4,74	3,92	3,48	2,55	1,57
Wydatki ogółem na książki w zł	13	13	16	21	17	46
W tym wydatki na podręczniki w %	92,3	69,2	68,7	52,4	35,3	10,9

Źródło: Biuletyn..., op. cit., s. 15 oraz 46. Obliczenia własne.

Wydaje się zatem niezmiernie trafne określenie podane przez cytowanego już Zawadzkiego, że „księgarzy żywią i utrzymują dzieci i wszelkiego stanu uczniowie do szkół chodzący”⁵. Między innymi z tych to

⁴ W. Przelaskowski, *Oszczędzanie i wydatkowanie w świetle bilansów pieniężnych dochodów i wydatków ludności*, „Studia Ekonomiczne” 1962, nr 7, s. 28, tab. 4.

⁵ J. Zawadzki, op. cit., s. 8. Świadczą również o tym wysokości nakładów podręczników szkolnych przewyższające znacznie we wszystkich krajach przeciętne nakłady powieści, nowel oraz pozostałych grup bibliograficznych. Przeciętne nakłady podręczników przewyższały przeciętne nakłady powieści i nowel: w Australii, Włoszech, Kanadzie, Niemieckiej Republice Federalnej — dwu- i Nowej Zelandii — czterokrotnie, ponad siedmiokrotnie w Finlandii, Francji, Hiszpanii, St. Zjednoczonych, Szwecji, Wielkiej Brytanii. Obliczono na podstawie

powodów w województwach charakteryzujących się wysokim przyrostem naturalnym i przeciętnie niskim wiekiem mieszkańców wydatki na zakup książek w stosunku do ogólnego poziomu wydatków są wyższe niż w województwach o odmiennej strukturze demograficznej (por. wykres). Być może, iż jest to jedna z przyczyn relatywnie niższego poziomu wydatków na książki w województwie poznańskim.

Kończąc rozważania nad wpływem dochodów na popyt przejawiający się na rynku księgarskim, należy zastanowić się jeszcze nad stopniem równomierności rozkładu zakupów w mikrosferze zjawisk gospodarczych. Wydaje się bowiem, że przeciętne wielkości dotychczas rozpatrywane nie są w stanie w pełni zobrazować skomplikowanego procesu tworzenia się popytu.

W świetle dotychczasowych badań, nadzwyczaj skromnych zresztą, nasuwa się przypuszczenie o szczególnie silnej koncentracji zakupów książek przez nieliczne jednostki, wykazujące szczególne zainteresowania czytelnicze lub przejawiające swoiste „hobby” kolekcjonerskie. Na przykład wśród rodzin kolejarskich zaledwie 30% posiadało w ogóle jakąkolwiek książkę. Natomiast przeciętna ich liczba na 1 gospodarstwo domowe wynosiła 5,29 książek szkolnych i 7,20 książek beletrystycznych⁶. Rodziny pracowników umysłowych posiadały ich prawie trzykrotnie więcej niż rodziny pracowników fizycznych⁷. Dane te nie pozwalają jednak w pełni prześledzić zjawiska koncentracji. Pewne światło mogą w tym zakresie rzucić badania struktury wypożyczeń książek. Wynika z nich, iż pierwsze 20% wypożyczających, o najniższej aktywności czytelniczej, dokonuje zaledwie 3% ogółu wypożyczeń, natomiast 20% zbadanych, przejawiających najwyższą aktywność czytelniczą, dokonuje 50% ogółu wypożyczeń⁸. Silny stopień koncentracji zakupów dokonywanych przez stosunkowo nieliczną grupę konsumentów-nałogowców zmusza ich z pewnością do uwzględnienia zarówno swoich możliwości wynikających z poziomu otrzymywanych dochodów, jak i poziomu cen książek. W odniesieniu do tej wąskiej grupy nabywców można przede wszystkim twierdzić o istnieniu zależności popytu od wysokości dochodów i cen.

R. E. Barker, *Le livre dans le monde, Etude sur le commerce international du livre*. Paryż 1957, s. 26.

⁶ A. Lusznicz, *Budżety domowe oraz wyniki ankietowych badań specjalnych rodzin pracowników PKP*, cz. III. Wydawnictwo Związkowe, Warszawa 1961, s. 118, tab. 119.

⁷ Tenże, *Warunki bytu rodzin pracowników kolejowych w Polsce*, Warszawa 1961, s. 197.

⁸ B. Wilska, K. Kraśniewska, *Niektóre uwagi o strukturze wypożyczeń*, „Bibliotekarz” 1961, nr 7—8, s. 206—211.

Innym problemem jest kształtowanie się rozmiarów wydatków na głowę ludności w mikroregionach, a więc jednostkach terytorialnych mniejszych aniżeli województwo. W Wielkopolsce na przykład obserwuje się dość znaczne zróżnicowanie w wydatkach na 1 mieszkańca w poszczególnych powiatach. Spośród 29 powiatów w siedmiu wydatki w 1961 r. wahały się w granicach od 10 do 13 zł, w kolejnych dziesięciu od 13 do 15 zł, w czterech od 15 do 20 zł, w pięciu od 20 do 25 zł i w trzech powyżej 25 zł⁹. Rozpiętość w tym zakresie pomiędzy województwem a miastem Poznaniem wyrażała się liczbą 5,5 razy, co oczywiście nie znajduje żadnych podstaw w rozkładzie dochodów. Decydującymi czynnikami są zapewne struktura zawodowa ludności — ludność wiejska kupuje znacznie mniej książek — jak i stopień urbanizacji. W Poznaniu dokonują zakupów nie tylko konsumenci miejscowi, lecz w poważnym zakresie również odbiorcy mieszkający stale poza zasięgiem miasta. Z tych to właśnie przyczyn w mikroregionie trudno przy dotychczasowym stanie ewidencji obrotów dostrzec współzależności między poziomem dochodów a wielkością wydatków na asortyment księgarski, mimo że są one dość wyraźne w ujęciu makroekonomicznym.

Dodatkowego rozpatrzenia wymaga jeszcze kwestia rozbieżności pomiędzy popytem w ujęciu wartościowym i ilościowym. Stwierdziliśmy uprzednio, że konkretnemu wzrostowi pieniężnych dochodów realnych ludności w okresie 12-lecia odpowiadał taki sam wzrost wydatków na książki, co nawiasem mówiąc, wskazywałoby na istnienie sztywnego popytu na książki. Natomiast biorąc pod uwagę ilość sprzedanych egzemplarzy na głowę mieszkańca (por. dane w tabl. 1 rubr. 3) można dostrzec nieco niższą dynamikę wzrostu, bo półtorakrotną. Niższa ilościowo, niż wartościowo ujęta dochodowa elastyczność popytu ma, jak się wydaje, swoje źródło we wzroście jakości książek. W omawianym okresie można bowiem zanotować stały wzrost objętości arkuszowej egzemplarzy, produkowanie coraz to większej ilości książek okazałych, drukowanych na lepszym gatunkowo papierze, ozdobionych bogatszą szatą graficzną i oprawionych w trwalsze okładki. Na wolniejsze tempo wzrostu fizycznych rozmiarów — w porównaniu ze wskaźnikami wartościowymi — sprzedaży książek wpłynął zapewne i wzrost cen, szczególnie silny w r. 1957¹⁰. Znalazło to swój wyraz w zmniejszeniu się nawet ilości sprzedanych egzemplarzy na głowę mieszkańca o blisko 15%.

Ilościowe zmniejszenie się popytu spowodowane podwyżką cen książ-

⁹ Obliczono na podstawie danych z „Domu Książki” w Poznaniu.

¹⁰ Biorąc za podstawę rok 1950, w kolejnych latach wskaźnik cen za 1 egzemplarz kształtował się w Polsce następująco: 1950 — 100; 1951 — 101,6; 1952 — 106,8; 1953 — 117,4; 1954 — 122,8; 1955 — 131,4; 1956 — 144,4; 1957 — 191,6; 1958 — 208,1; 1959 — 213,9. Por. S. Poleć, op. cit., s. 9, tabl. 3.

żek, wskazywać może na dość istotną rolę, jaką wywiera w tym zakresie poziom cen, Zależność ta w odniesieniu do indywidualnego nabywcy nie jest zapewne tak silna, jak wskazywałyby na to posiadane dane obejmujące również popyt u odbiorców zbiorowych. Podwyżka cen nie pociąga za sobą bowiem automatycznego wzrostu kredytów bibliotecznym, gdy tymczasem konsument, w związku z minimalną wagą wydatków na książki, jest w stanie wydzielić większą sumę pieniężną w swym budżecie domowym. Elastyczność popytu względem ceny zależna jest zapewne i od wielkości jednorazowej podwyżki ceny i od osiągniętego poziomu dobrobytu. Prowadzone w różnych krajach w tym zakresie obserwacje rynku, jak i badania ankietowe, skłaniają zresztą do rozbieżnych wniosków¹¹.

Wydaje się, że również odmienne będą reakcje konsumentów na ruch cen w odniesieniu do różnych asortymentów książek. Książki naukowe i fachowe są do pewnego stopnia narzędziem pracy nie posiadającym w swoim zakresie substytutu, co usztywnia ich popyt. Krzywa popytu wykazuje bardzo niewielkie zmiany w ilości sprzedanych książek przy stosunkowo nawet dużych zmianach ceny. Inaczej będzie przedstawiała się sytuacja w zakresie rozmiarów sprzedaży tego typu książek posiadających charakter podręcznika. Osoby szkolące się (młodzież szkolna, studenci) mają zazwyczaj niskie dochody. Stąd obniżka cen może wywołać silny wzrost popytu na podręczniki stanowiące substytut na przykład w stosunku do odręcznie prowadzonych notatek lub pozycji wypożyczanych w bibliotekach¹². Zjawisko substytucji występuje oczywiście również pomiędzy poszczególnymi tytułami o zbliżonej treści, lecz różnej cenie. Zaznacza się ono zwłaszcza w litera-

¹¹ Badania przeprowadzone w 1952 r. przez Instytut Gallupa w Stanach Zjednoczonych nie wykazały większego wpływu cen na zakup książek. Natomiast badania w Szwecji stwierdzają istnienie wyraźnych współzależności w tym zakresie. Por. P. Meyer-Dchm, *Der Westdeutsche Büchermarkt. Eine Untersuchung der Marktstruktur, zugleich ein Beitrag zur Analyse der vertikalen Preisbindung*, Stuttgart 1957, s. 132. Przytacza on także sprzeczne między sobą opinie dawniejszych autorów niemieckich, z których K. Bücher (1903) zakłada wielką elastyczność popytu, natomiast Steinkopff (1925) i P. Siebeck (1904) twierdzą, że obniżka ceny nie działa zwykle na popyt, chyba że skok ceny jest duży. Najbardziej przewidywane są jednak przytoczone przez autora wyniki ankiety prowadzonej systematycznie od 1952 r. przez Börsenverein w okresie świątecznego nasilenia popytu. Uderza w nich duża różnica pomiędzy rokiem 1952 a 1955. Procent odpowiadających, że cena często powstrzymuje od nabycia książki, spada z 23 w roku 1952 do 8,2 w roku 1955. Można więc wnosić, że w warunkach ustabilizowanego dobrobytu cena miała znacznie mniejszy wpływ na popyt niż w krótkim czasie po reformie walutowej. Ibidem, s. 132.

¹² Obniżka cen na książki medyczne przeprowadzona w 1959 r. sprawiła, że stały się one „bestsellerami”. S. Malawski, „Praca Księgarska” 1960, nr 10/11, s. 1—4.

turze dziecięcej i młodzieżowej. Wysokość ceny odgrywa również pewną rolę w preferowaniu sprzedaży przez placówki księgarskie, o czym będzie jeszcze mowa oddzielnie.

Problem występowania zjawisk substytucji i komplementarności popytu na książkę nie ogranicza się jedynie do kwestii wyboru pomiędzy różnymi tytułami, Współczesny odbiorca dóbr kulturalnych ma bowiem do swej dyspozycji szereg innych konkurencyjnych środków zdobywania wiedzy lub spędzenia wolnego czasu. Szeroki rozwój sieci bibliotecznej świadczącej usługi w zakresie czytelnictwa, rozwój prasy periodycznej, kina, teatrów, radia, telewizji¹³ oraz innych audiowizualnych środków przekazywania myśli ludzkiej, przy ograniczonych rozmiarach wolnego czasu, stwarzają konieczność wyboru pomiędzy nimi, a zarazem stanowią potencjalną konkurencję w stosunku do niedawno jeszcze monopolistycznej pozycji książki. Trzeba ponadto brać pod uwagę konkurencyjność innych środków, nie zaliczanych co prawda w ścisłym tego słowa znaczeniu do dóbr kulturalnych. Mamy tu na myśli dobra i usługi zaspokajające potrzeby rekreacyjne, takie jak sprzęt sportowy, turystyczny, motorowy, muzyczny, oraz również krajoznawstwo, wycieczki i tym podobne. Konkurencja pomiędzy tymi dobrami i usługami a książką i czytelnictwem nie odbywa się najprawdopodobniej w sferze dochodów, gdyż udział w nich wydatków na książki jest minimalny. W tym przypadku nie przedstawia więc większego znaczenia kwestia wyboru — mająca na celu zmaksymalizowanie korzyści przez konsumenta — pomiędzy ograniczonymi środkami materialnymi.

Najistotniejszym tutaj momentem jest ograniczoność wolnego czasu, jakim dysponuje konsument. Czynniki pozaekonomiczne odgrywa zatem, jak się wydaje, rolę decydującą. Należy bowiem pamiętać, iż zaspokajanie potrzeb kulturalnych, oświatowych i rekreacyjnych wymaga wysokich nakładów czasu i w większości przypadków aktywnej postawy konsumenta, wyłączającej jednoczesne wykonywanie innych czynności. Zaspokajanie potrzeb niższego rzędu, na przykład w zakresie wyżywienia, odzieży, mieszkania, odbywa się co prawda również w czasie, ale fakt ten nie tylko nie eliminuje, lecz stwarza warunki wręcz sprzyjające zaspokojeniu w tym samym czasie innych potrzeb.

O konkurencyjności poszczególnych środków wewnątrz grupy dóbr i usług zaspokajających potrzeby kulturalne i rekreacyjne, obok zdolno-

¹³ Sieć bibliotek powszechnych wzrosła na przestrzeni lat 1947—1961 z 934 do 7368, jednocześnie zwiększyła się częstotliwość wypożyczeń na 1 czytelnika. Również w zakresie rozwoju innych środków masowego komunikowania można dostrzec szybkie tempo wzrostu. Por. Rocznik Statystyczny 1961, s. 338 i 339, tab. 1 oraz Mały Rocznik Statystyczny 1962, s. 174—176.

ści i przygotowania do ich recepcji, decyduje zapewne jednorazowa wysokość nakładu czasu niezbędna na „konsumpcję” danej usługi (czas trwania seansu kinowego, przedstawienia teatralnego, audycji telewizyjnej, czas potrzebny na przeczytanie artykułu, rozdziału książki), jak również wysokość nakładu pieniężnego na jednostkę czasu, poniesionego w związku z korzystaniem z danej usługi. Osoby dysponujące jednorazowo krótkimi odcinkami czasu mają mniejsze możliwości korzystania z tych usług, które są niepodzielne w czasie (seans, spektakl, odczyt), natomiast w szerszym zakresie mogą korzystać z tych środków, które jednorazowo absorbują mniej czasu i mogą być o dowolnej porze wybrane, na przykład czytanie czasopism czy książek.

Obok nakładu czasu, nieobojętną sprawą dla kierunków wyboru spośród omawianych tutaj usług jest, jak się wydaje, również wysokość nakładów pieniężnych bezpośrednich i pośrednich¹⁴ na jednostkę zaabsorbowanego czasu. Chociaż obliczeń takich nie prezentujemy, wydają się one możliwe. Fragmentaryczne wyniki, zaczerpnięte z badań budżetów rodzinnych, pozwalają przypuszczać, iż w miarę wzrostu „jakości” tych usług — przynajmniej w subiektywnym odczuciu konsumenta — wzrastają również nakłady na jednostkę poświęconego na nie czasu¹⁵. Wraz ze wzrostem dochodów obserwuje się bowiem w grupie wydatków na kulturę i oświatę względny spadek wydatków na zakup książek.

Tabela 4

Udział wydatków na książki w ogólnych wydatkach na kulturę i oświatę w zależności od grup zamożności w Polsce w 1957 r.

(w procentach)

Nabywcy	Grupy zamożności						Przeciętnie
	I	II	III	IV	V	VI	
Pracownicy ogółem	13,82	8,23	5,97	5,75	3,02	3,03	4,94
Robotnicy	13,82	7,89	5,24	5,01	2,16	3,31	4,57
Pracownicy umysłowi	—	10,19	9,05	9,14	5,32	2,79	5,74

Podobne tendencje szybszego wzrostu wydatków na inne pozycje,

¹⁴ Na przykład uczestnictwo w przedstawieniu teatralnym wymaga, obok pokrycia kosztów wstępu (ceny biletu) również posiadania odpowiedniego ubioru.

¹⁵ Być może, że właśnie wzrost cen nowo wprowadzonych rodzajów usług sugeruje konsumentowi wyższą ich jakość. Zjawiska takie obserwuje się niejednokrotnie na rynkach niektórych dóbr wyższego rzędu, kiedy wzrost ceny powoduje zarazem wzrost popytu.

poza książkami, obserwowane w skali makroekonomicznej — co zapewnia większy stopień wiarygodności — można zauważyć w Stanach Zjednoczonych¹⁶. Natomiast w Niemieckiej Republice Federalnej w latach 1949—1956 wzrost obrotów w handlu księgarskim był równoległy ze wzrostem wydatków na oświatę i rozrywkę¹⁷. W Polsce badanie takie jest niezmiernie utrudnione, co wynika z faktu wysokich nakładów państwa na oświatę i kulturę, nieodpłatnie świadczonych ludności.

Nie przesądzając więc dalszych kierunków rozwoju substytucji, należy jednak na podstawie przytoczonych przykładów stwierdzić, iż alarmujące przewidywania socjologów, upatrujących w szybkim rozwoju rozmaitych audiowizualnych środków utrwalania i przekazywania myśli ludzkiej poważną konkurencję dla książki, nie znajdują jeszcze powszechnego potwierdzenia statystycznego. Tym niemniej stanowią one znamienity sygnał współczesności i pobudzają do tym wnikliwszego śledzenia tendencji rozwojowych popytu.

Przeprowadzone w czerwcu 1960 r. wstępne badania ankietowe wskazują, jak się wydaje, iż w zakresie zaspokajania potrzeb kulturalnych i rekreacyjnych mamy do czynienia nie tylko ze zjawiskami substytucyjności. Zupełnie wyraźnie można dostrzec przejawianie się zjawiska komplementarności, polegającego na współdziałaniu rozmaitych środków masowego komunikowania z czytelnictwem. Intensywni czytelnicy książek okazują się jednocześnie intensywnymi czytelnikami gazet i magazynów, słuchają radia przynajmniej tyle co inni, częściej odwiedzają kino. Telewizja w pierwszym co prawda okresie nabycia aparatu wpływa na niewielki spadek czytelnictwa, lecz po mniej więcej rocznym okresie telewizzowie ze zwiększoną intensywnością zwracają się do książki¹⁸. Stopień aktywności kulturalnej związany jest jednak ściśle z zasobami wolnego czasu, ten zaś z kolei zależny jest od rodzaju wykonywanego zawodu, zamożności i wieku konsumenta. Osoby dysponujące minimalną ilością wolnego czasu czytają książki bardzo rzadko. Spośród ogółu badanych przynajmniej raz na tydzień czyta książki 41,3%, raz na parę tygodni — 20,4%, raz na parę miesięcy — 14,7%, raz lub dwa na rok — 7,9%, nigdy — 13,3%. Znacznie większa jest natomiast częstotliwość czytania tygodników lub miesięczników — tych, co je czytają przynajmniej raz na tydzień, jest aż 71,6%¹⁹. Brak

¹⁶ P. Frase, *Economic Development in Publishing*, „Library Trends” 1958, nr 1, s. 7—15.

¹⁷ P. Meyer-Dohm, op. cit., s. 125.

¹⁸ K. Siekierycz, *O wpływie audiowizualnych środków komunikowania masowego na czytelnictwo i frekwencję w bibliotekach*, „Bibliotekarz” 1962, nr 1, s. 9—11.

¹⁹ Dane te, stanowiące wyniki badania na temat „Czas wolny mieszkańców

w tym zakresie dłuższych szeregów chronologicznych nie pozwala stwierdzić, czy lektura czasopism periodycznych zastępuje i wypiera lekturę książek, czy stanowi wstęp do zainteresowania się nimi.

Wśród poszczególnych grup społeczno-zawodowych odsetek osób czytających książki przynajmniej raz na tydzień jest tym wyższy, im wyższe są ich kwalifikacje i poziom wykształcenia; wśród robotników niewykwalifikowanych wynosił on 22,4%, wśród wykwalifikowanych — 30,0%, wśród rzemieślników i kupców — 46,0%, wśród pracowników umysłowych z wyższym wykształceniem — 59,3%, wśród uczniów i studentów — 62,7%²⁰. W miarę wzrostu aktywności zawodowej, osiągniętej swe najwyższe nasilenie w wieku 30—50 lat, maleje częstotliwość czytania książek. Jest ona niższa w porównaniu zarówno z młodszymi, jak i starszymi rocznikami²¹. Ogólnie możemy zatem stwierdzić, iż czynnik wolnego czasu odgrywa niezmiernie istotną rolę w kształtowaniu się i rozwijaniu zainteresowań czytelniczych.

Trudno jednak w chwili obecnej ocenić, czy przejawiająca się w świecie tendencja do skracania czasu pracy wpłynie pozytywnie na wzrost obrotów na rynku księgarskim i czy przyczyni się do rozwoju czytelnictwa. Kto wie, czy nie decydującym tutaj momentem będzie rozkład wolnego czasu. Skrócenie ilości godzin pracy w poszczególnych dniach, przy zachowaniu sześciodniowego tygodnia pracy, wywoła zapewne inne rezultaty aniżeli skoncentrowanie wolnego czasu na przykład w dwóch sąsiadujących ze sobą dniach lub w postaci przedłużenia urlopu. Dysponowanie jednorazowo dłuższym okresem wolnego czasu może skierować popyt ludności na zaspokojenie potrzeb wymagających stosunkowo wysokich nakładów czasu, a także poświęcenie odpowiednio wysokich środków materialnych (turystyka motorowa, sporty wodne i tym podobne).

Ostatni wreszcie czynnik, nie mniej ważny aniżeli uprzednio już omówione, w równie decydującym stopniu wpływający na kierunki i rozmiary kształtowania się popytu na książkę — to szeroka sfera działalności organizacyjno-gospodarczej przedsiębiorstw wydawniczych oraz przedsiębiorstw obrotu księgarskiego. W sferze tej decyzje podejmowane co do zakresu podaży w znacznie większej mierze zależą od czynników ekonomicznych niż ma to miejsce w motywach postępowania indywidualnego konsumenta w odniesieniu do wielkości popytu. Kryterium ekonomicznej efektywności nie jest, oczywiście w ustroju socjalistycznym,

miast", Ośrodek Badania Opinii Publicznej przy Polskim Radio, Warszawa 1960, s. 14, opracowała A. Pawełczyńska.

²⁰ Ibidem, s. 17.

²¹ Ibidem, s. 19.

wyłącznym elementem i podstawą kształtowania podaży, tym niemniej znaczenie tego kryterium jest na tyle istotne, iż wpływa ono częstokroć na podjęcie decyzji co do produkcji. Jeszcze bardziej zasadnicza jest jego rola w sferze obrotu towarowego, gdyż pracownicy księgarń bezpośrednio i osobiście są zainteresowani materialnie, w wyniku obowiązującego systemu wynagrodzeń, w osiąganiu postulowanych przez plan wskaźników efektywności obrotu. Czy kryteria tej efektywności zgodne są z ogólnospołeczną efektywnością oraz interesami konsumenta — problemem tym pokrótce, nie wyczerpując rzecz jasna złożoności zagadnienia, zajmiemy się poniżej. Ograniczymy się przy tym do kilku węzłowych kwestii, przedstawiających również znaczenie praktyczne.

Sprawą zasadniczą, wobec niezmiernie różnorodnego asortymentu wydawniczego, jest bez wątpienia informowanie potencjalnych nabywców o ukazaniu się na rynku nowych tytułów i o ich cechach jakościowych. Konsument nie jest bowiem w stanie zorientować się, a często i dokonać wyboru spośród ogromnej ilości towarów. W związku z tym za pomocą odpowiednich środków powinien zostać poinformowany o ukazujących się nowościach i wznowieniach. Jest sprawą otwartą, wobec braku w tym zakresie szczegółowych badań, które z ogniwo obrotu i za pomocą jakich instrumentów powinno propagować książkę i o niej informować. Wydaje się jednak, zwłaszcza w porównaniu z dość dobrze postawioną informacją o programach kinowych, teatralnych i telewizyjnych, że brak odpowiedniej reklamy książki może stanowić jeden z głównych powodów ograniczających popyt. Przeprowadzone przez autora badania struktury dnia roboczego pracowników w księgarniach wielkopolskich²² wskazują, iż jedynie 2,5% ogólnego czasu pracy poświęcili sprzedawcy na czynności informacyjne. Dekoracja okien wystawowych i gablotek nowości zajęła im nieco ponad 1% ogólnego czasu, a zapoznawanie się z treścią książek — niecałe 0,5%. Czynnościom bibliograficznym i bibliologicznym, wiążącym się ściśle i w efekcie decydującym o polityce zamówień poszczególnych pozycji, poświęcono jedynie 2% czasu trwania dnia roboczego. Resztę czasu pochłaniały proste czynności manipulacyjne (75%) oraz przerwy (19%).

W tej sytuacji zrozumiały staje się fakt, że księgarnie nie stanowią dla nabywców dostatecznie atrakcyjnego źródła informacji o książce²³.

²² Z. Krasiński, *Studium struktury dnia roboczego i wydajności pracy pracowników księgarskich*, Poznań 1962, maszynopis.

²³ W jednej z ankiet na pytanie o źródłach informacji o bieżącej produkcji wydawniczej na pierwszym miejscu wymieniono prasę, następnie radio, a w dalszej kolejności: referencje u znajomych oraz porady u bibliotekarzy i nauczycieli. W ogóle nie wymieniono jako źródła informacji księgarń, katalogów i innych

Również zn"komy rozwój nowoczesnych form sprzedaży samoobsługowej uniemożliwia samoinformację klientów o pojawiających się na rynku książkach. Przy tradycyjnych formach sprzedaży konsument ma dostęp — i to zaledwie wzrokowy, pozwalający ogarnąć jedynie formalnie elementy książki — do znikomej ilości znajdujących się na składzie tytułów.

Wszystkie powyższe elementy — spotęgowane ponadto wskutek tego, że żadna z placówek księgarskich nie jest w stanie posiadać pełnego asortymentu, wobec ogromnej ilości tytułów znajdujących się na rynku — decydują w rezultacie o tym, że spośród ogółu prowadzonych rozmów sprzedażowych w badanych księgarniach aż 41% nie kończy się zakupem. Oczywiście, całkowite wyeliminowanie nie finalizowanych przez nabywcę transakcji jest nierealne. Obiektywne przyczyny tego stanu znajdują się zarówno po stronie konsumenta, jak i sprzedawcy. Z im bogatszym asortymentem ma do czynienia konsument, tym więcej przejawia on wahań przed powzięciem decyzji kupna. Jednocześnie na rynku tym ilość pozycji substytucyjnych jest, jak się wydaje, znacznie mniejsza niż w innych branżach handlu. Znaczny odsetek klientów poszukuje konkretnych tytułów, wyłącznie mogących zaspokoić ich zainteresowania czytelnicze. Nakład części żądanych pozycji został już wyczerpany albo całkowicie, albo w hurcie księgarskim. W pierwszym przypadku zaspokojenie potrzeb nie leży w możliwościach księgarni, w drugim — tylko częściowo, na przykład w drodze przetrzutów z innych placówek dysponujących jeszcze pojedynczymi egzemplarzami. Tę drugą drogę księgarnie wykorzystują raczej sporadycznie, głównie w przypadku większych zamówień zbiorowych. Nabywcy indywidualni poszukują natomiast samodzielnie trudno dostępnych pozycji, zwłaszcza w dużych ośrodkach miejskich, w których zlokalizowana jest znaczna liczba placówek księgarskich.

Jest rzeczą charakterystyczną, i zarazem wytłumaczną, znacznie wyższy odsetek transakcji nie zakończonych w księgarniach w mieście Poznaniu (51,5% nie zakończonych, 48,5% zakończonych sprzedażą) aniżeli w księgarniach położonych na terenie województwa (27% nie zakończonych, 73% zakończonych). Te ostatnie działają w dużej mierze jako monopoliści. Klient, mając do dyspozycji jedną lub dwie placówki, nie może dokonywać wyboru lub oczekiwać innego asortymentu w konkurencyjnej placówce. Łatwiej godzi się więc na zakup stojących do dyspozycji tytułów. Istnienie w dużym mieście wielu placówek księgarskich stwarza dla nabywcy potencjalną możliwość wyboru, co częś-

ciej skłania go do rezygnacji lub odłożenia oferowanej mu pozycji. Ponadto zlokalizowanie w dużym ośrodku miejskim znacznej ilości księgarń zmusza je do wprowadzenia specjalizacji asortymentowej, co nie pozwala na pełne zaopatrzenie klientów w asortyment ogólny, najczęściej poszukiwany. Fakt ten, przy dość znacznym braku orientacji u nabywców, czego w danej specjalistycznej księgarni nie można nabyć, wywiera również swój wpływ na wzrost odsetka transakcji nie kończonych sprzedażą. Nadto klienci zamieszkujący w mieście częściej poszukują tytułów, które zostały już wyczerpane. Tak więc wybieralność towaru, szeroki wachlarz asortymentowy, specjalizacja księgarń, konieczność ograniczenia się w większości spośród nich — już choćby wskutek niewielkiej przestrzeni lokalowej oraz obowiązujących normatywów zapasów — do szerokiego, ale płytkiego asortymentu, sprawiają, iż ilość transakcji nie zakończonych jest wyższa w księgarniach wielkomiejskich niż prowincjonalnych. Nie musi to być oczywiście równoznaczne z niższym stopniem zaspokojenia potrzeb mieszkańców miast. Oprócz powyższych przyczyn, nie bez znaczenia pozostają rozmiary podaży wydawnictw. W warunkach ograniczonej produkcji wydawniczej (brak papieru) lub mało elastycznej polityce wznowień, a zarazem długim cyklu produkcyjnym, automatycznie wzrasta ilość transakcji nie zakończonych sprzedażą. Wyżej scharakteryzowane przyczyny można by zaliczyć do rzędu tych, które nie są zależne lub są zależne tylko w niewielkim stopniu od sprzedawcy. Obok przyczyn „obiektywnych” działały również i takie, których źródło leżało w niewłaściwej pracy księgarzy. Wśród zbadanych księgarń około 5% transakcji nie dochodziło do skutku, z uwagi na trudności odnalezienia przez księgarza poszukiwanych pozycji. Do innych przyczyn należały: niewznowienie zamówień na książki w danej placówce już wyprzedane, nie prowadzenie poszukiwanego asortymentu, brak dostawy książek zamówionych z powodu wyczerpania nakładu.

Średni roczny przyrost obrotów z odbiorcami indywidualnymi²⁴

		Wydawnictwa	Artykuły użytku kulturalnego
Polska	1950—1956	16,9%	6,1%
	1957—1961	15,5%	26,2%
Poznań i województwo	1957—1961	10,2%	20,1%

Innym wreszcie czynnikiem hamującym rozwój sprzedaży wydawnictw jest system bodźców ekonomicznych. Podstawą efektywności dzia-

²⁴ Obliczono na podstawie danych zawartych w artykule S. Połecia, *Z bilansu dziesięciolecia*, „Praca Księgarska” 1960, nr 1/2, s. 11 i 14.

łania handlu księgarskiego jest wysokość osiągniętego obrotu. Ponieważ w obrocie księgarskim, oprócz asortymentu wydawniczego, znajdują się również artykuły użytku kulturalnego, zdarza się często, że te ostatnie z różnych przyczyn zmniejszają zainteresowanie personelu sklepowego sprzedażą książek,

Zasadniczą tendencją rozwojową obserwowaną od roku 1957 jest szybszy rozwój obrotów artykułami użytku kulturalnego niż wydawnictw. Natomiast w latach poprzednich przyrost obrotów wydawnictwami wyprzedzał przyrost sprzedaży artykułów papierniczych.

Na taki kierunek rozwojowy złożyło się zapewne wiele przyczyn; wśród nich niepoślednią rolę odgrywa rozwój sieci w małych miasteczkach niepowiatowych, dla których podstawą egzystencji są obroty artykułami papierniczymi oraz uzyskanie przez księgarnie stosunkowo dogodnie usytuowanych lokali sklepowych, mogących konkurować w ten sposób z branżowymi sklepami papierniczymi, prowadzonymi przez inne organizacje handlowe (MHD, PSS, CRS). Nie bez znaczenia była zapewne chęć zwiększenia tą drogą ogólnych obrotów placówek księgarskich, zwłaszcza w sytuacji, kiedy plan obrotów wydawnictwami bywał nie wykonywany. Trzeba również zwrócić uwagę na fakt, że sprzedaż artykułów piśmienniczych wymaga znacznie mniejszej inwencji i chętnie jest dokonywana przez personel o niskich kwalifikacjach zawodowych, zatrudniany wskutek dużej płynności kadr. Podkreślenia także wymaga wyjątkowa łatwość sprzedaży artykułów piśmienniczych, wobec stałego ich deficytu na rynku. Wynikająca z tego szybka rotacja i niski stan zapasów stwarzają korzystną sytuację finansową dla przedsiębiorstwa. Jednoczesne rozszerzanie asortymentu o artykuły o wysokiej cenie jednostkowej (płyty, zmechanizowane zabawki, a nawet walizki) pozwala poprawiać rentowność placówek księgarskich, mimo że poziom marży handlowej na te artykuły jest o połowę niższy (12%) od przeciętnie uzyskiwanej marży na wydawnictwach (około 25%). Niemalą rolę w szybszym przyroście obrotów artykułami użytku kulturalnego niż wydawnictwami ma, obserwowany z reguły w księgarniach prowincjonalnych, intensywniejszy „nacisk” dużej liczby klientów na szybką, sprawną i priorytetową obsługę w zakresie artykułów papierniczych. Jest to rzeczą zrozumiałą, gdyż nabywca zakupujący towary powszedniego użytku, o niskiej cenie jednostkowej (zeszyty, ołówki, atrament itp.), nie chce i nie może tracić zbyt dużo czasu na dokonanie transakcji. W tej sytuacji potencjalni nabywcy książek nie mogą korzystać z pełnosprawnej, wszechstronnej i stojącej na jakościowo wysokim poziomie obsługi. Na przeszkodzie temu stoi priorytetowa sprzedaż artykułów piśmienniczych, wywołana wewnętrznymi

i zewnętrznymi („konkurencją” pomiędzy klientami) przyczynami. W zjawiskach tych dopatrywać się można między innymi wymienionego już uprzednio wysokiego odsetka transakcji nie kończonych sprzedażą w zakresie wydawnictw.

W tej sytuacji należy się zastanowić, czy niewątpliwie ujemnemu zjawisku wypierania książek z obrotu księgarskiego na korzyść artykułów pozawydawniczych towarzyszą, obok wspomnianego już faktu podtrzymywania egzystencji najmniejszych placówek, również strony dodatnie. Poważnym argumentem za rozszerzeniem asortymentu papierniczo-piśmienniczego byłaby teza, która znalazła w księgarstwie swoich licznych zwolenników, że wydawnictwa i artykuły użytku kulturalnego wzajemnie się uzupełniają, tzn. że są dobrami komplementarnymi. Propagatorzy tej tezy twierdzą, że zakupom artykułów piśmienniczych towarzyszy, często co prawda w sposób przypadkowy, zakup książek. Klient, wchodząc do sklepu z intencją nabycia artykułów papierniczych, siłą rzeczy styka się z asortymentem wydawniczym, co pobudza w ten sposób jego potencjalne potrzeby i skłania go do nie zamierzonych nawet zakupów książek.

Prowadzone w tym celu obserwacje, polegające na notowaniu zakupów towarzyszących, z uwzględnieniem kolejności i hierarchii żądań (co najpierw: książka czy papier), wykazały, że zaledwie 5% zakupów nosi taki charakter. Zaobserwowano przy tym, że w połowie pierwotny zakup dotyczył książki, a potem — artykułów użytku kulturalnego, natomiast w połowie przypadków kolejność była odwrotna. Pobieżne obserwacje — bez przeprowadzenia wywiadu z nabywcą — wykazują, że oba te zakupy były z góry przez konsumentów przewidziane i nie były żywiołowo dokonywane. Z obserwacji wynika raczej, że zazwyczaj dodatkowym zakupem są artykuły piśmiennicze, a nigdy prawie odwrotnie.

W świetle powyższych danych należy stwierdzić: książki i artykuły użytku kulturalnego nie są dobrami komplementarnymi, wzajemnie się nie uzupełniają, mimo czysto zewnętrznych podobieństw z punktu widzenia surowca. W sporadycznej ilości przypadków są one dobrami wspólnie przy jednej okazji nabywanymi. Sprzedaż artykułów użytku kulturalnego stanowi więc wyraźny element konkurencyjny, hamujący sprzedaż wydawnictw, mimo że obie te grupy dóbr nie są w stosunku do siebie substytutami. Konkurencyjność ta jest wynikiem większego „nacisku” na sprzedawcę ze strony klientów, dokonujących zakupu artykułów piśmienniczych. Ilość tych nabywców w badanych księgarniach pięciokrotnie przewyższała liczbę klientów, którzy zjawili się z zamiarem zakupu książki. Nie bez znaczenia dla preferowania przez personel

sklepowy sprzedaży asortymentu papierniczego była łatwość zbytu tych artykułów.

Jeśli podsumujemy powyższe rozważania wyda się rzeczą konieczną wyeliminowanie z obrotu księgarskiego tam wszędzie, gdzie istnieją po temu warunki, asortymentu papierniczego. Wyjątkiem będą placówki działające na zasadzie monopolu w danej miejscowości, nie mogące zapewnić sobie rentowności przy wyłącznej sprzedaży wydawnictw. I w tych przypadkach należy jednak rozważyć, czy nie osiągnęłyby się lepszych rezultatów w wyniku zastosowania innych form sprzedaży, na przykład poprzez kolporterów, bibliotekarzy i tym podobne.