

Nie tylko cena...

Kwestia jednolitej ceny książki jest nieoczywista i wielowątkowa. Wiadomo, że liczba księgarni stacjonarnych w Polsce maleje w zatrważającym tempie, co wielu komentatorów łączy z bardzo niskim poziomem czytelnictwa. Nie wydaje mi się jednak, żeby receptą na uzdrowienie rynku wydawniczo-księgarskiego i czytelniczego była ustawa, o której mowa. Z jednej strony rozumiem chęć pomocy małym podmiotom księgarskim, ale zastanawiam się, czy na pewno cena decyduje o tym, że kupujemy i – tylko w domyśle – czytamy. Moim zdaniem jest coś silniejszego niż cena: potrzeba. Dlatego sceptycznie odnoszę się do założenia, że ustawą można przywrócić książce należne, godne miejsce w naszym społeczeństwie.

Innym aspektem tego problemu są pewne tendencje cywilizacyjne, w myśl których zakupów – nie tylko książek – dokonujemy tam, gdzie jest nam wygodniej, gdzie jest nam „po drodze”. Niestety, małe księgarnie raczej

przegrywają na tym polu z bardzo silną konkurencją w postaci sieci sklepów czy księgarni internetowych. Żeby mogły rywalizować z innymi podmiotami, musiałyby zwiększyć nakłady na marketing (np. reklamę). Ale czy stać je na to?

Można mieć również obawy, czy z założenia chwalebny w tej sprawie interwencjonizm państwowy paradoksalnie nie doprowadzi do częściowej blokady rynku wydawniczo-księgarskiego, gdyż część klientów odłoży decyzję o zakupie książki na później (za rok). Bardziej prawdopodobne wydaje mi się jednak to, że ustawa o jednolitej cenie niewiele zmieni na rynku książki, w tym również w zakresie czytelnictwa. Obym się mylił.

Dr Marcin Lutomierski,

pracownik wydawnictwa, badacz literatury, wykładowca akademicki



Pomysł chybiony

Reprezentuję wydawnictwo specjalizujące się w klasycznej i współczesnej światowej humanistyce. Moje książki to między innymi akademickie teksty źródłowe, które się nie dezaktualizują i w sprzedaży są utrzymywane przez dziesięciolecia. Takie tytuły nie są atrakcyjnym towarem ani dla hurtowni, ani dla księgarni – ich głównym kanałem sprzedaży staje się Internet. Szacujemy, że nasze książki obecnie w co najmniej 50% sprzedają się w ten sposób, a docelowo to będzie około 100%.

W związku z tym rzeczywiści beneficjenci projektu ustawy, czyli hurtownie i sieci księgarskie, bądź jej beneficjenci teoretyczni, czyli niezależni księgarze, to nie są naturalni partnerzy, więc rozwiązywanie ich proble-

mów niespecjalnie nas dotyczy. Nasi partnerzy to czytelnicy i księgarnie internetowe. A ustawa uderzy po kieszeni tych pierwszych (uniemożliwiając zakup książki po niższych cenach), podczas gdy drugie przestaną być konkurencyjne dla stacjonarnych, bo ich popularność kreuje przede wszystkim niska cena (oprócz możliwości nabycia książki z dowolnego miejsca).

A zatem z punktu widzenia takiego wydawnictwa, jak moje, pomysł wdrożenia planowanej ustawy uważam za chybiony.

Anna Kunicka

Wydawnictwo Aletheia