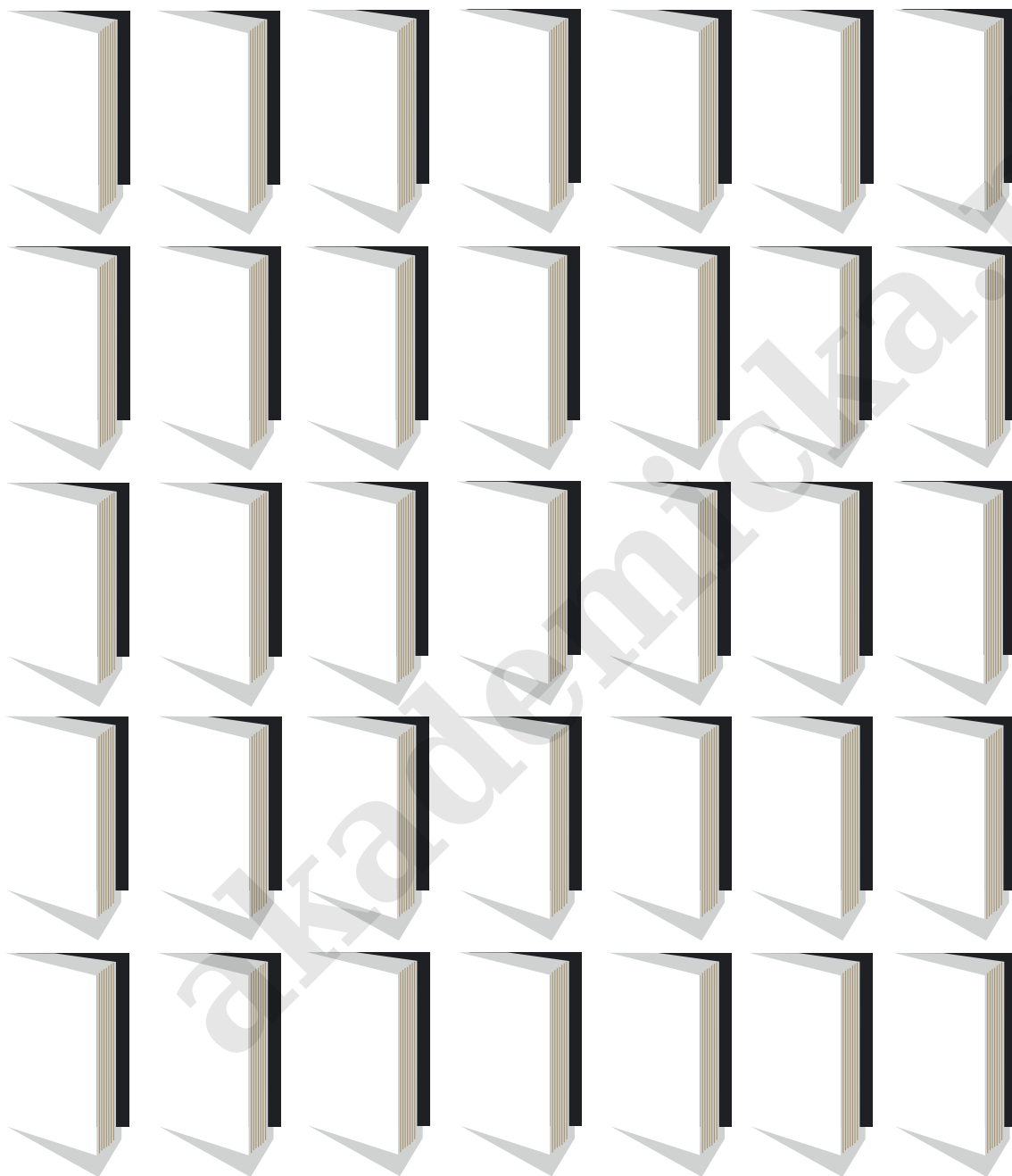


Wtórny rynek książki w Polsce

instytucje
asortyment
uczestnicy



akademicka.pl

**Wtórny rynek
książki w Polsce**

instytucje
asortyment
uczestnicy

akademicka.pl

akademicka.pl

Grzegorz Nieć

Wtórny rynek książki w Polsce

instytucje

asortyment

uczestnicy

akademicka.pl



Kraków 2016

© Copyright by Grzegorz Nieć, Kraków 2016

Recenzenci:
dr hab. Janusz Kostecki
prof. PhDr. Jiří Trávníček, M.A.

Opracowanie redakcyjne:
Magdalena Mnikowska

Projekt okładki:
Natalia Wrona

Zdjęcie autora na skrzydełku © Igor Stanisławski

Projekt został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki
przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2011/03/B/HS2/03908

ISBN 978-83-7638-663-8 (wersja papierowa)
ISBN 978-83-7638-674-4 (e-book)

KSIĘGARNIA AKADEMICKA
ul. św. Anny 6, 31-008 Kraków
tel./faks: 12 431 27 43, 12 421 13 87
e-mail: akademicka@akademicka.pl

Księgarnia internetowa:
www.akademicka.pl

Najbliższym -
od lat przyglądającym się z rezygnacją,
jak nasz wspólny dom zamieniam w bibliotekę,
oraz
wszystkim ludziom książki,
których w życiu spotkałem
i bez których jeszcze ta jedna by nie powstała,
pracę tę dedykuję

akademicka.pl

SPIS TREŚCI

Wstęp.....	11
I. Wprowadzenie.....	17
1. Pojęcie wtórnego rynku książki (<i>Próba definicji; Miejsce obiegu wtórnego w rynku książki i jego uwarunkowania – założenia wstępne</i>)	17
2. Tradycja badawcza (<i>Zagadnienia wtórnego rynku książki w nauce o książce; Metody badawcze i ich ograniczenia</i>).....	23
II. Dzieje i rola wtórnego rynku książki na ziemiach polskich.....	37
1. Polska niepodległa.....	37
2. Okres zaborów.....	40
3. Druga Rzeczpospolita	49
4. Wojna i okupacja	60
5. Polska Ludowa (<i>Okres do powstania PP „Dom Książki”; Budowa państwowej sieci antykwarycznej; Antykwariaty prywatne po upaństwowieniu instytucji rynku książki; Wtórny rynek książki w latach 70. i 80. XX wieku</i>)...	61
6. Kształtowanie się wtórnego rynku książki w Polsce po 1989 roku (<i>Rozpad PP „Dom Książki” i własnościowe przekształcenia antykwariatów; Nowy kształt wtórnego obiegu książki w Polsce; Etapy kształtowania się wtórnego rynku książki w Polsce</i>)	106
III. Współczesny wtórny rynek książki w Polsce – konteksty i uwarunkowania	117
1. Uwarunkowania ekonomiczne i technologiczne	118
2. Uwarunkowania społeczne i kulturowe.....	130
3. Uwarunkowania prawne (<i>Podatek VAT; Ustawa o książce; Regulacje dotyczące obrotu przedmiotami zabytkowymi oraz ich eksportu; Obiekty skradzione i o niepewnym pochodzeniu w obrocie</i>)	133
4. Mechanizmy rekrutacji uczestników obiegu wtórnego (<i>Rozmieszczenie elit; Zmiany w metodach studiowania; Swoboda w wyborze podręczników szkolnych; Działania marketingowe; Przemiany stylów życia i modeli uczestnictwa w kulturze; Zmiany zachowań czytelniczych, kanonu literackiego</i>).....	149
5. Stare i nowe formy kolekcjonerstwa i bibliofilstwa	160

IV. Struktura i organizacja wtórnego rynku książki w Polsce	165
1. Dawne i nowe instytucje wtórnego rynku książki.....	165
2. Kryteria podziału instytucji współczesnych.....	166
3. Stacjonarne instytucje obrotu asortymentem (<i>Antykwariaty stacjonarne; Salony aukcyjne</i>).....	171
4. Bukiniści i ich stoiska.....	188
5. Handel i wymiana w Internecie (<i>Stacjonarne antykwariaty i bukiniści w Internecie; Antykwariaty i bukiniści internetowi; Serwisy aukcyjne; Handlowe platformy księgarsko-antykwaryczne; Serwisy ogłoszeniowe i społecznościowe</i>).....	192
6. Inne formy (giełdy kolekcjonerskie, bazy).....	206
7. Wyprowadzenie oraz rozdawnictwo druków zbędnych i dubletów bibliotecznych.....	208
8. Bookcrossing.....	210
V. Struktura przestrzenna rynku wtórnego książki w Polsce (centra i peryferie)	213
1. Przemiany struktury przestrzennej wtórnego rynku książki w Polsce po 1989 roku (<i>Główne ośrodki handlu antykwarycznego w Polsce – Warszawa i Kraków; Antykwariaty księgarskie i bukiniści w innych ośrodkach miejskich i akademickich</i>).....	214
2. Antykwariat w pejzażu miasta historycznego (stosunek samorządów i społeczności lokalnej).....	246
3. Antykwariaty internetowe.....	253
VI. Asortyment – jego rodzaje, sposoby pozyskiwania i formy sprzedaży	255
1. Rodzaje asortymentu księgarskiego i sposoby jego porządkowania.....	255
2. Asortyment antykwariatu księgarskiego (<i>Formalne rodzaje asortymentu; Rodzaje asortymentu wyróżniane za pomocą innych kryteriów</i>).....	257
3. Asortyment w praktyce antykwarycznej (<i>Sezonowość i okazjonalność; Bibliofilskie walory obiektów; Podaż i popyt</i>).....	281
4. Źródła zaopatrzenia.....	297
5. Formy sprzedaży (<i>Sprzedaż frontowa (bezpośrednia); Sprzedaż wysyłkowa – oferty (elektroniczne i papierowe); Aukcje; Licytacje w serwisach aukcyjnych</i>).....	305
6. Ceny i marże (<i>Ceny; Marże i prowizje</i>).....	312
VII. Opracowanie i promocja oferty	317
1. Opracowanie oferty (<i>Kompetencje i warsztat uczestników rynku wtórnego; Warsztat antykwariusza i specyfika opisu antykwarycznego</i>).....	317
2. Promocja oferty.....	327
3. Promocja firmy i branży.....	334
4. Promocja nowych kierunków kolekcjonerstwa.....	342
VIII. Klienci	345
1. Klienci indywidualni.....	346
2. Klienci instytucjonalni.....	359
Zakończenie	363

© KSIĘGARNIA AKADEMICKA Sp. z o.o.

Adres: ul. św. Anny 6, 31-008 Kraków,
tel./fax (12) 43 127 43, tel. (12) 422 10 33 w. 1167
e-mail: akademicka@akademicka.pl
KRS: 145510, NIP: 676-007-55-73

akademicka.pl