



ГОДИШНИК НА СТУДЕНТИТЕ ПО СОЦИОЛОГИЯ
АСОЦИАЦИЯ НА СТУДЕНТИТЕ ПО СОЦИОЛОГИЯ В СУ
КАТЕДРА СОЦИОЛОГИЯ, ФИЛОСОФСКИ ФАКУЛТЕТ
СУ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“
Том 5, 2008-2009

СЕРГИИТЕ ЗА ПРЕОЦЕНЕНИ КНИГИ В КОНТЕКСТА НА КНИЖНИЯ ПАЗАР

АЛЪОНА ДЕНЯКИНА

Курсова работа по дисциплината "Икономическа социология"

Ръководител: доц. д-р Таня Чавдарова



Издателите и културните дейци в България отдавна се оплакват, че българинът е престанал да чете, че достъпът до интернет отказва младите от книгите, че тиражите застояват по лавиците на книжарниците, накратко - пазарът на книги е в криза. Но в същото време се наблюдава огромно разпространение на сергии за книги из центъра на София. Как ще обясним това? Къде в описаната по-горе картина се вписват отрупаните с книги маси по тротоарите и градинките? Действително ли е изчезнал интерес към книгите или просто се е трансформирал и вече не отговаря на традиционната представа?

За тема на настоящата курсова работа реших да взема сергиите за преоценени¹ книги и да ги разгледам в контекста на книжния пазар. Да разбера каква роля изпълняват те, как се съчетават с другите форми на търговия с книги и какви са характерните им особености. Следователно, основната цел на провежданото изследване ще бъде да опише спецификите на „сергийната продажба“ на книги и ако е възможно да ги обясни.

В тази връзка има много въпроси, които трябва да бъдат изяснени. Защо съществуват тези сергии? Какво ги отличава от книжарниците, антиквариатите и сергиите на площад „Славейков“? Какви са функциите, които изпълняват? Кога са се появили? Как са създали своята пазарна ниша и какви са нейните особености? Какви хора се занимават с този тип търговия? Какво търсене удовлетворяват и кои са клиентите им? Как функционира този тип търговия?

Според мен, за да отговорим на тези въпроси и да опишем и обясним най-пълно особеностите на разглеждания феномен е необходимо да се направи анализ както на макро, така и на микро ниво. Макро анализът ще ни даде разбиране за общите конюнктурни рамки и предпоставки, а микро анализът ще разкрие индивидуалните действия на актьорите и тяхната мотивация.

Макро ниво:

Тук тръгвам от предпоставката, че всяка институция съществува, тъй като има някаква функция, изпълнява дадена роля и съответно би могла да бъде разбрана и описана през тях. Както отбелязва Дюркейм в „Социалната наука за дейността“, за да се постигне това, първо трябва „да се открие по какъв начин се е образувала дадена [...] институция, какви причини са я

¹ Използвам понятието „преоценени“, тъй като на тези сергии се продават както книги с антикварна стойност, така и относително скоро издадени, които се изкупуват нови от издателите, на по-ниска цена (това се прави за да не застояват дълго време, големи тиражи, за които няма платежоспособно търсене) или втора употреба от читателите, които са решили да се освободят от тях.

предизвикали“², с други думи да се разгледа в исторически план, да се изследва генезиса ѝ. Това е изключително важно и тъй като тя не съществува сама за себе си, а е положена в определени исторически рамки, които задават посоката ѝ, функционира в зависимост от политическите и икономическите условия и във връзка с другите институции в обществото, с които си взаимодейства. Следователно историческата перспектива е важна в още два аспекта.

Първо, настоящето състояние и посоките на развитие на всяка институция са зависими от взетите в миналото решения (онова, което Д. Норд нарича зависимост от изминатия път) и следователно начина ѝ на функциониране и рамките за промяната ѝ могат да бъдат разбрани във връзка с особеностите на историческото ѝ развитие³.

Второ, институциите са вградени в политическите и културни условия и биха функционирали по различен начин при тяхната промяна.

Микро ниво:

На това ниво ще се интересуваме от няколко неща:

Първо, как индивидуалните актьори правят избор между различните алтернативи. До колко действията им са рационални или са по силата на навика или афекта. До колко заучаването на дадено поведение играе роля. Тук се придържам към дефиницията на Макс Вебер, според който съществуват четири типа действие:

- целерационално действие, което е калкулативно и ориентирано към постигането на конкретна крайна цел (икономически рационално).
- ценностно рационално действие, което е ориентирано спрямо критерия на дадена ценност и следва определена представа за „правилност“
- традиционно действие – по силата на навика. То е ориентирано спрямо традицията и е безрефлексивно.
- афективно действие, което се извършва под влиянието на моментни чувства (афект).

Когато говори за начина на осъществяване на сделките, в книгата си „ Икономическите институции на капитализма: фирми, пазари, релационно договаряне“, Оливър Уилямсън

2 Дюркейм, Е. 1970, „Социалната наука и дейността“ В: Деянова, Л. 2004, *Социологията като шанс*, София: Изток-Запад, стр. 25

3 Норд, Д. 1990, „Пътят на институционална промяна“ В: Чавдарова, Т. 1999, *Икономика и социология: американската икономическа социология след 1970 година. Антология*. София: Лик

използва понятието „транзакционни разходи“, като казва, че това са разходите на време, пари и информация, които трябва да бъдат направени от агентите за да се осъществи сделката. Според него транзакционните разходи определят решенията на индивидите за това как ще осъществят размяната – посредством пазара, посредством йерархия (фирма) или дългосрочна договореност с други агенти. Макар че тази теория е ориентирана основно към изучаване на икономическите институции тя със същия успех се отнася за икономическото поведение на индивидите (както отбелязва Уилямсън тя „покрива целия диапазон от отделната пазарна размяна в единия край до централизираната йерархична организация в другия“). Тя предполага отделните актьори да са икономически рационални, ето защо ще използвам понятието „транзакционни разходи“ за обяснение на сделките, ако се окаже, че при покупко-продажбата на книги от сергии хората действат целерационално (т.е. взимайки предвид транзакционните разходи и съотнасяйки ги към крайната цел).

Второ, какви мрежови отношения съществуват между актьорите и как функционират. Допускането тук е, че индивидуалните икономически действия не се извършват сами за себе си, а са вградени в мрежови отношения, които в една или друга степен задават насоката им и ги подпомагат или възпират. Ще се опитам да установя между кои актьори съществуват връзки, какви са те и, до колкото е възможно, как повлияват на цялостната търговска дейност. Хипотезата ми е, че е възможно да съществуват връзки между купувачи и продавачи на сергии, собствениците на сергии и доставчици на книги, както и между продавачите и собствениците на различните сергии.

Тъй като не успях да открия статистика за броя книжни сергии в столицата, нито официални данни или изследвания описващи особеностите на търговията с преоценени книги, момента на появата ѝ и причините за това, се насочих към изследване посредством интервюта, които ми позволяват едновременно да изследвам мотивите и начините на действие на индивидуалните актьори, и да получа информация за знанията им относно спецификите на пазара. Надявам се сравнявайки спомените им за това от кога съществуват сергии за книги и какви са били причините за появата им, да получа по-ясна картина по този въпрос. Направих две интервюта със собственици на сергии, три с продавачи и две с купувачи, за да обхвана различните гледни точки по изследвания проблем.

За да получа отговор на някои въпроси, на които част от интервюираните отказаха да отговорят и да верифицирам по още един път информацията, получена от интервютата (да видя

практиките, а не само представите на актьорите за тях), използвах и наблюдение на търговията и връзките между актьорите (продавач – купувач и продавач – продавач).

I. Исторически план:

Имах три изходни хипотези за появата на сергиите за книги. Първата беше, че са възникнали през деветдесетте години като отговор на някаква липса – недостиг на книги (всички или определен вид), недостиг на книжарници, които може би в един момент изчезват поради необходимостта от реструктуриране на икономиката или липсата на платежоспособно търсене или цените на книгите се покачват поради въвеждането на частната собственост, при което меките бюджетни ограничения на социалистическата икономика са заменени с твърдите бюджетни ограничения на частните фирми, което води до необходимост от рационалност на производството (да се произвежда само онова, за което има голямо търсене и то в ограничени количества (толкова, колкото може да се продаде)), ограничаване на асортимента и покачване на цените.

Втората предполагаше, че сергиите са се появили за да обслужват качествено нов вид търсене и в такъв случай ключовият въпрос беше, какво е това търсене и защо възниква.

Третата хипотеза беше, че и преди деветдесетте години е съществувал такъв пазар, но под различна форма⁴ и той просто се трансформира с помените в политическата и икономическата структура на обществото.

В резултат на проведените интервюта се потвърди третата хипотеза. Сергиите за преоценени книги се появяват още по време на социализма, което е причинено от хроничния недостиг на литература. Този феномен може да бъде обяснен в светлината на вижданията на Януш Корнай, който разглежда социализма като „икономика на дефицита“⁵. Според него при социалистическо управление се наблюдава непрекъснато „възпроизводство на дефицита“, тъй като при него пазарните сили не действат безпрепятствено, а са изкривени от намесата на държавата, което води до неравновесие между търсене и предлагане. Корнай смята, че причина за дефицита в социалистическата икономика е факта, че дейността на предприятията е гарантирана от държавата (за тях не съществуват финансови ограничения и инвестиционен

4 Предполагането ми беше, че преди 1989 година сергиите са били част от неформалната икономика и след това са получили възможност да „излязат на светло“.

5 Чавдарова, Т. 2003, „Възпроизводство на дефицит в социалистическата икономика и производство на изобилие в унгарските социални науки“ (коментар към статия на Я. Корнай), В: сп. *Социологически проблеми*, бр. 1-2

риск). Те имат „меки бюджетни ограничения“, които им позволяват да произвеждат без да се съобразяват с рационалността и ефективността на действията си. „Така при меки бюджетни ограничения търсенето на производствени ресурси от страна на социалистическите предприятия не е ограничено от техните реални финансови възможности.“⁶ Ресурсите за производство и бюджетите като цяло, обаче, не са неограничени. „Това поражда и непрестанно възпроизвежда дисбаланс между търсене и предлагане – или дефицита като иманентна характеристика на социалистическата икономика“.⁷ Липсата на обратна връзка между производител и потребител и неограничените бюджети на производителите водят до неефективно изразходване на ресурсите, натрупване на ненужни стоки и постоянен недостиг на онези, които се търсят.

Именно това се случва и на книжния пазар в България през социализма, когато грамотното население се увеличава в пъти и търсенето на книги също, но предлагането не е съобразено с условията. Появява се огромен дефицит, търсенето не може да бъде задоволено от съществуващата разпространителска мрежа, което води до появата на алтернативни канали за снабдяване. Както отбелязва Фридман⁸ в първа глава от „Свободата на избора“ една икономика не може да съществува без минимална доза „доброволно сътрудничество“, „никое общество не функционира изцяло на команден принцип“, ето защо, дори в социалистическите общества, се допуска определен контролиран дял „доброволно сътрудничество“. „На всяко равнище в стопанството се намесва доброволното сътрудничество, за да допълни централното планиране или за да компенсира неговата скованост – някой път законно, друг път незаконно“.⁹ В България, за да се регулира, до някъде, голямото търсене, започва издаването на вестник за книгообмен „АВС“, който има за цел да свързва читателите, които да си разменят вече прочетени нови или стари книги. Тази законна мярка обаче не е достатъчна за преодоляване на недостатъците на системата, ето защо възникват и незаконни практики – а именно продажбата на книги на сергии из града. По-предприемчиви граждани започват да издирват и изкупуват книги и цели библиотеки, обикновено от хора, които се опитват да „закърпят дупките в семейния бюджет“. Създават се цели неформални мрежи, които се грижат за снабдяването и пред всяка антикварна книжарница се появява „филтър“ – група от хора, които изкупуват по-ценните книги преди да стигнат до антиквариата.

6 Пак там, стр. 59

7 Пак там, стр. 59

8 Милтън и Роуз Фридман, 1997, „Силата на пазара“, В: *Свободата на избора*, София: Дамян Яков, стр. 30-70

9 Пак там, стр. 31

Сергийната търговия бива преследвана, тъй като е незаконна, но въпреки това процъфтява защото не само преодолява сковаността на държавно -регулираното книжно разпространение, и предлага „неприемливи“ книги, до които иначе хората не биха имали достъп, но и защото успява да предлага на по-ниски цени.

Първата хипотеза, относно причините за появата на сергии за преоценени книги през деветдесетте също до някъде се потвърждава, тъй като отразява причините, които предпоставят тяхното запазване след промените. В първите години на „Прехода“ този тип търговия изживява своя най-голям разцвет. Премахването на забраните за частна инициатива и възможността за вземане под наем на „парче от тротоара“ позволява на собствениците на сергии да започнат да работят законно¹⁰ и прекратява преследването им. Това е съпроводено с криза в книгоиздаването и книгоразпространението, тъй като се налага реструктуриране на държавните институции, занимавали се до тогава с тази дейност и много от тях изчезват, а нови, частни още не са се появили. Това прави сергии основен източник за снабдяване с книги. Както сподели един от интервюираните „Имаше огромен глад за книги. Наредях сергията и за няколко часа се опразваше. Можеше да сложа пълен боклук и пак щеше да се купи“.

Друга предпоставка за бързото развитие на търговията е лесният достъп до книги за продажба. Много семейства, обеднели, вследствие на промените, продават книгите, които притежават за да подпомогнат семейния бюджет, част от тях ги дават на пунктовете за вторични суровини (от където ги изкупуват продавачите на сергии), а други започват сами да ги продават на сергии (каквато е случая с единия от интервюираните). Освен това, емигрантите също разчистват библиотеките си и ги предлагат или направо на продавачите на сергии или на вторични суровини (част от тях ги дават и като дарение за училища и читалища, но техният дял е малък). Така се натрупват големи количества антикварни книги, които стават основа на складовете на собствениците на сергии (т.е. те натрупват „основния си капитал“).

В този период сергии играят ролята на преразпределител и връзка между собствениците на книги и купувачите.

Голямото търсене и ниските изкупни цени на книгите водят до голяма печалба за продавачите, много от тях, привлечени от голямата възвращаемост дори се отказват от постоянната си работа и превръщат продажбата на книги на сергия в своя професия. (До тогава тази дейност се

10 Това, разбира се, е относително, тъй като те продължават да не отчитат печалбите от дейността си, тя остава извън регулацията на закона и съответно, макар и легализирана, в едно отношение, остава в рамките на неформалната икономика, в друго.

е извършвала като допълнително занимание, в свободното време). Сергийната търговия с книги „приютява“ и много хора, останали без работа.

След средата на деветдесетте ситуацията се променя значително. Появяват се много нови издателства, които започват да издават все по-голям асортимент от книги, което намалява продажбите на сергиите – те престават да са основния източник на книги. Постепенно сергиите биват изместени от определени сегменти в пазара на книги и се обособяват съвременните специфики на търговията с преоценени книги.

Разгледаните до тук трансформации в пазара на книги в България и по-конкретно, на сергиите за преоценени книги доказва част от изходните хипотези, заложили в настоящата работа, а именно, че икономическите институции са политически вградени и при промяната на политическите условия се променят и те и че, все пак, те не се изменят напълно, а промените се извършват в зависимост от „изминатия път“.

II. Съвременни особености:

След като изяснихме как се е стигнало до съвременното положение на сергиите за преоценени книги в книжния пазар, смятам за необходимо да изясним техните характеристики, които ги отличават от другите всеобщо-достъпни канали за разпространение на книги – книжарниците за нови книги, антикварните книжарници и сергиите на площад „Славейков“, както и другите им особености.

1. Особености на сергиите за преоценени книги спрямо другите „играчи“ на пазара за книги.

Основното допускане, от което тръгнах, в това отношение беше, че сергиите обслужват конкретен сегмент от книжния пазар, че са изградили своя специфична ниша, която се разграничава по видовете предлагани книги, начина им на предлагане (представяне) и цените.

Въпросът беше по кои характеристики точно се различават от останалите „играчи“.

Оказа се, че сергиите са заели нишата на „популярните, ежедневни и практически“ книги. От тях пазаруват основно жени, домакини със скромни финансови възможности, които не могат да си позволят новите, „лъскави“ издания. Те купуват основно три типа книги:

- практически – за готварство, билкарство, гъбарство, масажи, гримьорство, приложна психология, книги свързани с поддържането на здравето...

- езотерика – магии, духовни напътствия...
- любовни романи и криминалета, които запълват свободното време.

На тях се продават, в същност, най-търсените в момента, като цяло, видове книги – любовни романи, фентъзи, фантастика, криминалета и книги за поддържане на здравето, удовлетворяващи търсенето на хора, които или не могат да си позволят нови издания или не са склонни да дават пари за „ежедневни, подръчни книги“ с чисто инструментална функция без особена художествена стойност.

От художествената литература се продават основно няколко автора, които са всеобщо признати класици и чиито книги или не се преиздават или новите издания са с много ниско качество и които са предпочитани от „бедната интелигенция“ – Камю, Достоевски, Кафка, Селинджър, Казандзакис, Шекспир и още 3-4. Най-търсени, от художествената литература, са произведенията на Гарсия Маркес, тъй като той е забранил книгите му да се издават в България и в момента българските му преводи са букинистска рядкост.

◆ Различия между антикварна книжарница и сергия за преоценени книги.

От страна на предлагането двата типа разпространение на книги се различават основно по цените и асортимента. Сергиите, тъй като плащат много по-малък наем могат да си позволят да предлагат книгите на по-ниска цена. Поради особеностите на този тип търговия (книгите стоят на открито, трябва всеки ден да се изваждат и прибират, което води до по-лесното им повреждане, а и до необходимостта да се продават бързо-оборотни книги), обаче, не могат да предлагат толкова голям асортимент от книги, както и редки, специализирани книги, за които има ниско търсене и които се продават скъпо, но могат да престоят на лавиците с години.

По отношение на разположението, различието между сергиите и всички видове книжарници е съществено. Според всички направени интервюта най-големия плюс на сергиите е именно това, че са на открито, на тротоара, до улиците. „Така човек иска - не иска се блъска в тях“, „просто се спъва в книгите“, което ги прави по-достъпни за „масовата публика“. За да влезе в книжарница човек трябва да търси нещо конкретно, да знае, че е тръгнал за книги, докато сергиите „сами те намират“, те са напълно достъпни и хората се спират на тях просто по път. Така едно структурно различие се превръща в икономическо предимство за сергиите.

Различието в разположението води и до различие в търсенето. Докато от сергиите се купуват по-ежедневни книги, в антикварните книжарници се влиза единствено когато се търси рядка, специализирана литература, която иначе не може да бъде открита.

◆ Различия между книжарница за нови книги и сергия за преоценени книги

Както отбелязахме разликата в разположението и начина на съхраняване на книгите оказва голямо влияние върху отношението към сергиите и книжарниците.

Спрямо търсенето има два основни пункта, по които се разграничават сергиите за преценени книги и книжарниците за нови книги.

Първо, сергиите обслужват по-бедните хора, които нямат пари за нови книги, от тях пазаруват предимно хора с доходи под и около средните.

Второ, в книжарниците се купуват основно книги, които се ценят заради добрия им външен вид. Нови книги се купуват, когато формата и вида на книгата се възприемат като ценност – обикновено това са книги за подарък или много любими произведения, които читателите искат да имат „в красива обвивка“.

От сергиите се купуват, по-скоро, книги за ежедневна употреба, възприемани повече като продукт, а не през някаква особена символна стойност (тук, разбира се, се изключват старите, редки издания, които действително биват натоварени със символен смисъл, но формират много малка част от продажбите). Това, обаче, не означава, че преоценените книги от сергии напълно губят функцията си да бъдат подарявани. Те много често се купуват за хора от семейството или близки приятели, но без конкретен повод. Интересно е, че профила на преоценените книги, които се подаряват отговаря до голяма степен на този за лична употреба – не художествена литература, а готварски книги, такива със здрава насоченост или други „практични“ книги отговарящи на интересите на получателя.

◆ Различия сергии на „Славейков“ - сергии „из града“

Двата типа сергии се отличават по две основни направления.

Първо, книгите на „Славейков“ са по-скъпи. До голяма степен асортимента е един и същи, но на площада цените са по-високи. Това се обяснява с факта, че там наема е в пъти по-голям (докато за място на тротоара се плащат 40 до 60 лева на общината на пл.Славейков се

плаща около 1000лв. наем на частната фирма „Теменуга“ за поддръжка на съоръженията¹¹). За да изплатят разходите си и да имат поне минимална печалба, продавачите на „Славейков“ са принудени да продават на по-високи цени. Тук идва въпроса как продължават да функционират по-скъпите сергии за преоценени книги на площада, когато на 200 метра от тях има други по-евтини. Този феномен бихме могли да обясним с исторически предпоставки и склонност към традиционализъм в действията на купувачите. Това особено ясно се вижда в дебатите възникнали около идеята за премахване на книжния пазар от „Славейков“. Там като основни аргументи за запазването на пазара се изказват традицията („винаги го е имало“, „от както се помня е там“), хубавите спомени от детството и това, че той се възприема като символ на „четяща София“. Именно това е и второто различие – двата вида сергии имат различна символна натовареност, купувачите приписват стойност на традицията и възприемат пазара на площад „Славейков“ като символ на книжнината изобщо – това е „Книжният пазар“ (с главно „К“).

Този казус поставя няколко въпроса, които са от интерес за настоящата работа. Първо, как купувачите избират от къде да купуват, изцяло по силата на навика и във връзка с оценностяването на традицията ли действат или взимат предвид икономическата рационалност. Второ, какви са отношенията между продавачите на „Славейков“ и тези на другите сергии, съществува ли конфликт между тях или „съжителстват спокойно“.

2. Аргументи за избор

От направените интервюта не може да се правят крайни заключения за начина, по който хората избират от къде да купят дадена книга, но в тях могат да се видят няколко интересни тенденции.

Това от къде си набавят книги зависи до голяма степен от социализационния им път. Хората избират измежду познатите им алтернативи и това кои канали използват за снабдяване с книги зависи от това какви са семейните традиции и личната история.

Отвъд това, обаче, действията на купувачите изглеждат изключително целерационални. Без да съм ги питала директно за това интервюираните описаха цял механизъм за избор на това къде да търсят дадена книга и от къде да я купят. Основното нещо, с което се съобразяват е това колко скоро е издадена книгата, което ги насочва по отношение на това дали да търсят нова книга или преоценена. Мен предимно ме интересуваше дали след това взимат предвид

11 Тук би могло да се направи анализ на обстоятелствата, довели до тази ситуация, както и икономическите, политически и културни условия за нейното продължаване, но това не е цел на настоящата курсова работа.

транзакционните разходи, които трябва да направят и ако да, кой има най-голяма тежест. Главният въпрос беше дали съществува връзка между вида търсена книга, мястото, от което се купува, разположението му, цената и изразходваното време. Както до тук видяхме има връзка между това каква книга се търси и избора на място, на което да бъде търсена (като вид – книжарница, антикварна книжарница, или сергия¹²). От направените интервюта се оказа, че е трудно да се определи кой от другите критерии първо се взема предвид – цената или това колко удобно е разположението на „търговския обект“, но и двата имат роля при вземането на решение. Времето, отделено за придобиване на дадена книга е важен фактор, който се взема предвид главно когато тя се търси за подарък, а не за собствено ползване.

3. Връзки между актьорите

◆ Връзки между продавачи на сергии и купувачите

Хипотезата за съществуването на връзки между клиенти и продавачи се потвърди. Всички сергии си имат постоянни клиенти, които предимно са хора живеещи или работещи в близост до сергиите. Те често ги посещават, питат за нови книги и когато им трябва нещо конкретно го поръчват на продавача. Освен това те обменят различна информация в зависимост от общите им интереси – от това кои книги са най-търсени на пазара, през това от къде да купят някой продукт и най-новите клюки, до това какви интересни културни мероприятия има в момента.

Опитах се да разбера дали по-голямата част от оборота на сергиите се прави от редовните клиенти или от случайните минувачи, но не можах да получа точен отговор.

◆ Връзки между собственици на сергии и доставчици

Хипотезата ми, че съществуват връзки между собствениците на сергии и доставчиците на книги не се потвърди. Оказа се, че постоянни доставчици просто няма. Книгите в повечето случаи се носят на самата сергия от хора, които искат да ги продадат по една или друга причина.

◆ Връзки между собствениците /продавачите/ на сергии

Между продавачите и собствениците на отделните сергии съществуват активни връзки. Те постоянно си препращат клиенти и хора предлагащи книги. Освен това обменят различни заглавия (ако някой се свършил бройките от дадена книга, а друг има резерв или някой реши, че няма да успее да продаде тези, които има).

12 Тук от интервютата излязоха и още два канала за сдобиване с книги – книжната борса и библиотеките на кварталните читалища.

Тук идва мястото да разгледаме и въпроса за отношенията между продавачите на „тротоарните“ сергии за преоценени книги и тези на площад „Славейков“. Оказа се, че между тях също има активни, постоянни връзки. Те не само се познават взаимно, но продавачите на „Славейков“ редовно зареждат от другите сергии, които се явяват техни постоянни доставчици. Продавачите и собствениците на сергии от „Славейков“ купуват книгите на цената определена за клиентите, след което продават същата книга, но на двойно - тройно по-висока цена. Когато попитах собствениците на „тротоарните“ сергии дали не се съпротивляват на това, се оказа, че нямат нищо против – те реализират стоката си на цената, на която са предвидили, и съответно получават печалба (за тях няма значение кой е крайният купувач). Те приемат по-високата цена, на която се препродават книгите, като нещо естествено – комисионна за продавачите на „Славейков“ за това, че са намерили клиент, че са осъществили връзката.

Тази практика става възможна благодарение именно на описаното по-горе отношение към пазара на площад „Славейков“ – хората го възприемат като „най-истинския“ пазар за книги, т.е. като най-легитимен и съответно „повечето смятат, че на „Славейков“ това е цената“ (че няма друга).

Съществуват още множество аспекти, които не успях да обхвана в тази курсова работа, но те биха могли да станат предмет на по-задълбочен труд, анализиращ сергиите за преоценени книги. Като цяло, направеното изследване успя да отговори на въпросите, поставени в началото на работата. Сергиите за преоценени книги се появяват и развиват в конкретни исторически условия, които повлияват на техните характеристики. Появата им през социализма и цялостното реструктуриране на пазара за книги след демократичните промени ги оформят в съвременния им вид. Те са самостоятелен елемент от пазара на книги в България със своята собствена специфика, изпълват собствена пазарна ниша – обслужват определен тип клиенти и продават конкретен асортимент от заглавия.

Използвани източници:

Дюркейм, Е. 1970, „Социалната наука и дейността“ В: Деянова, Л. 2004, *Социологията като шанс*, София: Изток-Запад, стр. 25

Норд, Д. 1990, „Пътят на институционална промяна“ В: Чавдарова, Т. 1999, *Икономика и социология: американската икономическа социология след 1970 година. Антология*. София: Лик

Чавдарова, Т. 2003, „Възпроизводство на дефицит в социалистическата икономика и производство на изобилие в унгарските социални науки“ (коментар към статия на Я. Корнай), В: сп. *Социологически проблеми*, бр. 1-2

Милтън и Роуз Фридман, 1997, „Силата на пазара“, В: *Свободата на избора*, София: Дамян Яков, стр. 30-70

Уилямсън, О. „Икономиката на транзакционните разходи“ В: Чавдарова, Т. 1999, *Икономика и социология: американската икономическа социология след 1970 година. Антология*. София: Лик

Електронни източници – мнения за сергиите на площад „Славейков“ и разликите между сергии и антикварни книжарници.

<http://eneya.wordpress.com/2008/10/18/i-can-has-a-book/>

<http://literaturatadnes.com/archives/12>

<http://www.capital.bg/show.php?storyid=570443>

http://nikivasilev.blogspot.com/2009/04/blog-post_20.html

Приложение 1:

Гайд за интервю

Представяне:

Здравейте, казвам се Альона Денякина и съм студентка втори курс специалност социология в Софийски Университет „Св. Климент Охридски“ . В момента пиша курсова работа по дисциплината „Икономическа социология“, свързана с особеностите на пазара на преоценени книги. Ако сте съгласен(на), бих искала да Ви задам няколко въпроса на тази тема. Няма да Ви отнема повече от 15-20 минути. Гарантирам Ви, че данните получени от Вас ще бъдат използвани единствено за целите на изследването и никъде няма да бъде цитирано името Ви.

Благодаря Ви!

Бихте ли ми разрешили да ползвам диктофон и да си водя бележки?

Въпроси към собственик на сергии

Тема 1. Лична траектория и връзка с пазара на книги.

1. От кога се занимавате с продажба на книги?
2. Преди това занимавали ли сте се с дейност свързана с книги? Каква? (А дали има връзка с други собственици на сергии или продавачи)
3. Кога създадохте (отворихте) първата си сергия? Как се случи?

Тема 2. Защо и как се поява пазарът на преоценени книги, съществувал ли е по някакъв начин преди

1. Кога, според вас, се появиха първите сергии за преоценени книги?
2. А защо според Вас се появиха? (Ако не разберат въпроса се доуточнява)
 - имало ли е недостиг на книги
 - имало ли е достатъчно книжарници
 - дали страната е била в криза или цените на книгите са се покачили
 - дали се е появило нов вид търсене, което не е съществувало до тогава (на какво)
 - дали е съществувал и преди такъв пазар, но под друга форма (дали преди това просто е бил част от неформалната икономика и тогава е получил възможност да "излезе на светло" – да проверя дали и сега не е част от неформ. ик.)

Тема 3. Особенности на отношенията и типология на рационалността на избора

1. От къде и как се снабдявате с книги?

2. Имате ли постоянни доставчици (ако да - Защо все от тях доставяте?)
3. Какви книги купувате (предлагате на сергиите си)? (видове) Как решавате кои книги да предлагате? (има ли връзка с това кои са най-търсени или съществуват други критерии, пр. каквото предлага лоялен снабдител, или любими книги, лоялна клиентела...)
4. Какъв тип, по Ваши наблюдения, са най-търсените книги? (Кои имат най-бърз оборот?)

Тема 4. Особености на сергиите за преоценени книги спрямо другите „играчи“ на пазара за книги – антикварни и обикновени книжарници, сергиите на „Славейков“ (ако не е изяснено вече)

1. Какво, според Вас, различава сергиите от антикварните книжарници?
- видове книги/местоположение/цени
2. А от сергиите на „Славейков“

Тема 5. Демография (мъж/жена; години; приблизителен месечен доход; степен на завършено образование и област).

Въпроси към продавач на сергия

Тема 1. Лична траектория и връзка с пазара на книги

1. От кога се занимавате с продажба на книги?
2. Преди това занимавали ли сте се с дейност свързана с книги? Каква? (А дали има връзка с други собственици на сергии или продавачи)

Тема 2. Защо и как се поява пазарът на преоценени книги, съществувал ли е по някакъв начин преди

1. Кога, според вас, се появиха първите сергии за преоценени книги?
2. А защо според Вас се появиха? (Ако не разберат въпроса се доуточнява)
 - имало ли е недостиг на книги;
 - имало ли е достатъчно книжарници;
 - дали страната е била в криза или цените на книгите са се покачили;
 - дали се е появило нов вид търсене, което не е съществувало до тогава (на какво)
 - дали е съществувал и преди такъв пазар, но под друга форма (дали преди това просто е бил част от неформалната икономика и тогава е получил възможност да "излезе на светло" – да проверя дали и сега не е част от неформ. ик.).

Тема 3. Особености на отношенията

1. Имате ли редовна клиентела? (какви хора са)
2. Оборътът основно от редовни клиенти ли се прави или от "случайни минавачи"?
3. Какви книги се купуват най-много?
4. Има ли други сергии наоколо? Ако да - Познавате ли ги? / Те същите книги като вас ли продават или други?

Тема 4. Особености на сергиите за преоценени книги спрямо другите „играчи“ на пазара за книги – антикварни и обикновени книжарници, сергиите на „Славейков“ (ако не е изяснено вече).

1. Какво, според Вас, различава сергиите от антикварните книжарници? -видове книги/местоположение/цени.
2. А от сергиите на „Славейков“.

Тема 5. Демография (мъж/жена; години; приблизителен месечен доход *; степен на завършено образование и област).

*Бихте ли ми казали приблизителния си месечен доход (много нисък; нисък; малко под средния; среден; малко над средния; висок).

Въпроси към купувач

Тема 1. Видове търсени книги и предназначение

1. Каква книга си търсите или си търсите най-често/каква книга си купихте или си купувате най-често?
2. За кого купувате – за себе си или за подарък? А най-често за кого купувате книги от сергии?
3. Кога четете книги?
4. Какви книги четете? Например кои са последните две, които сте чел?
5. Спирайки се на сергията, знаете ли каква книга търсите? Как решихте сега да се спрете на сергията?

Тема 2. Роля на сергиите спрямо другите източници на книги

1. Колко често се спирате на сергии?
2. А на кои сергии се спирате най-често?/ Посещавате ли други сергии? (близо до дома Ви ли са или по път, по който минавате често или просто ако минете случайно)
3. Случвало ли ви се е да търсите стара книга и да поръчате на продавача на сергия да ви я достави ако я няма?
4. А посещавате ли книжния пазар на площад Славейков? (да или не - кое го кара да го прави, защо)
5. Посещавате ли антиквариати?
6. Според Вас различават ли се сергиите за преоценени книги от тези на Славейков, антикварните книжарници и по какво? Имат ли според Вас нещо специфично?
7. А посещавате ли книжарници? Ако да кога и по какъв повод? Имат ли те нещо специфично в сравнение със сергиите? (ако да – какво)

Тема 3. Място на покупка във връзка с вида книга, цената и времето, което имат на разположение

1. От къде най-често купувате книги? (Близо ли е до дома Ви?)
2. Ако търсите някаква конкретна книга – къде бихте отишли първо да я потърсите, на кое място (на сергия, на Славейков, в антиквариат или в книжарница) Защо?

3. Ако дадена книга ви трябва спешно от къде бихте я купили?
4. А ако там цената ви се стори висока бихте ли отишли на друго място, за да я търсите? (ако да – кое е това място и защо бихте се насочили натам?)
5. Според вас има ли книги, които не могат да бъдат намерени на сергиите и ако да, кои са те, от какъв вид?

Тема 4. Защо и как се поява пазарът на преоценени книги, съществувал ли е по някакъв начин преди

1. Кога, според вас, се появиха първите сергии за преоценени книги?
2. А защо според Вас се появиха? (Ако не разберат въпроса се доуточнява)
 - имало ли е недостиг на книги
 - имало ли е достатъчно книжарници
 - дали страната е била в криза или цените на книгите са се покачили
 - дали се е появило нов вид търсене, което не е съществувало до тогава (на какво)
 - дали е съществувал и преди такъв пазар, но под друга форма (дали преди това просто е бил част от неформалната икономика и тогава е получил възможност да "излезе на светло" - да проверя дали и сега не е част от неформ. ик.)

Тема 5. Демография

1. На колко години сте?
2. Бихте ли могли да ми кажете приблизителния си семеен доход? (може да го позиционират по скалата много нисък, нисък, малко под средния, среден, малко над средния, висок)
3. Завършено образование (степен + област).
4. С какво се занимавате в момента?

Много Ви благодаря за отделеното време!