

A KÖNYVHÖZ, AZ OLVASÁSHOZ KAPCSOLÓDÓ SZOKÁSAINK NÉHÁNY KEVÉSSÉ ISMERT RÉSZLETE

A kilencvenes években kibontakozó politikai, gazdasági és társadalmi változások nem kedveztek a könyvpiac szereplőinek. A kereslet és a kínálat oldalán állók konfliktusok sorozatán keresztül élték meg a monopóliumok felbomlását, az elosztási rendszer átalakulását, sőt átlényegülését. E rövid cikk azt kívánja illusztrálni, hogy mily kevésbé ismert szokáskultúránk jó néhány területe, továbbá azt kívánja bizonyítani, hogy szegmentációs technikákkal miképpen lehet a marketingdöntések kockázatát csökkenteni.

A piackutatás mint a gazdaság megismerésének egyik önálló területé tekintélyes pályáivet írt le századunkban, s még korántsem érte el fejlődésének tetőpontját. Mint sok más megizmosodó jelenség a huszadik században, ez sem lehet a véletlen műve.

A legmélyebben fekvő okot a termelés és fogyasztás között egyre erősebbé váló divergenciában kell keresnünk, amely eltávolítja a piac két oldalán állókat egymástól. A termelő egyre bizonytalanabbá válik abban, hogy mit termeljen, a mezőgazdász, hogy mit vessen vagy ültessen, kinek és hol adják el a termékek egyre növekvő halmazát. De az információhiány a vevők-vásárlók oldalán is egyre több kockázatot rejt magában, hiszen az áruk hasznosságáról, az árakról, a tényleges vagy vélt minőségről egyáltalán nem könnyű tájékozódni. A reklámok közvetítenek ilyen típusú információkat, de az intenzitás és a közérthetőség hiánya zavart is okoz.

A magyar fogyasztóknak meg különösképpen nehéz a helyzetük, miután a negyven év alatt megszokott szűk és egyirányú áruválaszték világából egy-két év alatt a fejlett piacgazdaságokra jellemző túlkínálattal kerültek szembe. A bőséges kínálatot sokszor irracionális reklámözön kíséri, az üzletek száma hazánkban a KSH adatai szerint* öt év alatt közel két és félszeresére, a választék az öt-hatszorosára bővült és folytonosan megújul. Ezek a tények, körülmények és tendenciák állnak a piaci információk felértékelődésének hátterében.

Egy-másfél éve folytattunk le egy kutatássorozatot a könyvpiac jelenségeiről. Ennek egyik fontos tanulsága

az volt, hogy a könyvvásárlás – miként az olvasás általában – visszaszorult a szükségletek elméleti rangsorában. Sőt az is megkockáztatható: jele ez annak is, hogy az olvasásra fordított időn belül is mérséklődött a könyvek iránti érdeklődés.

Nem azt állítjuk, hogy általában csökkent hazánkban az olvasás jelentősége, hanem arra utalunk, hogy a képzéssel, a tovább- és átképzéssel kapcsolatos időráfordítás nőtt meg. Másfelől teret hódít a „magazinműveltséget” nyújtó heti-havi lapok és a különkiadványok, füzetek népszerűsége és ezzel olvasottsága is. Ez nemcsak vásárlóerőt von el a könyvek piacáról, hanem messzebbmenő hatásait sem szabad figyelmen kívül hagyni.

Néhány támpont a piackutatás preconcepciójáról

A vezetők számára mindig az a döntés a legfontosabb – ez viseli a legnagyobb kockázatot –, ami a *termékre*, a *kínálatra* irányul. Ha a piac adott konstellációjában ez a döntés sikeres, a vállalat helyzete általában szilárd, jövője biztató. Olyan piacokon, ahol a kínálat szerkezete gyorsan változik, az innovációk száma nagy és piacrajutásuk viszonylag kevés időt igényel, a keresletről, a kereslet alanyairól és jellegzetes csoportjairól megszerezhető információknak többszörös fontosságot kell tulajdonítani. Feltételeztük tehát azt, hogy az olvasást, és főleg a könyv vásárlását többféle demográfiai, társadalmi és gazdasági tényező befolyásolja. Tanulmányunk célja éppen az volt, hogy bemutassa: milyen jellegzetes társadalmi szegmensek különíthetők el a kilencvenes évek elején ezen a fontos és jellegzetes piacon.

* Forrás: Ipari és Kereskedelmi Minisztérium Informatikai és Statisztikai Fő. 1994. novemberi jelentése

Ezzel kapcsolatban néhány szót kell ejteni a mintáról, amely az alapinformációkat hordozza, és amelynek reprezentatív voltától függ a megbízhatóság. A település szerkezetét követő rendszerben szétszórott 7100 kérdőívből kb. ezer feldolgozható érkezett vissza. Az anoním válaszadás ez esetben növelte a megbízhatóságot, mert az olvasás, a műveltség fontos eleme az értékelésnek. A visszaérkezési arány tizenhárom százalék körül volt, ami szakmailag elfogadható és normális érdeklődést jelez. Azt is kiolvastuk ebből az arányból, hogy a lakosság jelentős rétege zaklatott, gondterhelt és bizonytalan időkben is fontosnak, szimpatikusnak tartja a könyvkiadás ügyét.

A minta természetesen nem fedte le az országos átlagot, mely utóbbiról nagyon kevés egzakt és friss információ áll rendelkezésre. Csaknem minden kutató eltérő csoportosítással, becslésekkel dolgozik. Ettől függetlenül, az eltéréseket a következőkben soroljuk fel, amelyeket a reális értékelésnél célszerű figyelembe venni.

- A minta az aktív korú népesség életkor szerinti eloszlásához áll közelebb, miután a nyugdíjasok aránya alacsonyabb, a fiataloké (diákok, egyetemi hallgatók stb.) pedig magasabb arányban vannak benne jelen. Az ember úgy hinné, hogy az életkor, a szabadidő, az olvasás és a könyvvásárlás koherens kapcsolatban áll egymással. Nos a válaszadási hajlandóság nem ezt sejteti!

- A nők aránya kissé magasabb, de ez inkább előny, mint hátrány, mert a nevelésben szerepük meghatározóbb. Úgy véljük, a könyvpiac fontosabb szereplői, mint a férfiak.

- A minta – vagy a válaszadási hajlandóság – némi fővárosi és községi többletet mutat a vidéki városi népesség hátrányára. Az eltérés azonban az eredményeket lényegesen nem változtatja meg.

- Az iskolai végzettségnél kitűnik, hogy a könyv iránti érdeklődés erősen függ a műveltség megalapozottságától, ami alapján a relevanciát magas fokúnak kell minősíteni.

- Ha lehet valami, ami lényegesen megváltozott a nyolcvanas és kilencvenes évek fordulóján, a foglalkozási viszonyok bizonyosak. A „tiszta” foglalkozási csoportok eltűnőben vannak, sok az átmeneti, időszakos, sőt párhuzamos foglalkozás. Emiatt az „önbesorolás” nyújtja a legbiztosabb támpontot. A viszonyítási alap talán itt a legkétségesebb.

A legtöbb fejtorést a jövedelem és a könyvvásárlás intenzitásának mérése okozta. A jövedelmi viszonyok befolyása aligha vitatható olyan szükségleteknél, ahol a fiziológiai kényszer fel sem merülhet. Az sem igaz, hogy a gazdag ember többet olvas, mint a szerényebb viszonyok között élő, de kétségtelen, hogy egy pár száz kötetes otthoni könyvtár, vagy a gyakori könyvvásárlás jelentékeny diszkrecionális jövedelmet tételez fel. Miután itt semmiféle megbízható országos átlag nem érhető

el – így nincs viszonyítási alapunk –, azt a módszert alkalmaztuk, hogy mindenki önmagát hasonlította egy általa elképzelt átlaghoz. Ezt az „átlagot” természetesen nem lehet összegszerűen kifejezni, mert minden egyes válaszoló más-más környezetben él. Ez azonban elég

1. táblázat

A választ adók megoszlása a jövedelmek megítélése alapján

A jövedelme*	%
nagyon alacsony	6,5
alacsony	25,4
átlagos	54,9
jobb, mint az átlag	10,0
jóval az átlag feletti	2,4
nincs válasz	0,8
Összesen	100,0

* a továbbiakban 1. kategóriával jelöljük a „nagyon alacsony”, 2. kategóriával az „alacsony” csoporthoz tartozókat, és így tovább. Az 5. kategória tehát a jóval az átlag feletti jövedelműeket jelenti.

információ ahhoz, hogy a megkérdezett anyagi háttéréről, ezek nyomán döntéseiben az anyagi megfontolások súlyáról reális képet nyerjünk.

A válaszolók eloszlása *normálisnak* mondható. A baloldali aszimmetria érthető, mert valóban többen vannak azok, akiknek „rosszabbul” megy, mint akiknek jobban. Számunkra az a lényeges és fontos, hogy a válaszolók döntő része úgy véli, hogy az átlaghoz közeli életszínvonalon él. Ez a válaszok valóságát, megbízhatóságát talán a leginkább alátámasztja. Ez a réteg az, amelynek sikerült életmódját a már elért szinten fenntartani, és nem kényszerült kiadásainak szerkezetét alapvetően megváltoztatni.

Mindez a könyvpiac jövője szempontjából korántsem közömbös. Ha a társadalom meghatározó tömbje nem is jelez elmozdulást ezen a téren, az átlaghoz képest romló anyagi viszonyokat jelzők aránya igen jelentős. (Ha a nyugdíjasok aránya magasabb volna, a helyzet még rosszabb lenne.) Ezt a könyváraknál, a könyvek megjelenésének, külsejének, „minőségének” tervezésénél természetesen figyelembe kell venni. Nem lehet feltételezni azt, hogy azokat a családokat, amelyek a romló anyagi helyzet miatt kevesebb könyvet vesznek, pótolja az a tizenkét %-ot kitevő népesség többletvásárlása, ahol a jövedelmi viszonyok javultak. A könyvvásárlók rétege tehát szerkezetileg átalakul és talán össze is zsugorodik, de ennek konkvenciáival számolni kell. Valószínű az, hogy az anyagi helyzet romlása csak ritkítja, de nem szünteti meg a könyvvásárlási hajlandóságot.

Az olvasási szokások

A század utolsó évtizedeiben biztos elmondható, hogy a huszadik századot – többek között – az olvasás tömegessé válása jellemzi. Akik e században éltek, valamivel többet ettek és jobban ruházkodtak, de az bizonyos, hogy többszörösen több könyvet vásároltak és olvastak, mint elődeik. A könyv tömegcikk lett és bizonyosan előkelő szerepet játszott az általános kultúrszint emelkedésében. Azt, hogy a következő évszázadban megtartja-e ezt a helyét, számos jel alapján nem lehet teljes bizonyossággal állítani. A technika új és mégújabb csodái, az életvitel rohamos átalakulása nem kedvez az olvasásnak, és így a könyvkiadásnak sem. Bár a futurologia néhány kedvező körülményt is jelez (pl. a család szerepköre megnő, a munkahely nem válik el az otthonától, és a gyermek nevelés rendszere is megváltozik), ami fontossá válhat e szempontból is.

Nyoma sincs azonban annak, hogy a könyvszakma együttesen lépne fel e negatív folyamatokkal szemben. Pedig a veszély igen nagy. Csak arra utalunk, ahogy a Woolmark és a negatív ügyet védő dohányipar fellép a jövőjüket fenyegető „veszélyekkel” szemben. A könyvkiadókat inkább a széthúzás, semmint a fenyegető veszélyek elleni ellenlépések mérlegelése és meghozatala jellemzi. Ez véleményünk szerint nagy baj, mert azt jelenti, hogy az emberek életformájából, életviteléből kimarad az olvasás, vagy másodlagossá válik. Pedig az olvasás talán a legegységibb kulturális élvezet és kapcsolódás. (Jellegzetes: a Dallas sorozatban soha nem olvas senki, csak elvéve, a közeg: a reggeli, az autó, az étterem, a telefon, az aperitív, a szex stb.) Ez a „minta” igen nagy veszélyt jelent, a kereslet alaptényezőinél bekövetkező erős változásokra, a közízlés átalakulására, leromlására utal.

Az olvasási szokások felől nem könnyű tájékozódni.

A válaszolók megoszlása olvasási szokásaik szerint, százalékban

Lehetőségek	Megoszlás %-ban
– régebben sokat olvastam, mostanában alig	18,5
– régebben sem, ma sem olvasok könyvet, csak ritkán	3,1
– inkább újság-magazin olvasó vagyok	10,1
– ha van időm, szívesen olvasok könyvet	52,6
– minden szabadidőmben olvasok	13,4
– egyik sem illik rám, mert...	1,8
Nincs válasz	0,5

* A mutatószámot úgy képezzük, hogy minden egyes cellában a gyakorisági értékből kivonjuk a várható értéket. (l.: 3. táblázat)

Mi úgy jártunk el, hogy felsoroltunk több tipikusnak vélt csoportot, s arra kértük a megkérdezetteket, hogy válasszák ezek közül azt, ami leginkább megegyezik helyzetükkel, illetve megítélésükkel. Az összesített eredmények a következők:

Mint látható, a leggyakoribb válasz az, hogy ha az embereknek van szabadidejük, szívesen olvasnak könyvet. A minta 52,6 %-a vélekedik így, és csak 13,4 %-uk sorolta be önmagát azok közé, akik minden szabadidejükben olvasnak. Ezt a csoportot tekinthetjük szenvedélyes olvasónak. A válaszolók tekintélyes hányada időhiányt jelez. A „régebben többet olvastam” főleg a középkorúak és az idősek soraiból került ki, és gyakori közöttük a magasabb képesítésűek aránya is.

Az olvasással nemigen törődők aránya nem magas, de nagy valószínűséggel a valódi „nemolvasók” vissza sem küldték a kérdőívet. Jellegzetesen ezek között sok a férfi, a községben élő és az alacsony iskolai végzettségű ember, akiknek a jövedelmi viszonyaik is kedvezőtlenek. Ezek a jelzésértékű szimptomák azonban ismertek, és a társadalom általános kulturális viszonyaira vetnek rossz fényt. Mindez megerősíti az olvasás, a művelődés általános propagandájának már említett szükségességét.

Témánk szempontjából az a csoport is igen fontos, amelyik inkább újságolvasónak minősíti magát. Ez a csoport szerkezetében hasonló az olvasással szemben averziót jelző(érző) válaszolókkal. Ez a jelenség sok mindennel összefüggésbe hozható, itt csak azt emeljük ki, hogy a magazinok, füzetek, bulvárlapok heves kínálata szemmel láthatóan nem maradt hatástalan. Az időszűke, a zaklatottság és a bizonytalanság felfokozza a világ folyása iránti érdeklődést. Ezt a friss információ iránti szükségletet a TV, az újság jobban kielégíti, mint a könyv. A könyvkinálat ezekkel a hatásokkal csak az izgalom, a horror és a szélsőséges érzelmek területén tud némi ellensúlyt képezni, a klasszikus ágazatok

2. táblázat

(vers, novella, széppróza stb.) közönsége egyre szűkül. Miközben tehát az összes olvasásra fordított idő is csökken, ezen belül a könyvolvasás teret veszít egyrészt az újság, másrészt a tanulásra-átképzésre fordított idő javára.

A könyvolvasási szokások egyes típusai azonban nem egyenletesen fordulnak elő a társadalom különböző szegmenseiben. Ezt adatfeldolgozásunk egy olyan mutatószám* segítségével érzékelteti, amely a különböző tényezők közötti kapcsolat

Az olvasási szokás változatai						
Megnevezés	régebben sok könyvet olvasott	régebben sem, ma sem olvas könyvet	inkább újságot olvas	ha van szabad ideje, szívesen olvas	minden szabad idejében könyvet olvas	egyéb lehetőség
<i>a) a nemek hatása</i>						
férfi	0,2	3,4	6,1	-3,7	-2,3	0,9
nő	-0,2	-3,4	-6,1	3,7	2,3	-0,9
<i>b) az életkor befolyása</i>						
-29 éves	-4,3	-0,8	-0,5	4,1	-0,9	1,5
30-39 éves	0,7	0,2	0,3	-1,4	0,6	0,9
40-49 éves	1,9	1,9	-0,7	-0,6	-1,3	-0,9
50-59 éves	0,1	-0,5	1,3	-0,7	0,4	-0,9
60- éves	3,0	-1,2	-0,1	-2,7	1,7	-1,4
<i>c) a lakóhely és az olvasás összefüggése</i>						
Budapest	-0,7	-2,2	-2,2	0,4	2,8	1,3
vidéki nagyváros	1,1	-1,2	-1,1	1,1	-0,7	-1,3
vidéki kisváros	-0,5	-1,4	0,7	0,9	-1,1	1,3
község	0,1	4,3	2,3	-2,1	-0,9	-1,2

szorosságát méri pozitív és negatív irányban egyaránt. A 0-hoz közelebbi értékek a laza kapcsolatot, míg a negatív vagy pozitív abszolút értékek növekedése az intenzitás fokozódását is jelzik.

Erre mutatunk be néhány példát (3. táblázat)

A táblázatok igen jellegzetes különbségekre utalnak, amelyek a célpiacon irányuló marketingdöntéseket közelebről érintik, mert a piac mélyrétegű tagoltságát jelzik.

A nemek könyvolvasási szokásainak egybevetéséből kitűnik: a férfiak egyértelműen a kevésbé olvasók közé tartoznak, a nők viszont, ha van szabadidejük szívesen vagy rendszeresen olvasnak. A férfiak inkább az újságolvasást kedvelik, és sajnos az is jellemző rájuk, hogy régebben többet olvastak, mint napjainkban.

Az életkor is karakterisztikusan befolyásolja a könyvolvasási szokásokat. Érdekes módon az idősebbek jóval gyakrabban sorolják magukat a „régebben többet” olvasók közé, mint a középkorúak. A fiatalabbak ezt érthetően nem igen választhatták. A teljes elutasítás főleg a középkorúakra jellemző, a fiatalok és az idősek között jóval ritkább az ilyen típusú válasz előfordulása. Az újságot preferálók nem túl karakterisztikusak az életkor szempontjából. Nagyon tanulságos a szabadidő-

irányban. Ez némiképpen meglepetés a kutatók számára. Értékelésünk szerint ez annyit jelent, hogy a könyvolvasási szokásokat nem egyedül a képzettség határozza meg. Ez fontos dolog, mert az intelligenciát elválasztja az iskolai végzettségtől. Aki tehát könyvet akar ki- vagy eladni, nem hagyatkozhat egyedül a képzettségi statisztikák szerinti társadalmi rétegződésre!

Jóval erősebb csoportképző erőnek látszik a lakóhely. A mutatószámok előjele és számértéke is jól mutatja, hogy a települések nagyságrendje és az olvasási szokások, típusok között határozott összefüggés mutatható ki. Minél kisebb egy település, lakói közül többen nemolvasók, vagy újságolvasók. A települések nagyságrendjének emelkedésével viszont az olvasók aránya szabályszerűen emelkedik. A nagyváros-kisváros elkülönítés néhol mutat logikus kapcsolatot, de a mértékek – és néhol az előjelek is – óvatosságra intenek. Az viszont rögzíthető, hogy a fővárosban él a szenvedélyes könyvolvasók relatív többsége.

E témakör lezárásaként megállapíthatjuk, hogy a társadalom eléggé rétegzett az olvasási szokások, kialakult stílusok szempontjából. Alapvetően az a helyzet, hogy a könyvek olvasása csak egy szűk rétegnél megszokott időtöltés, a többség csak szabadidejében olvas szívesen, de ez a „szabad” idő eléggé megterhelt, más típusú mű-

vel való összekapcsolás. A fiatalok többnyire úgy vélekednek, hogy akkor olvasnak szívesen könyvet, ha van szabadidejük, minden más korcsoportból viszonylag kevesebben foglaltak így állást. Azok viszont, akik szenvedélyes könyvolvasónak tekinthetők, mert minden szabadidejükben könyvet olvasnak, inkább az idősebb korcsoportokból kerülnek ki (a 40-49 évesek kivételek e tekintetben).

Érdekes módon az iskolai végzettség és a könyvolvasási szokások között nincs erős kapcsolat: sem pozitív, sem negatív

velődési, szórakozási lehetőségek erős vonzása alatt áll. Az olvasás – könyvolvasás – szokásai eléggé jól elhatárolható szegmentációs lehetőségeket nyújtanak, amit marketing szempontból jól ki lehet aknázni.

A házikönyvtárak nagysága és gyarapodásuk

Nem tudunk arról, hogy valaki valaha is szondázta volna hazánkban a házikönyvtárak szerepét, nagyságát és kommunikációs hatását (köleszönzés, ajándék stb.). A kutatás szerény módon e területre is bepillantást enged.

Akár saját céljára, akár ajándéknak szánja az ember a megvásárolt könyvet, az a háztartásokban található „könyvtárakat” gyarapítja. A könyvtár nagysága, a könyvek számossága akár a „kultúrszint” fokmérője is lehet, de mint annyi más esetben, itt is óvatosságnak kell lennünk. A presztízs, a magamutogatás és önfeléértékelés egyik eszköze is lehet a könyv – mint annyi más

4. táblázat

A minta eloszlása a családi könyvtárak nagysága szerint, százalékban

A könyvtár nagysága	A családok aránya %-ban
10-nél kevesebb könyv van	1,0
11-50 közötti az állomány	6,9
51-100 közötti az állomány	15,9
101-500 közé esik a könyvek száma	45,5
500-nál több könyvvel rendelkeznek	30,7
Összesen	100,0

műtárgy. Más dolog a polcon álló könyv és más, amit kézbe vesznek, olvasnak, kölcsön adnak, beszélnek róla, egyszerűen élményt nyújtanak vagy hordoznak. Ki tudja, hogy az eladott könyvek milyen „környezetbe” kerülnek, hányszor veszik kézbe őket, „agyon olvasotak” lesznek, vagy az „örökösök” nyitják ki először őket. A piackutatás alapján a házi könyvtárak nagysága szerint a magyar családok a következő eloszlást mutatják: A válaszolók jelzése szerint a családoknál átlagosan 350-360 kötetes könyvtár van, de az eloszlás eléggé szélsőséges. Az 500-nál több kötetel rendelkezők aránya harminc % feletti, ami jelentékeny arány és valószínű, hogy európai mértékkel mérve is tekintélyes.

A családok legnagyobb hányada (45,5 %) százöttszáz közötti házikönyvtárt jelez. Tekintettel a fiatal korosztályokra, a családalapítás előtt vagy alatt állók jelentékeny hányadára, ez reálisnak látszik. Az ennél kevesebb könyvvel rendelkezők aránya 24 % körül mozog, ebből a többség – 16 % – 50-100 kötetnyi állományt birtokol.

Ha a nyert adatokat – kellő óvatossággal – az országra vetítjük, a magyar családok a könyvespolcokon 1,5 milliárd könyvet tárolhatnak, meglehetősen szélsőséges eloszlásban. Ha ezt a becslést egybevetjük az elmúlt évek könyvkiadási adataival, a következő érdekes eredményre jutunk. Tíz-tizenöt évre visszapiantva hazánkban kb. százmillió könyvet nyomtak évente, s ennek 80-85 %-át a lakosságnak adták el.* Ezt a számot tovább kell csökkenteni azzal a könyvmennyiséggel, amit a tankönyvek tettek ki. A tankönyvek igen rövid élettartamúak, nagyrészükből meg is semmisültek. Mindezeket egybevetve 25-25 évre – egy emberöltőre – tehető az az időtartam, ami az átlagos családi könyvtár kialakulásához kell. Természetesen ez becslés, mert a családi könyvtárakat érhetik természeti csapások, az örökösödés, az értékesítés (használt könyvpiac), az ajándékozás, a turizmus és még sok más egyéb hatás sem zárható ki.

A könyvtár nagyságára az iskolai végzettség és a jövedelem gyakorol erős hatást. Ez olvasható ki az 5. táblázat mutatószámaiból.

Az iskolai végzettség és a könyvállomány szoros kapcsolata világosan kitűnik az együttthatók előjeléből és számértékéből. A kevés könyv az alacsony, a sok könyv a magasabb képzetekre jellemző. A kapcsolat szorosága igen erős mindkét irányban. Jellegzetesen a középmezőnyt itt a középiskolát végzettek jelentik, ötven-száz közötti állománnyal.

A lakóhely befolyása nem ilyen erős, de az urbanizáció hatása a főváros és a községek viszonylatában jól érzékelhető. A vidéki városiakok kismértékben és nem teljesen logikusan helyezkednek el a könyvállomány nagysága szerint. Ebből tehát messzemenő következtetéseket nem vonhatunk le.

A jövedelmi helyzet megítélése és a könyvállomány nagysága között sokkal erősebb kapcsolatot találtunk, mint a másik két tényezőcsoportnál. A két szélső érték viszonylag kevés esetet fed le, ezért a véletlen itt nagyobb szerephez jut. Az erős pozitív és negatív jelzőszámok elhelyezkedése a cellákban önmagáért beszél, és a családi könyvtárak erős jövedelmi függésre utal! Az életszínvonal romlása, ami széles társadalmi csoportoknál megállíthatatlannak látszik, a könyv- és más kultúrtermékek számára is igen kedvezőtlen jel. Emiatt is válik fontossá az elosztás, a vásárlás helye és módja.

A könyvtárak gyarapodása, a vásárlás helye és módzatai

Hogyan gyarapszik a magyar családi könyvtár, milyen forrásokból újul meg s milyen szokások uralkodnak

Forrás: Tények Könyve 1990. 827. p.

A családi könyvtárak nagyságával szoros kapcsolatban álló tényezők

Megnevezés	A családi könyvtár nagysága				
	10-nél kevesebb	11-50	51-100 közötti	101-500	500-nál több
a) iskolai végzettség					
8 általános vagy kevesebb	4,9	6,9	3,1	-3,0	-3,9
Középiskola vagy technikum	-2,3	-1,2	3,7	2,5	-4,5
Főiskola	-1,3	-3,4	-4,7	1,5	4,3
Egyetem	-1,0	-2,7	-4,0	-1,8	6,9
b) a jövedelmi helyzet megítélése					
1. kategória	3,6	5,5	0,8	-2,2	-2,0
2. kategória	0,7	1,6	4,3	-1,5	-2,8
3. kategória	-3,2	-2,5	-3,0	3,0	1,2
4. kategória	0,2	-2,4	-1,5	-1,1	3,7
5. kategória	3,0	-0,9	-1,4	0,6	0,4
c) a lakóhely befolyása					
Budapest	-0,8	-2,3	-3,4	-0,9	5,0
vidéki nagyváros	-0,4	1,6	-1,6	1,9	-1,6
vidéki kisváros	0,1	1,4	4,5	-1,2	-3,3
község	1,0	1,4	4,5	-1,2	-3,3

ezen a téren? Marketingszempontról egyáltalán nem közömbös ez, mert szűkülő piacokon az elosztás, a reklám és más befolyásoló eszköz jelentősége meg is hatványozódhat.

A megkérdezettek átlagosan majdnem két forrást jelöltek meg. A válaszadók 87 %-a az új könyv vásárlását, 60 %-a az ajándékot és 29 %-a az antikvár vásárlást említette meg. Ez utóbbi, miként az ajándék magas említési hányada is, némi meglepetést jelent a kutatók számára. A használt könyvpiac ilyen súlyára nem számítottunk, ez – gondoljuk – szakértői körökben is feltűnést kelt. Önmagában az a tény, hogy a megkérdezettek 13 %-a nem említi az új könyv vásárlását, a könyvpiac szempontjából igen kedvezőtlen arány. Miután a kérdőíveket a könyv iránt érdeklődők inkább kitöltötték, mint a közömbösök, emiatt a negatív tömb a valóságban sajnos jóval nagyobb arányú lehet.

Meglepő az is, hogy mennyien kapnak ajándékba könyvet, ami azt jelzi, hogy a könyv az ajándékpiacra és az ajándékozási szokások céltárgyai között preferált helyet foglal el! Az tehát, hogy egy könyv alkalmas ajándékozáásra – lehet így hirdetni – igen fontos körülménynek minősül a marketingdöntések előkészítői számára.

Az egyes változók szerinti eloszlás jó néhány érdekességet jelez, amit a marketingműveletek tervezésénél

más területeken is célszerű figyelembe venni. A nők több új könyvet vesznek, és több könyvajándékot is kapnak, mint a férfiak. A használt könyv iránti érdeklődés viszont mindkét nemre jellemző.

Az életkor előrehaladtával csökken az új könyvek beszerzése, és nő a használt könyvek iránti – esetleg kényszerű – érdeklődés. Valószínű, hogy gyakran az anyagi körülmények romlása idézi ezt elő, de a gyűjtő szenvedély, a böngészés, a kulturált időtöltés is szerepet játszhat. Az ajándék nem korspecifikus, minden szegmens él e lehetőséggel.

A lakóhely szerinti eloszlás azt mutatja, hogy az eltérő kínálati feltételek ellenére az új könyvek beszerzése mindenütt csaknem azonos említést kap. A használt könyvek esetében a helyzet más: itt a fővárosiak – városiak – előnye a községekben élőkkel szemben nyilvánvaló. A községekben élők relatíve magas említési aránya éppen ezért feltűnő, és a könyvvel kapcsolatos attitűdök konvergenciájára utal. Ez a jelenség a fogyasztás más területén is megfigyelhető.

A könyvvásárlási szokások változásában nemcsak a kínálat átalakulása (több száz új kiadó jelent meg a színen, felgyorsult a könyvek megjelenése, változtak az árak stb.) játszott szerepet, hanem az elosztás szervezete, hálózata és módszerei is új elemeket mutatnak.

A könyvvásárlás helyének említésekor a választ

**A vásárlás helye az említések alapján,
százalékban**

A vásárlás helye-módja	A válaszok aránya %-ban
1. Szaküzletben vásárol	72,0
2. Antikvárium	18,7
3. Ügynöktől vesz	4,4
4. Utcai árustól vásárol	52,0
5. Pavilon	18,3
6. Postai úton rendel	20,5
7. Egyéb helyen vásárol	4,9
8. Nem válaszol, nem vásárol	(3,1)
Összesen	190,8

adók természetszerűen több változatot is megjelölhetnek. Az átlagos említésszám megközelíti a kettőt, ami azt jelenti, hogy a hagyományos könyvesbolton kívül a válaszolók legalább még egy beszerzési forrást is megemlítettek.

A beszerzési források súlyát a következő eloszlás mutatja. (6. táblázat)

Felvételünk nemcsak az bizonyítja, hogy a könyvelés szervezete igen gyorsan átalakult, hanem azt is, hogy a verseny a „kiadás”-ról az elosztásra helyeződik át. Ez a tendencia más ágazatokban is kimutatható (kozmetikum, háztartási vegyianyag, gépek stb.), de ilyen mértékű lényegi átalakulásra a könyvpiacra kívül nem, vagy alig találunk példát.

Az utcai árusítás magas említése az impulzus szerepét emeli ki a könyvvásárlásban. A járókelők jelentős

része ugyanis egyáltalán nem akar könyvet venni. De a kínálat vonzásába kerülnek sokan. A könyvszakma becslése szerint a könyvforgalom 30–35 %-át az utcai árusok bonyolítják le. Ez a tekintélyes volumen azt jelzi, hogy sok ember örömet leli abban, hogy az elé táruló utcai kínálatból választ egy-két könyvet. A könyv kilép a szaküzletekből, s elosztásában az intenzív formáknak egyre nagyobb szerep jut.

A másik fontos momentum az antikváriumok relatíve magas arányú említése. Ez arra utal, hogy van egy réteg, amely számára a könyv valódi érték, időt áldoz a keresésre, szeret böngészni, ritkaságokat felfedezni, gyűjteni. Ez a réteg a könyvkínálat magasabb minőségi szintje iránt érzékeny, náluk a tartalom mellett a forma, a kötés, az illusztráció és a képi megformálás is számításba kerül.

A kutatás az itt említett tényezőknél, véleményeken és szokásokon kívül még számos más részletet is feltárt. Csak példaként említjük a könyvvásárlás gyakoriságát, az ajándékozásban betöltött szerepet, a tárgykör szerinti kedveltséget és még sok más is. Ezek, mint a piac mélyebb megismerésének eszközei, már ma is fontos szerephez jutnak a piacra irányuló döntésekben. A kutatás egyébként a piac szegmentációjának sokrétűségét, az összefüggések bonyolultságát bizonyította. A könyvpiacra végzett kutatássorozat a szegmentációs technikák eredményes alkalmazásán keresztül vezetett el a piac mélyebb megismeréséhez. A tagoltság és kölcsönhatásvizsgálatok a szegmentáció jelentőségét emelik ki a marketingkutatás különböző változatai között.