

Długi ogon rynku muzycznego i księgarskiego

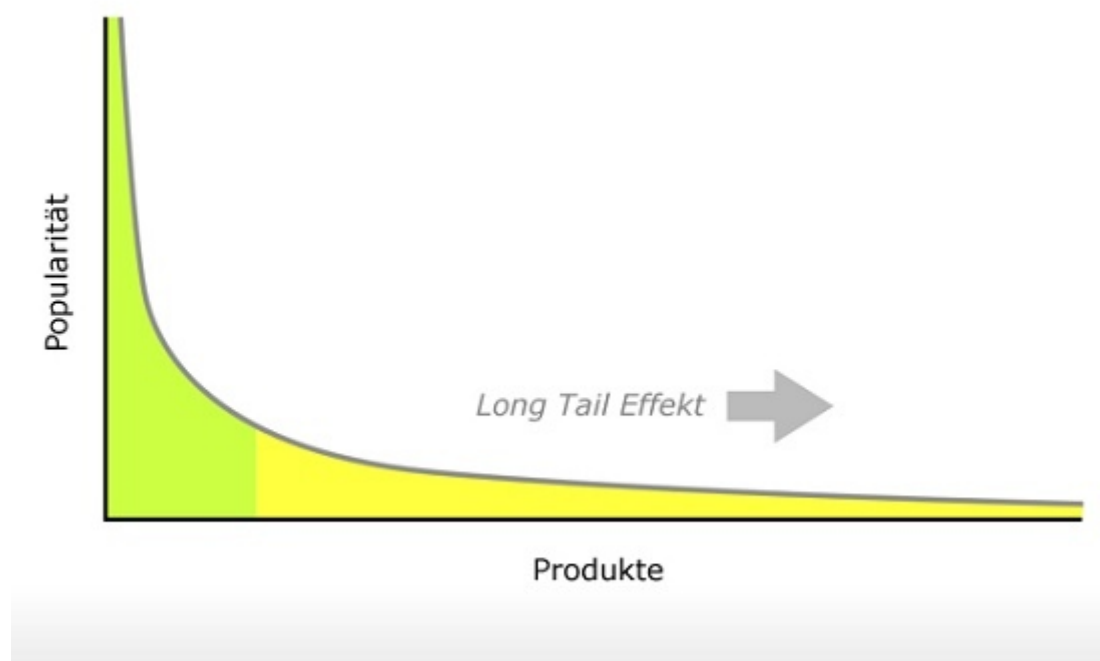
Autor tekstu: **Andrzej Szwatoński**

Ile razy słyszeliśmy, że internet, ta ostoja piractwa, dewastuje rynek księgarski, filmowy czy muzyczny? Setki. Choć w ostatnich latach pojawiały się badania pokazujące, że jest inaczej, to najczęściej były bagatelizowane (przykładem polski raport „Obiegi kultury”). Tymczasem, jak udowadniają naukowcy z USA, sprzedaż książek i płyt przez internet jest korzystna tak dla konsumentów, jak i producentów treści kultury. Wszystko dzięki prostym mechanizmom rynkowym, w tym zjawisku o nazwie „długi ogon”.

O tym, że zakupy w sieci są korzystne dla klientów, nie trzeba nikogo przekonywać. Szeroki wybór produktów i niższe ceny, to największe przewagi sklepów online nad tradycyjnymi. Ale powszechnie przyjęło się uważać, że tracą na tym twórcy oraz mniejsze sklepy.

Tymczasem nie jest to prawda. Joel Waldfogel z University of Minnesota zbadał amerykański rynek muzyczny i wyszło mu, że tak dobrze jak teraz nie było jeszcze nigdy! Owszem przychody wielkich koncernów maleją, ale podaż utworów muzycznych z roku na rok wzrasta. Jasne, nierzadko są to marnej jakości, amatorskie produkcje. Ale internet sprzyja egalitaryzmowi: łatwy dostęp do nowoczesnych technologii produkcji i obróbki dźwięku, serwisy streamingowe, You Tube, media społecznościowe dają szansę zaistnieć milionom osób i wyłowić osoby z talentem (przykładem jest choćby Szaśka). Do szerokiego obiegu łatwiej jest się przebić artystom niezależnym. Jeśli w 2001 r. udział muzyków współpracujących z mniejszymi, niezależnymi wytwórniami na liście Billboard 200 wynosił tylko 13 procent, to w 2010 było to już 35 procent.

Jeszcze ciekawsze rzeczy dzieją się na rynku księgarskim. Glenn i Sara Elissonowie z Massachusetts Institute of Technology porównali ceny ponad 300 tytułów. Konkluzja na pierwszy rzut oka jest szokująca. Okazało się, że statystyczna książka kosztuje prawie 18 dolarów, czyli... 50 procent więcej, niż w tradycyjnej księgarni. Ale przecież najnowsze powieści Kinga, Rowling czy Kalecińskiej są zazwyczaj tańsze w sieci niż realu... Jak wyjaśnić ten pozorny paradoks?



Rozwiązanie jest proste. Badacze wzięli pod uwagę nie tylko nowe tytuły, ale także książki o wyczerpanym nakładzie. To m.in. ich ceny zawyżają statystyki. Najłatwiej wyjaśni to na przykładzie: naukowa książka historyczna, powiedzmy o Kazimierzu Wielkim, wydana w latach 60-tych jest dostępna w kilku antykwariatach w całej Polsce. Szanse, że do którejś z nich trafi pasjonat

historii lub pracownik naukowy zainteresowany akurat tym władcą są znikome. Dlatego cena takiej publikacji jest niewygórowana — ledwie kilka złotych. Co się stanie, jeśli antykwariat udostępni swoje zbiory w sieci? Szansa, że książka znajdzie nabywcę diametralnie wzrasta. Więcej, tych potencjalnych nabywców może być wielu. Popyt rośnie, natomiast podaż nie (wyczerpany nakład) — a więc cena książki także rośnie.

Ofiarą tego prostego mechanizmu rynkowego stał się jeden z autorów omówionych badań. Okazało się, że 30-letnie kompendium na temat farmacji, kupione w sieci za 20 dolarów, kosztowało wcześniej w tradycyjnym antykwariacie... 75 centów! Pokazała to cena zapisana ołówkiem na wewnętrznej stronie okładki, którą ktoś nieudolnie próbował wymazać. Pewnie przez lata kompendium zalegało na półkach, aż ktoś wpadł na pomysł, aby spróbować sprzedać je przez internet.

Stare książki, publikacje naukowe dotyczące wąskich dziedzin czy inne tytuły przeznaczone dla wąskiej grupy odbiorców pozwalają także wyjaśnić teorię „długiego ogona” (ang. The long tail). Sformułował ją Chris Anderson ponad dekadę temu na łamach czasopisma „Wired”. W skrócie funkcjonuje ona tak: sprzedaż dużej ilości niszowych produktów przynosi łącznie większy zysk, niż sumaryczny dochód osiągany ze sprzedaży bestsellerów. A więc niszowe także może być opłacalne — przynajmniej w sieci.

Na podstawie: [Hidden in the long tail](http://www.economist.com/news/finance-and-economics/21638142-consumers-reap-benefit-s-e-commerce-surprising-ways-hidden-long) (<http://www.economist.com/news/finance-and-economics/21638142-consumers-reap-benefit-s-e-commerce-surprising-ways-hidden-long>)

[Andrzej Szwański](#)

[Pokaż inne teksty autora](#)

(Publikacja: 02-04-2015)

[Oryginał.](http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,9823) (<http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,9823>)

Contents Copyright © 2000-2015 Mariusz Agnosiewicz

Programming Copyright © 2001-2015 Michał Przech

Właścicielem portalu Racjonalista.pl jest Fundacja Wolnej Myśli.

Autorem portalu jest Michał Przech, zwany niżej Autorem.

Żadna część niniejszych opracowań nie może być wykorzystywana w celach komercyjnych, bez uprzedniej pisemnej zgody Właściciela, który zastrzega sobie niniejszym wszelkie prawa, przewidziane w przepisach szczególnych, oraz zgodnie z prawem cywilnym i handlowym, w szczególności z tytułu praw autorskich, wynalazczych, znaków towarowych do tego portalu i jakiegokolwiek jego części.

Wszystkie elementy tego portalu, wliczając w to strukturę katalogów, skrypty oraz inne programy komputerowe są administrowane przez Autora. Stanowią one wyłączną własność Właściciela. Właściciel zastrzega sobie prawo do okresowych modyfikacji zawartości tego portalu oraz opisu niniejszych Praw Autorskich bez uprzedniego powiadomienia. Jeżeli nie akceptujesz tej polityki możesz nie odwiedzać tego portalu i nie korzystać z jego zasobów.

Informacje zawarte na tym portalu przeznaczone są do użytku prywatnego osób odwiedzających te strony. Można je pobierać, drukować i przeglądać jedynie w celach informacyjnych, bez czerpania z tego tytułu korzyści finansowych lub pobierania wynagrodzenia w dowolnej formie. Modyfikacja zawartości stron oraz skryptów jest zabroniona. Niniejszym udziela się zgody na swobodne kopiowanie dokumentów portalu Racjonalista.pl tak w formie elektronicznej, jak i drukowanej, w celach innych niż handlowe, z zachowaniem tej informacji.

Plik PDF, który czytasz, może być rozpowszechniany jedynie w formie oryginalnej, w jakiej występuje na portalu. **Plik ten nie może być traktowany jako oficjalna lub oryginalna wersja tekstu, jaki prezentuje.**

Treść tego zapisu stosuje się do wersji zarówno polsko jak i angielskojęzycznych portalu pod domenami Racjonalista.pl, TheRationalist.eu.org oraz Neutrum.eu.org.

Wszelkie pytania prosimy kierować do redakcja@racjonalista.pl