

# Rozwój handlu w uprzemysławiającym się Płocku w latach 1966–1970

Proces industrializacji pociąga za sobą szereg bezpośrednich i pośrednich przemian w strukturze społecznej i ekonomicznej rejonów uprzemysławianych. Wzrost zatrudnienia i udziału zatrudnionych w działach gospodarki narodowej poza rolnictwem i leśnictwem wywołuje zmiany w strukturze społeczno-zawodowej ludności i wiąże się z reguły z istotną poprawą warunków bytowych mieszkańców rejonu. Wynika to z jednej strony ze wzrostu dochodów z tytułu pracy, z drugiej zaś z obejmowania coraz większej części ludności systemem świadczeń społecznych.

Zwiększające się dochody ludności a także zmiany preferencji w zakresie potrzeb pociągają za sobą zarówno wzrost globalnego popytu jak również zmiany w jego strukturze. Stąd też problemy rynku w rejonach objętych procesami industrializacji kryją w sobie szereg trudnych teoretycznie i praktycznie zadań.

Budowa w Płocku kombinatu petrochemicznego postawiła handel płocki wobec konieczności zaspokojenia popytu kształtującego się pod wpływem nowych czynników. W tej sytuacji handel rejonu podejmować powinien stopniowo, coraz bardziej rozległe i skomplikowane zadania, ażeby zaspokoić zwiększony i charakteryzujący się wieloma nowymi cechami popyt konsumpcyjny.

W artykule niniejszym podjęto próbę znalezienia częściowej przynajmniej odpowiedzi na pytanie, w jakiej mierze handel płocki wyszedł naprzeciw temu postulatowi.

Badania, na których oparte jest opracowanie dotyczą zmian w sieci handlowej i rozwoju placówek handlowych, obejmują analizę obrotów oraz zmian w ich strukturze, a także przyczyn obserwowanych ewolucji.

## Ogólna charakterystyka zmian w sieci detalicznej w Płocku

Na terenie Płocka działają sklepy należące do sektora państwowego, spółdzielczego i prywatnego. Istotne znaczenie w procesie zaopatrywania ludności mają jedynie sklepy państwowe i spółdzielcze. Sklepy należące do właścicieli prywatnych spełniają w stosunku do sieci uspołecznionej jedynie zadania pomocnicze, bowiem zasadą działania handlu prywatnego jest uzupełnianie sieci uspołecznionej oraz obsługa imprez masowych i sezonowych skupisk ludności.

Sieć detaliczna handlu płockiego według danych z dn. 31.XII.1960 r. liczyła 316 punktów

sprzedaży, z tego 236 punktów posiadał handel uspołeczniony, zaś 80 punktów pozostawało w gestii handlu prywatnego. Sieć handlu uspołecznionego składała się ze 166 sklepów (w tym 92 sklepy spożywcze i 74 przemysłowe) oraz 70 kiosków. Większość sklepów przemysłowych, bo aż 52, pozostawało w gestii handlu państwowego. Handel spółdzielczy dominującą rolę odgrywał w branży spożywczej: 69 sklepów na ogólną liczbę 92. W roku 1960 miasto Płock posiadało 12 zakładów gastronomicznych o łącznej liczbie miejsc 793.

Na sieć handlu detalicznego Płocka według danych na dzień 31.XII.1970 r. składały się 434 punkty sprzedaży detalicznej z tego 374 punkty posiadał handel uspołeczniony, a 60 punktów sprzedaży pozostawało w rękach prywatnych. Sieć handlu uspołecznionego obejmowała 211 sklepów, w tym 2 domy towarowe oraz 163 kioski. Sieć usług gastronomicznych uzupełniająca działalność instytucji handlowych obejmowała w 1970 r. 34 zakłady uspołecznione oraz 2 prywatne.

Podane liczby mówią o ilościowych zmianach jakie zaszły w płockiej sieci handlowej. Miasto stało się punktem ciężenia dla całego rejonu. Płocki handel musiał zaopatrywać nie tylko rosnącą ludność miasta, ale również ludność rejonu realizującą w Płocku swoje dochody.

Handel starał się sprostać tym wszystkim wymogom przez rozwój sieci wyrażający się wzrostem liczby punktów sprzedaży.

W handlu światowym istnieje tendencja rekonstrukcji sieci placówek handlu detalicznego. Kierunek tej rekonstrukcji to organizacja wielkich placówek sprzedaży detalicznej. Uważa się, że przyszłość handlu detalicznego należy do wielkich jednostek handlowych, dotyczy to zarówno handlu artykułami spożywczymi jak i przemysłowymi. W handlu spożywczym dąży się do realizacji „zakupu pod jednym dachem”, a w handlu artykułami przemysłowymi koncentruje się szeroki wybór towarów i usług handlowych w domach towarowych, domach handlowych itp. dużych placówkach sprzedaży detalicznej. Szeroko wprowadzony postęp techniczny do handlu detalicznego, zwłaszcza w dziedzinie opakowań, umożliwia koegzystencję i sprzedaż towarów spożywczych i przemysłowych w ramach dużych jednostek handlowych. Obserwuje się zjawisko coraz częstszego łączenia sprzedaży towarów spożywczych i przemysłowych w jednym lokalu handlowym.

Tendencje powyższe zarysowały się także w handlu płockim. Władze miejskie zainicjowały szeroką akcję modernizacji sieci handlowej. Z uwagi na istniejące potrzeby związane z rozbudową miasta otwierano nowe sklepy średniej wielkości, lecz równocześnie zaczęto myśleć o uruchomieniu wielkich placówek sprzedaży. Likwidowano małe, wielobranżowe sklepy o tradycyjnej formie sprzedaży, ich miejsce zajmowały nowe, duże, często wyspecjalizowane sklepy, z nowoczesnymi formami sprzedaży, mogące lepiej obsłużyć zwiększoną liczbę konsumentów. Dzięki tej polityce na przestrzeni lat 1960—1970 osiągnięto pewną poprawę w sieci handlowej. Powierzchnia użytkowa płockiej sieci handlowej w tych latach wzrosła o 12.219 m<sup>2</sup>.

Mimo tych przemian sieć handlowa jest ciągle jeszcze nie wystarczająca w stosunku do potrzeb. W dalszym ciągu za mała jest bezwzględna ilość placówek handlowych.

Według danych na dzień 31.XII.1970 r. na jeden punkt sprzedaży detalicznej w Płocku przypadało 165 osób. Jest to jednak wskaźnik udzielający zbyt skąpych informacji. Nie można na jego podstawie wyciągać żadnych wniosków dotyczących liczby punktów sprzedaży. Dzieje się tak dlatego, że jak pisze L. Koźmiński<sup>1)</sup> — mierzenie i porównywanie sieci detalicznej wymaga ustalenia wspólnych właściwych do tego celu miar, czyli wskaźników sieci.

Jednym ze wskaźników sieciowych jest tzw. wskaźnik urbanistyczny. Pod pojęciem wskaźnika urbanistycznego rozumiemy wskaźnik charakteryzujący stosunek liczby mieszkańców do powierzchni sieci detalicznej wyrażony liczbą

m<sup>2</sup> powierzchni sklepów przypadającą na 1000 mieszkańców<sup>2)</sup>.

Wskaźnik ten pozwala dokonać właściwej oceny istniejącej na danym terenie sieci detalicznej. Według wytycznych Ministerstwa Handlu Wewnętrznego normatyw sieci detalicznej dla kraju wynosi 260—300 m<sup>2</sup> na 1000 mieszkańców, a w zakładach gastronomicznych 250—300 miejsc konsumpcyjnych na 10.000 mieszkańców.

Tymczasem w Płocku wskaźniki sieci detalicznej i gastronomicznej osiągnęły granicę 260 m<sup>2</sup> i 250 miejsc dopiero w roku 1968. W latach poprzednich wskaźnik urbanistyczny sieci detalicznej w Płocku znacznie odbiegał od postulowanego przez MHW normatywu (tabl. 1). Na podstawie tej można stwierdzić, że sieć detaliczna w latach 1960—1967 w Płocku miała niewystarczającą zdolność usługową w stosunku do potrzeb ludności. Dla pełnej oceny należałoby wziąć pod uwagę jeszcze szereg dodatkowych czynników, takich jak siła nabywczą ludności, funkcje jakie spełnia miasto w stosunku do najbliższego rejonu gospodarczego, a wreszcie struktura powierzchniowa sklepów w ramach całej sieci detalicznej.

Mimo uzyskania w 1968 r. wskaźnika zgodnego z normatywem plocka sieć handlowa jest ciągle jeszcze niedostatecznie rozwinięta. W 1970 roku przekroczono postulowane wielkości wskaźnika urbanistycznego. Nie wyrównało to w sposób radykalny istniejących niedoborów, znacznie jednak poprawiło stan sieci handlu detalicznego. Problem racjonalnej rozbudowy sieci handlowej ma wielką wagę nie tylko w przypadku Płocka, lecz w skali całego kraju. Po-

Tabela 1

Podstawowe wskaźniki sieci handlowej detalicznej i gastronomicznej

Lata	Powierzchnia użytkowa sklepów (z zaplec.) m <sup>2</sup>		Zakłady gastronomiczne b)					Ludność stała
	ogółem	na 1000 ludności	zakłady	Miejsca stałe (bez sezonowych)	na 1000 ludności miejsce	liczba ludności przypadającej		
						na 1 zakł.	na 1 miejsce	
1960	10996	257	12	793	18,5	3566	53,8	42798
1965	14571	265	20	1510	27,5	2747	36,3	54952
1966	14611	252	26	1590	27,4	2229	36,4	57969
1967	16724	257	27	1778	27,4	2408	36,5	65028
1968	18440	274	31	2039	30,3	2168	32,9	67215
1969	21753	310	32	2079	29,8	2146	33,5	69686
1970	23215 a)	322	36 c)	2215 c)	30,8	1922	32,3	71727

a) w tym powierzchnia samych sklepów tzw. sprzedażowa 14638 m<sup>2</sup> (1966 — 9331 m<sup>2</sup>, 1967 — 10528 m<sup>2</sup>, 1968 — 11817 m<sup>2</sup>, 1969 — 13457 m<sup>2</sup>).

b) dane dotyczą zakładów (bez kiosków) gastrono-

micznych tzw. otwartych i stałych miejsc konsumpcyjnych.

c) w tym w 2 prywatnych zakładach — 84 miejsc konsumpcyjnych.

trzeba rozwoju ilościowego i zmian modernizacyjnych w powszechnym budownictwie handlowym wynika z szybkiego rozwoju miast, co wiąże się ściśle z fizycznym rozmieszczeniem i dostosowaniem do nowych warunków bazy materialnej handlu.

Współczesne budownictwo handlowe realizowane jest dwiema metodami poprzez:

- budowę wolnostojących pawilonów handlowych oraz
- pawilonów handlowych umieszczanych w kondygnacjach parterowych budynków mieszkalnych.

Najbardziej racjonalnym rozwiązaniem są wolnostojące, niepodpiwniczone pawilony parterowe. Budowa ich nie pociąga za sobą dużych nakładów, są one łatwiejsze w budowie i bardziej ekonomiczne w eksploatacji wymagają jednak znacznie większych działek budowlanych.

Ta racjonalna tendencja budowy pawilonów wolnostojących w Płocku realizowana jest tylko częściowo, rozbudowa Płocka nie wpłynęła bowiem na zmianę lokalizacji ogólnomiejskiego centrum handlowego. W nowo wybudowanych osiedlach zlokalizowano obok sklepów spożywczych pewną liczbę sklepów z podstawowymi artykułami przemysłowymi. Dalszy rozwój przewiduje tam powstanie typowych dzielnicowych ośrodków handlowych, co przyczyni się do zmiany przestrzennego rozmieszczenia sieci handlowej oraz podniesie jakość usług świadczonych konsumentom przez handel.

## Kształtowanie się i struktura obrotów handlu społecznego w Płocku

Od poziomu pracy handlu i usług w znacznym stopniu uzależnione są warunki życiowe ludności. Lepsze, sprawniejsze i pewniejsze zaopatrzenie oraz zwiększenie zakresu i jakości świadczonych usług dla ludności stało się jednym z ważniejszych zadań polityki gospodarczej.

Zaopatrzenie placówek handlowych uległo w przeciągu ostatnich dziesięciu lat znacznej poprawie. Wachlarz towarów oferowanych przez handel stawał się bardziej dostosowany do wymagań konsumentów. Wpłynęło to poważnie na zwiększenie obrotów handlowych. Na wzrost ten istotny wpływ wywarły również omówione wyżej zmiany jakie zaszły w samej sieci handlowej.

Wraz ze wzrostem sprzedaży detalicznej nastąpiły korzystne zmiany w strukturze sprzedawanych towarów. Wzrost sprzedaży zarysowuje się wyraźnie zarówno w grupie artykułów żywnościowych jak i nieżywnościowych przy zmieniającej się proporcji na korzyść artykułów przemysłowych (tabl. 2).

W grupie artykułów żywnościowych wzrasta udział produktów o wyższym stopniu uszlachetnienia jak również o większych wartościach odżywczych.

Zmiany sprzedaży towarów, będące odbiciem zmian struktury popytu, wynikające ze wzrostu stopy życiowej ludności znalazły wyraz w różnym kształtowaniu się poziomu i dynamiki sprzedaży poszczególnych grup towarowych.

Tabela 2.

Sprzedaż w społecznym handlu detalicznym

Lata	Ogółem	Towary		Ogółem	Towary		Ludność stan w dniu 31. XII.	
		żywnościowe	nieżywnościowe		żywnościowe	nieżywnościowe	osób	na 1 mieszkańca
	w tysiącach złotych		w odsetkach					
1955	257900	133030	124870	100,0	51,6	48,4	37015	6960
1960	477749	191518	286231	100,0	40,1	59,9	42798	11160
1961	581179	229582	351597	100,0	39,5	60,5	45719	12713
1962	636660	286405	350255	100,0	45,0	55,0	47589	13378
1963	681690	317591	364099	100,0	46,6	53,4	49516	13767
1964	756300	361118	395182	100,0	47,6	52,4	52221	14482
1965	860402	377399	483003	100,0	43,8	56,2	54952	15657
1966	943662	382803	560859	100,0	40,5	59,5	57969	16970
1967	1104307	410763	693544	100,0	37,2	62,8	65028	16982
1968	1204785	448062	756723	100,0	37,3	62,7	67215	17924
1969	1279784	486107	793677	100,0	38,6	61,4	69686	18365
1970	1333648	530002	803646	100,0	39,7	60,3	71727	18563

Źródło: „Płock 1971 w liczbach” wyd. TNP, s. 137.

Wraz ze wzrostem dochodów realnych ludności obserwujemy zjawisko zmian w zakresie żywienia w sensie jakościowym. Wyrazem rosnącej intensyfikacji odżywiania jest spadek spożycia produktów zbożowych. Sprzedaż detaliczna kasz i płatków w badanym okresie nie wzrastała, utrzymywała się na stałym poziomie.

Czynnikiem wywierającym poważny wpływ na zmiany w zakresie spożycia artykułów o wyższym stopniu przygotowania do konsumpcji jest stały wzrost zawodowej aktywności kobiet. W związku z tym wzrósł popyt na takie artykuły jak: makarony, koncentraty, przetwory owocowo-warzywne, wyroby garmażeryjne i dania półgotowe. Potrzeby w tym zakresie nadal nie są jeszcze w pełni pokryte. Zbyt ubogi jest asortyment wyrobów garmażeryjnych oraz budzi poważne zastrzeżenia wygląd estetyczny dań.

W badanym okresie znacznej poprawie uległo zaopatrzenie rynku w mleko i przetwory mleczne. W okresie tym wprowadzono do sprzedaży mleko i przetwory butelkowane oraz dostawę mleka do domów. Rozszerzono też znacznie asortyment serów twardych i serów twarogowych oraz serów twardych i topionych znajdujących się w sprzedaży.

Poprawie uległ również stan zaopatrzenia rynku w warzywa i owoce. Sprzedaż warzyw i owoców w handlu społecznym wzrosła w 1967 roku w przeliczeniu na jednego mieszkańca w stosunku do roku 1964 o 11%. Mimo tej poprawy stopień zaspokojenia potrzeb rynku w zakresie warzyw i owoców jest jeszcze niewystarczający. Szczególnej poprawie winna ulec terminowość dostaw oraz jakość wprowadzanych do sprzedaży warzyw i owoców.

Ludność Płocka odczuwa nadal szereg braków w grupie artykułów spożywczych. Są to przeważnie braki dotyczące struktury asortymentowej sprzedawanych towarów.

Zwiększenie dochodów pieniężnych ludności umożliwiło przejście na nowy etap rozwoju konsumpcji w zakresie artykułów przemysłowych. Etap ten ogólnie charakteryzuje się stabilizacją wydatków na odzież i tkaniny oraz silnym wzrostem popytu na dobra trwałego użytku. Ludność Płocka w początkowych latach badanego okresu pomimo wzrastającej sprzedaży detalicznej odczuwała poważne braki towarowe w grupie dóbr trwałego użytku. Na rynku brak było mebli, sprzętu radiowo-teliwizyjnego, pralek i lodówek. Szybki wzrost popytu na te artykuły charakterystyczny jest dla miast przemysłowych, w których wzrost dochodów ludności pozwala na wydatne zwiększenie spożycia. Druga połowa badanego okresu charakteryzuje się odmienną sytuacją rynkową. Rynek płocki osiągnął dostateczne nasycenie w dobra trwałego użytku, sytuacja powinna więc ulec zasadniczej poprawie. Zmieniły się jednak w sposób gruntowny wymagania konsumentów.

Zmiany te wiążą się ze wzrostem liczby ludności dysponującej tzw. funduszem swobodnej

decyzji. Dysponowanie tym funduszem nie ma naogół charakteru nawykowego, automatycznego, lecz jest wynikiem deliberacji i decyzji. Decyzje te dotyczą dóbr lub usług, czasu zakupu i sposobu płatności, a przede wszystkim alternatywy zakupu lub oszczędzania. Wydatki z funduszu swobodnej decyzji nie są wyłącznie funkcją dochodów i cen. Szczególny charakter, wynikający ze sposobu gospodarowania funduszem swobodnej decyzji przez konsumentów, dotyczy przede wszystkim zakupu dóbr trwałego użytku. Konsument niechętnie decyduje się na zakup innego mniej im odpowiadającego dobra trwałego użytku.

Część potencjalnych nabywców odkłada swoje zakupy do momentu, kiedy na rynku ukaże się poszukiwany przez nich towar. Występuje wtedy zjawisko tzw. popytu odłożonego. Zjawisko popytu odroczonego (odłożonego) stanowi poważną trudność przy określeniu właściwych potrzeb rynku. Często właśnie na skutek nieprawidłowego rozeznania potrzeb rynku, bądź też w wyniku niedostatecznej podaży poszukiwanych przez ludność towarów, handel zamawia i wprowadza do sprzedaży inne artykuły niż rzeczywiście poszukiwane.

Ludność Płocka dysponująca rosnącym funduszem swobodnej decyzji poszukuje na rynku nowych, technologicznie lepszych dóbr trwałego użytku, nowoczesnych mebli segmentowych i innych artykułów markowych.

W tej sytuacji handel powinien koncentrować swe zabiegi nie na otrzymywaniu od przemysłu możliwie największej ilości towarów w poszczególnych grupach towarowych lecz kłaść główny nacisk na skład asortymentowy dostaw. Nie wystarczy, aby dostawy były wykonywane w ilościach postulowanych przez handel, jeżeli w towarach tych dominować będą artykuły nie znajdujące nabywców.

Cechy drugiego etapu konsumpcji w zakresie artykułów przemysłowych na rynku płockim dotyczą również zaopatrzenia ludności w artykuły odzieżowe, obuwie, tkaniny. Rynek płocki w tej grupie towarów odczuwał brak artykułów wysokiej jakości i artykułów luksusowych, jak: wełny wysokoprocetowe, futra, artykuły dekoracyjne, dywany, artykuły z grupy 1001 drobiazgów, obuwia dziecięcego i młodzieżowego. Sytuacja uległa poprawie z chwilą uruchomienia w 1965 roku Spółdzielczego Domu Handlowego, następnie trzech sklepów specjalistycznych typu dom pana i dom pani, oraz ostatnio otwartych dwóch sklepów fabrycznych: Zakładów Przemysłu Skórzanego „Chelmek” i Zjednoczenia Przemysłu Wełnianego „Merino”.

Poprawę zaopatrzenia rynku w artykuły odzieżowe zapewniły dostawy z produkcji krótkich serii tzw. produkcji modelowej takich firm jak: Moda Polska, Astra, Leda, Telimena, Cora. W coraz większych ilościach kierowane są na rynek płocki wyroby nowoczesne, stopniowo następuje też poprawa jakości, wzornictwa i estetyki.

Rozwój handlu w Płocku wykazuje szereg cech charakterystycznych dla większości miast szybko uprzemysławiających się w kraju. Szereg badań prowadzonych przez doc. dr Jerzego Ditla<sup>3)</sup> i jego współpracowników w rejonach uprzemysławianych konińskim, zgorzeleckim, lubińskim, pozwala na przyjęcie tezy, że zaspokojenie potrzeb materialnych ludności odbywa się nie tylko w drodze zaofiarowania nabywcom dostatecznej ilości towarów, lecz również dzięki odpowiedniej ilości usług, świadczonych przez bogato rozbudowaną sieć handlową, dostatecznie liczną obsadę pracowników, właściwe wyposażenie sklepów. Dotychczasowe badania wykazują relatywnie niski jeszcze poziom rozwoju wyżej wymienionych usług, co wynika z niedostatecznych nakładów inwestycyjnych, niskich płac a jednocześnie niewystarczających kwalifikacji pracowników handlowych i zbyt małej ich liczby.

Przyczyny tego stanu rzeczy tkwią w ograniczeniach i limitach narzucanych przez jednostki nadrzędne handlu, które nie dostrzegają dynamicznego rozwoju rejonów uprzemysławianych, traktując je na równi z terenami sąsiednimi.

Zjawiska te w rejonie płockim wystąpiły w nieco słabszym stopniu niż w rejonach badanych przez J. Ditla. Płock posiadał w momencie wyjściowym, u progu industrializacji, lepiej rozwiniętą i charakteryzującą się większą gęstością sieć handlową niż rejon koniński, zgorzelecki czy lubiński. Tak rozwiniętą sieć handlową można było łatwiej dostosować do zmienionych warunków wpływających z szybkiego tempa industrializacji. Niemniej jednak handel płocki nie mógł w pełni zaspokoić zmieniających się preferencji ludności. Wyniknęło to głównie stąd, że w pierwszym etapie uprzemysławiania miasta główny nacisk położono na rozwój przemysłu, podczas gdy inwestycje nieprzemysłowe zostały ograniczone i umieszczone na drugim planie.<sup>4)</sup> Przez cały okres fundusze przeznaczone na inwestycje nieprzemysłowe nie były wykorzystane w zaplanowanych kwotach. Sytuacja taka wpłynęła niekorzystnie na rozwój handlu i usług. W następnych etapach rozwoju przewiduje się w Płocku zmiany w przestrzenno-terytorialnym rozmieszczeniu sieci handlowej. Budowa nowego centrum handlowego o gęstej sieci nowoczesnych sklepów, powinna zapewnić mieszkańcom Płocka wyższy poziom obsługi handlowej.

#### PRZYPISY

- 1) Leon Koźmiński — Programowanie i rozmieszczenie sieci detalicznej i gastronomicznej w miastach. Handel Wewnętrzny 1960 r. nr 2.
- 2) J. Zalewski — Wskaźniki sieci detalicznej. Roczniki Instytutu Handlu Wewnętrznego W-wa 1963 r.
- 3) J. Ditl — Badania nad zależnościami między procesem industrializacji a spożyciem ludności w konińskim mikrorejonie uprzemysławianym. Handel Wewnętrzny 1966 r. nr 2. J. Ditl — Dochody i oszczędności ludności oraz obroty handlu okręgów uprzemysławianych w latach 1957—65 Zeszyty BRU 1967 r. nr 25; J. Ditl, B. Malinowski, J. Sawicka — Rola handlu w procesie rozwoju gospodarczego powiatów zgorzeleckiego i lubińskiego. Zeszyt BRU 1966 r. nr 20; J. Ditl, H. Szuca — Perspektywy rozwoju handlu w powiecie lubińskim. Zeszyt BRU 1967 r. nr 24.
- 4) J. Chojnacki — Płock w liczbach 1971 Towarzystwo Naukowe Płockie 1971 r.

## Komunikat Komisji Wydawniczej TNP

W listopadzie 1971 r. ukazało się w sprzedaży wydawnictwo pt. „**BRĄZOWE DRZWI PŁOCKIE W NOWOGRODZIE WIELKIM**” — pióra **Kazimierza Askansa**, wiceprezesa Towarzystwa Naukowego Płockiego.

Książka liczy 116 stron druku, formatu A5, w tym 32 ilustracje.

Nakład 1.000 egzemplarzy, cena 15,— zł.

\*  
\*                      \*

W grudniu 1971 r. ukazało się w sprzedaży wydawnictwo pt. „**WYSZOGRÓD — ZARYS DZIEJÓW**” — pióra dr **Bronisławy Nowickiej** z Oddziału TNP w Wyszogrodzie.

Książka liczy 168 stron druku, formatu A5, w tym 45 ilustracji.

Nakład 1.500 egzemplarzy, cena 15.— zł. Książki są do nabycia w płockich księgarniach i w Wyszogrodzie, lub w biurze TNP, Płock pl. Narutowicza 8.