VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA MARIBOR

DIPLOMSKO DELO

SLOVENSKI KNJIŽNI TRG IN ANALIZA ZALOŽENOSTI SLOVENSKIH KNJIGARN

Kandidatka: Jolanda Zupanič
Študentka študija ob delu
Številka indeksa: 11190122548
Program: Komercialist
Mentor: Mag. Mirjana Ivanuša Bezjak

Maribor, september 2007

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Študentka Jolanda Zupanič izjavljam, da sem (v skladu z Zakonom o avtorskih in sorodnih pravicah – UL št. 16/2007) avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal-a pod mentorstvom mag. Mirjane Ivanuša-Bezjak.

V Mariboru, dne 23. september 2007 Jolanda Zupanič

ZAHVALA

Zahvalila bi se svoji družini, ki mi je v času študija vsestransko stala ob strani. Posebej hvala hčerki Ines, ki mi je bila v veliko moralno pomoč in vzpodbudo, pa se tega morda ne zaveda.

Zahvaljujem se gospe ravnateljici, mag. Mirjani Ivanuša – Bezjak univ. dipl. ekon., ki je tudi mentorica tega diplomskega dela, za vso strokovno pomoč v času študija in pri pisanju diplomskega dela.

Hvala tudi gospe Frančiški Čokl za lektoriranje diplomskega dela.

Iskrena hvala vsem, ki so mi na kakršenkoli način pomagali.

POVZETEK

Knjiga je plod zapletenega procesa, ki se pričenja pri avtorju, nadaljuje pri urednikih, založnikih, oblikovalcih, tiskarjih, knjižničarjih, knjigarnarjih in konča pri bralcih. Za razvoj sektorja je torej ključno, da optimalno delujejo vsi členi verige.

Knjižno založništvo, ta svojevrstna mešanica kulture in gospodarstva, po svoji naravi živi najbolje, kadar lahko sledi svoji notranji logiki in zakonom. Založniki in založnice, pisci, prevajalke in prevajalci, ilustratorke in ilustratorji številnih slovenskih priročniških, leposlovnih, esejističnih in drugih knjižnih del s svojo bogato produkcijo stalno dokazujejo, da to logiko poznajo in obvladujejo. To lahko opazi vsakdo, ki je kakorkoli povezan s knjigami in knjižnim trgom.

V diplomskem delu sem na kratko predstavila razvoj založništva in slovenski knjižni trg. Primerjala sem dva največja poslovna sistema, ki sta prisotna na slovenskem knjižnem trgu - Mladinsko knjigo in Državno založbo Slovenije. Izdelala sem vprašalnik, naključno izbrane fizične osebe, sem anketirala, kaj menijo o slovenskih knjigarnah.

Ključne besede:

Knjižni trg, založniki, založenost, knjiga, kultura, trgovina, književnost, slovenske knjigarne, slovenska knjiga.

ABSTRACT

A book is a product of a complicated process, which starts with an author, continues with editors, publishers, designers, printers, librarians, booksellers and ends up in the hands of readers. For the course of development all links operate optimal.

A publishing house, this unique mixture of culture and economy, comes to life at a time when it can follow its own internal logic and laws. Publishers, writers, translators, illustrators from a number of Slovene references, literary, essay and other literary books with their rich production are always proving that they know and master this logic. Anyone, who is connected with books and with its market, can notice this.

I briefly presented the development of publishing houses and the Slovene literary market in my diploma. I compared two of the biggest giants, which are present in the Slovene literary market – Mladinska knjiga and Državna založba Slovenije. I analysed random chosen people, with the help of a questionnaire, what they thought of Slovene book shops.

Key words:

The literary market, publishers, issue/stock, book, culture, shop, literature, Slovene book shops, Slovene book

KAZALO VSEBINE

1. UVOD 11

1.1 OPREDELITEV OBRAVNAVANE ZADEVE 11
1.2 NAMEN, CILJI IN OSNOVNE TRDITVE DIPLOMSKEGA DELA 11
1.3 PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE 12
1.4 PREDVIDENE METODE RAZISKOVANJA 12

2. ZGODOVINA KNJIGE 14

2.1 NASTANEK KNJIGE 15
2.2 RAZVOJ ZALOŽNIŠTVA 16
2.3 ZALOŽNIŠTVO KOT DEJAVNOST 18
2.3.1 Vez med avtorjem in kupcem 18
2.3.2 Založniki kot gospodarski subjetk 18

3. KNJIGA, KNJIŽEVNOST, ZALOŽNIŠTVO IN KNJIŽNIČARSTVO V SLOVENIJI 19

3.1 SKLAD ZA KNJIGO 19
3.2 ZALOŽNIŠTVO 20
3.3 KNJIŽNIČARSTVO 21
3.3.1 Kulturna politika 21
3.4 KNJIGARNE 22

4. SLOVENSKA KNJIGA IN DAVKI 24

4.1 DAVEK NA KNJIGO PO EVROPI 24
4.2 CENA KNJIG V SLOVENIJI 25
4.2.1 Prodajna cena knjig 26
4.3 POSKUS UREDITVE SLOVENSKEGA KNJIŽNEGA TRGA 26
4.4 SPLOŠNI POGOJI DELOVANJA SLOVENSKEGA KNJIŽNEGA TRGA 27
4.4.1 Razprodaje knjig 29
4.5 MEDNARODNA TRGOVINA S KNJIGO 30

5. SLOVENSKI KNJIŽNI TRG 31

5.1 DVE NAJVEČJI VERIGI KNJIGARN V SLOVENIJI 31
5.2 PIMERJAVA MLADINSKE KNJIGE TRGOVINE IN DRŽAVNE ZALOŽBE SLOVENIJE 34
5.3 NAJVEČJA SLOVENSKA KNJIGARNA – KNJIGARNA KONZORCIJ 35
5.3.1 Založba kot projektna organizacija 36
5.3.2 Redakcija 39
5.3.3 Zaposleni v založbi 40
5.4 ŠTEVILO IZDANIH NASLOVOV KNJIG IN BROŠUR V SLOVENIJI V LETU 2006 41
5.4.1 Možni razlogi za stagnacijo trga 42
5.5 ŠTEVILO IZDANIH LEPOSLOVNIH KNJIG PO LITERARNIH ZVRSTEH V SLOVENIJI V LETU 2006 44
5.6 DESET NAJBOLJ PRODAJNIH KNJIG V KNJIGARNAH MK AVGUSTA 2007 45

6. KULTURA IN TRGOVINA 47

6.1 TRGOVINA S KNJIGAMI 47

7. DRŽAVNA PODPORA KNJIGI 49

7.1 OBLIKE PODPORE IN FINANCIRANJA PODROČJA KNJIGE, KI JO IZVAJA MINISTRSTVO ZA KULTURO 49
7.2 POSTOPKI FINANCIRANJA 51
7.2.1 Izvedeni postopki na področju knjige 51

8. ANALIZA ZALOŽENOSTI SLOVENSKIH KNJIGARN 54

8.1 IZDELAVA VPRAŠALNIKA 54
8.2 IZVEDBA ANKETIRANJA 54
8.3 ANALIZA IN OBDELAVA PODATKOV TER PREDSTAVITEV REZULTATOV 54

9. ZAKLJUČEK 69
10. UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI 71
11. PRILOGE 73
11.1 ANKETNI VPRAŠALNIK 73

KAZALO SLIK

Slika 1: Abecednik 15
Slika 2: Hieroglifi v karnaškem templju 16
Slika 3: Knjigarna 23
Slika 4: Knjige 30
Slika 5: Logotip MK 32
Slika 6: Logotip DZS 33
Slika 7: Logotip 35

KAZALO TABEL IN GRAFOV V TEORETIČNEM DELU

Tabela 1: Stroški tiska in vezave glede na delitev spremenljivih in stalnih stroškov 39
Tabela 2: Število naslovov knjig in brošur po izvoru ter izdaji, Slovenija, 2006 41
Tabela 3: Število izdanih naslovov leposlovnih knjig in brošur po literarnih zvrsteh, Slovenija, 2006 44
Tabela 4: Deset najbolj prodajnih knjig v MK, avgusta 2007 46

Graf 1: Število izdanih naslovov leposlovnih knjig in brošur po literarnih zvrsteh, Slovenija, 2006 45

KAZALO TABEL V RAZISKOVALNEM DELU

Tabela 1: Ocena anketirancev ponudbe v slovenskih knjigarnah....54
Tabela 2: Mesečni obisk knjigarne....55
Tabela 3: Mnenje anketirancev o slovenskih knjigarnah....56
Tabela 4: Vpliv zunanje urejenosti knjigarne na kupca....57
Tabela 5: Pomembnost urejenosti izložbe....57
Tabela 6: Poznavanje anketirancev mesečnikov Bukla in Krog....58
Tabela 7: Mnenje anketirancev o dopolnitvi oz. spremembi v naših knjigarnah....59
Tabela 8: Predlagane izboljšave anketirancev glede sprememb in ponudbe v naših knjigarnah....60
Tabela 9: Ocena anketirancev o slovenskih knjigarnah glede na posamezne lastnosti....61
Tabela 10: Odgovori anketirancev glede informacij, kako in kakšne knjige lahko kupujejo v naših knjigarnah....61
Tabela 11: Kriteriji, na osnovi katerih se anketiranci odločajo za nakup....62
Tabela 12: Želja anketirancev o prejemanju brezplačnega kataloga, ki bi vseboval različne informacije....64
Tabela 13: Spol anketirancev....65
Tabela 14: Stalno prebivališče anketirancev....65
Tabela 15: Starost anketirancev....66
Tabela 16: Dokončana stopnja izobrazbe anketirancev....67
Tabela 17: Mesečni dohodek anketirancev glede na slovensko povprečje....67

1. UVOD

1.1 Opredelitev obravnavane zadeve

Jezik in knjiga sta kategoriji, ki ključno sooblikujeta sleherni narod. Manjši ko je narod, večja je njuna vloga pri njegovem razvoju in obstoju. Zato se moramo zavedati, da je slovenska knjiga za nas zelo pomembna in je del našega življenja in dela.

Ob prebiranju literature in iskanju teme za naslov diplomskega dela sem naletela na precej diplomskih nalog, ki obravnavajo tematiko knjige in založništva. Pričakovala sem več literature s tega področja in se mi zdi, da je pomembno omeniti razmere, ki pestijo naše založnike.

Založništvo kot panoga kljub rasti števila izdanih naslovov ne dosega tolikšnega napredka, kot kažejo številke. Založniška in knjigotrška dejavnost sta namreč po številu zaposlenih in po prihodkih majhen segment gospodarske dejavnosti v Sloveniji.

Ekonomska moč založništva ni najpomembnejša, založništvo je pomembnejše v svoji posredni vlogi, ki je za kulturo, znanje, jezik, razvoj in posredno za vsakršno družbeno uspešnost enkratna in nenadomestljiva.

Založništvo se je demokratiziralo, ponudba naslovov je vse večja in bolj zanimiva, prodaja pa vse zahtevnejša, zato so tudi razmere na našem knjižnem trgu vedno težje.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela

Namen diplomske naloge je predstaviti problematiko knjigotrštva in založništva, opozoriti na dejstvo, da slovenski knjižni trg stagnira od leta 1995.

Tudi založniška panoga stagnira zaradi nepooblaščenega razširjanja literature, kar je možno z razvojem in razširjanjem novih tehnologij, stagnira tudi založniška dejavnost.

Osnovne trditve – hipoteze, zastavljene v nalogi so:

- Dolgoročne posledice za vso družbo – zaradi upadanja števila rojstev se založniki, zlasti otroških knjig že srečujejo s to problematiko.
- Razslojevanje prebivalstva in koncentracija kupne moči.
- Izjemno povečanje ponudbe dobrin v zadnjih letih, kar pomeni neustrezen razvoj knjigarn.
- Zaradi ekonomske uspešnosti se v knjigarnah začne intenzivneje poslovati z drugimi dopolnilnimi proizvodi.
- Slovenski knjižni trg kot knjižni trgi drugih manjših evropskih držav zaradi svoje majhnosti deluje specifično – skrb države za knjigo je zelo pomembna.

Cilj diplomske naloge je proučiti knjigotrštvo in narediti anketo, na podlagi katere želimo ugotoviti, kako Slovenci poznamo slovenski knjižni trg in kaj menimo o založenosti naših knjigarn.

1.3 Predpostavke in omejitve

Splošne določbe delovanja slovenskega knjižnega trga so bile objavljene na spletni strani. Splošni podatki o založništvu in knjigotrštvu pa so bili dosegljivi v strokovni literaturi in časopisu Skupine Mladinska knjiga – Naglas, vendar v omejeni obliki. Strokovne literature na obravnavano temo je v Sloveniji presenetljivo malo.
Dostopni podatki niso dovolj za kvalitetno opravljeno analizo slovenskega knjižnega trga, zato bom izvedla anketo v obliki vprašalnika z naslovom ***Analiza založenosti slovenskih knjigarn.***

1.4 Predvidene metode raziskovanja

V analitičnem delu bom izvedla namizno raziskovanje in tudi kvantitativno raziskovanje. Poleg podatkov, ki so dostopni na spletnih straneh, bom izvedla anketo z naslovom Analiza založenosti slovenskih knjigarn.

Anketa je v obliki vprašalnika in obsega 17 vprašanj. Opravila jo bom med naključno izbranimi 100 anketiranimi fizičnimi osebami.

Rezultate ankete bom statistično obdelala in jih prikazala v obliki grafov in tabel.

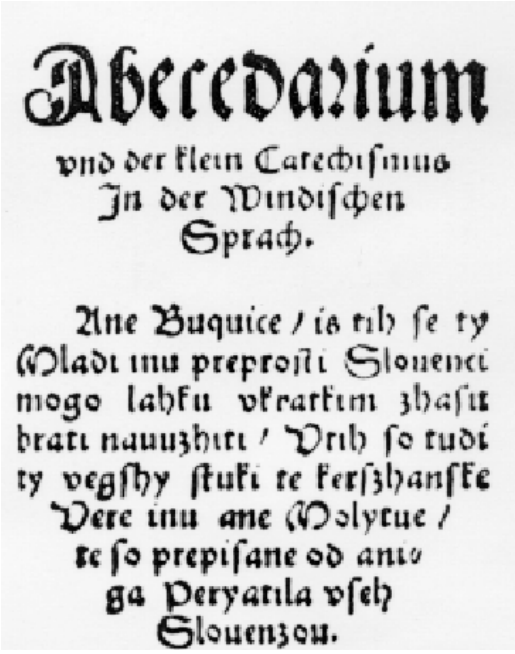
2. ZGODOVINA KNJIGE

Zgodovina knjige sega daleč nazaj v čase p. n. š. in jo lahko spremljamo vse od začetkov pisanja, prvih rokopisov in razvoja tiskarstva prek prvih zapisov in knjig. Da so ljudje sploh začeli pisati so morali najprej iznajti pisavo, za katero lahko rečemo, da je bila »iznajdba vseh iznajdb«.

Drugi najpomembnejši temelj je bil iskanje podlage za pisanje. Izkazalo se je da, vse snovi oziroma podlage za pisanje, glede na priročnost, trdnost in trpežnost ter trajnost, niso enako primerne za pisanje. Pot pisanja od klesanja na kamen do pisanja na papir je bila težka in dolga. Začeli so nastajati rokopisi. Rokopisne knjige so nastajale globoko v 16. stoletje, vse dokler se ni začelo razvijati tiskarstvo, ki so ga na začetku imenovali »črna umetnost«. Od takrat knjiga ni bila več privilegij izbranih, ampak se je razvila v množično in dolga stoletja skoraj edino in še danes komunikacijsko sredstvo.

Slovenci smo prve knjige v svojem narodnem jeziku dobili razmeroma pozno, šele sredi 16. stoletja in se enakopravno pridružili evropskim narodom, ki so se s svojim knjižnim jezikom, s katerim so nadomestili le redkim šolanim ljudem dostopno latinščino, začeli zavedati svojih narodnih posebnosti. Slovensko pismenost in književnost je leta 1550 zaznamoval Primož Trubar. Napisal je Katekizem in Abecednik. Knjigi sta po obsegu sicer skromni, toda po pomenu neprecenljivi deli, ki sta zaznamovali začetek slovenskega knjižnega jezika in književnosti. Deli sta doživeli še več izdaj in priredb. Katekizem in Abecednik nista nastala na slovenskih tleh, ampak na Nemškem, kamor se je Trubar zatekel zaradi preganjanja protestantov. Trubar je slovenski jezik in književnost vključil v zahodnoevropske okvire, kar pomeni, da smo bili že takrat enakopravni del Evrope. Šest let kasneje je bil Katekizem natisnjen v glagolici in cirilici, leta 1564 pa še v hrvaščini z latiničnimi črkami. Za Trubarja lahko mirno rečemo, da je oče slovenske knjige.

Katekizem in Abecednik sta prvi tiskani naši knjigi. Leta 1575 je bila tiskana prva knjiga na Slovenskem. To je bila knjiga Jezusa Sihara, ki jo je tiskal Janž Mandelc v Ljubljani.


Abecedarium
vnd der klein Carechismus
Jn der Windischen
Sprach.
Ane Buquice / ia tih se ty
Mladi inu preprosti Slouenci
mogo lahku vkratkim zhasu
brati nauuzhiti / Vtih so tudi
ty vegshy stuki te Kerszhanske
Vere inu ane Molytue /
te so prepisane od ani
ga Peryatila vseh
Slouenzou.

Slika 1: Abecednik – **http://ro.zrsss.si**, 27.8.2007

2.1 Nastanek knjige

Prvi način komunikacije človek razvije preko glasov in gibov. Pomembnejša spoznanja pa so ljudje vendarle hoteli sporočiti svojim potomcem v trajnejši obliki, zato so jih risali in klesali v skale. Tako so razvili zapis v obliki črtnih risb, ki so predstavljale bistvene značilnosti, pozneje pa tudi simbole. Te pisave so prvi razvili podonavski narodi, Egipčani, Kitajci, … Slikovnim znakom so dodajali še znake za glasove, nato pa vsakemu glasu dali svoj znak in tako dobili glasovno pisavo. Nekateri narodi še danes pišejo s slikovnimi pisavami (Japonci, Kitajci).

Naša abeceda ima dolgo razvojno pot. Začne se pri egipčanski hieroglifski pisavi, iz katere so razvili poenostavljeno pisavo, pri čemer so nekateri znaki označevali tudi glasove. Semiti, ki so živeli v Sinajski puščavi, so to pisavo razvili tako, da je vsak znak označeval določen glas. Veliko uporabnost takšnega sistema so odkrili Feničani, ko so razvili soglasniško pisavo in jo s trgovskimi stiki prenesli na grške otoke. Grki so dodali še samoglasnike. Takšno pisavo so kasneje prenesli svojim sosedom, ki so živeli v bližini njihovih kolonij. To pisavo so prevzeli tudi Rimljani in jo razširili po svojem ozemlju. Krščanska cerkev jo je ohranila in jo skupaj z

vero prenesla tudi k Slovanom. Od Rimljanov dalje razlikujemo različne oblike pisav. Oblika današnje pisave je izpeljana prav iz teh pisav. Kot podlaga, na katero so pisali, so služili različni materiali. Ponekod so pisali na lubje breze, svilo, keramiko in vosek. Najpomembnejše zapise pa so klesali v kamen. V Mezopotamiji so uporabljali glinene plošče, v Egiptu papirus, v Pergamu pa so izdelali pergament, ki je bil obstojen, vendar drag. Leta 105 je Kitajec Tsai Lun izdelal papir, ki so ga v Evropo prinesli Arabci, tu pa je prišel v splošno uporabo v 13. stoletju. Do takrat so v Evropi pisali na pergament, v času Rima pa na papirus. Zapise so izdelovali ročno z različnimi orodji; z dleti so jih klesali v kamen, s klini so jih vtisnili v glino, s peresi iz trske in čopičem so pisali na papirus, pergament in papir.



Slika 2: Hieroglifi v karnaškem templju – http://sl.wikipedia.org/wiki/hieroglif, 29.8.2007

Prvi mehanični način izdelovanja knjig v več izvodih je bila tehnika lesorezov za posamezne strani v 8. stoletju v Koreji. Kitajci so v 11. stoletju uporabljali znake iz žgane gline za tiskanje knjig, kar pa so opustili zaradi prevelikega števila potrebnih znakov. Korejci so svoje knjige tiskali z bronastimi znaki v 13. stoletju. Ta način je postal uporabnejši, ko so v 14. stoletju razvili glasovno pisavo s samo 28 znaki. V Evropi se je pojavila primitivna lesorezna tehnika šele v 15. stoletju skoraj hkrati z izumom Guetenbergove tiskarske stiskalnice in premičnih kovinskih črk. Do takrat so vsak izvod knjige prepisali ročno (Kolar, 1990, 9-10).

2.2 Razvoj založništva

Založništvo je panoga, ki ji velja posebna družbena pozornost samo zaradi predmeta poslovanja – knjige. (Žnideršič, 1982, 38) To je bilo še posebej izrazito v socialističnih državah, kot je bila Jugoslavija in v njej Slovenija. Založništvo je bilo obravnavano kot dejavnost posebnega družbenega pomena, zato je država vseskozi bedela nad založništvom in

knjigi kot primarnemu »izdelku« založništva zagotavljala določeno pomoč. Ta je bila neposredna, v obliki subvencij, ali posredna, v obliki ugodnejših kreditov, oprostitev plačevanja določenih davkov, ipd. Založbe niso bila podjetja, katerih cilj bi bil maksimiranje dobička ali maksimiranje rasti na dolgi rok. Njihov glavni namen je bil izdajanje knjig (predvsem domačih), kateri cilj je bil »izpolnjevanje kulturne vloge« in širjenje družbene zavesti. Ker knjiga ni bila tržno blago v pravem pomenu besede, se tudi založništvo ni razvijalo, kot bi se lahko. Je pa res, da je bila na področju založništva v Sloveniji pred osamosvojitvijo ostra konkurenca, kar za druge dejavnosti ni bilo značilno. Založništvo je bilo relativno dobro tržno razvito, saj je uporabljalo vse oblike prodajnih poti (prodaja od vrat do vrat, poštna naročila, knjižni klubi…), ki so bile takrat poznane v razvitem tržnem gospodarstvu. Iz teh razlogov je kljub tranziciji, ki je odpravila številne ugodnosti, večina slovenskih založb preživela, verjetno tudi zato, ker slovenski založniki kljub razpadu Jugoslavije niso izgubili trga.

Najbolj je slovenska vlada prizadela založništvo z uvedbo prometnega davka v višini 5 odstotkov, ki ga založniki v prejšnjem sistemu niso plačevali. Vlada je sprejela še druge predpise, ki so poslabšali pogoje poslovanja založb in so negativno vplivali na distribucijo knjig.(Žniderščič, 1999, 116). Poleg uvedbe davka je prišlo tudi do zmanjšanja subvencij s strani države, ki sicer ni bila posledica zmanjšanega zneska subvencij, temveč delež subvencij ni sledil naraščajočemu številu novo izdanih naslovov, ki se je v zadnjem desetletju skoraj podvojilo.

Državna politika v obdobju po osamosvojitvi knjigi torej ni bila naklonjena. Nova slovenska država je zelo pohitela in povečala ali na novo vpeljala naslednje dajatve:

- 25 % dohodnina na avtorske honorarje (prej 15 % oziroma 6 % za samostojne kulturne delavce),
- uvedla je 5 % davek na promet proizvodov in storitev. Ta ukrep je slovensko knjigo podražil za 5 %,
- 25 % davek na dobiček založniških podjetij (prej so bila podjetja oproščena plačevanja davka na dobiček; Žniderščič,1999, 146).

2.3 Založništvo kot dejavnost

S pojmom založništvo mislimo izdajanje, zalaganje in razpečevanje knjig. Sem sodijo vse dejavnosti, ki so potrebne, da knjiga izide in najde svojo pot do kupca: uredniška in tehnična priprava rokopisa, skrb za natis in prodaja kot zadnja faza proizvodnega ciklusa. Osrednji položaj ima založnik, saj poveže ostale tri in prevzame celotno tveganje izdajanja knjig.

2.3.1 Vez med avtorjem in kupcem

Založništvo je torej vez med avtorjem in kupcem. Založnik zalaga knjige oziroma jih ima na zalogi. V Sloveniji se je z založniško dejavnostjo do leta 1990 ukvarjalo stalno število založb, saj je bilo ustanavljanje novih založb predvsem zaradi predpisov nekdanje oblasti, pred tem časom skoraj nemogoče. Po letu 1990 so se predpisi sprostili, zato je število založb, samozaložnikov in drugih organizacij, ki so se z založništvom ukvarjale redno ali le občasno in jim to ni bila primarna dejavnost, naglo naraščalo, še posebno število samozaložnikov oziroma malih založb, ki so izdale do dve knjigi, nato pa z dejavnostjo izdajanja knjig prenehale.

2.3.2 Založniki kot gospodarski subjetk

Založniki so danes večinoma obravnavani kot vsi ostali gospodarski subjekti, katerih osnovni cilj je dobiček in dolgoročna rast. Kljub temu je založništvo še zmeraj deležno nekaterih ugodnosti, kot so subvencije za posamezne naslove knjig, ki so pomembne za ohranjanje in širjenje kulture, ter nižje stopnje davka na knjige. Država bi zaradi majhnosti slovenskega trga morala bolj poskrbeti, da bi knjiga kot blago v večji meri imela poseben status in bi ponovno postala proizvod »posebnega družbenega pomena«, pomemben z vidika slovenske kulture.

3. KNJIGA, KNJIŽEVNOST, ZALOŽNIŠTVO IN KNJIŽNIČARSTVO V SLOVENIJI

V dobi računalnikov in televizije je treba ponovno določiti in uveljaviti pomen knjige in branja. Pri tem se je sicer mogoče še naprej sklicevati na dejstvo, da je bila knjiga navzoča ob samih začetkih slovenskega naroda in kulture in je odločilno vplivala na naš celotni razvoj. Vendar to ne more biti več edini in odločilni kriterij za pospeševanje književnosti, založništva in knjižničarstva. Mednarodne raziskave so pokazale, da novi mediji ne morejo zamenjati učinkov branja pri osebnostni rasti, razvoju mišljenja in ustvarjalnosti posameznika. Fascinacija nad podobami se spreminja v njihovo tiranijo, nove tehnologije izničujejo predstavne in domišljijske razsežnosti, ki jih omogoča samo branje. Slovenci beremo malo, po raziskavah aktivne pismenosti odraslih smo v Evropi skoraj na dnu. Zato je nujno treba uporabiti vse razpoložljive instrumente kulturne politike, da bo knjiga spet pridobila eno od središčnih mest v družbi in postala eden izmed temeljev človeškega stvariteljskega razvoja in nacionalne kulturne identitete. Knjigi je treba posvetiti kvalitetnejšo in obsežnejšo medijsko pozornost. Treba je doseči, da bodo knjige cenejše in na voljo najširšemu krogu bralcev. Pri tem je treba misliti na funkcionalno celoto, od nastajanja knjige, kar pomeni podporo ustvarjalcem, prek založniškega načrtovanja, se pravi podpore kvalitetnim besedilom, do enostavne razpoložljivosti in dostopnosti do knjige v knjigarnah, knjižnicah in knjižnih klubih.

3.1 Sklad za knjigo

Ustanovi naj se sklad za knjigo, ki bo pospeševal razvoj izvirne slovenske književnosti in humanistike, skrbel za celotni proces od nastajanja knjige do njene promocije in distribucije. Sklad za knjigo naj prevzame tiste naloge, ki jih je doslej s pomočjo ekspertnih skupin opravljajo Ministrstvo za kulturo, naj bo pristojen za vse oblike subvencioniranja knjig in knjižnih programov. Obenem naj svoje delo razširi na nova področja in izdela ustrezna merila: štipendiranje avtorjev za posamične ustvarjalne projekte, spodbujanje raziskav o slovenski književnosti, širjenje bralne kulture, pomoč za izdajanje slovenske književnosti v tujih jezikih. Sklad za knjigo naj skrbi za dostojne avtorske honorarje in ustvari instrumente, s

katerimi bo založbe zavezoval, da jih bodo avtorjem redno in v pogodbenih rokih izplačevale. Sklad za knjigo naj s podporo založnikom skrbi, da bodo knjige na trgu cenejše in laže dostopne, organizira naj širjenje kvalitetne knjigarniške mreže, skrbi, da bodo slovenske knjižnice založene s knjigami domačih avtorjev in kvalitetnimi prevodi. Sklad za knjigo naj podpira knjižne klube in društva, ki širijo zanimanje za knjigo in spodbujajo interes za branje in ustvarjalnost.
Sklad za knjigo izoblikuje načrt za ustanovitev Muzeja slovenske književnosti, ki bo skrbel za varovanje in proučevanje slovenske književne dediščine.

3.2 Založništvo

Ker se slovensko založništvo giblje v razmerah svobodnega tržnega gospodarstva, mu ni mogoče v ničemer določiti programskega okvira. Zaželeno bi bilo ohranjati čimbolj razvejeno stanje in ga s podporo specializiranim knjižnim programom tudi širiti. V času vsakršnih tranzicijskih prevzemov in koncentracije kapitala, ki po dosedanjih izkušnjah praviloma najprej ukinja kvalitetne programe domače in prevodne literature in publicistike, si je treba prizadevati, da ne bo prišlo do monopolnih založb ali celo monopola ene same založbe. Država naj preko Ministrstva za kulturo in Sklada za knjigo sofinancira izvirno domačo ustvarjalnost. Takšne ukrepe poznajo v vseh evropskih državah, majhnost slovenskega knjižnega trga pa narekuje posebno intenzivnost tovrstnih posegov. Hkrati naj skrbi za podporo tistim prevodom iz klasične in sodobne književnosti in publicistike, ki jih slovenska kultura za svoj razvoj potrebuje, ne dosegajo pa komercialnega učinka.
Sklad za knjigo bo s pomočjo ekspertnih skupin razdelil vsako leto subvencije za najmanj 300 izvirnih slovenskih del in 50 prevodov. Dolgoročno bo Sklad za knjigo subvencioniral tiste knjižne zbirke posameznih založb, ki redno izhajajo in so njihovi kvalitetni programi slovenskih in prevedenih del pomembni za slovensko kulturo.
Na podlagi razpisov bodo sofinancirani projekti založb, ki bodo pripravljeni ponatisniti domača in tuja dela, ki so na trgu pošla, a so neizogibno potrebna za splošno znanje novih generacij bralcev.

3.3 Knjižničarstvo

Začetki javnih knjižnic (ki jih ustanovi in financira država oziroma lokalna skupnost) segajo na Slovenskem v čas jožefinskih reform, ko so bile v procesu sekularizacije in reorganizacije javnega šolstva pri tedanjih ustanovah visokega šolstva ustanovljene javne knjižnice. Te so bile sicer v prvi vrsti namenjene zadovoljevanju potreb študijskega procesa, vendar so bile odprte tudi vsej zainteresirani javnosti. V toku dvestoletnega razvoja so se javne knjižnice razvile v najbolj demokratične kulturne ustanove, dostopne vsem državljanom Slovenije.
Knjižnično dejavnost v knjižničnem informacijskem sistemu opravljajo danes na področju kulture nacionalna knjižnica, splošnoizobraževalne ter specialne knjižnice.
Njihove temeljne naloge so:

- zagotavljanje splošne dostopnosti publikacij in informacij,
- varovanje , hranjenje in zagotavljanje dostopa do nacionalne knjižnične kulturne dediščine,
- zagotavljanje bibliografske kontrole slovenskih publikacij,
- podpora strokovnemu delu javnih zavodov in drugih organizacij s področja kulture.

3.3.1 Kulturna politika

Kulturna politika podpira tudi razvoj sistemov, ki omogočajo integrirano obdelavo gradiva, ki ga hranijo knjižnice, arhivi, galerije in muzeji, s čimer bo omogočen popis kulturne dediščine in celostno zajemanje informacij o konkretni problematiki iz vseh razpoložljivih virov.
Kulturna politika podpira predvsem:

- javno in brezplačno dostopnost knjižničnega gradiva v javnih zavodih ter vseh drugih javnih organizacijah,
- sprejem ustrezne zakonodaje in strokovnih standardov,
- zakon o knjižničarstvu kot panožni zakon, ki bo omogočal usklajen razvoj knjižničarstva in knjižnic ne glede na področje njihovega delovanja ,
- zakon o obveznem izvodu publikacij, na podlagi katerega se izvaja bibliografska kontrola in je uveljavljen mehanizem za gradnjo celotne zbirke vseh slovenskih publikacij kot narodne kulturne dediščine,

- strokovni standardi in normativi za splošnoizobraževalne in specialne knjižnice,
- spremljanje in prilagajanje zakonodaje z drugih področij, tako da bo knjižnicam omogočeno izvajanje temeljnih nalog.

Kulturna politika zagotavlja podporo javnim zavodom in dejavnostim, ki so temelj slovenskega knjižničnega informacijskega sistema.
V ta sklop sodi:

- sanacija nacionalne knjižnice (Narodne in univerzitetne),
- mednarodno povezovanje in sodelovanje knjižnic,
- usklajen razvoj dejavnosti splošnoizobraževalnih knjižnic na celotnem območju države,
- vzdrževanje sistema vzajemne katalogizacije publikacij v slovenskih knjižnicah,
- podpora bibliotekarskemu strokovnemu združenju in izobraževanju slovenskih knjižničarjev.

3.4 Knjigarne

Modernizirati, tj. evropeizirati je treba knjigotrško mrežo, zlasti zunaj Ljubljane, v večjih mestih in po pokrajinah in za tako modernizacijo izdelati načrt konkretnih ukrepov. Vsaka knjigarna naj bo prostor kulture in znanja, postane naj vsebinska in estetka izkaznica kulturne ravni v vsakem slovenskem mestu. Mestne občine morajo poskrbeti za kriterije, po katerih bodo knjigarne lahko pridobile položaj kulturnega prostora in v skladu s tem med drugim tudi nižjo tarifo za vzdrževanje prostorov. V urbanističnih planih za nove soseske je treba določiti prostore za knjigarne.



Slika 3: Knjigarna – www.mohorjeva.org/logotipi_slike/knjigarna_lj.jpg, 30.8.2007

4. SLOVENSKA KNJIGA IN DAVKI

Razprava o enotni davčni stopnji je bila še nedavno precej burna in vse bolj se je dotikala tudi knjig, ki so za sedaj obdavčene z nižjim DDV. Na vrhuncu diskusije o tovrstnih reformnih spremembah je Jože P. Damijan, ki je bil takrat predsednik vladnega odbora za reforme, nekajkrat dejal, da kulturo in kulturnike razume kot privilegirance, ki so v preteklosti odigrali zelo pomembno vlogo, za katero pa so že prejeli plačilo. Kulturnike in njihova dela je enačil z industrijskimi proizvodi, glede na to, da akumulirajo v neko družbeno kritično maso idej, ki je pozitivna za celotno družbo, pa je zaključil, da jim država lahko da subvencije iz proračuna, ne pa prek različnih davčnih stopenj. Po njegovem mnenju ni nobene prave logike, da bi morali biti proizvajalci knjig v boljšem položaju kot nekdo, ki proizvaja avtomobile. Izjava je med kulturniki, predvsem seveda založniki, dvignila veliko negodovanja.

Neizprosne logike skrbi za lastno preživetje zgolj z lastnimi sredstvi brez pomoči države, čemur lahko z drugo besedo rečemo podjetništvo, večina kulturnikov enostavno ne razume. Ti večinoma mislijo, da skrbijo za svoje preživetje z lastnimi sredstvi.
Vendar za večino kulturnih delavcev to ne velja. Država v nekem okviru financira njihovo kulturno dejavnost, ki je trg ni zmožen zadovoljiti s svojim povpraševanjem, jim plačuje prispevke ob plači, občasno dodeljuje izredne prihodke (štipendije, izobraževanja,…), jim financira potovanja na kake druge kulturne dogodke. Drugi podjetniki niso deležni teh ugodnosti. Večina ljudi, ki imajo status kulturnega delavca meni, da jim ta status in bonitete pripadajo skoraj po aksiomu.

4.1 Davek na knjigo po Evropi

Če bi povečali davek na knjigo na denimo 20 odstotkov, kar je bil prvoten predlog reform, bi s tem poleg Slovaške, ki ima enotno devetnajstodstotno davčno stopnjo, in Danske, kjer so knjige, tako kot vse ostalo, obdavčene petindvajsetodstotno, s tem da ima Danska izjemno transparentno izdelan sistem kulturnih podpor (kar se vidi pri kinematografiji, kjer imajo kljub majhnosti svojega trga enega najvišjih tržnih deležev za domači film v Evropi), postali edina evropska država, ki ima na knjige več kot desetodstotni DDV, oziroma celo država z

drugo največjo obdavčitvijo knjig na starem kontinentu. V Avstriji so knjige obdavčene desetodstotno, v večini evropskih držav pa je DDV na knjige okoli pet odstotkov, kar je precej manj od naše sedanje obdavčitve. Prilagoditev knjig na enotno davčno stopnjo je bila takrat po mnenju takratnega vladnega odbora za reforme cena novega, bolj preglednega in bolj enostavnega davčnega sistema, morebitne anomalije pa naj bi po njihovem z dodatnimi subvencijami uravnotežilo Ministrstvo za kulturo (Blatnik,2007,113).

4.2 Cena knjig v Sloveniji

V povezavi s cenami slovenskih knjig, se o njih vedno govori da so te previsoke. Vendar to je že kar preživeta fraza, ki zahteva podrobnejši vpogled. Na splošno govoriti o cenah knjig je najbrž nesmotrno.

Kaj je osnova in primerjava, referenca za ceno knjige? Če pogledamo prvo izdajo denimo prevedenega romana v trdi vezavi, potem tudi v tujini cene knjig niso ravno nizke. Pri cenah knjig v tujini imamo ponavadi v mislih »paperback« izdajo, pri kateri je cena približno tretjino osnovne. Vendar se ta trg v zadnjem času poraja tudi pri nas, saj sta založbi Učila in Mladinska knjiga začeli tržiti žepne izdaje svojih naslovov. Na tem trgu se napovedujejo še novi akterji. Ti so cenovno precej na nivoju podobnih tujih izdaj. Če bi država subvencionirala tudi izdajo svetovnih klasikov, ki bi bili na voljo po podobnih cenah, se Slovenci nad cenami knjig niti ne bi smeli pritoževati. Gotovo pa je logično, da so cene najbolj atraktivnih knjig za širšo publiko kot je (a la Da Vincijeva šifra in nekatere otroške knjige) kar visoke tudi zato, ker jih izdajajo založbe, ki morajo s prodajo knjig preživeti tudi na trgu in se ukvarjajo tudi s takimi stvarmi, kot je donos na kapital int. Hkrati na ceno knjige vpliva tudi dejstvo, da pomemben del osnovne naklade odkupijo knjižnice, ki predstavljajo zanesljiv in v nekaterih primerih tudi ključni vir prihodkov za pokrivanje osnovnih stroškov knjig. Po drugi strani pa lahko ugotovimo, da pretežni del humanistične literature, ki ga subvencionira država (zbirke Krt, Temeljna dela, Claritas, Sophia itn.) ni drag, kljub temu da gre za zahtevno produkcijo (predvsem prevodi) in nizke naklade.

Odgovor na trditev, da so knjige pri nas predrage, bi torej bil: če si Slovenec želi kupiti kako knjigo iz impulzivnih nagibov, ga sedaj to ne bo več nujno stalo veliko, če pa si želi kupiti

prav določeno knjigo v danem trenutku, se bo prav lahko zgodilo, da se mu bo zdela cena za knjigo previsoka.

Najbrž pri nas ni kulturnega področja, ki bi potrdilo, da dobi od države dovolj denarja. Podobno velja tudi za založništvo.

4.2.1 Prodajna cena knjig

Prodajna cena je nedvomno eden od elementov, ki vplivajo na uspeh knjige na trgu. Pri oblikovanju cene na trgu založbe uporabljajo metodo seštevanja stroškov, ki so:

- tiskarski stroški,
- avtorski honorarji,
- proizvodni stroški + nabavna cena,
- režija založbe,
- lastna cena,
- rabat,
- ekonomska cena,
- razlika,
- prodajna cena.

4.3 Poskus ureditve slovenskega knjižnega trga

Množica izdajateljev knjig in neurejene tradicionalne prodajne poti knjige nakazujejo na neurejenost knjižnega trga. Junija 2004 so v Združenju za tisk in medije pri Gospodarski zbornici Slovenije sprejeli Splošne pogoje delovanja slovenskega knjižnega trga (2004).
Namen splošnih pogojev je bil:

- povečati dostopnost knjige za vse končne kupce in znižanje cen knjig,
- izenačiti kupce knjig tako, da bodo kupili knjigo po enaki ceni ne glede na kraj nakupa,
- spodbujanje zdrave konkurenčnosti prodajnih poti,
- decentralizacija prodajnih kanalov in razvoj knjigotrške mreže, še posebej na zapostavljenih področjih.

Slovenski založniki so se zgoraj zadanih nalog lotili z enotnimi cenami knjig. Dokument bi se lahko imenoval tudi Pravilnik o enotni ceni knjig, saj je ves posvečen izključno enotni ceni knjig. Založniki so zapisali, da cene prosto oblikujejo, vendar morajo »veljati povsod po Sloveniji hkrati za vsak segment kupcev enakopravno«. Določili so tudi, da založnik postavi ceno dan pred prodajo, veljati pa mora najmanj eno leto. V pravilniku obvezujejo knjigotržce, da se držijo enotnih cen. Kršitelje kaznuje častno razsodišče omenjene organizacije.
Od naštetih namenov dokumenta je jasno izražena le enotna cena knjige. Kako se bodo lotili ostalih namenov, žal ni zaslediti.

Vmes so posegli knjižničarji, saj so kljub zapovedanim popustom nameravali kupovati knjige od ponudnikov, ki so ponujali boljše pogoje. V boju za tržne deleže so nekateri založniki in knjigotržci takoj podlegli »napadom« knjižničarjev.
Enotna cena knjige in z njo uzance so veljale precej manj časa, kot so se pripravljale.

4.4 Splošni pogoji delovanja slovenskega knjižnega trga

(1) Splošni pogoji delovanja slovenskega knjižnega trga (v nadaljevanju: splošni pogoji) so namenjeni ureditvi delovanja trga knjig kot kulturnih dobrin oziroma knjižnih izdaj v kakršni koli obliki (v nadaljevanju besedila: knjiga) in preprečevanju nelojalne konkurence pri prometu s knjigo. S temi splošnimi pogoji se zagotavljajo enotni osnovni tržni pogoji za širitev prodajne mreže in za dostopnost široke ponudbe založniških izdelkov končnim kupcem pod enakimi pogoji.

(2) Namen splošnih pogojev je:
- povečati dostopnost knjige za vse končne kupce in znižanje nivoja cen knjig,
- izenačiti cene knjig, da jo bodo kupci v danem trenutku kupili po enaki ceni ne glede na mesto oz. kraj nakupa,
- spodbujanje zdrave konkurenčnosti med prodajnimi potmi,
- decentralizacija distribucijskih kanalov,
- razvoj knjigotrške mreže, še posebej na do sedaj zapostavljenih področjih.

(3) Splošni pogoji veljajo za vse fizične in pravne osebe, ki se ukvarjajo s prometom knjig.

(4) Založniki po teh splošnih pogojih so proizvajalci (izdajatelji) in uvozniki knjig, v nadaljnjem besedilu založniki.

(5) Knjigotržci so tisti, ki se ukvarjajo s kakršnokoli prodajo knjig. (v nadaljnjem besedilu prodajalci: založbe, društva, javni in zasebni zavodi, uvozniki, knjigarne, trgovine, prodajni kioski, prodajni centri, ki so specializirani ali nespecializirani za prodajo knjig, internetne knjigarne in prodajalci, knjižni klubi, telefonski studii, antikvariati, samostojni podjetniki, posamezniki, samozaložniki, akviziterji in drugi posredniki).

(6) Končni kupci po teh splošnih pogojih so tisti, ki knjig ne kupujejo za nadaljnjo prodajo. To so vse fizične osebe, ki knjige kupujejo v knjigarnah za svojo rabo, člani knjižnih klubov, naročniki knjižnih zbirk, vse pravne osebe, t.j. podjetja, društva, inštituti, laične in cerkvene organizacije, ki ne sodelujejo pri izdaji določenih knjig, vendar jih kupujejo za darila ali v izobraževalne namene. So tudi šolske, fakultetne, strokovne, splošne in druge knjižnice, ki knjige namenjajo izposoji. Končni kupci so tudi organizatorji in udeleženci vseh oblik izobraževanja, ki kupujejo izobraževalno literaturo za namene izobraževanja.

(7) Knjige in knjižne izdaje po teh splošnih pogojih so tudi:

- elektronske izdaje knjižnih del kot so zvočne knjige, cederomi, kasete,…
- kartografski proizvodi,
- proizvodi, ki knjige in kartografske proizvode reproducirajo ali nadomeščajo in ki pri presoji skupnih okoliščin veljajo za lastne založbam in knjigarnam,
- kompleti, v katerih je jedro izdelka knjiga ali knjižna izdaja,
- učbeniki, slovarji, atlasi, enciklopedije, katerih osnova je knjižna izdaja,
- tujejezične knjige sodijo pod te splošne pogoje samo v primeru, če so v glavnem izdelane za prodajo v Sloveniji oz. da so potrjeni uvoženi učbeniki ali priročniki, ki jih uporabljajo šole, fakultete oz. druge izobraževalne ustanove v procesu izobraževanja in se pojavljajo v letnih katalogih potrjenih učbenikov.

(8) Življenjska doba knjige z vsebino, ki je vsaj v 90% identična prvi izdaji, je čas od začetka prodaje do prodaje do minimalne zaloge (do 10% tiskane naklade) knjige in upošteva vse izdaje tega naslova tega naslova.

(9) Nakup in prodaja knjig na debelo je vsak posel v zvezi s prometom knjig za nadaljnjo prodajo.

(10) Nakup in prodaja knjig na drobno je prodaja knjig končnemu kupcu.

(11) Založnik pri prodaji na debelo dogovori rabate, ko knjige daje v nadaljnjo prodajo, pri prodaji na drobno pa opredeli popuste, kadar knjige prodaja končnemu kupcu.

(12) Knjigam, ki so namenjene prodaji, mora založnik ob izidu določiti enotno ceno za prodajo na slovenskem knjižnem trgu.

4.4.1 Razprodaje knjig

(1) Razprodaja je odstopanje od enotne cene knjige, ki je višje od 50% glede na enotno ceno knjige. Ceno za razprodajo določi založnik knjig enotno za celotno območje Slovenije istočasno in enako za vse, ki se ukvarjajo s prometom knjig.

(2) Založnik ali prodajalec lahko izjemoma in ne glede na prvi odstavek tega člena uvede razprodajo zaradi ukinitve dejavnosti, zaradi razveljavitve ali poteka veljavnosti predpisov ali zastarelosti podatkov, ki so objavljeni v knjigi, zaradi preteka časa pri koledarskih knjigah ali zaradi prenehanja podjetja oziroma elementarnih nezgod.

(3) Uvedba razprodaje mora biti objavljena v sredstvih javnega obveščanja (s plakati, letaki in drugimi sredstvi obveščanja, v prodajalnah in zunaj prodajaln na vidnem mestu, kjer se knjiga prodaja) in sporočena na Združenje za tisk in medije najkasneje dan pred začetkom razprodaje zaradi objave na spletnih straneh združenja.

(4) Objava o uvedbi razprodaje mora vsebovati naslednje podatke:
- kraj, kjer bo razprodaja, z navedbo imena prodajalne,
- naslova knjig, ki se razprodajajo, kadar ne gre za razprodajo celotnega programa,
- čas trajanja razprodaje,
- obseg znižanja cen glede na dosedanje enotne cene,
- ostale pogoje razprodaje (izjeme za določene knjige, knjige nad določeno vrednostjo, ipd.).

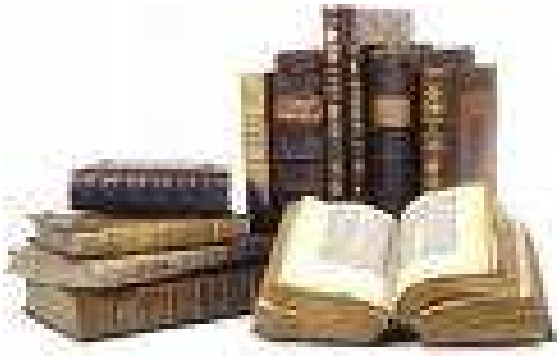
(5) Prodaja knjig po znižanih cenah je na podlagi drugega odstavka tega člena dovoljena le končnemu kupcu.

4.5 Mednarodna trgovina s knjigo

(1) Enotna cena, določena v skladu z 2. členom, ne velja pri izvozu knjig. Vsak izvoz zaradi ponovnega uvoza istega naslova z namenom, da se obide osnovni namen splošnih pogojev, je v nasprotju s temi splošnimi pogoji**.**

(2) Zlasti se razume kot izogibanje tem splošnim pogojem, če nekdo sam ali s pomočjo nekoga drugega izvaža knjige v tujo državo, da bi jih nato od tam sam ali s povezanim podjetjem prodajal končnim potrošnikom v Slovenijo.

Izogibanje določilom uzanc na podlagi izvoza knjig v tujino in nato ponovnega uvoza ter prodaje pod drugačno fiksno ceno, kot jo je določil založnik, ni dovoljeno. Dovoljen je ponoven uvoz knjige v Slovenijo in njena prodaja, vendar mora uvoznik ali prodajalec upoštevati fiksno ceno, ki jo je za ta naslov založnik določil za Slovenijo (neprodana naklada v tujini, prenehanje dela prodajalca ali distributerja v tujini,…)



Slika 4: Knjige – http://images.google.si/images?hl=sl&q=knjige, 30.8.2007

5. SLOVENSKI KNJIŽNI TRG

V slovenskem knjigotrštvu izstopata dva giganta. Prvi je Mladinska knjiga Trgovina d.d., drugo veliko podjetje, ki se ukvarja z maloprodajo knjig, je DZS d.d. Vsega skupaj je bilo v Sloveniji leta 2002 registriranih 115 knjigarn (Žagar,2004, 4). Ob tem velja omeniti še nekaj založnikov, ki bolj ali manj uspešno gradijo svoje knjigarne, nekateri celo že male knjigarniške mreže po Sloveniji. Svoje knjigarniške mreže oblikujeta Učila International d.o.o., z blagovno znamko Felix, ki jo posebno intenzivno širijo po Sloveniji in Knjigarne Vale-Novak, ki so v lasti istoimenske založbe. V zadnjem času, v obdobju med 2002 in 2004, je v Ljubljani zraslo kar nekaj knjigarn, na primer Knjigarna Geonavtik in knjigarni žalozb Prešernova družba ter Rokus. Tovrstne knjigarne ponujajo poleg programa, ki ga izdajajo njihova matična podjetja, tudi standardni izbor slovenskih knjig, ki ga utelešajo predvsem knjige založbe Mladinska knjiga, uspešnice nekaterih drugih založnikov in nekaj tuje literature mehkovezanih knjig za množični trg in turistike.

5.1 Dve največji verigi knjigarn v Sloveniji

V DZS so precej na široko opredelili svoje poslanstvo: *Zelo uspešno poslovanje, visoka kapitalska rasr, pomembne organizacijske in kadrovske spremembe ter vstop delniške družbe na organiziran trg vrednostnih papirjev Ljubljanske borze so zaznamovali DZS, d.d. ob vstopu v novo tisočletje kot celovito vsebinsko zaokroženo najpomembnejšo založniško in trgovsko hišo v državi z jasno vizijo. (Gregorin,2006, 118).*

Mladinska knjiga Trgovina je svoje poslanstvo napisala krajše: *Poslanstvo Mladinske knjige Trgovine je spodbujanje bralne kulture na Slovenskem in kakovostno oskrbovanje bralcev in trga z vsemi aktualnimi knjižnimi vsebinami – leposlovjem, stokovno literaturo, tujimi knjigami, otroško literaturo, enciklopedijami, monografijami, priročniki, slovarji, učbeniki.(Skupina Mladinska knjiga, 2005, 122).*

DZS in Mladinska knjiga se močno razlikujeta po dolžini in vsebini. Razlika je tako velika, da ju je vsebinsko nemogoče primerjati. Smoterneje je primerjati poslanstvi DZS in Mladinske

knjige Trgovine z ameriškim gigantom. Mladinska knjiga Trgovina je svoje poslanstvo omejila na en sam stavek, ki nam ne pove, da je to podjetje profitna organizacija. Še več, s tem ko so v svoje poslanstvo vključili promocijo bralne kulture, je poslanstvo veliko bolj podobno tovrstnemu dokumentu kakršne splošne knjižnice kot pa poslanstvu delniške družbe. Edino, kar nakazuje na tržno delovanje Mladinske knjige Trgovine, je beseda trg.

Poslanstvo Mladinske knjige Trgovine je na prvi pogled vsebinsko bliže ameriškim, vendar je nerazčlenjeno in samo nakazuje pot, po kateri naj bi podjetje šlo, poleg tega ima drugačen pristop do celotnega posla kot ameriška podjetja. Barnes & Noble in Borders obstajata zato, da bi bile stranke zadovoljne in v prodajalnah doživljale posebne trenutke. Glavni cilj Mladinske knjige Trgovine je kakovostno oskrbovanje bralcev s knjigami. Zaključimo lahko da v Mladinski knjigi ne glede na zadovoljstvo kupci vedno dobijo najboljše knjige.

Mladinska knjiga Trgovina d. d., je kapitalsko in poslovno povezana z družbo Mladinska knjiga Založba d. d., aktivno pa sodeluje tudi z drugimi družbami iz Skupine Mladinska knjiga. Mladinska knjiga Trgovina d. d., je odvisna družba Mladinske knjige Založbe d. d. in je vključena v Skupino Mladinska knjiga. To pomeni, da je prva družba večinski lastnik druge in ima isto poslovodstvo.
Mladinska knjiga Trgovina sodi s široko razvejano nacionalno mrežo knjigarn in papirnic po vsej Sloveniji med največje in poglavitne tovrstne gospodarske družbe v državi.
Skupaj ima Mladinska knjiga 40 knjigarn in papirnic, ki so praviloma združene na eni lokaciji, 7 veleprodajnih centrov in eno umetniško galerijo. V lasti Mladinske knjige pa je tudi največja slovenska knjigarna Konzorcij v Ljubljani.



Slika 5: Logotip MK -
http://www.najdi.si/search.jps?q=mladinska+knjiga&contenttype=multimedia, 3.9.2007

Pravo nasprotje pa je dokument DZS. V njem je sicer na dolgo in široko opisana njihova dejavnost. Poleg tega so jasno zapisali, da so tradicionalno podjetje, ki nastopa na trgu in teži k nenehni rasti.
V primerjavi s poslanstvom ameriških gigantov ju poslanstvo DZS v obsegu celo presega, vendar je vsebinsko različno od obeh. Poslanstvo DZS veliko bolj poudarja poslovno uspešnost kot ameriško poslanstvo in vizija, ki poudarja vrednote in družbeno odgovornost podjetij. Drugače povedano, v poslanstvu DZS najbolj izstopa sporočilo, da podjetje želi zadovoljevati predvsem investitorje.

DZS d.d. nadaljuje vse temeljne usmeritve iz več kot petdesetletne zgodovine Državne založbe Slovenije in jih stalno dopolnjuje z novimi, sodobnim časom prilagojenimi produkti in storitvami. V Diviziji trgovine s povečanjem prihodke povečuje tržni delež in ostaja med največjimi trgovci v panogi v državi, nadaljuje se tudi prodor na območje jugovzhodne Evrope. Prodajni program obsega poleg leposlovja, šolskih knjig ter tiskovin skoraj 30.000 vrst različnega blaga. DZS je večinski lastnik Tehniške založbe Slovenije d.d., in Dnevnika d.d.
S trgovinami v večjih nakupovalnih centrih sledijo konceptu razvoja maloprodaje, ki v osnovi temelji na oskrbovanju s šolskimi in pisarniškimi potrebščinami, tiskovinami ter splošno literaturo in učbeniki posameznih kupcev – fizičnih oseb. Rezultat take poslovne politike je tudi doseganje približno 75 odstotkov gotovinske prodaje, kar jih uvršča na prvo mesto med vsemi trgovci knjigotrških in papirniških programov. Pomembna aktivnost je tudi izpeljava projekta organizirane prodaje učbenikov in delovnih zvezkov posameznim učencem in dijakom ter šolam za potrebe njihovih učbeniških skladov.



Slika 6: Logotip DZS –
http://www.google.si/search.jps?q=dzs=&tab=multimedia&contenttype, 4.9.2007

5.2 Pimerjava Mladinske Knjige Trgovine in Državne založbe Slovenije

Po združitvi s Cankarjevo založbo je Mladinska knjiga Trgovina po številu prodajnih mest prehitela DZS in postala največji knjigotržec v Sloveniji.

Kot prvo razliko je potrebno omeniti drugačno strukturo podjetja. Knjigarne DZS so vključene v divizijo znotraj delniške družbe, knjigarne Mladinske knjige Trgovine so poslovne enote delniške družbe, odvisne od največje založbe v državi.

Razlikujeta se tudi po lokacijah trgovin. Prodajalne, knjigarne DZS, se iz središč mest umikajo v nakupovalne centre Mercator, medtem ko knjigarne Mladinske knjige ostajajo v mestnih središčih, vendar lahko kakšno izjemo zasledimo tudi v velikih nakupovalnih centrih, npr. v Europarku v Mariboru.

Skupna točka je praktično enak program; vsaka knjigarna prodaja knjige večine slovenskih založnikov, nekatere, predvsem večje, premorejo tudi izbor tuje literature.

V skoraj vseh je moč kupiti tudi pisarniški material, razlike se pojavljajo edino v obliki fizične ločenosti papirniškega od knjižnega programa. Omeniti velja, da so knjigarne in papirnice v slovenskem prostoru na skupnih mestih že zelo dolgo časa, praktično od začetka. Slovenski potrošnik je zelo navajen na sobivanje knjigarne in papirnice, da teh dveh pojmov sploh ne loči. Veliko ljudi ne loči besed knjigarna in knjižnica. Lahko se vprašamo, če so te prodajalne na drobno bolj papirnice ali knjigarne.

Mladinska knjiga Trgovina se bolj nagiba h knjigotrštvu, kar nakazujejo že v poslanstvu, ko omenjajo knjige. Usmeritev v knjigotrštvo dokazuje prevzem Cankarjeve založbe, kar kaže predvsem na željo po širitvi knjigarniške mreže. Tudi odvisnost od največje slovenske založbe kaže smer delovanja Mladinske knjige Trgovine. Na drugi strani DZS izkazuje željo po čim boljšem poslovanju. Ko so opisovali koncept svoje maloprodaje, so se jim na prvo mesto zapisale šolske in pisarniške potrebščine, na drugo tiskovine in šele na tretje splošna literatura in učbeniki, ki jih prodajajo fizičnim osebam. Pri DZS posebej omenjajo organizirano prodajo učbenikov učencem in učbeniškim skladom.

Ugotovimo lahko, da je Mladinska knjiga Trgovina precej bolj usmerjena v knjigotrštvo kot DZS. Če bo DZS nadaljeval tako poslovno politiko, se utegne zgoditi, da ga bo v vrhu slovenskega knjigotrštva zamenjal kdo drug. (Gregorin,2006,125).

5.3 Največja slovenska knjigarna – knjigarna Konzorcij

Začetki knjigarne Konzorcij segajo v zgodnja šestdeseta leta, ko je na mestu nekdanje Kozlerjeve vile, v stavbi, ki se je je oprijelo ime Konzorcij, Mladinska knjiga v pritličju odprla papirnico in v prvem nadstropju knjigarno. Osnovni namen takratne knjigarne (na 400 m2 prodajne površine) je bila širitev slovenske knjižne produkcije.
Knjigarna Konzorcij je po površini in po izbiri knjig največja slovenska knjigarna, je najboljši približek veleknjigarni, kar jih premoremo. Že na prvi pogled je opaziti nekaj osnovnih značilnosti. Knjigarna Konzorcij ne vsebuje kavarne, ima manjšo površino in ne ponuja širokega izbora drugih, netiskanih vsebin. Razprostira se na 900 m2 površine in ponuja 50 000 naslovov. Njena osnovna dejavnost je knjigarniška prodaja vsakovrstne slovenske in tuje literature in tudi izdelkov, ki niso v knjižni obliki. To so na primer elektronski nosilci informacij, turistični zemljevidi, koledarji,... Poleg knjigotrške dejavnosti Knjigarna Konzorcij ponuja svojo ponudbo knjižnicam, prireja razstave, predstavitve, tiskovne konference ob izidih knjig, posreduje letne subskripcije za tujo strokovno in splošno periodiko (Naglas, maj 2006).

Veleknjigarne v Ameriki in tudi v Veliki Britaniji so večje kot Konzorcij. Če primerjamo to s povprečno ameriško veleknjigarno, je povprečna Bordesova veleknjigarna približno 2,5-krat večja. Tudi najmanjše veleknjigarne imajo na policah vsaj 10 000 naslovov več kot Konzorcij.

Slika 7: Logotip – http://www.najdi.si/search.jps?q=konzorcij&tab=multimedia&contenttype, 4.9.2007

5.3.1 Založba kot projektna organizacija

Za organizacijo in izvedbo izdaje knjig se zavzemata urednik in glavni urednik. Glavni urednik predvsem nadzira izvajanje nalog v proizvodnem in prodajnem oddelku ter sodeluje s finančnim oddelkom in upravo založbe, urednik pa sodeluje s tehničnim urednikom, prodajnim oddelkom in seveda z glavnim urednikom. Za uspešno delovanje takšne organizacije je pomembno, da se vodstvo posameznih organizacijskh enot zaveda pomena projekta in temu primerno deluje. Glede na značilnosti delovanja posamezne založbe lahko takšno organizacijo konkretnega projekta obravnavamo v okviru različnih formaliziranih organizacijskih struktur. Bodisi gre za funkcijsko matrično organizacijo v okviru matične projektne organizacijske strukture ali za vplivno projektno organizacijo v okviru projektne organizacijske strukture. Nastanek knjige je torej nujno vezan na usklajeno delo različnih oddelkov v založbi. Uprava preko svojih ciljev založbe določa:

- orientacijo strukture (zbirke, cene, prodaja in naslovi),
- osnovna vsebinska področja izdaj (beletristika, znanstvena fantastika,...) in
- ekonomske elemente (viri sredstev in hitrost obračanja sredstev,...). (Juričević,1987,39)

Za sprejem knjige v letni program je potrebno ovrednotiti predlog knjige v proizvodnem, prodajnem in finančnem oddelku. V proizvodnem oddelku pripravijo predkalkulacijo za izdajo knjige in ugotovijo možnost za tiskanje v predvidenem času.V prodajnem oddelku ocenijo možnost za prodajo predlagane knjige in skupno dobo prodaje. Za večje projekte pripravijo tudi raziskavo trga. Finančni oddelek ugotovi možnosti za financiranje predlagane knjige.

Postopek izbora knjige in uvrstitve v program se prične z mnenjem urednika in posledično z mnenjem enega ali več recenzentov. Urednik nato pripravi številne podatke o predlagani knjigi: višina cene, proizvodna cena, podatki o fotografijah in ilustracijah, o predvideni prodajni in trženjski strategiji, o podobnosti programov konkurence ipd. Nato predlog oceni s strani redakcije ter proizvodnega, prodajnega in finančnega oddelka. Potrditvi programa sledi pridobitev potrebnih avtorskih pravic. Priprava rokopisa za tisk se prične po javni objavi letnega programa. Če je rokopis v tujem jeziku, moramo najprej oskrbeti prevod in po potrebi priskerbeti komentarje ali predgovor, ki bralcu osvetli ozadje dogajanja ali teoretsko osnovo,

potrebno za razumevanje vsebine. Sledi strokovna vsebinska obdelava rokopisa in lektoriranje. Hkrati v tehničnem uredništvu pripravijo dopolnilno gradivo (ilustracije, grafikoni, tabele, zemljevidi) in knjigo grafično oblikujejo (Žnideršič,1982, 87). Včasih so v tiskarni opravili celotno tehnično izdelavo knjige. Danes je velik del tega procesa proizvodnje knjige dodeljen zaposlenim znotraj tehničnega uredništva. Tu pripravijo rokopis vključno s pripravo filma rokopisa, kar pomeni, da je v celoti končano tudi oblikovanje posamezne strani knjige. Tudi opremo knjige pripravijo do faze izdelave poskusnega odtisa (match print), ki predstavlja predlogo, iz katere v tiskarni neposredno izdelajo fotografije, platnice in ovitek knjige. Ko tiskarna prevzame rokopis, najprej izdela ozalid – poskusni odtis za besedilo, ki služi zadnji korekturi s strani založbe. V tehničnem uredništvu lahko naročijo tudi izdelavo makete, in sicer z namenom lažjega oblikovanja ovitka knjige. Sledijo tisk, vezava in ovijanje knjig v PVC zaščito. Knjige nato pošljejo v skladišče, v proizvodnem oddelku pa izdelajo finančni obračun knjige, ki je podlaga za dokončno opredelitev prodajne cene.

Knjiga je izdelek z visokimi stalnimi stroški. V primeru majhne naklade je njena maloprodajna cena visoka, saj velik del tega zneska zavzemajo proizvodni stroški. Glavne postavke proizvodne cene knjige predstavljajo avtorski honorarje, tiskarski stroški in stroški režije. Najverodostojnejši slovenski vir za področje ekonomike založništva in analize stroškov je še vedno knjiga z naslovom Knjiga in trg (Žnideršič, 1982).

Do plačila avtorskih honorarjev so upravičeni avtorji besedila, fotografij, risb ipd, kakor tudi prevajalec, lektor, korektor in ilustrator knjige. Prav tako sodijo sem storitve likovnega in grafičnega opremljevalca, v primeru, da je slednji zaposlen kot zunanji sodelavec. Odnose med avtorji in založbo ureja zakon o avtorskih pravicah. Glede časovne omejitve avtorskih pravic velja v Republiki Sloveniji spolšna določba o varstvu avtorskih pravic za čas avtorjevega življenja in 70 let po njem. Mednarodno varstvo temelji na Bernski konvenciji za varstvo književnih in umetniških del iz leta 1971 in na Svetovni konvenciji o avtorski pravici iz istega leta. Države podpisnice teh mednarodnih sporazumov so zavezane k obravnavi avtorjev drugih držav podpisnic pod enakimi pogoji, kot veljajo za domače avtorje (Zakon o avtorski in sorodnih pravicah, 1995).

Stroški tiska in vezave knjige so glede na delitev spremenljivih in stalnih stroškov podani v tabeli 1. Višina spremenljivih stroškov je odvisna od naklade posamezne knjige – večja naklada zahteva več denarnih sredstev. Stalni stroški se porazdelijo na posamezno proizvedeno enoto in torej z večjo naklado padajo.

Tabela 1: Stroški tiska in vezave glede na delitev spremenljivih in stalnih stroškov

Spremenljivi	Stalni
▪ tiskanje, ▪ reprodukcijski material za tiskanje (papir, tiskarska barva idr.), ▪ izdelovanje platnic, ▪ vse faze vezanja knjige, ▪ reprodukcijski material za vezavo (lepenka, prevlečni materiali idr.), ▪ ovijanje knjig v PVC papir.	▪ priprava tiskovine forme ali tiskovne plošče (montaža), ▪ izdelava tiskovne plošče, ▪ priprava tiskarskega stroja, ▪ priprava knjigoveznih strojev.

Vir: Žniderščič,1982, 141

V režijo založbe štejemo materialne stroške, stroške za storitve, stroške prodaje, stroške trženja, amortizacijo osnovnih sredstev, zakonske in pogodbene obveznosti, osebne dohodke zaposlenih itd. Glede na mesto nastanka jih lahko razdelimo na: splošne upravne stroške, splošne proizvodne stroške, stroške trženja in prodaje. Za posamezno knjigo lahko zajamemo le odstotek, izračunan na podlagi dejansko porabljenih režijskih stroškov v preteklem letu in načrta proizvodnih stroškov za celotno knjižno proizvodnjo v načrtovanem letu.

5.3.2 Redakcija

Redakcija kot posebna organizacijska enota v založbi združuje nekatere osnovne naloge glavnega urednika in urednika. Omogoča delovanje skupine, ki ovrednoti vsebino posamezne knjige kot literarne ali strokovne dobrine, in kot tržnega objekta, ki naj omogoči reprodukcijo proizvodnje. Vodja redakcije (glavni urednik) in urednik postaneta po odobritvi predloga s strani redakcije tim, ki vsak dan usklajuje strategijo in profil, družbene in dohodkovne kriterije ter delo pri posamezni izdaji knjig. Redakcija je zadolžena tudi za oblikovanje letnega ali dolgoročnega programa izdaj založbe, za postopke izbora knjige v program in predstavitev programov. (Juričević,1987, 69). Odobritev knjige s strani redakcije pomeni, da založba pristane na izvedbo zastavljenega projekta glede na določeno kakovost. S tem se zaveže, da je sposobna ponuditi ustrezno in zadostno delovno silo ter denarna sredstva za

zunanje sodelavce projekta. V primeru, da nastopi problem časovne razporeditve, založba mora za dobro kakovost žrtvovati dodatna denarna sredstva.

5.3.3 Zaposleni v založbi

Kovač je v svojem delu (Kovač,1999, 287) natančno opisal naloge in dolžnosti poglavitnih oseb, zaposlenih v založbi. Pri tem je za primer vzel angloameriško okolje, kjer je založništvo najbolj razvito oziroma ima največjo tradicijo. Hierarhična struktura postavlja na vrh založnika (publisher) ali generalnega direktorja. V prvem primeru gre za edinega ali največjega posameznega lastnika založbe; generalni direktor je oseba, ki je za finančne rezultate in celovitost programske politike založbe v celoti odgovoren lastnikom. Tik pod njim je glavni urednik, ki je založniku ali direktorju odgovoren za program založbe. On določa, na katera žanrska področja bo založba posegla, in se ukvarja z izborom posameznih knjig oziroma vodi, usmerja in nadzoruje posamezne programske urednike. Odgovoren je tudi za kadrovsko politiko uredništva, ki ga vodi. Njegova dolžnost je tesno sodelovanje s prodajnim in finančnim oddelkom in z uslužbenci, zadolženimi za urejanje avtorskih pravic. Programski urednik je odgovoren za finančno uspešnost knjig programa in za to, da je knjiga pripravljena v skladu z uredniškimi standardi založbe. Nekatere založbe imajo organizirane programske komiteje, v njih je poleg urednika prisotnih še nekaj uslužbencev prodajnega oddelka. Programski komite ima zadnjo besedo pri sestavi založniškega programa. Po uvrstitvi knjige v program mora urednik predstaviti knjigo trgovskim potnikom, mnenjskim vodjem področij, kamor sega knjiga, in novinarjem. Prepričati mora osebje prodajnega oddelka, da njegov naslov zasluži denar za promocijo, sodeluje pri oblikovanju ovitka knjige in skupaj z vodjo prodaje določi višino naklade in s tem višino proračuna za njeno promocijo. Večina programskih urednikov ima veliko svobode pri iskanju pravih naslovov, pri pogajanju z avtorji o višini honorarja, predujma in roku oddaje rokopisa. V okviru uredniškega oblikovanja knjige s programskim urednikom preveri strukturo in dolžino knjige, konsistentnost podajanja argumentov avtorja skozi vso knjigo in ustreznost naslova. S tem programski urednik prispeva, da avtor naredi knjigo, ki se bo kar najbolje prodajala in bo na jasen in najbolj učinkovit način izrazila avtorjeve ideje. Urednik mora obdelati rokopis: preveri jasnost rokopisa, zadostnost informacij, ustreznost organizacije besedila in primerno prilagojen jezik bralstvu, ki mu je knjiga namenjena. Lektor poišče slovnične in stavčne napake, preveri navedena dejstva, preveri pravilnost oštevilčenja pripomb ter pravilno

strukturiranje in sosledje odstavkov. Lektorske popravke avtor pregleda in označi, če se z njimi strinja ali ne, oziroma napiše nove popravke. Stavec poenoti rokopis s popravki, korektor pa preveri vnos popravkov. Avtor nato preveri korektorski izpis in označi napake, ki so po njegovem napake tiskarja, in dodatne spremembe, ki jih želi opraviti v besedilu. Urednik kot zadnji dobi v roke oba izpisa in preveri vse popravke.

5.4 Število izdanih naslovov knjig in brošur v Sloveniji v letu 2006

V letu 2006 je bilo izdanih 4.684 knjig in brošur, med temi 1.036 s področja leposlovja.

Več knjig in brošur v letu 2006 kot v letu 2005!

V letu 2005 je bilo izdanih 4.394 naslovov knjig in brošur, v letu 2006 pa se je to število povečalo za 6,6 % in je znašalo 4.684 naslovov (3.730 knjig in 954 brošur). Glede na izvor je bilo v letu 2006 70,6 % izvirnih del in 29,4 % prevodov, po vrsti izdaje pa 86,5 % prvih izdaj in 13,5 % ponatisov.

Tabela 2: Število naslovov knjig in brošur po izvoru ter izdaji, Slovenija, 2006

	Skupaj	Število naslovov		Po izvoru		Izdaja	
	Skupaj	knjige	brošure	izvirna dela	prevodi	prve izdaje	ponatisi
SKUPAJ	4.684	3.730	954	3.306	1.378	4.053	631

Vir: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?ID=1015, 5.9.2007

Od leta 1990, ko je bilo število izdanih naslovov v Sloveniji najnižje, okrog 1900, zasledujemo vse večjo rast. Kljub vse večjemu številu izdanih naslovov pa skupna naklada stagnira in ostaja na ravni približno šest milijonov izvodov. To pomeni, da so povprečne naklade vse manjše, približujejo se številu 1500 izvodov. Ekonomija obsega v nastajanju, zlasti tiskanju knjig je vse manj ugodna, če ne uničujoča. Ob zavidljivi produkciji (na

prebivalca kar trije izvodi), pa žal ugotavljamo, da je pomemben del knjig prodan šele po daljšem času, del pa seveda nikoli.

Ob vsem pozitivnem povečanju števila naslovov in vse večjih prodajnih naporih opažamo od leta 1995 stagnacijo knjižnega trga. V razvitem svetu, še posebej v ZDA, Veliki Britaniji, Skandinaviji, v zadnjih letih založništvo nadpovprečno raste. Kje tičijo vzroki za stagnacijo založniške panoge, medtem ko gospodarstvo Slovenije že vsa ta leta dosega rast? Ko se obrnemo k možnim razlogom za stagnacijo, jih najdemo nekaj, ki so bolj ali manj verjetni.

5.4.1 Možni razlogi za stagnacijo trga

Prvi razlog je izjemno povečanje ponudbe vsakršnih dobrin v zadnjih letih. S tem je povezan tudi neustrezen razvoj knjigarn, ki so zaradi boja za ekonomsko uspešnost propadle in začele intenzivneje poslovati z drugimi, dopolnilnimi proizvodi. Knjigarne se v obdobju zadnjih desetih let razen častnih izjem še zdaleč niso prilagodile razvoju in ponudbi drugih trgovinskih dejavnosti. Razlogi so v tem, da so s knjigami težko ekonomsko uspešne in da zato ne morejo uvajati novih oblik trženja, modernizirati poslovanja, dobiti in nagraditi knjigarjev niti obnoviti lokalov. Večina knjigarn je v mestnih središčih, kjer jih še dodatno obremenjujejo visoke najemnine. Lahko se zgodi, da bo ob zahtevnih ekonomskih merilih v mestih knjigarn vse manj. Mesta brez knjigarn pa so mesta brez duše in pomembnega, nezamenljivega kulturnega žarišča. Po drugi strani pa je pomembna tudi zavzeta in ustvarjalna vloga lastnikov knjigarn, zlasti pa knjigarjev. Brez njihove predanosti, pobude in iznajdljivosti ne bo prišlo do dolgoročne kakovostne rešitve.

Drugi krivec je razslojevanje prebivalstva in koncentracija kupne moči, kar se odraža tudi v prodaji knjig. Tako imenovani srednji sloj relativno nazaduje, v primerjavi z desetletjem nazaj je vse več ljudi, ki si danes privoščijo knjigo mnogo teže kot nekoč. Konkurenca novih medijev in drugačne izrabe prostega časa vse bolj izriva knjigo. Povečal se je efektivni čas, ki ga v povprečju porabimo na delu, preostanek prostega časa pa je pogosteje namenjen gledanju televizije, uporabi interneta in izjemno povečanemu obsegu revijalnega tiska - skratka stvarem, ki praviloma zahtevajo manjšo zbranost, a dajejo manjšo korist kot knjiga.

Pomemben dejavnik je upadanje števila rojstev. Imelo bo težke dolgoročne posledice za vso družbo, založniki, zlasti otroških knjig, se s tem problemom že srečujejo. Že tako majhen trg postaja vse manjši, je tudi kupcev otroških knjig. Na področju učbenikov vlada prava zmeda,

kakršne doslej še nismo poznali. Trditev, da je izdajanje učbenikov dober posel, že nekaj časa ne drži več. Založniki se danes bojijo, da jih bo popolnoma prost konkurenčni boj, ki vlada na tem področju, pripeljal do zloma večine ponudnikov in še naprej – do monopolizacije. Konkurenčnost je seveda dobrodošla, toda tako stihijska, škoduje predvsem založnikom.

Za del učbenikov, ki nimajo konkurence, so cene zamrznjene od leta 1992 in tako realno manjše za skoraj dve tretjini. Kljub velikemu upadanju cen pa so starši in javnost prepričani da so učbeniki predragi.

Pri prodaji učbenikov izgubljajo tudi knjigarji, saj založniki prodajajo učbenike velikokrat mimo knjigarn. Tako izgubijo veliko obiskovalcev, ki bi knjigarno obiskali vsaj v času sezone učbenikov, kar bi imelo pomemben vzgojni in demonstracijski učinek. K vsemu svoje pridajo še učbeniški skladi v šolah.

Ob vsem tem pa je v zadnjih letih slovenska knjižnična mreža naredila pomemben razvoj. Odprle so se številne knjižnice. Zato je tudi opaziti močno povečanje obiska in izposoje, kar je na vsak način hvalevredno.

Vendar dolgoročno gledano se lahko zgodi, da bo prišlo še do padanja naklad, vse višjih prodajnih cen in pospešenega odliva v knjižnice. Začarani krog bi vodil v zmanjševanje programov, osiromašenje ponudbe in celo do propada založb. Brez knjig bi navsezadnje ostali tudi knjižnice in bralci. Zato so umestna razmišljanja, da morajo založniki, avtorji in tudi knjižnice najti tak način delovanja, ki bo zagotavljal neprekinjen in bogat tok ustvarjalnosti od avtorjev,založnikov do bralcev – tudi prek knjižnic. Uveljaviti bi bilo treba nekakšno nadomestilo za večkratno uporabo knjig v knjižnicah. Doslej sta namreč avtor in založnik dobila svoj delež od prodane knjige v knjižnico le enkrat, čeprav je bila knjiga velikokrat prebrana in uporabljena. Ta problem rešujejo založniki oziroma avtorji videokaset – z višjo ceno za knjižnice, izposojevalnice, pa tudi z zamiki dajanja teh proizvodov v izposojo.

Največ nepravilnosti se dogaja pri fotokopiranju strokovne in učbeniške literature. Nekateri založniki menijo, da s nezakonitim fotokopiranjem izgubljajo celo 20 odstotkov svojih prihodkov. Po zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah je fotokopiranje dovoljeno, a strogo omejeno na lastno uporabo, in to le dela vsebine, sicer pa gre za kaznivo dejanje. Pri Združenju založnikov in knjigotržcev se ustanavlja večpartitna avtorska organizacija, ki bo

lahko prevzela vsa dogovarjanja o odstopu pravic, na primer za šole in za nadomestila ter njihovo razdelitev upravičencem.

5.5 Število izdanih leposlovnih knjig po literarnih zvrsteh v Sloveniji v letu 2006

Med leposlovnimi deli je največ romanov.

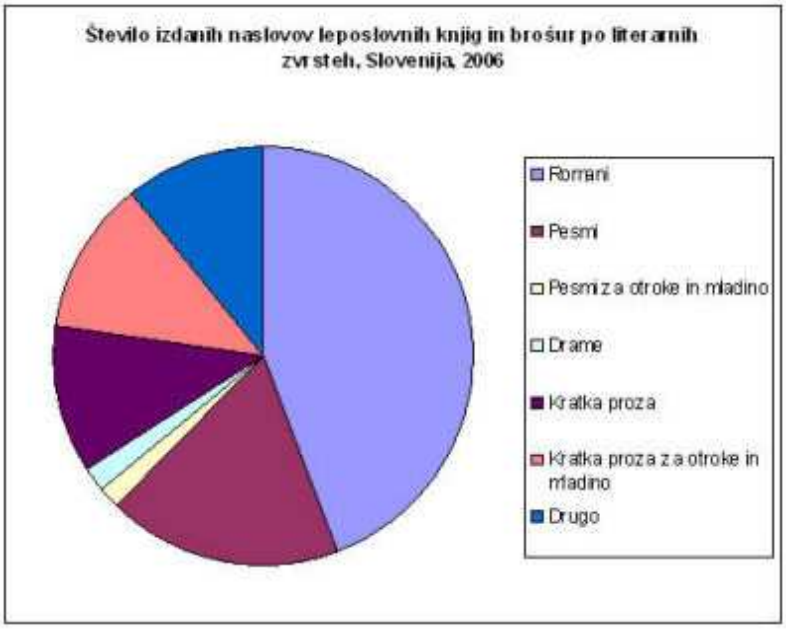
V letu 2006 je bilo izdanih 1036 naslovov leposlovja, kar je za 4,3 % več kot v letu 2005. Od skupnega števila naslovov leposlovja je bilo 493 ali 47,6 % slovenske književnosti in 543 ali 52,4 % tuje književnosti. Glede na zvrst je bilo med leposlovnimi deli največ romanov (44,2 % vsega leposlovja skupaj), sledijo kratka proza (23,3 %), pesmi (19,7 %), drame (2,0 %) in ostalo (10,8 %).

Tabela 3: Število izdanih naslovov leposlovnih knjig in brošur po literarnih zvrsteh, Slovenija, 2006

	Skupaj	Zvrsti						
		romani	pesništvo	pesništvo za otroke in mladino	drame	kratka proza	kratka proza za otroke in mladino	drugo
SKUPAJ	1036	458	186	18	21	118	123	112
Slovenska književnost	493	109	156	16	16	75	45	76
Tuja književnsot - skupaj	543	349	30	2	5	43	78	36

Vir: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?ID=1015, 6.9.2007

Graf 1: Število izdanih naslovov leposlovnih knjig in brošur po literarnih zvrsteh, Slovenija, 2006



Vir: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?ID=1015, 6.9.2007

5.6 Deset najbolj prodajnih knjig v knjigarnah MK avgusta 2007

V spodnji tabeli prikazujem deset najbolje prodajanih knjig v knjigarnah MK, avgusta 2007. Na prvem mestu je mladinska leposlovna knjiga v angleškem jeziku, za katero lahko rečemo, da je izredna uspešnica, saj je bila v ternutku razprodana in takoj ponatisnjena. Sledi knjiga Mira Simčiča Tito brez maske, na tretjem mestu je Labirint, Kate Moss.

Tabela 4: Deset najbolj prodajnih knjig v MK, avgusta 2007

	Naslov	Avtor
1	**Harry Potter and the Deathly Hallows**	**J.K. Rowling, Bloomsbury**
2	**Tito brez maske**	**Miro Simčič, MKZ**
3	**Labirint**	**Kate Moss, MKZ**
4	**Vrnitev v Barsaloi**	**Corrine Hofmann, Učila**
5	**Gozd obešenih lisic**	**Arto Paasilinna, MKZ**
6	**Sijaj mesečine**	**Lian Hern, MKZ**
7	**Don Camillo**	**Giovannino Guareschi, MKZ**
8	**V pajkovi mreži**	**James Patterson, MKZ**
9	**Zbogom, Afrika**	**Corrine Hofmann, Učila**
10	**Kaj nam pa morete!**	**Matjaž Frangež, samozaložba M. Frangež**

Vir: Naglas, avgust 2007

6. KULTURA IN TRGOVINA

Radi bi verjeli, da kultura in trgovina nimata nič skupnega; da kultura kroži in nastaja nekomercialno, podobno kot vse kultno in okultno; da nastaja postopoma, obvladno in z jamstvom oblasti.
Zaradi sodobne odprtosti družbe za ljudske kulture je slika bolj zapletena, vendar nespremenjena. Čeprav vsi drzno zatrjujejo, da so druge kulture enakovredne naši, se ločenost ohranja zaradi dejstva, da so »druge«; ko prenehajo biti »druge«, pa so »skomercializirane«. Kultura je drugost, ki si jo lastijo »kulturni« ljudje in skupine zagovornikov ljudskosti, ki so še vedno na robu kulturne metropole. Siva območja – radijske pesmi, limonade in celo folklorne predstave – so komercialna produkcija, nekultura.

Sodobna kultura se je rodila z revolucijo tiska. Zavrgla je tradicionalno meditacijo, bujno se razrašča na posameznikovem razodetju: branje bralcu razkrije njegov pomen. Stanje, ki ga imenujemo »kulturno«, pa še vedno pomeni nekaj povsem drugega, odvisnega od postopka , ki ni povezan z branjem. Sodobni razvoj – samostojno branje in komercialno objavljanje – je zdaj videti manj kulturno kot posredovanje šolskega znanja, ki je bilo v srednjem veku še hierarhično.

Ali obstaja tudi nekomercialna trgovina? Če verjamemo antropologom, je vedno obstajala. Trgovina se je začela kot dialog: plemenska izmenjava (pred razvojem trgovine ali kupovanja in prodajanja) je bila izmenjava pogovora. Še zdaj domačini, nočejo prodajati ljudem, ki jim ne ugajajo, in takim, ki se nočejo pogajati ali barantati. V sebi ne vidijo prodajnih avtomatov; ne menjajo predmetov za denar mehanično, temveč se ukvarjajo z dialogom.

6.1 Trgovina s knjigami

Trgovino s knjigami in na splošno vso trgovino, ki se ima za nekaj vzvišenega nad trgovanjem (zadruge, komune, državne prodajalne), spodkopava slaba vest. Trgovina s knjigami izvira v templjih in se odmika od njih; nastajala je sočasno z revolucijo trgovine in bila predhodnica industrijske revolucije (knjiga je bila eden prvih rokodelskih izdelkov, ki so

se z normiranjem pocenili); podpira samostojno razodetje, ki ga je zagovarjal protestantizem (ta je odpravil prodajo odpustkov, iz Svetega pisma pa napravil uspešnico), pa tudi francoska revolucija, za katero bi lahko rekli, da se je začela s prodajo enciklopedij (Robert Darnton: Trgovina razsvetljenstva: Založniška zgodovina francoske Enciklopedije 1775 – 1800).

Vsa trgovina je pogovor: z drugimi besedami, to je kultura, ki ji nenehno grozi nevarnost, da se bo sprevrgla v blebetanje.
Primerjanje knjig z drugimi sredstvi množične komunikacije je razumljivo iz več razlogov: prodamo jih lahko v milijonih izvodov; namenjene so anonimnim bralcem; so industrijski izdelek, ki preslikava in razmnožuje simboli; v zgodovini stojijo na začetku razvoja, ki mu lahko sledimo od Gutenbergovega Svetega pisma v petnajstem stoletju do radia, televizije in digitalnih nosilcev v 21. stoletju. (Zaid,2006, 48).

7. DRŽAVNA PODPORA KNJIGI

Kelvin Smith v članku »Publisher and the Public: Governmental Support in Europe« (Smith, K., 2004) navaja tri osnovne modele podpore knjigi, ki jih izvajajo evropske države:

- angleški model s tremi temeljnimi elementi, »net book agreement«, nično stopnjo davka na knjigo in pravico do javnega posojanja,
- švedski model s podporo avtorjem, založnikom in knjigarnam,
- francoski model, ki državno podporo usmerja v vse člene verige knjige.

Po Smithu je to iskanje ravnotežja med podpiranjem kreativnosti, produkcije, promocije in branja ključno za razumevanje kulturnih politik posameznih držav in obenem temeljni razlog za različnost njihovih pristopov, ki so pogojeni z velikostjo knjižnega trga, tradicijo založništva v posameznih državah in položajem kulture na splošno. Že ta površinska primerjava posameznih modelov državne podpore knjigi v evropskih državah kaže na specifične in zelo heterogene kulturne politike.

Kulturnopolitični cilji na področju knjige so v Sloveniji osredotočeni na optimiranje delovanja celotne knjižne verige, kar pomeni, da so državne podpore deležni tako avtorji, založniki, knjižnice in knjigarne kot tudi izvajalci programov in projektov s področja razvijanja bralne kulture. Kot je pokazala analiza stanja na področju knjige leta 2002, ki jo je izvajalo Ministrstvo za kulturo, zgolj takšen pristop zagotavlja trajnostni razvoj knjige, pa naj si potem predstavljamo razvoj same ustvarjalnosti, založniške produkcije in razvoj bralne kulture. V ta namen je slovenska kulturna politika razvila različne oblike in inštrumente podpore posameznim členom verige knjige.

7.1 Oblike podpore in financiranja področja knjige, ki jo izvaja Ministrstvo za kulturo

Neposredne oblike podpore knjigi, ki jo izvaja Ministrstvo za kulturo, se nanašajo na:

- izdajanje knjig s področja leposlovja in humanistike,
- izdajanje leposlovnih knjig za otroke in mladino,

- izdajanje revij s področja leposlovja, kulture in humanistike,
- izdajanje otroških in mladinskih revij s kulturnimi vsebinami,
- zahtevnejše večletne knjižne projekte,
- mednarodno dejavnost na področju založništva (sejmi, izmenjave, konference,…),
- prevajanje del slovenskih avtorjev v tuje jezike,
- literarne festivale,
- razvijanje bralne kulture,
- izvirno slovensko slikanico (»Rastem s knjigo«),
- izvirno mladinsko leposlovje (»Rastem s knjigo«),
- razvoj knjigarniške mreže,
- nacionalno promocijo slovenskega leposlovja in humanistike na knjižnih sejmih v Bologni, Leipzigu in Frankfurtu,
- avtorje in prevajalce s področja leposlovja in humanistike (delovne štipendije),
- knjižnično nadomestilo,
- izobraževanje na področju knjige.

Navedene oblike podpore dopolnjujejo cilji, ki so vezani na številna ostala področja kulture, ki so v pristojnosti ministrstva. To pomeni, da se znotraj Ministrstva za kulturo na področjih kulturne dediščine, vizualnih umetnosti, glasbe, narodnosti in manjšin, Slovencev, ki živijo zunaj RS (do prenosa področja na pristojni urad konec leta 2005), na področju medijev, ljubiteljske kulture in drugod namenja proračunska sredstva za izdajanje knjig in revij, pomembnih za razvoj teh področij, najsibo s strokovnega, izobraževalnega, dokumentarnega ali promocijskega vidika. Že na tej točki lahko ugotovimo, da je področje knjige integralni del kulturnopolitičnih ciljev na vseh posamičnih področjih kulture, sorazmerno s tem pa je z vidika kulture knjigi pripoznan širok javni interes.

Čeprav bomo v nadaljevanju osredotočeni na neposredno podporo založniški produkciji, se zdi nujno vsaj navesti oblike podpor ministrstva, ki se nanašajo na sofinanciranje splošnih knjižnic. Njihov položaj pomembno vpliva na položaj celotne založniške panoge. Pri tem velja poudariti, da so glavni financer splošnih knjižnic lokalne skupnosti, ki so za njihovo delovanje v letu 2004 namenile 79,95% vseh sredstev, medtem ko je država prispevala 11,37%. Ne gre pa pozabiti, da sistem slovenske bibliografije kot del knjižnične javne službe

zagotavlja temeljno preglednost nad slovensko knjižno produkcijo in njeno ohranjanje. Podpora knjižnicam ministrstva za kulturo tako vključuje:

- sofinanciranje nabave knjižničnega gradiva,
- sofinanciranje IKT opreme za splošne knjižnice,
- sofinanciranje projektov splošnih knjižnic,
- sofinanciranje programov posebnih nalog območnih knjižnic,
- sofinanciranje Narodne in univerzitetne knjižnice.

7.2 Postopki financiranja

Potreba po ciljnih oblikah podpore posameznim segmentom verige knjige je imela za posledico, da je bilo v letih 2004 in 2005 na Ministrstvu za kulturo letno izvedenih osem postopkov financiranja na področju knjige, v letu 2006 deset, medtem ko sta bila v letu 2003 izvedena zgolj dva postopka (programski in projektni razpis). Za doseganje kulturnopolitičnih ciljev glede posameznih segmentov verige knjige je namreč ključno, da se natančno opredelijo področja posameznega razpisa, da se nato splošni in posebni pogoji in kriteriji, vezani na konkretno področje ter tudi morebitni specifični postopki glede na izvedbo projektov in njihovo financiranje (eno ali večletnost, dejavnosti, ki so predmet sofinanciranja, upravičeni stroški pri financiranju itd.). Prav to je razlog, da se je število razpisov povečalo, saj tako različnih vsebin ni bilo več možno kvalitetno postopkovno zaobseči in izvajati znotraj obstoječih razpisov, ki so bili prvenstveno ukrojeni po meri financiranja knjižne in revijalne produkcije. Po drugi strani so ciljni razpisi na podlagi konkretnim vsebinam prilagojenih pogojev in kriterijev omogočili večjo kvaliteto odločanja o predlaganih projektih. Dejstvo je torej, da lahko kulturna politika preko ciljnih razpisov neposredno in izrecno zasleduje svoje prioritete in tako maksimira doseganje ciljev, ki si jih zadaja. Skladno z načelno usmeritvijo ministrstva glede upoštevanja celotne verige knjige so s spodaj navedenimi postopki pokriti vsi navedeni segmenti verige knjige, ki se skladajo z javnim interesom na področju kulture.

7.2.1 Izvedeni postopki na področju knjige

Leto: 2003

- Javni razpis za sofinanciranje javnih kulturnih programov

- Javni razpis za sofinanciranje kulturnih projektov

Leto: 2004

- Javni poziv za sofinanciranje javnih kulturnih programov za obdobje 2004 – 2006
- Javni razpis za sofinanciranje kulturnih projektov s področja umetnosti in knjige
- Ciljni javni razpis za sofinanciranje dejavnosti knjigarn
- Ciljni javni razpis za sofinanciranje večletnih založniških projektov za obdobje 2004 – 2006
- Ciljni javni razpis za izbor izvajalcev projekta »Rastem s knjigo: izvirno slovensko slikanico vsakemu novorojencu«
- Ciljni javni razpis za sofinanciranje za izbor izvajalcev na področju podeljevanja delovnih štipendij iz naslova knjižničnega nadomestila
- Ciljni javni razpis za sofinanciranje poklicnega usposabljanja na področju kulture
- Izvedba knjižničnega nadomestila iz naslova izposoj v splošnih knjižnicah

Leto: 2005

- Poziv za sofinanciranje javnih kulturnih programov za obdobje 2004 – 2006
- Javni razpis za sofinanciranje kulturnih projektov s področja umetnosti in knjige
- Ciljni javni razpis za sofinanciranje dejavnosti knjigarn
- Poziv izvajalcem za sofinanciranje večletnih založniških projektov 2004 – 2006
- Ciljni javni razpis za izbor izvajalcev projekta »Rastem s knjigo: izvirno slovensko slikanico vsakemu novorojencu«
- Poziv izvajalcem za sofinanciranje na področju podeljevanja delovnih štipendij iz naslova knjižničnega nadomestila za obdobje 2004 – 2006
- Ciljni javni razpis za sofinanciranje poklicnega usposabljanja na področju kulture
- Izvedba knjižničnega nadomestila iz naslova izposoj v splošnih knjižnicah

Leto: 2006

- Poziv za sofinanciranje javnih kulturnih programov za obdobje 2004 – 2006
- Javni razpis za sofinanciranje kulturnih projektov
- Ciljni javni razpis za sofinanciranje dejavnosti knjigarn
- Poziv izvajalcem za sofinanciranje večletnih založniških projektov 2004 – 2006
- Ciljni javni razpis za izbor izvajalcev projekta »Rastem s knjigo: izvirno slovensko slikanico vsakemu novorojencu«

- Poziv izvajalcem za sofinanciranje na področju podeljevanja delovnih štipendij iz naslova knjižničnega nadomestila za obdobje 2004 – 2006
- Ciljni javni razpis za sofinanciranje poklicnega usposabljanja na področju kulture
- Izvedba knjižničnega nadomestila iz naslova izposoj v splošnih knjižnicah
- Ciljni javni razpis za izbor izvajalcev projekta »Rastem s knjigo: izvirno mladinsko delo vsakemu sedmošolcu«
- Ciljni javni razpis za izbor izvajalcev nacionalnih predstavitev slovenskega leposlovja in humanistike na knjižnih sejmih v Frankfurtu, Leipzigu in Bologni

Predpogoj za takšno prestrukturiranje državne podpore knjigi je zagotovitev ustreznih sredstev. Znano je, da so sredstva za založništvo od leta 1991 do leta 2003 padla s 4,97% na 2,52% proračuna Ministrstva za kulturo, pri čemer je denimo v letu 1999 ta delež še vedno znašal 4,16%, leta 2000 pa le še 3,45%. Leta 2003 so del financiranja založniške dejavnosti prevzela druga področja kulture (muzeji, glasba, vizualne umetnosti), ki so skladno z definiranjem javnega interesa na svojih področjih lahko tudi bolj kvalitetno odločala o podpori knjižni in revijalni produkciji, ki je zanje pomembna. Ker je bilo tudi to financiranje dotlej vezano na »založniške postavke«, je tako prišlo na njih do določene razbremenitve in večjega financiranja založniških programov. Vendar so bile dejanske potrebe po financiranju založništva vseskozi veliko večje, pri čemer velja upoštevati tudi dejstvo, da je bila podpora do leta 2003 namenjena praktično izključno založniški produkciji. Trend padanja se je končal leta 2004, ko so sredstva za založništvo zgolj na založniških postavkah dosegla 3,28% znotraj celote proračuna. (Blatnik,2007,15-17).

8. ANALIZA ZALOŽENOSTI SLOVENSKIH KNJIGARN

8.1 Izdelava vprašalnika

Za raziskavo z naslovom Analiza založenosti slovenskih knjigarn sem se odločila zato, ker se dnevno srečujem s knjigami in sem neposredno povezana s knjižnim trgom.
Za vprašalnik sem sestavila vprašanja, za katera menim, da so zelo pomembna za zaposlene v knjigarnah in vse vrste kupcev. Vsebuje 17 vprašanj, ki se navezujejo predvsem na založenost v slovenskih knjigarnah, kakšna je njihova splošna ponudba in kaj potencialni kupci menijo, kakšne so naše knjigarne. Sledijo vprašanja, ali imajo kupci dovolj informacij o knjigah in na kakšen način bi jih želeli dobivati. Na koncu vprašalnika pa so splošna vprašanja namenjena spolu, starosti in izobrazbi anketiranih.

8.2 Izvedba anketiranja

Anketo sem opravila v avgustu in septembru 2007. Anketirala sem 100 naključno izbranih fizičnih oseb v Ptuju, Mariboru in Ljubljani. Rezultate ankete sem statistično obdelala in jih prikazujem v obliki grafov v naslednjem poglavju.

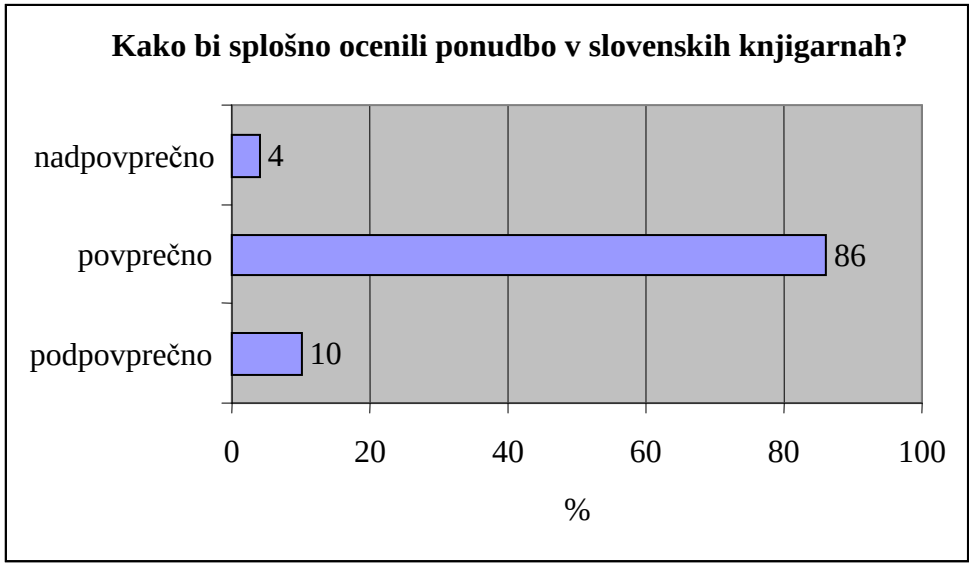
8.3 Analiza in obdelava podatkov ter predstavitev rezultatov

Na prvo postavljeno vprašanje glede ponudbe v slovenskih knjigarnah so anketiranci s kar 86 % odgovorili, da je ponudba povprečna, 10 % jih je mnenja, da je ponudba podpovprečna in le 4 % vprašanih meni, da je ponudba nadpovprečna.

Tabela 1: Ocena anketirancev ponudbe v slovenskih knjigarnah

	Kako bi splošno ocenili ponudbo v slovenskih knjigarnah? (v %)
podpovprečno	10
povprečno	86
nadpovprečno	4

Graf 1: Ocena ponudbe v slovenskih knjigarnah



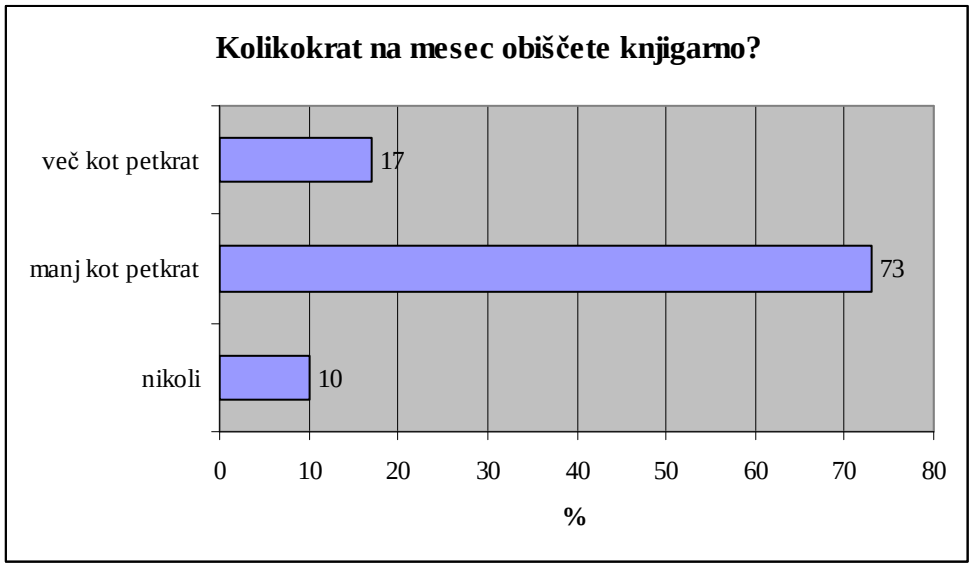
Vir: Lastna raziskava, 2007

Največ anketirancev obišče knjigarno manj kot petkrat na mesec (73 %), več kot petkrat jo obišče 17 % in 10 % vprašanih knjigarne ne obišče nikoli (tabela 2).

Tabela 2: Mesečni obisk knjigarne

	Kolikokrat na mesec obiščete kakšno knjigarno? (v %)
nikoli	10
manj kot petkrat	73
več kot petkrat	17

Graf 2: Mesečni obisk knjigarne



Vir: Lastna raziskava, 2007

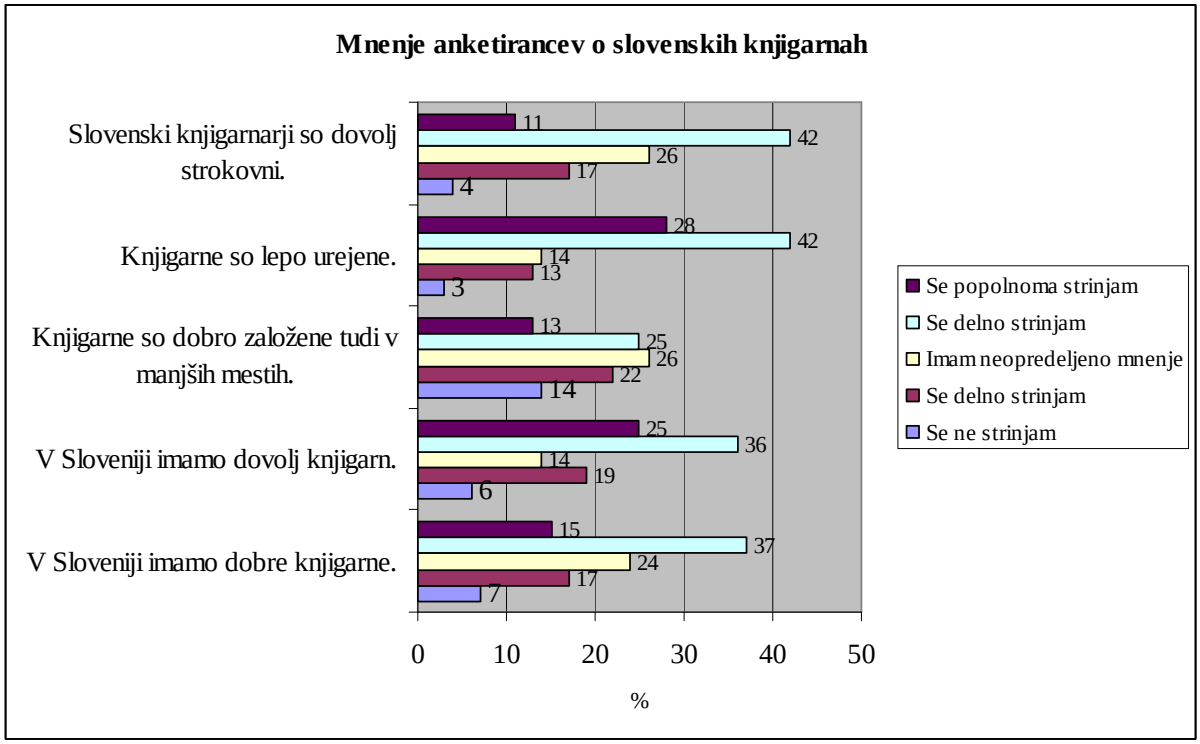
V nadaljevanju ankete so anketiranci izrazili svoje mnenje glede kvalitete, razširjenosti, založenosti, urejenosti knjigarn in strokovnosti knjigarnarjev. Kot je razvidno iz spodnjega grafa, se večina anketirancev delno strinja z vsem trditvami, razen glede založenosti v manjših mestih. V tem primeru jih ima večina neopredeljeno mnenje.

Tabela 3: Mnenje anketirancev o slovenskih knjigarnah

(v %)

Trditve	Se ne strinjam	Se delno strinjam	Imam neopredeljeno mnenje	Se delno strinjam	Se popolnoma strinjam
V Sloveniji imamo dobre knjigarne.	7	17	24	37	15
V Sloveniji imamo dovolj knjigarn.	6	19	14	36	25
Knjigarne so dobro založene tudi v manjših mestih.	14	22	26	25	13
Knjigarne so lepo urejene.	3	13	14	42	28
Slovenski knjigarnarji so dovolj strokovni.	4	17	26	42	11

Graf 3: Mnenje anketirancev o slovenskih knjigarnah



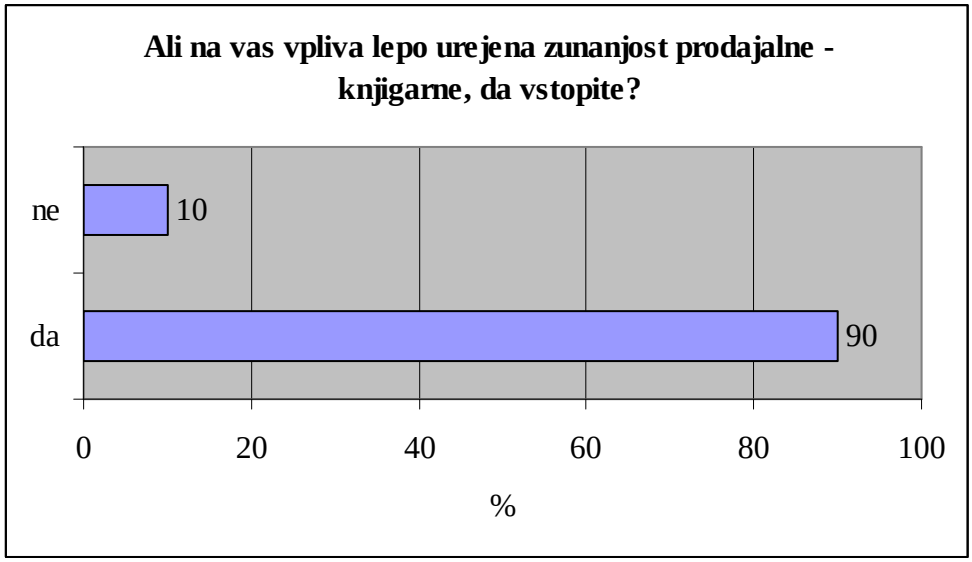
Vir: Lastna raziskava, 2007

Pri četrtem vprašanju, ali na anketirance vpliva lepo urejena zunanjost prodajalne – knjigarne, jih je pritrdilno odgovorilo kar 90 %.

Tabela 4: Vpliv zunanje urejenosti knjigarne na kupca

	Ali na vas vpliva lepo urejena zunanjost prodajalne – knjigarne, da vstopite? (v %)
da	90
ne	10

Graf 4: Vpliv zunanje urejenosti knjigarne na kupca



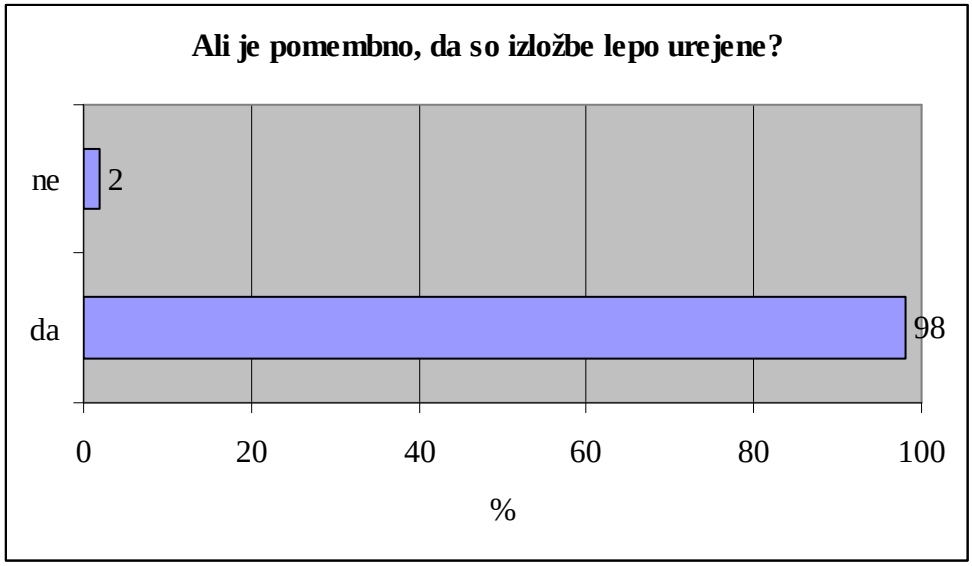
Vir: Lastna raziskava, 2007

Tudi glede urejenosti izložb je velika večina anketiranih (98 %) odgovorila, da je zanje urejenost izložb pomembna.

Tabela 5: Pomembnost urejenosti izložbe

	Ali je pomembno, da so izložbe lepo urejene? (v %)
da	98
ne	2

Graf 5: Pomembnost urejenosti izložbe



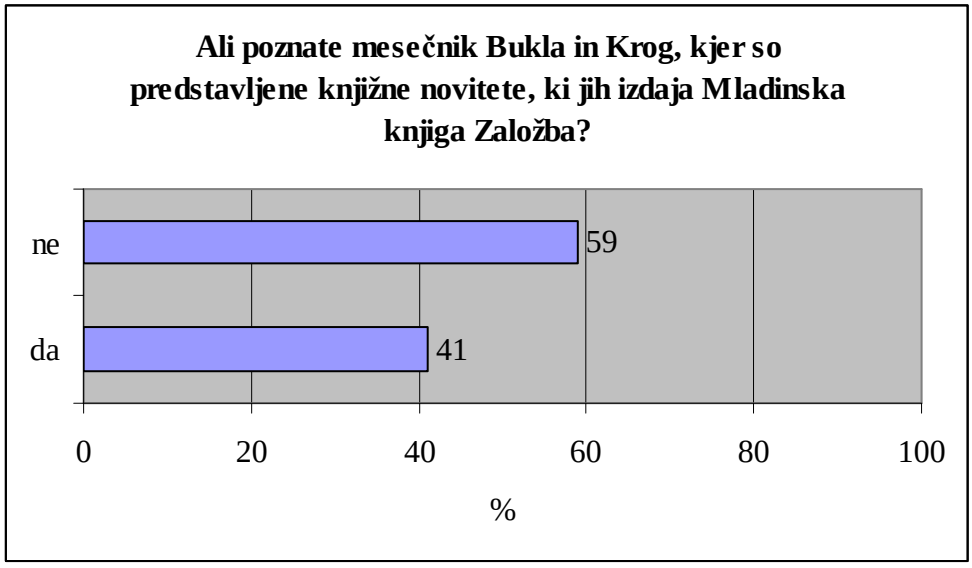
Vir: Lastna raziskava, 2007

Na šesto vprašanje, ali poznate mesečnika Bukla in Krog, ki jih izdaja Mladinska knjiga Založba, sem dobila presenetljive odgovore, saj sem pričakovala, da več ljudi pozna omenjena mesečnika. Iz analize pa je razvidno, da skoraj 60 % vprašanih mesečnikov sploh ne pozna.

Tabela 6: Poznavanje anketirancev mesečnikov Bukla in Krog

	Ali poznate mesečnika Bukla in Krog, kjer so predstavljene knjižne novitete, ki jih izdaja Mladinska knjiga Založba? (v %)
da	41
ne	59

Graf 6: Poznavanje anketirancev mesečnikov Bukla in Krog



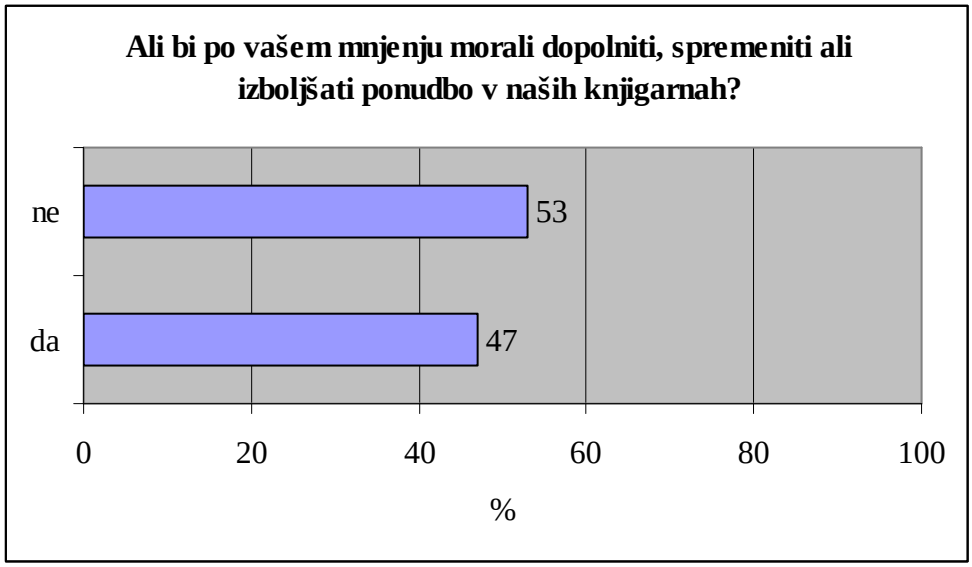
Vir: Lastna raziskava, 2007

Presenetljiv odgovor sem dobila tudi pri naslednjem vprašanju, saj več kot polovica anketiranih meni, da je trenutna ponudba v naših knjigarnah zadovoljiva.

Tabela 7: Mnenje anketirancev o dopolnitvi oz. spremembi v naših knjigarnah

	Ali bi po vašem mnenju morali dopolniti, spremeniti ali izboljšati ponudbo v naših knjigarnah? (v %)
da	47
ne	53

Graf 7: Mnenje anketirancev o dopolnitvi oz. spremembi v naših knjigarnah



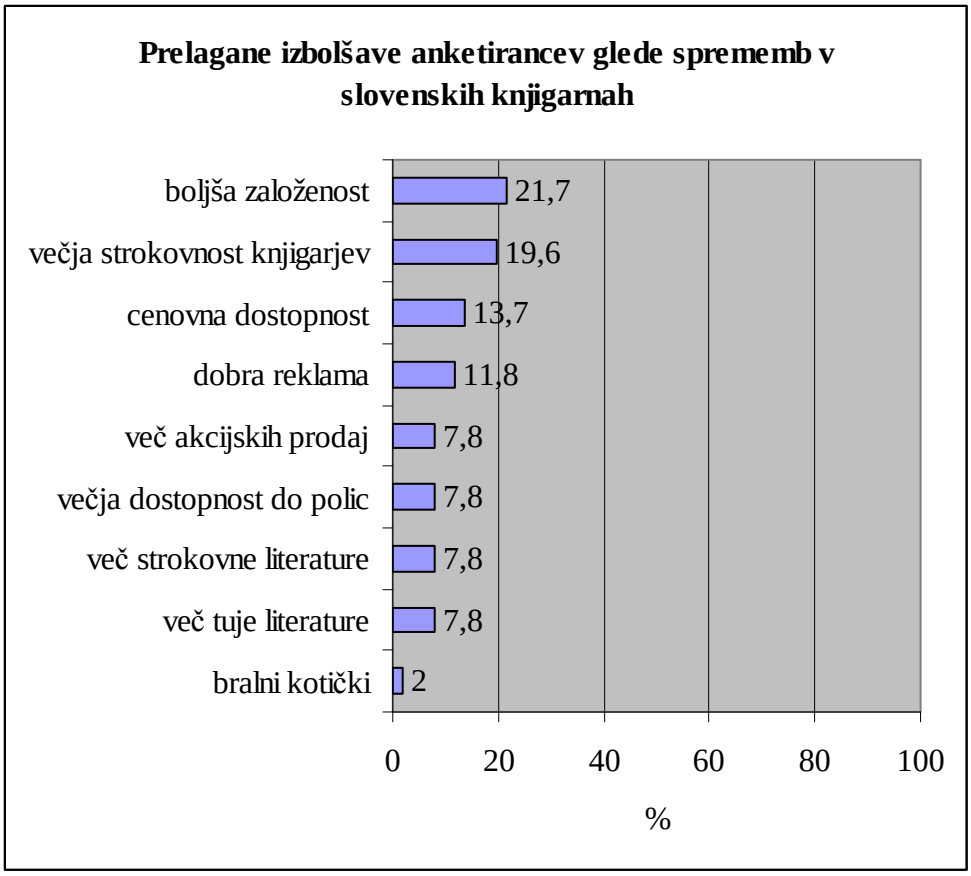
Vir: Lastna raziskava, 2007

Z osmim vprašanjem sem želela izvedeti, katere izboljšave na področju ponudbe naših knjigarn bi anketiranci predlagali. Povedati moram, da na to vprašanje velika večina vprašanih sploh ni odgovorila, tisti, ki pa so odgovorili, so najpogosteje predlagali boljšo založenost (21,7 %), večjo strokovnost knjigarnarjev (19,6 %), cenovno dostopnost (13,3 %) in dobro reklamo (11, 8 %). Sledijo štirje odgovori s 7,8 % deležem, ki knjigotržcem predlagajo akcijske prodaje, boljšo dostopnost do polic, več strokovne in več tuje literature. Le 2 % vprašanih je predlagalo bralne kotičke v knjigarnah.

Tabela 8: Predlagane izboljšave anketirancev glede sprememb in ponudbe v naših knjigarnah

	Katere vrste izboljšav bi predlagali v slovenskih knjigarnah? (v %)
boljša založenost	21,7
večja strokovnost knjigarjev	19,6
cenovna dostopnost	13,7
dobra reklama	11,8
več tuje literature	7,8
več strokovne literature	7,8
večja dostopnost do polic	7,8
več akcijskih prodaj	7,8
bralni kotički	2

Graf 8: Predlagane izboljšave anketirancev glede sprememb in ponudbe v naših knjigarn



Vir: Lastna raziskava, 2007

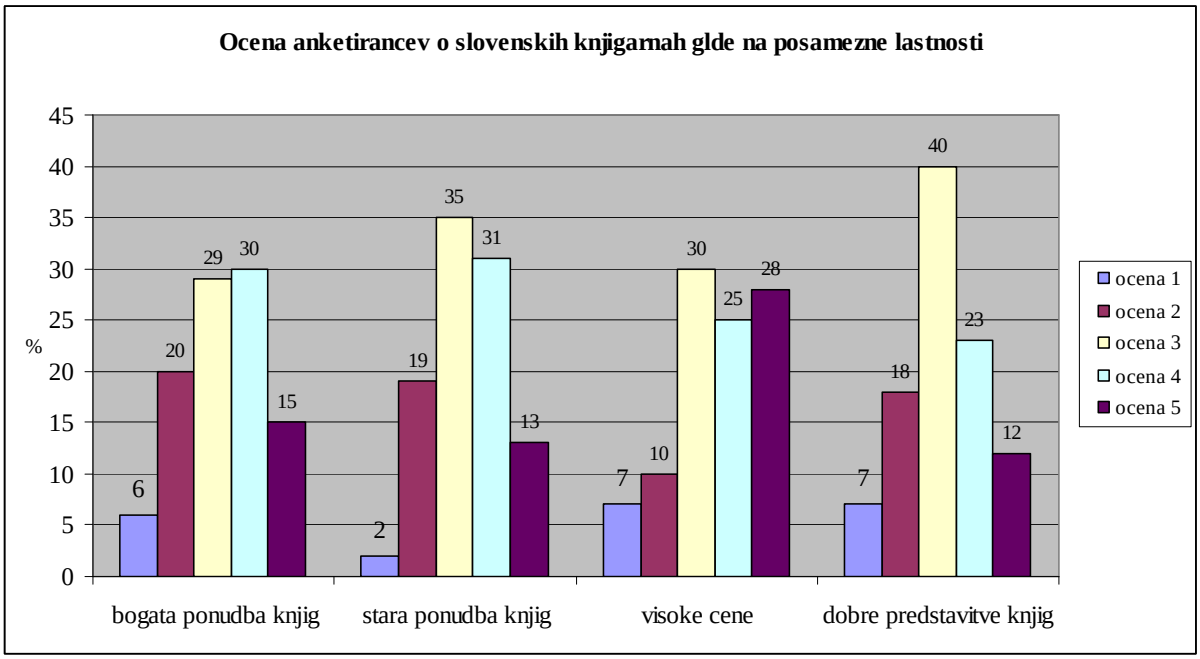
Iz tabele devet lahko vidimo ocene anketirancev o slovenskih knjigarnah glede na obseg, aktualnost ponudbe, glede na cene in predstavitve knjig. Večina vprašanih je glede na posamezne lastnosti pripisala povprečno oceno tri.

Tabela 9: Ocena anketirancev o slovenskih knjigarnah glede na posamezne lastnosti

(v %)

Ocena od 1 – 5	1	2	3	4	5
bogata ponudba knjig	6	20	29	30	15
stara ponudba knjig	2	19	35	31	13
visoke cene	7	10	30	25	28
dobre predstavitve knjig	7	18	40	23	12

Graf 9: Ocena anketirancev o slovenskih knjigarnah glede na posamezne lastnosti



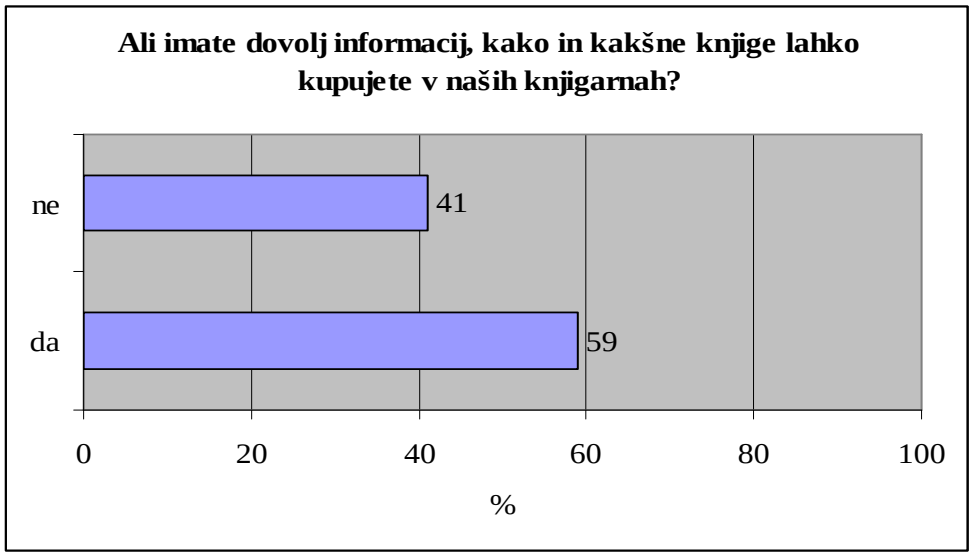
Vir: Lastna raziskava, 2007

Glede informacije, kako in kakšne knjige lahko kupujemo v naših knjigarnah, jih 59 % vprašanih meni, da ima informacij dovolj in 41 %, da ima informacij premalo.

Tabela 10: Odgovori anketirancev glede informacij, kako in kakšne knjige lahko kupujejo v naših knjigarnah

	Ali imate dovolj informacij, kako in kakšne knjige lahko kupujete v naših knjigarnah? (v %)
da	59
ne	41

Graf 10: Odgovori anketirancev glede informacij, kako in kakšne knjige lahko kupujejo v naših knjigarnah



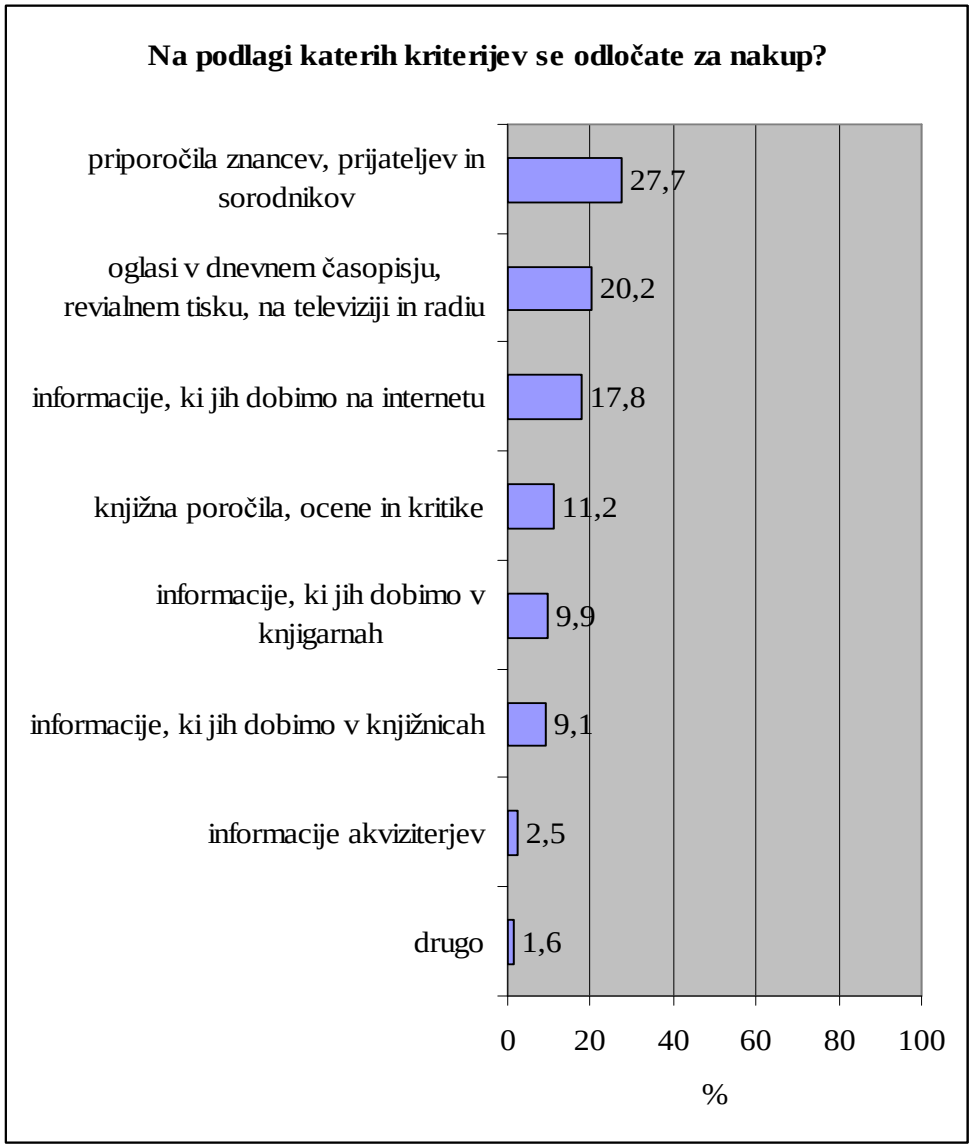
Vir: Lastna raziskava, 2007

Kot je razvidno iz spodnje tabele Slovenci, največkrat kupujemo knjige po priporočilu znancev (27,7 %), zaradi oglasov (20,2 %) in pridobljenih informacij na internetu (17,8 %). Informacije, ki jih dobimo v knjigarnah, pa dosegajo le 9,9 % delež.

Tabela 11: Kriteriji, na osnovi katerih se anketiranci odločajo za nakup

	Na podlagi katerih kriterijev se odločate za nakup? (v %)
priporočila znancev, prijateljev in sorodnikov	27,7
oglasi v dnevnem časopisju, revialnem tisku, na televiziji in radiu	20,2
informacije, ki jih dobimo na internetu	17,8
knjižna poročila, ocene in kritike	11,2
informacije, ki jih dobimo v knjigarnah	9,9
informacije, ki jih dobimo v knjižnicah	9,1
informacije akviziterjev	2,5
drugo	1,6

Graf 11: Kriteriji, na osnovi katerih se anketiranci odločajo za nakup



Vir: Lastna raziskava, 2007

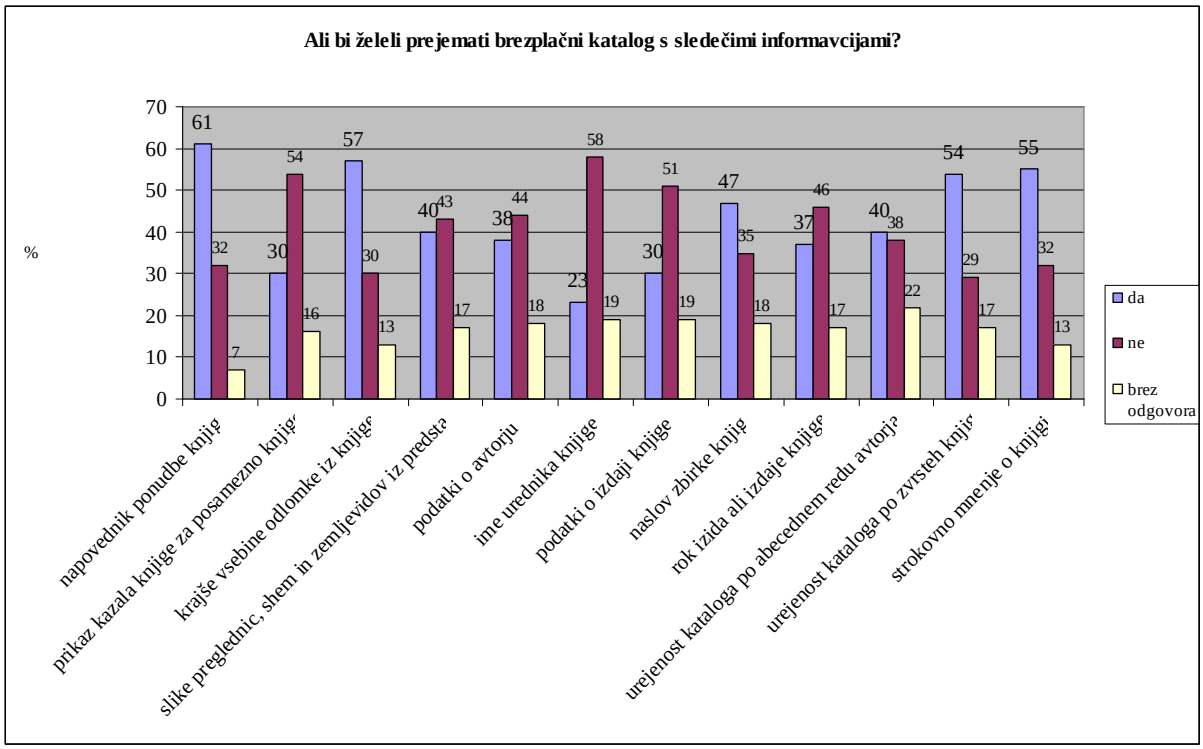
Rezultati ankete na vprašanje, ali bi želeli prejemati brezplačni katalog, iz katerega bi bile razvidne informacije o knjigah, so prikazani v tabeli 12. Najbolj zaželeni podatki so: napovednik ponudbe knjig (61 %), krajše vsebine ali odlomki iz knjig (57 %) in strokovno mnenje (55 %).

Tabela 12: Želja anketirancev o prejemanju brezplačnega kataloga, ki bi vseboval različne informacije

(v %)

Ali bi želeli prejemati brezplačni katalog z naslednjimi informacijami?			
	da	ne	brez odgovora
napovednik ponudbe knjig	61	32	7
prikaz kazala knjige za posamezno knjigo	30	54	16
krajše vsebine ali odlomke iz knjige	57	30	13
slike preglednic, shem in zemljevidov iz predstavljenih knjig	40	43	17
podatki o avtorju	38	44	18
ime urednika knjige	23	58	19
podatki o izdaji knjige	30	51	19
naslov zbirke knjig	47	35	18
rok izida ali izdaje knjige	37	46	17
urejenost kataloga po abecednem redu avtorja	40	38	22
urejenost kataloga po zvrsteh knjig	54	29	17
strokovno mnenje o knjigi	55	32	13

Graf 12: Želja anketirancev o prejemanju brezplačnega kataloga, ki bi vseboval različne informacije



Vir: Lastna raziskava, 2007

Pri vprašanjih od 13 do 17 so me zanimali podatki o vprašanih, zajetih v anketo. Grafi kažejo, da je bilo v anketo zajetih 67 % žensk in 33 % moških. 53 % jih živi na vasi, 47 % pa v mestu. Največ anketiranih je bilo starih do 18 do 25 let (36 %), sledita razreda od 34 do 41 let in od 42 do 49 let, ki dosegata 15 %, takoj za tem sledi razred od 50 do 57 let (s 13 %) in razred nad 58 let z 9 %, najmanj vprašanih pa je bilo starih pod 18 let (le 4 %). Graf 16 kaže dokončano izobrazbo vprašanih. Iz njega je razvidno, da je večina anketiranih končala srednjo šolo (55 %), sledijo višje, visoko in univerzitetno izobraženi (31 %), poklicno šolo je končalo 7 % vprašanih, osnovno šolo 4 %, najmanj pa jih je končalo podiplomski študij (le 3 %). Pri zadnjem vprašanju so anketiranci ocenili svoj mesečni dohodek glede na slovensko povprečje. Kar 61 % vprašanih meni, da imajo povprečen osebni dohodek, 28 % pravi, da je njihov osebni dohodek nižji od povprečja, 9 % ocenjuje svoj mesečni dohodek višji od povprečja in 2 % vprašanih je brez dohodka.

Tabela 13: Spol anketirancev

(v %)

Spol	
ženski	67
moški	33

Graf 13: Spol anketirancev

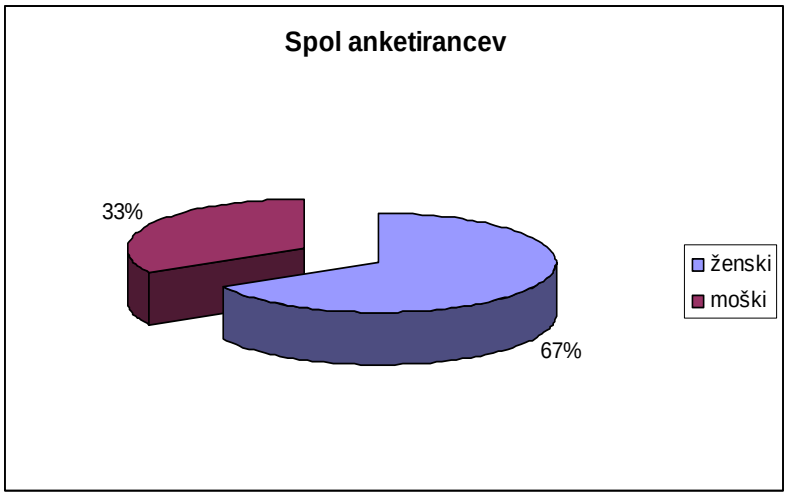


Tabela 14: Stalno prebivališče anketirancev

(v %)

Kraj stalnega prebivališča	
mesto	47
vas	53

Graf 14: Stalno prebivališče anketirancev

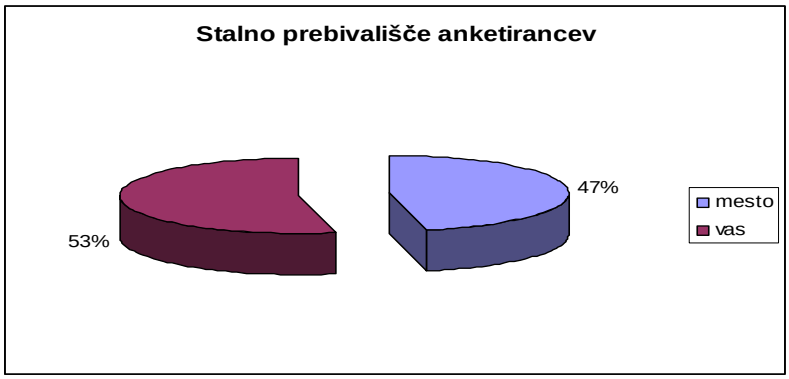


Tabela 15: Starost anketirancev

(v %)

Starost	
do 18 let	4
od 18 do 25 let	36
od 26 do 33 let	8
od 34 do 41 let	15
od 42 do 49 let	15
od 50 do 57 let	13
nad 58 let	9

Graf 15: Starost anketirancev

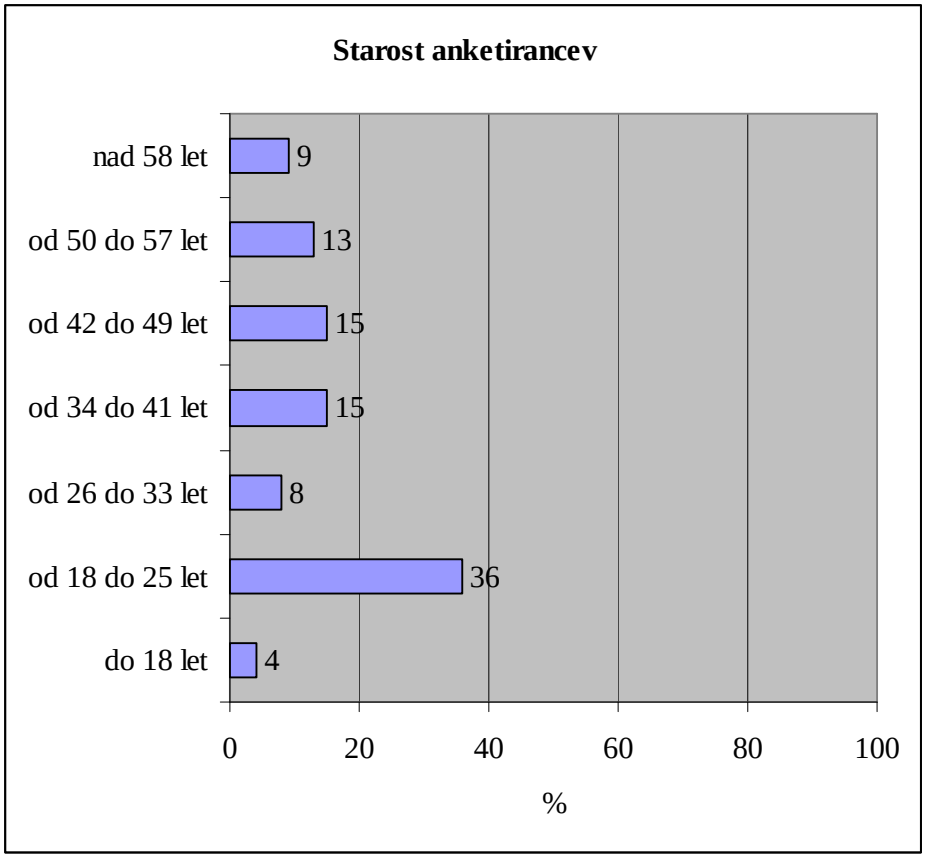


Tabela 16: Dokončana stopnja izobrazbe anketirancev

(v %)

Dokončana stopnja izobrazbe	
končana OŠ in manj	4
poklicna šola	7
srednja šola	55
višja, visoka in univerzitetna šola	31
podiplomski študij	3

Graf 16: Dokončana stopnja izobrazbe anketirancev

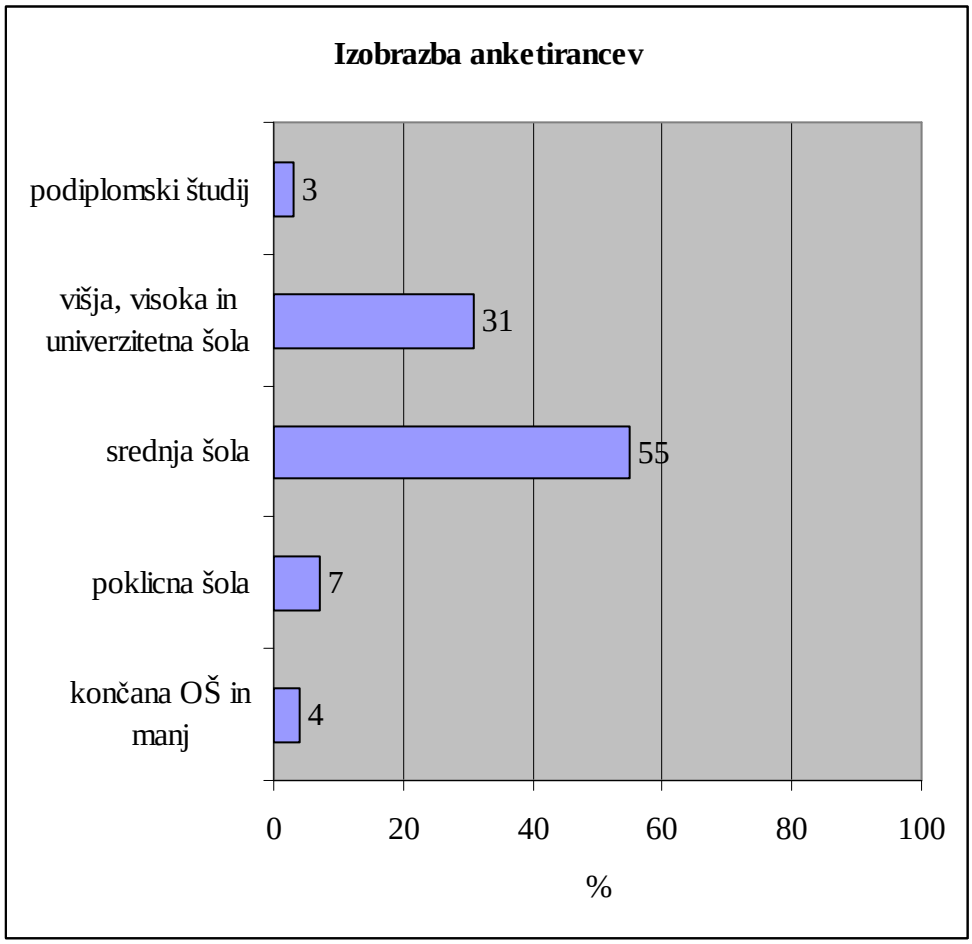
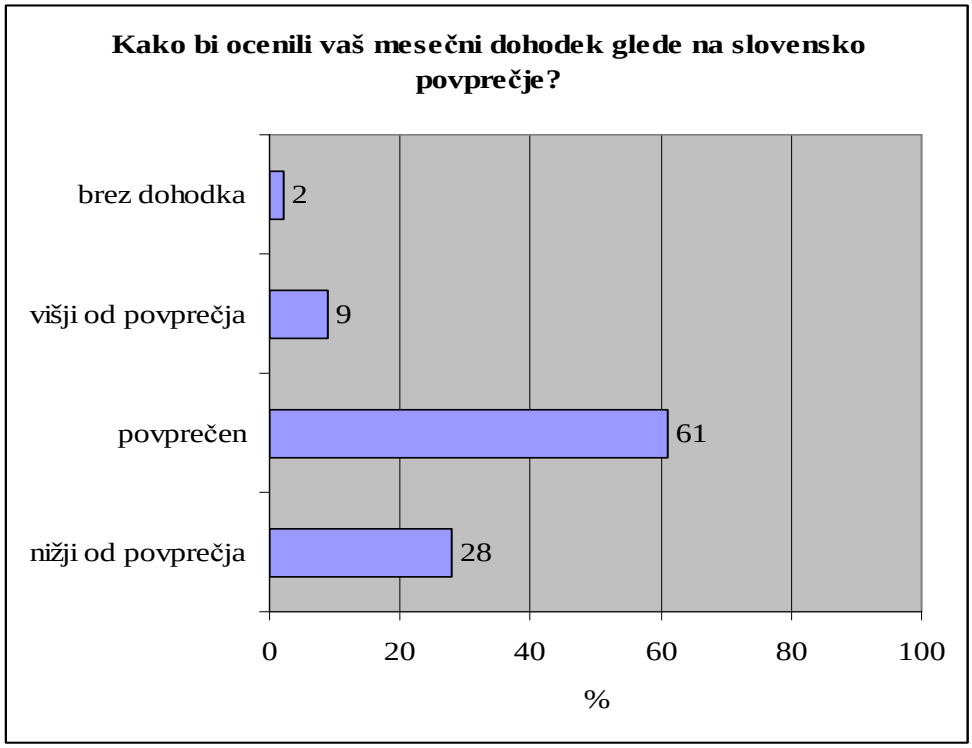


Tabela 17: Mesečni dohodek anketirancev glede na slovensko povprečje

(v %)

Kako bi ocenili vaš mesečni dohodek glede na slovensko povprečje?	
nižji od povprečja	28
povprečen	61
višji od povprečja	9
brez dohodka	2

Graf 17: Mesečni dohodek anketirancev glede na slovensko povprečje



Zaključim lahko, da sem pri večini vprašanj dobila pričakovane rezultate oziroma, da so se moje hipoteze potrdile.

9. ZAKLJUČEK

Brez pomoči države knjigarniška mreža ne bo mogla rešiti problema knjigarn. Predpogoj učinkovite rešitve tega vprašanja je, da se eno ali več založniških ali knjigotrških podjetij odloči temeljito predrugačiti strukturo distribucije knjig in knjigotrške prodaje ter jo uskladi s podobnimi trendi v tujini.

Pomoč države bi bila upravičena in smiselna samo, če bi tudi pri založnikih in knjigarnarjih obstajala ustrezna stopnja pripravljenosti na spremembe, se naj ne bi kazala le v izdelavi ustreznih poslovnih načrtov, ampak tudi v pripravljenosti deliti skupne podatke o prodaji in na ta način izboljšati kvaliteto svojih poslovnih odločitev.

Trenutno najlažja in najhitrejša rešitev za založništvo bi bila pomoč s strani države, tako da bi knjiga ponovno postala blago »posebnega družbenega pomena«, vendar ne v takem pomenu besed kot v preteklosti. Mislim, da bi država za založnike storila veliko, če bi jih oprostila plačevanja davkov in s tem omogočila založnikom, da ta denar porabijo za sanacijo lastnih napak iz preteklosti. Založbe pa bi morale začeti tiskati knjige in količino, da bi jo kasneje na trgu prodale, se spoprijeti z zalogami, ki povzročajo stroške in dražijo poslovanje založb. S tem bi tudi država dokazala, da še zmeraj misli, da založništvo je gospodarska panoga, a hkrati tudi kulturna in jo kot tako država potrebuje za ohranjanje slovenske narodne identitete.

Lahko bi se še vprašali, kakšni časi se pišejo našim knjigarnam. Kako Slovenci poznamo ponudbo naših knjigarn? Kaj o ponudbi v knjigarnah menimo? Na podlagi katerih kriterijev se odločamo za nakup knjig? Po rezultatih ankete bi lahko rekli, da je naša ponudba povprečna, premalo je reklame, ljudje nimajo dovolj informacij o knjigah, tudi strokovnost slovenskih knjigarnarjev ne dosega želene ravni. Nanizanih je le nekaj vprašanj, s katerimi se srečujemo knjigarnarji. Pogled je kritičen, saj se moramo zavedati razmer in nanje opozarjati, čeprav je slovensko založništvo sorazmerno razvito.
Vsaka napisana, prevedena in izdana knjiga pomeni, da je slovenščina bogatejša, uporabnejša in močnejša.

Slovenci tudi v času globalizacije, v času novih hitrih medijev, televizije in interneta ne pozabljamo na knjigo in se dobro zavedamo, da je noben drugi medij ne more nadomestiti. Edino knjiga nam lahko da neko trajno vrednost, priložnost za poglabljanje, za razmislek našega odnosa do sveta in tudi do samega sebe. Z vstopom v EU se je začelo novo poglavje v naši zgodovini, zato se moramo še bolj zavedati pomena tradicije za ohranjanje slovenske besede.

Slovenska kultura se prav z vstopom v EU sooča z drugimi kulturami in jeziki, v tej konkurenci se mora potrjevati in tudi obdržati.

10. UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI

1) Blatnik A.: Slovenska knjiga včeraj in jutri, Umco, Ljubljana, 2007
2) Blatnik A.: Zgubljeno v prodaji, Umco, Ljubljana, 2005
3) Časopis Skupine Mladinska knjiga Naglas, Ljubljana, september 2005
4) Časopis Skupine Mladinska knjiga, Naglas, Ljubljana, maj 2006
5) Časopis Skupine Mladinska knjiga Naglas, Ljubljana, januar 2007
6) Dular A.: Živeti od knjig, Zveza zgodovinskih društev Slovenije, Ljubljana, 2002
7) Gregorin R.: Veleknjigarne v Sloveniji, Umco, Ljuubljana, 2006
8) Juričević B.: Ekonomija knjige, Zagreb, Školska knjiga, 1987
9) Kiglour Friderik G.: The evolution or the book, Oxford iniversity press, New York, 1998
10) Kovač M.: Skrivno življenje knjig, Ljubljana, Filozofska fakulteta, Oddelek za bibliotekarstvo, 1999
11) Mladinska knjiga Založba: Mladinska knjiga 1945 – 2005,Mladinska knjiga Založba, 2005
12) Moravec D.: Novi tokovi v slovenskem založništvu, DZS, Ljubljana, 1994
13) Zakon o avtorskih in sorodnih pravicah (Uradni list RS, št. 21/95)
14) Zaid G.: Toliko knjig, Sodobnost International, Ljubljana, 2006
15) Žniderščič M.: Knjiga in trg, DZS, Ljubljana, 1982
16) Žniderščič M.: Knjiga in založništvo, DZS, Ljubljana, 1977
17) Internetna stran: http://www.up_rs. Z dne 11.8.2007
18) Internetna stran: http://www,finance.si z dne 11.8.2007
19) Internetna stran: http://www.gov.si z dne 11.8.2007
20) Internetna stran: http://www.emka.si z dne 13.8.2007
21) Internetna stran: http://mladinska.com z dne 14.8.2007
22) Internetna stran: http://ro.zrsss.si z dne 27.8. 2007
23) Internetna stran: http://sl.wikipedia.org/wiki/ z dne 29.8.2007
24) Internetna stran: www.mohorjeva.org/logotipi_slike/knjigarna_lj.jpq- z dne 30.8.2007
25) Internetna stran: http://images.google.si/images?hl=sl&q=knjige z dne 30.8.2007
26) Internetna stran:http://www.najdi.si/ z dne 3.9.2007
27) Internetna stran:http://www.google.si/ z dne4.9.2007

28) Internetna stran: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?ID=1015, 6.9.2007

11. PRILOGE

11.1 Anketni vprašalnik

Spoštovani!

Sem Jolanda Zupanič, študentka Višje komercialne šole. **Z vašo pomočjo bi rada izvedela čim več o knjigotrštvu,** zato vas prosim, da odgovorite na nekaj zastavljenih vprašanj. Zbrane podatke bom uporabila izključno za oblikovanje diplomske naloge. Anketa je anonimna in jamčim za popolno tajnost podatkov.

Vprašalnik izpolnite tako, da obkrožite črko pred odgovorom, ki vam ustreza oz. sami odgovorite na zastavljeno vprašanje.

Ptuj, avgust 2007

Vnaprej se Vam zahvaljujem za vaš trud.

VPRAŠALNIK

Pri vseh vprašanjih je možen samo en odgovor, razen pri enajstem vprašanju, ko lahko obkrožite več odgovorov.

1. Kako bi splošno ocenili ponudbo v slovenskih knjigarnah?
a) podpovprečno
b) povprečno
c) nadpovprečno

2. Kolikokrat na mesec obiščete kakšno knjigarno?
a) nikoli
b) manj kot petkrat
c) več kot petkrat

3. Prosim, da sledečim trditvam podate svoje mnenje, tako da pri vsaki trditvi obkrožite ustrezno številko, ki najbolj ustreza Vaši stopnji strinjanja.

Trditve	Se ne strinjam	Se delno ne strinjam	Imam neopredeljeno mnenje	Se delno strinjam	Se popolnoma strinjam
V Sloveniji imamo dobre knjigarne.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
V Sloveniji imamo dovolj knjigarn.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Knjigarne so dobro založene tudi v manjših mestih.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Knjigarne so lepo urejene	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Slovenski knjigarnarji so dovolj strokovni.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**

4. Ali na Vas vpliva lepo urejena zunanjost prodajalne - knjigarne, da vstopite?
a) da

b) ne

5. Ali je pomembno, da so izložbe lepo urejene?
a) da
b) ne

6. Ali bi po Vašem mnenju morali dopolniti, spremeniti ali izboljšati ponudbo v naših knjigarnah?
a) da
b) ne

7. Katere tri vrste izboljšav bi predlagali? Če ste na prejšnje vprašanje odgovorili z ne, na to vprašanje ne odgovarjajte.
1._____
2._____
3._____

8. Prosim, da na lestvici od 1 do 5 obkrožite številko, katera ustreza oceni slovenskih knjigarn glede na posamezne lastnosti (vaše mnenje).

Skromna ponudba knjig	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Bogata ponudba knjig**
Sveža ponudba knjig	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Stara ponudba knjig**
Nizke cene	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Visoke cene**
Slabe predstavitve knjig	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Dobre predstavitve knjig**

9. Ali imate dovolj informacij kako in kakšne knjige lahko kupujete v naših knjigarnah?
a) da
b) ne

10. Na podlagi katerih kriterijev se odločate za nakup knjig? Možnih je več odgovorov.
a) priporočila znancev, prijateljev in sorodnikov
b) oglasi v dnevnem časopisju, revialnem tisku, na televiziji in radiu
c) knjižna poročila, ocene in kritike
d) informacije, ki jih dobim v knjižnicah
e) informacije, ki jih dobim na internetu
f) informacije, ki jih dobim v knjigarnah
g) prodajalcev knjig, ki me obiščejo na domu (akviziterjev)
h) drugo_____

11. Ali bi želeli prejemati brezplačen katalog s sledečimi informacijami? Za vsako potencialno informacijo obkrožite ustrezni odgovor.

Napovednik ponudbe knjig	**DA**	**NE**
Prikaz kazala knjige za posamezno knjigo	**DA**	**NE**
Krajše vsebine ali odlomke iz knjige	**DA**	**NE**
Slike preglednic, shem in zemljevidov iz predstavljenih knjig	**DA**	**NE**
Podatki o avtorju	**DA**	**NE**
Ime urednika knjig	**DA**	**NE**
Podatki o izdaji knjige	**DA**	**NE**
Naslov zbirke knjig	**DA**	**NE**
Rok izida ali izdaje knjige	**DA**	**NE**
Urejenost kataloga po abecednem redu avtorjev	**DA**	**NE**
Urejenost kataloga po zvrsteh knjig	**DA**	**NE**
Strokovno mnenje o knjigi (recenzija)	**DA**	**NE**

12. Spol:
a) ženski
b) moški

13. Kraj stalnega prebivališča:
a) mesto
b) vas

14. Vaša starost:
a) do 18 let
b) 18–25 let
c) 26–33 let
d) 34–41 let
e) 42–49 let
f) 50–57 let
g) nad 58 let

15. Dokončana stopnja izobrazbe:
a) končana osnovna šola in manj
b) končana poklicna šola
c) končana srednja šola
d) končana višja, visoka in univerzitetna šola
e) končan magisterij in doktorat

16. Kako bi ocenili Vaš mesečni dohodek glede na slovensko povprečje?

a) nižji od povprečja
b) povprečen
c) višji od povprečja

Z izpolnitvijo vprašalnika se Vam zahvaljujem za Vašo pomoč pri izdelavi diplomskega dela.