

# SLOVENSKO IN EVROPSKO KNJIŽNO ZALOŽNIŠTVO: STAGNACIJA POD PLAŠČEM ODLIČNOSTI?

Miha Kovač

Oddano: 13.02.2001 – Sprejeto: 13.03.2001

Izvirni znanstveni članek

UDK 655.4/.5(4:497.4)

## Izvleček

Avtor na podlagi raziskave o kompetitivnosti evropskih založniških industrij, ki jo je leta 2000 objavila Evropska komisija, analizira slovensko knjižno založništvo. Ugotavlja, da je bila v času raziskave, med leti 1995-97, konkurenčnost slovenskega knjižnega založništva nadpovprečna, saj je bilo po nekaterih kriterijih, ki so jih določili avtorji raziskave, slovensko knjižno založništvo med najbolj učinkovitimi v Evropi. Po letu 1997 se je začelo obdobje stagnacije, ki še traja, avtor pa razloge zanj odkriva v dragih prodajnih poteh, neproduktivni izrabi sodobnih informacijskih tehnologij, ter v dejstvu, da za razliko od nekaterih primerljivih držav v Sloveniji leposlovne knjižne uspešnice ne dosegajo primerljivo visokih naklad, hkrati pa ni prišlo do revitalizacije knjigarniške prodaje, ki je z nastankom mega knjigarn v nekaterih evropskih državah dobila nov zagon. V zaključku avtor še opozarja na zanimive vzporednice med knjižnično izposajo leposlovnih knjižnih uspešnic v Sloveniji in njihovimi prodanimi nakladami v nekaterih s Slovenijo primerljivih državah.

**Ključne besede:** knjige, založništvo, knjižni trg, založbe, Evropska unija, Slovenija

Original scientific article

UDC 655.4/.5(4:497.4)

## Abstract

The paper analyzes results of the research on the competitiveness of the European Union book publishing industries, which was conducted by the Turku School of Economics in Finland, and commissioned by the European Commission. The paper compares economic performance of Slovene book-publishing industry with book-publishing industries of EU member states. It shows that in the mid-nineties, the competitiveness of the Slovene book industry was above EU average, but, after 1995, it started to decline. The reasons for such a decline could be found in expensive selling channels, in the inability to benefit from high investments in information technologies, in the inability of Slovene publishers to develop a proper mass market for books (which was substituted by library loans) and lack of proper managerial skills and publishing education.

**Key words:** books, book publishing, book market, publishing houses, European Union, Slovenia

KOVAČ, Miha: Slovene and European book publishing: stagnation in the shadow of excellence. Knjižnica, Ljubljana, 45(2001)1-2, xx-xx

## 1 Založništvo kot uspešna evropska gospodarska dejavnost

V letu 1998 je Evropska komisija financirala obsežno raziskavo o stanju založništva v državah-članicah EU, ki jo je izvedla Šola za poslovno administracijo v Turkuju na Finskem, končno besedilo pa so napisali Robert G. Piccard, Mikko Groenlund in Veijo Ponna. Gre za eno prvih raziskav, ki je za obdobje med leti 1995-1997 s strogo poslovnega vidika pod svoj drobnogled vzela časopisno, revialno in knjižno založništvo ter založništvo imenikov oziroma direktorijev; drugače povedano, raziskavo je zanimala predvsem ekonomska konkurenčnost teh industrij, njihovo kulturno in politično komponento pa je pustila bolj ali manj ob strani. Mi si bomo natančneje ogledali predvsem tisti del raziskave, ki se ukvarja s knjižnim založništvom, ter izsledke uporabili za razmislek o slovenskem založništvu in njegovo ekonomsko vlogo v družbi primerjali z vlogo in pomenom knjižnih založništev v drugih državah EU.

Prvo, na kar velja opozoriti, je dejstvo, da so bile vse štiri omenjene založniške industrije v državah-članicah EU v zadnjem desetletju prejšnjega stoletja v vzponu, saj je rast njihovega skupnega prometa med leti 1995-97 znašala kar 12,6%, založniška industrija kot celota pa se je na globalni ravni uvrstila med najuspešnejše evropske industrije (več o tem glej Groenlund, Piccard in Ponna, 2000, str. 26). Njen obseg najjasneje ponazarja dejstvo, da je leta 1997 promet posameznih evropskih nacionalnih založniških industrij znašal kar 23 milijard evrov, nemški koncern Bertelsmann pa je v letu 2000 postal največja svetovna medijska multinacionalka.

Rast na področju knjižnega založništva je bila pomembno manjša kot je povprečje celotne založniške industrije, saj so se izdatki za knjige v celotni EU med leti 1995-97 povečali za 5,6%, promet v knjižnem založništvu pa je naraščal po 6,2 odstotni letni stopnji (Groenlund, Piccard in Ponna 2000, str. 139). A ne glede na to je bil obseg evropskega knjižnega založništva v tem času vreden vsega spoštovanja, saj so evropski založniki denimo leta 1995 proizvedli cca 400.000 novih knjižnih naslovov; posebej omembe vredno je še to, da je 60% teh naslovov izšlo v V. Britaniji, Nemčiji in Španiji, k čemur velja dodati še podatek, da je velika večina knjig izšla pri velikih založbah. Tako avtorji raziskave ocenjujejo, da je v vsaki članici EU deset največjih v njej delujočih založb proizvedlo kar 90% vseh izdanih knjig (Groenlund, Piccard in Ponna, 2000, str. 17), in to ne glede na to, da med knjižnimi založbami po številu prevladujejo mala ali srednja velika podjetja: zato je povsem na mestu sklep, da je, podobno kot v drugih delih založniške industrije, tudi na področju knjižnega založništva prišlo do močne koncentracije kapitala, ki se je za povrh osredotočila na nekaj založniško najmočnejših evropskih držav.

## 1.1 Nenatančnost evropskih založniških statistik

To pa so praktično edini podatki, na katere so se avtorji raziskave upali vsaj približno zanesti. Ena od skupnih značilnosti evropskega knjižnega založništva je namreč po njihovem mnenju tudi to, da je izjemno težko dobiti natančne številke o njegovem razvoju in rasti: še več, "podatki so tako nepopolni, da knjižnega založništva ni mogoče analizirati z metodami, ki so v ostalih industrijskih panogah običajne oziroma tradicionalne...", poročajo avtorji raziskave, pri čemer je celo področja, za katera so podatki dostopni, "včasih tvegano primerjati med sabo, ker so podatki zajeti na zelo različne načine" (Groenlund, Piccard in Ponni, 2000, str. 68). Tako denimo v nekaterih državah EU pogosto v isti statistični koš mečejo različne založniške industrije (denimo časopisno in knjižno), ali pa skupaj spremljajo tiskarsko in založniško industrijo, ki sta načeloma neprimerljivi med sabo ne le zaradi velikih poslovno-tehnoloških razlik, ampak že zato, ker prva pogosto dela veliko za izvoz, druga pa je v pretežni meri omejena na domači trg.

A to mešanje jabolk in hrušk ni edini problem evropskih založniških statistik: podatki, ki so na voljo, so pogosto tako nepopolni, da je "za vse članice EU skupaj ali pa za vsako posamezno pogosto nemogoče natančno ugotoviti tudi tako temeljna dejstva, kot je promet založniških industrij in povprečne prodane naklade, število zaposlenih v založništvu in njihovo produktivnost, število založniških hiš, itd." (Groenlund, Piccard in Ponni, 2000, str. 69). Razloge za tako stanje gre po mnenju avtorjev študije iskati predvsem v dejstvu, da v večini teh držav založništvo skoraj skozi vse 20. stoletje ni veljalo za gospodarsko pomembno industrijo, ampak prej za kulturno dejavnost, ki je ni potrebno spremljati s pretirano statistično natančnostjo (Groenlund, Piccard in Ponni, 2000, str. 67); drugi razlog za težave pa se nedvomno skriva v konvergenci med tiskanimi in elektronskimi mediji, tako da mnoge nekoč klasične in na en medij usmerjene založbe danes s svojimi izdelki posegajo na zelo različne trge informacij. Tako denimo revija Stern producira lasten TV program na Stern TV, španski dnevnik El Pais ima svojo digitalno izdajo, ki jo tudi uspešno trži, akademske založbe pa ob svojih knjigah kot posebne dodatke pogosto izdajajo še cederome, pravijo avtorji raziskave: na ta način nastaja množica v grozde povezanih industrij, tako da ista podjetja ustvarjajo vsebino, ki jo je mogoče uporabiti in tržiti na več različnih načinov in v več različnih klasičnih ali digitalnih formatih. Na kratko povedano, razmeroma pogosto se dogaja, da knjižni založniki zaradi novih načinov trženja svojih vsebin istočasno delujejo v več različnih industrijah informacij - kar seveda pomeni, da tudi statistika zajema podatke o njih na več različnih koncih in je zaradi tega njihova enovita obdelava in obravnava otežena (več o tem glej Groenlund, Piccard in Ponni, 2000, str. 61).

## 1.2 Kriteriji konkurenčnosti nacionalnih založniških industrij

Zato je na podlagi dostopnih podatkov razmeroma težko analizirati dogajanja na evropskem založniškem trgu in na podlagi teh analiz graditi poslovno strategijo knjižnih založb - še težje pa je vzpostaviti enotne kriterije, s katerimi bi lahko primerjalno izmerili vsako posamezno nacionalno založniško industrijo in na ta način ugotavljali, ali je konkurenčna ali ne, oziroma bi za celotno evropsko knjižno založništvo skušali ugotoviti, ali je ekonomsko vsaj tako uspešno kot ameriško. Avtorji študije so se zaradi tega seveda usmerili predvsem na tiste podatke, ki so jih imeli na voljo in so jim vsaj približno zaupali, hkrati pa so si sami izmislili merila, s katerimi so nato merili konkurenčnost; ta merila so prediskutirali s predstavniki nacionalnih založniških industrij in dosegli načelen konsenz o njihovi splošni sprejemljivosti (Več o tem glej Groenlund, Piccard in Ponni, 2000, str. 70).

Zaradi tovrstnih zagat s podatki so se avtorji študije tudi odločili, da bodo konkurenčnost ocenjevali relativno in samo s tremi kazalci (nadpovprečna, povprečna, podpovprečna konkurenčnost). Izbrali so naslednja štiri merila:

**Število novo izdanih naslovov na leto na milijon prebivalcev:** Ta kriterij merjenja razširjenosti knjige, ki ga je sicer uvedel že Unesco, izhaja iz predpostavke, da več ljudi potrebuje več različnih knjig, zaradi česar je logično, da bo več novih knjig izšlo v Nemčiji kot pa denimo v Luksemburgu - in bi bilo zato golo primerjanje novo izdanih naslovov v posameznih državah zavajajoče. Ob tem so avtorji raziskave še predpostavili, da so države z več naslovi na milijon prebivalcev založniško bolj aktivne kot države z manj naslovi, zato je večje število naslovov na milijon prebivalcev kazalec večje konkurenčnosti založniške industrije.

**Promet in naraščanje prometa:** Ta kazalec že sam po sebi opozarja na to, ali založništvo raste ali stagnira, oziroma ali imamo opraviti z rastočo ali stagnirajočo panogo. Glede na prej omenjena opozorila o razlikah pri zajemanju statističnih podatkov velja seveda ta podatek jemati z dobršno mero rezerve.

**Promet knjižnega založništva kot odstotek GDP-ja** kaže na pomen tega sektorja v celotnem nacionalnem gospodarstvu. Pri interpretaciji tega podatka je treba biti pazljiv, so opozorili avtorji raziskave, ker lahko ta kazalec pada, čeprav promet v založništvu narašča, kar seveda pomeni, da se dežela kot celota razvija bolj dinamično kot knjižno založništvo, oziroma da slednje glede na svoje širše okolje celo stagnira.

**Trgovinska bilanca:** Trgovinske bilance založniških industrij so kazalci konkurenčnosti nacionalnih založništev. Države z velikim izvozom založniških izdelkov so bolj konkurenčne

kot tiste z nizkim izvozom. Na pozitivnost trgovinske bilance seveda vpliva dejstvo, da so založništva zamejena z nacionalnimi jeziki, zato so v prednosti tiste založniške industrije, ki delujejo v državah z jeziki, ki so dominantni na določenih področjih oziroma regijah (več o tem glej Groenlund, Piccard in Ponni 2000, str. 74).

### **1.2.1 Dobiček kot nezadosten kriterij**

Tu se velja za hip ustaviti in opozoriti na dejstvo, da avtorji raziskave med omenjene štiri kriterije konkurenčnosti knjižnih založništev niso uvrstili dobička, ki tudi v številnih slovenskih poslovnih krogih velja za ključni ali celo edini kriterij uspešnosti poslovanja. Razlog za tako odločitev gre nedvomno iskati v dejstvu, da dobičkov posameznih nacionalnih knjižno-založniških industrij zaradi že omenjenih razlik pri vodenju nacionalnih knjižno-založniških statistik in slabe dostopnosti podatkov ne bi bilo mogoče natančno izračunati tako, da bi bili ti podatki potem primerljivi med sabo. Samo domnevamo pa lahko, da je razlog za tako odločitev do določene meje tudi vsebinske narave: kadar namreč ugotavljamo konkurenčnost posamezne industrije na podlagi podatkov za relativno kratko časovno obdobje, kot je bilo to tudi v primeru naše raziskave, je podatek o dobičku sicer pomemben, a do določene mere lahko tudi zavajajoč. Tako sta denimo že leta 1995 F. Trompenaars in J. Hampden Turner opozarjala, da je dobiček nedvomno eden od najpomembnejših temeljev kapitalističnega gospodarstva, saj "...zasebnim podjetjem neprestano pošilja povratno informacijo o tem, ali učinkovito skrbijo za svoje odjemalce. Poleg tega jim zagotavlja tudi sredstva, da lahko uspešno nadaljujejo svoje delo, medtem ko tistim, ki so pri tem neuspešni, ta sredstva progresivno zmanjšuje." (Hampden-Turner in Trompenaars, 1995, str. 43). Toda, v isti sapi sta še opozorila, da bi bilo napačno verjeti, da je z nekim podjetjem »vse v redu, če posluje profitabilno" (Hampden-Turner in Trompenaars 1995, str. 44). Če namreč želijo lastniki in menedžerji dolgoročno uspešno voditi svoje podjetje, morajo pri ocenjevanju njegovih rezultatov poleg dobička znati uporabljati tudi druge kriterije, kot so tržni delež, rast podjetja, kvaliteta razvoja njihovih izdelkov glede na konkurenco, itd., saj se jim sicer lahko zgodi, da ne bodo razumeli, kako so njihovi današnji pozitivni rezultati posledica dosežkov izpred nekaj let - rezultati današnjih, napačno usmerjenih naporov pa jim bodo morda že jutri prinesli izgubo. Opozorilo, da dobiček pove več o naši preteklosti kot sedanjosti, velja še toliko bolj za knjižno založništvo, ki je izrazito dolgoročen posel, saj načrtujejo založbe svoje programe za nekaj let naprej, priprava posamezne knjige pa glede na zvrst traja od šestih mesecev do nekaj let. Ali, če poanto obrnem, če dolgoročno konkurenčnost knjižno-založniške industrije razumemo kot stopnjo, »do katere lahko podjetje ali nacionalna industrija preživi, se ohrani in hkrati pomembno prispeva k ekonomskemu življenju« (Groenlund, Piccard in Ponni, 2000, str. 65), nam o dolgoročni zasidranosti knjižnega založništva v njegovo širše okolje morda

celo več kot njegovi trenutni dobički povedo podatki o deležu nacionalne založniške industrije v GDPju, o številu novih naslovov, trgovinski bilanci in o rasti njenega prometa – še posebej, če so nam za razliko od podatkov o dobičku ti na razpolago v nekoliko bolj jasni obliki.

## 2 Nedoslednosti slovenskih založniških statistik

Avtorji študije so nato znotraj vsake od štirih kategorij podatke za vse države-članice EU primerjali tako, da so za vsak tip podatkov izračunali povprečno vrednost in ugotovili standardno odstopanje. Odstopanje, nižje od povprečnega, so pri vsaki postavki utežili z 1, povprečno odstopanje z 2, odstopanje, večje od povprečnega, pa s 3; na koncu so vse skupaj sešteli.

Na ta način so ugotovili, da je založništvo nadpovprečno konkurenčno v Veliki Britaniji, na Danskem, Švedskem, v Španiji in Nemčiji, povprečno je na Irskem, Finskem, Portugalskem, v Belgiji, Franciji in na Nizozemskem, podpovprečno pa v Avstriji in Grčiji (Groenlund, Piccard in Ponni, 2000, str. 65; glej tudi tabelo 1).

Seveda se ob tem kar samo od sebe zastavlja vprašanje, kje je v teh primerjavah mesto Slovenije. Že uvodoma velja opozoriti, da se pri statistični analizi knjižnega založništva v Sloveniji srečujemo s podobnimi problemi kot v državah-članicah Evropske unije: edini statistični podatek, ki je povsem nesporen, je namreč število novo izdanih naslovov, ki ga vsako leto obelodani Državni zavod za statistiko, na svojih spletnih straneh pa ga redno povzema tudi Svetovno združenje založnikov (<http://www.ipa-uie.org/>). Zaplete pa se že pri prometu založništva, saj slovenska statistika pod to postavko navaja promet, ki ga ustvarijo podjetja, ki so sicer registrirana kot založniška, a ne opravljajo samo tega posla, saj se nekatera od njih intenzivno ukvarjajo denimo s trgovinsko dejavnostjo; tako pomeni v družbi DZS knjižno založništvo le okoli 30% celotnega obsega poslovanja<sup>1</sup>, denimo v založbi Rokus pa 88%<sup>2</sup>, a ju statistika z njunima celotnima bilancama uvršča med knjižne založbe, s čimer seveda tudi njun »neknjižni promet« všteva med knjižno založništvo. Zaradi tega smo se odločili, da bomo kot promet knjižnega založništva raje upoštevali podatek o prometu, ki ga založniška podjetja ustvarijo s »prodajo lastnih izdelkov« - kako veliko napako bi storili, če bi se pri analizi podatkov naslonili zgolj na podatke o prometu založb, pa nam govori že

---

<sup>1</sup> Tako je denimo založba DZS leta 1998 ustvarila 10.973.000.000 sit prometa, od tega s prodajo knjig 3.529.146 sit. (Podatki Agencije Republike Slovenije za plačilni promet, Podružnica Ljubljana, Oddelek za informacije).

<sup>2</sup> Ustna informacija g.Roka Kvaternika, direktorja založbe Rokus.

dejstvo, da je promet založniških podjetij v seštevku skoraj še enkrat večji kot promet, ki ga ta podjetja ustvarijo z lastnimi proizvodi<sup>3</sup>.

Podatek o prometu založb z lastnimi proizvodi smo vzeli za osnovo tudi pri ugotavljanju deleža, ki ga pomeni knjižno založništvo v celotnem GDP-ju. Tu smo se tudi odločili, da letne podatke revaloriziramo z indeksom inflacije, čeprav evropski raziskovalci tega niso počeli; razlog za tako odločitev se seveda skriva v dejstvu, da je naša inflacija nekajkrat višja od povprečne evropske. Precejšnje težave pa smo imeli pri obravnavi »knjižne« trgovinske bilance, saj nismo imeli na voljo ne točnih podatkov o uvozu knjig v Slovenijo niti točnih podatkov o izvozu in smo si morali pomagati z nekaj improvizacijami.

Opozoriti velja še na to, da smo zaradi lažjega razumevanja vse izračune in nekatere podatke zaokroževali, tako da je večina izračunov brez decimalk. Zaradi primerljivosti slovenskih podatkov z evropskimi smo vrednosti preračunavali v evre, tudi pri podatkih o Sloveniji pa smo praviloma uporabljali podatke iz bruseljskih virov, kot so jih navajali avtorji raziskave<sup>4</sup>.

## 2.1 Slovenija kot založniško nadpovprečno uspešna država

Na tej podlagi smo se dokopali do naslednjih primerjav:

**Število novo izdanih naslovov na leto na milijon prebivalcev:** V Sloveniji je leta 1996 izšlo 3.441 novih naslovov, v njej pa je živel približno 1.900.000 ljudi; to pomeni, da je na milijon prebivalcev izšlo 1.811 naslovov. Ta podatek bi Slovenijo v Evropski uniji uvrstil na drugo mesto za Dansko in pred Veliko Britanijo. Ker je evropsko povprečje 1.029 naslovov na milijon prebivalcev, standardno odstopanje pa 544, to Slovenijo uvršča med založniško nadpovprečno konkurenčne države.

**Promet in naraščanje prometa:** Promet knjižnega založništva v zadnjih nekaj letih narašča v Sloveniji zelo počasi, če pa ga revaloriziramo z indeksom rasti inflacije, lahko rečemo, da stagnira. Tako je denimo prodaja »lastnih proizvodov in storitev« v slovenskih knjižnih

---

<sup>3</sup> Ob čemer velja seveda omeniti še to, da je tudi ta podatek do določene mere zavajajoč, saj z njim ne zajamemo le knjig, ampak avtomatično tudi nekatere revije ali ce-derome, ali pa papirnato in darilno galanterijo, ki jo izdajajo oziroma izdelujejo knjižne založbe. Poleg tega slovenske založniške statistike ne ločujejo med zalaganjem knjig in zalaganjem direktorijev.

<sup>4</sup> Omeniti velja, da so se avtorji omenjene evropske raziskave pri svojem delu izkazali kot neverjetno površni. Tako denimo na strani 145 navajajo podatek, da je Slovenija leta 1996 imela 5,4 mio prebivalcev, leta 1997 pa 1,9 mio, pri podatkih o menjalnih tečajih pa na strani 146 navajajo, da je

založbah leta 1995 znašala 9.534.538.000 sit, v letu 1996 10.951.953.000 sit, v letu 1997 11.662.984.000 sit, v letu 1998 12.945.446.000 sit in v letu 1999 13.390.780.000 sit (Podatki Agencije Republike Slovenije za plačilni promet, Podružnica Ljubljana, Oddelek za informacije, 2000), kar drugače povedano pomeni, da je promet s knjigami v Sloveniji nominalno naraščal z indeksom 109. Toda če te številke revaloriziramo z indeksom inflacije na bazno leto 1999, dobimo precej drugačno sliko: tako je revaloriziran promet slovenskih založb v letu 1995 znašal 13.064.080.000 sit, v letu 1996 13.678.962.000 sit, v letu 1997 13.352.006.000 sit, v letu 1998 13.735.118.000 sit in v letu 1999 13.390.780.000 sit, kar pomeni, da je promet slovenskega knjižnega založništva realno naraščal z indeksom 101. To Slovenijo uvršča na dvanajsto mesto med državami-članicami EU – ker pa je povprečna rast založništva v Evropi 6,2%, standardno odstopanje pa 10,5%, je tako stanje še vedno na ravni evropskega povprečja.

**Promet knjižnega založništva kot odstotek GDP-ja:** GDP na glavo prebivalca je leta 1996 v Sloveniji znašal 7500 evrov, v vsej državi pa 14,9 milijarde evrov. Promet knjižnih založb z »lastnimi proizvodi in storitvami« je leta 1996 znašal 10.951.953.000 sit, oziroma 64 milijonov evrov<sup>5</sup>. V celotnem GDP-ju je torej knjižno založništvo pomenilo 0,43%, kar Slovenijo skupaj z Nemčijo uvršča nič manj kot na 1. mesto v Evropi. Ker je evropsko povprečje 0,26%, standardno odstopanje pa 0,11%, ta podatek Slovenijo seveda tudi uvršča med založniško nadpovprečno konkurenčne evropske države.

**Trgovinska bilanca:** Slovenski založniki so leta 1997 s prodajo blaga in storitev na tuji trg obrnili 537 milijonov sit (Podatki Agencije Republike Slovenije za plačilni promet, Podružnica Ljubljana, Oddelek za informacije), kar znese cca 3,1 milijonov evrov, od česar je Mladinska knjiga z izvozom knjig v svojo hrvaško podružnico ustvarila 378,4 milijonov sit prometa (Založba MKZ, Brošura, 1999). Hkrati smo na spletni strani britanskega združenja založnikov (<http://www.publishers.org.uk/>) našli podatek, da Slovenija iz Velike Britanije uvozi približno toliko angleških knjig kot Peru in Romunija, čeprav je od obeh držav po številu prebivalcev desetkrat manjša:

Rang	Država	leto1998	leto1999	indeks
67	ROMUNIJA	1,394,000GBP	1,252,000GBP	-10
68	SLOVENIJA	1,089,000GBP	1,249,000GBP	15
69	PERU	1,127,000GBP	1,248,000GBP	11

---

evro vreden 1,9 marke oziroma 171.795 tolarjev, kar seveda pomeni, da so pri Nemčiji kot enoto uporabili 1 evro, pri Sloveniji pa 1000 evrov.



Če navedene britanske podatke preračunamo v evre, je britanski knjižni izvoz v Slovenijo leta 1998 znašal približno 2 milijona evrov. Za uvoz iz vseh ostalih držav žal nimamo na voljo ustreznih podatkov, vendar bomo iz dejstva, da so ZDA leta 1996 po vsem svetu vrednostno izvozile približno za trikrat več knjig kot velika Britanija,<sup>6</sup> sklepali, da je tudi ameriški izvoz knjig v Slovenijo v skladu s svetovnimi trendi približno trikrat večji od angleškega - ter k temu dodali povsem voluntaristično oceno, da je uvoz knjig iz vseh ostalih jezikovnih področij znašal približno polovico angleškega<sup>7</sup>, kar bi v seštevku moralo pomeniti, da je celoten slovenski uvoz knjig znašal približno 7 milijonov evrov. V tem primeru bi Slovenija seveda imela negativno trgovinsko bilanco oziroma približno 40% pokritost uvoza z izvozom. Ker obstojijo v Evropi države z izrazito pozitivno trgovinsko bilanco (Velika Britanija, indeks +445, Nemčija +703) in države z izrazito negativno bilanco (Avstrija, indeks -161), zaradi česar je povprečni indeks 83, standardno odstopanje pa kar 240, lahko ne glede na tak povsem približen izračun z razmeroma veliko gotovostjo zapišemo, da je, kar se tiče pokritosti uvoza z izvozom, slovensko založništvo pod evropskim povprečjem, saj bi bila Slovenija z indeksom -230 na zadnjem mestu med državami-članicami EU. Da bi se tudi te (pod)povprečne številke sesule, če bi se denimo založba Mladinska knjiga odločila, da proda ali zapre svojo hčerinsko založbo v Zagrebu, je seveda že druga zgodba, ki nas z vso resnostjo opozarja na krhkost navidezno trdne poslovne zgradbe slovenskega založništva.

A ne glede na to zadnje mesto je skupni rezultat slovenskega založništva za obdobje med leti 1995-97 še vedno zelo dober, saj je Slovenija pri dveh kategorijah podatkov dosegla nadpovprečne rezultate, pri eni povprečne in le pri eni podpovprečne; to jo v skupnem seštevku skupaj z Nemčijo, Veliko Britanijo, Dansko, Švedsko in Španijo uvršča med države z nadpovprečno konkurenčnim založništvom (za podrobnejšo ponazoritev glej prilogo 1!).

## 2.2 Stagnacija pod plaščem odličnosti

---

<sup>5</sup> Po podatkih navajane študije je bilo leta 1996 1.000 evrov vrednih 171,595 sit.

<sup>6</sup> Žer omenjena spletna stran britanskega združenja založnikov tudi navaja, da je Velika Britanija v letu 1996 po vsem svetu izvozila za 883 milijonov funtov knjig (kar znese 718 milijonov evrov), Združene države pa istega leta za 1,817,073,000 \$, kar znese 2,2 milijarde evrov (The U.S.: Book Publishing Industry, A Business Information Report from Business Trend Analysts, Cormack, New York 1997, str. 235-240).

<sup>7</sup> Precej drugačno sliko nam kažejo podatki o strukturi uvoženih knjig v največji ljubljanski knjigarni Konzorcij, kjer naj bi bilo po ustnih informacijah njenih uslužbencev približno 53% uvoženih knjig angleških, 10% ameriških, 35% pa nemških. Teh razmerij seveda ne gre posploševati, saj denimo številne specialne knjižnice knjig ne uvažajo prek knjigarn, ampak jih naročajo prek nekaterih specialnih uvoznikov. A tudi če bi poskušali te podatke posplošiti in jih uporabiti v zgornjih primerjavah, bi bil skupni rezultat še vedno enak: bilanca uvoza in izvoza bi bila v slovenskem založništvu še vedno globoko negativna.

Seveda pa se taka ugotovitev zdi vsaj malo nenavadna vsakomur, ki od blizu pozna težave in zagate, ki v zadnjih nekaj letih tarejo slovensko založništvo. Tako velja v prvi vrsti vsekakor opozoriti na dejstvo, da narašča GDP v Sloveniji bistveno hitreje kot promet knjižnega založništva: če je prvi med leti 1999 in 1996 skočil z 7500 evrov na 10.000 evrov, oziroma na skoraj 20 milijard evrov za vso državo, je promet knjižnega založništva ostal na dobrih 13 milijardah sit, oziroma 63 milijonih evrov. Že preprost izračun nam torej pokaže, da se je delež knjižnega založništva v GDP v treh letih zmanjšal za dobro četrtno, saj je z 0,43% padel na 0,32%. In čeprav velja biti tako kot v EU tudi v Sloveniji skeptičen do natančnosti podatkov o dobičkih, saj ni na voljo niti podatkov o dobičkih, ki jih založniška podjetja ustvarijo s prometom lastnih proizvodov, vendarle ne gre prezreti, da je nominalni dobiček iz celotnega tekočega poslovanja v knjižno-založniških podjetjih v letu 1995 znašal 803,834,000 sit, leta 1996 1.081.554.000 sit, leta 1997 1.053.706.000 sit, leta 1998 712.247.000 sit, leta 1999 pa 705.471.000 sit: to seveda pomeni, da je dobiček nominalno padal, oziroma je naraščal z negativnim indeksom 97. Še slabši rezultat dobimo, če dobiček revaloriziramo, saj je v tem primeru realni indeks njegove (ne)rasti le 89<sup>8</sup>. Če pa ob tem upoštevamo še dejstvo, da se je število na novo izdanih naslovov med leti 1996-98 povečalo s 3.441 na 3.722, je več kot očitno, da se je - navkljub večjemu številu naslovov in navkljub nekaterim nespornim prodajnim uspešnicam - donosnost knjižnega naslova v povprečju slej ko prej znižala, s čimer se je seveda povečalo poslovno tveganje knjižnih založnikov, hkrati pa so se zmanjšala sredstva, ki so jih ti lahko namenjali za razvoj novih naslovov. Za povrh pa je vedno več knjižnih naslovov glede na finančni promet, ki ga je ustvarilo, pomenilo vedno manjši delež znotraj celotnega GDP, kar seveda pomeni, da je bilo navkljub povečano produkciji slovensko založništvo ekonomsko vedno manj trdno ukoreninjeno v svojem širšem okolju.

To dejstvo morda najjasneje ilustrira preprosta primerjava s stanjem na Madžarskem, kjer ob bistveno manj izdanih naslovih na milijon prebivalcev knjižne uspešnice dosegajo bistveno večje prodane naklade, saj denimo dela Stephena Kinga ali Sidney Sheldona tiskajo tudi v nakladah do 90.000 izvodov (Richardson, 2000, str.16), pri nas pa se prodaja knjig tovrstnih avtorjev za razliko od nekaterih priročniških knjig redko povzpne nad 2.000 izvodov<sup>9</sup> – čeprav je Madžarov približno petkrat več kot Slovencev in bi torej po preprosti aritmetiki tovrstne

---

<sup>8</sup> Če nominalne dobičke založništva revaloriziramo na bazno leto 1999, je ta leta 1995 znašal 1.01.373.000 sit, leta 1996 1.350.858.000 sit, leta 1997 1.206.303.000 sit, leta 1998 712.247.000 sit, in leta 1999 705.471.000 sit. (Zbirniki statističnih podatkov iz bilance stanja uspeha, SDK 1996, 1997 in Statistični podatki iz bilance stanja in bilance stanja uspeha Agencije za plačilni promet 1998 in 1999).

<sup>9</sup> Tako kot v večini evropskih držav tudi v Sloveniji uradno ne zbiramo podatkov o tiskanih in prodanih nakladah, saj jih imajo nekateri založniki za svoje poslovne skrivnosti. Te ocene navajamo zato na podlagi svojih izkušenj, ki smo jih med leti 1990-2000 pridobili kot glavni urednik založbe Mladinska knjiga in splošnega založništva v založbi DZS ter na podlagi pogovorov z ostalimi založniki.

knjige morale tudi pri nas dosegati prodajo med 15.000 in 20.000 izvodov<sup>10</sup>. To pomeni, da slovenskim založnikom predvsem lažjih leposlovnih knjig ni uspelo spremeniti v predmet množičnega trženja oziroma v množični medij – njihovi kupci pa so jih kaznovali tako, da so jim, povedano v jeziku Trompennarsa in Hampden-Turnerja, začeli progresivno zmanjševati sredstva, ki jim jih skozi svoje nakupe namenjajo za razvoj.

Ob tem velja posebej opozoriti, da odsotnost leposlovnih knjižnih uspešnic nikakor ne pomeni, da tovrstne knjige v Sloveniji nimajo svojih bralcev in bralk. Izumovi podatki o najbolj pogosto izposojanih knjigah v prvem polletju lanskega leta v slovenskih splošno-izobraževalnih knjižnicah (glej prilogo 2!) namreč kažejo, da njihovi obiskovalci najpogosteje posegajo prav po delih avtorjev svetovnih knjižnih uspešnic, kot so Mary Higgins Clark, Daniele Steel, John Grisham, Michael Crichton in podobni – če pa bi število polletnih izposoj tovrstnega naslova ostalo podobno še v treh polletnih obdobjih, bi se s tem približali deset do petnajst tisoč izposojam, kar je točno toliko, kot bi morala biti tiskana naklada leposlovne knjižne uspešnice, izračunana po analogiji z nakladami tovrstnih knjig na Madžarskem. S tega zornega kota zato v kritičen razmislek ponujamo tezo, da je v Sloveniji knjižnična izposoja postala nadomestek za trg mehko vezanih knjig, namenjenih množičnemu trgu<sup>11</sup>. Analiza vzrokov za tako stanje seveda daleč presega obseg tega pisanja, le namignemo pa lahko, da jih velja iskati po eni strani v majhnosti slovenskega knjižnega trga, na drugi pa v posebnem statusu, ki ga je imela knjiga v slovenski kulturni zgodovini (več o tem gl. Kovač 1999, str. 74-86).

## 2.2.1 Kooperativnost in kompetitivnost kot pogoj uspeha

O tem, da pri nas knjiga ni postala del najširše množične kulture, nazorno priča tudi izjemno slabo razvita mreža pravih knjigarn: tako denimo M. Wolfe (Wolfe, 2000, str. 71) opozarja, da

<sup>10</sup> Ob tem je seveda na mestu pripomba, da je na Madžarskem tovrstna literatura začela v polnem zamahu izhajati šele po letu 1989, medtem ko je bila v Sloveniji in Jugoslaviji dostopna že bistveno prej, kar pomeni, da je na Madžarskem v začetku devetdesetih po njej obstajala bistveno večja lakota kot pri nas. Mi smo ob tem predpostavili, da je deset let dovolj za potešitev radovednosti in za zapolnitev tovrstnega pomanjkanja na trgu, zato o visokih nakladah leposlovnih uspešnic na Madžarskem ni več možno govoriti kot o posledici odprtja trga, ampak zgolj kot o normalnem stanju. Seveda pa bo to domnevo dokončno potrdilo ali pa ovrglo dogajanje na madžarskem knjižnem trgu v naslednjih petih letih.

<sup>11</sup> Tako tezo bi s popolno gotovostjo seveda lahko postavili šele, če bi primerjali razmerja med prodajo in izposajo tovrstnih knjig v različnih evropskih državah. Vendar nam spet že preprosta analogija z Madžarsko pokaže, da je razmeroma malo verjetno, da bi bila ta razmerja drugje tako visoka kot v Sloveniji: če je namreč denimo založba prodala 2.000 izvodov romanov S. Sheldona, v knjižnicah pa si ga je potem v nekaj letih izposodilo še 14.000 bralcev in bralk, bi po analogiji ob 90.000 prodanih izvodih tak roman na Madžarskem moral doživeti še 650.000-750.000 knjižničnih izposoj, kar pomeni, da bi Sheldonove romane moralo brati milijon Madžarov oziroma vsak deseti prebivalec te države. Najbrž je odveč pripominjati, da je to zelo malo verjetno.

ameriška knjigotrška družba Barnes and Noble ocenjuje, da bi moralo biti v vsakem mestu v ZDA z vsaj 100.000 prebivalci prostora za eno njihovo megaknjigarno, čeprav je še pred nekaj leti verjela, da je take trgovine mogoče postaviti le v krajih z najmanj 250.000 prebivalci. To drugače povedano pomeni, da je po njihovi oceni v Združenih državah tako veliko povpraševanje po knjigah, zgoščenkah in videokasetah, da je na tržnih osnovah v vsakem kraju z vsaj 100.000 prebivalci mogoče postaviti knjigarno, ki bo imela na zalogi od 50.000 do 100.000 knjižnih naslovov in še nekaj deset tisoč video kaset in zgoščenk. V Sloveniji so stvari skoraj diametralno nasprotne, saj premore največja knjigarna okoli 40.000 knjižnih naslovov, hkrati pa se pri nas sploh še niso začele pojavljati trgovine, ki bi kot predmete množične potrošnje, tako kot največje tovrstne mreže na zahodu, na standardiziran način ob knjigi ponujale še druge medijske izdelke: čeprav obseg tega pisanja ne dopušča podrobnejše analize vzrokov, ki so ob veliki razvitosti založništva pripeljali do tako nizke razvitosti knjigotrške mreže, nas že ti goli podatki navajajo k sklepu, da si ne knjigotrštvo niti knjiga nista uspela izboriti takega mesta v industriji zabave in informacij, ki bi bilo primerljivo s knjigotrško najbolj razvitimi evropskimi državami in ZDA<sup>12</sup>.

Seveda pa je to le ena plat medalje: druga, prav tako pomembna, zadeva (ne)sposobnost slovenskih založnikov, da svoje dobičke in s tem svojo uspešnost povečajo z zniževanjem svojih stroškov poslovanja. Predvsem pri raziskovalcih nove ekonomije in novih medijev se je v zadnjem desetletju namreč uveljavilo prepričanje, da gre del ekonomske rasti v devetdesetih pripisati tudi dejstvu, da so bili glavni akterji novih e-podjetij sposobni uveljaviti specifično poslovno kulturo, ki je temeljila na mešanici kooperativnosti in kompetitivnosti: tako denimo Shapiro in Varian opozarjata, da so mnogi primerjali novo ekonomijo z divjim zahodom, »kjer stari obrazci obnašanja ne veljajo več in si je mogoče prigrabiti čisto vse«. Kar je morda res, dodajata k temu, vsekakor pa novo ekonomijo od divjega zahoda loči najmanj to, da jo v njej »samotni jezdec ne odnesejo najbolje«, saj so morali številni tekmeči »sodelovati drug z drugim«, da so za svoje izdelke in usluge »vzpostavili enotne standarde in

---

<sup>12</sup> Stanje v slovenski knjigotrški mreži bi vsekakor zahtevalo posebno analizo, na tem mestu pa velja opozoriti vsaj na to, da so nekateri največji slovenski knjigotržci izjemno dolgo vztrajali pri prodaji knjig izza pulta, medtem ko so na zahodu prišli na samopostrežni princip prodaje knjig, ki ni le cenejši, ampak se je izkazal za knjigo tudi kot najbolj primeren. Sicer pa o tem, da je prodaja knjig preko knjigarn v Sloveniji neprimerno manjša kot drugod, priča tudi podatek, da je Mladinska knjiga kot največja slovenska založba prek drobnoprodajnih mest prodala le 39% svoje proizvodnje (Brošura 1999, str. 8), medtem ko se denimo na Danskem prek maloprodajnih mest proda 80% knjižne proizvodnje, v Nemčiji 74%, v Italiji 71,6%, v Franciji 70,5%, najmanj v EU pa v Luksemburgu 45% in na Finskem 50% (Groenlund, Piccard in Ponni, 2000, str. 54). Pri tem je zanimivo, da avtorji omenjene študije to veliko odvisnost od knjigarniške prodaje knjig razumejo kot komparativno slabost, češ odvisnost od ene prodajne poti je že sama po sebi nevarna in omogoča, da knjigotržci založnike izsiljujejo s prodajnimi pogoji. Na drugi strani so slovenski založniki zaradi degeneracije knjigarniške mreže razvili številne druge prodajne poti, kot so prodaja prek akviziterjev in prodaja po telefonu, po naši vednosti pa jim, vsaj po mnenju nekaterih, vzdrževanje tako številnih prodajnih poti povzroča precej večje stroške poslovanja, kot če bi se lahko zanesli na knjigarniški prodajni kanal.

ustvarili mreže kompatibilnih uporabnikov«. Za tako sodelovanje ob hkratnem tekmovanju se je uveljavil izraz kooperativnost (angl. *coopetition*), ki najjasneje označuje »napetost med kompetitivnostjo in kooperativnostjo, značilno za mrežno družbo« (vse cit. po Shapiro in Varian, 1999, str. 228).

Opozoriti velja, da so v razvitih državah vsaj del te kulture osvojili tudi knjižni založniki, saj jim ob ohranjanju konkurence uspeva združevati številna opravila, ki so jih doslej počeli sami: za Slovenijo je zaradi relativne majhnosti njenega knjižnega trga morda najbolj podučen zgled Danska, kjer največja tamkajšnja založba Gyldendal (več o tej založbi glej Kovač, 1999, str. 12-14) opravlja skladiščenje in distribucijo za pomemben del manjših danskih založb, s čimer seveda vsi skupaj pomembno zmanjšujejo stroške svojega poslovanja. O tem, da poslovna kultura v Sloveniji taki mešanici kooperativnosti in kompetitivnosti ni naklonjena, priča ne samo banalno dejstvo, da tovrstnega sodelovanja med založniki ni, ampak tudi to, da slovensko založništvo v zadnjem desetletju pretresajo hudi lastniški spori (več o tem glej Kovač, 1999, str. 161-179), hkrati pa se založniki niso sposobni dogovoriti niti o nekaterih osnovnih pogojih svojega delovanja, kar jim predvsem na področju učbenikov povzroča velike težave<sup>13</sup>.

Skratka, če resneje vzamemo pod drobnogled zelo dobre rezultate slovenskega knjižnega založništva med leti 1995-97, pod njim slej ko prej odkrijemo gibanje, ki nakazuje, da se za bleščečimi številkami začenja stagnacija – vzroke zanjo pa bi veljalo vsaj na prvi pogled iskati v dejstvu, da predvsem leposlovne knjižne uspešnice ne dosegajo tiste množičnosti kot v drugih, primerljivih državah, da pri nas ni prišlo do nastanka pravih mega knjigarn, ki bi lahko pospešile prodajo knjig in da obstoječa poslovna kultura ne vzpodbuja sobivanja tekmovalnosti in sodelovanja<sup>14</sup>. Posebno vprašanje je tudi znanje in strokovna usposobljenost slovenskih založnikov, vendar je to tako kompleksna tema, da bi zahtevala posebno obravnavo<sup>15</sup>.

---

<sup>13</sup> Na tem področju se je namreč v zadnjem desetletju trg založnikom pomembno skrčil, saj se je med učbeniki pojavila konkurenca, vsaka nova generacija otrok je manjša, hkrati pa imajo šole učbeniške sklade, kjer si otroci lahko učbenike sposodijo. Zaradi tega so se donosi pri učbenikih več kot prepolovili, a se njihovi založniki vseeno še niso dogovorili za enotna pravila igre in za usklajen nastop v razmerju do države.

<sup>14</sup> Seveda pa to niso edine težave, ki v tem trenutku tarejo slovensko založništvo. Resneje bi denimo veljalo vzeti po drobnogled dejstvo, da so se v zadnjih letih zaradi zamrznitve cen, vedno večje konkurence in vedno manjših generacij otrok resno znižali dobički založnikov učbenikov.

<sup>15</sup> Več o tem glej Kovač, 1999, str. 145-155. Za boleznijo zaposlovanja nestrokovnih kadrov na mesta, ki so zahtevala visoko strokovna znanja, je v Sloveniji najbolj bolehalo založba DZS, ki je ravno v času, ko je bil pričujoči članek oddan v tiskarno, objavila, da po prekinila svojo petdesetletno tradicijo in prenehala izdajati knjige.

### **2.2.2 Moč, slabosti, možnosti in grožnje**

Kar nam omogoča tudi malce drugačen pogled na perspektive slovenskega in evropskega založništva. Avtorji citirane študije so namreč izdelali tudi klasično SWOT analizo, v kateri so skušali ugotoviti, kje v evropskem knjižnem založništvu se skrivajo moč (Strength), slabosti (Weaknesses), možnosti (Opportunities) in grožnje (Threats). Tako se po njihovem naravna moč knjižnega založništva skriva v zunanjih ekonomskih dejavnikih, to je v njegovi sposobnosti, da proizvaja materiale v domačem jeziku, in da pri svoji programski strategiji gradi iz poznavanja in razumevanja lastne, domače kulture; njegova glavna slabost je konzervativnost in pomanjkanje inovativnosti ter odsotnost mladih in talentiranih ljudi v industriji, močan negativen pritisk na evropsko založništvo pa pomeni tudi dejstvo, da so zelo odvisni od maloprodajnih prodajnih mest. Priložnosti se tradicionalnim knjižnim založnikom odpirajo z internetom in e-prodajo ter novimi tiskarskimi tehnikami, s katerimi je postal rentabilen tisk tudi zelo majhnih naklad, med nevarnostmi pa navajajo dejstvo, da imajo šole in knjižnice vedno manj denarja za nakup knjig in da mlajše generacije vedno manj berejo. Dodatne težave pa lahko po mnenju avtorjev študije povzroči še harmonizacija DDV znotraj EU, saj bi ta lahko obdavčila knjige v nekaterih državah, ki davka na knjigo doslej niso poznale; neugodno bi lahko na razvoj založništva vplivala ukinitve fiksnih maloprodajnih cen, manjše trge pa lahko pretrese vstop založniških multinacionalk nanje, pri čemer lahko na drugi strani založniki, ki delajo knjige za globalne trge, izgubijo stik z domačo kulturo oziroma s potrebami domače bralne publike (več o tem glej Groenlund, Piccard in Ponni, 2000, str. 105).

Če bi skušali rezultate te SWOT analize aplicirati na razmere v Sloveniji, bi slej ko prej ugotovili, da so slabosti in grožnje v slovenskem založništvu le deloma podobne evropskim, saj se pomembne razlike pojavijo pri moči in možnostih. Drugače povedano, nove priložnosti odpira slovenskim založnikom predvsem dejstvo, da knjiga še ni v celoti postala del množične kulture, oziroma da so knjižnice postale nadomestek za množični trg mehko vezanih knjig, in da je pri nas izrazito nerazvit knjigarniški prodajni kanal, ki v Evropi ravno obratno zaradi svoje moči pomeni že nevarnost za založnike.

### **2.2.3 (Ne)produktivnost informacijskih tehnologij?**

To opozorilo velja vzeti še toliko resneje zaradi tega, ker avtorji citirane študije opozarjajo, da je uvajanje informacijskih tehnologij v knjižnem založništvu omogočalo prihranek stroškov dela v sedemdesetih in osemdesetih, danes pa »tovrstne tehnologije uporabljamo predvsem za povečanje fleksibilnosti tiska in za take ali drugačne spletne aktivnosti«. Še več, smisel

digitalizacije v založništvu ni niti v tem, da bi na ta način nadomestili papir kot medij, ampak z njo prej generiramo nove založniške izdelke in usluge in si odpiramo možnosti za bolj kvalitetno poslovno odločanje. Zaradi tega se v temelju spreminjajo znanja, še pravijo avtorji študije, »potrebna za delo v založništvu«: digitalizacija je tako proces, pri katerem je potrebno neprestano, sprotno učenje, ne pa zgolj občasno obiskovanje takih ali drugačnih tečajev, saj ta razvoj založnike »spreminja iz njihove dosedanje, na papir vezane vloge v ustvarjalce vsebine (content creator)« (vse cit. po Groenlund, Piccard in Ponni, 2000, str. 113), ki jo je mogoče reorganizirati, prepakirati in uporabiti v različnih formah in medijih. Če knjižnim založnikom tak preskok ne bo uspel, še pravijo avtorji študije, se bo uvajanje informacijskih tehnologij spremenilo v projekt, ki bo zaradi visokih investicij, a majhnih učinkov »založnikom povzročil resne težave z dobičkonosnostjo« (Ibidem, str. 115).

Iz tega seveda lahko sklepamo, da so se zmotili vsi tisti slovenski založniki, ki so verjeli, da bo z uvajanjem informacijskih tehnologij mogoče zmanjšati stroške dela: z njimi si je, glede na evropske analize in izkušnje mogoče predvsem odpreti nove tržne niše in izboljšati kvaliteto odločanja, za nižanje stroškov dela pa velja slej ko prej uporabiti druge, bolj klasične metode. Pričujoči članek želi biti eden od dokazov za točnost te teze, saj brez informacijskih tehnologij ne bi bilo mogoče dobiti ne celovite slike o gibanju izposoj v knjižnicah niti založniki ne bi mogli natančno slediti gibanju prodaje svojih knjig – in bi bilo posledično nemogoče postaviti tezo, da so pri nas knjižnične izposoje postale nadomestek za množični trg knjig. Omeniti velja, da se z izumom tiska po naročilu slovenskim založnikom odpira nova možnost za poseg na ta trg, saj je z njim postalo mogoče poceni tiskati razmeroma majhne naklade mehko vezanih knjig, s čimer se bo finančno tveganje pomembno zmanjšalo – in bo založnikom kot ključno tveganje ostala vzpostavitev ustreznih distribucijskih in prodajnih kanalov. To je seveda izjemno zahtevna naloga, ki bi jo bilo veliko lažje rešiti z združenimi založniškimi močmi in s podporo kulturne politike, kot pa če bi se je lotil vsak založnik samostojno - obstoj že omenjene poslovne kulture, ki jo lastniški konflikti delajo nekompatibilno s tisto, ki je v drugih državah omogočila razvoj novih medijev in nove ekonomije, pa se s tega zornega kota lahko izkaže za resnejšo in veliko bolj daljnosežno težavo, kot se to zdi na prvi pogled...

**Zahvala:** Avtor se zahvaljuje Darji Bogataj z službe za kontroling založbe Mladinska knjiga za napotitev na ustrezne statistične vire in mag. Marti Seljak in Izumu za podatke o izposojah v splošno-izobraževalnih knjižnicah. Seveda pa ostaja izključno odgovoren za vse morebitne napake ali napačne sklepe.

**Citirani viri:**

1. *Brošura 1999*, Letno poročilo družbe za leto 1998, Računovodski izkazi za polletje 1999 ter bistvene spremembe prospekta družbe (1999). Mladinska knjiga: Ljubljana.
2. **Groenlund, M., Piccard, R., & Ponni, V.** (2000). *Competitiveness of the European Union Publishing Industries*. Bruxelles: European Commission, Enterprise Directorate-General.
3. **Hampden-Turner, C., & Trompenaars, F.** (1995). *The Seven Cultures of Capitalism*. London: Piatkus.
4. **Kovač, M.** (2000). *Skrivno življenje knjig*. Ljubljana: Oddelek za bibliotekarstvo, Filozofska fakulteta.
5. Podatki Agencije Republike Slovenije za plačilni promet, Podružnica Ljubljana, Oddelek za informacije 2000.
6. **Richardson, P.** (2000). *Publishing Market Survey-Hungary*. London: The British Council.
7. **Shapiro, L., & Varian, H. R.** (1999). *Information Rules*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
8. The U.S: Book Publishing Industry (1997). A Business Information Report from Business. Cormack, New York: Trend Analysts.
9. **Wolfe, M.** (1999). *Entertainment Economy*. New York: Penguin Books.
10. Zbirniki statističnih podatkov iz bilance stanja uspeha, SDK 1996,1997.

**Doc.dr. Miha Kovač** je zaposlen na Filozofski fakulteti, Oddelek za bibliotekarstvo.  
 Naslov: Aškerčeva 2, 1000 Ljubljana  
 Naslov elektronske pošte: miha.kovac@ff.uni-lj.si