



**JAVNA AGENCIJA REPUBLIKE SLOVENIJE  
ZA VARSTVO KONKURENCE**

Dunajska 58, 1000 Ljubljana

# Raziskava knjižnega trga

---

*Končno poročilo*

*december 2020*

---

## Kazalo vsebine

1	UVOD .....	4
2	KNJIŽNI TRG .....	5
2.1	Opredelitev trga .....	5
2.2	Podporne javne institucije.....	6
2.2.1	Ministrstvo za kulturo .....	6
2.2.2	Javna agencija RS za knjigo .....	7
3	RAZISKAVA TRGA .....	8
3.1	Založbe .....	8
3.1.1	Statistika raziskave .....	8
3.1.2	Vrednost trga leposlovnega založništva .....	8
3.1.3	Ocena konkurence s strani založnikov .....	9
3.1.4	Ovire za vstop na trg.....	11
3.1.5	Projekcija razvoja knjižnega trga .....	13
3.2	Knjižnice .....	14
3.2.1	Tiskano leposlovje .....	14
3.2.2	E-leposlovje .....	14
3.2.3	Odločanje o naročilu gradiva .....	15
3.2.4	Ocena prednosti večjih založnikov pred manjšimi.....	15
3.2.5	Pogodbe na ključ .....	16
3.2.6	Druge domnevne kršitve ZPOmK-1.....	16
3.3	Izposoja e-knjig in Biblos .....	17
3.4	Sofinanciranje založb JAK.....	17
3.4.1	Večletni knjižni programi.....	18
3.4.2	Zahtevni večletni knjižni projekti .....	20
3.4.3	Javni razpisi za izdajo knjig .....	20
4	OCENA DEJAVNIKOV TVEGANJA OMEJEVANJA KONKURENCE .....	20
4.1	Stopnja koncentracije trga .....	20
4.2	Vstopne ovire.....	20
4.3	Biblos .....	20
4.4	Oblastno omejevanje konkurence .....	21
4.4.1	Javni razpisi JAK .....	21
4.4.2	Sestava sveta JAK.....	21
5	ZAKLJUČEK.....	21

## **Kazalo tabel**

<i>Tabela 1: Prikaz medsebojnih ocen tržnih deležev konkurentov.....</i>	<i>10</i>
--	-----------

## **Kazalo slik**

<i>Slika 1: Ključni deležniki knjižnega trga.....</i>	<i>6</i>
<i>Slika 2: Vrednost prodaje leposlovja analiziranih založb skupaj (v EUR).....</i>	<i>9</i>
<i>Slika 3: Ocena konkurence na področju leposlovja s strani založnikov .....</i>	<i>9</i>
<i>Slika 4: Prikaz zaznavanja konkurentov po številu omemb.....</i>	<i>10</i>
<i>Slika 5: Ocena ovir za vstop na trg založništva s strani založb.....</i>	<i>11</i>
<i>Slika 6: Ocena analiziranih založnikov pričakovane prodaje v letu 2020 v primerjavi z letom 2019.....</i>	<i>13</i>

## 1 UVOD

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Dunajska 58, Ljubljana (v nadaljevanju: AVK), je na podlagi 12. in 12.i člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence<sup>1</sup> (v nadaljevanju: ZPOmK-1) sprejela odločitev, da se na podlagi 26. člena ZPOmK-1 opravi raziskavo knjižnega trga v Sloveniji.

ZPOmK-1 v 26. členu določa, da lahko AVK opravi raziskavo posameznega sektorja ali določenih vrst sporazumov v več sektorjih, kadar togost cen ali druge okoliščine kažejo na verjetnost omejevanja ali izkrivljanja konkurence na ozemlju Republike Slovenije.

AVK je prejel več obvestil oziroma pritožb<sup>2</sup>, iz katerih je mogoče razbrati, da **na knjižnem trgu na področju leposlovja**<sup>3</sup> v Republiki Sloveniji obstajajo indici o določenih neravnovesjih, ki bi lahko predstavljala dejanja omejevanja oziroma izkrivljanja konkurence s strani nekaterih deležnikov na trgu, in sicer predvsem pri prodaji tiskanih knjig in e-knjig knjižnicam v smislu 9. člena ZPOmK-1 oz. 102. člena PDEU<sup>4</sup>, ki prepoveduje zlorabo prevladujočega položaja. V četrtem odstavku tega člena podrobneje navaja, da zlorabo prevladujočega položaja pomenijo zlasti (i) posredno ali neposredno določanje nepoštenih prodajnih ali nakupnih cen ali drugih nepoštenih poslovnih pogojev; (ii) omejevanje proizvodnje, trgov ali tehničnega napredka v škodo potrošnikov; (iii) uporaba neenakih pogojev za primerljive posle z drugimi sopogodbniki, če je s tem sopogodbnik postavljen v konkurenčno slabši položaj ali (iv) zahteva, da se za sklepanje pogodb sprejmejo dodatne obveznosti, ki po svoji naravi ali glede na trgovinske običaje niso povezane s predmetom teh pogodb.

AVK je preverjal tudi, ali obstajajo indici omejevanja konkurence v smislu 6. člena ZPOmK-1 oz. 101. člena PDEU, ki navaja, da so prepovedani in nični sporazumi med podjetji, sklepi podjetniških združenj in usklajena ravnanja podjetij, katerih cilj ali učinek je preprečevati, omejevati ali izkrivljati konkurenco na ozemlju Republike Slovenije.

Iz prejetih pritožb je mogoče razbrati tudi določene okoliščine, ki kažejo na možnost obstoja oblastnega omejevanja konkurence, kot ga opredeljuje 64. člen ZPOmK-1, ki navaja, da Vlada, državni organi, organi lokalnih skupnosti in nosilci javnih pooblastil ne smejo omejevati prostega nastopanja podjetij na trgu in da se za omejevanje prostega nastopanja podjetij na trgu po tem zakonu štejejo splošni in posamični akti in dejanja, s katerimi se v nasprotju z ustavo in zakonom omejujejo svobodna menjava blaga in storitev, svoboden vstop na trg, svobodno nastopanje na trgu ali s katerimi se kako drugače preprečuje konkurenca. AVK je v okviru raziskave tako preveril tudi, ali obstojijo tovrstni akti oziroma dejanja, katerih posledica je omejevanje konkurence ali pravnega delovanja trga in tega ne opravičuje splošni interes.

Za podrobnejši vpogled v predmetni sektor oziroma podrobnejše ugotavljanje stanja na tem trgu je AVK v okviru raziskave pridobival podatke na način in po postopkih v skladu z določbami ZPOmK-1. Če bi AVK v okviru raziskave izvedel za okoliščine, iz katerih izhaja verjetnost kršitve relevantnih določb ZPOmK-1 in/ali PDEU, bi ustrezno ukrepal, pri čemer bi lahko zoper posamezna podjetja tudi uvedel postopek ugotavljanja kršitve v skladu z določbami ZPOmK-1.

<sup>1</sup> Uradni list RS, št. 36/08, 40/09, 26/11, 87/11, 57/12, 39/13 - odl. US, 63/13 - ZS-K, 33/14, 76/15 in 23/17.

<sup>2</sup> Dokumenti št. 3060-45/2019-2 z dne 18. 12. 2019, 3060-45/2019-3 z dne 4. 2. 2020, 3060-45/2019-4 z dne 27. 2. 2020, 3060-45/2019-5 z dne 28. 3. 2020, 3060-45/2019-6 z dne 31. 3. 2020, 3060-45/2019-7 z dne 2. 4. 2020 in 3060-45/2019-8 z dne 16. 4. 2020.

<sup>3</sup> Pojem oziroma trg leposlovja se v tej raziskavi obravnava kot literatura brez dokumentarne literature, enciklopedij, leksikonov, priročnikov, vodnikov, učbenikov in znanstvene literature, strokovnih in fotografskih monografij, stripov, potopisov, poezije in podobne literature.

<sup>4</sup> Pogodba o delovanju Evropske unije, Ur. l. EU C 326 z dne 26. 10. 2012.

## 2 KNJIŽNI TRG

### 2.1 Opredelitev trga

Knjiga je izdelek kulturne dobrine. Vsaka knjiga je proizvod zase in terja od avtorja oziroma njegovega založnika prodajni napor za vsako novo knjigo.

**Knjigo** lahko obravnavamo kot izdelek in/ali kot kulturno dobrino. Značilnosti knjige kot izdelka so:

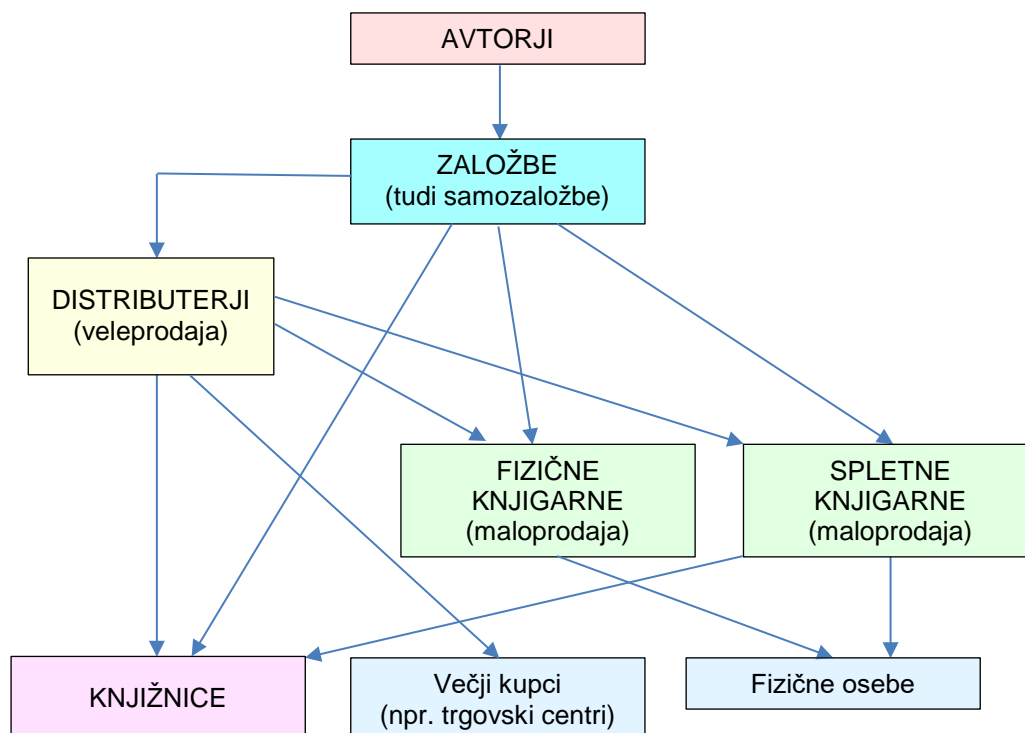
- Vsaka knjiga je proizvod zase in vsaka nova knjiga zahteva prodajne aktivnosti umeščanja novega proizvoda na trg.
- Knjiga spada v kategorijo luksuznih predmetov (z izjemo strokovnih in izobraževalnih knjig), ki za življenje niso nujno potrebni. Zaradi tega je tudi podvržena konjunktornim gibanjem.
- Knjiga ima močno konkurenco v drugih oblikah izrabljanja prostega časa, katerih poraba je zelo preprosta in ne zahteva posebnega duhovnega napora, npr. televizija, radio, zabavni tisk, kino, šport itd.
- Knjiga je lahko tudi investicija. Gre za dragocene, bibliografske izdaje, ki jih ljudje ne kupujejo toliko zaradi njih vsebine, kot zaradi zunanje oblike in redkosti. Gre za špekulativen nakup v upanju, da bo vrednost knjige čez čas večja.
- Knjigo je mogoče posojati in tako lahko z enim izvidom knjige (enkratnim nakupom) njeno osnovno korist izkoristi večje število uporabnikov. Njihovo število je omejeno samo z materialno življenjsko dobo izvoda knjige.
- Vsak kupec kupi knjigo praviloma le enkrat. Z enkratnim nakupom je potreba kupca zadovoljena.
- Knjiga ima številne značilnosti običajnega porabniškega izdelka, vendar je ne moremo primerjati z drugimi izdelki trgu, saj knjigo kot izdelek, ki nastopa na trgu, loči od drugih temeljna razlika: pri drugih vrstah izdelkov predstavlja neposredno uporabno vrednost že materialna oblika, pri knjigi predstavlja to korist njena nematerialna vsebina. Vse do trenutka porabe – branja je knjiga izdelek, nato pa se spremeni v kulturno dobrino. Kulturni in družbeni pomen knjige izhaja iz njene osnovne koristi – vsebine, ki je nematerialna vrednost. Zato tudi izdelek – knjiga postane kulturna dobrina šele v trenutku porabe – branja, ne pa že ob samem nakupu

**Knjižni trg** lahko opredelimo kot prostor, kjer se srečujejo prodajalci in kupci knjig. Prodajalci ponujajo porabnikom knjige, medtem ko jih kupci izbirajo, se odločajo zanje in sprejemajo svoje odločitve o nakupu. Kupci knjig na knjižnem trgu so lahko fizične ali pravne osebe (podjetja, knjižnice, šole, univerze, instituti itd). Iz tega izhaja, da so potrebe na knjižnem trgu zelo raznolike. Kupci povprašujejo po različnih knjigah, zato morata biti v skladu s tem tudi ponudba in njeno hitro spreminjanje. Založba deli knjižni trg na nabavni in prodajni del. Najpomembnejši del nabavnega trga so avtorji, tiskarne in papirnice. Prodajni trg se po drugi strani deli na predvidljive in proste trge. Predvidljivi trgi zajemajo kupce znanstvenih oz. strokovnih knjig ter učbenikov in vseh knjig, ki so vir znanja. Ti trgi so omejeni in dokaj pregledni, razmere na njih pa se le počasi spreminjajo. Programiranje in prodaja knjig je na teh trgih veliko lažja kot na prostih, saj je pogosto tudi del državne regulacije. Največkrat se na teh trgih uporablja tehnika neposrednega trženja. Na drugi strani pa so prosti trgi, trgi kupcev, ki jih porabniki kupujejo za izrabljanje prostega časa. So veliki in nepregledni, zato jih mora založba segmentirati. Na prostih trgih so si vse knjige med seboj konkurenčne, poleg tega pa se morajo vse knjige bojevati s konkurenco drugih oblik izrabljanja prostega časa. Zato so na teh trgih uporabljajo najintenzivnejše trženjsko komuniciranje. Tako na prostem trgu beležijo največjo uspešnost tiste založbe, ki poskušajo delovati glede na potrebe kupca ter trga in na podlagi za to potrebnih informacij o trgu.<sup>5</sup>

Kot veleprodajalci na knjižnem trgu nastopajo tudi distributerji, ki distribuirajo knjige večjim kupcem, kot so npr. trgovski centri, knjigarne in knjižnice. Slika 1 prikazuje vertikalne prodajne odnose od avtorja do kupcev.

<sup>5</sup> Povzeto po gradivu Žnideršič Martina »Ekonomski problemi slovenske knjige«, »Knjiga in založništvo« ter »Knjiga in trg«.

Slika 1: Ključni deležniki knjižnega trga



**Knjižno gradivo (knjige)** se v osnovi deli na leposlovje in strokovno gradivo. Med leposlovje sodi proza, poezija in dramatika, torej umetniška in trivialna literatura, druge vrste literature pa so še dokumentarna literatura, enciklopedije, leksikoni, priročniki, vodniki, učbeniki in znanstvena literatura, strokovne in fotografske monografije, stripi, potopisi, ipd.

AVK je za potrebe te raziskave opravil analizo le **knjižnega trga leposlovja**, saj so se prijave nanašale le na to področje.

**Založništvo** je izdajanje, zalaganje in razpečevanje knjig. Med založništvo 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, pri čemer ima založnik osrednji položaj, saj poveže ostale tri in prevzame celotno tveganje izdajanja knjig. Zato je založništvo gospodarska dejavnost, saj gre za vlaganje sredstev v določen proizvod, in sicer v upanju, da se bodo, potem ko bo proizvod na trgu realiziran, ta sredstva oplojena povrnila.<sup>6</sup>

## 2.2 Podporne javne institucije

### 2.2.1 Ministrstvo za kulturo

Po navedbah Ministrstva za kulturo<sup>7</sup> izvaja v Sloveniji na območju 212 slovenskih občin knjižnično javno službo, ki je izvorna občinska naloga, 58 splošnih knjižnic, občinskih oziroma večobčinskih javnih zavodov, samostojnih pravnih oseb. Knjižnično dejavnost opravljajo na 273 lokacijah knjižnic in s 13 *bibliobusi*. Skupaj s premičnimi zbirkami opravljajo knjižnično dejavnost na 1085 mestih v Sloveniji.

<sup>6</sup> Povzeto po gradivu Žnideršič Martina »Ekonomske problemi slovenske knjige«, »Knjiga in založništvo« ter »Knjiga in trg«.

<sup>7</sup> Dokument Ministrstva za kulturo št. 612-2/2020/39 z dne 10. 6. 2020.

Ministrstvo za kulturo slovenskim splošnim knjižnicam letno namensko sofinancira nakup knjižničnega gradiva iz državnega proračuna, kakor je določeno v 55. členu Zakona o knjižničarstvu<sup>8</sup>, ki opredeljuje sredstva države pri sofinanciranju nakupa knjižničnega gradiva za splošne knjižnice. Splošne knjižnice morajo skladno z dokumentom upravljanja knjižnične zbirke skrbeti, da je zbirka aktualna in uravnotežena glede na namen in poslanstvo knjižnice. Nove naslove izbirajo samostojno in avtonomno. Prirast naslovov mora izhajati iz z analizo ugotovljenih potreb uporabnikov knjižnice.

Republika Slovenija knjižnicam tako zagotovi del sredstev za sofinanciranje nakupa knjižničnega gradiva; knjižnice nakup izvedejo same, morajo pa ob tem upoštevati pogoje, ki jih ministrstvo določi v neposrednem pozivu in v pogodbi o sofinanciranju. Predpisi in strokovna priporočila določajo temeljna izhodišča za izbor knjižničnega gradiva v splošnih knjižnicah (veljavna strokovna priporočila in standardi za splošne knjižnice, dostopni na spletu<sup>9</sup>), natančnejše smernice za izgradnjo knjižnične zbirke, katerih sestavni del je tudi nabavna politika, pa v dokumentu o nabavni politiki določi vsaka knjižnica sama.

Ministrstvo za kulturo še dodaja, da delo, ki ga opravlja, ni povezano s knjižnim trgom. S knjižnim trgom in deležniki na njem se povezujejo splošne knjižnice, ki nakup knjižničnega gradiva izvajajo kot svojo avtonomno nalogo.

Ministrstvo za kulturo ne sodeluje pri izbiri založnikov oziroma knjigotržcev ter ponudnikov knjižničnega gradiva za splošne knjižnice.

Glede uporabe zakonodaje, ki ureja javno naročanje, Ministrstvo za kulturo pojasnjuje, da je v knjižnicah predmet naročanja posamezna knjiga oziroma posamezna enota/naslov knjižničnega gradiva, saj mora biti za različne uporabnike in njihove ugotovljene potrebe knjižnična zbirka aktualna in raznolika, zato se publikacije v knjižnični zbirki razlikujejo med seboj, kar je v svojem mnenju potrdilo tudi Ministrstvo za finance<sup>10</sup>.

### 2.2.2 Javna agencija RS za knjigo

Javna agencija za knjigo Republike Slovenije (JAK) je oseba javnega prava, ki jo je ustanovila Republika Slovenija. Področje knjige v skladu z Zakonom o Javni agenciji za knjigo Republike Slovenije obsega zagotavljanje pogojev za izdajanje knjig in revij s področij leposlovja in humanistike ter pogojev za delo ustvarjalcev s področij leposlovja in humanistike, prevajanje del slovenskih avtorjev, mednarodno sodelovanje s področja knjige, literarne festivale in prireditve, razvoj knjigarniške mreže, razvijanje bralne kulture, promocijo knjig, avtorjev in branja, usklajenost delovanja vseh členov verige knjige, dodatno poklicno usposabljanje s področja knjige, knjižnično nadomestilo in informatizacijo na področju knjige. JAK je bila ustanovljen za opravljanje strokovnih, razvojnih in izvršilnih nalog, povezanih z izvajanjem strateških dokumentov in usmeritev na področju knjige, poleg tega pa tudi dejavnosti, ki spodbujajo razvoj na področju knjige, ter z zakonom določene naloge v javnem interesu. Njegov namen je tudi, da zagotovi stabilne pogoje za razvoj področja knjige ter strokovno in ne-odvisno odločanje o izbiri programov in projektov, ki se financirajo iz državnega proračuna.<sup>11</sup>

AVK je zaradi prijav v zvezi z domnevnim omejevalno-konkurenčnim dodeljevanjem sredstev založnikom **leposlovja** zanimalo predvsem to področje dela JAK. JAK je pojasnil, da so zakonske podlage za dodeljevanje subvencij založbam Zakon o Javni agenciji za knjigo Republike Slovenije<sup>12</sup>, Zakon o uresničevanju javnega interesa za kulturo<sup>13</sup>, Zakon o javnih agencijah<sup>14</sup>, Pravilnik o izvedbi postopkov javnega poziva in javnega razpisa s področja knjige<sup>15</sup>, Pravilnik o strokovnih komisijah Javne agencije za knjigo Republike Slovenije<sup>16</sup>, Sklep o ustanovitvi Javne agencije za knjigo Republike Slovenije<sup>17</sup>, Statut Javne agencije za knjigo Republike Slovenije z dne 9. 9. 2008, Spremembe in dopolnitve statuta Javne agencije za knjigo Republike Slovenije z dne 28. 1. 2015, Shema državne

<sup>8</sup> Uradni list RS, št. 87/01, 96/02 - ZUJIK in 92/15.

<sup>9</sup> <https://www.gov.si/assets/ministrstva/MK/Zakonodaja-ki-ni-na-PISRS/Kulturna-dediscina/2ffbd52377/Strokovna-priporocila-in-standardi-za-splosne-knjiznice.pdf>

<sup>10</sup> Mnenje Ministrstva za finance št. 007-132/2007/2 z dne 7. 5. 2007.

<sup>11</sup> Vir: <https://www.jakrs.si/o-agenciji/>.

<sup>12</sup> Uradni list RS, št. 112/07, 40/12 in 63/13), predvsem v 2., 3. in 7. točki 4. člena.

<sup>13</sup> Uradni list RS, št. 77/07-UPB, 56/08, 4/10, 20/11 in 111/13.

<sup>14</sup> Uradni list RS, št. 52/02, 51/04-EZ-A in 33/11-ZEKom-Č.

<sup>15</sup> Uradni list RS, št. 107/15.

<sup>16</sup> Uradni list RS, št. 62/18.

<sup>17</sup> Uradni list RS, št. 57/08, 68/13.

pomoči »Spodbujanje založništva v Sloveniji« št. SA. 35595 (2012/N) in Resolucija o Nacionalnem programu za kulturo 2014-2017<sup>18</sup>.

### 3 RAZISKAVA TRGA

#### 3.1 Založbe

AVK je pozval **80** založnikov k posredovanju odgovorov v zvezi s prodajo knjig (leposlovja). Po prečiščenju prejetih odgovorov, pri čemer je najpogostejši razlog za izločitev odgovorov iz nadaljnje analize neprodaja leposlovja, je AVK nato analiziral odgovore **54** relevantnih respondentov. K posredovanju odgovorov je pozval tudi 3 večje distributerje z namenom pridobitve informacij tudi iz njihovega zornega kota.

##### 3.1.1 Statistika raziskave

Nekaj statističnih ugotovitev:

- Za opravljanje dejavnosti J 58.110 - Izdajanje knjig je v Sloveniji registriranih 457 subjektov.<sup>19</sup>
- Kar **87 %** založb, ki ustvarja prihodke iz prodaje leposlovja, za to uporablja tudi **spletni prodajni kanal**, kar pomeni, da je spletna prodaja knjig v Sloveniji dobro razvita;
- Le dve založbi imata nad seboj gospodujoče<sup>20</sup> podjetje, ki se ukvarja z založništvom, tri založbe imajo pod seboj odvisno<sup>21</sup> podjetje, ki se ukvarja z založništvom oziroma prodajo knjig. Iz navedenega je mogoče razbrati, da založbe praviloma niso vertikalno integrirane, tiste ki pa so, so tudi najpomembnejši akterji na trgu. Največje vertikalno integrirano podjetje na področju založništva je Mladinska knjiga Založba d.d. – Cankarjeva založba-Založništvo d.o.o.

##### 3.1.2 Vrednost trga leposlovnega založništva

###### 3.1.2.1 Prodaja tiskanih in e-knjig

AVK je s pregledom razmerja med prodajo tiskanih in e-knjig ugotavljal pomembnost ene ali druge oblike produktov in iz zbranih podatkov ugotovil, da je prodaja e-knjig v primerjavi s prodajo tiskanih leposlovnih knjig znašala le 0,7 % v letu 2017 do **1,0 %** celotne prodaje v letu 2019. AVK tako ugotavlja, da je prodaja tiskanih knjig še vedno bistven način pri presoji prodaje knjig oziroma založništva.

###### 3.1.2.2 Celotna prodaja leposlovja – ocena velikosti trga

Slika 2 prikazuje celotno vrednost prodaje leposlovja analiziranih založb. Kot je razvidno iz slike 1, založbe največjo vrednost ustvarijo s prodajo knjig preko lastne maloprodaje (~42 % celotne prodaje), sledi prodaja drugim kupcem, med njimi predvsem distributerjem (~35 %), in na koncu prodaja knjižnicam (~23 %). Razmerje med temi prodajnimi potmi se v obdobju 2017-2019 ni spreminjalo. Skupna vrednost lastne maloprodaje je znašala nekaj več kot 5 milijonov EUR, prodaja knjižnicam približno 3 milijone EUR in prodaja drugim med 4 in 5 milijoni EUR.

Slika 2 hkrati prikazuje tudi trend prodaje leposlovja v Sloveniji, ki kaže na zmerno rast prodaje v obravnavanem obdobju (~1,7 % 2018/2017 in ~2,8 % 2019/2018). AVK ocenjuje, da znaša celotna vrednost trga založništva leposlovja okoli **13 milijonov EUR**.

<sup>18</sup> Uradni list RS, št. 99/13.

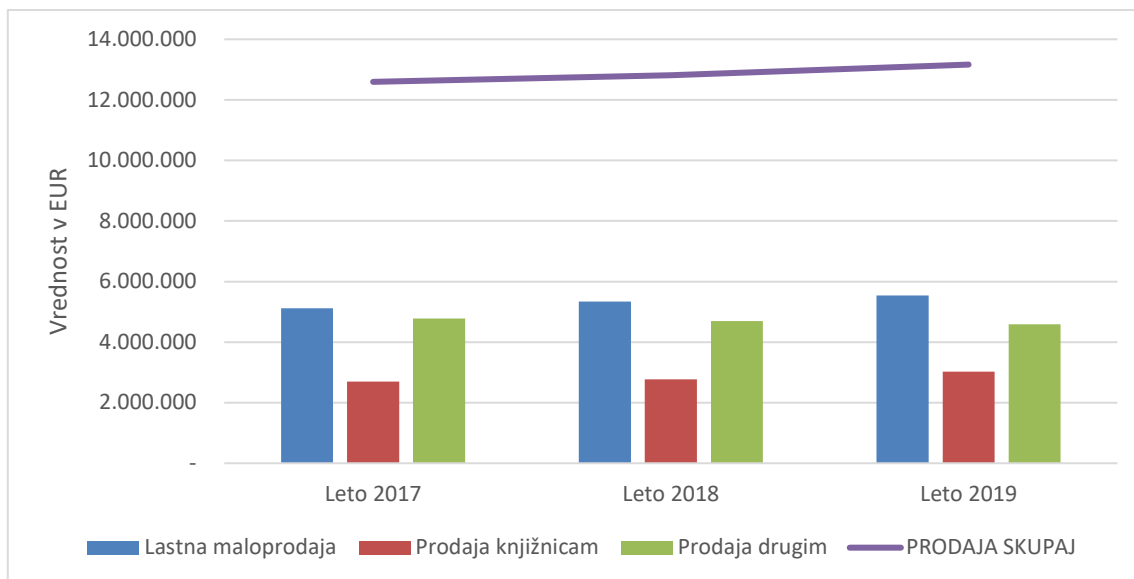
<sup>19</sup> Vir: spletni portal E-bonitete: <https://www.ebonitete.si/default.aspx?d=J58.110>.

<sup>20</sup> »Gospodujoče podjetje« je podjetje, ki ima neposredno ali posredno (i) več kot polovico kapitalskih ali poslovnih deležev v drugem podjetju; (ii) večino glasovalnih pravic v drugem podjetju; (iii) pravico imenovati ali odpoklicati večino članov poslovodstva ali nadzornega sveta drugega podjetja ali (iv) pravico voditi posle drugega podjetja na podlagi podjetniške pogodbe ali drugega pravnega posla.

<sup>21</sup> »Odvisno podjetje« je podjetje, v katerem ima drugo podjetje pravice ali vpliv iz prejšnje točke (glej »gospodujoče podjetje«).



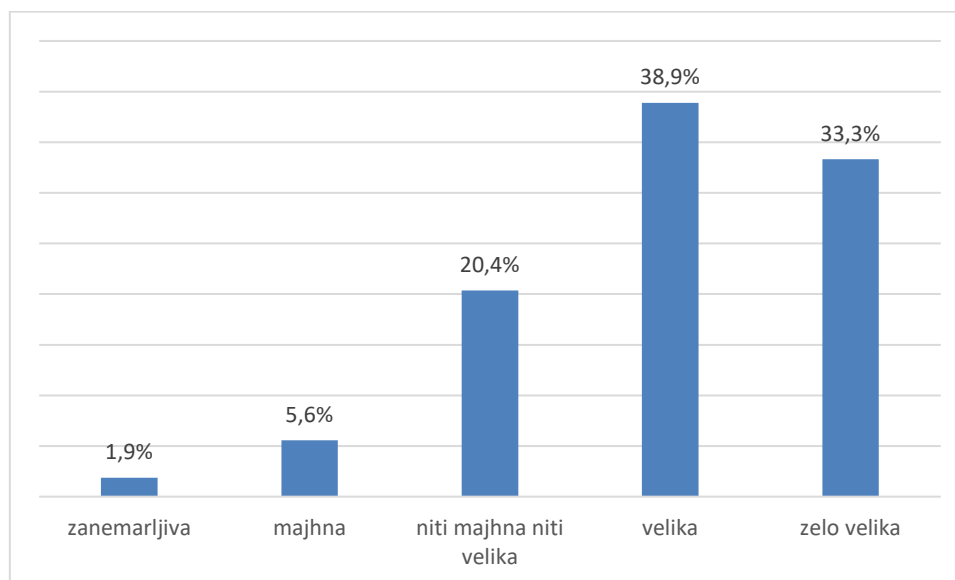
**Slika 2: Vrednost prodaje leposlovja analiziranih založb skupaj (v EUR)**



### 3.1.3 Ocena konkurence s strani založnikov

Založbe so podale oceno o zaznavanju konkurence na predmetnem trgu. Kot je razvidno iz slike 3, jih velika večina ocenjuje konkurencu kot veliko ali zelo veliko, skupaj kar 72,2 % vseh respondentov, torej nekaj več kot dve tretjini.

**Slika 3: Ocena konkurence na področju leposlovja s strani založnikov**



Nekaj založb je napisalo, da izdajajo določeno specifično literaturo in da konkurence ne znajo opredeliti oziroma oceniti, druge da izdajajo samo nekaj malega leposlovja, tretje da so premajhne, da bi se ukvarjale z analizo konkurence. Iz navedenega lahko sklepamo, da vsaj manjše založbe vodijo svojo poslovno politiko brez poglobljanja v tržne analize, kar je najbrž tudi posledica **izrazito heterogenega produkta**, kot je knjiga.

Kako posamezne anketirane založbe zaznavajo konkurente, je prikazano v sliki 4. Prikaz je dvodelen, in sicer prvi, modri histogram prikazuje zaznavanje konkurentov po številu omemb posameznih založb,

drugi, rdeči histogram pa prikazuje popravljeno razmerje ob seštevku omemb Mladinske knjige založbe (MK) in Cankarjeve založbe (CZ), ki je odvisno podjetje Mladinske knjige.

V obeh primerih je razvidno, da je najpogosteje omenjena **Mladinska knjiga založba**, v povezavi s **Cankarjevo založbo** pa daleč najpogosteje omenjeni konkurent s strani analiziranih založb. Na drugo mesto se je uvrstila založba **Beletrina**, sledijo **Učila**, Založba **Goga** in Založba **Sanje**. To so s strani anketiranih založb konkurenti, ki so najbolj zaznani na trgu.

**Slika 4: Prikaz zaznavanja konkurentov po številu omemb**

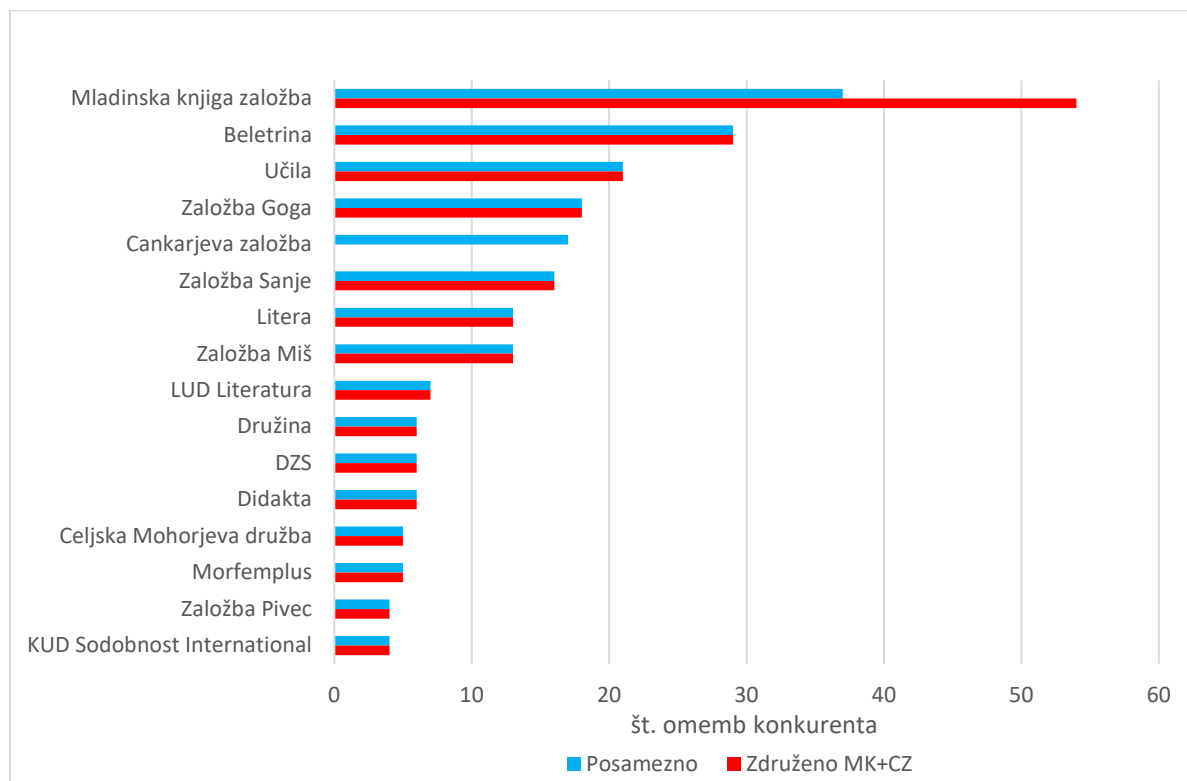


Tabela 1 prikazuje prikaz medsebojnih ocen tržnih deležev konkurentov. Po razvrstitvi povprečne ocene tržnih deležev glede na vse zbrane ocene je na prvem mestu še vedno Mladinska knjiga založba in Cankarjeva založba z ocenjenim 31 % tržnim deležem, sledijo Učila z 20 % in Beletrina s 16 %. Glede na navedeno je mogoče z veliko verjetnostjo sklepati, da te tri založbe predstavljajo največje založbe na slovenskem knjižnem trgu, pri čemer pa je **navedeni tržni delež omenjenih založb le informativen**, saj je večina založb navedla, da ne vodijo natančne analize trga in konkurentov.

**Tabela 1: Prikaz medsebojnih ocen tržnih deležev konkurentov**

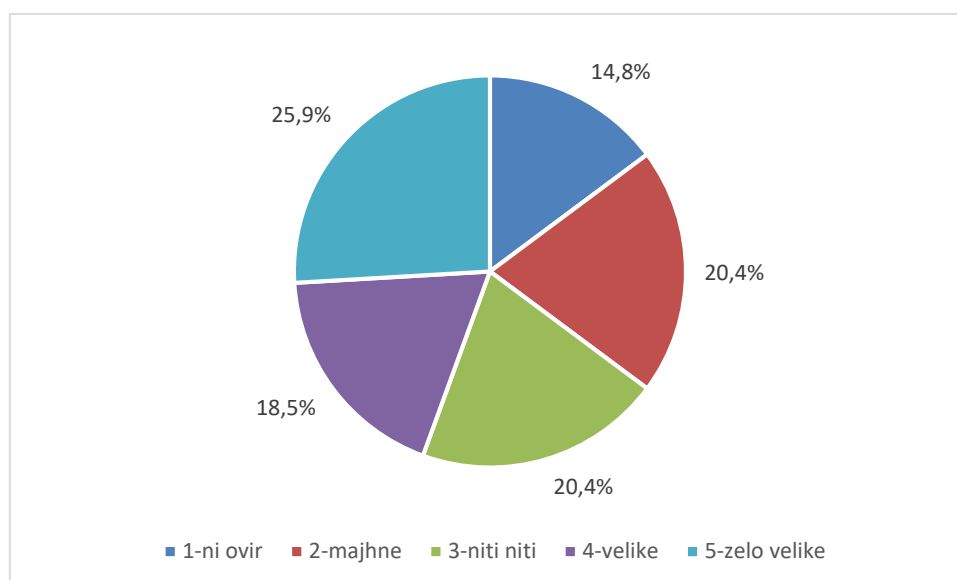
Zap. št.	Založba	Min	Max	Avg
1	Mladinska knjiga + Cankarjeva založba	20%	45%	31%
2	Učila	15%	30%	20%
3	Beletrina	5%	30%	16%
4	Družina	5%	10%	8%
5	DZS	2%	10%	7%
6	Litera	2%	10%	6%
7	Založba Sanje	1%	10%	6%
8	Založba Goga	2%	10%	5%
9	Celjska Mohorjeva družba	3%	6%	5%

Zap. št.	Založba	Min	Max	Avg
10	Založba Miš	1%	8%	4%
11	LUD Literatura	2%	5%	4%
12	Didakta	1%	5%	3%
13	Morfemplus	3%	3%	3%
14	Založba Pivec	3%	3%	3%
15	KUD Sodobnost International	3%	3%	3%

### 3.1.4 Ovire za vstop na trg

Slika 5 prikazuje oceno ovir za vstop na trg založništva s strani založb. Glede na skoraj enakomerno razpršenost odgovorov na daljici, med ni nobenih ovir (1) do zelo velikih ovir (5), je mogoče sklepati, da določene ovire obstajajo, vendar pa ni mogoče zaključiti, da bi bile te takšne, da bi znatno onemogočale vstop novih ponudnikov na trg.

**Slika 5: Ocena ovir za vstop na trg založništva s strani založb**



Iz komentarjev založb je mogoče razbrati, da v leposlovje vključujejo t.i. »umetniško« literaturo, ki jo po njihovem mnenju brez subvencij ni mogoče izdajati, in t.i. »trivialno« literaturo, ki po njihovem v glavnem »preživi« le zaradi izdatnejše prodaje trdo vezanih izdaj knjižnicam, in sicer po cenah, ki bistveno presegajo cene mehke vezave. Sodeč po navedbah teh založb obe področji leposlovja izdaja pri nas samo založba Mladinska knjiga, večina drugih založb, ki izdajajo leposlovje, se ukvarja bodisi samo z umetniškim, bodisi samo s trivialnim leposlovjem.

Vstop novega založnika »umetniškega« leposlovja na knjižni trg v sedanjih razmerah založbe ocenjujejo kot zahteven, navajajo da obstajajo visoki stroški za odkup avtorskih pravic oz. avtorski honorar, izpostavljajo težave kvalitetnega prevoda, ureditve v skladu z založniškimi standardi ter promocijo in gostovanje avtorjev. Zaradi majhne pričakovane prodaje (po navedbah založb si večina Slovencev knjige izposoja, ne pa kupuje) in temu prilagojene zelo nizke naklade (500 izvodov ali manj) založnik ne more ustvariti razlike v ceni, če stroškov ne pokrije v celoti ali pretežno s subvencijo. Za prijavljanje na razpise JAK za subvencijo pa »novi« založnik nekaj let (najmanj tri leta) ne izpolnjuje pogojev in tako ne morejo konkurirati drugim, na trgu že prisotnim založnikom.

Vstop novega založnika »trivialnega« leposlovja je po mnenju založb mogoč zaradi praviloma nizkih stroškov produkcije (cenejše avtorske pravice, nizki honorarji prevajalcem začetnikom, večinoma

nelektorirana in neurejena besedila oz. neupoštevanje založniških standardov) in naklonjenosti knjižnic do nakupa trivialne literature ne glede na kakovost njene izvedbe.

Glavna ovira za založnika »umetniškega« leposlovja je po mnenju založb nezmožnost financiranja produkcije, kot v sedanjih razmerah tudi dolgotrajno uveljavljanje v javnosti (mediji, bralstvo, strokovna javnost), otežen vstop v knjigarne (visoki rabati, knjigarne, ki preferirajo prodajo produkcije matične založbe, ...) in omejena prodaja knjižnicam. Za založnika trivialnega leposlovja po mnenju nekaterih založb pravzaprav ni pomembnih ovir, še posebej če gre za založnika »samozaložniškega« oziroma »knjižničnega« modela, kar pomeni, da ena oseba opravi skoraj vse faze produkcije (založnik posameznik oz. založba brez zaposlenih). Obstoječi založniki teh modelov knjig praviloma ne ponujajo v knjigarnah, ne prirejajo književnih dogodkov in se ne povezujejo z mediji; knjige promovirajo na svojih spletnih straneh in družbenih omrežjih ter jih prodajajo neposredno knjižnicam.

Med ovirami za vstop na trg so založniki dodatno izpostavili:

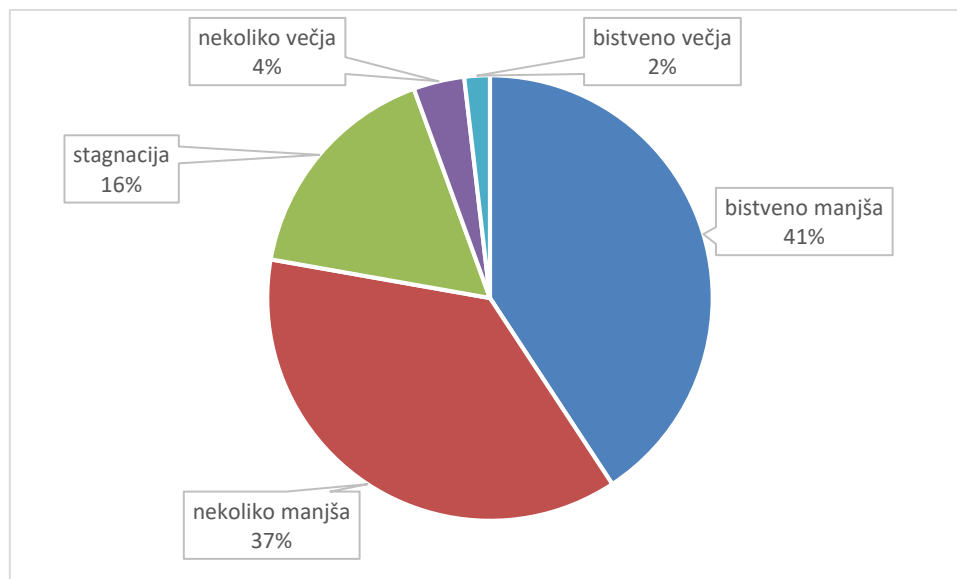
- **Majhen trg.**
- Težko je **razviti prepoznaven založniški program**, predvsem založbe, ki imajo specifičen, nekomercialno naravnani knjižni program (ne tiskajo "uspešnic" in lahkotnega branja).
- Trg preplavlja lahkotna literatura zaradi povečanega povpraševanja po tej zvrsti in **zmanjšuje delež zahtevnejšega leposlovja**.
- **Ne obstaja neodvisna knjigotrška mreža**, saj so knjigarne povečini v lasti (večjih) založnikov. Zato je novi založnik primoran skleniti prodajno pogodbo z obstoječimi večjimi knjigotrškimi mrežami ali z enim od distributerjev (grosistov), ki imajo vnaprej sklenjene pogodbe z njimi. Poleg tega je prodaja konkurenčnih knjig v takih knjigarnah omejena.
- Osnovno oviro na vstop založnika trga predstavlja predvsem **investicija v izdelavo in izdajo določenega gradiva** – dostop do avtorjev, ki imajo morda že sklenjene pogodbe, avtorskih pravic iz tujine, kjer se podpisujejo avtorske pravice za več izdaj hkrati in podobno.
- Vključenost elektronskih leposlovnih knjig v **sistem izposoje e-knjig** in izpostavljenost teh knjig na omenjenih portalih je pogojena s pogodbo s izvajalcem, tako da gre za vrsto proceduralnih, finančnih in izvedbenih ovir, s katerimi bi se eventualno srečalo novo podjetje na omenjenem trgu.
- **Naklade** knjig so ekstremno **nizke**, **stroški priprave** knjig so **visoki**.
- Da bi slovenski knjižni trg ostal raznovrsten, je spričo njegove majhnosti po mnenju nekaterih založb državno **subvencioniranje** nujno, posebej za majhne in nišne založbe, ki večinoma nimajo lastnih knjigarn in jim je zato vstop na trg dodatno otežen. Nova založba si mora zato, če njen program ni izključno tržno naravnani, zagotoviti stabilno državno sofinanciranje, kar je izjemno zahtevno, saj mora za to izkazati kontinuiteto izdaj, stabilno prodajo ter se vsaj 3-5 let vzdrževati sama, z lastnimi sredstvi, kar je sploh v teh časih zelo težko. Obenem nima sredstev za promocijo (**visoki stroški marketinga**), slednja pa je nujna za prodajo, od katere je odvisno preživetje. Majhne založbe, ki so ključne za ohranjanje raznovrstnosti knjižne ponudbe, so večinoma specializirane, tj. zahtevnejše in zanimive za manjši krog publike, kar celotni krog prodaje dodatno podaljša, dodatni problem pa predstavlja dejstvo izbire odkupa gradiva v splošnih knjižnicah, saj slednje bolj in bolj dajejo prednost lažjim žanrom in po pravilu izdaje večjih založb odkupujejo v večjih količinah. Tako je po mnenju več manjših založb **sofinanciranje JAK** namenjeno samo že uveljavljenim, velikim založnikom, ki letno izdajo večje število naslovov.
- Za novo (posebej malo) založbo je po mnenju nekaterih **udeležba na Slovenskem knjižnem sejmu (SKS)** domala nujnost, saj gre za eno največjih priložnosti za prodajo in promocijo knjig kar najširšemu krogu bralstva. Nekaj založb je omenilo, da je ta udeležba zelo draga (visoke cene najema razstavnega prostora, nerazumljivi dodatni stroški elektrike in interneta v času sejma in vpisa v elektronski katalog razstavljavk in razstavljavcev, kar je pogoj za možnost zakupa razstavnega prostora, itd).
- Zaradi hude konkurence se je zelo težko uveljaviti na majhnem slovenskem trgu, **pridobiti zadostne reference** in renome tako pri ljubiteljski kot strokovni javnosti. Predvsem majhne založbe, ki se posvečajo izdaji nekomercialnih leposlovnih izdaj (npr. poezija, dramatika), se zelo težko uveljavijo in zagotovijo, da bi njene knjige prišle do bralcev.
- **Nizka bralna kultura** (nizko povpraševanje).
- Knjigarne krepijo **papirniški in darilni program** in umikajo knjige, kar dodatno slabi prodajne kapacitete izdanih knjig.

- V zadnjih desetih letih se je obseg slovenskega založništva kot gospodarske dejavnosti zmanjšal za polovico. Del zmanjšanja nakupov knjig je posledica recesije (**nizka kupna moč**), pomembno je tudi dejstvo, da je knjiga le še ena izmed pristočasnih dejavnosti (**spreminjanje navad kupcev, vstop novih tehnoloških praks**).

### 3.1.5 Projekcija razvoja knjižnega trga

Založniki so na vprašanje AVK glede ocene pričakovane prodaje v letu 2020 v primerjavi z letom 2019 ocenili, da bo prodaja nekoliko oziroma bistveno manjša, skupaj kar v 78 %. 16 % založnikov je ocenilo, da se obseg prodaje ne bo spremenil, le 6 % pa jih meni, da bo prodaja nekoliko oziroma bistveno večja. Odgovori založnikov so prikazani v sliki 6.

Slika 6: Ocena analiziranih založnikov pričakovane prodaje v letu 2020 v primerjavi z letom 2019



AVK je tako zanimalo, kako založniki ocenjujejo razvoj knjižnega trga v prihodnje. Večina založb meni, da se bo **že tako majhen trg krčil** ali v najboljšem primeru stagniral, nekatere založbe bodo mogoče celo propadle. Ljudje vse **manj berejo** in svoj prosti čas in pozornost namenjajo drugim oblikam preživljanja prostega časa. Založbe ocenjujejo, da bo Covid kriza povzročila tudi **zmanjšanje kupne moči** potrošnikov.

Založbe nadalje pričakujejo, da se bo preko fizičnih knjigarn prodalo čedalje manj tiskanih knjig. Kot enega izmed razlogov omenjajo tudi, da ni samoumevno pričakovati zagotovitve konstantne prisotnosti knjig v knjigotrskih mrežah, saj se le-te čedalje bolj odmikajo od svoje glavne dejavnosti (prodaje knjig). Svoj prostor namreč vse pogosteje namenjajo prodaji drugih izdelkov. V tem trenutku **fizične prodajne poti (knjigarne)** obvladujejo predvsem velike založbe. Pričakovati pa je, da se bo izrazito povečevala **prodaja preko drugih kanalov**, predvsem **preko spleta**. Tako se bo povečevala **prodaja e-knjig**, hkrati pa se bodo pojavile nove oblike knjig, kot so npr. **zvočne knjige**. Založbe opažajo tudi **spreminjanje bralnih navad**, saj se vedno več literature prebira **v tujem jeziku** (predvsem angleščini, kar je še posebej značilno za mlade), pa na **elektronskih bralnikih**. Čeprav že zdaj po mnenju založb obstajajo izjemno težki pogoji za delovanje, bodo v prihodnjih letih za založništvo še težji, zato bodo lahko uspešno delovale le tiste založbe, ki se bodo pravočasno prilagodile na krčenje klasičnega knjižnega trga in bodo razvile nove, predvsem digitalne prodajne poti.

Založbe ocenjujejo kot pomembno tudi udeležbo na različnih manjših **knjižnih sejmih**. Posebna pozornost bo morala biti namenjena uravnoteženosti med **prodajnimi potenciali** naslovov ali specializacija v **butično prodajo** visokokvalitetnih knjig v manjšem obsegu. V odgovorih je bilo tudi zaslediti **nezadovoljstvo** nad trendom prodaje **knjižnicam**, ki se odločajo za nakup **manj kakovostnega (lažjega) gradiva** in sledijo predvsem povpraševanju, to pa sledi močnim promocijskim akcijam založnikom tovrstnega gradiva.

Založbe **od države pričakujejo pomoč** pri krepitvi promocije trženja knjig in revij, vzpostavitve informacijskega portala na področju knjige, izvedbo nacionalnih kampanj za promocijo branja in nakupovanja knjig, pospeševanje in promocijo branja od najmlajših let, itd. Dostop do e-knjig bi moral biti omogočen vsem s pomočjo **državne aplikacije**, ki bi omogočala vstop tudi manjšim založnikom, končni kupci pa bi po sistemu naročnin prišli do kvalitetnih vsebin. Znesek pobranih naročnin bi bil lahko razdeljen po principu uporabe – odstotek prebranih del določenega imetnika pravic bi predstavljal odstotek pobranih sredstev. Prav tako bi bilo po mnenju manjših založb smiselno, da bi država bolj enakomerno **porazdelila sredstva** med **založbe različnih profilov** in povečala mehanizme evalvacije kakovosti, zlasti prevodov, saj bo nasprotnem primeru po mnenju založb prišlo do utrjevanja položaja že subvencioniranih založb. Med ovirami za razvoj manjših založnikov je nekaj založnikov omenilo tudi Zakon o enotni ceni knjige (ZECK)<sup>22</sup>, ki pa se od 24. 10. 2020 do 30. 4. 2022 ne uporablja<sup>23</sup>, zato ga AVK ni podrobneje analiziral.

Med založbami je zaznana tudi porast prodaje tujih spletnih prodajalcev knjig (predvsem Amazon-a), zato menijo, da bi bilo smiselno, tako na evropskem kot na državnem nivoju, urediti zahtevo po obvezni prodaji knjig tudi v jeziku države članice oz. slovenskem jeziku.

AVK glede na odgovore založb ocenjuje, da se **trg ne bo bistveno krčil**, čeprav je bilo razbrati **nekaj izstopov** založb iz trga iz prejetih odgovorov. Pričakujejo pa se **večje spremembe predvsem v prodajnih poteh in oblikah bralnega čtiva** (elektronsko, zvočno).

## 3.2 Knjižnice

AVK je pozval vseh 58 knjižnic k posredovanju podatkov o največjih dobaviteljih (distributerjih) in vrednostih nakupa leposlovja v tiskani in e-obliki. AVK je iz prejetih podatkov ugotovil, **da velikost trga prodaje leposlovja knjižnicam znaša med 6 in 7 milijonov EUR letno**.

### 3.2.1 Tiskano leposlovje

Največji dobavitelji leposlovja knjižnicam so **Mladinska knjiga, Učila International in Avrora AS**, ki skupaj dobavijo približno 60 % vsega tiskanega leposlovja. Med ostalimi dobavitelji leposlovja se v nadaljevanju razvrščajo založbe Primus, Libris, Buča, Miš, Desk, Epistola, Beletrina, Morfemplus in Pivec, ki imajo od 2 do 7 % delež v nabavni vrednosti leposlovja, ki ga kupujejo knjižnice. Primerljivo razmerje se izkaže tudi v primeru primerjave števila dobavljenih naslovov ali izvodov. Podjetji Avrora AS in Buča se ukvarjata pretežno z distribucijo knjig drugih založb.

### 3.2.2 E-leposlovje

Po prejetih podatkih s strani knjižnic AVK ugotavlja, da je praktično **edini** slovenski dobavitelj oziroma distributer e-leposlovja založba **Beletrina** preko svojega sistema **Biblos**. Med navedbami zasledimo tudi tujega dobavitelja eBooks EBSCO, sicer večjim številom e-naslovov, vendar nizko vrednostjo prodaje, vendar pravilnosti tega podatka AVK ni preverjal.

Glede na prejete podatke s strani knjižnic se je izkazalo, da je bila nabavna vrednost e-leposlovja v letu 2019 je znašala približno 12 % celotne nabavne vrednosti vsega leposlovja s strani knjižnic, po številu naslovov pa približno 17 % vseh naslovov leposlovja, pridobljenih v letu 2019. Ni sicer jasno, ali so knjižnice posredovale podatke v neto ali bruto vrednosti e-gradiva, torej samo nakup leposlovja ali so k posredovanim zneskom prištevale tudi vrednost uporabnine Biblos, zato je podatek zgolj informativen.

Med e-knjige spadajo tudi **avdio (zvočne) knjige**, zato so nekatere knjižnice vzpostavile sodelovanje s ponudnikom Audibook, mobilne tehnologije, d.o.o., katerega istoimenska aplikacija je na voljo za mobilne naprave Android in iOS. Aplikacija je na voljo brezplačno 90 dni in ponuja številna dela pretežno slovenskih avtorjev. Uporaba tovrstnega gradiva je v porastu.

<sup>22</sup> Uradni list RS, št. 11/14 in 152/20 – ZZUOOP.

<sup>23</sup> Pravno-informacijski sistem: <http://pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO6798>, 21. 12. 2020.

### 3.2.3 Odločanje o naročilu gradiva

Knjižnice s svojim gradivom zadovoljujejo izobraževalne, informacijske, kulturne in razvedrilne potrebe uporabnikov. V ta namen posamezna knjižnica oblikuje in vzdržuje knjižnično zbirko oz. izbira, nabavlja, obdeluje, hrani in daje v uporabo knjižnično gradivo.

Izbor knjižničnega gradiva je prilagojen določilom o obsegu knjižničnega gradiva na podlagi **Pravilnika o pogojih za izvajanje knjižnične dejavnosti kot javne službe**<sup>24</sup>, ki določa obvezen minimalni obseg zbirke, upoštevajoč veljavne standarde za splošne knjižnice in razpoložljiva finančna sredstva. Pri izboru gradiva ima **prednost aktualno in kakovostno gradivo, pestrost literarnih zvrsti in žanrov, hkrati pa se upošteva želje uporabnikov**, specifičnost lokalnega okolja in druge kriterije izbire knjižničnega gradiva (literarna oziroma umetniška kakovost, veljavnost, reference, recenzije oziroma literarne kritike, prejeta priznanja, nadgraditev vsebin v dosedanji zbirki, ustreznost predstavitev vsebine (spremna beseda), bralna stopnja (otroci, mladostniki, odrasli), ciljni uporabniki: predšolski in šolski otroci, študenti, nezaposleni, zaposleni in starostniki, jezik, prepoznavnost avtorja in naslova, prepoznavnost založnika, cena.

Za potrebe nakupa knjižnice spremljajo ponudbo na trgu knjig in drugega gradiva (s spremljanjem najav knjižnih in neknjižnih izdaj v javnih občilih, spremljanjem knjig v tisku, pregledovanjem založniških in distribucijskih katalogov, pisnih, tiskanih, elektronskih idr. ponudb, spremljanjem spletnih ponudb, zlasti pri samozaložniških izdajah z osebnimi stiki itn.). **Praviloma kupujejo pri ponudniku, ki nudi ugodnejše cene in večje popuste.** Običajno so **dogovori** med založbo in distributerjem **relativno stalni**. Če se založba odloči, da bo svoje gradivo ponujala preko distributerja, izvedejo knjižnice nakup preko distributerja. Če se pojavi ponudba posameznega gradiva pri več dobaviteljih in so o tem pravočasno obveščeni, se odločajo glede na višino ponujenega popusta. Založnik praviloma pusti **ogledne izvode**, za izvedbo nakupa pa je praviloma zadolžena nabavna služba oziroma nabavna komisija knjižnice.

Gradivo knjižnice **kupujejo tudi na trgu** (knjigarne, neposredno pri samozaložnikih, knjižni sejmi, ipd). Založniki igrajo pomembno vlogo pri **promociji njihovih knjig v javnosti** - bolj ko je ta intenzivna, večje so tudi zahteve bralcev po tem gradivu. Založniki (njihovi potniki) knjižnicam praviloma enkrat ali dvakrat mesečno predstavijo knjižne novosti. Nekateri knjižnice so dodale, da praviloma kupujejo po spletu samo že videne, starejše knjige, novosti pa kupujejo pretežno po ogledu fizičnega izvoda.

**Kriteriji**, po katerih se knjižnice odločajo **za sodelovanje z dobaviteljem**, so: zanesljivost, hitra dobava, izpolnjevanje posebnih zahtev, renome založbe predvsem po kvaliteti in zanimivosti leposlovnih vsebin, fleksibilnost pri plačilih, višina popustov in specifična potreb območja, ki ga knjižnica pokriva. Praksa nekaterih knjižnic kaže, da je **najracionalnejši** in najcenejši **nakup**, ki se odvija za **najmanj polovico gradiva** iz naslova nakupa **preko preizkušenega posrednika**, izbranega v lokalnem okolju. V **preostalem delu je nakup razpršen** na nekaj izbranih, vendar zanimivih dobaviteljev, ki izdajajo izjemoma večje število naslovov, ki jih knjižnice kupujejo v večjem številu izvodov, z višjim popustom ali tiste (lokalne) dobavitelje, ki dobavljajo gradivo, ki izhaja pri manjših založbah ali samozaložbah in je včasih preko krovnega dobavitelja dobavljivo s časovnim zamikom.

Izraženo je bilo tudi mnenje, da se je v zadnjih letih pojavilo veliko mini založnikov, ki vsa opravila izvedejo sami: prevajanje, lektoriranje, oprema, reklama ter distribucija in je **kvaliteta** tako za bralca kot za knjižnico pogosto nesprejemljiva. Prav tako naj bi tudi večje založbe menjavale izvajalce posameznih storitev pri nastajanju knjige ali materialov, zato lahko postane v nekem obdobju kvaliteta nesprejemljiva oziroma se pojavijo napake, zaradi katerih knjig ne morejo vključiti v knjižne zbirke. Zato je treba posvetiti pozornost ne samo vsebini knjige ampak tudi ostalim dejavnikom, kar opredeljuje kvaliteto knjige.

Skoraj vse knjižnice v zaključku dodajajo, da **ne zaznavajo tekmovanja** med založbami, poslovne odnose z založbami pa opredeljujejo kot **dogovore**.

### 3.2.4 Ocena prednosti večjih založnikov pred manjšimi

Knjižnice so v veliki večini zatrdile, da večji založniki nimajo posebnih prednosti pred manjšimi oziroma da založnike ne delijo na velike in majhne, pač pa je predvsem pomembna vsebina naročenega gradiva.

<sup>24</sup> Uradni list RS, št. 73/03, 70/08 in 80/12.

Knjižnice praviloma navajajo, da **imajo** večji založniki včasih **prednost** predvsem zaradi **večje in raznolike ponudbe**, boljše mreže, lahko dajo **večje popuste**, imajo **daljše plačilne roke**, naročeno gradivo pošiljajo po pošti **brez stroškov pošiljanja**, **dobava** naročenega gradiva **je hitrejša**, redno jih obiskujejo zastopniki založb (**hitrejše seznanjanje z novostmi**), ipd.

Po drugi strani pa nekatere knjižnice zatrjujejo, da večji založniki pri njihovih odločitvah o tem, katero gradivo bodo nabavili, **nimajo** nobenih **prednosti**. Če ponudijo gradivo, ki je aktualno za njihove potrebe v ustrezni **kakovosti**, ga bodo po njihovih navedbah v okviru finančnih zmožnosti nabavili, v nasprotnem primeru pa zavrnil. Enako naj bi veljalo za manjše ponudnike, pri čemer aktualno in iskano gradivo kupijo ne glede na to, ali gre za večje, manjše ali samozaložbe.

### 3.2.5 Pogodbe na ključ

AVK je pri knjižnicah preveril, ali imajo in s katerimi založbami sklenjene pogodbe na ključ. Večina knjižnic (75 %), ki je navedla, da ima tako pogodbo ali dogovor, je izpostavila, da ima tako pogodbo sklenjeno z več kot eno založbo, četrtina (25 %) knjižnic pa le z eno.

Knjižnice, ki so navedle, da imajo sklenjene tovrstne dogovore, so izpostavile, da te pogodbe niso zavezujoče in da praviloma kupijo po en izvod ali manj iz kataloga naslovov posamezne založbe, s katero imajo sklenjen tak dogovor. Pogodbe na ključ praviloma predlagajo založbe, odločitev knjižnic pa je bila po njihovih trditvah prostovoljna.

Prednosti pogodb na ključ, ki jih knjižnice navajajo, so:

- vnaprej dogovorjeni (**višji**) **popusti** – 20 do 40 %,
- **ekonomičnost in enostavnost**, predvsem v obliki prihranka časa, ki ga morajo nameniti knjižnice ukvarjanju z založniki (primer: v začetku leta knjižnica izbere naslove in število izvodov, ki jih bo založba izdala. Na ta način ji ni treba skrbeti, kdaj bo katera od knjig izšla, saj jim jih posredujejo ob izidu in je ni treba iskati na trgu. Praviloma to prakticirajo založbe, katerih potnik knjižnic ne obiskuje. S take vrste naročilom se knjižnice po njihovih izjavah izognejo temu, da bi založba knjižnicam na ogled pošiljala vse, kar izda, pač pa le naročeno),
- bolj ažurna seznanitev o **bodočih izdajah**,
- **hitrejša dobava** naročenega gradiva,
- kupijo več gradiva slovenskih avtorjev,
- ustaljenost poslovanja - tak način poslovanja je v praksi že 15 let.

Nekatere knjižnice tudi izpostavljajo, da na sklepanje tovrstnih pogodb niso imele vpliva, saj so jih predlagale založbe kot spremembo poslovnega modela, vendar se tem **knjižnicam** tak način poslovanja **ne zdi sporen** oziroma ni moteč.

Iz posredovanih podatkov knjižnic tako izhaja, da pogodbe na ključ in drugi sorodni dogovori v tem prodajnem odnosu **ne predstavljajo ekskluzivnosti** in s tem preprečevanje dobave blaga s strani drugih dobaviteljev, kar bi lahko neposredno vplivalo na omejevanje konkurence. Knjižnice poudarjajo, da se **svobodno odločajo** o tovrstnem poslovnem dogovoru, kar pomeni, da **imajo lahko pogodbe sklenjene z več založbami hkrati**. Pri tem je pomemben podatek tudi dejstvo, da je vrednost pogodbe **okvirna** in je ni treba v celoti izpolniti.

### 3.2.6 Druge domnevne kršitve ZPOmK-1

Nekaj knjižnic je navedlo, da opažajo primere, ko nekatere založbe, domnevno po željah avtorjev, **ne omogočajo nakupa knjig s strani knjižnic nekaj mesecev po izidu**. Knjižnice menijo, da je pomembno, da nove in dobro promovirane knjige čim prej po izidu ponudijo svojim uporabnikom. Knjižnice skrbijo, da bo knjižni trg takšno ravnanje avtorjev v bodoče mogoče še spodbujal. Knjižničarji menijo, da je promocija knjig v knjižnici (tako možnost izposoje kot osebne predstavitve avtorjev in srečanje z uporabniki) zelo dobra motivacija za nakup knjig.



### 3.3 Izposoja e-knjig in Biblos

**Biblos** je prva slovenska e-knjižnica in e-knjigarna, ki deluje kot spletna platforma za posredovanje knjig. Uporabniki, ki so člani katerekoli izmed splošnih knjižnic, si lahko na portalu Biblos sposodijo ali kupijo e-knjigo.

Na vprašanje AVK, ali je možen vstop alternativnega ponudnika e-knjižnega sistema, torej konkurenčnega ponudnika e-sistemu Biblos, in če da, na kak način bi bilo to izvedljivo, Ministrstvo za kulturo odgovarja, da so slovenske knjižnice povezane v nacionalni knjižnični informacijski sistem (COBISS) z vzajemno katalogizacijo, vzajemno bibliografsko-kataložno bazo podatkov COBIB in lokalnimi bazami podatkov sodelujočih knjižnic, bazo podatkov o knjižnicah COLIB, normativno bazo podatkov CONOR ter s številnimi drugimi funkcijami. Sistem COBISS predstavlja organizacijski model povezovanja knjižnic in knjižnicam omogoča, da predstavijo svojo celotno ponudbo na enem mestu, prav tako pa želi omogočiti končnim uporabnikom, da lahko poiščejo željeno gradivo na enem mestu, ne glede na to, za kakšno vrsto gradiva gre. Medtem ko so procesi za obdelavo klasičnega gradiva v sistemu COBISS celovito podprti (od postopkov nabave do izposoje končnim uporabnikom), je pri elektronskem gradivu omogočeno predvsem povezovanje s portali za izposajo e-knjig, saj v primeru e-knjig knjižnica ne kupi fizične oblike gradiva, ampak samo dostop do tega gradiva. Ključno vodilo pri razvoju tega segmenta sistema je bila neodvisnost od ponudnika storitve izposoje e-knjig. V sistem COBISS lahko tako vstopi katerikoli ponudnik izposoje e-knjig.

Knjižnice so pritrdile, da je edini način izposoje e-knjig možen **le preko sistema Biblos**, ki ga upravlja založba **Beletrina**. Alternativna oblika izposoje e-knjig trenutno v Sloveniji ne obstaja.

Skoraj v vseh odgovorih je bilo zaslediti mnenje, da se zdi knjižnicam sporna pogodbeno obveznost, ki jo določa **Ministrstvo za kulturo** z določitvijo deleža sredstev za nakup e-knjig v slovenskem jeziku. Glede na to, da izposoja omogoča le en ponudnik (Beletrina-Biblos), je po njihovem mnenju sporno, da Ministrstvo za kulturo določi znesek (**stroški uporabnine**, torej letni/enkratni strošek, namenjen vzdrževanju in razvoju portala), ki ga morajo knjižnice plačati navedenemu ponudniku za uporabo sistema Biblos. Strošek uporabnine tako po navedbah knjižnic znaša **več kot polovico sredstev**, ki jih Ministrstvo za kulturo letno nameni knjižnici za nakup e-knjig v slovenščini. Zaradi tega knjižnicam za dejanski zakup e-licenc po njihovi izbiri ostane bistveno manj sredstev.

Ureditev transparentnega javnega financiranja ter konkurenca pri e-knjigah v slovenskem jeziku je po mnenju knjižnic ključna za normalen razvoj e-književnosti in e-knjižničarstva v Sloveniji. Knjižnice **bi želele več konkurence**, saj Ministrstvo za kulturo namenja vse več sredstev za nakup e-knjig in bi bilo primerno, da imajo **več možnosti porabe teh sredstev**.

### 3.4 Sofinanciranje založb JAK

AVK je pregledal navedene pravne podlage, še posebej podrobno pa Pravilnik o izvedbi postopkov javnega poziva in javnega razpisa s področja knjige in Pravilnik o strokovnih komisijah Javne agencije za knjigo Republike Slovenije. V navedenih pravnih podlagah ni zaznani spornih elementov, ki bi kazali na obstoj domnevnega omejevanja konkurence.

JAK je pojasnil, da pogoje razpisov določajo strokovne službe JAK, pristojni področni svetovalci v sodelovanju s pristojno strokovno komisijo za knjižno in revijalno produkcijo s področja leposlovja in humanistike ob upoštevanju predlogov strokovne javnosti ter rezultatov raziskav področja. Pogoji so se po navedbah JAK od leta 2015 spremenili le malenkostno, saj si prizadevajo za kontinuiteto na področju sofinanciranja, ob hkratnem omogočanju vstopa novih knjižnih založnikov v sofinanciranje po preteku določenega obdobja.

Na vprašanje AVK o razlogih za nesubvencioniranje samozaložnikov je JAK odgovoril, da strateški dokument JAK za obdobje 2015-2019 kakor tudi za obdobje 2020-2024, h kateremu soglasje podaja svet JAK, predhodno mnenje pa pristojno ministrstvo, ter širši dokument Nacionalni program za kultura (zadnji veljavni za obdobje 2014-2017) določata javni interes v kulturi in posledično na področju knjige. V strateškem dokumentu JAK 2020-2024 se ta interes natančneje opredeljuje: »*Na področju založništva knjig in revij se definira kot strokovnost založniške produkcije, upoštevanje založniških standardov,*

visoka dostopnost (cenovno in geografsko) in zagotavljanje raznolikosti oziroma pluralnosti. Slovenski knjižni trg je po ekonomskih kriterijih majhen, zato zahteva posebno skrb države do dela založniške produkcije in ustvarjanja, ki je v javnem interesu in zagotavlja obstoj in razvoj tistega dela leposlovja in humanistike, ki se znotraj omejenega obsega bralstva ne more uresničevati. Zato posebej spodbuja tisti segment založništva, ki je tržno manj zanimiv, vendar je iz literarno-kakovostnega, kulturnega in družbeno-razvojnega vidika strateško pomemben za Republiko Slovenijo.

Različne oblike državnih pomoči založništvu so kot korekcije nepopolnega slovenskega založniškega trga usmerjene v vse člene verige knjige, od avtorjev, založnikov, knjigarn do knjižnic in bralcev. Temeljno izhodišče za opredelitev javne službe, ki jo opravlja JAK, je zgoraj naveden javni interes na nacionalni ravni. Namen javne službe na podlagi izraženega javnega interesa je oblikovanje celostnih ukrepov za razvoj in spodbujanje delovanja listih delov verige knjige, kjer se izraža javni interes, izboljšanje dostopnosti izvirnega in prevodnega leposlovja in humanistike s podpiranjem knjižnih in revijalnih izdaj, s spodbujanjem mednarodnih dejavnosti ter z neposredno podporo ustvarjalcem (mobilnost, podpora literarni kritiki, knjižnično nadomestilo)«.

JAK nadaljuje, da so posebej na področju založništva poudarjene kompetence založnikov in sledenje založniškemu standardom. Zlasti je poudarek na višanju založniških standardov, tj. vključevanju strokovnih oseb na vseh korakih nastajanja knjige (urednik, lektor, korektor, oblikovalec, tehnični urednik idr.). Nacionalni raziskavi Knjiga in bralci V in VI o bralni kulturi in nakupovanju knjig (izvedeni 2014 in 2019, kakor tudi predhodne raziskave) tudi ne vključujejo samozaložnikov, za katere so značilne sporadične izdaje, velikokrat le ena knjiga, nizke naklade, šibka distribucija in s tem povezana slabša dostopnost knjig, samozaložnik poleg tega nima ločenih funkcij urednika, lektorja, oblikovalca.

Samozaložništvo tako po mnenju JAK ne vpliva na delovanje knjižnega trga. Dodaten dejavnik strateških dokumentov na področju kulture, torej ne le knjige, je, kot navaja JAK, poudarek na nižanju razpršenosti subvencij: tako veljavni nacionalni program za kulturo kot strateški načrti poudarjajo manjšanje razpršenosti subvencij, torej manj sofinanciranih deležnikov (v tem primeru založnikov), a z višjimi subvencijami. Razpisi JAK omogočajo kandidiranje na področju izdaje knjig pravnim osebam zasebnega prava, v pogojih je opredeljeno tudi število izdanih knjig, ki je nižje za projektni razpis (ta je dvoletni) in višje za programski razpis (pri slednjem, ki je štiriletni, gre za minimum 7 knjig letno), saj strokovna komisija le na podlagi že izdanih knjig lahko ocenjuje reference založnika in kvaliteto programa. Samozaložniki so po navedbah JAK deležni drugačne vrste podpore: njihove knjižne izdaje lahko odkupujejo knjižnice, na podlagi njihovih kriterijev za nakup knjižničnega gradiva, kar je po mnenju JAK tudi oblika javne subvencije.

AVK je iz področja sofinanciranja leposlovja pregledal podatke prejemnikov sredstev po javnih razpisih za sofinanciranje:

1. večletnih knjižnih programov
2. zahtevnih večletnih knjižnih projektov in
3. izdaje knjig

v obdobju 2015 do 2019.

JAK je navedel, da sofinancira knjižne programe na triletnih in štiriletnih razpisih, knjižne projekte in pa od leta 2016 na dvoletnih projektnih razpisih. Do vključno leta 2015 je JAK sofinanciral knjižne projekte na enoletnih razpisih. JAK dodaja, da je razpis knjižnih programov vsake 4 leta, rezultati prvega leta ostajajo tako nespremenjeni, v štiriletno sofinanciranje sprejeti založniki ostajajo ob izpolnjevanju pogodbenih obveznosti sofinancirani vsa leta, na novo se letno določa število sofinanciranih knjig v knjižnem programu in višina sofinanciranja. Zavrtnjeni (in zavrženi) prijavitelji se lahko prijavijo na naslednji razpis **po 4 letih** ali na vmesni projektni razpis.

JAK dodaja, da so bili rezultati vseh razpisov in pozivov sproti objavljeni na njihovi spletni strani, s čimer se zagotavljajo transparentnost in možnost spremljanja odločitev o podporah najširši zainteresirani javnosti.

### *3.4.1 Večletni knjižni programi*

AVK je podrobneje pregledal 4-letni javni razpis za sofinanciranje knjižnih programov »JR2–PROGRAM–2016–2019«. Prijavitelji na javni razpis za sofinanciranje knjižnih programov v obdobju 2016–2019 so morali izpolnjevati splošne (administrativne) pogoje v vseh skopih in posebne (vsebinske) pogoje v posameznem sklopu za upravičenost prijave.

Na področju »Knjižni program« so morali prijavitelji ob splošnih izpolnjevanjih naslednje posebne pogoje:

- da **so** v obdobju 2013–2015 **izdali vsaj 21 knjig** v slovenskem jeziku s področja leposlovja in humanistike, razen izjeme, določene v prvi alineji 7.1. točke besedila tega razpisa;
- da **bodo** v obdobju 2016–2019 **izdali najmanj 28 knjig ( najmanj 7 letno)**;
- da za leto 2016 **prijavljajo najmanj 7 in največ 22 knjig**;
- da bodo knjige, sofinancirane v okviru knjižnega programa, **v tiskani obliki izšle v najmanj: 500 izvodih – leposlovje, 400 izvodih – humanistika, 200 izvodih – poezija in drame**;
- da v primeru izdaje knjige v okviru sofinanciranega knjižnega programa zagotavljajo, da bodo osnovne podatke o sofinanciranih knjigah najkasneje do dneva začetka prodaje vključili na spletni portal JAK [www.blizjknjigi.si](http://www.blizjknjigi.si) (podatki o delu, naslovnica, kazalo, kratak odlomek, predstavitev avtorja ...) in da bodo za objavo teh vsebin na spletu imeli urejene avtorske pravice, ki jih bodo v obsegu, potrebnem za informiranje javnosti, prenesli na JAK;
- da bodo na naslovnici sofinanciranih prevodnih knjig objavili tudi ime prevajalca;
- da bodo v primeru razprodane naklade s ponatisom ali tiskom na zahtevo zagotovili dostopnost sofinancirane knjige najmanj pet (5) let po izidu;
- da v prijavljeni knjižni program ne vključujejo knjig, ki so bile dostopne javnosti pred 1. 1. 2016;
- da pri financiranju stroškov knjižnega programa upoštevajo določila o najnižjih avtorskih honorarjih iz točke 7.2 besedila tega razpisa;
- da zaprošeni znesek za sofinanciranje knjižnega programa ne presega 70 odstotkov vrednosti upravičenih stroškov;
- da zaprošeni znesek za sofinanciranje knjižnega programa **ne presega 190.000 EUR**.

**Kriteriji** za pridobitev sredstev iz naslova sofinanciranja knjižnih programov **upravičenih prijaviteljev** so bili v vseh javnih razpisih enaki, in sicer:

- kriterij 1: reference založbe, s poudarkom na kakovosti doslej izdanih knjižnih del ter doseganju visokih založniških standardov (vključenost urednika, lektorja, korektorja, oblikovalca, ipd.) (5 točk);
- kriterij 2: pomen in vloga prijavljenega knjižnega programa za obogatitev in razvoja slovenskega knjižnega trga (5 točk);
- kriterij 3: reference urednika(-ov), vključenih v prijavljeni knjižni program (5 točk);
- kriterij 4: kvaliteta in reference avtorjev, vključenih v prijavljeni knjižni program (5 točk);
- kriterij 5: izvedljivost in inovativnost, zagotavljanje dostopnosti, promocija programa in spodbujanje distribucije in prodaje (5 točk).

Največje možno skupno število točk je 25.

Na razpis za knjižni program 2016-2019 je prispelo 28 vlog, od tega jih je bilo 25 popolnih, 3 pa niso izpolnjevale pogojev. Izmed popolnih vlog je bilo za sofinanciranje izbranih 18 vlog, 7 vlog pa je bilo zavrnjenih.

AVK je pregledal **ocenjevalni postopek** strokovne komisije tega razpisa. Iz predložene dokumentacije **ni bilo mogoče razbrati preferiranja določenih založb**, navkljub dejstvu, da so **kriteriji dopuščajo subjektivno (strokovno) presojo**. Presoja in ocenjevanje je tako naloga kot odgovornost strokovne komisije, zato postopku ocenjevanja **ni mogoče oporekati**.

Iz podatkov JAK, ki so javno objavljeni tudi na njihovi spletni strani, razvidno konstantno in enakomerno financiranje nekaterih založb v celotnem 5-letnem obdobju, pri čemer je največji posamezni prejemnik založba **Beletrina**. Če pa seštejemo lastniško povezani založbi **Mladinska knjiga in Cankarjeva založba**, pa dobimo največjega združenega prejemnika. Iz prejetih podatkov je razvidno tudi, da se dodeljeni **zneski v letu 2015 ne razlikujejo bistveno od zneskov v obdobju 2016-2019**, prav tako pa se **razporeditev prejemnikov po višini dodeljenih sredstev ni spreminjala**.

Način dodeljevanja javnih sredstev na tak način izkazuje dolgoročno in stabilno **financiranje večjih založb, ki že dlje časa delujejo na trgu**, kar predstavlja in **ohranja pomembno prednost določenih založb** pred drugimi udeleženci na trgu, saj z rednimi prejemki iz naslova javnih sredstev utrjujejo svojo prednost pred drugimi založniki, ki se na razpis predvidoma ne morejo prijaviti zaradi neizpolnjevanja pogojev, s tem pa posledično tudi svoj položaj na trgu.

### 3.4.2 Zahtevni večletni knjižni projekti

Pri pregledu prejemnikov sofinanciranih zahtevnih večletnih knjižnih projektov v obdobju 2015 do 2019 AVK ugotavlja, da gre v tem primeru za posebno zahtevne posamične projekte (izdaje), kjer ni mogoče razbrati ponavljajočega vzorca. V obdobju 2013-2015 so izbrane založbe prejele od 1.500 do 37.500 EUR, v obdobjih 2016-2018 in 2019-2021 pa jim je bilo zaradi povečanega proračuna programa dodeljeno od 15.000 do 69.000 EUR.

### 3.4.3 Javni razpisi za izdajo knjig

Javni razpisi za izdajo knjig so enoletni in dvoletni projektni razpisi posamičnih projektov (knjig). Dodeljena sredstva sofinanciranja enoletnih projektov so znašala od 1.800 EUR do 7.000 EUR, v povprečju med 3.000 in 5.000 EUR. Dodeljena sredstva sofinanciranja dvoletnih projektov so znašala od 6.000 EUR do 50.000 EUR, v povprečju med 10.000 in 20.000 EUR. Prejemnikov je bilo veliko in se praviloma niso pojavljali.

## 4 OCENA DEJAVNIKOV TVEGANJA OMEJEVANJA KONKURENCE

### 4.1 Stopnja koncentracije trga

Glede na veliko število založb, ki ponujajo izrazito heterogene produkte na področju leposlovja, AVK ocenjuje, da je trg v splošnem **nizko koncentriran**, saj je na trgu več kot 400 podjetij, ki se ukvarjajo z različnimi oblikami založništva. Tudi na knjižnem trgu leposlovja obstaja najmanj 50 založb, ki so aktivne na celotnem geografskem trgu Republike Slovenije, zato je tudi v primeru ožje opredelitve na tem trgu nizka koncentracija podjetij.

Treba pa je poudariti, da imajo nekatere založbe zaradi **lastništva številnih fizičnih knjigarn** veliko **prednost** pred ostalimi založbami. Pri tem je treba zlasti izpostaviti podjetje **Mladinska knjiga Založba** s svojo verigo knjigarn, ki jih upravlja Mladinska knjiga Trgovina, in založbo **Učila International** s svojo verigo knjigarn Felix. Založbi omogočata prodajo knjig tudi drugim založbam, vendar pa nekatere od njih menijo, da prodaja v teh knjigarnah ni konkurenčno primerljiva in da lahko torej prodajajo pod slabšimi prodajnimi pogoji (npr. izpostavljenost knjig npr. plačilni pogoji).

### 4.2 Vstopne ovire

Ustanovitev podjetja v tej dejavnosti ne predstavlja posebnih omejitev ali pogojev, ki bi predstavljala omejitev za opravljanje dejavnosti na področju knjigotrštva in/ali založništva. Za opravljanje teh dejavnosti v Republiki Sloveniji niso zahtevani posebni strokovni, kadrovske, prostorske ali kapitalne pogoji, zato AVK glede na podatke, s katerimi razpolaga meni, da **izrazitih vstopnih ovir**, ki bi na knjižnem trgu omejevale razvoj konkurence, **ni**.

### 4.3 Biblos

Založba **Beletrina** ima **pomemben tržni položaj** tudi na področju trženja e-knjig, saj je s pomočjo Ministrstva za kulturo vzpostavila spletno platformo **Biblos**, ki je prva in edina slovenska e-knjižnica in e-knjigarna, ki deluje kot spletna platforma za posredovanje knjig.

Knjižnice in Ministrstvo za kulturo so pritrdili, da je **edini način izposoje e-knjig možen le preko sistema Biblos**, pri čemer alternativna oblika izposoje e-knjig trenutno v Sloveniji ne obstaja. Ministrstvo za kulturo, ki dodeljuje sredstva knjižnicam, med drugim opredeljuje tudi delež za nakup e-knjig. Knjižnice ta sredstva tako namenjajo le enemu obstoječemu ponudniku – Biblos-u, in sicer del za obvezne **stroške uporabnine** (približno polovica zneska, namenjenega nakupu e-knjig) in del **za nakup e-knjig**.

**Aplikacija Biblos2** sicer slabo ocenjena s strani uporabnikov in sicer ima oceno 1,8/5,0 na Google Trgovini Play in 2,0/5,0 na Apple App Store.

Zaradi trenda rasti povpraševanja po e-knjigah **bi knjižnice želele več možnosti nakupa in uporabe e-literature.**

#### 4.4 Oblastno omejevanje konkurence

##### 4.4.1 Javni razpisi JAK

Rezultati večletnih javnih razpisov JAK za sofinanciranje knjižnih programov izkazujejo dolgoročno (večletno) in enakomerno financiranje manjšega števila založb (18), pri čemer se v proučevanem 2015-2019 obdobju ne spreminja razporeditev prejemnikov od prejemnika z najvišjimi do prejemnika z najnižjimi prejetimi zneski po letih. Pri tem se bistveno ne spreminja niti vrednost dodeljenih sredstev po posameznih letih.

AVK je pregledal razpisne pogoje in izbor prejemnikov sredstev v razpisu sofinanciranje knjižnih programov 2016-2019. Ugotovil je, da so posebni razpisni pogoji za posamezno področje oblikovani tako, da se na ta razpis lahko prijavijo le uveljavljene večje založbe z več referencami in izkušenimi posameznimi strokovnimi sodelavci. Pogoji so sicer kvantificirani in enostavno preverljivi, kar je dobro. Vendar pa je pod takimi pogoji **onemogočeno kandidiranje za javna sredstva manjšim založbam**, katerim je na ta način lahko omejen razvoj oziroma pridobivanje referenc in s tem njihov dolgoročni razvoj ter nasploh vstop na trg. Izborni postopek upravičenih kandidatur izvede strokovna komisija, pri čemer je dodeljevanje točk za kakovost prijave težje preverljivo, saj gre za strokovno (subjektivno) presojo stopnje doseganja posameznega kriterija. Težava za manjše založbe je tudi v tem, da se razpis ponavlja šele vsaka 4 leta, zaradi česar je možnost sodelovanja manjših založb precej okrnjena.

AVK ocenjuje, da bi bilo za potrebe razvoja konkurence smiselno **proučiti možnosti preoblikovanja razpisnih pogojev na način, da bi bilo možno sodelovanje tudi manjših založb**, kar bi jim omogočalo obstanek na trgu, novim pa olajšalo vstop na trg, zaradi česar bi se zvišala stopnja konkurence. Spodbuda širši skupini založb bi lahko vplivala na splošno izboljšanje kakovosti opravljanja storitev in s tem posledično izboljšalo ponudbo na trgu, s čimer bi pridobili tudi končni uporabniki oziroma bralci.

##### 4.4.2 Sestava sveta JAK

AVK je bila s strani nekaterih založb opozorjen tudi na sestavo sveta JAK, saj je njegov član tudi predstavnik založbe Beletrina, ki je hkrati eden izmed največjih posameznih prejemnikov javnih sredstev iz naslova razpisov JAK.

AVK smatra, da tovrstno delovanje v organu nadzora JAK **lahko na trgu poraja dvome v transparentnost in objektivnost** načrtovanja in dodeljevanja sredstev založbam ter s tem **posledično povzroči tudi morebiten negativen vpliv na konkurenco.**

## 5 ZAKLJUČEK

AVK je opravil raziskavo knjižnega trga (leposlovja) zaradi več prijav, ki so nakazovale na domnevno kartelno dogovarjanje med založniki, zlorabo prevladujočega položaja in oblastno omejevanje pri dodeljevanju subvencij s strani javnih institucij založnikom. AVK je v raziskavi ugotovil, da na trgu delujejo številni založniki, da pa je med njimi nekaj večjih, ki obvladujejo trg predvsem zaradi prednosti v vertikalni povezanosti, saj imajo v lasti verige fizičnih knjigarn (skupina Mladinska knjiga z istoimenskimi knjigarnami in Učila International s knjigarnami Felix). Ostale založbe morajo zato, da se približajo kupcem, skleniti dogovor o zastopanju v fizičnih knjigarnah s tema dvema knjigotrškima mrežama. Večina založb ima sicer urejeno tudi spletno prodajo, ki pa za uspeh na trgu praviloma ne zadošča. Čeprav imata omenjeni založbi pomemben tržni položaj na področju fizičnih prodajnih poti, pa je za vzpostavitev oziroma ohranitev ustrezne ravni konkurence na trgu treba zagotoviti enakopravno obravnavo »gostujočih« založb v teh knjigarnah. Po mnenju manjših založb bi bila neodvisna knjigotrška

mreža zato zelo dobrodošla, vendar pa domnevnega izrazitega izboljšanja stanja na tem trgu v tem primeru ni mogoče oceniti.

Na področju založništva so najpomembnejše založbe Mladinska knjiga založba skupaj z lastniško povezano Cankarjevo založbo, sledita založbi Beletrina in Učila International. Knjižnice zatrjujejo, da nobena od založb nima prevladujočega položaja, zaradi česar bi izrivale ali omejevale druge založbe. Imajo pa večje založbe prednost, da so pogostejše v stiku s knjižnicami, saj jih njihovi prodajni zastopniki obiskujejo pogostejše in jim tako bolj pogosto predstavljajo novosti na knjižnem trgu. Kar nekaj knjižnic ima sklenjene pogodbe na ključ, s čimer se s posamezno založbo, najpogostejše je to založba Beletrina, dogovorijo o nakupu določenega gradiva po katalogu vnaprej. Vendar pa knjižnice dodajajo, da je dogovor okviren, da je tako dogovorjena vrednost kot izbrana vrsta gradiva okvirna in da pogodbe ni treba realizirati v celoti, saj za to ni penalov. Nekatere knjižnice imajo sklenjenih več tovrstnih pogodb, ki jih lahko predlaga vsaka založba, zato AVK tega glede na razpoložljive podatke ne ocenjuje kot konkurenčno pravno sporno.

Večjo težavo vidijo knjižnice v spletnem portalu Biblos, ki ga upravlja založba Beletrina. Biblos je edini portal za izposajo e-knjig v Sloveniji in je bil postavljen s pomočjo Ministrstva za kulturo. Slednje knjižnicam namenja sredstva za nakup knjižničnega gradiva, pri čemer so knjižnice dolžne del sredstev nameniti nakupu e-gradiva. Skoraj polovico tega zneska, namenjenega nakupu e-gradiva, knjižnice namenijo obveznemu plačilu uporabnine portala Biblos, hkrati pa večino e-gradiva oziroma licenc kupijo pri njemu. Tako gre večina javnih sredstev enemu in edinemu ponudniku – založbi Beletrina. Knjižnice navajajo, da bi želele več izbire pri porabi denarja za e-gradivo, vendar alternativnega ponudnika ni na vidiku. Ustanovitev in delovanje alternativnega portala je tako prepuščeno negotovi zasebni pobudi.

AVK je pregledal tudi nekatere razpise JAK, na katere so ga opozorili prijavitelji, in ugotovil, da navkljub transparentnemu ravnanju realizacija sofinanciranja 4-letnih knjižnih programov ni v prid razvoju konkurence na knjižnem trgu. Že iz javno objavljenih rezultatov je namreč razvidno, da sredstva iz tega razpisa prejema zaključeno število založb z enakomernim financiranjem v celotnem obdobju 2015-2019, kar pomeni, da je stopnja konkurence v tem segmentu konstantna in dokaj omejena. Kot največji posamezni prejemnik se izkazuje založba Beletrina, kot največje povezano podjetje pa skupina Mladinska knjiga skupaj s Cankarjevo založbo. Že razpisni pogoji so oblikovani tako, da lahko se lahko prijavijo le založbe z največ referencami, ki jih lahko izpolnjujejo le največje založbe, točke po nakvanticiranih kriterijih pa dodeljuje strokovna komisija. Rezultati izbranih prejemnikov kažejo na enako razvrstitev prejemnikov kot v preteklem razpisu in skoraj identično višino dodeljenih sredstev po posameznih letih. Ker so največje založbe stalne prejemnice sredstev, s tem pridobivajo dodatne reference in jim je omogočen razvoj, medtem ko manjše založbe brez ustreznega sofinanciranja oziroma pomoči reference tako bistveno težje dosežejo le z lastnimi sredstvi.

Na koncu naj omenimo še sestavo Sveta JAK, v katerem je eden od članov direktor založbe Beletrina. AVK smatra, da lahko tovrstno sodelovanje JAK in enega izmed največjih prejemnikov javnih sredstev lahko poraja dvome v transparentno in uravnoteženo dodeljevanje javnih sredstev in lahko tudi negativno vpliva na stanje konkurence na trgu.

AVK bo izpostavljeno problematiko še naprej spremljal in po potrebi ukrepal v skladu s pooblastili.