

Vilniaus universitetas  
Komunikacijos fakultetas  
Knygotyros ir dokumentotyros institutas

**Indrė Norkeliūnė,**  
Leidybos studijų programos studentė

**MAŽOSIOS LEIDYKLOS LIETUVOJE: BŪKLĖ IR PERSPEKTYVOS**

MAGISTRO DARBAS

Vadovas doc. R. Misiūnas

*Vilnius, 2007*

<i>Pildo magistro baigiamojo darbo autorius</i>	
Indrė Norkeliūnė	
_____	
(magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)	
<u>Mažosios leidyklos Lietuvoje: būklė ir perspektyvos</u>	
_____	
(magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)	
<u>State and Perspective of Small Publishing in Lithuania</u>	
_____	
(magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)	
<p><b>Patvirtinu, kad magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas kitose aukštosiose mokyklose.</b></p>	
_____	
(magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)	
<p><b>Sutinku, kad magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.</b></p>	
_____	
(magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)	
<i>Pildo bakalauro/ magistro baigiamojo darbo vadovas</i>	
<p><b>Magistro baigiamąjį darbą ginti</b> _____</p>	
(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)	
_____	_____
(data)	(magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)
<i>Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja</i>	
<b>Magistro baigiamasis darbas įregistruotas</b>	
_____	
(instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, pavadinimas)	
_____	_____
(data)	(instituto/ katedros reikalų tvarkytojos parašas)
<i>Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, vadovas</i>	
<b>Recenzentu skiriu</b> _____	
(recenzento vardas, pavardė)	
_____	_____
(data)	(instituto/ katedros vadovo parašas)
<i>Pildo recenzentas</i>	
<b>Darbą recenzuoti gavau.</b> _____	
(data)	(recenzento parašas)

**Norkeliūnė, Indrė**

Nork 73 Mažosios leidyklos Lietuvoje: būklė ir perspektyvos: magistro darbas / Indrė Norkeliūnė; mokslinis vadovas doc. R. Misiūnas; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Knygotyros ir dokumentotyros institutas. – Vilnius, 2006. – 53 [2] lap.: lent. – Maš. – Santr. Angl. – Bibliogr.: p. 51–53 (42 pavad).

UDK 655.4

*Leidyba Lietuvoje, leidyba ir smulkusis verslas, mažosios leidyklos, mažųjų leidyklų specializacija ir veikla rinkos sąlygomis*

Magistro darbo *objektas* – mažosios šalies leidyklos, kurios per metus išleidžia penkias ir mažiau neperiodinių leidinių. Darbo *tikslas* – išanalizuoti mažųjų leidyklų veiklą Lietuvoje 1990–2005 m. Pagrindiniai *uždaviniai*: ištirti leidybos, kaip smulkaus ir vidutinio verslo, situaciją, reglamentavimą ir teisinę bazę; išnagrinėti mažų leidyklų statistiką, leidžiamų knygų asortimentą, tiražų pokyčius ir tendencijas; atlikti apklausą, kaip mažos leidyklos veikia rinkos sąlygomis. Darbe naudotasi šiais tyrimo *metodais*: mokslinės literatūros ir dokumentų analizė; statistinių duomenų analizė; anketinė apklausa.

Siekiant išanalizuoti mažųjų leidyklų veiklą Lietuvoje nepriklausomybės laikotarpiu, gauti tokie tyrimo rezultatai ir išvados.

Lietuvos leidybos rinkoje egzistuoja keletas stambių leidėjų, didžiąją dalį sudaro vidutiniai ir smulkūs leidėjai, vykdantys nedidelės apimties leidybines programas. Mažosios leidyklos sudaro 15,5 % visų Lietuvos leidėjų. Leidyklos priklauso smulkiajam verslui, kuris sudaro šalies ekonomikos pagrindą, jam teikiamas vis didesnis valstybės dėmesys ir parama.

Į mažųjų leidyklų sąrašą pakliūna leidyklos, kurios pradeda leidybinę veiklą ir pirmaisiais veiklos metais nėra pajėgios išleisti daug leidinių, taip pat leidyklos, kurios mažina veiklos apimtį ir baigia leidybinę veiklą. Gausiausia mažųjų leidyklų grupė – nuolatinę mažos apimties leidybinę programą vykdančios leidyklos.

Pastaraisiais metais Lietuvoje mažėja leidėjų, o mažosios leidyklos nyksta sparčiau nei kitos, konstatuojamas tiek mažųjų, tiek didesnių leidyklų leidinių skaičiaus augimas ir ženklus tiražų mažėjimas.

Mažosios leidyklos – viena vertus, įprastas struktūrinis verslo vienetas, kita vertus, pasižymi savita specifika, polinkiu į kultūrinę veiklą ir vangesniu įprastų rinkodaros priemonių naudojamu veiklos gerinimui nei kitose smulkiose verslo įmonėse.

Mažųjų leidyklų perspektyvos nevienareikšmiškos, jos turi galimybių išsilaikyti turėdamos specializaciją, teikdamos papildomas paslaugas, naudodamosios fondų parama ir leisdamos užsakomuosius leidinius. Vienas iš išlikimo ir sėkmingos veiklos prielaidų – persiorientavimas prie rinkos poreikių: vadybos stiprinimas, efektyvus rinkodaros priemonių naudojimas, naujų gamybos technologijų taikymas, darbo metodų modernizavimas ir veiklos efektyvumo didinimas.

Magistro darbas *gali būti naudingas* leidybos programos studentams ir leidėjams, planuojantiems ir vykdančioms leidybinę veiklą Lietuvoje.

## TURINYS

Įžanga	7
1. Leidyba Lietuvoje	10
1.1. Leidybinės rinkos formavimasis	10
1.2. Teisinis leidybos reglamentavimas	15
1.3. Leidyba smulkaus ir vidutinio verslo kontekste	18
1.4. Valstybės švietimo ir kultūros politika	22
2. Mažosios leidyklos Lietuvoje	26
2.1. Mažųjų leidyklų raidos dinamika	26
2.2. Mažųjų leidyklų leidinių repertuaro ypatybės ir specializacija	30
3. Mažųjų leidyklų veikla rinkos sąlygomis	40
3.1. Mažųjų leidyklų specializacijos, strategijos ir plėtros ypatybės	41
3.2. Finansiniai ištekliai ir parama leidybai	43
3.3. Leidinių reklama ir platinimas	44
Išvados	48
Bibliografinių nuorodų sąrašas	51
State and Perspective of Small Publishing in Lithuania (summary)	54
<i>1 priedas.</i> Anketos pavyzdys	56
<i>2 priedas.</i> Apklausos rezultatai	58
<i>3 priedas.</i> Mažųjų leidyklų sąrašas 1990 m.	59
<i>4 priedas.</i> Mažųjų leidyklų sąrašas 1991 m.	60
<i>5 priedas.</i> Mažųjų leidyklų sąrašas 1992 m.	62
<i>6 priedas.</i> Mažųjų leidyklų sąrašas 1993 m.	64
<i>7 priedas.</i> Mažųjų leidyklų sąrašas 1994 m.	66
<i>8 priedas.</i> Mažųjų leidyklų sąrašas 1995 m.	68
<i>9 priedas.</i> Mažųjų leidyklų sąrašas 1996 m.	71
<i>10 priedas.</i> Mažųjų leidyklų sąrašas 1997 m.	74
<i>11 priedas.</i> Mažųjų leidyklų sąrašas 1998 m.	77
<i>12 priedas.</i> Mažųjų leidyklų sąrašas 1999 m.	80

<i>13 priedas.</i> Mažųjų leidyklų sąrašas 2000 m.	83
<i>14 priedas.</i> Mažųjų leidyklų sąrašas 2001 m.	85
<i>15 priedas.</i> Mažųjų leidyklų sąrašas 2002 m.	87
<i>16 priedas.</i> Mažųjų leidyklų sąrašas 2003 m.	89
<i>17 priedas.</i> Mažųjų leidyklų sąrašas 2004 m.	91
<i>18 priedas.</i> Mažųjų leidyklų sąrašas 2005 m.	93

## IŽANGA

1990 m. Lietuvai atgavus nepriklausomybę, leidybos srityje įvyko lūžis, kurį įtakojo politiniai, ekonominiai, kultūriniai ir socialiniai veiksniai. Per penkiolika rinkos ekonomikos metų šalyje susiformavo tam tikros leidybos tradicijos ir dėsniai, sukaupia statistinių duomenų, kurie yra mažai tirti ir aprašyti, todėl nenaudojami rinkos analizei, leidybinėms prognozėms rengti ir veiklai tobulinti.

Leidyba savo veiklos specifika glaudžiai susijusi su švietimu ir kultūra, tačiau pirmiausia leidykla yra įmonė, viena iš sudedamųjų šalies ekonomikos dalių. Šiuo metu Lietuvoje beveik visos leidyklos ir leidybinės kompanijos yra privačios. Iš netoli penkių šimtų siekiančio leidėjų skaičiaus tik keletą leidyklų galima priskirti didelėms įmonėms, likusios leidyklos priklauso smulkiam ir vidutiniam verslui, kuris Lietuvoje sudaro 99 % visų įmonių ir sukuria 73,1 % bendrojo vidaus produkto, todėl darbe laikomasi nuostatos, kad leidybą reikia nagrinėti ne tik kaip kultūrinę ar švietėjišką veiklą, bet pirmiausia – kaip tam tikrą privataus verslo formą.

Atidžiau panagrinėjus leidybos rinką matyti, kad pagal veiklos apimtims jau kuri laiką lyderiauja tos pačios didžiosios leidyklos, tačiau rinkoje egzistuoja ir labai mažos leidyklos, kurios 1990–2005 m. sudarė 15,5 % visų Lietuvos leidėjų ir apie 50 % leidyklų, o išleido tik 5 % visų per metus išleidžiamų neperiodinių leidinių. Kadangi dauguma leidyklų yra privačios, kyla klausimas, kaip leidykla, vykdydama mažos apimties leidybinę programą, gali išsilaikyti, kas turi įtakos tokių leidyklų gyvavimui ir kokios jų perspektyvos.

Pasirinktas darbo *objektas* – mažosios šalies leidyklos, kurios per metus išleidžia penkias ir mažiau neperiodinių leidinių. Derėtų pastebėti, kad darbe terminai „leidykla“ ir „leidėjas“ vartojami „Knygotyros“ enciklopedinio žodyno apibrėžtomis reikšmėmis. „Leidėjas – asmuo, leidykla ar kita įstaiga, organizacija, turinti leidybos teisę, atsakinga už knygos išleidimą ir platinimą.“ „Leidykla – spaudinių ir kitų dokumentų leidimo įstaiga“ [6, 216]. Kadangi darbo objektas – leidyklos – pasirinktas pagal išleidžiamų neperiodinių leidinių kiekį per metus, terminai „knyga“ ir „leidinys“ vartojami sinonimiškai. Darbe taip pat dažnai vartojamos sąvokos „užsakomoji knyga“, „užsakomasis leidinys“. Šios sąvokos vartojamos sinonimiškai ir suvokiamos kaip leidiniai, kurių rengimo ir leidybos kaštus padengia užsakovas (autorius ar organizacija), o ne pati leidykla.

Šio magistro darbo *tikslas* – išanalizuoti mažųjų leidyklų veiklą Lietuvoje 1990–2005 m. Siekiant užsibrėžto tikslo, suformuluoti trys pagrindiniai uždaviniai.

1. Ištirti leidybos, kaip smulkaus ir vidutinio verslo, situaciją, reglamentavimą ir teisinę bazę.

2. Išnagrinėti mažų leidyklų statistiką, leidžiamų knygų asortimentą, tiražų pokyčius ir tendencijas.

3. Atlikti apklausą, kaip mažos leidyklos veikia rinkos sąlygomis.

Darbe naudotasi šiais tyrimo *metodais*.

1. Mokslinės literatūros ir dokumentų analizė.

2. Statistinių duomenų analizė.

3. Anketinė apklausa.

Pirmoje darbo dalyje nagrinėjama leidybos situacija Lietuvoje. Analizuoti leidybą, kultūrą, smulkų ir vidutinį verslą reglamentuojantys teisiniai dokumentai, remtasi moksline literatūra apie leidybą, rinkodarą. Išnagrinėta leidybos tradicijos, rinkodaros ypatybės, specialistų rengimas, teisinis leidybos reglamentavimas, mažosios leidyklos smulkaus ir vidutinio verslo kontekste.

Antrojoje dalyje nagrinėjama mažųjų leidyklų statistika – mažųjų leidyklų, leidinių tiražų dinamika, leidinių asortimento ypatybės ir leidyklų specializacija.

Trečiojoje dalyje aprašytas kokybinio tyrimo – anketinės apklausos – rezultatai, siekiant išsiaiškinti, kaip mažosios leidyklos veikia rinkos sąlygomis. Kokias rinkodaros priemones taiko leidybinėje veikloje, kokie yra leidinių finansavimo šaltiniai, reklamavimo, platinimo būdai. Rengiantis tyrimui buvo daryta prielaida, kad mažosios leidyklos dėl veiklos specifikos, finansinių ir žmogiškųjų išteklių stokos mažiau naudoja įvairias rinkodaros priemones. Apklausai vykdyti buvo naudojama pusiau standartizuota anoniminė anketa. Respondentai – mažųjų leidyklų, kurios pastaruosius trejus-ketverius metus išleido penkias ir mažiau knygų per metus, vadovai. Apklausa buvo vykdoma telefonu ir elektroniniu paštu. Tyrimo metu gauti mažųjų leidyklų anketinės apklausos duomenys darbe lyginami su Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros agentūros 2005 m. atliktos mažų įmonių apklausos rezultatais.

Pagrindinis darbe naudojamų statistinių duomenų šaltinis yra 1990–2004 m. leidiniai „Lietuvos spaudos statistika“. Leidybos rinkos analizei buvo naudojamos mokslinė literatūra (A. Baverstock „Leidybos marketingas“, R. Misiūnas „Knygų leidyba pasaulyje“, G. Armstrong, Ph. Kotler, J. Saunders, V. Wong „Rinkodaros principai“, V. Dikčius „Marketigo tyrimai“, E. R. Freeman, D. R. Gilbert, J. A. Stoner „Vadyba“) ir publikuotais straipsniais apie leidybą (R.



Misiūnas „Leidyba Lietuvoje“, K. Buožytė „Leidybos rėmimas“ ir kt.). Nagrinėjant leidybos, kaip smulkaus verslo situaciją, remtasi S. Sūdžiaus monografija „Smulkaus ir vidutinio verslo administravimas ir valdymas“, Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros agentūros 2005 m. veiklos ataskaita. Siekiant išanalizuoti leidybos ir smulkaus verslo teisinį reglamentavimą, nagrinėti teisiniai dokumentai: Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2004-2008 metų programa, Smulkaus ir vidutinio verslo įstatymas, Visuomenės informavimo įstatymas, Vyriausybės nutarimas „Dėl spaudinių ir kitų dokumentų privalomųjų egzempliorių siuntimo bibliotekoms tvarkos“, leidybos standartai ir kt.

Rengiant darbą susidurta su keletu problemų, apsunkinusių tyrimo eigą. Viena jų – tyrimo objekto atrankos kriterijų nustatymas. Pasirinktos tik tos įmonės, kurios „Lietuvos spaudos statistikoje“ nurodytos kaip leidyklos, t.y., buvo daroma prielaida, kad taip bus išvengta į sudaromus sąrašus įtraukti organizacijos, kurios nesistemiškai vykdo leidybinę veiklą. Kadangi mokslinės literatūros apie Lietuvos leidybą ir jos organizavimą beveik nėra, rašant darbą daugiausia teko remtis spaudos statistika, atliktu tyrimu ir literatūra apie privataus verslo rinkodaros ypatumus. Atliekant apklausą kai kurie respondentai atsisakė dalyvauti apkausoje nes, jų manymu, klausimai susiję su konfidencialia komercine informacija.

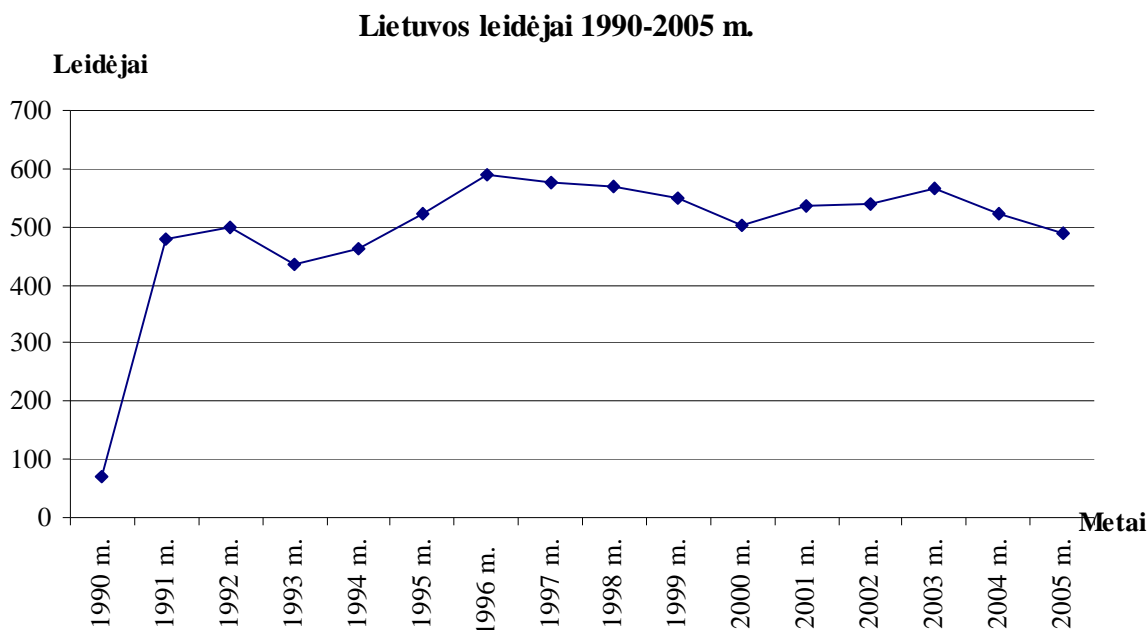
## 1. LEIDYBA LIETUVOJE

Lietuvos leidybos, kaip ir kiekvienos verslo ar kultūros srities raidą, įtakoja daugybė istorinių, ekonominių, politinių ir kultūrinių faktorių, tačiau nesuklysimė teigdami, kad esminis lūžis leidyboje įvyko XX a. 9-to dešimtmečio pabaigoje. 1990 m. Lietuvai atgavus nepriklausomybę, buvo persiorientuota nuo planinės į rinkos ekonomiką. Nepriklausomybės laikotarpiu buvo privatizuotos ir reorganizuotos valstybinės leidyklos, ėmė steigtis privačios leidybos įmonės, leidėjų skaičius išaugo septynis kartus. 1990 m. buvo užfiksuota 71 bent vieną knygą išleidusi leidykla ar leidėjas, o 1992-aisiais metais – jau beveik 500 [38, 1]. Įvykus santvarkos pasikeitimui, Lietuvoje ėmė formuotis naujos leidybos kryptys ir tradicijos. Šiandien beveik visos leidyklos yra privačios įmonės, todėl turi vadovautis rinkodaros principais, kad išsilaikytų konkurencinėje kovoje, veiktų pelningai ir sėkmingai gyvuotų. Kita vertus, leidyba yra glaudžiai susijusi su šalies vykdoma kultūros, meno, švietimo politika, kadangi pats leidybos objektas – leidinys – neretai yra meno, kultūros ar mokslo produktas.

### 1.1. Leidybinės rinkos formavimasis

Per penkiolika nepriklausomybės metų leidėjų skaičius svyravo, tačiau vidutinis leidėjų skaičius neviršija pusės tūkstančio. 2005 m. Lietuvoje užregistruota 489 neperiodinių leidinių leidėjų [24, 4]. Mažosios leidyklos vidutiniškai sudaro 15,5 % visų leidėjų, veikia ir konkuruoja toje pačioje rinkoje su didžiosiomis ir vidutinėmis leidyklomis, todėl svarbu išnagrinėti, kokia leidybos situacija yra susiklosčiusi Lietuvoje, kokios priežastys ir aplinkybės suformavo šiandieninę leidybos rinką.

1990–1992 m. įvyko didžiausias leidėjų steigimosi ir leidybos augimo šuolis (1 lentelė, 11 p.), kurį lėmė naujai atsiradusios privačios veiklos galimybės, pirkėjų požiūris į knygą kaip į investiciją nuvertėjant pinigams. 1993 m. per keletą metų staiga išaugęs leidėjų skaičius susidūrė su leidybos sunkumais. Nestabili ekonominė situacija, infliacijos augimas, nacionalinės valiutos įvedimas ir poligrafinių medžiagų bei gamybos kaštų didėjimas gerokai pristabdė knygų leidybą,



*Parengta remiantis 1990-2005 m. leidiniais „Lietuvos spaudos statistika“.*

kai kurios leidyklos dėl finansinių priežasčių buvo priverstos užsidaryti. Vykstant ekonominiams ir kultūriniais pokyčiams visuomenėje, siekdami išgyventi, leidėjai turėjo persiorientuoti ir prisitaikyti prie kintančių pirkėjų poreikių. Neretai leidyklos, turinčios ar tik formuojančios veiklos specializaciją, turėjo imtis populiariosios ar mokomosios literatūros leidybos, kad galėtų išsilaikyti. Knygų tiražai ėmė mažėti, o tai lėmė savikainos ir parduodamų knygų kainų augimą. Brangstantys leidiniai tapo sunkiau įperkami inteligentijai ir mokslo žmonėms, todėl į knygų leidybą investuoti pinigai, apyvartinių lėšų trūkumas stabdė kitų leidinių rengimą. 1998–2000 m. susiformavusią ir stabilesnę knygų rinką, kaip ir kitas verslo sritis, smarkiai paveikė ekonominė Rusijos krizė ir jos padariniai.

Pastaraisiais metais mažėja tiek apskritai leidėjų, tiek smulkių leidyklų skaičius. Tokias kaitos tendencijas būtų galima vertinti kaip knygų rinkos „pasidalijimą“ ir tam tikrą stabilizaciją, pasaulinių globalizacijos dėsnių raišką. Vakarų Europos valstybėse prieš 10–15 metų vyko leidybos įmonių susijungimas ir didėjimas. Lietuvoje didžiųjų leidyklų dešimtukas, kuriame lyderio pozicijas ne vienerius metus užima „Alma littera“ ir „Šviesa“ leidyklų grupė, išleidžia 31% visų Lietuvoje išleidžiamų knygų. Derėtų pastebėti, kad literatūroje ir žiniasklaidoje nurodomi didžiųjų leidėjų dešimtukai yra sudaryti vadovaujantis skirtingais kriterijais. Leidinyje „Lietuvos spaudos

statistika“ nurodoma leidyklos, išleidusios daugiausia knygų pavadinimų („Alma littera“ ir „Šviesa“, „Technologija“, „Technika“, Vilniaus universiteto I-kla, „Mūsų knyga“, Vytauto Didžiojo universiteto I-kla, „Tyto alba“ ir kt.). Čia neabejotinai pirmauja aukštųjų mokyklų leidyklos, kurios išleidžia daug leidinių, tačiau mažais tiražais. Pažvelgus į leidyklų sąrašą, sudarytą pagal 2005 m. gautas pajamas iš leidybos, matyti, kad praėjusiais metais pelningiausios buvo šios leidyklos: „Alma littera“ ir „Šviesa“ leidyklų grupė, Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas, „TEV“, „Tyto alba“, „Vaga“, „Margi raštai“, „Eugrimas“ [8, 6]. Įvertinus leidyklų sąrašą pagal pajamas iš leidybos ir jų specializaciją, išnagrinėjus jų leidžiamų knygų pobūdį, galėtume daryti prielaidas, kad pelningiausia leidybos sritis Lietuvoje – mokomoji ir populiarioji grožinė (dažniausiai verstinė) bei pažintinė literatūra. Pastebima, kad Lietuvai įstojus į Europos Sąjungą (ES), ženkliai pagausėjo leidinių, susijusių ES teise, privalomu struktūrinių fondų paramos viešinimu ir pan.

Leidėjų skaičius šalyje nuo nepriklausomybės atgavimo smarkiai svyravo, tuo tarpu išleidžiamų knygų tiražų mažėjimo tendencija šalies leidyboje nesikeičia beveik 15 m.: vidutinis vienos knygos tiražas 2005 m. (1,8 tūkst. egz.) buvo beveik septynis kartus mažesnis negu 1990 m. (12,1 tūkst. egz.) [24, 4]. Spaudos technologijų organizacijos *Pira International* duomenimis, tiražų mažėjimo, produktų asortimento gausėjimo ir orientavimosi į individualų vartotoją dėsningumai pastebimi visame pasaulyje tiek leidybos, tiek poligrafijos srityje.

Palyginus su pirmaisiais nepriklausomybės metais matyti, kad leidyba Lietuvoje įsitvirtino kaip savita veiklos sritis: susiformavo tam tikros leidybos tradicijos, knygų rinkos informavimo ir platinimo sistema, pradėti rengti specialistai, veikia asocijuotos leidybos verslo struktūros ir organizacijos, leidėjai aktyviai dalyvauja knygų mugėse.

Plėtojantis privačiam verslui, randasi ir leidybos rinkodaros tradicijos. Didieji leidėjai seka pasaulines ir šalies knygų rinkos tendencijas, dalyvauja specializuotuose tarptautinėse mugėse ir konferencijose. Pastaraisiais metais nemažai leidyklų bendradarbiauja su užsienio leidėjais, autoriais ir autorių teisių agentūromis, gausiai leidžiamos verstinės grožinės ir pažintinės literatūros knygos. Viena iš naujesnių tendencijų – knygų, dažniausiai gausiai iliustruotų, spausdinimas Tolimuosiuose Rytuose. Užsienio autorių teisių agentūros parduoda knygos autorines teises keletui šalių leidykloms ir, išvertus tekstus į skirtingas kalbas, spausdina didelius tiražus, kurių savikaina su transportavimo kaštais iš Kinijos Respublikos, yra gerokai mažesnė nei atskiro tiražo spausdinimas Lietuvoje. Kinijoje dažniausiai spausdinamos spalvotos ir daug rankų darbo reikalaujančios knygos, kurių poligrafinė kokybė vertinama gana gerai.

Lietuvoje pirmaisiais nepriklausomybės metais knygų spausdinimo kokybė ir poligrafinė kultūra buvo gerokai kritusi, tačiau pastaruoju metu dauguma šalies spaustuvių turi modernią įrangą ir gali užtikrinti puikią spaudos kokybę. Derėtų paminėti, kad keičiantis spaudos technologijoms, kinta ir pačios leidybos suvokimas – plinta skaitmeniniai leidiniai (skaitmeninės knygos, kompiuterinės mokymo priemonės), populėėja skaitmeninis mažų tiražų leidinių spausdinimo būdas. „2005 m., palyginti su 2004 m., beveik dvigubai daugiau užregistruota elektroninių išteklių fizinėse laikmenose – iš viso 136 leidiniai“ [24, 6].

Leidyboje, kuri sovietmečiu buvo suvokiama daugiau kaip kultūros sritis, dabar taikomos įvairios rinkodaros priemonės: reklama, pardavimų skatinimas, skelbiami perkamiausių knygų dešimtukai, vykdoma prekyba knygynų tinkluose, prekyba paštu ir internetu. Nepaisant leidybos kaip visuomeninės ir komercinės veiklos pasiektų rezultatų, dar yra sričių, kurioms reikėtų teikti daugiau dėmesio: leidybos tyrimai ir mokslo darbai, profesinė literatūra, leidybą reglamentuojantys įstatymai, knygų realizavimo sistemos modernizavimas, aktyvesnė nevyriausybinų organizacijų veikla ir didesnė valstybės parama.

Vykdamas leidybinę veiklą rinkos sąlygomis, knygų reklama ir paskirstymas yra viena svarbiausių leidybos grandžių po leidinio parengimo. Prekyba paštu Lietuvoje nėra itin populiari, tačiau dėl gyvenimo tempo didėjimo, kompiuterinių technologijų ir elektroninio atsiskaitymo formų paplitimo, palaipsniui didėja elektroninė prekyba. Prie prekybos paštu / internetu galima priskirti knygų klubus. 2003 m. leidykla „Alma littera“ įsteigė knygų klubą, kuris informuoja skaitytojus apie leidyklos išleistas knygas, leidinių pristatymus, taiko nuolaidas nuolatiniams pirkėjams ir paštu bei pardavimų vietose platina knygas. Kitose šalyse knygų klubai yra daug populiariesni, turi ilgametes tradicijas (pvz. *Book of the Month Club* JAV buvo įkurtas 1926 m., veikia ir šiomis dienomis), pristato knygas, vykdo įvairias skaitomumo skatinimo programas ir yra vienas iš knygų prekybos būdų.

Pastaraisiais metais noriai knygomis ėmėsi prekiauti didieji prekybos centrai ir kitos prekybos vietos, tačiau didžiausia dalis knygų yra parduodama knygynuose. Viena vertus, knygynai plečiasi ir modernėja, siūlo skaitytojui platų knygų asortimentą ir malonią aplinką, kita vertus, knygos, patekę į knygynus, vidutiniškai pabrangsta 30-40 %, nėra vieningos kompiuterizuotos informacinės sistemos, kurioje leidėjas galėtų tiesiogiai stebėti savo leidinių pardavimus, todėl knygynai neretai vėluoja teikti pardavimų ataskaitas ir laiku atsiskaityti su leidėjais.

Kita šiandieninės leidybos problema – informacinių ir reklaminių leidinių trūkumas rinkoje. Lietuvos nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka kaupia ir sistemina informaciją apie Lietuvoje išleidžiamus leidinius. Leidžiamas savaitinis skaitmeninis leidinys „Numatomos leisti knygos“, skaitmeninis ir spausdintas biuletenis apie jau išleistas naujausias knygas „Ekspresinformacija apie naujus spaudinius, išėjusius Lietuvoje“. Jame pateikiami pagrindiniai duomenys apie spaudinį, trumpos anotacijos bei nurodoma kaina savivaldybių bibliotekoms. Taip pat nacionalinėje bibliotekoje rengiama valstybinės bibliografijos rodyklė „Bibliografijos žinios. Knygos“. Tai mėnesinis leidinys, kuriame skelbiami knygų, brošiūrų, vaizduojamojo bei taikomojo meno albumų, plakatų, atvirukų, natų, žemėlapių aprašai, pateikiama asmenvardžių rodyklė. Minėti leidiniai yra patogūs bibliotekų ar valstybinių institucijų specialistams, tačiau nėra nei vieno periodinio informacinio-reklamino leidinio, skirto skaitytojui mėgėjui, kuriame būtų pristatomos išleidžiamos knygos. Periodinėje spaudoje pristatomos tik maža dalis atskirų leidėjų išleidžiamų knygų.

Viena iš galimybių leidėjui pristatyti savo knygas – dalyvauti knygų parodose ir mugėse, kurių per metus Lietuvoje surengiama po keletą. Vilniaus (Baltijos) knygų mugė, vykstanti Lietuvos parodų centre, tampa bene didžiausiu kultūriniu renginiu šalyje, kurio metu leidėjai susitinka su skaitytojais, pristato savo išleistas knygas. Vilniaus knygų mugė išsiskiria iš kitų tarptautinių knygų mugių tuo, kad jos metu orientuojamasi ne į autorinių teisių sandorius, o tiesioginę knygų prekybą. Parodų statistika teigia, kad kasmet parodoje apsilanko vis daugiau lankytojų, parduodama daugiau leidinių. Vilniaus knygų mugė reikšminga tuo, kad įtakoja daugumos Lietuvos leidėjų darbo ciklą ir finansinius srautus. Leidėjų ir spaustuvininkų duomenimis, daugiausia knygų parengiama ir atspausdinama prieš mokslo metų pradžią ir Vilniaus knygų mugę.

Reikšmingas faktas leidybos srityje yra leidybos specialistų rengimo atsiradimas. Daugelį metų Lietuvoje leidybos programos studentai nebuvo rengiami, tad žmonės, ėmęsi leidybinės veiklos, žinių sėmėsi iš praktikos. Vienerius metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakultete veikė profesinės knygų leidybos ir prekybos studijos, o 2001 m. įsteigtos leidybos magistro studijos. 2004 m. atsirado ir leidybos programos bakalauro studijos, leidybos specialistai profesiniu lygmeniu (ryškesnė orientacija į poligrafiją) rengiami ir Kauno kolegijoje. Taigi, leidybos specialistų rengimo atsiradimas leidžia manyti, kad leidyba kaip mokslo, kultūros ir gamybos sritis yra pasiekusi tam tikrą išsivystymo lygį ir yra perspektyvi veiklos sritis, tačiau taip

pat reikėtų paminėti, jog visiškai neskiriama dėmesio jau dirbančių leidėjų tobulinimui ir kvalifikacijos kėlimui, kuri yra aktualus tiek didiesiems, tiek smulkiesiems leidėjams.

Palyginus leidybos mokymo programų atsiradimą aukštosiose mokyklose su kitomis disciplinomis matyti, kad jos atsirado neseniai, nėra atlikta išsamesnių šiuolaikinės leidybos tyrimų, profesinės ar metodinės literatūros leidybos tema. Minėtinos kelios knygos, susiję su leidyba. 2002 m., finansuojant Atviros Lietuvos fondui, buvo išleista A. Baverstock knyga „Leidybos marketingas“, kuri yra bene vienintelė lietuvių kalba prieinama knyga apie leidybos organizavimą, rinkodarą. Originalo kalba knyga buvo publikuota 1990 m., joje pateikiama daugiausia Didžiosios Britanijos leidybos organizavimo modeliai, todėl daug pateiktų idėjų yra sunkiai pritaikomos Lietuvos rinkoje. 2003 m. pasirodė R. Misiūno „Knygų leidyba pasaulyje“, kurioje aptariamos ir magrinėjamos leidybos ištakos ir tendencijos įvairiose pasaulio šalyse. 2006 m. Vilniaus universiteto Knygotyros ir dokumentotyros institutas parengė ir išleido vadovėlį studentams „Knygotyra“, kuriame nagrinėjami ir leidybos procesai. Juntamas trūkumas leidinių, kuriuose būtų pateikta išsamesnė Lietuvos leidybos apžvalga, statistinių duomenų analizė. Galėtume teigti, kad tokią situaciją nulėmė tai, kad leidyba ir kaip verslo sritis, ir kaip mokomoji disciplina yra pakankamai nauja, neturinti tokių gilių tradicijų kaip kitos sritys. Kita vertus, leidybą galima vertinti ir kaip pakankamai siaurą specializuotą sritį, turinčią palyginti mažą profesinės literatūros skaitytojų ratą, todėl prie profesinės literatūros leidybos turėtų prisidėti tiek patys leidėjai, tiek valstybinės institucijos.

## **1.2. Teisinis leidybos reglamentavimas**

Per penkiolika nepriklausomybės metų viena silpniausių leidybos grandžių yra teisinis reglamentavimas. Šiuo metu veikia Visuomenės informavimo įstatymas, Vyriausybės nutarimas „Dėl spaudinių ir kitų dokumentų privalomųjų egzempliorių siuntimo bibliotekoms tvarkos“, Autorių ir gretutinių teisių įstatymas, leidybos standartai.

Visuomenės informavimo įstatymas numato visuomenės informavimo priemonių – knygų, laikraščių, žurnalų, biuletenių ar kitų leidinių, televizijos, radijo programų, kino ar kitos garso ir vaizdo studijų produkcijos ir kitų priemonių platintojų, teises ir pareigas, laisves, atsakomybes ir pan. Įstatyme nurodyta, kad kiekviename leidinyje turi būti nurodyti jo tiražas, Lietuvos standarto

nustatyti kiti leidybiniai duomenys ir tarptautinis dokumento standarto numeris (ISBN, ISSN, ISMN), nustatyta, kad leidėjas privalo teikti privalomuosius egzempliorius Nacionalinei bibliotekai [37, 16]. Visuomenės informavimo įstatyme taip pat numatyta, kad finansinė parama iš valstybės biudžeto knygų leidybai yra skiriama Kultūros ministerijos bei Švietimo ir mokslo ministerijos ekspertų komisijos sprendimu.

Vyriausybės nutarimas „Dėl spaudinių ir kitų dokumentų privalomųjų egzempliorių siuntimo bibliotekoms tvarkos“ numato, kad leidėjas įpareigotas per 2 dienas po neslaptų spaudinių ir kitų dokumentų (knygų, periodinių leidinių, natų, mikroformų, garsinių ir regimųjų, kartografinių, vaizdinių, elektroninių, neregijų raštu spausdintų priemonių) tiražo išleidimo, kai tiražas yra didesnis kaip 100 egzempliorių nemokamai išsiųsti 17 privalomųjų egzempliorių nacionalinei bibliotekai [43, 3]. Taigi, knygų leidėjai privalo leidiniui išimti ISBN (International Standard Book Number) numerį ir pateikti Nacionalinei Martyno Mažvydo bibliotekai privalomuosius egzempliorius, kurių pagrindu vyksta išleistų leidinių apskaita, bibliografinės rodyklės ir spaudos statistinių duomenų kaupimas, pagrindinių šalies bibliotekų fondų pildymas. Leidėjui numatyta tvarka nepateikus privalomųjų egzempliorių, iškyla sunkumų gauti ISBN numerius kitiems leidiniams, kurie pagal Visuomenės informavimo įstatymą yra privalomi. Derėtų paminėti, kad nemokamų privalomųjų egzempliorių teikimas nėra toks aktualus didiesiems leidėjams, tačiau mažosioms leidykloms, leidžiančioms knygas mažesniais tiražais, privalomųjų egzempliorių kaštai tampa didesne problema.

Kiekvienoje teisinėje valstybėje atskira veiklos sritis turi patvirtintus tam tikrus standartus. Lietuvai būnant Tarybų Sąjungos sudėtyje, šalyje buvo privalomi GOST leidybos standartai, tačiau 1994–2003 m. buvo patvirtinti lietuviški LST leidybos standartai, tapatūs tarptautiniams ISO (International Organization for Standardization) standartams. Leidybos standartai nustato informaciją, kuri turi būti skelbiama antraštiniuose knygų lapuose, jos pateikimo tvarką; nurodomi vartotini terminai, antraštinių lapų turinys bei kita leidėjui vertinga informacija; apibrėžia knygų identifikavimo kodų vartojimo specifiką, pateikia tarptautinio standartinio knygos numerio sandarą; nustato, kokie atpažinimo elementai rašomi pateikiant vertimus, kad būtų galima identifikuoti originalą, nustato knygų, periodinių ir kitų leidinių nugarėlių antraščių bei kitos informacijos pateikimo, spausdinimo taisykles ir pan. Dauguma leidėjų laikosi pagrindinių standartuose numatytų informacijos pateikimo taisyklių, tačiau ne visi atsakingi leidyklų



darbuotojai yra susipažinę su standartų reikalavimais ir jų laikosi, nėra numatyta atsakomybė ar priemonės, kurių būtų imamasi nesilaikant standartuose numatytų reikalavimų.

Nagrinėjant teisinį leidybos reglamentavimą derėtų paminėti ir verslo organizacijas, kurios yra įprastos Vakarų Europos šalyse, ir aktyviai veikia inicijuojant teisinį tam tikros verslo šakos reglamentavimą, formuojant valstybės politiką.

Pažangiose, ekonomiškai išsivysčiusiose demokratinėse šalyse, asocijuotos verslo struktūros turi didelės reikšmės atstovaujamos šakos verslo ir politinės aplinkos formavimui bei gerinimui. Nagrinėjant leidybos situaciją reikėtų paminėti, kad Lietuvoje veikia kelios su knygu leidyba susijusios profesinės asociacijos ir organizacijos. 1990 m. Lietuvoje įkurta Lietuvos autorių teisių gynimo asociacija (LATGA), 1997 m. – Lietuvos knygų prekybininkų asociacija, veikia Lietuvos leidėjų asociacija. Lietuvos leidėjų asociacija turi siekti efektyviai atstovauti narių interesams ir spręsti bendras išskylančias problemas – inicijuoti leidybos įstatymo rengimą, prisidėti prie valstybinės leidybos strategijos ir politikos formavimo, skaidresnio paramos reglamentavimo, profesinio tobulinimosi organizavimo, specializuotos literatūros leidybos ir kt. Kadangi Lietuvoje nėra ilgamečių rinkos ekonomikos tradicijų, profesinės organizacijos nėra itin populiaros ir veiklios, joms skiriamas nepakankamas dėmesys, ne visi leidėjai deklaruoja savo interesus, nėra linkę vienyti bendram problemų sprendimui. Lietuvos leidėjų asociacija vienija apie 10 % visų registruotų leidėjų, ryškiausia veiklos kryptis – organizavimas ir dalyvavimas vietinėse bei tarptautinėse knygų mugėse, pristatant Lietuvos leidėjus ir autorius. Tiek Europos Sąjungos, tiek nacionaliniuose teisiniuose dokumentuose numatoma, kad asocijuotoms verslo struktūroms bus teikiamas didesnis valstybės dėmesys svarstant su verslu susijusių įstatymų ir kitų norminių aktų leidybą, skirstant 2007–2013 m. Europos Sąjungos struktūrinių fondų paramą verslui, todėl reikėtų pirmiausia šviesti pačius leidėjus apie asocijuotų struktūrų reikšmę ekonomiškai išsivysčiusiose šalyse, skatinti aktyviau dalyvauti Lietuvos leidėjų asociacijoje ir išreikšti interesą dalyvauti formuojant šalies leidybos politiką.

Išnagrinėjus leidybą reglamentuojančius ir susijusius norminius dokumentus matyti, kad jie apibrėžia tik kai kurias leidybos sritis, tačiau Lietuvoje nėra specialaus leidybą reguliuojančio įstatymo, valstybinė leidybos politika lieka aiškiai neapibrėžta.

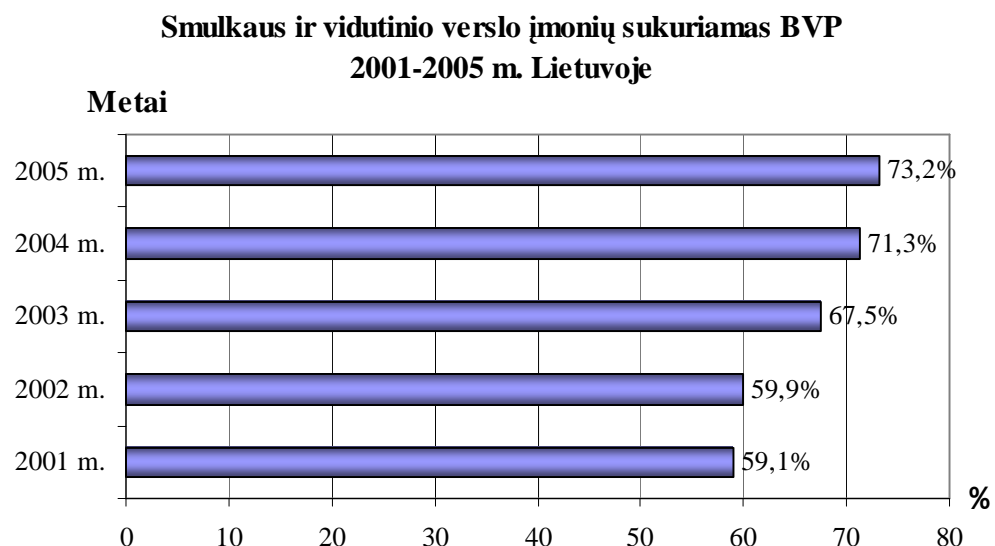
### 1.3. Leidyba smulkaus ir vidutinio verslo kontekste

Šiuo metu beveik visos leidyklos Lietuvoje yra privačios, o 99 % Lietuvos leidyklų, vadovaujantis Lietuvos Respublikos smulkaus ir vidutinio verslo įstatyme numatyta klasifikacija, yra mažos ir mikroįmonės, vadinasi, priklauso smulkaus ir vidutinio verslo kategorijai. Siekiant darbe numatytų uždavinių iširti leidybos ir smulkių leidyklų veiklą nepriklausomoje Lietuvoje, derėtų išnagrinėti valstybės vykdomą politiką smulkaus ir vidutinio verslo atžvilgiu.

Smulkų ir vidutinį verslą Lietuvoje reglamentuoja daugiau kaip 300 norminių ir teisinių dokumentų, todėl tiek vidutinės, tiek mažos ar mikroįmonės (leidyklos) vadovas, turi gerai išmanyti pagrindinius teisinius norminius aktus, reglamentuojančius darbo santykius, mokestinę atskaitomybę, finansinę apskaitą ir kt. [28, 42].

Suprantama, kad Lietuvoje, esant atitinkamoms politinėms ir ekonominėms aplinkybėms, mažos įmonės, kaip ir visas privatus verslas, pradėjo steigtis praėjusio amžiaus 9-to dešimtmečio pabaigoje. Vakarų Europoje smulkus ir vidutinis verslas, kaip savitas ir šalies ekonomikai reikšmingas, pradėtas išskirti pusė amžiaus anksčiau, o amžiui baigiantis užėmė tvirtas pozicijas daugelyje užsienio šalių. Mažų įmonių reikšmę šalių ekonomikai puikiai parodo mažų įmonių skaičius šalyje ir sukuriamas bendrasis vidaus produktas. Pvz. ES šalyse apie 98 % visų įmonių sudaro smulkaus ir vidutinio verslo įmonės [28, 20] Lietuvoje 2001 m. smulkusis verslas sukūrė 59,1 % bendrojo vidaus produkto (BVP), o 2005 m. – 73,2 % BVP.

2 lentelė



*Parengta remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis.*

Pažvelgus į 2 lentelę (18 p.) matyti, kad kasmet smulkaus verslo sukuriama BVP dalis didėja. Jei lygintume Lietuvos smulkaus ir vidutinio verslo situaciją su ES valstybėmis, pagrindiniai smulkaus ir vidutinio verslo svarbą atspindintys rodikliai praktiškai sutampa.

Galėtume teigti, kad smulkus ir vidutinis verslas Lietuvoje dar neturi senų tradicijų, kurios turėjo puikias sąlygas susiformuoti kitose ilgametėse rinkos ekonomikos šalyse. Nors Lietuvos Respublikos Vyriausybės leidžiamuose įstatymuose ir strategijose smulkusis verslas minimas ir skatinamas vis dažniau, tačiau nepakankamai dėmesio skiriama visuomenės informavimui apie smulkų ir vidutinį verslą, jo reikšmę šalies ūkiui, turint omenyje, kad Lietuvos kaip šalies rinka nėra plati vien dėl užimamo teritorinio ploto, o sparčiai augančiai ekonomikai reikalingos visos verslo plėtros galimybės, todėl smulkiajam verslui turėtų būti teikiama ypatinga reikšmė.

Smulkus ir vidutinis verslas turi nemažai privalumų, kurie aktualūs ir leidybos įmonėms, kaip smulkaus verslo atstovams [28, 21].

Leidyklos, kaip ir kitos mažos įmonės, gali naudotis stambiam verslui ne visada priimtinais ištekliais, pvz., įvairius leidinių parengimo darbus gali atlikti žmonės su fizine negalia ar negalintys dirbti ištisą darbo dieną, veiklai finansuoti yra galimybė pasinaudoti asmeninėmis ar artimųjų santaupomis, darbo priemonėmis, biuro patalpos gali būti ne brangiai kainuojančiuose verslo centruose, o nuošalesnėse vietose, artimųjų suteiktose patalpose ir pan.

Smulkios leidyklos gali orientuotis į specifines rinkos nišas ir leisti specializuotus leidinius. Keleto didelio tiražo specializuotų leidinių leidyba per metus gali mažai leidyklai užtikrinti finansinį stabilumą ir suteikti galimybę išleisti kitus, ne tokius pelningus, tačiau tam tikram ratui vartotojų reikalingus leidinius.

Mažos įmonės, užsiimančios leidybine veikla, apsiriboja mažomis išlaidomis, nes nereikia administruoti gausaus personalo, eksploatuoti daug darbo priemonių, patalpų ir pan.

Nedidelės leidyklos turi galimybę užmegzti ir palaikyti geresnius tiesioginius ryšius su klientais ir tiesiogine aplinka, gali daugiau dėmesio skirti užsakovui, kuris didžiosioms leidykloms pasirodė neperspektyvus ar dėl laiko stygiaus ir personalo hierarchijos nebuvo laiku sureaguota į kliento užklausimą.

Mažos leidyklos, kaip ir kitos įmonės, skatina konkurenciją rinkoje, suteikia darbuotojams daugiau laisvės, kas lemia kūrybiškų, originalių produktų kūrimą.

Vienas iš mažos verslo įmonės privalumų yra tas, kad, smulkios įmonės steigimo, valdymo ir likvidavimo tvarka yra daug paprastesnė nei stambių įmonių, todėl nusprendus keisti veiklos pobūdį ar nebevykdyti veiklos, tai galima padaryti daug paprasčiau.

Nereikėtų pamiršti, kad smulkus ir vidutinis verslas, kuris skatinamas ir teigiamai vertinamas laisvos rinkos ekonomikos šalyse, turi ir tam tikrų trūkumų, kuriuos derėtų įvertinti analizuojant smulkųjį ir vidutinį verslą. Būtų galima išskirti tris pagrindines smulkaus ir vidutinio verslo trūkumas, galimas grėsmes, kurie būdingi ir leidybos įmonėms [28, 21].

1. Per didelės verslo įmonių steigėjų ambicijos ir asmeninis vartojimas. Šią grėsmę įtakoja daugybė žmogiškųjų faktorių, paskatinusių asmenį imtis iniciatyvos kurti ir vadovauti verslui. Nesant pakankamai savikontrolei ir leistinų ribų nustatymui, nepamatuotos ambicijos ir per didelis asmeninis vartojimas mažą įmonę gali privesti prie bankroto.

2. Vadovavimo, rinkodaros žinių, išsimokslinimo ir techninės kompetencijos trūkumas. Sėkmingam vadovavimui reikalingas tam tikros žinios, įgūdžiai ir gebėjimai. Vadovas ne tik privalo gerai išmanyti verslo administravimą, finansinę apskaitą, rinkodaros principus, bet ir turėti žinių apie tam tikrą veikos specifiką, sugebėti suburti tinkamą darbuotojų komandą. Pradedant ir vystant verslą svarbu rinkos tyrimai, kurie turi nustatyti esamas ir planuojamas veiklos kryptis, ir rinkodaros principų išmanymas, tačiau smulkios įmonės negali skirti daug lėšų rinkodarai, todėl jų valdytojams tenka skirti didelį dėmesį tam tikrų vykdomų veiklų rėmimui. Pvz., ilgus metus Lietuvoje leidybos specialistai nebuvo rengiami, tačiau kūrėsi nemažai leidyklų, kurių vadovai atėjo iš kitų verslo sričių arba apskritai pradėjo naują verslą. Smulkių leidyklų vadovai neturėjo pakankamai žinių ir kompetencijų, reikalingų leidybiniam darbui, neatlikę rinkos tyrimų ėmėsi verslo, todėl daug leidybinių įmonių išgyveno krizę, kai kurios bankrutavo.

3. Finansinės problemos. Stambios įmonės, vykdydamos didelės apimties operacijas, turi finansines galimybes gauti prekes ir paslaugas žemesnėmis kainomis, konkurencinėje kovoje gali laikinai dempinguoti kainas vietinėje rinkoje, siekiant atsikratyti smulkių konkurentų. Smulkios įmonės turi mažesnes galimybes kredituoti tiekėjus ar pirkėjus, o tai mažina šių įmonių patrauklumą ir konkurencinį pranašumą. Stambios leidyklos, užsakydamos didelį kiekį leidiniams reikiamo popieriaus, gauna didesnes nuolaidas nei mažos leidyklos. Spaudos darbų paslaugoms taip pat taikoma lankstesnė nuolaidų sistema, kai pasirašoma didelės apimties spausdinimo darbų sutartis. Užsienio leidinių autorinių teisių agentūros taiko mažesnę mokestį, jei perkamos kelios tos pačios knygų serijos autorių teisės ir pan.

Senosiose Europos Sąjungos šalyse smulkus ir vidutinis verslas remiamas ir skatinamas pasitelkiant įvairias priemones: vykdamt smulkaus ir vidutinio verslo propagandą, teikiant finansinę tiesioginę ir netiesioginę paramą, taikant specialią administracinę paramą bei vykdamt palankią mokesčių ir antimonopolinę politiką.

Kadangi per nepriklausomybės metus keitėsi ekonominė ir socialinė politika, Lietuva prisijungė prie Europos Sąjungos erdvės, todėl vyko nuolatiniai norminių aktų, reglamentuojančių smulkų ir vidutinį verslą, pasikeitimai. Lietuvos verslą reglamentuojantys įstatymai neretai vertinami kaip per daug politizuoti, nepakankamai pagrįsti ir nesuderinti tarpusavyje, tačiau pastaraisiais metais valstybės programoje ir susijusiuose dokumentuose matyti nuoseklesnė smulkaus verslo strategija.

2002 m. pakeistame Smulkaus ir vidutinio verslo įstatyme reglamentuojama valstybės parama smulkiam verslui rengiant plėtros programas, finansuojamas iš valstybės biudžeto, taikant mokesčių lengvatas, teikiant lengvatinius kreditus, draudžiant kreditus, lengvatinėmis sąlygomis konsultuojant, suteikiant galimybę kelti kvalifikaciją ir pan.

2004–2008 m. Vyriausybės programoje kaip viena prioritetinių sričių numatytas verslo, ypatingai smulkaus ir vidutinio plėtros skatinimas. Programoje numatoma ugdyti žmonių verslumą, sudaryti palankias sąlygas pradėti ir plėtoti verslą, remti ir skatinti smulkų verslą, tobulinti šio verslo sektoriaus įmonių apmokestinimo sistemą, keisti verslą varžančius teisės aktus, diegti antimonopolines priemones. Pastebėtina, kad Vyriausybės programoje daugiau nei anksčiau dėmesio teikiama asocijuotoms verslo struktūroms, siekiama įteisinti lygiavertį jų dalyvavimą rengiant įstatymų ir teisės aktų projektus, vykdamt paramos fondų naudojimo priežiūrą.

2005 m. Vyriausybės patvirtintame Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros iki 2008 metų strateginių kryptių apraše pabrėžiamas smulkaus verslo teisinės ir ekonominės aplinkos tobulinimas, finansinės paramos gerinimas numatant konkrečias priemones.

Siekiant informuoti verslo atstovus apie plėtros ir kitas finansinės paramos galimybes, įsteigtos tokios įstaigos kaip Lietuvos smulkaus ir vidutinio verslo plėtros agentūra, verslo informacijos centrai, verslo inkubatoriai, Lietuvos verslo paramos agentūra, Lietuvos ekonominės plėtros agentūra.

Matyti, kad valstybės dėmesys smulkiamjam verslui didėja. Leidyba nėra priskiriama neremtinoms verslo sritims ir turi tokias pat galimybes gauti paramą iš nacionalinių lėšų kaip smulkaus ir vidutinio verslo atstovas pagal Ūkio ministerijos numatytas paramos programas. Leidėjai dažnai teigia nesulaukiantys valstybės paramos, tačiau nederėtų pamiršti, kad dalyvaujant

specialiose programose, yra galimybė gauti paramą leidyklai kaip smulkaus verslo įmonei darbuotojų kvalifikacijos kėlimui, dalyvavimui parodose ir kt.

#### **1.4. Valstybės švietimo ir kultūros politika**

Leidyklų veikla neabejotinai priklauso smulkaus ir vidutinio verslo sektoriui. Matyti, kad šiai sričiai teikiamas vis didesnis valstybės dėmesys ir, specialiose programose aktyviai dalyvaujant verslininkams bei asocijuotoms verslo struktūroms, galima tikėtis veiklos rezultatų pagerėjimo, realesnių paramos verslui galimybių, tačiau leidyba yra gana specifinė veiklos sritis, ne tik priklausanti verslo sektoriui, bet ir glaudžiai susijusi su kultūra bei švietimu.

2004–2008 m. Vyriausybės programoje numatyta daug dėmesio skirti investicijoms į žmogų: švietimo, kultūros, mokslo sistemoms, informacijos ir žinių visuomenės plėtrai. Deja, programoje mažai numatomas su leidyba susijusių programų inicijavimas. Tiek Nacionalinėje Lisabonos strategijoje, tiek Vyriausybės programoje minima žinių visuomenė, tačiau ji siejama su modernių informacijų technologijų diegimu ir vartojimo populiarinimu, nepakankamai įvertinant ir teikiant dėmesio leidybai, kaip informacijos rengimo ir sklaidos būdai. 2004–2008 m. Vyriausybės programoje pabrėžiama investicijos į švietimą ir kultūrą, tačiau dokumente matyti tik keletas netiesioginių sąsajų su leidyba (bibliotekų renovacija ir modernizacija, lietuvių literatūros ir jos vertimų į kitas kalbas leidyba ir sklaida Lietuvoje ir Europos Sąjungos šalyse), nenumatant palankesnių tiesioginių šios veiklos skatinimo priemonių, skaidraus paramos leidybai mechanizmo užtikrinimo ir didesnio leidybos sektoriaus finansavimo.

2006 m. pabaigoje Vyriausybė patvirtino ilgai lauktą Skaitymo skatinimo programą ir rekomendavo savivaldybėms dalyvauti ją įgyvendinant. 2006–2011 metais įgyvendinama programa padės skatinti veiklą, formuojančią įvairaus amžiaus ir socialinių grupių žmonių poreikį skaityti, gerinančią skaitymo įgūdžius, keliančią skaitymo prestižą Lietuvos visuomenėje. Siekiant gerinti šalies gyventojų skaitomumą, bus sudarytos palankios teisinės ir finansinės sąlygos skaitymo skatinimo projektų įgyvendinimui. Programoje daug dėmesio teikiama kultūros ir švietimo sričių darbuotojų skatinimui. Leidėjai, švietimo ir kultūros įstaigos skatinamos rengti skaitomumą didinančią metodinę medžiagą tėvams ir pedagogams. Svarbu, kad skaitymo skatinimo temos bus įtrauktos į pedagogų ugdymo ir bibliotekininkų kvalifikacijos kėlimo programas. Skaitymo skatinimo programoje numatyta 2008 m. paskelbti skaitymo metais, sudaryti

metų renginių programą ir naudoti kitas skaitymą skatinančias priemones [40]. Tikėtina, kad sėkmingai įgyvendinus numatytas priemones, skaitymo skatinimo programa turės didelės reikšmės tiek šalies kultūrai ir švietimui, tiek pačiai leidybai. Galima daryti prielaidas, kad keletą metų vykdoma programa pagerins skaitomumo situaciją Lietuvoje, ugdys lojalią suaugusiųjų ir vaikų auditoriją ir prisidės prie leidybos tradicijų kūrimo bei plėtojimo. Taip pat bus skiriama lėšų ir specialių leidinių leidybai, tokiu būdu teikiant paramą leidėjams.

Tiesioginę finansinę paramą leidybai teikia keletas šalies valstybinių institucijų ar jų kuruojamų fondų: Lietuvos Respublikos kultūros ministerija, Lietuvos Respublikos kultūros ir sporto rėmimo fondas, Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondas, Lietuvos vardo tūkstantmečio minėjimo direkcija prie Lietuvos Respublikos Prezidento kanceliarijos, savivaldybės.

Lietuvos Respublikos kultūros ministerija teikia dalinį finansavimą lietuvių kalba kuriamos grožinės literatūros bei kitų Lietuvos kultūrai reikšmingų leidinių leidybos projektams. 2003–2006 m. kasmet knygų leidybai paskirta apie pusantro milijono litų. Paramos paraiškas vertina dvejiems metams patvirtinta komisija, sudaryta iš meno, kultūros, švietimo specialistų. Pirmenybė teikiama originaliai šiuolaikinių lietuvių autorių grožinei kūrybai, vaikų literatūrai, paveldo leidiniams, humanitarinei mokslo literatūrai, muzikos ir meno leidiniams. Konkursas vyksta kartą per metus.

Lietuvos Respublikos kultūros ir sporto rėmimo fondas teikia dalinį finansavimą pasaulio elitinės literatūros leidybos rėmimui. Kvietimai teikti paraiškas paramai skelbiami du kartus per metus. Kultūros ir sporto rėmimo fondo teikiama finansinė parama knygų leidybos programoms yra mažesnė nei Kultūros ministerijos.

Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondas konkurso tvarka remia viešosios informacijos rengėjų kultūrinius ir šviečiamuosius projektus: kultūros, meno, šviečiamojo pobūdžio leidinių, regioninės žiniasklaidos (regionų, vietinių laikraščių, žurnalų ar kitų specialių leidinių) leidybą.

Lietuvos vardo tūkstantmečio minėjimo direkcija prie Lietuvos Respublikos Prezidento kanceliarijos paramą leidybos projektams numato teikti 2003–2009 m. Bendra numatoma skirti suma mokslinių tyrimų ir leidybos projektų įgyvendinimų rėmimui yra 8575 tūkst. litų. Pagrindiniai šios programos principai yra pilietinis, religinis, tarptautinis atvirumas, valstybiškumas, visuotinumas. Mokslinių tyrimų ir leidybos projektų prioritetai – Lietuvos istorijos šaltinių rengimas spaudai ir leidyba, enciklopedinių, informacinių, kartografinių, bibliografinių leidinių rengimas ir leidyba, leidiniai, pristatantys Lietuvos valstybę ir kultūrą pasauliui, šviečiamieji leidiniai, populiarinantys Lietuvos humanitarinę kultūrą, istoriją ir meną. Lietuvos vardo tūkstantmečio direkcija išsiskiria finansuojamų leidinių leidybos priežiūra ir

kontrole, dėmesiu leidinių kokybei (tikrinama, leidinys bus išleistas numatytu laiku, svarstomas knygos maketas).

Išanalizavus Kultūros ministerijos, Kultūros ir sporto rėmimo fondo, Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondo pastarųjų metų paremtų leidinių sąrašą matyti, kad daugiausia paramos leidybai lėšomis pasinaudoja didžiosios leidyklos: „Alma littera“, „Vaga“, „Baltų lankų leidyba“, tačiau mažosios specializuotos, kultūrinės, istorines knygas leidžiančios leidyklos taip pat periodiškai gauna valstybinių fondų paramą.

Kaip tam tikrą leidybos rūšį galėtume laikyti miestų ir rajonų savivaldybių finansuojamų leidinių leidybą apie regiono plėtrą, istoriją, kultūrą, pačių savivaldybių, socialinės reklamos leidinių leidybą. Savivaldybių finansuojamų leidinių rengimas ir spausdinimas nėra sistemingas ir nuolatinis, dažniausiai viešinamas tik vietinėje spaudoje. Leidėjų siūlomų leidinių pagal tam tikras programas rėmimo savivaldybės nevykdo.

Nagrinėjant finansinę valstybės paramą leidybai, reikėtų paminėti ir netiesioginį leidybinės veiklos skatinimą – pridėtinės vertės mokesčio įstatyme numatytas lengvatas knygų apmokestinimui.

Tiesioginę paramą leidybai teikė / teikia ir tokie nevalstybiniai leidybos paramos fondai kaip Atviros Lietuvos fondas, Švietimo kaitos fondas, Baltijos kultūros fondas, Šiaurės ministrų tarybos biuras Lietuvoje, taip pat galima užsienio valstybių (institūtų, autorių agentūrų) teikiama parama literatūros vertimams į lietuvių kalbą.

Leidėjų teigimu, valstybinių institucijų paramos teikimas dažnai būna neskaidrus, nepakankamai apibrėžti projektų atrankos kriterijai, mažai standartizuota vertinimo sistema, susiduriama su neaiškiais paramos vertinimo terminais. 2004 m. apklausos duomenimis, 61 % leidyklų naudojami valstybinės ar nevalstybinės leidybos paramos teikiamomis galimybėmis, 33 % apklaustųjų abejoja finansinės paramos gavimo realumu, finansiniu skaidrumu, labiau linkstama pasitikėti nevalstybiniais specializuotais fondais [3, 5].

Išnagrinėjus bendrą Lietuvos leidybos situaciją matyti, kad Lietuvoje leidybos apimtimis ir pajamomis iš leidybos išsiskiria keletas didelių ir vidutinių leidyklų, išleidžiančių trečdalį visų neperiodinių leidinių. Didžiąją daugumą leidėjų sudaro mažesnės ir visiškai smulkiosios leidyklos.

Lietuvoje per penkiolika nepriklausomybės metų susiformavo tam tikros leidybos tradicijos, rinkodaros specifika, tačiau trūksta pačių leidėjų iniciatyvos formuoti bendrą leidybos



politiką, spręsti ir skatinti tokias sritis kaip teisinis reglamentavimas, valstybinis finansavimas, kvalifikacijos kėlimas ir pan.

Leidybai teikiama tiesioginė valstybinių ir nevalstybinių institucijų parama turėtų būti intensyvesnė, skaidriau reglamentuojama ir skirstoma. Kita vertus, nederėtų pamiršti, kad didelis paskatinimas leidybos įmonėms galėtų būti valstybės finansuojamos programos, skirtos smulkiam ir vidutiniam verslui, nes leidėjai dažnai akcentuoja paramą konkrečioms leidiniams ir neteikia pakankamai dėmesio investicijoms į žmogiškuosius išteklius, technologijas ir kitas sritis.

## 2. MAŽOSIOS LEIDYKOS LIETUVOJE

„Reikšmingiausia pastarųjų metų tendencija knygų pasaulyje – tai jo dalyvių stambėjimas“, teigia A. Baverstock knygoje „Leidybos marketingas“ [2, 15]. Dažnai tenka pastebėti, kad Lietuvoje vykstantys ekonominiai pokyčiai dėl savitos istorinės bei politinės raidos ne visada sutampa su pasaulinėmis tendencijomis arba Lietuvą pasiekia gerokai vėliau. A. Baverstock minėtas knygų rinkos dalyvių stambėjimas vyko 1995–1999 m. Tuo tarpu Lietuvoje iki 1999 m. iš esmės šalies knygų rinka tik kūrėsi ir formavosi.

Viena vertus, Lietuvos knygų rinkos vystymąsi lemia daug vidinių veiksnių – ekonominė, kultūrinė situacija, teisinė bazė, visuomenės nuomonė, todėl mūsų šalies knygų rinka, leidybos situacija niekada nebus analogiška pasaulinei knygų rinkai. Kita vertus, vystantis ekonomikai, formuojantis rinkos ekonomikos, privataus verslo tradicijoms, kai kurios pasaulinės leidybos tendencijos po keleto metų randasi ir Lietuvoje. Pavyzdžiui, jau 2002 m. uždarajai akcinei bendrovei „Alma littera“ įsigijus didžiausios šalies leidyklos AB „Šviesa“ kontrolinį akcijų paketą, Lietuvoje pradėjo formuotis pirmoji didelė leidybos grupė. Tačiau Lietuvos knygų rinka yra palyginti maža, leidinių eksporto plėtros galimybes riboja kalbos nepopuliarumas (turint galvoje eksporto galimybes anglų ir ispanų kalbomis), todėl maža tikimybė, kad didelių leidybos grupių ateityje galėtų būti daug.

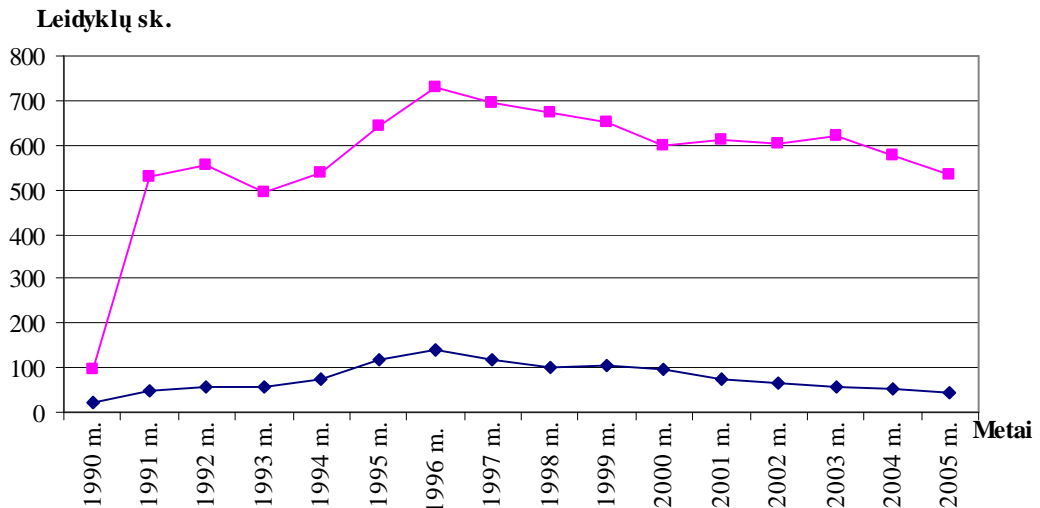
Lietuvos leidybos rinkoje per penkiolika nepriklausomybės metų susiformavo tam tikros tradicijos, įvyko rinkos pasidalijimas. 80 % leidėjų Lietuvoje išleidžia ne daugiau kaip 10 knygų per metus [23, 5]. Dešimt didžiausių leidėjų 2005 m. išleido 30 % (1269) iš visų išleistų knygų ir brošiūrų.

### 2.1. Mažųjų leidyklų raidos dinamika

Lietuvoje per penkiolika nepriklausomybės metų vidutinis bendras leidėjų skaičius yra 495, o šio darbo tyrimo duomenimis mažųjų leidyklų vidutinis metinis skaičius yra 77. Vadinas, mažos leidyklos vidutiniškai sudaro 15,5 % visų leidėjų.

3 lentelė

### Mažosios leidyklos ir Lietuvos leidėjai 1990-2005 m.



*Parengta remiantis 1990-2005 m. leidiniais „Lietuvos spaudos statistika“.*

Mažosios leidyklos yra viena iš sudėtinių visų leidėjų dalis, tačiau jų skaičiaus svyravimas gerokai skiriasi nuo visų leidėjų bendro skaičiaus pokyčio per pastaruosius penkiolika metų (3 lentelė).

Iš pateikto grafiko matyti, kad ir mažųjų leidyklų ir bendras leidyklų skaičius turi porą dėsningumų. Mažiausias bendras ir mažųjų leidyklų skaičius yra 1990 metais, kai pasikeitus santvarkai ėmė steigtis privačios leidyklos, reorganizuotis valstybinės. Taip pat pastebėtina, kad nors ir skiriasi mažų leidyklų ir visų leidėjų skaičių kreivės, bet didžiausias abiejų grupių skaičius pasiektas 1996 m., o pastaraisiais metais leidyklų ir leidėjų skaičius palaipsniui mažėja.

Didžiausias bendro leidyklų skaičiaus augimas užfiksuotas 1990–1992 m., o daugiausiai radosi leidyklų, kurios išleido iki 5 knygų per metus, 1993–1996 m. Galima daryti prielaidą, kad apskritai didžiausias leidybos vystymosi pagreitis buvo pasiektas formuojantis privačiam sektoriui ir vykstant privatizacijai. Tuo tarpu mažų leidyklų gausėjimo laikotarpį (1993–1996 m.) galėjo įtakoti pablogėjusi didžiųjų leidėjų situacija įvedus nacionalinę valiutą – litą.

Laipsniškas bendro Lietuvos leidėjų skaičiaus mažėjimas fiksuojamas 1996–2000 m., kai buvo atsiradęs didžiausias leidėjų skaičius per visą nepriklausomybės laikotarpį. „Apie 1998 m. leidybos rinka stabilizavosi ir išmokę joje orientuotis leidėjai nebematė tolesnio rinkos augimo galimybių, nes ji praktiškai buvo užpildyta“ [39, 2]. 2000 m. leidėjų skaičiaus mažėjimui įtaką

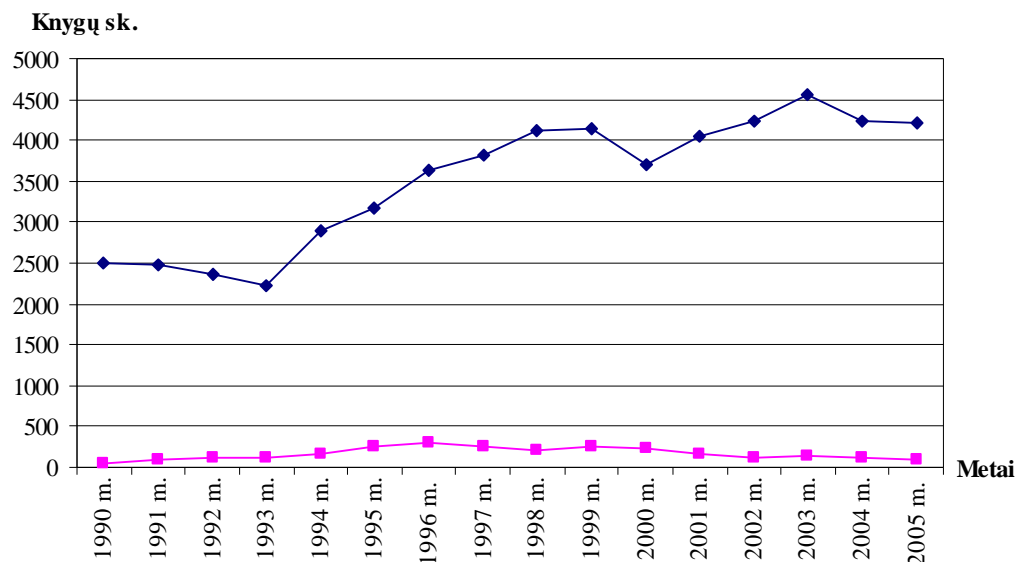
galėjo padaryti ekonominė Rusijos krizė. Pažvelgus į pirmą lentelę matyti, kad sparčiausias mažųjų leidyklų mažėjimas būdingas 1999–2003 m. Atsižvelgę į šį faktą galėtume teigti, kad pasaulinis knygų leidybos dėsningumas – knygų leidėjų stambėjimas – veikia ir Lietuvoje.

Palyginus bendras visų Lietuvos leidėjų ir mažųjų leidyklų skaičių kreivių dėsningumus matyti, kad didžiausias augimas būdingas pirmaisiais nepriklausomybės metais. Didžiausio visų leidėjų ir mažųjų leidyklų skaičiaus augimas / kritimas nesutampa. Apskritai bendras visų leidėjų skaičius nuo 1992 m. gana stabilus ir net atsižvelgus į ekonominių krizių įtaką nekito taip staigiai kaip mažųjų leidyklų skaičius. Mažai knygų išleidžiančių leidyklų skaičiaus rodikliai gana nestabilūs, pastebima aiški mažėjimo tendencija pastaraisiais metais.

Atsižvelgus į Lietuvos spaudos statistikos duomenis galima paskaičiuoti, kad mažųjų leidyklų skaičius sudaro 15,5 % iš visų Lietuvos leidėjų skaičiaus, o mažųjų leidyklų išleidžiamų knygų skaičius vidutiniškai sudaro 5 % apskritai visų leidėjų išleidžiamų knygų. Deja, sunku nustatyti, kokios apimties ir pobūdžio yra mažų leidyklų leidžiami leidiniai, nes leidinyje „Lietuvos spaudos statistika“ apskaitomos knygos ir brošiūros, didesnės nei aštuonių puslapių

4 lentelė

**Mažųjų leidyklų ir visų leidėjų išleistų knygų skaičius  
1990-2005 m.**



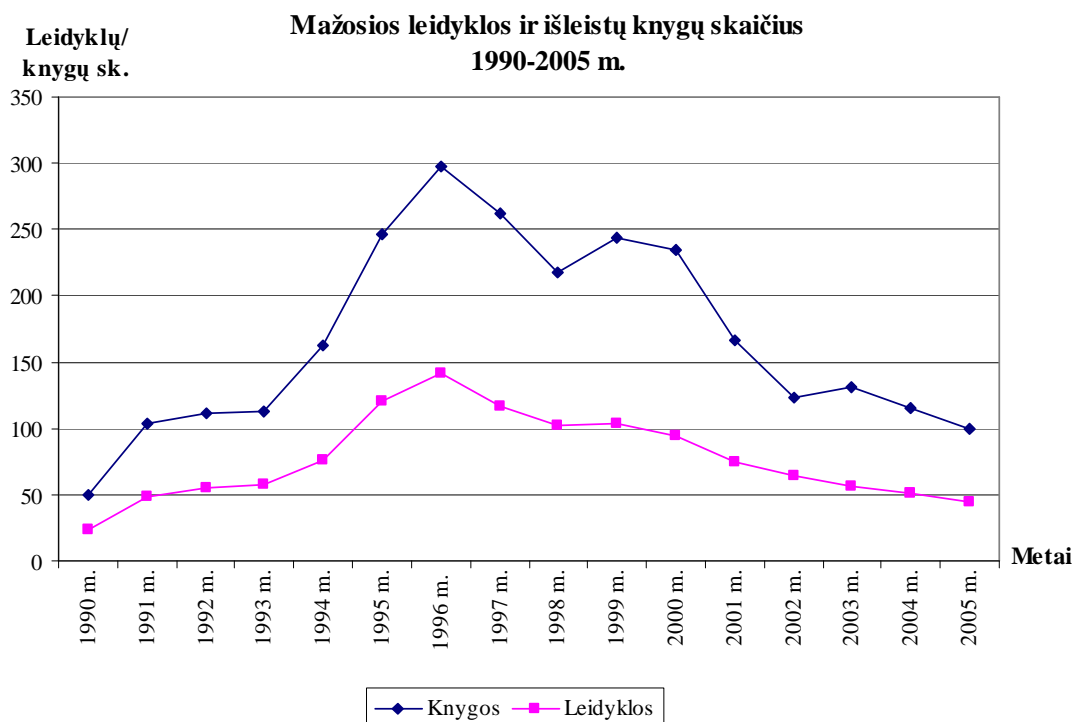
Parengta remiantis 1990-2005 m. leidiniais „Lietuvos spaudos statistika“.

apimties, išleistų daugiau nei 50 egz. tiražu, dėl informacijos pobūdžio ir skaitymo paskirties turinčią išliekamąją vertę“, todėl nėra leidinių diferencijavimo pagal apimtį, smulkios brošiūros skaičiuojamos taip pat kaip didelės apimties knygos.

Palyginus mažų leidyklų ir jų išleidžiamų leidinių skaičių proporciją su visų Lietuvos leidėjų bendru skaičiumi ir išleidžiamais leidiniais (4 ir 5 lentelės, 28–29 p.) matyti, kad mažųjų leidyklų ir publikuotų leidinių skaičius 1990–2003 m. yra gana proporcingas. Atsižvelgus į šiuos duomenis galima formuluoti teiginį, kad bendrai paėmus mažų leidyklų išleidžiamų leidinių kiekis yra stabilus. Tuo tarpu visų leidėjų bendras išleidžiamų knygų kiekis mažiau proporcingas leidėjų skaičiui. Ketvirtoje lentelėje matyti, kad visų išleidžiamų knygų skaičius didėja daug sparčiau nei bendras leidėjų kiekis.

Turint galvoje pastarojo dešimtmečio knygų įvairovės didėjimo tendencijas, ketvirtoje ir penktoje lentelėse matyti, kad mažosios leidyklos iš visų leidėjų išskiria proporcingu leidyklų ir leidinių mažėjimu, tačiau negalima nuneigti, kad jų neveikia knygų skaičiaus didėjimo vienai leidyklai dėsnis.

5 lentelė



*Parengta remiantis 1990-2005 m. leidiniais „Lietuvos spaudos statistika“.*

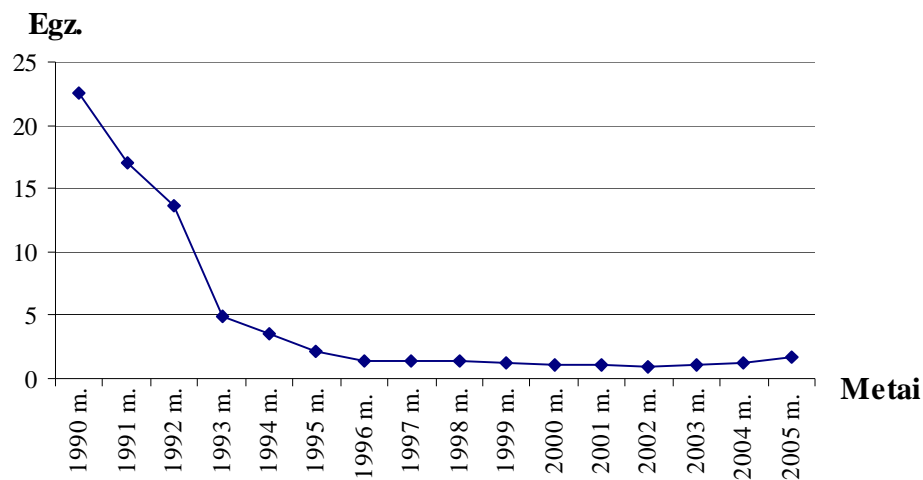
## 2.2. Mažųjų leidyklų leidinių asortimento ypatybės ir specializacija

Remiantis Lietuvos spaudos statistikos duomenimis, Lietuvos leidyba per nepriklausomybės laikotarpį patyrė esminių pokyčių: knygų pavadinimų skaičius padvigubėjo, o tiražas kelis kartus sumažėjo. Vidutinis knygos tiražas 1993 m. buvo 8,3 tūkst. egz., 2003 m. – 1,9 tūkst. egz., t. y. sumažėjo 4 kartus. Didžiausias vidutinis vieno leidinio tiražas šiame darbe aptariamam laikotarpiu buvo 1991 m., kai siekė 34,9 tūkst. egzempliorių.

Mažųjų leidyklų vidutiniai vieno leidinio tiražų rodikliai kiek kitokie. Mažų leidyklų vidutiniai tiražai 1990–1992 m. svyravo nuo 22,6 tūkst. iki 13,7 tūkst. egzempliorių. Visų Lietuvos leidėjų 1993 m. vidutinis knygos tiražas (8,3 tūkst. egz.) buvo beveik perpus didesnis nei vidutinis mažų leidyklų vienos knygos tiražas (4,9 tūkst. egz.).

6 lentelė

**Mažųjų leidyklų vidutiniai vienos knygos tiražai  
1990-2005 m.**



*Parengta remiantis 1990-2005 m. leidiniais „Lietuvos spaudos statistika“.*

Diagramoje matyti (6 lentelė, 30 p.), kaip ženkliai mažėjo mažųjų leidyklų vidutinis knygos tiražas. Didžiausias lūžis įvyko 1993 m., vėlesniais metais tiražai mažėjo ne taip drastiškai. Per dešimtmetį iki 2003 m. visų leidėjų vidutinis ledinio tiražas sumažėjo keturis kartus, mažųjų

leidyklų – penkis kartus. 2004–2005 m. vidutinis knygos tiražas nežymiai išaugo, bet kadangi pačių mažųjų leidyklų skaičius gerokai sumažėjo, tai nežymų tiražo padidėjimą galėjo lemti keletas leidinių dideli tiražai.

Duomenys rodo, kad vidutinis mažų leidyklų vienos knygos tiražas yra gerokai mažesnis už visų Lietuvos leidėjų vidutinį knygos tiražą kiekvienais metais. Pastebėtina ir tai, kad mažų leidyklų vidutinis metų knygos tiražas linkęs mažėti labiau nei visų leidėjų duomenis paėmus kartu.

Nagrinėjant smulkiųjų leidyklų statistiką matyti, kad mažąsias leidyklas galima suskirstyti į kelias grupes. Pirma, leidyklos, kurios nuolatos (8-10 metų paeiliui) išleidžia penkias ir mažiau knygų per metus. Tai gausiausia mažųjų leidyklų grupė. Antra, leidyklos, kurios apsibrėžtą skaičių knygų per metus išleisdavo plečiantis leidybinei įmonės veiklai, tačiau vėliau išleidžiamų knygų skaičius ženkliai išaugo. Trečia, leidyklos, kurios prie mažųjų priskirtos paskutiniais veiklos (arba leidybinės veiklos) metais.

Atsirenkant mažąsias leidyklas ir nagrinėjant išleidžiamų knygų asortimentą, buvo kreipiamas dėmesys ir į teisinę leidyklų formą bei kitas įmonės vykdomas veiklas, daryta prielaida, kad tai gali lemti leidyklos orientaciją į tam tikros tematikos literatūros leidybą. Kadangi nebuvo galimybės susipažinti su atskirų įmonių vidaus dokumentais – įstatais, kuriuose apibrėžtos įmonės veiklos, buvo naudojamosi oficialiai skelbiamais Lietuvos registrų centro duomenimis apie įmonės teisinę formą ir statusą. Siekiant išnagrinėti mažųjų leidyklų leidžiamų knygų asortimentą, buvo naudojamosi Lietuvos bibliotekų suvestinio katalogo LIBIS, Lietuvos nacionalinės Martyno Mažvydo bibliotekos leidėjų duomenų baze, leidinio „Lietuvos spaudos statistika“ duomenimis, leidyklų internetinėse svetainėse skelbiama informacija ir Kultūros ministerijos bei Lietuvos kultūros ir sporto rėmimo fondo paramos, Lietuvos radijo, spaudos ir televizijos rėmimo fondų duomenimis. Derėtų pastebėti, kad mažųjų leidyklų atrankos pagrindas yra leidinio „Lietuvos spaudos statistika“ duomenys, kurie rengiami privalomojo egzemplioriaus pagrindu, tačiau pasitaiko atvejų, kai leidykla išleidžia knygų, kurios ISBN numerį išima ir privalomąjį egzempliorių pateikia pats autorius, todėl oficialiosios statistikos duomenys gali būti ne preciziškai tikslūs, bet neabejotinai atspindi pagrindines leidybos tendencijas.

Pirmajai mažųjų leidyklų grupei, nuolatos leidžiančiai penkias ir mažiau knygų per metus, galima būtų priskirti leidyklas „Vija“, „Scena“, „Enciklopedija“, „Caritas“, „Voruta“, „Eglė“, „Egaldas“, „Andrena“, „Satja“, „Kultūra“.

Leidykla „Vija“ – Druskininkuose veikianti individuali kompiuterinės veiklos įmonė, kuriai leidyba yra viena iš veiklos sričių. Įmonė teikia internetinio ryšio, prekybos kompiuteriais ir internetinių projektų tiekimo paslaugas. „Lietuvos spaudos statistikos“ duomenimis, šį įmonė dešimtį metų leidžia knygas, kurių skaičius neviršija penkių per metus. Didžiausia išleidžiamų knygų dalis – leidiniai apie Druskininkų regioną, reklaminiai, pažintiniai krašto katalogai. Taip pat yra išleista keletas eilėraščių, memuarų, metodinės ir populiariosios medicinos literatūros. Atsižvelgus į išleistų knygų turinį ir bibliografinius duomenis, galima daryti prielaidą, kad leidžiamos knygos yra užsakomojo pobūdžio arba iš dalies finansuojamos tam tikrų programų (Socrates).

Leidykla „Scena“ – uždaroji akcinė bendrovė, turinti labai ryškia leidybinės veiklos specializaciją. „Scena“ leidžia leidinius apie teatrą ir dramaturgiją: almanachas „Teatras“, leidinys „Scena“, dramos kūrinių publikacijos, monografijos, memuarai ir pan. Pastebėtina, kad leidykla „Scena“ yra viena iš mažųjų leidyklų, kurios beveik visi leidžiami leidiniai yra finansuojami iš valstybinių paramos fondų: 2003 m. – dvi knygos, 2005 m. – viena knyga finansuota iš Kultūros ministerijos paramos lėšų leidybai, 2001 m. – viena knyga iš Kultūros ir sporto rėmimo fondo, 2004–2006 m. – almanachas „Teatras“ ir monografija iš Lietuvos spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondo.

Individuali įmonė leidykla „Enciklopedija“ dešimtmetį leidžia vadovėlius aukštųjų mokyklų studentams ir mokomąją literatūrą. Tai viena iš mažųjų leidyklų, kuri turi aiškiai apibrėžtą specializaciją. Leidykla „Enciklopedija“ nevykdo kitų veiklų, išsiskiria iš kitų mažųjų leidyklų išleidžiamų knygų tiražų apimtimis. Vadinasi, galima manyti, kad mokomosios literatūros leidyba yra finansiškai pelninga ir leidžiama didesniais nei vidutiniais tiražais.

Lietuvos „Caritas“ leidykla (individuali įmonė) priklauso „Caritas“ pasaulinei katalikiškai organizacijai, kurios pagrindinės strateginės veiklos kryptys yra socialinių problemų sprendimas, strategijos kūrimas, savanorystės plėtra, slaugos, sielovados skatinimas ir mokymas. Galima teigti, kad „Caritas“ leidyklos specializacija yra tikslingai nukreipta vykdyti visos organizacijos tikslus ir uždavinius šviesti ir skatinti visuomenę. Pagrindinė „Carito“ leidyklos leidžiama literatūra – religinė, psichologinė literatūra, informaciniai „Carito“ biuleteniai. Leidykla taip pat yra išleidusi grožinės vaikiškos literatūros – H. K. Anderseno, Š. Pero pasakų. Ši leidykla išsiskiria gausiausiais vidutiniais vienos knygos tiražais net ir iš didžiųjų leidėjų (vidutinis vienos knygos tiražas – 30,31 knygos, didžiausias 1990 m. – 200 tūkst. egzempliorių). Organizaciją remia



savivaldybės, privačios įmonės, katalikiškos bendruomenės parapijos, užsienio fondai. Vykdytos apklausos duomenimis, leidyba taip pat didžiąja dalimi finansuojama iš labdaros lėšų.

Leidykla „Voruta“ – individuali įmonė, daugiausia leidžianti istorinę literatūrą, mokslinių konferencijų medžiagą. Yra išleidusi keletą knygų apie energetiką, saulės energijos panaudojimą. Kadangi pastarųjų knygų užsakovai – rajonų savivaldybės, galima manyti, kad knygos išleistos valstybinių institucijų lėšomis. Matyti, kad leidykla aktyviai dalyvauja konkursuose ir yra gavusi finansavimą istorinėms knygoms iš Kultūros ministerijos bei Lietuvos spaudos, radijo ir televizijos fondo. „Voruta“ vykdo tik leidybinę veiklą, tačiau galima teigti, kad didžiąją veiklos dalį užima ne knygų o periodikos leidyba. Leidykla leidžia Trakų rajono laikraštį „Trakų žemė“, Lietuvos istorijos laikraštį „Voruta“, „Lietuviškas baras“ ir „Senieji Trakai“, Kernavės krašto laikraštį „Kernavė“. Galima matyti, kad leidykla „Voruta“ vykdo tik leidybinę veiklą, didžiąją leidybos dalį sudaro periodiniai leidiniai, o prie mažųjų leidyklų kategorijos priskiriama tik dėl išleidžiamų negausių neperiodinių leidinių.

Dar vienas minėtinas mažosios leidybos atvejis – uždaroji akcinė bendrovė „Eglė“. Ši leidykla devynerius metus išleido ne daugiau kaip penkias knygas kiekvienais metais. Leidykla „Eglė“ išsiskiria tuo, jog be neperiodinės literatūros leidybos teikia reklamos (kalendoriai, fotoalbumai, plakatai, lankstinukai), fotografavimo, informacinių technologijų konsultavimo paslaugas. Leidybinė programa – apybraižos, monografijos, memuarai, knygos apie istoriją ir regioną, tačiau matyti, kad nėra labai aiškios specializacijos, dauguma leidinių – informacinio visuomeninio pobūdžio ir jų leidyba gali būti iš dalies finansuojama pačių autorių ar organizacijų. Leidykla „Eglė“ sutinkama ir Kultūros ministerijos paremtų leidybos projektų sąrašuose. Galima teigti, kad leidyklos „Eglė“ vykdoma leidybinė veikla neapsiriboja iki penkių knygų per vienerius metus, bet leidžiama įvairi reklaminė medžiaga nėra knygos ar brošiūros, todėl netraukiama į „Lietuvos spaudos statistikos“ duomenis.

Pirmajai mažųjų leidyklų kategorijai, 8–10 metų vykdančiai mažos apimties leidybos programą galima priskirti ir tokias aiškiai specializuotas leidyklas kaip „Egalda“ (individuali įmonė), kuri leidžia medicinos, socialinės pedagogikos vadovėlius aukštųjų mokyklų studentams, leidyklą „Andrena“ (individuali įmonė), leidžiančią grožinę literatūrą ir seriją „žymiausi dvasinės literatūros kūriniai“, istorinius kultūrinius leidinius leidžiančią leidyklą „Kultūra“ ir viešąją įstaigą leidyklą „Satja“, išsiskiriančią publikuojamais specifinės pakraipos religiniais-filosofiniais leidiniais.

Išnagrinėjus nuolatos mažą leidybinę programą vykdančių leidyklų dalį ir knygų asortimentą matyti, kad dažniausia teisinė forma – individuali įmonė, ši leidyklų kategorija pasižymi gana ryškia specializacija, būdinga užsakomųjų knygų leidyba arba kitų šaltinių finansavimas (ypatingai religinio pobūdžio leidyklose), vykdomos kitos papildomos įmonės veiklos arba leidyklos yra visuomeninių organizacijų padaliniai, kai kurios leidyklos (religinės) išsiskiria neįprastai dideliais vienos knygos tiražais.

Antrajai mažųjų leidyklų grupei galima būtų priskirti leidyklas, kurios „išaugo“ ir penkias ar mažiau knygų per vienerius metus išleisdavo įmonės leidybinės veiklos pradžioje, tačiau vėliau išleidžiamų knygų skaičius ženkliai didėjo. Tai leidykla „Nieko rimto“, „Jūsų Flintas“, S. Jokužio leidykla-spaustuvė, „Utenos Indra“, „Baltų lankų leidyba“.

2003–2005 m. leidykla IĮ „Nieko rimto“ išleisdavo po 1–3 knygas per metus, o 2006 m. – 19 knygų. Leidykla leidžia originalias ir išskirtines iliustruotas vaikiškas knygas. Subūrusi talentingų autorių ir dailininkų kolektyvą (Sigutė Ach, Kęstutis Kasparavičius, Vytautas V. Landsbergis), leidykla per keletą metų suformavo leidybinės veiklos savitumą. Įmonė vykdo papildomas veiklas – leidžia kompaktines plokšteles, atvirukus, reprodukcijas, ženkliukus, organizuoja piešimo pamokėles, rengia vaikų žurnalą „Laimiukas“ – kurios neabejotinai prisideda prie leidžiamos literatūros populiarinimo, žinomumo didinimo ir lojalaus skaitytojo ugdymo. Matyti, kad nemažai pastangų dedama leidyklos „Nieko rimto“ įvaizdžio formavimui. Kita vertus, leidykloje dirba kūrybingi ir talentingi kūrėjai, kurių sukurtos knygos pripažįstamos geriausiomis vaikiškomis knygomis. Pavyzdžiui, knygelė „Šuo Ambrozijus, katinėlis Purkius ir Angelo kelionė namo“ Tarptautinės vaikų ir jaunimo literatūros asociacijos (IBBY) buvo pripažinta gražiausia 2002 metų knyga vaikams. „Arklis Dominyko meilė“ 2004 metais, o „Kvailos istorijos“ 2005 metais tapo geriausiomis knygelėmis vaikams. Leidyklos „Nieko rimto“ leidžiamiems leidiniams 2004 m., 2006 m. buvo suteikta Kultūros ministerijos, Lietuvos kultūros ir sporto rėmimo fondų parama.

Leidykla „Jūsų Flintas“ – uždaroji akcinė bendrovė, 1997–2004 m. patekusi į mažųjų leidyklų sąrašą. Leidykla specializuojasi leisti leidinius vaikams. Pradėjusi veiklą nuo periodinių leidinių, leidykla vėliau plėtė leidybinę veiklą (šiuo metu leidžia žurnalus vaikams „Flintas“, „Flinto bumai“, „Papūga“, „U.P.S“, „Musė pusė“, „Nyktukas“), pradėjo leisti spalvinimo ir užduočių knygeles vaikams. 2006 m. leidykla „Jūsų Flintas“ išleido daugiau kaip dešimt pavadinimų spalvinimo ir užduočių knygelių vaikams. Apklausos metu paaiškėjo, kad viena iš

leidybos plėtros sąlygų – naudojamos rinkodaros, reklamos ir viešinimo priemonės. Periodiniai leidyklos leidžiami leidiniai, renginiai, konkursai ir susitikimai su skaitytojais turėjo įtakos leidinių paradavimui ir sėkmingai leidybos plėtrai.

S. Jokužio leidyklos-spaustuvės (II) 1991–1999 m. išleistų knygų per metus skaičius neviršijo penkių, 2006 m. – 23 knygos ir brošiūros. Iš pavadinimo matyti, kad įmonė vykdo ne tik leidybinę veiklą, bet ir pati atlieka spaudos darbus. Šalia knygų leidybos S. Jokužio leidykla-spaustuvė leidžia ir spausdina reklaminę produkciją (kalendorius, lankstinukus ir pan.), kuri nėra fiksuojama spaudos statistikos, tačiau sudaro nemažą leidybinės veiklos dalį. Išnagrinėjus leidyklos-spaustuvės išleidžiamų knygų asortimentą matyti, kad leidyba nėra specializuota (informaciniai leidiniai, monografijos, eilėraščiai, meno albumai), dalis leidinių – užsakovieji. Įmonės parengti ir spausdinti leidiniai pasižymi vizualine estetika, profesionalia fotografija ir poligrafine kokybe.

1991–1997 m. į mažųjų leidyklų sąrašą patekdavusi UAB „Utenos Indra“, 2005 m. leidybinę veiklą išplėtė iki 29 knygų per metus. Išleidžiamų knygų asortimentas labai platus, apimantis tiek poeziją, grožinę literatūrą, tiek informacinius, metodinius leidinius. Reikia paminėti, kad „Utenos Indra“ teikia ir kitas paslaugas: spausdinimo darbus, antspaudų gamybą, laikraščio „Utenos apskrities žinios“ leidybą ir spausdinimą. 2004 m. bendrovė įkūrė Utenos miesto radijo stotį „IR“. Galėtume teigti, kad platesnė įmonės veiklos sfera ir žinomumas sudaro geresnes sąlygas ne tik gauti daugiau leidybinių užsakymų, bet ir suteikia daugiau apyvartinių lėšų knygų leidybai, kurių stokoja mažos, tik leidyba besiverčiančios įmonės.

Pastaruoju metu viena iš produktyviausių leidyklų UAB „Baltų lankų leidyba“ veiklos pradžioje (1993 m.) išleido 4 knygas ir pateko į mažųjų leidyklų sąrašą. Leidykla, pradėjusi nuo „Baltų lankų“ žurnalo leidybos, ėmė leisti humanitarinės ir socialinės tematikos knygas. Ilgainiui leidyklos veikla plėtėsi, knygų asortimentas tematikos požiūriu tapo labai įvairus – imta leisti albumus, lietuvių ir užsienio rašytojų grožinius kūrinius, esė knygas, vadovėlius bendrojo lavinimo mokykloms. Taigi, leidykla tapo universali, prisitaikė prie rinkos poreikių, ėmė leisti populiarias ir paklausias knygas. Neabejotinai sėkmingam leidyklos gyvavimui įtakos turi ir vieni didžiausių „Baltų lankų“ knygynai Vilniuje ir Klaipėdoje.

Leidyklų, kurios iki penkių knygų per metus išleisdavo leidybinės veiklos pradžioje dažniau pasitaikanti teisinė forma – uždaroji akcinė bendrovė. Augančios leidyklos dažniausiai vykdo kitas papildomas veiklas, kas sudaro prielaidas plėtoti ilgalaikių investicijų reikalaujančią

leidybinę veiklą. Taip pat galima daryti prielaidą, kad viena iš leidyklų augimo ir sėkmingos plėtros sąlygų – rinkodaros ir viešinimo priemonių naudojimas. Iš mažųjų kategorijos „išaugusios“ leidyklos – tiek specializuotos, tiek universalios, todėl teigti, kad leidybinę sėkmę lemia aiškiai apibrėžta leidyklos programos specifika, negalima.

Išnagrinėjus spaudos statistiką matyti, kad mažųjų leidyklų grupę sudaro ne tik leidyklos, nuolatos vykdančios mažos apimties programas, ar kurios veiklos pradžioje išleisdavo iki penkių knygų per metus, bet ir tokios (trečioji grupė), kurios darbe apsibrėžtą knygų skaičių išleidžia paskutiniais veiklos (arba leidybinės veiklos) metais: „Gironda“, „Pradai“, „Alora“, „Prūsija“, „Mažasis vyturis“, „Lietuvos katalikų akademijos leidykla“.

Uždaroji akcinė bendrovė „Gironda“ 1994–2004 m. priskiriama prie mažųjų leidyklų, nes kasmet išleisdavo po vieną–penkias knygas. Visi „Girondos“ išleisti leidiniai susiję su Europos Sąjungos teise, strateginėmis programomis, informaciniai leidiniai apie integraciją į Europos Sąjungą ir pan. Kadangi leidiniai patvirtinti Europos Tarybos, Europos socialinės sanglaudos komiteto, galima daryti prielaidą, kad jų leidyba buvo finansuota iš Europos Sąjungos paramos lėšų. Nors UAB „Gironda“ ir šiuo metu vykdo veiklą, 2005–2006 m. „Lietuvos spaudos statistika“ nefiksuoja šios bendrovės išleistų neperiodinių leidinių. Iš įmonės specializacijos matyti, kad „Gironda“ leidžia reklaminę produkciją: bukletus, katalogus, brošiūras, kalendorius ir kt. Taigi, galima manyti, kad leidykla pasinaudojo galimybe išleisti užsakomųjų leidinių Lietuvai rengiantis stoti į Europos Sąjungą, o vėliau persiorientavo į reklaminę leidybą. Įmonė taip pat užsiima ir kita veikla – spausdinimo paslaugomis.

Galima teigti, kad leidykla „Alora“, panašiai kaip ir „Gironda“, pasinaudojo galimybe vykdyti leidybinę veiklą iš užsakomųjų Europos Sąjungos leidinių (rengimasis prisijungti prie Europos Sąjungos ir informacijos sklaidai apie Europos Sąjungos teisę, paramą ir kt.) Leidyklos „Alora“ leidinių repertuare – tik įvairaus pobūdžio informaciniai leidiniai, susiję su Europos Sąjunga. Atslūgus pirmajai europinių leidinių bangai, leidykla pateko į mažųjų leidyklų sąrašą. Nuo 2004 m. „Lietuvos spaudos statistikoje“ nėra užfiksuota duomenų apie „Aloros“ išleistus leidinius. Uždaroji akcinė bendrovė „Alora“ teikia integruotos komunikacijos ir ryšių su visuomene paslaugas.

Leidyklos „Pradai“ leidybos programą sudarė klasikinis pasaulio filosofijos palikimas, teisinė ir politologinė literatūra, lietuvių rašytojų knygos. Taip pat rengti ir leisti originalūs istorijos ir geografijos atlasai, pratybų sąsiuviniai Lietuvos vidurinėms mokykloms. 1998 m. UAB „Pradai“ išleido 38 knygas, 2000 m. leidyklos išleidžiamų knygų skaičius sumažėjo daugiau nei per pusę

(15), 2000–2001 m. „Pradų“ leidykla išleido devynias Atviros Lietuvos fondo finansuojamas knygas, tačiau išleidžiamų knygų skaičius kasmet ženkliai mažėjo ir 2003 m. bendrovė pateko į mažųjų leidyklų sąrašą. 2004–2006 m. UAB „Pradai“ veiklos nevykdė ir neišleido nei vienos knygos.

Leidykla uždaroji akcinė bendrovė „Mažasis vyturys“ 2001 m. išleidusi 28 leidinius, kasmet mažino leidžiamų knygų kiekį iki penkių knygų 2003 ir 2004 metais (šešios knygos – finansuojamos iš Kultūros ministerijos rėmimo fondo). Nuo 2005 m. leidykla nebevykdo veiklos. Leidykla daugiausiai leido lietuvišką grožinę literatūrą suaugusiems ir vaikams.

Leidykla „Prūsija“ priklauso Šilutės rajono savivaldybės F. Bajoraičio viešajai bibliotekai. 1997–2005 metais leidykla beveik kasmet išleidžia po vieną-dvi knygas, turinio atžvilgiu daugiausiai orientuotasi į tautiškumo ugdymą ir krašto pažinimą. Nuo 2006 m. dėl lėšų stygiaus leidybai, veikla nebevykdoma.

Visuomeninė organizacija „Katalikų akademijos leidykla“ yra Lietuvos katalikų mokslo akademijos padalinys. Pati Lietuvos katalikų mokslo akademija telkia Lietuvoje ir užsienyje gyvenančius lietuvius katalikus mokslininkus, siekia kelti lietuvių tautos mokslingumą ir krikščioniškąją kultūrą. Leidykla įsteigta leidybinėms akademijos reikmėms tenkinti, per metus išleidžia keletą leidinių: religinę literatūrą, daugiausia – suvažiavimų darbus ir metraščius. Kadangi leidybos specifika nekomercinė ir nenešanti pelno, dėl nepakankamo finansavimo 2006 m. leidybinė veikla buvo sustabdyta.

Trečiajai mažųjų leidyklų grupei priskirtos įmonės yra gana skirtingos tiek savo teisine forma, tiek specializacija. Iš nagrinėtų pavyzdžių matyti, kad leidyklos turėjo labai aiškia specializaciją ir veiklos kryptį, kai kurios iš jų – pasinaudojo parama leidybai iš įvairių fondų, tačiau tai neišgelbėjo nuo finansinių problemų ir įmonių uždarymo, kai kurios leidyklos į mažųjų leidyklų sąrašą pateko laikinai vykdydamos leidybinę veiklą ir, pasinaudojus galimybėmis išleisti pelningus užsakomuosius leidinius, persiorientavo į kitą veiklos sritį arba komercinę (reklaminę) leidybą. Visuomet sunkesnė padėtis yra visuomeninių organizacijų leidyklų, kurios leidžia specifinę ne itin populiarią literatūrą (religinę, šviečiamąją), yra priklausomos nuo organizacijos leidybai skiriamų lėšų. Kita vertus, galima rasti pavyzdžių, kai visuomeninių organizacijų leidyklos sėkmingai gyvuoja daugelį metų.

Išnagrinėtos pagrindinės trys mažųjų leidyklų grupės yra būdingiausi smulkios leidybos atvejai. Matyti, kad dominuojanti mažųjų leidyklų teisinė forma – individuali įmonė. Galima daryti prielaidą, kad tokiam pasiskirstymui įtakos turi paprastesnis individualių įmonių steigimas ir

administravimas, mažesni mokesčiai ir pavienių asmenų siekis vykdyti leidybinę veiklą pradėdant nuo nedidelio įstatyminio kapitalo.

Nuolatos mažos leidybinės apimties programą vykdančios leidyklos dažniausiai pasižymi gana ryškia specializacija. Leidyklos, kurios prie mažųjų leidyklų priskirtos pirmaisiais ar paskutiniais leidybinės veiklos metais, yra universalesnės, jų išleidžiamų leidinių asortimentas gana įvairus, didžioji dalis – lietuvių autorių leidiniai. Pastebėtina, kad mažosios leidyklos beveik visos be išimties yra išleidusios bent po keletą prisiminimų, poezijos ar informacinių (dažniausiai apie regioną) knygų, kurios yra užsakomojo pobūdžio, autoriui ar organizacijai padengiant visas leidybos išlaidas. Taip pat mažosios leidyklos naudojami valstybinių ir kitų fondų parama leidybai, dažnai vykdo papildomas veiklas arba leidyklos yra visuomeninių organizacijų padaliniai, kai kurios leidyklos (religinės) išsiskiria neįprastai dideliais vienos knygos tiražais, tačiau šis reiškinys nėra labai dažnas.

Praėjus penkiolikai metų nuo Lietuvos nepriklausomybės atkūrimo, galima pažvelgti į smarkiai pasikeitusią, tačiau nuolatos besiformuojančią šalies leidybos rinką. Rašant šį darbą buvo daroma prielaida, kad mažosios leidyklos turi tik joms būdingų ypatybių ir išsiskiria iš kitų lietuviškų leidyklų tarpo.

Pirma, mažos leidyklos sudaro 15,5 % visų Lietuvos leidėjų. Remiantis spaudos statistikos duomenimis aiškiai matyti, kad mažų leidyklų skaičiaus augimas, mažėjimas, stabilumas skiriasi nuo bendrų šalies leidėjų skaičiaus kaitos tendencijų. Lyginant su bendra spaudos statistika, mažųjų leidyklų nuo 1996 m. nuolat sparčiai mažėja.

Antra, duomenys rodo, kad vidutinis mažų leidyklų vienos knygos tiražas yra gerokai mažesnis už visų lietuvių leidėjų vidutinį knygos tiražą kiekvienais metais. Pastebėtina ir tai, kad mažųjų leidyklų vidutinis metų knygos tiražas linkęs mažėti labiau nei visų leidėjų duomenis paėmus kartu.

Trečia, mažųjų leidyklų ir publikuotų leidinių skaičius 1990–2005 m. yra gana proporcingas. Atsižvelgus į šiuos duomenis galima formuluoti teiginį, kad apskritai mažų leidyklų išleidžiamų leidinių kiekis yra stabilesnis lyginant su bendrais leidėjų duomenimis. Viena vertus, tai galima būtų traktuoti kaip mažųjų leidyklų tam tikrą stabilumą, kita vertus, lyginant mažųjų leidyklų duomenis su bendraisiais galima būtų teigti, kad mažesnis išleidžiamų knygų skaičiaus augimas rodo ribotą mažųjų leidyklų produktyvumo augimą.

Vadinasi, mažosios leidyklos sudaro tam tikrą Lietuvos leidėjų grupę, kuri išsiskiria savo leidyklų skaičiaus vystymosi kreive, kitokiomis leidybos apimties (knygų skaičiaus ir vidutinio vienos knygos tiražo) kaitos tendencijomis, truputį mažiau nei puse mažųjų leidyklų sudaro augančios ar veiklą baigiančios leidyklos, kitą dalį – vykdančios nuolatinę mažos apimties neperiodinių leidinių leidybos programą. Išnagrinėjus mažųjų leidyklų pavyzdžius galima teigti, kad ne leidyklos specializacija ar knygų asortimentas, ne atsitiktinė parama atskiriems leidiniams lemia sėkmingą mažos leidyklos gyvavimą ar jos plėtrą. Reikalinga stipri vadyba, rinkodaros priemonės ir efektyvus viešinimas, kad būtų pastebimos neužpildytos nišos ir skaitytojų poreikiai, gaunama parama leidiniams, randami tinkami autoriai ir kūriniai, išleistas kūrinys rastų kelią pas skaitytoją. Net visuomeninės organizacijos gali sėkmingai išsilaikyti iš leidybinės veiklos, jei didesnis dėmesys būtų teikiamas vadybai ir rinkodarai.

### 3. MAŽŪJŲ LEIDYKLŲ VEIKLA RINKOS SĄLYGOMIS

Leidyba Lietuvoje pagal ekonominės veiklos klasifikatorių priskiriama paslaugų sektoriui. Šiomis dienomis beveik visos leidyklos yra privačios, veikia ir konkuruoja bendroje rinkoje. Lietuva, prieš penkiolika metų turėjusi planinę ekonomiką, šiuo metu yra sukūrusi rinkos ekonomikos sistemą, kur 70 % pridėtinės vertės sukuriama privačiame sektoriuje. Lietuvos įmonių struktūroje dominuoja smulkusis verslas. Daugiau nei 95 % visų registruotų ir veikiančių įmonių turi mažiau nei 50 darbuotojų. 80 % smulkių ir vidutinių įmonių sudaro mikroįmonės [30, 15].

Remiantis mikroįmonių apibrėžimo kriterijais galėtume teigti, kad mažosios leidyklos priklauso mikroįmonių grupei. Kaip jau buvo minėta, didžioji dauguma smulkių ir vidutinių įmonių Lietuvoje sudaro būtent mikroįmonės, o tai reikštų, kad mažąsias leidyklas galėtume laikyti būdingu ir įprastu šalyje struktūriniu verslo vienetu.

Rengiant darbą buvo atliktas tyrimas – anketinė apklausa, kuriuo siekiama išsiaiškinti, kaip mažosios leidyklos veikia rinkos sąlygomis. Buvo daromos prielaida, kad mažosios leidyklos yra specializuotos, gali vykdyti kitas papildomas veiklas, aktyviai naudojasi parama iš įvairių šaltinių, dėl finansinių ir žmogiškųjų išteklių stokos neplanuoja veiklos, neatlieka rinkos tyrimų, mažai reklamuoja išleistas knygas, patys platina leidinius.

Apklausiai vykdyti buvo naudojama pusiau standartizuota anoniminė anketa. Dauguma klausimų pateikti su atsakymų variantais. Vykdam anketavimą buvo klausiama, ar leidykla turi specializaciją, ar vykdo kitas veiklas. Anketoje yra klausimų apie planuojamą didinti išleidžiamų leidinių kiekį, leidybinių planų sudarymą, leidybos finansavimo šaltinius, knygų reklamos būdus, platinimą. Taip pat respondentai buvo prašomi pateikti nuomonę, ar smulki leidyba turi perspektyvų.

Anketinės apklausos respondentai – mažųjų leidyklų, kurios pastaruosius trejus-ketverius metus išleido penkias ir mažiau knygų per metus, vadovai. Apklausa buvo vykdoma telefonu ir elektroniniu paštu, apklausta 20 leidyklų vadovų.

Kadangi mažosios leidyklos priskirtinos prie mikroįmonių, o išsamių tyrimų apie leidybą Lietuvoje nėra, atlikto tyrimo rezultatai lyginami su Lietuvos smulkaus ir vidutinio verslo plėtros agentūros atliktos mažų įmonių apklausos rezultatais (2005 m.). Nagrinėjant paramos leidybai klausimą, atsižvelgiama į K. Buožytės atliktą tyrimą „Leidybos rėmimas Lietuvoje“ (2004).



### 3.1. Mažųjų leidyklų specializacijos, strategijos ir plėtros ypatybės

Šiame skyriuje bus aptarta atlikti tyrimo rezultatai apie mažųjų leidyklų specializaciją, plėtros galimybes, veiklos planavimą ir šiuos procesus įtakančius veiksnius.

Didžioji dauguma (70 %) apklaustų mažų leidyklų vadovų teigė, kad jų leidyklos yra specializuotos. Apklaustos metu paaiškėjo, kad tiriamas segmentas gana aiškiai yra pasirinkęs veiklos kryptį ar net specialiai įsteigę leidyklą konkrečios paskirties leidiniams leisti. Iš specializaciją turinčių leidyklų išryškėjo keletas leidybos programos kryptių: mokslo ir mokomoji literatūra, informaciniai leidiniai, literatūra apie meną, religinės tematikos leidiniai. Nespecializuotos programos leidyklos teigė leidžiančios įvairią literatūrą, priklausomai nuo užsakovo poreikių ar laimėtų leidybinių konkursų.

Atsižvelgus į apklausos rezultatus ir leidybos darbo specifiką būtų galima teigti, kad specializuotų leidyklų veikla turėtų būti efektyvesnė, nes yra palankesnės sąlygos nuolatos bendradarbiauti su toje srityje besispecializuojančiais darbuotojais (redaktoriais, moksliniais bendradarbiais ir pan.). Leidykla turėtų būti geriau identifikuojama gausiame leidėjų rate ir gali lengviau išlaikyti nuolatinių lojalių pirkėjų (skaitytojų) dėmesį. Mažos leidyklos, kurios leidžia įvairią literatūrą, užsakovams gali sudaryti ne visiškai patikimos leidybinės įmonės įvaizdį. Galima manyti, kad ir knygų pirkėjams bei skaitytojams bus sunkiau įsiminti smulkią leidyklą, kuri neturi aiškaus profilio. Kita vertus, jei specializuotos leidyklos leidiniai nėra populiarūs ir paklausūs, leidykla rizikuoja neišpaltinti leidinių ir negauti planuoto, tolimesnei leidybinei veiklai vystyti reikalingo pelno. Šiuo atveju finansiškai palankesnė gali būti nespecializuotų leidyklų situacija, kai populiariesnių leidinių pelnas gali padengti ne itin sėkmingų leidinių kaštus.

Didesnė dauguma leidėjų, paprašyti įvertinti smulkios leidybos perspektyvas, specializaciją nurodė kaip vieną pagrindinių išlikimo ir sėkmingo gyvavimo galimybių.

Rengiantis tyrimui buvo daroma prielaida, kad leidėjai, keletą metų išleidžiantys ne daugiau nei penkias knygas per metus, dėl didelių ir ilgalaikių leidybos kaštų gali vykdyti papildomą veiklą. 66 % leidėjų teigė, kad leidyba yra jų vienintelė veikla, likusieji nurodė šalia leidybos vykdančius prekybinę, reklamos, spaudos ar fondų, konferencijų organizavimo veiklą. Paaiškėjus, kad didesnei daliai leidėjų leidyba yra vienintelė vykdoma veikla, tyrimo metu didesnis dėmesys buvo teikiamas klausimams apie paramą leidybai ir leidinių finansavimo šaltinius.

Per pastaruosius keletą metų Lietuva pasižymėjo išpūdingais ekonominės veiklos rezultatais ir užsienio rinkų analitikų imta vadinti „Balistine Baltijos raketa“, „Baltijos tigras“ ir kitais epitetais [30,1]. Užsienio ekspertai Lietuvą vertina kaip perspektyvios ir augančios ekonomikos šalį, todėl įmonių plėtra, gaminamų produktų ir teikiamų paslaugų augimas laikomas įmonės klestėjimo ženklu ir planuojama siekiamybe.

Apklausoje metu paaiškėjo, kad 75 % mažų leidyklų neplanuoja didinti per metus išleidžiamų leidinių kiekio. Likusi dalis (25 %), priklausomai nuo susiklostysiančių aplinkybių, planuoja didinti leidybos apimtį. Jei palygintume smulkių leidyklų apklausos duomenis su apskritai mažų Lietuvos įmonių tendencijomis, pamatysime, kad rezultatai atvirkščiai proporcingi – 78 % mažų Lietuvos įmonių planuoja tolimesnę verslo plėtrą. Įdomu, kad apie verslo plėtrą mažiau galvoja vyresni respondentai (negalvoja: virš 50 metų – 32,8 %; 41–50 metų – 26,5 %; 31–40 metų – 17,5 %; iki 30 metų – 14,0 %), individualių įmonių atstovai. Ir atvirkščiai, verslo plėtrą numato jaunesni žmonės, uždaryjū akcinių bendrovių atstovai, dirbantys apskričių centruose, plėtojantys verslą ir Lietuvoje, ir užsienyje [38, 19]. Vykdamas mažųjų leidyklų vadovų apklausą amžius nebuvo prašomas nurodyti, tačiau galima spręsti, kad dauguma jų – vyresnio amžiaus žmonės.

Reikėtų paminėti, kad leidybinės veiklos plėsti daugiausia neplanuoja specializuotos leidyklos. Ne vienas leidyklos vadovas teigė radęs nišą rinkoje ir sąmoningai neketina plėstis. Tokie tyrimo rezultatai galėtų patvirtinti, kad kai kuriais aspektais smulki leidyba yra gana specifinė verslo sritis, tiek įtakojama rinkos veiksnių, tiek sąmoningai vykdančiai mažos apimties leidybinę programą. Remiantis rinkodaros teorijomis, didžiąją daugumą mažųjų leidyklų galėtume laikyti „nišų užpildytojais“, kurių svarbiausia konkuravimo strategijos ypatybė – sugebėjimas prisitaikyti prie specifinių nedidelių rinkos segmentų poreikių. Tokių įmonių pardavimo mastai dėl tikslinės rinkos mažumo paprastai nebūna dideli, tačiau tokios įmonės dažnai dirba gana pelningai [27, 337]. Likusiai daliai mažųjų leidyklų smulkios leidybos periodas, sėkmingai susiklosčius aplinkybėms, gali būti tam tikras inkubacinis verslo vystymo periodas.

Leidyboje, kaip ir kiekvienoje veiklos srityje, gana svarbus yra strateginis ir taktinis veiklos planavimas. Kadangi atliktas tyrimas yra nedidelės apimties ir dėl atlikimo metodikos buvo ribojamas informacijos išsamumas, apklausos metu buvo daugiau siekiama sužinoti apie taktinį planavimą – leidybinių planų sudarymą. Buvo daryta prielaida, kad mažosios leidyklos dėl išteklių ar marketingo žinių, patirties stokos, neatlieka rinkos tyrimų ir nesudarinėja leidybos planų. Atlikus tyrimą paaiškėjo, kad kiek daugiau nei pusė (55 %) apklaustųjų sudarinėja leidybinius

planus. Panašus skaičius (45 %) mažųjų leidyklų vadovų leidybinių planų nesudarinėja. Leidėjai, planuojantys savo veiklą, buvo paprašyti nurodyti, kuo vadovaujasi sudarinėdami leidybos planus. Dauguma leidybą planuojančių vadovų atsakė, kad pagrindinis rodiklis – išleistų knygų pardavimai, knygynų užklausa. Leidėjai, kurie nesudarinėja leidybinių programų, teigė, kad sudarinėti planus nėra prasmės, nes užsakymus lemia laimėti konkursai, atsitiktiniai užsakovai, ne vienas teigė leidžiantis „iš intuicijos“. Pabrėžtina, kad specializuotos leidyklos labiau linkę planuoti savo leidybinę veiklą.

Tik kiek daugiau nei pusė respondentų planuoja leidybinę veiklą, tačiau išsamesni rinkos tyrimai nėra atliekami. Apskritai Lietuvoje tik kiek daugiau negu trečdalis verslininkų yra atlikę rinkos tyrimus. Nustatyta, kad dažniau tyrimus atlieka įmonės, kurioms vadovauja jauni verslininkai (palyginimui: iki 30 metų – 44,6 %; virš 50 metų – 29,4 %). Kaip ir kiti atvejai, kai kalbama apie papildomų lėšų reikalaujančius dalykus, taip ir rinkos tyrimai yra dažniau atliekami stambesnių (tiek pagal apyvartą, tiek pagal darbuotojų skaičių) įmonių, uždaryjū akcinių bendrovių, vykdančių veiklą ne tik Lietuvoje, bet ir užsienyje [37, 29].

### **3.2. Finansiniai ištekliai ir parama leidybai**

Viena iš pagrindinių įmonės veiklos sudėtinių dalių yra biudžeto formavimas ir veiklos finansavimas. Buvo daryta prielaida, kad leidykloms, kurios išleidžia mažai knygų per metus, stinga apyvartinių lėšų ir yra gana sudėtinga išsilaikyti iš nuosavų lėšų. Atliekant anketavimą buvo klausiama, koks yra pagrindinis leidinių finansavimo šaltinis. Tokiu būdu buvo siekiama išsiaiškinti, ar mažos leidyklos naudojasi parama leidybai ir iš kokių šaltinių (parama leidybai suvokiama kaip leidinių finansavimas). Respondentai galėjo pasirinkti kelis atsakymų variantus. Daugiau nei pusė apklaustųjų (65 %) teigė leidybinę veiklą vykdančios iš nuosavų leidyklos lėšų. 45 % nurodė, kad naudojasi valstybine parama, 40 % leidyklų yra gavę paramą iš nevalstybinių fondų, 35 % finansuoja leidybą iš privačios paramos lėšų, 20 % naudojasi užsienio fondų parama. Pabrėžtina, kad tik keletas leidyklų nurodė vykdančios veiklą naudodamosios tik nuosavomis lėšomis. Dauguma respondentų nurodė keletą finansavimo šaltinių (pvz. nuosavos lėšos, nevalstybinių fondų ir valstybinė parama). Keletas leidyklų teigė vykdančios leidybą tik iš įvairios

paramos lėšų. Apžvelgę tyrimo rezultatus galėtume manyti, kad dauguma mažųjų leidyklų gana intensyviai naudojasi parama leidybai.

Nežiūrint į faktą, kad dauguma mažų programų leidyklų bent iš dalies naudojasi valstybine ar nevalstybine, užsienio fondų ar kitokia parama, didesnė dalis nuomonių apie galimybes gauti leidinių finansavimą buvo neigiama. 45 % respondentų teigė neigiamai vertinantys galimybes gauti paramą dėl ilgai trunkančio paraiškų pildymo, didelės konkurencijos ir fondų veiklos neskaidrumo. 30 % apklaustųjų teigiamai vertino galimybę gauti paramą leidybai iš įvairių šaltinių. 25 % mažųjų leidyklų vadovų neturėjo aiškios nuomonės apie paramą leidybai arba niekada rimtai nesidomėjo tokia galimybe. Panašūs apklausos rezultatai matyti ir iš K. Buožytės 2004 m. atlikto tyrimo „Leidybos rėmimas Lietuvoje“. „Pagrindinės priežastys, dėl kurių nesinaudojama finansinių fondų teikiama parama: pakanka savų finansinių išteklių (50 %); abejojama finansinės paramos gavimo realumu, finansinių fondų veiklos skaidrumu (33 %); trūksta informacijos apie fondų teikiamą paramą (9 %); nepasitikima savo jėgomis, bijoma konkurencijos (8 %)“ [3, 5].

Tyrimo metu pateikus klausimą, ar respondentai planuoja naudotis parama leidybai ateityje, 60 % atsakė teigiamai, 40 % – neigiamai. Taigi situaciją galima vertinti kaip gana nevienareikšmišką: didžioji dalis mažųjų leidyklų bent iš dalies naudojasi įvairiais finansavimo fondais, beveik pusė respondentų neigiamai (daugiausia dėl neskaidrios fondų veiklos) vertina galimybes gauti paramą leidybai, tačiau didesnė dalis apklaustųjų ateityje planuoja pasinaudoti galimybe gauti paramą leidžiamiesiems leidiniams.

### **3.3. Leidinių reklama ir platinimas**

Išsprendus leidybos finansavimo klausimą, leidyklų veikla rinkos sąlygomis pereina prie kito rinkodaros etapo – paskirstymo ir reklamos („paskirstymas“ suvokiamas kaip rinkodaros komplekso elementas, apimantis sprendimus ir veiksmus, susijusius su prekių judėjimu nuo gamintojo iki vartotojo) [27, 221].

Tyrimo metu buvo siekiama išsiaiškinti, kokiais paskirstymo kanalais linkę naudotis mažos leidyklos. Rengiantis apklausai buvo daryta prielaida, kad, dėl didelių kaštų, smulkūs leidėjai

leidinius paskirsto ir į prekybos vietas pristato patys. Tyrimo rezultatai šį teiginį patvirtino. 60 % respondentų leidinius į knygynus ir kitas prekybos vietas pristato patys, 35 % naudojami prekybos tarpininkų paslaugomis, 15 % prekiauja internetu ir tik vienas leidėjas naudojami prekyba paštu. Dauguma apklaustųjų nurodė naudojantys vieną pasirinktą paskirstymo kanalą, keletas naudojami skirtingais paskirstymo kanalais (pvz. leidinius į prekybos vietas pristato patys ir naudojami prekybos tarpininkų paslaugomis arba prekiauja internetu ir leidinius pristato per tarpininkus). Apibendrinant rezultatus matyti, kad daugiausia smulkių leidėjų knygas į prekybos vietas pristato patys ir linkę naudoti vienu paskirstymo kanalu.

Reklama rinkodaros specialistų apibrėžiama kaip užsakovo apmokamas neasmenišką informacijos apie prekes, paslaugas ar idėjas skleidimas pasirinktai auditorijai, siekiant užsakovo numatytų tikslų [27, 270]. Leidybos reklamą galima laikyti kiek specifine, kaip ir pačią leidybą (kaip verslo rūšį). Knygų reklama yra glaudžiai susijusi su komunikacijos ir ryšių su visuomene veikla. Neretai gana savitas yra ir „apmokėjimo“ už reklamą būdas – tam tikras reklamuojamų, pristatomų leidinių skaičius. Nors knygų anonsavimas, pristatymas ar santraukų pateikimas nėra tikroji reklama, būtent taip ją suvokia kone visi respondentai. Tokios nuostatos laikomasi ir šiame darbe.

Smulkaus ir vidutinio verslo paramos agentūros pateikto mažų Lietuvos įmonių apklausos duomenys rodo, kad du trečdaliai respondentų (64,4 %) reklamuoja savo prekes ir paslaugas [38, 29]. Panašūs duomenys gauti ir apklausus mažąsias leidyklas. 65 % respondentų teigė reklamuojantys išleistus leidinius, 35 % nereklamuoja leidinių. Sudarant apklausos anketą buvo pateikti keli populiariausi knygų reklamos nešikliai. Daugiau nei pusė leidėjų (60 %) reklamuojantys leidinius, naudojami reklama spaudoje, 35 % internete, 25 % besireklamuojančių respondentų naudoja reklaminius plakatus ir tik keletas vykdo reklamą paštu. Reiktų atkreipti dėmesį, kad reklamos internete sąvoka yra gana plati ir apima tokią paprastą reklamos išraišką, kaip, pavyzdžiui, internetinis tinklalapis. Lyginant mažųjų leidyklų reklamos būdus su bendrais mažų įmonių apklausos rezultatais matyti, kad abiejų segmentų populiariausias reklamos būdas – reklama spaudoje. Jį nurodė 64,1 % verslininkų, reklamuojančių savo prekes ir paslaugas. Bendra mažų įmonių apklausa parodė, kad jie daug intensyviau nei smulkieji leidėjai naudojami reklama internete (47,1 %) ir beveik vienodai naudoja reklamą paštu (10,8 %) [38, 29].

Vienas trečdalis smulkių leidyklų nereklamuoja išleistų leidinių. Didžioji dauguma nereklamuojančių išleistų knygų nurodė, kad reklama yra per brangi. Kita dalis teigė, kad nėra poreikio (užsakovas pats platina ir reklamuoja savo knygas).

Iš tyrimo rezultatų matyti, kad du trečdaliai mažų leidyklų linkę reklamuoti savo išleistas knygas. Šie rodikliai beveik sutampa su kitų mažų Lietuvos verslo įmonių reklamos naudojimo tendencijomis. Vadinasi, reklamos naudojimo atžvilgiu, smulkūs leidėjai neišsiskiria iš kitų verslo įmonių tarpo, kiek labiau varijuoja pasirenkamos reklamos rūšys ir reklamos nešikliai.

Šioje darbo dalyje buvo siekiama išsiaiškinti, kaip veikia mažos leidyklos rinkos sąlygomis. Rengiantis tyrimui buvo darytos prielaidos kad mažosios leidyklos yra specializuotos, vykdo papildomą veiklą, naudojasi finansine parama iš įvairių fondų, planuoja leidybinę veiklą, mažai naudoja reklamos priemones.

Iš atlikto tyrimo būtų galima daryti tokias išvadas.

Dauguma mažųjų leidyklų yra specializuotos. Patys leidėjai leidybinės veiklos specializaciją laiko viena iš pagrindinių išlikimo ir sėkmingo gyvavimo galimybių. Daugiau nei pusė apklaustųjų smulkią leidybą laiko perspekvyvia. Didesnė dauguma smulkių specializuotų leidyklų, priešingai nei mažos verslo įmonės Lietuvoje, nėra linkę plėsti veiklos apimties ateityje.

Daugiau nei pusė mažųjų leidyklų nevykdo kitų papildomų veiklų.

Remiantis rinkodaros teorijomis, didžiąją daugumą mažųjų leidyklų galėtume laikyti „nišų užpildytojais“, kurių svarbiausia konkuravimo strategijos ypatybė – sugebėjimas prisitaikyti prie specifinių nedidelių rinkos segmentų poreikių.

Tik kiek daugiau nei pusė respondentų planuoja leidybinę veiklą, tačiau išsamesni rinkos tyrimai nėra atliekami, kai daugiau negu trečdalis verslininkų yra atlikę rinkos tyrimus.

Didžioji dalis mažųjų leidyklų bent dalinai naudojasi įvairiais finansavimo fondais.

Beveik pusė respondentų neigiamai vertina galimybes gauti paramą leidybai, tačiau ateityje planuoja pasinaudoti galimybe gauti paramą leidžiamies leidiniams.

Daugiausia smulkūs leidėjai knygas į prekybos vietas pristato patys ir linkę naudotis vienu paskirstymo kanalu.

Du trečdaliai mažųjų leidyklų linkę reklamuoti savo išleistas knygas ir reklamos naudojimo atžvilgiu neišsiskiria iš kitų verslo įmonių tarpo.

Apibendrinant tyrimo rezultatus ir suformuluotas išvadas būtų galima teigti, kad mažosios leidyklos yra būdingas ir Lietuvoje įprastas struktūrinis verslo vienetas, siekiantis pelningos veiklos. Kita vertus, nors smulki leidyba yra verslas, tačiau pasižymintis savita specifika. Dažnai mažųjų leidyklų vadovams stinga rinkodaros žinių ir įgūdžių, reikalingų didinti veiklos

efektyvumą, neretai šalia įprasto įmonės tikslo gauti pelną, mažųjų leidyklų vadovai siekia išleisti retų, išliekamąją vertę turinčių leidinių, kurie ne visada finansiškai būna sėkmingi.

## IŠVADOS

Siekiant išanalizuoti mažųjų leidyklų veiklą Lietuvoje nepriklausomybės laikotarpiu, pirmiausia buvo ištirta bendra leidybos kaip smulkaus verslo situacija ir teisinis reglamentavimas, nustatyti šios veiklos srities privalumai ir trūkumai.

Lietuvoje per penkiolika nepriklausomybės metų susiformavo tam tikros tradicijos ir rinkos dėsniai. Palyginti nedidelėje Lietuvos rinkoje nepriklausomybės laikotarpiu atsirado beveik penki šimtai leidėjų. Keletas didžiųjų leidėjų išleidžia vieną trečdalį visų išleidžiamų knygų, o tai rodo, kad šalies leidyboje didžiąją dalį sudaro vidutiniai ir smulkūs leidėjai, vykdančys nedidelės apimties leidybines programas.

Leidyklos kaip privačios įmonės priklauso smulkiam ir vidutiniam verslui, kuris Lietuvoje yra dominuojantis. Smulkų verslą reglamentuoja daugybė teisinių aktų ir norminių dokumentų, kurių pakeitimai ir nesuderinamumai dažnai klaidina ir verčia privatųjį sektorių nepasitikėti valstybės vykdoma politika. Reikia pastebėti, kad smulkiam verslui, kuriam priklauso didžioji dalis leidybos įmonių, teikiamas vis didesnis valstybės dėmesys ir svarba, taikomos mokesčių lengvatos ir pirmenybė gaunant finansavimą pagal specialias programas iš nacionalinių lėšų. Taigi, leidyklos yra sudėtinis šalies ekonominis vienetas, kuriam galioja tie patys teisės aktai ir yra tokios pačios galimybės dalyvauti gaunant valstybės paramą įmonei ar formuojant pačios leidybos politiką.

Šiandien beveik visos leidyklos yra privačios ir turi naudotis įvairiomis rinkodaros priemonėmis. Kita vertus, leidyba yra glaudžiai susijusi su kultūra, menu, švietimu ir sovietmečiu susiformavęs leidybos, kaip išskirtinai kultūrinės veiklos įvaizdis, nebuvo lengvai keičiamas. Ir nors leidėjai nėra vieni iš pažangiausių rinkodaros specialistų (ypatingai mažesnėse leidyklose), galima teigti, kad įvyko didelis suvokimo pasikeitimas apie leidybą kaip veiklos sritį ir jos organizavimo ypatybes.

Neabejotai šalies leidybos trūkumai yra tyrimai ir mokslo darbai, profesinė literatūra, kvalifikacijos kėlimas, leidybą reglamentuojantys įstatymai, knygų realizavimo sistema ir valstybės parama, kuriuos pašalinti turėtų imtis iniciatyvos patys leidėjai, aktyviau dalyvaudami asocijuotų struktūrų veikloje, deklaruodami poreikius ir įtakodami šalies leidybos politikos formavimą.



Išnagrinėjus mažųjų leidyklų statistiką matyti, kad įvairūs politiniai ir ekonominiai veiksniai turi įtakos leidybos įmonių ir leidinių skaičių kaitai. Knygos nepriklauso „būtinųjų“ prekių grupei, nepalankios ekonominės sąlygos ar krizės itin skaudžiai atsiliepia leidybai (sumažėja leidyklų ir leidžiamų leidinių skaičius), todėl leidybai kaip verslui, glaudžiai susijusiam su švietimu ir kultūra, turėtų būti teikiamas ypatingas valstybės dėmesys ir parama.

Statistinių duomenų analizė rodo, kad pastaraisiais metais Lietuvoje mažėja leidėjų, o mažosios leidyklos nyksta sparčiau nei kitos. Lietuvoje, kaip ir kitose šalyse, juntamas tiek mažųjų, tiek didesnių leidyklų leidinių skaičiaus augimas ir ženklus tiražų mažėjimas. Taip pat matyti, kad vidutinis mažųjų leidyklų vienos knygos tiražas yra gerokai mažesnis už visų Lietuvos leidėjų vidutinį knygos tiražą. Mažųjų leidyklų vidutinis metų knygos tiražas linkęs mažėti labiau nei visų leidėjų duomenis paėmus kartu. Vadinasi, galima teigti, kad veikiamos rinkos dėsnų, mažųjų leidyklų skaičius ir jų vykdomos leidybos apimtys sparčiai mažėja.

Atsižvelgus į išleidžiamų knygų skaičiaus pokyčius, mažąsias leidyklas būtų galima suskirstyti į tris grupes. Gausiausia mažųjų leidyklų grupė – nuolatinę mažos apimties leidybinę programą vykdančios leidyklos. Nuolatos mažos leidybinės apimties programą vykdančios leidyklos dažniausiai pasižymi gana ryškia specializacija. Leidyklos, kurios prie mažųjų leidyklų priskirtinos pirmaisiais ar paskutiniais leidybinės veiklos metais, yra universalesnės, jų išleidžiamų leidinių asortimentas gana įvairus, didžioji dalis – lietuvių autorių leidiniai. Pastebėtina, kad mažosios leidyklos beveik visos be išimties yra išleidusios bent po keletą prisiminimų, poezijos ar informacinių (dažniausiai apie regioną) knygų, kurios yra užsakomojo pobūdžio, autoriui ar organizacijai padengiant visas leidybos išlaidas. Taip pat mažosios leidyklos naudojami valstybinių ir kitų fondų parama leidybai, dažnai vykdo papildomas veiklas arba leidyklos yra visuomeninių organizacijų padaliniai. Galėtume daryti išvadą, kad lemiamą įtaką mažos leidyklos gyvavimui daro ne leidyklos specializacija ar knygų asortimentas, pavienių leidinių parama. Lemiamas veiksnys – stipri vadyba, rinkodaros priemonės ir efektyvus viešinimas, todėl mažųjų leidyklų vadovai turėtų ieškoti galimybių ir teikti ypatingą dėmesį investicijoms į žmogiškuosius išteklius ir kvalifikacijos kėlimą

Atliktos apklausos rezultatai leidžia spręsti, kaip mažos leidyklos veikia rinkos sąlygomis. Dauguma mažųjų leidyklų yra specializuotos. Didesnė dauguma smulkių specializuotų leidyklų, priešingai nei mažos verslo įmonės Lietuvoje, nėra linkę plėsti veiklos apimties ateityje. Kiek mažiau nei pusė mažųjų leidyklų vykdo kitas veiklas ir teikia papildomas paslaugas. Tik kiek daugiau nei pusė respondentų planuoja leidybinę veiklą, tačiau išsamesni rinkos tyrimai nėra

atliekami. Didžioji dalis mažųjų leidyklų bent dalinai naudojasi įvairiais finansavimo fondais. Du trečdaliai mažųjų leidyklų linkę reklamuoti savo išleistas knygas ir reklamos naudojimo atžvilgiu neišsiskiria iš kitų verslo įmonių tarpo.

Įvertinus anketinės apklausos rezultatus galima daryti išvadą, kad mažosios leidyklos – viena vertus, įprastas struktūrinis verslo vienetas, kita vertus, pasižymi savita specifika, polinkiu į kultūrinę veiklą ir vangesniu įprastų rinkodaros priemonių naudojamu veiklos gerinimui nei kitose verslo srityse.

Išnagrinėjus bendrą leidybos situaciją Lietuvoje ir išanalizavus apklausos rezultatus matyti, kad vienareikšmiškai mažųjų leidyklų perspektyvų vertinti negalima. Statistika rodo, kad keletą metų paeiliui mažųjų leidyklų skaičius mažėja. Į mažųjų leidyklų sąrašą pakliūna leidyklos, kurios pradeda leidybinę veiklą ir pirmaisiais veiklos metais nėra pajėgios išleisti daug leidinių. Taip pat prie mažųjų leidyklų priskiriamos ir leidyklos, kurios dėl finansinių problemų ar kitų priežasčių mažina leidybos apimtis. Pradedančių ar baigiančių leidybinę veiklą įmonių visada bus, todėl mažos leidyklos kaip reiškinys neturėtų išnykti. Tačiau didžiausia grėsmė juntama leidykloms, kurios verčiasi tik leidybine veikla ir nuolatos per metus išleidžia ne daugiau kaip penkias knygas. Nuolatinę mažos apimties leidybinę programą vykdančios leidyklos turi galimybių išsilaikyti esant tam tikroms sąlygoms: leidykla yra specializuota, užima tam tikrą neužpildytą nišą ir turi savo skaitytojų ratą, leidžia nedaug leidinių, kurių tiražo poreikis didesnis nei vidutinis; leidykla be knygų leidybos teikia ir kitas papildomas paslaugas; leidykla yra organizacijos padalinys ir įkurta, kad tenkintų sąlyginai nedidelius organizacijos leidybinius poreikius; leidykla leidžia tik fondų finansuojamus ir užsakomuosius leidinius.

Kasmet vis mažėjantys leidinių tiražai didina leidinio savikainą ir skatina apyvartinių lėšų trūkumą. Skaudžiausiai šias tendencijas junta mažosios leidyklos, todėl, jei nebus persiorientuota nuo tradicinių (ofsetinė spauda) prie naujų leidinių gamybos technologijų (skaitmeninė spauda), darbo metodų modernizavimo ir veiklos metodų efektyvumo didinimo, mažosioms leidykloms išlikti bus gana sudėtinga. Siekiant sėkmingos veiklos, būtina kelti darbuotojų kvalifikaciją, ypatigą dėmesį teikti mažųjų leidyklų vadybai ir rinkodarai

**BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS**

1. ARMSTRONG, Gary; KOTLER, Phil; SAUNDERS, John; WONG, Veronica. *Rinkodaros principai*. Kaunas: Poligrafija ir informatika, 2003.
2. BAVERSTOCK, Alison. *Leidybos marketingas*. Kaunas, 2002.
3. BUOŽYTĖ, Kornelija. Leidybos rėmimas Lietuvoje. *Knugotyra*, 2004, t. 42.
4. DIKČIUS, Vytautas. *Marketingo tyrimai: teorija ir praktika*. Vilnius: Vilniaus vadybos akademija, 2005.
5. FREEMAN, Edvard, R.; GILBERT Daniel, R., Jr.; STONER, James, A.. *Vadyba*. Kaunas: Informatika ir poligrafija, 1999.
6. *Knugotyra*: enciklopedinis žodynas. Vilniaus universitetas, Komunikacijos fakultetas, Knugotyros ir dokumentotyros institutas. Vilnius, 1997.
7. *Knugotyra*: vadovėlis. Vilniaus universitetas, Komunikacijos fakultetas, Knugotyros ir dokumentotyros institutas. Vilnius, 2006.
8. Leidyklos pagal 2005 m. pajamas iš leidybos. *Verslo žinios*, 2006, vasario 8, p. 6.
9. *Lietuvos spaudos statistika 1990 m.* Vilnius, 1991.
10. *Lietuvos spaudos statistika 1991 m.* Vilnius, 1992.
11. *Lietuvos spaudos statistika 1992 m.* Vilnius, 1993.
12. *Lietuvos spaudos statistika 1993 m.* Vilnius, 1994.
13. *Lietuvos spaudos statistika 1994 m.* Vilnius, 1995.
14. *Lietuvos spaudos statistika 1995 m.* Vilnius, 1996.
15. *Lietuvos spaudos statistika 1996 m.* Vilnius, 1997.
16. *Lietuvos spaudos statistika 1997 m.* Vilnius, 1998.
17. *Lietuvos spaudos statistika 1998 m.* Vilnius, 1999.
18. *Lietuvos spaudos statistika 1999 m.* Vilnius, 2000.
19. *Lietuvos spaudos statistika 2000 m.* Vilnius, 2001.
20. *Lietuvos spaudos statistika 2001 m.* Vilnius, 2002.
21. *Lietuvos spaudos statistika 2002 m.* Vilnius, 2003.
22. *Lietuvos spaudos statistika 2003 m.* Vilnius, 2004.

23. *Lietuvos spaudos statistika 2004 m.* Vilnius, 2005.
24. *Lietuvos spaudos statistika 2005 m.* Vilnius, 2006.
25. MILAŠIUS, Arūnas. Kooperuotis su užsieniečiais – pigiau. *Verslo žinios*, 2006, gruodžio 28, p. 14.
26. MISIŪNAS, Remigijus. *Knygų leidyba pasaulyje*. Vilnius: Versus Aureus, 2003.
27. PRANULIS, Vytautas; PAJUODIS, Arvydas; URBONAVIČIUS, Sigitas; VIRVILAITĖ, Regina. *Marketingas*. Vilnius, 1999.
28. SŪDŽIUS, Vytautas. *Smulkaus ir vidutinio verslo administravimo valdymas*. Vilnius: Kronta, 2001.
29. Kultūros ir sporto rėmimo fondo internetinis tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2006 m. gruodžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <[www.ksrf.lt](http://www.ksrf.lt)>
30. Lietuvos investicijų klimato vertinimas. Pasaulio banko ataskaita 2004 [interaktyvus] [žiūrėta 2005 m. lapkričio 19 d.]. Prieiga per internetą: <[www.svv.lt](http://www.svv.lt)>
31. Lietuvos leidėjų asociacijos tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2006 m. spalio 16 d.]. Prieiga per internetą: <[www.lla.lt](http://www.lla.lt)>
32. Lietuvos leidyklų suvestinis katalogas LIBIS [interaktyvus] [žiūrėta 2006 m. gruodžio 16 d.]. Prieiga per internetą: <[www.libis.lt](http://www.libis.lt)>
33. Lietuvos Respublikos kultūros ministerijos internetinis tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2006 m. gruodžio 19 d.]. Prieiga per internetą: <[www.muza.lt](http://www.muza.lt)>
34. Lietuvos Respublikos smulkaus ir vidutinio verslo įstatymas [interaktyvus] [žiūrėta 2006 m. rugsėjo 28 d.]. Prieiga per internetą: <[www.lrs.lt](http://www.lrs.lt)>
35. Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerijos tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2006 m. gruodžio 5 d.]. Prieiga per internetą: <[www.smm.lt](http://www.smm.lt)>
36. Lietuvos Respublikos vyriausybės 2004-2008 metų programa [interaktyvus] [žiūrėta 2006 m. spalio 27 d.]. Prieiga per internetą: <[www.lrs.lt](http://www.lrs.lt)>
37. Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymas [interaktyvus] [žiūrėta 2006 m. spalio lapkričio 10 d.]. Prieiga per internetą: <[www.lrs.lt](http://www.lrs.lt)>
38. Mažų įmonių apklausos rezultatai 2005. Lietuvos smulkaus ir vidutinio verslo plėtros agentūros tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2005 m. gruodžio 23 d.]. Prieiga per internetą: <[www.svv.lt](http://www.svv.lt)>
39. MISIŪNAS, Remigijus. Leidyba Lietuvoje [interaktyvus] [žiūrėta 2005 m. gruodžio 29 d.]. Prieiga per internetą: <[www.culture.lt](http://www.culture.lt)>

40. Skaitymo skatinimo programa [interaktyvus] [žiūrėta 2006 m. lapkričio 30 d.]. Prieiga per internetą: <[www.muza.lt](http://www.muza.lt)>
41. Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros iki 2008 metų strateginių kryptių aprašas [interaktyvus] [žiūrėta 2006 m. spalio 20 d.]. Prieiga per internetą: <[www.lrs.lt](http://www.lrs.lt)>
42. Valstybinės švietimo strategijos 2003-2012 metų nuostatos [interaktyvus] [žiūrėta 2006 m. lapkričio 5 d.]. Prieiga per internetą: <[www.lrs.lt](http://www.lrs.lt)>
43. Vyriausybės nutarimas „Dėl spaudinių ir kitų dokumentų privalomųjų egzempliorių siuntimo bibliotekoms tvarkos“ [interaktyvus] [žiūrėta 2006 m. rugsėjo 28 d.]. Prieiga per internetą: <[www.lrs.lt](http://www.lrs.lt)>

## SUMMARY

Vilnius University Communicative Department master publishing programme student Indre Norkeliune finishing master work “State and Perspective of Small Publishing in Lithuania“ prepared in 2006. Work instructor Senior Lecturer Mr. Remigijus Misiunas.

After regaining independence during the fifteen recent years of market economy the country has set down some specific publishing traditions and laws, has stored some statistical information, which has neither been thoroughly examined nor described. As a consequence they have not been adopted to analyze the market, get forecast ready, develop its activity.

The purpose of this Master work is to analyze the activity of small publishing offices in Lithuania from 1990 to 2005 years.

To achieve purpose there have been three main tasks settled:

1. To analyze the publishing as a small and average market.
2. To analyze its statistics, stock of books published, change of tendency of editing.
3. To accomplish inquiry how small publishing offices act in market-led.

There has been an object chosen – small publishing offices in Lithuania, which edit five and fewer non-periodical publications.

The following methods have been used: analysis of scientific literature and documents; analysis of statistical information; questionnaire survey.

Striving to analyze the activity of small publishing offices in Lithuania in the years of its independence, there have been the following research results and conclusions done.

Lithuania Publishing market has got some large publishers, the rest are either average size or small publishing offices, which perform their programs of small extent. These small publishing offices amount 15,5 percent of all the publishers in Lithuania.

Publishing offices belong to the market, which is considered to be the basis of economy and which is constantly inspired and supported by the Government. Among all the publishing offices there are some, which are just starting their activity and during their first year they are unable to publish a lot. Also, some publishing offices, which contract their activity as they are closing down. The most numerous group of small publishing offices is the ones, which undertake constant small coverage.

Recently in Lithuania there have remained fewer publishers, because small publishing offices disappear sooner, close down sooner than the others. Nevertheless, there is a growth of the number of editions published both by small and large publishing offices. True, the run is getting less.

On the one hand, small publishers is usual unit of market structure. On the other hand, it has got its own specific, tendency to cultural activity, also, the lack of the use of usual marketing means, which is more effectively used in other industrial units.

The perspectives of small publishing offices is not unambiguous. They can persist if they get a necessary specialization as well as providing additional service, getting support and publishing contracting publication.

One of the most successful assumptions of their survival is to acclimatize to the needs of today's market, like: consolidate their management, effective use of marketing means, practice of new industrial technology, modern methods of work and expansion of effective activity.

**1 priedas****ANKETA**

---

Apklausa skirta išsiaiškinti mažųjų leidyklų, kurios per metus išleidžia ne daugiau kaip penkias knygas, situaciją veikiant rinkos sąlygomis. Pagrindinis apklausos tikslas – sužinoti, kaip mažosios leidyklos vykdo leidybinę veiklą, t. y. kaip sudaromos leidinių leidybos programos, koks pagrindinis leidinių finansavimo šaltinis, ar naudojama parama leidybai, kokios reklamos priemonės naudojamos leidinių reklamai, kaip platinami išleisti leidiniai. Šios anketos apibendrinti duomenys bus panaudoti Vilniaus universiteto, Komunikacijos fakulteto, Leidybos programos baigiamojo magistro darbui pargįsti.

---

1. Ar Jūsų leidykla turi specializaciją?

- Taip  
 Ne

2. Ar leidyba yra vienintelė Jūsų įmonės veikla?

- Taip  
 Ne

3. Kiek knygų pavadinimų išleidote 2005 metais?

- 1–5  
 6–15  
 16–25  
 25 ir daugiau

4. Ar planuojate didinti išleidžiamų leidinių pavadinimų kiekį?

- taip  
 ne

5. Ar sudaromi leidybiniai planai numatytam laikotarpiui (pvz. metams)?

- taip  
 ne

5.1. Dėl kokių prežasčių nesudaromos leidybos programos? Nurodykite dvi pagrindines priežastis

5.2. Kuo vadovaujantis sudaromos leidybos programos?



6. Koks yra pagrindinis leidinių finansavimo šaltinis ?

- |                       |                               |                             |
|-----------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Nuosavos lėšos        | taip <input type="checkbox"/> | ne <input type="checkbox"/> |
| Valstybinė parama     | taip <input type="checkbox"/> | ne <input type="checkbox"/> |
| Nevalstybiniai fondai | taip <input type="checkbox"/> | ne <input type="checkbox"/> |
| Privati parama        | taip <input type="checkbox"/> | ne <input type="checkbox"/> |
| Užsienio fondų parama | taip <input type="checkbox"/> | ne <input type="checkbox"/> |

7. Kokia Jūsų nuomonė apie galimybes gauti paramą leidybai iš įvairių šaltinių?

- Teigiama  
 Neigiama

Kita

8. Ar planuojate naudotis parama leidybai ateityje?

- taip  
 ne

9. Ar reklamuojate Jūsų leidyklos išleistus leidinius?

- taip  
 ne

9.1. Kokias reklamos priemones renkatės?

- |                      |                               |                             |
|----------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Spauda               | taip <input type="checkbox"/> | ne <input type="checkbox"/> |
| Internetas           | taip <input type="checkbox"/> | ne <input type="checkbox"/> |
| Reklama paštu        | taip <input type="checkbox"/> | ne <input type="checkbox"/> |
| Reklaminiai palkatai | taip <input type="checkbox"/> | ne <input type="checkbox"/> |

9.2. Kodėl nereklamuojate savo leidinių?

- |                |                               |                             |
|----------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Brangu         | taip <input type="checkbox"/> | ne <input type="checkbox"/> |
| Nepasiteisino  | taip <input type="checkbox"/> | ne <input type="checkbox"/> |
| Nėra būtinybės | taip <input type="checkbox"/> | ne <input type="checkbox"/> |

10. Kaip platiniate leidyklos leidžiamus leidinius?

- |   |                               |                             |
|---|-------------------------------|-----------------------------|
| Naudojatės prekybos tarpininkų paslaugomis                      | taip <input type="checkbox"/> | ne <input type="checkbox"/> |
| Leidykla paskirsto ir transportuoja leidinius į prekybos vietas | taip <input type="checkbox"/> | ne <input type="checkbox"/> |
| Prekiaujate internetu   | taip <input type="checkbox"/> | ne <input type="checkbox"/> |
| Naudojatės prenumerata ir prekyba paštu                         | taip <input type="checkbox"/> | ne <input type="checkbox"/> |

11. Ar manote, kad smulki leidyba turi perspektyvų?

- taip  
 ne

11.1. Kodėl smulki leidyba turi perspektyvų?

11.2. Kodėl smulki leidyba neperspektyvi?

***Dėkoju užskirtą laiką.***