

Vilniaus universitetas
Komunikacijos fakultetas
Knygotyros ir dokumentotyros institutas

Darius Gaigalas,
Leidybos studijų programos studentas

**LIETUVOS LEIDYKLŲ BENDRADARBIAVIMAS SU EUROPOS SĄJUNGOS ŠALIŲ
LEIDYKLOMIS**

MAGISTRO DARBAS

Vadovas doc. R. Misiūnas

Vilnius, 2007

<i>Pildo bakalauro/magistro baigiamojo darbo autorius</i>	
_____ DARIUS GAIGALAS _____ (bakalauro/magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)	
LIETUVOS LEIDYKLŲ BENDRADARBIAVIMAS SU EUROPOS SĄJUNGOS ŠALIŲ LEIDYKLOMIS (bakalauro/magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)	
COOPERATION BETWEEN LITHUANIAN AND EUROPE UNION PUBLISHING HOUSES (bakalauro/magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)	
Patvirtinu, kad bakalauro/ magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis bakalauro/ magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas kitose aukštosiose mokyklose.	
_____ (bakalauro/ magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)	
Sutinku, kad bakalauro/ magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.	
_____ (bakalauro/ magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)	
<i>Pildo bakalauro/ magistro baigiamojo darbo vadovas</i>	
Bakalauro/ magistro baigiamąjį darbą ginti _____ (irašyti – leidžiu arba neleidžiu)	
_____ (data)	_____ (bakalauro/ magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)
<i>Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja</i>	
Bakalauro/ magistro baigiamasis darbas įregistruotas	
_____ (instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, pavadinimas)	
_____ (data)	_____ (instituto/ katedros reikalų tvarkytojos parašas)
<i>Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, vadovas</i>	
Recenzentu skiriu _____ (recenzento vardas, pavardė)	
_____ (data)	_____ (instituto/ katedros vadovo parašas)
<i>Pildo recenzentas</i>	
Darbą recenzuoti gavau. _____ (data) _____ (recenzento parašas)	

Gaigalas, Darius

Ga 155 Lietuvos leidyklų bendradarbiavimas su Europos Sąjungos šalių leidyklomis : magistro darbas / Darius Gaigalas ; mokslinis vadovas doc. R. Misiūnas ; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Knygotyros ir dokumentotyros institutas. – Vilnius, 2007. – 84, [20] lap. : lent. – Mašintr. – Santr. angl. – Bibliogr.: p. 62–63 (35 pavad.).

UDK 655.4(474.5:4)

Leidybos vystymasis, leidybos rinka, leidėjų bendradarbiavimas, tarptautinis leidėjų bendradarbiavimas, leidybos rinka Europos Sąjungoje, ES politika skatinanti leidėjų bendradarbiavimą

Magistro darbo objektas – Lietuvos leidyklų bendradarbiavimas su Europos Sąjungos šalių leidyklomis. Darbo tikslas – Įvertinti Lietuvos leidėjų galimybes bendradarbiauti laisvoje ES ekonominėje zonoje. Pagrindiniai darbo uždaviniai: Išnagrinėti leidybos vystymosi tendencijas bei situaciją Lietuvoje ir bendroje ES rinkoje; Įvertinti ES veiksmus remiančius tolimesnę leidybos plėtrą per bendradarbiavimo tarp leidėjų skatinimą; Įvertinti leidėjų bendradarbiavimo svarbą bei patį bendradarbiavimo objektą, kaip leidyklų tolimesnio sėkmingo vystymosi Europos Sąjungoje galimybę; Iširti Lietuvos leidyklų sugebėjimą save reprezentuoti siekiant bendradarbiavimo su ES leidyklomis.

Išsikelto tikslo buvo siekiama literatūros apžvalgos, sisteminimo, lyginamosios analizės metodais. Nustatant Lietuvos leidyklų sugebėjimą save reprezentuoti siekiant bendradarbiavimo su ES leidyklomis pasinaudota turinio analizės metodu.

Lietuvių bei užsienio autorių literatūros, publikacijų bei straipsnių analizės sintezė leidžia daryti prielaidą, kad bendradarbiavimas tarp Lietuvos bei ES leidėjų tampa būtinybę siekiant neatsilikti nuo sparčiai besivystančios ir tobulėjančios bendros leidybos rinkos Europos Sąjungoje. Sėkmingo Lietuvos leidybos verslo ateitis ES – leidėjų bendradarbiavimas, leidžiantis perimti užsienio šalių partnerių žinias, patirtį, pažinti naujas technologijas bei diegti naujoves leidybos versle, nes tik tokiu būdu įmanoma neatsilikti ir sėkmingai konkuruoti bendroje ES ekonominėje zonoje.

Darbe pristatomo tyrimo rezultatai leidžia daryti išvadą, kad Lietuvos leidėjai nepilnai išnaudoja leidybinių įmonių reprezentavimą ir tokiu būdu sumažina galimybę investicijų pritraukimui bei bendradarbiavimo plėtrai.

Magistro darbas *gali būti naudingas* Lietuvos leidėjams siekiantiems bendradarbiauti su ES leidėjais bei siekiantiems plėtros besiplečiančioje ES rinkoje, pradedantiems bei būsimiems leidėjams siekiantiems vystyti leidybos verslą tarptautiniu mastu, leidybos specialybės studentams.

TURINYS

SANTRUMPŲ SĄRAŠAS	6
ĮVADAS.....	7
1. Leidybos verslas Lietuvoje ir ES šalyse.....	9
1.1 <i>Leidybos veikla bei vystymas Lietuvoje po 1990 metų.....</i>	9
1.2 <i>Pokyčiai Lietuvos leidybos rinkoje</i>	11
1.3 <i>Lietuvos leidybos verslas šiandien.....</i>	13
1.4 <i>Lietuvos leidybinės veiklos indėlio ekonominis įvertinimas.....</i>	15
1.5 <i>Knygų leidybos pramonė ir vieninga ES rinka</i>	18
1.5.1 <i>Europos Sąjungos įtaka leidybos rinkai</i>	19
1.5.2 <i>Dabartinė ES knygų leidybos rinkos padėtis.....</i>	20
1.5.3 <i>ES Bendrija ir knygų leidybos pramonė</i>	21
1.5.4 <i>ES Bendrija ir knyga</i>	21
1.5.5 <i>Knygų leidybos pramonė ir ES vidaus rinka.....</i>	23
1.5.6 <i>ES Bendrijos institucijų požiūris į leidybos rinką.....</i>	24
1.5.7 <i>Keletas priemonių, susijusių su ES leidybos rinka.....</i>	24
1.6 <i>Leidėjų perspektyvos ES rinkoje</i>	26
1.6.1 <i>Leidybos verslo vystymasis</i>	27
1.6.2 <i>Stambių ir smulkių leidėjų rinka</i>	28
1.6.3 <i>Leidyklų išlikimo klausimas ES rinkoje</i>	29
2. Leidyklų bendradarbiavimas Europos Sąjungos ekonominėje zonoje.....	33
2.1 <i>Tarptautinio bendradarbiavimo samprata</i>	33
2.2 <i>Bendradarbiavimas pritraukiant investicijas.....</i>	34
2.3 <i>Tarptautinio bendradarbiavimo motyvai.....</i>	35
2.4 <i>Bendradarbiavimas Europos Sąjungos rinkoje</i>	36
2.5 <i>Tarptautinis bendradarbiavimas tarp leidyklų.....</i>	36
2.5.1 <i>Knygų leidėjų asociacijos</i>	38
2.5.2 <i>Tarptautinio leidėjų bendradarbiavimo reikšmė</i>	39
2.5.2.1 <i>Tarptautinio leidėjų bendradarbiavimo pranašumai.....</i>	41
2.5.2.2 <i>Tarptautinio bendradarbiavimo trūkumai.....</i>	41
2.5.2.3 <i>Tarptautinio leidyklų bendradarbiavimo subtilumai</i>	42
2.6 <i>Knygų mugių įtaka bendradarbiavimui tarp leidyklų.....</i>	44
2.6.1 <i>ES Knygų mugių svarba leidyklų bendradarbiavimui</i>	45
2.6.2 <i>Nauda leidėjams iš dalyvavimo ES šalių knygų mugėse</i>	48
2.6.3 <i>Nauda leidėjams iš dalyvavimo Lietuvos knygų mugėse</i>	49
3. Tyrimas: Lietuvos leidyklų sugebėjimas save reprezentuoti siekiant bendradarbiavimo su ES leidyklomis.....	53
3.1 <i>Tyrimo rezultatai</i>	56
IŠVADOS	60
BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS.....	62
PRIEDAI.....	64

1 priedas. Tyrimui pasirinktos leidyklos.....64

SUMMARY.....84

SANTRUMPŲ SĄRAŠAS

- ES - Europos Sąjunga,
- FEP - Europos leidėjų federacija,
- IPA - „International Publishers Association“ (angl.), Tarptautinė leidėjų asociacija
- LLA - Lietuvos leidėjų asociacija,

IVADAS

Europos Sąjungos (toliau ES) įkūrimas atliko svarbų vaidmenį tarptautinės rinkos sukūrimui. 1992 m. panaikinus muitus ir finansines kliūtis laisvam asmenų, prekių ir paslaugų judėjimui buvo sukurti pagrindai naujam rinkos vystymosi proceso etapui. ES plėtra vis tebevyksta ir šalims narėms atsiveria dar didesnės erdvės bei galimybės.

Šiandien Lietuvos verslo įmonės vis labiau stengiasi integruotis į sėkmingai besivystančią ES rinką, perimdamos šalių senbuvių veiklos praktiką, pažangą bei naujoves, tokiu būdu stengdamosi išsilaikyti konkurencinėje rinkoje. Vienos verslo sritys naujoves perima greičiau, kitos ne taip greitai, tačiau vienareikšmiškai galima teigti, kad įmonėms norinčioms sėkmingai plėstis bei vystytis, reikia imtis pačių įvairiausių priemonių. Viena iš tokių priemonių yra komunikacija arba bendradarbiavimas. Kiekvienos srities profesionalai norėdami progresuoti ir kelti savo kvalifikaciją turi bendradarbiauti su savo profesinės srities atstovais. Būtent bendradarbiaudamos įmonės gali neatsilikti ir prisitaikyti dinamiškoje ir kuo toliau tuo labiau besikeičiančioje aplinkoje.

Ne išimtis ir knygų leidėjai, kurie net ir konkuruodami tarpusavyje, vis dėlto turi bendradarbiauti, kad galėtų toliau sėkmingai plėtoti savo verslą. Tos leidyklos, kurios sugeba save tinkamai pristatyti kaip pažangias, dinamiškas, kompetentingas, lanksčias bei žvelgiančias į ateitį leidybos srityje greičiau galės pasidžiaugti gerais ryšiais su užsienio įmonėmis, pritraukti daugiau investicijų bei užsitikrinti sėkmingą vystymąsi bei plėtrą ateityje.

Magistro *darbo objektas* – Lietuvos leidyklų bendradarbiavimas su Europos Sąjungos šalių leidyklomis.

Šio darbo *tikslas* – įvertinti Lietuvos leidėjų galimybes bendradarbiauti laisvoje ES ekonominėje zonoje.

Tiksliui pasiekti numatyta įgyvendinti kelis *uždavinius*:

- Išnagrinėti leidybos vystymosi tendencijas bei situaciją Lietuvoje ir bendroje ES rinkoje;
- Įvertinti ES veiksmus remiančius tolimesnę leidybos plėtrą per bendradarbiavimo tarp leidėjų skatinimą;
- Įvertinti leidėjų bendradarbiavimo svarbą bei patį bendradarbiavimo objektą, kaip leidyklų tolimesnio sėkmingo vystymosi Europos Sąjungoje galimybę;
- Ištirti Lietuvos leidyklų sugebėjimą save reprezentuoti siekiant bendradarbiavimo su ES leidyklomis.

Išsikelto tikslo buvo siekiama literatūros apžvalgos, sisteminimo, lyginamosios analizės metodais. Nustatant Lietuvos leidyklų sugebėjimą save reprezentuoti siekiant bendradarbiavimo su ES leidyklomis pasinaudota turinio analizės metodu.

Pirmoje darbo dalyje nagrinėjama bendra leidybos rinka Lietuvoje, jos vystymosi tendencijos, šiandieninė situacija, didžiausią įtaką pokyčiams turėję veiksniai. Kaip vienas iš kertinių dalykų leidybos rinkos vystymuisi įvertinama situacija po ES susikūrimo bei Lietuvos įstojimo į ją. Vertinama ES šalių narių viršūnių politika skatinanti bendradarbiauti skirtingų šalių leidėjus. Antroje darbo dalyje įvardijama tarptautinio bendradarbiavimo svarba norint sėkmingai plėtoti verslą vieningoje ir vis besiplečiančioje Europos rinkoje. Nagrinėjama knygų mugių įtaką leidybos įmonių reprezentavimui bei galimybei užmegzti santykius su kitų šalių leidėjais. Trečioje darbo dalyje pristatomas tyrimas apie Lietuvos leidyklų sugebėjimą save reprezentuoti siekiant bendradarbiavimo su ES leidyklomis laisvoje ES ekonominėje zonoje. Darbui panaudoti teorinės literatūros apžvalgos, sisteminimo, lyginamosios analizės metodai.

Darbe remtasi lietuvių ir užsienio autorių publikacijomis, monografijomis bei straipsniais. Pirmojoje darbo dalyje daugiausiai remtasi Misiūno R. „Leidyba ir platinimas“, Baverstock A. „Leidybos marketingas“, Europos kultūros programų centras „Kultūros finansavimo galimybės Europos Sąjungoje“ bei Lietuvos Nacionalinės Martyno Mažvydo bibliotekos internetiniame tinklapyje esančiais informacijos šaltiniais. Antrajame skyriuje, bendradarbiavimo bei ES politikos svarbai apibrėžti, daugiausia remtasi užsienio autorių literatūra, tai Kobrak F. ir Luey B. „The structure of international publishing in the 1990s“, International Federation of the Periodical Press (FIPP) by Cue Ball Media „International magazine publishing handbook“, Vengrauskas V. ir Perminienė N. „Tarptautinis verslas“, Langvinienė N., Vengrauskas V. ir Žitkienė R. „Tarptautinis verslas 2 knyga“ bei International Federation of the Periodical Press (FIPP) internetiniame puslapyje esančiais šaltiniais. Darbe pasinaudota ir daugeliu kitų šaltinių, padėjusių atskleisti srities problematiką, ypatybes bei tendencijas.

Magistro darbas *gali būti naudingas* Lietuvos leidėjams siekiantiems bendradarbiauti su ES leidėjais bei siekiantiems plėtoti besiplečiančioje ES rinkoje, pradedantiems bei būsimiems leidėjams siekiantiems vystyti leidybos verslą tarptautiniu mastu, leidybos specialybės studentams.

1. Leidybos verslas Lietuvoje ir ES šalyse

Šiandieninės Lietuvos knygų leidybos ištakos glūdi XX a. devintojo dešimtmečio pabaigoje, kai prasidėjo reformos TSRS. Permainas pagreitino spartūs pokyčiai politiniame ir visuomeniniame gyvenime, cenzūros susilpnėjimas, su leidyba susijusių įstatymų pakeitimai, pagaliau - Lietuvos nepriklausomybės atkūrimas ir perėjimas prie laisvos rinkos ekonomikos.

Tuomet susidarė palankios sąlygos leisti paklausią literatūrą - politinių kalinių atsiminimus, istorinę literatūrą, draustą emigrantų kūrybą ir kai kurių Vakarų rašytojų knygas. Leidybą skatino ir besikuriančios valstybės institucijų poreikiai, didelės permainos švietimo srityje. Leidyba tapo vienu rentabiliausių verslų. Kai kada jos pelnas siekdavo 200–300 procentų, tad nenuostabu, kad paskutinio XX a. dešimtmečio pradžioje per trumpą laiką ženkliai išaugo leidyklų ir leidėjų skaičius. 1990 m. buvo užfiksuota 71 bent vieną knygą išleidusi leidykla ar leidėjas, o 1992-aisiais - jau beveik 500, o šiuo metu leidyklų skaičius pasiekė maždaug 540. Visą dešimtmetį šis skaičius nors iš lėto, bet augo.

Europos Sąjungos įkūrimas atliko svarbų vaidmenį tarptautinės knygų leidybos rinkos sukūrimui. 1992 m. panaikinus muitus ir finansines kliūtis laisvam asmenų, prekių ir paslaugų judėjimui buvo sukurti pagrindai naujam knygų leidybos rinkos vystymosi proceso etapui. Tiesą sakant ES vidaus rinkos be sienų atsiradimas turėjo ypač didelę įtaką knygų leidėjams: atsirado palankios galimybės ne tik veiklos vykdymui, bet ir bendradarbiavimui. Reikia atsižvelgti ir į tai, kad ES plėtra vis dar tebevyksta, tad Lietuvos leidėjams atsveria dar didesnės erdvės.

1.1 Leidybos veikla bei vystymas Lietuvoje po 1990 metų

1990 metais Lietuvai atgavus nepriklausomybę, iš esmės pasikeitė situacija knygų leidyboje. Šiandien leidyklai, norinčiai pradėti vystyti savo veiklą pakanka tik užregistruoti savo įmonę ir pateikti jos veiklos aprašymą. Todėl vietoje šešių didelių, valstybinių leidyklų, šiuo metu Lietuvoje užregistruota ir veikia apie 540 leidyklų.

1990 metais leidėjai susibūrė į Lietuvos leidėjų asociaciją, kuri šiuo metu vienija 32 dideles bei visai mažas leidyklas ir apima apie 70 proc. knygų leidybos rinkos. 1995 metais asociacija tapo Tarptautinės leidėjų asociacijos (angl. „International Publishers Association“) nare. Nuo 1997 metų valstybė pradėjo skirti paramą knygų leidybai, pasinaudodama atskira Kultūros ministerijos programa, knygų leidyba pradėta remti ir per Kultūros ir sporto rėmimo fondą.

Įsikūrusi 1990-aisiais, šiuo metu Lietuvos leidėjų asociacija vienija 40 aktyviausiai Lietuvoje veikiančių leidyklų. Asociacija remia ir gina leidėjų bei platintojų teisę laisvai leisti ir platinti intelektualinio darbo produktus, saugoja autorių teisių principus, siekia derinti leidybos ir platinimo subjektų interesus.

Siekdama efektyviau integruotis į Europos leidybos rinką, Lietuvos leidėjų asociacija tapo Europos leidėjų federacijos (toliau FEP) nare. Lietuvos leidėjai šią narystę vertino kaip dar vieną svarbų žingsnį plėtojant ryšius su Europos Sąjungos šalių leidėjais, galimybę daugiau sužinoti apie šių šalių leidybos teisinę bazę, verslo, profesinio ir kultūrinio bendradarbiavimo galimybes.

FEP yra tarptautinė organizacija, vienijanti 15 Europos Sąjungos šalių bei Norvegiją, Kiprą, Čekiją, Vengriją ir Slovėniją. Į FEP gali būti priimta tik viena konkrečios šalies nacionalinė asociacija. Bendradarbiavimas su FEP narėmis Lietuvos leidėjų asociacijai atverė galimybes dirbti bendruose projektuose, dalyvauti profesinio mokymo programose bei rengiant su leidyba susijusius įstatymus.

Kultūros ministerija kartu su Lietuvos leidėjų asociacija bei VšĮ „Lietuviškos knygos“ pradėjo rengti ir remti Lietuvos knygos industrijos bei lietuvių kultūros pristatymus tarptautinėse knygų mugėse. Kultūros ministerija, siekdama suaktyvinti domėjimąsi lietuvių ir užsienio literatūra, paskatinti glaudesnę Lietuvos ir užsienio leidėjų bendradarbiavimą bei prisidėti kuriant Lietuvos - kaip šalies, kurioje išleidžiama daug įdomios literatūros, įvaizdį, remia kasmet organizuojamos Tarptautinės Vilniaus knygų mugės kultūros renginių programą. Vilniaus knygų mugėje kasmet apdovanojami Lietuvos knygos meno konkurso nugalėtojai. Kultūros ministerija kartu su Lietuvos dailininkų sąjunga ir Lietuvos dailės akademija kiekvienais metais organizuoja knygos meno konkursus, siekdama išaiškinti geriausias meninio apipavidalinimo ir poligrafinio atlikimo požiūriu, per paskutinius kalendorinius metus, Lietuvos leidyklų išleistas knygas.

Siekdama lietuvių literatūrą ir Lietuvos rašytojus pristatyti užsienyje, Kultūros ministerija įgyvendina Lietuvių literatūros sklaidos programą, kurią vykdo VšĮ „Lietuvos knygos“. Pagrindinis šios programos tikslas – remti lietuvių literatūros vertimus į užsienio kalbas, užsienio leidėjams bei literatūros namams ir agentūroms teikti informaciją apie lietuvių rašytojus, tarptautinėse knygų mugėse bei literatūros forumuose ir festivaliuose pristatyti lietuvių autorius.

Lietuva turi visas sėkmingas leidybos industrijos prielaidas, galias tradicijas, patyrusių leidėjų, sėkmingam vystymuisi, plėtimuisi ir tobulėjimui tiek Lietuvoje, tiek ir už jos ribų.

1.2 Pokyčiai Lietuvos leidybos rinkoje

Leidyba Lietuvoje su nedidelėmis išimtimis yra vietinių verslininkų veikla. Šalyje yra ne labai daug leidyklų susijusių su užsienio kapitalu. Ketvirtadalį šalyje leidžiamos produkcijos sudaro grožinė ir vaikų literatūra. Šiuo metu labai neblogai sekasi verstinių knygų leidybai. Dažniausia verčiama amerikiečių, anglų rašytojų komercinė literatūra, taip pat skandinavų rašytojų kūriniai. Šiuo metu labiausiai perkamos knygos tai mokymo literatūra, žinynai, žodynai, enciklopedinio pobūdžio leidiniai, brangūs albumai.

Ankščiau grožinė literatūra sudarydavo didžiąją produkcijos dalį, o dabar – tik apie 50 procentų. Daugiau pradėta leisti mokslinės, pažintinės, mokomosios literatūros. Knygų žanrų ir temų įvairovę pirkėjai įvertino. Specialistai pripažįsta, jog po didelio knygų pirkimo kritimo 1999 – 2000m., šiuo metu jaučiamas knygų leidybos atsigavimas.

Per nepriklausomybės metus iš esmės pasikeitė Lietuvoje leidžiamų knygų statistikos struktūra. Labai sumažėjo knygų tiražai, padidėjo pavadinimų skaičius, įvyko esminių pokyčių verstinėje literatūroje. Jei iki 1990 m. kai kurios knygos buvo leidžiamos daugiau nei šimto tūkstančių tiražu tai šiuo metu tiražai nukrito iki žymiai mažesnių apimčių. Didesni tiražai paprastai būna mokyklinių vadovėlių. Išleidžiamų knygų tematika tapo įvairesnė. 2001 m., palyginti su 1991 m., buvo gerokai daugiau išleista knygų religijos ir teologijos klausimais. Padvigubėjo leidinių skaičius kalbotyros klausimais, literatūros bei visuomenės mokslų problemas nagrinėjančių knygų. Iki 1990m. daugiausia knygos buvo verčiamos iš rusų kalbos, dabar pagrindinis dėmesys tenka knygoms, išleistoms anglų, vokiečių, prancūzų ir kitomis kalbomis. Iš originalo kalbų jas verčia gausus būrys kvalifikuotų vertėjų.

Poligrafijos srityje ir knygų leidyboje galima pastebėti tarptautinės kooperacijos požymių, nes spaustuvės naudoja vakarietiškas poligrafines medžiagas, atnaujina spaudos technologiją ir darbo jėga Lietuvoje pigesnė negu Vakarų Europoje. Yra knygų, ypač pažintinio ir enciklopedinio pobūdžio bei vaikiškų, kurios Lietuvoje iš karto verčiamos, leidžiamos ir spausdinamos lietuvių, latvių ir estų kalbomis, naudojant tą patį iliustracijų maketą.

Reikšmingiausių visuomeninės, mokslinės ir kultūrinės paskirties knygų leidybai valstybės biudžetas kasmet skiria dotacijas. Pagal šią programą 1998 m. buvo išleista beveik 250 pavadinimų knygų, o 1999 m. – jau apie 3000. 1998 m. Lietuvoje pradėjo veikti viešoji įstaiga „Lietuviškos knygos“, kuri

rūpinasi ir finansiškai remia lietuvių literatūros vertimus į užsienio kalbas. Būtina pastebėti, kad iki 1990 m. Lietuvių literatūra buvo gausiau verčiama į užsienio kalbas nei dabar.

Leidybos pramonė Lietuvoje pastarąjį dešimtmetį padarė gana didelį kokybinį šuolį. Dabartiniu metu iš esmės keičiasi spausdinimo metodai. Didžiulę reikšmę turi kompiuterizacija – platus kompiuterinių procesų įdiegimas leidinių maketavimo, spalvų skaidymo srityje, taip pat ofsetinės spaudos padidėjimas, lyginant su bendru spaudos kiekiu. Išleidžiamų žurnalų ir kitų periodinių leidinių vienetų skaičius kasmet didėja. Tai rodo, kad žurnalai tampa vis populiariesni. Taip pat, didėja ir išleidžiamų žurnalų tiražas.

Kai Lietuva tapo nepriklausoma, nuo 1990 m. sparčiai pradėjo didėti išleidžiamų angliškų žurnalų skaičius. Jei 1990 m. išėjo tik 4 žurnalai, tai 2000 m. jau pasirodė net 44 leidiniai (*1 lentelė*). Dažniausia anglų kalba leidžiami moksliniai ir informaciniai leidiniai. Tai rodo, kad po nepriklausomybės, anglų kalba po truputį išstumia rusų kalbą. Žinoma, jog kai kurie mokslai neturi administracinių sienų. Mokslininkai bei specialistai bendradarbiauja su kaimyninių šalių kolegomis (patarimai, vertimai, patirtis).

1 lentelė. Knygų, žurnalų ir laikraščių leidyba¹

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Išleista knygų ir brošiūrų, spaudos vienetų	3164	3645	3827	4109	4097	3709	4402	4859	4559	4270	4223
Metinis tiražas, mln. egz.	14,1	14,9	14,6	13,4	13,0	11,0	10,1	8,1	8,8	7,9	7,8
Išleista žurnalų ir kitų periodinių leidinių	321	351	378	412	418	465	484	529	544	536	543
iš jų žurnalų	212	231	263	290	296	349	370	395	406	418	434
Metinis tiražas, mln. egz.	10,0	14,0	21,5	33,9	43,3	44,2	47,7	52,9	53,1	58,0	59,2
Išleista laikraščių	477	443	439	415	377	361	368	354	347	340	325
Vienkartinis tiražas, tūkst. egz.	3411	2865	2731	2413	2188	2271	2562	2328	2502	2203	2140
Metinis tiražas, mln. egz.	268,2	232,9	213,9	214,8	206,2	196,8	200,8	208,2	215,5	215,9	218,2

Rinkos ir viešosios kompanijos “Spinter” 2002 m. pabaigoje pristatė nacionalinio žurnalo skaitytojų tyrimo rezultatus. Tyrimas atliktas naudojant didžiausios Lenkijos rinkos ir viešosios

¹ Statistikos departamentas. [interaktyvus]. [žiūrėta 2006.12.17]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/pages/view/?id=1343>>

nuomonės tyrimų kompanijos „SMG/KRC“ spaudos tyrimų modelį. Į tyrimą buvo įtraukti tik tie žurnalai, kurių „Lietuvos spauda“ parduoda daugiau nei 700 kopijų ir kurie platinami ne kaip laikraščių priedai, o atskirai.

Atlikus knygų rinkos tyrimus, paaiškėjo, kad šiuo metu daugiausia išleidžiama praktinės reikšmės knygų, t.y. mokymo priemonių, žinytų, žodynų, enciklopedinio pobūdžio leidinių, brangių albumų. 1990-2001 m. labai išaugo žurnalų leidyba.

Lietuvos rinkos tyrimus atliekanti „TNS Gallup“ kasmet pristato ir šalies skaitytojų bei leidybos rinkos tyrimus. Analizuojant eilės metų rezultatus galima stebėti skaitytojų auditorijos pokyčius.

Nacionalinį skaitytojų tyrimą „TNS Gallup“ atlieka nuo 1998 metų. Šio tyrimo tikslas — nustatyti laikraščių ir žurnalų skaitytojų auditoriją. Tyrimas atliekamas kiekvieną mėnesį, o jo duomenų ataskaitos pateikiamos kas sezoninį ketvirtį (žiemos, pavasario, vasaros ir rudens mėnesiais). Kiekvieną ketvirtį apklausama daugiau nei 1500 respondentų 15-74 metų amžiaus. 2005 metais buvo apklausta daugiau nei 6200 respondentų. Šio tyrimo duomenys leidžia įvertinti leidinių vidutinę vieno numerio ir bendrą skaitytojų auditorijas bei jų dinamiką, nustatyti leidinių tikslines grupes.

2005 atlikto tyrimo rezultatai parodė, kad Lietuvos spaudos rinka – nuolat kintanti. Labiausiai vykstančius pokyčius atspindi tiriamų leidinių sąrašas. Sąrašas yra atnaujinamas prieš kiekvieną sezoninį ketvirtį, įtraukiant rinkoje atsiradusias naujienas bei išimant iš tyrimo pasitraukusius iš rinkos leidinius. 2005 metų tyrimo analizė parodė, kad situacija labai mažai pasikeitė lyginant su 2004 metais, leidinių skaitomumas išlieka toks pats. 2005-ais metais vidutinė savaitraščių skaitytojų auditorija išlieka tokia pati kaip ir 2004 metais - 65 proc. 2005 metais aktyvesnis spaudos skaitytojas išlieka miestietis.²

1.3 Lietuvos leidybos verslas šiandien

Lietuvos ekonomikos įvertinimas rodo, jog leidyba šiuo metu yra vienas iš sparčiausiai besivystančių vadinamojo „kūrybinių industrijų“ sektoriaus verslų. Leidyklas jungianti „Lietuvos leidėjų asociacija“ atstovauja bendrus leidėjų interesus ir yra puiki Kultūros ministerijos partnerė dalyvaujant įvairaus pobūdžio renginiuose, pristatant Lietuvos leidybą, literatūros autorius arba knygos meną. Kultūros ministerijos ir „Lietuvos leidėjų asociacijos“ partnerystė sudaro sąlygas Lietuvos leidėjams dalyvauti svarbiausiose Europos knygų mugėse: Frankfurto, Geteborgo, Maskvos, Varšuvos,

² Tns gallup tyrimai, metinė žiniasklaidos tyrimų apžvalga 2005. [interaktyvus]. [žiūrėta 2006.12.17]. Prieiga per internetą: <<http://www.tns-gallup.lt/bin/2006-TNS-LT.pdf>>

Bolonijos ir t.t. Kultūros ministerija dažnai dalinai paremia leidėjų dalyvavimą. Kadangi leidyba daugeliu atvejų yra ir verslas, Leidėjų asociacija kartais užsitikrina ir dalinę Ūkio ministerijos paramą. Ši organizacija tampa labai svarbia ministerijos partnere tais atvejais, kai Lietuva pakviečiama dalyvauti kokioje nors svarbioje tarptautinėje knygų mugėje šalies viešnios teisėmis. Kaip pavyzdį galima būtų paminėti Frankfurto knygų mugę bei neseniai vykusią Geteborgo knygų mugę, kurioje dalyvavo delegacijos iš Lietuvos. Rengdamasi dalyvauti tokioje mugėje, Leidėjų asociacija atsako už nacionaliniame stende eksponuojamų knygų atranką bei teminius parodos katalogus. Ji taip pat tarpininkauja tarp ministerijos ir leidėjų sprendžiant įvairius organizacinius klausimus.

Rengiantis dalyvauti knygų mugėje, šalies viešnios teisėmis, be Lietuvos leidėjų asociacijos, Kultūros ministerijai talkina ir jos pačios įsteigtos viešoji įstaiga „Lietuvos institutas“ bei „Lietuviškos knygos“. Pastaroji pagal savo nuostatus rūpinasi Lietuvos literatūros sklaida užsienyje ir yra veiksmingiausia Lietuvos literatūros autorių koordinatorė, jiems dalyvaujant tarptautiniuose renginiuose. „Lietuviškos knygos“ iš dalies remia ir Lietuvos autorių knygų vertimus į užsienio kalbas, rengia seminarus vertėjams ir t.t. „Lietuvos institutas“ rūpinasi kultūrinėmis programomis įvairiuose renginiuose – parodomis, koncertais, teminiais seminarais. Šįkart rengiantis dalyvauti Geteborgo mugėje prie kultūrinės programos rengimo ypač prisidėjo Lietuvos kultūros atašė Švedijos Karalystėje.

Leidybai, kaip ir kiekvienam verslui - rinka yra lemiamas veiksnys. Kokybė yra tiesiogiai susijusi su kaina ir su pirkėjų pasirengimu už ją mokėti. Kiekviena parduodama knyga yra „komercinė“ ir tai nepriklauso nuo jos kokybės. Kalbant apie leidžiamos knygos spaudos kokybę, Lietuva nenusileidžia kitoms valstybėms, o dažnai ir jas pranoksta. Kalbant apie knygų turinį, akivaizdu, kad leidyklos jau atrado ir užpildė daugumą nišų. Pačiai rinkai reikia tam tikros pasiūlos įvairovės, nors tiesa ir tai, jog ji marginalizuoja tam tikrą literatūrą, kuri yra svarbi Lietuvos kultūrai. Pavyzdžiui, Lietuvos kultūros istorijai, kalbai, literatūros istorijai svarbūs leidiniai, šaltiniai, informaciniai leidiniai yra brangūs, parengti bei išleisti, bet nėra populiarūs. Dėl šios priežasties valstybė iš dalies remia Lietuvos leidėjų projektus.

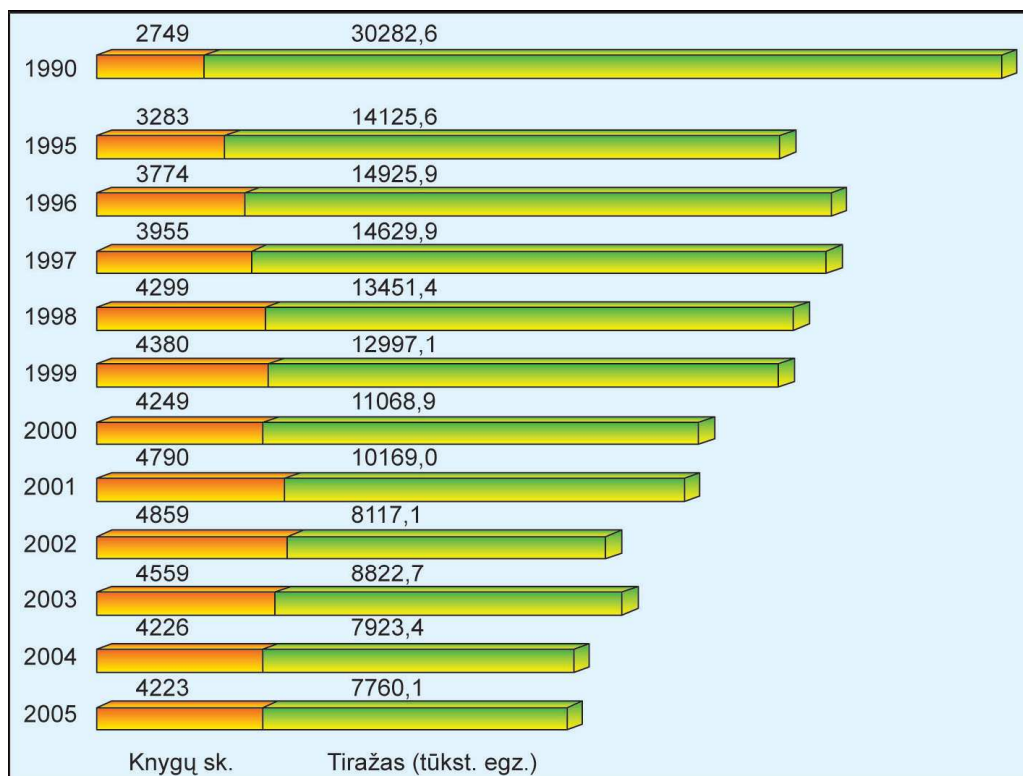
Programinis atrinktų leidybos projektų finansavimas yra pagrindinis svertas, darant įtaką leidybos turiniui. Ministerija, pagal galimybes taip pat remia Lietuvos leidėjų asociacijos dalyvavimą įvairiuose tarptautiniuose leidėjų renginiuose – konferencijose, seminaruose. Kartais remiami ir pačios asociacijos rengiami seminarai aktualiomis temomis. Ministerija kartu su Lietuvos dailininkų sąjunga bei „Vilniaus dailės akademija“ kasmet rengia knygos meno konkursą, kurio laureatai pristatomi Vilniaus knygų mugėje, bet eksponuojami kitų mugių analogiškose ekspozicijose. Per knygos meno konkursą

gražiausias metų knygas atrenka dvi ekspertų komisijos, sudarytos iš dailininkų, spaustuvinkų ir kitų knygos meno žinovų. Taip ne tik kokybiškos išvaizdos, bet ir aukšto meninio lygio knygos turi tapti orientyru leidėjams, siekiant praturtinti Lietuvos knygų rinką aukščiausios kokybės leidiniais.

1.4 Lietuvos leidybinės veiklos indėlio ekonominis įvertinimas

Reikia pažymėti, kad kultūros statistika yra mažai nagrinėta tema ne tik Lietuvoje, bet ir kitose šalyse. Šiuo metu Europos Bendrijų statistikos biuras (Eurostatas) tik ketina parengti metodines kultūros ir kitos kūrybinės veiklos vertinimo nuostatas.

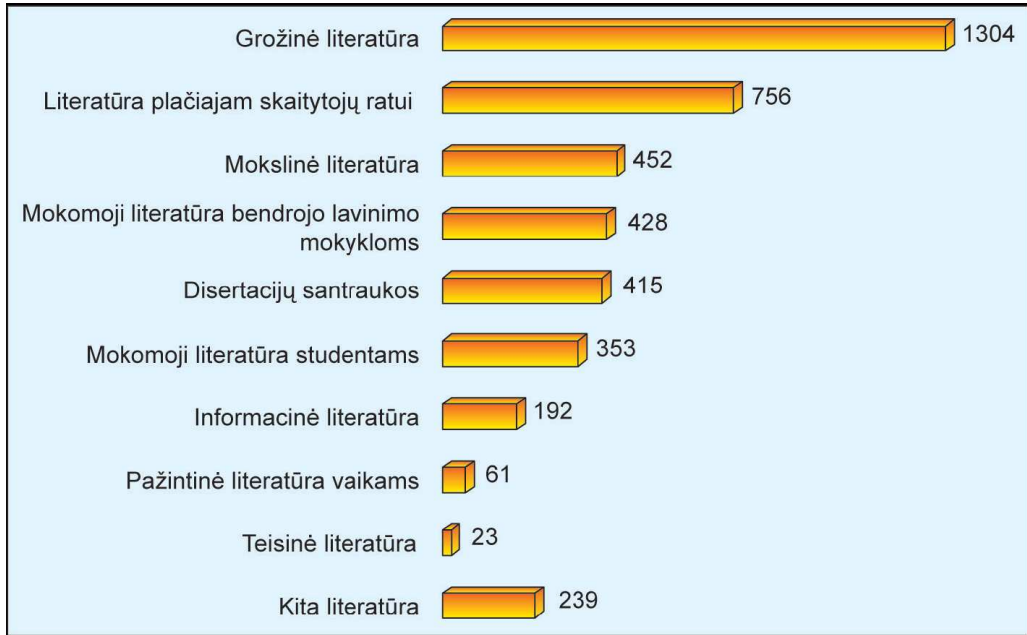
Keičiantis politiniam, ekonominiam ir kultūriniam Lietuvos gyvenimui, keitėsi ir šalies knygų leidėjai. Pirmieji pokyčiai pastebėti dar devintojo dešimtmečio pabaigoje, Lietuvos atgimimo laikotarpiu, kai susilpnėjus cenzūrai, pasikeitus įstatymams, rinką užplūdo istoriškai aktuali literatūra. Dešimtojo dešimtmečio pradžioje padaugėjo leidyklų, o leidyba tapo pelningu verslu. Tą laikotarpį galėtume laikyti leidybos bumu metais, nes knygos, leidžiamos šimtatūkstantiniais tiražais, buvo sėkmingai parduodamos. Kaip rodo Lietuvos spaudos statistika, 1990-2002 metais knygų buvo išleidžiama vis daugiau. 2002 metai – rekordiniai metai, nes vėliau knygų pavadinimų skaičius pradėjo pamažu mažėti. Tai aiškintina knygų rinkos perprodukcija (*1 paveikslas*).



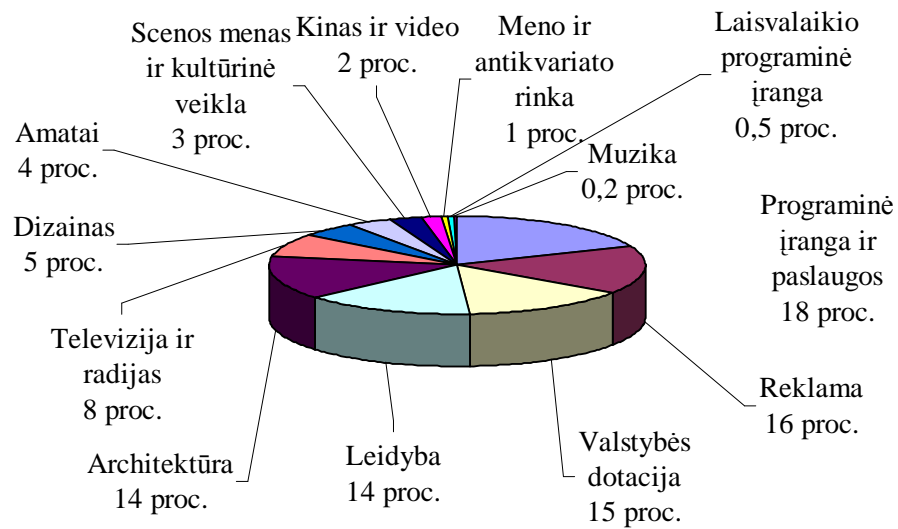
1 paveikslas. Knygų, žurnalų ir laikraščių leidyba³

Šiuo metu didžiausia leidžiamos produkcijos dalį sudaro grožinė literatūra (1304 leidiniai), tuo tarpu mažiausiai išleidžiama teisinės literatūros (23 leidiniai). Analizuojant statistikos duomenis akivaizdžiai matyti, kad maždaug vienodai išleidžiama mokslinės literatūros (452 leidiniai), disertacijų santraukų (415 leidinių) bei mokomosios literatūros bendrojo lavinimo mokykloms (428 leidiniai), šiek tiek mažesnis kiekis išleidžiamas mokomosios literatūros studentams – 353 leidiniai. (2 paveikslas).

³ Lietuvos Nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka bibliografijos ir knygotyros centras. Lietuvos spaudos statistika 2005. Prieiga per internetą: < <http://www.lnb.lt/doc/bkc/statistika2005.pdf> >



2 paveikslas. Knygos ir brošiūros pagal paskirtį⁴



3 paveikslas. Pajamų struktūra pagal kūrybines ekonomines veiklas 2002 m.⁵

⁴ Lietuvos Nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka bibliografijos ir knygotyros centras. Lietuvos spaudos statistika 2005. Prieiga per internetą: < <http://www.lnb.lt/doc/bkc/statistika2005.pdf> >

⁵ Lietuvos statistikos departamento, Lietuvos radijo ir televizijos, LATGAA ir AGATA duomenys.

Leidyklų pateikiami duomenys yra pakankamai reprezentatyvūs, nes šios veiklos ir Statistikos departamento naudojamame Ekonominių veiklų klasifikatoriuje išskiriamos į atskirus skyrius, kurie apima ir susijusių smulkių specializuotų įmonių veiklą. Jų dalis bendroje pajamų struktūroje sudarė atitinkamai po 14 proc.

2002 m. kūrybinę ekonominę veiklą plėtojo vidutiniškai 57 tūkst. darbuotojų, arba 4 proc. šalies dirbančiųjų. Kūryba ir su ja susijęs darbas buvo 7126 įmonių ir biudžetinių įstaigų veiklos pagrindas. Pelningiausia buvo užsiimti leidyba. Vidutiniškai per mėnesį leidybos įmonės savininkas pasiekdavo 2,9 tūkst. Lt grynojo pelno.

2 lentelė. Leidybinės veiklos srities darbuotojų skaičius ir našumas 2002 m.⁶

Ekonominė veikla	Vidutinis darbuotojų skaičius (tūkst.)	Pridėtinė vertė vienam darbuotojui (tūkst. Lt)
Leidyba	4,7	29,6

3 lentelė. Leidybinės veiklos pajamos 2001–2002 m.⁷

Ekonominė veikla	Veiklos aprašas	Pajamos (tūkst. Lt)		
		2001	2002	Pokytis (proc.)
Leidyba	Knygų, laikraščių, žurnalų ir periodinių leidinių, garso įrašų ir kita leidyba	311792,0	352189,0	13,0

1.5 Knygų leidybos pramonė ir vieninga ES rinka

Šią analizę derėtų pradėti nuo vieningos Europos rinkos įtakos bendrai ES kultūrinei erdvei. Vieningos Europos rinkos sukūrimas yra pagrįstas bendra ES pilietybe ir kultūriniu identitetu, tačiau ši rinka negali būti skurta sėkmingai neišsaugojus atskirų ES valstybių narių kultūrinių ypatumų ir bruožų, susijusių su jų kalba, religija ir ideologija. Šiuo atžvilgiu Europos vieningos rinkos sukūrimas

⁶ Lietuvos statistikos departamento, LATGAA, kūrybinių sąjungų duomenys.

⁷ Lietuvos statistikos departamento, Lietuvos radijo ir televizijos, LATGAA ir AGATA duomenys

visų pirma yra susijęs su kultūriniu aspektu. Sukūrus bendrą kultūrinę ES erdvę, kurioje toleruojamos visų valstybių narių visuomenių kultūros bruožai, galima sėkmingai bendradarbiauti ir politikos srityje. Taigi kultūrinis bendradarbiavimas yra svarbi politinio bendradarbiavimo prielaida. „Kultūros pramonė ir kultūrinė veikla“ taip pat yra glaudžiai susijusi su pramonės ir komercijos progresu.

Dėl to pagrįstai galima teigti, kad knygų leidybos pramonė atlieka svarbų vaidmenį Europos kultūrinės erdvės plėtros, o kartu ir vieningos Europos rinkos sukūrimo procese, kuriame dalyvauja Bendrijos institucijos, valstybių narių institucijos ir knygų leidėjai. Tokią mintį oficialiai yra pareiškusi ir Europos Komisija: „Bendrijos kultūros politikos skatinimas yra būtinas siekiant visapusiškos ir darnios Bendrijos plėtros“.

Jeigu kultūra yra vienas iš pagrindinių veiksnių kuriant Europą be sienų, tai šiuo atveju svarbu aptarti, kokią įtaką bendroji rinka turi knygų leidybos pramonei ir kokių veiksnių knygų leidybos rinkoje imasi Bendrijos institucijos.

1.5.1 Europos Sąjungos įtaka leidybos rinkai

Dėl laisvo asmenų, prekių ir paslaugų judėjimo bei teisės vykdyti veiklą bet kurioje ES valstybėje narėje, kai kuriose valstybėse senoji knygų leidybos sistema patyrė tam tikrų pokyčių. Pavyzdžiui, Ispanijoje šeimos leidybos įmonėms konkurenciją sudaro naujai įsikūrusios kitų valstybių narių kapitalo knygų leidybos įmonės. Dėl to Ispanijoje senosios knygų leidybos įmonės pradėjo netekti savo dalies knygų leidybos rinkoje, nes naujai atsiradusios ir progresyvios įmonės ne tik perėmė iš jų dalį rinkos, bet ir plečiasi į kitas rinkas. Panaši situacija susidarė ir Prancūzijoje, kurioje smulkios ir vidutinės knygų leidybos įmonės bankrutavo arba susijungė, arba jas nupirko naujos stambaus kapitalo leidyklos.

Tarptautiniu mastu taip pat pastebimos tam tikros tendencijos knygų leidybos srityje. Pvz., Longman group (JAV) užima ne tik didelę dalį JAV rinkoje, bet jai taip pat priklauso nemaža dalis Europos leidyklų, kurios specializuojasi knygų ES valstybių narių kalbomis leidyboje. Susijungė Pearson (JK) ir Elsevier (Nyderlandai).⁸

Akivaizdu, kad knygų leidybos rinkoje vyksta nuolatiniai integracijos procesai, susiję su leidybos įmonių nuolatinio judėjimu iš vienu rankų į kitas. Dėl to vis dažniau knygų leidėjų asociacijose kalbama ne apie pačią knygų leidybą, o apie teisinius, ekonominius leidybos įmonių aspektus, t. y. kaip

⁸ KOBAN, Fred and LUEY, Beth. The structure of international publishing in the 1990s. London: Transaction Publishers. The publishing industry and the single European market, 1992.p. 223

apsaugoti vietos kapitalo knygų leidybos įmones nuo užsienio pirkėjo, koku būdu galima nusipirkti leidybos įmones kitoje valstybėje ir tokiu būdu įeiti į kitą rinką.

Elsevier leidyklos profesorius Pierre Vincken pareiškė, kad dėl konkurencinės politikos, kurią vykdo ES, kai kurios leidyklos bus nupirktos, kai kurios – ne. Dėl to norint, kad tavęs nenupirktu tu turi jungtis su kitomis leidyklomis arba prisijungti kitas leidyklas, kad taptum per stambus tapti preke. Visa tai lemia, kad knygų leidybos įmonės vis daugiau dėmesio turi skirti komercinių sandorių, susijusių su įmonės statusu, sudarymui. Anksčiau knygų leidėjo veikla iš esmės buvo susijusi su tokiais knygų leidybos klausimais kaip: Kokias knygas leisti? Kaip gauti pelno? ir panašiais. Šiuo metu knygų leidėjo vienas iš pagrindinių dienos „darbotvarkės“ klausimų: Kaip išlikti rinkoje ir išsaugoti savo pozicijas?

Kodėl visa tai vyksta? Vienas žymiausių Europos bibliotekininkų Franz G. Kaltwasser nurodo 3 priežastis:

Pirma, tai, kas neišvengiama, turi būti padaroma.

Antra, akcininkų ir savininkų tikslas – didinti pelną. Šiuo atveju svarbų vaidmenį atlieka vadyba, kuri dėl stiprios konkurencijos gali priimti labai rizikingus sprendimus, dėl kurių vėliau įmonė gali patekti į sunkią finansinę padėtį, ją perims konkurentai arba gauti labai didelį pelną.

Trečia, leidėjai siekia kuo didesnio pelno, kuo mažesnėmis sąnaudomis.⁹

1.5.2 Dabartinė ES knygų leidybos rinkos padėtis

Europos Sąjungos narės sudaro pakankamai susiskaldžiusią ir nevienodą rinką. Šiuos skirtumus atspindi toliau pateikiami pastebėjimai:

1. visų pirma didžiosios Bendrijos valstybės, tokios kaip Vokietija, Jungtinė Karalystė, Prancūzija, Nyderlandai, Italija ir Ispanija sudaro didelę knygų leidybos rinkos dalį, t. y. šios valstybės yra dominuojančios atsižvelgiant į naujai išleidžiamų leidinių skaičių per metus ir jų tiražus. Likusios valstybės narės neturi ypatingai didelės reikšmės, nes jų užimama rinkos dalis yra labai maža;
2. skirtinga yra knygų leidybos infrastruktūra kiekvienoje valstybėje narėje. Tai priklauso nuo galimybės tiesiogiai naudotis konkrečia informacija, valstybių narių pažanga diegiant

⁹ KOBAN, Fred and LUEY, Beth. The structure of international publishing in the 1990s. London: Transaction Publishers. The publishing industry and the single European market, 1992.p. 221

informacinės technologija verslo srityje, knygų parduotuvių tinklu ir bibliotekų sistema valstybėje;

3. panašias išvadas galima padaryti ir apie skaitytojų skonį valstybėse narėse. Tai, kas mėgstama vienoje valstybėje narėje nebūtinai turės pasisekimą kitoje. Pvz., Vokietijoje, Nyderlanduose ir Jungtinėje Karalystėje daugiau nei 70 proc. gyventojų mėgsta skaityti, tuo tarpu domėjimasis knygomis yra mažesnis pietinėse valstybėse narėse, tokiose kaip Graikija ar Portugalija;
4. galiausiai mokesstinės nuostatos dėl pridėtinės vertės mokesčio yra skirtingos kiekvienoje valstybėje narėje ir svyruoja nuo 0 proc. Jungtinėje Karalystėje, Italijoje iki 22 proc. Danijoje.

1.5.3 ES Bendrija ir knygų leidybos pramonė

Europos Bendrijos pagrindinis įkūrimo tikslas – panaikinti ekonomines ir socialines kliūtis ir palengvinti laisvą prekių, paslaugų ir asmenų judėjimą tarp Bendriją sudarančių valstybių. Taigi pirminis tikslas – bendradarbiavimas ekonominėje srityje ir bendros ekonominės erdvės sukūrimas. Dėl to Romos sutartyje nėra nuostatų, susijusių su kultūra ar kultūriniu bendradarbiavimu.

Ilgą laiką Europos kultūrinės erdvės klausimai buvo aptariami tik nacionaliniu lygiu, o Bendrija delsė nustatyti bendrą knygų leidybos politiką, kuri turėjo skatinti ir užtikrinti knygų rinkos (kurią sudaro kūrėjai, leidėjai, pardavėjai ir skaitytojai) plėtrą. Tik 8 dešimtmečio pabaigoje tapo akivaizdu, kad šioje srityje Bendrijos institucijos privalo imtis atitinkamų veiksmų.

Vokietija ir Prancūzija buvo pagrindinės valstybės, kurios inicijavo Europos kultūrinės erdvės sukūrimą paversti vienu iš Bendrijos tikslų. 1977 m. ir 1983 m. Europos Parlamentas patvirtino dvi rezoliucijas dėl Bendrijos veiksmų kultūros srityje. Šiose rezoliucijose aptariamas laisvas kultūrinių gėrybių judėjimas, asmenų dirbančių kultūros sektoriuje gyvenimo ir darbo sąlygų reformos bei kultūrinio paveldo apsaugos klausimai.¹⁰

1.5.4 ES Bendrija ir knyga

Nuo Europos Parlamento priimtų rezoliucijų Bendrijos teisės aktų procese atsirado dokumentų, susijusių su Europos kultūrinės erdvės sukūrimu, o tuo pačiu ir su knygų leidybos pramone. 1985 m.

¹⁰ KOBAN, Fred and LUEY, Beth. The structure of international publishing in the 1990s. London: Transaction Publishers. The publishing industry and the single European market, 1992.

Ministrų tarybos priimtame komunikate dėl knygų kainų nurodoma, kad „Knyga yra Europos kultūrinio paveldo sudėtinė dalis ir jos gamyba ir pardavimas yra esminės svarbos vystant ir plėtojant Europos kultūrinį identitetą.“¹¹

Tais pačiais metais Bendrija priėmė dvi svarbias rezoliucijas. Vieną iš jų priėmė Europos Parlamentas, tai rezoliucija dėl Konsultacinio Bendrijos knygų komiteto sukūrimo (ši komiteta sudaro oficialūs valstybių narių atstovai, leidėjai, knygų pardavėjai, vertėjai ir bibliotekininkai), kitą rezoliuciją dėl Bendrijos veiksmų knygų rinkos srityje¹², priėmė Ministrų Taryba.

Abu šie dokumentai atspindi dvigubą knygų prigimtį Bendrijoje, visų pirma knygos – tai produktai skirti parduoti ir antra – tai kultūrinio paveldo dalis, t. y. kultūrinės gėrybės. Dėl to Bendrijos lygiu reikėjo paruošti išsamią ataskaitą apie knygų kūrimo, gamybos ir pardavimo problemas knygų rinkoje ir numatyti tinkamas priemones, kurios skatintų knygų pardavimą ir leidybą visoje Bendrijoje. Šią ataskaitą parengė Ispanijos atstovas Europos Parlamente Barral Agesta. Ją Europos Parlamentas patvirtino 1987 m. liepos 10 d. Rezoliucijoje Europos Parlamentas patvirtina eilę pasiūlymų dėl kai kurių su knygų rinka susijusių klausimų. Tarp šių pasiūlymų verta paminėti rašytojų teisių statuto sudarymą; vieningo PVM nustatymą literatūrinių kūrinių kūrybai, leidybai ir knygų pardavimui, buvo nustatytas žemiausias 0 proc. tarifas; prekybai knygomis taikomų taisyklių suderinimas; pasiūlymą priimti Bendrijos teisės aktus dėl kovos su knygų piratavimu; paremti bibliotekų ir knygynų tinklo plėtrą bei sukurti kompiuterizuotą Bendrijos bibliotekų centrą.¹³

Vėliau pagrindinės Bendrijos institucijos priimdamos atitinkamus teisės aktus atsižvelgdavo į šioje Europos Parlamento rezoliucijoje pateiktus pasiūlymus. Pagrindinis institucijų tikslas buvo sudaryti veiksmų planą, kuriuo remiantis būtų galima sukurti knygų leidybos rinką be sienų. Tarp tokių planų galima paminėti 1989 m. balandžio 26 d. Europos Komisijos priimtą rezoliuciją dėl Bendrijos veiksmų plano knygų rinkos ir skaitymo srityje. Šioje rezoliucijoje atkreipiamas dėmesys į tai, kad knygoms ir skaitymui didelę konkurenciją sukelia masinės žiniasklaidos ir garso bei vaizdo priemonės ir technologijos.

Ministrų Taryba nusprendė įgyvendinti eilę priemonių tarp kurių galima paminėti instrukcijų rašytojams ir vertėjams sudarymą, kuriose pateikiama teisinė ir finansinė informacija; numatomos

¹¹ COM 1985, 258 final

¹² COM 1985, 681 final

¹³ KOBAN, Fred and LUEY, Beth. The structure of international publishing in the 1990s. London: Transaction Publishers. The publishing industry and the single European market, 1992.

kasmetinės premijos už literatūrinę kūrybą ir vertimus; numatomas knygų rinkos statistinių duomenų periodinis skelbimas; knygų leidybos ir skaitymo skatinimo akcijų rengimas.

Yra ir daugiau svarbių klausimų, kurie nenurodyti minėtame veiksmų plane, tačiau yra susiję su knygų leidybos sektoriumi. Pvz.,

- mokesčių harmonizavimas;
- knygų kainų nustatymas;
- tarptautinė prekyba knygomis.

Ministrų Taryba išreiškė norą ieškoti atsakymų į šiuos klausimus ir priimti tinkamus sprendimus, kurie padėtų sukurti vidaus knygų rinką be kliūčių.

Iš viso to, kas aptarta galima akivaizdžiai pastebėti, kaip skyrėsi Bendrijos požiūris į kultūrinės erdvės sukūrimą: nuo 1957 m., kai buvo priimta Romos sutartis reglamentavusi tik ekonominius klausimus iki šių dienų, kai kultūrinis bendradarbiavimas ir kultūros klausimai tapo taip pat svarbūs kuriant vieningą Europos rinką.

Šis progresas yra ypatingai svarbus. Bendrijos institucijos pripažįsta, kad knygų rinka taip pat yra labai svarbi kuriant vieningą rinką, tačiau praktiškai buvo priimta nedaug rezoliucijų šiuo klausimu.

1.5.5 Knygų leidybos pramonė ir ES vidaus rinka

Atsižvelgiant į bendros rinkos sukūrimą 1992 m. galima išskirti tris svarbius aspektus, tiesiogiai susijusius su knygų leidėjais ir knygų leidyba.

1. Bendros rinkos sukūrimas reiškia daugelio kliūčių panaikinimą. Dėl to knygų leidėjai atsiduria naujoje konkurencinėje aplinkoje ir tai yra svarbus iššūkis, į kurį reikia reaguoti greitai ir veiksmingai. Knygoms kaip kultūrinėms gėrybėms ir prekėms įtakos turės visos keturios pagrindinės Bendrijos laisvės, numatytos Romos sutartyje ir Vieningame Europos Akte. Tai laisvas asmenų, prekių, paslaugų ir kapitalo judėjimas. Priimant sprendimus reikia atsižvelgti į naujas technologijas ir audiovizualines žiniasklaidos priemonių galią.

2. Knygų leidybos pramonė vieningoje rinkoje turi būti subalansuota ir turi būti atsižvelgiama į visų knygų rinkoje dalyvaujančių subjektų poreikius, nuo autoriaus iki skaitytojo. Norint pasiekti šią subalansuotą rinkos padėtį turi bendradarbiauti visi leidėjai, ne tik knygų pardavėjai ir spaudėjai. Taip pat reikia atsižvelgti į autorinių teisių apsaugą ir skaitymo įpročių skatinimą. Šiuo atžvilgiu knygų leidėjo tikslas – sukurti pastoviai skaitančią visuomenę.

3. Europos leidybos rinka šiuo metu yra gerai išplėtotą. Didžiosiose Bendrijos valstybėse narėse knygos yra pagrindinis žinių įgijimo šaltinis pralenkiantis radiją ir televiziją.

Remiantis leidėjų patirtimi ir empiriniais tyrimais galima teigti, kad knyga vis dar yra svarbi Europos kultūros sudėtinė dalis. Knygos įtaka ir galia negalima abejoti nei Europos, nei viso pasaulio požiūriu. Ji vis dar išlaiko savo pozicijas ir yra svarbi kiekvienos valstybės kultūros sudėtinė dalis. Priešingai nei kitos Bendrijos pramonės sritys, knygų leidybai nereikia finansinės pagalbos. Knygų leidėjams reikia tik tinkamos ir palankios aplinkos bei neiškraipytų konkurencinių sąlygų. Tokioje palankioje aplinkoje knygų leidėjai gali gaminti geresnes knygas, skatinti autorių kūrybą ir pateikti knygą skaitytojui pačiomis palankiausiomis sąlygomis.

1.5.6 ES Bendrijos institucijų požiūris į leidybos rinką

Bendrijos institucijų veiksmai, siekiant sukurti tinkamą aplinką knygų leidėjams ir skatinti jų veiklą, reikia pagrįsti 2 pagrindinėmis prielaidomis: bendradarbiavimu su visais leidėjais ir tarpvyriausybėmis organizacijomis bei tinkamų konkurencinių sąlygų sukūrimu.

Bendradarbiavimas yra pagrindinis veiklos principas, kuriuo turi būti grindžiama Bendrijos veikla knygų leidybos srityje. Bendradarbiavimas turi apimti platų subjektų ratą – tarpvyriausybines organizacijas (Europos Taryba, UNESCO, WIPO), leidėjus, autorius, vertėjus, knygų pardavėjus ir bibliotekų darbuotojus. Akivaizdu, kad Konsultacinis Bendrijos knygų komitetas šioje srityje atlieka pagrindinį vaidmenį.

Vienas iš pagrindinių Bendrijos tikslų – sukurti vieningą Europos rinką. Knygų leidybos rinka yra sudėtinė vieningos Europos rinkos dalis, dėl to šioje srityje turi būti sukurtos tokios pat sąlygos, kokios kuriamos kitiems pramonės sektoriams.

1983 m. priimtoje rezoliucijoje Europos Parlamentas ir Komisija pabrėžė, kad Bendrijos institucijos veiks kultūros labui ir nesieks daryti dirbtinės įtakos kultūros formavimui.¹⁴

1.5.7 Keletas priemonių, susijusių su ES leidybos rinka

Daugelyje savo dokumentų, rezoliucijų, pranešimų Bendrijos institucijos išanalizavo ir pasiūlė daugybę priemonių, kuriomis siekiama plėtoti kultūrinio sektoriaus plėtrą, ypač daug dėmesio skiriama knygoms.

¹⁴ KOBAN, Fred and LUEY, Beth. The structure of international publishing in the 1990s. London: Transaction Publishers. The publishing industry and the single European market, 1992.

Pažymėtina, kad svarbiausios priemonės, kurias reikia įgyvendinti Bendrijos lygiu, yra šios:

1. Bendros Europos politikos, susijusios su autoriais ir vertėjais, taikymas. Tokiu koordinavimu turi būti siekiama apibrėžti jų statusą ir santykius su leidėjais. Tuo pat metu reikia imtis veiksmų, kuriais būtų suderinamos teisės aktų reglamentuojančių autorinių teisių apsaugą ir leidybos sutartis nuostatos. 1988 m. Europos Komisijos išleista Žalioji knyga dėl autorinių teisių ir techninių iššūkių nustato tinkamą visų suinteresuotųjų šalių pradinę padėtį derantis dėl tinkamų sprendimų priėmimo (COM 1988, 172 final).

Tikėtina, kad patvirtintas penkerių metų finansinės paramos projektas, kuriuo suteikiama parama laikinų literatūrinių darbų vertimui, padės gerinti knygų vertimų kokybę. Šioje srityje Bendrija taip pat turi imtis atitinkamų veiksmų, kuriais būtų sukurti vertėjų mokymų ir kvalifikacijos kėlimo centrai. Pakankamas dėmesys vertimui ir vertėjams padės išvengti kalbos kliūčių, kurios sunkina apsikeitimą informacija ir knygų leidybos pramonės plėtrą.

2. Reikia nustatyti knygų paskirstymo kanalus pagal rinkos poreikius, t. y. panaikinti visas laisvo knygų judėjimo kliūtis. Šiuo atžvilgiu su knygų judėjimu yra susiję kiti rinkos sektoriai, o būtent, pigios, kokybiškos ir greitos pašto bei pervežimo paslaugos. Bendrija turi imtis veiksmų, kurie užtikrintų greitą ir paprastą knygų gabenimą visoje jos teritorijoje pačiomis palankiausiomis sąlygomis.

3. Kalbant apie ekonominius ir mokesčių klausimus, reikia atkreipti dėmesį į knygų kainą ir apmokestinimą. Dėl kainų: knygų leidėjai mano, kad visoje Bendrijoje turi būti nustatoma vienoda knygų kainų sistema atsižvelgiant į daugumoje Bendrijos valstybių jau egzistuojančias kainų sistemas. 1987 m. Europos Parlamentas priėmė rezoliuciją, pagal kurią knygoms taikomas PVM tarifas buvo pakeltas nuo 4 proc. iki 9 proc. ir knygų leidėjai turi siekti, kad šis tarifas palaipsniui būtų sumažintas iki 0 proc. PVM tarifo knygoms.

4. Vienas iš svarbiausių Europos kultūrinio progreso veiksnių, tinkamas bibliotekų organizavimas ir jų veikla. Bendrijos institucijos yra priėmusios tam tikrus dokumentus susijusius su bibliotekų veiklos modernizavimu ir skirtingose valstybėse narėse esančių bibliotekų tarpusavio bendradarbiavimu.

5. Knygų skaitytojų įpročių formavimas ir pastovaus skaitytojų rato išlaikymas taip pat yra svarbus bendrai knygų rinkai. Bendrijos leidėjai formuodami skaitytojų auditoriją turi veikti vieningai, nes tik tokiu būdu galima pasiekti veiksmingų rezultatų. Knygų leidėjai turi skatinti knygų skaitymą ne tik Bendrijos rinkoje, bet ir už Bendrijos ribų esančiose rinkose, kurių dalyviai yra leidėjai. Šiam tikslui pasiekti turi būti išnaudojamos visos tinkamos priemonės, ypač masinės žiniasklaidos priemonės.

6. Panaikinus vidaus rinkos kliūtis ir sukūrus vieningą rinką, dėmesys turi būti atkreipiamas į užsienio prekybą. Pagrindiniai tikslai šioje srityje turi būti šie:

- 1) suderinti ir koordinuoti užsienio prekybos politiką;
- 2) Bendrijos lygiu sukurti sistemą, kuri skatintų knygų leidybą ir eksportą į užsienio šalis.

7. Neteisėta reprografija sukelia daug nuostolių knygų leidėjams, autoriams ir visai knygų leidybos pramonei. Dėl to Bendrijos institucijos turi dėti visas įmanomas pastangas, kad su šiuo neigiamu reiškiniu būtų sėkmingai kovojama visose Bendrijos valstybėse narėse. Pvz., Ispanijoje yra įkurtas Reprografijos teisių centras, kurio tikslas apsaugoti leidėjų ir autorių teises.

8. Patikimų informacijos šaltinių apie valstybių skaitytojų įpročius trūkumas taip pat suvaržo leidėjų galimybes dalyvauti kitose rinkose.

1.6 Leidėjų perspektyvos ES rinkoje

Vieninga Europos vidaus rinką gali tapti galinga priemone, užtikrinančia veiksmingą knygų leidybos rinkos funkcionavimą. Tačiau net ir vieningoje rinkoje atsiras įvairių kliūčių, kurias leidėjai turės įveikti.

Nauja konkurencinė aplinka bus ypač stipri, tačiau visapusiškai naudinga knygų leidėjams. Daug leidėjų išnys neatlaikę konkurencinių sąlygų arba juos nupirks stambios leidybos įmonės. Stambių įmonių dominavimas iš esmės nesuderinamas su su mažų ir vidutinių leidybos įmonių egzistavimu ir veikla. Tolesnė tokių įmonių veikla, nepaisant to, jos egzistuos nepriklausomai ar priklausydamos stambiesiems leidėjams, pasikeis. Šie pasikeitimai bus susiję su jų galimybėmis rinkoje ir veiklos pobūdžiu, nes didžiosios įmonės sieks gauti kuo daugiau pelno iš tokių mažų ir vidutinių leidyklų, priešingu atveju tokia leidykla taps sudėtine didžiosios įmonės dalimi arba padaliniu ir jos vardo rinkoje nebeliks.

Įmonės turės taikyti naujas vadybos ir strateginio planavimo sistemas, kurios turės sukurti patrauklų ir kokybišką produktą. Vis daugiau dėmesio reikalaus rinkos tyrimai. Norėdamas sėkmingai dirbti vieningoje Europos rinkoje leidėjas privalės nuolat tirti rinką, ne tik savo valstybėje, bet ir visoje Bendrijoje, ir operatyviai reaguoti į rinkos pokyčius. Šioje srityje ypač svarbus leidyklų bendradarbiavimas ir veiksmų koordinavimas.

1.6.1 Leidybos verslo vystymasis

Kalbant apie leidybos verslą, svarbiais tradicinės knygų leidybos elementais egzistavusiais jau prieš 30 metų buvo laikomi leidybos įmonė, kokybė bei asociacijos arba bendradarbiavimas.

Turėdami tam tikrą nuojautą verslo srityje, šiek tiek kapitalo ir pasitikėdami savo jėgomis leidėjai galėjo lengvai pragyventi iš knygų verslo, išlaikyti jame dirbančius asmenis ir investuoti į naujų knygų leidybą. Nors šiandien popierius ir darbo jėga yra brangesni nei prieš 30 metų, tačiau tuo metu leidybos verslo rizikingumas buvo žymiai didesnis. Apie ypatingai gražių ir brangių knygų leidybą būdavo viešai paskelbiama, jos būdavo parduodamos tik pagal užsakymą, gaminamos ypač kruopščiai ir iki 75 proc. visų šių knygų gamybos proceso buvo atliekamas rankomis. Kita vertus didesnės knygų rinkos buvo kuriamos leidžiant žemos kainos knygas (Prancūzija) arba vadinamąsias kišenines knygas (angl. *pocket books*).

Visa ši knygų leidyba buvo sutelkta privačių asmenų rankose. Knygų leidybos įmonės dažnai priklausydavo privatiems asmenims arba šeimoms ir finansuojamos tik iš asmeninių lėšų. Bankai knygų leidybai nesuteikdavo paskolų, nes manė, kad investuoti į knygų spausdinimą yra per daug rizikinga.

Kitas svarbus elementas leidybos įmonės veikloje, kuris šiandien gali atrodyti šiek tiek banalus, tai teisė nuspręsti, kokias knygas leisti. Šia laisve, kuri tuo metu iš esmės reiškė galimybę daryti su savo pinigais, ką nori, buvo plačiai naudojama. Patarėjai, ekspertai, specialistai, konsultantai, draugai visada buvo pasirengę padėti knygų leidėjui nuspręsti kokią knygą leisti.

Knygų leidėjai retai nusprendavo leisti konkrečią knygą, jeigu nebūdavo bent minimaliai garantuoti jos sėkmė. Taigi vienintelis veiklos tikslas buvo pelnas. Tačiau užsiimant knygų leidybos veikla dažnai atsitikdavo taip, kad po tam tikro laiko knygų leidėjas suvokdavo, kad šioje veiklos srityje pelnas yra santykinis ir dažnai leidėjas dirba ne rinkai, bet iš idėjos. Kitais žodžiais tariant, knygų leidėjai gaudavo pelną už prekes (knygas), kurias jie gamindavo ir parduodavo, tačiau šis pelnas priklausydavo ir nuo pirkėjų mentaliteto ir dvasinių procesų.

Knygų leidybos įmonių skaičius per 20 metų laikotarpį nepaprastai padidėjo. Remiantis Frankfurto knygų mugės duomenimis dalyvių skaičius padidėjo nuo 3000 (1968 m.) iki 4600 (1978 m.) ir 6500 (1987 m.). 1968 m. mugėje dalyvavo atstovai iš 55 valstybių, o 1978 m. iš 71 valstybės, 1988 m. šis skaičius padidėjo iki 92 valstybių. Kaip galima pastebėti įmonių, skaičius nuolat didėjo.

Žvelgiant iš verslo pozicijų galima teigti, kad knygų leidybos verslas iš esmės gali būti pelninga veikla. Tačiau atsižvelgiant į šių dienų situaciją, reikia pripažinti, kad naujam dalyviui įeiti į knygų leidybos rinką pakankamai sudėtinga, nes rinka yra daugiau ar mažiau užimta, be to, joje dominuoja stambūs leidėjai, kuriems priklauso daugybė smulkių leidėjų.

Prieš 30 metų knygų kokybė buvo siejama su knygos savotiška prabanga ir išskirtinumu. Pačios knygos dažnai būdavo rankų darbo. Šiais laikais kokybė yra siejama su galutiniu knygos skaitytoju ir ji atspindi skaitytojo poreikius ne tiek knygos formos ir gamybos kokybės prasme, kiek turinio prasme, t. y. knygos turinys turi turėti paklausą.

Leidybos versle, nepaisant to, kokios knygos leidžiamos (mokslinės, grožinės, meno literatūra ar knygos vaikams), siekiama sudaryti kuo geresnes sąlygas autoriui ir rinkai, t. y. knygų leidėjas yra tarsi tarpininkas tarp autoriaus ir vartotojų, be to jis siekia būti naudingu tarpininku tiek knygos autoriui, tiek ir skaitytojui. Leidybos rinkoje didžiausią dalį užima knygų pardavėjai. Anksčiau knygų leidybos rinka buvo pakankamai maža dėl siauro skaitytojų rato. Leidėjai spausdindavo knygas tik šiam siauram ir uždaram vartotojų ratui. Dažnai pasitaikydavo, kad vertingos knygos buvo spausdinamos labai ilgą laiką, o vėliau laikomos knygų lentynose.

1.6.2 Stambių ir smulkių leidėjų rinka

Konkrečioje rinkoje, kurioje dominuoja stambieji leidėjai, keletas smulkių leidėjų gali suvienyti savo jėgas ir taip bandyti išlikti konkurencinėje kovoje. Tačiau tik nedaugelis smulkių leidėjų gali surengti tinkamą reklamą savo leidžiamoms knygoms, pavyzdžiui, pateikti savo knygų recenzijas didžiausio tiražo dienraščiuose ar mėnesiniuose žurnaluose arba surengti savo leidžiamos knygos autoriaus pasirodymą televizijos laidoje ir pan. Pastebėta, kad vis mažiau smulkiųjų leidėjų knygų patenka į didžiausių JAV ar Kanados knygynų lentynas.¹⁵

Šiuo metu smulkūs knygų leidėjai vis dažniau susiduria su bankroto rizika, kuri nuolat didėja. Taip yra dėl to, kad išleidus 2 ar 3 nesėkmingai parduodamas knygas, smulkus leidėjas gali susidurti su finansiniais sunkumais. Tuo tarpu stambūs leidėjai gali „nurašyti“ visą seriją knygų nepatirdami didesnių nuostolių, nes nepelningų knygų nuostolius kompensuoja kiti, sėkmingi, leidiniai. Akivaizdu, kad konkurencinėje aplinkoje stambūs leidėjai turi neginčijamus pranašumus visais atžvilgiais. Smulkieji leidėjai patenka į sunkią padėtį, kurioje labai sunku išsilaikyti. Gali iškilti klausimas, o kam

¹⁵ Fred Kobrak and Beth Luey, The structure of international publishing in the 1990s. Edited by John Huenefeld. *Can small publishers survive.. and who cares?* 1992, 160 p.

reikalingi smulkūs leidėjai? Laisvos rinkos sąlygomis išlieka stipriausieji ir rinka pati turi sureguliuoti knygų pasiūlą ir paklausą, o tuo pačiu ir leidėjų skaičių bei dydį. Tačiau kultūriniu požiūriu smulkių leidėjų egzistavimas ir įtaka leidybos pramonei pasireiškia 3 požymiais:

- 1) smulkios leidybos įmonės dėl savo didelio skaičiaus užtikrina leidžiamų knygų įvairovę turinio prasme ir tokiu būdu skatina intelektualinį pliuralizmą ir įvairiu skoniu pasižyminčios skaitytojų auditorijos patenkinimą. Priešinga situacija susidarytų tuomet, jeigu rinkoje egzistuotų tik stambūs leidėjai. Šiuo atveju leidybos pramonė būtų ne knygų įvairovės skatinimas, o pelno siekimas, t. y. stambus leidėjas apsiima leisti tik pelno gavimą užtikrinančias knygas. Taigi smulkios leidybos įmonės atlieka ne tik rinkos dalyvio funkciją, bet taip pat turi didelę svarbą intelektualiniam visuomenės vystymuisi.
- 2) Smulkūs leidėjai žymiai greičiau reaguoja į pasikeitusias rinkos sąlygas ir skaitytojų poreikius. Pavyzdžiui, feministinės, kompiuterinės knygos JAV visų pirma buvo pradėtos leisti smulkių leidėjų, nes jie nebijojo rizikuoti ir priimdavo sprendimus kardinaliai pakeisti leidžiamas knygas, jeigu buvo manoma, kad jos turės pasisekimą skaitytojų tarpe. Tokiu būdu smulkieji leidėjai padarė meškos paslaugą patys sau. Vėliau šias sėkmingas knygas pradėdavo leisti stambūs leidėjai ir perimdavo iš smulkiųjų leidėjų didžiąją dalį pelno ir skaitytojų. Dėl to smulkūs leidėjai greitai reaguodami į pasikeitusias rinkos sąlygas ir sėkmingai išleidę knygą patirdavo tam tikrą pakilimo laikotarpį, kurį netrukus nutraukdavo stambūs leidėjai.
- 3) Smulkūs leidėjai taip pat pasižymi didesniu kūrybiškumu nei stambūs leidėjai. Smulkūs leidėjai negali konkuruoti dėl žymių rašytojų ar geriausiai parduodamų knygų autorių, dėl to jie suinteresuoti ieškoti naujų talentingų, dar neatsiskleidusių rašytojų. Smulkūs leidėjai sudaro ypač palankias sąlygas naujiems rašytojams dirbti ir bendradarbiauti. Tačiau vėliau šie rašytojai, jeigu jie susilaukia pasisekimo, pereina pas stambiuosius leidėjus, nes pastarieji pasiūlo tokias darbo ir finansines sąlygas, su kuriomis smulkieji leidėjai negali konkuruoti.¹⁶

1.6.3 Leidyklų išlikimo klausimas ES rinkoje

Dažnai kalbos apie stambių leidėjų kartelinius susitarimus ir rinkos monopolizavimą yra ne visiškai pagrįstos. Pavyzdžiui, Šiaurės Amerikoje vadinami stambieji leidėjai pateikia į rinką labai įvairias knygas, be to, šios valstybės knygų rinkoje yra daugiau nei 12000 įvairaus pobūdžio ir teisinės

¹⁶ Fred Kobrak and Beth Luey, The structure of international publishing in the 1990s. Edited by John Huenefeld. *Can small publishers survive.. and who cares?* 1992, 160 p.

formos knygų leidėjai (pvz., ne pelno siekiančių asociacijų knygų leidybos įmonės, religinių bendruomenių leidžiamos knygos). Taigi akivaizdu, kad knygų leidybos rinkoje, skirtingai nei kitose ekonomikos srityse, egzistuoja tokia didelė leidėjų įvairovė, kad vargu ar pačiai knygų leidybos pramonei gresia ekonominė koncentracija, kai visą rinkos sektorių pasidalina keletas stambių rinkos dalyvių.

Iš esmės didžiausia grėsmė smulkiesiems knygų leidėjams gresia ne iš stambių jų konkurentų, bet iš kitos su knygų leidyba susijusios veiklos srities, t. y. įmonių, kurioms priklauso pagrindinių knygynų tinklai, kitaip tariant knygų pardavimu užsiimančių rinkos dalyvių. Pagrindinė problema šioje srityje yra ta, kad stambūs knygų pardavėjai turi savo prioritetus knygų požiūriu. Šie prioritetai – tai visų pirma pelningos ir kokybiškos knygos ir antra - kai kurie knygynai, ypač gyvuojantys ilgą laiką ir turintys gerą reputaciją, labai kruopščiai ir atidžiai pasirenka, kokias knygas pardavinėti. Dėl to kartais smulkūs leidėjai norėdami pateikti rinkai visiškai naują knygą susiduria su knygų pardavėjų sudarytomis kliūtimis. Nors knygų pardavėjai ir pripažįsta, kad remia smulkius leidėjus, tačiau praktikoje yra visiškai kitokia situacija, pavyzdžiui, iš smulkių leidėjų reikalaujama nuolaidų knygų kainoms, kad pardavėjai būtų užtikrinti sėkmingu knygos pardavimu.

Smulkūs leidėjai atlieka tam tikras svarbias funkcijas visuomenės kultūriniame gyvenime. Šie leidėjai greitai reaguoja į atskirų skaitytojų grupių pasikeitusius poreikius, skatina naujų rašytojų atsiskleidimą. Tačiau tuo pat metu jie taip pat patiria realią bankroto ir finansinės padėties pablogėjimo grėsmę. Šiame kontekste kyla klausimas, ar nereikėtų smulkiems leidėjams suteikti finansinę paramą?

Kai kurie fondai ar visuomeninės organizacijos pritaria finansinės paramos teikimui smulkiems leidėjams. Pavyzdžiui, tam tikra organizacija gali finansuoti smulkaus leidėjo organizuojamus projektus ar knygos leidimą. Tačiau tokie paramos atvejai yra pavieniai ir jie priklauso nuo paramos davėjo požiūrio į smulkų leidėją ir jo pasiūlymus. Dėl to smulkūs leidėjai reikalauja, kad tokią paramą suteiktų ir valstybė, nors privačių organizacijų ar asmenų parama taip pat yra labai naudinga.¹⁷

Iš esmės dėl paramos smulkiems knygų leidėjams kyla keletas klausimų. Visų pirma, ar tokia parama iš viso yra reikalinga? Atsakymas į šį klausimą yra daugiau nei akivaizdus. Tokia parama smulkiam leidėjui yra būtina. Norint užtikrinti smulkių leidėjų egzistavimą ir jų atliekamų funkcijų kultūriniam visuomenės gyvenimui užtikrinimą, finansinė parama yra vienas iš esminių dalykų. Kitas svarbus klausimas: kokia forma ši parama gali būti suteikiama? Vienas iš finansinės paramos smulkiajam leidėjui būdų: tai įvairių organizacijų, fondų, privačių asmenų parama. Tokia parama

¹⁷ Fred Kobrak and Beth Luey, The structure of international publishing in the 1990s. Edited by John Huenefeld. *Can small publishers survive.. and who cares?* 1992, 160 p.

kiekvienam smulkiam leidėjui yra didelis laimėjimas, tačiau ji dažniausiai finansuoja tik atskirą smulkaus leidėjo vykdomą leidybos projektą. Be to, tokios paramos suteikimas didele dalimi priklauso nuo paramos davėjo: jeigu jo netenkina vienas smulkus leidėjas, jis paramą gali suteikti kitam arba išvis nuo jos atsisakyti. Žvelgiant iš smulkaus leidėjo pozicijų galima teigti, kad tokia parama yra tarsi loterija, jos gavimas taip pat priklauso ir nuo subjektyvių dalykų. Smulkūs leidėjai dažnai teigia, kad net ir tokios alternatyvios paramos gavimas neužtikrina verslo saugumo ir knygų leidybos pastovumo. Patys knygų leidėjai nesijaučia visiškai užtikrinti, vieną dieną jie gali gauti paramą, o po pusės metų bankrutuoti. Dėl šios priežasties reikia apsvarstyti ir kitokias finansinės paramos smulkiesiems leidėjams formas. Viena iš tokių formų – valstybės subsidijos, t. y. negražintina finansinė parama iš valstybės biudžeto. Šiuo atveju svarbu yra tai, kad knygų leidyba pasižymi dviem apsektais, kurie yra vienodai svarbūs, – tai ekonominis ir kultūrinis. Ekonominiu požiūriu valstybė turi skatinti ir remti smulkias įmones ir verslininkus, ir tokia parama yra savaime suprantama. Tačiau smulkių leidybos įmonių padėtis tam tikra prasme yra unikali. Tai yra ne tik smulkaus verslo įmonės, bet ir valstybės kultūrinio gyvenimo sudėtinė dalis. Dėl to smulkių leidybos įmonių veikla turi būti traktuojama ne tik ekonominiu, bet ir kultūriniu požiūriais. Apibendrinant galima padaryti pagrįstą išvadą, kad smulkūs leidėjai turi gauti valstybinę paramą ir tai pirmiausia turi būti subsidijos iš valstybės biudžeto. Kitokią paramą gali suteikti už valstybės kultūros reikalus atsakinga institucija, pvz., skatinti smulkias leidybos įmones dalyvauti įvairiose parodose.¹⁸

Valstybė dažnai nėra pajėgi suteikti subsidijas ar kitokią finansinę paramą visiems smulkiems knygų leidėjams. Dalis tokių leidėjų liks be paramos ir apkaltins valstybę jų diskriminavimu bei ekonominiu žlugdymu ir konkurencijos iškraipymu. Todėl subsidijų srityje kiekviena valstybė turi veikti ypač diplomatiškai ir protingai, kad visos smulkios leidybos įmonės gautų daugmaž vienodą paramą neatsižvelgiant į jos formą. Verta apsvarstyti ir kitokias paramos formas, tokias kaip pvz., paskolos iš bankų lengvatinėmis sąlygomis arba paskola, už kurią laiduoja valstybė ir pan. Apskritai bankai nėra linkę itin lengvai suteikti paskolas smulkioms leidybos įmonėms, nors kitų veiklos sričių verslininkams bankas paskolas dalina „į kairę ir į dešinę“. Manoma, kad knygų leidybos verslas nėra verslas tikrąja to žodžio prasme ir tai yra filantropinė veikla. Tačiau atsižvelgiant į įvairių valstybių knygų leidybos rinką, galima aiškiai pastebėti, kad tai iš tikrųjų yra verslas. Daugybė knygų leidybos įmonių egzistuoja ir jos egzistuoja visur. Netgi smulkių leidybos įmonių vadovai gali pasižymėti gera

¹⁸ Federation of European publishers. [interaktyvus]. [žiūrėta 2006 12 13]. Prieiga per internetą: <europa.eu.int/information_society/media_taskforce/doc/contributions_swp/fep.pdf ->

verslo nuojauta ir sėkmingai vadovauti savo leidybos įmonei. Todėl kyla klausimas, kodėl smulkiam leidėjui nesuteikus paskolos, jeigu jis veikia rinkoje jau pakankamai ilgą laiką ir jo įmonė kasmet demonstruoja gerus finansinius rodiklius.

Iš tikrųjų parama smulkioms leidybos įmonėms yra reikalinga. Galimos įvairios paramos rūšys: tai tiesioginė finansinė parama, kuri gali būti dviejų rūšių – alternatyvi (paramą suteikia įvairios organizacijos, fondai, privatūs asmenys, paskola iš banko) arba valstybinė (subsидijos) ir netiesioginė finansinė parama – tai tokia parama, kurios suteikimo palankias sąlygas sudaro valstybės institucijos (pvz., paskolų iš banko lengvatinėmis sąlygomis užtikrinimas).

Europos Sąjungos steigiamųjų sutarčių nuostatos konkurencijos srityje taip pat nedraudžia tokios paramos teikimo. Remiantis Europos Bendrijos steigimo sutarties 87 straipsnio 3 dalies C ir D punktais galima pripažinti, valstybės teikiama pagalba smulkioms leidybos įmonėms iš esmės neprieštarautų Europos Sąjungos konkurencijos politikai. Taip yra dėl kelių priežasčių:

1) kaip jau minėta, knygų leidyba yra specifinė ekonominės veiklos rūšis, kurios skatinimas atitiktų Europos Sąjungos tikslą skatinti valstybių narių kultūrinę įvairovę;

2) smulkūs knygų leidėjai prisideda prie kultūrinio valstybės gyvenimo ir kultūrinio tapatumo išlaikymo.

Bendrais bruožais galima teigti, kad iš esmės knygų leidyba ir ypač smulkių leidėjų veikla yra skatintina Europos Sąjungos lygmeniu. Šis poreikis buvo pripažintas ir plačiai diskutuotas 2005 m. surengtame Europos leidėjų federacijos ir Europos Komisijos forume. Europos Komisija anksčiau yra priėmusi darbinį dokumentą dėl ES leidėjų konkurencijos skatinimo.

2005 m. ES lygiu buvo surengtas konsultacijų procesas, kuriame dalyvavo dauguma ES knygų leidėjų, Europos leidėjų federacija ir įvairių valstybių narių knygų leidėjai. Šiame konsultacijų ir viešo klausimo svarstymo procese pripažinta, kad „leidybos sektorius yra ta sritis, kurioje Europos Komisija turi imtis aktyvesnių veiksmų“.¹⁹ Atsižvelgiant į leidybos ypatumus ES lygiu jau priimti atitinkami teisės aktai, kurie ilgainiui leis užtikrinti tinkamą leidybos verslo plėtrą ir vystymąsi. Šiuo atžvilgiu ypač svarbu skatinti ir padėti smulkioms leidybos įmonėms, kurios atlieka svarbų vaidmenį išlaikant kultūrinį originalumą ir knygų įvairovę. Dėl to konkurencijos srityje Europos Komisija yra pasiruošusi priimti naujus teisės aktų pasiūlymus, kuriuos galimybę apsvarstyti turės visos suinteresuotosios šalys.

¹⁹ Federation of European publishers. [interaktyvus]. [žiūrėta 2006 12 13]. Prieiga per internetą: <europa.eu.int/information_society/media_taskforce/doc/contributions_swp/fep.pdf ->

2. Leidyklų bendradarbiavimas Europos Sąjungos ekonominėje zonoje

Tarptautinės leidyklų asociacijos generalinis sekretorius Alexis Koutchoumow išreiškė mintį, kad leidybos įmonių pardavimas ir perleidimas, šių įmonių jungimasis vyksta dėl rinkos ekonomikos vystymosi ir tam tikrų knygų leidybos rinkos struktūros pokyčių. Iš tikrųjų galima teigti, kad knygų leidyba įgauna tarptautinį pobūdį ir leidybos rinkos negali būti traktuojamos kaip uždaros sistemos, veikiančios iš vidinių resursų. Tokie reiškiniai kaip globalizacija, tarptautinės organizacijos lemia būtinybę knygų leidėjams bendradarbiauti tarptautiniu mastu.

2.1 Tarptautinio bendradarbiavimo samprata

Tarptautinis verslas jau 20 amžiaus pabaigoje tapo dabartinės civilizacijos fenomenu, be kurio savo verslo neįsivaizduoja dauguma užsienio ir mūsų šalies verslininkų. Norint nuodugniai išanalizuoti tarptautinio verslo sąvoką, reikia įsigilinti į jo turinį.

Į tarptautinį verslą įeina komerciniai veiksmai, išeinantys už nacionalinių sienų. Ši sąvoka apima tarptautinių prekių, paslaugų darbo jėgos ir technologijų judėjimą: importą ir eksportą; tarpvalstybinius prekybinius susitarimus dėl intelektinių teisių (patentų, prekybos ženklų, „know-how“, kopijavimo); licencijų išdavimą ir frančizę; investavimą į fizinį ir finansinį turtą užsienio šalyse; susitarimus su gamintojais dėl jų prekių realizavimo užsienio rinkoje arba reeksportavimo į kitas užsienio šalis; pirkimą ir pardavimą užsienio šalyse; prekybos centrų ir tiekimo sistemos įkūrimą užsienio šalyse; importavimą iš vienos užsienio šalies į kitą vietiniam pardavimui.

Visos pagrindinės priemonės ir koncepcijos, apibrėžiančios vidaus (vietinį) verslą, tinka ir tarptautinio verslo apibrėžimui. Tačiau tarptautiniame versle susiduriama su kai kuriomis specifinėmis problemomis, nebūdingomis vietiniams verslo santykiams.

- Sandoriai gali būti atliekami užsienio kalba ir remiantis užsienio šalių įstatymais, jų papročiais ir moralinėmis bei teisinėmis nuostatomis.
- Informacija, kurios reikia tam tikrai įmonei apie užsienio šalis, gali būti sunkiai gaunama.
- Sandoriai užsienio valiuta yra neišvengiami. Valiutos svyravimai gali būti labai dideli ir tarptautiniame versle sukelti daug sunkumų.

- Prekiaujant su kitomis tautomis, išskyla daug kultūrinių skirtumų ir juos būtina įvertinti.
- Kontrolės ir komunikacijų sistemos yra paprastai sudėtingesnės vykdant užsienio operacijas, palyginti su vietinėmis operacijomis.
- Užsienio rinkose rizikos laipsnis gali būti didesnis. Tarptautinio verslo politika apima politinę riziką (dėl užsienio šalies valdžios institucijų ribojimo įsigyti turtą; kartu ir perversmų, stabdančių prekybą; importo apmokestinimo); komercinę riziką (dėl rinkos praradimų; produktų ir reklamos, kurie nepatraukia užsienio šalių vartotojų) ir finansinę riziką – dėl valiutos kurso pasikeitimo mokesčių pasikeitimo, aukštos infliacijos normos, mažinančios realią kompanijos užsienio veiklos kapitalo vertę, ir kt.
- Tarptautinio verslo vadybininkai turi turėti platesnių vadybos įgūdžių ir sugebėjimų nei vadybininkai, kurių darbai tiesiogiai susiję su vietinio masto problemų sprendimu.
- Didelę svarbių darbų dalis gali būti perduodama tarpininkams, konsultantams ir patarėjams.
- Užsienio šalyse daug sunkiau sekti ir analizuoti tendencijas bei veiklos procesus (įskaitant ir konkurentų veiklą).²⁰

2.2 Bendradarbiavimas pritraukiant investicijas

Apie tiesiogines užsienio investicijas pastaruoju metu dažnai užsimenama Lietuvos žiniasklaidoje. Iš esmės tiesioginės užsienio investicijos – tai tiesioginiai užsienio kapitalo srautai į šalį. Juos sudaro įsigytos akcijos; reinvestuotos pajamos; paskolos ūkio subjektams; kiti kapitalo srautai susiję su investuojančios ir investicijas priimančios šalies įsipareigojimais; gamybos proceso organizavimas kitoje šalyje (įmonės filialai, bendros įmonės ir pan.).

Priežastys, dėl kurių tarptautiniame versle išskyla poreikis bendradarbiavimui, apima daug makroekonominių veiksnių.

1. Pasaulinės prekybos padidėjimas ir naujų rinkų, atsiradusių pastaraisiais dešimtmečiais atvėrimas.
2. Naujų technologijų, kurios gali būti perkeliamos iš šalies į šalį, vystymas.

²⁰ VENGRAUSKAS, Vytautas, Neringa Perminienė. Tarptautinis verslas, Kaunas: Technologija, 2002, p. 6

3. Šalių ekonomikų liberalizavimas pasaulio mastu (valiutų kontrolės, pelno repatriacijos kontrolės pašalinimas).
4. Bendros rinkos ir kitų regionų prekybos blokų su bendrais išoriniais tarifais įkūrimas.²¹

2.3 Tarptautinio bendradarbiavimo motyvai

Įmonės motyvai investuoti į užsienio šalis – gali būti: komunikacijų su vietinėmis institucijomis sukeliama sunkumai; nėra reikiamų įpareigotų agentų; dideli nepriklausomų paskirstytojų kaštai; administracinės išlaidos, susijusios su užsienio operacijų organizavimu iš savo šalies. Nuolatinės vietinės išlaidos padeda investuojančiai kompanijai užsiimti verslu kaip ir bet kokia kita vietinė įmonė; taip išvengti griežtos vietinės rinkodaros kontrolės, padedamas susikurti pasitikėjimas konkrečia kompanija.

Kompanijos siekia sukurti teigiamą įvaizdį vietinėje rinkoje dėl šių priežasčių:

1. Šalies vyriausybė gali nekreipti dėmesio į įmonės, dominuojančios vietinėje rinkoje, vykdomą žemos kainos strategiją, jeigu ši įmonė bus laikoma vietine. O užsienio įmonė, vykdanči tą pačią kainų politiką šalyje, greičiausiai susidurs su teisiniais veiksmais prieš importuojamų prekių ar paslaugų dempingą.
2. Vietiniai konkurentai gali daug jautriau ir stipriau reaguoti į užsienio, o ne vietinių konkurentų veiksmus.
3. Vartotojus ir prekybininkus gali labiau traukti vietinė įmonė, kuri šalyje veikia nuolat.

Be išvardintų priežasčių pradėti gamybą užsienyje gali paskatinti šie motyvai:

- Dideli eksportavimo kaštai;
- Licencijų bei intelektinės nuosavybės apsaugos keliami reikalavimai;
- Paramos iš užsienio vyriausybės gavimo galimybė;
- Mažesni veiklos kaštai;
- Greitesnis priėjimas prie vietinės rinkos;
- Menkas darbo našumas vietinėje rinkoje;
- Noras ginti naujų išteklių bei sudėtinių produkcijos dalių, prieinamų tik užsienio šalyse, tiekimą;

²¹ VENGRAUSKAS, Vytautas, Neringa Perminienė. Tarptautinis verslas, Kaunas: Technologija, 2002.p. 9

- Vietinių poreikių tenkinimas;
- Itin palankios ekonominės sąlygos tam tikrose šalyse: moki rinka, didėjančios vartotojų pajamos, lengvas priėjimas prie finansinių išteklių, žemos palūkanų normos;
- Noras sumažinti riziką tam tikrose rinkose;
- Pažangios patirties (know-how) žinių bei techninių sugebėjimų, pasiekiamų tik vietinėje rinkoje, panaudojimas;
- Noras minimizuoti pasaulinių mokesčių našta;
- Poreikis dalyvauti leidžiant vietinius įstatymus.²²

2.4 Bendradarbiavimas Europos Sąjungos rinkoje

Europos Sąjungos santykiuose su išoriniu pasauliu galima išskirti prekybinius ekonominius ir politinius santykius. Specifine ES išorinių santykių sritimi gali laikyti ir ES plėtimą, kuris iš esmės sudaro pakankamai ilgas valstybių kandidačių pasirengimas stojimui į ES. Tuo tarpu, jeigu palyginsime ekonominius ir politinius ES išorinius santykius, tai nepalyginamai daugiau yra išplėtoti ES prekybiniai-ekonominiai ryšiai. Šioje srityje ES valstybės vykdo bendrąją užsienio prekybos politiką. Tuo tarpu ES – kaip vieningas tarptautinės politikos dalyvis reiškiasi mažai, nes ES valstybės linkusios svarbiausių užsienio politikos ir saugumo užtikrinimo klausimų pasilikti savo dispozicijoje. Tačiau nepaisant to 1993 metų įsigaliojus Europos Sąjungos sutarčiai, valstybės narės įsipareigojo bent jau tais klausimais, kur jos sutaria, vykdyti bendrąją užsienio politiką.

2.5 Tarptautinis bendradarbiavimas tarp leidyklų

Vienas leidėjas, pasitelkęs vaizduotę, drąsą ir kapitalą, gali padaryti perversmą visos šalies leidyboje. Tačiau daug didesnės sėkmės galima pasiekti susitelkusios leidybų grupėms. Nepaisant to, kad verslo prasme jie konkuruoja vienas su kitu, tačiau bendram labai jie neretai suvienija pastangas.

Knygų pramonė sudaro nedidelę šalies ekonomikos dalį. Švietimo darbuotojai, bibliotekininkai ir knygų leidėjai supranta, kokią reikšmę valstybei turi knygų pramonės klestėjimas. Tuo tarpu finansų ministrai ir ekonomikos planuotojai labiau linkę matyti nedidelę pinigų apyvartą, bet ne esminį knygų vaidmenį valstybės raidoje. Pavienius leidybų, kurie kreipiasi paramos į vyriausybę ar visuomenę, jie

²² LANGVINIENĖ, Neringa. VENGRAUSKAS, Petras Vytautas, ŽITKIENĖ, Rima. Tarptautinis verslas. Kaunas: Technologija 2004.p 11.

ne visada skiria nuo kitų, vien privilegijų siekiančių verslininkų. Tačiau jei leidėjai sudarytų bendrą frontą ir jei gautų tvirtą švietimo darbuotojų bei žymių kultūros veikėjų paramą, atsirastų daugiau galimybių pasiekti tikslą.

Galima apžvelgti kai kurias sritis, kuriose vyriausybės sprendimai gali skatinti arba griauti leidybos pramonę, dėl jų leidėjai gali visi drauge apeliuoti į vyriausybę, taip pat mėginti pasitelkti viešąją nuomonę savo pozicijai palaikyti. Užsienio prekybos taisyklės, importo licencijos, valdininkų biurokratizmas visada turi didelę įtaką leidėjų gerovei. Ypač tai liečia popieriaus importą – nebent šalis pati gaminasi visą jai reikalingą popierių. Bet ne mažiau svarbios ir kitos medžiagos bei įranga nors jomis daugiau rūpinasi spaustuvininkas negu leidėjas.

Knygų pramonė kaip visuma apima ir knygų pardavėjo įsivežamas knygas. Knygų pramonės interesai yra visų bendri interesai, todėl leidėjai turi būti suinteresuoti knygų pardavėjų ir spaustuvininkų gerove. Jei, sprenddami savo problemas, leidėjai ketina pasitelkti švietimo darbuotojus, labai svarbu, kad jie parodytų suinteresuotumą ir knygų pardavėjams, spaustuvininkams, universitetams, o ne vien leidybos pramonei. Bandytas bendradarbiauti leidėjų tarpe remiasi asociacijų steigimu. Jei šis žingsnis žengiamas, nuolatinė praktinė nauda knygų prekybos srityje įtraukia vis daugiau narių ir skatina juos mokėti nario mokesťį.

Išsivysčiusiose šalyse egzistuoja daug specializuotų verslo šakų, aptarnaujančių knygų pramonę. Tada kiekvienam spaustuvininkui nebūtina turėti brangią įrangą ir specialiai išmokytų darbuotojų. Tarp tokių aptarnaujančių verslų – popieriaus, dažų gamyba ir t.t. Leidėjai gali padėti šiems verslams plėstis – ten kur tai reikalinga, - ir informuoti spaustuvininkus apie savo būsimus poreikius. Čia pravers knygų pramonės statistika, sukaupia keičiantis informacija. Taip pat leidėjai gali puikiai bendradarbiauti ir rengiant knygų pramonės specialistus. Pavienių leidėjų svarba leidybos rinkoje ne ką mažesnė ugdant ateities pirkėjus, tačiau apskritai šioje srityje yra svarbu bendros pastangos - į tą veiklą reikia įtraukti ne tik leidėjus, bet ir bibliotekininkus, švietimo darbuotojus bei aktyviausius visuomenės veikėjus, suinteresuotus valstybės gerove. Pirmiausia švietimo sistemos tobulinimas. Tačiau ypač naudinga būtų, jei leidėjai padėtų formuoti visuomenės nuomonę, kad reikia stiprinti bibliotekas ir skirti joms daugiau lėšų. Tai, žinoma, leistų bibliotekoms pirkti daugiau knygų, tačiau svarbiausia už viską būtų tai, kad ateityje padaugėtų skaitančių žmonių.²³

²³ VITKUS, Gediminas. Europos Sąjunga ir Lietuva: plėtra, reformos ir ekonominiai santykiai. Vilnius: Eugrimas 2000. p 8

Kai kuriose šalyse leidėjai organizuoja bibliotekų savaites, kurių renginiai atkreipia visuomenės dėmesį į bibliotekų svarbą šalies gyvenime. Egzistuoja ir kitos leidėjų bendradarbiavimo formos, tokios kaip asociacijos, apie jas plačiau bus kalbama toliau.

2.5.1 Knygų leidėjų asociacijos

Kiekvienos srities profesionalai norėdami progresuoti ir kelti savo kvalifikaciją turi bendradarbiauti su savo profesinės srities atstovais. Ne išimtis ir knygų leidėjai, kurie net ir būdami konkurentais, vis dėlto turi bendradarbiauti, kad galėtų toliau sėkmingai plėtoti savo verslą. Viena iš labiausiai paplitusių bendradarbiavimo formų yra asociacija - kai knygų leidėjai susivienija į tokią organizacinę formą ir sprendžia bendrus klausimus, priima įvairias rekomendacijas, veiklos gaires bei sprendžia kitus klausimus. Asociacija, jungianti didelį knygų leidėjų skaičių, gali užtikrinti sėkmingus ir skaidrius knygų leidybos rinkos procesus. Kita vertus, kadangi narystė asociacijoje nėra privaloma, kai kurie leidėjai, ypač užimantys didelę dalį knygų leidybos rinkos, gali išstoti iš jos ir nedalyvauti asociacijos veikloje. Tokiu atveju tarp knygų leidėjų gali atsirasti susiskaldymas ir nesutarimai. Tokiais atvejais atsiranda pagrindas kurti naujas asociacijas ar susivienijimus.

Neoficialiai bendradarbiaudamos leidėjų grupelės gali įgyvendinti įvairaus pobūdžio bendrus projektus. Tuo tarpu asociacija, kurios nariais gali būti visi kvalifikuoti šalies leidėjai, leidžia gerokai išplėsti leidėjų dalyvavimą bendroje, visiems naudingoje veikloje ir į daugiau dalių išsidalyti tokios veiklos išlaidas.

Iš specializuotų asociacijų paminėtina Tarptautinė mokslinės literatūros leidėjų asociacija, kuri buvo įsteigta 1972 metais. Ji leidžia biuletenį, informuojantį apie šios srities leidybos raidą pasaulyje, kasmet rengia susitikimus, kuriuose leidėjai skaito pranešimus ir dalijasi patirtimi.

Kai kurios šalys turi savo mokslo knygų leidėjų asociacijas, kurios rengia susitikimus, turi net specialistų mokymo programas. Jos taip pat atstovauja leidėjams, kai reikia kreiptis į vyriausybę ar į tarptautines šalies finansavimo organizacijas. Tačiau dažnai tokios organizacijos remiasi vieno asmens pastangomis, todėl jų veikla ne visuomet pakankamai aktyvi.

Iš pradžių asociacija gali ir neturėti etatinių darbuotojų, tik savanorius. Bet anksčiau ar vėliau iškyla nors keletas etatinių darbuotojų būtinybė, ir nuo tada asociacija pradeda iš tiesų teikti naudą tiek leidėjams, tiek visuomenei.

Šiuo metu Europoje aktyviai vykdančios veiklą knygų ir periodinės spaudos leidėjų asociacijos užsiema konferencijų susijusių su leidybine veikla organizavimu, kontaktų mugėmis. Tokio tipo

organizacijos susilaukia paramos ir iš privataus kapitalo įmonių mainais už reklama asociacijų leidžiamuose leidiniuose ar reklamos internete. Keletas stambių leidėjų asociacijų tai:

- periodinės spaudos leidėjų asociacija „PPA - periodical publishers association“;
- nepriklausoma knygų leidėjų asociacija „PMA – the independent book publishers association“;
- leidėjų asociacija tinkle „OPA – online publishers association“;
- tarptautinė leidėjų asociacija „IPA – international publishers association“;
- Europos žurnalų leidėjų federacija „FAEP – The European federation of magazine Publisher; Europos leidėjų konsultatas „European publishers council“;
- laikraščių leidėjų asociacija „ENPA – European newspapers publishers association“;
- tarptautinė periodinės spaudos federacija „FIPP – international federation of the periodical press“.²⁴

2.5.2 Tarptautinio leidėjų bendradarbiavimo reikšmė

Prieš tai, kai imamasi tarptautinio leidybos verslo būtina sau užduoti tokius klausimus:

- ar steigiama įmonė galėtų sudaryti bendradarbiavimo sutartis su kitais leidėjais ir tokiu būdu tapti tarptautiniais partneriais?
- Kodėl toks tarptautinis bendradarbiavimas yra naudingas?
- Kokie yra tarptautinio bendradarbiavimo privalumai ir trūkumai?

Makroekonominio lygmeniu dauguma šiuolaikinių įmonių, siekdamos plėtoti ir vystyti savo verslą ieško galimybių saugiai ir pelningai investuoti. Ne išimtis ir leidybos įmonės, kurios ieško sau palankiausių veiklos plėtojimo galimybių. Pavyzdžiui, žurnalų leidėjas gali stengtis patekti į kitą rinką, vietoje to, kad pradėtų naujų žurnalų leidybą vietos rinkoje. Dėl to tarptautinis bendradarbiavimas šiuo atveju atrodo patrauklus, nes jis nėra rizikingas, o investicijos gali greitai atsipirkti ir duoti nemažą pelną.

Tokia tendencija pastebima ypač didžiosiose ES valstybėse narėse (pvz., Vokietija, Prancūzija, Italija), kuriose leidėjai įsitvirtino vidaus rinkoje. Kai kurie Prancūzijos leidėjai mano, kad atsižvelgiant

²⁴ European Publishing links. Prieiga per internetą: < <http://www.europublishing.info/links/> >

į prancūzų gyvenimo būdą, kultūrą ir madas, Prancūziškas knygas galima taip pat sėkmingai pateikti į tarptautinę rinką, kaip ir kitas visuotinai pasaulyje pripažįstamas prekes.

Iš esmės tarptautinis bendradarbiavimas yra žemos rizikos ir pelninga veikla. Pavyzdžiui, JAV leidybos įmonė IDG daugiau nei 90 proc. savo leidžiamų žurnalų publikuoja ne JAV teritorijoje ir šios leidybos įmonės pelnas iš tarptautinės veiklos viršija pelną, gaunamą vidaus rinkoje.

Vienas iš svarbiausių tarptautinės leidybos privalumų yra susijęs su reklama. Ne paslaptis, kad dauguma leidžiamų žurnalų didelę dalį pelno gauna iš reklamos užsakovų. Reklamos užsakovai yra būtent tie subjektai, kurie skatina tarptautinę leidybą. Atsižvelgiant į pasaulio globalizaciją ir prekių bei paslaugų judėjimą be apribojimų, reklamos užsakovai yra suinteresuoti, kad jų reklama atsirastų leidinyje (pvz., žurnale), kurio auditorija yra ne vienos ar kelių, bet kelių dešimčių valstybių skaitytojai.

Kinija yra puikus tokios veiklos pavyzdys. Šios šalies ekonomika auga neįtikėtinais tempais. Vietiniai Kinijos leidėjai ieško tarptautinių partnerių, o užsienio leidėjai siekia kuo greičiau įžengti į milžinišką Kinijos rinką.

Leidybos įmonės prekės ženklas arba leidžiamo leidinio prekės ženklas taip pat yra svarbus veiksnys tarptautinėje leidyboje. Kuo geriau žinomas yra prekės ženklas, tuo didesnė tikimybė surasti daugiau reklamos užsakovų ir plėstis į naujas rinkas.

Sėkminga tarptautinė leidyba taip pat susijusi ir su leidybos įmonei vadovaujančiais asmenimis. Jeigu įmonės vadovas turi tarptautinio bendradarbiavimo patirties ir yra tolerantiški skirtingų valstybių, kultūrų, religinių įsitikinimų atžvilgiu, leidybos įmonei praktiškai garantuojama sėkminga ilgalaikė tarptautinė veikla. Svarbų vaidmenį taip pat atlieka ir personalo darbuotojai, kurie sudaro tarptautinio bendradarbiavimo ar veiklos sutartis. Kartais tai gali būti pakankamai sudėtingas ir jautrus kultūrinis klausimas, todėl šiuo atveju reikalingi diplomatiški ir plačių pažiūrų darbuotojai.

Tarptautinio pobūdžio veikla taip pat gali padidinti leidybos įmonės prekinio ženklo vertę. O tai savo ruožtu atneštų leidybos įmonei didesnę pelną ir suteiktų stabilesnę padėtį.

Dauguma vietos leidėjų dažnai sprendžia klausimą, ar investuoti į vietos rinką ir nacionalinius leidinius, ar ieškoti tarptautinių partnerių ir investuoti į leidinius užsienio rinkoje? Šiuo metu šis klausimas akivaizdžiai suponuoja vieną atsakymą, t. y. tarptautinis bendradarbiavimas. Tarptautinis bendradarbiavimas su partneriu, turinčiu gerai tarptautinėje rinkoje žinomą prekės ženklą gali leidybos įmonei atnešti visapusiškos naudos. Visų pirma įgyjama tarptautinės leidybos patirties, gerai žinomas prekės ženklas padidina pardavimus, o tai lemia didesnę pelną ir investicijų grąžą. Be to, tokio pobūdžio bendradarbiavimas rizikos požiūriu yra minimalus, nes bandant įeiti į kitą rinką vien savo

pastangomis dažnai neatneša lauktų rezultatų. Vadinasi darbas su užsienio leidėju padidina sėkmingos leidybinės veiklos šansus.

2.5.2.1 Tarptautinio leidėjų bendradarbiavimo pranašumai

Pagrindiniai ekonominiai veiksniai, susiję su vietos leidėju ir jo bendradarbiavimu su užsienio leidėjais yra šie:

- 1) galimybė siekti aukščiausios turinio kokybės rinkos arba net mažesnėmis nei rinkos kainomis;
- 2) pasidalinimas su tarptautiniu partneriu *know-how*;
- 3) galimybė kartu su užsienio leidybos įmone atlikti bendras investicijas, pasižyminčias mažesne rizika ir pelno grąža.

Žema kaina ir aukšta kokybė yra du pagrindiniai tarptautinio bendradarbiavimo tikslai. Tarptautinis leidybos įmonių bendradarbiavimas yra svarbus ne tik besivystančioms leidybos rinkoms (pvz., Kinija), bet ir senas leidybos tradicijas turinčioms rinkoms (pvz., Skandinavijos šalių leidybos rinka). Tarptautinis bendradarbiavimas ypač naudingas tarp tų leidybos įmonių, kurios veikia skirtingose išsivystymo požiūriu rinkose. Pavyzdžiui, besivystančios Kinijos rinkos leidėjas, bendradarbiaudamas su patyrusiu Vakarų Europos valstybės leidėju gali gauti daug patirties ir leidybos žinių, kurios iš tikrųjų yra vertingesnės nei bet kokia finansinė pagalba arba parama. Tuo tarpu mainais už *know-how* toks Kinijos leidėjas Europos leidybos įmonei galėtų pasiūlyti milžinišką Kinijos rinką, kuri vystosi labai greitai. Būtent šiuo metu daugelis Europos ir JAV leidybos įmonių ypač didelį dėmesį kreipia į besivystančias rinkas ir galimybes bendradarbiauti su tų rinkų leidybos atstovais. Tarp Europos leidybos įmonių šiuo metu pastebima tendencija, kai keletas valstybių leidėjai bendradarbiauja siekdami patekti į Kinijos leidybos rinką. Taigi atsiranda naujas trinaris bendradarbiavimas, kai keletas leidėjų bendradarbiauja turėdami bendrą tikslą surasti partnerių trečiosios šalies rinkoje. Taip gimsta, pvz., trijų skirtingų valstybių leidėjų bendradarbiavimas.

2.5.2.2 Tarptautinio bendradarbiavimo trūkumai

Tačiau yra ir tam tikrų tarptautinio bendradarbiavimo trūkumų. Vienas iš pagrindinių tokių trūkumų – verslo kontrolė ir kasdieninis bendradarbiavimas. Bet koku atveju bendradarbiaujama yra su kitos valstybės leidėju. Dažnai tai būna visiškai skirtingos geografinės ir geopolitinės padėties leidėjas, t. y. skirtinga kultūra, verslo sąlygos, kalba, religija ir pan. Todėl pradėdant bendradarbiavimą

ypač svarbu tinkamai sudaryti bendradarbiavimo sutartį. Sutartis gali būti dviejų rūšių: licencijos arba bendros įmonės. Paprastai steigiant bendrą įmonę tikimasi gauti didesnę pelną. Sutartyje taip pat reikia aptarti prekės ženklo naudojimo sąlygas, sutarties galiojimo terminą, įsigaliojimo ir nutraukimo sąlygas ir t. t.

2.5.2.3 Tarptautinio leidyklų bendradarbiavimo subtilumai

Prieš nusprendžiant užsiimti tarptautine veikla ir bendradarbiavimu būtina sudaryti strateginį planą. Pavyzdžiui, jeigu įmonės reklamos užsakovai sutinka su tarptautine leidybos įmonės veikla, jūs visų pirma būtina susitarti su reklamos užsakovais, kokia rinka jiems yra priimtina, t. y. kokioje rinkoje apsimoka reklamuoti tam tikrą prekę ar paslaugą naudojantis jūsų leidiniu. Pavyzdžiui, kai kurie leidėjai nusprendė leisti žurnalus tam tikrose užsienio valstybėse, nes būtent šių valstybių rinkos buvo naudingos žurnale esančių reklamų užsakovams. Kitos rinkos pasirinkimas taip pat lemia konkrečius teisinius bendradarbiavimo aspektus, nes kiekvienoje valstybėje yra skirtingos teisės sistemos ir įstatymai. Nors kita vertus Europos Sąjungos lygmeniu tam tikros teisinės sritys yra derinamos.

Jeigu planuojate užsienio rinkoje leisti žurnalą, turite ypač detaliai išanalizuoti tos rinkos poreikius, kultūrinius ir skaitytojų ypatumus, verslo specifiką ir konkurencines sąlygas. Nuo šių faktorių priklauso jūsų tarptautinės veiklos sėkmė.²⁵

Kitas svarbus tarptautinio bendradarbiavimo klausimas – koku būdu tai daryti? Vienas iš galimų atvejų – licencijavimas, kai leidybos įmonė pagal licencijos sutartį leidžia leidinius, arba bendros įmonės steigimas.

Tiek licencijavimas, tiek ir bendros įmonės steigimas turi savo privalumų ir trūkumų. Licencijavimo atveju teisinės procedūros yra žymiai paprastesnės. Tereikia sudaryti sutartį, kurioje aiškiai nustatomos šalių teisės ir pareigos, bei jų veikla. Be to, kiekviena įmonė išlaiko savo veiklos atskirumą ir kontrolę. Tačiau licencijos sutarties sudarymo atveju, nors investavimo rizika yra nedidelė ir pelną galima gauti gana greitai, pelnas nėra didelis.

Tuo tarpu steigiant bendrą įmonę galimi taip pat keli variantai. Pirma, dvi skirtingose rinkose veikiančios įmonės gali susijungti ir tokiu būdu sudaryti vieną įmonę arba šios įmonės gali investuoti į naujos leidybos įmonės įkūrimą. Šiuo atveju reikalingas žymiai geresnis pasiruošimas ir konkretus verslo planas, nes visais atvejais siekiama, kad įmonė veiktų pelningai kuo ilgesnį laiką. Tačiau

²⁵ International Federation of the Periodical Press (FIPP) by Cue Ball Media „International magazine publishing handbook 2005

bendros įmonės steigimas užtrunka pakankamai ilgą laiką ir kainuoja nemažai pinigų, todėl prieš steigiant bendrą įmonę tam turi pasiruošti abi leidybos įmonės.

Vadinasi prieš sudarant konkrečią bendradarbiavimo su užsienio leidybos įmone reikia atkreipti dėmesį į šiuos dalykus:

1) Sutarties rūšis. Tai gali būti veikla pagal licenciją, sutartis, pagal kurią steigiama bendra įmonė arba kitokios rūšies įmonių bendradarbiavimas. Licencinės sutartys paprastai yra nedidelės rizikos ir duodančios nedidelį pelną. Parastai tokias sutartis sudaro eksportu užsiimantys leidėjai. Tuo tarpu bendras įmones dažniausiai steigia finansiškai stabilios ir stambaus kapitalo leidybos įmonės.

2) Prekės ženklo naudojimas. Šiuo atveju pagrindines sąlygas diktuoja licencijos davėjas, kurio prašoma suteikti naudotis tam tikru prekiniu ženklu. Steigiant bendrą įmonę licencijos sutartis taip pat gali būti sudaroma. Tuomet ši sutartis bus sudedamoji tarptautinio bendradarbiavimo dalimi. Licencijos davėjas leis naudotis savo pavadinimu (prekės ženklu).

3) Teritorija. Šalys turi susitarti dėl to, kioje teritorijoje leidinys bus leidžiamas ir platinamas. Teritorija gali apimti ne tik vietas, bet ir kitas kaimynines rinkas, kuriose leidinys gali būti sėkmingai platinamas atsižvelgiant į šios rinkos kalbinį arba kultūrinį panašumą. Licencijos davėjui teritorija yra ypatingai svarbus veiksnys, nes jis suinteresuotas, kad jo prekinis ženklas būtų platinamas kuo didesnei auditorijai.

4) Kalba. Licencijos atveju svarbu nustatyti, kokia kalba bus pateikiamas užsienio leidėjo prekinis ženklas. Dažniausiai tai būna anglų kalba, ypač tai pasakytina apie visame pasaulyje gerai žinomus prekinis ženklus. Kita vertus tam tikrais atvejais licencijos davėjas gali leisti leidybos įmonei savo prekinio ženklo pavadinimą išversti į savo nacionalinę kalbą, tačiau tai kartais gali sukelti neigiamų arba netgi neprognozuojamų pasekmių. Todėl šie klausimai turėtų būti išsamiai aptarti licencijos sutartyje.²⁶

Be kita ko taip pat svarbūs ir kiti tarptautinio bendradarbiavimo sutarties klausimai. Pavyzdžiui, sutarties galiojimo laikas. Ypač tai pasakytina licencijos sutarties atveju. Paprastai bendradarbiavimo sutarys sudaromos 3 – 10 metų laikotarpiui ir yra automatiškai pratęsimos dvejiems metams pasibaigus sutarties galiojimui, jeigu nei viena iš šalių nenutraukia sutarties.

Visi šie ir kiti klausimai turi būti išsamiai aptariami ir sureguliuoti konkrečioje bendradarbiavimo sutartyje.

²⁶ International Federation of the Periodical Press (FIPP) by Cue Ball Media „International magazine publishing handbook 2005

Prieš pradėdami tarptautinį bendradarbiavimą jūs visų pirma turite konsultuotis su teisininku, kuris galėtų duoti kompetentingą patarimą prekinį ženklą ir sutarčių sudarymo teisiniais klausimais.

Norėdami savo prekinį ženklą pateikti užsienio rinkai tai gali kainuoti įvairias sumas. Pavyzdžiui, Prancūzijoje tai kainuotų iki 500 dolerių, tuo tarpu Jungtiniuose Arabų Emyratuose tokia registracija gali kainuoti iki 10 000 dolerių. Prekinio ženklo registracija taip pat gali užtrukti nevienodą laiko tarpą – Libane įregistruosite prekės ženklą per keletą mėnesių, o Indijoje šis procesas gali užtrukti iki 12 metų. Todėl prieš pradėdami bendradarbiauti su užsienio leidėjais, visų pirma turite gerai iširti užsienio rinką iki pačių smulkesnių detalių. Todėl tokiu atveju tikslinga samdyti atitinkamų sričių specialistus, kurie paruoštų ataskaitą arba pranešimą apie galimybes ir investavimo užsienio rinkoje sąlygas. Tokia ataskaita taip pat kainuoja nemažus pinigus, tačiau ji užtikrina tinkamą pasirinkimą ir apsaugo nuo rizikos. Į užsienio rinką negalima pulti tiesiogiai.

Svarbu yra išsiaiškinti tarptautinių turinio teisių naudojimo klausimą, t. y. ar jūs turite teisę publikuoti autorių, rašytojų, fotografų darbus tarptautiniu mastu.

Apibendrinant galima teigti, kad tarptautinis bendradarbiavimas ir leidybos įmonių dalyvavimas užsienio rinkoje yra įvairialypis ir sudėtingas reiškinys. Dėl to pirmas žingsnis tarptautinio bendradarbiavimo link – jau minėto verslo plano sudarymas. Sudarydami šį planą turite numatyti savo veiksmus bent trims metams į priekį, nes per pirmuosius metus ar du pelnas yra mažai tikėtinas. Pirmosios išlaidos yra susijusios su prekės ženklų paieška ir registracijos mokesčiais, bei visos su užsienio rinkos tyrinėjimu susijusios išlaidos.

2.6 Knygų mugių įtaka bendradarbiavimui tarp leidyklų

Mugės nėra vien knygų pardavimo ar įsigijimo vieta. Tai svarbus kultūrinis, ekonominis ir mokslinis indėlis į leidybą. Parodų metų atliekami rinkos pokyčių stebėjimai, vartotojų apklausos ir kt. Parodose atliekami rinkos tyrimai leidžia efektyviausiai organizuoti knygų mugių marketingą, bei vykdyti kviečiamų lankytojų atranką. Todėl didesnę mugių lankytojų dalį sudaro ne atsitiktiniai žiūrovai, bet atskirų sričių specialistai. Tai leidžia maksimaliai išnaudoti mugių, kaip tikslingos reklamos priemonės galimybes. Vienas svarbiausių veiksnių įtakojančių leidybinę sėkmę - visuomenės informavimo priemonės. Atsiliepimai jose bene labiausiai formuoja visuomenės nuomonę. Spauda parodo leidybos pramonės lygį, dizainas – šalies dailės tradicijas, turinys pateikia šalies kultūros artikuliaciją. Visa tai suteikia unikalią progą pristatyti įvairiausias šalies kultūros, jos istorijos, meno, pramonės ir verslo aspektus, kaip visumą.

Lietuvos leidėjai jau ne pirmus metus dalyvauja didžiosiose tarptautinėse knygų mugėse, tokiose kaip Frankfurto, Getenburgo, Maskvos ir kt. Šaliai viešniai skiriama labai daug dėmesio, todėl dalyvavimas suteikia progą prisidėti prie Lietuvos leidybinio įvaizdžio kūrimo, parodyti ne tik mūsų kultūros įvairovę, jos ambicijas, bet ir jos istorinį kontekstą, atskleidžiantį nemažai mugės lankytojų daliai nežinomas kultūros sąsajas tarp mūsų šalių. Tokiu būdu yra palengvinamas bendravimas ir padidinama supratimo galimybė.

Viename žinomame Vokietijos žurnale „Spiegel“, po vienos iš parodų, buvo rašomi atsiliepimai apie Lietuvos knygų rinką. Čia savo nuostabą išreiškė žurnalistai, negalėdami suprasti kaip šalyje, kurioje gyvena vos 4 milijonai gyventojų, gali gyvuoti 540 leidyklų išleidžiančių 44000 knygų lietuvių kalba. Palyginimui galima pažvelgti į Vokietiją, kurioje gyvena 82 mln. gyventojų, o leidyklų skaičius čia siekia maždaug 1741.

Priežasčių galima rasti daugybę. Gal būt sąlygos vystyti leidybos verslą Lietuvoje yra labai palankios šiuo verslu užsiimantiems asmenims, gal tuo yra suinteresuoti užsienio leidėjai, kuriems palankiau naudotis Lietuvos leidėjų paslaugomis, o gal lietuvių tauta paprasčiausiai mėgsta skaityti knygas.

Svarbu apibūdinti knygų mugių veiklą, nustatyti jų indėlį į šalies ekonomiką ir atskleisti leidybos galimybes bei potencialą. Leidybinės veiklos statistika yra mažai nagrinėta tema ne tik Lietuvoje, bet ir kitose šalyse.

2.6.1 ES Knygų mugių svarba leidyklų bendradarbiavimui

Lietuvos leidėjų dalyvavimas tarptautinėse knygų mugėse po 1990 metų ne visada buvo labai naudingas šiai veiklos sričiai. Galima būtų paminėti tik keletas pirmaisiais metais įvykusių tikrai reikšmingų renginių. Didžiausia pasaulinė Frankfurto knygų mugė nustelbė pasaulinėmis leidybos verslo alternatyvomis. Pradėjusi oficialiai dalyvauti šioje parodoje, Lietuva tapo žinoma pasaulinėje knygų rinkoje, tai atvėrė galimybes lietuvių rašytojų kūriniais patekti į pasaulinės leidybos rinką.

Be Frankfurto knygų mugės leidėjai vis daugiau dėmesio skiria regioninėms - Varšuvos, Maskvos bei Leipcigo – knygų mugėms, kuriose lietuviškos knygos yra daugiau pastebimos ir egzistuoja didesnė galimybė parduoti knygų leidybines teises. Lenkijos bei Rusijos visuomenei Lietuva yra pakankamai gerai žinoma, tad Lietuva šiose šalyse nemažai domimasi. Į Varšuvos

knygų mugę Vakarų leidėjai atvažiuoja ieškodami perspektyvių Rytų Europos rašytojų, be to, šie leidėjai atsiveža parduoti specialiai šio regiono leidėjams atrinktas knygas.

Lietuva kartu su kitomis Baltijos šalimis 1997 m. tapo pagrindine Leipcigo knygų mugės tema, o 1998 m. sulaukė išskirtinio dėmesio Varšuvoje, tačiau po šių dviejų pasirodymų nei Vokietijoje, nei Lenkijoje išleistų lietuvių autorių skaičius neišaugo. Šie įvykiai sąlygojo nuomones, kad lietuvių leidėjai į tarptautines knygų muges gali važiuoti tik kaip leidybinių teisių pirkėjai, o ne pardavėjai. Važiavimas į tarptautines knygų muges ir Lietuvos leidybinės veiklos reprezentavimas - vienas iš segmentų skatinančių užsienio leidėjų suinteresuotumą.

Pradedant dalyvauti pirmosiose pasaulinėse knygų mugėse esminės leidėjų klaidos buvo:

- Neplanuotas pasiruošimas mugėms;
- Leidybinės veiklos teisės neišmanymas;
- Netinkamas knygų eksponavimas;
- Reprerentacinio pobūdžio informacijos trūkumas.

Po ištikusių nesėkmių Lietuvos leidėjai išmoko išskirti veiksnius įtakančius jų leidybinę veiklą. Daugiausia dėmesio buvo skiriama:

- Darbui prie stendo su lankytojais;
- Verslo susitikimams;
- Dalyvavimui mugės renginiuose;
- Informacijos teikimas apie leidyklą ir jos produkciją;
- Stendo priežiūra;
- Besidominčių lankytojų registravimas.

Norėdami išlikti pasaulinėje rinkoje Lietuvos leidėjai turėjo derintis prie užsienio leidyklų reikalavimų. Nuo 2001 m. leidėjai pradėjo stipriau akcentuoti originaliąją literatūrą. Taip pat suaktyvėjo diskusijos, kokius lietuvių autorius reikėtų siūlyti versti užsienio leidėjams – buvo suvokta, kad knygos atrenkamos ne parodai, o mugėi ir jos eksponuojamos, tikintis, kad pavyks parduoti tos knygos leidybines teises. Remiantis 1993 - 2001 m. „Lietuvos spaudos statistika“ galima teigti, kad keliais atvejais leidybinės teisės buvo parduotos. Tarp išverstų autorių su lietuvių

leidėjų dalyvavimu tarptautinėse knygų mugėse, galima sieti tokias pavardes: R.Gavelis, M.Martinaitis, J. Ivanauskaitė. Po nepriklausomybės atkūrimo iki 1998 m. 22 - jose pasaulio šalyse pasirodė knygos išleistos užsienio kalbomis. Pagrindine priežastimi, dėl kurios lietuvių literatūra nepasirodydavo užsienio kalbomis yra ta, kad jos net ir iš dalies nefinansuoja Lietuvos kultūros ministerija. Siekiant, kad išverstos į užsienio kalbą Lietuvių autorių knygos patektų į kitas rinkas, jas turėtų išleisti užsienio leidykla, tačiau Lietuvių leidėjai ir toliau patys gausiai leidžia vertimus.

Beveik visi Lietuvos leidėjai yra vieningos nuomonės, kad važiavimas į tarptautines knygų muges nepaskatino lietuvių literatūros vertimų į kitas kalbas. Labai svarbu, kad pati valstybė finansuotų lietuviškų knygų leidimą kitose šalyse. Pavyzdžiu galėtų būti norvegų organizacija „Norla“. Lietuvoje, šios organizacijos analogu yra viešoji įstaiga „Lietuviškos knygos“, tačiau pagrindinė šios organizacijos tikslingo funkcionavimo problema – finansavimas. Deja, Lietuvių leidėjai ilgai negalėjo sulaukti Lietuvos valdžios dėmesio.

1997 m. Norvegijos užsienio reikalų ministerija organizavo seminarą pokomunistinių šalių leidėjams apie nacionalinės literatūros platinimą užsienyje. Į seminarą buvo pakviesti po vieną leidėją iš kiekvienos šalies, kuris būtų suinteresuotas steigti panašią įstaigą, ir kultūros ministerijos atstovą, kuris turėtų rūpintis finansine parama. Kultūros ministerija nenusiuntė nei vieno žmogaus į tą susitikimą.

Profesorius iš Frankfurto prie Oderio universiteto K. Slogelis kalbėdamas Vilniuje vykusiame seminare „Knygos kultūros erdvių atstovės?“ teigė, kad knygos ir knygynai yra kultūros rodikliai. Kiekvienas žmogus nors ir nemokėdamas lietuvių kalbos, tačiau apsilankęs keliuose knygynuose Vilniuje bei matydamas lietuviškas knygas kitose vietose gali susidaryti įspūdį apie mūsų kultūrą ir šalį. Pavyzdžiui, matydamas, kiek knygyne yra knygų įvairiomis užsienio kalbomis ar verstų užsienio autorių kūrinių, gali matyti, kiek mūsų šalis yra atvira kitoms kultūroms, kas aktualiausia, kaip reprezentuojama šalis.

Pirmojo dėmesio iš Kultūros ministerijos sulaukta tuomet, kai Lietuva buvo pakviesta dalyvauti pasaulinėje Frankfurto knygų mugėje. Dalyvavimas mugėje bei prisistatymas jos metu tapo svarbiu žingsniu ne tik leidėjams, kuriems svarbu, kad padaugėtų jų leidžiamų lietuvių autorių sukurtų kūrinių skaičius, bet tikimasi ir Lietuvos vardo bei vietos leidėjų veiklos žinomumo didinimo.

Knygų mugės metu Vokietijos spaudoje buvo galima rasti apie 1200 tekstų pristatančių Lietuvą, Vokietijos televizijoje buvo parodyta 20 filmų, programų, reportažų apie Lietuvą bei jos literatūrą, atskiras knygas, autorius. Toks masinių visuomenės informavimo priemonių dėmesys sąlygojo leidybinės veiklos europinėje rinkoje pagyvėjimą. Buvo domimasi leidžiamais kūriniais jų aktualumu.²⁷

2.6.2 Nauda leidėjams iš dalyvavimo ES šalių knygų mugėse

Išskirtinis reiškinys yra dalyvavimas tarptautinėse knygų mugėse šalies viešnios teisėmis. Tam reikia kultūros politikos tęstinumo bei ilgo ir kruopštaus įvairių organizacijų bei ekspertų darbo. Dalyvavimo Frankfurto ir neseniai vykusioje - Geteborgo tarptautinėse knygų mugėse patirtis sako, jog šalies literatūros bei kultūros pristatymas pačiu aukščiausiu lygiu turi keletą pasekmių. Dalyvavimo parodose ir vėlesniais metais padaugėja lietuvių literatūros vertimų į šalies - šeimininkės kalbą, bendrų abiejų šalių leidėjų, vertėjų ir autorių projektų skaičius. Ne mažiau svarbus yra kultūros pristatymo poveikis. Juk knyga - itin „talpus“ kūrinys, atspindintis daugybe kultūros aspektų: spauda rodo leidybos pramonės lygį, dizainas – šalies dailės tradicijas, turinys pateikia šalies kultūros artikuliaciją. Visa tai suteikia unikalią progą pristatyti įvairiausias šalies kultūros, jos istorijos ir nūdienos, meno, pramonės ir verslo aspektus, kaip vieną gyvybingą visumą. Šaliai viešniai skiriama labai daug dėmesio, todėl dalyvavimas suteikia progų prisidėti prie Lietuvos įvaizdžio kūrimo, parodyti ne tik mūsų kultūros įvairovę, jos ambicijas, bet ir jos istorinį kontekstą, atskleidžiantį nemažai mugės lankytojų daliai nežinomas kultūros sąsajas tarp mūsų šalių, tokiu būdu palengvinant bendravimą ir padidinant supratimo galimybę.

Džiugu, kad visa tai pavyko pasiekti Geteborge, iš kurio neseniai sugrįžo Lietuvos delegacija. Dalyvavimo koncepcija, pagal kurią buvo rengiama programa, numatė, jog pristatyti dera ne tik šiuolaikinę literatūrą, bet ir mūsų istoriją bei kultūrą atspindinčias temas, surengti kultūros istoriją atspindinčias parodas. Taigi vyko ne tik mūsų autorių kūrybos pristatymai – mugės lankytojais galėjo dalyvauti: rezistencijos, holokausto, regiono raidos perspektyvų ir kituose seminaruose. Nors mugėje vykstantys seminarai buvo mokami, nei viename iš jų nestigo klausytojų.

Švedijos spaudoje mugės dienomis dominavo pozityvi informacija apie Lietuvą, daugelis leidinių skyrė lietuvių autoriams, kultūriniai Lietuvos prisistatymo programai po vieną ar net po du puslapius.

²⁷ 21 – asis ISSN direktorių susitikimas. [interaktyvus]. [žiūrėta 2006 12 13]. Prieiga per internetą: <<http://www.leidykla.vu.lt/inetleid/inf-m-4/aleks.html>>

Apie susidarytą įspūdį apie Lietuvą galima spėti iš straipsnių antraščių: „Lietuva paliko ryškius pėdsakus“ (Dagen, Stockholm), „Lietuva išbando savo literatūros pajėgumą“ (Upsala Nya Tidning), „Lietuva ieško naujų skaitytojų Švedijoje“ (Svenska Dagbladet), „Invazija prasidėjo iš kitos baltijos pusės“ (Ornskoldsviks Allehandra, Ornskoldsvik), Išsamus žvilgsnis į Lietuvą (Vasterbottens-Kuriren, Umea).

Švedijos žiniasklaida Lietuvą pristatė kaip kaimyninę šalį, vieną iš Šiaurės šalių, kurios kultūra ir literatūra švedams yra, deja, vis dar menkai pažįstama. Todėl Lietuvos kaip pagrindinės mugės temos pasirinkimas, anot žurnalistų, iš dalies buvo teisingas, nes tai skatina domėtis, atrasti naujus dalykus, bet iš dalies ir šiek tiek netikėtas, nes šios šalies literatūra mažai žinoma Švedijoje, be to, „lietuviai jaučia ypatingą polinkį poezijai, kuri neturi gausnio švedų skaitytojų rato“²⁸.

Apibendrinant Lietuvos dalyvavimą Geteborgo knygų mugėje galima sakyti, jog buvo paliktas pakankamai geras įspūdis literatūros ir kultūros įvairove, istorine patirtimi, taip pat – savo pozityviu požiūriu, siekiant kartu kurti regiono ateitį, akivaizdžiai parodant, jog turime kultūrą, kurios vertė pranoksta vienos šalies ribas.

2.6.3 Nauda leidėjams iš dalyvavimo Lietuvos knygų mugėse

Šiuolaikinių įmonių veikla neįsivaizduojama be reklamos. Aktyvios rinkos sąlygomis, augant prekių bei paslaugų įvairovei, reklama tampa viena svarbiausių klientų informavimo rūšių bei viena veiksmingiausių konkurencijos priemonių. Specializuotos parodos yra viena iš efektyviausių reklamos formų, kartu atliekanti ir firmos reklamos (gerina įvaizdį, kelia prestižą), ir konkrečios prekės ar paslaugos reklamos, ir įmonės produkcijos pardavimų skatinimo funkcijas.

Lietuvoje yra keletas įmonių užsiimančių parodų organizavimu ir rengimu. Didžiausi parodų rengėjai įsikūrę Vilniuje ir Kaune. Didžiausias parodų rengimo centras Baltijos valstybėse yra Lietuvos parodų centras “LITEXPO”. Taigi dalyvavimas parodose tai daug žadanti perspektyva įmonės veiklai, parodos dalyvis turi progą net tik supažindinti su nauju produktu ar paslauga, bet ir užmegsti ryšius su komerciniais partneriais.

Aktyvus rinkos pokyčių stebėjimas, vartotojų apklausos parodų metu, “Ekspocentro” užsakymu bendrovės “Nepriklausoma Tyrimų Agentūra” nuolat atliekami rinkos tyrimai leidžia efektyviausiai organizuoti parodų marketingą, bei vykdyti kviečiamų lankytojų atranką. Todėl didesnę dalį parodų

²⁸ Hallands Nyheret Falkenberg, „Kultūros barai“ 2006 m. „Maža šalis su didelėmis ambicijomis“.

lankytojų sudaro ne atsitiktiniai žiūrovai, bet atskirų sričių specialistai. Tai leidžia maksimaliai išnaudoti parodų, kaip tikslingos reklamos priemonės galimybes.

2005 metų „LITEXPO“ parodų centre jau 6-ąjį kartą vyko didžiausia Baltijos šalyse Vilniaus knygų mugė. Per 4 dienas mugę aplankė 53 247 žmonės (pernai – 50 200), o pristatomos knygos vos sutilpo dviejuose kilometruose lentynų. Žiūrint į minias, plūstančias į „LITEXPO“ ir nagrinėjant kultūrinių renginių programą (tuo pačiu laiku vyko 3-4 solidūs renginiai, o per 4 dienas jų surengta 120), nekyla abejonių dėl šios mugės reikšmės ir reikalingumo. Šių metų mugėje svečiavosi 15 rašytojų iš 11 užsienio šalių ir per 40 Lietuvos literatų.

Šiais metais knygų mugėje aktyviai dalyvavo Lenkijos, Baltarusijos, Japonijos, Švedijos, Slovakijos bei pagrindinės Lietuvos leidyklos („Alma littera“, „Tyto Alba“, „Vaga“, „Baltos lankos“, „Šviesa“, „Lietuvos rašytojų sąjungos leidykla“, „Presvika“, „Rosma“), taip pat pagrindinės knygų prekybos įmonės – „Humanistas“, „J. Masiulio knygynas“, „Vagos knygų centras“, „Baltų lankų knygynas“, „Litterula“, „Rotas“ ir kt. Beveik pusė mugės dalyvių aktyviai prisidėjo prie mugės kultūrinės programos, atvežė užsienio autorius, rengė susitikimus su lietuvių rašytojais ir pan.

1999 m. Vilniui atėjo eilė rengti Baltijos knygų mugę, kuri pagal Lietuvos, Latvijos ir Estijos leidėjų asociacijų susitarimą rengiama vienoje iš Baltijos šalių sostinių. Mugė buvo labai sėkminga, nesitikėta tokio lankytojų susidomėjimo. Po sėkmingo starto kartu su Lietuvos leidėjų asociacija nuspręsta kasmet, vasario mėnesį, Vilniuje organizuoti tarptautinę Vilniaus knygų mugę. Mugė iš karto tapo labai populiari ir dabar yra žinoma Europoje, jos vardas figūruoja šalia garsiausių bei didžiausių Europos knygų mugių – Frankfurto, Londono, Geteborgo, Varšuvos, Leipcigo ir kt.

Atsižvelgiant į didelį mugių antplūdį galima teigti, kad Lietuvos žmonės skaito ir jiems reikia knygų. Vilniaus knygų mugė – nėra dar viena knygų mugė Lietuvoje. Tokio pobūdžio knygų mugė yra vienintelė Lietuvoje. Dabar Vilniaus knygų mugė yra didžiausia ir Baltijos šalyse, kur knygų mugės mažesnės ir ne tokios populiarios. Daug populiarumo ir sėkmės mugei suteikia kultūriniai renginiai, pačių dalyvių pasiruošimas jai. Tai, kad Vilniaus knygų mugė jau turi vardą, rodo užsienio svečių, ypač garsių užsienio rašytojų, atvykimas specialiai į ją.

Vilniaus knygų mugės rengėjai yra Lietuvos parodų centras „LITEXPO“, „Lietuvos leidėjų asociacija“, VšĮ „Lietuviškos knygos“. Mugė visus metus reklamuojama Europos knygų mugėse, daug važinėjama, bendraujama su dalyviais, įvairių Europos šalių leidėjų asociacijomis, jie kviečiami atvykti į mugę ir dalyvauti su savo šalių leidėjų kolektyviniais stendais. Mugė išrenka savo organizacinį komitetą, kuris atsakingas už kultūrinių renginių programą, surenka leidyklų pasiūlymus, kviečia

svečius, rūpinasi finansine renginių parama, pats organizuoja renginius. Vilniaus knygų mugės globėjas yra Vilniaus meras, kultūrinių renginių programą remia Kultūros ministerija. Mugę kasmet atidaro šalies Prezidentas, premjeras, Seimo pirmininkas, kultūros ministras.

Dėl didelio Vilniaus knygų mugės žinomumo Europoje vis lengviau darosi pasikviesti užsienio autorius. Į knygų mugę atvyksta daug užsienio šalių leidėjų specialistų. Vilniaus knygų mugę palaiko draugiškus santykius su Geteborgo, Frankfurto ir Varšuvos knygų mugėmis.

Kalbant apie mugių svarbą Lietuvos leidybai galima tvirtinti, kad tai vienas iš sąlygojančių veiksnių, kadangi mugės ar jų atidarymo šventės paprastai susilaukia aukščiausių valstybės pareigūnų dėmesio. Jose rengiamos politinės diskusijos. Be to, įvairių mugių organizatoriai kelia sau uždavinį paremti leidėjus iš mažiau išsivysčiusių ar finansinius sunkumus patiriančių šalių.

Apibendrinant darbą galima sukonstruoti tokias išvadas:

1. Remiantis pereinamojo laikotarpio rezultatais galima pasakyti, kad struktūrinių veiksnių poveikis ir ilgalaikio ekonomikos augimo prielaidos neatsiranda savaime. Ekonominės politikos nustatymas ir rinką palaikančių institucijų sukūrimas lemia tai, ar ekonomika sugebės išnaudoti struktūrinį augimo potencialą.

2. XXI a. ekonomikos pobūdis keičiasi, daugėja žmonių, atliekančių kūrybinį darbą, ir jie sukuria didesnę pridėtinę vertę. Kūrybinis darbas kuria didesnę pridėtinę vertę ir suteikdamas ilgalaikį konkurencinį pranašumą sudaro prielaidas sparčiai augti pajamoms, todėl akivaizdu, kad Lietuvos ekonominė politika turėtų daugiau skatinti kūrybinį nei techninį darbą, kad kūrybinis darbas sudarytų vis didesnę ekonomikos dalį.

3. Kultūros statistika yra mažai nagrinėta tema ne tik Lietuvoje, bet ir kitose šalyse, ir šiuo metu Europos Bendrijų statistikos biuras (Eurostatas) tik ketina parengti metodines kultūros ir kitos kūrybinės veiklos vertinimo nuostatas.

4. Darbo metu teko naudoti medžiagą, gautą iš įvairių šaltinių, kuri metodiniu požiūriu nėra vienalytė, todėl pateikiami duomenys gali būti pripažįstami tik kaip pradinis atskaitos taškas vertinant kūrybines ekonomines veiklas ir turėtų būti patikslinti atliekant nuodugnesnę kūrybiniam sektoriui priskiriamų įmonių analizę.

5. Lietuvos statistikos departamento duomenimis, 2002 m. kūrybinis sektorius sukūrė 2,0 proc. Lietuvos BVP ir uždirbo 2,1 mlrd. Lt, o kartu su valstybės dotacijomis – 2,4 mlrd. Lt pajamų.

6. 2002 metais kūrybinės ekonominės veiklos srityje pelningiausia buvo užsiimti leidyba. Vidutiniškai per mėnesį leidybos įmonės savininkas gavo 2,9 tūkst. Lt grynojo pelno.

7. Knygų mugė – tai puikiai organizuotas mechanizmas. Rinka negali ir nepageidauja atsisakyti visko, ką siūlo mugė, kurioje žmogus bendrauja tiesiogiai.

8. Knygų mugės nėra vien pardavimo priemonė. Jos suteikia impulsą nustato tendenciją, teikia idėjų, veikia kaip informacijos birža, inovacijų rinka.

9. Perspektyvos. Savo viltis leidėjai sieja su šalies ekonomika. Ekonomika Lietuvos leidyboje daug ką pakoreguos, kadangi Lietuvoje yra per daug leidyklų, galimas jungimasis, kitų pasitraukimas iš rinkos.

10. Būtinios permainos valstybės paramos leidybai srityje.

3. Tyrimas: Lietuvos leidyklų sugebėjimas save reprezentuoti siekiant bendradarbiavimo su ES leidyklomis

Tyrimo tikslas: Ištirti Lietuvos leidėjų galimybes bendradarbiauti laisvoje ES ekonominėje zonoje.

Tyrimo uždaviniai:

- Pasirinkti tokią komunikacijos priemonę, kuri leistų sudaryti pirmąjį išpūdį apie leidyklą su kuria norėtų bendradarbiauti ES leidyklos;
- Įvardinti bendradarbiavimui svarbius komunikacinius elementus;
- Atlikti atskirų Lietuvos leidyklų pasiruošimo bendradarbiavimui lyginamąją analizę;
- Remiantis statistine medžiaga įvertinti bendrą leidyklų bendradarbiavimo situacija.

Tyrimo hipotezės:

- Lietuvos leidyklos neišnaudoja visų naudojamų reprezentacinių kanalų.
- Leidyklos bendradarbiaujančios su ES šalių leidyklomis nebūtinai išnaudoja visas galimybes save reprezentatyviai pristatyti.

Tyrimo metodas: tyrimui naudojamas turinio analizės metodas. Apsibrėžta keletas bendradarbiavimą atspindinčių parametru (kategorijų). Remiantis šiomis kategorijomis galima spręsti ar leidykla pasiruošusi verslo plėtrai bei pateikia apie save reikiamą informaciją. Atliekant pasirinktų leidyklų komunikacijos priemonių turinio analizę buvo stebimi lentelėje nurodytų parametru pasikartojimai (4 lentelė). Taip pat atliekama ir kokybinė turinio analizė bei analizuojama statistinė medžiaga, siekiant įvertinti Lietuvos leidyklų bendradarbiavimo tendencijas.

4 lentelė. Turinio analizei naudotos pasiruošimą bendradarbiavimui atspindinčios kategorijos.

<i>Kategorijos</i>
Leidyklos prisistatymas užsienio kalba (anglų kalba)
Paslaugų pristatymas užsienio kalba (anglų kalba)

Pranešimai spaudai bei naujienos užsienio kalba (anglų kalba)
Informacija apie Lietuvos autorių leidinius užsienio kalba (anglų kalba)

Tokie elementai padėtų reprezentuoti leidyklą užsienio leidėjams, padėtų užsieniečiams greičiau bei geriau susipažinti su bendradarbiavimo siekiančia leidykla bei formuoti gerą įvaizdį partnerystės siekiančios užsienio leidyklos akyse.

Tyrimo atranka: tyrimui pasirinktos leidyklos užsiimančios skirtingų tipų leidinių realizacija (periodinė spauda, knygos, elektroninė leidyba). Tokia atranka pasirinkta siekiant įsitikinti ar skirtingų leidinių grupės įtakoja bendradarbiavimo paklausą.

Iš plataus spektro Lietuvos leidybos įmonių, kurios pateiktos daugelyje įmonių katalogų (pasinaudota Lietuvos įmonių katalogu internete), pasirinktos tos leidyklos, kurios į lietuvių kalbą yra išleidusios didžiausią kiekį knygų bei aktyviai dalyvauja leidybinėje veikloje ir ryškiausiai atspindi bendradarbiavimo rezultatus su ES šalimis.

Išskirta su leidybos sritimi susijusi įmonių grupė: įmonės užsiimančios knygų leidyba. Tokį pasirinkimą pirmiausia lėmė knygų leidėjų situacija. Dažniausiai būtent knygų leidėjams svarbu užmegzti kontaktus su užsienio rinkos dalyviais siekiant pateikti vietinei rinkai įdomius, naujus, užsienyje jau pasisekimą sulaukusius leidinius.

Tyrimo imtis: Imtis nustatyta atlikus atranką. Analizei pasirinktos 78 Lietuvos knygų leidyklos.

Priemonės pasirinkimas: Tam, kad verslas būtų sėkmingai vystytis, plėstis ir konkuruoti tiek vietinėje tiek ir šalies rinkoje, reikalinga komunikacija, kurios viena geriausių priemonių šiandien yra internetas, o tiksliau - organizacijos internetinis puslapis, kuriame kiekviena organizacija gali skelbti bet kokią informaciją, tad tai yra puiki terpė savęs pristatymui bei reprezentavimui. Todėl būtent ši priemonė ir buvo pasirinkta tyrimui.

Tokį pasirinkimą sąlygojo keletas veiksnių:

1) Po pasaulį vis labiau plinta tendencija, kad įvairių visuomenių piliečiai, ypač jaunesnės kartos, į ateitį žvelgiantys verslininkai, ieškodami informacijos apie įmonę su kuria ateityje galbūt norėtų užmegzti kontaktą, vis dažniau renkasi internetą (*Verslo žinių inf.*).

2) Internetinė svetainė yra puiki ryšių su visuomene bei savęs reprezentavimo priemonė, kurioje talpinama visa svarbiausia informacija apie įmonę, jos veiklą, o taip pat bendradarbiavimo galimybes. Leidyklai, ieškančiai verslo partnerių, būtina pasinaudoti šia komunikacijos priemone, nes tokiu būdu galima sudaryti apie savo įmonę pirmąjį išspūdį, dar net nesusitikus su būsimuoju verslo partneriu akis į akį.

3) Internetas šiandien įgauna didelę reikšmę, tad komunikacijos specialistai, daugelį atveju atsakingi už verslo plėtrą ar jos viešinimą, turi sugebėti ne vien pateikti informaciją, bet ir rūpintis įmonės internetinio tinklapio, kaip įmonės patrauklumo verslo prasme, formavimu.

4) Internetinis tinklapis yra puiki pažinimo priemonė partnerių bei ieškančioms įmonėms. Jo pagalba galima daugiau bei išsamiau sužinoti apie ateities partnerius, pateikta informacija ir pranešimai spaudai leidžia atskleisti kokią padėtį visuomenėje užima dominantanti bendrovė, kokius projektus ji vykdo, kokiame lygyje ji yra, kokiems klientams teikia savo produkcija ir su kokiais partneriais bendradarbiauja, paslaugų bei atliktų darbų aprašymai leidžia susiformuoti pirminę nuostatą apie įmonės veiklos galimybes.

Situacijos analizė: Šiandien Lietuvos verslo įmonės vis labiau stengiasi integruotis į sėkmingai besivystančią ES rinką, perimdamos šalių senbuvių veiklos praktiką, naujoves, pažangą bei tendencijas, tokiu būdu stengdamosi išsilaikyti konkurencinėje rinkoje. Reikia paminėti, kad vienos verslo sritys naujoves perima greičiau, kitos ne taip greitai, tačiau vienareikšmiškai norint sėkmingai plėstis bei vystytis reikia imtis pačių įvairiausių priemonių. Viena iš svarbiausių tokių priemonių yra komunikacija arba bendradarbiavimas. Būtent bendradarbiaudami su kitomis tos srities įmonėmis rinkos dalyviai gali neatsilikti ir prisitaikyti dinamiškoje ir kuo toliau tuo labiau nuolat besikeičiančioje aplinkoje. Tos leidyklos, kurios sugeba save tinkamai pristatyti kaip pažangias, dinamiškas, kompetentingas, lanksčias bei žvelgiančias į ateitį leidybos srityje gali pasidžiaugti gerais ryšiais su užsienio įmonėmis bei sėkmingu vystymusi.

ES politika, ypač kalbant apie neseniai į šią sąjungą įstojusias nares ir yra nukreipta į bendradarbiavimo skatinimą bei bendros, vieningos rinkos kūrimą. Įmonės siekiančios gauti paramą iš ES struktūrinių fondų įvairiems projektams skatinamos užmegzti kontaktą su kuria nors iš įmonių iš ES šalies senbuvių. Tokiu būdu bendraujant su jau gerai patyrusia įmone greičiau ir daug paprasčiau perimama tinkama veiklos praktika.

Visa tai rodo, kad sugebant sėkmingai save pristatyti įvairiomis reprezentacinėmis priemonėmis ir yra pasiekama gerų, o gal net pačių geriausių rezultatų. Taip elgiasi visos į ateitį žvelgiančios ir po kelių dešimtmečių save vis dar rinkoje matančios verslo įmonės. Taip elgiasi ir perspektyvios leidyklos. Taip turi elgtis ir save gerbiančios bei į atvirą ir perspektyvią ES rinką žvelgiančios Lietuvos leidyklos.

3.1 Tyrimo rezultatai

Atlikus leidyklų interneto tinklapių turinio analizę buvo gauti toliau pristatomi rezultatai.

Tyrimui buvo pasirinktos 78-ios²⁹ knygų leidyklos, kurios viešai skelbiasi atliekančios leidybines paslaugas ir yra užsiregistravusios lengviausiai pasiekiamoje duomenų bazėje. Tačiau ne visos iš jų turi internetinius tinklapius, tad informacija apie jas nėra prieinama per internetą. Vos 43, iš visų į atranką patekusių leidybos įmonių, informaciją apie save bei savo veiklą pateikia internete. Apžvelgus internete save reprezentuojančias leidybos įmones galima apibendrinti sekančius rezultatus. Tik 15-a leidybos įmonių bei valstybinių įstaigų teikiančių leidybos paslaugas (5 lentelė) savo interneto tinklapyje pateikia informaciją apie įmonę bei vykdomą veiklą užsienio kalba t.y. anglų kalba.

5 lentelė. Užsienio rinkai save pristatančios knygų leidyklos

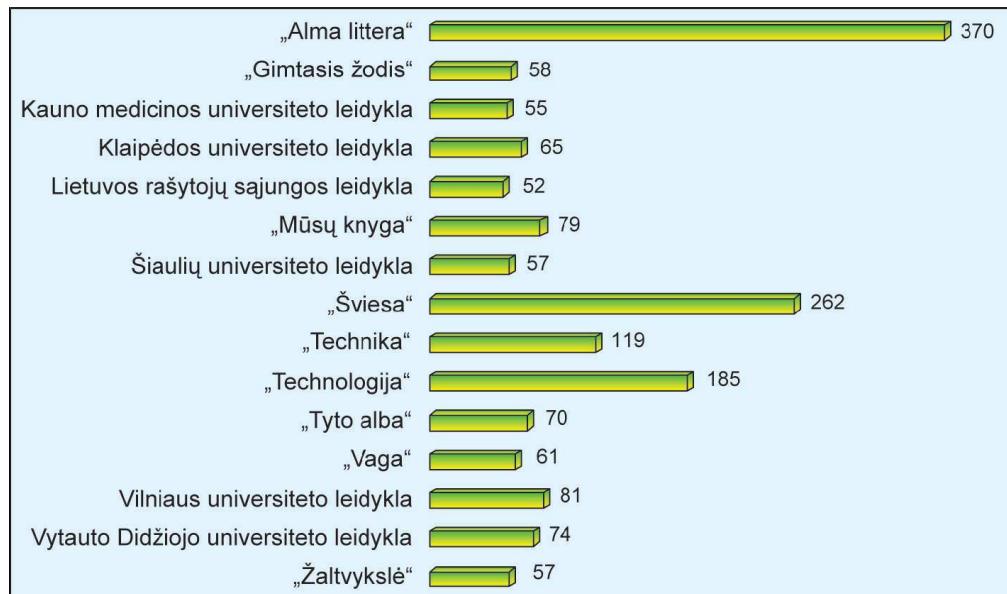
Algarvė
Euroknyga
Alma litera
Firidas
Baltos lankos
Lietuvių kalbos instituto leidykla
Eugrimas
Lietuvių literatūros ir tautosakos institutas
Mintis
Lietuvos gyventojų genocido ir rezistencijos centras
Šviesa
Versus aureus

²⁹ [interaktyvus]. [žiūrėta 2006.11.17]. Prieiga per internetą: <http://www.booksfromlithuania.lt/index.php?page_id=8>

TEV išsamiai
Vaga
Vilniaus Universiteto leidykla

Tik 5-ios iš leidyklų savo veiklą reprezentuojančių internetiniuose puslapiuose detalai pristato save bei savo veiklą įvardindamos teikiamas paslaugas, informacinius pranešimus, išleistas knygas, pristato savo partnerius bei kitą informaciją užsienio kalba, t.y. anglų. Iš viso spektro nagrinėtų leidybos įmonių interneto tinklapių, tik „Baltų lankų leidykla“, „Šviesa“, „Vilniaus Universiteto leidykla“, „Lietuvių kalbos instituto leidykla“, „Lietuvių literatūros ir tautosakos institutas“, „Lietuvos gyventojų genocido ir rezidencijos centras“ bei „Versus aureus“ detaliau pateikia naujausių leidinių pavyzdžius bei pristato knygų autorius. Galima teigti, kad jos yra gerai pasiruošusios save pristatyti užsienio leidėjams ir yra skaidrios, atviros bei pasirengusios atviram bendradarbiavimui su ES rinkos dalyvėmis. Tinkamas savęs pristatymas bei reprezentavimas virtualioje erdvėje – internete yra labai svarbus dalykas norint užmegzti kontaktą su viena ar keliomis iš ES šalių leidyklų, tačiau Lietuvoje yra tokių leidyklų, kurių knygų tiražas labai didelis (*4 paveikslas*) ir jos turi labai gerus ryšius su užsienio leidėjais, tačiau jų reprezentavimas internetiniame tinklapyje užsienio kalba yra labai menkas. Viena iš tokių leidyklų yra „Alma littera“. Tai liudija apie faktą, kad ne visada geras savęs reprezentavimas pvz. internetiniame tinklapyje lemia gerus kontaktus ar ryšius su užsienio šalių kolegomis.

4 paveikslas. Leidėjai išleidę daugiausia knygų 2005m.³⁰



Internetiniuose tinklapiuose pateikta informacija, pranešimų spaudai turinio analizė, bendra įvairių visuomenės informavimo priemonių, daugiausia spaudos leidinių turinio apžvalga bei statistinės medžiagos analizė leidžia susidaryti įspūdį apie bendrą situaciją Lietuvoje, kuri pateikiama žemiau.

Atlikta turinio analizė parodė, kad per pastaruosius metus iš esmės pasikeitė Lietuvoje leidžiamų knygų turinys. Akivaizdu, kad leidybos rinkoje per pastaruosius keletą metų įvyko pasikeitimų tai atsispindi ir reprezentaciniuose pranešimuose spaudoje ir leidyklų internetinėse svetainėse. Paanalizavus leidyklų pristatomą produkciją internetiniuose tinklapiuose ar knygynuose akivaizdu, kad literatūros verstos iš kitų užsienio kalbų per pastaruosius metus taip pat pagausėjo. Šiuo metu Lietuvos leidybos rinkoje tapo skaitomos tos knygos, kurios yra populiarios ir ES šalyse, tokią įtaką šiandien turi sparti informacinė sklaida internetu. Ne paslaptis, kad tik išleistų Lietuvos rinkoje pasirodžiusių užsienio autorių knygų recenzijas šiandien galima rasti pasauliniuose internetiniuose tinklapiuose ir nuorodas į leidyklų platinančių leidinių autorines teises. Vienokiu ar kitokiu keliu informacinė visuomenė darosi vis globalesnė ir ji tampa lengvai pasiekiami kaip ir Lietuvos leidyklų, asociacijų internetiniai tinklapiai, kurie tampa visos Lietuvos leidybos reprezentaciniu veidu. Šiuo metu įvertinus Lietuvos leidyklų informacinės prieigos kanalus akivaizdu, kad šių įmonių reprezentacines priemones reiktų tobulinti. Taip pat, palyginus pristatomos verstinės produkcijos skelbiamos leidėju

³⁰ Lietuvos Nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka bibliografijos ir knygotyros centras. Lietuvos spaudos statistika 2005. Prieiga per internetą: < <http://www.lnb.lt/doc/bkc/statistika2005.pdf> >

internetiniuose tinklapiuose gausą ir informaciją anglų kalba reprezentuojančią įmonę, bei atsiliepiamus spaudoje, peršasi išvada, kad leidėjai daugiau suinteresuoti autorinių teisių įsigijimu nei pardavimu. Profesionalus reprezentacinių kanalų išnaudojimas, darbo patirtis bei rinkos išmanymas, būtų vienos iš pagrindinių priemonių integracijai į ES leidybos rinką.

Išnagrinėtų leidybos įmonių tik nedidelė dalis pasinaudojo galimybe užsienio leidėjams save reprezentuoti specializuotuose tinklapiuose, bei savo internetiniame puslapyje. Dar mažesnė dalis įmonių turinčių savo internetines svetaines pateikia viena iš užsienio kalbų, o būtent tai leidžia verslo partnerio beieškančiam investuotojui ar autorinių teisių agentui susidaryti pirmą įspūdį apie įmonę bei įvertinti Lietuvos leidybos rinką bendrai.

IŠVADOS

1990 metais Lietuvai atgavus nepriklausomybę, iš esmės pasikeitė situacija knygų leidyboje. Išleidžiamų knygų tematika tapo žymiai įvairesnė. Labai sumažėjo knygų tiražai, padidėjo pavadinimų skaičius, įvyko esminių pokyčių verstinėje literatūroje. Iki 1990m. daugiausia knygos buvo verčiamos iš rusų kalbos, po to pagrindinis dėmesys tenka knygoms, išleistoms anglų, vokiečių, prancūzų ir kitomis kalbomis. Leidybos pramonė Lietuvoje pastarąjį dešimtmetį padarė gana didelį kokybinį šuolį. Dabartiniu metu iš esmės pasikeitė spausdinimo metodai. Didžiulę reikšmę turi kompiuterizacija – platus kompiuterinių procesų įdiegimas leidinių maketavimo, spalvų skaidymo srityje, taip pat ofsetinės spaudos padidėjimas, lyginant su bendru spaudos kiekiu. Išleidžiamų žurnalų ir kitų periodinių leidinių vienetų skaičius kasmet didėja.

Lietuvos ekonomikos įvertinimas rodo, jog leidyba šiuo metu yra vienas iš sparčiausiai besivystančių vadinamojo „kūrybinių industrijų“ sektoriaus verslų. Lietuva turi visas sėkmingas leidybos industrijos prielaidas, galias tradicijas, patyrusių leidėjų, sėkmingam vystymuisi, plėtimuisi ir tobulėjimui tiek Lietuvoje, tiek ir už jos ribų.

Vieningos Europos rinkos sukūrimas yra pagrįstas bendra ES pilietybe ir kultūriniu identitetu, tačiau ši rinka negali būti sukurta sėkmingai neišsaugojus atskirų ES valstybių narių kultūrinių ypatumų ir bruožų, susijusių su jų kalba, religija ir ideologija. Vieninga Europos vidaus rinka gali tapti galinga priemone, užtikrinančia veiksmingą knygų leidybos rinkos funkcionavimą. Tačiau net ir vieningoje rinkoje atsiras įvairių kliūčių, kurias leidėjai turės įveikti.

Bendradarbiavimas tarp leidybos įmonių yra labai svarbus siekiant išlaikyti stabilią knygų leidybos rinką. Šiuo metu svarbus yra ne tik regioninis, bet ir tarptautinis bendradarbiavimas, kuris yra susijęs su knygų leidybos rinkos globalizacija. Knygų leidybos įmonės turi derinti savo akcininkų, savininkų, autorių ir rinkos poreikius, todėl šių interesų pusiausvyros išlaikymas yra leidybos įmonės darbuotojų pagrindinis uždavinys, jie turi užsiimti šia veikla ir nesigilinti į įmonės teisinio statuso ar priklausomybės klausimus. Kitaip tariant knygų leidybos versle dalyvaujantys asmenys turi aiškiai pasiskirstyti savo pagrindinius uždavinius ir atliekamas funkcijas. Tik tinkamai suderinus kiekvienos įmonės veiklą atskirai ir bendradarbiaujant tarpusavyje galima pasiekti gerų rezultatų.

Lietuvių bei užsienio autorių literatūros, publikacijų bei straipsnių analizės sintezė leidžia daryti prielaidą, kad bendradarbiavimas tarp Lietuvos bei ES leidėjų tampa būtinybę siekiant neatsilikti nuo sparčiai besivystančios ir tobulėjančios bendros leidybos rinkos Europos Sąjungoje. Sėkmingo

Lietuvos leidybos verslo ateitis ES – leidėjų bendradarbiavimas, leidžiantis perimti užsienio šalių partnerių žinias, patirtį bei diegti naujoves leidybos versle, nes tik tokiu būdu įmanoma neatsilikti ir sėkmingai konkuruoti bendroje ES ekonominėje zonoje.

Ateityje įmonės turės taikyti naujas vadybos ir strateginio planavimo sistemas, kurios turės sukurti patrauklų ir kokybišką produktą. Vis daugiau dėmesio reikalaus rinkos tyrimai. Norėdamas sėkmingai dirbti vieningoje Europos rinkoje leidėjas privalės nuolat tirti rinką, ne tik savo valstybėje, bet ir visoje ES, ir operatyviai reaguoti į rinkos pokyčius. Šioje srityje ypač svarbus leidyklų bendradarbiavimas ir veiksmų koordinavimas.

Atlikta turinio analizė parodė, kad per pastaruosius metus iš esmės pasikeitė Lietuvoje leidžiamų knygų turinys. Akivaizdu, kad leidybos rinkoje per pastaruosius keletą metų įvyko pasikeitimų tai atsispindi ir reprezentaciniuose pranešimuose spaudoje ir leidyklų internetinėse svetainėse.

Darbe pristatomo tyrimo rezultatai leidžia daryti išvadą, kad Lietuvos leidėjai nėra pilnai išnaudoja leidybinių įmonių reprezentavimą ir tokiu būdu sumažina galimybę investicijų pritraukimui bei bendradarbiavimo plėtrai.

Vienokiu ar kitokiu keliu informacinė visuomenė darosi vis globalesnė ir ji tampa lengvai pasiekiamą, kaip ir Lietuvos leidyklų, asociacijų internetiniai tinklapiai, kurie tampa visos Lietuvos leidybos reprezentaciniu veidu. Šiuo metu įvertinus Lietuvos leidyklų informacinės prieigos kanalus akivaizdu, kad šių įmonių reprezentacines priemones reiktų tobulinti. Taip pat, palyginus pristatomos verstinės produkcijos skelbiamos leidėjų internetiniuose tinklapiuose gausą ir informaciją anglų kalba reprezentuojančią įmonę bei atsiliepinimus spaudoje, peršasi išvada, kad leidėjai daugiau suinteresuoti autorinių teisių įsigijimu nei pardavimu. Profesionalus reprezentacinių kanalų išnaudojimas, darbo patirtis bei rinkos išmanymas, būtų vienos iš pagrindinių priemonių integracijai į ES leidybos rinką.

BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

1. Ateities knygų leidyba : marketingas ir menedžmentas. - 1993. - x, 168 p.
2. Autorystė. Leidyba. Tekstai : pagrindiniai terminai ir apibrėžimai. - 1996. - iv, 20 p. (Lietuvos standartas; 1425:1996).
3. BUSCH David D., The complete scanner handbook for desktop publishing. - 1991. - XIV, 386 p.
4. BAGDONAS Vilhelmas, Verslas Europoje. - 1994. - 127 p.
5. BAVERSTOCK Alison, Leidybos marketingas; [iš anglų kalbos vertė Elena Macevičiūtė] Kaunas : UAB "Poligrafija ir informatika", 2002343 p.
6. Bibliotekininkystės ir bibliografijos terminų žodynas. Sąs. 2 : Dokumentas; Leidinys; Leidyba. - 1991. - 155 p.
7. CIBULSKIS Radoslavas, Knygų leidyba pasaulyje 1980-1986 : (mokymo medžiaga). - 1990. - 64, [1] p.
8. Darbas ir verslas. - Vilnius, 1998. - ISSN 1648-0554.
9. DAVID P. A, FORAY D., 2002. Žinių visuomenės ekonomikos pagrindai // Pinigų studijos. – Vilnius: Lietuvos bankas.
10. Dictionary of printing and publishing. - 1989. - 260, [17] p. - Collin, Peter Hodgson (1935-)
11. DŽOZEFAS Frankelis, Tarptautiniai santykiai permainingame pasaulyje. - 1993. - VIII, 220, [4] p.
12. Federation of European publishers. [interaktyvus]. [žiūrėta 2006 12 13]. Prieiga per internetą: <europa.eu.int/information_society/media_taskforce/doc/contributions_swp/fep.pdf ->.
13. Hallands Nyheret Falkenberg, „Kultūros barai“ 2006 m. „Maža šalis su didelėmis ambicijomis“.
14. HUGH Jones, Publishing law. - 1996. - xii, 299 p.
15. International Federation of the Periodical Press (FIPP) by Cue Ball Media „International magazine publishing handbook 2005.
16. ISSN direktorių 21 – asis susitikimas. [interaktyvus]. [žiūrėta 2006 12 13]. Prieiga per internetą: <<http://www.leidykla.vu.lt/inetleid/inf-m-4/aleks.html>>.
17. KRUSE Benedict, Desktop publishing : Producing professional publications. - 1989. - XVI, 304 p.

18. Kultūra, spauda ir sportas 1994-1995. – Vilnius: Lietuvos statistikos departamentas, 1996.
19. Kultūra, spauda ir sportas 2002. – Vilnius: Lietuvos statistikos departamentas, 2003.
20. Kultūra, spauda ir sportas 2004. – Vilnius: Lietuvos statistikos departamentas, 2005.
21. Kultūros barai, 2006 m. „Maža šalis su didelėmis ambicijomis“
22. Kultūros finansavimo galimybės Europos Sąjungoje. – Vilnius: Europos kultūros programų centras, 2002.
23. Leidyba, [interaktyvus] [žiūrėta 2006 m. lapkričio 20 d.]. Prieiga per internetą: www.lrkm.lt.
24. Lietuvos Nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka bibliografijos ir knygotyros centras. Lietuvos spaudos statistika 2005. Prieiga per internetą: < <http://www.lnb.lt/doc/bkc/statistika2005.pdf>>.
25. Lithuanian publishing output : in the years of 1990-1997 : statistical data. - 1998. - 16 p.
26. MISIŪNAS Remigijus, Leidyba Lietuvoje. – Dailė 2002/1: Vilnius, 2002.
27. MARTIN Hollis, Tarptautiniai santykiai : aiškinimas ir supratimas. - 1998. - 255, [1] p. (Atviros Lietuvos knyga).
28. MISIŪNAS Remigijus, Išeivių knygos leidyba Vakarų Europoje 1945-1952 m. : mokomoji priemonė. - 1997. - 36 p. - (1963-).
29. RAUHE Hermann, DEMMER Christine, Kultūros vadyba. – Vilnius: „Tyto alba“, 2004.
30. Smulkus ir vidutinis verslas Lietuvoje : įmonių apklausos rezultatai. - 1995. - 38 p.
31. Statistikos departamentas. [interaktyvus]. [žiūrėta 2006.12.17]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/pages/view/?id=1343>>.
32. Strategic developments for the European publishing industry towards the year 2000 : Europe's multimedia challenge : executive summary. - 1996. - X, 43 p.
33. Tarptautinis verslas : mokomoji knyga. - 2002-2004. - 2 kn.
34. The structure of international publishing in the 1990s / edited by Fred Kobrak and Beth Luey - 1992.
35. TNS GALLUP tyrimai, metinė žiniasklaidos tyrimų apžvalga 2005. [interaktyvus]. [žiūrėta 2006.12.17]. Prieiga per internetą: < <http://www.tns-gallup.lt/bin/2006-TNS-LT.pdf>>.

PRIEDAI

1 priedas. Tyrimui pasirinktos leidyklos

Agora

Bistryčios g. 34
LT-10321 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 234 5720
Faks. (+370 5) 234 5720
El. paštas: kp55@takas.lt

Aidai

Naujausios humanitarinės ir socialinės studijos, religija, poezija bei menas

Tilto g. 8/3
LT-01101 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 212 0311
Faks. (+370 5) 212 2363
Interneto svetainė: www.aidai.lt
El. paštas: aidai@aidai.lt

Direktorius: Vytautas Ališauskas

Algarvė

Ezoterinė, psichologinė, sveikatos, patarimų, grožinė, vaikų literatūra; reklamos paslaugos

Rinktinės g. 3/11
LT-09200 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 272 5910
Faks. (+370 5) 272 1462
Interneto svetainė: www.algarve.lt
El. paštas: algarve@takas.lt

Direktorius: Liudmila Sergejeva

Algimantas

Kelionių vadovai, knygos apie Lietuvą, verstinė pažintinė literatūra, beletristika, lietuvių grožinė literatūra

Tel. (+370 5) 242 8881, 273 4435
Faks. (+370 5) 242 8881

El. paštas: rivija@delfi.lt

Direktorius: Algimantas Semaška

Algimanto Mackaus knygų leidimo fondas
Proza, poezija ir dramos lietuvių kalba

Tel. (+1 630) 630 325 2196
Faks. (+1 630) 773 233 0345
El. paštas: gvezys@juno.com

Direktorius: Gintautas Vėžys

Alka

Algirdo g. 31
LT-03219 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 213 6640
Faks. (+370 5) 213 6334
El. paštas: alkapubl@takas.lt

Direktorius: Juozas Nekrošius

Alma littera

Vadovėliai mokykloms, mokymo priemonės, žodynai, enciklopedijos, pažintinė literatūra (religija, filosofija, ekonomika, istorija, užsienio kalbos), mokslinė, grožinė, vaikų ir paauglių literatūra

A. Juozapavičiaus g. 6/2
LT-09310 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 278 7204, 211 3390
Faks. (+370 5) 272 8026
Interneto svetainė: www.almali.lt
El. paštas: post@almali.lt

Direktorius: Arvydas Andrijauskas

Andrena

Verstinė ir originalioji grožinė literatūra, poezija

Pašilaičių g. 8–13
LT-06116 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 270 3834
El. paštas: andrena@takas.lt

Direktorius: Nijolė Petrošienė

Apostrofa

P/b 1026
LT-01004 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 277 4735
Faks. (+370 5) 278 4913
El. paštas: apostrofa@takas.lt

Direktorius: Giedrė Kadžiulytė

Baltos lankos

Aušros Vartų g. 29/1
LT-01129 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 240 8673, 240 7906
Faks. (+370 5) 240 7446
Interneto svetainė: www.baltoslankos.lt
El. paštas: leidykla@baltoslankos.lt

Direktorius: Saulius Žukas

Briedis

Knygos vaikams, žemėlapiai, atlasai, vadovėliai

Parodų g. 4
LT-04133 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 270 6479
Faks. (+370 5) 270 6627
El. paštas: briedis@post.5ci.lt

Direktorius: Karolis Mackevičius

Charibdė

Kedrų g. 6-401
LT-03117 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 216 3973
Faks. (+370 5) 216 3973
El. paštas: charibde@takas.lt

Direktorius: Rita Kubilienė

Eglės leidykla

Lankstukai, brošiūros, knygos, užsakomieji foto albumai, reklama, fotografija

Labrenčiškės g. 18

LT-92287 Klaipėda

Lietuva

Tel. (+370 46) 385 656, +370 698 21 991

Faks. (+370 46) 385 656

Interneto svetainė: www.egles-leidykla.lt

El. paštas: editor@egles-leidykla.lt, webmaster@egles-leidykla.lt

Direktorius: Antanas Stanevičius

Eldija

Grožinė ir mokslinė literatūra

Aukštoji g. 11–2

LT-5800 Klaipėda

Lietuva

Tel. (+370 46) 493 500

Direktorius: Juozas Marcinkus

Eugrimas

Kalvarijų g. 98–36

LT-08211 Vilnius

Lietuva

Tel. (+370 5) 275 4754

Faks. (+370 5) 273 3955

Interneto svetainė: www.eugrimas.lt

El. paštas: info@eugrimas.lt

Direktorius: Eugenija Petrulienė

Euroknyga

Europos kalbų mokymosi leidiniai (knygos, kasetės, kompaktinės plokštelės)

A. Mickevičiaus g. 15

LT-77168 Šiauliai

Lietuva

Tel. (+370 41) 437 819

Faks. (+370 41) 437 819

Interneto svetainė: www.euroknyga.lt

El. paštas: info@euroknyga.lt

Direktorius: Vilma Strupienė

Firidas

Mindaugo g. 42A
LT-03210 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 231 2396
Faks. (+370 5) 278 4547
Interneto svetainė: www.firidas.lt
El. paštas: info@firidas.lt

Direktorius: Erika Komaiško

Fodio

P. d. 2011
LT-09004 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 271 3875
Faks. (+370 5) 244 6326
El. paštas: fodio@post.omnitel.net, rodinafodio@mail.ru

Direktorius: Valerijus Koreškovas

Garnelis

Klaipėdos g. 6
LT-01117 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 231 3231
Faks. (+370 5) 231 3231
El. paštas: garnelis@takas.lt

Direktorius: Danguolė Garnelienė

Gimtasis žodis

A. Juozapavičiaus g. 10a
LT-09311 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 272 5352
Faks. (+370 5) 272 5346
Interneto svetainė: <http://gimtasiszodis.w3.lt>

El. paštas: gimtasiszodis@takas.lt

Direktorius: Algis Paulauskas

Homo liber

Grožinė literatūra, humanitariniai ir socialiniai mokslai, mokomoji literatūra aukštosioms mokykloms ir kolegijoms

J. Baltrušaičio g. 11–126

LT-06145 Vilnius

Lietuva

Tel. (+370 5) 279 3976

Faks. (+370 5) 279 3976

El. paštas: homoliber@takas.lt

Direktorius: Vilius Gužauskis

Jotema

Verstinė grožinė literatūra, pasaulio klasika, lietuvių autorių kūriniai, medicinos, istorijos, mokslo populiarinimo, populiariosios psichologijos ir filosofijos, ezoterinė literatūra, žinynai, žodynėliai, lietuvių ir pasaulio tautosakos kūriniai, knygos vaikams ir jaunimui

Algirdo g. 54

LT-50157 Kaunas

Lietuva

Tel. (+370 37) 337 695

Faks. (+370 37) 337 694

Interneto svetainė: www.jotema.lt

El. paštas: info@jotema.lt

Direktorius: Virgilijus Matjošaitis

Jūsų flintas

Leidiniai vaikams

V. Putvinskio g. 34

LT-44015 Kaunas

Lietuva

Tel. (+370 37) 224 489, +370 687 45 880

Faks. (+370 37) 224 489

Interneto svetainė: www.flintas.lt

El. paštas: ruta@flintas.lt

Direktorius: Sikstas Ridzevičius

Kalendorius

Laisvės al. 118–5
LT-44253 Kaunas
Lietuva
Tel. (+370 37) 203 311
Faks. (+370 37) 310 536
Interneto svetainė: www.kalendorius.lt
El. paštas: info@kalendorius.lt

Direktorius: Aurelijus Noruševičius

Kauno technologijos universiteto leidykla „Technologija“
Techniškieji, socialiniai ir humanitariniai mokslai, vadovėliai ir mokomoji literatūra aukštosioms mokykloms ir kolegijoms

K. Donelaičio g. 73
LT-44029 Kaunas
Lietuva
Tel. (+370 37) 300 091, 300 695
Faks. (+370 37) 300 863
Interneto svetainė: <http://leidykla.ktu.lt/main.php>
El. paštas: leidykla@ktu.lt

Direktorius: Vidmantas Labašauskas

Kitos knygos
Mūsų misija – leisti nestandartines, radikalias ir maištingas knygas. Mūsų draugas – nebijantis iššūkių, savarankiškai mąstantis, ieškantis kažko naujo skaitytojas

Vienybės g. 21
LT-51379 Kaunas
Lietuva
Tel. +370 687 53 591
Faks. (+370 5) 262 9146
Interneto svetainė: www.kitosknygos.lt
El. paštas: info@kitosknygos.lt

Direktorius: Gediminas Baranauskas

Kronta
Mokomoji literatūra, knygos vaikams ir jaunimui

Šiaulių g. 3
LT-01133 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 212 1871
Faks. (+370 5) 262 4593
Interneto svetainė: www.kronta.lt

El. paštas: leidykla@kronta.lt

Direktorius: Jolanta Rimšienė

Libra Memelensis

Kepėjų g. 11a
LT-91247 Klaipėda
Lietuva
Tel. (+370 46) 411 959
Faks. (+370 46) 411 955
El. paštas: memelis@takas.lt

Direktorius: Kęstutis Demereckas

Lietuvių kalbos instituto leidykla
Enciklopedijos, monografijos, mokslinės publikacijos ir tyrinėjimai

P. Vileišio g. 5
LT-10308 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 234 6621
Faks. (+370 5) 234 7200
Interneto svetainė: www.lki.lt
El. paštas: jolanta.zabarskaite@lki.lt

Direktorius: Jolanta Zabarskaitė

Lietuvių literatūros ir tautosakos instituto leidybos centras
Enciklopedijos, akademiniai raštai, serijiniai leidiniai, monografijos, senosios raštijos šaltinių,
tautosakos mokslinės publikacijos ir tyrinėjimai

Antakalnio g. 6
LT-10308 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 212 53 32
Faks. (+370 5) 261 62 54
Interneto svetainė: www.lti.lt
El. paštas: gytis@lti.lt

Direktorius: Gytis Vaškėlis

Lietuvos gyventojų genocido ir rezistencijos tyrimo centras
Dokumentinė literatūra, atsiminimai, grožinė ir mokslinė literatūra Lietuvos gyventojų genocido ir
rezistencijos tematika

Didžioji g. 17–1

LT-01128 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 279 1038
Faks. (+370 5) 279 1033
Interneto svetainė: www.tdd.lt/genocid
El. paštas: leidyba@genocid.lt

Direktorius: Kazimiera Kalniuvienė

Lietuvos katechetikos centro leidykla

Rotušės a. 23
LT-44279 Kaunas
Lietuva
Tel. (+370 37) 209 621
Faks. (+370 37) 209 168
El. paštas: info@leidykla.lt

Direktorius: Laimutis Benys

Lietuvos nacionalinis muziejus

Arsenalo g. 1
LT-01100 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 262 7774
Faks. (+370 5) 261 1023
El. paštas: muziejus@lnm.lt

Direktorius: Birutė Kulnytė

Lietuvos rašytojų sąjungos leidykla
Lietuviška grožinė literatūra, knygoms vaikams, elitinė verstinė literatūra

K. Sirvydo g. 6
LT-01101 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 262 8945
Faks. (+370 5) 262 8945
Interneto svetainė: www.rsleidykla.lt
El. paštas: info@rsleidykla.lt

Direktorius: Giedrė Šorienė

Lumen fondas
Grožinė, psichologinė, filosofinė literatūra

Laisvės pr. 60
LT-05120 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 242 1963

Direktorius: Dalia Marija Stančienė

Magilė

Eglyno g. 34
LT-37456 Panevėžys
Lietuva
Tel. (+370 45) 576 795
Faks. (+370 45) 576 795
El. paštas: magile@freemail.com

Direktorius: Regina Magilienė

Margi raštai

Grožinė, visuomeninė, politinė, verstinė literatūra, vadovėliai, žodynai

Laisvės pr. 60
LT-05120 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 242 9526
Faks. (+370 5) 242 6705
El. paštas: margirastai@takas.lt

Direktorius: Dalija Ladukienė

Markas

Gedimino g. 10
LT-44318 Kaunas
Lietuva
Tel. (+370 37) 225 113
Faks. (+370 37) 225 113
El. paštas: litinterp@kaunas.omnitel.net

Direktorius: Gražina Petrėnienė

Mažasis vyturys

Grožinė ir pažintinė literatūra vaikams, paaugliams ir jaunimui

Žalgirio g. 108–205
LT-09300 Vilnius
Lietuva

Tel. (+370 5) 272 8806, 271 5358
Faks. (+370 5) 210 1118
Interneto svetainė: www.vyturys.lt
El. paštas: mazasis@vyturys.lt

Direktorius: Aivaras Laukaitis

Meralas

Aušros Vartų g. 6–8
LT-01129 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 261 4729
Faks. (+370 5) 261 4729

Mintis

Istorinė, filosofinė, grožinė literatūra, enciklopedijos, žinynai, užsienio kalbų mokymo priemonės

Z. Sierakausko g. 15
LT-03105 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 233 0252
Faks. (+370 5) 216 3157
Interneto svetainė: www.mintis.org
El. paštas: litpubli@takas.lt

Direktorius: Leonardas Armonas

Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas

Enciklopedijos, specialioji literatūra, žinynai, žodynai, grožinė literatūra, kritikos mokslo knygos

L. Asanavičiūtės g. 23
LT-04315 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 245 8526
Faks. (+370 5) 245 8537
Interneto svetainė: www.meli.lt
El. paštas: meli@meli.lt

Direktorius: Rimantas Kareckas

Mūsų knyga

Didmeninė ir mažmeninė knygų prekyba ir leidyba

Vilkpėdės g. 20
LT-03151 Vilnius
Lietuva

Tel. (+370 5) 233 1005, 265 3050
Faks. (+370 5) 233 7736
Interneto svetainė: www.musuknyga.lt
El. paštas: info@musuknyga.lt

Direktorius: Eugenijus Kaziliūnas

Naujoji rosma
Grožinė, pažintinė, populiarieji literatūra, knygų vaikams ir jaunimui, buitės, ūkio knygos

Strazdelio g. 1
LT-02102 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 261 3662, 261 1997
Faks. (+370 5) 261 1997
Interneto svetainė: www.rosmos.leidyklos.lt
El. paštas: rosm@post.omnitel.net

Direktorius: Stasė Smalstienė

Neolitas
Knygos, žurnalai

Gaižiūnų g. 52A
LT-50111 Kaunas
Lietuva
Tel. (+370 37) 33 0444
Faks. (+370 37) 33 0225
Interneto svetainė: www.neolitas.lt
El. paštas: neolitas@neolitas.lt

Direktorius: Jonas Vitkauskas

Nieko rimto

V. Grybo g. 13–32
LT-10318 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 270 9314
Faks. (+370 5) 270 9314
Interneto svetainė: www.niekorimto.lt
El. paštas: arvydas@niekorimto.lt

Direktorius: Arvydas Vereckis

Pasviręs pasaulis
Grožinė, originalioji ir verstinė literatūra vaikams ir plačiajai visuomenei. Filosofinė, psichologinė,

religijotyrinė ir mokomoji literatūra

Erfurto g. 48–18
LT-04102 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 244 3417, 244 1663
Interneto svetainė: www.km.projektas.lt
El. paštas: tango@takas.lt

Direktorius: Vincas Akelis

Pradai

T. Vrublevskio g. 6
LT-01100 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 261 7385
Faks. (+370 5) 261 8494

Direktorius: Pranas Daminjonaitis

Presvika

Mokymo priemonės, metodinė, psichologinė literatūra, specializuoti leidiniai, grožinė literatūra

Pamėnkalnio g. 25–11
LT-01113 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 262 3182
Faks. (+370 5) 262 3110
El. paštas: presvika@vilnius.balt.net

Direktorius: Violeta Bilaišytė

R. Paknio leidykla

Išganytojo g. 4–10
LT-03220 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 262 9950
Faks. (+370 5) 212 3156
El. paštas: centras@paknioleidykla.lt

Direktorius: Raimondas Paknys

Regnum fondas

Latako g. 6

LT-01125 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 261 8591

Rosma
Grožinė, pažintinė, populiarioji literatūra, knygos vaikams ir jaunimui, buitines, ūkio knygos

A. Strazdelio g. 1
LT-02102 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 261 3662
Faks. (+370 5) 261 1997
Interneto svetainė: www.rosmos.leidyklos.lt
El. paštas: rosm@post.omnitel.net

Direktorius: Romualdas Smalstys

S. Jokužio leidykla-spaustuė

Nemuno g. 139
LT-93262 Klaipėda
Lietuva
Tel. (+370 46) 300 200, 366 000
Faks. (+370 46) 346 197
Interneto svetainė: www.kalendoriai.lt, www.spaustuve.lt
El. paštas: info@spaustuve.lt

Direktorius: Saulius Jokužys

Savastis

Pilies g. 16
LT-01123 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 262 5032
Faks. (+370 5) 262 5032

Direktorius: Juozas Bardauskas

Scena

Žemuogių g. 4
LT-08418 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 270 1562
Faks. (+370 5) 275 1828

Direktorius: Neringa Lašienė

Sirokas
Skaitomiausių Europos ir JAV autorių knygų leidykla

P. Vileišio g. 18
LT-10306 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 270 9155, 270 9218
Faks. (+370 5) 270 9219
Interneto svetainė: www.knyguprekyba.lt
El. paštas: sirokas@takas.lt, sirokas@vsp.lt

Direktorius: Gintautas Šereika

Strofa

P. d. 32
LT-01002 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 212 2753
Faks. (+370 5) 262 4729
Interneto svetainė: strofa.w3.lt
El. paštas: strofa@strofa.w3.lt

Šviesa

Vadovėliai, mokomoji, metodinė, grožinė literatūra, žodynai ir žinynai, enciklopedijos, vaizdinės priemonės, garsajuostės, elektroniniai leidiniai

Ožėškienės g. 10
LT-44252 Kaunas
Lietuva
Tel. (+370 37) 341 834, 409 126
Faks. (+370 37) 342 032
Interneto svetainė: www.sviesa.lt
El. paštas: mail@sviesa.lt

Direktorius: Arūnas Butkus

Švietimo ir mokslo ministerijos leidybos centras

Vadovėlių bei mokyklinės dokumentacijos leidyba. Leidžia Brailio rašto, muzikos knygas, pedagoginę ir metodinę literatūrą

Geležinio vilko g. 12
LT-01112 Vilnius
Lietuva

Tel. (+370 5) 261 7480
Faks. (+370 5) 262 1097

Direktorius: Tautvydas Salys

Tabula Rasa
Žurnalai, grožinės ir edukacinės knygos vaikams

K. Donelaičio g. 2–102
LT-44213 Kaunas
Lietuva
Tel. (+370 37) 400 360
Faks. (+370 37) 400 360
Interneto svetainė: www.vaikam.lt
El. paštas: redakcija@vaikam.lt

Direktorius: Petras Slavickas

Tautodailė
Grožinė ir dalykinė literatūra, rankdarbių albumai, žurnalai

Vytenio g. 13
LT-03112 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 685) 81 768
Faks. (+370 5) 247 9413

Direktorius: Feliksas Marcinkas

TEV
Vadovėlių ir mokymo priemonių bendrojo lavinimo ir aukštosioms mokykloms, žodynų, mokslinių žurnalų, mokomųjų kompiuterinių priemonių leidyba

Akademijos g. 4
LT-08412 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 272 9318, 272 9020
Faks. (+370 5) 272 9804
Interneto svetainė: www.tev.lt; www.tevukas.lt
El. paštas: tev@tev.lt

Direktorius: Elmundas Žalys

Tyto alba

J. Jasinskio g. 10
LT-01112 Vilnius

Lietuva
Tel. (+370 5) 249 7453
Faks. (+370 5) 249 8602
Interneto svetainė: www.tytoalba.lt
El. paštas: info@tytoalba.lt

Direktorius: Lolita Varanavičienė

Tvermė

Bernardinų g. 3–13
LT-01124 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 260 8457
Faks. (+370 5) 260 8457
El. paštas: tverme@tverme.aiva.lt

Direktorius: Kazys Almenas

Utenos Indra
Knygų leidyba, didmeninė ir mažmeninė prekyba

Maironio g. 12
LT-28143 Utena
Lietuva
Tel. (+370 389) 52 849
Faks. (+370 389) 61 430
Interneto svetainė: www.indra.lt
El. paštas: uzsakymai@indra.lt, leidyba@indra.lt

Direktorius: Antanas Kibickas

Vaga

Gedimino pr. 50
LT-01110 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 249 8121
Faks. (+370 5) 249 8122
Interneto svetainė: www.vaga.lt
El. paštas: info@vaga.lt

Direktorius: Vytas V. Petrošius

Valstybės žinios
Oficialūs leidiniai, knygos, albumai, brošiūros. Maketavimo, redagavimo, spalvoto kopijavimo paslaugos

Gedimino pr. 53
LT-01109 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 239 6300
Faks. (+370 5) 239 6304
Interneto svetainė: www.valstybes-zinios.lt
El. paštas: seimo.leidykla@lrs.lt

Direktorius: Mintautas Daulenskis

Valstybinis Vilniaus Gaono žydų muziejus

Pamėnkalnio g. 12
LT-01114 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 262 4590
Faks. (+370 5) 212 7083
Interneto svetainė: www.jmuseum.lt
El. paštas: jmuseum@delfi.lt

Direktorius: Emanuelis Zingeris

Vario burnos

Tauro g. 5–302
LT-03106 Vilnius
Lietuva
Tel. +370 687 39 512
Interneto svetainė: www.varioburnos.com
El. paštas: info@varioburnos.com

Direktorius: Tomas S. Butkus

Versus aureus

Mokslinė, mokomoji, pažintinė literatūra, vadovėliai, grožinė literatūra suaugusiems ir vaikams

Rūdninkų g. 10
LT-01135 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 265 2730
Faks. (+370 5) 265 2730
Interneto svetainė: www.versus.lt
El. paštas: versus@versus.lt

Direktorius: Arturas Mickevičius

Vilniaus dailės akademijos leidykla

Dominikonų g. 15
LT-01131 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 279 1015
Faks. (+370 5) 210 5444
El. paštas: leidykla@vda.lt

Direktorius: Linas Janulevičius

Vilniaus Gedimino technikos universiteto leidykla „Technika“
Akademinė literatūra: mokslo žurnalai, mokslo ir studijų leidiniai

Saulėtekio al. 11
LT-10223 Vilnius
Lietuva

Tel. (+370 5) 274 5038
Faks. (+370 5) 270 0112
Interneto svetainė: <http://leidykla.vgtu.lt>
El. paštas: leidykla@adm.vtu.lt

Direktorius: Eleonora Dagienė

Vytautas Račickas

Giedros g. 35
LT-10234 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 231 7996, +370 686 98 337

Vytauto Didžiojo universiteto leidykla
Akademinė literatūra, monografijos, mokslinės publikacijos ir tyrinėjimai

K. Donelaičio g. 58
LT-44248 Kaunas
Lietuva
Tel. (+370 37) 327 895
Faks. (+370 37) 327 895
Interneto svetainė: www.vdu.lt/leidiniai
El. paštas: info@leidykla.vdu.lt

Direktorius: Jonas Jaučkojis

Žalmedis

Antakalnio g. 36
LT-10305 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 234 3489
Faks. (+370 5) 234 3489
El. paštas: zalmedis@takas.lt

Žara

Grožinė ir mokslinė literatūra, knygos vaikams, žodynai, vadovėliai

P. d. 2699
LT-03007 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 272 9117
Faks. (+370 5) 272 9117
Interneto svetainė: www.zara.lt
El. paštas: info@zara.lt

Direktorius: Ramutė Žandarienė

Žodynas

Z. Sierakausko g. 34–10
LT-03105 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 233 9557
Faks. (+370 5) 233 9557
El. paštas: zodynas@mail.lt

Direktorius: Gražina Jakubauskienė

Žuvėdra

Tverečiaus g. 26–5
LT-10217 Vilnius
Lietuva
Tel. (+370 5) 276 9247
Faks. (+370 5) 276 9247
El. paštas: s.lipskis@centras.lt

Direktorius: Stasys Lipskis

SUMMARY

“Cooperation between Lithuanian and Europe Union publishing houses “

By Darius Gaigalas

The object of the Master's work is Lithuanian publishing houses cooperation with Europe Union publishing houses.

The aim of the work is: appraise Lithuanian publishers cooperation opportunities in free Europe Union economic zone.

The main objectives of the work are: Inspect publishing growth tendency and situation in Lithuania and Europe Union; appraise EU actions supporting publishing growth in cooperation way; appraise publishers importance of cooperation and cooperation as object as publishers future evolution in EU; explore Lithuanian publishing houses ability to represent themselves for seeking cooperation with EU publishing houses.

To reach the aim of the work the following methods have been used: review of bibliography, systematization and comparative analysis. Ascertain Lithuanian publishers abilities to represent themselves for seeking cooperation with EU publishing houses the method of content analysis was used.

The theory analysis and analysis of works, publications and articles of Lithuanian and foreign writers has revealed that cooperation between Lithuanian and EU publishers becoming imperative seeking to overtake from development and improving global EU market. Successful Lithuanian publishing business future EU publishers cooperation with possibility to overtake partners know-how, new technologies because just in this way Lithuanian publishers has possibility to survey in EU market.

The results of the presented analysis is making the following conclusion: that Lithuanian publishers has untapped reserves for business representation and in this way they losing investment and development in EU market.

The Master's work can be useful for Lithuanian publishers searching for possibilities to take try for cooperation in EU market, for starting publishers reaching possibilities develop publishing business in EU market.