

Suvremeni trendovi u nakladništvu i stručna literatura za poslovne korisnike u digitalnom okružju

Babić, Boris

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:623920>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-07**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FILOZOFSKI FAKULTET U

ZAGREBU

ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE

ZNANOSTI AKADEMSKA GODINA 2018./2019.

**SUVREMENI TRENDVI U NAKLADNIŠTVU I
STRUČNA LITERATURA ZA POSLOVNE KORISNIKE U
DIGITALNOM OKRUŽJU**

DIPLOMSKI RAD

Student: Boris Babić

Mentor: dr. sc. Daniela Živković, red. prof.

Zagreb, 2019.

Sadržaj

Uvod	1
1. Nakladništvo	2
1.1. Nakladnički procesi.....	4
2. Povijest nakladništva	7
2.1 Povijest hrvatskog nakladništva.....	9
3. Globalni trendovi u nakladništvu	13
3.1. Digitalizacija nakladništva	16
3.2. Elektronička knjiga	17
3.3. Elektroničko nakladništvo	22
3.4. Ulazak velikih tehnoloških tvrtki u područje nakladništva	24
3.5. Razvoj objavljivanja u vlastitoj nakladi	26
4. Elektroničko nakladništvo u Hrvatskoj	27
5. Nakladništvo stručne literature.....	30
5.1. Nakladništvo stručne literature u Hrvatskoj	33
6. Objavljivanje stručne literature za poslovne korisnike u Hrvatskoj.....	33
6.1. Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika	35
6.2. RRiF plus d.o.o. za nakladništvo i poslovne usluge	37
6.3. TEB poslovno savjetovanje d.o.o.	39
6.4. Verlag Dashöfer d.o.o.	40
6.5. Business Media Group	42
6.6. M.E.P. d.o.o.	44
6.7. Inženjerski biro d.d.....	44
6.8. Forum poslovni mediji d.o.o.....	45
6.9. Novi informator d.o.o.....	46
6.10. ROSIP d.o.o.	47
6.11. Poslovna učinkovitost d.o.o.	47
6.12. Temporis savjetovanje d.o.o.	48
7. Zaključak.....	48
Literatura :.....	50

Uvod

Svijet se ubrzano mijenja, tehnologije mijenjaju načine kako živimo, radimo, kako međusobno komuniciramo. Promjene se događaju na svim poljima ljudskog djelovanja, a nove su tehnologije te koje ih potiču, oblikuju i usmjeravaju. Živimo u digitalnom dobu i svakodnevnica su nam kompjuteri, internet, društvene mreže i mobilni telefoni. Automatizacija i robotizacija koje već dugo postoje u proizvodnim procesima, zadnjih godina poprimaju sve veće razmjere i stavljaju društva pred nove izazove. Nikada kao do sada ljudi nisu bili u mogućnosti toliko jednostavno i brzo komunicirati, ono što je do jučer bilo lokalno već danas postaje globalna vijest, a količina informacija kojima smo izloženi sve je veća. Vrijeme u kojemu živimo naziva se još i informacijskim dobom i ono od nas traži novu vrstu snalaženja u moru informacija za što je potrebna informacijska pismenost, sposobnost da u toj količini nađemo one informacije koje su za nas relevantne i pouzdane. Informacije su danas dostupnije nego ikada prije, a putevi kojima dolaze do nas sve su raznovrsniji u čemu je presudnu ulogu odigrao internet. Klasični načini kojima su nam znanja i informacije dolazili dobili su konkurenta u internetu, koji je promijenio i nadgradio već uhodane puteve. Promjene su to koje su zahvatile sve ljudske djelatnosti, pa tako i svijet nakladništva, izdavaštva, i o njima govori ovaj diplomski rad.

Cilj je diplomskog rada dati pregled promjena u nakladništvu s posebnim osvrtom na objavljivanje stručne literature za poslovne korisnike u digitalnom okružju u Hrvatskoj, kroz primjere tvrtki koje se bave tim segmentom nakladništva. Diplomski se rad sastoji od dijela koji se bavi svjetskim nakladništvom i promjenama koje je doživjelo, zatim hrvatskim koje s obzirom na niz okolnosti ima svoje osobitosti. Teme su to o kojima kod nas postoji malo stručne literature osobito kada se uspoređi s onom koja postoji u angloameričkom svijetu, a pogotovo iz područja stručnog nakladništva za poslovne korisnike, stoga sam se služio literaturom koja je relevantna za temu i koja mi je bila dostupna.

Nakladništvo je važna ljudska djelatnost, i ono je u novije vrijeme kao i sve ljudske djelatnosti izloženo velikim promjenama s obzirom na nove tehnologije koje ne samo što mijenjaju procese proizvodnje, same nakladničke proizvode, već utječu i na međudnos korisnika i samog nakladničkog proizvoda.

Dva su dijela diplomskog rada, jedan je općenit i govori o našem i svjetskom nakladništvu u digitalnom okružju i daje kraći povijesni pregled, dok se drugi bavi stručnim nakladništvom za poslovne korisnike kao vrstom stručnog izdavaštva u Hrvatskoj i to kroz primjere nekih od

najpoznatijih izdavačkih kuća. Kroz opise poslovanja i proizvoda koje nude nastojat ću dati sliku o tome kako se taj segment nakladništva prilagodio novim, digitalnim okolnostima.

1. Nakladništvo

Djelatnost nakladništva možemo opisati kao proces kojim neko djelo postaje dostupno javnosti, što uključuje niz aktivnosti kao što su pribavljanje i odabir rukopisa, uređivanje, grafičko i likovno oblikovanje, organizaciju tiskanja ili drugog oblika proizvodnje te promidžbenu djelatnost i raspačavanje. Ovdje spomenut opis nakladništva odnosi se na proizvode tradicionalnog nakladništva kao što su tiskane knjige, brošure i serijske publikacije iako se u današnje vrijeme taj pojam proširio i na elektroničke knjige i časopise.¹ Uz pojam nakladništvo kod nas je u upotrebi još i pojam izdavaštvo ili izdavaštvo što bi prema „Rječniku hrvatskih riječi“ značilo sveukupnu izdavačku djelatnost, dok bi riječ naklada označavala tiskanje i objavljivanje knjige, izdanje, a nakladnik se tumači kao poduzetnik koji objavljuje i prodaje knjige, izdavač.² Nakladnik osim osobe može biti i organizacija.³ Temeljne radnje koje obavlja nakladnik kroz cijelu su povijest nakladništva bile iste, i svode se na stjecanje rukopisa, uređivanje, umnažanje i distribuiranje. One određuju nakladništvo kao prvu organiziranu i sustavnu informacijsku djelatnost, koja je proizvodila knjige kao ondašnje temeljne informacijske izvore i prenosila informacije od izvora do korisnika.⁴ Nakladnici su oduvijek smatrali svoj posao drukčijim, oni su bili ti koji su širili informacije, ideje a s vremenom je rasla i spoznaja o nakladništvu kao drukčijoj djelatnosti koja u sebi spaja kulturnu i ekonomsku djelatnost. Moderno se nakladništvo razvilo s knjigom kao kulturnim dobrom i knjigom kao proizvodom kojim se trguje kao sa svakom drugom robom.⁵ Kao kulturna kategorija nakladništvo je suodgovorno za kulturni identitet zemlje i njezinih građana, a samo objavljivanje uvijek je pothvat koji sa sobom nosi rizik jer onaj koji objavljuje knjigu, ne može sa sigurnošću predvidjeti koliko će joj pozornosti posvetiti potencijalni čitatelji.⁶ Uz to

¹ Nakladništvo. // Hrvatska enciklopedija. Mrežno izd. Zagreb : Leksikografski zavod Miroslav Krleža, cop.2017. Dostupno na : <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=42840> (7.05.2018.).

² Radalj, M. Knjiga i nakladništvo u odnosima s javnošću. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada, 2016. Str. 20.

³ Nakladništvo. // Nav.dj. Dostupno na : <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=42840> (7.05.2018.).

⁴ Velagić, Z. Uvod u nakladništvo. Osijek : Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera. Odsjek za informacijske znanosti, 2013. Str. 7.

⁵ Isto, str. 26-27.

⁶ Tomašević, N. Kreativna industrija i nakladništvo. Zagreb : Naklada Ljevak, 2015. Str. 84.

nakladnici imaju važnu ulogu u odabiru raspoloživih tekstova, koje uređuju i zatim objavljuju te time ispunjavaju zadaću posrednika.⁷ Osim što djeluju kao posrednici, nakladnici dodaju vrijednost autorskom djelu, štite autorska prava, podupiru autorsku karijeru i stvaraju tržište za svoje proizvode.⁸ Nakladništvo se također danas veže uz pojam kulturne industrije, koja podrazumijeva aktivnosti čije je podrijetlo u individualnoj kreativnosti, vještini i talentu, a koje imaju sposobnost stvaranja bogatstva i poslova putem generiranja i korištenja intelektualnog vlasništva.⁹ Današnje je suvremeno društvo nezamislivo bez nakladničke aktivnosti, a to pokazuje potreba za djelima lijepe književnosti, udžbenicima, slikovnicama, stručnom i znanstvenom literaturom kao i zakonskim aktima i proizvodima sitnog tiska. Djelovanje institucija društva ne može se zamisliti bez nakladništva a niti život današnjeg čovjeka.¹⁰ Suvremeno nakladništvo danas obuhvaća brojne postupke koji nisu isključivo vezani za izdavanje knjiga, već su tu prisutni znanstveni časopisi, baze podataka, referentna literatura kao i ono što karakterizira izdavaštvo u digitalnom dobu a to su elektroničke knjige, objavljivanje putem aplikacija ili na mrežnim stranicama.¹¹

Iako postoji brojna znanstvena literatura o povijesti nakladništva i o povijesti knjige, teorijskih radova o znanstvenim osnovama nakladništva nedostaje i malo je autora koji su se bavili utvrđivanjem teorijsko-metodoloških odrednica profesije koja se počela strukovno i akademski organizirati u dvadesetom stoljeću.¹² Jedan od autora koji se posvetio izgradnji teorijskih osnova nakladništva je J. B. Thompson, koji je oslanjajući se na djela P. Bourdieua pošao od toga da najprije treba objasniti strukturu nakladništva, te je uspostavio teoriju o nakladničkim poljima koja su međusobno različita i koja se ne mogu razumjeti izvan konteksta ostalih društvenih polja. Primjer za to je znanstveno nakladništvo koje se ne može promatrati izvan konteksta visokoškolskog obrazovanja i znanstvenoistraživačkog rada. J. B. Thompson je definirao i četiri skupine razvojnih tendencija koje utječu na razvoj nakladništva, a to su rastuća koncentracija financija, promjena strukture tržišta, globalizacija tržišta i nakladničkih tvrtki, te utjecaj novih tehnologija.¹³ Osim J. B. Thompsona, svoj doprinos teoriji nakladništva dao je i autor A. Johns u svojoj raspravi o prirodi knjige, gdje ukazuje na element vjerodostojnosti teksta

⁷ Velagić, Z. Nav.dj., str. 23.

⁸ Clark, G ;Phillips, A. O nakladništvu iznutra. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada ; Osijek : Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera, 2017. Str. 1.

⁹ Tomašević, N ; Kovač, M. Knjiga, tranzicija, iluzija. Zagreb : Naklada Ljevak, 2009. Str. 26.

¹⁰ Jelušić, S. Ogleđi o nakladništvu. Zagreb : Naklada Ljevak, 2012. Str. 63.

¹¹ Clark, G ; Phillips, A. Nav.dj., str. 3.

¹² Jelušić, S. Nav. dj., str. 68.

¹³ Isto, str. 70-71.

što je odgovornost i zadaća nakladnika, za razliku od tiskara.¹⁴ Danas postoji brojna stručna i znanstvena literatura, a i samo se nakladništvo kao predmet predaje na visokoškolskoj razini, međutim praksa je još uvijek brža od teorije koja ju prati.¹⁵ Pojavom novih tehnologija i njihovom upotrebom mijenjaju se i ukupni odnosi u nakladništvu stoga mu je kao znanstvenoj disciplini potrebno pristupati interdisciplinarno u sagledavanju tih odnosa.¹⁶ Kao mlada znanstvena disciplina nakladništvo još uvijek traga za svojom općom teorijom i predstoji mu uzbudljivo istraživačko razdoblje s obzirom na velike promjene u čitalačkim navikama i načinima komuniciranja u društvu.¹⁷

1.1. Nakladnički procesi

Dug je put do objavljivanja knjige, i sam je nakladnički lanac dvojak, s jedne strane to je lanac opskrbe sadržajima a s druge lanac dodavanja vrijednosti. U prvom su dionici autor, agent, nakladnik, tiskar, distributer, prodavatelj, čitatelj a u drugi pripadaju stvaranje, stjecanje, razvoj sadržaja, dizajn, oblikovanje, revizija, tisak, prodaja, marketing i slično.¹⁸ Poslije preuzimanja knjige od autora ona se uređuje, dizajnira, tiska, promovira i potom prodaje knjižarama ili krajnjem kupcu. Knjiga se po proizvodnji pohranjuje u tiskanom obliku ili kao digitalna datoteka dostupna putem posrednika. Poslije narudžbi knjiga se otprema iz skladišta, preuzima na uređaj ili je dostupna putem oblaka.¹⁹ U digitalnom dobu procesi digitalizacije utječu na sve nakladničke aspekte, od autora do čitatelja, a početke digitalizacije možemo smjestiti već u sedamdesete i osamdesete godine dvadesetog stoljeća, kada se počinju koristiti računala i programska podrška pri stvaranju knjiga, što je utjecalo na olakšavanje poslova i smanjenje proizvodnih troškova.²⁰

Svaka tvrtka pa tako i nakladničke tvrtke imaju temeljni dokument kojim planiraju svoje poslove, i on se naziva poslovnim planom. Njime se definiraju naslovi koje nakladnik planira objaviti s obzirom na rokove, troškove i raspoložive ljudske resurse.²¹ Život same knjige počinje objavljivanjem, a ne stvaranjem autorskog rukopisa, što znači da ne počinje s autorom,

¹⁴ Jelušić, S. Nav. dj., str. 72-73.

¹⁵ Isto, str. 77-78.

¹⁶ Isto, str. 80.

¹⁷ Isto, str. 82.

¹⁸ Velagić. Z. Nav. dj., str. 59.

¹⁹ Clark, G ; Phillips, A. Nav.dj., str. 16.

²⁰ Isto, str. 16.

²¹ Velagić. Z. Nav.dj., str. 51.

već s nakladnikom, te je samo razumijevanje životnog ciklusa knjige ključno za izradu optimalnog plana proizvodnje.²² Procesi stvaranja, stjecanja rukopisa i njihovo uvrštavanje u plan proizvodnje, mogu biti odvojeni ili isprepleteni iako je često riječ o jedinstvenom procesu. Do novih autorskih djela vrijednih investiranja i objavljivanja nakladnici dolaze na razne načine, od autora, književnih agenata, urednika ili različitih drugih posrednika.²³ Dva su temeljna puta, ili autor nudi rukopis, ili nakladnik naručuje rukopis od autora, iako se sve učestalije danas javljaju i posrednici u obliku agenata koji zastupaju autore.²⁴ Posao književnih agenata je prodaja autorskih prava u ime autora. S autorima agenti imaju ugovore o zastupanju za što dobivaju postotak od autorskih honorara. Danas često agenti omogućuju autorima objavljivanje knjiga u vlastitoj nakladi ako ne mogu naći nakladnike za njih. Uglavnom je riječ o elektroničkim knjigama ili tisku manjih naklada koristeći tisak na zahtjev. Uz agente važnu ulogu imaju i skauti u pronalaženju kvalitetnih autora i rukopisa koji istražuju različita jezična tržišta, a među posrednicima važni su i književni producenti koji samostalno financiraju djela i nude gotove publikacije nakladnicima.²⁵

Kada se autorsko djelo prihvati u plan proizvodnje počinje se s uređivanjem rukopisa i kreću pripreme radnje te stručno, jezično i likovno-grafičko uređivanje. Pripreme radnje obuhvaćaju troškove, suradnike i rokove te ako su pripreme radnje zadovoljavajuće sklapa se nakladnički ugovor i kreće investiranje u rukopis.²⁶ Prije su urednici imali točno određeno mjesto u nakladničkom lancu, koje se odnosilo na stjecanje i uređivanje rukopisa, ostali su obavljali druge aktivnosti a danas se njihov djelokrug poslova izmijenio i proširio. Uglavnom, kad je prihvaćen rukopis, on se uređuje i to je posao urednika, koji provodi stručnu redakтуру, i ona se sastoji od provjere pogrešaka, podataka, pojmovlja i slično. Također u tome angažira suradnike koji mu u tome pomažu. Kada je rukopis stručno uređen, pristupa se njegovom jezičnom uređivanju, za kojeg su zaduženi lektori i korektori. Lektura ispravlja gramatičke, leksičke i ponekad stilske pogreške, a korektura je tu da naknadno pronade, označi i ispravi pogreške. Jezično uređivanje teksta je i prevođenje s jednog jezika na drugi jezik, ako je rukopis stečen kupnjom prava od inozemnog izdavača. U cijelom tom procesu urednik je taj koji stalno komunicira sa svim sudionicima procesa. Poslije stručnog i jezičnog uređivanja kreće grafičko-

²² Velagić, Z. Nav.dj., str. 52-53.

²³ Isto, str. 61.

²⁴ Jelušić, S. Nav. dj., str. 90.

²⁵ Velagić, Z. Nav.dj., str. 63.

²⁶ Isto, str. 66.

likovno uređivanje.²⁷ Obično se smatra da su navedeni postupci nešto što je karakteristično samo za tiskane publikacije, međutim oni se odnose i na one objavljene na elektroničkom mediju. Po završetku oblikovanja rukopisa pristupa se završnim doradama, poslije čega slijedi završna revizija a potom objavljivanje.²⁸ Dio opreme knjige koji nije vezan za njezin izgled, a iznimno je važan za njezino prihvaćanje i bibliografsku službu jesu podaci o odgovornosti. Oni se mijenjaju od nakladnika do nakladnika, iako nema ustaljenog redoslijeda određeni se podaci uvijek navode kao što su naslov, autor, ime nakladnika, godina izdanja i drugi podaci o odgovornosti, uključujući podatke koje dodjeljuje bibliografsko središte, kataložni listić na kojem je CIP zapis i Međunarodni standardni knjižni broj ISBN.²⁹

Današnji nakladnici ne provode više vrijeme u tiskari kao nekad. Sva se priprema odvija u grafičkom studiju izvan tiskare, te je tako tehnologija dovela do još jedne promjene izbacivši pripremu iz tiskare. U samim je tiskarama računalna tehnologija zaslužna za vrhunsku kvalitetu otiska i brzinu tiska i može se slobodno reći kako je jedino čitanje tiskane knjige u cijelom nakladničkom lancu ostalo bez utjecaja računalnih tehnologija.³⁰ Najveći utjecaj nove tehnologije imaju u mogućnostima isporuke publikacija čitateljima. Knjiga može biti objavljena kao tiskano izdanje, kao elektronička publikacija ili kao izdanje tiskano na zahtjev u manjoj nakladi. Isto tako može biti objavljena i kao kombinacija istih.³¹

Sama prodaja tiskanih nakladničkih proizvoda je raznolika, od knjižara, antikvarijata, kioska, poštanskih ureda, benzinskih crpki i supermarketa. Zatim su tu sajmovi knjiga, knjiški klubovi akviziteri, mrežne stranice, pa do velikih online knjižara kao što je Amazon. Postoje i veliki kupci kao što su knjižnice, obrazovne ustanove ili veliki knjižarski lanci, i oni za nakladnike kao veliki naručitelji imaju posebnu važnost.³²

Uz sve navedeno trebalo bi spomenut i još jedan način objavljivanja a to je objavljivanje u vlastitoj nakladi (samizdat) koje bez obzira na velike mogućnosti koje pruža objavljivanje na mreži, nije prikladno s obzirom na to da je nakladnik taj koji autoru jamči respektabilnost i društveni kontekst bez obzira na medij na kojem se djelo objavljuje.³³

²⁷ Velagić, Z. Nav.dj., str. 70-71.

²⁸ Isto, str. 72.

²⁹ Jelušić, S. Nav. dj., str. 87-88.

³⁰ Isto, str. 112-113.

³¹ Velagić, Z. Nav.dj., str. 73.

³² Isto, str. 75.

³³ Jelušić, S. Nav. dj., str. 90-91.

Da bismo bolje shvatili današnji kontekst nakladništva i promjene u njemu važnu ulogu ima i povijesna perspektiva koja dodatno pomaže u razumijevanju, stoga sljedeće poglavlje daje pregled povijesti nakladništva u svijetu i kod nas.

2. Povijest nakladništva

Kada bismo gledajući u prošlost pokušali pronaći neki događaj koji bi označio početak povijesti nakladništva, ne bismo uspjeli. Prijepisi rukopisa pojavljuju se već u antičkoj Ateni i u Aleksandrijskoj knjižnici, kao i u Rimskom Carstvu. Srednji vijek također poznaje umnažanje tekstova, što se vidi na primjeru europskih sveučilišta krajem srednjeg vijeka. Važna se prekretnica dogodila zamjenom svitka s kodeksom u prvim stoljećima poslije Krista, što je utjecalo na izgled današnje tiskane knjige.³⁴ Za mnoge prava povijest knjige započinje s Gutenbergovom tiskarskom prešom sredinom petnaestoga stoljeća i velikim pomakom u brzini tiska koji je time omogućen.³⁵ Tiskare s vremenom potiskuju skriptorije, i pojavljuje se sustav proizvodnje većeg broja istovjetnih knjiga za razne kupce, isto tako tiskanjem više primjeraka i manjim vremenom potrebnim za tiskanje smanjuje se i cijena same knjige. Do kraja petnaestog stoljeća sve djelatnosti karakteristične za nakladništvo kao što su stjecanje rukopisa, tiskanje, objavljivanje i promoviranje bile su objedinjene tako da je jedan čovjek bio ujedno nakladnik i tiskar i knjižar. U šesnaestom se stoljeću javlja specijalizacija djelatnosti i razdvajaju se tiskarstvo, nakladništvo i knjižarstvo.³⁶ Unatoč tome, nakladništvo se u punom smislu, javlja tijekom devetnaestog stoljeća, u uvjetima općeg društvenog i tehnološkog razvoja, građanskih sloboda, industrijalizacije, obaveznog osnovnog školstva, i pojavom rotacijske preše. Sve su to bili preduvjeti koji su omogućili da se pojavi tržište za nakladničke proizvode i da se nakladnici razviju u poduzetnike odgovorne za akvizicije i investicije. Važnu ulogu u svemu tome imalo je potpisivanje Bernske konvencije 1886. godine, prvog međunarodnog ugovora o zaštiti autorskih prava, čime su stvoreni preduvjeti za dodatnu globalizaciju i profesionalizaciju.³⁷

Dvadeseto je stoljeće donijelo velike promjene u nakladništvu, pogotovo razdoblje kontinuiranog ekonomskog rasta poslije Drugog svjetskog rata. Ubrzani razvoj školstva na

³⁴ Velagić, Z. Nav.dj., str. 3-4.

³⁵ Radalj, M. Nav.dj., str. 33.

³⁶ Velagić, Z. Nav.dj., str. 5.

³⁷ Isto, str. 7.

svim razinama i općeniti razvoj obrazovnih ustanova, osigurali su brojne nove generacije čitatelja koji kupuju knjige.³⁸ Kao što su zabilježili u svojoj studiji nakladništva Giles Clark i Angus Phillips šezdesetih se godina u nakladništvu kao i u drugim kulturnim industrijama pojavio veliki optimizam, a rastući prosperitet nastavio se i tijekom sedamdesetih godina (osim prve polovice desetljeća kada je došlo do recesije) i temeljio se na bogatstvu čitatelja i povećanoj javnoj potrošnji.³⁹ Nakladničke tvrtke koje su nekada bile male i neovisne, u procesu koji se u početku zbiva na američkom i britanskom tržištu postaju dijelovima transnacionalnih medijskih konglomerata, što je proces koji se naziva konglomeracija nakladništva. Proces je to koji je tekao u nekoliko faza, u prvoj su razne tvrtke kao što su američki IBM i Xerox kupovale nakladničke tvrtke, jer se obrazovni sustav smatrao jednim od najvećih potencijalnih tržišta. Sedamdesetih godina zbog lošijih ekonomskih prilika, došlo je do novih spajanja i preuzimanja nakladničkih tvrtki u SAD-u, dok će desetljeće poslije to postati globalni fenomen.⁴⁰ Nakladnička djelatnost koja je bila stabilna i u ekspanziji kroz šezdesete i sedamdesete godine dvadesetog stoljeća, doživljava svoj pad osamdesetih godina izazvan ekonomskom recesijom, poslije koje je uslijedilo sve veće smanjivanje javnih investicija u zemljama engleskog govornog područja. Proces preuzimanja i kupovine sedamdesetih godina obilježio je i britanske nakladnike, tako je investicijska, bankarska i nakladnička tvrtka Pearson preuzela Penguin, a potom se proširila na njujorški Viking Press. Isto tako je i njemačka medijska grupacija Bertelsmann preuzela američke nakladnike Bantam Books i Doubleday osamdesetih godina. Devedesetih godina preuzimaju Random House, da bi 2013. godine spajanjem Penguina i Random Housa nastao najveći svjetski nakladnik Penguin Random House. Deregulacija tržišta u osamdesetima omogućuje velikima da preuzimaju manje tvrtke te se tada pojavljuje sve veći interes investitora za nakladničku industriju.⁴¹ U multimedijским konglomeratima kakvi su se stvarali, uloga nakladnika nije velika što je dovelo do raznih kritika koje su upućivale da je došlo do negativnih strukturnih promjena, jer se počelo očekivati da svaka knjiga bude bestseller te da je kvaliteta žrtvovana profitu. S druge strane teoretičari kao što je već spomenuti John B. Thompson nastoje opovrgnuti takve kritike napominjući kako je nakladničkim konglomeratima uz profit bitna i kvaliteta izdanja koja donose simboličku vrijednost.

Konglomeracija nakladništva utjecala je na način da su manje tvrtke postale manjina u općoj slici djelatnosti. Usporedno je s time tekao i proces konglomeracije knjižarske djelatnosti. U

³⁸ Isto, str. 28.

³⁹ Clark, G ; Phillips, A. Nav.dj., str. 27.

⁴⁰ Velagić, Z. Nav.dj., str. 28-29.

⁴¹ Clark, G ; Phillips, A. Nav.dj., str. 28-29.

SAD-u šezdesetih godina dvadesetog stoljeća stvaraju se Walden Books i B. Dalton koji otvaraju stotine knjižara u trgovačkim centrima diljem SAD-a. Barnes & Noble se udružuju i preuzimaju Dalton, a zatim se osniva Crown Books, i poslije Borders koji preuzima Walden. Sredinom devedesetih takve konglomeracije dovode do toga da veličina knjižarskih lanaca zahtijeva njihovo izmještanje iz trgovačkih centara u samostojeće zgrade. Prosječni knjižarski *superstore* tih je godina nudio oko 125 000 naslova uz ostale medijske proizvode.⁴²

Novi samoposlužni oblici knjižara omogućuju samostalnost kupcima i uloga samih knjižara koji su kupce upoznavali s dobrim knjigama se promijenila. Knjižare se počinju pretvarati u zabavne centre, sa svojim kafićima, i organizacijom raznih promotivnih događanja.⁴³

2.1 Povijest hrvatskog nakladništva

Po dosadašnjim spoznajama prva tiskana knjiga u Hrvatskoj je „Misal“ koji je objavljen 1483. godine. „Misal“ je tiskan na glagoljici. Na samom „Misalu“ nije zabilježeno mjesto tiskanja te je time otvoren put različitim teorijama. Mjesta koja kandidiraju kao mjesta tiskanja su Kosinj, Modruš, Izola i Venecija. Za Kosinj se smatra da je tu djelovala prva hrvatska tiskara gdje je 1491. godine tiskan „Brevijar“.⁴⁴ Na latiničnom je pismu prva hrvatska knjiga „Lekcionar“ Bernardina Splićanina, tiskana u Veneciji 1495. godine. Knjige tiskane do kraja 15. stoljeća, nazivaju se inkunabulama, što dolazi od latinske riječi za pelene, začetak, *incunabule*, i u Hrvatskoj su one pisane na dva pisma, uglatoj glagoljici i latinici.

Organizirano i sustavnije umnažanje knjiga te pojavu nakladništva možemo smjestiti u 1694. godinu, kada Hrvatski sabor predaje „zemaljsku tiskaru“ tzv. Isusovačku tiskaru Pavlu Ritteru Vitezoviću.⁴⁵ On je sve do požara 1706. godine objavio pedeset djela, uglavnom kalendara i kronika i prodavao ih u vlastitoj knjižari. Poslije njega javljaju se kao izdavači Isusovački kolegij i I. K. Weitz, kojeg je naslijedio preuzevši njegovu tiskaru i knjižaru Antun Reiner. U drugoj polovici osamnaestog stoljeća u Hrvatskoj se pojavio bečki tiskar J. Th. Trattner, i on je u Varaždinu i Zagrebu osnovao svoje podružnice. Svoju je tiskaru u Zagrebu kasnije prodao zagrebačkom biskupu M. Vrhovcu. U Zagrebu je tada s Trattnerom djelovao kao nakladnik i tiskar J. K. Kotsche.⁴⁶ Zbog ne baš velikog broja tiskara i nakladnika, sve do kraja osamnaestog

⁴² Velagić, Z. Nav.dj., str. 29-30.

⁴³ Isto, str. 31.

⁴⁴ Radalj, M. Nav.dj., str. 39.

⁴⁵ Isto, str. 39-40.

⁴⁶ Nakladništvo. // Nav.dj. Dostupno na <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=42840> (11.6..2018.).

stoljeća, Hrvati najveći dio knjiga moraju tiskati u drugim zemljama, i u tome je prednjačila Venecija. Uz Veneciju knjige su se tiskale i u Beču, Budimu, Grazu, Trnavi i drugim mjestima. Devetnaesto stoljeće donosi promjene kada se uz devet tiskara na području hrvatskih zemalja, pojavljuje 1838. godine i tiskara Ljudevita Gaja. To je bio politički i kulturno važan događaj u hrvatskoj povijesti, kao i vrijeme u kojem se tiskara pojavila, vrijeme ilirskog pokreta.⁴⁷ Gajeva je tiskara bila servis za nakladnike i kulturna institucija, koja je tiskala djela starih i novih hrvatskih pisaca. U njoj se tiskaju „Novine horvatzke“ i njihov tjedni književni dodatak „Danica horvatzka, slavonska i dalmatinska“, te izdanja Matice ilirske kao i mnogi proglašeni, letci i drugo.⁴⁸ Odmah poslije Zagreba po broju tiskara i tiskanih knjiga bio je grad Zadar, i u njemu važno mjesto imala je tiskara obitelji Battara, koja je bila osnovana 1803. godine i djelovala kroz cijelo devetnaesto stoljeće. Ona se kao i druge tiskare u Zadru bavila i nakladništvom, a poznata je po izdavanju prvih novina na hrvatskom jeziku „Kraglski Dalmatin“, i po jednom od najvažnijih književnih časopisa „Zora dalmatinska“. Osim u Zadru znatna tiskarska djelatnost postoji i u drugim gradovima na jadranskoj obali, Splitu, Dubrovniku i Rijeci.⁴⁹ Uz jadransku obalu i Zagreb tijekom devetnaestog stoljeća djeluju tiskare i u Slavoniji, u kojoj se ističe grad Osijek s tiskarama obitelji Divald, a potom tiskarom koju je osnovao Dragutin Lehman. Sveukupno je u Osijeku djelovalo četrdeset tiskara. U drugim se gradovima Slavonije tiskare osnivaju relativno kasno.⁵⁰

Iako su brojne tiskare djelovale i kao nakladnici, prvo pravo nakladno poduzeće u hrvatskim zemljama, bila je Matica ilirska osnovana 1842. godine, koja se razvila u okviru postojeće ilirske čitaonice. Za razliku od drugih europskih nakladničkih kuća, Matica ilirska je osnovana kao udruga s ciljem njegovanja hrvatskog jezika i promicanja hrvatske knjige te je njeno djelovanje bilo određeno duhom domoljublja i u početku se financirala donacijama svojih članova. U svome je djelovanju do kraja devetnaestog stoljeća Matica ilirska, kasnije Matica hrvatska raspačala milijun svojih izdanja. Uz Maticu nakladništvom se u Zagrebu bave i drugi tiskari-nakladnici a među njima se ističe uz Ljudevita Gaja i Franjo Župan, čiju će tiskaru kasnije kupiti Gaj i time ojačati svoju poziciju na tržištu. Za te je dvije tiskare karakteristično što su u svojoj djelatnosti objedinjavali tiskarstvo s nakladništvom i knjižarstvom, što je praksa koja je u većini zapadne Europe bila napuštena već u šesnaestom stoljeću. Za razliku od njih

⁴⁷ Stipčević, A. Od početka hrvatskog narodnog preporoda (1835.) do danas. Zagreb : Školska knjiga, 2008. Str. 13.

⁴⁸ Isto, str. 14-15.

⁴⁹ Isto, str. 18.

⁵⁰ Isto, str. 20.

Matica nije imala svoju tiskaru već je svoja izdanja tiskala tamo gdje je bilo financijski najpovoljnije. Važno ime u zagrebačkom i hrvatskom tiskarstvu tih je godina bio i Lavoslav Hartman koji je preuzeo Gajevu tiskaru, i počeo se uspješno baviti nakladništvom. Posao je proširio i na knjižarsku djelatnost udruživši se s Albertom Deutschom, a kasnije im se pridružuje i Stjepan Kugli. Zajedno su stvorili značajnu knjižarsku tvrtku koja će odigrati bitnu ulogu u povijesti hrvatskog nakladništva i knjižarstva.

Razdoblje kraja devetnaestog stoljeća razdoblje je ekonomskog uzleta, raste kupovna moć gradskog stanovništva, širi se pismenost i javlja se bogata izdavačka djelatnost. Sve do početka dvadesetog stoljeća, i Prvog svjetskog rata, najveći nakladnici ujedno su bili vlasnici tiskare ili knjižare, najčešće knjižare. Samim nakladništvom bave se uglavnom oni koji su se pretplatama, mecenama ili zakladama uspijevali financijski osigurati. Uz Maticu ilirsku (hrvatsku) javlja se i Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti koja objavljuje isključivo djela znanstvenog sadržaja, za razliku od drugih koji su okrenuti širem krugu čitatelja. Sve već broj čitatelja i tiskanih knjiga dovode do toga da se i crkveni krugovi uključuju u posao tiskanja i izdavanja kako bi spriječili po njima loš utjecaj koji određena literatura ima na mlade, te da bi zadovoljili potrebe za vjerskom literaturom. Stoga osnivaju Društvo sv. Jeronima koje se bavi izdavanjem vjerske literature. Osnivanjem Zemaljske naklade školskih knjiga za srednja učilišta počinje stručno školsko nakladništvo na hrvatskom jeziku, koje se dodatno razvija početkom rada Hrvatskog pedagoškog-književnog zbora.

Na samom početku dvadesetog stoljeća pojavio se važan nakladnik, bilo je to Društvo hrvatskih književnika, koje je počelo s edicijom najpoznatijih hrvatskih pisaca, i koje je afirmiralo veliki broj hrvatskih književnika. Važnu ulogu u hrvatskom nakladništvu imaju i prijevodi svjetskih književnih djela, u čemu se proslavio književnik i prevoditelj Nikola Andrić, koji je početkom stoljeća pokrenuo poznatu „Zabavnu biblioteku“, čiji je cilj bio upoznavanje hrvatskog čitatelja s najboljim romanima svjetske književnosti. Općenito početak novog stoljeća obilježila je pojava brojnih novih nakladnika, među kojima se istaknuo Mirko Breyer, poznat po antikvarnoj i nakladničkoj djelatnosti, a usto i kao prvi izdavač knjiga za djecu i mladež.⁵¹ U svim većim hrvatskim gradovima u to vrijeme postoje i tiskare i knjižare, te istaknuti pojedinci koji se bave izdavaštvom, međutim početak Prvog svjetskog rata odrazio se i na izdavačku djelatnost, osobito na one manje izdavače. Poslije rata u novoj državi oživljuje djelatnost knjižara i tiskara,

⁵¹ Nakladništvo. // . Od početka hrvatskog narodnog preporoda (1835.) do danas. / Aleksandar Stipčević. Zagreb : Školska knjiga,2008. Str.24-65.

a uz već postojeće izdavače, javljaju se i nova nakladnička poduzeća.⁵² Nasuprot tome, razdoblje kraja dvadesetih i tridesetih godina dvadesetog stoljeća obilježila je svjetska gospodarska kriza, koja utječe na kupovnu moć stanovništva, pada promet u knjižarama, i javlja se nova pojava, prodaja knjiga na kioscima, papirnicama i trgovinama, što je izazivalo nezadovoljstvo tadašnjih nakladnika.⁵³ Unatoč tome u hrvatskom nakladništvu započele su pripreme za veliki projekt „Hrvatske enciklopedije“, pod ravnateljem Matom Ujevićem, osnivanjem Konsorcija Hrvatske enciklopedije, te neposredno pred sam početak Drugog svjetskog rata izlazi prva knjiga.⁵⁴

Dvadeseto je stoljeće bilo vrijeme velikih promjena u svijetu i u Hrvatskoj, u kojoj su se uz brojne tehnološke promjene mijenjale i države i društveno ekonomska uređenja. Poslije Drugog svjetskog rata, osnivaju se nova nakladnička poduzeća a ona stara mijenjaju nazive, tako Hrvatsko izdavačko bibliografski zavod postaje Nakladni zavod Hrvatske, a potom Zora. Osniva se Izdavačko knjižarsko poduzeće Seljačka sloga koje kasnije mijenja naziv u Sloga a zatim u Znanje. Zora izdaje domaću i stranu beletristiku i publicistiku, dok Znanje izdaje popularno znanstvene knjige i muzička izdanja. Informator izdaje priručnike i novine, Naprijed djela iz filozofije i marksističku literaturu. Novinarsko izdavačko poduzeće (NIP) izdaje djela novinara i političku literaturu.⁵⁵ Osniva se Školska knjiga koja objavljuje udžbenike za osnovno, srednje i visoko školstvo, a kasnije i širi svoje poslovanje na stručne i znanstvene knjige, rječnike te lektirne knjige. Važno je bilo i osnivanje Leksikografskog zavoda FNRJ, čije je poslovanje usmjereno na izdavanje enciklopedijskih izdanja. Pedesetih i šezdesetih godina dvadesetog stoljeća javljaju se i druga izdavačka poduzeća kao što su Naklada Liber, Alfa, Kršćanska sadašnjost i druga. Općenito, s novim nakladničkim tvrtkama intenzivirana je izdavačka djelatnost, broj čitatelja se širi a time i potražnja za raznim knjigama.⁵⁶ Poslijeratni period obilježava veliki rast nakladničke djelatnosti, povećava se broj tiskanih knjiga, a veliki se porast bilježi u razdoblju nakon privredne reforme šezdesetih godina dvadesetog stoljeća. Međutim, period druge polovice sedamdesetih godina bilježi pad u nakladničkoj produkciji u Hrvatskoj zbog ukidanja poreznih povlastica.⁵⁷ U tome razdoblju izdvaja se kao najuspješnija nakladnička kuća zagrebačko poduzeće Mladost, koje je imalo složenu organizacijsku strukturu

⁵² Tomašević, N ; Kovač, M.. Nav.dj., str.143-144.

⁵³ Stipčević, A.Nav.dj., str. 98.

⁵⁴ Isto, str. 42-43.

⁵⁵ Hebrang Grgić, I. Kratka povijest knjižnica i nakladnika : s kodovima i aplikacijom. Zagreb : Naklada Ljevak, 2018. Str. 166.

⁵⁶ Tomašević, N ; Kovač, M. Nav.dj., str. 144-145.

⁵⁷ Juričević, B. Knjiga i razvoj. Zagreb : Znanje, 1984, Str. 96.

s više zasebnih dijelova, svoju tiskaru, prodajna mjesta na području cijele Jugoslavije te predstavništva u Frankfurtu i Moskvi. Godišnje se tiskalo više stotina naslova u milijunskim nakladama.⁵⁸ U vrijeme svog najvećeg uspona izdaje i svoj časopis za teme iz umjetnosti i kulture „Oko“, a od polovice osamdesetih godina nakladnička kuća Mladost sudjeluje i u srednjoškolskom obrazovanju budućih knjižara.

Osamdesetih a poslije i devedesetih godina velik broj nakladnika prolazi kroz poteškoće, gomilaju se zalihe, a integracijama s uspješnima neuspješna se poduzeća pokušavaju spasiti.⁵⁹ Početkom rata i raspadom Jugoslavije nestaju veliki nakladnici kao što su Mladost i izdavačka kuća Naprijed. Godine 1993. osniva se Hrvatski ured za ISBN, pri Nacionalnoj sveučilišnoj knjižnici koji je počeo voditi statistiku o nakladnicima i knjigama u Hrvatskoj.⁶⁰ Statistički su podaci ukazali na duboke promjene koje su se dogodile u nakladništvu tijekom devedesetih godina. Početkom desetljeća u Hrvatskoj je djelovalo četiristotinjak nakladnika, a do njegovog kraja njih nekoliko tisuća novih uključeno je u sustav ISBN.⁶¹ Broj nakladnika devedesetih godina raste, od kojih neki uspijevaju opstati na tržištu a drugi ne uspijevaju. Mnogima od njih nakladništvo nije primarna djelatnost, kao što je slučaj kod raznih strukovnih udruženja i obrazovnih ustanova. Zbog velikog broja nakladnika imamo veliku konkurenciju ali i malo tržište, što utječe na sliku nakladništva danas. Nakladnici nemaju svoje tiskare, već se više nakladnika koristi uslugama istih tiskara a postoje i oni koji tiskaju svoja izdanja i u drugim zemljama kao što su Poljska ili Kina.⁶² Pojava velikog broja novih nakladnika devedesetih godina trend je koji je zabilježen u svim tranzicijskim zemljama, kada se nakladničkom djelatnošću pokušavaju baviti mnogi koji za to nisu imali potrebna znanja, ali su htjeli objaviti rukopise koje prije nisu mogli ili su smatrali da na taj način mogu doći do lake zarade.⁶³

3. Globalni trendovi u nakladništvu

Između tržišta velike jezične rasprostranjenosti i onih male postoje velike razlike, što u nakladama, što u drugim dijelovima nakladničke proizvodnje, jer su naklade te koje utječu i na

⁵⁸ Tomašević, N ; Kovač, M. Nav.dj., str. 145.

⁵⁹ Isto, str. 148-149.

⁶⁰ Stipčević. A.Nav.dj., str.,54.

⁶¹ Živković, D. Elektronička knjiga. Zagreb : Multigraf, 2001. Str. 168.

⁶² Hebrang Grgić, I.Nav.dj., str. 167.

⁶³ Jelušić, S. Nav. dj., str. 14.

ostale segmente nakladničkih djelatnosti. Za Hrvatsku važna su iskustva nakladničke industrije u Velikoj Britaniji i Sjedinjenim Američkim Državama, zbog dominirajuće angloameričke jezične orijentacije i zbog toga što se radi o trenutno najjačim industrijama u svijetu, iako se javljaju i druga rastuća tržišta kao što su Kina i zemlje španjolskog govornog područja. Što se tiče nakladničke djelatnosti na jezicima male rasprostranjenosti, tu vrijede ista načela proizvodnje kao i u velikima, dok razlika postoji u poslovnim modelima.⁶⁴

Još u devetnaestom stoljeću nakladnici iz Velike Britanije izvoze knjige na engleskom jeziku diljem svog kolonijalnog carstva kao i na područje Sjeverne Amerike, dok drugi kao što su francuski nakladnici izvoze u svoje kolonije, a španjolski u Latinsku Ameriku. Njemački su nakladnici također izvozili, i to u susjedne zemlje gdje se govorio njemački jezik. U tom razdoblju na međunarodnu scenu dolaze američki nakladnici, koji se razvijaju zahvaljujući svome velikom tržištu, koje postaje najbogatije na svijetu, i SAD u dvadesetom stoljeću postaju dominantne na poljima znanosti, tehnologije i popularne kulture.

Europska bi unija kao cjelina imala najveći udio na međunarodnom nakladničkom tržištu, međutim s obzirom na višejezičnost, različite porezne politike te različite čitalačke navike ona se ne može smatrati jedinstvenim knjiškim tržištem. Poslije američkog, kinesko je tržište danas drugo po veličini, i ono je u uzletu. Na primjeru današnje Kine vidimo uzajamnu vezu između gospodarstva koje je u usponu i važnosti koje imaju knjige u modernim društvima.⁶⁵

Većina današnjih međunarodnih tržišno orijentiranih nakladnika većinom su u vlasništvu nakladnika iz kontinentalne Europe, i to uglavnom iz Francuske, Njemačke, Španjolske i nekolicine korporacija iz Sjedinjenih Američkih država. Tako današnjim svjetskim nakladništvom dominiraju dvije tvrtke, jedna je Random House u vlasništvu njemačke tvrtke Bertelsmann, koja se kao što je već spomenuto spojila s Penguinom u vlasništvu Pearsona čime je stvoren najveći svjetski nakladnik, dok je druga tvrtka francuski nakladnik Hachette Livre u vlasništvu francuske medijske tvrtke Lagardère. Njihova djelatnost uz knjige obuhvaća i časopise, televiziju i radio. Na španjolskom jezičnom tržištu najveći je nakladnik Grupo Planeta, s više od sto nakladničkih tvrtki u Španjolskoj, Portugalu i Latinskoj Americi.⁶⁶ Najvećih pedeset svjetskih nakladničkih kuća imalo je ukupan prihod od pedeset milijardi dolara u 2016. godini, a među njima su tvrtke iz cijelog svijeta, najviše iz Europe i Sjedinjenih

⁶⁴ Jelušić, S. Nav. dj., str. 15-16.

⁶⁵ Clark, G ; Phillips, A. Nav.dj., str. 12-13.

⁶⁶ Isto, str. 9-10.

američkih država, te Japana iz Azije, dok je južna Amerika zastupljena s dvije brazilske nakladničke tvrtke.⁶⁷

Iako danas u nakladništvu dominiraju velike tvrtke, to ne znači da ne postoje ili da nema mjesta za tvrtke srednje veličine ili male. Mali su nakladnici često inovativniji i agilniji od velikih tvrtki koje kao složene organizacije imaju veliku administraciju i složene procese poslovanja, te samim time sporije reagiraju na tržišne promjene. Za razliku od njih nakladnici srednje veličine nisu fleksibilni kao male tvrtke niti imaju opseg poslovanja kao velike a nisu niti toliko financijski jaki. Za velike nakladnike, srednji su nakladnici glavne mete za preuzimanje.⁶⁸

U većini se stručne literature koja se bavi temom nakladništva može naći evolutivni pristup u kojem se opisuje nastanak velikih nakladničkih kuća, koje nastaju iz malih obiteljskih tvrtki u određenom vremenskom razdoblju. S druge strane i dalje postoje male tvrtke, mali nakladnici, koji uspješno posluju i s malim brojem zaposlenika, malom nakladom i jednostavnom organizacijskom strukturom, tako da se iz primjera velikih nakladničkih i medijskih konglomerata ne mogu izvoditi opći zaključci o organizacijskim strukturama nakladničkih tvrtki. Poslovanje nakladnika ne proizlazi iz njihove organizacijske strukture već struktura proizlazi iz onog što je nakladnikova vizija i što su poslovni ciljevi i želje koje nakladnik ima.⁶⁹ Najčešće su u praksi prisutne organizacijske strukture koje se mogu opisati na tri načina : funkcionalna, divizionalna i projektna. Za male i srednje tvrtke najprimjerenija je funkcionalna koja počiva na uobičajenom nakladničkom lancu, od stručnog i jezičnog uredništva, preko grafičkog odjela do promocije i prodaje. Divizionalna se organizacija može vidjeti i primjerena je za velike nakladnike, i u njoj postoje različite poslovne jedinice (divizije) za različite nakladničke proizvode ili različite poslovne jedinice koje djeluju u različitim državama. Ponekad se nakladničkoj proizvodnji pristupa projektno, i takva je organizacija uglavnom privremena te se primjenjuje kada se želi objaviti neki zahtjevan nakladnički proizvod.⁷⁰

U svijetu velikih nakladničkih tvrtki cilj je biti glavni u određenim sektorima i tržištima te je proces rasprodaje dijelova tvrtki koji ne pripadaju tim sektorima prisutan od kraja osamdesetih godina dvadesetog stoljeća, međutim prisutan je i drugi trend gdje se neki nakladnici i medijske

⁶⁷ Milliot.J. The world's 54 largest 2017. 2017.// Publisher weekly. Dostupno na: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/international-book-news/article/74505-the-world-s-50-largest-publishers-2017.html> (21.6.2018).

⁶⁸ Clark, G ; Phillips, A. Nav.dj., str. 10-11.

⁶⁹ Velagić, Z. Nav.dj., str.33-34.

⁷⁰ Isto, str. 35-36.

korporacije odlučuju investirati u sektore koje nisu dotada pokrivali. Isto tako veliki nakladnici mogu kupovati novonastale tvrtke koje smatraju prijetnjom njihovim poslovnim modelima. Tako je tvrtka Springer kupila BioMed Central koji je u vrijeme nastanka bio začetnik razvoja modela otvorenog pristupa sadržajima.⁷¹

Na kraju ovog dijela valja spomenuti kako se uz već spomenute konglomeracije, u nakladništvu pojavila i konvergencija sadržaja, koja se vidi po tome kako su multimedijske tvrtke kupovale nakladnike zbog njihovog sadržaja. Pet najvećih američkih nakladničkih tvrtki, sadržaje iz knjiga pretvaraju u filmske i kazališne scenarije, a filmovi i videoigre postaju knjiške priče.⁷²

3.1. Digitalizacija nakladništva

Sredinom devedesetih godina prošlog stoljeća počinje intenzivnije korištenje modernih informacijsko-komunikacijskih tehnologija u nakladničkim procesima, čime je po Johnu B. Thompsonu započela digitalna revolucija u nakladničkim tvrtkama. Dva su vida te revolucije, jedna je „vidljiva revolucija“ a druga je „skrivena“. Potonja prethodi „vidljivoj revoluciji“ i obuhvaćala je promjene u organizaciji i upravljanju nakladničkim procesima na način da je upravljanje kao i u drugim tvrtkama u cijelosti informatizirano, radni se procesi provode u cijelosti na računalima, marketing i prodaja sve više ovise o računalima, online knjižarama i raznim oblicima digitalne promocije. Na području distribucije također je došlo do promjene i na toj se razini „skrivena revolucija“ preklapa s onom vidljivom, jer je riječ o tome da se elektroničke knjige mogu isporučivati online, a također se i tiskane knjige mogu prodavati putem online knjižara. Sama „vidljiva revolucija“ odnosi se na objavljivanje nakladničkog proizvoda.

Veze nakladništva s razvojem tehnologija vidljive su na svim razinama, tako je „analogni“ nakladnik stručno i jezično uređivanje i sve ostale radnje obavljao na ispisu teksta na papiru, dok autori u digitalnom dobu nakladniku isporučuju računalnu datoteku, koju „digitalni“ nakladnik vodi kroz sve proizvodne faze. On kao digitalni nakladnik također uređuje rukopis, grafički ga oblikuje i objavljuje kao elektroničku ili tiskanu knjigu. Ovdje treba naglasiti kako nijedan stari nakladnički proizvod nije nestao, već je njihova funkcija primjenom novih tehnologija promijenjena.⁷³ Cijeli proces produkcije knjiga od pisanja do lektoriranja,

⁷¹ Clark, G ; Phillips, A. Nav.dj., str. 15.

⁷² Velagić, Z. Nav.dj., str. 31.

⁷³ Velagić. Z. Nav.dj., str. 12-13.

tekstualnog i likovnog uređenja u cijelosti je digitaliziran a i samo funkcioniranje nakladništva se promijenilo, što se najbolje može vidjeti na primjeru naklada. Nekada, zbog same strukture tiskarskih troškova nije bilo isplativo tiskati knjigu u nakladi manjoj od tisuću primjeraka dok je danas uz pomoć digitalnog tiska moguće otisnuti knjigu i u jednom primjerku. Takva mogućnost dovela je naglog porasta novoizdanih naslova na razvijenim tržištima posljednjih trideset godina.⁷⁴

Nakladnici koji su izdavali stručne i knjige iz STM područja prvi se prilagođavaju digitalnom nakladništvu, tako je nakladnik Red Elsevier još početkom devedesetih godina prošlog stoljeća kupio bazu pravnih podataka Lexis Nexis, koja već od osamdesetih godina nudi pretraživanje cjelovitih tekstova, a Wolters Kluwer je kupio medicinsku bazu podataka Ovid, koja je 1984. godine razvila prvo online sučelje.⁷⁵ Na samu je nakladničku djelatnost u proteklom razdoblju utjecalo više događaja povezanih uz digitalizaciju kao što je pojava elektroničke knjige, ulazak velikih tehnoloških tvrtki u područje nakladništva, razvoj objavljivanja u vlastitoj nakladi te razvoj digitalnih proizvoda, društvenih mreža i zajednica.⁷⁶

3.2. Elektronička knjiga

Proces digitalizacije tiskanih djela započeo je još sedamdesetih godina dvadesetog stoljeća, točnije 1971. godine kada je Michael Hart pokrenuo projekt Gutenberg. Projekt je bio utemeljen na entuzijazmu sudionika, a temelj je bila spoznaja da se tekst može čitati sa zaslona računala i da se može prenositi internetom, to jest da će ono što je tada bio zametak interneta jednog dana povezivati cijeli svijet. Projektom Gutenberg digitalizirala su se djela koja nisu bila zaštićena autorskim pravom.⁷⁷ Kao što je Michael Hart na Sveučilištu Illinois pokrenuo projekt Gutenberg, nekoliko godina kasnije je Lou Burnard u Velikoj Britaniji osnovao Oxford Text Archive, kojemu je cilj bio da znanstvena zajednica ima pristup knjigama, i koji se smatra najstarijim digitalnim arhivom sveučilišnih tekstova a time i elektroničkih knjiga. Neki teoretičari kao što je Mike Schatzkin smatraju da je povijest elektroničke knjige počela s tvrtkom Voyager koja je nudila knjige na računalu Macintosh devedesetih godina dvadesetog stoljeća u Sjedinjenim Američkim Državama. Važno je tu spomenuti da je okruženje u kojem

⁷⁴ Tomašević, N ; Kovač, M. Nav.dj., str. 260-261.

⁷⁵ Clark, G ; Phillips, A. Nav.dj., str. 17.

⁷⁶ Isto, str. 43.

⁷⁷ Živković, D. Nav.dj., str. 93.

se pojavila i razvila e-knjiga veliko tržište SAD-a u kojem se govori isti jezik.⁷⁸ Za prvu se objavljenu e-knjigu u literaturi navodi djelo Billa Mitchella „City of Bits“ koju je 1994. godine objavio Massachusetts Institute of Technology.⁷⁹

Prema Z. Velagiću, općeprihvaćena definicija e-knjige zasad nije moguća a nije ni potrebna s obzirom da sve definicije dosad opisuju samo trenutačno stanje razvoja e-knjige. Sama e-knjiga nije zrela tehnologija nego fenomen koji je u razvoju, i kako će se pojavljivati novi oblici, tako će se definicijama pokušati obuhvatiti i njih.⁸⁰ Unatoč tome definicija koju je donijela prof. D. Živković 2012. godine a koja je objavljena još 2001. godine uz neke tehnološki uvjetovane dopune zasad najbolje opisuje fenomen e-knjige. Tako je e-knjiga opisana kao jedna ili više računalnih datoteka omeđenog sadržaja koja je dostupna javnosti na mreži (mrežna knjiga) ili u nekom od materijalnih oblika kao što su CD ROM-ovi, DVD-ovi ili drugi elektronički materijalni mediji. Ona također može donositi sliku i zvuk kao i veze sa srodnim mrežnim stranicama, te može uključivati programe za izmjene i dopune i time biti interaktivna. Kao cjelina elektronička knjiga treba biti označena vlastitim Međunarodnim standardnim knjižnim brojem ISBN, što može biti jedna oznaka a može biti i dio oznake DOI (Digital Object Identifier) ili oznake URN (Uniform Resource Name), koje su posebno stvorene za poslovanje digitalnom građom.⁸¹ Za elektroničku knjigu važan je format njezina zapisa, a oni su se razvijali od same pojave elektroničkog nakladništva, i njihov se razvoj nastavlja i dalje. Tako elektronička knjiga može biti tekstualna datoteka, slikovna datoteka, datoteka s oznakama TEX, RTF i PDF, može biti izrađena u formatu koji koristi označiteljske jezike kao SGML, HTML, XML i slično. Elektronička se knjiga može pojaviti kao mrežno mjesto, pakirana struktura direktorija ili datoteka Microsoft Worda (docx), datoteka formata Electronic Publication (ePub) i slično.⁸² Razvoj raznih formata usko je vezan za razvoj čitača elektroničkih knjiga. Pojedini su uređaji samo omogućivali reprodukciju jednog, određenog formata, onog kojeg je pojedini proizvođač želio nametnuti kao standard, što je i danas slučaj. Bez obzira na to danas svi čitači omogućuju prikaz elektroničke knjige u formatu ePub.⁸³

⁷⁸ Horvat, A. ; Živković, D. Između javnosti i privatnosti : Knjižnice u vremenu e-knjige. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada, 2012. Str. 96.

⁷⁹ Velagić, Z. Nav.dj., str.85.

⁸⁰ Velagić, Z...[et.al]. Elektroničko nakladništvo. Zagreb : Naklada Ljevak, 2017. Str. 16 -17.

⁸¹ Horvat, A. ; Živković, D.Nav.dj., str. 99.

⁸² Velagić, Z...[et.al].Nav.dj., str. 29.

⁸³ Velagić, Z...[et.al].Nav.dj., str. 37.

E-knjige se raspačavaju putem platformi, što je naziv za uređaj, hardver ili programsko okruženje softver a često je kombinacija jednog i drugog čime se pružaju osnovne usluge potrebne za obradu e-knjige. Elektronička se knjiga može čitati na zaslonu računala, neposredno na internetu a može se i preuzeti na stolno ili prijenosno računalo.⁸⁴ Čitanje na zaslonu nekog uređaja ne znači automatski da taj uređaj omogućuje kvalitetnu okolinu za čitanje. Pojavom uređaja za čitanje e-knjiga, mijenja se trend čitanja sa zaslona i sve veći broj čitatelja počinje čitati pomoću e-čitača. Uređaji su to veličinom slični klasičnom formatu knjige, a prema tehnologiji prikaza sadržaja dijele se u dvije osnovne skupine. Jedna je skupina e-čitača koji se temelje na elektroničkoj tinti (e-ink), dok se drugi temelje na raznim tehnologijama prikaza sadržaja kao što su Liquid-crystal display (LCD) i Light-emitting diode (LED). Tehnologija koja se temelji na elektroničkoj tinti i koju koriste uređaji koji se smatraju čitačima elektroničkih knjiga patentirana je 1997. godine od strane tvrtke EInk koja je sastavni dio laboratorija sveučilišta Massachusetts Institute of Technology (MIT). Danas su najpoznatiji čitači s e-ink tehnologijom Kindle, Nook i Kobo.⁸⁵

Prethodnici današnjih e-čitača, pojavili su se krajem devedesetih godina prošlog stoljeća, bili su to Soft Book, Rocket Book i drugi. Sony Reader se javlja 2005. godine kao prvi e-čitač s primarnom namjenom distribucije e-knjiga, a glavnu ulogu je do pojave Kindla 2007. godine imao e-čitač Palm. Odmah po pojavljivanju u javnosti e-čitač Kindle tvrtke Amazon doživio je veliki uspjeh, iako je u početku bio skup. Tvrtka Amazon je s uređajem ponudila i zbirku e-knjiga, omogućila njihovo preuzimanje i kvalitetno čitanje istih - povećavanje i smanjivanje slova i okretanje stranica. Amazon je pristupio prodaji na način da je prodavao e-knjige jeftino a sam je uređaj bio skup.⁸⁶ Pojava Amazonova Kindla u SAD-u 2007. godine i kasnijih godina drugdje u svijetu, uvelike je unaprijedila kupovinu e-knjiga i prodaja je doživjela nagli uzlet. Nedugo poslije, američki je knjižarski lanac Barnes & Noble plasirao na tržište svoj e-čitač Nook, a tvrtka je Amazon te 2009. godine već bila vodeći online trgovac tiskanim knjigama. Amazon je razvio veliku bazu podataka svojih vjernih kupaca, koji su brzo prihvatili e-knjige.⁸⁷

U Europi je njemački knjižarski lanac Thalia, plasirao vlastiti e-čitač Oyo Reader, kojeg je onda zamijenio e-čitačem Nook. Međunarodni trgovac e-knjigom Kobo, posluje po načelu da bi se e-knjige trebale moći čitati na raznim čitačima, prijenosnim računalima i uređajima mobilne

⁸⁴ Horvat, A. ; Živković, D.Nav.dj., str. 99.

⁸⁵ Velagić, Z...[et.al].Nav.dj., str. 38.

⁸⁶ Horvat, A. ; Živković, D.Nav.dj., str. 118-119.

⁸⁷ Clark, G ; Phillips, A. Nav.dj., str. 17.

telefonije, te je razvio svoj vlastiti čitač Kobo e-reader Touch, koji je od 2011. godine na tržištu već u trećoj generaciji. Kobo isto tako nudi aplikaciju za iPhone koja ima niz funkcija kao što su pregledavanje kataloga e-knjiga, kupnju i učitavanje e-knjiga, i izgradnju privatne knjižnice na uređaju. Knjige se danas mogu čitati i na pametnim telefonima kao što je iPhone.⁸⁸ Popularni su i tableti, kao što je iPad kojeg je 2010. godine proizvela tvrtka Apple, zajedno s platformom iBookstore za kupnju e-knjige, što je potaknulo kupovinu tableta.⁸⁹ Razlika između tableta kao umanjenih verzija prijenosnih računala i pametnih telefona te e-čitača je što e-čitači omogućuju samo reprodukciju sadržaja, i nije moguće pregledavanje mrežnih stranica, korištenje raznih aplikacija, reprodukcija glazbe, video sadržaja i slično. Kod e-čitača kupovanje e-knjiga se često događa u zatvorenom okruženju i radi se o takozvanim „obzidanim vrtovima“ gdje je prednost korisniku u jednostavnosti korištenja, međutim softver za zaštitu intelektualnog vlasništva ne dozvoljava manipulacije tekstem.⁹⁰ Prednost e-čitača koji se temelje na e-ink tehnologiji je u tome što su ugodniji su za čitanje, i stvaraju dojam čitanja prave knjige.⁹¹ Danas u svijetu postoji gotovo četrdesetak elektroničkih čitača s tehnologijom e- tinte.⁹²

Elektronička je knjiga za razliku od tiskane uvjetovana ne samo sadržajem i oblikovanjem teksta, već i samim uređajem, jer je veza sadržaja i platforme kod elektroničke knjige privremena i traje koliko i sam prikaz na ekranu, dok je kod tiskane knjige, sam sadržaj trajno povezan s papirom. Iako je format ePub postao standard distribucije digitalnih publikacija temeljen na HTML web standardu, i omogućuje isporuku sadržaja na razne uređaje, čitak tekst i prikaz ilustracija, velike komercijalne tvrtke svojim posebnim formatima onemogućuju daljnju distribuciju teksta i nastoje ga zaštititi od neovlaštenog umnažanja. Primjer za to su tvrtke Amazon s Kindle formatom i tvrtka Apple s iBook formatom, koje koriste ono što se danas naziva DRM (Digital Rights Management) tehnologijom i omogućuje prikaz sadržaja isključivo na uređajima navedenih tvrtki ili drugima koje imaju softvere tih tvrtki.⁹³

Kada se uspoređuju elektroničke knjige s tiskanim izdanjima, može se reći kako su prednosti brojne. U te prednosti možemo svrstati mogućnost pretraživanja po ključnim riječima unutar cijele e-knjige, prilagođavanje sučelja po mjeri korisnika te izdvajanje dijelova sadržaja, uspoređivanje i vrednovanje istog. Također se određena mjesta u tekstu mogu anotirati,

⁸⁸ Horvat, A. ; Živković, D. Nav.dj., str. 119 -120.

⁸⁹ Clark, G ; Phillips, A. Nav.dj., str. 17.

⁹⁰ Velagić, Z...[et.al].Nav.dj., str. 40.

⁹¹ Horvat, A. ; Živković, D. Nav.dj., str. 119.

⁹² Velagić, Z...[et.al].Nav.dj., str. 39.

⁹³ Velagić, Z. Nav.dj.,str. 87.

istaknuti na zaslonu, povući i povezati s drugim mjestima u tekstu te povezati s raznim multimedijским sadržajima, a moguća je i komunikacija među korisnicima (chat). Još je jedna od bitnih prednosti to da e-knjiga može sadržavati veliku količinu podataka a ne zauzima više prostora nego što zauzimaju tiskana izdanja. Velika je prednost i to što je e-knjiga dostupna jednom ili više korisnika unutar cijelog dana u raznim dijelovima svijeta gdje god postoje internetski pretraživači. Što se nedostataka tiče u usporedbi s tiskanim izdanjima, možemo ih podijeliti na one tehničke i intelektualne prirode. Glavni problem je da sučelja nisu standardizirana, a za čitanje je potrebna primjerena tehnička oprema kao i dobra internetska veza. Ono što je posebno za e-knjigu je da za razliku od tiskanih knjiga autor ili nositelj prava može ograničiti korištenje svoga djela ovisno o vrsti korisnika i namjeni korištenja. U nedostatke bi se moglo ubrojiti i to što je još uvijek ograničen broj naslova koji nisu na engleskom jeziku.⁹⁴ Za neke od autora koji se bave proučavanjem fenomena e-knjige, kao što je Z. Velagić, mogućnosti interakcije e-knjige i čitatelja u usporedbi s tiskanim knjigama i čitateljima nisu dovoljno istražene, tako Z. Velagić smatra kako često isticana prednost e-knjiga, a to je lakoća kojom tekst ili neki drugi sadržaj mijenja medije, platforme ili tehnologije, iz perspektive čitatelja nije prednost. Kako ističe, mogućnost da tekst ili sadržaj mijenja platforme postojao je i prije digitalne revolucije, samo je poslije nje proces postao neusporedivo brži i lakši. Poimanje sadržaja e-knjige kao onoga koji se može odvajati od platforme po Velagiću rezultirala je konstruiranim dihotomijama - fiksni-fluidni tekst, i linearno i nelinearno čitanje, a iz perspektive čitatelja odvajanje sadržaja od platforme nije ni moguće jer sadržaj mora biti vizualno ili auditivno predodčen. Programi uređaja kao što su računalo, tablet, mobilni telefon ili e-čitač mogu biti takozvani „obzidani vrtovi“ koji ne omogućuju seljenje sadržaja, koji je zaštićen DRM-om ili nekim drugim sustavom za upravljanje intelektualnim vlasništvom. Također se spominje interaktivnost e-knjige kao njezina velika prednost, međutim kako ističe Z. Velagić, mogućnost intervencije u sam tekst nije počela s njegovom digitalizacijom, nego je različit samo oblik intervencije. Zbog niza razloga kao što su različiti zasloni uređaja, nedostatku paginacije, mogućnosti prikaza e-teksta, te neprikladnosti preuzimanja parateksta iz tiskanih knjiga i njegova repliciranja u e-knjigama, Velagić smatra kako se informacijske arhitekture tiskane i elektroničke knjige ne mogu uspoređivati jer su posve različite.⁹⁵

⁹⁴Horvat, A. ; Živković, D. Nav.dj.,str. 103.

⁹⁵ Velagić, Z...[et.al].Nav.dj., str. 18-21.

3.3 Elektroničko nakladništvo

Elektronički nakladnik je kao i kod tiskanih izdanja, pravna ili fizička osoba koja se brine o izdavanju elektroničke publikacije i snosi troškove proizvodnje i raspačavanja. Sam proces izdavanja e-knjiga, jednak je u prvom djelu procesa izdavanju tiskanih knjiga, a u proizvodnji prijelom se računalnim programima pretvara u datoteke koje se potom objavljuju.⁹⁶

Većina e-knjiga digitalizirane su inačice tiskanih izdanja. Prve su e-knjige bile kopije onih tiskanih, i čitale su se na zaslonima računala. U počecima format datoteka je bio PDF, koji nije bio prikladan za male zaslone, pa je postojala potreba za novim formatima datoteka. S vremenom su se nakladnici počeli suočavati sa sve više različitih formata datoteka, a neke od njih su zaštićene i onemogućavaju međusobna povezivanja različitih sustava, te time povećavaju troškove naklade. Pojava formata ePub to je riješila, jer se s njime pojavio univerzalni standard kojeg nakladnici podupiru.⁹⁷

E-knjige koje su nastale digitalizacijom i nalaze se na internetu broje se u milijunima, dok je onih izvorno proizvedenih kao e-knjiga znatno manje.⁹⁸ Za kupnju ili posudbu e-knjige ključni su uvjeti koje ugovorno utvrđuje nakladnik ili raspačavatelj s korisnikom, bilo da je taj korisnik privatna osoba ili recimo knjižnica. Kupnjom e-knjige osigurava joj se pristup na određeno vrijeme i mogućnost čitanja ili korištenja pod točno utvrđenim uvjetima što je posebnost, koja nije postojala u poslovanju s tiskanom knjigom te time postavlja nove okolnosti za nakladnike, kupce i ostale.⁹⁹

U stvaranju e-knjiga koje su nastale digitalizacijom tiskanih izdanja, pioniri su bili već spomenuti projekt Gutenberg kao i tvrtka netLibrary.com koja se pojavila više od dva desetljeća kasnije. Skupina poduzetnika iz Kolorada u SAD-u, pokrenula je krajem devedesetih godina dvadesetog stoljeća, ovaj za razliku od projekta Gutenberg, komercijalan pothvat kojemu je cilj bio digitalizirati već postojeće sadržaje u tiskanom obliku i učiniti ih dostupnim na internetu, te stvoriti najveću zbirku elektroničkih knjiga na svijetu. U skladu s tim ciljem sklopili su suradnju s brojnim američkim nakladnicima.¹⁰⁰ Oni su kao najveći raspačavatelj e-knjige riješili pitanje autorskih prava izradom vlastitog softvera, koji je onemogućavao kršenje američkog zakona o autorskim pravima. NetLibrary.com je osim usluga raspačavatelja razvio i posudbu

⁹⁶ Živković, D. Nav.dj., str.49.

⁹⁷ Clark, G ; Phillips, A. Nav.dj., str. 47.

⁹⁸ Horvat, A. ; Živković, D. Nav.dj., str. 104.

⁹⁹ Živković, D. Nav.dj., str. 119-120.

¹⁰⁰ Živković, D. Nav.dj., str. 93-94.

elektroničkih knjiga po uzoru na tiskane knjige i svojim su programom omogućavali uz posudbu i njihovu kupovinu, jednako kao i tiskanih knjiga.¹⁰¹ Kao tvrtka svoj su razvoj temeljili na suradnji sa sveučilišnim knjižnicama, i svoju su prodaju usmjerili na desetak najvećih konzorcija u SAD-u, te su razvili modele poslovanja e-knjigom, od posudbe do prodaje. Međutim, e-knjiga nije bila prihvaćena brzinom koja bi bila dovoljna da tvrtka vrati uloženi novac, pa ih je od gašenja spasio OCLC (Online Computer Library Center). Kao bibliografska ustanova OCLC nije čekao da e-knjiga postane popularna, a brz razvoj tehnologije i pojava konkurentskih tvrtki kao što su Overdrive, Ebrary i Mylibrary, doveli su do toga da je na kraju OCLC tvrtku netLibrary prodao nakladniku Ebsco.¹⁰² Dobro bi bilo ovdje spomenuti i jedan drugi veliki projekt a to je Svjetska narodna knjižnica, World Public Library, čiji je jedan od utemeljitelja bio Michael Hart, osnivač Projekta Gutenberg koja je osnovana krajem devedesetih godina dvadesetog stoljeća kao udruga i najveći distributer besplatne e-knjige.¹⁰³

Iz današnje se perspektive o razvoju elektroničkog nakladništva može reći da je pojava CD-ROM-ova kao elektroničkih publikacija bila prijelazno razdoblje za većinu tradicionalnih nakladnika u procesu prelaska na mrežno nakladništvo. Elektroničku knjigu objavljuju tradicionalni nakladnici uz svoja tiskana izdanja.¹⁰⁴ Razvoj elektroničkog nakladništva vrlo je dinamično i njegovo je opisivanje često „hvatanje trenutka“, koji je kada ga opisujemo već prošao. Na samom tržištu postoje brojne tvrtke, od velikih do malih tvrtki koje se bave elektroničkim nakladništvom. Neke se bave samo elektroničkim nakladništvom, a neke, kao što je već spomenuto, i onim tradicionalnim. Poneke od tvrtki bave se samo prodajom, poneke nude usluge autorima u samostalnom objavljivanju. Sve su one poznate na tržištu kao agregatori, platforme ili trgovine e-knjigom. Najveći je broj tvrtki iz SAD-a i Velike Britanije, što upućuje na prevlast engleskog jezika u svijetu elektroničkog nakladništva. Tvrtke su to koje obavljaju više djelatnosti kao što je knjižarstvo, nakladništvo te koje djeluju kao agregatori sadržaja i kao knjižnice koje omogućuju posudbu uz pretplatu. Većina tih tvrtki nastala je u zadnjih dvadesetak godina.¹⁰⁵

Današnje elektroničko nakladništvo u brojnim zemljama a posebno u Europi suočeno je s neujednačenim poreznim politikama za tiskane i e-knjige, jer se e-knjige tretiraju kao usluge. Prema podacima Međunarodne udruge nakladnika iz 2011. godine, europsko tržište knjiga

¹⁰¹ Isto, str. 121-123.

¹⁰² Horvat, A. ; Živković, D. Nav.dj. str. 106-107.

¹⁰³ Isto, str. 104.

¹⁰⁴ Živković. D. Nav.dj., str. 106-109.

¹⁰⁵ Velagić, Z...[et.al].Nav.dj., str. 51-53.

najveće je regionalno tržište, za kojim po vrijednosti zaostaje veliko tržište Sjeverne Amerike, iako je višejezično što je prepreka u njegovom označavanju kao jedinstvenog tržišta. Usprkos tome zbog fragmentiranosti i različitih ekonomskih uvjeta u raznim članicama Europske unije, razvoj elektroničkog nakladništva nema iste razvojne uvjete, te je time u nepovoljnijem položaju na globalnom tržištu. Unutar Europe prethodnih je godina najveći rast elektroničkog nakladništva bilježilo tržište Velike Britanije, usprkos visokoj stopi poreza na e-knjigu. Za mala tržišta, malih jezičnih rasprostranjenosti bitan je faktor u afirmaciji e-knjige povoljna porezna politika.¹⁰⁶

3.4. Ulazak velikih tehnoloških tvrtki u područje nakladništva

Nakladništvo se promijenilo ulaskom velikih tvrtki kao što su Amazon, Apple, Google i Sony, koje su ubrzale procese na području e-knjiga i njihovom prijelazu na uređaje kao što su Kindle ili iPad, čime se poboljšala dostupnost e-knjiga kao i samo korisničko iskustvo.¹⁰⁷ Među velikim tvrtkama koje su ušle u nakladništvo, Amazon je danas postao sinonim za mrežnu trgovinu knjigama. Tvrtka je započela kao mrežna knjižara, uz poslovnu logiku da se online može ponuditi više naslova nego što ih se može smjestiti na polici neke knjižare. Tvrtka bilježi veliki napredak od sredine devedesetih godina prošlog stoljeća kada su predstavili kupnju jednim klikom, do danas kada uz knjige nude brojne druge kategorije proizvoda. Poznata je po e-čitaču Kindl, za kojeg je kada je pušten u prodaju 2007 godine, pripremila više od 800 000 e-knjiga, novina i časopisa dostupnih samo za Kindle.¹⁰⁸ Amazon je već 2001. godine započeo s digitalizacijom tiskanih medija, da bi već 2006. godine prodavao e-knjige na dva načina. Pod nazivom Amazon Pages, prodavali su pojedina poglavlja ili cijele knjige, a pod nazivom Amazon Upgrade kupac tiskane knjige dobivao je i pristup elektroničkom izdanju, uz posebnu nadoplatu. Tih se godina još nije moglo znati koliko će naslova biti mrežno dostupno, zbog autorskih prava. Programom Amazon Shorts, Amazon je počeo objavljivati kraće književne tekstove i time postao elektronički nakladnik.¹⁰⁹ E-knjigu kupljenu na Amazonu moguće je čitati na bilo kojem računalu s preglednikom mrežnih stranica uslugom Kindle Cloud Reader, a razvijene su posebne aplikacije za sustave Mac ili Windows. Amazon je također osnovao u svome sastavu i nakladničku tvrtku Amazon Publishing, koja kupuje manje tvrtke da bi u svom

¹⁰⁶ Tomašević, N. Nav.dj., str. 119-123.

¹⁰⁷ Clark, G ; Phillips, A. Nav.dj., str. 44.

¹⁰⁸ Velagić, Z...[et.al]. Nav.dj., str. 54.

¹⁰⁹ Horvat, A. ; Živković, D. Nav.dj. str. 104-105.

sastavu imala što više žanrova. Amazon omogućava i samostalno objavljivanje knjiga na svoja tri sustava u oblaku, Kindle Direct Publishing za objavu e-knjiga, CreateSpace za objavu tiskanih izdanja i Audiobook Creation Exchange za zvučne knjige.¹¹⁰ Amazonovu vodeću ulogu mnogi smatraju dugoročno štetnom za nakladničku industriju. Procjene su da Amazon nadzire više od šezdeset posto tržišta e-knjigom, te može diktirati uvjete ako njegov udio postane još veći. S time u vezi odjeknula je presuda u antitrustovskoj parnici u SAD-u kada su velike američke tvrtke Penguin Group USA, Hachette Books Group, HarperCollins, Macmillan i Simon & Schuster koje su se okupile oko tvrtke Apple da bi dogovorile cijene, izgubile spor, čime je Amazonova internetska trgovina dovedena u privilegirani položaj, gdje Amazon kao najveći trgovac može odlučivati o cijeni e-knjiga.¹¹¹

Druga je velika tvrtka koja je snažno utjecala na nakladništvo Google, koji 2004. godine pokreće program Google Book Search, nastavak programa Google Print. Tada su sklopljena partnerstva s brojnim sveučilišnim knjižnicama i s gradskom knjižnicom u New Yorku, s ciljem digitalizacije knjiga.¹¹² Međutim saznajući za to autorska komora SAD-a pokreće parnicu protiv tvrtke. Razlog tome je što je među tim knjigama velik broj njih bio zaštićen autorskim pravom. Parnica kojoj su se pridružili i američki nakladnici naposljetku je okončana nagodbom kojom se Google obvezao na novčanu isplatu nositeljima autorskih prava.¹¹³ Nakladnici po sklopljenoj nagodbi imaju pravo odabrati hoće li se njihove knjige i časopisi digitalizirati za projekt Google Library. Ukoliko je riječ o sadržaju sa zaštićenim autorskim pravom, Google će dopustiti pregled dvadeset posto knjige, dok se cijeli sadržaj može kupiti putem usluge Google Play. Google 2010. godine pokreće platformu eBookstore, za pretraživanje i pregledavanje milijuna elektroničkih knjiga, uključujući one za prodaju. Od 2012. godine Google usluge vezane za e-knjige nudi kao dio svoje usluge Google Play.¹¹⁴ Pretpostavlja se da je u razdoblju od 2004. do 2013. godine Google digitalizirao tridesetak milijuna naslova. Ono što je važno kao posljedica pojave Googla na svijet nakladništva jest da je nužno takvim velikim tvrtkama dati sadržaj jer ih one na taj način čine vidljivima u svijetu interneta. Početna dominacija i mogućnost pretraživanja na engleskom jeziku potaknula je i slične inicijative na drugim jezicima i zemljama, često u suradnji s tvrtkom Google.¹¹⁵

¹¹⁰ Velagić, Z...[et.al].Nav.dj., str. 54-55.

¹¹¹ Horvat, A. ; Živković, D. Nav.dj. str. 116-117.

¹¹² Velagić, Z...[et.al].Nav.dj., str. 59.

¹¹³ Horvat, A. ; Živković, D. Knjižnice i autorsko pravo. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada, 2009. Str.109.

¹¹⁴ Velagić, Z...[et.al].Nav.dj. str. 59.

¹¹⁵ Clark, G ; Phillips, A. Nav.dj., str. 44.

3.5. Razvoj objavljivanja u vlastitoj nakladi

Mogućnost da autori samostalno tiskaju, bez pomoći nakladnika, postoji oduvijek. To je uvijek predstavljalo znatne troškove i napore za samog autora. S pojavom digitalizacije mogućnosti su se promijenile te tisak na zahtjev - engleski POD-Print on demand nude brojne tvrtke preko svojih platformi i omogućuju autorima da preko njih mogu sami izdavati vlastite knjige uz puno manje troškove nego je to bio slučaj prije. Tako je Amazon 2005. godine kupio tvrtku BookSurge koja se bavila tiskom na zahtjev i sami su stvorili platformu CreateSpace koja je autorima ponudila sličnu uslugu. Distribucija tako izdanih knjiga ne ide putem knjižara a pojava e-knjiga omogućila je autorima izravan pristup publici. Autori koji su poduzetnički nastrojani konkuriraju nakladnicima niskim cijenama svojih knjiga, i javlja se korištenje freemium poslovnih modela, u kojima se nude e-knjige besplatno s idejom naknadne naplate. Ono što također obilježava mnoge autore koji su se odlučili na izdavanje u vlastitoj nakladi jest da je mnogima od njih cilj da s vremenom sklope ugovore s nekima od nakladnika. Mnogi se takvi autori okupljaju na mrežnim stranicama i forumima gdje ih mogu uočiti nakladnici i književni agenti.¹¹⁶ Iako je zadnja dva desetljeća tisak na zahtjev pružio brojnim autorima mogućnost da objavljuju širom globalnog tržišta bez većih troškova koji su postojali prije kao što su troškovi prijevoza i skladištenja, i dalje postoje brojni slučajevi kada autorima više odgovara ofsetni tisak koji i dalje omogućava bolju kvalitetu otisnutog djela.¹¹⁷

Tisak na zahtjev omogućava i kupcima da im se dostavi određena knjiga gdje žele i kada to žele, što predstavlja veliku promjenu za nakladništvo i knjižarstvo. Takva je mogućnost postojala i prije ali tek s pojavom interneta doživljava svoj procvat, jer kao što je već spomenuto, internet je promijenio uobičajena pravila u nakladništvu gdje se knjigu prije raspačavanja trebalo prvo otisnuti. Zahvaljujući tehnologiji tiska na zahtjev, promijenio se i odnos prema rasprodanim naslovima pa se tako bilo koja već digitalizirana knjiga može tiskati bilo kada i bilo gdje u svijetu, što postavlja nova pravna pitanja u odnosu autora i nakladnika, ili između nakladnika i onog koji djelo tiska na zahtjev.¹¹⁸

¹¹⁶ Clark, G ; Phillips, A. Nav.dj., str. 44-46.

¹¹⁷ Schiff, A ; Daniel, A. Offset printing Versus Print on Demand. 2016. // Publishers weekly. Dostupno na: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/authors/pw-select/article/63094-offset-printing-versus-print-on-demand.html> (11.6.2019.).

¹¹⁸ Živković. D. Nav.dj., str. 127-134.

4. Elektroničko nakladništvo u Hrvatskoj

Suvremeno elektroničko nakladništvo kao preduvjet za svoj razvoj ima razvijeno tradicionalno nakladništvo i knjižarstvo. Samo u sredinama gdje je ono razvijeno možemo govoriti i o razvijenom nakladništvu e-knjiga. Što se Hrvatske tiče može se reći da se tradicionalno nakladništvo nije nikad uspjelo razviti u uspješnu industriju. Do početka devedesetih godina dvadesetog stoljeća nakladničkim tržištem prevladavale su velike nakladničke kuće kao što su Mladost, Školska knjiga, Znanje, Otokar Keršovani i druge. U razdoblju od osnivanja Hrvatskog ureda za ISBN u Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici 1993. godine pa do 2000. godine u sustav ISBN uključilo se ukupno 3182 nakladnika. Brojke pokazuju veličinu promjene koja se dogodila. Propašću velikih nakladničkih tvrtki tijekom devedesetih godina javio se velik broj manjih nakladnika, koji nastoje ostvarivati dijelove programa bivših velikih tvrtki.¹¹⁹ Tijekom tih godina uz velike nakladnike, nestajala je i knjižarska mreža, a rast broja novoosnovanih nakladničkih kuća nije pratio i trend osnivanja novih knjižara i uspostavljanje kvalitetne distribucijske mreže. Dobro razvijena distribucijska mreža neophodan je dio uspješne nakladničke industrije na razvijenim tržištima, a njezin se nedostatak u Hrvatskoj pokušao nadvladati time što su velike nakladničke kuće osnivale svoje knjižare, i taj je model poslovanja zadržan do današnjih dana. Tim se pristupom u nepovoljni položaj dovodi nakladnike bez svojih knjižara a u kriznim se razdobljima za prodaju knjiga loše poslovanje odražava na same nakladnike.

Važan segment za nakladništvo u Hrvatskoj jesu državne potpore čiji se model počinje izgrađivati sredinom devedesetih godina prošlog stoljeća, kroz razne linije financijskih potpora za izdavanje knjiga, časopisa i za otkup knjiga za knjižnice, s time da je otkup knjiga za knjižnice zapravo manje direktna potpora nakladništvu a više mehanizam kojim Ministarstvo kulture pomaže da u knjižnice dospiju naslovi koji nisu primarno komercijalni, iako bi u sređenijem okolinostima taj posao mogle obavljati same knjižnice, za što i postoje najave iz Ministarstva kulture.¹²⁰

Krajem devedesetih godina i s početkom novog desetljeća rastu financijske potpore i nakladništvo doživljava svoj uzlet, koji traje do 2008. godine. Početkom ekonomske krize u

¹¹⁹ Isto, str. 167-171.

¹²⁰ Novosti-Predstavljen prijedlog novog modela otkupa knjiga za narodne knjižnice. 2018. // Središnji državni portal. Dostupno na : <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=21527> (11.6.2019.).

vrijeme kada su potpore bile najpotrebnije one se smanjuju i nakladništvo u Hrvatskoj doživljava svoj pad.¹²¹ Podaci o stanju nakladništva u Hrvatskoj nisu potpuni jer nema podataka o godišnjim nakladama koji su se do početka devedesetih godina prošlog stoljeća iskazivali u statističkim ljetopisima uz podatke o broju objavljenih naslova, a podaci koje ima Nacionalna i sveučilišna knjižnica nisu potpuni.¹²² Što se tiče broja poslovnih subjekata za izdavanje knjiga prema podacima Državnog zavoda za statistiku iz 2013. godine njih je bilo 754 u Hrvatskoj dok je taj broj pao na 586 u 2016. godini, što pokazuje zamjetan trend pada. Također podaci koje ima Nacionalna i sveučilišna knjižnica pokazuju smanjivanje broja objavljenih knjiga.¹²³ Uz Državni zavod za statistiku i podatke koje pruža Nacionalna i sveučilišna knjižnica, statističke podatke o nakladničkoj djelatnosti prikuplja i analizira i Ministarstvo kulture, koje te podatke ažurira tijekom otkupa objavljenih knjiga i prilikom dodjeljivanja financijskih potpora.¹²⁴ Razdoblje ekonomske krize snažno je utjecalo na nakladništvo u Hrvatskoj, pad prodaje knjiga i smanjenje potpora dovelo je do gašenja nakladničkih kuća i knjižara a uz to postoji i nedostatak aktivne i kvalitetne institucije koja bi zastupala interese nakladnika i knjižara kao i nepostojanje sustavnog obrazovanja za iste.¹²⁵

Razvijeno elektroničko nakladništvo i tržište e-knjiga u Hrvatskoj praktično ne postoji, unatoč pojedinim entuzijastičkim pokušajima. Ograničavajući faktori su jezik i malo tržište, kao i u cijeloj Europi, za razliku od velikog i uniformnog tržišta u SAD-u.¹²⁶

Počeci elektroničkog nakladništva u Hrvatskoj mogu se pratiti od razdoblja prvih zvučnih knjiga kao tada suvremenih oblika knjige. Devedesetih se godina prošlog stoljeća nakladnici okreću kompaktnim diskovima i kasnije internetu. Kompaktni su se diskovi pokazali kao zahvalni medij, svojom relativno niskom proizvodnom cijenom i velikim kapacitetom pohrane, i korišteni su za objavljivanje najrazličitijih sadržaja.¹²⁷ Prvi pravi nakladnik koji je objavljivao knjige na internetu u Hrvatskoj bio je nakladnik Strijelac, i 2000. godine počinje nuditi besplatno knjigu „Umrežavanje računala“ autora Damira Baronice. Nakladnik Strijelac ubrzo objavljuje prvi hrvatski roman na internetu „Zmajevo oko“, kao i izvorno pisanu e-knjigu

¹²¹ Bartolčić, N. Hrvatska knjiga – kako spriječiti povratak u 90-te?! 2015. // Moderna vremena. Dostupno na: <https://www.mvinfo.hr/clanak/hrvatska-knjiga-kako-sprijeciti-povratak-u-90-te> (11.6.2019.).

¹²² Tomašević, N. Nav.dj.,str. 103.

¹²³ Blažević, L, Moć marketinga u knjižnom nakladništvu. Zagreb : Naklada Jesenski i Turk, 2016. Str.21.

¹²⁴ Tomašević, N. Nav.dj.,str. 150.

¹²⁵ Bartolčić, N. ...et al. Knjiga u fokusu : Potpora kreativnoj industriji-stručna analiza i preporuke za uređenje tržišta knjiga i širenje kulture čitanja u RH. Zagreb :Knjižni blok Inicijativa za knjigu, 2013. Str.57.

¹²⁶ Radalj, M. Nav.dj., str. 44.

¹²⁷ Živković, D. Nav.dj., str. 176-177.

„Bogatstvo interneta“ Željka Paniana. Jedan od pionira elektroničkog izdavaštva u Hrvatskoj je tvrtka Alt F4 d.o.o. Bulaja naklada koja je 1999. godine prva objavila digitalizirana klasična djela hrvatske književnosti na CD ROM-u.¹²⁸ Tvrtka je postala poznata sa svojim projektima eLektire, u kojem su omogućili preuzimanje lektirnih djela za škole u elektroničkom formatu, kao i objavljivanjem serijala „Priče iz davnine“ temeljenog na bajkama Ivane Brlić Mažuranić. Važan je događaj za e-knjigu u Hrvatskoj bilo osnivanje Took Booka, elektroničke knjižare i knjižnice koju je osnovala tvrtka Lamaro digital 2011. godine, gdje se nude e-knjige dostupne u ePub formatu. Knjižara nudi naslove na hrvatskom, engleskom i drugim jezicima, dok je knjižnica dostupna samo na hrvatskom jeziku. Vrijedi spomenuti i projekt Digitalne knjige.com, kojem je cilj učiniti sadržaj dostupan najširem krugu korisnika i može se preuzimati u formatu ePub. Poznato su mrežno mjesto i Besplatne elektroničke knjige, gdje se također mogu preuzimati e-knjige.¹²⁹ Nakladnik Dvostruka Duga pokrenula je distribucijsku platformu eLibrika kao komercijalnu platformu, a od nekomercijalnih tu je i Impero digitalne knjige, platforma za e-knjige.¹³⁰ Za e-knjigu u Hrvatskoj važan je događaj bio ulazak informatičkih tvrtki kao što je spomenuto u slučaju Took Booka kao i telekomunikacijskih kompanija.¹³¹ Dva projekta koja su najviše obećavala bila su Planet 9 vlasništvo tvrtke T-com, i eKnjižara u vlasništvu tvrtke Vip, u čijoj realizaciji je sudjelovao i Took Book, međutim oba su projekta propala.¹³² Nakladnici su većinu svojih e-knjiga distribuirali putem gore spomenutih platformi, iako treba napomenuti da se poslovni modeli prodaje e-knjige u Hrvatskoj nisu pokazali uspješnim i nisu se održali jer samo tržište u pravom smislu ne postoji.¹³³ Neke procjene pokazuju kako bi bilo potrebno najmanje četiri tisuće e-knjiga objavljenih na hrvatskom jeziku dostupnih na platformama da bi se moglo govoriti o tržištu e-knjige. Isto tako ne postoji niti sustavno poticanje i praćenje e-knjige, a poteškoću stvara i nedostatak e-čitača ili tableta posebno na razini obrazovnog sustava.¹³⁴ Osim broja objavljenih e-knjiga i stanja e-knjižara, za razvoj elektroničkog nakladništva bitna je i porezna politika koja ne ide u prilog e-knjizi. S pristupanjem Europskoj uniji Hrvatska je uvela PDV na tiskane knjige od pet posto umjesto dotadašnje nulte stope oporezivanja, a za e-knjige maksimalnu stopu od dvadeset i pet posto.

¹²⁸ Živković, D. Nav.dj., str. 188-191.

¹²⁹ Velagić, Z...[et.al].Nav.dj., str. 75-78.

¹³⁰ Velagić, Z ; Pehar, F. An overview of the digital publishing market in Croatia: // Liberallarium : časopis za povijest pisane riječi, knjiga i baštinskih ustanova, Vol. 6 No.1-2, 2013., str. 55-64. Dostupno na : https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=176732 (12.6.2019.).

¹³¹ Tomašević, N. Nav.dj., str. 127.

¹³² Velagić, Z...[et.al].Nav.dj. str. 78.

¹³³ Blažević, L. Nav.dj., str. 199-200.

¹³⁴ Radalj, M. Nav.dj., str. 45.

Razdoblje ekonomske krize dovelo je do općeg pada naklada a postojeća porezna politika u tome razdoblju nije djelovala poticajno za ulazak novih nakladnika u posao izdavanja e-knjiga.¹³⁵ Promjena u poreznoj politici prema e-knjizi dogodila se tek početkom 2019. godine kada je stopa PDV-a na e-knjigu snižena na pet posto.¹³⁶

Vladine mjere koje bi išle u prilog razvijanju elektroničkog nakladništva ne postoje, a tržište je premalo da bi se privatni nakladnici koji nemaju svog kapaciteta za ulaganje sami odlučili na investicije. Isto tako znanstveni nakladnici i akademska zajednica ne pokazuje značajniji interes za ulaganje u područje udžbeničke, znanstvene i stručne literature.¹³⁷

5. Nakladništvo stručne literature

Nakladnički se proizvodi mogu podijeliti prema više podjela. Službena klasifikacija djelatnosti Republike Hrvatske i Europske unije razlikuje pet nakladničkih djelatnosti i to su izdavanje knjiga, izdavanje imenika i korisničkih adresara, izdavanje novina, izdavanje časopisa i periodičkih publikacija te ostala izdavačka djelatnost. Navedeni nakladnički proizvodi mogu se izdavati u tiskanom kao i u elektroničkom obliku. S obzirom na izdavanje knjiga kao vrste nakladničkog proizvoda, nakladništvo se može podijeliti na opće tržišno nakladništvo koje se ponekad naziva i komercijalnim nakladništvom, koje je uglavnom usmjereno na opću populaciju, zatim obrazovno nakladništvo zaduženo za izdavanje udžbenika, te akademsko i profesionalno nakladništvo. U sveučilišno i profesionalno nakladništvo možemo svrstati nakladništvo znanstvenih, medicinskih i tehničkih knjiga i nakladništvo knjiga iz društvenih i humanističkih znanosti. Što se tiče samog tržišta za nakladničke proizvode ono možemo podijeliti na opće tržište, zatim ono koje obuhvaća osnovno i srednje školstvo, te akademsko i profesionalno tržište. S obzirom na opseg poslovanja i poslovne strategije moguća je i treća podjela koja bi prilagođena na hrvatsko tržište, obuhvaćala regionalne tvrtke koje posluju na području nekadašnje Jugoslavije, kao što su Školska knjiga ili Mozaik knjiga, zatim veće ili manje tvrtke koje su specijalizirane za određena područja i one tvrtke koje to nisu. Također podjela obuhvaća veće i manje organizacije koje se financiraju iz državnog proračuna,

¹³⁵ Tomašević, N. Nav.dj., str. 128.

¹³⁶ Od 1.siječnja 2019.PDV na e-knjigu 5%. // NIK info 24.12.2018. Dostupno na : <https://info-nik.info/2018/12/24/od-1-sijecnja-2019-pdv-na-e-knjigu-5/> (12.6.2019.).

¹³⁷ Bartolčić, N. ...et al. Nav.dj., str. 74.

znanstvene i akademske nakladnike poput sveučilišta, instituta i baštinskih ustanova kao što su arhivi i muzeji, te umjetničke strukovne udruge i ostale nakladničke organizacije u što bi spadala Vlada, ministarstva, razni instituti, vjerske organizacije i slično.¹³⁸

Uz sve gore navedene podjele, najjednostavnija podjela bila bi na opće tržišno i specijalizirano nakladništvo ili komercijalno i nekomercijalno. Opće tržišno nakladništvo namijenjeno je širokom nedefiniranom krugu čitatelja i proizvodi atraktivne naslove, dok je specijalizirano nakladništvo namijenjeno manjem krugu čitatelja, koji se nalaze u znanstvenim ustanovama, sveučilištima kao i profesionalcima raznih područja djelovanja. Opće se tržišno nakladništvo bavi objavljivanjem profitabilnih knjiga za djecu i odrasle, i tu je čitateljstvo anonimno i heterogeno. Nakladnici se na takvom tržištu rijetko mogu osloniti na ciljane kupce i ono je podložno općim utjecajima koji vladaju u društvu. Za razliku od njega specijalizirano nakladništvo koje obuhvaća uži tržišni segment, omogućava nakladnicima lakše prepoznavanje autora i kupca. Specijalizirano nakladništvo obuhvaća izdavanje školskih i sveučilišnih udžbenika, znanstvenih monografija, časopisa, referentnih publikacija i profesionalne literature koji su potrebni za svakodnevno uspješno funkcioniranje pravnika, financijskih stručnjaka i sličnih profesija.¹³⁹ Posebnost specijaliziranog nakladništva jest da je doživjelo internacionalizaciju prije nego se to dogodilo kod tržišnog. Knjige i časopisi iz određenih stručnih područja imaju međunarodnu vrijednost diljem svijeta. Također treba istaknuti da su nakladnici časopisa i referentnih publikacija bili ti koji su prvi pokrenuli prelazak s tiskanog na digitalno nakladništvo. Vodeći nakladnici u tom segmentu nastoje prijeći s opskrbe sadržajem prema pružanju usluga i rješenja kao u slučaju školskog nakladništva gdje su nakladnici sveučilišnih udžbenika počeli s opskrbom uslugama za vrednovanje znanja i učenja prilagođenih pojedincu. Predavačima se nude usluge kojima mogu vrednovati postignuća svojih studenata. Vodeći nakladnici u području specijaliziranog nakladništva u svijetu su Pearson Education koji je posvećen visokoškolskom obrazovanju i Elsevier, koji je poznat po izdanjima iz prirodnih, tehničkih i medicinskih znanosti. Uz njih svjetski poznati nakladnici su i Springer, John Wiley i Wolters Kluwer koji nudi informacije i usluge iz područja financija, oporezivanja, prava i medicine. Profesionalno je nakladništvo u područja prava i financija, financijski bilo oduvijek unosno i tu je prisutan trend preusmjeravanja na internetski sadržaj i usluge.¹⁴⁰

¹³⁸ Velagić, Z. Nav.dj., str. 41-45.

¹³⁹ Velagić, Z. Nav.dj., str. 45-48.

¹⁴⁰ Clark, G ; Phillips, A. Nav.dj. str. 65-71.

Posebnosti specijaliziranog nakladništva iz raznih područja kao i stručne literature u odnosu na tržišno nakladništvo jest da njihovi autori i savjetnici dolaze iz istih društvenih skupina kao i njihovi potrošači i njihovo je tržište definirana vertikalna zajednica. Do kupaca takve literature može se doći preko radnih mjesta. U slučaju prodaje udžbenika i referentnih publikacija, prodaja starijih izdanja čini najveći dio prodaje, a institucionalni i poslovni kupci skloniji su kupnji digitalnih formata. Za specijalizirano nakladništvo općenito vrijedi da su tu učestalije pretplate i poslovni modeli u kojima se kupuju licence koje se mogu koristiti na više uređaja unutar jedne institucije.¹⁴¹

Glavna svrha stručne literature je pomaganje raznovrsnim stručnjacima kao što su nastavnici, inženjeri, arhitekti, medicinski radnici, pravnici i stručnjaci iz područja financija. Profitabilnost takve literature može se vidjeti i na primjeru Ujedinjenog kraljevstva iz 2012. godine gdje je prodaja znanstvenih i stručnih knjiga iznosila više od milijardu funti. Jedna od glavnih prednosti u usporedbi s tržišnim nakladnicima izravno je poslovanje s kupcima i izbjegavanje posrednika čime se povećava profitabilnost. Ključno je kod stručne literature da krajnjem korisniku pruži usluge i alate u njegovom radnom okruženju i to u trenutku kada on to želi i u obliku kojem to želi. Primjer za to može biti slanje potrebnih informacija na mobilne uređaje. Za razliku od literature namijenjene za nastavne ustanove, šire tržište ima literatura za istraživače ili stručnjake u industriji, vladinim agencijama, te u području medicine, prava, menadžmenta, računovodstva i financija. Nakladnici pravne i financijske literature koristili su neuvezana izdanja za neke od svojih referentnih naslova, a kupac je poslije početne kupnje dobivao dodatne i ažurirane stranice. Nakladnici takve vrste literature prelaze na digitalne informacijske usluge i nude svoje licencirane proizvode izravno knjižnicama i poduzećima s pretplatom ili korištenjem grupne licence. Za tu vrstu nakladnika presudno je da prepoznaju potrebe svojih korisnika na radnom mjestu, i koristeći te informacije stvaraju proizvode, pomagala i usluge koristeći se za to prikladnim medijima i tehnologijama.¹⁴² Uspoređujući nakladništvo znanstvenih i stručnih knjiga s općim tržišnim nakladništvom može se zaključiti kako je specijalizirano nakladništvo manje rizično, jer kod izdavanja časopisa pretplatnici plaćaju unaprijed i promjena cijena tu manje utiče na samu potražnju za razliku od druge vrste nakladništva.¹⁴³

¹⁴¹ Isto, str. 93.

¹⁴² Isto, str. 97-98.

¹⁴³ Isto, str. 116.

5.1. Nakladništvo stručne literature u Hrvatskoj

U svome „Uvodu u nakladništvo“, Z. Velagić navodi kako se specijalizirano nakladništvo u Hrvatskoj gotovo u cijelosti oslanja na sustav državnih potpora kao i na otkup knjiga. Jedini izuzetak u tome je izdavanje školskih udžbenika. Dobar primjer za državne potpore su znanstvene monografije čija je naklada mala i koje se uglavnom prodaju znanstvenicima istog područja čiji broj nije velik. Najviše takve monografije kupuju znanstvene i sveučilišne knjižnice. Zbog takvih uvjeta nakladnici najčešće ne prihvaćaju u svoj plan proizvodnje takva djela ako već nisu sebi osigurali sufinanciranje ili otkup naslova.¹⁴⁴

Osim izdavanja udžbenika koji se ne oslanjaju na državne potpore kako navodi Z. Velagić u specijalizirano nakladništvo svrstava se i profesionalna ili stručna literatura koja se također u većoj mjeri ne oslanja na sustav državnih potpora pogotovo dio profesionalnog ili stručnog nakladništva kojim se bavi i ovaj diplomski rad a to je stručno nakladništvo za poslovne korisnike.

6. Objavljivanje stručne literature za poslovne korisnike u Hrvatskoj

U daljnjem dijelu, diplomski se rad bavi područjem objavljivanja stručne literature za poslovne korisnike koje je posebni dio profesionalnog, stručnog nakladništva a za potrebe ovog rada definirano je kao nakladništvo koje omogućuje profesionalcima iz područja financija, prava, menadžmenta i ostalih djelatnosti unutar tvrtki uspješno i kvalitetno obavljanje svojih djelatnosti.¹⁴⁵

Za potrebe diplomskog rada korišteni su podaci Hrvatskog ureda za ISBN, nacionalnog ureda koji učlanjuje i popisuje nakladnike knjiga i drugih omeđenih publikacija.¹⁴⁶ Hrvatski ured za ISBN nema uvid u sva područja nakladništva kojim se pojedini nakladnik bavi tako da su korišteni podaci koji se temelje na područjima nakladništva koje su sami nakladnici naveli prilikom učlanjenja u sustav. U podacima Hrvatskog ureda za ISBN prilikom učlanjenja bilježi se i parametar objavljivanja, međutim posljednjih se godina velik broj nakladnika odlučio i na objavljivanje na mreži - internetu o čemu Hrvatski ured za ISBN rijetko dobije informaciju od

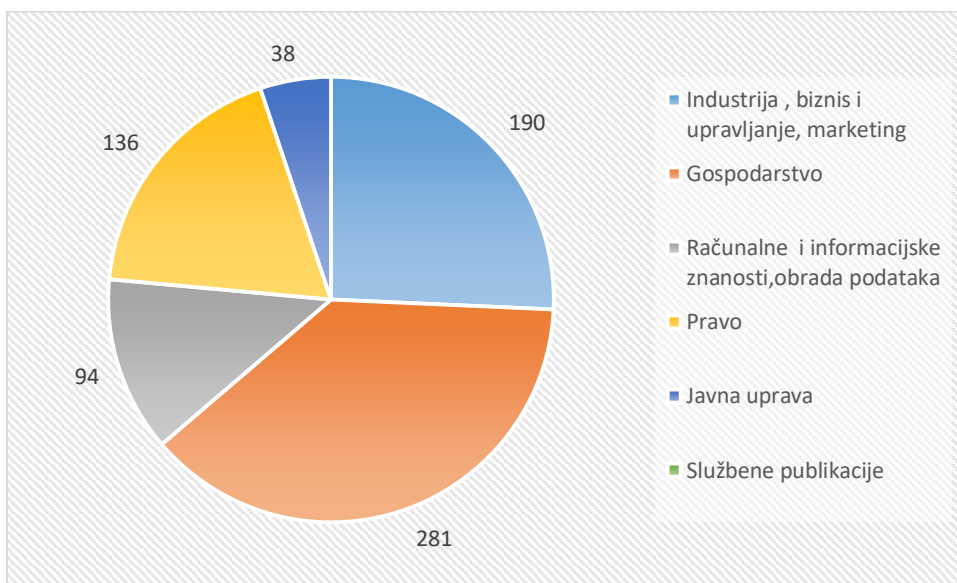
¹⁴⁴ Velagić, Z. Nav.dj., str.49.

¹⁴⁵ U ovome diplomskom radu objavljivanje stručne literature za poslovne korisnike promatra se kao posebni dio stručnog, specijaliziranog nakladništva kako ga raščlanjuje Z. Velagić u svojoj knjizi „Uvod u nakladništvo“.

¹⁴⁶ Međunarodni standardni knjižni broj ili poznatiji po kratici ISBN (International Standard Book Number) dodjeljuje se knjigama i drugim omeđenim publikacijama bez obzira na medij na kojem objavljuju.

samog nakladnika. Prema dostupnim podacima zatraženim od Hrvatskog ureda za ISBN za potrebe diplomskog rada nakladnici koji se bave izdavanjem stručne literature podijeljeni su prema područjima nakladništva.

- Industrija, biznis i upravljanje, marketing (190 nakladnika)
- Gospodarstvo (281 nakladnik)
- Računalne i informacijske znanosti, obrada podataka (94 nakladnika)
- Pravo (136 nakladnika)
- Javna uprava (38 nakladnika)
- Službene publikacije (17 nakladnika)



Slika 1

Neke se od nakladničkih tvrtki pojavljuju u više nakladničkih područja, budući se u samoj bazi Hrvatskog ureda za ISBN jedan nakladnik može označiti u više nakladničkih područja.¹⁴⁷

Za potrebe diplomskog rada u prezentiranju stanja stručnog nakladništva za poslovne korisnike u digitalnom okruženju u Hrvatskoj, kao kriterij za vrednovanje nakladnika korištene su deskriptivna i komparativna metoda te se nastoje prikazati primjeri dobre prakse. Za te potrebe pretraživane su službene stranice tvrtki koje se bave tom vrstom nakladništva.

¹⁴⁷ Za potrebe diplomskog rada zatražen je ispis nakladnika koji se bave izdavanjem stručne literature iz područja financija, računovodstva, prava, menadžmenta i informatičkih vještina, zaštite na radu, zaštite okoliša. Na zatraženi zahtjev gospođa Danijela Getliher iz Hrvatskog ureda za ISBN je poslala ispis nakladnika iz područja djelatnosti stručnog nakladništva.

Nakladnici koji su istaknuti kao primjeri dobre prakse, tvrtke su koje posluju dugi niz godina na hrvatskom tržištu i koje među svojim izdanjima osim tiskanih imaju zastupljena i e-izdanja u značajnom dijelu svog poslovanja, ili imaju samo izdanja u elektroničkom obliku.

6.1. Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika

Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika samostalni je strukovni savez udruga računovođa, financijskih djelatnika, revizora, internih revizora, računovodstvenih stručnjaka, financijskih analitičara, procjenitelja i drugih strukovnih udruga koje su dobrovoljno udružene u krovnu zajednicu računovođa i financijskih djelatnika, čije je sjedište u Zagrebu.¹⁴⁸ Počeci Hrvatske zajednice računovođa i financijskih djelatnika sežu u 1954. godinu kada se osniva Društvo knjigovođa Hrvatske. Društvo 1959. godine mijenja naziv u Udruženje knjigovođa Hrvatske. Deset godina kasnije s razvojem društva i povećanom aktivnošću mijenja se ime u Savez knjigovođa Hrvatske, da bi 1973. godine preimenovan u Savez računovodstvenih i financijskih radnika Hrvatske.¹⁴⁹ Svoje današnje ime, Hrvatska zajednica računovodstvenih i financijskih djelatnika dobiva 1991. godine.¹⁵⁰

Izdavačka djelatnost počinje od samih početaka časopisom „Knjigovođa“, 1955. godine, kojemu je cilj bio stručno osposobljavanje, usavršavanje i upoznavanje s novim propisima članova Društva. S vremenom časopis postaje nezamjenjiv priručnik i savjetnik za područje knjigovodstveno-financijske materije, i u njemu uz autore iz prakse objavljuju i brojni znanstvenici i sveučilišni profesori. Godine 1971. časopis mijenja svoje ime u „Računovodstvo i Financije“. Značajna je promjena za časopis bila odluka iz 1973. godine, da se u Savezu računovodstvenih i financijskih radnika Hrvatske zaposli stalni stručni savjetnik za područje računovodstva i financija, te je uz pretplatu na časopis uključeno i pravo pretplatnika da dobivaju odgovore na postavljena pitanja.¹⁵¹ Ova promjena na domaćem primjeru pokazuje početke prelaska s opskrbe tekstovima i sadržajima za podučavanje, na opskrbu uslugama, što kao obilježje koje se prvo pojavljuje kod specijaliziranog nakladništva kako navode G. Clark i A. Phillips.¹⁵²

¹⁴⁸ Cota, B. ... et.al. Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika 1954 – 2014. 2014 // Računovodstvo i financije . Dostupno na : http://www.rif.hr/Uploads/Onama/monografija_2014.pdf (21.5.2019.). Str.5.

¹⁴⁹ Isto, str. 10-14.

¹⁵⁰ Isto, str. 28.

¹⁵¹ Isto, str. 92-95.

¹⁵² Clark, G ; Phillips, A. Nav.dj. str. 67.

Promjene okolnosti u društvu i gospodarstvu početkom devedesetih godina odrazile su se i na sam časopis, kada uredništvo časopisa osniva vlastito privatno poduzeće koje izdaje „novi“ časopis koji je sadržajna, likovna i urednička kopija časopisa „Računovodstvo i financije“. Časopis nastavlja izlaziti u novim promijenjenim okolnostima. Do početka devedesetih godina „Računovodstvo i financije“ bile su jedino glasilo koje je pokrivalo teme računovodstva i financija u Hrvatskoj. Tih se godina s razvojem poduzetništva pojavljuju i drugi privatni poduzetnici koji pokreću časopise iste ili slične tematike, što utječe na „Računovodstvo i financije“.¹⁵³ Od godine 2013 „Računovodstvo i financije“ s prilogom „Riznica“ počinje izlaziti uz tiskano izdanje i kao e-časopis.¹⁵⁴ Uz „Računovodstvo i financije“, HZRIF ima i drugu izdavačku djelatnost, koja je do početka devedesetih godina bila u manjem obimu i svodila se uglavnom na razne vrste priručnika za računovodstvenu struku, izdavanje propisanog kontnog plana, te poneku knjigu računovodstvene, financijske tematike. Drugo razdoblje koje slijedi obilježilo je izdavanje većeg broja naslova, stranih knjiga i priručnika te udžbenika, pogotovo stoga što je promjena društvenih i ekonomskih okolnosti zahtijevala nove vrste stručnih znanja.¹⁵⁵

Osim izdavačke djelatnosti kao što je već navedeno bitna je i edukacijsko-savjetodavna, koja se tijekom godina mijenjala u izvedbi i rješenjima, tako se razvojem privatne inicijative u društvu i pojavom konkurencije, dotadašnje besplatne usluge pretvaraju u proizvod koji se nudi na tržištu. Razvijaju se specijalizirana stručna savjetovanja, seminari, tribine, radionice, konzultacije, telefonska savjetovanja te pisani odgovori na pisma čitatelja.¹⁵⁶

Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika ima svoju internet stranicu putem koje komunicira sa svojim članovima - pretplatnicima, kao i s potencijalnim novim kupcima njihovih izdanja.¹⁵⁷ Na svojoj stranici najavljuju obavijesti o aktivnostima, te omogućavaju pretplate na tiskana izdanja časopisa „Računovodstvo i financije“, njegovo mrežno izdanje, te paket koji uključuje jednu i drugu vrstu izdanja. Nude se i obavijesti o knjigama koje se kao i časopis mogu naručiti online.¹⁵⁸ Osim tiskanih knjiga, stranica nudi i nekoliko e-knjiga kojima

¹⁵³ Cota, B. ... et.al. Nav.dj. Dostupno na : http://www.rif.hr/Uploads/Onama/monografija_2014.pdf (21.5.2019). Str.99.

¹⁵⁴ Cota, B. ... et.al.Nav.dj. Dostupno na : http://www.rif.hr/Uploads/Onama/monografija_2014.pdf (21.5.2019).Str. 100.

¹⁵⁵ Isto, str. 103-105.

¹⁵⁶ Isto, str. 116-117.

¹⁵⁷ Naslovnica. // Računovodstvo i financije. Dostupno na <http://www.rif.hr/naslovnica> (27.5.2019.).

¹⁵⁸ Pretplata. // Računovodstvo i financije. Dostupno na : <http://www.rif.hr/naslovnica/pretplata> (27.5.2019.).

se pristupa putem mreže, uz korisničko ime ili e-mail adresu i lozinku koju kupac, pretplatnik, dobije nakon kupnje proizvoda. HZRIF također nudi i webinare-mrežne seminare.¹⁵⁹

6.2. RRiF plus d.o.o. za nakladništvo i poslovne usluge

RRiF plus d.o.o. izdavačko je i savjetodavno društvo sa sjedištem u Zagrebu čija djelatnost pokriva područja računovodstva, poreza i financija. Osnovano je 1990. godine i od tada jedno je od vodećih nakladnika časopisa i priručnika kojima se u Hrvatskoj služe poduzetnici, bankari, neprofitne i proračunske organizacije. Kao što piše na njihovim službenim mrežnim stranicama, uz nakladničku djelatnost, posvećeni su i savjetovanju, stručnoj pomoći i stalnoj edukaciji korisnika kroz seminare i radionice. RRiF je dio RRiF grupe koja također uključuje RRiF visoku školu, RRiF učilište i Udrugu „Hrvatski računovođa“.¹⁶⁰

RRiF plus d.o.o. kao što je već spomenuto izdaje časopise, stručne priručnike. Od časopisa to su „Računovodstvo revizija i financije“ i časopis „Pravo i porezi“. Časopis „Računovodstvo porezi i financije“ obrađuje područja primijenjenog knjigovodstva i financijskog izvješćivanja za trgovačka društva i obrtnike. U svojim člancima daju praktične upute, te značajan dio posvećuju poslovnim financijama, trgovačkom pravu kao i pitanjima iz radnog prava. Časopis „Pravo i porezi“ objavljuje razna tumačenja i stajališta vezana za propise pojedinih ministarstava o porezima, carinama i slično. RRiF-ov „Porezni priručnik“ je zbirka od osam knjiga poreznih propisa koji se isporučuju u pretplati i obnavljaju svake godine. Ona sadrži cjelokupni porezni sustav Hrvatske s komentarima, uz kojeg ide CD, na kojem se omogućuje pretraživanje cjelokupne građe prema odgovarajućem pojmu. Priručnik se tijekom godine ažurira što je uključeno u pretplati. Uz RRiF plus djeluje i tvrtka RRiF Konzalting koja je zadužena za održavanje seminara i davanje konzultacija.¹⁶¹

S obzirom na digitalno okruženje u kojem djeluje kao i ostali nakladnici, RRiF nudi izdanja svojih časopisa i priručnika i u obliku elektroničkih izdanja. Sva svoja tri glavna časopisa „Računovodstvo, revizija i financije“, „Pravo i porezi“, te „Porezni priručnik“ mogu se kupiti u obliku pretplate kao tiskana izdanja, kao tiskana izdanja plus internetsko izdanje te kao E-

¹⁵⁹ Knjige. // Računovodstvo i financije. Dostupno na : <https://rif.digital/knjige/> (27.5.2019.).

¹⁶⁰ Naslovnica. // Računovodstvo i financije. Dostupno na <http://www.rif.hr/naslovnica> (28.5.2019.).

¹⁶¹ O nama. // RRiF. Dostupno na: https://www.rrif.hr/o_nama.html (28.5.2019.).

pretplata plus internet izdanje.¹⁶² Također u ponudi nakladnika nalazi se i niz knjiga stručne tematike koje se mogu kupiti kao tiskane knjige a veći dio njih dostupan je i kao e-knjige.¹⁶³

E-knjige i e-časopise izdaju u obliku Adobe ebooka. E-knjige imaju PDF kvalitetu prikaza, i mogu se pregledavati samo u posebnom programu Adobe Digital Editions-ADE, čije je preuzimanje besplatno. Čitanje je moguće na više platformi kao što su Windows, Mac, Android, Ios. Omogućeno je kopiranje sadržaja, te ispis. Pregledavanje e-knjige omogućuju se na jednom računalu, te još jednom mobilnom uređaju. Svaki korisnik prilikom kupnje prve e-knjige kreira svoj Adobe ID i kod svake se sljedeće kupnje, nova e-knjiga veže uz njega. Program ADE prilikom prvog otvaranja e-knjige kompletnu knjigu preuzima s interneta, nakon čega ju korisnik može koristiti bez da je mrežno povezan.¹⁶⁴

RRiF kao nakladnik uz svoja izdanja nudi i usluge u obliku telefonskih savjetovanja za pretplatnike. Svaki pretplatnik na časopis „Računovodstvo revizija i financije“ ima pravo na 40 minuta besplatnog telefonskog savjetovanja, dok pretplatnici na časopis „Pravo i porezi“ ostvaruju to pravo u vremenu od 20 minuta. Moguća je i nadoplata za više razgovora, kao i telefonsko savjetovanje za one koji nisu pretplatnici uz naknadu. Isto tako pretplatnicima i onima koji to nisu omogućuje se postavljanje pitanja uz naknadu za ostvarenu uslugu tog tipa.¹⁶⁵ Osim stručnih seminara koje organizira, tvrtka u ponudi ima i webinare.¹⁶⁶

RRiF grupa kao što je već spomenuto u svome sastavu ima i udruhu Hrvatski računovođa, koja je neovisna udruga poreznih savjetnika i financijskih djelatnika, osnovana inicijativom i sponzorstvom tvrtke RRiF plus d.o.o. Redovni član udruge može biti bilo koja osoba koja je osposobljena za poslove računovođe, poreznog savjetnika ili financijskog djelatnika bez obzira obavlja li rad kao zaposlenik ili poduzetnik.¹⁶⁷ Udruga izdaje znanstveni i stručni časopis otvorenog pristupa na engleskom jeziku „Journal of Accounting and management“, koji izlazi od 2011. godine. Teme časopisa su računovodstvo i menadžment i on izlazi dva puta godišnje. Tekstovi su namijenjeni profesionalcima i svima zainteresiranima. Svim izdanjima može se pristupiti mrežno preko stranice udruge gdje se svi brojevi mogu i preuzeti.¹⁶⁸ Udruga

¹⁶² Pretplata. // RRiF. Dostupno na: <https://www.rrif.hr/pretplata.html> (28.5.2019.).

¹⁶³ Knjižara. // RRiF. Dostupno na: <https://www.rrif.hr/knjizara.html> (28.5.2019.).

¹⁶⁴ Upute za čitanje e-izdanja. // RRiF. Dostupno na: <https://www.rrif.hr/uputa-za-eizdanja.html> (28.5.2019.).

¹⁶⁵ Savjeti. // RRiF. Dostupno na: <https://www.rrif.hr/savjeti.html> (28.5.2019.).

¹⁶⁶ Webinari. // RRiF. Dostupno na: <https://www.rrif.hr/webinari.html> (28.5.2019.).

¹⁶⁷ O nama. // Udruga hrvatski računovođa. Dostupno na: <https://www.hrvatski-racunovodja.hr/> (31.5.2019.).

¹⁶⁸ Publikacije. // Udruga hrvatski računovođa Dostupno na: <https://www.hrvatski-racunovodja.hr/publikacije.php> (31.5.2019.).

organizira i međunarodnu znanstvenu i stručnu godišnju konferenciju Računovodstvo i menadžment te objavljuje zbornik radova konferencije kojemu se također može pristupiti putem stranice udruge gdje se isto tako može preuzeti.¹⁶⁹

Tvrtka RRiF ujedno je prisutna i na društvenim mrežama, Facebooku, Twitteru i LinkedInu¹⁷⁰

6.3. TEB poslovno savjetovanje d.o.o.

Teb poslovno savjetovanje tvrtka je čiji počeci sežu u godinu 1950. kada je odlukom tadašnje vlade Hrvatske osnovan institut za kemijsku industriju-Tehnološko ekonomski biro-TEB-biro za privredno savjetovanje. U razdoblju do sredine osamdesetih godina prošlog stoljeća TEB izrasta u vodeću konzultantsku kuću u Hrvatskoj. Tijekom društvenih i političkih promjena devedesetih godina TEB se privatizira i usvaja današnji naziv TEB poslovno savjetovanje. Djelatnost tvrtke je nakladništvo i konzultantske usluge za poduzeća, banke, obrtnike, proračunske korisnike, neprofitne i ostale organizacije. U sklopu nakladničke djelatnosti TEB izdaje časopis, mjesečnik, „Financije pravo i porezi“ te brojne stručne priručnike, a tvrtka opslužuje klijente i savjetodavnim uslugama, pisanim i usmenim iz svih područja gospodarstva.¹⁷¹ Jedan od ključnih oblika savjetodavnih usluga su seminari i praktikumi koje tvrtka TEB održava za trgovačka društva i proračunske korisnike u Zagrebu kao i u drugim gradovima Hrvatske. Najave seminara i teme mogu se vidjeti na mrežnim stranicama tvrtke.¹⁷²

Časopis „Financije pravo i porezi“ je TEB-ov stručni časopis koji donosi praktična znanja iz ekonomije i prava, i izlazi mjesečno. Namijenjen je ekonomistima i pravnicima, posebno djelatnicima iz financija i računovodstva. Časopis ima i podlistak „TEBov poslovni info“ namijenjen direktorima i ravnateljima, gdje se objavljuju aktualne informacije iz poslovnog svijeta. Časopis izlazi još od 1952. godine, kada se izdavao pod imenom „Obavijesti i uputstva“, zatim mijenja ime u „TEB Bulletin“, a od 1955. kraja osamdesetih izdaje se pod nazivom „TEB-ov Privredni vjesnik“, kada mijenja ponovno svoje ime u „Slobodno poduzetništvo“, potom „Suvremeno poduzetništvo“, da bi 2011. godine, dobio današnji naziv „Financije, pravo i porezi“. Pretplatom na časopis, pretplatnik dobiva pravo na tiskana izdanja časopisa, te

¹⁶⁹ Zbornici radova konferencije Računovodstvo i menadžment. // Udruga hrvatski računovođa. Dostupno na: <https://www.hrvatski-racunovodja.hr/zbornici-radova-rim.php#2018> (31.5.2019.).

¹⁷⁰ Naslovnica. // RRiF. Dostupno na : <https://www.rrif.hr/> (13. 6. 2019.)

¹⁷¹ O TEB-u. // TEB poslovno savjetovanje. Dostupno na: <https://www.teb.hr/o-teb-u/o-nama/> (31.5.2019.)

¹⁷² Seminari. // TEB poslovno savjetovanje. Dostupno na: <https://www.teb.hr/seminari/> (1.6.2019.).

ostvaruje pravo na besplatne telefonske savjete, koje ostvaruje putem PIN-a kojeg dobije svaki pretplatnik. Uz to ima pravo na određene savjetodavne usluge pisanim putem.¹⁷³

TEB poslovno savjetovanje također omogućava pretplatu na mrežno izdanje časopisa, kao i kombinaciju pretplata na tiskano i mrežno izdanje. Pretplate se ostvaruju na godinu dana i pola godine, uz različite uvjete koje svaka od njih nudi. S pretplatnicima se komunicira i putem TEB-ovog e-mail servisa, kojim stižu stručne i poslovne obavijesti.¹⁷⁴ Elektroničkom obliku časopisa pristupa se uz PIN i e-mail pretplatnika, putem mrežnih stranica tvrtke.¹⁷⁵ Osim časopisa „Financije pravo i porezi“ koje izdaje kao e-časopis, tvrtka kao e-izdanja, izdaje i razne poslovne priručnike koji postoje i u tiskanom obliku.¹⁷⁶ TEB poslovno savjetovanje u svojoj nakladničkoj djelatnosti ima i knjige u tiskanom obliku koje se mogu naručiti putem mrežnih stranica tvrtke, a bave se i obrađuju teme koje su bitne za poslovni svijet, kao što sustav javne nabave, proračunsko računovodstvo, pravo na godišnji odmor i druge slične teme namijene poslovnim korisnicima.¹⁷⁷

Tvrtka TEB poslovno savjetovanje, prisutna je i na društvenoj mreži Facebook.¹⁷⁸

6.4. Verlag Dashöfer d.o.o.

Tvrtka Verlag Dashöfer profesionalna je nakladnička kuća za poreznu, računovodstvenu i pravnu literaturu, te ostalu vrstu stručne literature kao što je područje vezano uz zaštitu okoliša i zaštitu na radu. Tvrtka je dio međunarodne grupe Verlag Dashöfer čije je glavno sjedište u Njemačkoj, a djeluje kroz društva kćeri u Poljskoj, Portugalu, Češkoj, Slovačkoj, Sloveniji i Mađarskoj. U Hrvatskoj tvrtka je prisutna od 2005. godine. Uz stručnu literaturu tvrtka organizira seminare i konferencije te omogućuje učenje putem webinara.¹⁷⁹

¹⁷³ O časopisu. // TEB poslovno savjetovanje. Dostupno na <https://www.teb.hr/online-izdanja/fip/o-casopisu/> (1.6.2019.).

¹⁷⁴ Pretplate. // TEB poslovno savjetovanje. Dostupno na : <https://www.teb.hr/pretplata/casopis-financije-pravo-i-porezi/> (1.6.2019.).

¹⁷⁵ Pregled izdanja. // TEB poslovno savjetovanje. Dostupno na : <https://www.teb.hr/online-izdanja/fip/> (1.6.2019.).

¹⁷⁶ Online izdanja. // TEB poslovno savjetovanje Dostupno na <https://www.teb.hr/online-izdanja/> (1.6.2019.).

¹⁷⁷ Knjige. // TEB poslovno savjetovanje. Dostupno na : <https://www.teb.hr/knjige/> (1.6.2019.).

¹⁷⁸ Naslovnica. // TEB poslovno savjetovanje. Dostupno na : <https://www.teb.hr/naslovnica/> (15.6.2019.)

¹⁷⁹ O nama. // Verlag Dashöfer d.o.o., centar za obrazovanje i izdavačku djelatnost. Dostupno na <https://www.dashofer.hr/o-nama/> (1.6.2019.).

Proizvodi tvrtke Verlag Dashöfer mogu se podijeliti u nekoliko vrsta, kao što su e-knjige, e-časopisi, e-tečajevi i online portali. Uz to tvrtka nudi i savjetodavne i edukacijske usluge u obliku konferencija i seminara. U svojoj nakladničkoj djelatnosti nemaju tiskanih izdanja, i potpuno su okrenuti poslovanju u digitalnom svijetu.¹⁸⁰

Verlag Dashöfer u ponudi ima deset naslova e-knjiga koje su uglavnom namijenjene stručnjacima u privatnom sektoru a pokrivaju također s manjim brojem e-knjiga i stručnjake iz javnog sektora. Teme kojima se bave su porezi, računovodstvo, obračun plaća, zaštita okoliša i javna nabava.¹⁸¹ Pretplate na e-knjige ostvaruju se mrežno putem stranica tvrtke. Pretplatnik ostvaruje pravo na korištenje e-knjige u razdoblju od dvanaest mjeseci. Putem korisničkog imena i lozinke, ostvaruje pravo pristupa e-knjizi s bilo kojeg uređaja, bilo to računalo ili pametni telefon.¹⁸² Kao što se navodi na stranicama jedne od e-knjiga u ponudi, prednost takvih e-knjiga je u redovnom ažuriranju svih zakonodavnih promjena što je bitno za poslovne korisnike, također tu je i brz i jednostavan pristup informacijama, mogućnost ispisa pojedinih članaka ili njihovo slanje putem e-maila. E-knjiga omogućava ciljano i brzo pretraživanja putem interne tražilice.¹⁸³

U ponudi postoje i dva e-časopisa od kojih je jedan namijenjen području radnog prava „Savjetnik za radno pravo i obračun plaća“ a drugi porezima i računovodstvu „Računovodstveno porezni savjetnik“¹⁸⁴ Pretplatom na godišnje ili polugodišnje razdoblje, pretplatnik ostvaruje pravo dobivanja časopisa koji dolazi klijentu na njegovu e-mail adresu u PDF formatu dva puta mjesečno, isto tako stječe pravo čitanja svih dosadašnjih tekstova.¹⁸⁵

Glavni proizvod namijenjen pretplati, kojeg tvrtka Verlag Dashöfer prodaje jesu online portali iz različitih stručnih područja kao što su računovodstvo i porezi, pravo, zaštita na radu, zaštita okoliša, obračun plaća, zaštita osobnih podataka i drugi. Portali su namijenjeni stručnjacima iz

¹⁸⁰ Online portali. // Verlag Dashöfer d.o.o., centar za obrazovanje i izdavačku djelatnost. Dostupno na <https://www.dashofer.hr/forma/online-portali/> (2.6.2019.).

¹⁸¹ Online knjige. // Verlag Dashöfer d.o.o., centar za obrazovanje i izdavačku djelatnost. Dostupno na <https://www.dashofer.hr/forma/online-knjige/> (2.6.2019.).

¹⁸² Vodič kroz obračun plaća u praksi. // Verlag Dashöfer d.o.o., centar za obrazovanje i izdavačku djelatnost. Dostupno na <https://www.dashofer.hr/on-line-knjiga-radno-pravo-i-obracun-pla-ca-u-praksi-productonbmu/> (2.6.2019.).

¹⁸³ Vodič kroz obračun plaća. // Verlag Dashöfer d.o.o., centar za obrazovanje i izdavačku djelatnost. Dostupno na : <http://onbmu.dashofer.hr/onb/?wa=WA19X> (2.6.2019.).

¹⁸⁴ Online časopisi. // Verlag Dashöfer d.o.o., centar za obrazovanje i izdavačku djelatnost. Dostupno na : <https://www.dashofer.hr/forma/online-casopisi/> (2.6.2019.).

¹⁸⁵ Računovodstveno porezni savjetnik. // Verlag Dashöfer d.o.o., centar za obrazovanje i izdavačku djelatnost. Dostupno na <http://onnut.dashofer.hr/onb/?wa=WAG19X> (3.6.2019.).

privatnog sektora a tri portala od njih sveukupno četrnaest namijenjena su javnom i državnom sektoru.¹⁸⁶ Pretplata na portale ostvaruje se na godišnje i dvogodišnje razdoblje, u kojemu pretplatnik poslije ostvarene pretplate dobiva svoje korisničko ime i lozinku i može pristupiti portalu s bilo kojeg uređaja i bilo kojeg mjesta u bilo koje vrijeme. Kao što se i navodi kod jednog od ponuđenih portala „Knjižnice za računovođe“, portal je baza podataka o porezima, računovodstvu, obračunu plaća te računovodstvenim standardima koja se svakodnevno nadopunjuje novim sadržajima. Korisnici imaju pravo na određeni broj pisanih upita a odgovori na njih stižu na njihovu e-mail adresu od strane stručne osobe. Isto tako korisnici mogu pregledavati stručne sadržaje putem tražilice i doći do sadržaja koji ih interesira u određenom vremenu. Tražilicom također mogu pretraživati odgovore koji su dobili drugi korisnici.¹⁸⁷ Za razliku od e-knjiga, online portali razlikuju se osim po obimu sadržaja i po multimedijalnosti koju nude. Tako online portali kuće Verlag Dashöfer nudi i webinare, video seminare namijenjene korisnicima koje mogu gledati putem svojih računala ili pametnih telefona u vrijeme koji to oni izaberu.¹⁸⁸ Online portali osim standardnih pitanja omogućavaju i chat sa stručnjacima na određene aktualne teme iz područja kojima se određeni online portal bavi.¹⁸⁹

Tvrtka Verlag Dashöfer uz to što svoje poslovanje obavlja putem modernih digitalnih tehnologija prodajući e-knjige, e-časopise i online portale organizira i tradicionalne seminare i konferencije za poslovne ljude.¹⁹⁰ Osim službenih stranica Verlag Dashöfer, komunicira s javnošću i putem društvene mreže Facebook.¹⁹¹

6.5. Business Media Group

¹⁸⁶ Online portali. // Verlag Dashöfer d.o.o., centar za obrazovanje i izdavačku djelatnost. Dostupno na: <https://www.dashofer.hr/forma/online-portali/> (3.6.2019.).

¹⁸⁷ Knjižnica za računovođe. // Verlag Dashöfer d.o.o., centar za obrazovanje i izdavačku djelatnost. Dostupno na: <https://www.dashofer.hr/knjiznica-za-racunovode-productonlibdu/> (3.6.2019.).

¹⁸⁸ Knjižnica za računovođe, plaće i računovodstveni standardi. // Verlag Dashöfer d.o.o., centar za obrazovanje i izdavačku djelatnost. Dostupno na: <https://www.racunovodja.hr/32/#filters=type:videoseminari;offset=0>
<https://www.dashofer.hr/knjiznica-za-racunovode-productonlibdu/> (3.6.2019.).

¹⁸⁹ Knjižnica za računovođe, plaće i računovodstveni standardi. // Verlag Dashöfer d.o.o., centar za obrazovanje i izdavačku djelatnost. Dostupno na: https://www.racunovodja.hr/32/trazi/?ns=347#filters=type:online_razgovor;offset=0 (3.6.2019.).

¹⁹⁰ Seminars. // Verlag Dashöfer d.o.o., centar za obrazovanje i izdavačku djelatnost. Dostupno na: <https://www.dashofer.hr/forma/seminari/> (3.6.2019.).

¹⁹¹ Društvene mreže. // Verlag Dashöfer d.o.o., centar za obrazovanje i izdavačku djelatnost. Dostupno na <https://www.dashofer.hr/> (16.6.2019.).

Business Media Group neformalna je medijska grupacija iz Zagreba koja okuplja dvije tvrtke : Centar za management i savjetovanje d.o.o. i Centar za računovodstvo i financije d.o.o. Tvrtka s radom započinje 2002. godine, a potom kreće s izdavanjem časopisa koji izlazi u tiskanom izdanju jednom mjesečno „Računovodstvo i porezi u praksi.“¹⁹² Krajem 2004. godine pokrenut je časopis za menadžere i poduzetnike „Poslovni savjetnik“. Poslije njega pokreće se časopis „Tajnica.hr“ namijenjen tajnicama i osobama koje se bave uredskim poslovima, koji s vremenom postaje rubrika unutar časopisa „Poslovni savjetnik“. Godine 2007. pokrenut je časopis u formi knjige pod imenom „Propisi.hr“, a tiskana se forma časopisa nadovezuje na internetsko izdanje časopisa. Krajem 2010. godine pokrenut je news portal „Poslovni savjetnik.com“, kao nadogradnja tiskanom izdanju časopisa „Poslovni savjetnik“. Tri godine kasnije pokrenut je časopis koji je namijenjen voditeljima, predsjednicima udruga, „Udruga.hr“. Među zadnjim pokrenut je i specijalizirani portal za sve važeće kaznene propise, Kazne.hr.¹⁹³ Portal Računovodstvo i porezi u praksi daje korisnicima stručne sadržaje s praktičnim primjerima, i korisnici portala mogu saznati kakva je sudska praksa ili kakva su mišljenja Ministarstva financija u pojedinim slučajevima a isto tako mogu pronaći odgovore na svoja pitanja. Portal pruža i video-tutorijale koji korisnicima pomažu kod raznih knjiženja, ispunjavanja dokumentacije i slično¹⁹⁴ Pretplata na portal Računovodstvo i porezi u praksi koji je ujedno mrežno izdanje časopisa, ostvaruje se na razdoblje od godine dana, uz koje se stječe DVD sa svim brojevima časopisa i neograničeno telefonsko savjetovanje. Uz to moguće su i pretplate na tiskano izdanje ili kombinirano internetsko i tiskano izdanje.¹⁹⁵ Već spomenuti časopis „Udruga“ ima i svoj internetski portal a na sam se časopis može ostvariti pretplata na godinu dana uz koju se kao i kod prethodne pretplate dobiva DVD izdanje prethodnih časopisa kao i besplatni telefonski savjeti.¹⁹⁶ Osim svojih izdanja, grupacija Business Media Group nudi unutar svog poslovanja, seminare, konferencije i konzultantske usluge.¹⁹⁷

¹⁹² O nama. // Business Media Group -Partner u svakoj tvrtki. Dostupno na : <https://www.business-media-group.com/hr/o-nama> (5.6.2019.).

¹⁹³ O nama. // Poslovni savjetnik-Centralni poslovni portal. Dostupno na : <http://www.poslovni-savjetnik.com/o-nama> (5.6.2019.).

¹⁹⁴ Portal www.racunovodstvo-porezi.hr // Business media group-partner u svakoj tvrtki. Dostupno na <https://www.business-media-group.com/hr/medijska-izdanja/portal-wwwracunovodstvo-porezihr> (5.6.2019.).

¹⁹⁵ Pretplata na internetsko izdanje Računovodstvo i porezi u praksi // Business Media Group-partner u svakoj tvrtki. Dostupno na : <http://www.racunovodstvo-porezi.hr/pretplata-na-internetsko-izdanje-racunovodstvo-i-porezi-u-praksi> (5.6.2019.).

¹⁹⁶ Pretplata na časopis Udruga.hr. // Business Media Group-partner u svakoj tvrtki. Dostupno na : <http://www.udruga.hr/pretplata> (5.6.2019.).

¹⁹⁷ Konzultantske usluge. // Business Media Group-partner u svakoj tvrtki. Dostupno na <https://www.business-media-group.com/hr/konzultantske-usluge> (5.6.2019.).

6.6. M.E.P. d.o.o.

Tvrtka M.E.P. d.o.o. utemeljena je 1991. godine sa sjedištem u Zagrebu. Tvrtka je to koja se bavi poslovnom edukacijom, nakladništvom i distribucijom poslovne literature, te je jedina specijalizirana tvrtka u Hrvatskoj za distribuciju poslovne literature. U svojoj nakladničkoj produkciji ima stotinjak naslova iz područja poslovne literature, u više dotisaka. Objavili su knjige vodećih domaćih i svjetskih stručnjaka za menadžment, marketing, komunikaciju i slično. Na području poslovne edukacije organizatori su višemjesečnih ili godišnjih usavršavanja, seminara i radionica na području Hrvatske i Bosne i Hercegovine. Od 2003. godine M.E.P: u svom sastavu ima Hrvatski centar poslovne knjige, koja je prva i najveća poslovna knjižara u Jugoistočnoj Europi, s više od 1300 naslova, koji obuhvaćaju cjelokupnu ponudu poslovnih naslova iz Hrvatske.¹⁹⁸ Poslovna knjižara nalazi se u Zagrebu, i omogućava svim zainteresiranima da lako dođu do naslova kojeg žele. Još je veći izbor knjiga iz područja poslovne literature dostupan na M.E.P- ov online poslovnoj knjižari-Poslovna knjižara UM.¹⁹⁹ Jedan od najvećih brandova tvrtke je knjiga-planer „Učinkovit menadžer“, koju kupuje godinama niz hrvatskih tvrtki. Tvrtka je također promotor društveno odgovornog poslovanja.²⁰⁰ M.E.P je kao tvrtka pokrenula stručni portal Manager.hr, koji je od 2017 prestao s novim objavama a novi dizajn portala i njegovu ulogu preuzima portal knjizaraum.hr²⁰¹ M.E.P je također pokrenuo još dva portala odgovorno.hr i ucinkovitimanager.hr.²⁰²

6.7. Inženjerski biro d.d.

Inženjerski biro jedna je od vodećih konzultantskih kuća u Hrvatskoj sa sjedištem u Zagrebu i s dugogodišnjom tradicijom. Povijest Inženjerskog biroa seže sve do 1952. godine, a njihove ekonomske i pravne savjetodavne usluge koristile su brojne tvrtke iz područja brodogradnje, naftne industrije, turizma i slično. Tvrtka je prepoznatljiva po svojoj nakladničkoj tradiciji i nizom pravnih publikacija, a prateći nove trendove pokreću pravni portal „ingbiro.com“ na

¹⁹⁸ O nama. // Poslovna knjižara UM-Najveća poslovna knjižara u regiji. Dostupno na : <https://knjizaraum.hr/ona-ma/> (6.6.2019.).

¹⁹⁹ Hrvatski centar poslovne knjige. // Poslovna knjižara UM-Najveća poslovna knjižara u regiji. Dostupno na : <https://knjizaraum.hr/hrvatski-centar-poslovne-knjige/> (6.6.2019.).

²⁰⁰ O nama. // Poslovna knjižara UM-Najveća poslovna knjižara u regiji. Dostupno na: <https://knjizaraum.hr/ona-ma/> (6.6.2019.).

²⁰¹ Naslovnica. // Poslovna knjižara UM-Najveća poslovna knjižara u regiji. Dostupno na <http://www.manager.hr/> (6.6.2019.).

²⁰² O nama. // Poslovna knjižara UM-Najveća poslovna knjižara u regiji. Dostupno na: <https://knjizaraum.hr/ona-ma/> (6.6.2019.).

kojem dotadašnje publikacije poprimaju elektronički oblik. Portal povezuje hrvatske i europske pravne propise na jednom mjestu, i daje dnevno ažurirane pravne informacije svojim korisnicima. Uz nakladničku djelatnost inženjerski se biro bavi i savjetodavnim uslugama, dijelom i putem revizorskih kuća čiji je suosnivač.²⁰³

Inženjerski biro izdavač je interdisciplinarnog znanstveno-stručnog časopisa „Hrvatska pravna revija“ koji izlazi u tiskanom i elektroničkom obliku. Časopis donosi novosti iz pravne znanosti i prakse kao i iz ekonomskih i drugih društvenih tema. Pretplatnicima se nudi i stalna podrška urednika i savjetnika, uz pregled arhive.²⁰⁴

Pravni portal „ingbiro.com“, portal je koji obuhvaća zakonodavstvo i sudsku praksu u Hrvatskoj, koje pravni savjetnici tvrtke redovito ažuriraju. Portal prati također i propise i sudsku praksu Europske unije, te znanstvene i stručne radove. Pretplatnicima portal uz stalnu podršku u snalaženju i pretraživanju sadržaja omogućuje i besplatne pravne savjete. Putem portala pretplatnici mogu pregledavati e-časopis „Hrvatsku pravnu reviju“. Za sve korisnike dostupni su i zbornici radovi koji prate sva savjetovanja održana od strane tvrtke. Riječ je o bogatoj arhivi od preko devedeset zbornika.²⁰⁵ Portal „ingbiro.com“ prisutan je i na društvenim mrežama, Facebooku, LinkedInu, Twitteru, te na YouTubeu objavljuju video-snimke.²⁰⁶

6.8. Forum poslovni mediji d.o.o.

Forum Media Group međunarodna je medijska kompanija sa sjedištem u Njemačkoj, koja svoje poslovanje kao stručne nakladnička kuća ima u Europi, Aziji, Sjevernoj Americi, i Australiji. Tvrtka pruža specijalizirane informacije i stručne edukacije namijenjene poslovnim i privatnim korisnicima. Članice kompanije Forum Media Group u svojoj širokoj ponudi nude raznolike stručne publikacije, časopise i edukaciju. Proizvodi koji se nude, klijentima omogućavaju praktičnu primjenu u svakodnevnom radu, stručnost i aktualnost sadržaja.²⁰⁷

²⁰³ O Inženjerskom birou. // Inženjerski biro-65 godina znanja, tradicije i iskustva. Dostupno na : <http://www.ingbiro.hr/o-inzenjerskom-birou.html> (6.6.2019.).

²⁰⁴ Hrvatska pravna revija. // Inženjerski biro-65 godina znanja, tradicije i iskustva. Dostupno na : <http://www.ingbiro.hr/hrvatska-pravna-revija.html> (7.6.2019.).

²⁰⁵ Sadržaj pravnog portala. // Inženjerski biro-65 godina znanja, tradicije i iskustva. Dostupno na <http://www.ingbiro.hr/sadrzaj-pravnog-portala.html> (7.6.2019.).

²⁰⁶ O nama. // Inženjerski biro-65 godina znanja, tradicije i iskustva. Dostupno na: <http://www.ingbiro.hr/index.html> (16.6.2019.).

²⁰⁷ O nama. // Forum Poslovni Mediji-Naše znanje za vaš uspjeh. Dostupno na: <https://fpm.hr/o-nama/> (8.6.2019.).

U Hrvatskoj tvrtka Forum poslovni mediji koja je dio Forum Media Group sa sjedištem u Zagrebu, izdaje stručne priručnike iz raznih stručnih područja za poslovne korisnike. Uz pretplatu na tiskane priručnike novi korisnik dobiva i CD s priručnikom. Priručnici također postoje i u online izdanju.²⁰⁸

Tvrtka izdaje i stručnu dokumentaciju u tiskanom obliku uz CD koji se dobije s priručnikom, a neki primjerci dokumentacije imaju i svoje online izdanje.²⁰⁹ Uz to Forum poslovni mediji nude seminare, konferencije, e-seminare kao i e-bilten.²¹⁰

6.9. Novi informator d.o.o.

Novi informator hrvatsko je nakladničko društvo iz Zagreba koje se bavi izdavanjem stručnih publikacija iz prava i ekonomije. Djelatnost tvrtke obuhvaća tumačenje pravnih propisa i organizaciju stručnih savjetovanja. Tvrtka svojim izdanjima svakodnevno pomaže u radu ekonomistima, pravnicima u upravi i gospodarstvu, odvjetnicima i javnim bilježnicima.²¹¹ Tvrtka postoji 67 godina, te je nakladnik časopisa „Informator“ od 1953. godine. Dosada je izašlo preko 6500 brojeva časopisa. Godine 2001. dolazi do reorganizacije tvrtke. Časopis „Informator“ sada izlazi u tiskanom i digitalnom obliku, a u 2020. godini namjeravaju postaviti i aplikaciju za mobilne telefone.²¹² „Informator“ je tjednik za pravna i ekonomska pitanja, koji objavljuje stručne članke stručnjaka i ljudi iz prakse. Pretplate na časopis mogu se ostvariti na tiskano izdanje časopisa, kao i na digitalno izdanje, a postoji i kombinirani tip pretplate koji uključuje tiskano i digitalno izdanje.²¹³ U svom nakladničkom djelovanju, Novi informator izdaje brojne tiskane stručne knjige, pogotovo iz područja prava koje se mogu kupiti na mrežnim stranicama tvrtke.²¹⁴ U sklopu svoje edukacijske djelatnosti, tvrtka organizira seminare a nudi i webinare, kojima se nakon uplate može pristupiti preko mrežnih stranica tvrtke. Novi informator prisutan je i na društvenoj mreži Facebooku.²¹⁵

²⁰⁸ Priručnici. // Forum Poslovni Mediji-Naše znanje za vaš uspjeh. Dostupno na: <https://fpm.hr/poslovna-izdanja/> (8.6.2019.).

²⁰⁹ Mape. // Forum Poslovni Mediji-Naše znanje za vaš uspjeh. Dostupno na: <https://fpm.hr/oznaka-proizvoda/2-mapa/> (8.6.2019.).

²¹⁰ E-bilten. // Forum Poslovni Mediji-Naše znanje za vaš uspjeh. Dostupno na: <https://fpm.hr/e-bilten-gdpr-u-praksi/> (8.6.2019.).

²¹¹ O nama. // Novi informator. Dostupno na : <https://informator.hr/o-nama> (9.6.2019.).

²¹² Đurđević, A. Novi informator. Privatna poruka (10.6.2019.).

²¹³ Cjenik. // Novi informator. Dostupno na : <https://informator.hr/cjenik?r=true> (9.6.2019.).

²¹⁴ Izdanja. // Novi informator. Dostupno na <https://informator.hr/izdanja> (9.6.2019.).

²¹⁵ Novi informator. Dostupno na <https://informator.hr/> (9.6. 2019.).

6.10. ROSIP d.o.o.

Tvrtka Rosip kao nakladnik izdaje svoj časopis „Radno pravo“ koji početak izlaženja bilježi od 2004. godine. Časopis izlazi jednom mjesečno. Tvrtka ima svoje sjedište u Zagrebu. Područja kojima se tvrtka kao nakladnik bavi obuhvaća opće područje radnog prava, zakon o radu, provedbene propise, kolektivne ugovore i međunarodne propise.²¹⁶ Uz tiskano izdanje časopisa postoji i elektronička verzija časopisa, kojemu se pristupa na mrežnim stranicama tvrtke. Pretplatnik besplatno dobiva elektroničku verziju časopisa, besplatne pravne savjete telefonom i e-mailom, te druge pogodnosti.²¹⁷ Tvrtka Rosip izdaje i svoje tiskane knjige koje se mogu naručiti putem mrežnih stranica.²¹⁸ Neke su od knjiga dostupne i kao e-knjige, koje se mogu dobiti uz pretplatu na tabletu u PDF formatu.²¹⁹ Svoje poslovanje tvrtka Rosip bazira i na edukacijskim seminarima iz područja prava čije najave objavljuje na svojim mrežnim stranicama.²²⁰

6.11. Poslovna učinkovitost d.o.o.

Poslovna učinkovitost tvrtka je za pružanje usluga poslovnog savjetovanja u području kontrolinga, financija, EU fondova, menadžmenta, računovodstva, interne revizije i poslovnih sustava. Klijentima pružaju uslugu poslovnog savjetovanja.²²¹ Tvrtka Poslovna učinkovitost nakladnik je časopisa „Kontroling, Financije i menadžment“ koji obrađuje teme iz područja kontrolinga, financija i menadžmenta. Časopis izlazi četiri puta godišnje.²²² Osim časopisa izdaju i tiskane knjige kao i prijevode knjiga iz područja kontrolinga.²²³ Održavaju edukacije iz kontrolinga, financija i menadžmenta.²²⁴ Isto tako u svom poslovanju nude i mogućnost online

²¹⁶ O nama. // Radno pravo. Dostupno na : <http://www.radno-pravo.hr/kontakt.cfm> (9.6.2019.).

²¹⁷ Pretplata. // Radno pravo. Dostupno na : <http://www.radno-pravo.hr/casopis/pretplata.cfm> (9.6.2019.).

²¹⁸ Naša izdanja. // Radno pravo. Dostupno na : <http://www.radno-pravo.hr/izdanja.cfm> (9.6.2019.).

²¹⁹ Sve knjige u digitalnom obliku na tabletu! // Radno pravo. Dostupno na : <http://www.radno-pravo.hr/izdanja.cfm?id=46> (9.6.2019.).

²²⁰ Seminari. // Radno pravo. Dostupno na : <http://www.radno-pravo.hr/seminari.cfm> (9.6.2019.).

²²¹ O poslovnoj učinkovitosti. // Poslovna učinkovitost. Dostupno na : <https://www.poslovnaucinkovitost.eu/poslovna-ucinkovitost/> (9.6.2019.).

²²² O časopisu. // Poslovna učinkovitost. Dostupno na : <https://www.poslovnaucinkovitost.eu/casopis-kontroling-financije-menadzment/> (9.6.2019.).

²²³ Izdavaštvo. // Poslovna učinkovitost. Dostupno na : <https://www.poslovnaucinkovitost.eu/izdavastvo/> (9.6.2019.).

²²⁴ Edukacije. // Poslovna učinkovitost. Dostupno na : <https://www.poslovnaucinkovitost.eu/edukacije/> (9.6.2019.).

seminara.²²⁵ Svoje poslovanje tvrtka predstavlja i putem društvenih mreža, Facebook, Twitter, LinkedIn, te putem YouTube-a.²²⁶

6.12. Temporis savjetovanje d.o.o.

Temporis savjetovanje tvrtka je iz Zagreba koja provodi edukacije iz javnog i privatnog sektora na temu javne nabave u Hrvatskoj i zemalja regije.²²⁷ Tvrtka ima i nakladničku djelatnost u kojoj objavljuje stručna izdanja u obliku knjiga, biltena, vodiča ili uputa. Ta vrsta literature nudi praktična rješenja za poslovne korisnike.²²⁸ Temporis savjetovanje objavljuje svoj časopis „Bilten javne nabave“ koji izlazi četiri puta godišnje, na koji se može pretplatiti. Primarno je mrežno izdanje časopisa, a dodatna nadoplata može se izvršiti i za tiskano izdanje. Uz pretplatu dobivaju se i besplatna telefonska savjetovanja, a pretplatit se može na jednogodišnje i polugodišnje razdoblje.²²⁹ Tvrtka ima i svoj portal Bilten javne nabave na kojem su dostupni stručni radovi kao tehnička pomoć, i to bez naknade.²³⁰ Uz nakladničku djelatnost tvrtka nudi i programe izobrazbe u obliku usavršavanja, radionica i edukacije iz područja javne nabave.²³¹

7. Zaključak

Nakladništvo je kao djelatnost neodvojiv dio cjelokupnog društva neke zemlje, i za bilo koje proučavanje potrebno je uvijek sagledavati širu sliku, okruženje u kojemu se određena djelatnost odvija.

Gledajući povijest i sadašnjost hrvatskog nakladništva možemo zaključiti kako ono nije do sada doseglo onu razinu koju bismo mogli nazvati nakladničkom industrijom, unatoč ponekom pojedinačnom primjeru iz nakladničke prošlosti, kao što su bile neke velike nakladničke kuće koje više ne postoje. Opće prilike u gospodarstvu zemlje, veličina tržišta, kao i povijesne okolnosti snažno su utjecale i utječu na razvoj naše nakladničke djelatnosti. Usvajanje novih

²²⁵ On line seminari-uzivo. // Poslovna učinkovitost. Dostupno na : <https://www.poslovnaucinkovitost.eu/online-seminari-uzivo/> (9.6.2019.).

²²⁶ Poslovna učinkovitost. Dostupno na : <https://www.poslovnaucinkovitost.eu/> (17.6.2019.).

²²⁷ O nama. // TEMPORIS savjetovanje. Dostupno na : <https://www.temporis.hr/o-nama/> (9.6.2019.).

²²⁸ Literatura. // TEMPORIS savjetovanje. Dostupno na : <https://www.temporis.hr/literatura/> (9.6.2019.).

²²⁹ Bilten javne nabave. // TEMPORIS savjetovanje. Dostupno na : <http://biltenjavnabave.hr/bilten> (9.6.2019.).

²³⁰ Literatura. // TEMPORIS savjetovanje. Dostupno na : <https://www.temporis.hr/literatura/> (9.6.2019.).

²³¹ Edukacije. // TEMPORIS savjetovanje. Dostupno na : <https://www.temporis.hr/edukacije/> (9.6.2019.).

tehnologija i procesa u nakladništvu slijedi brzinu kojom se one usvajaju i na drugim područjima u društvu. Pojave kao što su digitalizacija u nakladničkim procesima i e-knjiga prisutne su i u našem nakladništvu međutim na znatno slabijem stupnju nego je to u drugim zemljama razvijenog gospodarstva i nakladničke industrije.

Ovim sam diplomskim radom nastojao dati pregled jednog segmenta u nakladništvu koji s obzirom na sve okolnosti pokazuje najveću prisutnost novih tehnologija i proizvoda u svojoj djelatnosti a to je nakladništvo stručne literature za poslovne korisnike, koje se u najvećoj mjeri prilagodilo i snašlo u novom digitalnom okružju. U Hrvatskoj tvrtke su to koje se svojom veličinom ubrajaju u male tvrtke i koje nisu nakladničke u klasičnom, tradicionalnom smislu, zapravo kod većine njih nakladništvo je jedna od djelatnosti kojima se bave, uz savjetodavnu i edukacijsku djelatnost najčešće. Za potrebe diplomskog rada izdvojio sam dvanaest tvrtki koje se bave objavljivanjem stručne literature za poslovne korisnike i koje imaju svoj značaj na hrvatskom tržištu. Njihov način rada, komunikacija s javnošću i prodaja nakladničkih proizvoda nije tipična za ono što se uglavnom smatra pod pojmom nakladništvo. Većinom je riječ o domaćim tvrtkama koje imaju dugogodišnje iskustvo u stručnom nakladništvu i koje su dio svog poslovanja prilagodile i prilagođavaju digitalnom okružju u kojemu posluju. Proizvodi koje prodaju tek su dijelom knjige, časopisi, e-knjige, ili e-časopisi, a drugim dijelom to je prodavanje raznorodnih stručnih usluga za poslovne korisnike. Razlike koje su prisutne između klasičnih nakladničkih tvrtki i tvrtki koje se bave drugim tržišnim djelatnostima ovdje postaju manje vidljive, jer su raznoliki oblici poslovanje u poslovnom nakladništvu prisutni na jednom mjestu. Dvojaka priroda knjige ili e-knjige kao robe i kao kulturnog dobra ovdje ne postoji, već je riječ o proizvodu kao robi čija funkcija je isključivo utilitarna, a to je pomoć drugim poslovnim tvrtkama i njihovim zaposlenicima u radu. Stalna potreba poslovnih tvrtki za takvim sadržajima osigurava koliko toliko postojano tržište za tu vrstu proizvoda a prisutnost konkurencije između nakladnika uz specifičnosti tržišta zahtijeva i praćenje i usvajanje novih tehnologija i procesa.

S obzirom na svoje posebnosti, segment je to unutar nakladničke djelatnosti koji je svakako zanimljiv za daljnje istraživanje i praćenje.

Literatura :

1. Bartolčić, N. ...et al. Knjiga u fokusu : Potpora kreativnoj industriji-stručna analiza i preporuke za uređenje tržišta knjiga i širenje kulture čitanja u RH. Zagreb : Knjižni blok Inicijativa za knjigu,2013.
2. Blažević, L, Moć marketinga u knjižnom nakladništvu. Zagreb : Naklada Jesenski i Turk, 2016.
3. Clark, G ;Phillips, A. O nakladništvu iznutra. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada ; Osijek : Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera, 2017.
4. Hebrang Grgić, I. Kratka povijest knjižnica i nakladnika : s kodovima i aplikacijom. Zagreb : Naklada Ljevak, 2018.
5. Horvat, A. ; Živković, D. Između javnosti i privatnosti : Knjižnice u vremenu e-knjige. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada, 2012.
6. Horvat, A. ; Živković, D. Između javnosti i privatnosti : Knjižnice u vremenu e-knjige. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada, 2012.
7. Horvat, A. ; Živković, D. Knjižnice i autorsko pravo. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada, 2009.
8. Jelušić, S. Ogleđi o nakladništvu. Zagreb : Naklada Ljevak, 2012.
9. Juričević, B. Knjiga i razvoj. Zagreb : Znanje, 1984.
10. Radalj, M. Knjiga i nakladništvo u odnosima s javnošću. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada, 2016.
11. Stipčević, A. Od početka hrvatskog narodnog preporoda (1835.) do danas. Zagreb : Školska knjiga, 2008.
12. Tomašević, N. Kreativna industrija i nakladništvo. Zagreb : Naklada Ljevak, 2015.
13. Tomašević, N ; Kovač, M. Knjiga, tranzicija, iluzija. Zagreb : Naklada Ljevak, 2009.
14. Velagić, Z...[et.al]. Elektroničko nakladništvo. Zagreb : Naklada Ljevak, 2017.
15. Velagić, Z. Uvod u nakladništvo. Osijek : Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera. Odsjek za informacijske znanosti, 2013.
16. Živković, D. Elektronička knjiga. Zagreb : Multigraf, 2001.

Mrežni izvori

1. Business Media Group -Partner u svakoj tvrtki. Dostupno na : <https://www.business-media-group.com/hr> (5.6.2019.).
2. Bartolčić, N. Hrvatska knjiga – kako spriječiti povratak u 90-te?! 2015. // Moderna vremena. Dostupno na: <https://www.mvinfo.hr/clanak/hrvatska-knjiga-kako-sprijeciti-povratak-u-90-te> (11.6.2019.).

3. Cota, B. ... et.al. Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika 1954 – 2014. 2014 // Računovodstvo i financije . Dostupno na : http://www.rif.hr/Uploads/Onama/monografija_2014.pdf (21.5.2019.).
4. Forum Poslovni Mediji-Naše znanje za vaš uspjeh. Dostupno na: <https://fpm.hr/> (8.6.2019.).
5. Inženjerski biro-65 godina znanja, tradicije i iskustva. Dostupno na : <http://www.ingbiro.hr/index.html> (6.6.2019.).
6. Milliot.J. The world's 54 largest 2017. 2017.// Publisher weekly. Dostupno na: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/international-book-news/article/74505-the-world-s-50-largest-publishers-2017.html> (21.6.2018.).
7. Nakladništvo. // Hrvatska enciklopedija. Mrežno izd. Zagreb : Leksikografski zavod Miroslav Krleža, cop.2017. Dostupno na <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=42840> (7.05.2018.).
8. Novi informator. Dostupno na : <https://informator.hr/> (9.6.2019.).
9. Novosti -Predstavljen prijedlog novog modela otkupa knjiga za narodne knjižnice. 2018. // Središnji državni portal. Dostupno na : <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=21527> (11.6.2019.).
10. Od 1.siječnja 2019.PDV na e-knjigu 5%. // NIK info 24.12.2018. Dostupno na : <https://info-nik.info/2018/12/24/od-1-sijecnja-2019-pdv-na-e-knjigu-5/> (12.6.2019.).
11. Portal Računovodstvo i porezi. Dostupno <http://www.racunovodstvo-porezi.hr/> (5.6.2019.).
12. Poslovna knjižara UM-Najveća poslovna knjižara u regiji. Dostupno na : <https://knjizaraum.hr/> (6.6.2019.).
14. Poslovni savjetnik-Centralni poslovni portal. Dostupno na : <http://www.poslovni-savjetnik.com/> (5.6.2019.).
15. Poslovna učinkovitost. Dostupno na : <https://www.poslovnaucinkovitost.eu/> (9.6.2019.).
16. Računovodstvo i financije. Dostupno na <http://www.rif.hr/naslovnica>.(5.2019.).
17. RRiF. Dostupno na: <https://www.rrif.hr/index.php> (28.5.2019.).
18. Radno pravo. Dostupno na : <http://www.radno-pravo.hr/> (9.6.2019.).
19. Schiff, A ; Daniel, A. Offset printing Versus Print on Demand. 2016. // Publishers weekly. Dostupno na: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/authors/pw-select/article/63094-offset-printing-versus-print-on-demand.html> (11.6.2019.).
20. TEB poslovno savjetovanje. Dostupno na: <https://www.teb.hr/naslovnica/> (1.6.2019.).
21. TEMPORIS savjetovanje. Dostupno na : <https://www.temporis.hr/> (9.6.2019.).
22. Udruga hrvatski računovođa. Dostupno na: <https://www.hrvatski-racunovodja.hr/> (31.5.2019.).
23. Verlag Dashöfer d.o.o., centar za obrazovanje i izdavačku djelatnost. Dostupno na : <https://www.dashofer.hr/> (1.6.2019).

24. Velagić, Z ; Pehar, F. An overview of the digital publishing market in Croatia: // Liberallarium : časopis za povijest pisane riječi, knjiga i baštinskih ustanova, Vol. 6 No.1-2, 2013., str. 55-64.
Dostupno na : https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=176732 (12.6.2019.).

Elektronička pošta

25. Đurđević, A. Novi informator. Privatna poruka (10.6.2019.).