



Prodej a distribuce

KURZ KNIŽNÍ PRODUKCE

Obsah přednášky

- Obchodník v nakladatelství
- Prodejní kanály (segmenty trhu)
- Knihkupectví – řetězce a nezávislé prodejny
- E-shopy
- Distributoři
- Trendy knižního trhu

Obchodník v nakladatelství

- Podobná role jako v jiných odvětvích
- Obchodní zástupce a obchodní manažer
- Komunikace se zákazníky, snaha produkt prodat/vystavit
- Specifikum v nakladatelství? - spolurozhodování o nákladu a podobě vydávaných knih
- B2B obchod – komise v knihkupectví, distribuce, prodej inzerce, produkty na klíč, přímé odběry
- B2C obchod – nemusí být, přímý prodej zákazníkům většinou přes eshop, akce, veletrhy
- Specialisté na prodeje do škol, knihoven, hračkářství apod.

Prodejní kanály

- Volný trh - knihy určené pro knihkupectví a e-shopy
- Mass market paperback – u nás podobné Levné knihy
- Učebnice, univerzitní nakladatelství a VŠ učebnice
- Knižní a školní kluby – V USA a VB velký segment, v ČR také
- Digitální distribuce – e-booky a digitální audioknihy, aplikace, e-learning (hlavně v USA)
- Ostatní kanály - Door to door, B2B (knihy na klíč + větší odběry) aj.

Volný trh (obchody, eshopy)

- Kamenná knihkupectví
 - Z velké většiny komisioní prodej
 - Postupná koncentrace do velkých řetězců (hlavně objemem tržeb) (260 z 600 prodejen)
 - Největší obchodní marže na trhu
 - Náročná distribuce, často přes distributora
- E-shopy
 - Lepší marže i distribuce, prodej hlavně na faktury = vyšší a rychlejší zisk pro nakladatele
 - Podíl na trhu roste, urychleno lockdowny
 - Nakladatelé mají často i vlastní B2C eshop, kde mají výrazně lepší marže
 - Nejnavštěvovanější e-shopy: Megaknihy.cz + weby velkých distributorů a řetězců

Provozovatel	Prodejny	Nakladatelství	Distribuce
Kanzelsberger	65	ne	ne
Levné knihy	57	ano	ne
Knihy Dobrovský	35	ano	ne
Kosmas	35	ne	ano
Luxor*	34	ano	ano
Beta Dobrovský	11	ano	ano
Knihcentrum**	9	ano	ano

*Euromedia; ** Pemic

Levné knihy (LK)

- Segment sám o sobě, jeden z největších prodejních řetězců dle provozoven
- 2 typy získávání knižního zboží
 - Kupování výprodejového zboží nakladatelů za zlomek ceny
 - Výroba vlastních titulů u nakladatelů na klíč
- Spolupráce s LK se nakladatelům většinou vyplatí, ale až při velkých objemech
- V LK nenajdeme jen „nekvalitní“ tituly, ale spíše ty, kde nakladatel udělal ekonomickou chybu
 - Klasicky jde o přestřelený prvonáklad nebo neodhadnutý dotisk
 - Dále třeba špatně naceněné (původně příliš drahé) knihy
 - Knihy, které na normálním trhu v záplavě dalších titulů zapadly

Učebnice, skripta, vědecké tituly

- Komerční nakladatelé se zaměřují spíše na učebnice základního a středního vzdělávání
- Učebnice se promují a prodávají přímo do škol i přes volný trh
- Učebnice mají obecně vyšší tištěné náklady a nižší ceny než je knižní průměr
- Univerzitní nakladatelství a knihkupectví tvoří většinou uzavřený segment trhu

Knižní a školní kluby

- Poměrně velký segment knižního trhu
- Omezená nabídka knih (katalog) pro specifickou cílovou skupinu za výhodné ceny
- Knižní klub, Euromedia – největší hráč v tomto segmentu, „nutnost“ objednávat nové knihy
- Dětské knižní kluby na školách – Albatros, Fragment, Egmont, Grada, Mladá Fronta, aj.
- Poměrně složitý systém objednávek 😊
 - Katalogy – Důvěrník – Děti – Rodiče – Děti – Důvěrník – Nakladatel – Důvěrník – Děti
- Knižní kluby jsou přímý prodej, takže i když poskytují výrazné slevy a nesou další náklady, mají pro nakladatele lepší marži než prodej přes distributora a knihkupce
 - Se zvyšující se cenou papíru na tisk katalogů se ale marže snižuje

Digitál, B2B a ostatní

- Distribuce digitálního knižního obsahu (audio, e-booky, aplikace, e-learning)
 - Stále malý tržní segment, obzvláště v ČR
 - Jinde ve světě podíl e-knih začíná stagnovat či klesat (USA, VB)
- Prodej knih firmám (B2B)
 - Velkými zákazníky jsou pro nakladatele knihovny
 - Prodej inzerce, knih nebo výroba knih na klíč pro firmy
- Ostatní menší segmenty
 - Door to Door (eufemismus pro podomní prodej)
 - Hračkářství

Knižní distribuce

- Distribuce je sklad + balení + doprava
 - Placení marže distributorovi je externalizací jinak režijních nákladů
 - S externími náklady se lépe kalkuluje zisk titulu
- Hodně ovlivňuje vztahy s knihkupci a může zkomplikovat prodej
- Hlavní distributoři – Euromedia, Kosmas, Pemic, Pavel Dobrovský – BETA
- Vlastní distribuce – Albatros Media (+ Meander, MOBA), Grada (Jota, Galén, Host, Melvil, aj.), Portál, Alpress
- Pemic vlastní i specializovanou přepravní společnost BookTrans
- Distributoři mívají i vlastní akce pro partnery – Knižní čtvrtek,

Trendy knižního trhu 2020-2023

Trendy knižního trhu – Covid

- Zákazníci jsou více online, nakupují online, více čtou a kupují knihy, vyšší podíl ebooků
- Velikost objednávky už je větší na eshopu než v knihkupectví
- Rostoucí trend ve většině kanálů, podíl čistých eshopů vzrostl až na cca 30 %
- Knižní trh vyšel z Covidu silnější (neklesaly tržby, optimalizace)
- Rozvoj „omnichannel“ prodeje – objednávkami online a vyzvednutím v knihkupectví
- Růst eshopů znamená vyšší podíl backlistu na tržbách
- Prodlužuje se životnost bestsellerů
- Podíly hlavních žánrů se mění (v zahraničí růst románců, pokles thrillerů, růst dětské naučné)

Trendy knižního trhu – papír

- Krize na trhu s papírem – po Covidu velký nedostatek materiálů
 - Utlumení produkce s předpokladem krize, která nepřišla
 - Velká poptávka po lepence na obalové materiály
- Unifikace knižní produkce za účelem snížení nákladů na výrobu
 - Postupně mizí speciální formáty a úpravy, zvyšuje se podíl brožovaných knih
 - Snaha dělat tituly 1/1, mizí barvy z předsádek, vrací se barevné přílohy
- Cca zdvojnásobení cen tisku za poslední rok + uvidíme co udělají energie
- 3 možnosti přizpůsobení – tisknout vyšší náklady, spokojit se s nižší marží, zvýšit cenu

Trendy knižního trhu – krize?

- Knižní trh tvrdě zasáhla inflace kvůli rostoucím nákladům
 - Růst cen až v desítkách procent (záleží na žánru), průměrně cca 20-25 %
- Pokles maloobchodní poptávky (inflace, energie, šetření domácností)
 - Srpen 8,8 %, září 5,6 %
- Knižní tržby vykazují stagnaci (+0–5 %), při započtení vlivu inflace je to cca -15–25 % objemu
 - Problém převážně pro ty, kdo kvůli rostoucím cenám tiskli vyšší náklady – neprodají se
- Zavládla velká opatrnost, tiskne se méně, tituly a investice se odsouvají
- Budoucnost některých menších nakladatelů je nejistá, chystají se změny i u knihkupců