

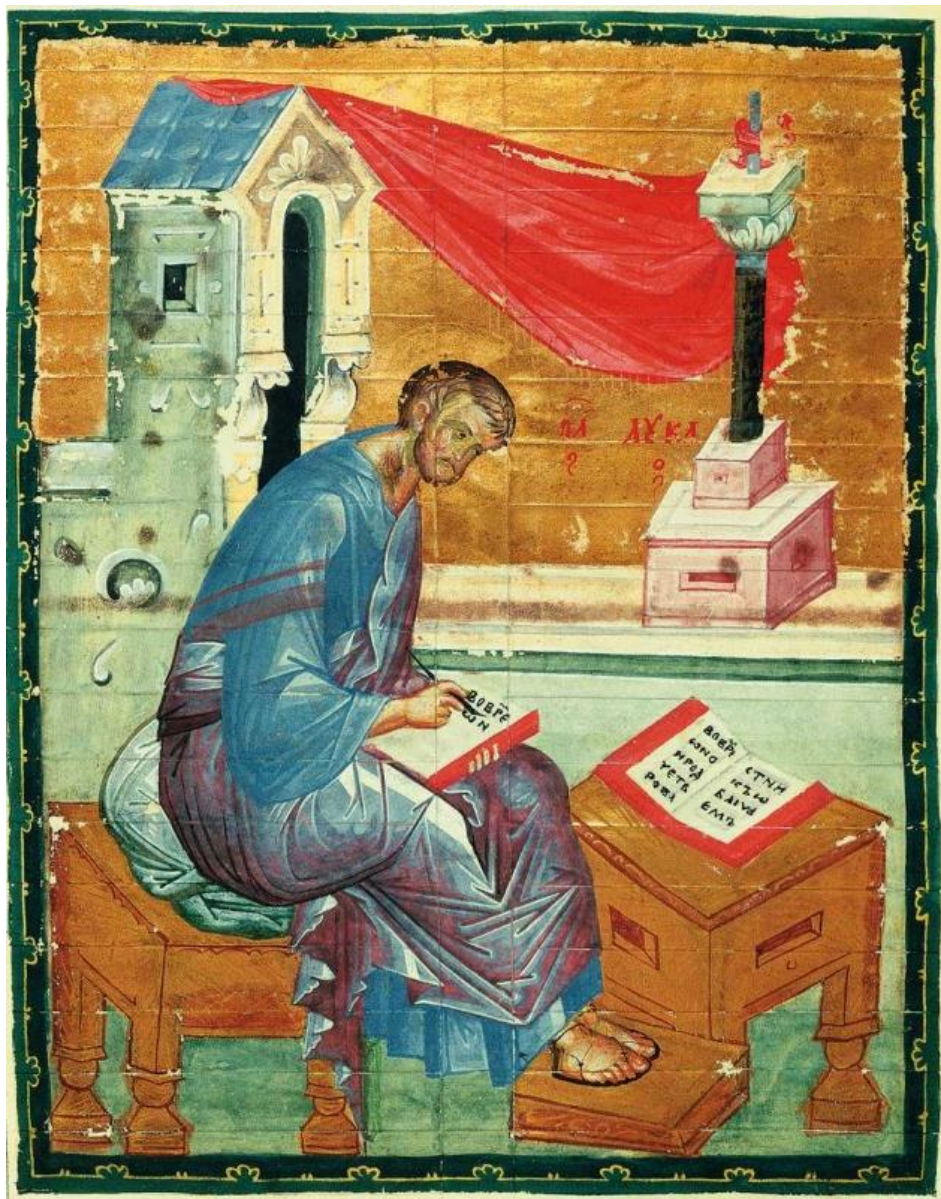


Knižní trh

Redakční praxe

Historie

- Počátky pozdní středověk – raný novověk
- Kniha extrémně vzácná a drahá komodita
- Psány ručně (bohaté šlechtické dvory, kláštery, první univerzity)
- Vynález knihtisku – 1447 – 1448 = mediální revoluce
- Vznik tiskařských center = centra evropského humanismu (Basilej, Antverpy, Benátky...)
 - Spojení role tiskař – nakladatel – knihkupec



Illuminace opisování knih



Bartolomějův sakramentář z 12. stol.

Historie

- Počátky pozdní středověk – raný novověk
- Kniha extrémně vzácná a drahá komodita
- Psány ručně (bohaté šlechtické dvory, kláštery, první univerzity)
- Vynález knihtisku – 1447 – 1448 = mediální revoluce
- Vznik tiskařských center = centra evropského humanismu (Basilej, Antverpy, Benátky...)
 - Spojení role tiskař – nakladatel – knihkupec



Knihtiskařská dílna rodiny Plantin-Moretus v Antverpách

Knihtiskařský lis

Historie

- Další rozvoj knižního trhu spojen s rozvojem osvícenské vzdělanosti – důraz na gramotnost
- Specializace jednotlivých profesí, vznik prvních knihkupectví a knižních nakladatelství
- Vznik románu a čtenářství jako fenoménu – četba pro zábavu
- 19. století – nové technologie, rozvoj kapitalismu, zlevnění výroby a zvýšení dostupnosti knih



Madame de Pompadour s Diderotovou *Encyklopedií* –
Quentin de la Tour

Seriál F. L. Věk



Historie

- Další rozvoj knižního trhu spojen s rozvojem osvícenské vzdělanosti – důraz na gramotnost
- Specializace jednotlivých profesí, vznik prvních knihkupectví a knižních nakladatelství
- Vznik románu a čtenářství jako fenoménu – četba pro zábavu
- 19. století – nové technologie, rozvoj kapitalismu, zlevnění výroby a zvýšení dostupnosti knih
- Odvětví citlivé na celospolečenské nálady, otřesy – v časech krize logicky trpí (cenzura, nedostatek papíru...)
- Specifická situace v bývalém východním bloku po roce 1989
- Jiří Trávníček a Zdeněk Šimeček: *Knihy kupovati* (2014)

Knižní trh - specifický segment ekonomiky

- Finanční a kulturní aspekt prodeje knih – kniha není „jen“ zboží
- Nakladatelský business je náročný na kapitál, nutná velká počáteční investice, nejistá návratnost, navíc v relativně dlouhém časovém horizontu
- Politika nakladatelství + jeho specializace
- 2 hlavní oblasti: prodej jednotlivých titulů a prodej autorských práv



Knižní trh - aktéři

Nakladatelé --- distributoři --- knihkupci --- zákazníci
+ větší či menší zásahy státu

- Knihkupec koupí knihy přímo od nakladatele/distributora nebo využije tzv. komisioní prodej.
- Monopolizace knižního trhu (velké knihkupecké řetězce, ústup malých nezávislých knihkupectví + podobná situace i v nakladatelské sféře)
- Nadnárodní kolosy Amazon a E-Bay (zcela mimo kategorie)

Books

for everyone



Formy státní podpory knižního trhu

- Daňové zvýhodnění při prodeji knih (v ČR snížená sazba DPH – 10 % místo 21 %, ve Velké Británii, Norsku nebo Rusku – nulová daň)
- Pevná cena knihy stanovená státem
- Podpora knihoven a čtenářství
- Grantové programy
- Nižší poštovné na knihy

...

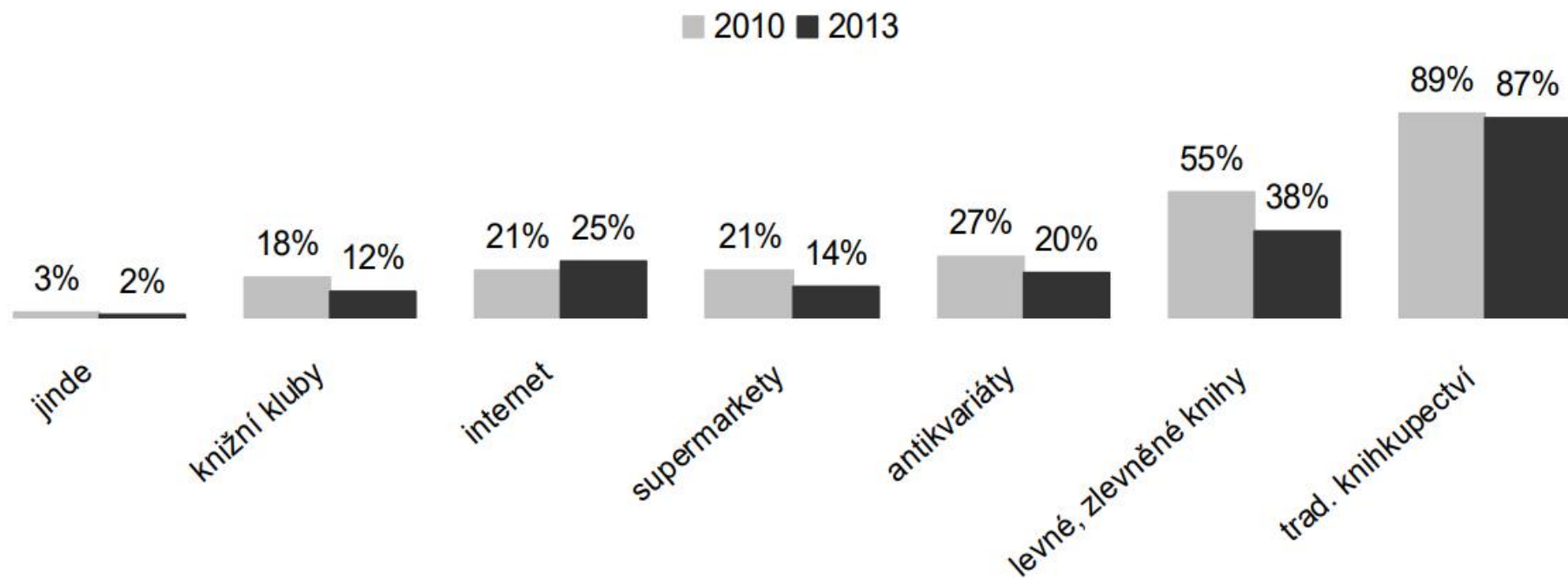
Velikost knižního trhu

1. Velký trh – nad 30 milionů potenciálních čtenářů – Velká Británie, Německo, USA, Francie, Španělsko...
 2. Střední trh – mezi 30 a 5 miliony potenciálních čtenářů – ČR, Švédsko, Řecko
 3. Malý trh – do 5 milionů potenciálních čtenářů – trhy malých národů a národnostních menšin a malých jazykových skupin – katalánská literatura, Litva, Lotyšsko, Estonsko
- Podle velikosti trhu funguje i distribuce – zásadní je jazykové omezení: anglické knihy xxx maďarské / české knihy

Struktura knižního trhu podle distribučních okruhů

1. Trade books (komerční knihy) – prodávány přes běžnou knihkupeckou síť – beletrie, dětské knihy, hobby příručky, vědecké publikace
2. Spotřební paperbacky (mass market paperbacks) – k dostání na novinových stáncích, nádražích, letištích, supermarketech... (tradice hlavně v západní Evropě) – harlekýnky, detektivky, turističtí průvodci
3. Knihy na objednávku – tištěny až po objednání zákazníky – knižní kluby, knihy z crowdfundingových kampaní
4. Trh s odbornými knihami, školními učebnicemi a vysokoškolskými skripty – specializované prodejny
5. Náboženské knihy distribuovány přes církevní organizace
6. Bibliofilské tisky – spojeny s prodejem uměleckých děl
7. Multimediální, audio a elektronické knihy – speciální způsob distribuce

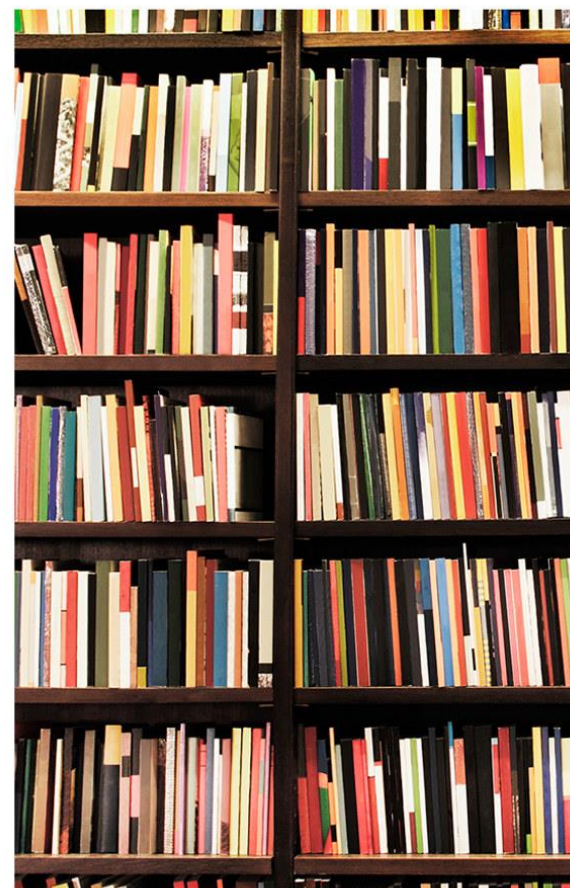
Nákupy knih



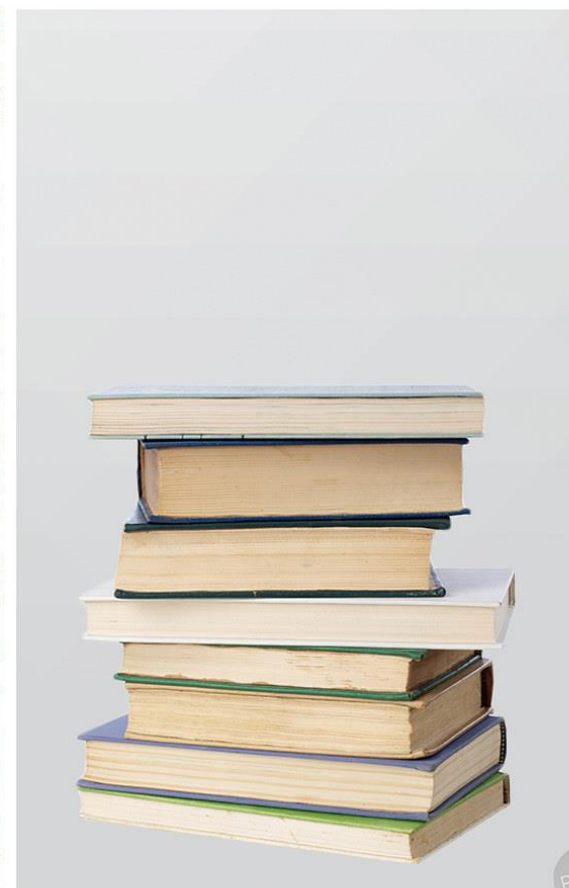
Cena

- Určována ne jen střetem nabídky a poptávky, ale ovlivněna i standardy daného žánru, politikou nakladatelství, zásahy státu...
- Tvoří ji:
 - Autorský honorář (autorská práva + překladatelský honorář) + náklady na výrobu knihy + náklady na propagaci + náklady na chod nakladatelství (platy zaměstnanců, pronájmy prostor...) + zisk pro distributora a knihkupce
- Doporučená cena

BOOKS I'VE BOUGHT

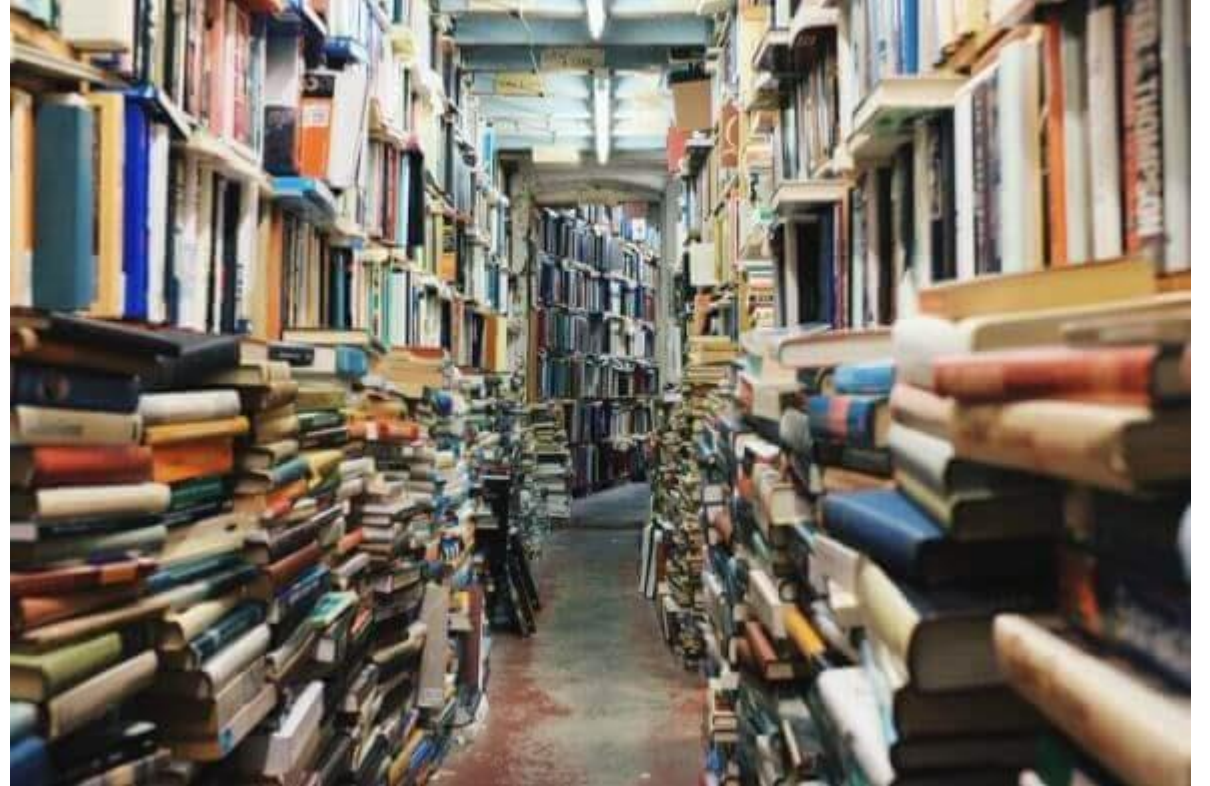


BOOKS I'VE ACTUALLY READ



Má kniha „datum expirace“?

- Pokud nakladatel knihu neprodá během prvních 2 let, její prodejnost dramaticky klesá. – U knihkupců je cyklus delší.
- Slevy a Levné knihy – nakladatelská etika
- Antikvariáty



ČESKÁ
ČTENÁŘSKÁ
REPUBLIKA

JIŘÍ TRÁVNÍČEK



GENERACE
FENOMÉNY
ŽIVOTOPISY

HOST

Čtenáři

- Trh ovlivněn sociálními aspekty – více čtou ženy a preferují určité žánry (cílení marketingu), více také knihy nakupují
- Běžná česká domácnost za knihy utratí 0,5 – 1 % (před krizí)
- Knihy často fungují jako dárek (vrchol sezóny před Vánocemi).
- Čtenářství a nákup knih kopíruje životní cyklus člověka (čtenářské výzkumy Jiřího Trávnička)

Změny ve čtenářském chování

- **V posledních 20 – 30 letech:**
- Příklad k literatuře faktu, odklon od beletrie
- Nárůst důležitosti grafického zpracování a vizuální stránky knihy – obliba komiksů, obrazových a fotografických publikací
- Módnost některých žánrů: severské krimi, fantasy
- Rozšíření oblíbenosti elektronických a audio knih

-> Vliv na prodejnost knih, marketingové strategie a knižní trh jako celek

Překnížkováno???

- Nakladatelé koncentrováni do centra (většina oficiálně sídlí v Praze)
 - Vzhledem k velikosti trhu a kupní síle nakladatelů se trh jeví jako přesycený.
- > Otázka, co s tímto stavem udělá současná situace.

