

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA

ANALÝZA ČESKÉHO TRHU S E-KNIHAMÍ

Bakalářská práce

Autor: Martina Konečná

Vedoucí práce: Ing. et Ing. Lucie Sára Závodná, Ph.D.

Olomouc 2015

Univerzita Palackého v Olomouci
Philosophical Faculty
Akademický rok: 2014/2015

Studijní program: Human Studies

Forma: Full-time

Obor/komb.: Španělská filologie - Aplikovaná ekonomická studia
(ŠF-AE)

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
KONEČNÁ Martina	Hrazanská 1038, Luhačovice	F12844

TÉMA ČESKY:

Analýza českého trhu s e-knihami

NÁZEV ANGLICKY:

The analysis of the Czech market with e-books

VEDOUcí PRÁCE:

Ing. Lucie Sára Závodná, Ph.D. - KAE

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

1. Proveďte literární rešerši historického vývoje elektronických knih v ČR.
2. Definujte formy zabezpečení elektronického obsahu na trhu s e-knihami.
3. Analyzujte trh s e-knihami z hlediska poptávky i nabídky.
4. Srovnajte analýzu s trhem běžných knih.
5. Navrhněte možnosti pro zlepšení.

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

BOUDA, Tomáš a kol. Elektronické knihy v českých knihovnách. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2012. 74 s. ISBN 978-80-210-6000-5.
FOBEROVÁ, Libuše, ed. Konference Kniha ve 21. století: téma: "Budoucnost knihoven - trendy a směry": 15.-16. února 2012. V Opavě: Slezská univerzita, 2012. 109 s. ISBN 978-80-7248-822-3.
PORÍZKOVÁ, Lenka. Elektronická kniha jako nakladatelský produkt: úvod do problematiky. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. 100 s. Editoroom. Günther; č. 13. ISBN 978-80-244-3355-4.

Podpis studenta: Konečná

Datum: 15.5.2014

Podpis vedoucího práce: Závodná

Datum: 19.5.2014

Prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: „Analýza českého trhu s e-knihami“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne

Podpis

Poděkování

Tímto děkuji vedoucí mé bakalářské práce paní Ing. et Ing. Lucii Sáře Závodné, Ph.D., za cenné odborné rady, vstřícný přístup a čas, který mi věnovala. Dále děkuji zástupcům elektronických obchodů s e-knihami a nakladatelství, kteří byli ochotni poskytnout mi potřebná data.

Obsah

Úvod	7
I. TEORETICKÁ ČÁST	8
1 Elektronická kniha.....	8
2 Historický vývoj elektronických knih	11
2.1 Náhled do světa	11
2.2 Vývoj v ČR.....	12
3 E-kniha z hlediska nakladatele	14
3.1 Identifikace e-knihy	14
3.2 Povinné výtisky	15
3.3 Self-publishing	16
4 Technická stránka elektronických knih	18
4.1 Formáty e-knih	18
4.2 Možnosti zabezpečení obsahu	19
4.3 Typy prodeje.....	21
5 Zařízení ke čtení elektronických knih	22
5.1 Softwarové čtečky	22
5.2 Hardwarové čtečky	22
6 Elektronické knihy v knihovnách.....	24
7 Dotazování a dotazník	25
II. PRAKTICKÁ ČÁST	29
8 Analýza trhu z hlediska poptávky	29
8.1 Povědomí o elektronické knize	29
8.2 Preference na trhu poptávky	30
8.3 Nakupující klasických tištěných knih.....	31
8.4 Nakupující elektronických knih	32
9 Analýza trhu z hlediska nabídky	39
9.1 Internetové portály nabízející e-knihy	39
9.2 Rozsah nabídky	43
9.3 Uživatelské prostředí	44
9.4 Nabízené formáty a zabezpečení	45
9.5 Speciální akce a marketing	46
9.6 Cena	48

10	Srovnání s trhem tištěných knih	49
10.1	Srovnání prodeje.....	49
10.2	Cenové srovnání	50
11	Možnosti zlepšení na trhu elektronických knih.....	52
	Závěr	53
	Summary.....	55
	Seznam pramenů a literatury	56
	Seznam zkratk	62
	Seznam obrázků.....	63
	Seznam grafů	64
	Seznam tabulek	65
	Seznam příloh	66

Úvod

Knihy jsou součástí lidstva už od vzniku písma a do dnešní doby slouží lidem ke studiu a vzdělávání, ale i k pobavení a relaxaci. Stejně jako všechno kolem nás i knihy se postupně vyvíjely, a tak nastal okamžik, kdy i na ně zapůsobila doba moderních technologií a objevily se první elektronické tituly. V zahraničí, především v USA, jsou již delší dobu elektronické knihy přijímány jako ekvivalent klasických knih. Avšak není tomu tak dávno, co se elektronické knihy začaly objevovat na českém knižním trhu. Ještě bližší je okamžik, kdy se český trh s elektronickými knihami začal rozvíjet a kdy česká poptávka elektronické knihy přijmula. Elektronické knihy, tak jako knihy tištěné, mají na našem území velký potenciál, jelikož Češi jsou jeden z nejvíce čtoucích národů na světě.

Předmětem bakalářské práce je provést analýzu českého trhu s elektronickými knihami z hlediska nabídky i poptávky. Dále si práce klade za cíl zjistit, kde se na českém trhu s e-knihami nachází mezery a kde by bylo možné jej vylepšit. Celá analýza je zaměřena pouze na legální trh s elektronickými knihami, naopak nemá za cíl mapovat trh ilegální.

Bakalářská práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou a celkově obsahuje 11 kapitol. Prvních sedm obsahuje teorii potřebnou k analyzování trhu v následujících čtyřech kapitolách. V první kapitole lze nalézt srovnání definic elektronické knihy jako pojmu. Druhá kapitola shrnuje stručně historii elektronických knih, jak v zahraničí, tak na českém území. Třetí kapitola se věnuje roli nakladatele v oblasti elektronických knih, upřesňuje identifikaci e-knih, interpretuje zákon o povinných výtiscích knih v souvislosti s e-knihami a představuje trend self-publishingu. Čtvrtá kapitola se zabývá technickou stránkou e-knih, přesněji řečeno prezentuje jejich formáty a zabezpečení a s tím související typy prodeje. Pátá kapitola poskytuje náhled na zařízení sloužící ke čtení elektronických knih. Šestá kapitola popisuje pohled knihoven na e-knihy. Sedmá kapitola se na okamžik oddaluje od tématu elektronických knih, jelikož jejím cílem je popsat teorii dotazníku a dotazování. Tyto metody budou použity v následujících kapitolách jako hlavní nástroje samotné analýzy českého trhu s e-knihami. Analýzu poptávky lze najít v kapitole osmé, analýze nabídky je věnována kapitola devátá. Následující kapitola obsahuje srovnání trhu elektronických knih s trhem knih tištěných. Poslední kapitola slouží k navržení možností zdokonalení na trhu e-knih na základě informací získaných během provádění analýzy trhu a psaní celé práce.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 Elektronická kniha

Pojem „elektronická kniha“, zažitý i pod zkrácenou formou e-kniha, má svůj původ v anglickém sousloví „electronic book“, ke kterému existuje stejně jako v češtině i kratší podoba „e-book“ či „eBook“. V dnešní době se vyskytuje poměrně běžně. Lze se s ním setkat na internetu, v knihách i běžném životě, avšak ne vždy se používá ve správném kontextu a ne všichni vědí, co si pod tímto širokým pojmem představit. Důvodem nejednoznačnosti je i fakt, že žádná obecně uznávaná definice pro elektronickou knihu neexistuje. Ostatně stejné to je i knihou klasickou.

Jelikož elektronické knihy mají své kořeny v anglicky mluvících zemích, jako první se nabízí hledání vhodné definice v anglicky psaných zdrojích. V knize **International Encyclopedia of Information and Library Science** lze nalézt definovanou e-knihu jako:

„Výsledek propojení struktury klasické knihy, lépe řečeno všeobecně vnímané představy knihy, s prvky, které mohou být poskytovány v rámci elektronického prostředí, je označován jako elektronická kniha (nebo e-kniha). Pojem je zamýšlen interaktivní dokument, který lze vytvořit a číst na počítač.“ (překlad vlastní)¹

Tato definice však vyčleňuje jako elektronickou knihu pouze takovou knihu, kterou lze číst na počítači, a opomíjí další zařízení, které jsou dnes běžně používané ke čtení e-knih. Druhá definice, kterou předkládá i Česká terminologická databáze z oblasti knihovnictví a informační vědy (TDKIV), je ze serveru **WhatIs.com**:

„Elektronická kniha je elektronická verze tradiční tištěné knihy, kterou lze číst za použití osobního počítače nebo čtečky elektronických knih.“ (překlad vlastní)²

Ačkoliv tato definice neopomíjí čtečku knih, chybí zde jiné věci. Nedostatkem je především to, že nazývá elektronickou knihou „elektronickou verzi tradiční tištěné

¹ FEATHER, John, a Paul STURGES. *International Encyclopedia of Information and Library Science* [online]. Second edition. London: Routledge, 2003 [cit. 2014-10-26]. s. 168. ISBN 0-203-40330-4. Dostupné z: http://www.academia.edu/4904499/International_Encyclopedia_of_Information_and_Library_Science_-_John_Feather

² ROUSE, Margaret. *What is eBook?* [online]. 2005 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://searchmobilecomputing.techtarget.com/definition/eBook>

knihy“, avšak elektronická kniha může vzniknout i zcela originálně bez předchozí existence knihy tištěné (tzv. digital-born nebo e-born dokumenty).

Při nahlédnutí do českých zdrojů lze nalézt jednu z jednodušších, stručnějších a zároveň jasných definic. Oravová a Filipová předkládá ve své **příručce pro začínající uživatele elektronických knih**:

„E-kniha by měla být (podobně jako ta tištěná) obsahově a časově ukončené dílo. Roli přitom nehraje způsob jejího vzniku – může být vytvořena přímo v počítači (tzv. digital born), ale může vzniknout také digitalizací tištěného dokumentu. Pro čtení elektronických knih je nutno využít nějaké technické čtecí zařízení – čtečku, počítač, tablet a podobně. E-knihy je možno číst buď online (tedy přímo na internetu), nebo offline (tedy stáhnout si je do svého zařízení).“³

V ní jsou vysvětleny nejdůležitější charakteristiky elektronické knihy. Nezapomíná na žádné ze zařízení sloužící k četbě e-knih, ani nevynechává e-knihy, které nemají tištěnou podobu. Uvádí také podobnost e-knihy s knihou klasickou v ukončenosti díla. Podstatný je i dodatek, že e-knihu lze číst i online.

Další, obsáhlejší vymezení nabízí Matušík v **Bulletinu Svazu knihovníků a informačních pracovníků České republiky**:

„... označuje digitální informační objekt, jenž je uspořádáním svého obsahu, jak jej prostřednictvím technického zařízení uživatel vnímá, obdobný tištěné knize v kodexové formě, případně ji alespoň v jisté míře připomíná; tato forma ovšem může být rozvinuta o prostředky soudobých informačních a komunikačních technologií (hypertextové záložky pro odkazy mezi různými částmi téhož objektu, jako jsou například poznámky a odkazy na literaturu, ale i záložky odkazující na jiné objekty; dále může jít o krátké zvukové či audiovizuální záznamy; komplet knihy s uživatelským rozhraním může poskytovat velkou škálu služeb - zvýrazňování, psaní poznámek, vytváření citací atd. atp.). Elektronická kniha může vzniknout jednak převedením tištěné knihy do digitálního záznamu, jednak může být jako digitální přímo koncipována.“⁴

³ ORAVOVÁ, Monika, a Gabriela FILIPOVÁ. *E-knihy aneb první pomoc pro začátečníky*. 1. vyd. Ostrava: Moravskoslezská vědecká knihovna v Ostravě, 2012. s. 4. ISBN 978-80-7054-142-5.

⁴ MATUŠÍK, Zdeněk. Elektronické knihy v knihovnách z pohledu autorského práva. *Bulletin SKIP* [online]. [Praha 1]: Svaz knihovníků a informačních pracovníků ČR, 2010, roč. 19, č. 1 [cit. 2014-10-26]. ISSN 1213 – 5828. Dostupné z: http://skip.nkp.cz/Bulletin/Bull10_118.htm

Tato definice přidává důležitou vlastnost elektronických knih, a to možnost přizpůsobení textu a jeho obohacení o nástroje jako vyhledávání, odkazování, aj. S tímto definováním elektronické knihy se shoduje i Pořízková ve své publikaci **Elektronická kniha jako nakladatelský produkt**, kde zdůrazňuje nutnost obohacení definice o tyto technické vymoženosti. Podle ní nevzniká elektronická kniha jen pouhým převodem tištěné publikace do elektronické.⁵

Ve všech vybraných definicích je vidět snaha definovat e-knihu samostatně jako dokument a distancovat se tak od některých pokusů používat označení elektronická kniha i pro zařízení sloužící ke čtení e-knih, tedy čtečku elektronických knih.

⁵ POŘÍZKOVÁ, Lenka. *Elektronická kniha jako nakladatelský produkt: úvod do problematiky*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. s. 6-8. Editoroom. Günther; č. 13. ISBN 978-80-244-3355-4.

2 Historický vývoj elektronických knih

Klasická kniha – tištěná a psaná – je známa již z dob před naším letopočtem, je na světě přes 5 000 let a spojuje se se vznikem písma. Proti tomu nemůže elektronická kniha bojovat. Je relativně mladá a její vývoj se vztahuje k počátkům informačních technologií a internetu. Vývoj světový i český je úzce spjatý, a tak není možné soustředit se na místní rozvoj elektronických knih bez zmínění nejdůležitějších momentů doprovázejících pronikání elektronických knih ve světě.

2.1 Náhled do světa

Vznik elektronických knih se váže k projektu Gutenberg započatému v r. 1971. Tento projekt se zrodil v USA a jeho duchovním otcem je Michael Hart. Původní vize projektu, kterou plní dodnes, byla poskytnout v elektronické podobě a zdarma co nejvíce literárních textů každému, kdo bude mít zájem.⁶ První dílem přepsaným samotným Hartem do elektronické podoby byla americká Deklarace nezávislosti, a to 4. 7. 1971. V 70. letech, kdy se internet teprve rozjížděl, nedosáhla velkého úspěchu, ale i přesto Hart pokračoval. Postupem času se k němu přidávali další dobrovolníci, jejichž prvním přepsaným dílem byla Bible. Od přepisování textu se přešlo ke skenování, od anglicky psaných knih i ke knihám v jiných světových jazycích, jako je španělština, francouzština či němčina. Od roku 2000 se přidala možnost žádat e-knihy i na CD a DVD.⁷ K 11. 10. 2014 je oficiálně v knihovně projektu Gutenberg přes 46 000 elektronických knih ve formátu EPUB, MOBI a hypertextu.⁸ Nejvíce knih je v angličtině, ale je zastoupeno 55 světových jazyků, mezi nimi i čeština. Prvním českým dílem bylo R. U. R. Karla Čapka.⁹

⁶ Originální vize zní: „*Project Gutenberg's mission would be the following: to put at everyone's disposal, in electronic versions, as many literary works as possible for free.*“.

⁷ LEBERT, Marie. *Project Gutenberg (1971-2008)* [online]. 1. vyd. Toronto: NEF, University of Toronto & Project Gutenberg, 2008 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://www.gutenberg.org/cache/epub/27045/pg27045.html>

⁸ *Free ebooks – Project Gutenberg* [online]. Salt Lake City: Project Gutenberg Literary Archive Foundation, © 2003-2010, 2014-10-11 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://www.gutenberg.org/>

⁹ Browse By Language: Czech. *Free ebooks – Project Gutenberg* [online]. Salt Lake City: Project Gutenberg Literary Archive Foundation, © 2003-2010 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://www.gutenberg.org/browse/languages/cs>

Jiní označují za počátek elektronických knih neúspěšný projekt Dynabook, který původně vznikl r. 1968, ale realizován byl až v počátku 90. let. Spolupráce Microsoftu a Sony v rámci tohoto projektu však nepřinesla ani zlomek úspěchu z projektu Gutenberg.¹⁰

Jisté je, že elektronická kniha se zrodila dříve, než v 90. letech 20. století začal rozmach informačních technologií a internetu spojený i se vznikem nových softwarů určených ke čtení elektronických knih, s konstrukcí čteček a s pronikáním specializovaných webů zaměřených na prodej elektronických knih jako je Amazon (1995), později Google Books (2004) a v poslední době také Safari Books, iBookstore od společnosti Apple a další.¹¹

Kromě komerčního prodeje se elektronické knihy šíří i do oblasti knihovnické. Příkladem je projekt „eBooks on Demand – A European Library Network“ (EOD)¹², který čtenářům umožňuje objednat si digitalizaci spisů za poplatek. Spis musí splňovat dvě podmínky – nesmí se na něj vztahovat autorský zákon a musel vzniknout do r. 1900 (v ČR 1910).¹³ V ČR se zapojily Knihovna Akademie věd ČR, Národní knihovna ČR, Národní technická knihovna, Moravská zemská knihovna v Brně, Vědecká knihovna v Olomouci.¹⁴

2.2 Vývoj v ČR

Stejně jako obyvatelé na českém území poznali později klasickou knihu, tak i elektronické knihy se do České republiky dostaly se zpožděním. Obecně se dá říct, že vývoj v ČR kopíroval ten světový.

Analogii s projektem Gutenberg, lze nalézt v dobrovolnickém projektu ČTE!, který vznikl r. 2000 při Karlově Univerzitě v Praze a má za cíl digitalizovat texty sloužící pro studijní účely a také poskytnout vazbu na další podobně zaměřené weby. Projekt fungoval mezi lety 2000-2002, zpřístupnil 400 textů, nyní je dostupný, ale není aktivně obnovován.¹⁵ Pokus o českou verzi projektu Gutenberg uskutečnil v r. 2009 Daniel

¹⁰ POŘÍZKOVÁ, Lenka. *Elektronická kniha jako nakladatelský produkt: úvod do problematiky*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. s. 22. Editoroom. Günther; č. 13. ISBN 978-80-244-3355-4.

¹¹ Tamtéž s. 29-34.

¹² E-knihy na vyžádání – evropská knihovnická síť (překlad vlastní)

¹³ POŘÍZKOVÁ, Lenka. *Elektronická kniha jako nakladatelský produkt: úvod do problematiky*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. s. 34. Editoroom. Günther; č. 13. ISBN 978-80-244-3355-4.

¹⁴ Evropská síť knihoven. *Books2ebooks* [online]. Innsbruck: Leopold-Franzens-Universität Innsbruck [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://books2ebooks.eu/cs/content/evropsk%C3%A1-s%C3%AD%C5%A5-knihoven>

¹⁵ Č.T.E.! [online]. [Praha]: Vítězslav Praks & Tereza Praksová, 2000-2002 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://cte.cuni.cz>

Dočkal společně se společností Ringier. Už o rok později ale projekt skončil.¹⁶ Jeho cíl se ovšem úplně neshodoval s vizí originálního projektu, spíše chtěl nalákat uživatele, a pak se přetvořit v internetový obchod s e-knihami.¹⁷

Za dobu amerického Amazonu lze v českém prostředí považovat Palmknihy, jejichž server byl v roce 1999 prvním, který začal nabízet na našem území elektronické knihy. Nejprve, do r. 2006, šířili e-knihy bezplatně. Byly to knihy, které již nepodléhaly autorskému zákonu, nebo ty, jejichž autor je dovolil šířit zdarma. Po roce 2006 začali e-knihy prodávat, což se nesetkalo s ohlasem. Druhý, tentokrát úspěšný, pokus o prodej se uskutečnil v r. 2009.¹⁸ Po vzoru světovém se postupně začali objevovat na českém trhu další prodejci jako např. eReading, společnost Wooky, později Kosmas. Nově se snaží prorazit i česká pobočka Martinus.sk, iBookStore a Google Books.

V roce 2002 vznikl i projekt Neknihy (NonLibry). Zpočátku chtěl také prodávat jako jeden z prvních elektronické knihy, většinou za symbolickou cenu. Navíc nabízel často spolupráci začínajícím autorům. Už v r. 2003 ale ukončil tuto činnost a změnil se na komunikační centrum zájemců o literaturu.¹⁹

Co se týče vývoje elektronických knih v knihovnách²⁰ i zde opisuje ČR mezinárodní vývoj, avšak zaostává. V rámci výše zmíněné spolupráce EOD knihovny digitalizují spisy, ale žádná dosud nezrealizovala v zahraničí běžný model půjčování elektronických knih. Za zmínku stojí i projekt digitální knihovny Kramerius vytvořený NK ČR. Obsahuje 8 milionů naskenovaných stran z periodik a knih jak v českém, tak i v německém a ruském jazyce. Vše je zpřístupněno ve formátu DjVu.²¹

¹⁶ BRY. Projekt Gutenberg zastaven. *E15.cz – Strategie* [online]. [Praha 4]: Mladá fronta a. s., 2010 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://strategie.e15.cz/zpravy/projekt-gutenberg-zastaven>

¹⁷ JIROUŠEK, Václav. E-knihy. *Bulletin SKIP* [online]. [Praha 1]: Svaz knihovníků a informačních pracovníků ČR, 2009, roč. 18, č. 4 [cit. 2014-10-26]. ISSN 1213 – 5828. Dostupné z: http://bulletin.skipcr.cz/bulletin/Bull09_420.htm

¹⁸ O nás. *Palmknihy.cz* [online]. [Praha 1]: Palmknihy, © 2000 – 2014 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://www.palmknihy.cz/o-nas>

¹⁹ *NonLibri / Neknihy* [online]. [Praha 4]: Sprinx s.r.o., © 2002 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://www.neknihy.cz/>

²⁰ Role knihoven se podrobněji věnuje kapitola 6.

²¹ *Kramerius* [online]. [Praha]: Národní knihovna ČR a Knihovna Akademie věd ČR, ©2003-2010 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://kramerius.nkp.cz>

3 E-kniha z hlediska nakladatele

Vydávat elektronické knihy je v řadách věcí odlišné od vydávání klasických knih. Jelikož e-knihy jsou teprve v začátcích, doprovází i jejich publikování mnoho nejasností. Jednou z věcí, která ovlivňuje vydávání e-knih, je i její identifikace, především pomocí ISBN kódu. Neméně důležitá otázka je povinnost odevzdávání výtisků. Obě skutečnosti se odvozují právě od jejich aplikace na klasické knihy.

3.1 Identifikace e-knihy

System mezinárodního standardního číslování knih, známý pod zkratkou ISBN, na našem území funguje od r. 1989. Od roku 2007 zaznamenal řadu transformací právě kvůli narůstajícímu zájmu o elektronické knihy, často nazývané v rámci ISBN jako online publikace. Nejznamenitější změna souvisela s nahrazením desetimístného kódu třináctimístným, čímž bylo docíleno v rámci systému dostatečné kapacity i pro elektronické knihy.²²

Příručka uživatele systému ISBN vydaná českou Národní agenturou ISBN fungující při NK ČR rozlišuje různé druhy elektronických knih a pro každý typ stanovuje podmínky zvlášť. Jako značně široký pojem definuje elektronické publikace: „*informační zdroje, které jsou uchovávány v elektronické podobě a jsou dostupné v prostředí počítačových sítí nebo prostřednictvím jiných technologií distribuce digitálních dat a tvoří uzavřený celek (např. na discích CD-ROM nebo DVD-ROM)*.“²³ V rámci nich vyčleňuje online publikace jako typ elektronických publikací, které jsou však k dispozici pouze online, což by nejlépe odpovídalo e-knihám. Oběma výše zmíněným typům přiřazuje číslo ISBN, pokud v jejich obsahu převažuje text. Samostatně jsou uvedeny monografie, které nebyly publikovány jako tzv. digital-born, tedy ty, které vznikly převedením tištěné verze do digitální (např. oskenováním). V tomto případě se nové ISBN neuděluje.²⁴ Rozdílné ISBN se přiřazuje i různým formátům e-knih a také odlišným formátům zabezpečení, anebo verzím, které se obsahově liší (např. verze s barevnými obrázky a verze s černobílými ilustracemi).²⁵

²² JEŘÁBEK, Antonín. *Příručka uživatele systému ISBN* [online]. 5., zcela přepracované vyd. Praha: Národní knihovna ČR, 2006, březen 2011 [cit. 2014-10-30]. s. 4-5. Dostupné z: <http://www.nkp.cz/soubory/ostatni/prirucka-isbi-13.pdf>

²³ Tamtéž s. 25.

²⁴ Tamtéž s. 24-29.

²⁵ Tamtéž s. 74.

Druhou formou identifikace elektronických knih je tzv. identifikátor digitálního objektu se zkratkou DOI. Tento systém slouží pro dlouhodobou, stabilní a přesnou identifikaci elektronických dokumentů a reaguje na neefektivnost URL. Primárně je užíván u článků, příspěvků ve sbornících, informačních zdrojích z databází a elektronických knih. Formou kódu je označeno dané elektronické dílo, a to je pak dohledatelné, i když např. dojde ke změně v umístění dokumentu.²⁶

Služba DOI je placená, stejně tak i přidělení ISBN se v řadě zemí platí, a tak se stává s elektronickými knihami pro nakladatele poměrně drahou záležitostí. V ČR služba ISBN zatím nebyla zpoplatněna. Obě služby jsou dobrovolné a lze je použít současně.²⁷

3.2 Povinné výtisky

Odevzdání povinných výtisků vybraným knihovnickým institucím (tzv. depozitním knihovnám) je dáno zákonem č. 37/1995 Sb. u neperiodických publikací a zákonem č.46/2000 Sb. u periodických publikací.²⁸ Elektronické knihy se řadí k neperiodickým, a proto bude analyzován první z uvedených zákonů. Zákon byl uveřejněn ve Sbírce zákonů dne 8. 2. 1995 a od té doby doznal jen minimálních změn, které lze najít ve vyhláškách k němu příslušejících.²⁹ V r. 1995 však nebylo povědomí o e-knihách, natož o tom, jaký se v budoucnu zaznamenají rozmach. Z těchto důvodů by si zákon zasloužil renovaci.

Dle výše uvedeného zákona má nakladatel povinnost odevzdávat „*rozmnnoženiny literárních, vědeckých a uměleckých děl určené k veřejnému šíření, které jsou vydávány jednorázově, popřípadě nejvýše jednou ročně anebo po částech i častěji, tvoří-li obsahově jeden celek.*“³⁰ Celbová uvádí ve svém článku, že jelikož není blíže specifikována forma těchto děl, bylo by možné zákon vztáhnout i na elektronické publikace. Nicméně není

²⁶ DOLÁKOVÁ, Alena. Na co si dát pozor při citování elektronických internetových zdrojů. *Knihovna VŠE – CIKS* [online]. Praha: Vysoká škola ekonomická, © 2000-2014, 2014-06-02 [cit. 2014-10-30]. Dostupné z: <http://ciks.vse.cz/citace/internet.aspx>

²⁷ POŘÍZKOVÁ, Lenka. *Elektronická kniha jako nakladatelský produkt: úvod do problematiky*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. s. 87-88. Editoroom. Günther; č. 13. ISBN 978-80-244-3355-4.

²⁸ ŽÍŽALA, Martin. Správa elektronických publikací v síti knihoven ČR. *Ikaros* [online]. 2012, ročník 16, číslo 4 [cit. 2014-10-30]. Dostupné z: <http://ikaros.cz/sprava-elektronicky-publikaci-v-siti-knihoven-cr>

²⁹ Povinný výtisk neperiodických publikací. *NK ČR* [online]. Praha 1: Národní knihovna ČR, 2012 [cit. 2014-10-30]- Dostupné z: <http://www.nkp.cz/sluzby/sluzby-pro/povinne-vytisky/pv>

³⁰ Česká republika. Zákon č. 37/1995 Sb., o neperiodických publikacích. In: *Sbírka zákonů České republiky*. Praha: Ministerstvo vnitra, 1995, roč. 1995, 8.

popsána forma, kterou by mělo být odevzdávání povinných výtisků prováděno, a tak je stejně potřeba zákon novelizovat.³¹

Z důvodu zachování písemného kulturního dědictví i v dobách, kdy se elektronické publikace rozmáhají, vzniká pod záštitou NK ČR řada dobrovolných projektů. Pro představu lze uvést např.:

- projekt Kramerius – slouží k digitalizaci tištěných dokumentů;
- projekt WebArchiv – má za úkol archivaci webových stránek;
- projekt e-deposit (dříve edpilot) – funguje na principu rámcových smluv mezi NK ČR a nakladatelem elektronické publikace a jeho cílem je archivace a zpřístupnění těchto elektronických publikací.³²

I přes vlastní iniciativu, kterou NK ČR reaguje na měnící se knižní trh, stále trvá nutnost zakotvení elektronických knih v příslušné legislativě.

3.3 Self-publishing

Jako self-publishing se označuje vydání knihy bez využití služeb nakladatele, tedy případ, kdy si autor vydá knihu sám. Není však pravdou, že musí jít o amatérskou produkci. Autor si může najmout nezávislé profesionály na část prací spojených s přípravou knihy k vydání (např. na úpravu grafiky, korektury, tvorbu obálky). Podstatnou charakteristikou self-publishingu je fakt, že celé riziko související s vydáním knihy stojí na samotném autorovi. E-kniha publikovaná touto formou může dostat ISBN.³³

Self-publishing je vhodnější pro díla autorů, kteří již získali prestiž a věhlas. Začínající autoři velmi těžko hledají čtenáře, pokud jejich tvorba není zastřešena jménem známého nakladatelství. Další oblastí příhodnou pro tento typ vydání je v případě, že je předem zaručený odbyt (např. publikování firemních materiálů pro zaměstnance).³⁴

Publikovat lze prostřednictvím platformy, anebo bez jejich účasti. Mimo platformy lze vydávat ve formě textového souboru, anebo s pomocí konvertoru vytvořit ostatní formáty e-knih. Při využití platformy autor získá profil a umístění své knihy

³¹ CELBOVÁ, Ludmila. Povinný výtisk elektronických publikací, zejména vzdálených elektronických zdrojů. *Ikaros* [online]. 2000, roč. 4, č. 10 [cit. 2014-10-31]. ISSN 1212-5075. Dostupné z: <http://www.ikaros.cz/node/670>

³² Úvod. *Dobrovolné uložení elektronických publikací* [online]. Praha: Národní knihovna ČR, © 2011 [cit. 2014-10-31]. Dostupné z: <http://edpilot.nkp.cz/wp>

³³ POŘÍZKOVÁ, Lenka. *Elektronická kniha jako nakladatelský produkt: úvod do problematiky*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. s. 70. Editoroom. Günther; č. 13. ISBN 978-80-244-3355-4.

³⁴ Tamtéž s. 72.

v elektronickém obchodě, které je většinou zdarma, ale odvádí se následně procenta z prodeje. U nezávislých platforem se knihy zpravidla objeví ve více e-shopech, u platforem velkých společností (jako je Apple, Amazon, Barnes & Noble, Kobo, aj.) je kniha nabízena jen v obchodu, který vlastní společnost.³⁵

³⁵ POKORNÝ, Lukáš. Platformy pro elektronický self-publishing: charakteristiky a srovnání (1. část). *Inflow – information journal* [online]. [Brno]: Inflow, 2014 [cit. 2014-11-10]. ISSN 1802–9736. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/platformy-pro-elektronicky-self-publishing-charakteristiky-srovnani-1-cast>

4 Technická stránka elektronických knih

Elektronické knihy se během svého vývoje potýkají s otázkami týkající se technického hlediska. Mezi hlavní dilema patří volba formátu, typ zabezpečení elektronického obsahu a s ním související definování okruhu zákazníků, kterým bude daná kniha k dispozici.

4.1 Formáty e-knih

Elektronické knihy se publikují v nepřehledném množství formátů, což vytváří problémy plynoucí z jejich vzájemné nekompatibility a také z toho, že některé zařízení nepodporují všechny formáty. S volbou formátu souvisí i volba zabezpečení, které bude rozebráno v následující podkapitole.

První formáty, v nichž se objevovaly elektronické knihy, se vztahují k době, kdy započala digitalizace původně tištěných knih, hlavně formou přepisu. Byly jimi TXT, HTML a RTF. Nebyly však stvořeny primárně pro e-knih jako formáty, které jsou používány dnes. Pro naskenované knihy se často používá formát DjVu. Jako jeden z prvních formátů určených výhradně e-knihám byl r. 1999 vytvořen Open eBook. Byl však později nahrazen jinými formáty a dnes se již nepoužívá.³⁶

Nyní je jedním z nejpoužívanějších formátů pro knihy PDF (celým názvem Portable Document Format), který může sloužit jak pro naskenované tištěné knihy, tak pro digital-born knihy, avšak není původně vytvořený za tímto účelem. Jeho výhodou je zachování vzhledu tištěné podoby. Naopak velkou nevýhodou oproti dalším formátům je nemožnost přizpůsobení knihy uživateli (např. změna velikosti písma, absence adaptace textu rozměrům displeje).³⁷ Existuje také upravená podoba PDF pro čtečky, ve které jsou minimalizovány okraje, a tak je docíleno zobrazení lepšího zobrazení na malých displejích čteček. Obě verze podporují DRM.³⁸

Dalším velmi rozšířeným formátem je MOBI (celým názvem Mobipocket). Byl vyvinut přímo pro publikování elektronických knih jako otevřený formát založený na

³⁶ POKORNÝ, Lukáš. Formáty elektronických knih: specifika a popularita. *Inflow – information journal* [online]. [Brno]: Inflow, 2012 [cit. 2014-11-03]. ISSN 1802–9736. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/formaty-elektronickych-knih-jejich-specifika-popularita>

³⁷ POŘÍZKOVÁ, Lenka. *Elektronická kniha jako nakladatelský produkt: úvod do problematiky*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. s. 36. Editoroom. Günther; č. 13. ISBN 978-80-244-3355-4.

³⁸ POKORNÝ, Lukáš. Formáty elektronických knih: specifika a popularita. *Inflow – information journal* [online]. [Brno]: Inflow, 2012 [cit. 2014-11-03]. ISSN 1802–9736. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/formaty-elektronickych-knih-jejich-specifika-popularita>

Open eBook, XHTML a Javascriptu.³⁹ Lze do něj vkládat DRM, čehož využila společnost Amazon a na jeho základech postavila vlastní formát AZW uplatňovaný na e-knihy prodávané ve svém e-shopu. Inovací AZW nedávno vznikl i formát KF8 určený pro tablet Kindle Fire a čtečky s novým firmwarem. Na rozdíl od PDF podporuje zalamování řádků.⁴⁰

Formátem, který v budoucnu zřejmě převládne a bude označován za univerzální, je EPUB (celým názvem Electronic Publication). Impulsem pro jeho vznik bylo nahrazení Open eBooku. Funguje na bázi HTML a XML.⁴¹ Podporuje DRM a je formátem vyhrazeným pro e-knihy. Jeho modifikaci používá Apple ve svém iBookstoru pod název iBook a v ČR společnost Wooky pod formátem Wooky.⁴²

4.2 Možnosti zabezpečení obsahu

Otázka zabezpečení obsahu je jedním z hlavních kritérií nakladatelů při poskytnutí knih v elektronické podobě. Jeho použití souvisí především s ochranou autorských práv. V dnešní době jsou aktivně využívány metody autentizace přístupu uživatele, fragmentace textu a různé typy DRM ochrany.

Autentizací se rozumí rozpoznání identity uživatele a používá se především při vzdálených přístupech do databází s elektronickými zdroji, které poskytují svým studentům univerzity anebo svým uživatelům knihovny. Tento typ zabezpečení může identifikovat čtenáře buď pomocí IP adresy, nebo pomocí institucionálního přihlášení přes Shibboleth.⁴³

Některé knihovny a poskytovatelé uplatňují fragmentaci textu po kapitolách, anebo i stránkách. Tento druh zabezpečení se používá zejména u elektronických časopisů, u e-knih méně. Není vázán na žádný typ zařízení a lze se s ní setkat např. u Oxford University Press a Cambridge University Press.⁴⁴

³⁹ POŘÍZKOVÁ, Lenka. *Elektronická kniha jako nakladatelský produkt: úvod do problematiky*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. s. 36. Editoroom. Günther; č. 13. ISBN 978-80-244-3355-4.

⁴⁰ POKORNÝ, Lukáš. Formáty elektronických knih: specifika a popularita. *Inflow – information journal* [online]. [Brno]: Inflow, 2012 [cit. 2014-11-03]. ISSN 1802–9736. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/formaty-elektronickych-knih-jejich-specifika-popularita>

⁴¹ POŘÍZKOVÁ, Lenka. *Elektronická kniha jako nakladatelský produkt: úvod do problematiky*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. s. 36. Editoroom. Günther; č. 13. ISBN 978-80-244-3355-4.

⁴² POKORNÝ, Lukáš. Formáty elektronických knih: specifika a popularita. *Inflow – information journal* [online]. [Brno]: Inflow, 2012 [cit. 2014-11-03]. ISSN 1802–9736. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/formaty-elektronickych-knih-jejich-specifika-popularita>

⁴³ PAVLÍK, Jiří, a Jan MACH. Zabezpečení e-knih. In: BOUDA, Tomáš a kol. *Elektronické knihy v českých knihovnách*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2012. s. 44. ISBN 978- 80-210-6000-5.

⁴⁴ Tamtéž str. 45.

Velmi rozšířenou možností zabezpečení e-knih je Digital Rights Management (dále jen DRM). Obecně lze hovořit o dvou formách, a to měkkém a tvrdém DRM. Měkké neboli sociální DRM je charakteristické tím, že je do elektronické knihy při nákupu vložen identifikační údaj o nakupujícím, podle něhož ho lze vystopovat v případě, že by se dopustil neoprávněného jednání s e-knihou (např. zveřejnil ji na internetu). Identifikace může být provedena různými způsoby: číslem platební karty, jménem a příjmením kupujícího, číslem objednávky, identifikačním kódem, aj. Měkké DRM se uplatňuje u formátu EPUB, MOBI a PDF. Podporuje ho velké množství čteček a aplikací ke čtení elektronických knih, avšak je snadné ho ze souboru odstranit. U tohoto druhu zabezpečení se apeluje na dobré mravy a dodržování etiky ze strany čtenáře.⁴⁵

Tvrdé DRM se aplikuje prostřednictvím programové úpravy souboru s e-knihou, přesněji řečeno zašifrováním souboru, čímž je zajištěno, že e-knihu bude možno přečíst jen na zařízeních podporujících toto šifrování. Nejrozšířenější v rámci tvrdého DRM je Adobe DRM od společnosti Adobe Systems Incorporated. Uplatnit ho lze u formátů PDF a EPUB. Zpřístupnění e-knihy chráněné tímto typem tvrdého DRM probíhá prostřednictvím autorizace uživatele pomocí unikátního Adobe ID, které lze získat registrací na severu Adobe Content. Při koupi knihy si čtenář stahuje u prodejce jen soubor obsahující údaje o publikaci a o kupujícím. Samotnou e-knihu si stáhne až po autorizaci pomocí programu Adobe Digital Edition v počítači, nebo pomocí příslušné aplikace ve čtečce, tabletu, či telefonu. Díky Adobe ID není dokument svázan pouze s jedním zařízením. Nedokonalostí ochrany je, že po otevření souboru lze zabezpečení odstranit pomocí softwaru. Limitace Adobe DRM se vztahuje např. na čtečku Amazon Kindle, která tento typ nepodporuje. Amazon používá u knih prodávaných ve svém obchodě jinou formu tvrdého DRM, a to Kindle DRM vázající se k formátu AZW a KF8. Stejně jako u prvně zmíněného Adobe DRM je potřeba ke čtení aplikace nebo hardwarová čtečka dané společnosti. I u tohoto typu tvrdého DRM je možnost odstranění ochrany pomocí softwaru. Oproti předchozím zabezpečením tvrdé DRM od společnosti Apple nelze odstranit žádnou dostupnou aplikací. Apple Fairplay DRM se používá u e-knih ve formátu EPUB prodávaných v obchodu iBookstore. Takto zabezpečené e-knihy lze číst pouze na zařízeních z dílny Applu (iPad, iPhone, iPod touch a MacBook).⁴⁶

⁴⁵ POŘÍZKOVÁ, Lenka. *Elektronická kniha jako nakladatelský produkt: úvod do problematiky*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. s. 45-46. Editoroom. Günther; č. 13. ISBN 978-80-244-3355-4.

⁴⁶ PAVLÍK, Jiří, a Jan MACH. Zabezpečení e-knih. In: BOUDA, Tomáš a kol. *Elektronické knihy v českých knihovnách*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2012. s. 44-48. ISBN 978- 80-210-6000-5.

Speciální formou tvrdého DRM je proprietární řešení, které se sestává z vytvoření speciální aplikace, pomocí níž lze pracovat s e-knihou. Na českém trhu proprietární DRM využívá společnost Wooky. E-knihy chráněné Wooky DRM jsou ve formátu XML a lze je číst na tabletech a čtečkách společnosti a na zařízeních vybavených softwarovou čtečkou Wooky dostupnou pro počítače, pro tablety a chytré telefony s Androidem a iOSem. Proprietární ochranu je většinou velmi těžké odstranit a navíc autor ochrany ji může jednoduše prostřednictvím aplikace aktualizovat.⁴⁷

4.3 Typy prodeje

I v této oblasti převzala Česká republika model známý z USA a rozdělila prodej elektronických knih do dvou odlišných systémů – otevřeného a uzavřeného. Oba typy prodeje úzce souvisí s předchozími technickými stránkami e-knihy, tedy zabezpečením a formátem elektronické knihy.

Uzavřeným systémem se rozumí takový, který určuje pro e-knihu specifický okruh zákazníků. E-kniha je poskytnuta pouze v konkrétním formátu náležejícímu danému internetovému obchodu a zabezpečení je svázáno přímo s uživatelem, a tak lze obsah zobrazit pouze na některých zařízeních. První byl tento typ použit Amazonem. V ČR ho aplikuje společnost Wooky.⁴⁸

Otevřený systém prodeje je volnější a podobá se klasické distribuci knih. Není zvolen výhradní prodejce, ani konkrétní zařízení ke čtení, naopak e-kniha je dostupná ve více formátech a v různých internetových obchodech. V rámci něj se nejčastěji používají nejrozšířenější formáty EPUB, PDF, MOBI a zabezpečení formou sociálního DRM, nebo ochrana zcela chybí. Tento typ je v ČR uplatňován častěji než uzavřený způsob prodeje.⁴⁹

⁴⁷ PAVLÍK, Jiří, a Jan MACH. Zabezpečení e-knih. In: BOUDA, Tomáš a kol. *Elektronické knihy v českých knihovnách*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2012. s. 48. ISBN 978- 80-210-6000-5.

⁴⁸ TICHÝ, Vladimír. Elektronické knihy. *Duha* [online]. Brno: Moravská zemská knihovna v Brně, 2012, roč. 26, č. 2 [cit. 2014-11-03]. ISSN 1804-4255. Dostupné z: <http://duha.mzk.cz/clanky/elektronicke-knihy>

⁴⁹ Tamtéž.

5 Zařízení ke čtení elektronických knih

Ke čtení elektronické knihy lze použít řadu zařízení. Základní dělení je na hardwarové a softwarové čtečky. V současné době je vývoj v oblasti čtení elektronických knih nejpříznivější k tabletům, zatímco klasické hardwarové čtečky se dostávají do pozadí. Důkazem je i to, že Amazon, který se dosud zaměřoval na hardwarové čtečky, uvedl do prodeje vlastní tablet a spustil pro něj obchod s aplikacemi.⁵⁰

5.1 Softwarové čtečky

U všech typů softwarových čteček je nutná instalace aplikace, která umožní čtení e-knih. Typ formátu elektronických knih, které zařízení umožní číst, závisí na druhu nainstalované aplikace. Pro ilustraci lze uvést např. softwarové programy a aplikace od společnosti Amazon, Wooky a Apple nebo softwarové čtečky Adobe Reader, Bluefire Reader, QReader, FBReader, Microsoft Reader.⁵¹

Počítače a notebooky patří k prvním zařízením, na kterých se začaly e-knihy číst, a jsou oblíbené dodnes. Většinou se využívají spíše pro čtení odborných a studijních textů, než beletrie. Nejčastěji se na nich čte prostřednictvím softwarové čtečky Adobe Reader podporující formát PDF. Nevýhodou je malá výdrž, nemobilnost, nepříjemné podsvícení a nemožnost číst na slunci. Výhodou jsou větší displeje. Tablety a chytré telefony jsou mobilnější, lehčí a mají větší výdrž baterie. Stejně jako počítače ale unavují oči světlem. Hlavní výhodou proti hardwarovým čtečkám je barevný displej a možnost provozování dalších aktivit kromě čtení e-knihy.⁵²

5.2 Hardwarové čtečky

Tento typ čteček se nejvíce blíží čtení klasických knih. Používá speciální technologii E-Ink⁵³, která nevyzařuje světlo, a tak je šetrnější k očím i ke spotřebě energie. I pokud má čtečka podsvícení, není jako u předchozích zařízení vedeno proti očím, ale zajištěno speciální vrstvou displeje. Nevýhodou je zobrazování obsahu pouze v černobílé podobě, a tak se spíše využívají pro beletrii než pro odborný text s grafy, obrázky apod.

⁵⁰ POKORNÝ, Antonín. Čtečku nebo knihu?. In: Libuše FOBEROVÁ, ed. *Konference Kniha ve 21. století: téma: "Budoucnost knihoven - trendy a směry": 15.-16. února 2012*. Opava: Slezská univerzita, 2012. s. 85. ISBN 978-80-7248-822-3.

⁵¹ ORAVOVÁ, Monika, a Gabriela FILIPOVÁ. *E-knihy aneb první pomoc pro začátečníky*. 1. vyd. Ostrava: Moravskoslezská vědecká knihovna v Ostravě, 2012. s. 11. ISBN 978-80-7054-142-5.

⁵² VYTLAČIL, Petr. Jak a na čem číst e-knihy a e-časopisy. *Ebooky.cz* [online]. Ebooky.cz, 2014 [cit. 2014-11-10]. Dostupné z: <http://www.ebooky.cz/jak-a-na-cem-cist-e-knihy-a-e-casopisy>

⁵³ Označení pro „elektronický inkoust“.

Rovněž hardwarové čtečky jsou poslední dobou doplňovány o funkce navíc, jako je přehrávač hudby nebo internetový prohlížeč. Příkladem hardwarové čtečky je PocketBook, Prestigio nebo Kindle.⁵⁴

⁵⁴ VYTLAČIL, Petr. Jak a na čem číst e-knihy a e-časopisy. *Ebooky.cz* [online]. Ebooky.cz, 2014 [cit. 2014-11-10]. Dostupné z: <http://www.ebooky.cz/jak-a-na-cem-cist-e-knihy-a-e-casopisy>

6 Elektronické knihy v knihovnách

Situace knihoven se s rozšiřování e-knih mění, a tak se na ni snaží reagovat řadou služeb. Bohužel v ČR není z hlediska právního možné půjčovat elektronické knihy bez hmotného nosiče, protože se na ně nevztahuje knihovní licence. Půjčování e-knih, které lze pozorovat v zahraničí, je v případě českých e-knih možné uplatnit pouze při uzavření licenčních smluv s autory a nakladateli, což však zatím v ČR nefunguje. Do budoucna by se české knihovny chtěly inspirovat systémy OverDrive a Onleihe, které používají knihovny v USA a Německu. Fungují na následujícím principu: knihovnou je zakoupena multilicence zajišťující určitý počet kusů e-knihy k půjčení, čtenář si stáhne e-knihu do svého zařízení s bezplatným softwarem systému, po vypršení výpůjční lhůty tento software knihu ze zařízení smaže a zpřístupní pro další čtenáře.⁵⁵

České knihovny se mezitím v oblasti e-knih soustředí na jiné aktivity. Řada z nich půjčuje hardwarové čtečky svým uživatelům a pořádá semináře, které poskytují osvětu v oblasti jejich používání. Standardní službou knihoven je dnes vzdálený přístup do online databází se zahraničními elektronickými zdroji jako např. EBSCOhost, ebrary. V rámci projektů se snaží o digitalizaci tištěných knih a poskytování elektronických verzí alespoň u dokumentů, na které se již nevztahují autorské práva.⁵⁶

Snaha o zpřístupňování českých e-knih se odráží ve vzniku projektů. V rámci projektu Městské knihovny v Praze s názvem **E-knihy do každé knihovny** nabízejí zapojené pobočky možnost, aby jejich uživatelé četli e-knihy na terminálech umístěných v prostorách knihoven. Prostřednictvím autentizace Shibboleth některé knihovny nabízejí půjčování e-knih na platformě eReading.cz, kdy nakoupí e-knihu na 21 dní a půjčí ji dál. Na principu výpůjčky svázané s kupónem, kterým čtenář aktivuje danou výpůjčku, funguje platforma Flexibooks. V tomto případě může knihovna nakoupit e-knihu na měsíc, anebo rok.⁵⁷

⁵⁵ ORAVOVÁ, Monika, a Gabriela FILIPOVÁ. *E-knihy aneb první pomoc pro začátečníky*. 1. vyd. Ostrava: Moravskoslezská vědecká knihovna v Ostravě, 2012. s. 25. ISBN 978-80-7054-142-5.

⁵⁶ Tamtéž s. 24-26.

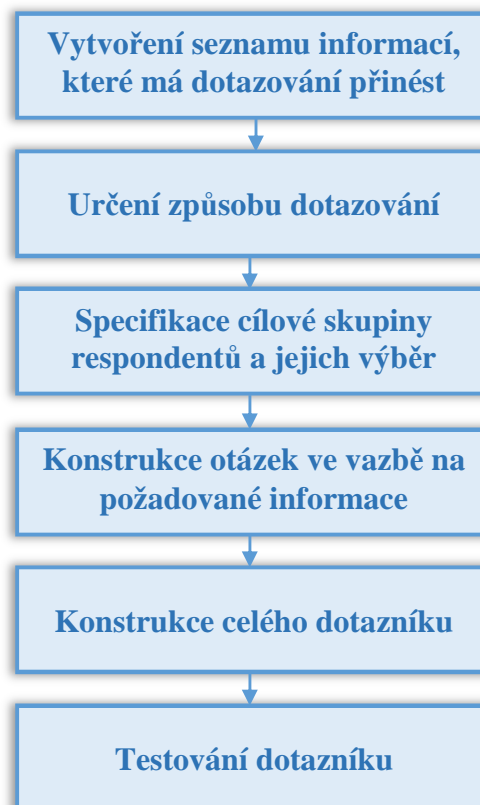
⁵⁷ PAVLÍK, Jirí, a Květa HARTMANNOVÁ. České e-knihy pro knihovny, zkušenosti z Univerzity Karlovy v Praze. In: *INFORUM 2014: 20. ročník konference o profesionálních informačních zdrojích, Praha 27.-28. 5. 2014* [online]. Praha: Albertina icome Praha, 2014 [cit. 2014-11-10]. ISSN 1801-2213. Dostupný z: <http://www.inforum.cz/pdf/2014/pavlik-jiri.pdf>

7 Dotazování a dotazník

Jelikož v praktické části této práce budou k analýze českého trhu elektronických knih použity i dotazníky, pojednává následující kapitola o teoretické stránce této metody marketingového výzkumu.

Dotazování je nejrozšířenějším způsobem sběru primárních dat a jako nástroj při provádění dotazování se nejčastěji používá dotazník, i když jsou případy, kdy lze dotazovat i bez použití dotazníku. Pro dosažení předsevzatých cílů, které by mělo dotazování přinést, je potřeba postupovat při tvorbě dotazníku v určitém sledu a podle doporučených pravidel, jejichž fáze lze vidět na obrázku č 1.⁵⁸

Obrázek 1 Fáze procesu tvorby dotazníku



Zdroj: KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. s. 187. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.

Prvním krokem v tvorbě dotazníku je určení cílů výzkumu, z nichž vyplyne specifikace informací, které je třeba dotazováním zjistit. V této fázi je vhodné vytvořit seznam dat a informací, které povedou k dosažení daného cíle a potvrzení, nebo vyvrácení

⁵⁸ KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. s. 186. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.

hypotéz vycházejících z něj. Pokud bude tento seznam vytvořen kvalitně, bude později snazší plnit další kroky procesu tvorby dotazníku. Důležité je do seznamu zapojit pouze podstatné informace, eliminovat nadbytečné údaje a naopak neopomenout stěžejní informace. V případě, že bude seznam obsahovat nepotřebné informace, bude dotazník zbytečně dlouhý, a tak se může později ztratit zájem dotazovaného. Nastane-li opačný případ a v seznamu bude vynechána některá zásadní informace, již ji zpětně nelze získat, a tak se dotazník i jeho výsledky stanou neúplnými.⁵⁹

V druhé fázi tohoto procesu je potřeba stanovit, jakým způsobem bude dotazování provedeno. Existují čtyři typy dotazování:

- Osobní (rozhovor) – forma dotazování, při které dochází k osobnímu kontaktu mezi dotazovaným a tazatelem, tzv. z očí do očí; vyznačuje se vysokou návratností, avšak je to finančně nejnáročnější druh; vzájemná interakce je výhodou při vyjasnění otázek, ale může vést k ovlivnění respondenta.
- Telefonické – oproti osobnímu dotazování se vyznačuje rychlejším zpracováním informací a nižšími náklady; nicméně telefonické dotazování nemá širokou veřejnost příliš v oblibě; v praxi funguje tak, že získané informace tazatel zadává přímo do počítače, a tak se ihned zpracovávají.
- Online – v současné době je upřednostňováno pro nízké finanční náklady, malou časovou náročnost, rychlost, adresnost a absenci tazatele, a tak eliminaci ovlivňování respondenta; při dnešním rozmachu online dotazování může dojít k vnímání dotazníku respondentem jako formy spammingu (nevyžádané pošty); probíhá prostřednictvím e-mailové komunikace, na webových stránkách a sociálních sítích.
- Písemné (nazývané i anketární) – probíhá prostřednictvím pošty; v současnosti se od něj ustupuje, a to z důvodu velmi malé návratnosti, navíc ve velkém časovém horizontu, a tak prodlužování dotazování; výhodou, stejně jako u online dotazování, je neovlivnitelnost respondenta.⁶⁰

Ve třetím kroku procesu je třeba stanovit cílovou skupinu respondentů. První možností je použít základní soubor tvořený všemi, kteří splňují zadaná kritéria (např. věk, uživatelé daného výrobku, vzdělanostní skupina, pozice na trhu, geografická lokalita).

⁵⁹ KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. s. 186-187. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.

⁶⁰ MACHKOVÁ, Hana. *Mezinárodní marketing*. 2., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2006, s. 52-54. ISBN 80-247-1678-X.

Tato možnost je ve většině případů příliš velká, což by výzkum prodloužilo a prodražilo, a tak se často přistupuje k možnosti druhé, a to zvolení výběrového souboru. S výběrovým souborem se přistupuje k nevyčerpávajícímu šetření. Způsobů výběru vzorku respondentů je nepřehledně. Lze použít pravděpodobnostní (náhodné) výběry – prostý náhodný výběr losem, generátorem náhodných čísel, u větších souborů se používá spíše víceetapňový náhodný výběr, který spočívá v rozdělení základního souboru na dílčí. Další možnostmi jsou záměrné výběry jako kvótní výběry, výběry vhodného úsudku a vhodné příležitosti.⁶¹ Specifickým typem je samovýběr, kdy o výběru rozhodují sami respondenti svou ochotou vyplnit dotazník. Posledním krokem vedoucím ke stanovení výběrového souboru je jeho velikost, která se odvíjí od nákladů, nebo se určuje intuitivně pomocí slepého odhadu, či se stanoví prostřednictvím přesných statistických metod.⁶²

Ve čtvrtém kroku se tvoří jednotlivé otázky, které by měly přinést příslušné data a informace uvedené v seznamu z první fáze procesu. Otázky je třeba formulovat jasně, konkrétně, tak aby se vyloučila možnost omylu a nedorozumění. Dále je nutno eliminovat dlouhé otázky a dát si pozor, aby se otázky nepřekrývaly. Respondent by měl mít možnost neodpovědět, případně odpovědět jinak. Typ otázky se volí podle informace, kterou má přinést. Důležité je určit počet odpovědí, které budou nabízeny, a kolik odpovědí lze vybrat, zda budou otázky otevřené, uzavřené, polouzavřené, nebo škály.⁶³

Pátou fází je konstrukce celého dotazníku. Struktura dotazníku by vždy měla být logická a dynamická, aby se respondent snadno orientoval a neunavil. Před samotným dotazníkem je zvykem uvést hlavičku, ve které bude vysvětlen účel dotazníku, způsob vyplňování, uveden počet otázek a průměrný čas vyplnění, případně informace o zajištění anonymity, nabídka možnosti podstoupení výsledků a nakonec poděkování respondentovi.⁶⁴ Seřadit otázky v dotazníku se doporučuje následovně:

- Úvodní (kontaktní) otázky – musí respondenta zaujmout, aby byl ochotný pokračovat; měly by navodit pocit, že dotazník bude zábavný a zajímavý; důležité je, aby byly snadné a neodradily respondenta.

⁶¹ FORET, Miroslav a Jana STÁVKOVÁ. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003, s. 52-59. ISBN 80-247-0385-8.

⁶² KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. s. 198-199. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.

⁶³ ZBOŘIL, Kamil. *Marketingový výzkum: metodologie a aplikace*. 2. vyd. Praha: Oeconomica, 2003. s. 55-60. ISBN 80-245-0615-7.

⁶⁴ KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. s. 206-207. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.

- Filtrační otázky – slouží k vyloučení respondentů, kteří nezapadají do cílové skupiny.
- Tematické (meritorní) otázky – týkají se cíle a nacházejí se uprostřed dotazníku; dělí se na zahřívací, které jsou obecnější, a specifické, které se zabývají jádrem problému.
- Provokativní otázky – na závěr dotazníku je respondent spíše ochoten odpovědět na konfliktní otázky než na začátku, kdy by dotazník ukončil.
- Identifikační otázky – poskytnou základní charakteristiky respondenta (např. věk, nejvyšší dosažené vzdělání, geografická lokalita, pohlaví).⁶⁵

Posledním krokem v přípravě dotazníku je pilotáž, tedy spuštění dotazníku pro malou skupinu respondentů, kteří otestují, zda je dotazník vytvořen správně, zda poskytne požadované informace, a také pomohou nalézt případné nejasnosti ve formulaci otázek, chybějící možnosti odpovědí. Testování dotazníku poskytuje možnost oprav a vylepšení předtím, než bude zahájeno oficiální dotazování.⁶⁶

⁶⁵ ZBOŘIL, Kamil. *Marketingový výzkum: metodologie a aplikace*. 2. vyd. Praha: Oeconomica, 2003. s. 60-61. ISBN 80-245-0615-7.

⁶⁶ Tamtéž s. 63-64.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

8 Analýza trhu z hlediska poptávky

Podkladem pro analýzu českého trhu s elektronickými knihami z hlediska poptávky se stal on-line dotazník vytvořený unikátně pro tuto práci. Dotazování bylo realizováno prostřednictvím Formulářů Google v období říjen až prosinec 2014 a zúčastnilo se ho celkem 320 respondentů, jejichž demografické charakteristiky lze vidět v grafech č. 1 – 3 v příloze č. 1. Dotazování byli vybráni pomocí tzv. samovýběru, tedy na základě dobrovolnosti a jejich ochoty vyplnit jej. Dotazník byl anonymní, strukturovaný, celkem obsahoval 21 otázek. Otázky se lišily podle povahy respondentů. Odlišné otázky byly určeny pro respondenty, kteří upřednostňovali elektronické knihy, jiné pro ty, kteří preferovali knihy tištěné. Pokud dotazovaný uvedl, že nekupuje žádné knihy, dotazování bylo ukončeno. Celý formulář dotazníku je k dispozici v příloze č. 2. V následujících podkapitolách budou prezentovány výsledky, které byly tímto dotazníkem zjištěny.

8.1 Povědomí o elektronické knize

Vzhledem k tomu, že pouze jeden dotázaný odpověděl na otázku „**Znáte pojem ,elektronická kniha‘?**“ negativně, lze usuzovat, že základní povědomí o elektronických knihách u české veřejnosti existuje. Nicméně odpovědi na některé další otázky potvrzují, že tento pojem není vždy pochopen správně.

Především u otázky „**Proč upřednostňujete tištěné knihy?**“ (výsledky v grafu č. 1 v podkapitole 8.2) se ukazuje, že elektronická kniha je stále částí veřejnosti chápána jako kniha, kterou lze číst jen na speciálních zařízeních, správně označovaných jako hardwarové čtečky. 24,2 % respondentů upřednostňujících tištěné knihy odůvodňuje preferenci tím, že nemají zařízení, na kterém lze číst e-knihy. Tito respondenti pravděpodobně nevědí, že e-knihu lze číst i na běžném stolním počítači nebo notebooku. Podobnou neznalost je možné pozorovat i u respondentů, kteří odpověděli, že mají při čtení elektronických knih potíže se zrakem (2,4 %). Zde lze předpokládat, že nemají povědomí o možnosti čtení na hardwarových čtečkách s technologií E-ink, které nepříjemné světlo nevyzařují.⁶⁷

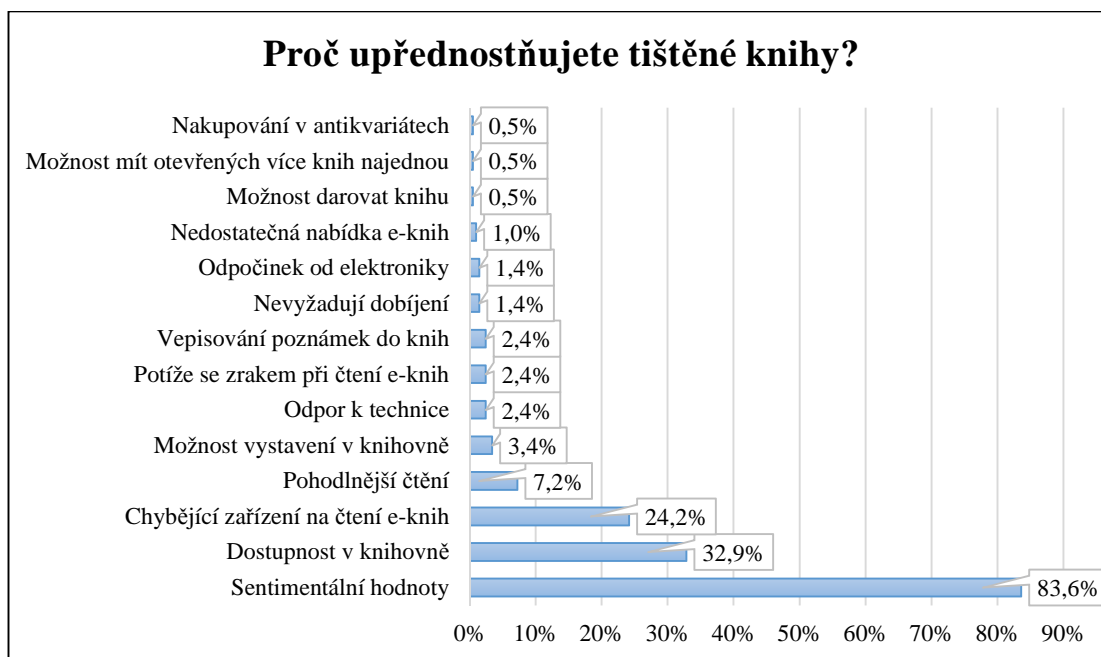
⁶⁷ Konkrétní zařízení sloužící ke čtení e-knih jsou rozebrána v kapitole 5.

8.2 Preference na trhu poptávky

První filtrační otázkou znějící „Kupujete knihy?“ (viz graf č. 4 v příloze č. 1) bylo vyřazeno 19 % respondentů, kteří odpověděli negativně. Ze zbylého počtu dotázaných pak 80 % preferuje knihy tištěné a 20 % dává přednost knihám elektronickým (viz graf č. 5 v příloze č. 1). Následně byli dotázaní požádáni o uvedení důvodů jejich preference.

Za nejčastější příčinu upřednostnění tištěné knihy byly označeny sentimentální hodnoty klasické knihy (vůně, šustění papíru, hmotná existence knihy), jejich dostupnost v knihovně, již zmíněná absence vlastnictví zařízení určeného pro čtení e-knih a pohodlnější čtení oproti e-knihám (v tomto případě většinou respondenti upřesňovali větší pohodlnost tím, že se jim z klasických knih čte lépe). Méně časté důvody lze pozorovat v grafu č. 1 níže.

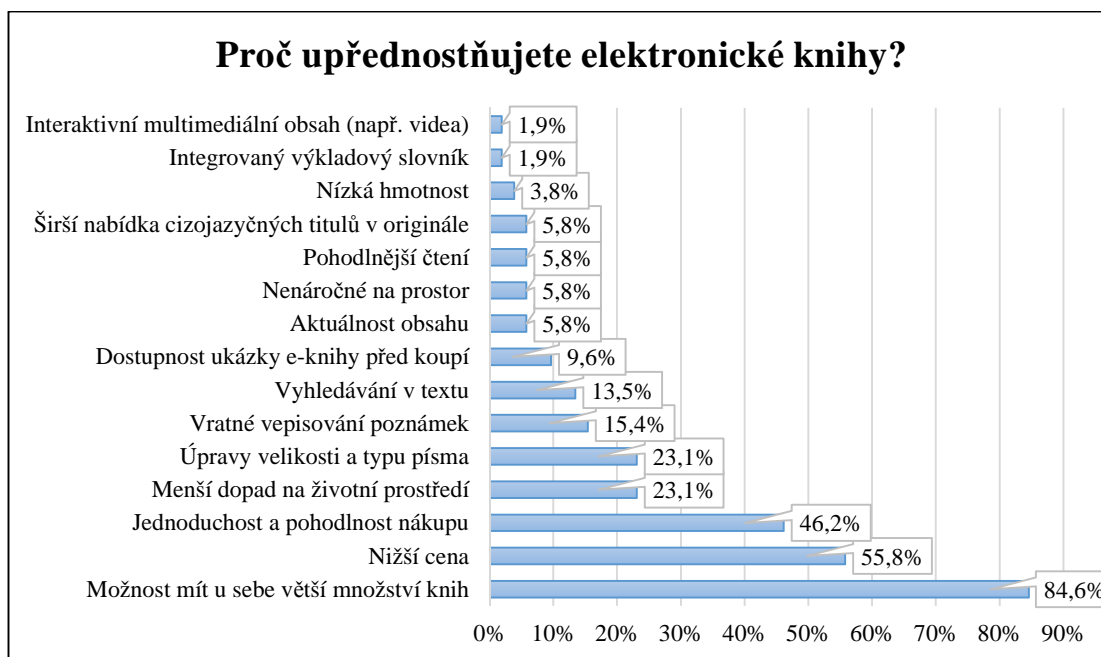
Graf 1 Proč upřednostňujete tištěné knihy?



Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Respondenti, kteří upřednostňují elektronické knihy, jak lze pozorovat v grafu č. 2 níže, jako důvody nejčastěji uvedli možnost mít v jednu chvíli u sebe větší množství knih a přepínat mezi nimi, nižší cenu elektronických knih proti tištěné podobě, jednoduchý a pohodlný nákup přímo z domova. Podstatným argumentem hovořící pro e-knihy je i možná uživatelská úprava. Velká část respondentů uvedla, že je pro ně důležitý i dopad na životní prostředí.

Graf 2 Proč upřednostňujete elektronické knihy?



Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

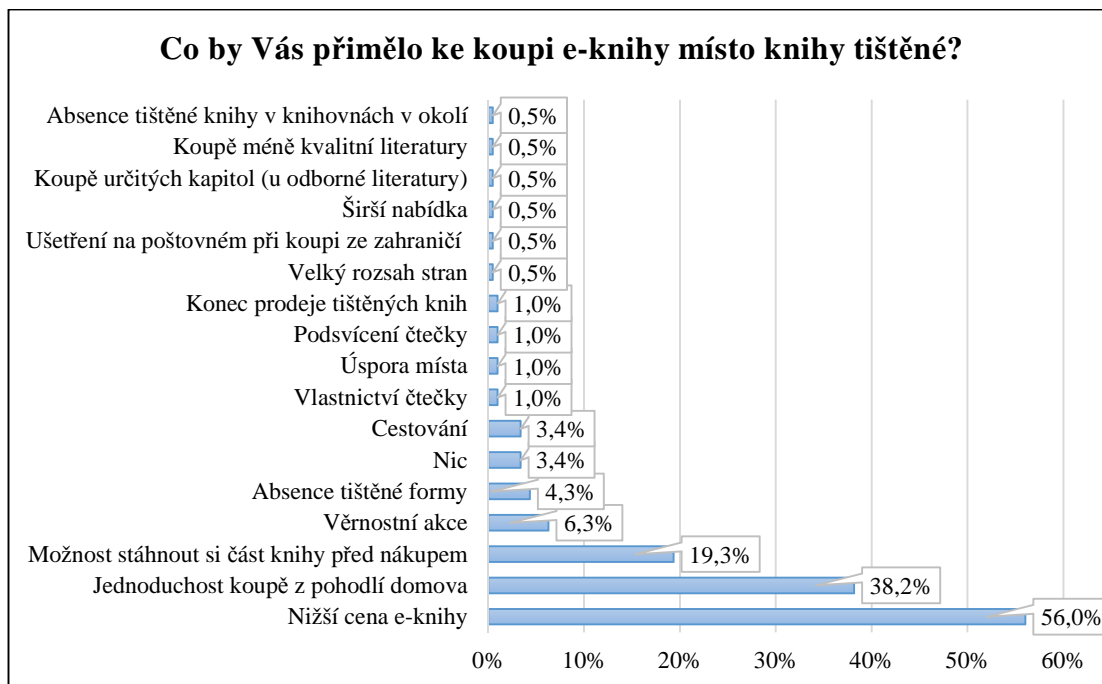
8.3 Nakupující klasických tištěných knih

Při průzkumu poptávky nakupujících tištěných knih bylo zjištěno, že nejčastěji respondenti (44 %) kupují 1-5 knih ročně, přičemž největší část dotázaných (35,3 %) je ochotna za jednu knihu zaplatit přes 400 Kč. Bližší data lze najít v příloze č. 1 v grafech č. 6 a č. 7.

Další otázka týkající se výskytu reklam na elektronické knihy rozdělila dotázané téměř na přesnou polovinu. 51 % respondentů se vyjádřilo, že na inzerci v oblasti elektronických knih nenarážejí, zatímco 49 % odpovědělo, že reklamu v této části trhu vnímají (viz graf č. 8 v příloze č. 1).

Jaký má potenciál elektronická kniha do budoucna u čtenářů klasických knih zjišťovala otázka „**Co by Vás přimělo ke koupi e-knihy místo knihy tištěné?**“ (viz graf č. 3 níže). Více než polovina dotázaných by se přiklonila k e-knize, kdyby byla její cena nižší. Jelikož ceny již v současné době jsou výrazně nižší, respondenti buď neznají nabídku, anebo, jak i dva respondenti uvedli konkrétně, předpokládají, že cena e-knihy by měla být ještě nižší, a to z důvodů nízkých nákladů na tisk, což je běžně vnímaný mýtus související s elektronickými knihami. Řada z nejčastěji uvedených motivací k případnému koupení e-knihy již na trhu existuje, a to věrnostní akce, možnost stáhnout si část knihy před nákupem či jednoduchost koupě. Malé procento respondentů odpovědělo, že by je nepřimělo nic.

Graf 3 Co by vás přimělo ke koupi e-knihy místo knihy tištěné?



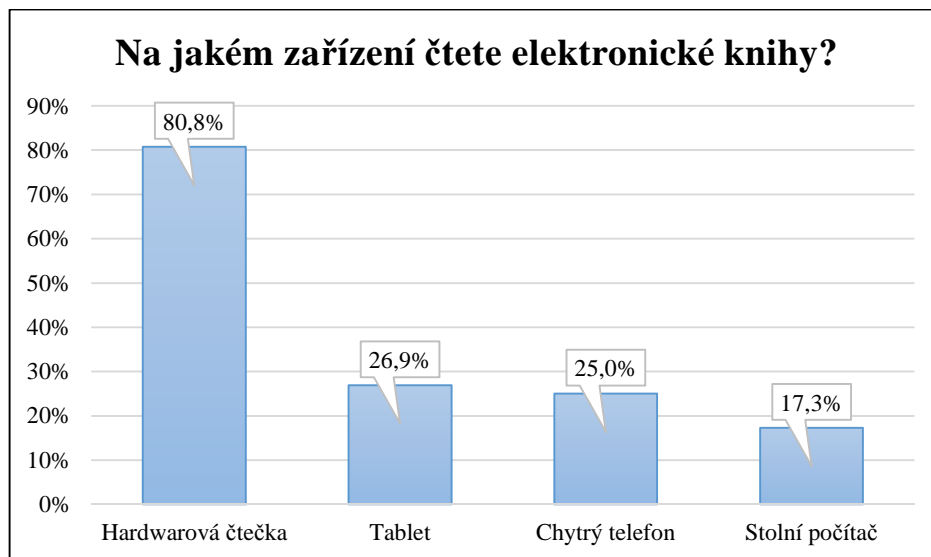
Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

8.4 Nakupující elektronických knih

Průzkum u respondentů preferujících elektronické knihy byl obsáhlejší. V první řadě se zaměřil na technickou oblast čtení elektronických knih. Zjišťoval zařízení, na kterém respondenti elektronické knihy čtou. Pokud odpověděli, že vlastní hardwarovou čtečku, bylo další otázkou zjišťováno, jaký je typ čtečky.

Majoritní podíl mezi zařízeními měly hardwarové čtečky, které výrazně předstihly ostatní zařízení. Další v pořadí se nacházely tablety a chytré mobilní telefony, používané velikostně skoro totožným množstvím respondentů. Nejméně využívané jsou pro čtení elektronických knih stolní počítače a notebooky. Přesné procentuální výsledky lze pozorovat na grafu č. 4 níže.

Graf 4 Na jakém zařízení čtete elektronické knihy?

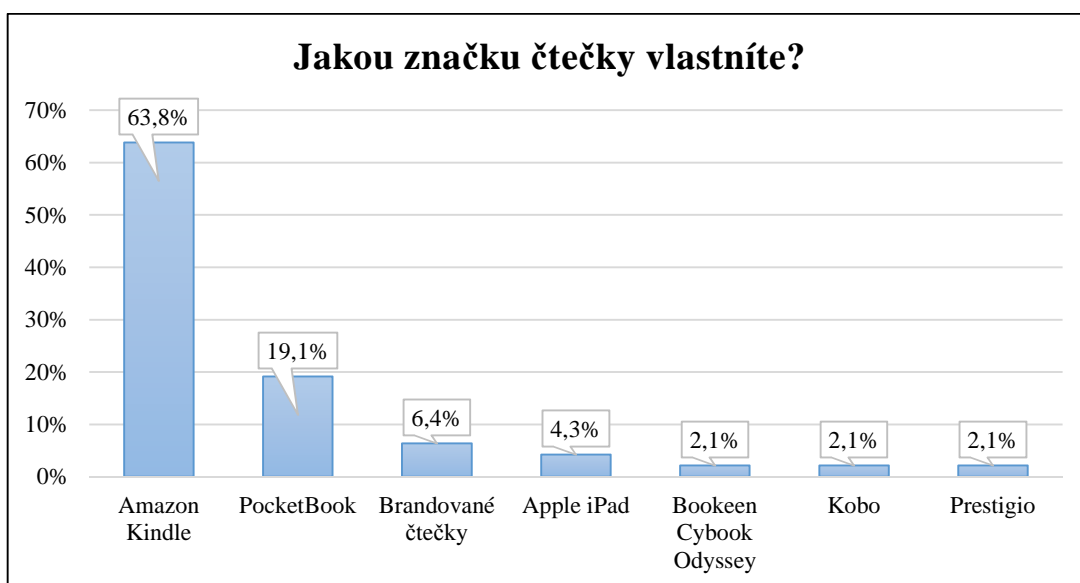


Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Zajímavé je, že 42,3 % respondentů používá ke čtení více než jedno zařízení (viz graf č. 9 v příloze č. 1). Pokud používají respondenti více zařízení, nejčastější počet jsou zařízení dvě (34,7 %), a to v kombinaci hardwarové čtečky a chytrého telefonu (11,5 %), anebo v kombinaci hardwarové čtečky se stolním počítačem, či notebookem (9,6 %). Více kombinací zařízení používaných ke čtení elektronických knih lze najít v grafu č. 10 v příloze č. 1.

Pokud se jedná o typ využívané čtečky, bylo zjištěno následující rozložení preferencí viditelné na grafu č. 5 níže.

Graf 5 Jakou značku čtečku vlastníte?

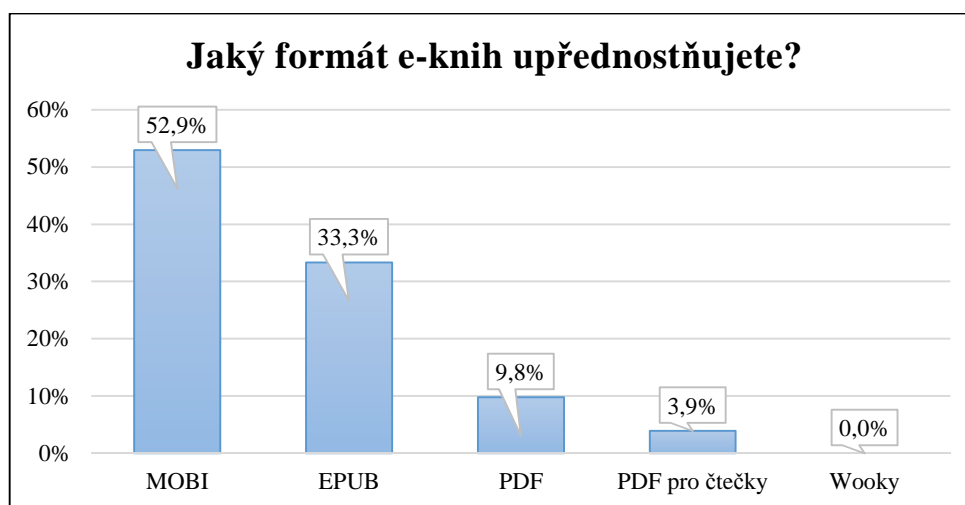


Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Jednoznačně mezi značkami čteček vévodí Amazon Kindle, navzdory absenci české mutace zařízení a i přestože elektronický obchod společnosti Amazon, která je výrobcem této čtečky, neobsahuje české e-knihy. I to je důvodem, že e-knihy se české internetové obchody snaží prodávat i ve formátu MOBI, i přestože nemohou aplikovat tvrdou ochranu a musejí používat pouze sociální DRM. Brandované čtečky⁶⁸ českých prodejců e-knih v oblíbě příliš nejsou, i když jsou občas nabízeny za zvýhodněné ceny.

S typem čtečky elektronických knih úzce souvisí také formát, který jejich uživatelé upřednostňují. Jak lze vidět na grafu č. 6 níže, dominuje formát MOBI, který jsou schopny zobrazovat čtečky Amazon Kindle. Nicméně v tomto případě jeho náskok není tak velký jako v otázce předchozí. Poměrně velké procento respondentů zvolilo formát EPUB, což vyplývá z jeho široké kompatibility s většinou zařízení sloužících ke čtení e-knih.⁶⁹ Nepříliš používaný je formát PDF pro čtečky, což lze vysvětlit tím, že ne vždy je u prodávaných e-knih k dispozici. Společně s běžným PDF se pro čtenáře elektronických knih stává spíše nouzovým formátem v případech, že nelze koupit daný titul v prvních dvou formátech. Ryze český formát Wooky nezvolil žádný respondent.

Graf 6 Jaký formát e-knih upřednostňujete?



Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

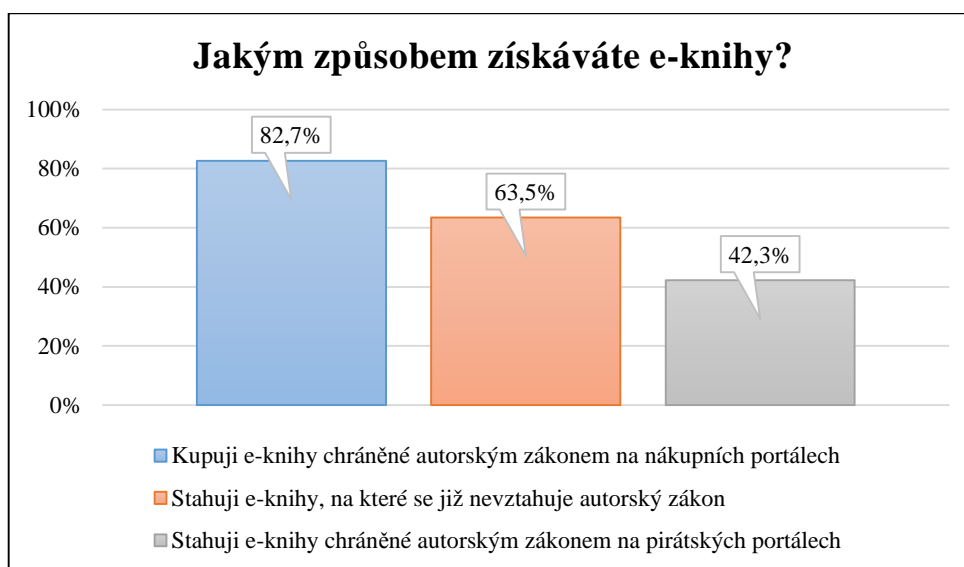
Další otázka zjišťovala, jak se respondenti chovají při získávání elektronických knih. Měli zvolit všechny způsoby, které používají při shánění e-knih. Jak ukazuje graf č. 7, mezi respondenty převládá ochota nakupovat knihy, případně kombinovat tuto možnost s dalšími způsoby. Jen 5,8 % respondentů uvedlo, že jejich jediná cesta k získání e-knihy je stahování e-knih chráněných autorským zákonem na pirátských serverech.

⁶⁸ Brandované čtečky nabízí například portál eReading nebo eBux.

⁶⁹ Otázce kompatibility formátů e-knih je také věnována podkapitola 4.1.

Naopak 55,8 % respondentů tvrdí, že e-knihy získávají pouze v souladu s autorským zákonem, tedy kupují ty, co jsou chráněné autorským zákonem, a stahují ty, na které se již autorský zákon nevztahuje. Všechny tři způsoby používá 26,9 % dotazovaných. Další možnosti kombinace způsobů při shánění e-knih jsou k nahlédnutí v grafu č. 11 v příloze č. 1.

Graf 7 Jakým způsobem získáváte e-knihy?

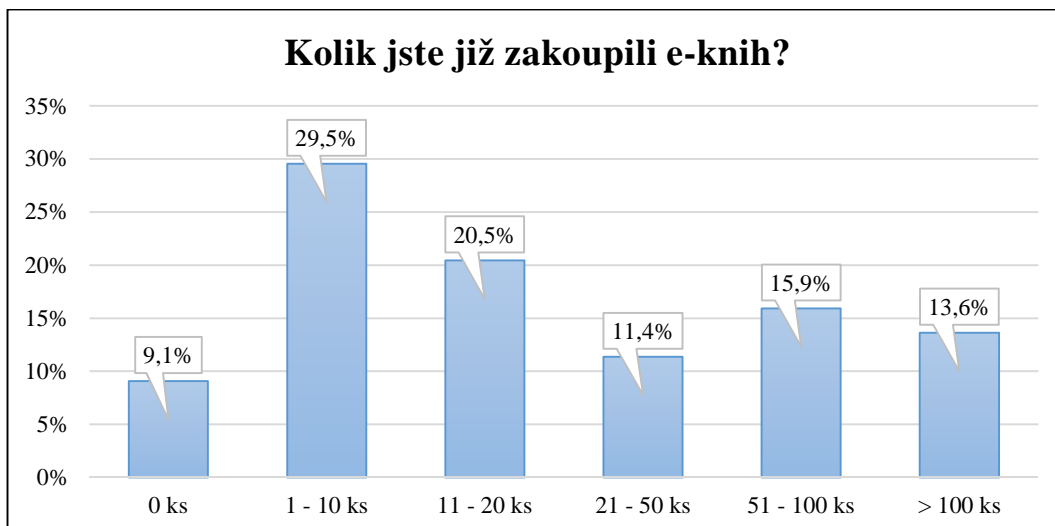


Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

S dodržováním autorského zákona kromě získávání e-knih souvisí i případná distribuce zakoupených e-knih dále, a tak další otázka zjišťovala, zda respondenti půjčují zakoupené elektronické knihy jiným lidem. Dle odpovědí viditelných v grafu č. 12 v příloze č. 1 lze pozorovat, že 76,9 % dotázaných ani v této oblasti autorský zákon neporušuje a podporuje tak rozvoj elektronických knih. Naopak 23,1 % dotázaných jedná opačně, tedy knihy dále distribuují.

Cílem dalších dvou otázek bylo zjistit, jak moc respondenti nakupují elektronické knihy a také jaký žánr převládá v této nákupní oblasti. V grafu č. 8 níže lze vidět počet zakoupených e-knih rozčleněný podle počtu do šesti kategorií. Nejmenší procento respondentů uvedlo, že dosud nekoupili žádnou elektronickou knihu, což souvisí se skupinou lidí, kteří v předchozí otázce odpověděli, že knihy nenakupují, ale stahují. Nejvyšší procento zaznamenala kategorie 1-10 kusů e-knih. Nemalé procento patří i lidem, kteří nakoupili více než 100 kusů e-knih. Nejvyšší počet uvedený v dotazníku byl 300 elektronických knih.

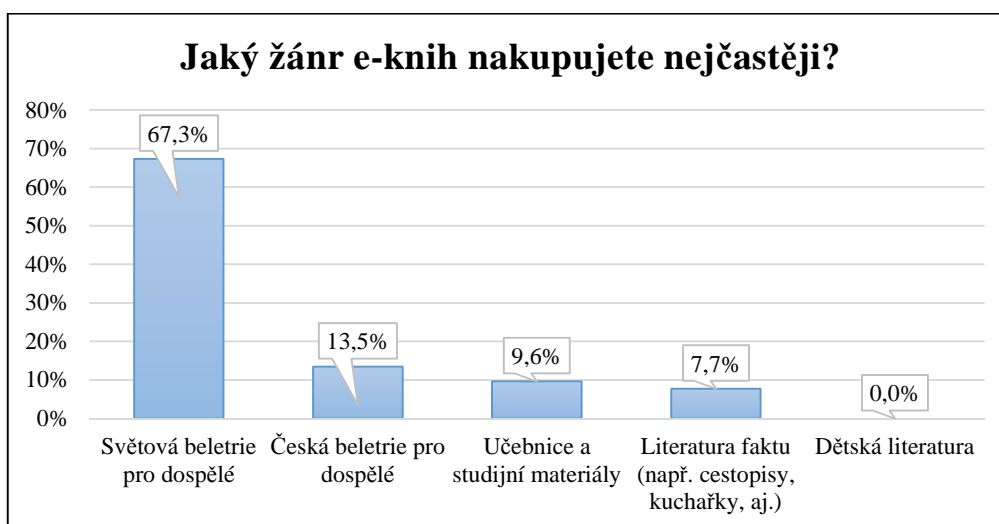
Graf 8 Kolik jste již zakoupili e-knih?



Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Následující graf č. 9 znázorňuje jaká je situace u preference žánrů elektronických knih. V první řadě převládají zahraniční tituly společně s oblastí beletrie, což kopíruje trend i na trhu tištěných knih. Nejméně nakupovaná je v elektronické podobě literatura faktu, do které lze zařadit pro ilustraci cestopisné průvodce, kuchařky, všeobecně tedy obrazovou literaturu, která se na zařízeních podporujících četbu e-knih příliš dobře nevyjímá (např. kvůli černobílému displeji některých hardwarových čteček). Žádný respondent nevybral jako převažující nákup elektronických titulů pro děti.

Graf 9 Jaký žánr e-knih nakupujete nejčastěji?

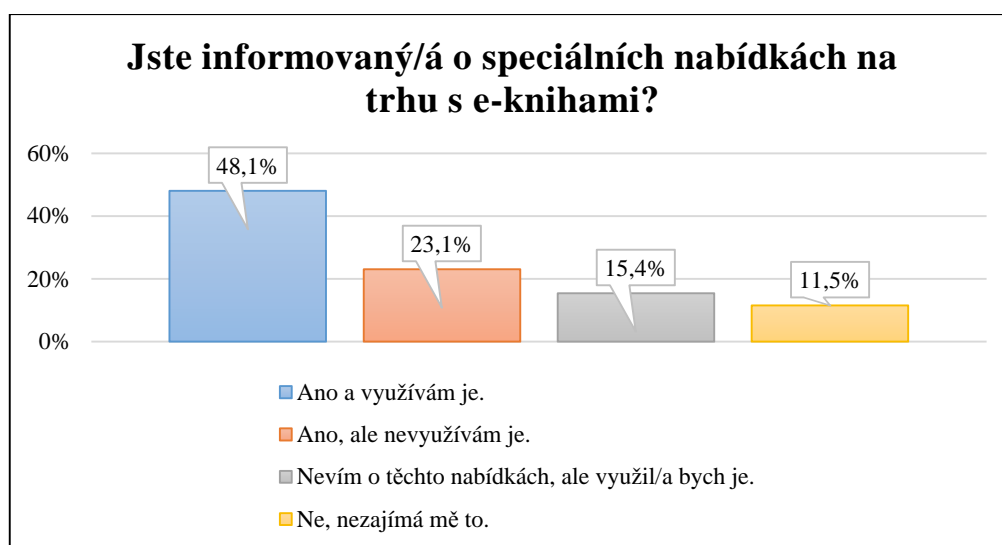


Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Poslední část výzkumu poptávky po e-knihách se zaměřovala na používané marketingové tahy prodejců elektronických knih a jejich vnímání poptávkou. První otázka, s výsledky v grafu č. 10 níže, zjišťovala jaké je povědomí o speciálních

nabídkách, které nabízí tito prodejci, a také názor respondentů na ně. Největší část dotazovaných přistupuje ke speciálním nabídkám na trhu s e-knihami pozitivně a využívá je. V pořadí následuje skupina, která o nabídkách ví, avšak nevyužívá je, protože pro ni nejsou atraktivní. Nejpřínosnější ve výzkumu je skupina, která odpověděla, že by nabídky využila, avšak není o nich informovaná. Na tuto skupinu by měli internetoví prodejci elektronických knih zaměřit své marketingové tahy, protože je u ní možný potenciál zvýšení prodeje. Nejmenší skupina se vyjádřila, že o nabídky nemá zájem. Tato skupina respondentů společně s v pořadí druhou uvedenou zřejmě neupřednostňuje e-knihy kvůli nižší ceně, která je v těchto speciálních nabídkách hlavním tahákem.

Graf 10 Jste informovaný/á o speciálních nabídkách na trhu s e-knihami?

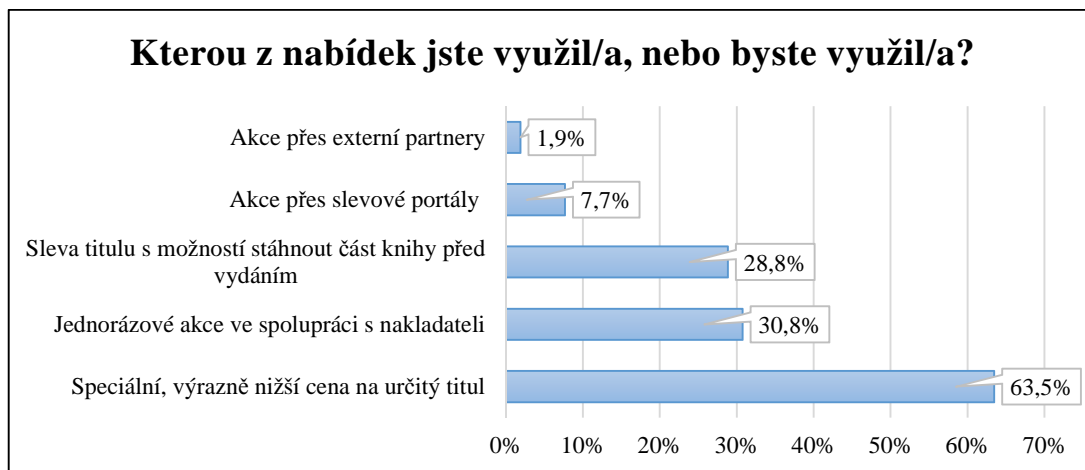


Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Poslední otázka se ptala přímo na využívání konkrétních speciálních nabídek, které uplatňují prodejci elektronických knih na svých portálech. Graf č. 11 níže ukazuje, že nejpoblárnější mezi nakupujícími e-knih je nabídka výrazně nižší ceny na jeden konkrétní titul, kterou uplatňují např. portály eBux a Rájknih. Další v pořadí jsou akce, které pořádají prodejci společně s nakladateli na určitou skupinu titulů. Častý je výběr skupiny podle žánru. Pro ilustraci tedy mohou být např. všechny detektivky vydané jedním nakladatelstvím za poloviční cenu. Přibližně stejné množství nakupujících e-knih využívá slevovou akci na titul, která se navíc kombinuje se stažením části e-knihy před samotným vydáním jak verze tištěné, tak kompletní verze elektronické. Kupující si tak stáhne menší část knihy a po datu vydání se mu automaticky dostáhne zbylý úsek a kniha se zkompletuje. Méně často využívané jsou nabídky zprostředkované přes slevové portály, které umožní kupujícímu následně čerpat slevu při koupi e-knih prostřednictvím

voucheru. Nejméně oblíbené jsou nabídky přes externí partnery prodejců elektronických knih. Příkladem tohoto druhu marketingu je spolupráce eReadingu s Billa Bonus Clubem anebo spolupráce Palmknih s portálem Lupa.cz.

Graf 11 Kterou z nabídek jste využil/a, nebo byste využil/a?



Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

9 Analýza trhu z hlediska nabídky

Analýza nabídky na českém trhu s elektronickými knihami se v první řadě opírá o e-mailovou komunikaci se zástupci českých portálů s e-knihami. Z oslovených portálů byly k bližší spolupráci ochotni přistoupit čtyři internetoví prodejci elektronických knih: eReading, Kosmas, Palmknihy a Virtbook. Zástupcům těchto internetových obchodů byl poslán otevřený dotazník nacházející se v příloze č. 3 společně s odpověďmi výše zmíněných prodejců. Ostatní informace byly získány průzkumem webových stránek a tiskových prohlášení dostupných na webech jak výše uvedených, tak i ostatních prodejců elektronických knih uvedených v podkapitole 9.1.

S ohledem na důležitou roli nakladatelů vydávajících elektronické knihy, byl vypracován další, otevřený, kratší dotazník, prostřednictvím něhož se zjišťovaly informace ovlivňující internetové prodejce a následně i nabídku na trhu. Tento dotazník a odpovědi zástupců nakladatelství Host a nakladatelství Kniha Zlín jsou k nahlédnutí v příloze č. 4.

9.1 Internetové portály nabízející e-knihy

Prezentovat všechny elektronické obchody, na kterých lze zakoupit elektronické knihy je složité, protože se nabídka rozšiřuje s rostoucím povědomím o elektronické knize u české veřejnosti. V této podkapitole budou shrnuty významné portály, které v současnosti na českém trhu operují.

V oblasti prodeje elektronických knih je nejstarším obchodem na českém trhu portál **Palmknihy.cz**, jejichž webové stránky lze vidět na obrázku č. 2 níže.

Obrázek 2 Webové stránky Palmknihy.cz

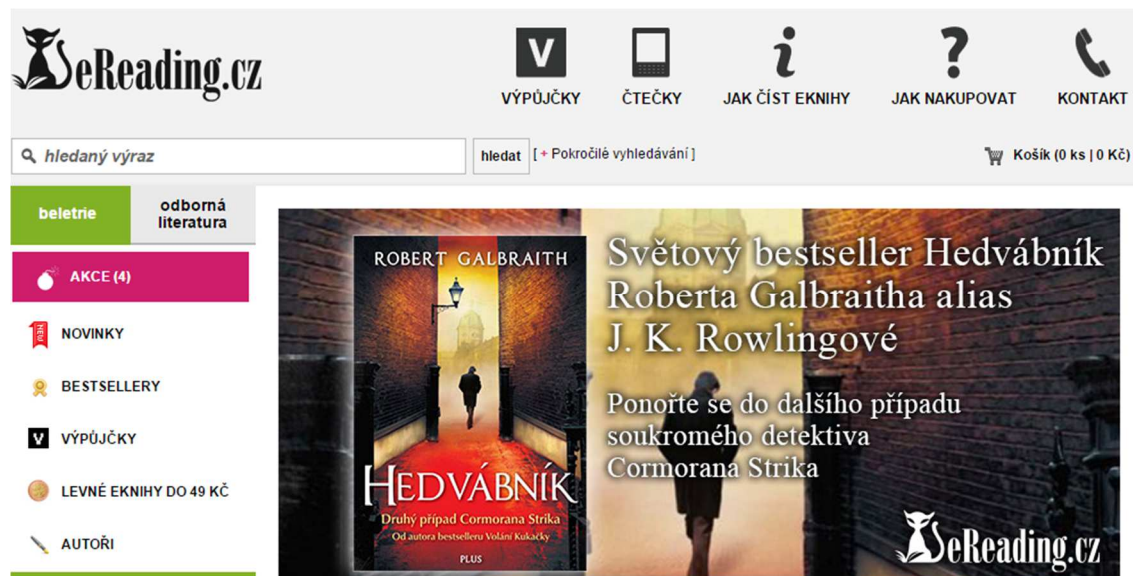


Zdroj: snímek obrazovky ze dne 8. 3. 2015

E-shop Palmknihy.cz zároveň na svých stránkách tvrdí, že je největším na českém trhu. Aktivity společnosti Palmknihy s. r. o. kromě provozu stejnojmenného internetového e-shopu zahrnují i provozování elektronického obchodu pod hlavičkou Mladé Fronty Dnes a spolupráci při prodeji e-knih v rámci elektronického obchodu Alza.cz. V neposlední řadě je třeba zmínit vzájemnou spolupráci Palmknihy a knihkupectví Neoluxor prodávající klasické tištěné knihy, které na své prodejní portály vzájemně odkazují na svých webových stránkách. Palmknihy ve svém e-shopu kromě elektronických knih nabízejí i audioknihy.

V roce 2010 začal na českém trhu operovat portál **eReading.cz**, který je vlastněn společností eReading s. r. o. a je členem skupiny Albatros Media a. s. Jak uvádí na svém webu, na nějž lze nahlédnout níže v obrázku č. 3, inspiruje se vývojem v USA a Velké Británii. Tuto inspiraci je možno najít v nabídce brandovaných čteček po vzoru prodejce amerického Amazon, nebo také výpůjčkách elektronických knih, které jako první nabízí od r. 2013.

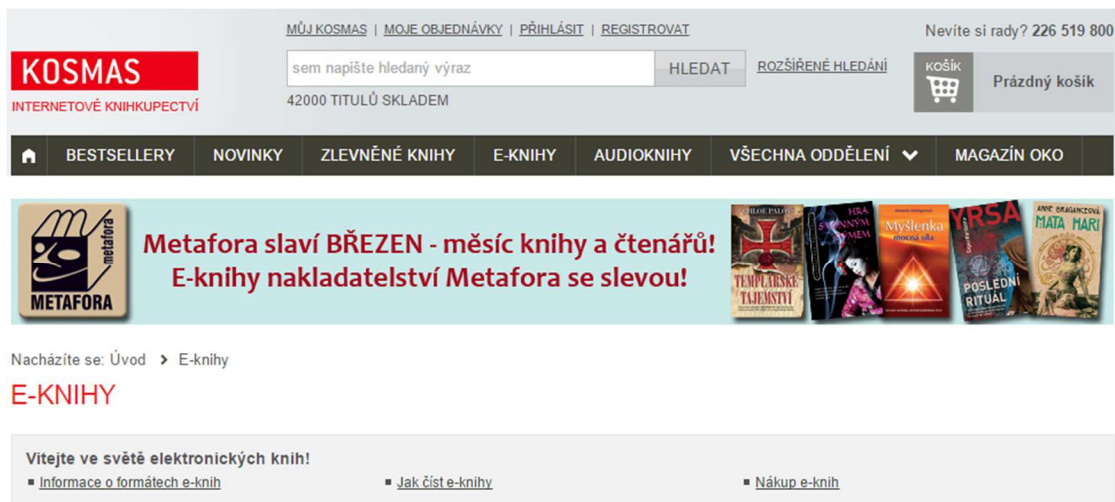
Obrázek 3 Webové stránky eReading.cz



Zdroj: snímek obrazovky ze dne 8. 3. 2015

Dalším významným prodejcem elektronických knih na českém trhu je elektronické knihkupectví **Kosmas.cz**, jehož webové stránky jsou na obrázku č. 4 níže. Elektronické knihy nabízí od r. 2011 a stejně jako portál Palmknihy k nim přidává i nabídku audioknih. Společnost Kosmas s. r. o. jako první na českém trhu dává možnost darovat konkrétní e-knihu, a to formou kódu, který obdarovanému slouží ke stáhnutí konkrétní elektronické knihy zakoupené předtím osobou darující.

Obrázek 4 Webové stránky Kosmas.cz



Zdroj: snímek obrazovky ze dne 8. 3. 2015

Další dva internetové obchody nabízející elektronické knihy působí pod společnou platformou Wooky. Jsou to e-shopy **eBux.cz** a **Rájknih.cz**, na jejichž webové stránky lze nahlédnout na obrázku č. 5. Portál eBux je vlastněn společností Euromedia Group, k. s., ale stejně jako druhý jmenovaný Rájknih je provozován společností Wooky a. s. Oba se zaměřují především na čtení e-knih pomocí stejnojmenné softwarové čtečky.

Obrázek 5 Webové stránky prodejce platformy Wooky.cz



Zdroj: snímek obrazovky ze dne 8. 3. 2015

Pod společností Computer Media s. r. o. nabízí elektronické knihy portál **Virtbook.cz**. Na svých webových stránkách viditelných na obrázku č. 6 uvádějí, že chtějí uspokojit tři skupiny zákazníků – čtenáře knih, ale i jejich tvůrce, nakladatele a producenty. Orientace Virtbooku i na nezávislé autory tak dává čtenářům možnost

zakoupit i e-knihy, které v některých případech nejsou dostupné v tištěných podobách u knihkupců (např. skripta).

Obrázek 6 Webové stránky Virtbook.cz



Zdroj: snímek obrazovky ze dne 8. 3. 2015

Novějším prodejcem na českém trhu s elektronickými knihami je česká větev slovenského knihkupectví Martinus.sk, s. r. o., které pod jménem **Martinus.cz** expandovalo do ČR a od roku 2012 zde prodává v rámci svého internetového obchodu i e-knihy. Ve svém e-shopu, který je na obrázku č. 7 níže nabízí i audioknihy, tištěné knihy a jiné zboží.

Obrázek 7 Webové stránky Martinus.cz



Zdroj: snímek obrazovky ze dne 8. 3. 2015

Menšími prodejci elektronických knih jsou pak například **Knihcentrum.cz** fungující pod ostravskou společností BOOKNET s. r. o., pro které jsou elektronické knihy jen doplňkem. Jiný malý e-shop **Databook.cz** funguje od roku 2012 a nabízí kromě elektronických knih i hardwarové čtečky a příslušenství k nim.

Kromě výše zmíněných prodejců lze nyní české elektronické knihy nakoupit i v obchodu **iBookstore** společnosti Apple sloužícího pro tablety, telefony a počítače

tohoto výrobce. Stejně tak se české e-knihy vyskytují i v obchodě **Google play**, který slouží pro všechny zařízení s operačním systémem Android. Tito zahraniční prodejci nebudou dále srovnáváni, jelikož data o jejich nabídce se nepodařilo získat.

9.2 Rozsah nabídky

Odpovědi získané od čtyř zástupců portálů uvedených na počátku kapitoly 9 se shodují v tom, že český trh s elektronickými knihami roste. Přesná čísla nejsou k dispozici. Ve velmi hrubých číslech prodejce Kosmas.cz uvádí, že růst je meziročně desetiprocentní, oproti tomu eReading.cz a Palmknihy.cz tvrdí, že růst je ještě větší – dle Palmknih se prodeje meziročně zdvojnásobují, dle eReadingu je číslo podobné, a to růst mezi 80-100 % meziročně.⁷⁰ S vyjádřením Palmknih se shodují i zástupci nakladatelství Host a Kniha Zlín. Prodej je v průběhu roku velmi ovlivněn obdobími, ale také nabízenými marketingovými akcemi. Všeobecně je největší nabídka i poptávka v období Vánoc a v červnu před letními prázdninami. Klesá v období po Novém roce a o letních prázdninách.

S prodejem souvisí i rozsah nabídky. Jelikož poptávka po e-knihách roste, stoupá i zájem ze strany prodejců rozšiřovat svou nabídku e-knih. Dle dotázaných prodejců e-knih se snaží přidávat nové knihy denně. V měsíčním horizontu podle eReadingu a Kosmasu přibývá asi 200 nových titulů, u Palmknih je číslo ještě o 100 e-knih vyšší, avšak Jiří Vlček zdůrazňuje, že se přírůstek výrazně liší podle období roku. Tomáš Fojtík z Kosmas.cz uvádí, že e-knihy přibývají napříč žánry, tedy žádný typ e-knih nedominuje při rozšiřování nabídky. Oproti tomu Palmknihy se přiklánějí k větším přírůstkům v oblasti odborných knih, románů a e-knih zaměřených na detektivní a romantický žánr. Co se týče nakladatelů, kteří jsou nejčinnější při vydávání nových e-knih, dle Kosmasu je to nakladatelství Argo, Host a Kniha Zlín. Jiří Vlček za Palmknihy uvádí jako nejproduktivnější nakladatelství Grada a opět připojuje, že ostatní nakladatelství vydávají především v závislosti na období roku.

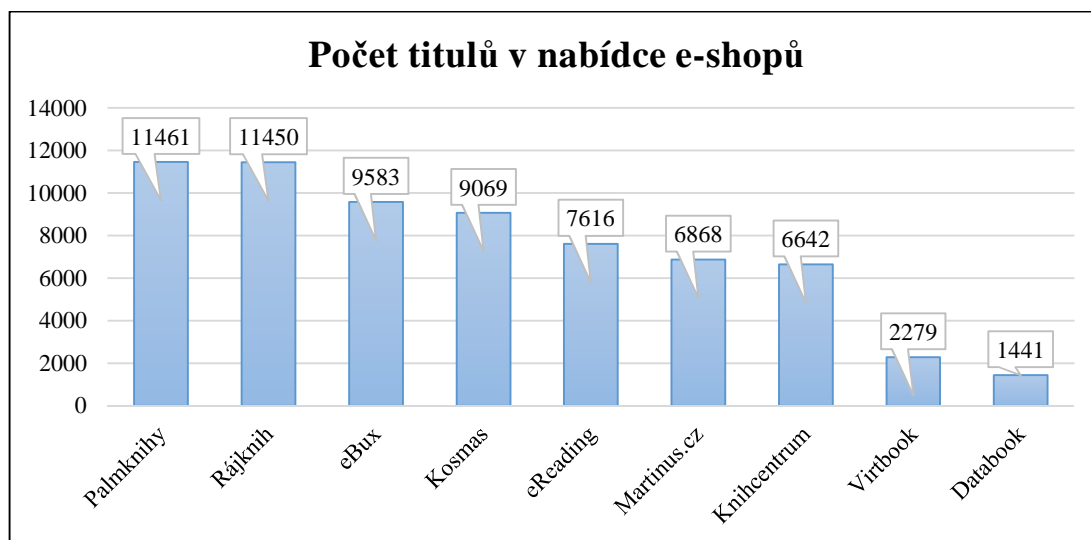
Velikost nabídky titulů úzce souvisí i s chováním nakladatelů. Oslovení nakladatelé tvrdí, že by nyní nabídka e-knih v oblasti beletrie měla růst podobným tempem, jako nabídka tištěných knih. Nakladatelství Host udává, že zatímco dříve se elektronické knihy vytvářely jen z bestsellerů, nyní vydávají obě formy společně. Stejně tak nakladatelství Kniha Zlín u beletrie nabízí téměř vždy obě varianty. Oba nakladatelé

⁷⁰ Podrobnější srovnání a vývoj prodeje dle dostupných dat je k dispozici v kapitole 10.1.

se shodují, že v případě poezie a odborných knih není nárůst titulů tak velký, protože ne vždy jsou z nich tvořeny i elektronické knihy. Marek Turňa z Knihy Zlín se přidává k odpovědi Jiřího Vlčka z Palmknih s tvrzením, že nejčastěji přibývají detektivky a thrillery, dále populárně naučná literatura a žánr sci-fi. Naopak k méně frekventovaným při rozšiřování nabídky patří obrazové a umělecké tituly (jako např. již zmíněná poezie). Nakladatelé dále uvádějí, že čeští autoři podporují tvorbu e-knih. Dle Simony Pinnerové z Hostu bývá spíše problém s autory zahraničními. Pokud si autoři děl nějaké podmínky v oblasti e-knihy kladou, týkají se ceny nebo zabezpečení. Marek Turňa osvětluje, že cena u těchto podmínek většinou nesmí klesnout pod 70 % ceny tištěné podoby díla.

Při zaměření se přímo na číslo vyjadřující množství nabízených elektronických knih není snadné dojít k jednoznačné odpovědi z důvodu, že se nabídka rozšiřuje denně. Jelikož oslovení prodejci odpověděli v řádech tisíců, či desítek tisíc, pokusila jsem se najít data přímo ve vyhledávači na e-shopech. Následující graf č. 12 ukazuje počet nabízených elektronických knih na portálech uvedených v kapitole 9.1 ke dni 7. 3. 2015. Graf je v souladu s odpovědí nakladatelů Host a Knihy Zlín na otázku, který internetový obchod jim distribuuje nejvíce knih. Tvrdí, že jsou to Palmknihy.

Graf 12 Počet titulů v nabídce e-shopů



Zdroj: vlastní zpracování dle dat získaných ve vyhledávači titulů na webových stránkách zmíněných prodejců

9.3 Uživatelské prostředí

Konkrétní číslo vyjadřující počet uživatelů zaregistrovaných v elektronických obchodech s e-knihami není veřejně dostupné. Dotazování uvedli pouze přibližný údaj. Nejvyšší číslo, přes 500 tisíc uživatelů, udal Kosmas, avšak v tomto případě jde i o uživatele kupující na portále tištěné knihy, protože obchod je společný pro obě formy

knih. Palmknihy tvrdí, že mají přes 100 tisíc uživatelů a eReading uvedl, že počet převyšuje 50 tisíc uživatelů. V těchto dvou případech už jde pouze o uživatele nakupující elektronický obsah (u Palmknih zahrnuje i audioknihy). U ostatních prodejců se číslo nepodařilo získat. Před nákupem je vždy nutné se registrovat, jinak nelze dokončit objednávku. Dalším zkrslujícím faktem je, že registrovaní uživatelé však nemusejí být aktivními nakupujícími.

Webové stránky všech prodejců uvedených v podkapitole 9.1 obsahují návod, jak knihy nakupovat a také jak postupovat dále v případě konkrétních zařízení, na kterých nakupující bude e-knihu číst. Doporučují také nejvhodnější formáty pro konkrétní zařízení a vysvětlují jednotlivé možnosti placení. U všech prodejců je jedinou možností bezhotovostní platební styk. Většinou je na výběr z bezhotovostního převodu z vlastního bankovního účtu na účet prodejce (standardně nebo zrychlenou formou, kdy je vygenerován automaticky tento příkaz k úhradě), z platby kartou, platbou pomocí systému PayPal a PaySec. Internetové obchody eBux, eReading a Rájknih nabízí i platbu prostřednictvím mobilního telefonu. Prodejce eReading a Palmknihy umožňují platbu pomocí kreditů, které jsou v poměru 1:1 k dobité částce. Někdy se přidává několik kreditů zdarma jako vděčnost za věrnost a poskytnutí prostředků ještě před nákupem e-knihy. Tyto kredity mají určitou platnost, posléze propadají.

Každý uživatel má zakoupené e-knihy ve své virtuální knihovně, kde si je může kdykoliv prohlédnout a také kdykoliv znovu stáhnout. Všechny servery navíc nabízejí možnost stáhnout si, anebo prohlédnout si na webu ukázkou elektronické knihy před nákupem.

9.4 Nabízené formáty a zabezpečení

U všech prodejců elektronických knih obdrží kupující po nákupu do své knihovny všechny dostupné formáty a je jen na něm, který si stáhne, proto je těžké říct, který formát je nejprodávanější. U Palmknih je nejstahovanější formát MOBI a Virtbook uvádí jako první PDF, poté EPUB. Jak se ukazuje u Virtbooku a jak potvrzuje i Jiří Vlček z Palmknih, u odborného žánru se preferuje PDF, u beletrie je upřednostňován formát MOBI a EPUB.

Důležité je také, v jakých formátech jsou elektronické knihy na prodejních portálech dostupné. Pokud se jedná o prodejce zmíněné v kapitole 9.1, je třeba vyčlenit elektronické obchody fungující pod platformou Wooky, které neinformují přímo o formátech, ale uvádějí, že nabízené e-knihy je možno zaslat do čteček Wooky, Amazon

Kindle a PocketBook. Z faktu, že určité čtečky podporují určité formáty⁷¹, lze nepřímou vydedukovat, že prodávají e-knihy ve formátu EPUB a MOBI a nedistribuuji e-knihy v PDF. Ostatní prodejci nabízejí e-knihy ve formátech EPUB, MOBI a PDF. Alza.cz, Knihy iDNES.cz a Palmknihy.cz fungující společně navíc poskytují e-knihy i v upravené verzi PDF pro čtečky.

Se zabezpečením se vývoj posunul od tvrdého DRM k sociálnímu DRM, a tomu odpovídá zabezpečení aplikované na e-knihy, které jsou na trhu nyní. Pavel Navrátil z Virtbooku jako jediný uvádí, že prodávají 40 % e-knih bez zabezpečení. Ostatní prodejci se shodují na tom, že většina e-knih je chráněna sociálním DRM (neboli také vodoznakem) – v procentech je to např. u Databooku 100 %, u Palmknih 99 %, u Virtbooku 30 %. Stále však existují autoři, kteří požadují tvrdé zabezpečení, jak potvrzuje i Simona Pinnerová z Nakladatelství Host, a dodává, že většinou jsou to zahraniční spisovatelé. Mezi prodejce, kteří nabízejí velkou část knih s tvrdým DRM, patří platforma Wooky. Virtbook uvádí, že podíl tvrdého zabezpečení na titulech v jejich nabídce je 30 %. Simona Pinnerová dále vysvětluje, že tvrdé DRM je spíše překážkou, než vhodnou ochranou, protože nakupující odrazuje složitost zabezpečení, a tak se raději uchýlí k ilegální cestě získání e-knihy.

9.5 Speciální akce a marketing

Velká část prodejců elektronických knih nabízí zájemcům zasílání newsletterů s informacemi o novinkách a akcích probíhajících v internetovém obchodě. Mezi ně patří například Databook, eReading, Kosmas, Martinus a Palmknihy. K informačnímu mailu se může každý přihlásit přímo na webu e-shopu, anebo přijme zasílání této formy propagace při nákupu, jak to funguje např. u platformy Wooky. Newsletter lze vždy odhlásit a k ničemu nezavazuje.

Kromě mailingu slouží k získání a udržení zákazníků speciální nabídky. Nejčastější speciální akce se zakládá na spolupráci distributorů a nakladatelů e-knih, kteří společně vytvoří časově omezenou nabídku, během které lze koupit e-knihy za zvýhodněnou cenu. Tyto akce se objevují v e-shopech eBux.cz, eReading.cz, Kosmas.cz, Palmknihy.cz. V první řadě se tato forma akce vztahuje k nějaké výjimečné události, jak uvádí Marek Turňa z Knihy Zlín. Příkladem může být například Měsíc knihy s nakladatelstvím Metafora, který během března 2015 probíhal v obchodech Kosmas.cz

⁷¹ Více informací o formátech elektronických knih a kompatibilitě lze najít v kapitole 4.1.

a Palmknihy.cz, nebo předvánoční a předprázdninové akce. U prodejce eBux.cz je častá spolupráce s domácími nakladatelstvími Euromedia. V druhé řadě jsou to slevy vybraných e-knih, které spolu souvisí žánrově jako například „Detektivní týden s Asou Larssonovou“, který probíhal v březnu v e-shopu eReading. Většinou se sleva pohybuje kolem 30 % z původní ceny e-knihy.

Internetové obchody Palmknihy.cz a Kosmas.cz uplatňují další speciální akci, a to předprodej elektronických knih před vydáním samotné tištěné knihy. Při této speciální nabídce si zákazník koupí e-knihu se slevou okolo 30 % z ceny původní a může si před vydáním titulu stáhnout 30 % knihy, po datu vydání mu je k dispozici zbytek e-knihy.

Prodejci eBux a Rájknihi nabízí každý týden výraznou slevu na jeden titul ze své nabídky. V tomto případě se sleva na e-knihu pohybuje mnohem výše. Bývá v hodnotě kolem 70 % z původní ceny elektronické knihy, a tak lze tyto knihy nejčastěji zakoupit za ceny od 39 Kč do 79 Kč. Tuto nabídku pojmenovávají uvedené e-shopy jako „HIT TÝDNE“.

Palmknihy dále nabízejí často balíčky elektronických knih za zvýhodněné ceny. Slevy jsou v tomto případě různé, ale dosahují i 50 % oproti nákupu každé e-knihy zvlášť. Balíčky obsahují buď tematicky podobné e-knihy (např. dětské knihy, cestopisy, apod.), nebo elektronické knihy od stejného autora.

Databook nabízí svým nakupujícím slevu 20 % na další nákup elektronických knih v případě, že nakoupí nad 500 Kč. Tato částka v praxi většinou odpovídá nákupu alespoň 3 e-knih.

Někdy se prodejci uchylují i k spolupráci s externími partnery. Tato speciální nabídka se vztahuje k obdržení knihy zdarma, nebo za nižší cenu k nákupu u jiného prodejce. Jak bylo uvedeno v kapitole 8.4, v minulosti se jednalo o spolupráci např. eReadingu s Billa Bonus Clubem anebo Českými drahami, dále spolupráce Palmknihi s portálem Lupa.cz. Specifickým typem je spolupráce se slevovými portály. Prostřednictvím slevového portálu Slevomat.cz nabídl eReading nakupujícím voucher za cenu 29 Kč opravňující k využití slevy 20 % na jeden nákup e-knih. Po zadání kódu tedy byla nakupujícím poskytnuta tato sleva na všechny tituly v nákupním košíku.⁷²

⁷² 20% sleva na e-knihy z eReading.cz. *Slevomat.cz* [online]. [Praha 2]: © Slevomat.cz, 2014-10-12 [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <https://www.slevomat.cz/sleva/737885-20-sleva-na-e-knihy-z-ereading-cz>

9.6 Cena

Všeobecně lze říct, že ceny na trhu elektronických knih jsou nižší než na trhu klasických tištěných knih. Pokud se pominou speciální nabídky zmíněné v přechozí podkapitole, podle webových stránek eBux se sleva oproti tištěným knihám pohybuje v rozmezí 30 % až 50 %. Marek Turňa z Knihy Zlín uvádí, že autoři často požadují, aby ceny e-knihy neklesly pod 70 % ceny jejich tištěné verze. Ve většině případů se do tohoto rozmezí nabízené knihy na všech uvedených e-shopech vejdou, konkrétní slevy jsou dosti individuální.⁷³

⁷³ Podrobnější cenové srovnání je k dispozici v podkapitole 10.2.

10 Srovnání s trhem tištěných knih

V následujících podkapitolách bude provedeno srovnání trhu tištěných knih s trhem knih elektronických. Trhy budou porovnány z hlediska prodeje a z hlediska cen.

Srovnání trhů z hlediska dominujících žánrů, nejprodávanějších nakladatelství, autorů a titulů nebude provedeno, protože situace se na obou trzích shodují. Pokud má titul úspěch jako tištěný a zároveň je vydán jako elektronický, nachází se mezi bestsellery na obou trzích. Paralelně to lze vidět i v žánrech, které čtenáři preferují, a u nakladatelů a autorů, kteří jsou nejprodávanějších. Tento fakt potvrzují žebříčky Svazu českých knihkupců a nakladatelů (SČKN), statistiky na webových stránkách prodejců i odpovědi zástupců prodejců a nakladatelů dostupné v příloze č. 3 a 4.

10.1 Srovnání prodeje

Objem knižního trhu jak u tištěných knih, tak u elektronických knih není oficiálně sledován. Údaje ke srovnání prodeje mezi lety 2011-2013 jsou převzaty ze **Zprávy o českém knižním trhu 2013/2014**, kterou každoročně vydává SČKN. Výši prodeje sestavují na základě kvalifikovaného odhadu. Obrat u tištěných knih za rok 2014 byl převzat z článku ČTK, u e-knih byl za tento rok převzat z prognózy ve výše uvedené zprávě SČKN. Z důvodu lepší vypovídací hodnoty, byly údaje o prodeji očištěny od DPH, které v průběhu sledovaných let postupně stoupalo z 10 % na 15 %.

Tabulka 1 Obrat na knižním trhu v milionech Kč bez DPH

Rok	Tištěné knihy	Elektronické knihy	Podíl elektronických knih na trhu
2011	6 364	2	0,03 %
2012	6 316	24	0,38 %
2013	6 264	54	0,86 %
2014	6 087	120	1,97 %

Zdroj: vlastní zpracování dle dat SČKN a ČTK

V tabulce č. 1 výše lze pozorovat vzrůstající tendenci prodeje elektronických knih a jejich zvyšující se podíl na knižním trhu. Aktuální čísla ČTK vztahující se k roku 2014 posunuly procento podílu e-knih na knižním trhu v jejich prospěch o 0,3 % oproti původnímu odhadu SČKN (z původních 1,67 % na 1,97 %). Odhaduje se, že i nadále bude prodej elektronických knih růst podobným tempem. Jelikož se u prodeje tištěných knih nepředpokládá výrazné vychýlení od vývoje (během sledovaných let se pohybuje kolem 7 miliard Kč s DPH), podíl elektronických knih na trhu se pravděpodobně bude také zvyšovat.

10.2 Cenové srovnání

Ke srovnání uvedených dvou trhů z hlediska ceny bylo vybráno 5 titulů, z nichž každý zastupuje jeden z žánrů uvedených v dotazníku poptávky na trhu elektronické knihy, tedy českou beletrii pro dospělé, světovou beletrii pro dospělé, učebnice, naučnou literaturu a literaturu pro děti. Dále byly zvoleny tituly tak, aby se lišily svým nakladatelem. V tabulce č. 2 lze vidět tituly, které byly podrobeny srovnání.

Tabulka 2 Přehled titulů podrobených cenovému srovnání

Žánr	Autor	Titul	Nakladatel
Česká beletrie	Petra Soukupová	Pod sněhem	Host
Světová beletrie	Jo Nesbo	Přízrak	Kniha Zlín
Učebnice	Věra Rubáková	Účetnictví pro úplné začátečníky 2015	Grada
Naučná literatura	Randall Lane	Jedna trefa stačí	65. pole
Dětská literatura	Jiří Dědeček Emma Pecháčková	Hvězdy pražské ZOO	Paseka

Zdroj: Vlastní zpracování

K získání cen jednotlivých titulů byl použit server Heureka.cz. V tabulce lze vidět tři typy cen. První je cena tištěné formy v internetových obchodech. Tento údaj je nutno brát jen orientačně, a to z důvodu následného placení poštovného, a hlavně z důvodu že se zde srovnávají i e-shopy, které nejsou příliš používané a prověřené a bojují s konkurencí formou strategie nízkých cen. Druhou cenou je cena tištěné formy v kamenných knihkupectvích. Je to cena, kterou nabízí internetové pobočky kamenných knihkupectví bez slevy za objednání přes internet. Zde byly srovnány ceny knihkupectví Kanzelberger, Knihy Dobrovský, Kosmas a Neoluxor, které se ve všech případech shodovaly. Třetí částkou je cena elektronických knih získaná také prostřednictvím serveru Heureka.cz. Ve třech případech se tato cena shodovala u všech poskytovatelů, ve zbylých dvou se lišila o 1 Kč, což bylo zanedbáno, jelikož případný vliv na srovnání není valný. Rozdíl mezi cenami byl vypočten jako rozdíl mezi cenou tištěné verze v kamenném knihkupectví a cenou elektronické knihy. V případě knihy Přízrak od Joa Nesbøho byla srovnávána cena vázaného vydání, nikoliv brožované alternativy. Cenové údaje jsou platné ke dni 21. 3. 2015. Výsledné zpracování cenového srovnání lze pozorovat v tabulce č. 3 níže.

Tabulka 3 Cenové srovnání vybraných titulů

Titul	Cena tištěné verze		Cena elektronické verze	Rozdíl	
	internetová knihkupectví	kamenná knihkupectví		v Kč	v %
Pod sněhem	220-296 Kč	329 Kč	189 Kč	140 Kč	43 %
Přízrak	268-359 Kč	399 Kč	239 Kč	160 Kč	40 %
Účetnictví pro úplné začátečníky 2015	195-219 Kč	219 Kč	186 Kč	33 Kč	15 %
Jedna trefa stačí	188-298 Kč	298 Kč	168 Kč	130 Kč	44 %
Hvězdy pražské ZOO	256-349 Kč	349 Kč	175 Kč	174 Kč	50 %

Zdroj: vlastní zpracování dle z Heureka.cz (data ze dne 21. 3. 2015)

Rozdíl v ceně se pohybuje ve stejné hodnotě u všech titulů, kromě učebnic od nakladatelství Grada. Při tvorbě srovnání bylo zjištěno, že právě u tohoto nakladatelství není cenový rozdíl mezi tištěnou a elektronickou formou příliš velký. U ostatních nakladatelství a žánrů se běžně uplatňuje podobný rozdíl, který lze pozorovat v tabulce č. 3 výše. Větší rozdíly v ceně jsou spíše v případech, že je na titul uplatněna některá speciální nabídka.

11 Možnosti zlepšení na trhu elektronických knih

Český trh elektronických knih je teprve na počátku své existence, a tak se zde vyskytuje spousta prostoru pro zlepšení. Jako první by bylo vhodné provést na českém území větší osvětu o elektronických knihách. Český národ je jeden z nejproduktivnějších v oblasti čtení knih, a tak je zde velký potenciální trh. Samozřejmě velká část obyvatelstva je konzervativní, ale za odmítáním e-knih je u řady lidí spíš malá informovanost, jak lze usuzovat z dotazníkového šetření na straně poptávky. Vhodné by bylo veřejnosti představit jak výhody e-knih, ale i jejich paralelu s tištěnou verzí, jako je například možnost uživatelské úpravy jako u tištěné verze (podtrhování, vepisování, apod.). Zaměřit by se měli prodejci také na čtecí zařízení a vyvést tak z omylu skupinu čtenářů, kteří si stěžují na záření elektronických zařízení, a ty, kteří tvrdí, že nemají zařízení ke čtení. U konzervativních čtenářů bych navrhovala spojit obě možnosti čtení dohromady a nabízet zvýhodněné balíčky obsahující tištěnou a elektronickou verzi, aby čtenáři měli možnost vyzkoušet, jak elektronická kniha funguje a zjistit její výhody a nevýhody. Stejně by na tyto tradičně smýšlející čtenáře mohla zapůsobit možnost půjčování elektronických titulů prostřednictvím knihoven nebo prodejců. Potenciálně úspěšnou metodou přiblížení se klasické knize je i možnost darování e-knihy, kterou již někteří prodejci nabízí.

Další možností rozvoje trhu by mohlo být zaměření se na dětskou literaturu. Nejmladší generace dnes tráví spoustu času s tablety, které by s e-knihami mohly být využity ke vzdělávání a rozvoji dítěte zábavnou formou. V tomto případě by bylo vhodné do elektronické knihy integrovat interaktivní objekty (např. videa, hry, apod.).

Důležité je kromě samotné nabídky e-knih a ovlivnění poptávky také správa elektronických knih na trhu. Reálně je dnes velmi těžké sehnat jakékoliv konkrétní informace o trhu elektronických knih. NK ČR, ani SČKN nemá žádné oficiální statistiky a vše se odvíjí od odhadů. Národní agentura ISBN má k dispozici čísla o vydaných elektronických knihách, které obdržely kód ISBN, avšak tento kód je různý pro každý formát, a tak se počty násobí a čísla nejsou příliš vypovídající. Situaci by mohla vyřešit aplikace paralelního opatření z oblasti tištěných knih, které je známé jako povinné výtisky. NK ČR se o zavedení povinného odevzdávání e-knih snaží. Nicméně dokud neexistuje legislativní úprava, nakladatele nic nenutí s NK ČR spolupracovat. Dalším způsobem, jak zlepšit přehled o vydaných e-knihách, je vytvoření centrálního úložiště elektronických knih v NK ČR, což by odpovídalo nynějšímu skladování tištěných knih.

Závěr

Hlavním cílem bakalářské práce bylo analyzovat současný trh s elektronickými knihami na území ČR a následně navrhnout možnosti zlepšení na tomto trhu.

K dosažení hlavních cílů bylo potřeba nejprve v teoretické části nalézt potřebné poznatky, které byly dále použity v části praktické. Jelikož téma elektronických knih není dosud příliš komplexně popsáno, nebylo jednoduché nalézt kvalitní zdroje. Především knižních zdrojů pojednávajících o e-knihách je velmi málo. V teoretické části tedy byla definována elektronická kniha, dále byl popsán vývoj ve světě a jeho jasná paralela s vývojem českým. Poté se práce zaměřila na nakladatelskou činnost a technickou stránku e-knih a čtecích zařízení a prezentovala činnost knihoven v oblasti e-knih.

Pro vypracování dotazníků sloužících k dotazníkovým šetřením bylo zapotřebí nastudovat literaturu týkající se správného dotazování, aby byl daný výzkum efektivní. Následně byl vytvořen dotazník sloužící k zjištění poptávky na trhu elektronických knih. Zpracování dotazníku poskytlo názory kupujících e-knih, ale i názory kupujících klasických knih, kteří jsou potencionálními kupujícími e-knih. Výsledky byly v souladu s faktem, že český trh s e-knihami je relativně mladý – např. pouze jedna pětina respondentů upřednostňovala elektronické knihy.

Pro analýzu nabídky na českém trhu elektronických knih bylo využito otevřených dotazníků pro nakladatele a prodejce e-knih, dále byl proveden průzkum webových stránek prodejců. Vše vedlo k ucelenému obrazu o nabídce, a to z hledisek zkoumaných v teoretické části. Byli prezentováni prodejci e-knih, zjištěn rozsah jejich nabídky, nabízených formátů a zabezpečení. Jejich e-shopy byly také zkoumány z hlediska uživatelské přívětivosti. Jelikož v dnešní době vládne trhem nejen kvalita, ale i cena, byly podrobeny analýze i populární speciální nabídky. Konkrétní srovnání cen e-knih s cenami na trhu tištěných knih bylo závěrem analýzy společně se srovnáním prodeje na těchto dvou trzích. Na základě srovnání lze konstatovat, že trh elektronických knih je zatím malý, ale meziročně roste dvojnásobně a zřejmě v podobném vývoji bude i pokračovat.

Teoretická a především praktická část posloužily k dosažení hlavního cíle, a to nalezení mezer na českém trhu a stanovení následných doporučení, které by mohly vést k jejich naplnění. Tyto náměty byly prezentovány v poslední kapitole. Domnívám se, že cíle předsevzaté v úvodu práce se mi povedlo splnit.

V průběhu komunikace s internetovým obchodem s e-knihami Kosmas.cz byl projeven zájem ze strany jejich zástupce, pana Tomáše Fojtíka, o poskytnutí bakalářské

práce této společnosti. Doufám, že má práce poslouží nejen obchodu Kosmas.cz, ale i široké veřejnosti, a tak zvedne povědomí o elektronických knihách v ČR.

Summary

The main aim of this bachelor thesis is to analyse the Czech market with electronic books. The study of supply and demand in this market led to the discovery of the gaps in the market and to creation of some recommendations on how the market could be improved so that it would grow.

The thesis is divided to a theoretical and a practical part which together consist of 11 chapters. The theoretical part introduces the concept of e-book, its history, its identification, the work of publishers in relation to e-books, the formats and the types of security which are applied to electronic books, the e-book readers and also the role of libraries. The last chapter of the theoretical part describes how to create properly a questionnaire. In the practical part I applied the knowledge I had obtained when I had been writing the theoretical part. The analysis is divided into the analysis of the demand, which is based on the proper questionnaire, and to the analysis of the supply, which firstly gain the information from the other questionnaire made for the sellers of electronic books and for the publishers of this type of books, and secondly from the websites of these sellers. One chapter is dedicated to the comparison between the market of classical printed book and the market of e-books. The last chapter of the thesis offers ideas how the Czech market with e-books could be improved.

To summarize, I can say that the results of the analysis were expected – the Czech market with e-book is still fresh and the Czechs prefer classic books to the electronic ones nowadays. However, the situation is getting better in favour to e-books. Each year the sale of e-books is twice as big in comparison to the previous year. According to the analysis it is possible to conclude that the Czechs have only a little information about electronic books and that can be a reason of their preference of printed books. As well as the raising of public awareness there is also a need of an improvement of the system of the identification and the enactment of handing over the copy of e-book to National Library of the Czech Republic as it is required in case of printed books.

In conclusion, I assume that I reached all the objectives I had set in the beginning of the thesis. While I was writing the thesis, I had a couple of problems which I solved, for example a lack of the print sources about electronic books or the inaccessibility of the data for the comparison of the markets. I hope that in the future the thesis will be useful to public.

Seznam pramenů a literatury

Tištěné zdroje

Česká republika. Zákon č. 37/1995 Sb., o neperiodických publikacích. In: *Sbírka zákonů České republiky*. Praha: Ministerstvo vnitra, 1995, roč. 1995, 8.

FORET, Miroslav a Jana STÁVKOVÁ. Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky. 1. vyd. Praha: Grada, 2003, 159 s. ISBN 80-247-0385-8.

KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 304 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.

MACHKOVÁ, Hana. *Mezinárodní marketing*. 2., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2006, 205 s. ISBN 80-247-1678-X.

ORAVOVÁ, Monika, a Gabriela FILIPOVÁ. *E-knihy aneb první pomoc pro začátečníky*. 1. vyd. Ostrava: Moravskoslezská vědecká knihovna v Ostravě, 2012. 26 s. ISBN 978-80-7054-142-5.

PAVLÍK, Jiří, a Jan MACH. Zabezpečení e-knih. In: BOUDA, Tomáš a kol. *Elektronické knihy v českých knihovnách*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2012. s. 43-52. ISBN 978-80-210-6000-5.

POKORNÝ, Antonín. Čtečku nebo knihu?. In: Libuše FOBEROVÁ, ed. *Konference Kniha ve 21. století: téma: "Budoucnost knihoven - trendy a směry": 15.-16. února 2012*. Opava: Slezská univerzita, 2012. s. 80-83. ISBN 978-80-7248-822-3.

POŘÍZKOVÁ, Lenka. *Elektronická kniha jako nakladatelský produkt: úvod do problematiky*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. 100 s. Editoroom. Günther; č. 13. ISBN 978-80-244-3355-4.

ZBOŘIL, Kamil. Marketingový výzkum: metodologie a aplikace. 2. vyd. Praha: Oeconomica, 2003. 171 s. ISBN 80-245-0615-7.

Elektronické zdroje

20% sleva na e-knihy z eReading.cz. *Slevomat.cz* [online]. [Praha 2]: © Slevomat.cz, 2014-10-12 [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <https://www.slevomat.cz/sleva/737885-20-sleva-na-e-knihy-z-ereading-cz>

Browse By Language: Czech. *Free ebooks – Project Gutenberg* [online]. Salt Lake City: Project Gutenberg Literary Archive Foundation, © 2003-2010 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://www.gutenberg.org/browse/languages/cs>

BRY. Projekt Gutenberg zastaven. *E15.cz – Strategie* [online]. [Praha 4]: Mladá fronta a. s., 2010 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://strategie.e15.cz/zpravy/projekt-gutenberg-zastaven>

CELBOVÁ, Ludmila. Povinný výtisk elektronických publikací, zejména vzdálených elektronických zdrojů. *Ikaros* [online]. 2000, roč. 4, č. 10 [cit. 2014-10-31]. ISSN 1212-5075. Dostupné z: <http://www.ikaros.cz/node/670>

Č.T.E.! [online]. [Praha]: Vítězslav Praks & Tereza Praksová, 2000-2002 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://cte.cuni.cz>

ČTK. Loni v Česku vyšlo 18.379 knih, beletrie bylo přes 5000 titulů. *ČeskéNoviny.cz: zpravodajský server ČTK* [online]. Praha: ČTK, 2015 [cit. 2015-03-21]. ISSN 1213-5003. Dostupné z: http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/loni-v-cesku-vyslo-18-379-knih-beletrie-bylo-pres-5000-titulu/1195085#.VQweQpjojaA.google_plusone_share

Databook.cz [online]. Internetové knihkupectví Databook, © 2012-2015 [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.databook.cz/>

DOLÁKOVÁ, Alena. Na co si dát pozor při citování elektronických internetových zdrojů. *Knihovna VŠE – CIKS* [online]. Praha: Vysoká škola ekonomická, © 2000-2014, 2014-06-02 [cit. 2014-10-30]. Dostupné z: <http://ciks.vse.cz/citace/internet.aspx>

Dům knihy – Knihy po všech stránkách [online]. Kanzelsberger a.s., © 2011 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: <http://www.dumknihy.cz/>

eBUX.cz – obchod s elektronickými knihami [online]. Praha 5: Euromedia Group, k.s., © 2015 [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.ebux.cz/>

eReading.cz [online]. Praha: eReading s.r.o., © 2010 [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.ereading.cz/>

Evropská síť knihoven. *Books2ebooks* [online]. Innsbruck: Leopold-Franzens-Universität Innsbruck [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://books2ebooks.eu/cs/content/evropsk%C3%A1-s%C3%AD%C5%A5-knihoven>

FEATHER, John, a Paul STURGES. *International Encyclopedia of Information and Library Science* [online]. Second edition. London: Routledge, 2003 [cit. 2014-10-26]. 688 s. ISBN 0-203-40330-4. Dostupné z: http://www.academia.edu/4904499/International_Encyclopedia_of_Informatio_-_John_Fea0ther

Free ebooks – Project Gutenberg [online]. Salt Lake City: Project Gutenberg Literary Archive Foundation, © 2003-2010, 2014-10-11 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://www.gutenberg.org/>

Heureka.cz – Porovnání cen a srovnání produktů z internetových obchodů [online]. Naspers OCS Czech Republic, s.r.o., © 2000-2015 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: <http://www.heureka.cz/>

Jak nakupovat. *Martinus.cz* [online]. Martinus.cz, © 2011-2015 [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: http://www.martinus.cz/?uMod=other&uTyp=doc&uDoc=proc_prave_u_nas

JEŘÁBEK, Antonín. *Příručka uživatele systému ISBN* [online]. 5., zcela přepracované vyd. Praha: Národní knihovna ČR, 2006, březen 2011 [cit. 2014-10-30]. 79 s. Dostupné z: <http://www.nkp.cz/soubory/ostatni/prirucka-isbi-13.pdf>

JIROUŠEK, Václav. E-knihy. *Bulletin SKIP* [online]. [Praha 1]: Svaz knihovníků a informačních pracovníků ČR, 2009, roč. 18, č. 4 [cit. 2014-10-26]. ISSN 1213 – 5828. Dostupné z: http://bulletin.skipcr.cz/bulletin/Bull09_420.htm

Knihcentrum.cz [online]. Ostrava: BOOKNET s.r.o [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.knihcentrum.cz/>

Knihkupectví Neoluxor – Největší výběr knih v ČR [online]. Praha 1: NEOLUXOR, s.r.o. [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: <http://neoluxor.cz/>

Knihy Dobrovský [online]. Dobrovský s.r.o., © 2013 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: <http://eshop.knihdobrovsky.cz/>

Kosmas.cz [online]. Praha: Kosmas [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <https://www.kosmas.cz>

Kramerius [online]. [Praha]: Národní knihovna ČR a Knihovna Akademie věd ČR, ©2003-2010 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://kramerius.nkp.cz>

LEBERT, Marie. *Project Gutenberg (1971-2008)* [online]. 1. vyd. Toronto: NEF, University of Toronto & Project Gutenberg, 2008 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://www.gutenberg.org/cache/epub/27045/pg27045.html>

Martinus.cz [online]. Martinus.cz, © 2011-2015 [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.martinus.cz/>

MATUŠÍK, Zdeněk. Elektronické knihy v knihovnách z pohledu autorského práva. *Bulletin SKIP* [online]. [Praha 1]: Svaz knihovníků a informačních pracovníků ČR, 2010, roč. 19, č. 1 [cit. 2014-10-26]. ISSN 1213 – 5828. Dostupné z: http://skip.nkp.cz/Bulletin/Bull10_118.htm

NonLibri / Neknihy [online]. [Praha 4]: Sprinx s.r.o., © 2002 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://www.neknihy.cz/>

O nás. *Palmknihy.cz* [online]. [Praha 1]: Palmknihy, © 2000 – 2014 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://www.palmknihy.cz/o-nas>

O serveru. *Virtbook.cz* [online]. [Kralice na Hané]: Computer Media s. r. o. [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.virtbook.cz/virtbook/o-serveru>

Palmknihy.cz [online]. [Praha 1]: Palmknihy, © 2000 – 2014 [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.palmknihy.cz/>

PAVLÍK, Jiří, a Květa HARTMANNOVÁ. České e-knihy pro knihovny, zkušenosti z Univerzity Karlovy v Praze. In: *INFORUM 2014: 20. ročník konference o profesionálních informačních zdrojích, Praha 27.-28. 5. 2014* [online]. Praha: Albertina icome Praha, 2014 [cit. 2014-11-10]. ISSN 1801–2213. Dostupný z: <http://www.inforum.cz/pdf/2014/pavlik-jiri.pdf>

POKORNÝ, Lukáš. Formáty elektronických knih: specifika a popularita. *Inflow – information journal* [online]. Brno: Inflow, 2012 [cit. 2014-11-03]. ISSN 1802–9736. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/formaty-elektronickykh-knih-jejich-specifika-popularita>

POKORNÝ, Lukáš. Platformy pro elektronický self-publishing: charakteristiky a srovnání (1. část). *Inflow – information journal* [online]. [Brno]: Inflow, 2014 [cit. 2014-11-10]. ISSN 1802–9736. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/platformy-pro-elektronicky-self-publishing-charakteristiky-srovnani-1-cast>

Povinný výtisk neperiodických publikací. *NK ČR* [online]. Praha 1: Národní knihovna ČR, 2012 [cit. 2014-10-30]- Dostupné z: <http://www.nkp.cz/sluzby/sluzby-pro/povinne-vytisky/pv>

Pro média. *Kosmas.cz* [online]. Praha: Kosmas [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <https://www.kosmas.cz/info/pro-media/>

Pro novináře. *Palmknihy.cz* [online]. [Praha 1]: Palmknihy, © 2000 – 2014 [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.palmknihy.cz/pro-novinare>

Rajknih.cz – e-knihy i e-časopisy zdarma i k zakoupení. [online]. Praha 1: Wooky a. s. [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://rajknih.cz/>

ROUSE, Margaret. *What is eBook?* [online]. 2005 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: <http://searchmobilecomputing.techtarget.com/definition/eBook>

TICHÝ, Vladimír. Elektronické knihy. *Duha* [online]. Brno: Moravská zemská knihovna v Brně, 2012, roč. 26, č. 2 [cit. 2014-11-03]. ISSN 1804-4255. Dostupné z: <http://duha.mzk.cz/clanky/elektronicke-knihy>

Tiskové zprávy. *eReading.cz* [online]. Praha: eReading s.r.o., © 2010 [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.ereading.cz/cs/tiskove-zpravy>

TUREČKOVÁ, Marcela. *Zpráva o českém knižním trhu 2013/2014* [online]. Praha: Svaz českých knihkupců a nakladatelů, 2014 [cit. 2015-03-21]. ISBN 978-80-905680-1-3. Dostupné z: http://sckn.cz/content/zpravy/zprava_ckt_2014.pdf

Úvod. *Dobrovolné uložení elektronických publikací* [online]. Praha: Národní knihovna ČR, © 2011 [cit. 2014-10-31]. Dostupné z: <http://edpilot.nkp.cz/wp>

Virtbook.cz [online]. [Kralice na Hané]: Computer Media s. r. o. [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.virtbook.cz/>

VYTLAČIL, Petr. Jak a na čem číst e-knihy a e-časopisy. *Ebooky.cz* [online]. Ebooky.cz, 2014 [cit. 2014-11-10]. Dostupné z: <http://www.ebooky.cz/jak-a-na-cem-cist-e-knihy-a-e-casopisy>

ŽÍŽALA, Martin. Správa elektronických publikací v síti knihoven ČR. *Ikaros* [online]. 2012, ročník 16, číslo 4 [cit. 2014-10-30]. Dostupné z: <http://ikaros.cz/sprava-elektronickyh-publikaci-v-siti-knihoven-cr>

Seznam zkratek

AZW	Amazon Word
ČTE!	České texty elektronicky! (také Č.T.E.!)
ČTK	Česká tisková kancelář
DOI	Digital Object Identifier
DRM	Digital Rights Management
EOD	eBooks on Demand
EPUB	Electronic Publication
HTML	Hypertext Markup Language
IP	Internet Protocol
iOS	Apple Operation System
ISBN	International Standard Book Numbering
KF8	Kindle Format 8
MOBI	Mobipocket
NK ČR	Národní knihovna České republiky
PDF	Portable Document Format
RTF	Rich Text Format
SČKN	Svaz českých knihkupců a nakladatelů
TDKIV	Česká terminologická databáze z oblasti knihovnictví a informační vědy
TXT	Text File
URL	Unique Resource Locator
XHTML	Extensible Hypertext Markup Language
XML	Extensible Markup Language

Seznam obrázků

Obrázek 1 Fáze procesu tvorby dotazníku.....	25
Obrázek 2 Webové stránky Palmknihy.cz.....	39
Obrázek 3 Webové stránky eReading.cz	40
Obrázek 4 Webové stránky Kosmas.cz	41
Obrázek 5 Webové stránky prodejců platformy Wooky.cz.....	41
Obrázek 6 Webové stránky Virtbook.cz.....	42
Obrázek 7 Webové stránky Martinus.cz.....	42

Seznam grafů

Graf 1 Proč upřednostňujete tištěné knihy?	30
Graf 2 Proč upřednostňujete elektronické knihy?.....	31
Graf 3 Co by vás přimělo ke koupi e-knihy místo knihy tištěné?	32
Graf 4 Na jakém zařízení čtete elektronické knihy?.....	33
Graf 5 Jakou značku čtečku vlastníte?.....	33
Graf 6 Jaký formát e-knih upřednostňujete?.....	34
Graf 7 Jakým způsobem získáváte e-knihy?.....	35
Graf 8 Kolik jste již zakoupili e-knih?.....	36
Graf 9 Jaký žánr e-knih nakupujete nejčastěji?	36
Graf 10 Jste informovaný/á o speciálních nabídkách na trhu s e-knihami?	37
Graf 11 Kterou z nabídek jste využil/a, nebo byste využil/a?	38
Graf 12 Počet titulů v nabídce e-shopů.....	44

Seznam tabulek

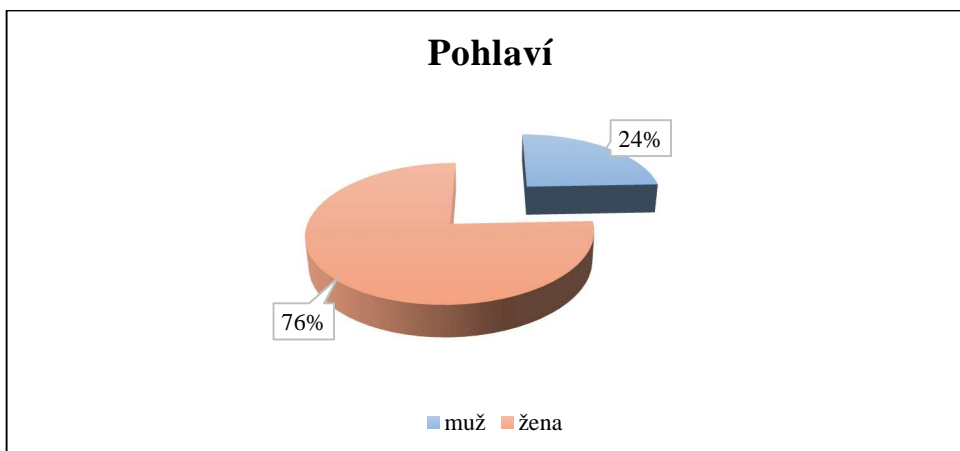
Tabulka 1 Obrat na knižním trhu v milionech Kč bez DPH.....	49
Tabulka 2 Přehled titulů podrobených cenovému srovnání.....	50
Tabulka 3 Cenové srovnání vybraných titulů	51

Seznam příloh

Příloha 1: Doplnkové grafy.....	67
Příloha 2: Dotazník pro analýzu poptávky po elektronických knihách	72
Příloha 3: Dotazník pro internetové portály včetně poskytnutých odpovědí.....	77
Příloha 4: Dotazník pro nakladatele včetně poskytnutých odpovědí.....	81

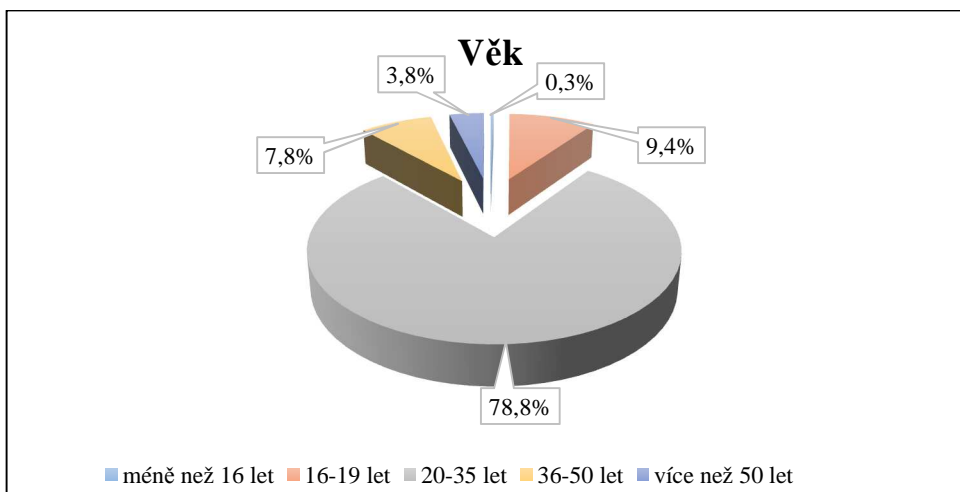
Příloha 1: Doplnkové grafy

Příloha 1 - Graf 1 Pohlaví respondentů



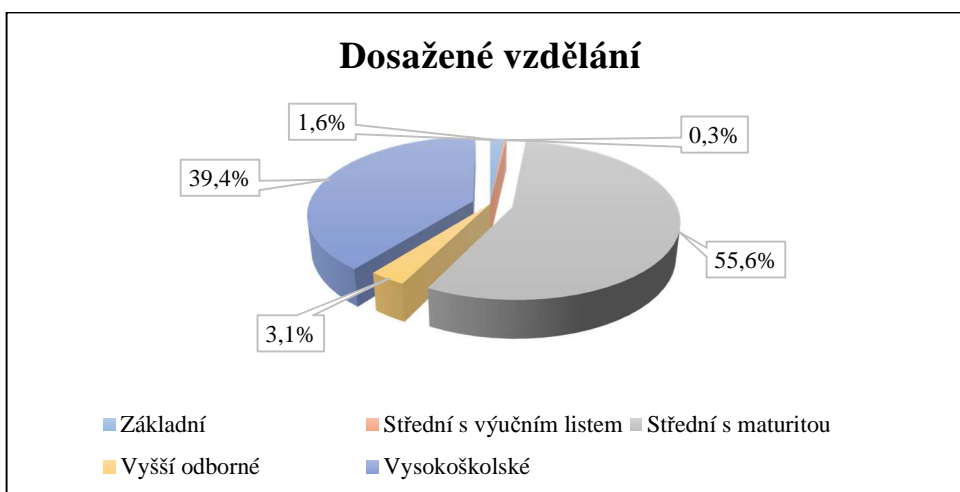
Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Příloha 1 - Graf 2 Věková charakteristika respondentů



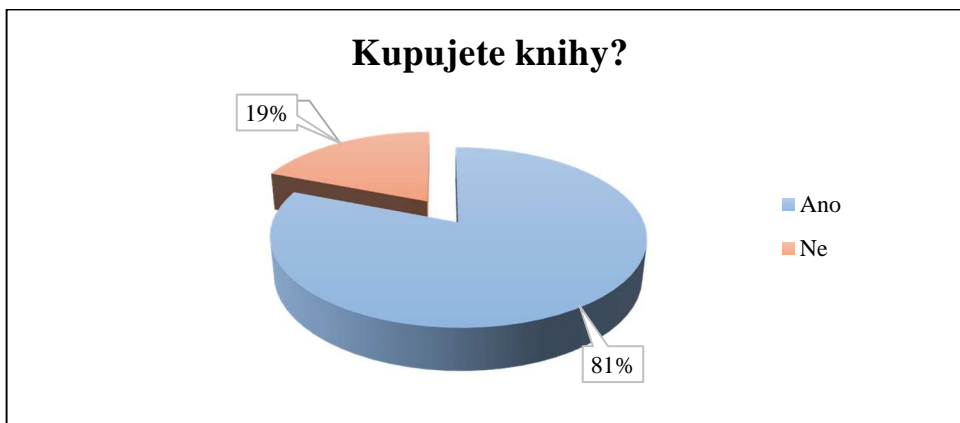
Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Příloha 1 - Graf 3 Vzdělanostní charakteristika respondentů



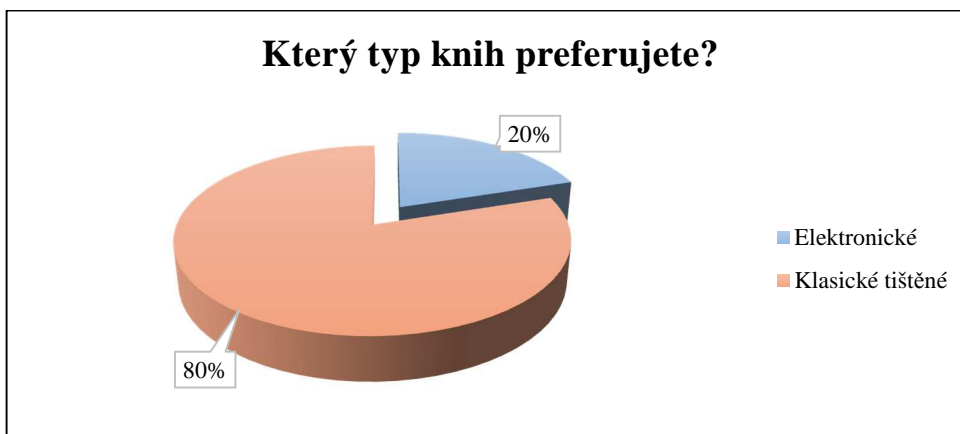
Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Příloha 1 - Graf 4 Kupujete knihy?



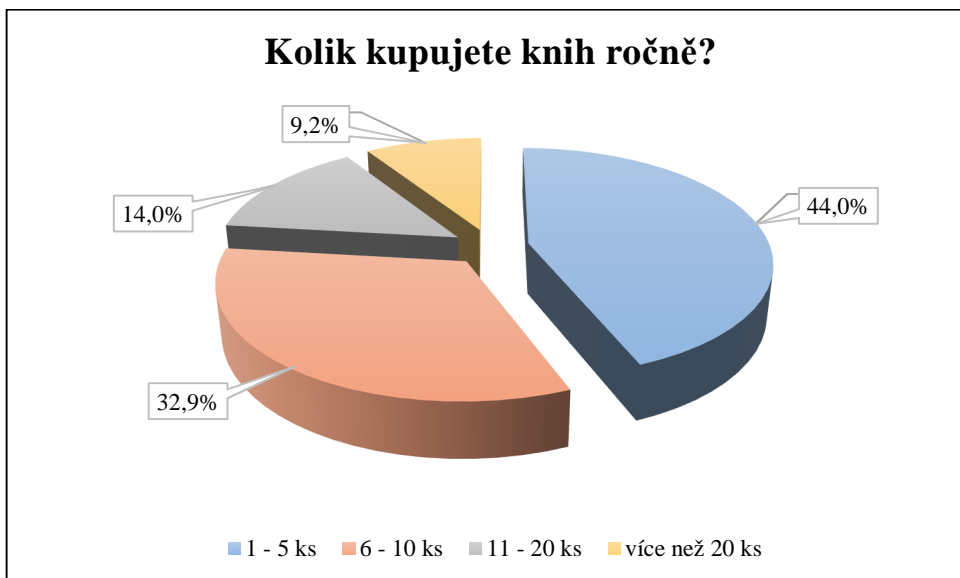
Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Příloha 1 - Graf 5 Který typ knih preferujete?



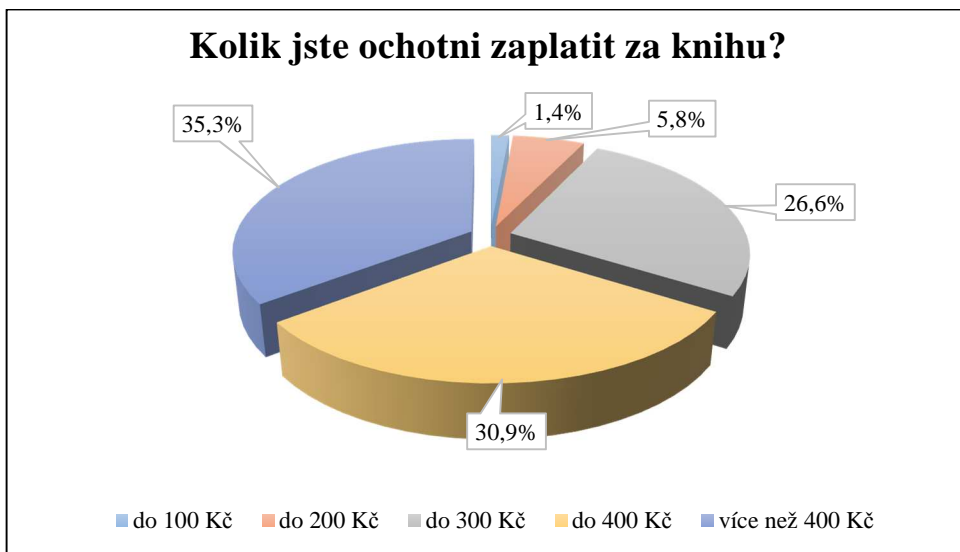
Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Příloha 1 - Graf 6 Kolik kupujete knih ročně?



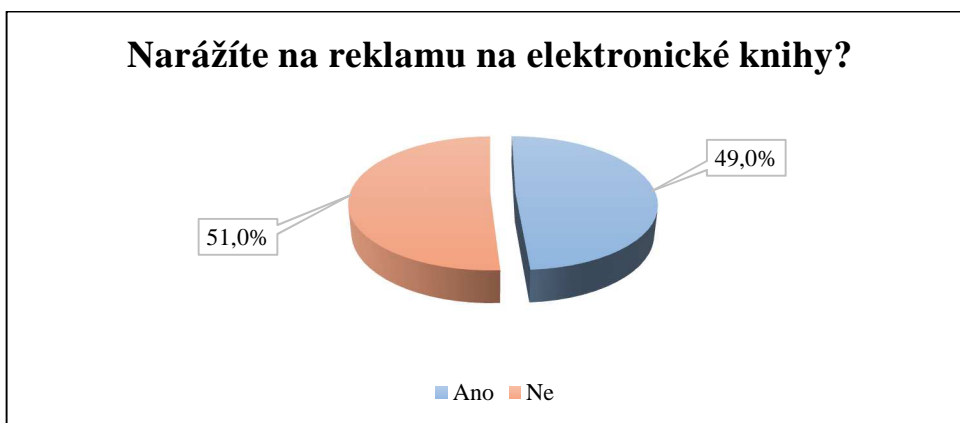
Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Příloha 1 - Graf 7 Kolik jste ochotni zaplatit za knihu?



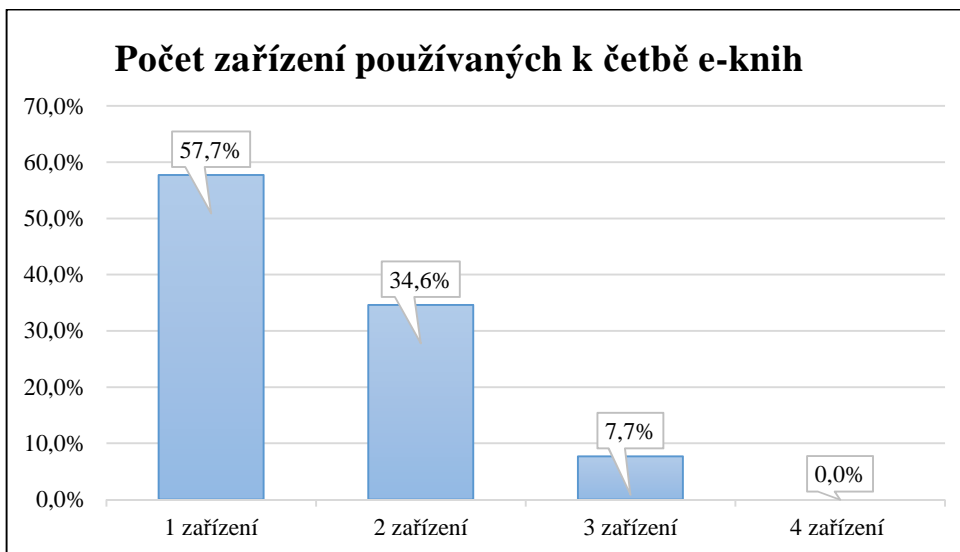
Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Příloha 1 - Graf 8 Narážíte na reklamu na elektronické knihy?



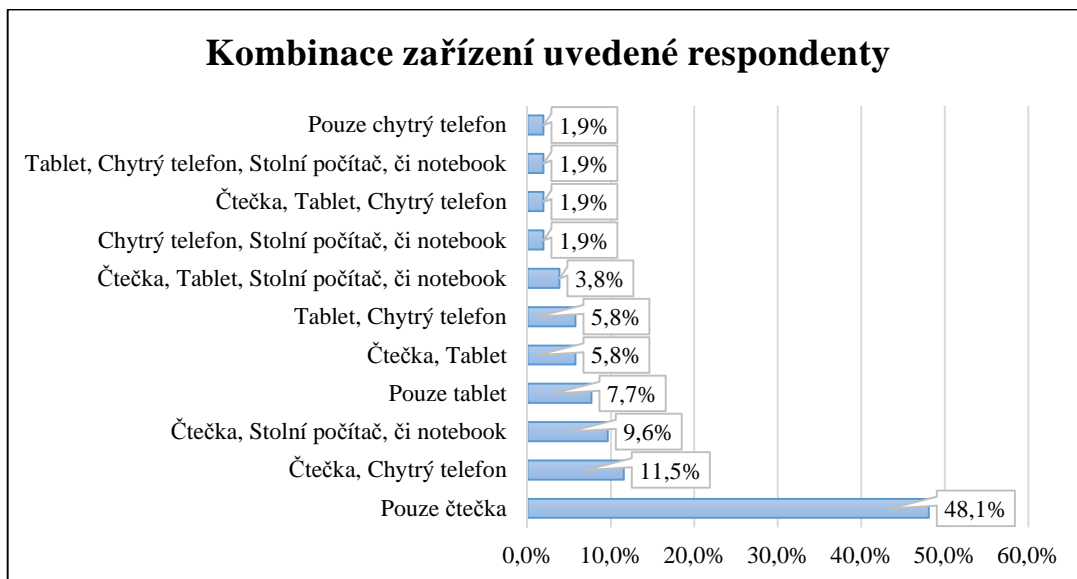
Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Příloha 1 - Graf 9 Počet zařízení používaných k četbě e-knih



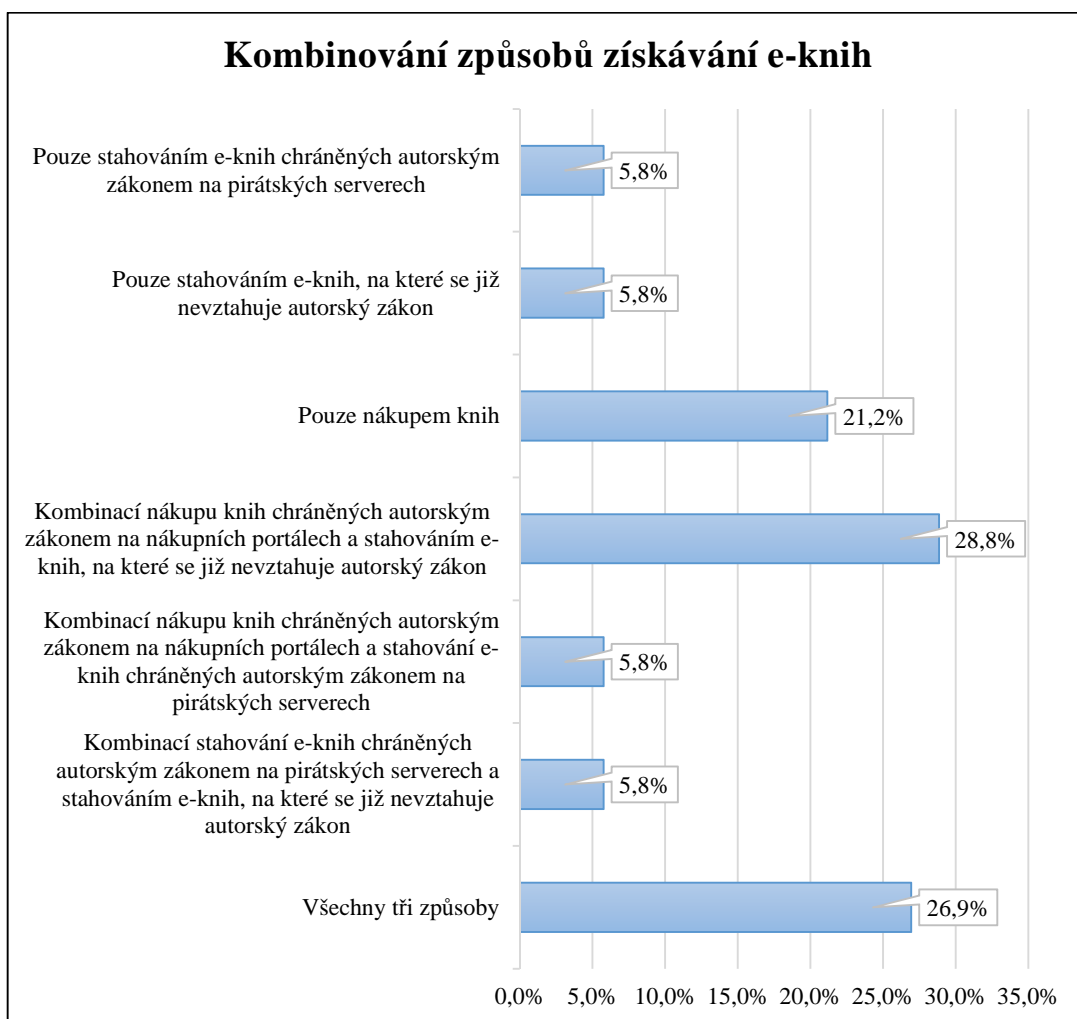
Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Příloha 1 - Graf 10 Kombinace zařízení uvedené respondenty



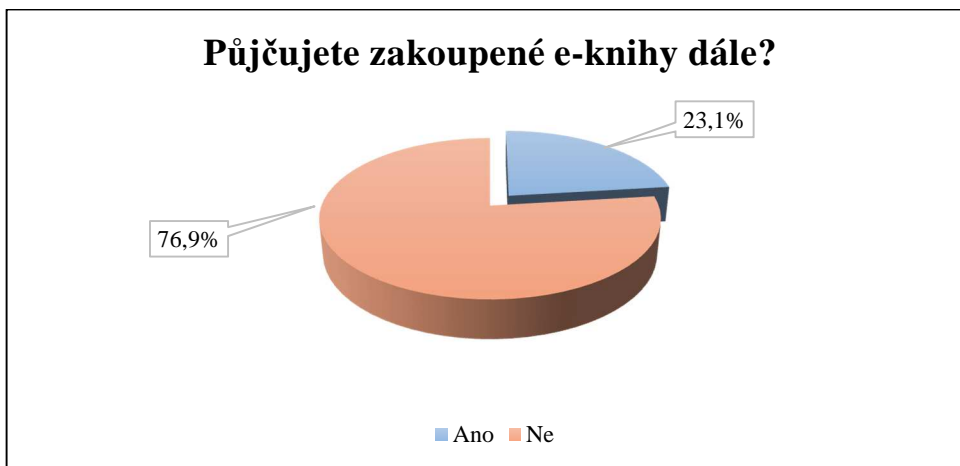
Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Příloha 1 - Graf 11 Kombinace způsobů získávání e-knih



Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Příloha 1 - Graf 12 Půjčujete zakoupené e-knihy dále?



Zdroj: vlastní zpracování dle realizovaného dotazníku

Příloha 2: Dotazník pro analýzu poptávky po elektronických knihách

Dobrý den,

Jmenuji se Martina Konečná a jsem studentkou 3. ročníku Univerzity Palackého, Filozofické fakulty, oboru Aplikovaná ekonomická studia – Španělská filologie. Momentálně vypracovávám svou bakalářskou práci na téma „Analýza českého trhu s e-knihami“. Tento dotazník se stane podkladem pro analýzu poptávky po elektronických knihách v ČR v rámci této práce.

Dotazník je anonymní. Jeho vyplnění vám v průměru zabere asi 5 minut.

V případě dalšího zájmu mě můžete kontaktovat prostřednictvím e-mailu na adrese martina.konecna@gmail.com.

Předem děkuji za Váš čas a vyplnění.
Martina Konečná

*Povinné pole

Znáte pojem "elektronická kniha"? *

- Ano
- Ne

Kupujete knihy? *

- Ano
- Ne

Který typ knih preferujete?

- Klasické tištěné knihy
- Elektronické knihy

Klasické tištěné knihy

Proč upřednostňujete tištěné knihy?

- Pro sentimentální hodnoty (vůně, šustění stránek)
- Nemám zařízení, na kterém bych mohla číst e-knihy
- Jsou dostupné v knihovně
- Kvůli odporu k technice
- Jiné:

Co by Vás přimělo ke koupi e-knihy místo knihy tištěné?

- Nižší cena e-knihy
- Možnost stáhnout si část knihy před nákupem
- Jednoduchost koupě z pohodlí domova
- Věrnostní akce
- Jiné:

Kolik kupujete ročně knih?

- 1 - 5 ks
- 6 - 10 ks
- 11 - 20 ks
- více než 20 ks

Kolik jste ochotni zaplatit za jednu knihu?

- do 100 Kč
- do 200 Kč
- do 300 Kč
- do 400 Kč
- více než 400 Kč

Narážíte na reklamu na elektronické knihy?

- Ano
- Ne

Elektronické knihy

Na jakém zařízení čtete e-knihy?

- Čtečka
- Tablet
- Chytrý telefon
- Stolní počítač, či notebook

Jakou čtečku vlastníte?

- Amazon Kindle
- PocketBook
- Prestigio
- Brandované čtečky portálů, prodávajících e-knihy (např. eReading, Wooky)
- Jiné:

Jak získáváte e-knihy?

- Kupuji knihy chráněné autorských zákonem na portálech k tomu určených
- Stahuji knihy chráněné autorským zákonem, které jsou nelegálně dostupné na pirátských serverech
- Stahuji knihy, které již nejsou chráněny autorským zákonem

Půjčujete zakoupené e-knihy dál?

- Ano
- Ne

Jaký formát e-knih upřednostňujete?

- MOBI
- EPUB
- PDF
- PDF pro čtečky
- Wooky

Kolik e-knih jste již koupili?

V jakém žánru nakupujete nejvíce e-knihy?

- Česká beletrie pro dospělé
- Světová beletrie pro dospělé
- Dětská literatura
- Literatura faktu (např. cestopisy, kuchařky, aj.)
- Učebnice a studijní materiály

Proč upřednostňujete e-knihy?

(vyberte maximálně 3 odpovědi)

- Nižší cena
- Jednoduchost a pohodlnost nákupu
- Možnost mít u sebe větší množství knih (např. při cestování)
- Menší dopad na životní prostředí
- Možnost získat ukázkou knihy před koupí
- Možnost vyhledávání v textu
- Možnost vratné úpravy textu (podtržení, zvýraznění, dopsání poznámek)
- Aktuálnost obsahu
- Možnost úpravy textu podle potřeby (velikost, typ písma)
- Jiné:

Jste informovaní o speciálních nabídkách na trhu s e-knihami (např. zlevněné tituly, nákup části knihy před vydání, aj.)? Využíváte je?

- Jsem informovaný/á a využívám je
- Jsem informovaný/á, ale nevyžívám je
- Nevím o těchto nabídkách, ale využil/a bych je
- Nejsem informovaný/á a nezajímá mě to.

Kterou z nabídek jste využil/a, nebo byste využil/a?

- Speciální, výrazně nižší cena na určitý titul (např. eBux, Rájknih)
- Sleva titulu s možností stáhnout část knihy před vydáním (např. Palmknihy)
- Akce přes slevové portály (např. eReading)
- Akce přes externí partnery (např. spolupráce eReadingu s Billa Bonus Clubem, spolupráce Palmknih s portálem Lupa)
- Jednorázové akce ve spolupráci s nakladateli (např. všechny tituly od jednoho nakladatele za stejnou cenu)

Demografické charakteristiky

Jste muž, nebo žena? *

- Muž
- Žena

Do jaké věkové kategorie patříte? *

- méně než 16 let
- 16-19 let
- 20-35 let
- 36-50 let
- více než 50 let

Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání? *

- Základní
- Střední s výučním listem
- Střední s maturitou
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

Příloha 3: Dotazník pro internetové portály včetně poskytnutých odpovědí

1. Jak se vyvíjí prodej ve Vašem obchodě v celkových číslech? Zda stoupá a o kolik, či naopak.

eReading (Martin Lipert): Obecně lze říci, že trh e-knih roste 80 až 100 meziročně. Přesná čísla neposkytujeme.

Kosmas (Tomáš Fojtík): Prodej rok od roku stále roste. Jsou určité sezonní výkyvy a výkyvy související s marketingovými akcemi, ale v meziročním srovnání obrat e-shopu roste stále cca o 10% ročně.

Palmknihy (Jiří Vlček): Prodej poslední dva roky roste meziročně dvojnásobně.

Virtbook (Pavel Navrátil): Objem je stoupající.

2. Jaký je počet uživatelů zaregistrovaných na Vašem portále?

eReading: přes 50 000.

Kosmas: Něco málo přes půl milionu.

Palmknihy: Číslo uživatelů není veřejné, je vyšší než 100 tisíc.

Virtbook: -

3. Kolik si průměrně u Vás uživatel kupuje knih?

eReading: -

Kosmas: Co se týče e-knih, je to kolem 2 knih v jedné objednávce. Nejsou ale výjimky, kdy si zákazník koupí 1 e-knihu. Nemusí totiž řešit poštovné.

Palmknihy: Při každém nákupu přibližně 1,5 knihy.

Virtbook: 2-4.

4. Jaký je rozsah Vaší nabídky titulů?

eReading: nyní je v nabídce přes 7000 titulů.

Kosmas: Kosmas.cz aktuálně představuje více než 10 000 e-knih.

Palmknihy: Máme cca 13 tisíc knih a audioknih.

Virtbook: -

5. Jak se rozvíjí Vaše nabídka - kolik titulů průměrně přidáváte a jak často se nabídka rozšiřuje?

eReading: Přírůstky e-knih se pohybují cca 200 knih/měsíc.

Kosmas: Naše nabídka se rozšiřuje každý den o několik e-knih. Týdně je to kolem 20 – 50 nových e-knih.

Palmknihy: Nabídka se rozšiřuje denně, měsíčně přibude přibližně 300 knih - hodně záleží na ročním období (před Vánoci je velký nárůst, po Novém roce naopak útlum).

Virtbook: -

6. Ve kterých žánrech přibývají elektronické knihy nejčastěji a ve kterých nejvíce?

eReading: -

Kosmas: Nedá se říct, že by jeden žánr dominoval, co se týče produkce nových e-knih. Ty přibývají prakticky ve všech žánrech.

Palmknihy: Hodně přibývá odborných knih, románů, krimi a romantiky. Současně nejčastěji i nejvíce.

Virtbook: -

7. O jaký žánr e-knih je největší zájem?

eReading: Podívejte se do sekce <http://www.ereading.cz/cs/bestsellery>

Kosmas: Zájem o e-knihy kopíruje tištěné sestřičky, takže v poslední době hodně skandinávské kriminálky a další velké bestsellery typu Kvítek karmínový a bílý.

Palmknihy: Krimi, romantika, thrillery, erotika, sci-fi a fantasy.

Virtbook: Odborná literatura.

8. Kterí nakladatelé jsou nejprodávanější?

eReading: Podívejte se do sekce <http://www.ereading.cz/cs/bestsellery>

Kosmas: Kniha Zlín díky Joovi Nesbom a potom nakladatelství Argo a Host. Argo proto, že jsme výhradním prodejcem jejich e-knih a Host proto, že ve svém portfoliu mají nejočekávanější novinky.

Palmknihy: Host, Domino, Kniha Zlín, Jota, Moba, BB/art.

Virtbook: -

9. Kterí nakladatelé přidávají nejvíce nových titulů?

eReading: -

Kosmas: U nás je to nejčastěji Argo a Host a Kniha Zlín.

Palmknihy: Grada a zbytek podle sezóny.

Virtbook: -

10. Kterí autoři jsou nejprodávanější?

eReading: Podívejte se do sekce <http://www.ereading.cz/cs/bestsellery>

Kosmas: Jo Nesbø, Jonas Jonasson, Evžen Boček, Peter May.

Palmknihy: Nesbø, Vondruška - statistiky jsme zveřejnili na blog.palmknihy.cz.

Virtbook: -

11. Jaké zabezpečení na e-knihy aplikujete?

eReading: Preferujeme sociální DRM, ale jsou ještě nakladatelé, kteří vyžadují Adobe DRM.

Kosmas: V drtivé většině sociální DRM, které považujeme za nejlepší kompromis. Někteří nakladatelé ale stále trvají na tvrdém DRM, které musíme respektovat.

Palmknihy: V 99 % sociální DRM, poslední procento Adobe DRM.

Virtbook: Bez zabezpečení, DRM, sociální DRM.

12. Jaké formáty e-knih nabízíte?

eReading: -

Kosmas: EPUB, MOBI, PDF.

Palmknihy: EPUB, MOBI, PDF a PDF pro čtečky.

Virtbook: EPUB, MOBI, PDF.

13. Který formát je nejprodávanější?

eReading: -

Kosmas: Při koupi e-knihy dostanete všechny dostupné formáty e-knihy. Nejčastěji knihy vycházejí ve formátech MOBI a EPUB.

Palmknihy: Zákazník si kupuje knihu a ne formát. Takže při nákupu má k dispozici všechny formáty. Nicméně nejstahovanější je MOBI.

Virtbook: PDF, potom EPUB.

14. Který formát a zabezpečení nejčastěji požadují nakladatelé, potažmo autoři?

eReading: Jsou ještě nakladatelé, kteří vyžadují Adobe DRM.

Kosmas: Nakladatelé by byli, pochopitelně, rádi za tvrdé DRM, které ochraňuje e-knihy nejvíce ze všech možných způsobů (byť ne dokonale). Někteří autoři, potažmo jejich agenti, na tomto tvrdém DRM dokonce trvají. Nicméně realita je taková, že čeští nakladatelé, až na ojedinělé výjimky, pochopili, že tvrdé DRM není v českých podmínkách akceptované čtenáři a tak se zrodil kompromis v podobě sociálního DRM – tedy v podobě jakéhosi vodoznaku s osobními údaji o kupci, které identifikuje toho, kdo si knihu koupil, případně pustil na internet.

Palmknihy: U beletrie je to jednoznačně ePub a mobi se sociálním DRM, u odborné literatury je to PDF se sociálním DRM. S autory v přímém styku nejsme.

Virtbook: Formáty nakladatelé PDF, poté EPUB. Zabezpečení je 30% bez zabezpečení, 40% DRM, 30% sociální DRM.

15. Jaké marketingové tahy používáte pro získávání nových zákazníků a udržení stávajících? Jak propagujete e-knihy? Máte nějaké speciální nabídky pro zákazníky, které Vás odlišují od ostatních?

eReading: Mailing, externí partnerství, vlastní brandované čtečky.

Kosmas: Používáme newsletter a speciální slevové akce, které domlouváme po spolupráci s nakladateli.

Palmknihy: Máme, ale to jsou věci, které si necháváme pro sebe. Nežlobte se.

Virtbook: -

Příloha 4: Dotazník pro nakladatele včetně poskytnutých odpovědí

1. Jak se vyvíjí prodej u elektronických knih? Zda stoupá a o kolik, či naopak.

Nakladatelství Host (Simona Pinnerová): Prodej e-knih znatelně stoupá. Od roku 2012 prodej e-knih vzrostl třikrát.

Nakladatelství Kniha Zlín (Marek Turňa): Ano, stoupá, některé zdroje tvrdí, že se objem prodeje z roka na rok zdvojnásobuje.

2. Který internetový obchod s e-knihami Vám distribuuje nejvíce knih?

Nakladatelství Host: Momentálně jsou naším největším distributorem e-knih Palmknihy.

Nakladatelství Kniha Zlín: Palmknihy.

3. Jaký je poměr Vámi vydaných tištěných knih a e-knih? Které přibývají rychleji a ve větším množství? Vydáváte obě formy u všech knih, nebo rozhodujete podle nějakých kritérií (případně jakých)?

Nakladatelství Host: Dříve (konkrétně v roce 2012) jsme vytvářeli e-knihy pouze z bestsellerových titulů. V současnosti je poměr vydávaných tištěných a elektronických knih téměř 1:1.

Nakladatelství Kniha Zlín: Beletrii vydáváme téměř všechnu tištěně i elektronicky.

4. Jsou autoři svolní, nebo skeptičtí k vydávání svých děl v elektronické podobě? Kladou si podmínky?

Nakladatelství Host: Čeští autoři naopak podporují tvorbu e-knih. Problém někdy bývá se zahraničními tituly. Jedná se ale spíše o dílčí problémy (ochrana e-knih, minimální cena apod.), kterou řešíme individuálně.

Nakladatelství Kniha Zlín: Jsou už spíše svolní: podmínky jsou většinou cenové, kdy cena e-knihy nesmí klesnout pod 70% ceny tištěné.

5. Jaké zabezpečení požadujete na e-knihy?

Nakladatelství Host: V zásadě se snažíme o užívání tzv. sociálního DRM. Bohužel některé zahraniční agentury si představují, že zde na „Východě“ bují krádeže e-knih, a tak se snaží prosazovat pevnou ochranu tzv. ADOBE DRM, která však paradoxně způsobuje pokles prodeje e-knih. Uživatelsky není příliš přátelská. Čtenář očekává jednoduchý obchod – zaplatí, stáhne e-knihu a může číst. U e-knih se zabezpečením ADOBE DRM to však tak jednoduše nefunguje. Čtenář si tak požadovanou e-knihu raději nekoupí vůbec, nebo si ji stáhne ilegálně. Snažíme se tedy proto domluvit podmínky pro sociální zabezpečení již pro všechny e-knihy.

Nakladatelství Kniha Zlín: sociální DRM a vodoznak.

6. Stanovujete si nějaké další specifické podmínky (kromě zabezpečení) týkající se distribuce e-knih?

Nakladatelství Host: Záleží na konkrétních příkladech, jaké podmínky mají e-knihy ve smlouvě. Někdy se jedná o danou minimální cenu (která je většinou stanovená procentuálně z ceny tištěné knihy) či právě zmíněného zabezpečení.

Nakladatelství Kniha Zlín: Ani ne.

7. Ve kterých žánrech přibývají elektronické knihy nejčastěji? Ve kterých nejvíce? A ve kterém naopak nejméně?

Nakladatelství Host: Jak jsem se již zmínila, e-knihy již vznikají ze všech našich titulů (vyjma poezie a některých odborných knih).

Nakladatelství Kniha Zlín: Nejvíce beletrie, detektivky, thrillery, populárně naučná, sci-fi, nejméně asi umělecké a obrazové.

8. O jaký žánr e-knih je největší zájem?

Nakladatelství Host: V podstatě o stejné žánry jako u tištěných titulů. Největší zájem je stále o detektivky a krimi.

Nakladatelství Kniha Zlín: U nás o thrillery a detektivky.

9. Vytváříte nějaké speciální nabídky, kterými propagujete elektronickou formu knih?

Nakladatelství Host: Ano, ve spolupráci s distributory vytváříme poměrně často akce, kde mají čtenáři možnost získat e-knihy za zvýhodněnou cenu. Ať už se jedná o předprodeje e-knih, které ještě nevyšly v tištěné podobě, či akce vztahující se k nějaké výjimečné události.

Nakladatelství Kniha Zlín: Ano, společně s distributory, různé slevové akce.