

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA

Jednotná cena neperiodických publikací ve vybraných státech Evropské Unie

Bakalářská práce

Autor: Petr Gelnar

Vedoucí práce: Mgr. Ing. Barbora Haltofová

Olomouc 2016

Prohlášení

Prohlašuji, že tato práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Všechny zdroje, prameny a literaturu, které jsem při vypracování používal nebo z nich čerpal, v práci řádně cituji s uvedením úplného odkazu na příslušný zdroj.

Obsah

Úvod.....	3
1. Jednotná cena knih	4
2. Historie jednotné ceny.....	5
3. Formy úpravy jednotné ceny.....	8
4. Ekonomika knihy	10
5. Cíle, výhody, nevýhody a zábrany zavedení jednotné ceny	12
5.1. Cíle jednotné ceny	12
5.2. Výhody jednotné ceny	13
5.2.1. Výhody pro nakladatele.....	14
5.2.2. Výhody pro knihkupce	14
5.2.3. Výhody pro spotřebitele	15
5.3. Nevýhody jednotné ceny	15
5.4. Zábrany zavedení jednotné ceny	17
6. Internetový prodej a e-knihy	18
Vývoj knižních trhů vybraných evropských zemí.....	20
7. Vývoj francouzského knižního trhu	21
7.1. Produkce knih	21
7.2. Prodej knih.....	23
7.3. Cena knih	24
7.4. Státní podpora trhu	26
7.5. Elektronické knihy.....	26
7.6. Čtenářské návyky.....	27
7.7. Shrnutí.....	27

8. Vývoj na britském knižním trhu	29
8.1. Produkce knih	29
8.2. Prodej knih.....	30
8.3. Cena knih	31
8.4. Státní podpora knižního trhu	33
8.5. Elektronické knihy.....	33
8.6. Čtenářské návyky.....	33
8.7. Shrnutí.....	34
9. Český knižní trh.....	36
9.1. Produkce knih	36
9.2. Prodej knih.....	38
9.3. Cena knih	40
9.4. Státní podpora trhu	40
9.5. Elektronické knihy.....	40
9.6. Čtenářské návyky.....	41
9.7. Knižní trh a jednotná cena	41
10. Dopady jednotné ceny	43
Závěr	45
Résumé.....	46
Seznam pramenů a literatury	47
Seznam tabulek a grafů.....	50

Úvod

Během svého studijního pobytu ve Francii jsem si všiml dvou obchodů s literaturou. Klasického soukromého knihkupectví a celostátně rozšířeného řetězce FNAC. Tento řetězec představuje pro klasické knihkupectví velkou konkurenci. Přestože se tato dvě odlišná knihkupectví nacházela blízko sebe, klasické knihkupectví nebylo nijak ohroženo. V České republice právě tato soukromá knihkupectví končí svou činnost z důvodu neschopnosti konkurovat velkým řetězcům, tak jako se to stalo v mém rodném městě. Dozvěděl jsem se, že schopnost konkurence velkým obchodním řetězcům vznikla ve Francii po zavedení zákona o jednotné ceně neperiodických publikací.

Bakalářská práce se zabývá vznikem a fungováním systému jednotné ceny neperiodických publikací. V teoreticko-metodologické části popisuje její hlavní myšlenky, vývoj, fungování, překážky zavedení a způsoby zavedení, ať už jde o zákonnou úpravu či dohodu mezi tržními subjekty. Zabývá se také internetovým prodejem a prodejem elektronických knih. V praktické části se práce zaměřuje na vybrané země EU (Francie, Velká Británie a Česká republika) z důvodů historického vývoje přijetí či zrušení jednotné ceny. Francie, z důvodu zavedení a stálého fungování tohoto systému. Velká Británie, z důvodu opuštění tohoto systému a Česká republika z důvodu nezavedení systému jednotné ceny. V této části se práce věnuje také dopadům na knižní trh s ohledem na nakladatele, knihkupce a čtenáře.

Cílem práce je určit dopady zavedení jednotné ceny knih na knižní trh, a zároveň zjistit přínos tohoto modelu z kulturně ekonomického hlediska. Práce tedy vytváří kulturní přesah ekonomického tématu se zaměřením na dopady pro čtenáře.

V práci jsou použity zejména statistické údaje o knižních trzích v jednotlivých časových obdobích, vycházející z ročních zpráv o těchto trzích. Dále se práce opírá zejména o francouzský zákon o jednotné ceně neperiodických publikací. Neméně důležité jsou i publikace Francise Fishwicka a Francise Esmenarda, týkající se fungování jednotné ceny.

1. Jednotná cena knih

Jednotná cena knih se řadí do odvětví tzv. dohod o určování cen pro další prodej. Pro tyto dohody existuje nadřazený pojem *Resale Price Maintenance*, zkráceně RPM. „*Je to situace kdy se výrobce s distributorem, resp. distributor s konečným prodejcem, mezi sebou dohodnou na ceně, za kterou bude zboží prodáváno.*“ (ÚOHS, 2009) Samotný pojem jednotná cena knih můžeme definovat jako: „*Zásadu, že táž kniha smí být prodávána knihkupci pouze za stejnou cenu určenou nakladatelem.*“ (PISTORIUS, 2011) Jedná se tedy o kontrolu cen na knižním trhu, a to takovým způsobem, kdy je prodejci jasně dána prodejní cena knihy.

Obecný pojem kniha pak můžeme dále definovat několika způsoby. Nejčastěji se užívá označení neperiodická publikace. Český zákon říká, že neperiodické publikace jsou: „*rozmnoženiny 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. Pro účely tohoto zákona se veřejným šířením rozumí zpřístupnění neperiodické publikace individuálně neurčenému okruhu osob.*“ (Zákon č. 37/1995 Sb., § 1) Podle Pistoria (2011) pak mezi neperiodické publikace můžeme zařadit tyto segmenty: komerční knihy, spotřební paperbacky, knihy určené pouze členům knižních klubů, knihy zasílané poštou, učebnice pro školy, odborné knihy, náboženské knihy, multimediální a elektronické knihy.

2. Historie jednotné ceny

První snahy o kontrolu cen na knižním trhu jsou spojeny s rozmachem tiskařství během 19. století, který zapříčinil i rozvoj trhu s knihami. Jak uvádí Gerlach (2003) další příčinou bylo oddělení produkce od distribuce, a zdá se, že toto oddělení způsobilo potíže při kontrole podmínek, za kterých byly knihy prodávány. Toto století ve **Velké Británii** znamenalo začátek prvních konkurenčních bojů mezi knihkupci, který se projevoval velkým snižováním cen, cenovými válkami a plagiátorstvím. (WEST III, 2015) Z knihy se tak jednoznačně stal předmět směny, který podléhá mechanismům trhu a je na něj nahlíženo jako na kterékoli jiné zboží. Základem myšlenky o dohledu nad prodejem knih a jejich cenou je však opačný přístup, a to ten, že kniha má kulturní i vzdělávací složku. Mezi první propagátory této myšlenky patří nakladatel amerického původu Henry Holt, který v roce 1905 uvedl že: *„Kniha je věc sama o sobě, boty mohou nahradit boty jiné, ale inteligentní čtenář bude pořád chtít tu knihu, o které ví, že ji jiná nenahradí.“* (WEST III, 2015) Tato myšlenka se nakonec stala základem všech budoucích dohod.

Podle mezinárodní nakladatelské asociace IPA (2014) začali v roce 1829 nakladatelé poprvé tvořit dohody s knihkupci, které měly zabránit nadměrným slevám. Ve snaze zabránit neustálým cenovým posunům a zároveň posílit postavení všech knihkupců, kteří byli těmito cenovými posuny znevýhodňováni, vstoupila v platnost v roce 1889 dohoda o pevné ceně (*Net Book Agreement, dále jen NBA*). Těm knihkupcům, kteří nedodrželi domluvenou pevnou cenu, přestali nakladatelé dodávat knihy. Tato dohoda dostala svou konečnou podobu v roce 1957 a v roce 1997 byla zrušena úřadem pro ochranu hospodářské soutěže. Dalšímu vývoji knižního trhu ve Velké Británii po zrušení NBA se práce věnuje v samostatné kapitole.

Dalším státem, který hrál zásadní roli v historii jednotné ceny je **Francie**. Zde byl zaveden tzv. zákon vztahující se k jednotné ceně knih z roku 1981. Podle svého autora, ministra kultury Jacka Langa, je někdy nazýván Langův zákon. Do konce 70. let však byla na trhu s knihami dodržována zásada doporučené ceny. Tuto cenu nakladatel zveřejnil buď v katalogu, nebo na knize samotné. Tato cena byla dodržována všemi knihkupci, a velké slevy nebyly obvyklé. Změna přišla v roce 1974, kdy na francouzský trh vstoupil řetězec FNAC (*Fédération Nationale d'Achats des Cadres*) s knihami a audio zbožím. Slevy zde dosahovaly až 20 %, což mělo za následek, že se brzy začaly objevovat snahy velkoobchodů s běžným spotřebním zbožím konkurovat i v oblasti prodeje knih. Jednalo se především o maloobchodní řetězce jako je Carrefour nebo Système U. Podle Esmenarda (1986) zde dosahovaly slevy až 40 %.

V roce 1975 Svaz francouzských knihkupců (*Syndicat de la librairie française, dále jen SLF*), podpořen několika nakladateli, zveřejnil rizika diskontního prodeje knih vyjadřující znepokojení z nové situace na trhu. „Svaz uvedl, že velkoobchody a řetězce prodejen prodávají se slevou knihy tzv. lehkého prodeje, jako jsou bestsellery, slovníky apod., čímž značnou mírou poškozují malé knihkupce, jejichž příjmy z těchto knih byly většinou použity na podporu knih, které se neprodávají tak snadno.“ (ESMENARD, 1986) Zanedlouho poté tehdejší francouzský prezident Valéry Giscard d'Estaing pověřil francouzského premiéra Jacquese Chiraca, aby se touto situací začal zabývat. Dočasnou dohodou se stalo zrušení doporučené ceny, které mělo nabídnout všem prodávajícím na trhu stejné podmínky. Ve skutečnosti to však znamenalo stále stejnou pozici obchodních řetězců a nedůvěru zákazníků k prodejcům z důvodu neznalosti referenční ceny. Zavedení jednotné ceny se tedy jevilo jako možné východisko z dosavadního stavu. Nově zvolený prezident Francois Mitterand, který řešení tohoto problému uvedl ve svém volebním programu, pověřil ministra kultury Jacka Langa vypracováním zákona o jednotné ceně knih. Zákon byl vypracován a následně schválen 10. srpna 1981. Francie se tak stala první zemí, kde byla tato jednotná cena dána zákonem.

Za povšimnutí stojí i fakt, že v rámci Evropské unie nebyl vytvořen žádný právní akt upravující prodej knih ať už ve formě nařízení, směrnice či pouhého doporučení. Důvodem by mohl být velmi různorodý postoj členských států a také různorodost jednotlivých trhů i čtenářských návyků.

V následující tabulce je uvedeno, jak je prodej knih upraven ve státech EU.

Země	Jednotná cena	Komentář
Francie	ANO	Zákon z roku 1981
Velká Británie	ANO	Dohoda z roku 1889
Rakousko	ANO	Zákon z roku 2000
Německo	ANO	Zákon z roku 2002
Estonsko	NE	
Itálie	ANO	Zákon z roku 2005
Maďarsko	ANO	Dohoda
Polsko	NE	
Slovinsko	ANO	Zákon z roku 2004
Portugalsko	ANO	Zákon z roku 1996
Nizozemsko	ANO	Dohoda z roku 1923
Česká Republika	NE	
Švýcarsko	NE	Zrušeno v roce 1999
Dánsko	ANO	Dohoda z roku 2001
Norsko	ANO	Dohoda z roku 1962
Švédsko	NE	Zrušeno v roce 1974
Finsko	NE	Zrušeno v roce 1971
Irsko	NE	Zrušeno v roce 1995
Belgie	ANO	
Španělsko	ANO	Zákon z roku 2007

Tabulka č. 1- Jednotná cena knih v EU, Zdroj: Victor Ginsburgh, David Throsby, 2007, str. 722-759

Z uvedené tabulky je patrné, že zejména na přelomu století se jednotná cena knih stala důležitým faktorem na knižním trhu mnoha evropských zemí. Nezávisle na sobě pak tyto země jednotnou cenu zaváděly nebo rušily. Pevná cena je typická pro země západní Evropy s výjimkou Velké Británie, naopak volnou cenou knih jsou charakteristické postkomunistické státy a státy severní Evropy jako je Švédsko a Finsko.

Jak vyplývá z této kapitoly, existují dva nejrozšířenější způsoby úpravy ceny knih. Buď jako dohoda mezi knihkupci a nakladateli nebo jako zákon. Další část práce bude zaměřena na formy úpravy a obsah těchto dvou způsobů.

3. Formy úpravy jednotné ceny

Dohoda mezi knihkupci a nakladateli není záležitostí pouze Velké Británie. V Evropě se v průběhu 20. století po vzoru VB přidaly k této dohodě zejména severské státy jako je Dánsko či Švédsko. I když se nejedná o zákon, byla tato dohoda mezi nakladateli a knihkupci zahrnuta jako legální výjimka z pravidel pro restriktivní obchodní praktiky. (CASALINI, 1998) To znamená, že nemohla být napadena úřadem pro ochranu hospodářské soutěže z důvodu porušování podmínek hospodářské soutěže. Jak uvádí Fishwick (1989) je důležité zmínit, že se dohoda týká přibližně 80 % trhu, protože zbylých 20 % tvoří trh s učebnicemi, pracovními sešity a dalšími publikacemi pro základní a střední školy. Pistorius (2011) doplňuje, že se tyto učebnice distribuuji do škol často přímo nakladatelem a při jejich prodeji se uplatňuje i odlišný rabat.

Základní podmínky NBA ve Velké Británii, tak jak byly dány konečnou reformou dohody z roku 1957, která obsahuje sedm článků, jsou podle Fishwicka (1989) následující.

Knihkupec je povinen dodržet pevnou cenu stanovenou nakladatelem. Snížit cenu může pouze :

- po uplynutí dvanácti měsíců od naskladnění titulu,
- pokud se jedná o knihu z druhé ruky a od jejího vydání uplynulo více než šest měsíců,
- knihovnám a právnickým osobám, které byly schváleny radou nakladatelů.

Znamená to tedy, že je jednotná cena časově omezena na dobu jednoho roku u každé vydané knihy. Po uplynutí této lhůty může tedy knihkupec svévolně manipulovat s cenou, za kterou knihu prodá. Dále pak může uvést tzv. týdny výprodeje. Podle Cassaliniové (1998) jde zpravidla o dva týdny výprodejů, kdy knihkupec může prodávat se slevou za účelem zbavení se skladových zásob a možnosti vytvořit zásoby nové. Porušení této dohody znamená pro knihkupce ztrátu dodavatele, tedy nakladatelství. I přes mnohé pokusy tuto dohodu nějakým způsobem obejít (docházelo například k záměrnému poškozování knih), byla dohoda přijímána knihkupci jako dohoda v jejich prospěch, tudíž byla dodržována všemi.

Druhým způsobem zavedení jednotné ceny je přijetí zákona o jednotné ceně knih. Taková forma úpravy je zavedena např. v Rakousku, Itálii nebo v Řecku. Jak již bylo uvedeno v předchozí části, prvním státem, který takový zákon zavedl, byla Francie v roce 1981. Samotný zákon najdeme ve francouzském zákoníku pod číslem 81-766. Nazývá se *zákon vztahující se k ceně knihy* a obsahuje jedenáct článků. (Loi n° 81-766 du 10 août 1981) Jeho dnešní podoba je upravena několika doplňujícími texty, které upravují například cenu importovaných knih.

Zákon (1981) se týká všech knih prodaných na území Metropolitní i Zamořské Francie. Je platný nepřetržitě a vztahuje se i např. na knižní veletrhy. Důležitou částí zákona jsou také sankce v případě jeho porušení. Stejně jako britský *Net Book Agreement* rozlišuje knihy určené pro veřejnost a pro školy, na které se zákon nevztahuje. Zahraniční knihy rozlišuje podle toho, jestli byly původně vydány v EU či mimo EU. V případě, kdy byla kniha vydána ve státech EU, je její cena volná, ale nesmí být nižší, než cena na trhu, odkud kniha pochází. Pro knihy, které pochází ze zemí mimo EU, platí, že první dovozce nastaví cenu, kterou musí dodržovat všichni ostatní.

Hlavní podstatou zákona je však ona jednotná cena knihy. Tu stanovuje nakladatel či dovozce, a vždy musí být uvedena přímo na knize, ve většině případů na zadní straně obalu. Uvedena je vždy cena s DPH. Zákon také rozlišuje cenu uvedení knihy na trh a cenu pro předplatitele. Zde platí, že nižší cenu pro předplatitele je možné užívat pouze do té doby než je kniha uvedena v knihkupectvích. Z toho vyplývá, že knihy pro předplatitele prodává přímo nakladatel v rámci knižního klubu. Knihkupectví jsou pak povinna dodržovat pevnou cenu a její podmínky jsou opět velmi podobné britské dohodě. Slevit z původní, nakladatelem stanové ceny je povoleno pouze do 5 % původní ceny. Tato sleva může mít několik podob, ať už se jedná o nově uvedenou cenu přímo na publikaci či slevu z věrnostní zákaznické karty. Sleva nad 5 % může být uskutečněna až po dvou letech uvedení knihy na trh. Toto pravidlo se však nevztahuje na knihy, jež byly naskladněny před dobou kratší než šest měsíců. Slevu vyšší než 5 % mohou zároveň uplatnit i právnické osoby jako jsou: místní úřady, vzdělávací instituce, odbory a knihovny. Jak uvádí Esmenard (1986) byla zároveň navrhována možnost prodávat knihy o 5 % dražší než byla stanovená cena. Důvodem byla pomoc knihkupcům v oblastech s menším odbytím. Nakonec však platí, že žádná kniha nemůže být prodávána za cenu vyšší než je ta, která byla stanovena nakladatelem.

4. Ekonomika knihy

Pro správné pochopení následujících kapitol je třeba uvést a vysvětlit pojmy, které souvisí s cenou knihy. Strukturu ceny knih stručně uvádí Vladimír Pistorius ve své publikaci *Jak se dělá kniha* (2011).

Čtenář si knihu kupuje za **maloobchodní cenu** (dále jen MOC). Ta je složena z **koncové ceny** (dále jen KC) a **daně z přidané hodnoty** (DPH). Pro stanovení ceny pak platí, že:

$$\mathbf{MOC = KC * (1 + DPH) \Rightarrow KC = MOC / (1 + DPH)}$$

Daň z přidané hodnoty je důležitým faktorem ceny knih. Ani tato daň není v evropských zemích jednotná. Podle webu VAT Live (2016) je nulová sazba DPH pro knihy zavedena ve Velké Británii. Naopak nejvyšší sazbu DPH pro knihy má Lotyšsko – 12 %. Nejčastěji se sazba pohybuje mezi 4-7 %. V České republice v posledních letech docházelo v rámci DPH pro knihy k častým změnám. Do konce roku 2007 byla sazba 5 %, poté se do konce roku 2009 zvýšila na 9 %. „*Toto zvýšení provázelo přecenění řady knih a zvýšení jejich cen.*“ (PISTORIUS, 2011) Od roku 2010 je v České republice sazba DPH pro knihy stanovena na 10 %.

Protože nakladatel prodává knihy prostřednictvím knihkupce (velkoobchodu), uvádí Pistorius (2011) rovnici pro velkoobchodní cenu. V této rovnici se setkáváme s pojmem **rabat**. Rabat vyjadřuje rozdíl koncové a velkoobchodní ceny. Jedná se tedy o rozdíl mezi cenou, za kterou nakladatel knihu prodá knihkupci a cenou za kterou knihkupec prodá knihu čtenáři. Pro nakladatele je tento rozdíl vyjádřen rabatem, pro knihkupce se tento rozdíl nazývá **marží**. Zpravidla se jedná o peněžní částku, která ale také může být vyjádřena procentuálně jako podíl knihkupce na konečné ceně. Pro tento vztah pak platí:

$$\mathbf{VOC = KC * (1 - rabat) = MOC * (1 - rabat) / (1 + DPH)}$$

Dalším pojmem, který nezbytně souvisí s cenovou strukturou knihy, je **honorář**. Ten není předem stanoven ve smlouvě mezi nakladatelem a autorem, ale je dán procentuální sazbou na jeden prodaný výtisk. Tuto sazbu označíme v rovnici písmenem **p**.

$$\text{honorář/výtisk} = p * \text{MOC} / (1 + \text{DPH})$$

Dále se u prodeje knih, pokud není zavedena jednotná cena, užívá pojem **doporučená cena**. Jedná se o cenu stanovenou nakladatelem, a její výše je většinou uvedena v katalogích či edičních plánech. Pro knihkupce představuje cenu, kterou není nutné dodržet, ale prodejce by ji měl respektovat. Pro spotřebitele doporučená cena představuje cenu referenční.

Posledním pojmem, který se váže k prodeji knih, je tzv. **komisní prodej**. Je to taková forma prodeje kdy nakladatel nabízí knihy k prodeji prostřednictvím knihkupce, ale až do jejich prodeje zůstává majitelem těchto knih. Knihkupec je tedy jen zprostředkovatelem obchodní transakce. Podle Občanského zákoníku (Zákon č. 89/2012 Sb.) je prodej upraven smlouvou o zprostředkování prodeje.

5. Cíle, výhody, nevýhody a zábrany zavedení jednotné ceny

5.1. Cíle jednotné ceny

Z předchozích kapitol je patrné, že základním důvodem pro zavedení jednotné ceny byly cenové války a s nimi spojené obavy z monopolizace trhu. Nejsou to však jediné body, kvůli kterým byla jednotná cena zavedena.

Zavedení jednotné ceny počítá i s podporou rozmanitosti literární tvorby. Jak už bylo uvedeno výše, zisk z prodeje bestsellerů podporuje méně známou přesto důležitou literární tvorbu. V roce 1962 se dokonce úřad pro ochranu hospodářské soutěže ve Velké Británii zabýval otázkou jednotné ceny a dospěl k závěru, že jednotná cena pomáhá nakladatelům financovat méně známou tvorbu, a to právě díky ziskům z prodeje bestsellerů. Plnění tohoto cíle však záleží zejména na postoji nakladatelů a jejich snaze tuto tvorbu podporovat.

Dalším cílem je přispění jednotné ceny k zachování a eventuálnímu rozvoji sítě knihkupectví, tradičních i specializovaných, díky možnosti konkurovat velkým obchodním řetězcům. Počítá tedy se širokou distribuční sítí prodejců knih resp. s rozvojem knižního trhu na poli distribuce. Dochází tak k mnohem větší dostupnosti knih i v lokalitách s menším počtem obyvatel. Jak uvádí Fishwick (1989), Z pohledu nakladatele i knihkupce se může zdát, že je trh díky velkému počtu subjektů velmi konkurenční, nicméně vstup na tento trh při zavedení jednotné ceny je poměrně snadný. Tento trh je totiž i díky rozmanité tvorbě velmi rozsáhlý.

Neméně důležitý je rovněž také přechod od cenové konkurence ke konkurenci necenové. Díky této změně se knihkupectví snaží konkurovat službami poskytovanými zákazníkům.

Pokud není snadné diferenciovat fyzický výrobek, podle Kotlera (2011), může klíč ke konkurenčnímu úspěchu spočívat v přidání hodnotných služeb a zlepšování jejich kvality. Mezi takové služby může patřit například snadnost objednání a dodání objednaných knih. Z hlediska zlepšení image podniku jsou nabízeny služby jako přednášky, autorská čtení, autogramiády nebo prodej doplňujícího zboží, například kancelářských potřeby. Tyto aktivity mají pozitivní dopad na čtenářské návyky a podporují zájem o literaturu.

Jak uvádí Fishwick (2008), na trzích bez jednotné ceny se bestsellery často prodávají pouze jeden měsíc za velmi nízkou cenu a poté jsou nahrazeny novým bestsellerem. Doproděj je pak uskutečněn za ještě nižší cenu, nebo v případě komisičního prodeje je kniha vrácena nakladateli. Díky tomu, že je zavedena doba, po kterou se nesmí manipulovat s cenou publikace, můžeme uvést další cíl jednotné ceny, kterým je zajištění alespoň minimálního životního cyklu produktu.

Poslední cíl, který je spíše cílem kulturním než ekonomickým, je dostupnost knihy všude a všem za stejnou cenu.

5.2. Výhody jednotné ceny

Z hlediska výhod, které jednotná cena přináší, můžeme rozlišit mezi výhodami pro nakladatele, knihkupce a čtenáře.

5.2.1. Výhody pro nakladatele

Odpoověď na otázku, jaké výhody přináší jednotná cena nakladatelům, se objevila v korespondenci mezi Frederickem MacMillanem a Alfredem Marshalllem už na počátku 20. století. „*Jednotná cena zvyšuje prodej knih*“ (FISHWICK, 1989) Tento fakt je podle Fishwicka (1989) vysvětlen následovně:

- Jednotná cena zaručuje distribuci více titulů – více prodejních míst se službami, které podporují prodej knih.
- Jednotná cena nenutí spotřebitele porovnávat ceny knih a podněcuje tedy k impulzivnímu nákupnímu chování

Mezi další výhody patří, jak už bylo uvedeno, zajištění minimálního životního cyklu knihy. Pro nakladatele to představuje zejména prodloužení doby prodeje titulu. V případě komisního prodeje to sice znamená delší návratnost finančních zdrojů, ale z hlediska časové náročnosti na vydání nové publikace není nakladatel zatížen potřebou rychlého vydání nové publikace.

5.2.2. Výhody pro knihkupce

Jasnou výhodou pro knihkupce je jistota jednotné ceny. To znamená, že se nemusí bát cenového konkurenčního boje. Díky tomu, že nemusí sledovat konkurenční ceny, aby se přizpůsobil, ušetří zejména čas. Ten může být naopak věnován rozvoji politiky firmy a rozvoji služeb nabízených zákazníkům, které vytvářejí konkurenční výhodu nebo podporují image podniku. Distribuční síť knih pak může být segmentována na prodejce knih pro děti, komiksů, vědecké literatury apod.

5.2.3. Výhody pro spotřebitele

Výhodou pro spotřebitele může být nižší cena knih. Ta může být zdůvodněna následovně: „*Bez zavedení jednotné ceny mají knihkupci snahu požadovat vyšší marže. Bud' proto, aby mohly postupně slevit z původní ceny, nebo k vyrovnaní ztráty způsobené slevami konkurence.*“ (FISHWICK, 1989)

Pokud budeme předpokládat, že po zavedení jednotné ceny dojde k růstu subjektů na trhu a nárůstu nabízené literatury, pak také dojde k větší kulturní rozmanitosti nabízených titulů.

Stejně jako u knihkupců i spotřebitel díky jednotné ceně šetří čas. Není nucen porovnávat ceny jednotlivých knihkupectví a jeho výběr je dán pouze službami a prostředím knihkupectví. Ve většině případů se tak stává věrným zákazníkem jediného knihkupectví.

5.3. Nevýhody jednotné ceny

Nevýhody jednotné ceny jsou velmi často předmětem argumentů odpůrců jejího zavedení.

K nejčastějším argumentům patří ten, že se jedná o zásah do cenotvorby, který je tržně omezující. Tržní mechanismus se skládá z tří základních prvků. Těmi jsou nabídka, poptávka a cena. Tyto prvky mezi sebou navzájem korelují a to znamená, že změna či pohyb jednoho prvku uvede do pohybu ostatní prvky. Tento neustálý koloběh změn nabídky, poptávky a ceny nikdo vědomě nevyvolává ani nekoordinuje, probíhá spontánně, a přesto ne chaoticky. Tato existující neuvědomělá koordinace je umožněna existencí složitého systému takzvaného tržního mechanismu. (BLAŽEK, 1996) Jednotná cena omezuje tržní mechanismus tím, že zabraňuje přirozenému vývoji jednoho z prvků, kterým je cena. Nutnost respektování neuvědomělé koordinace tržních mechanismů, kterou ekonom Adam Smith popsal jako *neviditelnou ruku trhu*, je základním argumentem odpůrců jednotné ceny knih.

Na tuto základní filozofii odpůrců se váže i další nevýhoda, kterou je neefektivnost prodeje. Jak již bylo uvedeno, dochází k přechodu od cenové konkurence ke konkurenci necenové. *„Všechny složky necenové konkurence, ať už jde o doplňkové služby poskytované zákazníkovi či marketing, dosáhnou zdražení ve snaze tvořit větší zisk jiným způsobem než pomocí cenové konkurence.“* (FISHWICK, 1989) Ke zdražení může dojít i ve snaze pokrýt náklady, které mohou souviset např. se snahou vytvořit rozsáhlý sortiment zboží, jímž není každý zákazník osloven, protože je jeho poptávka mnohem užší, nebo pokrýt náklady, které jsou spojeny s knihami na objednávku. Čas a finance, které prodejce investuje do služeb či systému objednávání, se nijak nemohou projevit ve výsledné ceně knihy, a proto se projeví v ceně služeb.

Další nevýhoda podle oponentů jednotné ceny spočívá v myšlence, že jednotná cena nezvyšuje prodej knih. Toto zvýšení bylo původně prosazováno zejména díky větší nabídce knih, která měla vytvořit i větší poptávku. Kniha je díky své formě i obsahu velmi heterogenní zboží. Není snadné vyjádřit změny poptávky po určité knize pomocí cenové elasticity či závislosti na nabídce. Zároveň je těžké určit, do jaké míry může být kniha substituována jinou knihou. Její cena a obsah však nejsou jediným kritériem, které vede k uskutečnění nákupu. Mezi další kritéria pak patří zejména reklama, sortiment a doplňující služby. *„Zabránění konkurence pomocí ceny a nahrazení konkurencí pomocí služeb a nabízeného sortimentu může vytvořit ztrátu určitého druhu klientely.“* (FISHWICK, 1989) Dále Fishwick (1989) uvedl průzkum Patrice Cahartové na členech knižního klubu France Loisirs, který zjistil, že 29% respondentů bylo odraženo rozmanitostí nabízeného sortimentu.

Díky jednotné ceně se může knižní trh zdát zastaralý. Dokonalá obrana před monopolizací trhu brání prosazení vůdčích subjektů, které by udávaly nové trendy v prodeji knih, jež by ostatní mohli následovat. Tím pádem zabraňuje novátorským metodám na trhu a jako jeden z mála trhů se téměř nemění. Trh zároveň špatně reaguje na vnější vlivy. Jedním z těchto vlivů může být nový trend elektronických knih, kterému se věnuje samostatná kapitola.

5.4. Zábrany zavedení jednotné ceny

Narušení hospodářské soutěže zavedením vertikálních cenových ujednání, je hlavní příčinou zabránění zavedení jednotné ceny. Zavedení ve většině případů brání úřad pro ochranu hospodářské soutěže. Jak již bylo uvedeno, ve Velké Británii došlo ke zrušení NBA právě kvůli zásahu úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. V roce 1995 došlo k odstoupení od dohody ze strany nakladatelství HarperCollins a Random House. Podle Fishwicka (1989) v roce 1997 *Restrictive Trade Practices Court* rozhodl o zrušení NBA z důvodu rozporu dohody s veřejným zájmem.

Stejný přístup má i například ÚOHS v České republice. Jak uvádí na svém webu: „V České republice neexistují žádné sektorové výjimky umožňující zavedení RPM. ÚOHS například prakticky po celou dobu své existence brání snaze o stanovení pevných cen knih.“ (ÚOHS, 2009) Důvody proč brání této snaze pak ÚOHS zdůvodnil ve svém stanovisku adresovaném Ministerstvu kultury z roku 2004. „Zavedení pevných cen knih by představovalo nesystematický zásah do koncepce soutěžního práva, který by byl v rozporu s principy právní úpravy české i komunitární. Současně by se jednalo o opatření v neprospěch nejen spotřebitelů – čtenářů, ale i samotných prodejců knih, a v konečném důsledku celého trhu s knihami.“ (ÚOHS, 2009) Tento závěr se jeví jako velmi unáhlený, vzhledem k faktu, že o zavedení jednotné ceny v ČR nebyl proveden žádný výzkum. V České republice je dodržován a povolen systém doporučené ceny, kterou nicméně prodejce dodržet nemusí. Úřad v případech doporučené ceny zasahuje pouze tehdy, když je nedodržení doporučené ceny sankcionováno ze strany dodavatele.

6. Internetový prodej a e-knihy

V dnešní době se pro stále více lidí stává běžným nákup přes Internet. Tento nákup znamená hlavně možnost porovnávat cenu napříč nabídkou různých internetových obchodů a vybrat si požadované zboží za co nejnižší cenu na trhu. Stále více knihkupectví tedy nabízí možnost nákupu na Internetu. V případě jednotné ceny cena knihy prodávané přes internet podléhá stejným pravidlům jako knihy prodávané v knihkupectvích. Regulace ceny knih tedy neupřednostňuje prodej knih v knihkupectvích, ale stále zaručuje stejné podmínky pro všechny subjekty na trhu. Jedinou možností jak při zavedení jednotné ceny přilákat zákazníka je například poštovné zdarma.

Trendem v dnešní době informačních technologií je digitální záznam na elektronických médiích. Text zaznamenaný digitálně představuje mnohem menší náklady než text zaznamenaný na papíru. *„Pro srovnání můžeme uvést, že uložení 1MB dat (přibližně 500 stran textu) na papír vyjde na 50 Kč. V případě uložení na HDD je cena uložení 0,02 Kč.“* (PISTORIUS, 2011) Z tohoto důvodu knihy přechází do digitální podoby ve formě e-knih. Tyto e-knihy jsou pak čitelné díky elektronickým čtečkám - zařízením jako je např. Kindle od společnosti Amazon či iPad od společnosti Apple. V dnešní době se tato forma stává čím dál tím víc populární. *„Jen v ČR se během let 2011-2014 zvedl objem prodaných e-knih ze sedmnácti tisíc na téměř milion.“* (PISTORIUS, 2011) Přesto, že je tento druh knih na trhu teprve od roku 2007, našel si spoustu příznivců a pomalu z trhu vytlačuje klasické knihy. Mezi hlavní výhody patří okamžitá dostupnost knihy, možnost přizpůsobení textu, praktičnost a zejména nižší cena z důvodu nižších nákladů na distribuci a nižších polygrafických nákladů.

Pro knižní trh se zavedenou jednotnou cenou knih představují e-knihy nově vzniklý problém. Tyto e-knihy jsou samozřejmě prodávány přes internet firmami, které sídlí v zahraničí, přičemž je obtížné zabránit firmám jako je Amazon, jež mají sídlo mimo oblast zavedené jednotné ceny, aby tuto jednotnou cenu dodržely. Na začátku roku 2015 řešilo francouzské Ministerstvo kultury situaci, kdy Amazon povolil čtenářům takzvané neomezené předplatné, kdy za cenu deseti dolarů dostal čtenář přístup ke všem nabízeným e-knihám. Francouzská ministryně kultury Fleur Pellerin uvedla, že: *„Zákon o jednotné ceně knih není v rozporu s možností předplacení knih, ale nynější možnosti předplacení na trhu jsou v rozporu se zákonem.“* (Le Parisien, 2015) Úpravy zákona z posledních let povolují prodej samostatných e-knih či edicí knih např. jednoho autora či nakladatelství. Jednotná cena však musí být i v těchto případech dána nakladatelem. Firma Amazon dostala tři měsíce na úpravu prodeje tak, aby byla v souladu se zákonem. Pokud má tedy jednotná cena fungovat, je třeba nalézt vzájemnou shodu s ohledem na trendy posledních let.

Dalším problémem je nebezpečí vytváření pirátských kopií e-knih. Tento problém je již znatelný v odvětvích filmu a hudby, kde se distributoři snaží zabránit nelegálnímu šíření. Zdá se však, že s rostoucím trhem roste i počet nelegálních kopií. Co se týče elektronických knih, můžeme čekat podobný vývoj. Tento trend poškozuje nejen prodejce e-knih ale zejména prodejce knih klasických.

I když se v poslední době prodej elektronických knih rapidně zvýšil, pořád je závislý na klasickém prodeji tištěných knih. *„Úspěšná kniha či autor se zpravidla musí nejdříve prosadit v oblasti klasické knihy. Trh s e-knihami tedy využívá reklamu a marketing svého papírového bratra. A klasický knižní trh doposud rovněž plní důležitou informativní funkci, neboť čtenáři se v nové produkci mohou orientovat podle nakladatelství, edic i obálek.“* (PISTORIUS, 2011) Pokud však dojde k situaci, kdy trh s e-knihami získá většinový podíl na knižním trhu, čtenář z velké části přijde o tradiční způsob své orientace.

Vývoj knižních trhů vybraných evropských zemí

V následujících kapitolách se bude práce věnovat vývoji knižních trhů vybraných evropských zemí po zavedení či zrušení jednotné ceny. Zaměří se zejména na trh Francie, Velké Británie a České republiky. Tento výběr není náhodný. Zvolené země jasně představují rozdíly ve vývoji zejména kvůli odlišným přístupům k jednotné ceně knih. Na francouzském knižním trhu bude práce sledovat vývoj po zavedení zákona o jednotné ceně po roce 1981. Na knižním trhu Velké Británie se zaměří na vývoj po zrušení dohod o jednotné ceně. Knižní trh České republiky byl zvolen zejména kvůli absenci dohod či zákonů o jednotné ceně v období po roce 1989.

Analýza knižních trhů bude založena na statistických datech o jednotlivých knižních trzích. Tato data lze rozdělit na několik oblastí. V každé podkapitole bude uveden vývoj a stávající situace v dané oblasti. První oblastí je produkce knih. Sem patří zejména počet nakladatelství a jejich struktura, postavení na trhu a roční produkce knih. Další oblastí je prodej knih. Zde můžeme sledovat množství knihkupectví a zároveň hustotu distribuční sítě, roční obrat z prodeje knih, vývoj cen knih a také postavení jednotlivých knihkupců na trhu. Vzhledem k vývoji na trzích v posledních letech bude analyzován i rozvoj prodeje a nákupu přes Internet a sílí postavení elektronických knih. Poslední oblast je zaměřena na čtenáře. V této oblasti nás bude zajímat především počet zakoupených publikací, roční útraty za knihy a struktura zakoupených titulů. Práce se však zaměří i na čtenářské návyky, rostoucí či klesající zájem o literaturu a vztah čtenářů k literární tvorbě jako takové. Tyto návyky budou pouze krátce shrnuty. Cílem není analyzovat bohaté výzkumy čtenářských návyků, ale uvést tyto návyky do souvislostí s uvedenými statistikami o jednotlivých trzích. Ze všech zjištěných dat pak bude možné analyzovat dopady zavedení či zrušení jednotné ceny knih na knižním trhu.

7. Vývoj francouzského knižního trhu

Jak bylo uvedeno v kapitole týkající se historie jednotné ceny, zákon o jednotné ceně knih vešel v platnost 10. srpna 1981. (Loi n° 81-766, 1981) Počáteční vývoj byl narušen zejména nerespektováním zákona a bylo nutné zákon doplnit o trestní sankce v případě porušení zákona. Zákon provází po celou dobu jeho existence úpravy, které reagují na nové tendence či snahy o obcházení tohoto zákona. Mezi hlavní změny můžeme uvést kompatibilitu zákona s evropskými zákony o hospodářské soutěži. Dále absenci zákonných úprav pro importované knihy, která se projevila zejména na počátku 90. let v segmentu komiksových knih. „Mezi snahy o obcházení zákona můžeme zařadit snahu prodávat knihy jako volně prodejné vzorky nebo jako součást dárkových balení.“ (GAYMARD, 2009) Z následujících tvrzení vyplývá, že zákon nereaguje dostatečně včas na změny na trhu a je nutné jej přizpůsobit až v momentě jeho narušení.

7.1. Produkce knih

Co se týká vývoje produkce knih, zaznamenal francouzský knižní trh od zavedení jednotné ceny jednoznačný růst. „Roční nárůst nových knih a nových vydání již zavedených titulů se od roku 1970 do roku 2007 téměř ztrojnásobil.“ (GAYMARD, 2009) „V roce 1970 bylo vydáno přibližně 23 tisíc nových titulů a v roce 2008 přibližně 70 tisíc nových titulů.“ (BNF, 2014) Zde byl nárůst vypočítán pomocí dvou metod. „První spočívá v zákonem daném odevzdávání povinných výtisků, kde nárůst činil 2,8 % za rok. Další metodou je pak výzkum svazu nakladatelů, který uvedl nárůst o 3 %.“ (GAYMARD, 2009) Vzhledem k tomu, že přibližně stejný nárůst můžeme sledovat i v zemích bez zavedené jednotné ceny, můžeme konstatovat, že na tento nárůst nemá jednotná cena knih jednoznačný vliv. Navíc je také těžké hodnotit tento růst jako pozitivní. Rozmanitost titulů, a zároveň dlouhá životnost knihy, kterou jednotná cena zaručuje, může přinášet problémy knihkupcům. Ti se samozřejmě snaží o častou změnu na poli novinek, která je vzhledem k rozmanitosti titulů obtížně udržitelná. Jak již bylo uvedeno, velká pestrost nabízených knih může odradit potenciálního zákazníka.

Další růst je patrný i v oblasti nově založených nakladatelství „Mezi lety 1988-2004 vzniklo ve Francii 692 nových nakladatelství, což činí roční nárůst o zhruba 40 nakladatelství.“ (LEGENDRE, ABENSOUR, 2007) Podle posledních dostupných zdrojů SNE (2015) vyplývá o nakladatelské a vydavatelské činnosti na francouzském knižním trhu následující:

- na území Francie dnes působí cca 10 000 nakladatelů,
- z nich přibližně 20 největších má portfolio vydaných knih obsahující nejméně 5 000 titulů,
- přibližně polovina nakladatelů má ve svém portfoliu přibližně 20 vydaných knih.

Struktura všech nakladatelství je tedy velmi nesourodá. Mezi největší producenty na trhu patří společnosti *Hachette-Livre*, která se v této činnosti prosazuje i na jiných evropských trzích, zejména ve Velké Británii a Španělsku. Dalším významným subjektem je společnost *Editis Group*. Tato dvě nakladatelství tvoří ve Francii 35 % trhu s knihami. Na pět největších nakladatelství ve Francii poté připadá přibližně 55 % celkové produkce knih.

Nepoměr mezi objemem vydaných publikací mezi společnostmi s největším podílem na trhu a ostatními nakladateli souvisí s procesem monopolizace této činnosti. Tato monopolizace je především zapříčiněna slabým konkurenčním prostředím. Vydaná kniha je vůbec či velmi málo substituovatelná. Velké nakladatelství navíc přímo knihy distribuují ve svých specializovaných obchodech. Monopolizace nakladatelství tak není nijak spojena s jednotnou cenou knih. Důkazem může být podobný vývoj v zemích bez jednotné ceny.

Podle Gaymarda (2009) nicméně dochází k poklesu průměrného nákladu (8690 výtisků/titul v roce 2007). K tomuto poklesu za prvé dochází kvůli růstu vydávání knih, který je větší než prodejnost. Za druhé je díky technologickému pokroku možné rychleji tisknout nový náklad knih s menšími finančními náklady zejména u titulů, které zaznamenají větší úspěch prodejnosti, než byl původně předpokládán. Tato inovace tedy umožňuje snížit finanční náklady přičemž produkce knih pak netvoří přebytek vydaných knih. V tomto případě můžeme konstatovat, že dochází ke zvýšení efektivity produkce knih, jež dobře reaguje na stávající poptávku na trhu.

7.2. Prodej knih

V oblasti prodeje knih, můžeme od zavedení jednotné ceny sledovat jasný nárůst. „Počet prodaných výtisků mezi roky 1986-2007 rostl o zhruba 50 %. V roce 1986 to bylo 300 milionů prodaných výtisků a v roce 2007 už 450 milionů.“ (GAYMARD, 2009) K největšímu nárůstu došlo podle Gaymarda (2009) po roce 2000, kdy se za zbývajících sedm let prodej knih zvýšil o 30 %.

Při konstantní cenové hladině pak došlo mezi lety 1970 a 2007 k následujícímu nárůstu. „Roční obrat narostl z 1 700 milionů € na 2 700 milionů €.“ (GAYMARD, 2009) Tento nárůst však zaznamenal v průběhu let dva propady. První na konci prudkého rozvoje francouzské ekonomiky, někdy také nazývaném „*tricet slavných let*“, a druhý na konci devadesátých let. Je nutné dodat, že k tomuto nárůstu obratu však nedošlo vlivem zvýšení cen. Nárůst totiž můžeme objasnit pomocí statistiky prodaných výtisků.

Všechny tyto typy růstu prodeje knih se však liší v různých knižních segmentech. Největší nárůst zaujímá segment komiksů, knih pro mládež a beletrie. Naopak u učebnic, knih se zaměřením na výzkum a společenské vědy dochází k poklesu prodejnosti.

Rozmanitost vydaných titulů, může být vyjádřena, jak jsme si uvedli v předchozích odstavcích, produkční činností. Nicméně přínosy této rozmanitosti definuje nákup knih. Podle statistik národní francouzské bibliografie (2015) se dnes na pultech knihkupectví nabízí téměř 595 tisíc různých titulů. Alespoň jeden výtisk se v roce 2008 prodal u 500 tisíc titulů. Tato hodnota, která neustále roste, potvrzuje, že nárůst rozmanitosti titulů přeci jen zákazníky z větší části k nákupu přitahuje, než odrazuje.

Nárůst prodeje knih souvisí rovněž i s nárůstem prodejních míst. Jak již bylo uvedeno, zavedení jednotné ceny si kladlo za cíl vytvoření husté distribuční sítě a větší dostupnost knih pro čtenáře. Počet prodejních míst dosahuje téměř 25 000 různých typů prodejen. Největší podíl mají klasická knihkupectví - 25 %, za nimi jsou pak obchodní řetězce specializující se na kulturní průmysl a klasické hypermarkety. Z hlediska hustoty prodejen na obyvatele je Francie na prvním místě jak v Evropě, tak na celém světě. Na 100 tisíc obyvatel připadá přibližně 37 knihkupectví či jiných prodejních míst s literární tvorbou.

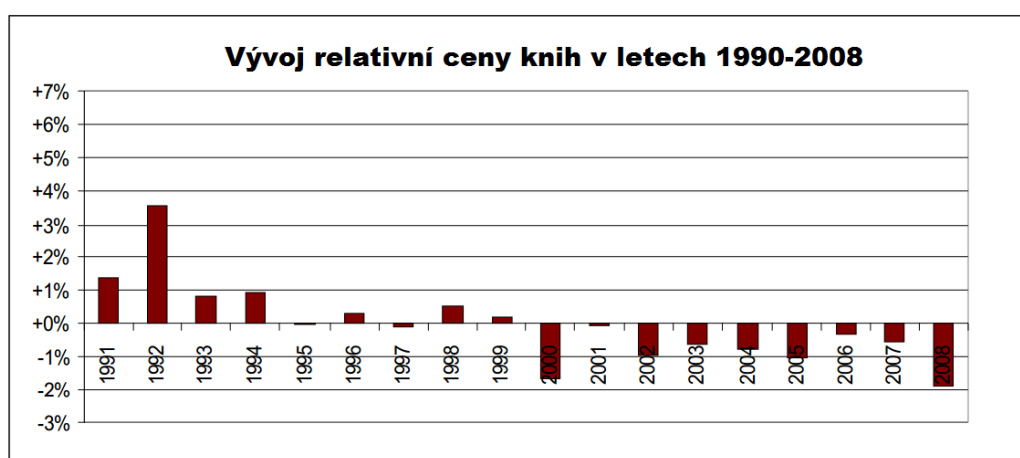
Nárůst zaznamenal i prodej knih přes internet. „*V roce 2000 tento druh prodeje představoval přibližně 0,9 % celkového prodeje knih. O sedm let později si získal 8 % trhu.*“ (GAYMARD, 2009) I když během těchto sedmi let došlo k nárůstu prodeje přes internet, pořád nezaznamenal větší úspěch, tak jak se stalo v zemích bez zavedené jednotné ceny knih.

7.3. Cena knih

Pro získání představy o vývoji ceny knih během dlouhé časové periody nám může posloužit index spotřebitelských cen. Ten je důležitým nástrojem pro měření vývoje cenové hladiny. Až do roku 1992 se v tomto souboru odděleně vyskytovaly školní publikace (učebnice, pracovní sešity, apod.), a zároveň běžné knihy. Od roku 1992 se používá jednotný index pro knihy bez rozdílu obsahu a formy. Další nástroj měření vývoje cen může být index průměrné ceny knih. Oba tyto indexy však nesledují strukturu prodávaných knih.

Cena knih se velmi liší podle typu jednotlivých publikací. Mezi nejdražší publikace patří slovníky a naučné encyklopedie. Nejlevnější bývají většinou kapesní knihy a různé příručky. Rozdíl v prodejnosti těchto různých typů knih pak může způsobit nepřesnosti při sledování vývoje ceny knih.

Jak uvádí Gaymard (2009), před zavedením jednotné ceny docházelo ke zdražení knih zejména v návaznosti na události ovlivňující ekonomiku země. Jako příklad můžeme uvést rok 1968 a zavedení DPH nebo zvýšení cen v letech 1975 a 1981, které můžeme přímo propojit s dopady ropných šoků. Po zavedení jednotné ceny můžeme však pozorovat nejdelší období zdražování a to mezi lety 1981-1994. „Zvýšení cen o přibližně 2,7%, které se projevuje od roku 1981, souvisí se zvětšujícími se náklady na prodej a distribuci, které se neodrážely v cenách knih před zavedením jednotné ceny. *Knihy ve Francii se však nezdají dražší než v zahraničí.*“ (CAHART, 1987) Pro sledování dalšího vývoje cen nám může posloužit následující graf.



Graf č. 1 - Vývoj relativní ceny knih, Zdroj: Gaymard, 2009

Pokud budeme analyzovat vývoj cen od roku 1990, můžeme si všimnout poklesu v roce 1993. Zde došlo k zavedení jednotného cenového indexu pro všechny knihy. Do roku 2000 došlo k ustálení vývoje s minimálními odchylkami. Po roce 2000 dochází k poklesu cen, který se udržel až do dnešních dnů. Z hlediska vývoje průměrné ceny knih můžeme uvést pokles mezi lety 1994-1998 z 13,10 € na 11,30 €, který byl způsoben poklesem prodeje encyklopedií a slovníků. Od roku 1998 se cena knih ustálila na hodnotě okolo 11,50 € (11,60 € v roce 2007). U knih většího formátu dochází k mírnému poklesu z 14,99 € na 14,34 €, ale u kapesních knih dochází k růstu z 4,84 € v roce 1998 na 6,24 € v roce 2007. (GAYMARD, 2009) Pro vývoj cen knih ve Francii po zavedení jednotné ceny je tedy příznačný nízký nárůst cen následovaný krátkým obdobím stability a poté celkovým snižováním cen.

7.4. Státní podpora trhu

Tato podkapitola je zaměřena na finanční podporu knižního trhu francouzským státem. Ten v roce 2007 vykázal následující rozpočet na podporu knižního trhu. Téměř 500 milionů € je spojeno se zavedením sníženého DPH na knihy, které ve Francii činí 5,5 %. Dalších 36 milionů € stát poskytl francouzské organizaci *Centre National du livre* působící pod ministerstvem kultury. Na podporu autorské a nakladatelské činnosti, prodeje knih, valorizace knih a četby pak bylo vyčleněno téměř 50 milionů €. (CORDIER, FONTAINE, BINH, 2007) Je tedy patrné, že se Francie zasahuje o kulturní rozvoj státu a zároveň podporuje fungování knižního trhu.

7.5. Elektronické knihy

Pozornost je třeba věnovat i elektronickým knihám. Nárůst jejich prodeje má přímý vliv na prodej klasických tištěných knih a na knižní trh celkově. Elektronické knihy představují nový trend ve vybavenosti domácností. Podle SNE (2015) se prodej zvýšil u čtecích zařízení, kterých se prodalo v roce 2011 zhruba 1,5 milionu a 3,6 milionů v roce 2013. Podle statistik z roku 2014 pak bylo k dispozici na francouzském trhu zhruba 120 000 titulů v elektronické podobě. *„Celkový prodej elektronických knih se v posledních letech pohybuje okolo 5 % celkového prodeje knih – tištěných i elektronických. Již dnes však někteří prodejci předvídají, že elektronické knihy do roku 2020 budou tvořit až 50 % celkového prodeje knih.“* (SNE, 2015) Vývoj prodeje elektronických knih je však brzděn různými faktory. Tím hlavním je samozřejmě jednotná cena, která brání prodeji za snížené ceny. Dále bychom mohli uvést například zvýšenou sazbu DPH oproti tištěným knihám. Elektronická kniha je totiž považována za tvorbu multimediální. Tato sazba však byla začátkem roku zrušena a dnes již není rozdíl v sazbě DPH mezi knihou elektronickou a tištěnou.

7.6. Čtenářské návyky

Pokud má jednotná cena podporovat knižní trh, jsou čtenářské návyky dalším důležitým měřítkem úspěchu. Již víme, že se francouzský knižní trh vyznačuje velkou dostupností knih, rostoucí produkcí knih, růstem prodeje a klesající cenou knih. Všechny tyto faktory by měly vést k větší oblíbenosti čtení knih.

Podle posledního průzkumu agentury IPSOS (2015), vyplývá několik důležitých poznatků o čtenářských návycích. Jako čtenář se ze zkoumaného vzorku cítí 85 % respondentů. Velmi často pak čte 21%, 37 % čte průměrně, málo čte zhruba 26 % a 15 % odpovědělo, že nečtou vůbec. V průměru čtenáři přečtou ročně 16 knih, z toho je 14 tištěných a 2 elektronické. Mezi zastánce tištěných knih pak většinou patří lidé s vyšším vzděláním, ženy a lidé nad 65 let. Naopak elektronické knihy čtou více mladí lidé a uživatelé internetu.

Dále IPSOS (2015) uvádí že, nákup nových knih preferuje až 81% čtenářů a pouze 3 čtenáři z 10 si půjčují knihy v knihovnách. Z těch, kteří si radši knihy kupují, upřednostňuje knihkupectví asi 70 %. Je zajímavé, že 30 % dotázaných uvedlo, že si nekupují knihy v knihkupectvích, protože předpokládají, že jsou dražší než v hypermarketech. Z toho vyplývá špatné povědomí veřejnosti o jednotné ceně knih.

7.7. Shrnutí

Po zavedení jednotné ceny knih ve Francii došlo na knižním trhu k mnohým změnám. Mezi ty nejdůležitější patří rozšíření distribuční sítě a vedoucí pozice Francie v počtu knihkupectví na osobu. Dalším pozitivním dopadem jednotné ceny je rozmanitost nabízených titulů, která každým rokem roste. Tyto vytyčené cíle tedy zavedení jednotné ceny úspěšně splnilo.

Pokud je výhodou jednotné ceny zvýšení produkce knih, pak i k tomuto jevu na francouzském knižním trhu došlo. Zastánci i odpůrci jednotné ceny se však nemohou shodnout, jestli je tento nárůst důsledkem zavedení jednotné ceny.

Bylo také uvedeno, že jednotná cena činí knižní trh zastaralým, a ten pak špatně reaguje na nové trendy na trhu. Tuto teorii díky nesčetným úpravám zákona a zejména problémům, které přinesly elektronické knihy, můžeme potvrdit.

8. Vývoj na britském knižním trhu

Následující kapitola je věnována vývoji knižního trhu ve Velké Británii po zrušení dohody o jednotné ceně knih známé také jako NBA. Tato dohoda byla zrušena v březnu roku 1997 úřadem pro ochranu hospodářské soutěže.

Tak jako každý knižní trh i ten britský má své specifika. Mezi nejdůležitější patří zejména fakt, že angličtina je třetím nejrozšířenějším jazykem světa, a proto se knižní produkce a prodej nesoustředí pouze na území Velké Británie. Například edice knih určené speciálně pro britský trh jsou stále vydávány v USA. Část britské produkce je také součástí exportu do ostatních anglofonních zemí. Dalším specifikem je existence doporučené ceny knih, která je i přes zrušení jednotné ceny stále uváděna na zadní straně všech vydaných knih. Slouží především pro výpočet slev a také jako referenční cena pro zákazníka. Velká Británie má navíc, jako jedna z mála zemí EU, stanovenou nulovou sazbu DPH na veškeré neperiodické publikace.

8.1. Produkce knih

Po zrušení NBA v roce 1997 docházelo k růstu produkce knih. Tento růst konstantně probíhal již před zrušením NBA. Podle Fishwicka (2008) se v roce 1997 se produkce knih pohybovala okolo 100 000 nových titulů. Růst v produkci knih pokračoval až do roku 2003, kdy se zastavil na hranici 130 000 nově vydaných titulů. Po roce 2003 následoval pokles produkce knih zpět na přibližně 100 000 titulů. Tento nárůst a následný propad může být přisuzován nejistotě spojené se zrušením jednotné ceny. Nakladatelství optimisticky předpokládaly pokračování růstu produkce, zvýšení poptávky po knihách a s tím spojenou potřebu větší nabídky. Nicméně tyto předpoklady nebyly potvrzeny a na knižním trhu došlo k propadu a následné stagnaci.

Ke snížení došlo i u celkového nákladu titulů. Jak již bylo uvedeno v kapitole o francouzském knižním trhu, nové technologie jsou schopny snížit finanční náklady spojené s dotiskem knih. Tato technologie tak umožňuje větší efektivitu produkce knih.

Nakladatelská činnost i zde, stejně jako ve Francii, vykazuje tendence monopolizace. Největším nakladatelem je společnost *Bertelsmann* (24,3 % trhu v roce 2014) a druhým největším nakladatelem je již uvedená společnost *Hachette Livre UK* (12,9 % trhu v roce 2014). „*Prvních osm nakladatelů v zemi tvoří tržní podíl okolo 56 %.*“ (STATISTA, 2014) Tyto společnosti ovládají několik nakladatelských značek a každá z nich se soustředí na jinou nakladatelskou činnost, ať už jde o knihy pro děti nebo vědecké publikace. Můžeme tedy říct, že tato monopolizace neovlivňuje strukturu vydaných titulů.

8.2. Prodej knih

Pro statistický přehled o prodeji knih na britském trhu nám chybí finanční statistické údaje. Prodejci v zájmu ochrany svého podnikání poskytují pouze roční obraty, ale z těch není možné sledovat strukturu prodaných titulů ani poměr mezi tituly vydanými a prodanými. Existují však statistiky, které nám o prodeji knih na britském trhu leccos napoví.

Struktura prodeje knih je velmi rozmanitá a od zrušení jednotné ceny došlo k mnohým změnám. Na trhu byly oslabeny zejména soukromé knihkupectví na úkor nárůstu tržního podílu internetových prodejen a supermarketů. „*Mezi lety 1998-2007 posílily internetové prodejny z 0,3 % podílu na trhu na celkových 20 %. Supermarkety pak zvýšily svůj podíl z 4 % na 11 %. Soukromé knihkupectví zmenšily svůj podíl z 19,8 % na 9 %*“ (FISHWICK, 2008) Nárůst internetového prodeje souvisí především s rozvojem Internetu během uvedených let. Posílení pozice supermarketů však značí lepší schopnost konkurence vůči soukromým knihkupcům, které supermarkety v tomto časovém období vytlačily z knižního trhu. Důvodem je především nemožnost obdržet nižší ceny od dodavatelů, které naopak supermarkety dostávají především díky větším odběrům zboží. Dalším důvodem ztráty pozice na knižním trhu je přechod knihkupectví k prodeji specializovaných knih, protože nemohou konkurovat supermarketům v prodeji bestsellerů.

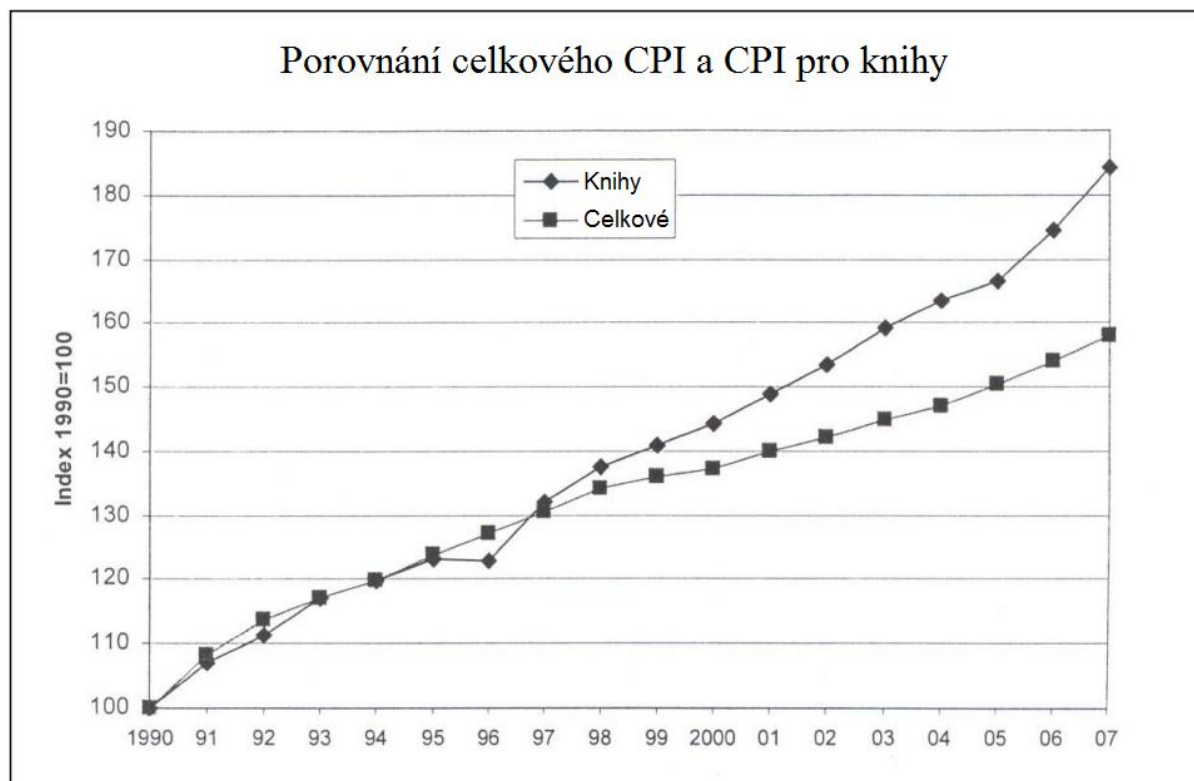
Zvýšený prodej bestsellerů, je navíc dalším trendem na britském trhu po zrušení jednotné ceny knih. V roce 2006 prezident asociace britských nakladatelů prohlásil: „*knižní trh se zaměřuje na čím dál tím méně titulů a příčinou je zákaznickova posedlost bestsellery a celebritami.*“ (FISHWICK, 2008) K tomuto tvrzení můžeme přidat pouze následující statistiku. „*V roce 2007 tvořilo sto nejprodávanějších titulů téměř 15 % celkového obrátu knižního trhu.*“ (FISHWICK, 2008) Prodej knih v Británii tedy se zrušením jednotné ceny pomalu ztrácí i svou rozmanitost. Otázkou zůstává, jestli se opravdu jedná o impuls na straně poptávky, nebo jsou-li tyto bestsellery nuceny zákazníkovi ze strany nabídky.

Zrušení jednotné ceny přineslo na britské ostrovy cenovou konkurenci na knižním trhu. Tato cenová konkurence se mezi prodejci knih vyznačuje velkými slevami na prodávané knihy. „*Už dva roky po zákazu NBA, bylo možné pozorovat tendenci zlevňovat pouze malé množství nejlépe prodávaných titulů. Průměrná sleva činila asi 22 % z doporučené ceny u specializovaných knižních řetězců, 29 % u běžných knižních řetězců a až 34 % v supermarketech.*“ (FISHWICK, 2008) V soukromých knihkupectvích byla jakákoli forma slevy spíše výjimkou. Dále podle Fishwicka (2008) došlo k rapidní změně na začátku roku 2001, která trvá až do současnosti. Tato změna přinesla čím dál tím větší průměrné slevy. U sta nejprodávanějších knih vzrostla průměrná sleva z 25 % na 39,7 % mezi lety 2002-2007. Průměrná sleva u všech vydaných titulů se v roce 2007 pohybovala okolo 20 %. Je třeba brát v úvahu, že tyto slevy se nijak neprojeví při výzkumu relativní ceny knih. V kapitole věnované cenám knih na britském trhu je tedy třeba na tyto slevy brát ohled.

8.3. Cena knih

Podle posledních výzkumů týkajících se vývoje cen knih po zrušení jednotné ceny, dochází ke snižování průměrné ceny knih. Podle Fishwicka (2008) dochází k tomuto snižování z jednoho prostého důvodu a tím je vyšší prodej levnějších knih takzvaných paperbacků, a zároveň menší prodejnost encyklopedií a naučných slovníků, které patří k dražším titulům na knižním trhu. Hlavní příčinou této menší prodejnosti je možnost dohledat na internetu informace obsažené v těchto knihách. Pokud se však zaměříme na vývoj cen v čase a ceny titulů podle struktury, po zrušení NBA docházelo jednoznačně ke zdražování.

Vývoj cen knih je tedy nejučinnější sledovat znovu pomocí indexu spotřebitelských cen. Následující tabulka nám pomůže sledovat vývoj cen pomocí oddělení indexu celkových spotřebitelských cen od indexu cen pouze pro knihy.



Graf č. 2 - Porovnání CPI, Zdroj: Fishwick, 2008

Z grafu je patrné, že až do zrušení jednotné ceny nedocházelo k velkým odchýlkám mezi těmito dvěma indexy. Po roce 1997 však došlo k většímu nárůstu ceny knih vzhledem k ostatním cenám. Během deseti let pak cenový index knih vzrostl o přibližně 50%. Index spotřebitelských cen pak vzrostl o přibližně 30 %.

Z hlediska ceny knih podle jejich typu pak vyplývá následující. „V roce 1995 byla nejčastější jednotná cena pro menší knihy s měkkou vazbou £ 4,99. V roce 2007 byla nejčastější doporučená cena asi £ 6,99 nebo £ 7,99. Pro pevně vázané knihy se ceny vyvíjely podobně. V roce 1995 £ 12,99 a £ 20 až £ 25 v roce 2007.“ (FISHWICK, 2008) Mnoho titulů je dnes zlevňováno, jak již bylo uvedeno se slevou dosahující až 30 %. Tím pádem dochází k velkému cenovému rozpětí mezi zlevňovanými bestsellery a například vědeckými publikacemi. Dopady tohoto cenového vzrůstu na spotřebitele je tedy těžké vzhledem k existenci slev hodnotit. Dopady pro knihkupce, který tyto slevy nemůže nabídnout, však bývají v mnohých případech likvidační.

8.4. Státní podpora knižního trhu

Knižní trh ve Velké Británii není příliš podporován. Jedinou snahou o podporu knižního trhu je zavedení nulové sazby DPH na veškerou tištěnou tvorbu. Ta je tedy zavedena jak pro knihy, tak i pro ostatní tištěné zboží jako jsou například mapy a noviny. Je tedy patrné, že se nejedná o výjimku, která by měla přímo podporovat pouze knižní trh.

8.5. Elektronické knihy

Tak jako ve všech ostatních zemích EU i ve Velké Británii dochází k růstu popularity elektronických knih. Podle Johnsonové (2015) tyto knihy nahradily od roku 2009 knihy tištěné v přibližné hodnotě 150 milionů liber. K poklesům dochází napříč celým knižním trhem. Od roku 2014 dochází k poklesům o 1,4 % v prodeji knih a 1,9 % v prodejnosti titulů. *„Analytici těchto údajů uvádějí, že než o pokles na knižním trhu se jedná spíše o přechod k elektronickým knihám.“* (THE GUARDIAN, 2015) Je tedy očividné, že bez ochrany tištěné literární tvorby dochází mnohem snáz k přechodu k literární tvorbě ve formě digitální. Otázkou však zůstává, jestli je třeba tuto tištěnou formu tvorby chránit. *„Vedoucí asociace nakladatelů ve Velké Británii Richard Mollet uvedl, že již není otázkou, která forma je důležitější. Jasnou odpovědí je, že obě dvě formy jsou důležité, avšak nejdůležitější je zachovat tvorbu cenných a uspořádaných informací ve světě, ve kterém jsou šířeny neodborné a nepodložené informace.“* (JOHNSON, 2015) Můžeme tedy uvést, že ve Velké Británii není elektronická kniha vnímána jako hrozba na knižním trhu a je podporována mezi nakladateli i knihkupci.

8.6. Čtenářské návyky

K přiblížení čtenářských návyků ve Velké Británii nám poslouží výzkum společnosti *Booktrust*, na který odpovědělo přibližně 1 500 respondentů.

Necelá pětina (18 %) odpověděla, že nikdy nečetli knihu a zhruba 71 % nikdy nečetli elektronickou knihu. Další pětina respondentů uvedla, že si nikdy knihu nezakoupili, ať už šlo o fyzický prodej či prodej přes internet. Zde šlo především o čtenáře ve věku 15-25 let. Polovina dotázaných uvedla, že elektronické knihy do příštích dvaceti let nahradí klasické tištěné knihy. Tento názor sdílí až 67 % dotázaných ve věku 18-30 let. Mezi pozitivní odpovědi patří to, že 28 % dotázaných čte knihu každý den. Necelých 76 % upřednostňuje tištěnou knihu před knihou elektronickou. Průměrně má každý Angličan doma 200 knih.

Z uvedených čísel je patrné, že se četba těší průměrné oblibě. Nadále převazuje skeptický názor vůči elektronickým knihám a negativní postoj k četbě ze strany mládeže. V porovnání se světem čtou Angličané asi 5,3 hodiny týdně. To je řadí na 26. místo mezi Mexiko a Brazílii.

8.7. Shrnutí

Knižní trh Velké Británie je specifický vysokým exportem a importem s ostatními anglicky hovořícími zeměmi. V rámci EU také patří k ojedinělým vzhledem k nulové sazbě DPH.

Po rozpadu NBA v roce 1997 došlo ke změnám, které změnily charakter tohoto trhu. Z hlediska produkce knih došlo k nárůstu, propadu a následné stagnaci. Tento jev byl přisuzován právě opuštění systému jednotných cen. Další projevy dotýkající se produkce knih, jako je zmenšení průměrného nákladu titulů nebo monopolizace na straně nakladatelů nijak přímo nesouvisí s jednotnou cenou.

V oblasti prodeje knih došlo již ke změnám, které můžeme jednoznačně s jednotnou cenou spojit. Zaprvé jde o zavádění velkých slev na knihy, které pomohly supermarketům k většímu podílu na trhu. Zadruhé se jedná o menší rozmanitost prodaných knih v důsledku zlevňování pouze omezené skupiny knih tzv. bestsellerů. Zde znova narážíme na výhodu zavedení jednotné ceny a tou je rozmanitost distribuční sítě, a zároveň rozmanitost prodávaných titulů, která byla od zrušení NBA ve Velké Británii jednoznačně omezena.

Co se týče ceny knih, došlo k jejímu zvýšení vzhledem k vývoji cenové hladiny. Jak bylo uvedeno, díky existenci slev je těžké hodnotit dopad na zákazníka, nicméně pro knihkupce je tento vývoj jasně negativní.

Trh se také velmi dobře adaptoval na existenci elektronických knih a počítá s jejich sílící oblibou mezi zákazníky. Zároveň nebyly zjištěny žádné problémy, které by elektronické knihy na britském knižním trhu představovaly.

Britští čtenáři podle výsledků průzkumů, patří spíše mezi čtenáře sporadické. Ve světovém žebříčku jsou umístěni daleko za francouzskými a českými čtenáři.

9. Český knižní trh

Kapitola o českém knižním trhu byla do práce zařazena z několika důvodů. Jednotná cena na tomto trhu sice byla zavedena za dob komunismu, nakladatelská a publikační činnost však byla režimem velmi omezena. Z tohoto důvodu není možné porovnávat vývoj před a po roce 1989. Na vývoj po roce 1989 se však můžeme dívat jako na vývoj nového knižního trhu s novými možnostmi publikace a prodeje knih. Jak je uvedeno na webu SČKN, knižní kultura se po listopadu 1989 stala první oblastí kultury, kde došlo ke komplexní transformaci do změněných společensko-ekonomických podmínek. Tak jako u předchozích států došlo dříve či později k zavedení jednotné ceny, i na tomto trhu je jednotná cena knih v poslední době předmětem diskuze. V následující části se zaměříme na případné názory subjektů na trhu a přiblížíme dopady plynoucí z teoretického zavedení jednotné ceny. V následující kapitole bude tedy popsán spíše stav trhu a jeho vývoj v poslední době.

Důležitým zdrojem pro zjištění stavu českého knižního trhu je *Svaz českých knihkupců a nakladatelů*. Ten se soustavně zasahuje o informovanost veřejnosti o knižním trhu. Mezi základní dokumenty o knižním trhu pak patří každoročně vydávaná *Zpráva o českém knižním trhu* a také *Základní fakta o produkci knih* v jednotlivých letech.

9.1. Produkce knih

Mezi nejčastěji používané metody zjištění produkce knih patří takzvaný povinný výtisk. Jedná se o povinnost nakladatele odevzdat výtisk každého nově vydaného titulu do Národní knihovny České republiky v Praze, Moravské zemské knihovny v Brně a Vědecké knihovně v Olomouci. Tato povinnost vzniká na základě zákona o neperiodických publikacích (Předpis č. 37/1995 Sb.). Získávání povinných výtisků však není okamžité a v řadě případů musí knihovny o tento výtisk žádat. Dalším zdrojem pak může být bibliografická databáze České národní bibliografie (dále jen ČNB). „Podle ČNB lze odhadnout, že v České republice vyšlo celkem zhruba 16 850 titulů s vročením 2014“ (SČKN, 2015) Tato produkce se vzhledem ke statistikám ČNB jeví jako konstantní a nedochází ke značnému nárůstu či propadu.

Důležitý je také importní charakter českého knižního trhu. Někdy jsou knihy v zahraničí vytištěny, ale mnohem častější je import autorských licencí a následný překlad. Podle SČKN (2015) bylo z angličtiny během roku 2014 přeloženo zhruba 50 % všech přeložených titulů. Následují překlady z němčiny a francouzštiny. Mezi trendy posledních let patří překlady z ruštiny, které se během pěti let téměř zdvojnásobily.

Z hlediska struktury vydávaných titulů je na prvním místě samozřejmě beletrie. SČKN (2015) uvádí, že mezi nejrychleji rostoucí segmenty literatury patří dětské knihy, jejichž produkce se za posledních deset let zdvojnásobila. Znamená to, že zájem o literaturu u dětí se zvyšuje, což je známkou úspěšné snahy o popularizaci literatury u této věkové skupiny. Naopak největší pokles produkce zaznamenaly vysokoškolské učebnice, jejichž produkce od roku 2008 klesla o 44 %. Tento pokles můžeme vysvětlit větším šířením materiálů potřebných ke studiu na vysoké škole v digitální formě.

Nakladatelskou činnost můžeme změřit pomocí údajů ČNB. Ta zjistila, že aspoň jeden titul během roku 2014 vydalo v České republice 2585 nakladatelů. I zde se jedná o konstantní údaj v průběhu posledních pěti let.

Mezi hlavní nakladatelství nepatří pouze ta soukromá. V České republice mezi třicet největších nakladatelství patří deset státních či vysokoškolských nakladatelství. Mezi těmi vysokoškolskými jsou nejproduktivnějšími nakladatelství Univerzity Karlovy, Masarykovy univerzity a Univerzity Palackého v Olomouci. Ze státních nakladatelství můžeme uvést nakladatelství Akademie věd ČR.

Trend monopolizace mezi nakladateli, který jsme pozorovali na předešlých dvou knižních trzích, není v České republice tolik rozsáhlý. „*V České republice přesný celkový obrat neznáme, a tak nedokážeme podíl největších nakladatelů na trhu odhadnout. Podíl první pětky na titulové produkci činí však pouze 11,9 % a teprve produkce 236 největších nakladatelů dohromady zaujímá 70 % produkce celkové.*“ (SČKN, 2015) Takovéto rozdělení trhu je pravděpodobně zapříčiněno vznikem většiny nakladatelství až po roce 1989 a z tohoto důvodu nebylo možné si doposud vytvořit významnější podíl na trhu. Tento fakt však přispívá k větší rozmanitosti nakladatelské činnosti, která je přínosem pro čtenáře.

9.2. Prodej knih

Stejně jako na britském knižním trhu je obtížné zjistit oficiální údaje o objemu knižního trhu. Tyto data nezjišťuje Český statistický úřad a neexistuje ani žádná jiná evidence. „Je možné zjistit roční obraty jednotlivých prodejců, ale mezi ně je často započítán i prodej neknižního zboží a navíc jsou tyto obraty zveřejňovány se zpožděním.“ (SČKN, 2015) Výpočet je proto proveden pomocí sledování prodeje distributorů koncovým prodejcům. Odhad objemu trhu v koncových cenách je potom dopočítám přidáním průměrného rabatu a odečtením importu, zejména na Slovensko. „Touto metodikou vychází celkový objem knižního trhu, tedy prodej v koncových cenách prostřednictvím kamenných i internetových knihkupectví, přibližně na 7,2 mld. Kč včetně DPH. Odhadovaný obrat tedy vychází přibližně stejný jako v letech 2013 a 2012.“ (SČKN, 2015) Ve zprávě o českém knižním trhu (2015) je však také uvedeno pár statistických informací o struktuře prodávaných titulů. Fakt, že 2 % celkového obratu knižního trhu tvořila v roce 2013 trilogie *50 odstínů šedi*, znamená stejně jako ve Velké Británii větší orientaci prodejce i zákazníka na bestsellery. Problém může představovat i fakt, že nejprodávanější knihou roku 2015 byla *Kuchařka Ládi Hrušky*, která je charakteristická svou absencí literární hodnoty.

Dalším trendem prodeje knih v České republice se stal úbytek klasických knihkupectví s menší plochou prodeje, umístěných většinou v centru města. Český knižní trh směřuje ke vzniku větších knihkupeckých sítí a knižních domů, soustředěných často v nákupních centrech. Následující konstatování je citováno z toho důvodu, že se jedná o názor SČKN, který jasně reflektuje jejich stanovisko. „Úbytek tradičních knihkupectví je způsobený nejen menší kupní silou v dané lokalitě, ale také zvyšujícími se požadavky zákazníků na šíři sortimentu, služby a v neposlední řadě také na prostředí. Velkým problémem je také podle knihkupců expanze a hlavně zlepšování služeb internetových obchodů, které na jednom místě nabízejí často desítky tisíc titulů skladem a jsou schopny dodat zboží konečnému spotřebiteli ve velmi krátkých dodacích lhůtách. Jako likvidační se jeví také často neúměrně vysoké slevy, které internetové obchody poskytují. Střední a malá knihkupectví tak nemohou rozsáhlé nabídky konkurovat a krachují.“ (SČKN, 2015) Právě tento postoj směřuje k diskuzi o zavedení jednotných cen. Počet nezávislých knihkupectví se v dnešní době odhaduje na přibližně 600. Mezi nově vzniklé knihkupectví patří zejména ty s velkou prodejní plochou. Na místě uzavřených knihkupectví většinou vznikají pobočky sítě *Levné knihy*.

SČKN (2015) uvádí, že mezi největší prodejny v České republice dnes patří zejména síť knihkupectví *Neoluxor*, *Neopalladium* s celkovou prodejní plochou 14 000 m². Tato skupina také převzala síť *Levné knihy*, která má dnes už 47 prodejen a roční obrat okolo 305 mil. Kč. Mezi společnostmi s největším počtem prodejen patří společnost *Kanzelsberger* s 51 prodejnami. Postavení na trhu postupně zvětšuje i síť knihkupectví *Knihy Dobrovský*.

Na trhu posilují i společnosti, které se také věnují nebo se pouze zaměřují na prodej přes internet. V dnešní době je podíl prodeje knih přes internet už zhruba 23 %. (SČKN, 2015) Mezi nezávislé internetové prodejny pak patří zejména *Martinus.cz*, *Megaknihy.cz* a *Levneucebnice.cz*.

9.3. Cena knih

Cena knih na českém knižním trhu je obtížně změřitelná. SČKN (2015) uvádí, že průměrnou cenu knih nelze zjistit z důvodů neznalosti přesného počtu prodaných výtisků a chybějících údajů týkajících se realizovaných tržeb. Ve své výroční zprávě tedy uvedl vývoj cen ve vybraných sítích prodejen, které tyto údaje poskytly. Průměrná cena se pohybovala okolo 240 Kč. Za posledních pět let tato průměrná cena nevykazuje tendenci růstu či poklesu. Průměrná cena se tedy nemění. Je také vhodné doplnit, že ve většině případů je dodržována doporučená cena a jakékoli velké slevy nejsou na českém knižním trhu ve velké míře používány

9.4. Státní podpora trhu

Ministerstvo kultury České republiky se podle zprávy SČKN zasahuje o podporu knižního trhu. Jde pak zejména o podporu produkce knih, zejména české beletrie a překlady do češtiny. Podporovány jsou také i literární akce jako jsou literární setkání, soutěže a semináře. Mezi další oblasti podpory pak patří knihovny a překlady z českého jazyka. V roce 2015 činila podpora Ministerstva kultury zhruba 37 milionů Kč a každým rokem roste. „*Celkový náklad knih podpořených v letech 2013 a 2014 činil zhruba 120 000 a 143 000 výtisků (jde ovšem o náklady uvedené v přihláškách pro granty). To představuje zhruba 0,7 % a 0,9 % celkové roční české titulové produkce a zhruba 0,5 % všech prodaných knih.*“ (SČKN, 2015) Ministerstvo kultury tedy podporuje knižní trh, stejně jako podporuje kladný vztah ke knihám a četbě.

9.5. Elektronické knihy

Stejně jako na ostatních evropských trzích i v České republice došlo v posledních letech k nárůstu prodeje elektronických knih. V roce 2014 byl podíl elektronických knih na celkovém knižním trhu v ČR asi 1,67 %. (PISTORIUS, 2011) Širší diskuze o dopadech na knižní trh tedy zatím na českém knižním trhu chybí. Jediným problémem, který je dnes v souvislosti s elektronickými knihami projednáván je jejich nelegální šíření.

9.6. Čtenářské návyky

Český národ patří k těm s nejlepšími čtenářskými návyky. Toto tvrzení může potvrdit několik následujících poznatků a statistik. Podle Trávníčkova průzkumu (2007), zabývajícím se kolik času občané jednotlivých zemí přibližně tráví čtením, je Česká republika sedmá. Podpora vzniku čtenářských návyků u dětí probíhá, například pomocí projektu *Celé Česko čte dětem*. Zvýšit zájem o četbu, a zároveň přispívat na dobročinné účely podporuje projekt *Čtení pomáhá*. Dále můžeme zmínit zakládání takzvaných literárních kaváren kde je možné si během doby strávené v kavárně přečíst nějaký z nabízených titulů. Tuto formu četby podporují i některé lokální knihovny, které umisťují ve veřejném prostoru knihy, které byly vyřazeny z fondů knihovny.

9.7. Knižní trh a jednotná cena

V roce 2005 SČKN na svých internetových stránkách zveřejnilo dokument *Návrh na řešení systému jednotné maloobchodní ceny neperiodické publikace v ČR*. Jednalo se o text přeložený z francouzštiny, který měl českým knihkupcům a nakladatelům přiblížit fungování jednotné ceny. Po zbytek roku se pak mohli všichni oslovení vyjádřit k tomuto návrhu a SČKN uvažovalo i o vytvoření legislativního návrhu, který bude předložen Ministerstvu kultury ČR. Jednalo se tedy o první pokus vyvolat diskuzi o jednotné ceně na českém knižním trhu. Jak již víme, zavedení jednotné ceny do dnešní doby brání zejména Úřad pro ochranu hospodářské soutěže.

Otázkou zůstává, jestli je opravdu potřeba zavést jednotnou cenu knih i na českém trhu. Rozmanitost produkce titulů je dostačující, rozmanitost v rámci nakladatelské činnosti také. Cena knih je v evropském průměru nízká a neprojevují se žádné negativní tendence růstu cen. Čtenářské návyky jsou nadprůměrné a stát systematicky podporuje jak tyto návyky, tak i samotný knižní trh.

Z dosavadních poznatků víme, že jediným problémem na českém knižním trhu je zánikání malých knihkupectví na úkor velkých řetězců a internetových prodejen. Řešením by mohl být právě přechod k necenové konkurenci. Zdá se, že v oblasti prodeje knih se tato necenová konkurence projevuje pouze po zavedení jednotné ceny. Tento přechod by však nebyl zaveden jednotnou cenou, ale necenová konkurence, jak je uváděno v mnoha publikacích o marketingu, by byla doplňkem konkurence cenové. Soukromé knihkupectví působící na lokální úrovni, jsou schopné díky rozšíření služeb a dostupnosti konkurovat silným řetězcům, které neposkytují kromě prodeje doplňkového zboží žádné další služby. Problémem také je, že soukromé, tradiční knihkupectví odstupují z trhu a již v dnešní době nejsou zakládány.

Zavedení jednotné ceny by však mohlo přinést i problémy. Striktní dodržování cen daných nakladatelem, by v dnešní době zcela jistě zákazník vnímal jako zdražení oproti cenám se slevami. Zdražení knih navíc provázelo i období po zavedení jednotné ceny ve Francii.

10. Dopady jednotné ceny

Následující část textu zhodnotí dopady zavedení jednotné ceny na knižním trhu. Závěry jsou zpracovány z předchozích částí týkajících se jednotlivých trhů, na kterých se tento systém objevil, i trhů kde tento systém zaveden nebyl. Tyto závěry hodnotí zejména předpokládané cíle, výhody a nevýhody, které se objevily v části věnované teorii jednotné ceny.

Hlavním cílem jednotné ceny je nárůst rozsáhlé knižní produkce na trhu. Tato produkce by neměla být rozsáhlá pouze svým objemem ale i rozmanitostí jednotlivých titulů. Po zavedení jednotné ceny ve Francii došlo opravdu k tomuto nárůstu. Zhruba půl milionu nabízených titulů svědčí o rozmanitosti trhu a tento trend je na daném trhu rostoucí. Naopak v Anglii po zrušení jednotné ceny došlo k menší rozmanitosti titulů. Toto tvrzení se opírá o fakt, že vzrostl prodej bestsellerů, který tvoří značnou procentuální část prodeje. Tvrzení asociace knihkupců a nakladatelů v Anglii potvrzuje, že se zákazníci zaměřují na čím dál tím méně titulů. Rozmanitost nabízených titulů bude však mít klesající tendenci. Obsah jazykových slovníků a naučných encyklopedií je v dnešní době Internetu snadno dohledatelný, a tak právě tyto typy titulů pomalu mizí z pultů knihkupectví.

Dalším cílem zavedení jednotné ceny je větší počet knihkupectví a širší distribuční síť. Tento cíl byl znovu splněn na francouzském knižním trhu. Dnes je Francie s přibližným počtem 37 prodejních míst na 100 tisíc obyvatel zemí s největší hustotou prodeje knih. Zrušení jednotné ceny v Anglii přineslo omezení počtu knihkupectví. Velký počet tradičních knihkupectví zanikl a do popředí se dostaly zejména supermarkety. Oproti Francii pak v Anglii představuje významnou část knižního trhu internetový prodej. Cíl jednotné ceny byl tedy po zavedení splněn.

Jednotná cena má také nabídnout širší služby zákazníkovi vlivem přechodu od cenové konkurence ke konkurenci necenové. Toto tvrzení je nicméně těžké potvrdit či vyvrátit. Vzhledem k tomu, že na trhu se zavedenou jednotnou cenou knih je necenová konkurence jediným možným prostředkem soutěžení, pak opravdu dochází k větší intenzitě služeb poskytovaných zákazníkům. Neexistuje ovšem překážka, která by bránila tyto služby nabízet i na trzích s cenovou konkurencí.

Mezi výhody jednotné ceny patří zvýšení prodeje knih. Toto zvýšení sice můžeme pozorovat jak na trzích s jednotnou cenou tak na trzích, kde jednotná cena zavedena není, růst prodeje se ale liší ve struktuře prodaných titulů. Na trzích s jednotnou cenou dochází k podpoře prodeje méně známých autorů díky prodeji bestsellerů. Na trzích bez jednotné ceny se zvyšuje prodej bestsellerů a klesá prodej méně známých autorů. Prodej knih je však na obou trzích srovnatelný. Toto tvrzení však znovu potvrzuje přínos jednotné ceny na rozmanitost knižní tvorby.

Teorii, že systém jednotné ceny sníží cenu knih, však není možné potvrdit. Na francouzském trhu se období snižování cen projevilo až téměř 20 let po jejím zavedení. Na anglickém trhu došlo k mírnému zdražení. Díky možnosti prodávat knihy se slevou však zákazník větší zdražení nepocítuje. Na cenu má samozřejmě i vliv sazba DPH, která se napříč zeměmi EU liší. Názory na vliv jednotné ceny se liší i mezi experty na toto téma.

Tato práce se nijak nevěnovala ceně služeb, které jsou nabízeny zákazníkům. Teorii o zdražení těchto služeb tedy nemůže být potvrzena. Jak bylo uvedeno, efektivnost prodeje a možnost šetřit náklady spojené s vytvářením zásob knih se zvýšila s novými tiskařskými technologiemi.

Potvrzena však může být nevýhoda spojená s teorií o zastaralosti trhu. Ve Francii byl zaveden zákon o jednotné ceně knih zejména z důvodu ochrany tištěných knih. Tento cíl sleduje Francie i nadále a brání většímu prosazení knih elektronických. Ty už mezitím v Anglii dosáhly značného úspěchu a podílu na knižním trhu.

Závěr

Tato práce shrnula základní myšlenky vytvoření systému jednotné ceny, její historii, různé formy úprav, a také strukturu ceny knihy. Dále byla práce zaměřena na cíle, výhody a nevýhody jednotné ceny na knižním trhu. Tyto znalosti byly využity v části věnující se vybraným knižním trhům Evropské Unie.

Díky aplikaci poznatků teoretické části v části praktické, bylo možné zpracovat cíl práce. Tím bylo zejména zhodnocení dopadů jednotné ceny na knižní trh. Byly představeny trhy, na kterých jednotná cena funguje, i ty na kterých nebyla jednotná cena zavedena nebo zde byla zrušena. Právě díky těmto odlišnostem jednotlivých trhů, bylo možné stanovit dopady jednotné ceny. Ty vyplývaly především z teoretických výhod a nevýhod zavedení jednotné ceny.

Bylo potvrzeno, že jednotná cena podporuje větší hustotu distribuční sítě, stejně jako vyšší počet nabízených titulů. Na trzích bez jednotné ceny zpravidla dochází k centralizaci distribuční sítě a prodeji menšího počtu titulů, i přesto, že objem prodaných knih je srovnatelný. Další pozorované změny na jednotlivých knižních trzích sice pomohly daný knižní trh analyzovat, vliv jednotné ceny na tyto změny, však nemohl být potvrzen.

Jednotná cena neperiodických publikací představuje v dnešní době téma, o které jeví zájem knihkupci a nakladatelé napříč evropskými knižními trhy. Je však patrné, že každý knižní trh má své specifika, ať už jde o nakladatelskou činnost, překladatelskou činnost, distribuční síť, sazbu DPH nebo vliv státní podpory. Neméně důležitý je zájem o četbu a literární tvorbu i vztah k elektronickým knihám. Z těchto důvodů je obtížné hodnotit systém jednotné ceny jako univerzální nástroj, prospěšný pro každý knižní trh.

Práce by mohla být v budoucnu rozšířena o vliv elektronických knih na knižní trh s tištěnými publikacemi. Elektronické knihy jsou však nadále ve fázi růstu a zatím si nevytvořily na trhu stálé postavení. Výzkum jednotné ceny by mohl být prohlouben zaměřením se na více evropských knižních trhů.

Résumé

Ce mémoire de licence se focalise sur le thème de prix unique du livre. Elle décrit le fonctionnement de prix unique, l'histoire de son instauration et son abolition dans des pays choisis. Ce travail suit deux approches à l'introduction de prix unique. Le système peut être mis en œuvre par la loi ou par un accord entre les éditeurs et les libraires. Un court chapitre est consacré à l'économie du livre. Puis ce travail se consacre au développement du marché du livre en République tchèque, en France et en Grande-Bretagne. C'est dû à des différences d'approche au prix unique de livres. Cela permet de déterminer les impacts de prix unique qui sont basés sur les avantages et les inconvénients hypothétiques. L'attention est aussi portée aux livres numériques et aux ventes sur Internet.

Le but de ce travail est de définir les impacts du prix unique sur le marché du livre. On suit les impacts économiques aussi bien que les impacts culturels. C'est pourquoi on a divisé la section consacrée à l'évolution des marchés en trois parties. On y observe les impacts sur l'activité éditoriale ainsi que sur la vente de livres et sur les habitudes de lecture.

Mots-clés: prix, livre, marché du livre, littérature, concurrence, éditeur, libraire

Seznam pramenů a literatury

Allison Flood, 2015. *Sales of printed books fall by more than £150m in five years* [online]. The Guardian [cit. 13. 1. 2015] Dostupné z: <http://www.theguardian.com/books/2015/jan/13/sales-printed-books-fell-150m--five-years>

BLAŽEK, Jiří, 1993. *Základy ekonomie*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 8021008148.

BNF, 2014. *Rapport d'activité 2014* [online]. Bibliothèque nationale de France délégation à la Stratégie et à la Recherche, 23. 6. 2015. [cit. 14. 2. 2016]. Dostupné z: http://webapp.bnf.fr/rapport/pdf/rapport_2014.pdf

CAHART, Patrice, 1987. *Le Livre français a-t-il un avenir ? / rapport au Ministre de la culture et de la communication*. Paris: la Documentation française. ISBN 2-11-001903-4 br. 60 F

CASALINI, Barbara, 1998. Fixed or free? Europe's book pricing debate. *Logos: the journal of the world book Community*. s. 61-72. ISSN 0957-9656

CORDIER, Alan, FONTAINE, Bernard, BINH LE, Nhat, 2007. *La chaîne du livre: mission d'audit de modernisation* [online]. Ministère de la culture et de la communication [cit. 10. 2. 2016] Dostupné z: <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1139-rapport-sur-la-chaine-du-livre-mission-d-audit-de-modernisation.pdf>

Dohody o určování cen pro další prodej. Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, 2009. Informační list č. 2/2009

ESMENARD, Francis, 1986. Le prix unique pour les livres, le meilleur des systèmes possible. *Revue française de marketing*. p. 97-106 ISSN 0035-3051

FISHWICK, Francis, 1989. Les implications économiques du Net Book Agreement. *Cahiers de l'économie du livre*. Paris: Ministère : Cercle. p. 4-31. ISSN 0999-6435

FISHWICK, Francis, 2008. Book retailing in the UK since the abandonment of fixed prices. *International Journal of the Economics of Business*. p. 359-377. ISSN 1357-1516

GAYMARD, Hervé, 2009. *Situation du livre - Evaluation de la loi relative au prix du livre et questions prospectives* [online]. Ministère de la Culture et de la Communication [cit. 11. 2. 2016]. Dostupné z: <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/40677-situation-du-livre-evaluation-de-la-loi-relative-au-prix-du-livre-et-questions-prospectives.pdf>

GERLACH, Markus, 2003. *Protéger le livre: Enjeux culturels, économiques et politiques du prix fixe*. Alliance des éditeurs indépendants. ISBN 978-29-519-7470-8

GINSBURG, Victor, THORSBY, David, 2007. *Handbook of the Economics of Art and Culture*. North-Holland, p. 722-759. ISBN 978-04-445-0870-6

International Publishers Association, 2014. *Global Fixed Book Price Report* [online].

International Publishers Association [cit. 23. 3. 2016] Dostupné z:

<http://www.internationalpublishers.org/images/reports/2014/fixed-book-price-report-2014.pdf>

IPSOS, 2015. *Les Français et la lecture* [online]. Centre national du livre [cit. 27. 2. 2016]

Dostupné z: http://www.centrenationaldulivre.fr/fr/ressources/etudes_rapports_et_chiffres/les_francais_et_la_lecture/

JOHNSON, Hannah, 2015. *Latest UK Book Publishing Statistics Show Stable Market*

[online]. Publishing perspectives 8. 5. 2015 [cit. 24. 3. 2016]. Dostupné z:

http://publishingperspectives.com/2015/05/latest-uk-book-publishing-statistics-show-stable-market/#.Vw0k8_mLTIU

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER, 2011. *Marketing management*. 1. vyd. Přeložil Štěpánka ČERNÁ, přeložil Viktor FAKTOR, přeložil Tomáš JUPPA. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-1359-5.

LEGENDRE, Bertrand, ABENSOUR, Corinne, 2007. *Regard sur l'édition, 2 volumes : I. Les petits éditeurs. Situation et perspectives - II. Communication et langages*. p. 136-137 ISSN 1778-7459

Le Parisien, 2015. *Prix du livre: Amazon non conforme à loi française, affirme Pellerin*

[online]. Le Parisien 19. 2. 2015. [cit. 28. 2. 2016]. Dostupné z:

<http://www.leparisien.fr/livres/prix-du-livre-amazon-non-conforme-a-loi-francaise-affirme-pellerin-19-02-2015-4546589.php>

Loi n° 81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre.

PISTORIUS, Vladimír, 2011. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Vyd. 1. Praha: Paseka. 248 s. ISBN 80-7185-516-2.

SČKN, 2015. *Zpráva o českém knižním trhu 2014/2015*. Svaz českých knihkupců a nakladatelů, 2015. ISBN 978-80-905680-4-4

SNE, 2015. *L'édition en perspective* [online]. Syndicat National de l'édition [cit. 26. 2. 2016]

Dostupné z: http://www.sne.fr/wp-content/uploads/2015/07/Rapport-dactivite-interactif-SNE_Edition-en-perspective-2015.pdf

STATISTA, 2014. *Market share of consumer book sales held by the leading publishing groups in the United Kingdom (UK) in 2014* [online]. STATISTA, leden 2015

[cit. 22. 3. 2016] Dostupné z: <http://www.statista.com/statistics/284382/leading-publishing-groups-in-the-united-kingdom-uk-by-share-of-consumer-sales/>

TRÁVNÍČEK, Jiří, 2007. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztah ke knize*. Vyd. 1.

Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1.

WEST III, James L. W., 2015. Price control and the publisher. *Sewanee Review*. s. 272-279. ISSN 0037-3052

Loi n° 81-766 du 10 août 1981, relative au prix du livre [online]. Dostupné z: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000517179&fastPos=1&fastReqId=1273754702&categorieLien=cid&oldAction=rechTexte>

Zákon č. 89/2012 Sb., nový občanský zákoník ve znění pozdějších předpisů. In: *Sbírka zákonů*, § 2445-2454 ISSN 1211-1244

Zákon č. 37/1995 Sb., o neperiodických publikacích. In: *Sbírka zákonů* ISSN 1211-1244

2016 *European Union VAT rates*, 2016 [online]. Poslední změna 18. 3. 2016 [cit. 24. 3. 2016] Dostupné z: <http://www.vatlive.com/vat-rates/european-vat-rates/eu-vat-rates/>

Seznam tabulek a grafů

Tabulka č. 2 Jednotná cena knih v EU	7
Graf č. 1 Vývoj relativní ceny knih.....	25
Graf č. 2 Porovnání CPI	32