

Kdo uspokojí požadavky knihoven na
doplňování knihovních fondů

???

Knihovníci, distributoři, nakladatelé

Partneři, subjekty působící na trhu v českých podmínkách

Knihovny

Národní knihovna

MZK a Macanova
knihovna

Krajské knihovny

Městské a obecní
knihovny

Speciální
knihovny

Distributorské firmy
a knihkupectví

Vydavatelé

Knihovny

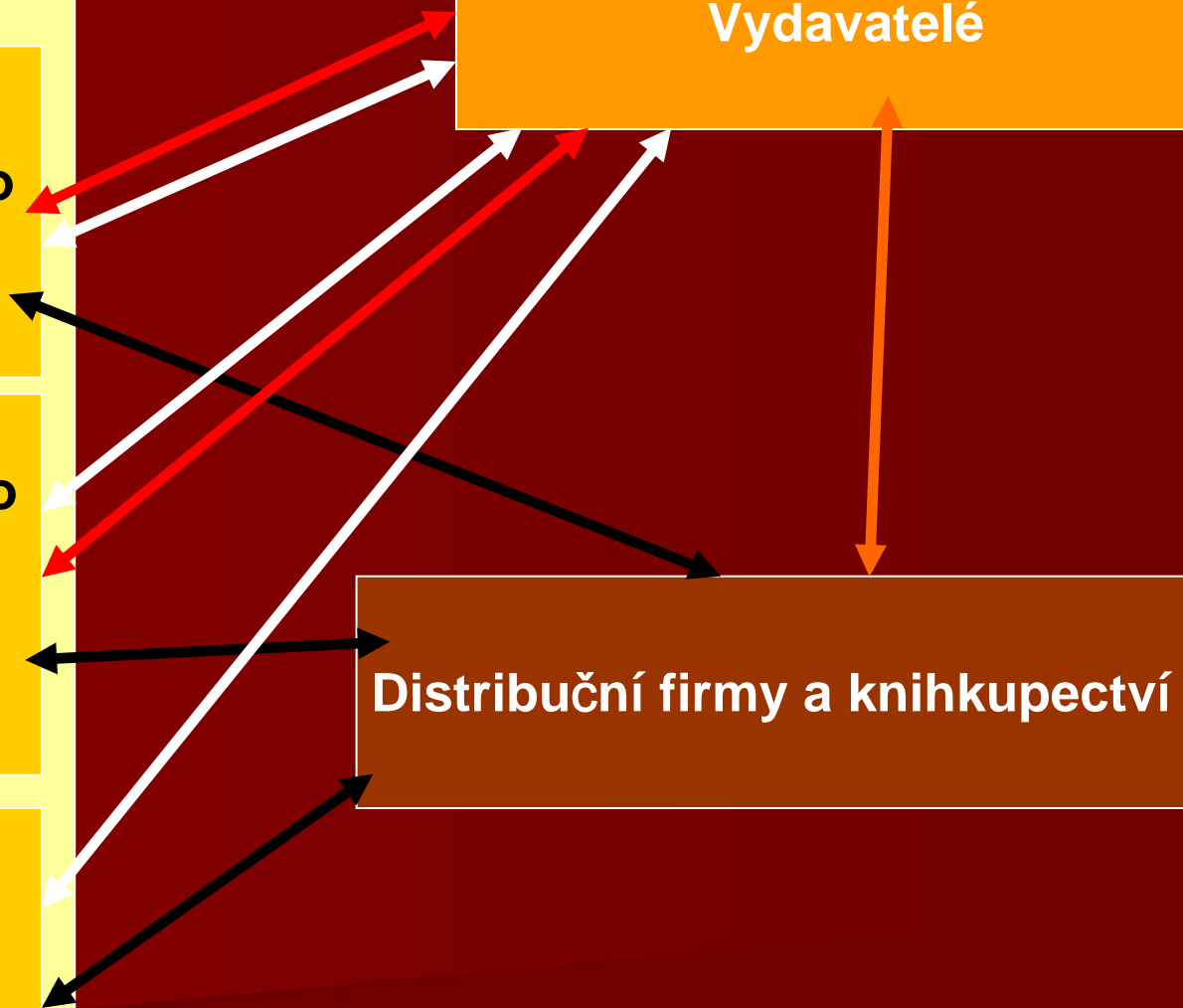
**Knihovny
s právem celostátního
povinného výtisku +
nákup, dary**

**Knihovny
s právem regionálního
povinného výtisku
a/nebo nabídkové
povinnosti + nákup,
dary**

**Ostatní knihovny
Pouze nákup a dary**

Vydavatelé

Distribuční firmy a knihkupectví



➤ 1. úroveň charakterizují právní vztahy, které musí mít vazbu přímo na vydavatele nebo jím pověřeného distributora (nejčastěji v případě periodických publikací)

➤ 2. úroveň charakterizují obchodní vztahy, do systému vstupují distribuční firmy, vydavatelé a knihkupectví

Způsob získávání dokumentů

- Povinný výtisk v případě Národní knihovny ČR a krajských knihoven podle svého regionálního vymezení
- Nákup nových knihovních dokumentů je realizován prostřednictvím nakladatelů, distributorů a knihkupců
- Dary získává knihovna prostřednictvím soukromých osob, institucí a nakladatelů

Povinnost určená zákonem

Vydavatelé jsou povinni :

- na svůj náklad poskytnout určeným knihovnám povinný výtisk periodického tisku a neperiodických publikací
- plnit nabídkovou povinnost, to je od každé publikace, kterou vydávají musejí písemně nabídnout ke koupi jeden výtisk určeným knihovnám

Knihovny podle Knihovního zákona (Zákon č. 257/2001 Sb.)

Národní knihovna

- Národní knihovna je knihovnou s univerzálním knihovním fondem doplněným specializovanými fondy.
- Národní knihovna trvale uchovává konzervační fond a historický fond

Knihovny podle Knihovního zákona

Krajské knihovny

- budují univerzální knihovní fondy, které doplňují speciálními fondy klasické, elektronické,
- podle druhů dokumentů plní konzervační funkci historických fondů a regionálních fondů, to znamená uchovávají a doplňují historický fond a regionální fond,
- některé plní funkci pro obec a region budováním cirkulačních fondů

Základní knihovny

Městské knihovny

Obecní knihovny

- Knihovny s univerzálním fondem, který u velkých knihoven je doplněn specializovaným knihovním fondem
- Plní funkci pro obec i pro region (pověřené knihovny budují cirkulační fondy)
- Sídlí převážně mimo velká centra
- Důraz je kladen a na informační, kulturní a vzdělávací činnost

Specializované knihovny

Specializované knihovny jsou knihovnami se specializovaným knihovním fondem (Školní knihovny, lékařské knihovny, knihovny odborných institucí)

Všechny mají společné to,

- že poskytují specifické služby nejširší veřejnosti, která je seznámena s širokou nabídkou trhu a v knihovnách prezentuje své požadavky
- mají omezené finanční prostředky
- mají omezené personální možnosti ve vykrývání potřeb akvizičních činností
- pracují s roztržštěnými informacemi
- spolupracují s roztržštěným trhem
- dovedou specifikovat své požadavky podle svého postavení a požadavků svých uživatelů, což je kodifikováno v plánech doplňování

Partneři

- Vydavatelé, nakladatelé
- Knihkupectví klasická,
- Knihkupectví elektronická
- Distributoři

Nakladatelé, vydavatelé (základní ukazatele jejich produkce)

■ Počet vydaných titulů za roky 2003 – 2008

■ 2003	16 451
■ 2004	15 749
■ 2005	15 350
■ 2006	17 019
■ 2007	18 029
■ 2008	18 520

■ Počet registrovaných nakladatelů v ČR za roky 2003 – 2008

■ 2003	3 448
■ 2004	3 619
■ 2005	3 775
■ 2006	3 903
■ 2007	4 073
■ 2008	4 344

Největší producenti knih na území ČR podle počtu vydaných titulů v roce 2008 (bez vydavatelů vysokých škol, univerzit a ústředních státních institucí)

U pořadí nakladatelů je v kulatých závorkách uvedeno umístění za rok 2007 mezi dvacítkou největších producentů knih v ČR. Pro možnost porovnání je rovněž uvedena produkce v letech 2007–2004.

1. (1.)	Euromedia Group, Praha*	446	409	425	451	393
2. (4.)	Moravská Bastei - MOBA, Brno	370	347	323	353	271
3. (3.)	Grada Publishing, Praha	345	361	344	293	234
4. (2.)	Computer Press, Brno	311	382	323	372	244
5.-6. (7.-8.)	BB art, Praha	277	228	299	211	353
5.-6. (-)	P. F. Art, Brno**	277	253	43	39	37
7. (5.)	Egmont ČR, Praha	264	251	177	110	56
8. (6.)	Fragment, Havlíčkův Brod/Praha	258	231	130	183	160
9. (10.)	Rebo Productions CZ, Čestlice-Průhonice	233	180	161	93	55
10. (9.)	Albatros, Praha	214	184	172	211	176
11. (20.)	Fraus, Plzeň	189	97	132	80	70
12. (17.)	Mladá fronta, Praha	185	115	110	134	87
13. (-)	Tribun EU, Brno***	159	139	-	-	-
14. (7.-8.)	Václav Svojtka & Co, Praha	143	228	133	145	240
15. (11.)	Alpress, Frýdek-Místek	127	163	132	111	143
16. (19.)	Academia, Praha	119	106	89	110	98
17. (-)	Levné knihy KMa, Praha	118	56	29	0	23
18. (14.)	Portál, Praha	116	137	92	122	115
19. (-)	Paseka, Praha-Litomyšl	111	75	65	89	63
20. (-)	Baronet, Praha	108	65	101	185	62

* Produkce Euromedia Group je uvedena souhrnně. Jednotlivé značky za posledních pět let vykazují následující bilanci (v případě Odeonu byly zpřesněny údaje o počtu vydaných titulů):

Knižní klub	267	221	194	227	216
Ikar	152	164	171	178	155
Odeon	27	24	24	22	22
Edice Lidové noviny	-	-	36	24	-

** Vydavatelství nebylo do loňského žebříčku zahrnuté; patřila by mu podle počtu vydaných titulů 5. příčka.

*** Pražská pobočka nakladatelství, Tribun Praha, vykazovala za rok 2008 celkem 5 vydaných titulů.

Největší producenti knih (Vysoké školy a odborné instituce)

1. VŠ báňská - Technická univerzita, Ostrava 197 239 304 244 **371**
2. Vydavatelství Univerzity Palackého, Olomouc 215 174 227 295 **352** 3.
3. Masarykova univerzita, Brno 272 253 321 279 **303**
4. Vydavatelství ČVUT, Praha 225 233 218 185 **292**
5. Česká zemědělská univerzita, Praha 149 167 217 250 **223**
6. Český statistický úřad, Praha 612 410 207 145 **217**
7. Karolinum, Praha 300 255 249 193 **204**
8. Vysoké učení technické, Brno 272 209 238 227 **169**
9. Univerzita Tomáše Bati, Zlín 56 53 25 99 **152**
10. Oeconomica-VŠE, Praha 241 159 173 141 **149**

Produkce knih 2008

- Z tabulek je patrný nárůst počtu titulů
- Nárůst počtu vydavatelů
- Z uvedených 18520 titulů se na pulty dostala polovina, druhá polovina byla tzv. šedá literatura
- Novinky tvořily 88,5% celkové produkce
- Na rekordní produkci se podílelo 1498 vydavatelů
- Vydávání knih je u nás oproti EU rozloženo mezi velký počet vydavatelů, i když na polovině české produkce se podílelo 60 vydavatelských domů
- Klesaly průměrné náklady knih
- Ceny knih v průměru vzrůstaly od roku 2002 o 3,9 % ročně
- Dlouhodobě se prosazují vydavatelé vysokých škol

Situace na knižním trhu

Vývoj směřuje

- Ke vzniku velkých silných nakladatelství
- K rozvoji silných řetězců distributorů,
- Velkoplošných prodejen knih
- K poklesu nákladů knih
- K růstu počtu titulů jako finanční kompenzace
- k nárůstu cen knih a tím menšímu odbytu

Knihkupectví

Při vyhledávání na portálu Seznam (konkrétně v sekci Firmy) lze najít celkem 703 odkazů při vyhledávání hesla „knihkupectví“.

Převážná část z nich plní funkci klasického i elektronického knihkupectví, to znamená, že má na svých domovských stránkách zveřejněný katalog skladované produkce spojený s e-shopem, kde si zákazník objedná na dálku požadovaný titul.

Titulová nabídka obsahuje kromě základních bibliografických údajů, cenu knihy, oskenovanou obálku dokumentu

Knihkupectví

- Mají převážně místní nebo regionální význam, výjimka snad knihkupectví v Praze
- Poskytuje nabídku konkrétních titulů na základě objednávky a podle svého vlastního výběru od distribučních firem
- Umožňují osobní výběr dokumentu, jeho odborné posouzení
- Pokud není součástí nějakého distribučního nebo vydavatelského řetězce, poskytuje knihovnám nelukrativní finanční nabídku
- Katalog skladované produkce a informace o novinkách nejsou u všech knihkupců běžné
- Knihkupectví rozšiřují svoji nabídku o speciální dokumenty

Specializovaná knihkupectví (klasická i elektronická)

- Knihkupectví vysokých škol
- Knihkupectví učebnic
- Knihkupectví odborných institucí
- Antikvariáty
- Odborná knihkupectví jednotlivých nakladatelství
- Knihkupectví zaměřená na jednotlivé speciální dokumenty (hudebniny, CD, DVD)

Distribuční firmy

- Využívají v ideálním případě nejnovějších možností Internetu a nabízí lukrativní finanční podmínky
- Zastupují velký počet vydavatelů a tím i vydávaných titulů
- Nabízí katalogy skladované produkce rozdělený podle tematiky a druhu dokumentů
- Rozšiřují svoji nabídku o zvukové a elektronické dokumenty
- Publikují aktuální nabídku novinek a aktuální nabídku slev
- Poskytují bibliografické a vizuální informace z naskenovaných obálek
- Provozují pružný objednávkový a urgenční systém
- Zajišťují dopravu do místa určení s účetním dokladem
- Rychle reagují na uživatelské požadavky
- Umožňují vstup do systému pomocí kontaktního e-mailu
- Vlastní ID a heslo pro spolupracující knihovnu

Nevýhody

- Systém distribuční a nakladatelské nabídky nekomunikuje s knihovnickými systémy, proto je nutné dělat objednávky do systému knihovny i do systému distribuční firmy
- Nepružné urgenční řízení na dálku
- Skladba nabídky je zaměřena na komerční tituly, které se objevují v nabídce více distribučních firem, ale učebnice a regionální dokumenty a účelové tituly jsou tam zastoupeny minimálně
- Inzerování distribuovaní vydavatelé nejsou zastoupeni v úplnosti, pouze vybranými tituly
- Chybí osobní kontakt s dokumentem

Průběh komunikace

- Získání dokumentu předchází složitý proces od komunikačního apelu až po rozhodovací procesy

Institucionální nabídka

- Vydavatelé, nakladatelé
- Distribuční firmy
- Klasická knihkupectví
- Elektronická knihkupectví
- Distributoři

Titulová nabídka

➤ Klasická

- periodická (Knižní noviny, Literární noviny, Knihy)
- neperiodická (Antikvární katalogy, Ediční plány)

➤ Elektronická prostřednictvím internetu

- a homepage jednotlivých vydavatelů a distribučních firem

- E-mailovou poštou

➤ Nabídková povinnost podle Zákona o neperiodických publikacích č. 37/1995 Sb.

Svaz českých knihkupců a nakladatelů

Tištěná verze bibliografie Knižních novinek obsahuje záznamy titulů pouze těch nakladatelství, která uzavřela se Svazem českých knihkupců a nakladatelů **Smlouvu o zajištění nabídkové povinnosti**, vyplývající vydavatele z ustanovení § 4 zákona č. 37/1995 Sb., o neperiodických publikacích a dalších aktualizovaných právních předpisů.

- Pro zájemce je Smlouva k dispozici v sekretariátu Svazu (Klementinum 190 , 110 01 Praha 1, tel.: 222 211 650, e-mail: silhan@sckn.cz; vám poskytne Milan Šilhan) nebo ke stažení na www.sckn.cz (rubrika Nabídková povinnost / Smlouva o nabídkové povinnosti).
- Uzavření Smlouvy o nabídkové povinnosti se vztahuje i na vydavatele, který svou produkci zadává do databáze vydaných titulů České knihy (www.ceskeknihy.cz). Tato služba je bezplatná, jiné způsoby oznamování jsou zpoplatněny (viz Smlouva).
- Věříme, že této možnosti využijí všichni vydavatelé, kteří dosud Smlouvu neuzavřeli. Bibliografie v Knižních novinkách je největší databází v ČR o aktuálně vycházející knižní produkci.

Finanční nabídka

Vychází z doporučené ceny a poskytovaného rabatu nebo slevy, kterou může nabídnout obchodní partner

Předstádia nákupu

- Vnímání (povšimnutí si komunikovaného sdělení)
- Pozornost (vzbuzení pozornosti mezi ostatními sděleními v konkurenčním poli)
- Poznání (zprostředkování informací o dokumentu)
- Postoje (vytváření a zjišťování kladných a záporných postojů k dokumentu nebo službě a jejich příčin)
- Preference (vzbuzení důvěry v dokument, službu vedoucí k jeho preferencím před ostatními)
- Přesvědčení (vzbuzení přesvědčení o důležitosti dokumentu, služby z hlediska potřeb osloveného, vedoucí k rozhodnutí o jeho koupi)
- Kupní jednání (uskutečnění koupě v určitém čase a v určité prodejně)

Knihovny jako zákazníci druhého tisíciletí

- Omezené finanční prostředky knihoven, vyplývající se zvyšujících se nákladů na provoz knihoven
- Snižující se kupní síla knihoven
- Růst spotřebitelského (zákaznického) vědomí
- Roztříštěná nabídka a obtížná orientace, vyžadující čas a zkušenost
- Výběr knihovnických dokumentů podle náročných kritérií, vycházející s postavení knihoven v systému, kodifikovaných ve směrnících
- Požadavky na účelovou komunikaci nabídky

Požadavky na obchodní partnery

- Aktuální a pokud možno kumulovanou informaci o nových titulech
- Finanční nabídku, která by odpovídala možnostem knihoven
- Pružný objednávkový systém
- Distribuci až na místo
- Titulovou nabídku, která by obsahovala, bibliografický záznam, anotaci, cenu knihy a přesnou adresu dodavatele
- Graficky zvýrazněná, barevná nabídka potěší každého akvizičního pracovníka

Závěr

- Knihovna dá přednost distribuční firmě, knihkupectví, knihkupectvím, která ji budou považovat v rámci své marketingové strategie za vyhraněného zákazníka, který ví, co chce, má jasné konkrétní požadavky specifikované v objednávkách.
- Knihovna si vybere takové firmy, kterým záleží dlouhodobě na její spokojenosti, protože pro ně soustavně znamená nezanedbatelný finanční přínos, proto i firmě stojí za to ji nabídnout výhodné finanční podmínky

- Kumulovaná tématická, titulová nabídka a podle druhu dokumentů v elektronické nebo klasické podobě, v ideálním případě přímo v podobě databáze, která bude kompatibilní s knihovnickými systémy by pomohla knihovnám zracionalizovat akviziční proces
- Knihovna si vybere dodavatele (ve většině případů více než jednoho), kteří budou odpovídat doplňovanému profilu fondu (rozsahu, tématické specializaci podle druhů dokumentů)
- Knihovna si vybere dodavatele, který bude mít pružný objednávkový a urgenční systém
- Knihovna si vybere dodavatele, který bude zajišťovat dopravu na místo určení

Mgr. Anna Andrlová
Studijní a vědecká knihovna
PK
andrlova@svkpl.cz