

Základy redakční práce

Eva Dibuszová

Vydavatelství VŠCHT Praha

ICT Press

E-mail: eva.dibuszova@vscht.cz

Tel: 220 44 3071

Vydavatelský blok

- **Jak funguje vydavatelství**
- **Ekonomické minimum**
- **Základní právní normy**

Ekonomika

- **Ekonomika vydavatelství**
- **Ekonomika publikace**

Ekonomika vydavatelství

- **Strategické financování**
- **Finanční, daňové a manažerské účetnictví**
- **Cenotvorba**
- **Marketing**

Ekonomika vydavatelství

Náklady

- přímé
- nepřímé

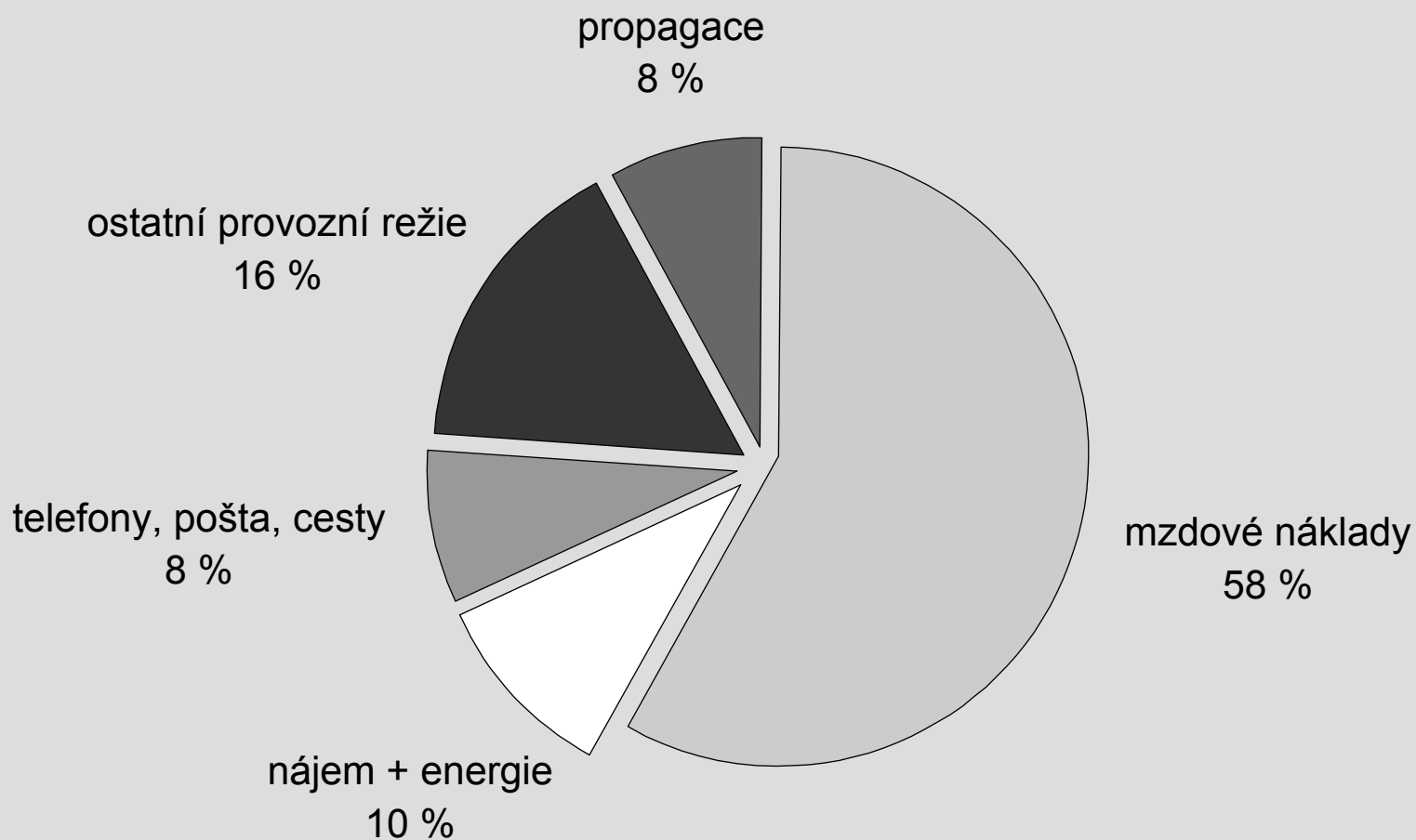
Ekonomika vydavatelství

Přímé náklady:

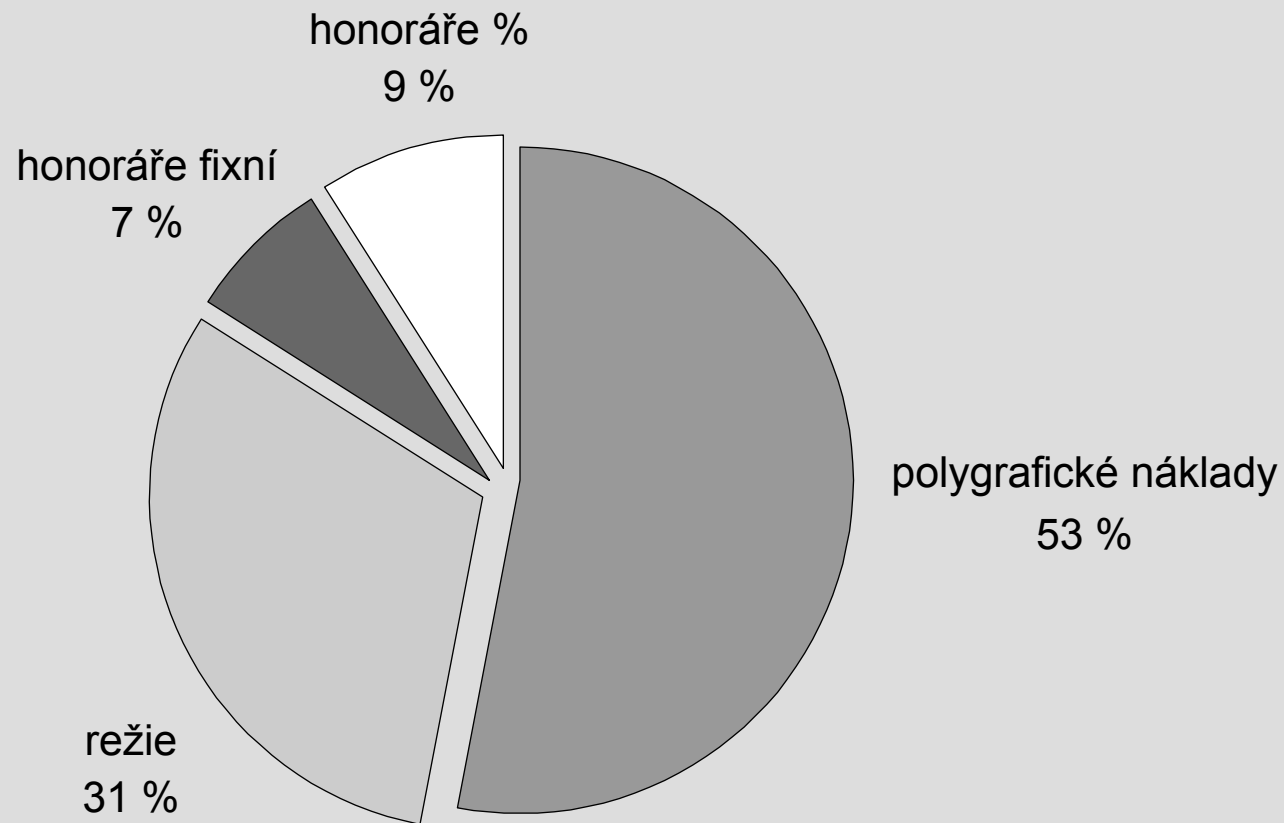
- **honoráře**
- **výroba**

Nepřímé náklady, tzv. režie

- **mzdy**
- **nájemné**
- **telefon, internet, poštovné, cestovné**
- **propagace**



Obr.1. Režie vydavatelství



Obr.2. Náklady vydavatelství

Ekonomika vydavatelství

Obrat a zisk

- **Obrat – součet tržeb v prodejních cenách (bez DPH)**
- **Zisk (popř. ztráta) – rozdíl mezi tržbami a náklady**

Ekonomika publikace

Náklady

- **Fixní** – náklady, které musí vydavatel vynaložit, aniž by byl vytištěn jediný výtisk
- **Variabilní** – část těchto nákladů tvoří v praxi náklady **proporcionální** – ty se mění s počtem vydaných výtisků

Ekonomika publikace

Výrobní cena s počtem vydaných výtisků
klesá

výrobní cena = $P + F / \text{počet výtisků}$

Ekonomika publikace

Výrobní cena a prodejní cena

Jak se rozdělí cena mezi subjekty

- distribuce (knihkupec) 40 %
- polygrafie 35 %
- vydavatel 15 %
- autoři 10 %

Pro ČR charakteristický vysoký podíl výrobních nákladů na celkové ceně.

Ekonomika publikace

Hledání optimální **ceny** a
optimálního **nákladu** – závisí na
počtu čtenářů, ochotných koupit si
danou knihu za danou cenu.

Ekonomika publikace

Rozhodovací úlohy na existující kapacitě

Příkladem je optimalizace sortimentu
prodáváných výkonů.

Řeší se jak změna **objemu** v sortimentu
ovlivní výši **nákladů**, výnosů a **zisků**.

Metody **CVP** (Cost, Volume, Profit)

Ekonomika publikace

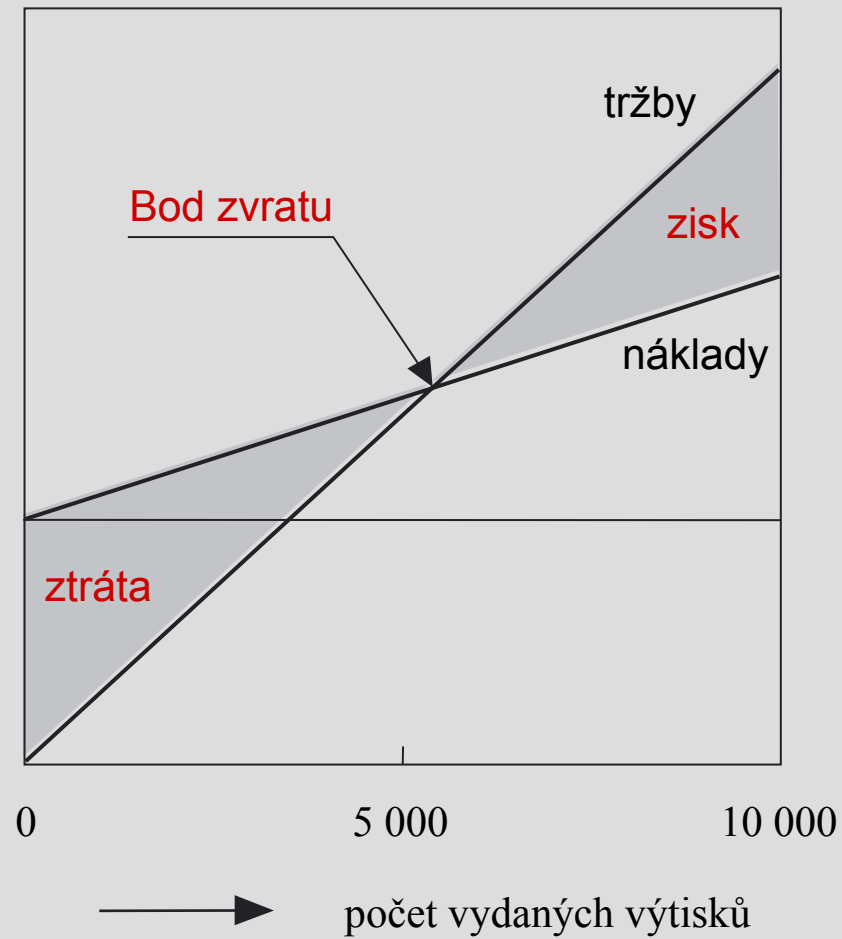
**Bod zvratu (Break Point) – objem
prodaných výkonů, při kterém dosažené
výnosy uhradí vynaložené náklady**

Obecně platí, že:

$$x_1 = FN / c_j - v_j$$

kde

x_1 je objem prodeje, při němž se dosahuje bodu zvratu, FN – úhrnná výše
fixních nákladů, c_j – jednotková cena, v_j – variabilní proporcionální
náklady vyvolané jednotkou výkonu



Obr.3. Bod zvratu

Ekonomika publikace

Příklad

Zadání:

variabilní náklady činí 200 Kč

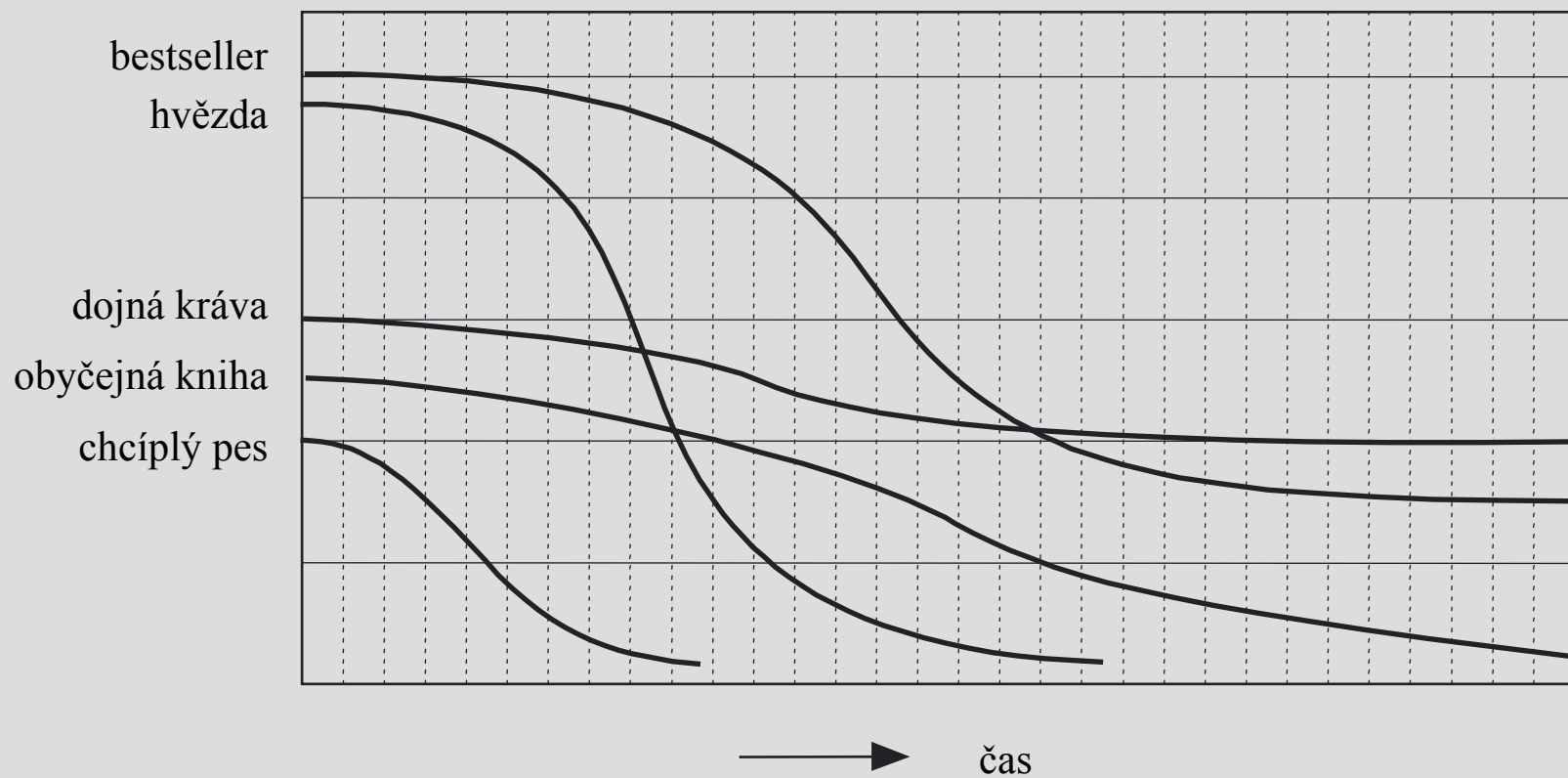
prodejnost podle průzkumu trhu je pro náklad

2 000 – 3 000 ks pro jednotkovou cenu 500 Kč

fixní náklady činí 720 000 Kč

Úkolem je zjistit, kolik učebnic je třeba prodat, aby vydavatel:

- a) z výnosů z prodeje uhradil alespoň vynaložené náklady (dosáhl bodu zvratu),
- b) dosáhl zisku před zdaněním alespoň 120 000 Kč.



Obr.4. Prodej v čase