

5. Film a hudba

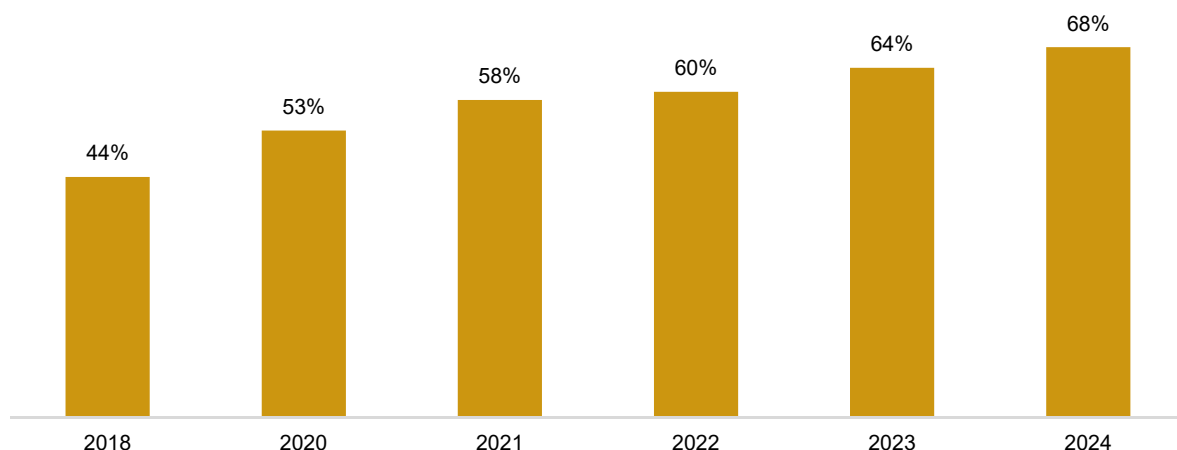
Hudební nosič CD, který na konci minulého století započal digitální revoluci v hudebním průmyslu, působí na trhu již více než 40 let. Fyzické nosiče jsou však od začátku druhé dekády nahrazovány digitálními platformami a stávají se fenoménem pro zapálenější hudební fanoušky. Celosvětový trh s nahrávkami táhnou příjmy ze streamingu, zatímco příjmy ze stažených nahrávek za poplatek se každoročně snižují. Významnou část příjmů tvoří každoročně také poplatky za provozovací práva (IFPI, 2024).

Pro ekonomickou analýzu hudebního průmyslu jako celku by bylo vhodné zohlednit do prezentovaných ukazatelů také tržby z živých vystoupení, které jsou důležitým zdrojem příjmů interpretů. Vzhledem k velmi úzkému vymezení hudební oblasti v rámci výchozího trojsektorového členění kultury jsou však v této publikaci příjmy z živých hudebních vystoupení ponechány mimo oblast zájmu analýzy.

Stejně jako hudební nahrávky jsou také audiovizuální díla (filmy a seriály) stále častěji vyhledávána prostřednictvím streamingových platforem. To se promítá do ekonomických výkonů subjektů v rámci jednotlivých dílčích oblastí filmového průmyslu. Podle údajů Evropské audiovizuální laboratoře zaznamenal evropský audiovizuální trh v roce 2021 meziroční nárůst o 8,5 %, v roce 2022 pak o 5,6 %. Ten byl způsoben z 60 % právě díky rozvoji předplatného streamovacích služeb, z 30 % pak díky rostoucím příjmům z pokladen kinosálů, které se začaly vzpamatovávat z propadu tržeb během pandemie. Samotné streamovací služby pak dosáhly v evropském měřítku v roce 2022 meziroční nárůst výnosů o 27 % a jediná tak v oblasti audiovize dokázaly čelit vysoké inflaci (EAO, 2024).

V Česku jsou pro poslech hudby či přehrávání videí a filmů nejčastěji využívány tzv. sdílené služby (např. YouTube či prostřednictvím sociálních sítí). Jak ukazuje Graf 5.1, v roce 2024 využilo tyto platformy pro sledování filmů či videa přibližně 68 % osob starších 16 let. Podíly těchto osob každým rokem stoupají, ještě před čtyřmi lety sledovalo videa na těchto stránkách 53 % osob. Využití jiných typů audiovizuálních služeb bude rozebráno v jednotlivých kapitolách.

Graf 5.1 Podíl osob starších 16 let využívajících sdílené online služby (např. YouTube) ke sledování filmů či videa



Zdroj: Výběrové šetření o informačních a komunikačních technologiích, ČSÚ

5.1 Film a video

Tabulka 5.1 Vymezení oblasti filmu a videa podle ekonomických činností

CZ-NACE	EKONOMICKÁ ČINNOST
47.63	Maloobchod s audio- a videozáznamy (50 %)
59.11	Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů
59.12	Postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů
59.13	Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů
59.14	Promítání filmů
77.22	Pronájem videokazet a disků

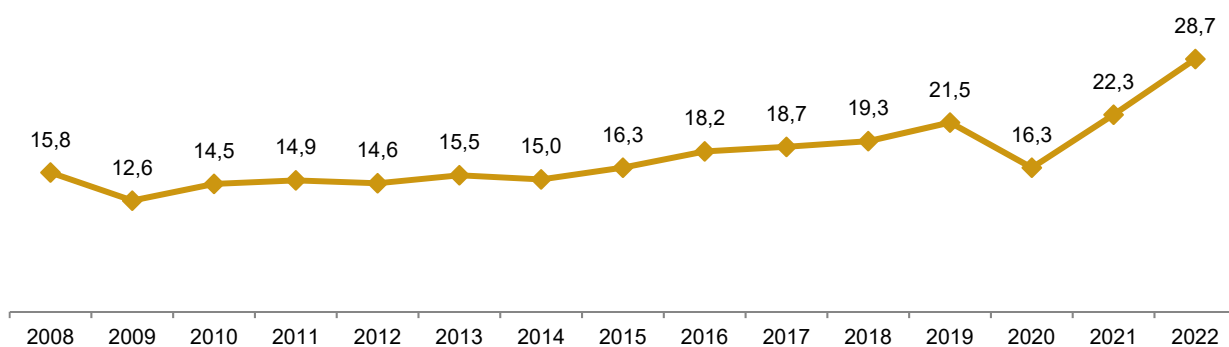
Výroba audiovizuálních děl je vzhledem k vysokým vstupním nákladům ve velké míře závislá na veřejné podpoře. Zejména celovečerní filmy vznikají ve většině států díky podpoře z veřejných zdrojů s výjimkou studiových filmů v USA, které nejsou díky zázemí nadnárodních korporací odkázány na vícezdrojové financování. Důležitou roli v evropské produkci filmů hraje také spolufinancování televizními provozovateli. Ti se starají přibližně o pětinu financování celkové filmové produkce. Soukromí investoři pak pokryjí šestinu celkových financí na výrobu filmů (EAO, 2024).

Také česká filmová produkce je ve velké míře závislá na výši veřejné finanční podpory, kterou každoročně uděluje Státní fond kinematografie (Staníková, 2015). Státní podpora ovlivňuje také zahraniční filmovou produkci v České republice. Jedná se zejména o filmové pobídky, které byly poprvé zavedeny v roce 2010. V roce 2022 byly rozhodnutím vlády navýšeny prostředky pro filmové pobídky o 570 milionů. V roce 2023 byl však pobídkový systém zastaven kvůli přetížení systému díky vysokému zájmu o natáčení v Česku. Znovu byl obnoven v lednu 2024, což způsobilo odliv části zahraniční produkce. Pobídkové systémy fungují v desítkách zemí světa a jen v Evropě jsou zavedeny u více než 30 zemí. Česká republika však s pobídkami 20 % uznatelných nákladů utracených při audiovizuální produkci se může stát hůře konkurenceschopnou, jelikož v ostatních zemích EU jsou běžné 30% a vyšší (APA, 2022, 2024).

5.1.1. Příjmy a zaměstnanost

Jak je zřejmé z Grafu 5.2, celkové příjmy subjektů s převažující ekonomickou činností v oblasti filmu v Česku vzrostly mezi lety 2009 a 2019 o 8,9 mld. Kč na 21,5 mld. Kč, v prvním pandemickém roce 2020 následoval výrazný pokles na 16,3 mld. Kč. V následujících dvou letech však významně vzrostly, v roce 2021 na 22,3 mld. Kč a v roce 2022 na 28,7 mld. Kč. Data z Podnikové strukturální statistiky reflektují ekonomické činnosti filmové produkce, postprodukce, distribuce, maloobchodu, půjčoven a promítání. Tak jako v jiných oblastech **tato suma nezohledňuje subjekty s jinou převažující ekonomickou činností**, které se také významnou mírou podílejí na výrobě audiovizuálních děl.



Graf 5.2 Příjmy subjektů v oblasti filmu a videa (v mld. Kč)

Zdroj: Podniková strukturální statistika, ČSÚ

Graf 5.3 pak nabízí pohled zúžený pouze na produkci audiovizuálních děl vycházející z dat Asociace producentů v audiovizi (APA). Podle těchto dat se mezi lety 2017 a 2019 výrazně zvýšily příjmy produkce ze zahraničních děl – takřka dvojnásobně z 3,2 mld. Kč v roce 2017 na 6,3 mld. Kč v roce 2019. Příjmy českých producentů audiovizuálních děl ze zakázek zahraniční produkce tak vzrostly mezi lety 2010–2019 přibližně devítinásobně.

Na tomto nárůstu se pravděpodobně podílelo mimořádné navýšení státní podpory ve formě filmových pobídek z 800 mil. Kč v roce 2018 na 1,3 mld. Kč v roce 2019. Příjmy z produkce českých děl se v posledních předcovidových letech pohybovaly nad hranicí 1 mld. Kč a příjmy z reklamní produkce kolem 2 mld. Kč. Celkové příjmy českých producentů v oblasti audiovize dosáhly v roce 2019 přibližně 9,4 mld. Kč.

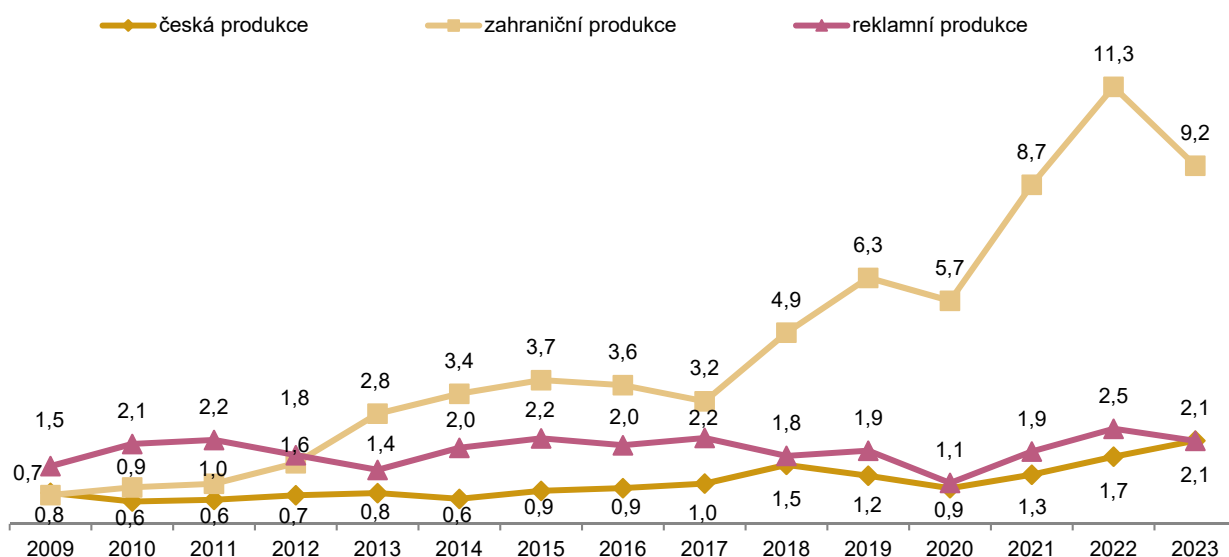
Rok 2020 přinesl ve srovnání s předchozím rokem propad ve všech sledovaných segmentech audiovizuálního trhu. Celkový pokles příjmů způsobený zejména zastavením produkce v důsledku jarních vládních opatření proti šíření pandemie covidu-19 se pohyboval okolo 18 %. Nejvýraznější meziroční pokles zaznamenaly příjmy z reklamní produkce, které poklesly o 42 % a dosáhly nejhorších výsledků od roku 2002. Příjmy z produkce českých filmů se v roce 2020 pohybovaly těsně pod hranicí 1 mld. Kč a oproti roku 2019 poklesly o 25 %. Celkově platí, že dopady pandemie nejvíce pocítily producentské společnosti filmů do kinodistribuce. Naopak vzhledem ke zvýšené poptávce po dílech distribuovaných prostřednictvím streamingových platform typu Netflix či HBO Max se dá do budoucna očekávat zvýšení výroby pořadů směřujících na tento trh.

Rok 2021, rovněž poznamenaný pandemií a jarním lockdownem, byl – alespoň co se týče obratu ze zahraniční filmové produkce v ČR – rekordní. Příjmy z této oblasti se i díky včasné adaptaci trhu na nové podmínky v roce 2021 vyšplhaly na 8,7 mld. Kč a výrazně tak předčily maximální hodnoty z roku 2019. Příjmy z produkce českých děl (1,3 mld. Kč) a z reklamní produkce (1,9 mld. Kč) se vrátily zhruba na úroveň předcovidového roku 2019.

V roce 2022 dosáhl příjem českého audiovizuálního trhu dosud nejvyšší hodnoty 15,4 miliard Kč a zaznamenal růst ve všech segmentech. Nejvýrazněji se na něm podílela zahraniční produkce, která meziročně vzrostla o 29 % na rekordních 11,3 mld. Kč. O 30 % se také zvýšily příjmy z reklamy na 2,5 mld. Kč, tvorba českých seriálů a filmů vzrostla z 1,3 mld. na 1,7 mld. Kč.

V roce 2023 nastal propad celkových příjmů v audiovizi o 12 % na hodnotu 13,5 miliardy korun, který byl zapříčiněn především poklesem zahraniční produkce. Ten byl způsoben celoročním pozastavením pobídkových registrací, částečně také díky stávce scénáristů a herců v USA, která vedla k zastavení řady filmových a televizních projektů. Obrat zahraničních zakázek činil 9,2 mld. Kč, což představuje meziroční pokles o 18 %. Reklamní odvětví zaznamenalo mírný meziroční pokles o 13 %. Naopak původní české tvorbě se dařilo, vzrostla o 24 % na 2,1 miliardy korun (APA, 2021, 2022, 2023, 2024).

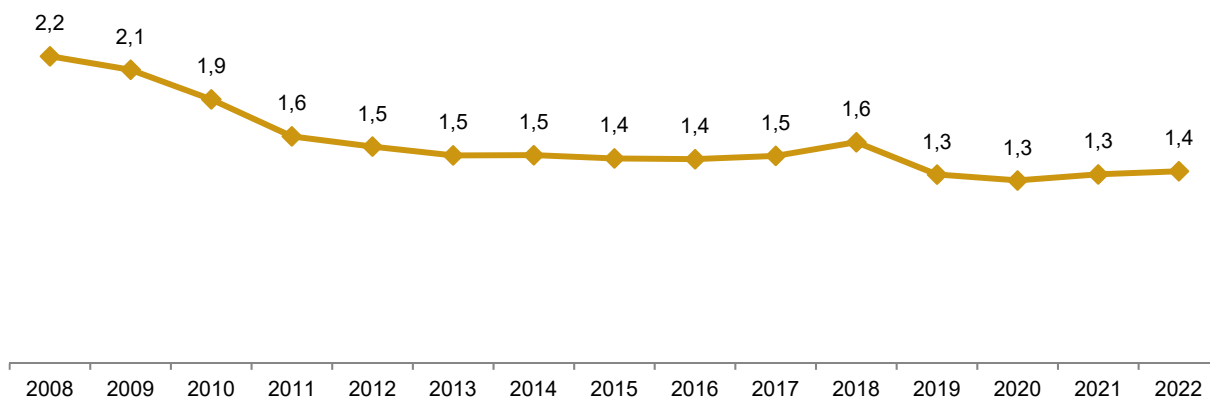
Graf 5.3 Příjmy českých producentů v oblasti audiovize (v mld. Kč)



Zdroj: Asociace producentů v audiovizu

Orientační přehled vývoje zaměstnanosti mezi lety 2008 a 2022 je patrný z Grafu 5.4. Statistika, tak jako v ostatních oblastech, **nezachycuje pracovníky na dohody a OSVČ**, kteří tvoří významnou část pracovní síly ve filmovém průmyslu, stejně jako **zaměstnance subjektů s jinou převažující ekonomickou činností**. Mezi lety 2008 až 2022 se zaměstnanost v oblasti filmu podle Podnikové strukturální statistiky pohybovala v rozpětí 1,3 až 2,2 tis. zaměstnanců v přepočtu na plný pracovní úvazek.

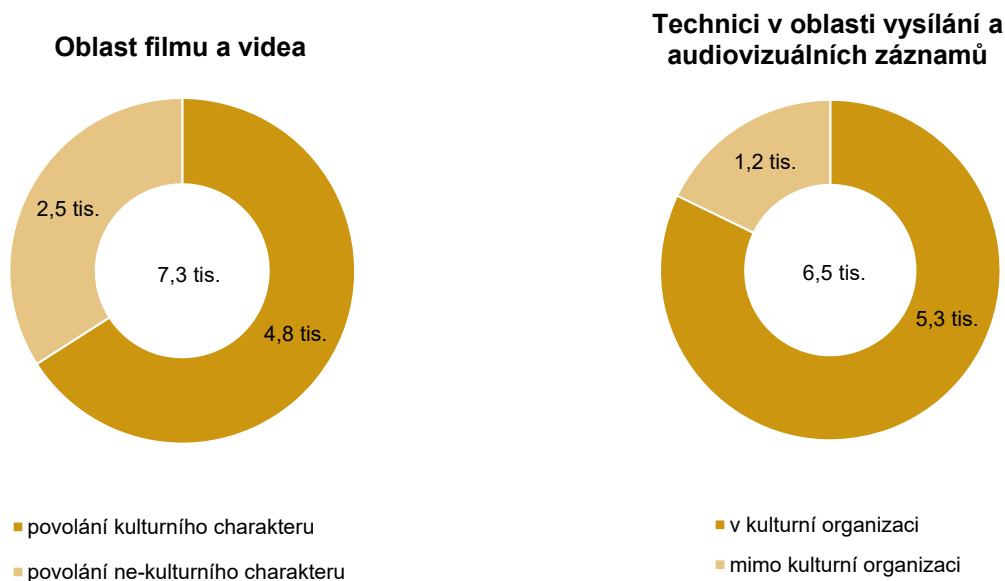
Graf 5.4 Počet zaměstnanců v oblasti filmu a videa (v tis. osob, přepočtený na plné pracovní úvazky)



Zdroj: Podniková strukturální statistika, ČSÚ

Pro oblast filmu a videa lze provést také odhad celkové zaměstnanosti na základě údajů z Výběrového šetření pracovních sil. Zohledníme-li všechny pracující osoby (zaměstnance, podnikatele či pracovníky na dohody), bude celková zaměstnanost v oblasti filmu a videa dosahovat 7,3 tis. zaměstnaných osob. V roce 2022 pracovalo v oblasti filmu přibližně 4,8 tis. osob vykonávajících kulturní profese a 2,5 tis. osob s povoláním „nekulturního“ charakteru. Velkou část z kulturních povolání v oblasti filmu a videa tvoří technici v oblasti vysílání a audiovizuálních záznamů (tedy osoby spadající svým zaměstnáním do kategorie CZ-ISCO 3521). Nejen v oblasti filmu a videa a v jiných kulturních oblastech pracovalo odhadem 5,3 tis. osob s tímto povoláním a mimo kulturu (např. kameraman u firmy, jejíž primární činností není film) jich pracovalo přibližně 1,2 tis.



Graf 5.5 Odhad počtu pracujících osob v oblasti filmu a videa, 2022

Pozn.: jedná se o průměr za roky 2021, 2022 a 2023
Zdroj: Výběrové šetření pracovních sil, ČSÚ

Údaje o počtu techniků v oblasti vysílání a audiovizuálních záznamů z VŠPS lze doplnit také o data z Informačního systému o průměrném výdělku (ISPV). Tento údaj však zahrnuje pouze zaměstnance ve mzdové a platové sféře, nikoliv podnikatele a pracovníky na dohodu. Podle ISPV pracovalo ve mzdové a platové sféře v roce 2022 přibližně 2,2 tis. zaměstnanců spadajících charakterem svého povolání do této kategorie (CZ-ISCO 3521) a jejich hrubá průměrná měsíční mzda se pohybovala okolo 41,2 tis. Kč. V roce 2023 ve stejné oblasti pracovalo také zhruba 2,2 tis. zaměstnanců s průměrnou měsíční mzdou 44,1 tis. Kč.

Z hlediska distribuce je vhodné rozlišit kinodistribuci, streamovací služby a distribuci videozáznamů, respektive jejich maloobchodní prodej. O návštěvnosti⁹ a tržbách českých kin vede dlouhodobě roční přehledy Unie filmových distributorů. Z Grafu 5.6 je patrný výrazný propad návštěvnosti českých kin mezi lety 1989 a 1995. Ten byl zřejmě způsoben rozmachem videodistribuce a nástupem kabelové televize (Mošna, 2010). V následujících letech návštěvnost v českých kinech stagnovala a oživení se česká kina dočkala až v posledních letech. V roce 2019 návštěvnost dosáhla s 18,3 mil. návštěv nejlepšího výsledku od roku 1993 a oproti předchozímu roku vzrostla o necelé 2 mil. návštěv.

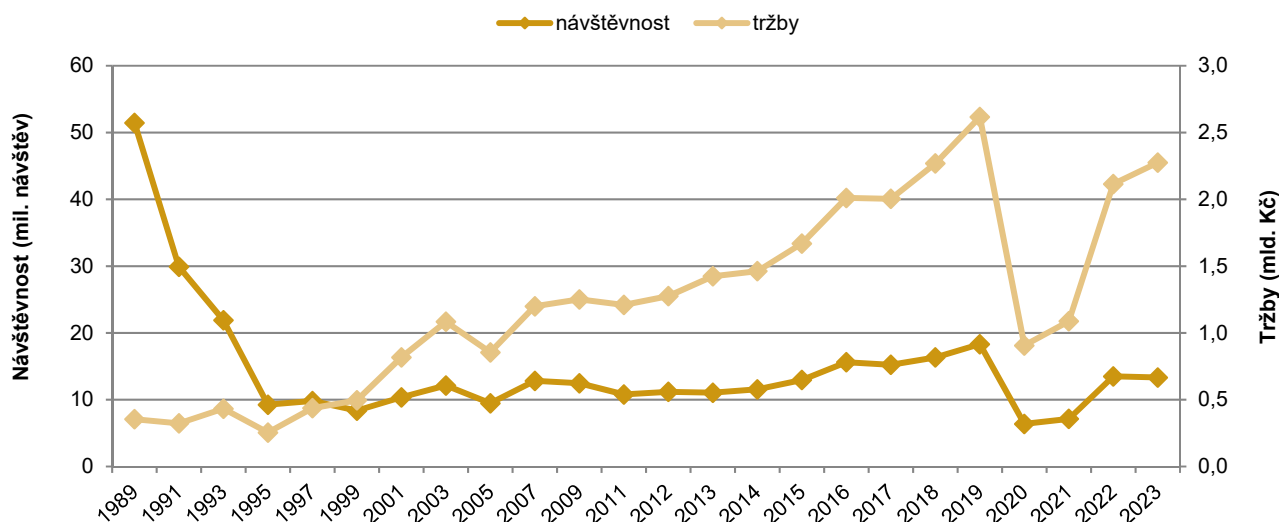
Příznivý vývoj návštěvnosti však ukončila vlna pandemie covidu-19, během které byla vlivem vládních opatření proti šíření nemoci a následným lockdownům kina zcela zavřena či se musela potýkat s omezením počtu diváků přítomných v sálech. Návštěvnost tak v roce 2020 dosáhla pouze třetinových hodnot roku 2019 a pohybovala se okolo 6,4 mil. návštěv. Celkové tržby z prodeje vstupenek ve výši 906 mil. Kč poprvé od roku 2005 nepřesáhly miliardovou hranici. V roce 2021 se návštěvnost lehce navýšila na 7,1 mil. návštěv a tržby ze vstupného s výsledkem 1,1 mld. Kč alespoň překročily úroveň jedné miliardy korun.

Rok 2022 znamenal pro české kinosály pouze částečný návrat k hodnotám před pandemií. Počet diváků se zvýšil na 13,5 mil., tržby činily 2,1 mld. Kč, což ale zároveň znamenalo meziroční nárůst téměř o 100 %. V roce 2023 činila návštěvnost kin 13,3 mil. diváků, tržby vzrostly na 2,3 mld. Kč. Růst tržeb při přibližně stejné

⁹ Počet diváků, kteří ve sledovaném roce navštívili kinosál.

návštěvnosti kin byl způsoben růstem vstupného, kterým se provozovatelé kin snažily kompenzovat vyšší náklady. Průměrná cena vstupenky se tak zvýšila ze 157 Kč roku 2022 na 171 Kč v roce 2023.

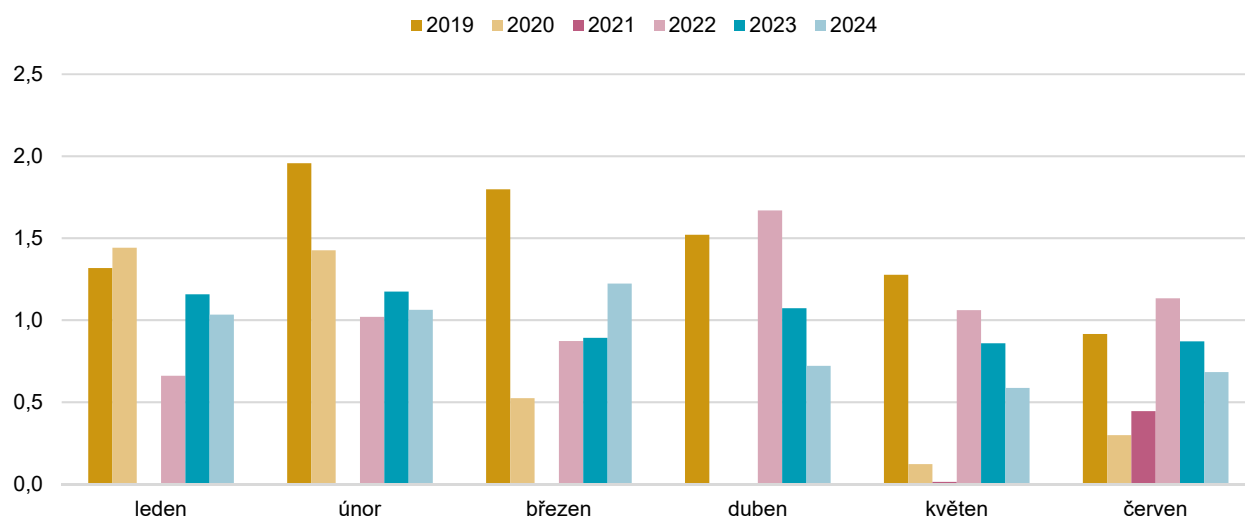
Graf 5.6 Návštěvnost a tržby českých kin



Zdroj: Unie filmových distributorů

Podrobnější pohled na návštěvnost kinosálů můžeme získat z aktuálních dat Unie filmových distributorů. Zatímco za první půlrok 2019 dosahovala celková návštěvnost kin necelých 9 mil., v první polovině následujícího roku, kdy zhruba od března začala opatření proti šíření nemoci covid-19, přivítala kina pouze necelé 4 miliony návštěvníků. Za stejné období roku 2021, silně ovlivněné restrikcemi, klesla návštěvnost oproti roku 2020 přibližně osminásobně na bezmála 500 tis. diváků. Běžná kina v době nejtvrdějších protiepidemických opatření nepromítala, v provozu byla pouze autokina. Veškerá hygienická opatření skončila 13. března roku 2022. Následující měsíce slibovaly návrat návštěvnosti k hodnotám roku 2019 a v prvních šesti měsících roku 2022 dorazilo do kin celkem 6,4 mil. návštěvníků. Ovšem ve stejném období roku 2023 to bylo již jen 6 mil. a v roce 2024 dokonce jen 5,3 mil. návštěvníků kin za první půlrok (UFD, 2024).

Graf 5.7 Návštěvnost českých kin v první polovině roku (mil. návštěv)



Zdroj: Unie filmových distributorů



Zatímco protipandemická opatření negativně ovlivnila v letech 2020–2022 návštěvnost kinosálů, nepřímo zřejmě podpořila sledování audiovizuálních děl prostřednictvím streamingu. Např. streamingovému gigantu Netflix každoročně roste počet předplatitelů. Za rok 2020 zaznamenal oproti předešlému roku v globálním měřítku rekordní nárůst 37 mil. nových předplatitelů. Ve třetím čtvrtletí roku 2022 měl celosvětově 223 mil. předplatitelů, ve stejném období roku 2023 dosáhl dokonce 283 milionů předplatitelů po celém světě, což představuje meziroční nárůst o 27 %. (STATISTA, 2024).

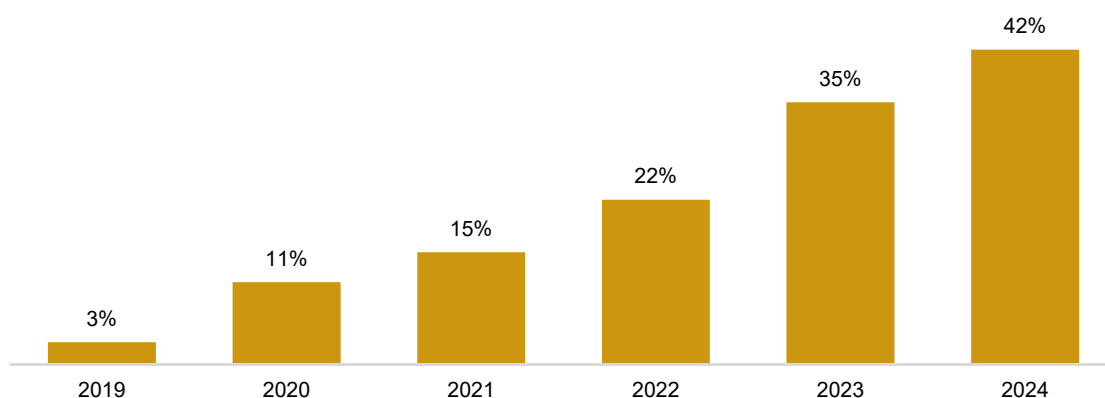
O aktivitách a tržbách společností poskytujících digitální služby na českém trhu nejsou dostupná ucelená data. Některé informace se dají získat z šetření Kult 6-01 a VŠIT prováděných ČSÚ. Filmové katalogy přístupné online u nás bezplatně provozuje např. Česká televize či Prima, za poplatek pak televize Nova prostřednictvím služby Voyo, či další soukromí provozovatelé (Netflix, Disney+, HBO Max, Amazon Prime a další). Artové filmy pak za poplatek nabízí od října 2022 společnost KVIFF.TV (bývalý Aerovod).

Okrajovým segmentem trhu se staly fyzické nosiče audiovizuálních materiálů. O tom svědčí například skutečnost, že nenahrané blu-ray disky, CD a DVD byly vyřazeny ze spotřebitelského koše ČSÚ (Potočková, 2018).

5.1.2. Pohled spotřebitele

Možná právě z důvodu poměrně velké popularity bezplatného sledování a stahování videí nebylo v Česku dlouhou dobu běžné za tento obsah platit. To se ale postupně mění. Jak je vidět na grafu 5.8 podíl uživatelů audiovizuálního obsahu každým rokem. Zatímco v roce 2019 byly v Česku jen 3 % osob starších 16 let, které platily za sledování videí přes internet, v roce 2024 je takových uživatelů již 42 %. Nicméně v mezinárodním srovnání Eurostatu se Česko umísťovalo na posledních místech žebříčku zemí EU. Podle posledních dostupných dat z roku 2022 se nacházelo na šesté pozici odspoda. Pomalé zlepšování Česka je způsobeno tím, že se podíly uživatelů placeného obsahu v ostatních státech také zvyšují.

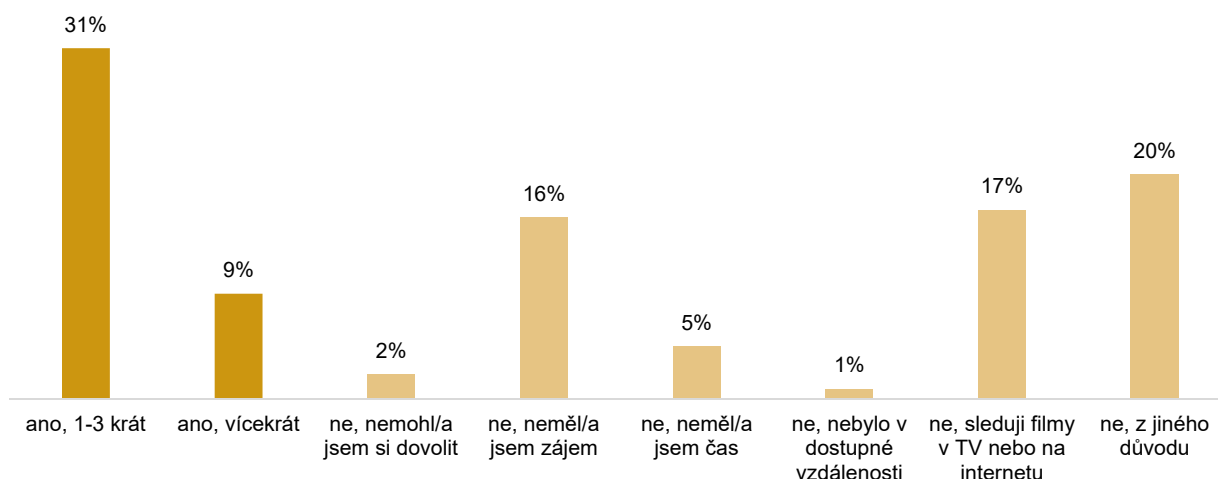
Graf 5.8 Podíl osob starších 16 let, které si přehrávaly audiovizuální pořady prostřednictvím placených služeb na internetu



Zdroj: Výběrové šetření o informačních a komunikačních technologiích, ČSÚ

Zajímavé údaje o spotřebitelských návycích v oblasti filmu přináší také výsledky šetření Životní podmínky domácností z roku 2022, které zahrnovalo otázku na návštěvu kin. Z výsledků tohoto šetření vyplývá, že alespoň jednou navštívilo v uplynulých 12 měsících kino 40 % osob starších 16 let. Pokud kino nenavštívili, nejčastěji uváděli jako důvod sledování filmů v TV nebo na internetu, velká část také nedostatek zájmu. Nedostatek času, vysoká cena vstupenky či velká vzdálenost hrály v tomto směru jen malou roli. Strukturu osob starších 16 let podle toho, zda navštívily v posledních 12 měsících před šetřením kino, nabízí Graf 5.9.

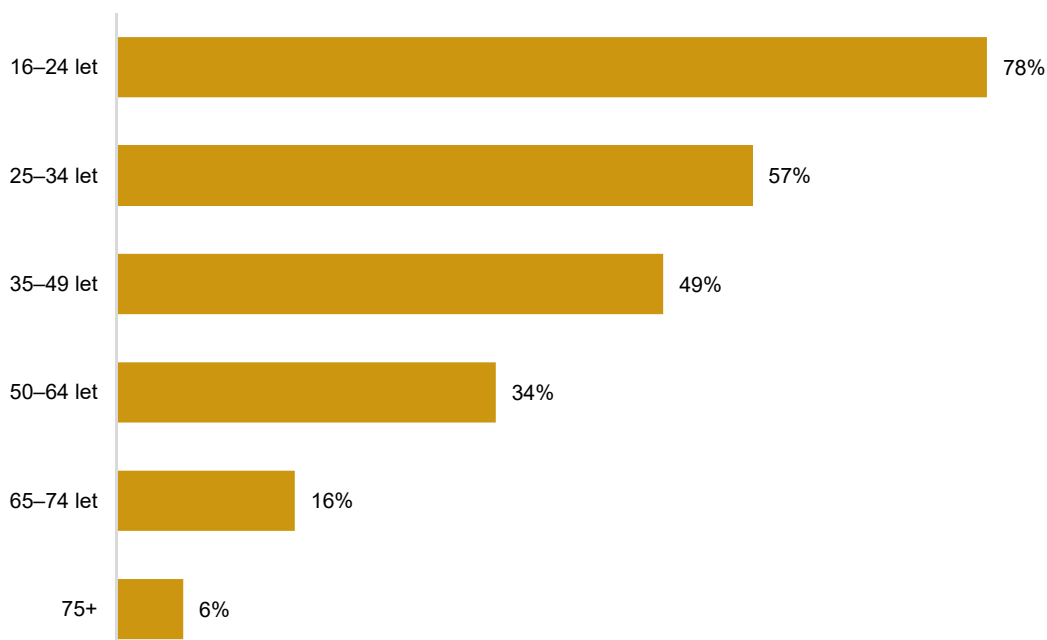
Graf 5.9 Podíl osob starších 16 let podle toho, zda navštívily v posledních 12 měsících kino v roce 2022



Zdroj: Životní podmínky, ČSÚ

Oblíbenost návštěvy kinosálů se dle údajů z šetření Životní podmínky domácností 2022 značně liší u různých věkových kategorií a má s rostoucím věkem sestupnou tendenci. Kino navštívili nejčastěji mladí lidé ve věku 16–24 let (78 % z nich alespoň jednou v posledních 12 měsících) a dále pak lidé ve věku 25–34 let (57%). S přibývajícím věkem obliba této aktivity klesá. Zmíněné výsledky přinášejí důležité zjištění – návštěva kina si u mladých lidí držela silnou pozici v konkurenci stále sofistikovanějších možností v oblasti digitální zábavy.

Graf 5.10 Podíl osob, které alespoň jednou v posledních 12 měsících navštívily kino v roce 2022, podle věkových kategorií



Zdroj: Životní podmínky, ČSÚ



5.2. Hudba

Tabulka 5.2 Vymezení oblasti hudby podle ekonomických činností

CZ-NACE	EKONOMICKÁ ČINNOST
59.20	Pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
47.63	Maloobchod s audio- a videozáznamy (50 %)

Struktura oblasti hudby je vzhledem k jejímu užšímu vymezení ve srovnání s filmovou oblastí výrazně jednodušší. Trh s hudebními nahrávkami, na který je hudební oblast pro potřeby této analýzy omezena, můžeme rozdělit na primární a sekundární. Primární trh zahrnuje pořizování nahrávek a jejich distribuci k cílovým konzumentům prostřednictvím digitálních online služeb umožňujících poslech hudby online, stažení hudebních souborů, případně stále méně často pomocí fyzických nosičů. Na sekundárním trhu se pak nahrávky dostávají k cílovým spotřebitelům prostřednictvím dalších služeb, jako je vysílání rádia či poslech ve společenských zařízeních (restaurace, sportovní stadion apod.). Prostředky, které platí provozovatelé zařízení kolektivním správcům, pak tito správci přerozdělují vlastníkům autorských práv (Towse, 2010).

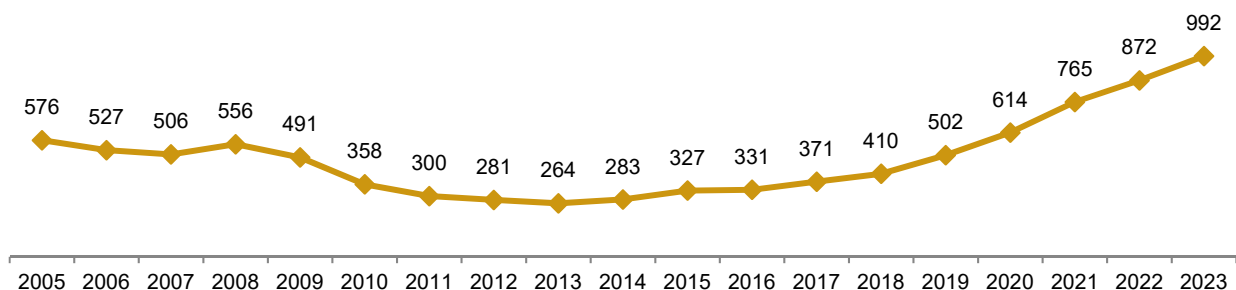
Tržby plynoucí z prodeje hudebních nahrávek jsou celosvětově rozděleny mezi několik velkých nahrávacích a vydavatelských společností. Menší nezávislé společnosti se pak zaměřují na okrajový trh, který však může být finančně zajímavý kvůli jiným návykům a větší loajalitě hudebních posluchačů pohybujících se na tomto trhu. Stejná situace panuje také na českém trhu, který ovládá několik velkých společností a menší vydavatelství dosahují menšinový podíl z celkových tržeb (ČNS IFPI, 2023).

5.2.1. Příjmy a zaměstnanost

Pro analýzu celkových příjmů v oblasti vydávání a prodeje zvukových nahrávek byla použita pouze data shromažďovaná Českou národní skupinou Mezinárodní federace hudebního průmyslu (ČNS IFPI). Poskytují totiž podrobnější přehled o prodeji nahrávek, který je navíc možné rozdělit na fyzické a digitální prodeje. Na druhou stranu údaje o prodeji nahrávek nezahrnují veškeré příjmy subjektů v oblasti hudby, které dosahovaly v roce 2021 podle Strukturální podnikové statistiky výše zhruba 2,9 mld., následující rok se zvýšily na 3,5 mld. Kč.

Asociace IFPI sdružuje velké společnosti, jež se podílejí na stěžejní části tržeb z hudebních nahrávek, spolupracuje však i s menšími vydavatelstvími, která dodávají ekonomická data. Časová řada v Grafu 5.11 zachycuje prudký pokles příjmů z prodeje hudebních nahrávek mezi lety 2008 a 2010 a následný zpomalující se propad až od roku 2013. Zpomalení poklesu tržeb bylo zřejmě způsobené rozšířením nabídky online služeb, zejména zavedením služby *iTunes* na český trh. V roce 2014 pak došlo po dlouhém období stagnace poprvé k růstu tržeb, který byl ovlivněn nárůstem příjmů ze zpoplatněných digitálních služeb. Tento růst pokračoval i v následujícím období 2015 až 2023 – tyto údaje jsou navíc mírně navýšeny o data z menších vydavatelství, která dříve nebyla sledována.

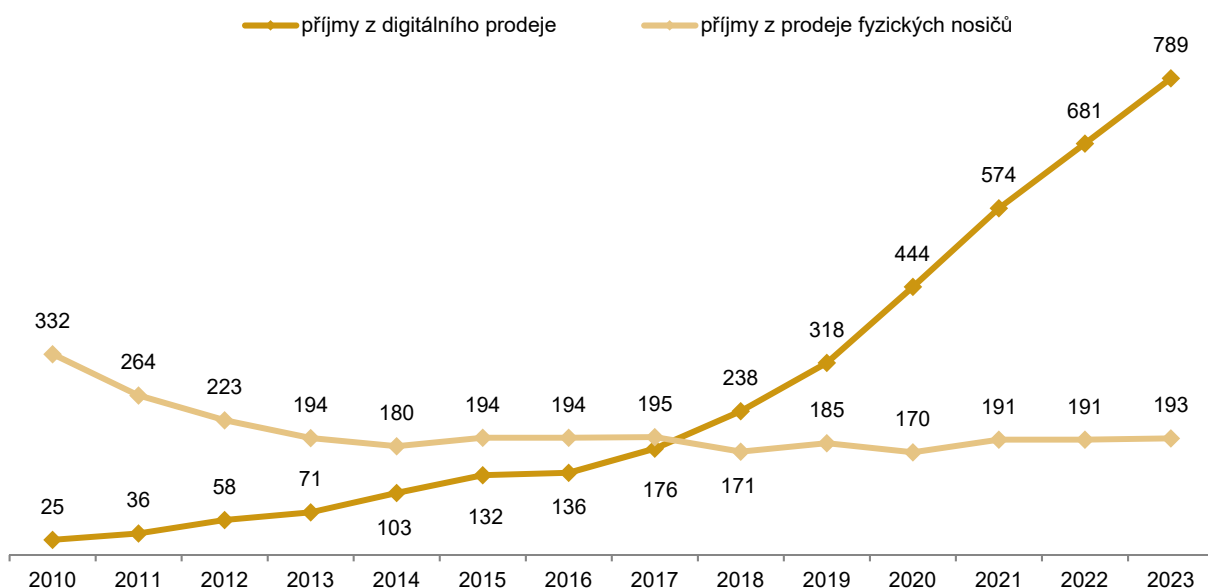
Graf 5.11 Příjmy z prodeje hudebních nahrávek (v mil. Kč)



Zdroj: ČNS IFPI

Vývoj příjmů z digitálních služeb a fyzických nosičů mezi lety 2010 a 2023 zachycuje Graf 5.12. Jak je patrné, podíl digitálních formátů na celkových příjmech v roce 2023 významně převyšuje podíl fyzických nosičů. Český trh tak dohání trendy globálního trhu, kde digitální služby již delší dobu jednoznačně dominují. Příjmy z prodeje fyzických formátů se drží na přibližně stejné úrovni již několik let, ovšem z digitálního prodeje značně rostou. Významnou měrou se na tomto růstu podílí segment streamingu, tedy přehrávání hudby pomocí internetu bez potřeby skladby stahovat, který v roce 2023 meziročně vzrostl o 18 %. Údaje nezahrnují příjmy z provozovacích práv ke zvukovým nahrávkám. Celkové příjmy trhu s hudebními nahrávkami zahrnující všechny segmenty (včetně provozovacích práv) podle odhadu v tiskové zprávě IFPI v roce 2023 dosáhly přibližně 1,9 mld. Kč, což představuje nárůst oproti roku 2022 o 14 % (ČNS IFPI, 2024).

Graf 5.12 Příjmy z prodeje digitálních služeb a fyzických nosičů (v mil. Kč)



Pozn.: obsahuje data pouze od členské společnosti IFPI a vybraných organizací

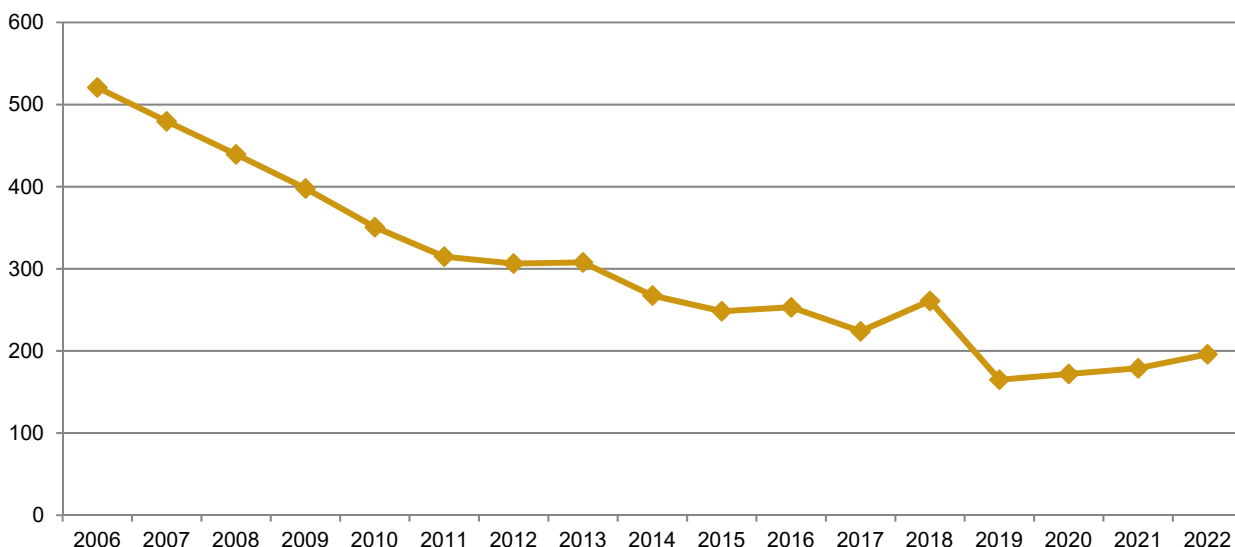
Zdroj: ČNS IFPI

Zachytit údaje o pracovním trhu v oblasti hudby je stejně komplikované jako ve filmové oblasti. Prezentované údaje v grafu 5,13 se týkají primárně zaměstnanců vydavatelských a produkčních společností a obchodníků s hudbou. Nikoliv však samotných profesionálních hudebníků, kteří by svou ekonomickou činností spadali spíše do oblasti scénických umění. Pro část hudebníků a skladatelů vytvářejících obsah, který je následně nahráván a distribuován, navíc aktivita v rámci hudebního průmyslu nepředstavuje hlavní



povolání, ale pouze občasný přívídělek. Celková zaměstnanost, do níž nejsou započítáni pracovníci na dohody a OSVČ, v takto vymezené oblasti měla od roku 2006 spíše sestupnou tendenci a od roku 2019 dosahuje úrovně méně než 200 zaměstnanců.

Graf 5.13 Počet zaměstnanců v oblasti hudby (v osobách, přepočtený na plné pracovní úvazky)

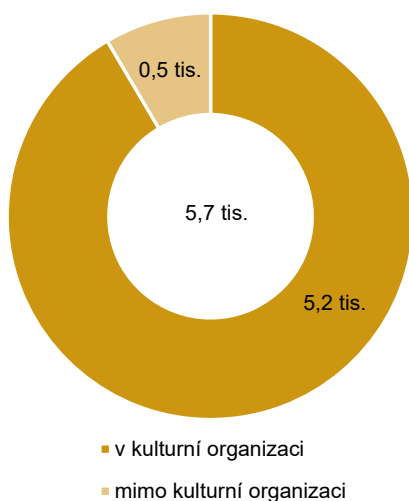


Zdroj: Podniková strukturální statistika, ČSÚ

Úplnější odhad zaměstnanosti v oblasti hudby je možné získat z Výběrového šetření pracovních sil, které zohledňuje všechny pracující osoby (zaměstnance, podnikatele či pracovníky na dohody). Podle údajů z tohoto šetření pracovalo v roce 2022 v oblasti hudby (která dle NACE zahrnuje pouze vydavatelské činnosti a maloobchod s nahrávkami) méně než 1 tis. osob.

Dále pak evidovala statistika VŠPS 5,7 tis. hudebníků, zpěváků a skladatelů, přičemž většina z nich (5,2 tis.) pracovala v některé z kulturních organizací. Ovšem jak již bylo zmíněno výše, ti spadají dle klasifikace NACE do scénického umění, nikoliv do audiovizuálního a mediálního sektoru.

Graf 5.14 Odhad počtu osob pracujících v oblasti hudby – hudebníci, zpěváci a skladatelé, 2022



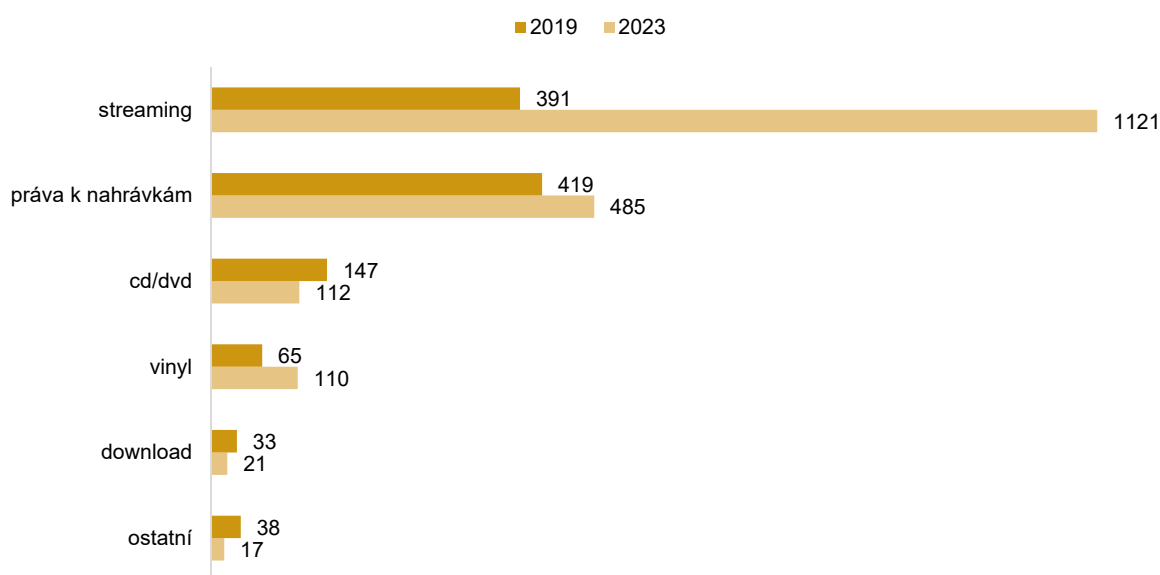
Pozn.: jedná se o průměr za roky 2021, 2022 a 2023
Zdroj: Výběrové šetření pracovních sil, ČSÚ

Tyto údaje je možné doplnit také o data o hudebnících, zpěvácích a skladatelích z Informačního systému o průměrném výdělku (ISPV), který zahrnuje pouze zaměstnance ve mzdové a platové sféře, nikoliv podnikatele a pracovníky na dohodu a obecně umělce „na volné noze“. Podle tohoto zdroje pracovalo ve v roce 2023 přibližně 2,2 tis. zaměstnanců spadajících charakterem svého povolání do kategorie hudebníci, zpěváci a skladatelé (CZ-ISCO 2652) a jejich hrubá průměrná měsíční mzda dosahovala výše 43,0 tis. Kč.

5.2.2 Pohled spotřebitele

Podrobná studie, která by se zaměřovala pouze na posluchače hudby a jejich návyky, nebyla v době zpracování tohoto textu k dispozici. Nárůst tržeb z digitálních prodejů nicméně naznačuje, že ochota internetových uživatelů platit za online a digitální služby se stále zvyšuje. Roste především popularita poslechu online knihoven, tzv. streamu. Z grafu 5.15 je patrné, že za poslední čtyři roky se příjmy ze streamingových služeb se téměř ztrojnásobily, v roce 2023 činily 1,1 mld. Kč. V roce 2022 dosáhly meziročního růstu o 20 % a v následujícím roce o 18 %. Přibližně 60 % z celkových příjmů z hudebních nahrávek připadlo na streamingové služby. Naopak oblíbenost stahování nahrávek (např. prostřednictvím služby iTunes) byla v roce 2023 minimální a tvořila pouhé 1 % celkových prodejů. U fyzických formátů se vyrovnává podíl z příjmů z CD/DVD s příjmy z prodejů vinylových desek, jejichž prodej po několika letech růstu nyní spíše stagnuje. Velkou část příjmů (26 %) tvoří práva k hudebním nahrávkám, které ještě před čtyřmi lety představovaly největší část příjmů z hudebních nahrávek. Tím se struktura českého trhu výrazně liší od celosvětového, kde tvoří příjmy z práv k nahrávkám pouze 9,5 % z celkových tržeb.

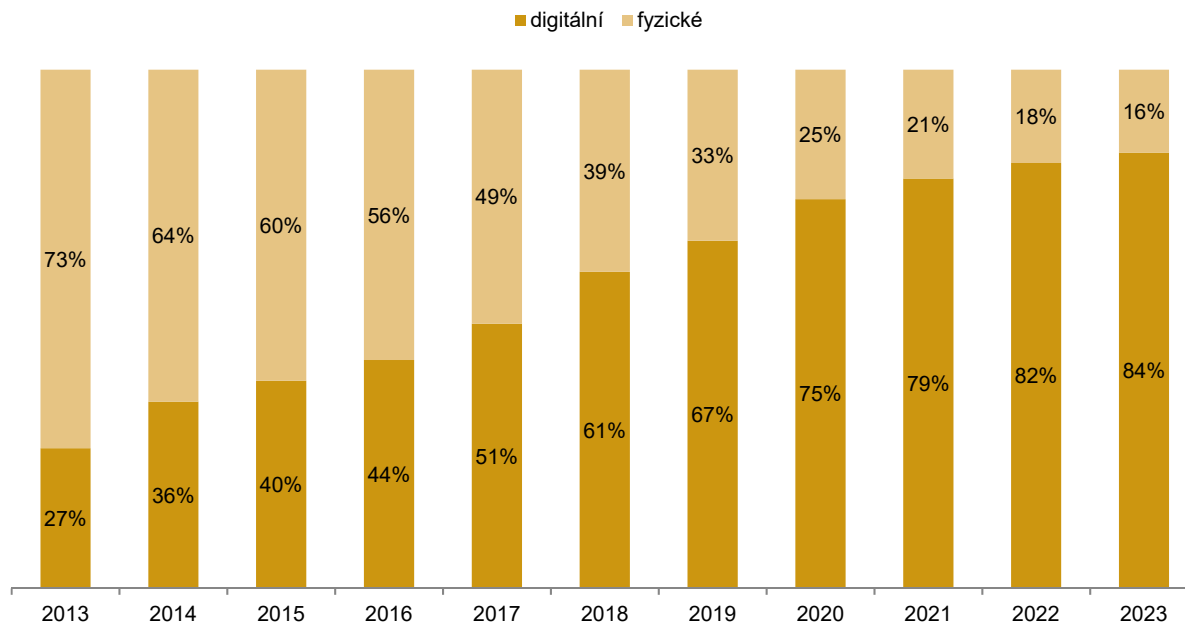
Graf 5.15 Příjmy z hudebních nahrávek podle formátů a práv k nahrávkám (mil. Kč)



Zdroj: ČNS IFPI

To, že čeští posluchači stále více dávají přednost digitálním formátům před těmi fyzickými, dokládá časová řada v Grafu 5.16. Příjmy z digitálních nahrávek již sedmý rok v řadě převažují nad příjmy z fyzických formátů a jejich podíl každým rokem roste. V roce 2023 dosáhly podílu 84 %. Jak již bylo zmíněno výše, jedná se o odhad příjmů na celém hudebním trhu zahrnující data od členských společností IFPI, spřízněných organizací a dopočtená data chybějících subjektů. Tržby českých vydavatelství zahrnují také platby za streamování či fyzický nákup zahraničními fanoušky (ČNS IFPI, 2020, 2024).

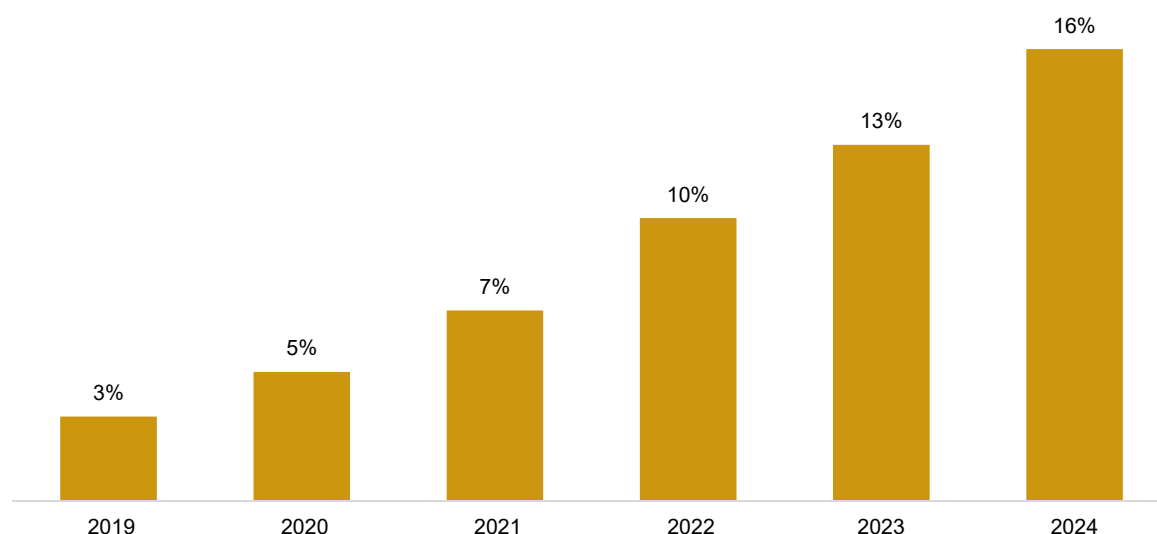
Graf 5.16 Podíl digitálních a fyzických nosičů na příjmech z prodeje hudebních nahrávek



Zdroj: ČNS IFPI

I přesto, že příjmy z placených streamingových platform rostou, má jejich využití mezi českými posluchači zatím rezervy. Zatímco hudbu přes internet poslouchalo v roce 2024 přibližně 59 % osob starších 16 let, za poslech přes placené stránky či aplikace zaplatilo pouze 16 % osob ve sledované kategorii. Některé streamingové služby (jako např. Spotify či YouTube Music) jsou však dostupné uživatelům také zdarma, ale přerušované obchodním sdělením. Přestože se podíl osob využívajících placené streamingové platformy může zdát nízký, je nutno dodat, že v posledních několika letech významně vzrostl. Ještě před šesti lety používala placené streamingové platformy jen 3 % osob, od té doby vzrostl tento podíl více než pětinašobně.

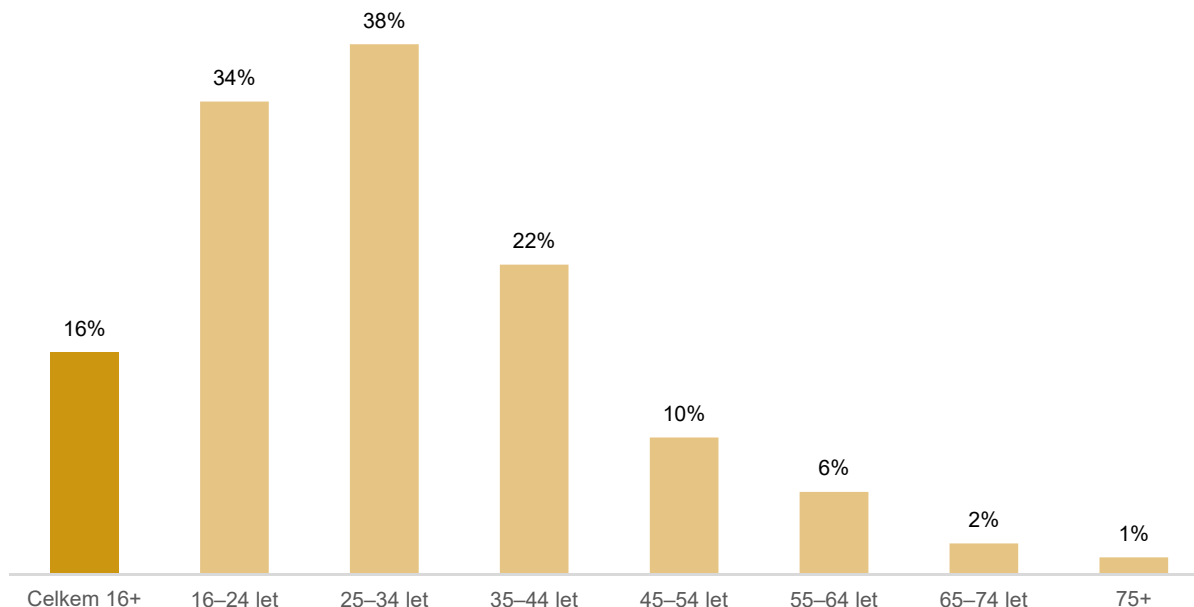
Graf 5.17 Podíl osob starších 16 let, které si přehrávaly hudbu prostřednictvím placených služeb přes internet



Zdroj: Výběrové šetření o informačních a komunikačních technologiích, ČSÚ

Placené platformy pro streamování hudby využívají nejvíce lidé mezi 25 a 34 lety – v této věkové skupině si přehrává hudbu na placených stránkách 38 % z nich. Následují mladí posluchači ve věku 16-24 let, u kterých placený stream hudby využívá třetina. S rostoucím věkem ochota platit za poslech hudby na internetu výrazně klesá.

Graf 5.18 Podíl osob starších 16 let, které si přehrávaly hudbu prostřednictvím placených služeb v roce 2024



Zdroj: Výběrové šetření o informačních a komunikačních technologiích, ČSÚ