



## I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení:	Štulík	Jméno:	Adam	Osobní číslo:	460855
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)				
Zadávací katedra/ústav:	Oddělení ekonomických studií				
Studijní program:	Projektové řízení inovací				
Studijní obor:	-				

## II. ÚDAJE K DIPLOMOVÉ PRÁCI

Název diplomové práce:	Prognóza vývoje hudebního průmyslu se zaměřením na dopady koronavirové krize.		
Název diplomové práce anglicky:	Prognosis of development in the music industry focused on the impacts of the coronavirus crisis.		
Pokyny pro vypracování:	<p><b>CÍL PRÁCE:</b> Cílem této práce je nastínit současnou situaci hudebního průmyslu a predikovat budoucí vývoj v důsledku koronavirové krize. Dále je cílem vyčíslit ztráty hudebního průmyslu v důsledku krize z dostupných dat.</p> <p><b>PŘÍNOS PRÁCE:</b> Přínosem práce je zpracování analýzy ze zjištěných dat a predikce budoucího ubírání tohoto odvětví.</p> <p><b>OSNOVA:</b> (1) Úvod; (2) Teoretická část - Počátky hudebního průmyslu, Nahrávací společnosti, Světové organizace; (3) Praktická část - Světový trh v číslech, Analýza trendu, Dopady koronavirové krize, Prognóza vývoje hudebního průmyslu; (4) Závěr</p>		
Seznam doporučené literatury:	TSCHMUCK, Peter. Creativity and Innovation in the Music Industry. 2. vyd. Berlin: Springer, 2012. ISBN 978-3-642-28429-8. WIKSTROM, Patrik. The Music Industry: Music in the Cloud. 3. vyd. Cambridge: Polity Press, 2020. ISBN 9780745643908 HUTCHINSON, Tom. Record label marketing. Burlington: Elsevier, 2010. ISBN 978-0-240-81238-0 RUTTER, Paul. The Music Industry Handbook. 2. vyd. Londýn: Routledge, 2016. ISBN 978-1-315-69287-6		
Jméno a pracoviště vedoucí(ho) diplomové práce:	doc. RNDr. Bohumír Štědroň, CSc., ČVUT v Praze, Masarykův ústav vyšších studií		
Jméno a pracoviště konzultanta(ky) diplomové práce:			
Datum zadání diplomové práce:	7.1.2021	Termín odevzdání diplomové práce:	29.4.2021
Platnost zadání diplomové práce:	31.12.2021		
_____	_____	_____	_____
Podpis vedoucí(ho) práce	Podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry		Podpis děkana(ky)

## III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

_____	_____
Datum převzetí zadání	Podpis studenta(ky)

# **DIPLOMOVÁ PRÁCE**

Prognóza vývoje hudebního průmyslu se zaměřením na dopady koronavirové krize.

Prognosis of development of music industry focused at impacts of coronavirus crisis.

# **STUDIJNÍ PROGRAM**

Projektové řízení inovací

# **VEDOUcí PRÁCE**

doc. RNDr. Bohumír Štědroň, CSc.

ŠTULÍK

ADAM

**2021**



ŠTULÍK, Adam. *Prognóza vývoje hudebního průmyslu se zaměřením na dopady koronavirové krize*. Praha: ČVUT 2021. Diplomová práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV  
VYŠŠÍCH STUDIÍ  
ČVUT V PRAZE**

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem svou diplomovou práci vypracoval samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citoval a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury.

Nemám závažný důvod proti zpřístupňování této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 13. 05. 2021

Podpis:

## **Poděkování**

Rád bych poděkoval doc. RNDr. Bohumírovi Štědroňovi, CSc. Za cenné rady a profesionální vedení. Dále bych chtěl poděkovat svým rodičům za podporu během mého studia na Českém vysokém učení technickém.

# **Abstrakt**

Tato diplomová práce pojednává o vývoji hudebního průmyslu v důsledku koronavirové krize. V teoretické části je popsán hudební trh, jeho subjekty a historický vývoj. Praktická část je věnována samotnému výzkumu a predikci vývoje tohoto odvětví pomocí statistických metod. V závěru jsou představeny možné scénáře budoucího vývoje a prognóza na základě výsledků z praktické části.

## **Klíčová slova**

Hudební průmysl, nahrávací společnost, hudební obchod, streamovací služby, koronavirová krize

# **Abstract**

This thesis addresses the development of the music industry and the impact of the coronavirus crisis. The theoretical part generally characterises the music market, its subjects and historical development. The practical part addresses the research and prediction of future development of this industry by using statistical methods. Drawing on the results of the practical part, the conclusion describes possible scenarios and prognosis of the music industry's future development.

## **Key words**

Music Industry, Recording company, Music store, streaming services, Coronavirus crisis,



# Obsah

<b>Úvod</b> .....	<b>5</b>
<b>1 Počátky hudebního průmyslu a současná situace</b> .....	<b>7</b>
1.1 Počátky hudebního průmyslu .....	7
1.2 Vývoj hudby ve 21. století.....	8
1.3 Funkce hudby .....	9
1.4 Hudební žánry.....	9
1.5 Boj proti nelegálnímu stahování hudby .....	10
1.6 Marketing a sociální sítě .....	10
1.7 Hudební festivaly.....	11
<b>2 Struktura hudebního průmyslu</b> .....	<b>12</b>
<b>3 Nahrávací společnosti a světové organizace</b> .....	<b>15</b>
3.1 Nahrávací společnosti .....	15
3.1.1 Universal Music Group .....	15
3.1.2 Sony Music Entertainment .....	16
3.1.3 Warner Music Group.....	16
3.2 Světové organizace .....	17
3.2.1 International Federation of Phonographic Industry.....	17
3.2.2 Ochráný Svaz Autorský pro práva k dílům hudebním .....	17
3.3 Digitální obchody.....	18
3.3.1 Beatport .....	18
3.3.2 Juno records .....	18
3.3.3 Bandcamp .....	18
3.3.4 Google play .....	19
3.4 Streamovací platformy.....	19
3.4.1 Spotify .....	19
3.4.2 Apple music.....	19
3.4.3 Youtube .....	19
3.5 Digitální distribuce.....	19
3.6 Další platformy podporující umělce .....	20
<b>4 Inovace v hudebním průmyslu</b> .....	<b>21</b>

4.1	Umělá inteligence .....	21
4.1.1	AIVA .....	22
4.1.2	MuseNet .....	22
4.1.3	WaveNet .....	22
4.1.4	Watson .....	23
4.1.5	Odraz AI v hudbě .....	23
<b>5</b>	<b>Světový trh v číslech .....</b>	<b>25</b>
5.1	Sběr dat a metodika .....	25
5.2	Hudební průmysl podle segmentu .....	27
5.3	Celkové příjmy hudebního průmyslu .....	29
5.4	Streamovací služby .....	32
5.4.1	Spotify .....	33
5.5	Podíl na trhu největších nahrávacích společností .....	35
5.6	Digitální hudba .....	36
5.7	Dopad na živou hudbu .....	40
5.8	Dopad na Festivaly a akce .....	41
<b>6</b>	<b>Prognóza vývoje hudebního průmyslu .....</b>	<b>43</b>
6.1	Krátkodobá prognóza .....	44
6.2	Střednědobá prognóza .....	45
6.3	Dlouhodobá prognóza .....	46
	<b>Závěr .....</b>	<b>48</b>
	<b>Seznam použité literatury .....</b>	<b>49</b>
	<b>Tištěné zdroje .....</b>	<b>49</b>
	<b>Internetové zdroje .....</b>	<b>49</b>
	<b>Seznam grafů .....</b>	<b>52</b>
	<b>Seznam obrázků .....</b>	<b>53</b>
	<b>Seznam příloh .....</b>	<b>54</b>

# Úvod

Hudební průmysl ve 21. století zažil řadu změn, které byly způsobeny technologickými vynálezy a změnou pohledu na hudební průmysl jako celek. S digitalizací hudebního průmyslu přišla i řada nových příležitostí a také hrozeb, které jak si později uvedeme, navždy změnili trh. Streamovací služby naprosto ovládli hudební průmysl a dnes zastupují majoritní podíl na tržbách. Velké hudební společnosti koupily společnosti menší a vytvořily tak svá impéria. Několik z nich funguje dodnes a zastupují ty největší hudebníky na trhu.

V teoretické části jsou nejdříve popsány počátky a vývoj hudebního průmyslu ve 21. století a poté jsou představeny funkce hudby a hudební žánry z pohledu současnosti. Následuje představení struktury hudebního průmyslu a distribuce hudby. Dále jsou představeny největší světové nahrávací společnosti a světové organizace, které mají v hudebním průmyslu velký vliv. Ke konci teoretické části jsou představeny další platformy, které hudebníci v dnešní době využívají a také inovace v hudebním průmyslu. V praktické části jsou nejdříve popsány zdroje dat, ze kterých bylo čerpáno a také metodologie a postupy výpočtů ve výzkumu. Poté dochází k analýze vypočtených hodnot v grafické podobě z několika různých pohledů. V rámci praktické části je i srovnání s externími výzkumy a v další části samotná prognóza vývoje hudebního průmyslu a jsou představeny jednotlivé scénáře.

Cílem této práce je nastítnit současnou situaci hudebního průmyslu a predikovat budoucí vývoj v důsledku koronavirové krize. Podle očekávání by se tempo růstu celosvětových příjmů hudebního průmyslu mělo rapidně snížit. Jak velký podíl na celosvětových tržbách mají digitální obchody? Jak se bude dále vyvíjet poměr mezi jednotlivými segmenty? Jsou zde nějaké hrozby? Jak velký bude mít dopad koronavirová krize na hudební průmysl? Jak se bude vyvíjet trh v budoucnu? To vše bude uvedeno v této práci.

# **TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 Počátky hudebního průmyslu a současná situace

V této části se seznámíme s historickým rámcem hudebního průmyslu. Uvedeme si kdy se o hudebním průmyslu v dnešním pojetí dá začít mluvit a co vše tomu předcházelo. V další kapitole se zaměříme na funkce hudby a hudební žánry. Poslední část této kapitoly popisuje počátek nelegálního stahování hudby, marketing, sociální sítě a hudební festivaly.

## 1.1 Počátky hudebního průmyslu

Výdej hudby v podobě tištěných notových zápisů sahá až do půlky 15. století. Ruční opisování notových zápisů bylo velmi drahé a časově náročné. Tištění notových zápisů mělo značný vliv na globální rozšiřování hudby. Reprodukce byla jednodušší a méně nákladná, hudba se tak dostala i do velmi vzdálených měst a krajů. Hudební styly se tak šířily daleko rychleji než kdy dřív.

V polovině 18. století řada umělců začala hledat nové příležitosti, jak zhodnotit svá díla. Na konci 19. století se s postupem technologického vývoje začínají objevovat první nahrávky na fonograf a na začátku 20. století se spouští první rádiové vysílání. Tyto technologie nahradili tištěnou formu notových zápisů a hudba se tak dostala do celého světa. Ve dvacátém století bylo založeno několik velkých nahrávacích společností, které dokonce fungují dodnes. Některé z nich budou podrobněji rozebrány v dalších kapitolách.

(TSCHMUCK, 2012, s. 1-6)

## 1.2 Vývoj hudby ve 21. století

Vývoj hudby v počátku nového tisíciletí se ubíral směrem digitalizace. S vývojem internetu a zrychlení přenosu dat se tedy trh zcela změnil. Digitální hudbu si už může koupit opravdu každý za přiměřenou cenu. S digitalizací hudby je ale také spojeno nelegální stahování hudby, které velmi ovlivnilo nejen hudební, ale i filmový průmysl na několik let. Boj mezi nahrávacími společnostmi a stránkami s nelegální digitální hudbou trvá dodnes.

Od roku 2011 začínají vznikat streamovací služby jako Spotify, Apple Music a Deezer, které nabízí neomezené streamování hudby do vašeho zařízení v rámci předplatného. Písně ale uživatelé nevlastní a mohou si je pouze pouštět. Streamování hudby naprosto změnilo hudební průmysl a dnes má největší podíl na celkových tržbách.

U hudby elektronické nastal velký „boom“, jelikož je do značné míry závislá na nových hudebních softwarech, pluginech (přídavný modul), syntezátorech a dalších technických vymoženostech. Hudebníci tak mohou pracovat s inovativnějšími zvuky, instrumenty a mají více možností pracovat se zvukem. Každý si dnes může zachytit jakýkoli zvuk prostřednictvím telefonu, a to dává další možnosti, jak být v hudbě inovativní.

(Morris, 2017, s. 3)

## 1.3 Funkce hudby

Hudba už nás provází od počátku lidstva, ale její forma a funkce se nezadržitelně mění. Dříve hudba nebyla zdaleka tak dostupná jako dnes a hudební nástroj si lidé museli buďto vyrobit nebo koupit za velkou cenu. Hudba byla součástí speciálních příležitostí jako jsou svatby, rituály a náboženské akce. Dále měla hudba svou funkci například při válkách či námořních plavbách.

Ve 20. století se funkce hudby začala měnit zásadním způsobem. Hudba začala být nedílnou součástí reklam nebo filmů, kdy se využívá pro emoční zabarvení. Začínají se objevovat první čistě hudební televizní kanály, kde se objevují videoklipy, jakožto audio-vizuální projev. Hudba se stala nedílnou součástí života a díky globalizaci se mohla dostat do celého světa.

V dnešní době nabrala hudba tolik podob, že všechny její funkce ani nelze jednoznačně určit. Lidé poslouchají hudbu na uklidnění jako je například meditační hudba. Dále se hudba poslouchá na vybití agrese to lze pozorovat zejména u tvrdších hudebních stylů. Zejména u elektronické hudby je funkce taneční. Dále se hudba poslouchá při sportu jako udavatel tempa. V kavárnách či hospodách zase hudba používá jako výplň do pozadí. Při terapiích se zase hudba používá jako stimulant.

## 1.4 Hudební žánry

Počátkem nového tisíciletí se objevilo nesčetné množství nových hudebních žánrů a sub-žánrů. Důvodem je globalizace, zrychlení informací, vývoj internetu a výpočetní techniky. Hudba se v dnešní době dokáže šířit „rychlostí světla“, bez velkého vynaložení úsilí a finančních prostředků. Tato skutečnost otevřela cestu mnoha undergroundovým umělcům, kteří položili základy pro nové hudební žánry a subžánry. Umělec se tedy nemusí vázat na mainstream (hlavní proud), ale může se plně seberealizovat.

Hudební žánry vznikají například propojením již vzniklých žánrů nebo přidáním nových prvků. Někdy se mohou žánry posouvat i naopak a vrátit se ke kořenům. Žánry se postupem rozdělí na subžánry a ty se zase rozdělí dále, až vzniknou úplně nové další styly. Tento jev se dá znázornit pomocí stromu, kdy kořen je hlavní žánr a větve jsou jednotlivé subžánry.

Jak už bylo v úvodu nastíněno z hudebních žánrů se později stanou hnutí a životní styly spojené se stylem oblékání, mluvou a dalšími aspekty. Často mezi jednotlivými skupinami posluchačů panuje vzájemné nepochopení, což je dáno právě v odlišnosti těchto subkultur.

## 1.5 Boj proti nelegálnímu stahování hudby

Od roku 2000 do roku 2014 celosvětové tržby klesaly v důsledku nelegálního stahování hudby. Světové organizace a velké nadnárodní společnosti začali právní cestou bojovat proti pirátství. Mezi lety 1999 a 2001 fungovala populární stránka Napster založená na online peer-to-peer sdílení hudebních souborů. Řada hudebníků podala na tuto stránku žalobu a po dlouhých soudních řízeních byla stránka na příkaz soudu zrušena. Jedna z velkých kauz byla ohledně stránky The Pirate Bay největší světové databáze torrentů. Soudní spory s největšími světovými nahrávacími společnostmi vedly k dočasnému uzavření serveru The Pirate Bay. V roce 2007 chtěli zakladatelé koupit ostrov v mezinárodních vodách a umístit tam jejich server, aby se na něj nevztahovaly autorské zákony. V roce 2009 byla čtveřice zakladatelů serveru zatčena a odsouzena. Příběh stránky the pirate Bay byl popsán v dokumentu: The Pirate Bay Away From Keyboard.

(TPB AFK: The Pirate Bay Away From Keyboard, 2007)

## 1.6 Marketing a sociální sítě

Marketing je ve světě hudby velmi významný. Hudebníci vymýšlí nejrůznější marketingové kampaně, aby si získaly více fanoušků, nebo aby získali více přehrátí na svých skladebách. Sociální sítě jsou pak jedním z nástrojů, jak komunikovat se svými fanoušky a prezentovat svoji tvorbu. Z pohledu hudebníků se používá nejvíce Facebook a Instagram a to hlavně na komunikaci a reklamu. Dále Youtube a Soundcloud na prezentaci svých skladeb a videoklipů. Dnešní doba se vyznačuje kladením velkého důrazu na vizuální stránku. Umělci tedy investují velké peníze do videoklipů, grafiky na jednotlivé nahrávky a také do celkového vzhledu jejich profilů na sociálních sítích a dalších platformách.

Další fenomén dnešní doby je placená reklama na sociálních sítích. Umělci jsou donuceni si platit reklamu, jelikož bez placené reklamy se jejich příspěvky nemají šanci dostat tak daleko jako u příspěvků neplacených. Nemusí to ale platit vždy, hlavní je obsah a pokud je dostatečně dobrý obsah tak se na sociální síti rozšíří „sám“ pomocí sdílení a interakce uživatelů.

Jedním z novodobých způsobů financování pro umělce je takzvaný crowdfunding. Umělci vytvoří plán hudebního projektu jako například videoklip nebo nové album a prezentují ho široké veřejnosti prostřednictvím jedné z crowdfundingových platform. Jednotlivci potom přispívají po menších částkách na realizaci projektu a mohou za tento příspěvek dostat odměnu v podobě například reklamních předmětů. Crowdfundingových platform existuje celá řada a jedna z nejznámějších je Kickstarter.

V poslední době vznikla i řada nových sociálních sítí jako je například TikTok. Tato nová platforma je založena na sdílení velmi krátkých videí a je oblíbená hlavně u mladších posluchačů. Svoje místo si ovšem našla i u samotných umělců, kteří prostřednictvím TikTocu sdílí krátká zábavná videa.



## 1.7 Hudební festivaly

Festivaly patří mezi největší eventy v oblasti hudebních představení. Můžeme je rozdělit na vnitřní (Indoor) a venkovní (Open Air). Festivaly jsou často zaměřené na více hudebních žánrů či subžánrů a také většinou trvají několik dní v řadě. Organizace festivalu je velmi náročná a většinou na festivalech pracují stovky lidí. Plánování festivalů může být třeba i půl roku dopředu.

Velké riziko u organizace velkých akcí jako jsou venkovní festivaly je počasí, které může velmi nepříjemně průběh akce. Dalším velkým rizikem jsou konkurenční eventy, jelikož často dochází k tomu, že se několik akcí s podobným konceptem překrývá a účastníků nemusí být ve výsledku tolik, kolik by se očekávalo. Tohle je velký problém hlavně u akcí s velkým rozpočtem a zahraničními hosty. Mezi další riziko patří právě zmiňování zahraniční hosté, jelikož jezdí po celém světě, a proto se velmi často stává, že hudebník nepřijede a organizátoři musí na poslední chvíli vymyslet náhradní program.

## 2 Struktura hudebního průmyslu

Hudební průmysl je systém organizací a dalších subjektů, které se podílí na tvorbě hudebního obsahu. Tyto subjekty vytváří produkty jako jsou skladby, texty, audio nahrávky, cédéčka a další produkty, které jsou distribuovány několika způsoby po celém světě. V první řadě je potřeba si vymežit základní pojmy, vztahy a peněžní toky. Rozlišujeme dvě základní části skladby. První je kompozice a druhá je audio nahrávka. Kompozici tvoří skladatel (writer/composer) a vydavatel (publisher). Pokud je umělec sám nezávislý, tak je současně jak skladatel tak i vydavatel. To stejné platí pro audio nahrávku, která se rozděluje na umělce a nahrávací společnost (record label). Pokud je umělec sám nezávislý zastává obě dvě funkce. Toto rozdělení je důležité hlavně pro pochopení vztahů a peněžních toků. Vydavatel platí provizi skladateli na základě smlouvy a dohodnutém podílu. To stejné platí i u nahrávací společnosti a umělce.

V další části se zaměříme na obchody. Nahrávací společnosti dávají svoji hudbu do digitálních nebo fyzických obchodů a streamovacích ploch. Peníze z prodejů a z přehrání na streamovacích službách jdou přes řetězec výše zmíněných subjektů až k samotnému umělci. Ještě je nutno dodat, že u streamovacích ploch vznikají tržby jak z předplatného, tak z reklam, které jsou na těchto platformách přehrávány.

Situace ovšem není tak jednoduchá, jak se může na první pohled zdát, a proto si uvedeme další subjekty, které v tomto modelu vystupují. Nahrávací společnosti se mohou domluvit s obchody a platformami sami nebo pomocí prostředníků. V praxi je to většinou tak, že nahrávací společnosti využívají tyto prostředníky, kterým se říká distributoři. Mezi nejznámější distributory patří například Distrokid, Tunecore, Ditto Music a Routnote. Problém je v tom, že by bylo velmi obtížné sbírat provize od všech obchodů a ploch zvláště, a to je právě důvod proč nahrávací společnosti jdou cestou prostředníků. Distributoři mají další partnery, kteří jim pomáhají proniknout na světové trhy, které nejsou v jejich přímém dosahu. Dalším subjektem v tomto modelu jsou takzvané Performance Rights Organizations, které se starají o výběr a rozdělování provizí. Celý proces hudební produkce je tvořen řetězcem činností, za které jsou zodpovědní různí lidé. Nahrávací producenti jsou zodpovědní za celý proces nahrávání a zvukový inženýři jsou zase zodpovědní za čistotu zvuku. Textaři vymýšlí texty pro zpěváka, tak aby text dával smysl. Někdy si zpěváci vymýšlí text sami a jsou tedy i textaři. Další velkou skupinou jsou hudebníci hrající na nástroje jako bubeníci, kytaristi, pianisti a další, kteří tvoří největší část hudebních uskupení.

Nahrávky jsou vlastněny nahrávací společností, která na základě smlouvy vyplácí umělce. Další skupinou jsou hudební obchody, které se starají o finální distribuci k zákazníkovi. Hudební obchody lze rozdělit na fyzické a digitální, kdy fyzické obchody prodávají cédéčka, vinyly, oblečení a další předměty spojené s hudbou. Digitální obchody prodávají hlavně digitální hudbu a existují i obchody, které patří do obou skupin. Nahrávací společnost platí náklady spojené s nahráváním jako promo, marketing, náklady na umístění na digitální obchody a ostatní náklady spojené s distribucí.

Promotéři pořádají živá vystoupení umělců a starají se o celou realizaci. Booking agentury, které stojí na opačné straně než promotéři, zastupují umělce a vyjednávají jim podmínky pro živá vystoupení. Vstupenkové portály se pak starají o prodej vstupenek zákazníkům.

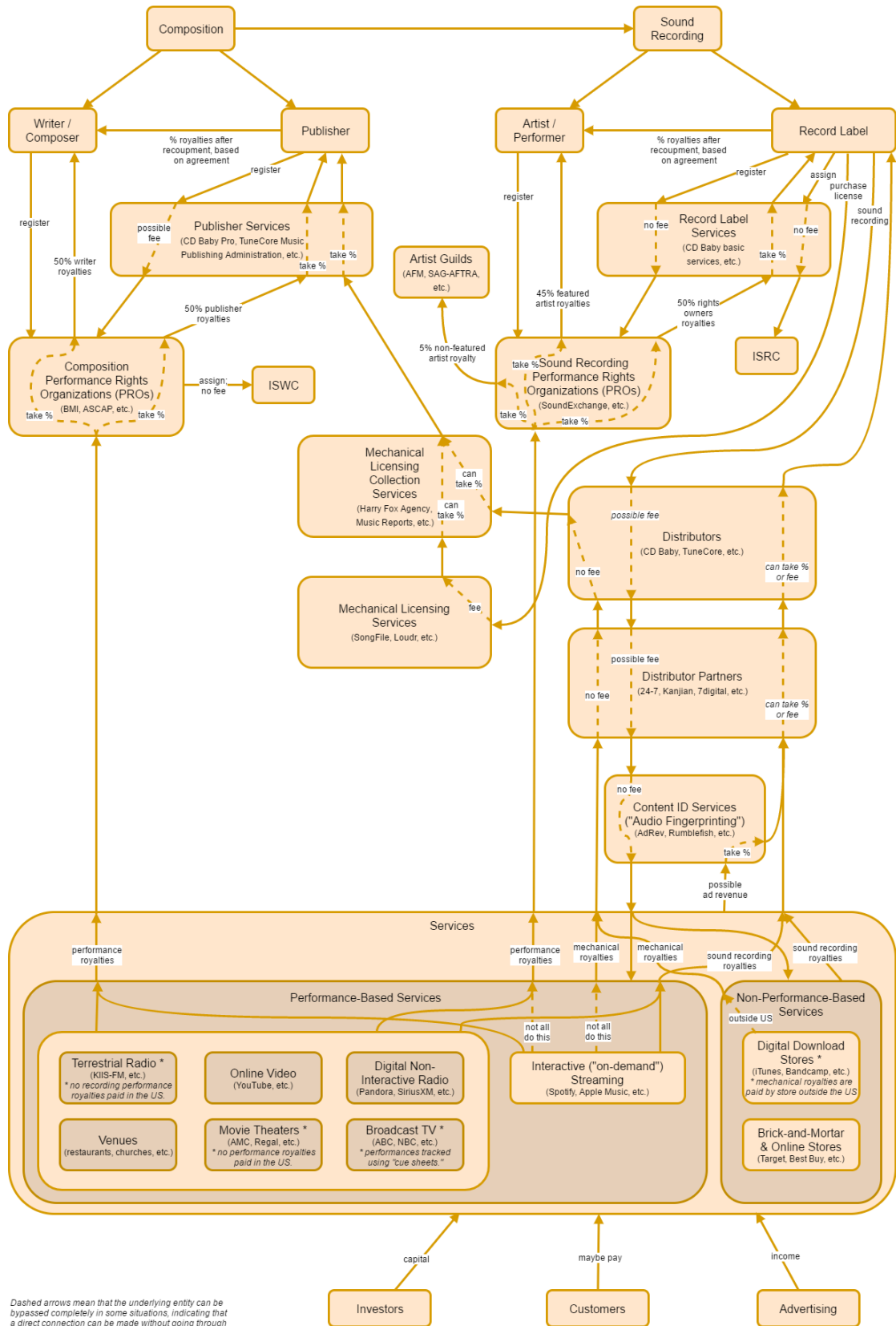
Služby jde rozdělit do dvou skupin a to na služby založené na přehrávání a služby, které na přehrávání založené nejsou. Služby, které jsou založené na přehrávání jsou rádia, internetová rádia, streamovací platformy jako Spotify nebo Apple music, televizní vysílání, kina, Online videa jako Youtube a také hudba hraná na koncertech v restauracích a na hudebních eventech. Služby které nejsou založené na přehrávání jsou digitální obchody jako iTunes a Bandcamp a iTunes a kamenné a online obchody prodávající fyzické produkty jako CD nebo vinyly.

Hudební průmysl tvoří řada subjektů, mezi které patří nahrávací společnosti, zpěváci, hudební skladatelé, zvukový inženýři, společnosti vyrábějící hudební nástroje, společnosti vyrábějící zvukový a nahrávací software a promotéři. Dále se sem řadí ještě další subjekty, které přicházejí se změnou trhu. Prakticky každý větší hudebník točí videoklipy a potřebuje tedy zaplatit celý filmový štáb. Potřebuje, aby jeho profil na sociálních sítích vypadal dobře a byl aktualizován, proto si hudebníci najímají social media managery.

Umělci si najímají celou řadu lidí, aby jim pomohly s jejich kariérou jako například manažery, právníky, ekonomy, ale třeba i učitele, vizážisty nebo kadeřníky. Ve výsledku za umělci stojí tým, který pracuje jak na hudební stránce umělce, tak i na stránce vizuální, jelikož ta je v posledních letech velmi důležitá.

# The Music Business: Life of a Sound Recording

by TheMusicMaze.com



Dashed arrows mean that the underlying entity can be bypassed completely in some situations, indicating that a direct connection can be made without going through the underlying entity at all. It's a clean way of showing optional, multiple paths.

© 2017 TheMusicMaze.com

Obrázek 1 Model distribuce hudby Zdroj: The Music Maze

# 3 Nahrávací společnosti a světové organizace

V hudebním průmyslu najdeme několik subjektů, které mají signifikantní vliv na celé toto odvětví. Patří mezi ně velké nahrávací společnosti a světové organizace.

## 3.1 Nahrávací společnosti

V současné době dominují v hudebním průmyslu tři velké nahrávací společnosti.

- Warner Music group
- Universal Music Group
- Sony Music Entertainment

Mimo tyto velké společnosti pak existuje řada menších nezávislých nahrávacích společností, které zastupují cca 25% trhu. Zbýlých 75% je zastoupeno právě těmito třemi velkými nahrávacími společnostmi. V minulosti proběhla řada akvizic, které jsou příčinou těchto velkých podílů na trhu.

### 3.1.1 Universal Music Group

UMG někdy označována jako UMG Recordings je největší hudební společnost na světě. V roce 2012 se spojila se společností EMI. Universal má pod sebou nesčetnou řadu labelů (nahrávacích společností) po celém světě a je jednou z nejvíce inovativních společností na světě. Největší podíl společnosti vlastní francouzská firma Vivendi. Společnost vlastní nesčetné množství labelů jako například Def Jam recordings, Interscope Records nebo Capitol Records.

„We exist to shape culture through the power of artistry.“

„Our vast catalog of recordings and songs stretches back over a century and comprises the largest, most diverse and culturally rich collection of music ever assembled.“

„Knowing that music, a powerful force for good in the world, is unique in its ability to inspire people and bring them together, we work with our artists and employees to serve our communities.“

(UMG, 2021)

### **3.1.2 Sony Music Entertainment**

Sony Music Entertainment je americká společnost patřící pod japonské Sony a třetí největší nahrávací společnost na světě. Byla založena roku 1829 jako American Record Corporation. Poté společnost prošla řadou změn a v roce 1988 ji koupila firma Sony. Pod Sony Music Entertainment patří labely jako Columbia records, RCA Records, Epic Records a Arista Records. Sony vynalezla roku 1979 Compact Disc, který je používán dodnes.

„Sony Music Entertainment is a global recorded music company with a current roster that includes a broad array of local artists and international superstars.“

„Using our unlimited passion for technology, content and services to deliver groundbreaking new excitement and entertainment, as only Sony can.“

(Sony Music, 2014)

### **3.1.3 Warner Music Group**

Warner Music Group je Americká společnost se sídlem v Los Angeles. Je třetí největší nahrávací společností na světě. Její kořeny sahají až do půlky 20. století. Patří pod ní Atlantic Records, Elektra Records, Warner records a Parlophone. V České republice má WMG I svoji pobočku.

„Warner Music je druhou největší hudební firmou působící na českém a slovenském trhu. Dnešní společnost Warner Music Czech Republic prošla za čtvrtstoletí svého života komplikovaným a dynamickým vývojem a může být dána za příklad procesu integrace ve svém oboru. Spojuje v sobě vedle warnerské tradice také podstatnou část dědictví dnes již neexistujícího EMI i historii původního českého indie.“

(O Firmě, 2021)

(HUTCHISON, 2010, s. 252 – 254)

## **3.2 Světové organizace**

### **3.2.1 International Federation of Phonographic Industry**

IFPI je organizace reprezentující celosvětové zájmy nahrávacího průmyslu. Je to nezisková organizace registrována ve Švýcarsku a založena roku 1933 v Itálii. Řídící centrum je v Londýně a má pobočky v Bruselu, Hongkongu a Miami. Misí společnosti je šířit hodnoty, práva hudebních producentů a komerčního užití hudby. Společnost provádí analýzu trhu a následně vydává roční reporty. Tato organizace má svoji buňku i v České republice s názvem Mezinárodní federace hudebního průmyslu.

„Mezi hlavní činnosti ČNS IFPI patří ochrana práv výrobců zvukových a hudebních zvukově-obrazových záznamů, protipirátská činnost, edukace a osvěta v oblasti ochrany práv duševního vlastnictví, sledování a podílení se na tvorbě nových legislativních rámců atd.“

(IFPI, 2021)

### **3.2.2 Ochrany Svaz Autorský pro práva k dílům hudebním**

OSA je český spolek, který dostal povolení vybírat poplatky za veřejnou hudební produkci. Vznikl v roce 1996 a práva kolektivního správce získal v roce 2001. Tento spolek zastupuje umělce v právní rovině a vybírá poplatky za užití děl. OSA se často potýká s kritikou ve spojitosti s výběrem poplatků a odváděním peněz umělcům, což je způsobeno rozporuplnou legislativou.

„Hlavním předmětem činnosti OSA jako neziskové organizace je kolektivní správa majetkových autorských práv k dílům hudebním s textem či bez textu a k jiným autorským dílům ve smyslu autorského zákona a zpřístupňování těchto děl veřejnosti a činnosti související, na základě oprávnění uděleného Ministerstvem kultury ČR nebo na základě pověření uděleného OSA jiným kolektivním správcem. Na základě vydaného živnostenského oprávnění OSA vykonává dále agenturní činnost. V rámci agentury poskytuje licence na základě individuálního pověření jednotlivých nositelů práv.“

(Kdo jsme, 2021)

## **3.3 Digitální obchody**

Digitální hudební obchody jsou také důležitou platformou v hudebním průmyslu. Mezi nejznámější a největší obchody patří Google Play, Beatport a Juno. Mezi jednotlivými obchody mohou být významné rozdíly například v cenách jednotlivých skladeb a také v právech, které jsou s koupí spojené. Práva se mohou týkat například reprodukce dané skladby. Nejčastější formáty prodávané v hudebních obchodech jsou Wav, MP3 a Flac. Mp3 ztrátový formát, který je ale několikrát menší a levnější. Google play bylo v roce 2020 zrušeno a místo toho se zrodila nová streamovací platforma Youtube music.

### **3.3.1 Beatport**

Beatport je americký online obchod zaměřený na prodej elektronické hudby. Byl založen v roce 2004 a sídlí v Deveru, Los Angeles a Berlíně. Je určen primárně po Dje, producenty a jejich fanoušky. V tomto obchodě prodává svoje skladby přes 75 tisíc nahrávacích společností a za celou svoji existenci se prodalo přes 260 milionů kopií skladeb. Cílem této společnosti je neustálý posun v inovaci a definování pokroku elektronické taneční hudby.

(About Us, 2020)

### **3.3.2 Juno records**

Juno records je den z dalších internetových obchodů s digitální hudbou a vybavením pro hudební studia. Sídlí v Londýně a byl vytvořen již v roce 1996. Juno nabízí týdně přes pět set nových nahrávek. Od ostatních online obchodů se liší hlavně v tom, že prodává i fyzické nosiče (vinyly a CD).

(About Juno, 2021)

### **3.3.3 Bandcamp**

Bandcamp je internetová hudební společnost sídlící v Kalifornii. Od ostatních digitálních obchodů se liší tím, že umělci a nahrávací společnosti si mohou sami určit cenu a samotný band kemp si z toho bere jen velmi malé procento v porovnání s ostatními obchody. Umělci zde mohou nabízet i další produkty jako merchandise, vinylové desky nebo vstupenky na koncert.

Bandcamp je úspěšný hlavně kvůli své férovosti a podpoře umělců a tržby za celé své působení přesahují 678 milionů dolarů z čehož jde většina přímo umělcům.

(About Us, 2021)



### **3.3.4 Google play**

Google play byl obchod na prodej hudby, kde se v posledních několika letech dala kupovat hudba za nejnižší cenu v porovnání s konkurencí. Bohužel v roce 2020 obchod skončil a transformoval se do streamovací platformy Youtube Music. Na google play bylo možné zakoupit i české písně.

## **3.4 Streamovací platformy**

### **3.4.1 Spotify**

Spotify je internetová platforma na streamování hudby, která měla za svoje působení velký vliv na celý hudební průmysl. Sídílí v USA a byla spuštěna v roce 2008. V současné době má přes 155 milionů uživatelů s předplatným a najdeme zde přes 70 milionů skladeb. Spotify je známé také svými playlisty, kterých je přes 4 miliardy.

### **3.4.2 Apple music**

Apple Music je streamovací platforma od společnosti Apple. Služba byla spuštěna roku 2015 a dnes má přes 60 tisíc předplatitelů. Ve své databázi má přes 70 tisíc skladeb. Služba umožňuje i offline přehrávání a doporučuje posluchačům hudbu podle hudebního vkusu. Apple music má i své rádio s názvem Apple Music 1.

### **3.4.3 Youtube**

Youtube měl na hudební průmysl ve 21. století velký vliv. Dalo by se říci, že tato platforma na streamování videí položila základy pro streamování hudby v dnešním pojetí. V současné době Youtube patří pod Google a nabízí službu Youtube music, což je obdoba Spotify.

## **3.5 Digitální distribuce**

Distribuční společnosti se zabývají sběrem poplatků a usnadňují labelům a umělcům tento proces. Distrokid je internetová distribuční služba na vkládání hudby do online obchodů a streamovacích platform. Síla služby Distrokid spočívá ve velmi férových podmínkách, jelikož 100 procent výdělku jde přímo umělcům (bez daně).

Triple vision je nizozemská distribuční společnost zaměřující se na elektronickou hudbu. Její počátky sahají do roku 1994, kdy začínala s prodejem vinylů.

Cygnus Music je hudební distribuční společnost, která se specializuje na nastavení a management digitálních labelů a distribuci do online obchodů. Ve svém katalogu má přes 140 obchodů a streamovacích stránek.

### **3.6 Další platformy podporující umělce**

Patreon je platforma umožňující umělcům alternativní formy výdělků. Většinou to funguje tak, že fanoušci interpretů si mohou zaplatit předplatné a v rámci toho dostanou od umělce produkt nebo službu. Fanoušci si mohou vybrat z více druhů předplatných, které jsou rozdílné, jak finančně tak obsahově.

Kickstarter je crowdfundingová platforma na finanční podporu inovativních projektů. Mezi druhy projektů patří například filmy, počítačové hry, nové technologie a také hudba. Hudebníci využívají tuto platformu hlavně při financování nových finančně náročných projektů. Pod tím si můžeme představit například nové album nebo nový videoklip. Na základě představení projektu, na této platformě, mohou lidé přispívat na projekt a podle výše příspěvku dostávají odměnu v podobě produktu nebo služby.

# 4 Inovace v hudebním průmyslu

## 4.1 Umělá inteligence

Umělá inteligence pronikla prakticky do všech vědních oborů a disciplín a mimo jiné taky do hudby. V některých oblastech už jsme si na umělou inteligenci zvykli a v jiných si ji zatím ještě neumíme představit. Pro mnohé lidi je jednou z těchto oblastí umění. V dnešní době již víme, že AI (artificial Intelligence) může být v hudbě velmi prospěšné například při dokončování skladeb. Je nutné říci, že umělá inteligence v hudbě funguje na bázi „machine learning“ neboli strojového učení a neznamená to tedy úplné nahrazení hudebního skladatele. Jde hlavně o různé algoritmy na základě, kterých počítač analyzuje hudbu.

Za první počítačově vytvořenou skladbu se považuje Lejaren Hiller - Illiac Suite for String Quartet. Tento experiment mají na svědomí profesori z univerzity v Illinois Lejaren Hiller a Leonard Issacson. Ve skladbě byla použita metoda zvaná Markovovy řetězce, které jsou jedním z předchůdců dnešních učících se architektur. V dnešní době se používají takzvané neuronové sítě, které jsou založeny na biologických modelech a lze si je přestavit jako neuronovou tkáň. Neuronové sítě vzešly z konekcionistických modelů, které jsou založeny na ukládání informací hodnot vah mezi neurony. Spoje se postupným učením posilují nebo naopak oslabují a pomocí optimalizace můžeme adaptovat synaptické váhy.

Generování hudby, které je založeno na získaných korelacích, probíhá pomocí dvou metod. Predikování následující noty nebo klasifikace, což může být například rozpoznávání akordu odpovídajícímu melodii. Modely jsou schopny generovat nejrůznější rytmiky nebo melodie, ale jde vždy o generování hudebního přepisu. Je tedy nutné zapojit hudebníky v rámci editačních prací nebo zhudebnění vzniklé transkripce.

(Na pomezí kreativity a umělé inteligence, 2020)

Generické algoritmy hledají množiny možných řešení. Tyto postupy pracují s populací jedinců neboli agentů a každý z nich představuje možné optimální řešení. Každý agent dostává parametr biologické zdatnosti (fitness), což vyjadřuje možné optimální řešení. V hudbě fitness představuje melodickou, harmonickou a hlasovou zdatnost. Generické algoritmy lze brát jako algoritmy iterativní. Během iteračního procesu se část aktuální populace nahrazuje novou populací a jedinci s nejvyšší biologickou zdatností zůstávají.

((R)evoluční hudba: genetické algoritmy, multiagentní systém a hudební kompozice, 2020)

### **4.1.1 AIVA**

AIVA je jednou z významných společností v oblasti tvorby hudby za použití umělé inteligence. Byla založena v roce 2016 a specializuje se na symfonní a klasické skladby. Aiva je považována za prvního virtuálního skladatele. Prostřednictvím této umělé inteligence je možné například vytvořit nedokončená díla hudebníků. AI analyzuje velké množství již existujících skladeb a je schopna vytvořit zákonitosti na základě kterých může vytvořit skladbu vlastní. Od roku 2019 společnost AIVA nabízí své služby široké veřejnosti. Je možné si zakoupit hudební generátor, který je schopný generovat až tři minuty dlouhé skladby v žánru jako jazz, pop nebo rock. Společnost AIVA nechala vygenerovat skladbu From The Future World od Antonína Dvořáka na které spolupracovala mimo jiné i s pražskou filharmonií. Skladbu je možné si poslechnout na platformě Youtube.

(From the future World, 2019)

### **4.1.2 MuseNet**

MuseNet je neuronová síť vytvořena neziskovou společností OpenAI, kterou založil Sam Altman a Elon Musk, který ji nakonec opustil. Tato neuronová síť umí vytvářet hudební písně s deseti hudebními nástroji. Skladby mohou být až 4 minuty dlouhé a je možné kombinovat různé styly. Data pro tuto neurální síť jsou z různých zdrojů jako ClassicalArchives a BitMidi. Na jejich webových stránkách si lze jejich software vyzkoušet.

(MuseNet, 2019)

### **4.1.3 WaveNet**

Společnost DeepMind, kterou vlastní Google, představila neuronovou síť s názvem WaveNet. WaveNet umí generovat lidskou řeč lépe než běžně používané parametrické TTS, které bylo běžně používáno společností Google ve svých službách. Největší rozdíl a inovace je, že WaveNet dokáže modulovat samotný průběh audiosignálu. Učení této umělé inteligence vychází z analýzy nahrávek lidského hlasu. Získané informace a vztahy jsou pak aplikovány na syntézu hlasu. Díky tomu dokáže WaveNet generovat i hudbu. Společnost provedla výzkum, kdy porovnávala kvalitu hlasu WaveNet a parametrického TTS. WaveNet dopadl značně lépe a dá se tedy říci, že hlas je věrnější.

(Umělá inteligence Googlu se zase vytahuje. Mluví jako člověk, skládá vážnou hudbu, 2016)

#### **4.1.4 Watson**

Umělá inteligence Watson měla úspěch v řadě disciplín a mimo jiné taky ve filmových trailerech. Společnost Fox zadala společnosti IBM zakázku na filmový trailer, který mělo být vytvořený pomocí umělé inteligence. Samotný film byl totiž horror/thriller právě o umělé inteligenci. Watson analyzoval trailer a určil místa kde je akce a nebo učitá nálada a to graficky znázornil. Skladbu je ovšem potřeba následně zkontrolovat a dopravit podle lidského uměleckého cítění.

(Morgan | IBM Creates First Movie Trailer by AI [HD] | 20th Century FOX, 2016)

#### **4.1.5 Odras AI v hudbě**

S příchodem umělé inteligence si řada lidí řekla, jestli je tento technologický převrat neobere o práci, což je jedno z velmi diskutovaných témat. Argumentace je většinou taková, že s příchodem AI dojde i ke vzniku nových pracovních míst. Problém je, že náplně těchto pracovních míst jsou často velmi technicky složité a vyžadují velkou informační znalost a kvalifikaci. Proto se zvýší poptávka po technických a informačních lidských zdrojích a také se řada lidí bude muset rekvalifikovat.

V oblasti legislativy narážíme na problém, jelikož autor duševního vlastnictví může být pouze fyzická osoba. Umělá inteligence se učí na základě vstupních dat, které mohou být součástí duševního vlastnictví jiného interpreta. Tímto způsobem by mohli lidé kopírovat styl (akordové postupy, melodie) a tím by mohlo dojít k právním střetům.

Dnes používá umělou inteligenci v hudbě pouze úzká skupina hudebních nadšenců, to by se ovšem mohlo v následujících letech změnit. V budoucnu se může umělá inteligence posunout na takovou úroveň, že bude tvořit nástroj, který se bude hojně používat v praxi. Postupným zlepšováním bude umožněno méně a méně zasahovat do vytvořených skladeb a je možné, že jednou bude umělá inteligence na takové úrovni, že už skladby nebudeme muset nijak upravovat. K tomu může výrazně pomoci zrychlení dat a výpočetní techniky.

Otázkou také je, jestli výtvořiny umělé inteligence dají považovat za umělecké dílo, pakliže je nevytvořil člověk. Mají díla vytvořená počítačem ještě nějakou uměleckou hodnotu? Bude v budoucnu možnost rozeznat díla vytvořená AI a díla vytvořená člověkem? Jaký dopad bude mít vývoj v této oblasti na hudební průmysl? Odpovědi na řadu z těchto otázek se pravděpodobně dozvíme v následujících letech, jelikož bude docházet k většímu využívání AI ve všech oblastech.

# **PRAKTICKÁ ČÁST**

## 5 Světový trh v číslech

Praktická část této práce je zaměřena na analýzu dat, výzkumů a následnému odhadu budoucího vývoje. Nejdříve jsou představeny zdroje dat, ze kterých je čerpáno. Následně jsou představeny všechny metody odhadů a výpočtů použitých ve výzkumu. Dále se přechází k s analýze dat a k výzkumu vývoje v daných oblastech. Na konci praktické části je samotná prognóza vývoje a spojení všech výsledků do jednoho celku. V rámci prognózy jsou vytvořeny tři časové horizonty v podobě krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé prognózy. U každé z těchto prognóz jsou vytvořeny možné scénáře.

### 5.1 Sběr dat a metodika

Pro tuto práci jsou použita data ze statistické platformy Statista. Tato platforma sdružuje statistická data z různých odvětví. Statista je německá společnost se sídlem v Hamburku a byla založena v roce 2007. Databáze obsahuje více než milion statistik. Na portálu je přes 80 tisíc témat a pro tuto práci byla použita hlavně data spojená s hudebním průmyslem a koronavirovou krizí.

Ve výzkumné části je využita řada metod na odhad budoucích hodnot. Jednou z těchto metod je regresní analýza časových řad. Pro výpočty byl použit program Microsoft Excel. Nejčastěji jsme pro regresní analýzu používali vyrovnání logaritmickou funkcí podle vzorce  $\text{Log } Y_i = \log a + \log b * t_i$ , kde  $\text{log } Y_i$  je vypočtená (vyrovnaná) hodnota. Na pravé straně rovnice máme logaritmus  $a$  což je parametr logaritmické funkce z nezávisle proměnné. Dále máme logaritmus  $b$ , který je druhým parametrem logaritmické funkce a je to závislá proměnná. Posledním členem je  $t_i$  což je vzdálenost od průměru nezávisle proměnné.

Postup při výpočtu byl takový, že jsme si nejdříve vypočetli průměr nezávisle proměnné a pak jsme následně vypočetli hodnotu  $t_i$  pro všechny nezávisle proměnné (roky). Dále jsme zlogaritmovali naměřené hodnoty (závisle proměnné). V dalším kroku jsme použili funkci regrese a vyšly nám parametry logaritmické funkce. První parametr jsme sečetli s druhým, který jsme ještě vynásobili hodnotou  $t_i$ . Výslednou hodnotu jsme pak odlogaritmovali a vyšly nám výsledné vyrovnané hodnoty logaritmické funkce. V poslední části jsme prodloužili požadovanou časovou osu a provedli jsme výpočet pro budoucí hodnoty.

Mezi další metody patří korelace, pomocí které byl měřen vzájemný pohyb dvou časových řad. Korelační koeficient nám sice neřekne nic o kauzální příčinnosti, ale může nám pomoci pochopit vzájemné pohyby časových řad.

Jako další model odhadu budoucích hodnot jsme vybrali funkci forecast v programu Microsoft Excel. Funkce nám pomůže provést odhad a budeme moci její výsledky srovnat s vyrovnáním pomocí exponenciály. Funkce předpovídá hodnoty na základě lineární regrese a pro účel této práce je vhodným nástrojem.

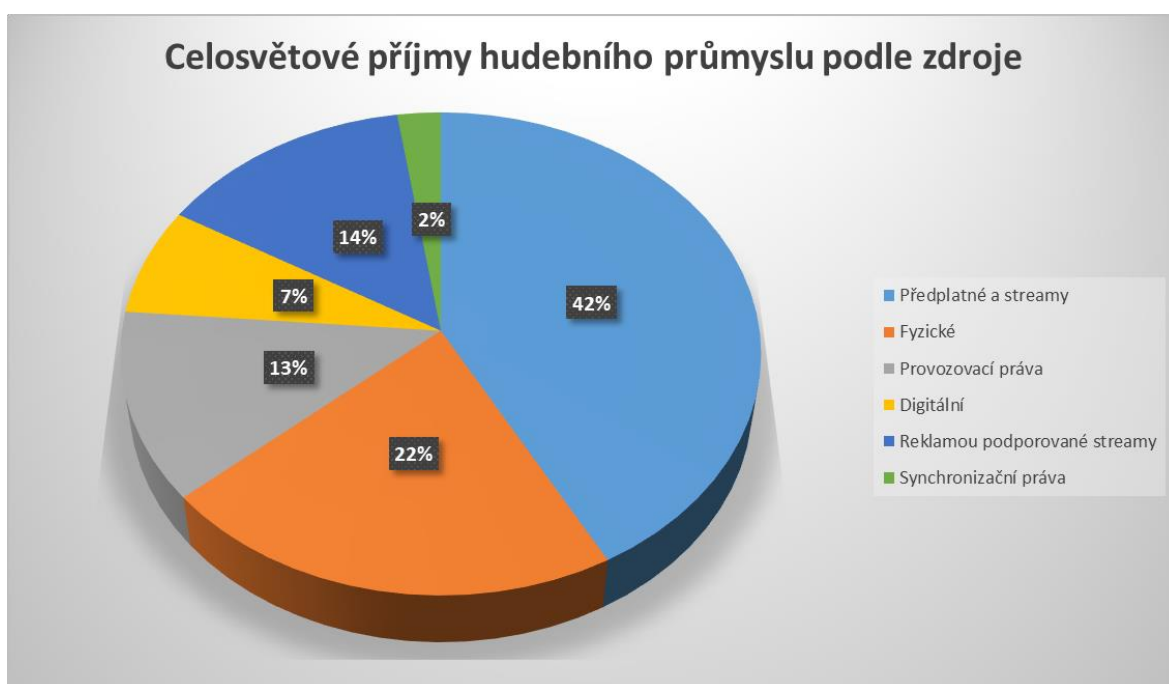
V některých případech bylo možné náš výpočet srovnat s výpočtem a výzkumem externích subjektů, jejichž výsledky jsou na portálu Statista. Výzkumy jsou například od Statista Digital Market Overlook, Festiket, Midia Research a Pwc. Řada z těchto výzkumů byla provedena v roce 2020 dnes už máme dostupná data za rok 2020 a můžeme tedy zhodnotit některé výsledky těchto studií.



## 5.2 Hudební průmysl podle segmentu

Příjmy hudebního průmyslu lze rozdělit podle segmentu (zdroje) na příjmy z předplatného a streamů, fyzických nosičů, provozovacích práv, digitálního stahování, reklamou podporovaných streamů a synchronizačních práv. Největší segment tvoří předplatné streamovacích služeb a to 37 %. Další jsou tržby z fyzických medií a to 25 %, které se v posledních několika letech snižují. Provozovací práva (Performance rights) jsou práva na veřejnou reprodukci hudby například v nočních klubech nebo restauracích a zastupují 14 %. Mezi tyto poplatky patří i poplatky z televizí a rádií. Tržby z digitálních obchodů tvoří 12 %. A reklamou podporované streamy asi 10 % celkových tržeb. Poslední kategorií jsou takzvané synchronizační příjmy (synchronisation revenues), což jsou poplatky za užití skladeb například ve filmu, video hrách nebo reklamách a tvoří dvě procenta.

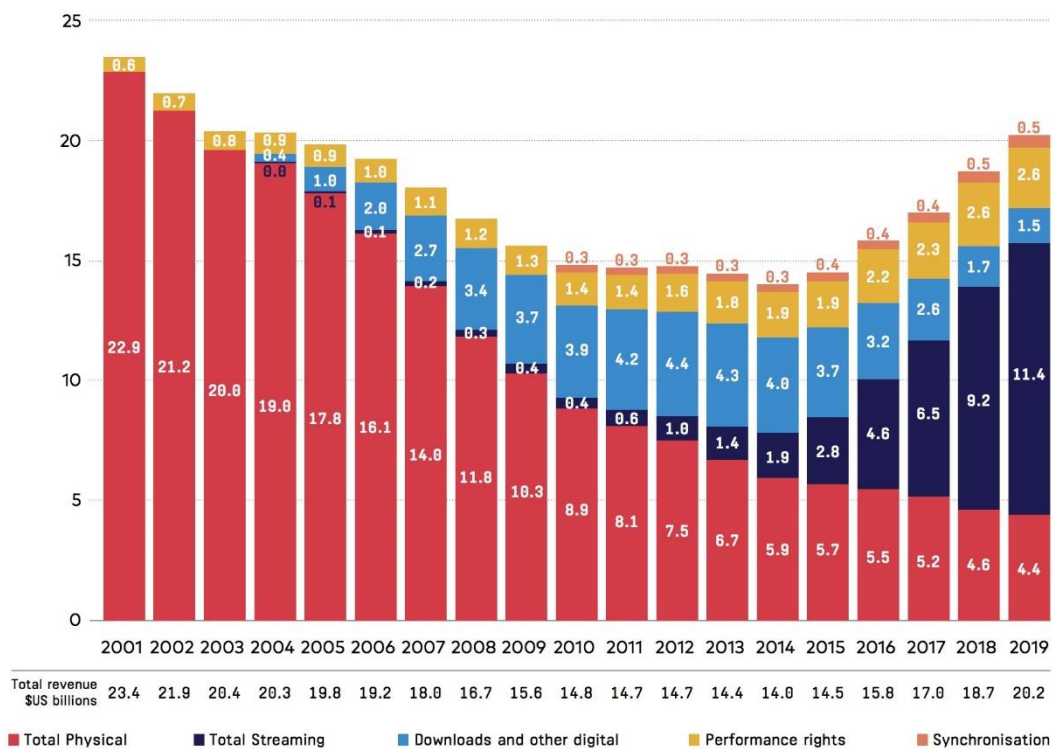
Procentuální zastoupení se od přelomu tisíciletí změnilo k nepoznání. Zatímco v roce 2001 se tržby skládali primárně z fyzického segmentu. V roce 2018 tvoří fyzický segment pouze 25 % celkových tržeb. Tuto skutečnost lze jasně vysvětlit příchodem digitálních obchodů a streamovacích služeb.



Graf 1: Celosvětové příjmy hudebního průmyslu v roce 2019 podle druhu. Zdroj: Statista.com

V grafu 2 je vidět vývoj hudebního průmyslu podle segmentu od roku 2001 do roku 2019. V roce 2001 byla jasná převaha příjmů z fyzických nosičů, které dosahovaly téměř 23 miliard. Jak si můžete povšimnout, tak od té doby se příjmy z fyzických nosičů stále snižují, což je výsledkem transformace průmyslu, přechodu na online prodeje a přícho- dem streamování. Streaming a digitální ochody přicházejí v roce 2004, kdy ovšem tvoří velmi malou část celkových příjmů. V roce 2005 začaly digitální obchody nabírat na síle a rostou až do roku 2014, kdy je pomalu začínají nahrazovat streamovací služby. Pokud se zaměříme na provozovací práva, vidíme velmi pomalý nárůst od roku 2001 do roku 2019. Za tuto dobu se příjmy z provozovacích práv zvýšily z 600 milionů dolarů na 2,6 miliardy. Synchronizační příjmy jsou pozorovatelné až od roku 2010, to by se dalo vysvětlit jako osvětu v oblasti práva na reprodukci hudby (placení poplatků orga- nizacím). V této oblasti sledujeme ještě pomalejší růst než u práv provozovacích.

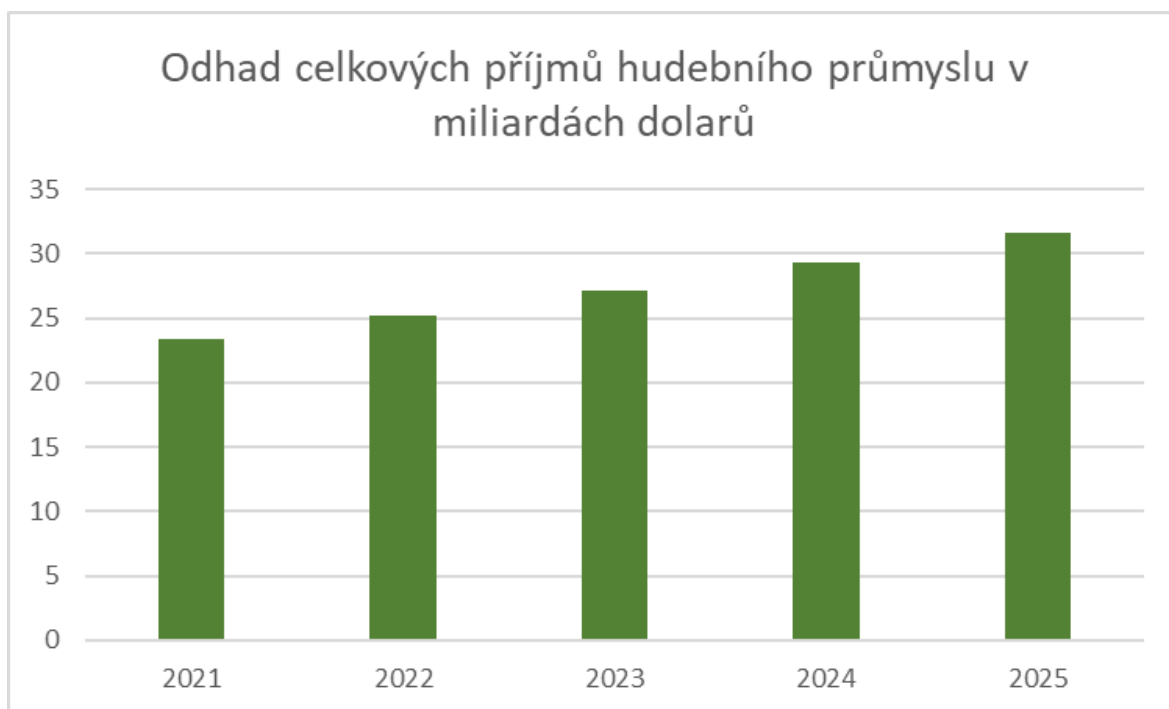
### Global Recorded Music Industry Revenues 2001-2019 (US\$ Billions)



Graf 2: Celosvětové příjmy hudebního průmyslu podle druhu v miliardách dolarů (Zdroj: IFPI.com)

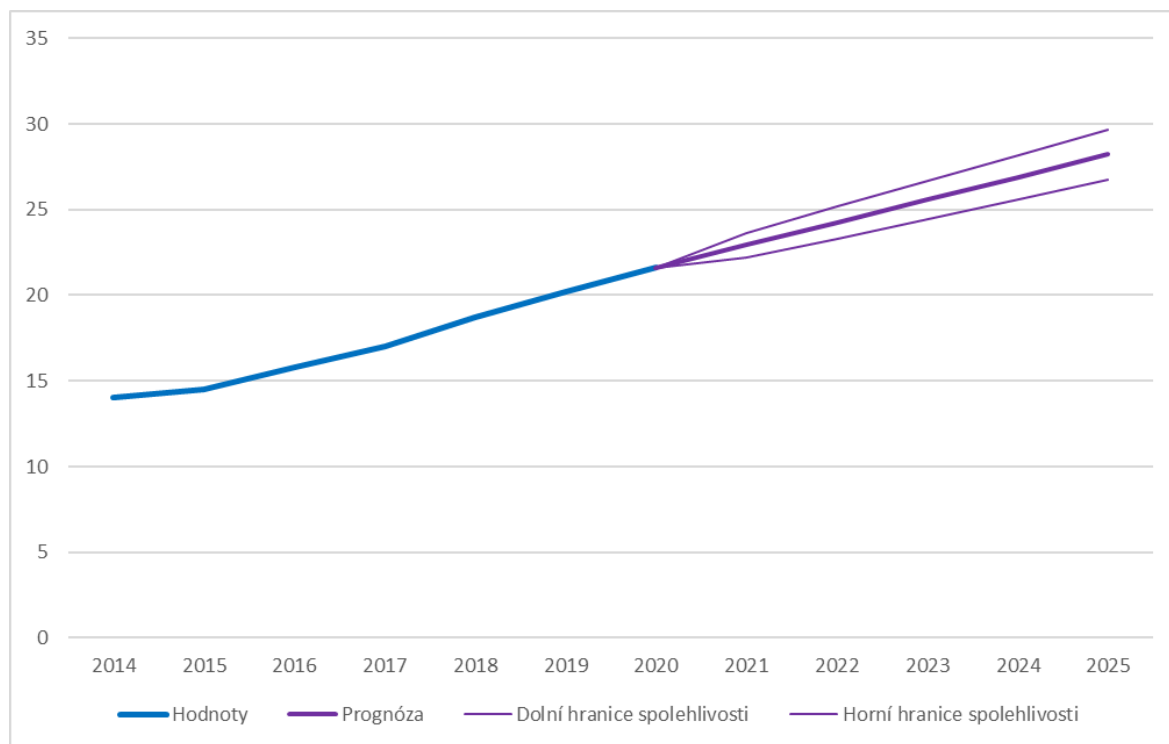
### 5.3 Celkové příjmy hudebního průmyslu

V následujícím grafu byl proveden vlastní výpočet budoucích hodnot na základě regresní funkce. V současné době už jsou dostupná data roku 2020 a příjmy hudebního průmyslu byly 21,3 miliard dolarů. Podle tohoto modelu by v roce 2021 celosvětové příjmy dosahovaly 23,3 miliard dolarů a v roce 2025 31,6 miliard dolarů. Od roku 2020 do 2025 je nárůst 46 %. V období dopadu koronavirové krize na hudební průmysl působí na celkové příjmy dvě skupiny faktorů. První skupinou jsou faktory, které se v důsledku krize zvyšují, jako je zvyšování počtu předplatitelů streamovacích služeb. Druhou skupinou jsou faktory, které se v důsledku krize snižují, jako například úbytek příjmů z prodaných vstupenek. Tyto dvě skupiny faktorů působí na celkové příjmy v opačném směru. Z prvního grafu lze vyčíst, že největší segment tvoří příjmy ze streamovacích služeb, a proto tento faktor bude mít největší dopad na celkové příjmy. Důvodem toho, proč se celkové příjmy hudebního průmyslu v roce 2020 zvýšily, je právě poměr těchto segmentů. Navzájem působící faktory se vyruší, a proto některé dopady krize budou na celkových příjmech viditelné lépe a některé hůře.



Graf 3: Odhad celkových příjmů hudebního průmyslu v miliardách dolarů (Zdroj: Vlastní výpočty)

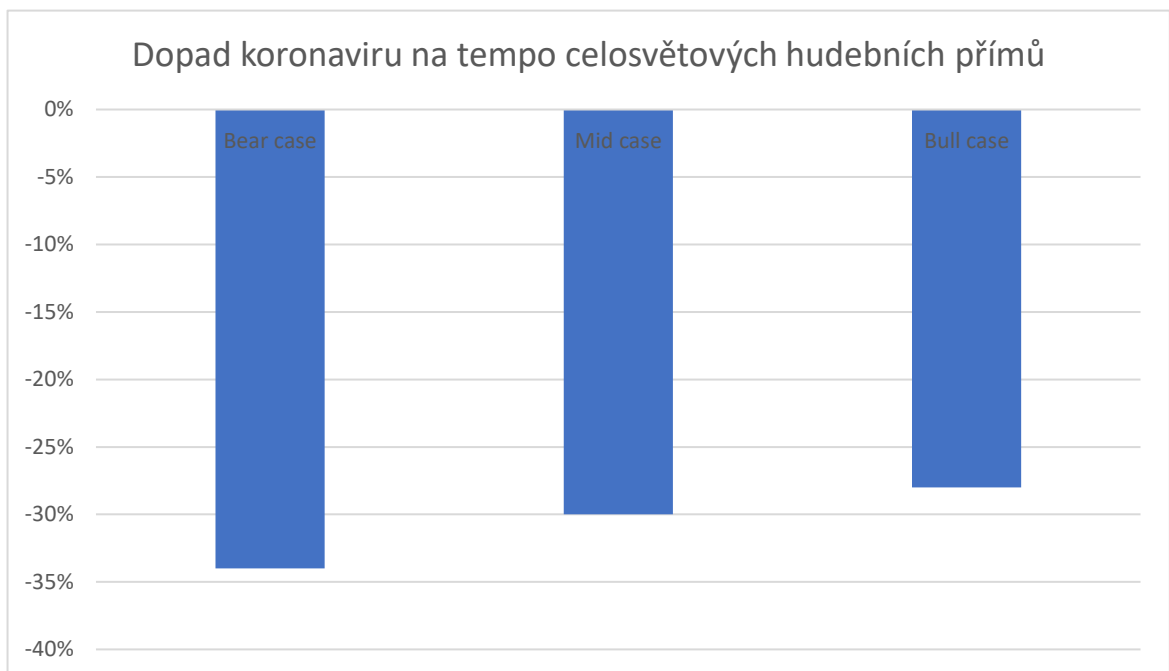
Jako další metodu výpočtu budoucích hodnot jsme použili funkci forecast v MS Excel. Podle tohoto modelu by příjmy v roce 2025 dosahovaly hodnoty 28,2 miliardy, což je o 3,4 miliardy více než hodnota vypočtená předchozí metodou. Tato odchylka je pravděpodobně dána volbou funkce, a tedy určitou mírou podhodnocení nebo nadhodnocení.



Graf 4: Odhad celkových příjmů hudebního průmyslu pomocí funkce Forecast (Zdroj: Vlastní výpočty)

V následujícím grafu je znázorněn výsledek studie od společnosti MIDiA Research, která se v květnu roku 2020 zabývala dopadem koronaviru na růst hudebního průmyslu. Jako výsledek studie vzešly tři možné scénáře a to optimistický, pesimistický a realistický, který je někde mezi těmito hodnotami. V nejhorším případě by se růst příjmů hudebního průmyslu mohl snížit o 34 %, což by bylo způsobeno hlavně dopadem lockdownu na fyzické prodeje a živé eventy. S příchodem koronavirové krize se také zvýšila nezaměstnanost v tomto sektoru.

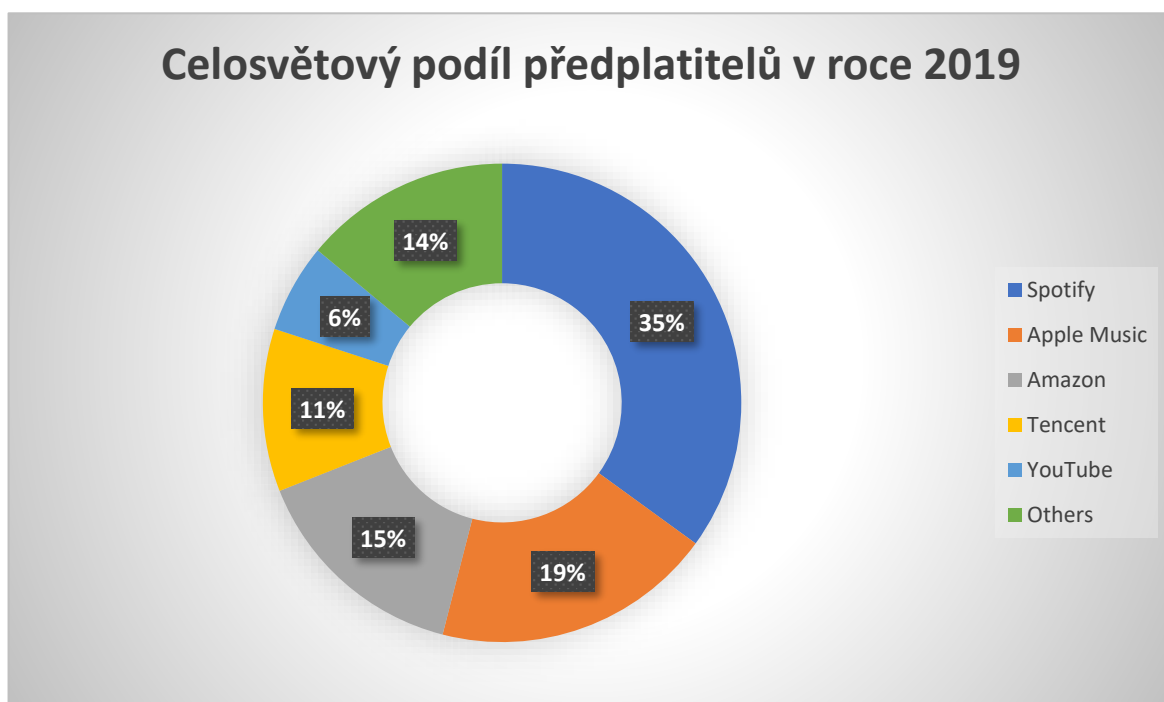
V optimistickém případě by se měl růst příjmů snížit o 28 % a ve středním o 30 %. Zde je důležité říci, že realita se od těchto výsledků může do určité míry lišit, jelikož je tento výzkum z půlky roku 2020, kdy se ještě nevědělo, jak dlouho bude krize trvat a jak moc nás ovlivní.



Graf 5: Dopad na tempo celosvětových hudebních příjmů podle Midia Research (Zdroj: Statista.com)

## 5.4 Streamovací služby

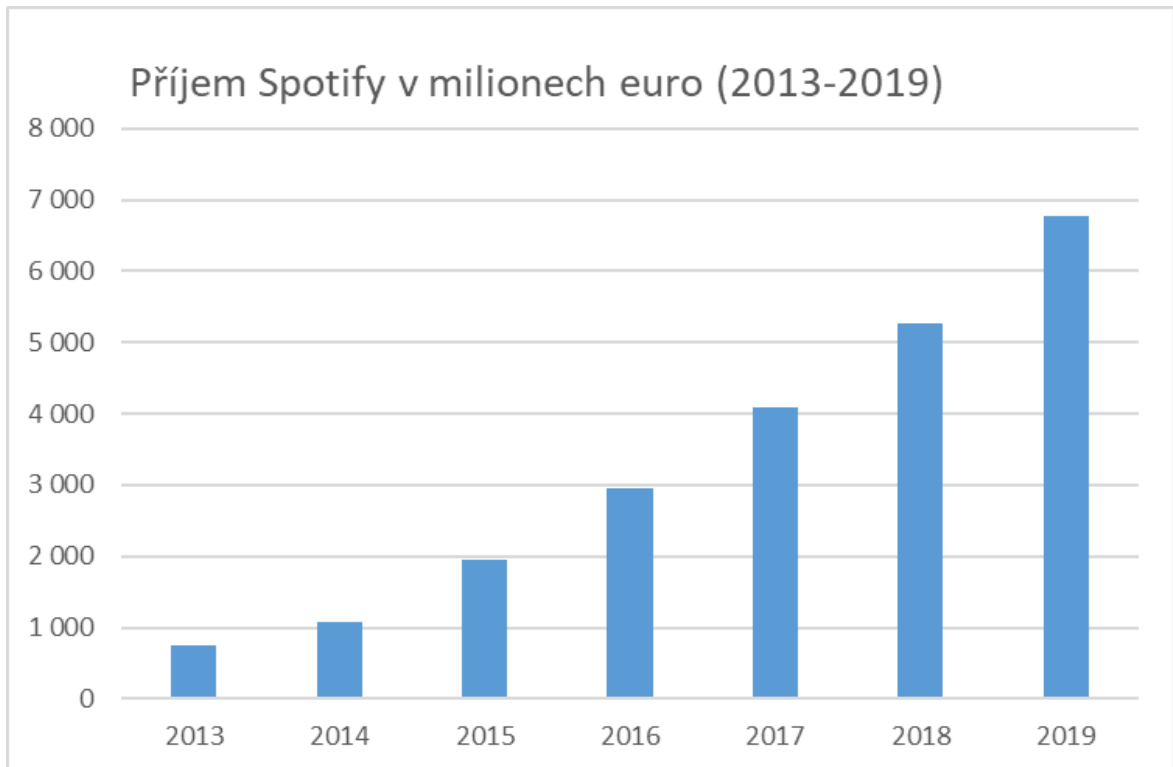
V této části se budeme věnovat analýze dat a predikci vývoje v oblasti streamovacích služeb. Nejdříve si představíme podíl jednotlivých subjektů na trhu. Z následujícího grafu je zřejmé, že majoritní podíl patří službě Spotify, která má podíl 35 %. Druhý největší podíl patří Apple Music a to 19 %. Jak je vidět, tak Spotify má před Apple Music 16% náskok. Třetí v pořadí je Amazon s 15 %. Čínská služba Tencent má podíl 11 % a Americký Youtube pouhých 6 %. Ostatní služby tvoří 14 % a mezi ně patří například francouzský Deezer.



Graf 6: Celosvětový podíl předplatitelů streamovacích služeb v roce 2019 (Zdroj: Statista.com)

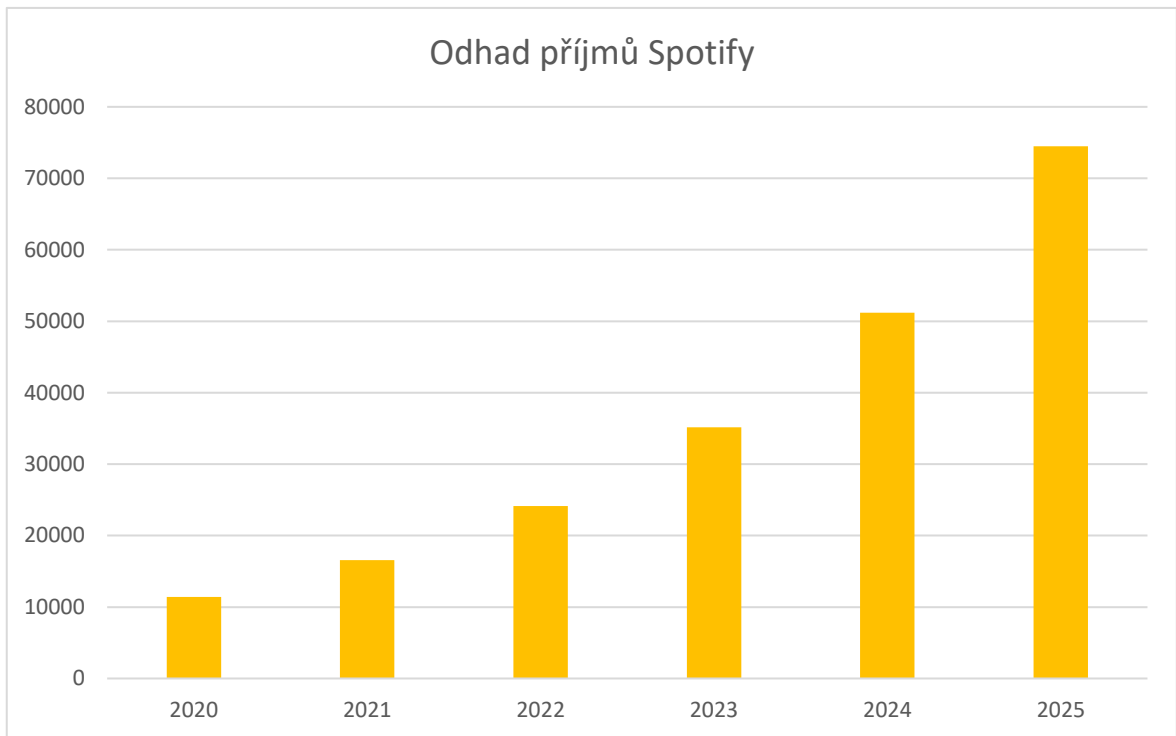
### 5.4.1 Spotify

V následujícím grafu je vidět příjem Spotify v jednotlivých letech. Meziroční růst příjmů se každým rokem zvyšuje a tento trend lze očekávat i v budoucnu. V prvním roce byly příjmy 746 milionů v roce následujícím už překročili jednu miliardu. V roce 2019 ke kterému máme data byly příjmy 6,8 miliardy euro.



Graf 7: Příjem Spotify v milionech euro 2013-2019. (Zdroj: Statista.com)

V následujícím grafu je znázorněn odhad příjmů pomocí regresního modelu. Podle toho modelu by v roce 2025 příjmy Spotify mohly dosáhnout až 75 miliard euro, což je oproti roku 2013, kdy Spotify začínalo, stonásobná hodnota. Z grafu lze vyčíst exponenciální nárůst a tento trend se dá očekávat i v budoucnu, pakliže se trh nějak zásadně nezmění.



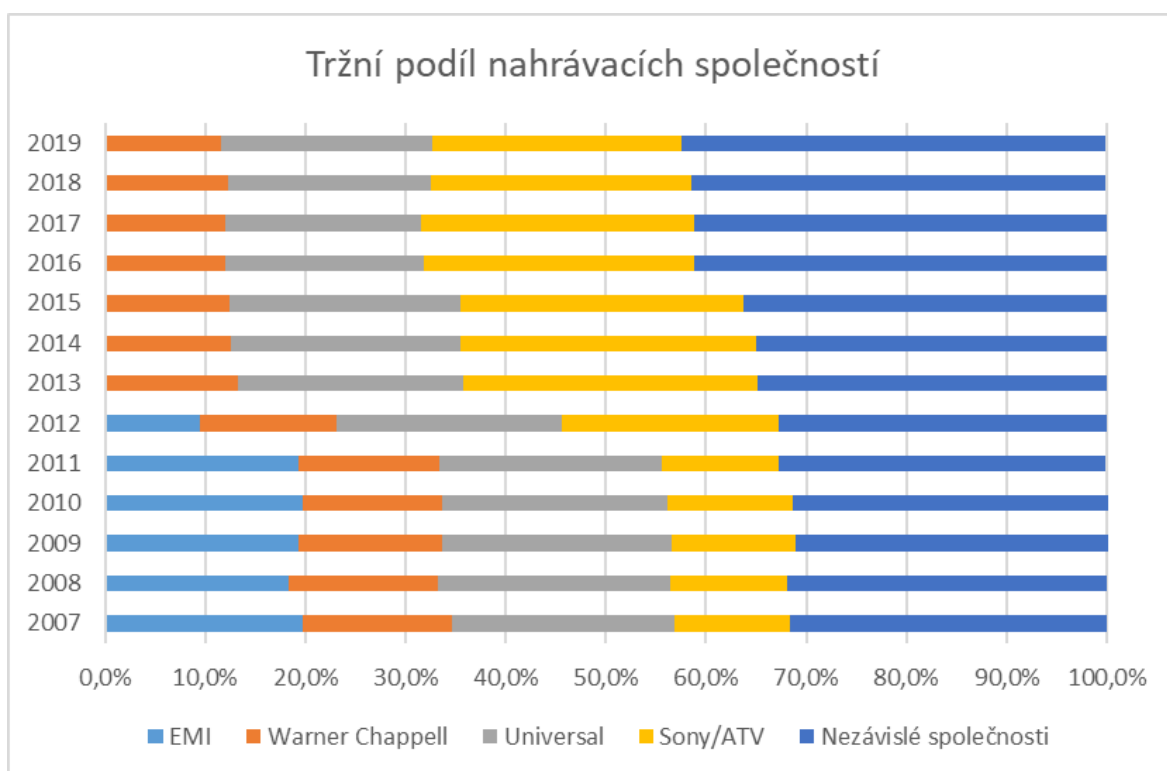
Graf 8: Odhad příjmů Spotify 2020-2025 (Zdroj: Vlastní výpočty)



## 5.5 Podíl na trhu největších nahrávacích společností

Od roku 2007 na trhu existovaly čtyři velké nahrávací společnosti. Společnosti EMI, Warner Chappell, Universal, Sony a ostatní nezávislé společnosti. V následujícím grafu je znázorněn tržní podíl jednotlivých nahrávacích společností. Na první pohled je vidět, že společnost EMI v roce 2013 zmizí a současně se razantně zvýší podíl Sony/ATV. Tento jev je způsoben prodejem společnosti labelům Universal a Sony.

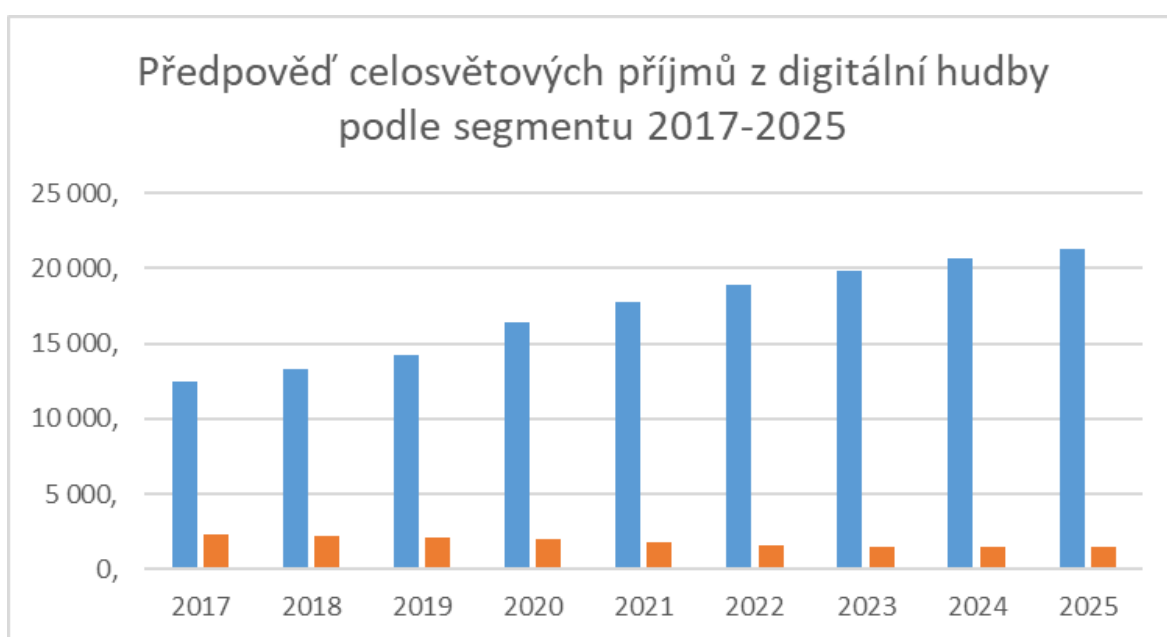
Warner Chappell si svůj podíl drží v relativně stálých hodnotách stejně tak jako Universal. To stejné se ovšem nedá říci o nezávislých nahrávacích společnostech, kde byl podíl v roce 2007 okolo 30 % a v roce 2019 přes 40 %. Tento jev lze popsat tak, že postupem času vzniká více a více nezávislých labelů. To ovšem neznamená, že by se situace nemohla v budoucnu změnit v případě, že by došlo k dalšímu odkoupení labelů velkými společnostmi.



Graf 9: Celosvětový tržní podíl nahrávacích společností od roku 2007 až 2017 (Zdroj: statista)

## 5.6 Digitální hudba

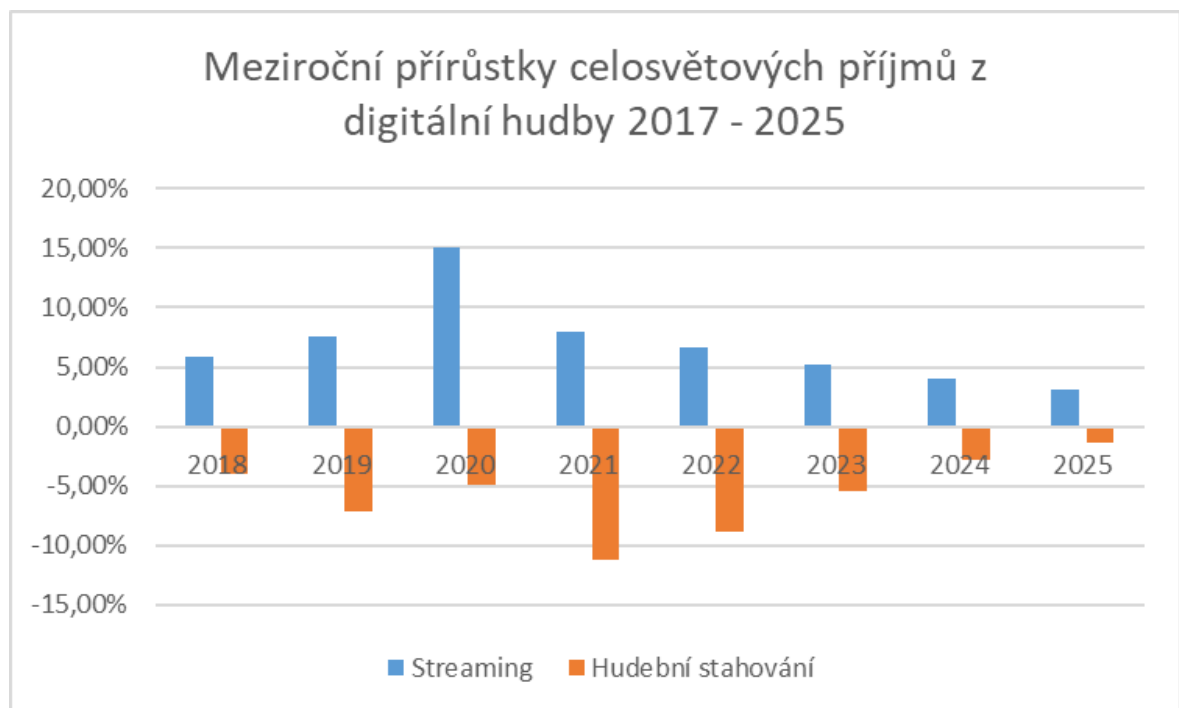
Digitální hudbu definujeme jako audio obsah, který je distribuovaný koncovému uživateli přes internet. Řadíme sem digitální stahování a streamování skladeb. V následujícím grafu je znázorněna předpověď vývoje digitální hudby od Statista Digital Market Outlook, a to jak z hlediska digitálních prodejů tak z hlediska streamování. V předpovědi je zahrnut i dopad koronavirové krize na vývoj. Předpověď je v milionech dolarů a byla publikována v srpnu roku 2020. V roce 2017 byly příjmy ze streamingu 12,5 miliard dolarů a v roce 2025 by měly dosahovat 21,3 miliard, což je skoro dvakrát tolik. Naproti tomu příjmy z hudebního stahování byly v roce 2017 2,3 miliardy a v roce 2025 již pouze 1,4 miliardy což je skoro polovina.



Graf 10: Předpověď celosvětových příjmů z digitální hudby podle segmentu 2017 - 2025 (Zdroj: Statista.com)

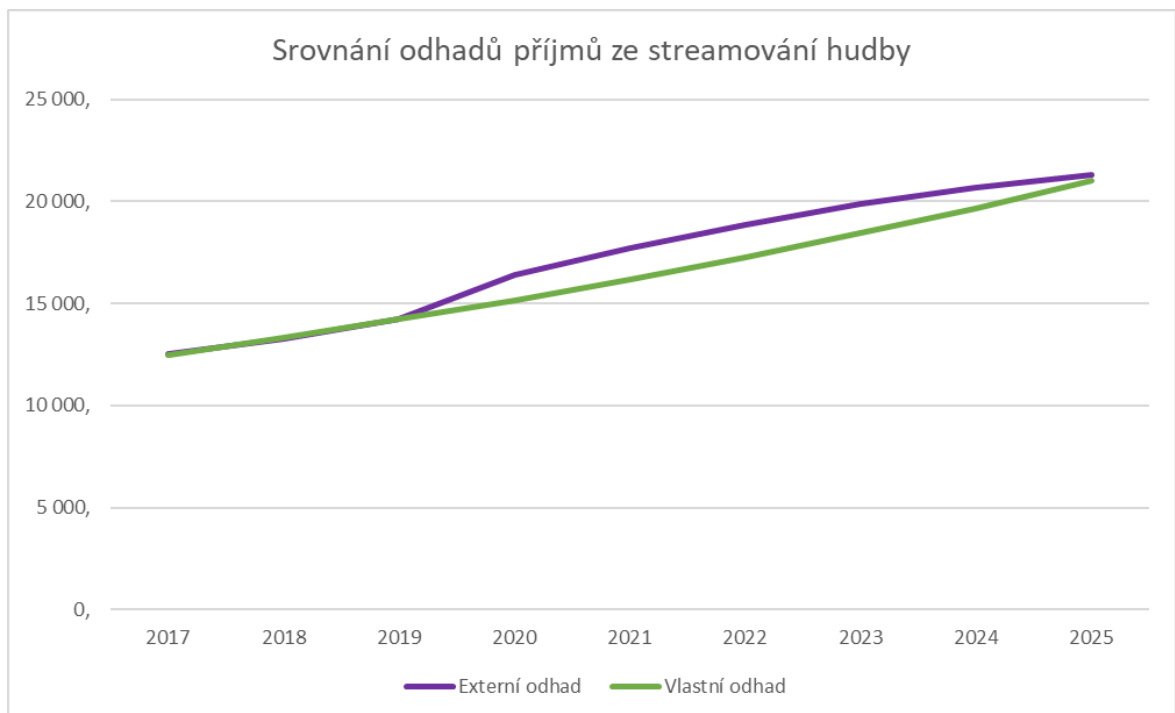
V grafu 11 jsou znázorněny meziroční změny v této předpovědi a je na první pohled jasné, že nejvyšší nárůst streamování je v roce 2020, což je právě způsobeno koronavirovou krizí a větším zájmem o streaming. Na druhou stranu největší meziroční pokles u hudebního stahování je až v roce 2021, což by se dalo interpretovat jako reakci na zvýšení zájmu o streamovací služby. V grafu je vidět, že od roku 2021 do roku 2025 dochází ke snižování růstu streamování a zároveň ke snižování poklesu hudebního stahování.

Na základě pozorování tohoto trendu byl vypočten korelační koeficient a výsledná hodnota byla -0,99. tato hodnota vypovídá o silné negativní korelaci. Korelační koeficient sice nic neprokazuje o kauzálním vztahu mezi hudebním streamingem a hudebním stahováním, ale z logického hlediska by určitá kauzalita měla platit. To by se dalo vysvětlit tak, že lidé kteří si zaplatí předplatné na streamovacích službách nemají už potřebu si skladby stahovat.



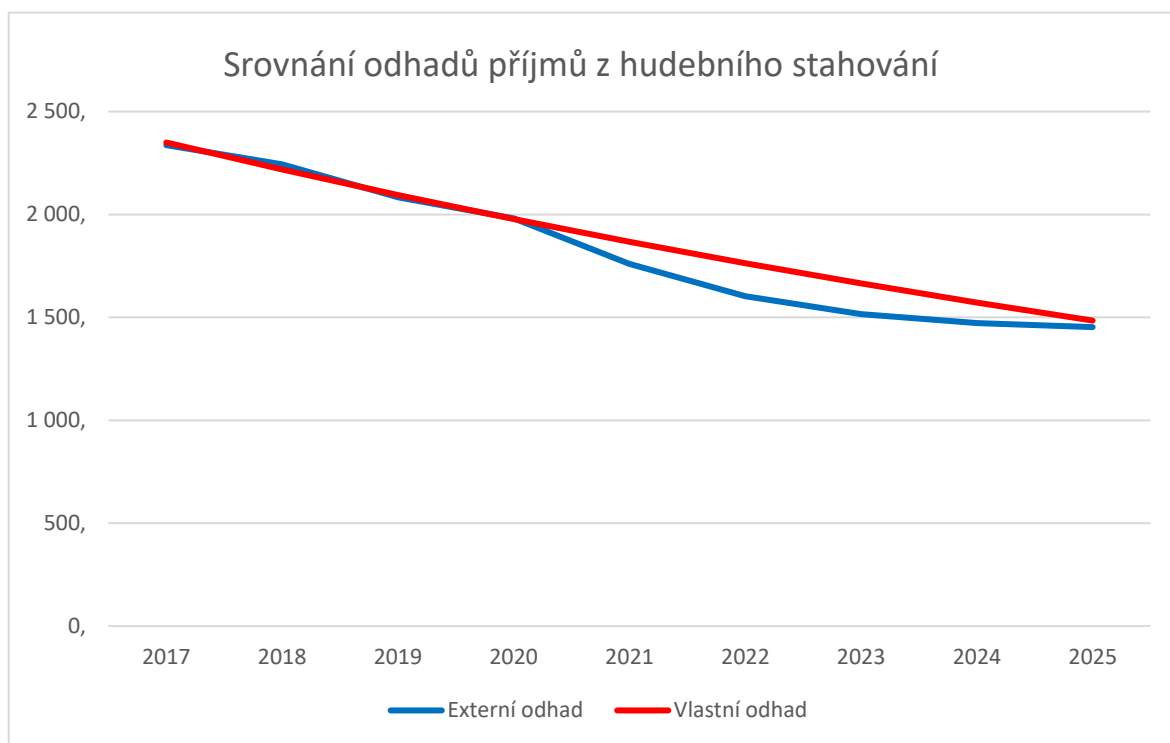
Graf 11: Meziroční přírůstky celosvětových příjmů z digitální hudby 2017 - 2025 (Zdroj: Vlastní výpočty)

V grafu 12 je zachycen vlastní odhad, který byl proveden pomocí regresní analýzy. Konkrétně bylo použito vyrovnání logaritmickou funkcí. Hlavní rozdíl těchto dvou odhadů je hlavně v roce 2020, kdy u externího odhadu došlo k rapidnímu nárůstu a hodnota je o 1,2 miliardy dolarů větší než u odhadu vlastního. Externí odhad poté postupuje podobným způsobem jako odhad vlastní a nakonec se v roce 2025 externí odhad vrátí na hodnotu vlastního odhadu. Tento jev by bylo možné vysvětlit tak, že zpracovatel odhadu počítal s tím, že se příjmy v roce 2020 zvýší o konkrétní číslo jako důsledek pandemie.



Graf 12: Srovnání odhadů příjmů ze streamování hudby (Zdroj: Vlastní výpočty)

V grafu 13 je znázorněno srovnání externího a vlastního odhadu příjmů z hudebního stahování. Rozdíl těchto dvou odhadů je velmi podobný předchozímu případu, jenom je s ročním zpožděním. U externího odhadu je v roce 2021 hodnota o 100 milionů nižší a stejně jako v předchozím případě se v roce 2025 hodnota vrátí na stejnou jako u odhadu vlastního.



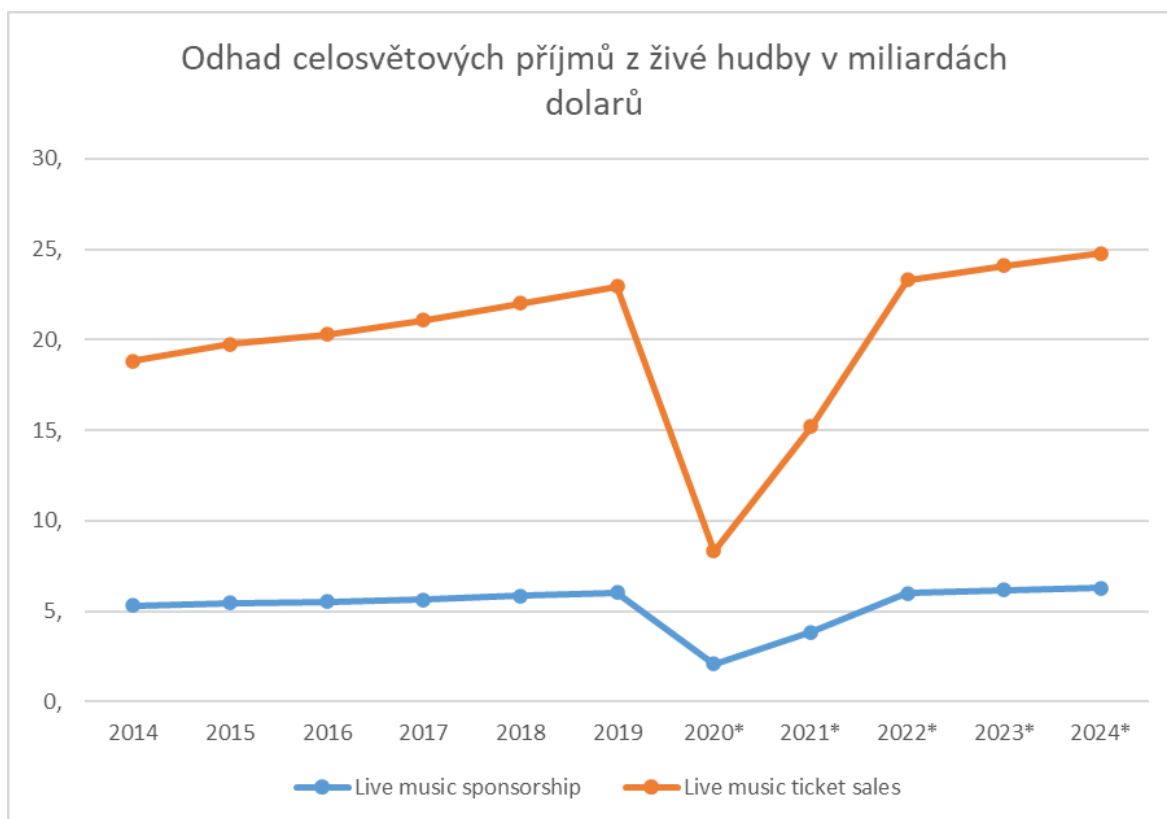
Graf 13: Srovnání odhadů příjmů z hudebního stahování (Zdroj: Vlastní výpočty)

## 5.7 Dopad na živou hudbu

Hudební průmysl patří do oblastí, která je velmi ovlivněna koronavirovou krizí. Hudebníci přestali jezdit z důvodů národních restrikcí na koncerty a festivaly a hudební život se na nějaký čas zastavil. Koronavirus ovšem nepřinesl jen věci negativní. Hudebníci si našli více času na samotnou tvorbu, a proto se dá očekávat více nových skladeb a dalších děl v budoucnu.

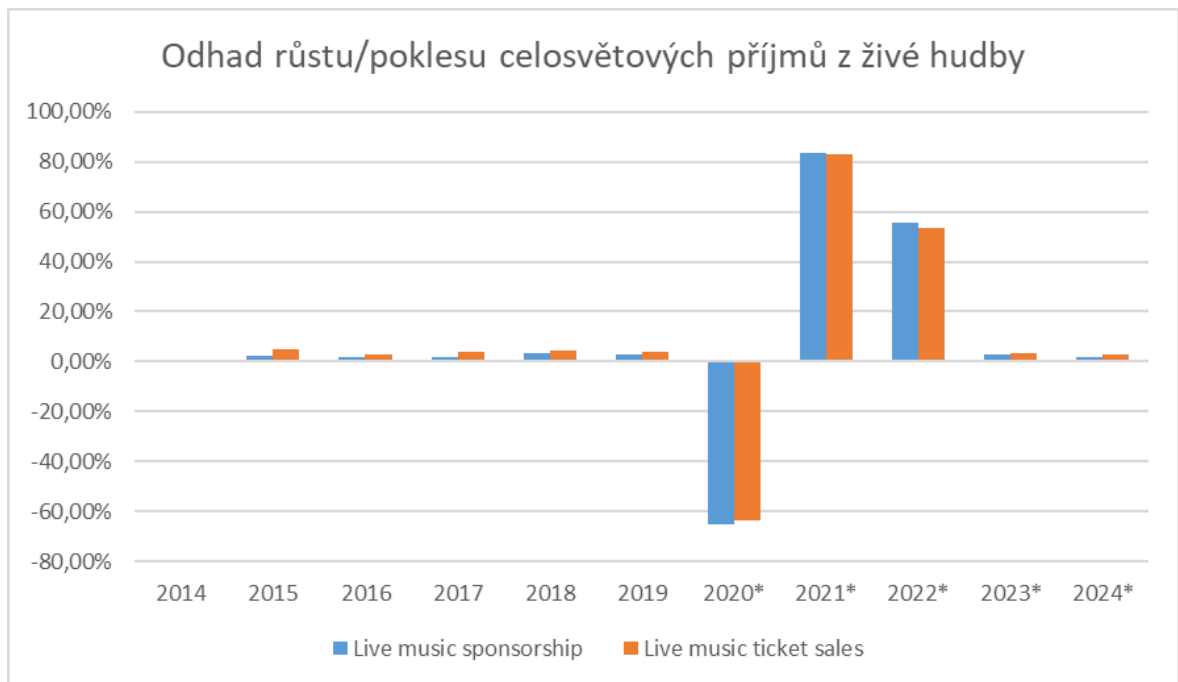
V následujícím grafu je znázorněn odhad vývoje příjmu z živé hudby od roku 2014 až 2024 v miliardách dolarů z hlediska sponzoringu a prodeje vstupenek. Sponzoring se v roce 2014 pohyboval okolo 5 miliard dolarů, zatímco prodej vstupenek měli hodnotu kolem 18 milionů dolarů, což je skoro čtyřnásobek. Od roku 2014 sponzoring roste o cca 2-3 % a prodej vstupenek o 4-5 % ročně. Tento trend se udržuje až do roku 2020, kdy přichází koronavirová krize. Sponzoring se v krizi propadl o 65 % na hodnotu 2 miliardy dolarů a prodej vstupenek se propadl o 64 % na hodnotu 8,3 miliardy.

Následně bude průmyslu dva roky trvat, než se vrátí na své původní hodnoty a to za předpokladu, že pandemie oslábne (vakcinace, promožení). Od roku 2022 by měly hodnoty stoupat podobným tempem jako před koronavirovou krizí.



Graf 14: Odhad celosvětových příjmů z živé hudby v miliardách dolarů (Zdroj: Statista.com)

Na následujícím grafu jsou znázorněny meziroční změny příjmu ze sponzoringu a prodejů vstupenek.

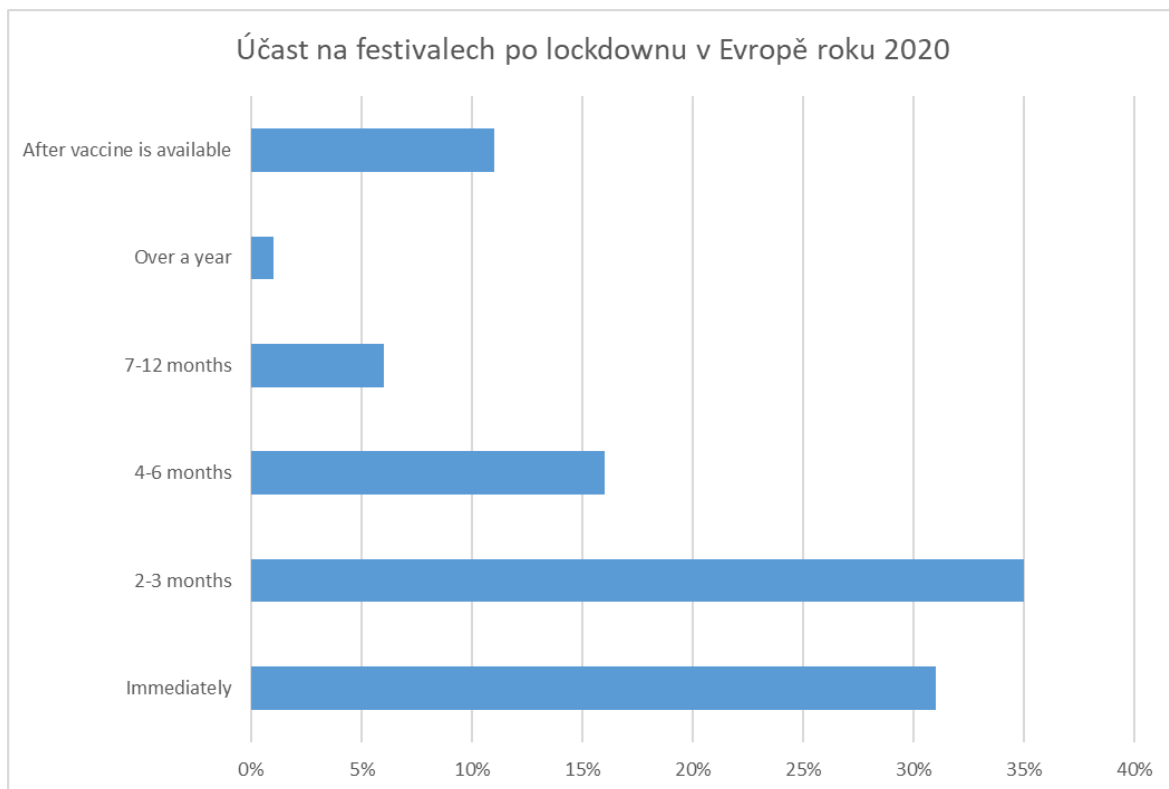


Graf 15: Odhad změn celosvětových příjmů z živé hudby (Zdroj: Statista.com)

## 5.8 Dopad na Festivaly a akce

V následujícím je zachycena festivalová účast po koronavirovém lockdownu v Evropě 2020. Tato studie byla provedena na 110 000 respondentech ze Spojeného království, Francie, Německa a Nizozemska a provedla ji společnost Festicket. Otázka pro respondenty byla: Jak brzy po skončení lockdownu, byste se chtěli účastnit festivalu.

Ze studie vyplynulo, že přes 30 % lidí by bylo ochotno se zúčastnit festivalu ihned a 35 % lidí by se chtělo účastnit po dvou až třech měsících. Přes deset procent lidí odpovědělo, že by se chtěli účastnit až potom co bude zpřístupněna vakcína. Nejméně lidí by se chtěla účastnit až po jednom roce. Po čtyřech až šesti měsících by se účastnilo 16 % respondentů a po 7-12 měsících by se účastnilo 7 % respondentů.



Graf 16 Účast na festivalech po lockdownu v Evropě roku 2020 (Zdroj: Statista.com)



## 6 Prognóza vývoje hudebního průmyslu

Budoucnost hudebního průmyslu byla až do začátku roku 2020 velmi perspektivní. Tržby rostly už čtvrtý rok po sobě a dalo se tedy čekat i růst roce následujícím. Umělci mohli jezdit na turné po celém světě a ani na okamžik je nenapadlo že by je mohlo něco zastavit. Tento výhled ale změnila koronavirová krize. Hudebníci jsou závislí na příjmech z vystoupení, která jsou v rámci státních opatření zrušena. Řada festivalů se úplně ruší nebo přesouvá na příští rok. Jak velký dopad bude mít tato krize na hudební průmysl, závisí na délce krize a také na vývoji. Je zřejmé že po šesti letech relativní stability hudebního průmyslu se dostaneme do velmi nejisté situace. Státy se snaží pomoci prostřednictvím finanční podpory. Problém je, že tuto podporu nedostanou všichni, a ani zdaleka nezaplňují ztrátu z období pandemie.

Z úbytku akcí a festivalů lze vyvodit, že se poplatky za veřejnou produkci velmi sníží. Tato ztráta by ovšem mohla být vybalancována zvýšením tržeb ze streamů, jako důsledek zvýšení počtu předplatných. Další důležitý aspekt je, že společnosti budou v období krize více šetřit, a to se samozřejmě projeví i v hudebním průmyslu.

Tržby z fyzických médií se každým rokem snižují a vzhledem k rychlosti digitalizace v tomto odvětví je velmi pravděpodobné, že se budou snižovat i nadále. Tržby z digitálních médií budou čím dál více vytlačovat fyzická média až se zastaví na určitém procentu. To lze interpretovat tak, že v některých případech bude pořád fyzická stránka hrát významnou roli pro hudební nadšence a sběratele.

Hudba ve fyzickém médiu je několikanásobně dražší než ve formě digitální. To byl právě jeden z důvodů proč na přelomu tisíciletí lidé začali hudbu nelegálně stahovat a příjmy celého hudebního průmyslu se snižovaly. Díky streamovacím službám je umožněno poslouchat hudbu prakticky každému za přijatelnou cenu. Lidé si tak zvykli za hudbu platit a začali tím podporovat trh, který byl značně nelegálním stahování zdevastován.

V tomto ohledu hraje významnou roli i osvěta v oblasti legislativy a osvěta v oblasti podpory hudebníků jako takových. Tato osvěta započala hlavně v USA ve spojitosti s nelegálním stahováním hudby a filmu a postupem času se rozšířila i do ostatních států. Řada lidí co si dříve všechnu hudbu stahovala přešla na streamovací platformy nebo si hudbu kupují přes digitální obchody, čímž podporují umělce.

Také je potřeba konstatovat, že některé dopady nebudou nijak měřitelné, jelikož mají spíše kvalitativní charakter. Tím je myšleno například motivace umělců k neustálému zlepšování, jelikož vidina toho, že se umělec bude moci věnovat hudbě tak aby to byl jeho hlavní zdroj příjmů, se u řady umělců vytratila. Další oblast, která je velmi špatně měřitelná je šedá ekonomika, na kterou bude mít krize velký vliv. Nezdáněné příjmy se velmi těžko měří a nedají se tedy započítat do celkových příjmů.

V rámci této prognózy byly vytvořeny tři časové horizonty a několik scénářů, které se s určitou pravděpodobností naplní.

## 6.1 Krátkodobá prognóza

První horizont je do jednoho roku. V tomto období bude velmi záležet na dalším vývoji, rozvolňování a výskytu dalších virových epidemií. Také bude záležet na promožení a rychlosti očkování, což bude mít velký vliv na koncerty a festivaly. Řada menších hudebníků, kteří nemají pasivní příjmy z vydané hudby, přijdou do značných problémů a je možné, že budou muset úplně změnit svoji práci. Na druhou stranu díky tomu že někteří hudebníci byli nuceni zůstat po nějakou dobu doma, tak si našli spoustu času na samotnou tvorbu hudby. Z toho lze vyvodit, že nás bude čekat spousta nově vytvořené hudby a nového obsahu.

Umělci budou také hledat nové inovativní cesty, jak si vydělat peníze jiným způsobem. K tomu slouží například platforma Patreon, kterou jsme podrobněji rozebrali v teoretické části. Vzhledem k tomu, že se meziroční růst počtu uživatelů za poslední rok dvakrát zvýšil oproti rokům předešlým, tak je velmi pravděpodobné, že tento trend bude následovat i v roce 2021.

Pořadatelé akcí a festivalů se také dostali do značných problémů, jelikož kvůli uzavřeným hranicím a vládním restrikcím nebudou povoleny větší akce. Proto se řada festivalů přesunula na příští rok a další se k nim postupně přidají. Ve většině případů se tato situace řešila tak, že zákazníci dostali místo zakoupené vstupenky voucher a mohou ho uplatnit na příštím ročníku. Problém ovšem je v tom, že sami organizátoři nevědí, zdali bude vůbec možné v roce 2021 uspořádat další ročník. Mezi fanoušky a pořadateli tak vznikla velmi nepříjemná situace a pořadatelům nezbývá nic jiného než doufat, že vše proběhne v pořádku.

Další věcí je, že řada nákladů již byla uhrazena jako například náklady na marketingové kampaně nebo zálohy a letenky. Pro booking agenty je situace také velmi nepříjemná, jelikož kvůli nejisté letní festivalové sezóně ubylo řady zakázek. Některé bookingy jsou zase nejisté s ohledem na transport hudebníků mezi státy. Dalším problémem je, že situace a státní restrikce jsou v různých státech jiné a hudebníci tak třeba nemůžou přijet, jelikož by museli jít do karantény a nemohou si to dovolit.

Řada těchto subjektů bude částečně závislá na pomoci od státu. Výše finanční pomoci se ovšem liší a pro některé subjekty kompenzace zdaleka nestačí.

Z důvodu nemožnosti živých vystoupení začali hudebníci pořádat streamovaná vystoupení. Umělci jsou často velmi inovativní a streamují z velmi neobvyklých míst jako třeba z přírody nebo industriálních prostor. Díky tomu je možné očekávat další rozvoj v oblasti streamovaných představení i v budoucnu.

V celém hudebním průmyslu panuje velmi napjatá atmosféra a všichni doufají, že se co nejdříve vrátí do normálu, i když všichni vědí, že to nebude stejné jako dřív. I přes tuto náladu ovšem kolují spekulace o tom, že by v létě mohli akce a festivali proběhnout alespoň s testováním účastníků.

Za předpokladu rozvolnění se dá očekávat snížení počtu živých vystoupení, jelikož živá vystoupení jsou ovlivněna řadou rizikových faktorů a koronavirová krize zvýšila nejistotu návratnosti finančních prostředků.

V pesimistickém scénáři, kdy se situace nezlepší natolik, aby byly poveleny akce a festivaly bude největší dopad právě na živá vystoupení, jelikož jejich pořadatelé již nebudou schopni splnit svoje závazky.

Jedním z inovativních výplodů krize je například Tobacco Dock virtual, což je spojení počítačové hry a streamovaného vystoupení, kdy umělci hrají v různých virtuálních prostředích a návštěvníci hrají za fiktivní postavy.

## **6.2 Střednědobá prognóza**

Další horizont je dva až pět let, kdy budeme zaznamenávat největší dopad krize na hudební průmysl a už budou dostupná číselná data dopadu z prvního a druhého roku krize. Pakliže se situace bude vyvíjet dobře, můžeme předpokládat, že se bude trh vracet do předchozích kolejí. S jistotou ale můžeme říct, že trh nebude určitě stejný jako před krizí. Řada lidí z hudebního průmyslu začne dělat nějakou jinou činnost. Hudební scéna se v určitém smyslu zmenší a zůstane to nejvěrnější jádro tomuto odvětví. Jinými slovy, část lidí, co dělají v hudebním průmyslu pro peníze, se přeorientuje někam jinam a zůstanou ti pro, pro které je to více než jen příjem peněz. Tento jev může na zbytek subjektů v průmyslu působit pozitivně, jelikož ubude konkurence a zvýší se konkurenceschopnost některých subjektů.

V pesimistickém scénáři je možné, že přijdou další mutace koronaviru a svět nebude schopen dostatečně rychle očkovat svoje občany. V takovém případě je dost pravděpodobné, že hudební trh opustí další umělci, jelikož je opustí naděje v lepší zítřky. Taková to situace by měla na hudební trh velmi destruktivní dopady a pravděpodobně by se musel celý trh přetransformovat a adaptovat. Umělci a nahrávací společnosti budou hledat nové způsoby, jak se na trhu udržet.

## 6.3 Dlouhodobá prognóza

V horizontu do pěti až deset let se dá očekávat určitá obnova hudebního průmyslu a trh by se mohl „uzdravit“ z dopadů této krize. V tomto období se začnou projevat dlouhodobé dopady koronavirové krize, které nebudou na první pohled vidět. Mezi tyto dopady patří například úbytek profesionálních hudebníků.

Technologický pokrok se promítá do celé řady oblastí. Zrychlením výpočetní techniky budou moci hudebníci používat složitější software, což povede ke zkvalitnění zvuku a k novým možnostem.

Zrychlení přenosu dat bude mít zase vliv na zkvalitnění živého přenosu a streamování hudby a lidé si tak budou moci streamovat ve větších rozlišeních s lepší kvalitou zvuku. Pokrok můžeme sledovat i na poli softwarových a hardwarových syntetizérů. Dnešní syntetizéry jsou schopny generovat velmi nezvyklé zvuky, které ještě před pár lety nikdo netvořil. Vývojem výpočetní techniky se zvětšují možnosti a je možné tak vytvořit složitější syntetizéry. Postupný vývoj syntetizérů přináší nové možnosti jako třeba efekty.

Podíl nahrávacích společností bude mít nejspíše velmi podobný trend, což znamená že se bude lehce zvyšovat podíl nezávislých nahrávacích společností. Změnu by ovšem v této predikci mohlo vyvolat další spojování a odkupování menších společností většími. Další možností je, že se objeví další velké labely, které vzniknou růstem menších nezávislých společností.

Za pět až deset se může umělá inteligence posunout na takovou úroveň, že bude tvořit nástroj, který se bude hojně používat v praxi. Postupným zlepšováním bude možné méně a méně zasahovat do vytvořených skladeb a je možné, že jednou bude umělá inteligence na takové úrovni, že už skladby nebudeme muset nijak upravovat. K tomu může výrazně pomoci zrychlení dat a výpočetní techniky.

Streamovací služby budou mít ještě větší podíl na příjmech celkových a lze očekávat vznik nových platforem.

V oblasti hudebních žánrů se může stát, že některé hudební žánry ztratí posluchačskou základnu a fanoušci se přeorientují na něco nového nebo více inovativního, jelikož s jistotou můžeme říci, že se objeví nesčetné množství dalších hudebních žánrů. Je důležité říci, že to co dnes je považováno za hudbu budoucnosti, může být za deset let oldschool, i když nám to z pohledu současnosti přijde nemožné.

V oblasti funkcí hudby se může stát, že se hudba začne využívat novými způsoby a začne získávat nové funkce, tak jak si toho můžeme všimnout v posledních letech.

Marketing byl je a bude mocný nástroj toho, jak prodat svoji hudbu, a to samozřejmě neplatí jen v hudebním průmyslu. V budoucnu ovšem můžeme očekávat větší a větší důraz na tento nástroj.

Dále se dá také očekávat větší důraz na vizuální stránku umělce jako jsou například videoklipy. Převážně v posledních letech je vidět jak umělci dávají velké prostředky právě do videoklipů, které v některých případech jsou srovnatelné svoji kvalitou jako celovečerní filmy. Další vizuální oblastí jsou takzvané promofotky, na kterých je také

čím dál více vidět důraz. Někteří umělci se fotí ve výstředním oblečení nebo na nezvyklých místech. Dalším trendem v této oblasti jsou postprocesově upravené fotky, které se většinou zakomponují do nějakého grafického prostředí. To se většinou používá na covery u plakátů na akce a další potřebné promomateriály.

Další oblastí, ve které můžeme čekat posun a snahu o inovace jsou samotné představení. Světelná show a animované vizualizace jsou nedílnou součástí dnešních vystoupení a úroveň se neustále zvyšuje. V některých případech se jedná o takzvaný Audio-Visual projekt, kdy je jak hudební představení, tak audiovizuální show komponována dohromady, tak aby tvořili jeden celek. V budoucnu je také možné očekávat nové sociální sítě jako tomu v případě TikTocu, kdy například Instagram začal svoje Reels jako reakci na tento nový trend.

# Závěr

Cílem této práce bylo analyzovat dostupná data a provést výpočet budoucích hodnot za použití statistických a dalších metod. Na základě těchto výpočtů byla provedena prognóza vývoje hudebního průmyslu v různých oblastech a spojení těchto částí do jednoho celku.

V oblasti celosvětových příjmů ze streamovacích platforem bylo vypočteno, že v roce 2025 bude dosahovat hodnoty 21,3 miliardy dolarů. V oblasti příjmů z digitálního stahování by hodnota v roce 2025 dosahovala 1,4 miliardy. Z vypočtených hodnot bylo zřejmé, že zvýšením příjmu ze streamování se snižují příjmy z digitálního stahování. Byl vypočten korelační koeficient a vyšla hodnota -0,99, která nám potvrdila silnou negativní korelaci. Streamovací platforma Spotify má největší počet předplatitelů a to 35 % celkového počtu. Na druhém a třetím místě je Apple Music a Amazon.

Na základě vypočtených dat byla vytvořena krátkodobá, střednědobá a dlouhodobá prognóza vývoje hudebního průmyslu a několik scénářů možného vývoje. V krátkodobé prognóze jsou popsány dopady jako například úbytek profesionálních umělců. Ve střednědobé prognóze bylo zaměření hlavně na obnovu hudebního průmyslu a návrat do normálu. S jistotou můžeme říci, že hudební průmysl bude změněn a řada subjektů se bude muset přizpůsobit novým podmínkám.

V rámci dlouhodobé prognózy byl nastíněn možný vývoj v různých oblastech a inovace v rámci jednotlivých částí průmyslu.

Podle Statista Digital Market Outlook se v roce 2020 propadly příjmy ze sponzorovaných živých vystoupení o 65 % a příjmy z prodeje vstupenek o 64 %. Příjmy z fyzických nosičů se od roku 2000 neustále snižují v důsledku vzniku digitálních obchodů a streamovacích platforem.

Z analyzovaných dat vyplynulo, že koronavirová krize měla na některé oblasti trhu dopad negativní a na některé pozitivní. Mezi pozitivní oblasti patří například počet předplatitelů streamovacích služeb nebo počet uživatelů Patreonu. Některé dopady pandemie se ovšem projeví až za nějaký čas a některé dopady není možno datově zachytit. Marketing a vizuální stránka umělce začíná být více a více důležitá. Dříve záleželo hlavně na hudbě a dnes se umělci musí umět prodat. Sociální sítě v tomto kontextu nabývají větší a větší důležitosti.

Tempo růstu celosvětových tržeb se snížilo jen nepatrně, a proto tento předpoklad musíme zamítnout. Cíl práce byl splněn dle očekávání.

# Seznam použité literatury

## Tištěné zdroje

TSCHMUCK, Peter. *Creativity and Innovation in the Music Industry*. 2.vyd. Berlín, New York: Springer, 2012. ISBN 978-3-642-28429-8. Dostupné na:

[http://www.hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Tschmuck-Creativity\\_\\_Innovation\\_Music\\_Industry.pdf](http://www.hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Tschmuck-Creativity__Innovation_Music_Industry.pdf)

HUTCHISON, Thomas W., Amy MACY a Paul ALLEN. *Record label marketing*. 2nd ed. Burlington, MA: Focal Press, c2010. ISBN 978-0-240-81238-0.

MORRIS, Jeremy. *Selling digital music, Formatting culture*. Oakland: University of California Press, 2015. ISBN: 9780520287945

ŠTĚDROŇ, Bohumír, Marcela PALÍŠKOVÁ, Zdeněk SOUČEK, Antonín DVOŘÁK a Pavel TILINGER. *Prognostika*. V Praze: C.H. Beck, 2019. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-746-0.

RUTTER, Paul. *The Music Industry Handbook*. 2. vyd. Londýn: Routledge, 2016 ISBN 978-1-315-69287-6

## Internetové zdroje

*O firmě*. [online]., c2021. [cit. 12.04.2021]. Dostupné z: <http://www.parlophone.cz/ofirme/>

TPB AFK: The Pirate Bay Away From Keyboard. In: Youtube [online]. 27. 02. 2007. [cit. 2011-05-25]. Dostupné z: [https://www.youtube.com/watch?v=eTOKXCEwo\\_8&ab\\_channel=ThePirateBayAwayFromKeyboard](https://www.youtube.com/watch?v=eTOKXCEwo_8&ab_channel=ThePirateBayAwayFromKeyboard). Kanál uživatele: The Pirate Bay Away From Keyboard.)

*Na pomezí kreativity a umělé inteligence*. [online]., c2020. [cit. 12.04.2021]. Dostupné z: <https://www.hisvoice.cz/na-pomezi-kreativity-a-umele-inteligence/>

*From the future World.* [online], c2019. [cit. 12.04.2021]. Dostupné z: <https://www.fromthefutureworld.cz/>

*(R)evoluční hudba: genetické algoritmy, multiagentní systém a hudební kompozice.* [online], c2020. [cit. 12.04.2021]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/340491947\\_\\_Revolucni\\_hudba\\_geneticke\\_algoritmy\\_multiagentni\\_system\\_a\\_hudebni\\_kompozice](https://www.researchgate.net/publication/340491947__Revolucni_hudba_geneticke_algoritmy_multiagentni_system_a_hudebni_kompozice)

*MuseNet.* [online], c2019. [cit. 12.04.2021]. Dostupné z: <https://openai.com/blog/musenet/>

*Umělá inteligence Googlu se zase vytahuje. Mluví jako člověk, skládá vážnou hudbu.* [online], c2019. [cit. 12.04.2021]. Dostupné z: <https://www.svetandroida.cz/umela-inteligence-google/>

Morgan | IBM Creates First Movie Trailer by AI [HD] | 20th Century FOX. In: Youtube [online]. 31.08.2016. [cit. 12.04.2021]. Dostupné z: [https://www.youtube.com/watch?v=gJEzuYynaiw&ab\\_channel=20thCenturyStudios](https://www.youtube.com/watch?v=gJEzuYynaiw&ab_channel=20thCenturyStudios). Kanál uživatele 20th Century Studios.

AIVA / Antonín Dvořák: From the Future World. In: Youtube [online]. 29.03.2019. [cit. 12.04.2021]. Dostupné z: [https://www.youtube.com/watch?v=zsa9P4qkpzU&ab\\_channel=PKF-PraguePhilharmonia](https://www.youtube.com/watch?v=zsa9P4qkpzU&ab_channel=PKF-PraguePhilharmonia). Kanál uživatele PKF - Prague Philharmonia.

Zákon č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti a o změně některých zákonů (zákon o některých službách informační společnosti). In: Sběrka zákonů. ISSN 1211-1244.

*UMG - Home to Artists, Innovators and Entrepreneurs.* [online], c2021. [cit. 12.04.2021]. Dostupné z: <https://www.universalmusic.com/company/>

*Sony Music Entertainment UK & Ireland partners with Sony DADC UK for a multi-year full order to cash services contract.* [online], c2020. [cit. 12.04.2021]. Dostupné z: <https://www.sonydadc.com/news/sony-music-entertainment-uk-ireland-partners-with-sony-dadc/>

*Kdo jsme.* [online], c2021. [cit. 12.04.2021]. Dostupné z: <https://www.osa.cz/kdo-jme/o-nas/>

ČESKÁ NÁRODNÍ SKUPINA MEZINÁRODNÍ FEDERACE HUDEBNÍHO PRŮMYSLU, z. s. [online], c2021. [cit. 12.04.2021]. Dostupné z: <https://www.ifpicr.cz/cns-ifpi/obecne-informace/>



*About Us.* [online], c2020. [cit. 12.04.2021]. Dostupné z: <https://about.beatport.com/>

*About Juno.* [online], c2021. [cit. 12.04.2021]. Dostupné z: <https://www.juno.co.uk/help/about/>

*About Us.* [online], c2021. [cit. 12.04.2021]. Dostupné z: <https://bandcamp.com/about>

# Seznam grafů

Graf 1: Celosvětové příjmy hudebního průmyslu v roce 2019 podle druhu. Zdroj: Statista.com .....	27
Graf 2: Celosvětové příjmy hudebního průmyslu podle druhu v miliardách dolarů (Zdroj: IFPI.com).....	28
Graf 3: Odhad celkových příjmů hudebního průmyslu v miliardách dolarů (Zdroj: Vlastní výpočty).....	29
Graf 4: Odhad celkových příjmů hudebního průmyslu pomocí funkce Forecast (Zdroj: Vlastní výpočty).....	30
Graf 5: Dopad na tempo celosvětových hudebních příjmů podle Midia Research (Zdroj: Statista.com) .....	31
Graf 6: Celosvětový podíl předplatitelů streamovacích služeb v roce 2019 (Zdroj: Statista.com) .....	32
Graf 7: Příjem Spotify v milionech euro 2013-2019. (Zdroj: Statista.com).....	33
Graf 8: Odhad příjmů Spotify 2020-2025 (Zdroj: Vlastní výpočty).....	34
Graf 9: Celosvětový tržní podíl nahrávacích společností od roku 2007 až 2017 (Zdroj: statista).....	35
Graf 10: Předpověď celosvětových příjmů z digitální hudby podle segmentu 2017 - 2025 (Zdroj: Statista.com).....	36
Graf 11: Meziroční přírůstky celosvětových příjmů z digitální hudby 2017 - 2025 (Zdroj: Vlastní výpočty).....	37
Graf 12: Srovnání odhadů příjmů ze streamování hudby (Zdroj: Vlastní výpočty) .....	38
Graf 13: Srovnání odhadů příjmů z hudebního stahování (Zdroj: Vlastní výpočty).....	39
Graf 14: Odhad celosvětových příjmů z živé hudby v miliardách dolarů (Zdroj: Statista.com) .....	40
Graf 15: Odhad změn celosvětových příjmů z živé hudby (Zdroj: Statista.com).....	41
Graf 17 Účast na festivalech po lockdownu v Evropě roku 2020 (Zdroj: Statista.com).....	42

# Seznam obrázků

Obrázek 1 Model distribuce hudby Zdroj: The Music Maze .....	14
--	----

# Seznam příloh

1. Prognóza vývoje hudebního průmyslu - výpočty

# Evidence výpůjček

Prohlášení:

Dávám svolení k půjčování této diplomové práce. Uživatel potvrzuje svým podpisem, že bude tuto práci řádně citovat v seznamu použité literatury.

Jméno a příjmení: Adam Štulík

V Praze dne: 13. 05. 2021

Podpis:

Jméno	Oddělení/ Pracoviště	Datum	Podpis