

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra informačních technologií



Bakalářská práce

Analýza online poskytovatelů audiovizuálních služeb

Jan Brychta

© 2020 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jan Brychta

Systémové inženýrství a informatika
Informatika

Název práce

Analýza online poskytovatelů audiovizuálních služeb

Název anglicky

Analysis of online audiovisual service providers

Cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce bude podrobná analýza vybraných placených poskytovatelů online audiovizuálních služeb, porovnání míry jejich využívání v České republice s ohledem na postupný vzrůst počtu obdobných platforem. Dílčím úkolem bude zhodnocení vlivu neplacených poskytovatelů na rozšíření placených poskytovatelů mezi uživatele.

Metodika

K vypracování teoretické části bude využito odborných a vědeckých literárních zdrojů. V praktické části budou využity poznatky získané studiem literárních zdrojů a praxí získaných znalostí. Na základě provedeného průzkumu budou doporučeny nejčastěji používané poskytovatele online audiovizuálních služeb. Dále bude podle analýzy zjištěných dat a porovnání daných poskytovatelů vytvořen návrh na optimální audiovizuální online službu.

Doporučený rozsah práce

40 stran

Klíčová slova

platformy, Netflix, HBO GO, Amazon Prime, Disney plus, Hulu, Youtube TV, Apple TV+, stream

Doporučené zdroje informací

Charvát Martin. O nových médiích, modularitě a simulaci. ISBN: 978-80-7476-121-8

Jackson Aurelia. Netflix: How Reed Hastings Changed the Way We Watch Movies & TV. ISBN: 9781422231845

Kyncl Robert. Streampunkeři, YouTube a rebelové přetvářející média. ISBN: 978-80-7577-565-8

Rayburn Dan. Streaming and Digital Media: Understanding the Business and Technology. ISBN: 978-1138143623

Smith Michael, Telang Rahul. Streaming, Sharing, Stealing – Big Data a the Future of Entertainment. ISBN: 9780262534529

Předběžný termín obhajoby

2019/20 LS – PEF

Vedoucí práce

doc. Ing. Edita Šilerová, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra informačních technologií

Elektronicky schváleno dne 25. 2. 2020

Ing. Jiří Vaněk, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 26. 2. 2020

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 26. 02. 2020

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Analýza online poskytovatelů audiovizuálních služeb" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15.3.2020 _____

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval Mgr. Editě Šilerové, Ph.D. za pomoc a odborné vedení při zpracování bakalářské práce.

Analýza online poskytovatelů audiovizuálních služeb

Abstrakt

Tato bakalářská práce je zaměřena na analýzu online poskytovatelů audiovizuálních služeb a jejich využívání v České republice. Hlavním cílem je podrobná analýza služeb a porovnání třech nejrozšířenějších poskytovatelů služeb mezi sebou, ze kterých je následně vybrána nejvýhodnější služba pro preference českého diváka. Dílčím cílem je zjištění, jak nelegální služby ovlivňují využívání legálních služeb a dále slovní návrh optimální služby, která vychází ze získaných informací jak z načtené literatury, tak od uživatelů.

V teoretické části je uvedena stručná historie všech porovnávaných služeb a jejich budoucí vývoj. Dále je zde zmíněno, jakým způsobem služby zpracovávají a využívají data o uživatelích a jakým způsobem zasahují do jejich fungování pirátské servery.

Praktickou část tvoří analýza rozdílů mezi službami, dále dotazníková metoda, která je zaměřena na zjištění míry využívání audiovizuálních služeb a ovlivnění uživatele pirátskými stránkami. Dotazníková metoda dále slouží ke zjištění preferencí uživatelů, které jsou dále využity ve vícekriteriální analýze variant. V této metodě jsou porovnávány tři nejrozšířenější služby na základě hlavních preferencí zjištěných v dotazníkové metodě.

V závěru práce jsou shrnuty všechny výsledky a poznatky z dotazníkové metody ohledně vlivu nelegálních služeb vůči legálním službám a je zde navrhována optimální audiovizuální služba. Dále je díky vícekriteriální analýze variant vybrána služba, která nejvíce vyhovuje preferencím českého uživatele.

Klíčová slova: Audiovizuální služba, Netflix, HBO GO, Amazon Prime Video, stream, big data, nelegální služba, vícekriteriální analýze variant

Analysis of online audiovisual service providers

Abstract

This bachelor thesis is focused on the analysis of online audiovisual service providers and their use in Czech Republic. Main goal of this bachelor thesis is a detailed analysis of services and a comparison of the three most widely used service providers among themselves. From those providers is subsequently selected the most suitable one for main preferences of the Czech viewer. A partial goal is to find out how illegal services influence the use of legal services and the verbal suggestion of the optimal service based on information obtained from users.

In the theoretical part is a brief history of all compared services, their main differences and their future evolution. It is also mention here how services process and use data about users and how pirate servers influence those services.

The practical part contains a questionnaire method, which is focused on finding out the extent of use audiovisual services and influencing users by pirate servers. It also serves to determine the preferences of users, which are further used in multi-criteria analysis of variants.

At the end of the thesis are summarizes all results and findings from the questionnaire method regarding the impact of illegal services on legal services. It is also suggested here optimal audiovisual service. In the end, thanks to multi-criteria variant analysis, is selected the most suitable service for main preferences of the Czech viewer.

Keywords: Audiovisual services, Netflix, HBO GO, Amazon Prime Video, stream, big data, illegal services, multi-criteria variant analysis

Obsah

1 Úvod	11
2 Cíl práce a metodika	12
2.1 Cíl práce.....	12
2.2 Metodika.....	12
3 Teoretická východiska	13
3.1 Definice placených online poskytovatele audiovizuálních služeb	13
3.2 Poskytovatelé audiovizuálních služeb v České republice	14
3.2.1 Netflix.....	15
3.2.1.1 Historie.....	15
3.2.1.2 Současnost.....	16
3.2.2 HBO GO.....	17
3.2.2.1 Historie.....	17
3.2.2.2 Současnost.....	18
3.2.3 Amazon Prime Video	18
3.2.3.1 Historie.....	19
3.2.3.2 Současnost.....	19
3.3 Obsah podle zkoumání zákazníka	20
3.3.1 Sběr dat.....	20
3.3.2 Vlastní tvorba	21
3.3.3 Marketing	22
3.3.4 V praxi.....	22
3.4 Pirátské stránky.....	23
3.5 Budoucnost audiovizuálních poskytovatelů	25
3.6 Vícekriteriální analýza variant.....	26
3.6.1 Varianty.....	27
3.6.2 Kritéria	27
3.6.2.1 Preference kritéria	27
3.6.2.2 Váha kritéria.....	27
3.6.3 Kompromisní varianta.....	28
3.6.4 Bodovací metoda s váhami	28
4 Vlastní práce	29
4.1 Rozdíly mezi službami	29
4.2 Dotazníková metoda	31
4.2.1 Otázky – 1. část: Využívání služeb	31

4.2.2	Otázky – 2.část: Preference uživatelů	37
4.3	Vícekritériální analýza variant.....	41
4.3.1	Stanovení vah kritérií	41
4.3.2	Bodovací metoda s váhami	42
4.3.2.1	Porovnání jednotlivých kritérií služeb	43
4.3.2.2	Výsledek – kompromisní varianta	47
5	Výsledky a diskuse.....	48
5.1	Dotazníková metoda	48
5.2	Vícekritériální analýza variant.....	48
5.3	Optimální služba pro české uživatele	49
6	Závěr.....	50
7	Seznam použitých zdrojů.....	51

Seznam grafů

Graf 1 - Rozdělení respondentů podle pohlaví.....	31
Graf 2 - Rozdělení respondentů podle věku.....	32
Graf 3 - Nejvyšší dosažené vzdělání.....	32
Graf 4 - Povolání.....	33
Graf 5 - Využívání služeb.....	34
Graf 6 - Podíl audiovizuálních služeb ke sledování.....	34
Graf 7 - Výhody služby.....	35
Graf 8 - Rozdělení poplatku.....	35
Graf 9 - Průměrná platba za službu.....	36
Graf 10 - Důvody k využívání pirátských stránek.....	36
Graf 11 - Preference typu obsahu.....	37
Graf 12 - Preference žánru.....	38
Graf 13 - Preference roku tvorby.....	38
Graf 14 - Kvalita obrazu při sledování.....	39
Graf 15 - Průměrná potenciální platba za službu.....	40
Graf 16 - Preference kritérií.....	40

Seznam tabulek

Tabulka 1 - Váhy kritérií dle preferencí uživatelů.....	42
Tabulka 2 - Velikost obsahu služby dostupné pro ČR.....	43
Tabulka 3 - Souběžné sledování obsahu na více zařízeních.....	43
Tabulka 4 - Měsíční poplatek za službu.....	44
Tabulka 5 - Obsah s nejvíce oblíbeným žánrem.....	44
Tabulka 6 - Obsah s dostačující kvalitou obrazu.....	45
Tabulka 7 - Obsah oblíbeného typu obsahu.....	45
Tabulka 8 – Obsah preferovaných roků výroby.....	46
Tabulka 9 – Počet zaregistrovaných zařízení.....	46
Tabulka 10 - Výsledek bodovací metody s vahami.....	47

1 Úvod

Žijeme v době, ve které se kvůli vzrůstajícím novým technologiím člověku nabízí větší možnosti, kdy a kde sledovat filmy nebo seriály. Donedávna byla hlavním přísunem tohoto obsahu hlavně televize, která nám skrze televizní programy zprostředkovává naše oblíbené filmy a seriály. Tento způsob distribuce je však limitován hlavně z časového hlediska, neboť se daný obsah vysílá na určitém programu v určitý čas a pouze v určitý den. Mezi další možnosti sledování můžeme ještě zařadit pořízení přenosového média, na kterém je oblíbený obsah nahrán. Úskalí každého jednoho média je takové, že obsahuje pouze jeden daný film či seriál a při pořízení se platí za každý tento obsah zvlášť. Všechny tyto formy sledování filmů či seriálů však nahrazují novější služby, které přicházejí se stále rychlejším vývojem internetu. Tyto placené služby jsou ve světě již velmi rozšířené a oblíbené, a to hlavně kvůli tomu, že se zaměřují na velký obsah výběru a nepřilíš velkou cenu s porovnáním k přenosovým médiím výše zmíněných. Obsah těchto služeb není časově limitován, tudíž se na něj lze podívat v jakýkoliv den či hodinu s možností pozastavení obsahu a zhlédnutí zbytku v jiný čas, bez obavy ze ztráty důležitých informací o ději.

Přestože jsou audiovizuální online služby ve světě velmi populární, v České republice je ovšem procentuální využívání poskytovatelů online služeb velmi malé. Český statistický úřad zveřejnil v listopadu roku 2019 data, podle kterých využívají placené služby pouhá 3 % Čechů. Tím se Česká republika řadí na poslední místo ze všech států z EU (Prokeš, 2019).

S růstem internetu vzrůstají již zmiňované legální služby, ovšem vzrůstají i služby nelegální. Nelegálními službami jsou myšleny samozřejmě internetové servery, které poskytují obsah zdarma, přičemž tento obsah je distribuován nelegálním způsobem, neboť tvůrci obsahu nedostávají od serverů za zpřístupnění jejich tvorby žádné peníze. V roce 2019 zasáhla proti těmto serverům protipirátská unie, což způsobilo ukončení provozu většiny pirátských serverů. Pirátské servery byly omezeny, ovšem nevymizely úplně a lidé si stále mohou nelegální obsah pustit na internetu či stáhnout.

Tato práce se zaměřuje primárně na legální služby a zkoumám, jaký obsah poskytují pro Českou republiku, v jaké míře se využívají a zda mají na jejich používání vliv právě výše zmiňované nelegální služby.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem bakalářské práce bude podrobná analýza vybraných placených poskytovatelů online audiovizuálních služeb, porovnání míry jejich využívání v České republice s ohledem na postupný vzrůst počtu obdobných platforem. Dílčím úkolem bude zhodnocení vlivu neplacených poskytovatelů na rozšíření placených poskytovatelů mezi uživatele.

2.2 Metodika

K vypracování teoretické části bude využito odborných a vědeckých literárních zdrojů. V praktické části budou využity poznatky získané studiem literárních zdrojů a praxí získaných znalostí. Na základě provedeného průzkumu budou doporučeny nejčastěji používaní poskytovatelé online audiovizuálních služeb. Dále bude podle analýzy zjištěných dat a porovnání daných poskytovatelů vytvořen návrh na optimální audiovizuální online službu.

3 Teoretická východiska

3.1 Definice placených online poskytovatele audiovizuálních služeb

Placené online poskytovatele audiovizuálních služeb lze chápat jako jakési virtuální videopůjčovny. K obecnému pojmenování těchto systému existuje anglická zkratka VOD (zkr. anglického Video on Demand), do Českého jazyka přeloženo jako „Video na vyžádání“. Media Wave definuje tento pojem jako: „*Systém distribuce videa, který uživatelům umožňuje přístup k audiovizuálnímu obsahu bez tradičního vybavení a bez typického omezení vysílacího plánu.*“ (Wheeler, 2016).

Tyto virtuální videopůjčovny fungují na bázi aplikací, které každá služba vyvinula k jednoduchému zprostředkování celého nabízeného obsahu uživatelům. Aplikace se instalují na kompatibilní koncová zařízení s přístupem na internet. V dnešní době není problém taková zařízení sehnat, neboť jsou ve většině domácností již dávno jejich součástí, případně je lze pořídit i za relativně malou cenu. Mezi kompatibilní koncová zařízení spadají hlavně chytré televize, chytré telefony, tablety, herní konzole a dále také set-top boxy a blu-ray přehrávače, přičemž internetové připojení je již dlouhá léta také nedílnou součástí již snad skoro každé domácnosti v České republice.

K využívání a ke správnému fungování služby si musí uživatel, po instalaci aplikace na koncovém zařízení, nejprve založit účet, díky kterému lze jednoznačně určit, který uživatel aplikaci využívá. Tento účet primárně slouží k placení měsíčního paušálního poplatku, díky kterému lze danou videotéku používat. Dále je také účet využíván k ukládání dat například o sledování pořadů a vyhodnocování dále nabízeného obsahu, či ukládání historicky zhlédnutých či rozkoukaných pořadů. Účtem se lze přihlásit i do více zařízení, což znamená, že lze sledovat nabízený obsah z více míst bez nutnosti zakládání jiných účtů. Omezení na počet zařízení má však každá služba nastavenou jinak. Virtuální videotéka se díky připojení k internetu a přímé komunikaci s databázovým serverem služby aktualizuje a přidává do svého obsahu nejnovější filmy či díly seriálů, což pro uživatele znamená, že může nový obsah shlédnout ihned po jeho vydání. Služba dále zpracovává údaje o účtu, jakožto které seriály či filmy jsou nejvíce sledovány nebo jaké žánry patří k nejoblíbenějším a díky těmto datům upravuje a vydává distribuovaný obsah.

Díky těmto algoritmům a přístupnosti se tyto služby vymykají od ostatních audiovizuálních distributorů a získávají velkou oblíbenost mezi uživateli, poněvadž reagují na potřeby zákazníka v reálném čase a nenabízí pouze statický obsah. Fungují na bázi velké

dostupnosti obsahu v jakýkoliv den a jakoukoliv hodinu bez časového omezení a možnosti pozastavení sledování bez ztráty důležitých informací o ději, či přeskakování nebo přetočení obsahu dle libosti. Některé služby dokonce využívají i možnosti stáhnutí konkrétního obsahu do koncového zařízení s možností přehrát si tento obsah později bez nutného připojení k internetu.

3.2 Poskytovatelé audiovizuálních služeb v České republice

V České republice figuruje velké množství služeb, které nabízejí tuto formu sledování audiovizuálního obsahu. Jedná se například o české distributory pořadů jako je iVysílání, Prima Play či Nova Voyo, které se z větší části zaměřují na český kontent a fungují spíše jako databáze již odvysílaných televizních pořadů daného televizního programu, který služba provozuje. Dalšími tuzemskými službami jsou ještě například Aerovod nebo DAFilms, které fungují i na bázi zakoupení pouze jednoho titulu za určitý obnos peněz bez nutnosti platit měsíční poplatek. Tato forma služby slouží spíše k jednorázovému nákupu určitého titulu, který uživatel chce shlédnout bez toho, aniž by se musel vázat k měsíčnímu placení poplatku za sledování. Služby tohoto formátu neobsahují velké množství pořadů, ze kterých lze vybírat, nebo se zaměřují pouze na určité formy pořadů jako je to například v případě služby DAFilms, která se zabývá z většiny pouze dokumentárními filmy.

Mezi nejrozšířenější světové distributory, kteří figurují v České republice, lze s jistotou zařadit hlavně Netflix, HBO GO a Amazon Prime Video. Jejich velká sláva a velké využívání je hlavním důvodem, proč jsou právě tyto tři služby vybrány k porovnání ohledně řešené problematiky v této práci. Celosvětové rozšíření těchto služeb má na svědomí hlavně jejich velký výběr z obsahu, který je dále distribuován do nespočetného množství jazyků formou titulků nebo dabingu. Tímto širokým výběrem si získávají velkou popularitu jak ve světě, tak u nás, což je řadí mezi distributory světové formy. Všechny tyto služby fungují nejen na formě distribuce cizích filmů či seriálů, ale zaměřují se i na vlastní tvorbu pořadů. Tímto způsobem každá služba reaguje na potřeby zákazníků a vytváří takový obsah, který je dělaný přesně na míru koncovým uživatelům.

Existuje ještě mnoho dalších zahraničních služeb u nás, které fungují na bázi virtuálních videopůjčoven, ovšem tyto služby nejsou tolik rozšířené jako již zmiňovaný Netflix, HBO GO či Amazon Prime Video. Ve většině případů se ovšem jedná o služby, které neobsahují velké množství pořadů. Tyto služby sice lze v České republice využívat ale nabízený obsah je velmi střídavý a potýká se i s problémem chybějících titulů s českými titulky či dabingem, což jejich

distribuci u nás ztěžuje. Jedná se například o Apple TV+, který nabízí pouhých třináct titulů ke sledování pro českého diváka (Plesa, 2020).

Za zmínku určitě stojí ještě služba Disney+, která byla v zahraničí spuštěna teprve v listopadu 2019, ovšem i za tak krátkou dobu byla již schopna nasbírat přes deset miliónů uživatelů (Joan, 2019). Na populárnosti jí přidal hlavně velmi kvalitní obsah, který je zajímavý hlavně z toho důvodu, že poskytované tituly pocházejí z produkce Disney, Pixar, Marvel a National Geographic. Tato služba si sbírá své uživatele již v Kanadě, Nizozemsku, USA či na Novém Zélandu, avšak v České republice je zatím nedostupná. Do České republiky by se měla služba dostat až v roce 2021, ve kterém by měla být služba Disney+ již dostupná po celém světě (Václavík, 2019).

3.2.1 Netflix

Netflix se řadí mezi jednu z nejvyužívanějších služeb v tomto odvětví. Nebál bych se ani říci, že je dokonce i nejvyužívanější službou svého oboru. Netflix je tak silnou službou, že se stává nedílnou součástí většiny moderních domácností po celém světě. Je to tak velmi globálně rozšířená služba, že mimo zábavní průmysl zasahuje i do politických sfér. Jak řekl ruský ministr kultury Vladimír Medinsky: „*Netflix je součástí amerického komplotu na ovlivňování světové kultury*“ (Medinsky, 2016). Z tohoto výroku si tak můžeme vyvodit, jak moc velká služba Netflix opravdu je.

Zajímavé na vzniku Netflixu je, že původní myšlenka jeho vytvoření nebyla nijak spojena se službou na bázi virtuální videotéky, ale vývoj služby se k tomuto konstruktu dostal samovolně, čímž z velké části inspiroval vznik i dalších služeb na podobném principu.

3.2.1.1 Historie

Historie Netflixu sahá až do roku 1997 do společnosti Pure Artia Corporation, kde se v Kalifornii rozhodli dva softwarový inženýři Marc Randolph a Reed Hastings založit firmu na půjčování DVD skrze internet a poštu. Firma se spustila v roce 1999 s poněkud, na svou dobu, podivným systémem placení za vypůjčené nosiče. Zákazníci platili měsíční poplatek za možnost vypůjčení si neomezený počet nosičů. Hlavní idea Netflixu byla na světě.

Tento systém měsíčního poplatku, místo klasické formy platby za vypůjčený obnos nosičů, znamenal pro firmu velký úspěch. Nový a inovativní způsob placení za službu generovalo firmě velké množství peněz, ze kterých Netflix dále vylepšoval svou firmu s účelem lepší a rychlejší dostupnosti zákazníka k obsahu. Milníkem se stal rok 2007, kdy se firma začala

transformovat do takové podoby, jakou jí známe nyní, tedy na online databázi obsahující vše, na co měl Netflix v té době právo vysílat. Tato databáze umožňovala svým zákazníkům sledovat televizní pořady a filmy na internetu ihned na svém počítači, bez nutnosti fyzického vypůjčení nosiče s nahraným obsahem (Kyncl, a další, 2018).

Netflix se dále vyvíjel a dostupnost této služby se rozšířila i na další zařízení. V roce 2008 se kromě počítačů Netflix dal již nainstalovat na herní konzole a set-top boxy. O rok později se podporovaná zařízení rozšířila o televize s připojením k internetu a o pár dalších zařízení s přístupem na internet. Postupným vývojem se mezi další zařízení zařadil Apple iPad, iPhone či Nintendo Wii, a nakonec bylo možné Netflix využívat na skoro všech zařízeních, která měla přístup k internetu.

V roce 2010 se Netflix začal rozšiřovat i do celého světa, kdy se oficiálně tato služba spustila mimo Spojené státy americké, a to konkrétně v Kanadě. O rok později následovalo rozšíření do Latinské Ameriky a Karibiku a v dalším roce, tedy v roce 2012, se Netflix rozšířil až do některých států v Evropě, jakožto například do Spojeného království či Irska, a dokonce i do některých norských zemí. Postupem času se Netflix dostával do stále více států a v roce 2016 se rozšířil do celého světa (Jackson, 2014).

3.2.1.2 Současnost

Nyní se Netflix využívá ve 190 zemích po celém světě a čítá přes 167 milionů předplatitelů, z nichž je zhruba 61 milionů v USA a 106 po zbytku světa (Watson, 2020). V nabídce mají více než 5 000 titulů, které jsou tvořeny zhruba ze dvou třetin filmy a z jedné třetiny seriály.

V České republice je již plně integrovanou a podporovanou službou, kterou lze využívat po celém území ČR s připojením na internet. Plnou podporu uživatelského rozhraní pro Českou republiku Netflix spustil v říjnu roku 2019. Podporovaných titulů pro Českou republiku je něco přes 1 200. Mezi podporované tituly, které jsou tvořeny zahraniční tvorbou obsahující buď české titulky nebo český dabing, spadá také přímo tuzemská tvorba (Wolf, 2019).

Netflix není pouhým distributorem cizí produkce, ale tvoří kontent i z vlastní produkce. Z celkového obsahu je zhruba čtvrtina obsahu vytvořena z vlastní produkce, což je v přepočtu více než 1 000 titulů. Obsah vlastní tvorby tvoří zhruba 400 seriálů a 600 filmů (Cohen, 2020).

3.2.2 HBO GO

Mezi další nejrozšířenější audiovizuální služby se řadí již zmiňované HBO GO. Tato služba je další velmi oblíbenou celosvětovou službou fungující na bázi virtuální videotéky. Počátky této služby jsou strukturou jejího vývoje a vzniku úplně jiné než u již zmiňovaného Netflixu. HBO GO pochází totiž z produkce kabelové televize HBO, která tuto službu vytvořila přímo za účelem virtuální videotéky.

Takovýto vznik služby přinesl mnoho uživatelů již při vydání, neboť zprvopočátku služba sloužila jako podpora kabelové televize HBO, v níž si uživatel mohl pustit zpětně již odvysílané pořady na HBO. Pro službu to tedy znamenalo, že kdokoliv měl v tu dobu předplatné HBO získal automaticky i službu HBO GO.

3.2.2.1 Historie

Kabelová televize HBO vznikla v roce 1972 v New Yorku a za jejím vznikem stojí firma Time Warner Inc. Za vznikem této kabelové televize stála myšlenka toho, že se skrze tento kanál budou vysílat nesestříhané a nekomerční filmy, přičemž každý uživatel, který bude chtít službu využívat, zaplatí za zpřístupnění obsahu kanálu. V roce 1975 se HBO stalo první americkou sítí, kterou si uživatel měl možnost pořídit skrze satelit, čímž se stala prvním národním kabelovým kanálem.

V těchto letech začaly vznikat konkurenční služby, a proto v roce 1980 HBO vydalo svůj druhý kanál jménem Cinemax. Díky této nabídce, a zdatně nižší ceně oproti ostatním kabelovým službám, začalo HBO využívat stále více lidí, čímž bylo HBO schopné nakupovat více práv na vysílání připravovaných snímků od filmových společností. Často také HBO financovalo filmy výměnou za vysílací práva.

V 80. letech začalo HBO také tvořit vlastní obsah, ale jednalo se pouze o okrajovou a spíše experimentální tvorbu. Velká změna nastala až v 90. letech, kdy začalo HBO investovat o poznání více peněz do produkce vlastní tvorby. Jednalo se hlavně o dramatické seriály, které byly zacíleny přímo na dospělé uživatele. Tato tvorba si vynesla velkou popularitu mezi uživateli a zároveň i chválu kritiků, protože se jednalo o velmi kvalitně natočený obsah. HBO také výrazně ovlivnilo televizní komedii, neboť v roce 1989 vydalo nový kanál HBO Comedy Channel, který dal za vznik a za proslavení mnoha komediálních seriálů a show. Skrze další roky HBO vydávalo více a více kanálů, jako například HBO2 nebo Cinemax 2 (Gregersen, 2020).

V roce 2010 HBO vydává internetovou službu k přehrávání obsahu online. Jedná se o službu HBO GO, díky které má divák přístup do knihovny všech aktuálně vysílaných filmů a seriálů a všech produkcí od HBO. Při vzniku se služba HBO GO dala pořídít pouze s již předplaceným HBO ale od roku 2017 lze tuto službu v České republice a dalších zemích využívat i bez nutnosti smlouvy s operátorem.

V následujících letech byly uvedeny ještě další dvě služby na podobné bázi, a to v roce 2014, kdy bylo vydáno HBO Now, které však není v České republice zatím dostupné a poté v roce 2018 HBO Max, které zatím nebylo spuštěno nikde ve světě.

3.2.2.2 Současnost

HBO GO je nyní dostupné ve více než 70 zemích a ve spojení s HBO jej využívá celosvětově již přes 140 miliónů uživatelů, z nichž jich je zhruba 35 miliónů ze Spojených států a zbytek po celém světě (Alexander, 2019).

V České republice je od listopadu 2017 plně integrovaná jako samostatná streamovací služba. Obsahuje k 1 500 titulů, z nichž tvoří zhruba dvě třetiny filmy a jedna třetina seriály. Výhodou této služby je, že všech nabízených skoro 1 500 titulů je plně podporováno českým dabingem či titulky, tudíž lze nabízený obsah plně využívat i v České republice, oproti například Netflixu, který nabízí pro českého diváka pouze čtvrtinu celého nabízeného obsahu. Mimo jiné také služba nabízí zhruba 40 titulů, které jsou tuzemské tvorby.

Jak bylo již zmíněno, HBO se zabývá i vlastní tvorbou obsahu, a proto lze ve službě HBO GO nyní nalézt skoro polovinu obsahu z vlastní produkce. Zhruba 600 titulů z celé nabídky je tvořeno přímo pod produkcí HBO a čítá kolem 200 seriálů a 400 filmů.

3.2.3 Amazon Prime Video

Poslední zmiňovanou službou, na bázi virtuální videotéky, je Amazon Prime Video od společnosti Amazon. Stejně jako u HBO nešlo o samovolný vývoj společnosti k této službě, jako to bylo u Netflixu, ale šlo o cílené vytvoření služby k online distribuci televizního obsahu.

Vznik této služby je také zajímavý, protože společnost Amazon se zprvu nezabývala vůbec televizní tvorbou a Amazon Prime Video je jen jedním z jejich mnoha produktů, které lze označit za velmi rozsáhlé. Společnost Amazon se zabývá všemi možnými službami od internetového prodeje knih, oblečení, jídla a elektroniky až ke zprostředkovávání online služeb, do nichž spadají služby hudební, filmové či čtenářské.

3.2.3.1 Historie

Koncept Amazonu, jako internetového podniku, byl vymyšlen v roce 1994 podnikatelem Jeffem Bezosem v Seattlu, Washington. V roce 1995 byl Amazon, jakožto internetový obchod prodávající knihy, spuštěn s více než 1 milionem titulů na výběr. Díky širokému výběru knih, skvělým zákaznickým servisem a uživatelsky přívětivým designem webu, se ihned dostal Amazon do širokého povědomí čtenářů, což mu přineslo velký úspěch a výdělky. Kvůli vzrůstající konkurenci začal pomalu Amazon prodávat více produktů a ke knihám se přidaly například hudební nosiče, hračky, hry či spotřební elektroniku.

V roce 1999 si Amazon nechává patentovat možnost nákupu položky kliknutím myši zvanou „1-Click“, čímž poskytuje zákazníkům větší a jednodušší možnost nákupu a získává výhodu nad ostatními firmami, neboť umožňuje společnosti sbírat data o jejich uživatelích. V průběhu dalších let Amazon přidává další a další položky k prodeji. Mimo knihy, hudební nosiče a elektroniku začíná Amazon prodávat i oblečení, kuchyňské vybavení, dokonce i předplatné časopisů. Amazon se stává tak silnou firmou, že začíná zkupovat velké firmy v podobném odvětví, čímž si zařizuje ještě větší sílu (DePhillis, a další, 2019).

Důležitý je rok 2006, kdy Amazon spustil službu Amazon Prime ve Spojených státech. Tato služba poskytuje svým předplatitelům extra služby, které obsahují například zdarma doručení objednávky do dvou až tří dnů, dále online pouštění hudby či filmů a jiné výhody. Důležité je v tuto chvíli vznik služby, která se zabývá online přehráváním filmů. Tato služba nesla název Amazon Unbox a sloužila jako virtuální videotéka všem předplatitelům Amazonu Prime. Amazon Unbox obsahoval digitální verze vybraných filmů, které již Amazon nabízel k prodeji na DVD nebo Blu-ray nosičích. Časem bylo přidáváno více titulů a v roce 2014 byla služba rozšířena do dalších zemí, mezi které patřila například Anglie, Německo či Rakousko.

Služba byla přejmenována z Amazon Unbox na Amazon Video On Demand, následně na Amazon Instant Video, až k finálnímu názvu Amazon Prime Video. V roce 2016 se služba odtrhla od Amazon Prime a lze ji využívat bez nutnosti členství v Amazon Prime. V tom samém roce byla rozšířena do celého světa (Jarvey, a další, 2016).

3.2.3.2 Současnost

Nyní je služba využívána ve více než 200 zemích a teritoriích světa mezi které se zařazuje i Česká republika, pro kterou byla podpora Amazon Prime Video spuštěna ve stejném roce, jako i pro celý svět, a to v roce 2016 (Haas, 2016). Ve spojení s Amazon Prime má tato služba již přes 150 miliónů uživatelů po celém světě a v jejím obsahu můžeme nalézt již více než

26 000 titulů. Obsah je tvořen zhruba 24 000 filmy a 2 000 seriálů a je naplněn i kontentem z vlastní produkce služby, který čítá zhruba 400 titulů (Keyes, 2020).

Pro Českou republiku je ovšem nabídka velmi okrajová, neboť služba na našem území nabízí zhruba 700 titulů. Z tohoto počtu titulů většina obsahu spadá pod zahraniční tvorbu, ovšem pár titulů spadá i pod tvorbu českou. Ta je zastoupena pouhými třemi tituly. Ze zbytku zahraniční tvorby to pro českého diváka také není žádná sláva. Ze zmíněných 700 titulů jich pouhých 80 obsahuje český dabing či titulky, ostatní tituly lze sledovat pouze v původním znění, či s anglickými titulky.

3.3 Obsah podle zkoumání zákazníka

Všechny tyto služby jsou, jak jsem již zmiňoval, velmi rozšířené jak ve světě, tak i u nás. Důvodem jejich popularity je hlavně zajímavý obsah, který se každá služba snaží co nejvíce zacílit na své uživatele. K tomu, aby si služby udržely a dále zvětšovaly zástupy svých uživatelů využívají všechny služby sběr takzvaných big dat.

3.3.1 Sběr dat

Sběr big dat a výstup jejich zpracování jsou jedním z nejdůležitějších prvků každé služby, neboť díky informacím, které tyto data přinášejí, lze službu přizpůsobit požadavkům uživatelů. Dle definice big dat firmy Gartner se jedná o termín aplikovaný na soubory dat, jejichž velikost je mimo schopnosti zachycovat, spravovat a zpracovávat data běžně používanými softwarovými nástroji v rozumném čase. Tento obsáhlý soubor dat lze chápat nejen z hlediska jeho velkého objemu dat ale i z hlediska rychlosti jejich tvorby a z hlediska různorodosti jejich typů (Dolák, 2011).

Netflix, jakožto jedna ze služeb, která se zpracováním big dat zaobírá skoro nejvíce ze všech výše zmiňovaných služeb udává, že více než 75% divácké aktivity je založeno na doporučeních, která jsou zaměřena přímo na diváka. Nejvýraznější shromažďování dat se využívá při interakci zákazníka se sledovaným obsahem. Kupříkladu do souboru dat, která zpracovává při interakci uživatele s pořadem spadá čas a datum, kdy byl daný pořad sledován, jaké bylo použito zařízení ke sledování, zdali byl pořad během sledování pozastaven či byl po pozastavení znovu spuštěn a shlédnut až do konce. Zajímá se i o to, zda byl shlédnut celý seriál či nikoliv nebo jak dlouho trvalo tento seriál shlédnout celý. Zpracovávají se i data o tom, jaký obsah je hledán, kolikrát je hledán i jaké hodnocení daný vyhledaný obsah má. Díky všem těmto datům se následně vytváří detailní profil každého uživatele. Ke shromáždění všech těchto dat

a využití všech jejich potenciálu se využívá detailní analýza dat. Netflix například používá tzv. *Algoritmus doporučení*, který navrhuje pořady a filmy na základě preference uživatele (Dixon, 2019).

3.3.2 Vlastní tvorba

Jak jsem již zmiňoval výše, poskytovatelé těchto služeb nefungují pouze jako zprostředkovatelé cizího obsahu, ale zaměřují se i na vlastní tvorbu obsahu. Všechna sesbíraná data a jejich podrobná analýza nerozhodují pouze o tom, zda bude připravovaný pořad vůbec natočen, ale díky tomuto velkému objemu informací jsou všechny připravované pořady točeny přesně na míru podle výstupu, která data přinášejí. Při rychlém pročítání nabízeného obsahu služeb se může zdát, že služby utrácí peníze za tvorbu jakéhokoliv seriálu či filmu, který producenty napadne a hledí se pouze na co největší objem nového obsahu, ovšem pravda je taková, že všechny nový kontent vytvořený z produkce dané služby je odvozený přímo z jejich uživatelské základny.

Díky zpracovaným datům se dá predikovat leccos. Jedním z měřítek je doba sledování, jakou uživatel vydrží u určitého formátu snímku. Pokud se tedy jedná kupříkladu o komediální seriál, tak je uživatel schopen sledovat jednu epizodu markantně kratší dobu vůči seriálu, který spadá žánrově do thrilleru. Z tohoto důvodu jsou pak u většiny nově vyprodukovaných komediálních seriálů jednotlivé epizody dlouhé pouhých dvacet až třicet minut oproti novým thrillerovým seriálům, kde se jejich jednotlivé epizody mohou vyšplhat až na délku jedné hodiny. Dalším měřítkem při potenciální tvorbě nového obsahu je i podrobné sledování časové linky seriálu, kdy se zpracovávají data o tom, zda byla nějaká scéna či část pořadu přeskočena nebo naopak byla vrácena zpět k přehrání. Tím se vytváří další soubor dat, ze kterého lze znovu vyčíst detailní informace o struktuře pořadu. Lze tedy podrobně zjistit čemu a v jaké míře se vyhnout při tvorbě dalšího obsahu, a naopak čemu věnovat větší pozornost ke spokojenosti zákazníka (Dixon, 2019).

Prvním úspěšným průkopníkem v této tvorbě byl Netflix, který vytvořil v roce 2013 z vlastní produkce seriál *Dům z karet*. Seriálu se díky velmi kvalitnímu a cílenému zpracování dostalo velkého úspěchu a službě Netflix přinesl velké množství uživatelů. Za úspěchem pořadu, mimo kvalitní zpracování, stál ovšem i velmi dobře propracovaný a cílený marketing (Smith, a další, 2016).

3.3.3 Marketing

Kvalitní marketing je nedílnou součástí úspěchu nabízeného obsahu daných služeb, přičemž i marketing prochází právě přes sesbíraná big data a je tak přímo zacílený své skupině uživatelů. Jedná se například o taková data, která vyhodnocují, jaký kontent máte nejraději. Pokud často sledujete pořady režírované stejným režisérem, při jakémkoliv vydání upoutávky na novou tvorbu tohoto režiséra Vám bude upoutávka automaticky nabídnuta. V některých případech se i na připravovaný pořad natočí více upoutávek, které jsou rozděleny přesně na část svého publika. Pokud tedy budete sledovat více obsahu zaměřeného a vyhodnoceného spíše pro ženy, bude Vám ze všech upoutávek natočených na nový pořad nabídnuta zrovna ta, která byla natočena pro ženské publikum. Takto je pak každá upoutávka natočena trochu jiným způsobem, aby si našla a přitáhla své publikum (Smith, a další, 2016).

Nicméně na marketing nových pořadů vlastní tvorby služby nevynakládají tolika času, protože právě díky již zpracovaným datům o uživatelích a vytvořeného kontentu přesně podle jejich zájmů, ještě před vydáním pořadu, už daná služba ví, kolik uživatelů bude mít o pořad zájem a co všechno má ve své struktuře obsahovat, aby služba své sledovatele motivovala ke sledování a aby měli o pořad zájem i nadále (Dixon, 2019).

3.3.4 V praxi

Přesuneme-li se tedy do praxe, se všemi těmito daty a cílené tvorby se stávají poskytovatele těchto služeb ideálními tvůrci nového obsahu. Již nelze vytvořit produkt, který by si nenašel své nadšence, čímž si právě služby vynáší velkou oblibu po celém světě. Z určitého pohledu by se dokonce dalo i říct, že poskytovatelé těchto služeb jsou spíše analytické nežli mediální firmy. Všechn vyprodukovaný kontent je tvořen s přesnou znalostí cílového zákazníka a je dodáván přesně na míru, skoro až bez rizika neúspěchu.

Netflix, HBO GO a Amazon Prime Video se řadí mezi nejvíce profitující služby ze sběru a vyhodnocení těchto dat. Každá služba má samozřejmě svůj vlastní algoritmus na sledování uživatele a vyhodnocování a analýzu dat, ale principiálně jsou jejich algoritmy podobné a jsou natolik výnosné, že mají služby dokonalý přehled o uživatelských preferencích, což jim umožňuje činit taková rozhodnutí, která poskytují velkou návratnost jejich investic. Z tohoto důvodu jsou služby schopny vyprodukovat nemalé množství vlastních nových pořadů ročně s jistotou úspěchu a výtěžku (Dixon, 2019).

Toto lze vysledovat i na statistikách, ve kterých divácky nejúspěšněji vychází ve většinovém zastoupení originální tvorba právě těchto služeb. Zaměříme-li se na Netflix, v roce

2019 proběhlo divácké hodnocení seriálů poskytované Netflixem a z 20 nejlépe ohodnocených titulů jich 15 je z originální produkce služby. U služby Amazon Prime Video proběhlo v tomtéž roce stejné hodnocení a z 19 divácky nejlépe ohodnocených seriálů jich je 13 z originální produkce Amazon. Stejně tomu tak je i u služby HBO GO, kde diváci ze všech nabízených seriálů vybrali 20 nejlepších a z tohoto čísla jich je 16 z originální produkce HBO (Clancy, 2019). Díky těmto statistikám lze říci, že obsah vyprodukovaný těmito službami opravdu nachází své uživatele a za hlavním úspěchem lze najít právě zmiňované shromažďování informací o sledování, z nichž lze po správné analýze a vyhodnocení příslušných dat vyprodukovat takový kontent, který si pokaždé najde svoje fanoušky.

3.4 Pirátské stránky

Vezmeme-li v potaz velkou popularitu nových seriálů a filmů hlavně mezi mladší populací, jak je tedy možné, že dle listopadového průzkumu v roce 2019 Českého statistického úřadu placené virtuální videotéky v České republice využívají pouhých 3 % z celé české populace (Prokeš, 2019)? V tuto chvíli přichází na scénu nelegální pirátské servery a stránky. Všechny nabízené legální služby jsou sice velmi lákavé, ale mají i svá omezení. Jedním je samozřejmě obsah, protože ne vždy lze u dané služby nalézt oblíbený titul a dojít do obchodu si film či seriál půjčit nebo zakoupit, je hlavně pro mladší populaci už dávnou historií. Dalším omezením je určitě i cena, protože, přiznejme si to, máme-li si vybrat mezi placenou a neplacenou metodou pořízení jakéhokoliv produktu, raději zvolíme tu neplacenou, i kdyby nás to mělo stát o trochu více práce.

Většina mladé populace, řekněme lidé do 34 let, umí s internetem a se všemi jeho funkcemi bez sebemenšího problému, tudíž pro ně není problém si sem tam nějaký ten film nebo seriál stáhnout nebo pustit online na stránkách, které ho poskytují zdarma. Jediné, co pro to musí udělat, je najít tu správnou stránku a proklikat se všemi možnými reklamami. Po absolvování této cesty pak už mají neplacené pole působnosti a mohou sledovat cokoli chtějí bez jakéhokoliv poplatku. Problém je v tom, že všechny tyto stránky s obsahem zdarma ho poskytují bez svolení tvůrců, případně bez peněžní odměny tvůrcům za distribuci jejich tvorby, čímž se dopouštějí nelegálního šíření daného titulu. Většina těchto serverů a stránek je zdarma, případně za minimální cenu, což láká i své uživatele, kteří raději využijí tento způsob pořízení obsahu než přes placené služby. Pokud uživatelé využívají tyto servery či stránky k osobnímu užití a nesdílejí pořízený obsah mezi další uživatele například za účelem výděleku, v praxi tito uživatelé nejsou za využívání těchto služeb trestáni zákonem. Legislativa je v tomto velmi

nejasná, ale ve většině případů se trestají hlavně zprostředkovatelé nelegálních serverů, protože protipirátské unie a sami vydavatelé bojují proti příčině, nikoliv proti důsledkům. Snaží se zabránit hlavně šíření nelegální tvorby (Slouka, 2019).

Šíření nelegálního obsahu mělo za vznik Aliance pro kreativitu a zábavu (zkr. ACE), mezi které patří například HBO, Netflix, Disney, Amazon, BBC či hollywoodská studia. ACE vzniklo proto, aby vytvořilo nátlak a donutilo ukončit činnost nelegálních video-platforem, což se jim na konci roku 2019 povedlo a například služby Openload, Vystream či Stremango, jedni z největších serverů poskytující nelegální obsah, byly nuceni ukončit svoji činnost, přičemž například samotná služba Openload měla měsíční návštěvnost přesahující 65 miliónů návštěv. Vypnutí těchto serverů způsobilo i zánik mnoha streamovacích webů, neboť velká část stránek na online filmy a seriály zdarma využívala právě výše zmíněné servery jako zdroj jejich obsahu. Pro Českou republiku to byla například oblíbená stránka Topserialy.to, kterou navštívilo měsíčně přes 22 miliónů návštěvníků a stránka tak byla 44. nejnavštěvovanější v České republice. V globálních číslech se jednalo o více než 1 000 zrušených webových stránek, které po zásahu ACE ukončili svoji činnost a na 50 nejnavštěvovanějších pirátských stránkách přestalo fungovat až 72 % obsahu. Kromě zrušení serverů museli provozovatelé ukončených služeb protipirátské unii ACE vyplatit vysoké odškodné, což může mít i dopad na budoucí rozhodnutí z pohledu globální pirátské scény (Voříšek, 2019).

Zrušením nelegálních serverů má být docíleno vzrůstu uživatelů, kteří si začnou předplácet legální služby ke sledování filmů či seriálů, jakožto Netflixu, HBO GO, Amazon Prime Video apod. Zajímavý je ovšem prosincový průzkum v roce 2019 firmy Nielsen Admosphere, který byl zaměřen na internetovou populaci starší 15 let z České republiky. V něm byla dotazována pětistovka respondentů ohledně reálného vlivu zrušení ilegálních serverů na českého internetového uživatele. Informace o zrušení streamovacích serverů s nelegálním videoobsahem zaregistrovaly bezmála dvě pětiny dotázaných, přičemž 20 % toto téma zároveň zajímalo a 19 % ne. Nejvíce tato informace zajímala nejmladší generaci internetových uživatelů, tedy ve věku 15–34 let. Zajímavostí však je, že 17 % dotázaných informace o rušení serverů nezachytilo, přitom je ale toto téma zajímavá. Mezi respondenty výzkumu je dále jen necelá pětina těch, které rušení provozu českých serverů nějak ovlivnilo – a mezi nimi opět převažují nejmladší respondenti. Na otázku, jaké konkrétní důsledky pro tyto uživatele nastala situace měla nejčastěji odpovídati, že si našli či najdou jiný neplacený stream pro filmy a seriály, ale také že stahují nebo budou stahovat videoobsah zdarma do svého zařízení. Více

než poloviny respondentů výzkumu se však rušení seriálových serverů nedotklo vůbec. 29 % respondentů v té době nevědělo, zda je změna nějak ovlivní (Nielsen Admosphere, 2019).

Zaměříme-li se tedy na část výzkumu, který se zaměřuje na důsledky, jaká nastalá situace měla, dojdeme k závěru, že i přes zrušení velké části nelegálních serverů si čeští uživatelé nemají v plánu pořizovat legální streamovací služby, nýbrž budou hledat jiné alternativy ke sledování obsahu zdarma. Dostupné alternativy jsou samozřejmě přímé stahování zdarma z internetu, nebo nalezení jiného neplaceného poskytovatele, kterých je, bohužel, na internetu i přes zrušení některých v roce 2019 stále dost.

3.5 Budoucnost audiovizuálních poskytovatelů

Sledování filmů a seriálů se v dnešní době již dostalo do takové situace, že nelze propásnout důležitý díl seriálu či svůj oblíbený film kvůli dlouhému dni v práci nebo zacpanou dálnicí. Jednak již dlouhá léta lze tomuto problému předejít zakoupenými tituly na různých formách datových nosičích, ovšem důležitým měničem hry v tomto případě byl příchod internetu. Lidé si jednoduše zvykli na to, že mají plnou kontrolu nad tím, co chtějí vidět a kdy to chtějí vidět, a to hlavně pokud se jedná o nově vydaný díl seriálu nebo film. Již není potřeba být v přesný čas na přesném místě, nebo čekat až daný titul vyjde na některém z datových nosičů. Evoluce sledování televize a s ní spojená oblíbenost audiovizuálních služeb je patrná (Pineda, 2018).

S narůstající oblíbeností streamovacích služeb ve světě přichází na trh stále více a více firem, které se nabídkou nových služeb snaží dosáhnout stejné oblíbenosti jako služby již zavedené na trhu, a to hlavně proto, že streamovací služby jsou čím dál více důležitějšími zdroji příjmů. Velmi vysoký nárůst služeb znamená ovšem i vekou konkurenci, což přináší i mnoho úskalí. Hlavním problémem jsou samotné propagace a reklamy služeb, neboť firmy, které nyní přicházejí na trh se svojí službou, již nechtějí nadále vysílat reklamu dříve propagovaným streamovacím službám už jen pro to, že pochopitelně nechtějí, aby místo nich uspěla konkurence. Proto se situace hodně přiosťruje a poslední, co by bylo žádoucí, by byla nevýhodná propagace konkurence na vlastních systémech (Šurkala, 2019). Internetové obecnstvo tuto problematiku nazvalo jako *Streamovací válku*, protože tato válka má za cíl vyhrát co nejvíce uživatelů na svoji stranu. Se streamovací válkou je spojeno mimo jiné i rozdělení vlastnických práv na různé vysílané tituly, což má přímou spojitost s tím, na které službě se divák bude moci na titul dívat. Čím více bude služeb, tím více budou vlastnická práva různě rozdělena mezi služby, takže divák si bude muset předplatit více služeb, aby se dostal

k obsahu, o který má zájem. Na streamovací válku už nějaký ten čas doplácí kabelovky, což je i dost hodně spojeno s vysokou cenou za jejich poskytnutí. V řadě zemí na to ale doplácí i klasické televizní stanice. Celé to totiž není jenom o penězích, ale ještě i o dostupném čase, protože pokud budete mít 4 a více streamovacích služeb, nebudete mít čas a ani důvod se dívat na klasické televizní stanice, které televize jako taková poskytuje (Dočekal, 2019).

Otázkou je, zda bude divák schopen pořídit si právě 4 a více streamovacích služeb naráz, aby mohl sledovat obsah, o který má zájem. Jedním problémem můžou být vysoké náklady a druhým problémem jaké služby upřednostnit oproti těm zbylým tak, aby zvolený obsah posloužil ke spokojenosti diváka. V Americe již na podobné téma proběhl průzkum společnosti Digital Media Trends, ve kterém 47 % diváků prohlásilo, že již existuje příliš mnoho streamovacích služeb. Ze statistiky lze vyčíst, že téměř polovina dotázaných uvedla, že se těžko rozhodují, kterou streamovací službu si předplatit. Američané mají tuto volbu těžší, protože mají na výběr z deseti různých služeb s vlastním originálním obsahem. Patří mezi ně Netflix, CBS All Access, Hulu, Amazon Prime Video, YouTube Premium, HBO, Sling TV, Showtime a nyní nově Disney + a Apple TV +. Do dvou let by se měl vlastní službu vydat i Warner Bros. Kvůli takto vysokému nárůstu nových služeb lze předpokládat, že se bude více posilovat frustrace diváka, který nebude chtít platit za několik služeb zároveň (Guerrero, 2019).

Na co firmy u diváků nejvíce sází, je předplacení jejich streamovací služby kvůli vlastnímu seriálovému obsahu. Největší seriálové hity dneška typu *Stranger Things*, *Jack Ryan* či *Příběh služebnice* jsou hlavním přisunem více jak poloviny diváků, kteří si předplatí danou streamovací službu pouze kvůli jednomu populárnímu seriálu, protože klasické televizní stanice takovýto obsah nenabízejí. Vývoj streamovacích služeb tímto směrem může mít za příčinu konec klasické televize jako takové. Za klasickou kabelovou televizi totiž američtí diváci nyní platí více než za předplatné tří různých streamovacích služeb, jejichž nabídka obsahu není v klasické televizi dostupná. Stále větší nárůst počtu jednotlivých služeb by nakonec mohl zapříčinit to, že by již nadále diváci neměli potřebu pravidelně utrácet za klasické vysílání, poněvadž by jim již nemělo co nabídnout (Spangler, 2019).

3.6 Vícekriteriální analýza variant

Teorie a model vícekriteriální analýzy variant se zabývá problémy, jak vybrat jednu nebo více variant z množiny přípustných variant a doporučit je k realizaci. Při výběru variant by se mělo postupovat co nejvíce objektivně. K maximální objektivnosti postupu slouží různé postupy a metody analýzy variant. V modelech vícekriteriální analýzy variant je určena

konečná kolekce m variant, které jsou hodnoceny podle n kritérií. Cílem použití těchto postupů je najít takovou variantu, která vychází po vyhodnocení všech kritérií nejlépe nebo najít variantu kompromisní. Případně lze seřadit varianty od nejlepší po nejhorší nebo vyloučit neefektivní varianty (Šubrt, 2015).

3.6.1 Varianty

Varianty jsou konkrétní rozhodovací možnosti, předmět vlastního rozhodování, jsou realizované a nejsou logickým nesmyslem. Jsou pečlivě vybrány, musejí být dosažitelné a musejí být vhodným řešením. Vybrané varianty jsou následně hodnoceny podle jednotlivých kritérií (Šubrt, 2015).

3.6.2 Kritéria

Kritérium určuje, z jakého hlediska se bude variant hodnotit. Může být kvalitativní nebo kvantitativní. Důležitá je ovšem i volba kritérií. Kritéria by měla pokrývat všechna hlediska výběru, ovšem nesmí jich být příliš mnoho, aby problém nebyl příliš nepřehledný. Dále musí být kritéria nezávislá. (Šubrt, 2015).

3.6.2.1 Preference kritéria

Preference kritéria vyjadřuje, jak důležité je každé kritérium zvlášť v porovnání s ostatními kritérii. Může být vyjádřena různým způsobem, mohou být stanoveny aspirační úrovně kritérií, pořadí kritérií, váhy jednotlivých kritérií, způsoby kompenzace kritériálních hodnot anebo nemusí být známa vůbec. Stanovení správných preferencí kritérií bývá nejtěžším úkolem. Často stanovení preferencí závisí na subjektivním rozhodnutí rozhodovatele. Zároveň je ovšem tento postup zvolení preferencí kritérií velkou výhodou, neboť rozumně stanovené preference mohou přinést velmi dobré rozhodnutí (Šubrt, 2015).

3.6.2.2 Váha kritéria

Váha kritéria je obecně hodnota z intervalu $\langle 0;1 \rangle$. Číslo z tohoto intervalu představuje důležitost daného kritéria v porovnání s ostatními kritérii. Pokud sečteme váhy všech kritérií, výsledek je roven jedné. (Šubrt, 2015).

3.6.3 Kompromisní varianta

Výběr kompromisní varianty záleží na použitém postupu řešení. V případě této práce pracujeme s kompromisní variantou, která má největší součet nějakým způsobem normalizovaných hodnot ukazatelů. Záleží ovšem na tom, jakým způsobem proběhla normalizace a standardizace hodnot, neboť existují různé metody, které preferují různé postupy. Kompromisní variantu je možné určit i jinak. Může být definována jako varianta, která má nejmenší vzdálenost od varianty ideální nebo ji lze odvodit pomocí párových porovnání hodnot všech dvojic variant podle všech kritérií. Ve všech případech však musí zvolená varianta splnit základní podmínku, a tou je podmínka nedominovanosti. Pakliže je varianta dominovaná, nemá smysl o ní uvažovat jako o kompromisní. Pokud je varianta dominovaná, znamená to, že existuje jiná varianta, která v porovnání vzájemných kritérií není v žádném z kritérií horší než tato varianta a je alespoň v jednom kritériu lepší než tato varianta (Šubrt, 2015).

3.6.4 Bodovací metoda s váhami

Důležitost každé varianty se podle tohoto kritéria vyjadřuje pomocí určitého počtu bodů, které jsou určeny skrze bodovací stupnici. Lze přiřazovat i desetinná čísla a je povolena přiřazovat více kritériím stejnou bodovou hodnotu. Hodnocení alternativ se následovně dělá tak, že se jim přiřadí body ze zvolené bodové stupnice, podle jejich povahy. Nejvyšší bodové ohodnocení je přiřazeno nejlepší variantě a nejnižší bodové ohodnocení nejhorší variantě. Hodnotitelé přiřazují body variantám podle svých subjektivních postojů z pevně zvolené bodové stupnice. Následně se vynásobí váha kritéria s bodovým ohodnocením varianty. Takto se to provede u každého kritéria a všechny výsledné hodnoty se sečtou. Tento postup se dělá u každé varianty zvlášť a v závěru se porovnávají celkové výsledky všech variant. Varianta s nejvyšším počtem bodů je pak vybrána jako kompromisní (Šubrt, 2015).

4 Vlastní práce

Praktická část je zaměřena na průzkum využívání legálních služeb i vůči nelegálním službám a dále na nabídky vybraných služeb vůči českým uživatelům a jejich preferencím. Následně je vybrána nejvhodnější služba. Dále je ze zpracovaných dat slovně navrhnutá optimální služba pro českého uživatele.

Ke zpracování praktické části je využito dotazníkové metody a dále vícekriteriální analýzy vybraných služeb, za účelem zjištění, která služba nabízí pro preference uživatelů nejlepší nabídku v oblasti legálních audiovizuálních služeb.

4.1 Rozdíly mezi službami

Všechny porovnávané služby fungují na podobném principu, a to principu virtuální videotéky. Hlavní rozdíl mezi službami a jejich uživateli tvoří nabízený obsah. Byť některý cizí nabízený obsah lze nalézt ve více službách, velkou roli hraje obsah, který je vytvořen službou samotnou. Jedná se o kontent z vlastní produkce, který lze shlédnout pouze s využitím služby, která obsah vytvořila. Pokud daná služba obsahuje vlastní zajímavý titul, dostává se jí pak více uživatelů, kteří daný titul sledují a chtějí sledovat dál. Příkladem je například série *Her o trůny*, jejíž oblíbenost přinesla mnoho nových uživatelů, přičemž poslední sérii dle služby HBO sledovalo 19,3 miliónů diváků (Otterson, 2019). Dalším zajímavým příkladem může být i série *Stranger Things* služby Netflix, kdy její poslední série nasbírala ve Spojených státech během prvních čtyř dní 26,4 miliónů diváků (Whitten, 2019).

Rozdíl je samozřejmě i v cenách nabízených služeb. Pokud chcete využívat některou ze zmíněných online videoték, platíte měsíční paušální poplatek za využívání služby. Aby služby přilákaly více uživatelů, poskytují při pořízení několik dní užívání zdarma bez poplatku. U HBO GO se jedná o první neplacený týden, přičemž u Netflixu a Amazon Prime Video se jedná o první měsíc užívání zdarma. Při registraci se ovšem zadávají i platební údaje, což znamená že po vypršení zkušební verze se automaticky poplatek strhne. Částky za služby jsou různé a některé se mění buď podle doby využívání služby, nebo podle kvality obrazu a možností připojení zařízení. Pro Českou republiku u HBO GO zůstává měsíční poplatek stále stejný, a to nehledě na kvalitu obrazu, souběžného připojení apod. Poplatek činí 159 Kč. U Amazon Prime Video je cena pro první půl rok využívání 75 Kč a poté se poplatek zvedá na 150 Kč. Od té doby je cena stejná a nemá vliv na kvalitu obrazu a jiné aspekty služby. Nejvíce rozdělené to má služba Netflix, která nabízí tři různé produkty v jiných cenových relacích. Prvním je

předplatné Basic za 199 Kč, dalším Standard za 259 Kč a posledním Premium za 319 Kč. Rozdíly v předplatných tvoří právě zmiňovaná kvalita obrazu a počet souběžného sledování obsahu. Čím dražší služba, tím lepší kvalita obrazu a možnosti sledování z více zařízení souběžně.

To nás přivádí k dalšímu rozdílu mezi službami, a to poskytovaná kvalita obrazu. Každá služba nabízí všechny své tituly v určité obrazové kvalitě. Obrazová kvalita se odvíjí buď od formátu, ve kterém byly tituly natočeny nebo od služby, kterou si uživatel předplácí. V České republice má vůči náročnějším divákům výhodu Netflix, který nabízí vybrané tituly ve 4K rozlišení. Pokud ovšem divák preferuje toto rozlišení, musí si pořídit Netflix Premium. Tímto způsobem se odvíjí celý zbytek nabídky od Netflixu. Tedy pokud si uživatel pořídí Netflix Premium, může sledovat obsah maximálně v HD rozlišení a u služby Netflix Basic se jedná pouze o SD rozlišení. Oproti tomu HBO GO ani Amazon Prime Video nemají takto rozdělené služby a nabízejí obsah ve všech rozlišeních bez ohledu na výši ceny, ovšem v případě obou dvou služeb se jedná maximálně o HD rozlišení, neboť HBO GO prozatím nepodporuje 4K rozlišení a Amazon Prime Video sice tituly podporující 4K rozlišení distribuuje, jenže nabídka titulů v této obrazové kvalitě není v tomto rozlišení pro Českou republiku prozatím dostupná.

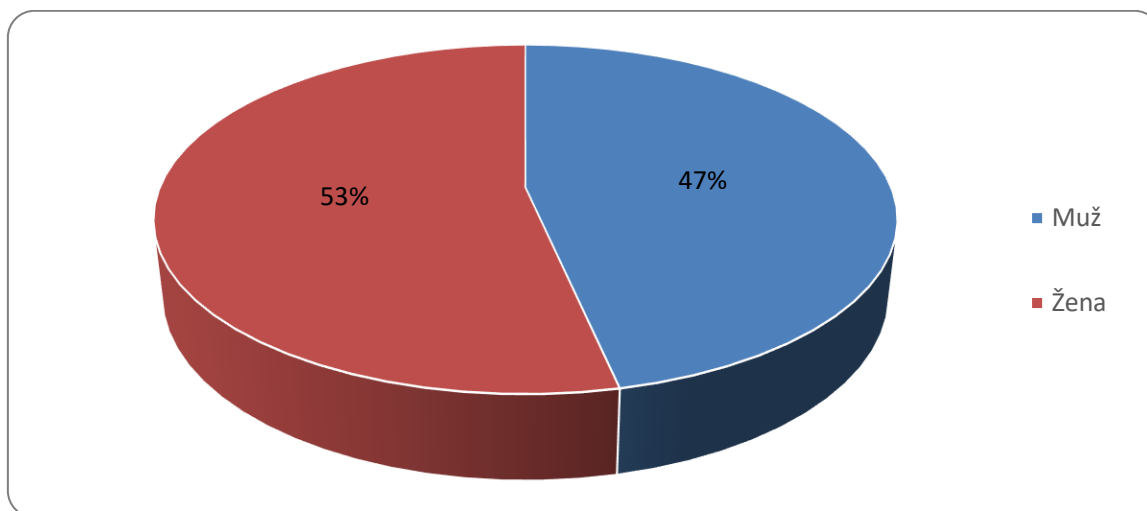
Posledním zmíněným rozdílem je sledování obsahu z více zařízení souběžně a počet zařízení, na kolik jich lze službu zaregistrovat. Každá služba povoluje více zaregistrovaných zařízení na jeden účet, s čímž je i spojeno souběžné sledování obsahu. To určuje, že pokud je pod jedním účtem zaregistrováno více zařízení, lze na nich sledovat obsah souběžně pouze v omezeném počtu. U Netflixu je možnost zaregistrovat jeden účet až na šest zařízení, ovšem maximální počet současně přihlášených zařízení je omezen znovu typem předplatného. U Netflixu Premium se lze současně přihlásit až na čtyřech různých zařízeních, zatímco u o třídu nižšího předplatného Netflix Standard je tento počet omezen na dvě souběžné přihlášení. Nejzákladnější předplatné Netflix Basic povoluje už jen pouze jedno přihlášení. U služby HBO GO, která nemá rozdělené typy předplatného, lze pod jednou registrací využívat až pět různých zařízení, ovšem souběžně z nich lze na sledování využívat pouze dvě. Amazon Prime Video má rozdělení ještě o něco složitější, protože neomezuje počet zařízení, na kolik jich lze pod jedním účtem zaregistrovat, tudíž lze využívat stejný účet na neomezeném počtu přehrávacích zařízení. Omezený je pouze počet souběžného sledování obsahu. Rozdílný obsah lze sledovat maximálně na třech různých zařízeních, ovšem při sledování stejného obsahu již lze tento obsah sledovat pouze ze dvou zařízení naráz.

4.2 Dotazníková metoda

Dotazníková metoda byla rozdělena na dvě části, přičemž v první části se zkoumala míra využívání legálních audiovizuálních služeb a dále zjištění míry vlivu nelegálních streamovacích portálů na využívání legálních služeb. Ve druhé části se zjišťovalo, jaké mají v oblasti sledování obsahu respondenti preference, přičemž byly výsledky těchto odpovědí použity při zpracování ve vícekritériální analýze a při návrhu optimální služby. Dotazníkové šetření bylo zaměřeno hlavně na nejmladší generaci internetových uživatelů, kteří mají ke službám značně blíže než generace starší. Celkový počet respondentů, kteří vyplnili celý dotazník, bylo 236.

4.2.1 Otázky – 1. část: Využívání služeb

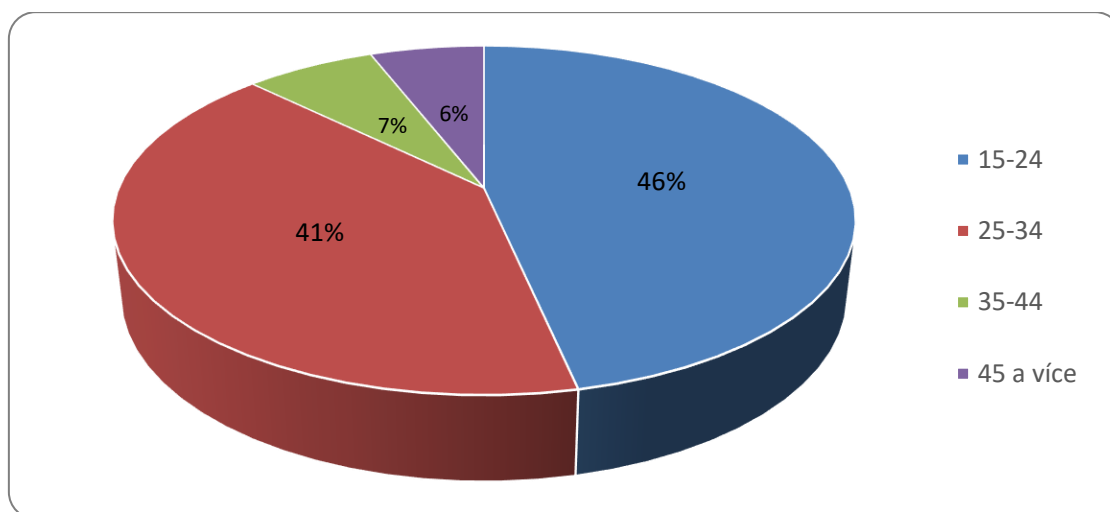
1. Otázka: Jaké je Vaše pohlaví?



Graf 1 - Rozdělení respondentů podle pohlaví

Z celkového rozeslání dotazníku byla snaha o vyrovnané množství odpovědí žen a mužů. Z celkových 236 respondentů jich v zastoupení žen bylo o malé množství více než mužů. V číslech šlo o 126 odpovědí od žen a 110 odpovědí od mužů.

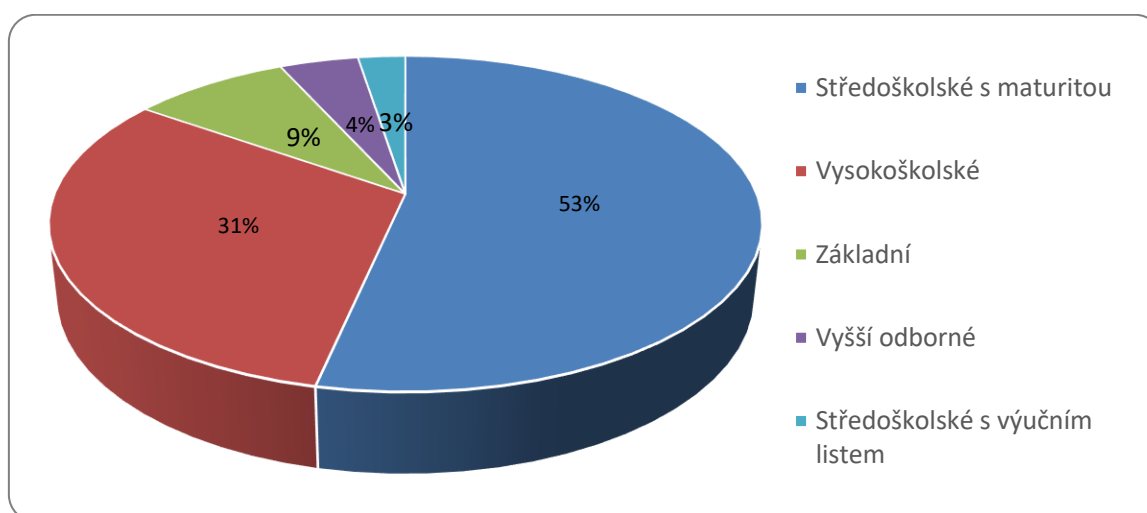
2. Otázka: Jaký je Váš věk?



Graf 2 - Rozdělení respondentů podle věku

Jak již bylo zmíněno výše, dotazníkové šetření bylo primárně zaměřeno hlavně na nejmladší generaci internetových uživatelů, kteří mají k používání těchto služeb lepší vztah. Do této kategorie byli zařazeni uživatelé ve věku 15 až 34 let, kterých byla ze všech respondentů výrazná většina. V číslech šlo o 110 respondentů ve věku 15-24 let a 96 respondentů ve věku 25-34 let. Malá sedmiprocentní část respondentů byla od respondentů ve věku 35 až 44 let, a ještě o procento méně bylo respondentů ve věku 45 a více.

3. Otázka: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

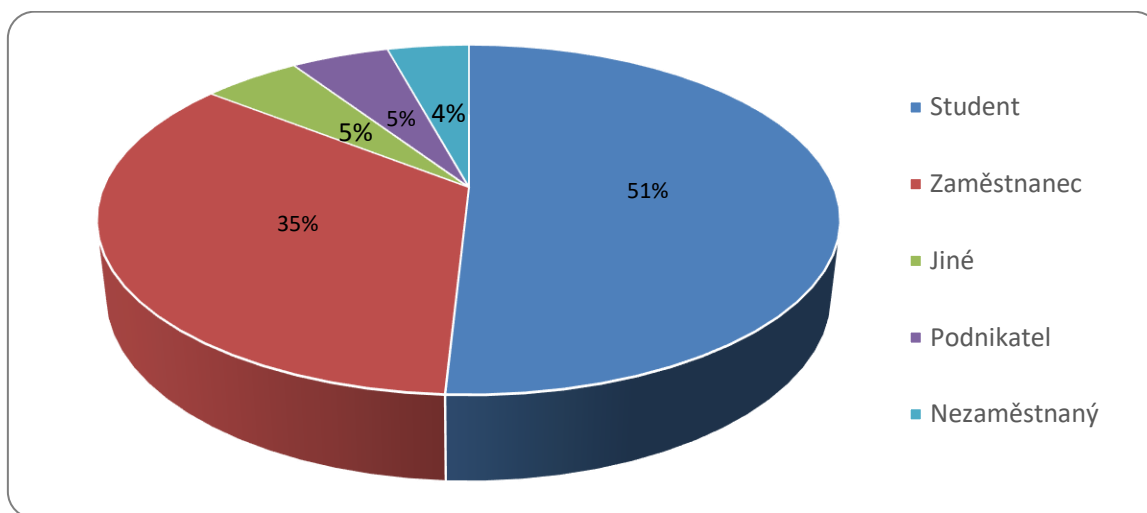


Graf 3 - Nejvyšší dosažené vzdělání

Nejvíce dotazovaných dosáhlo středoškolského vzdělání s maturitou, přičemž bylo dotazníkové šetření primárně vedeno mezi lidmi studující vysokou školu a lze tedy předpokládat, že většina těchto odpovědí byla od studentů vysoké školy. Jednalo se

o 126 respondentů se středoškolským vzděláním s maturitou. Další velkou částí dotazovaných již má ukončené vysokoškolské či vyšší odborné vzdělání. S ukončeným vysokoškolským vzděláním to bylo 74 respondentů a s vyšším odborným vzděláním to z celkového počtu bylo 10 respondentů. U skupiny respondentů se základním vzděláním lze předpokládat, že nyní studují střední školu a malá skupina dotázaných byla zastoupena lidmi se středoškolským vzděláním s výučním listem.

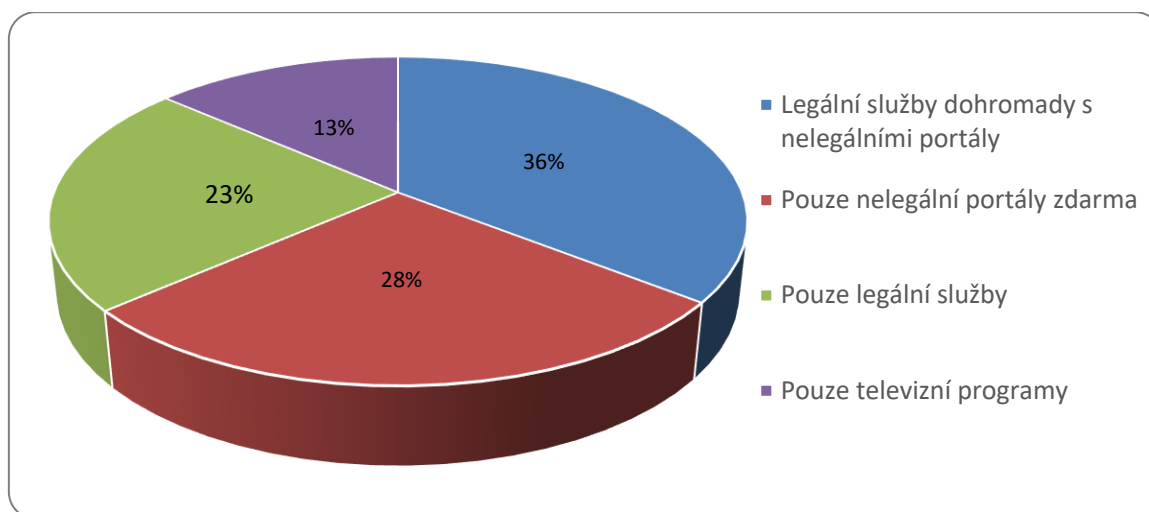
4. Otázka: Jaké je Vaše povolání?



Graf 4 - Povolání

Větší polovina respondentů je zastoupena studenty, kteří byli hlavním cílem při zkoumání. Z celkového počtu dotazovaných šlo o 120 studentů, hned za nimi v zastoupení 82 respondentů šlo o zaměstnance. Malá část dotazovaných pak byla v zastoupení podnikatelů a nezaměstnaných a stejně tak malá část respondentů označila své povolání jako jiné, neboť se většinou jednalo o ženy na mateřské dovolené.

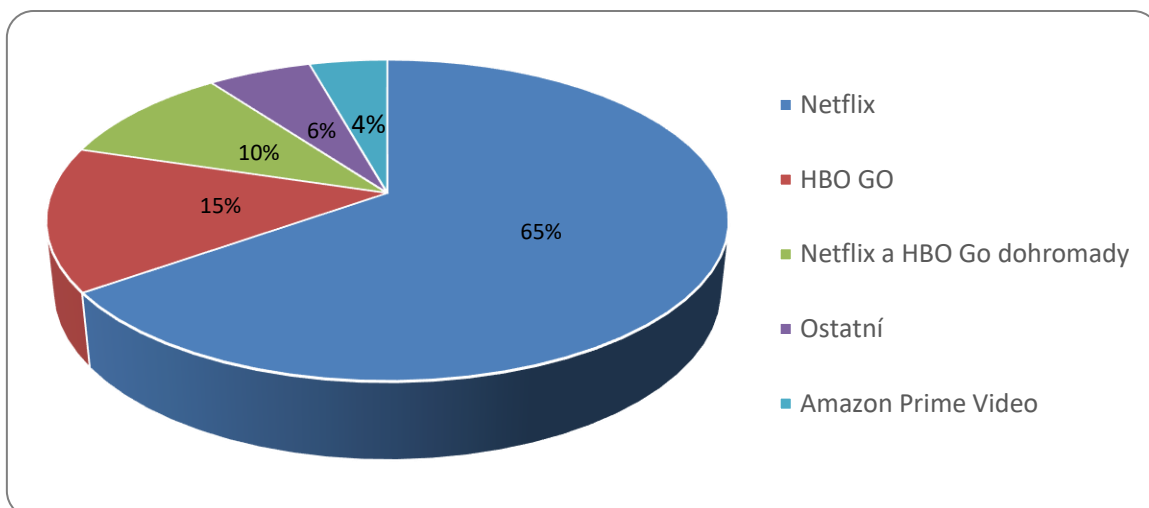
5. Otázka: Přes co sledujete filmy či seriály?



Graf 5 - Využívání služeb

Tato otázka měla za účel zjistit, jakým způsobem respondenti koukají na televizní obsah. Z odpovědí je zřejmé, že pokud většina uživatelů využívá legální služby na sledování obsahu, využívá je souběžně i s nelegálními servery. Takto to ze všech dotazovaných dělá 84 uživatelů. Samotný obsah zdarma, bez kombinace s legální službou, sleduje už menší část dotazovaných, a to 66 uživatelů, a ještě méně uživatelů sleduje obsah pouze skrze legální služby. Z celkového počtu takto odpovědělo pouze 54 respondentů. Malá část odpovědí ještě zahrnovala sledování obsahu pouze přes televizní programy.

6. Otázka: Které audiovizuální služby využíváte?

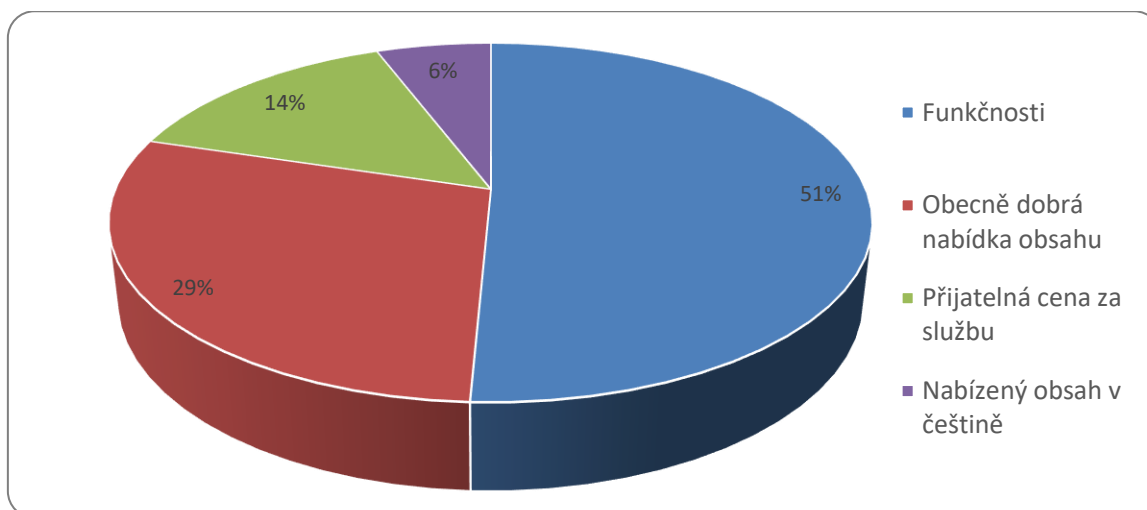


Graf 6 - Podíl audiovizuálních služeb ke sledování

V této otázce ze všech 138 respondentů, kteří v předešlé otázce odpověděli, že využívají částečně nebo plně legální služby ke sledování obsahu, odpovědělo 90 uživatelů, že ke

sledování využívají Netflix. Za ním je služba HBO GO, kterou využívá 20 uživatelů ze všech respondentů a 14 uživatelů odpovědělo, že využívají Netflix a HBO GO dohromady. Amazon Prime Video využívá pouhých 6 uživatelů z celého počtu dotazovaných. Mezi 8 odpověďmi zvolených jako ostatní byly zastoupeny služby jako Voyo, Horizon či O2 TV.

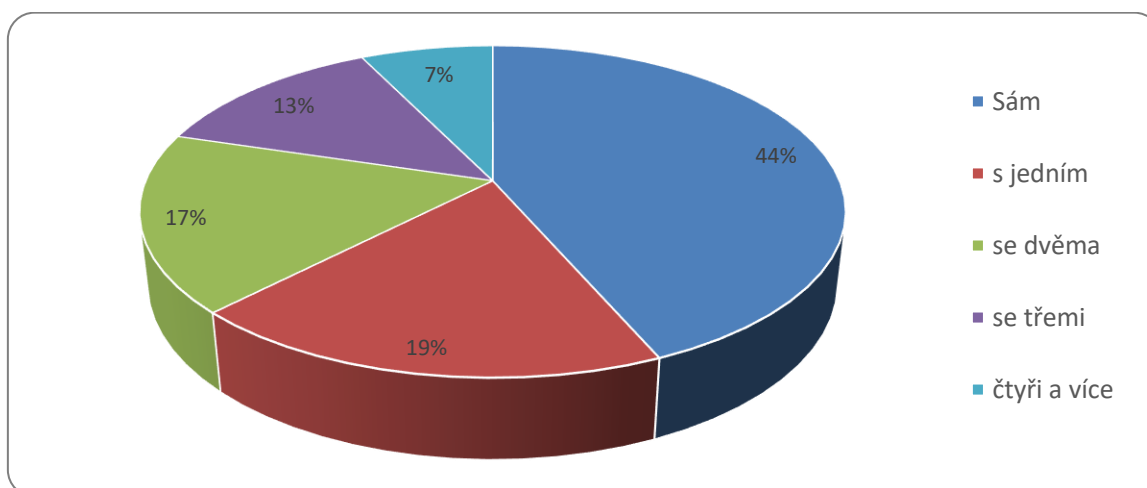
7.Otázka: Co Vám přijde při využívání služby výhodné?



Graf 7 - Výhody služby

U této otázky jednoznačně zvítězily funkčnosti služeb, které nasbíraly nadpoloviční počet hlasů od respondentů. Mezi funkčnostmi byla zmíněna hlavně možnost dokoukat obsah tam, kde uživatel skončil a dále nabízený obsah dle profilu uživatele. U obecně dobré nabídky byl zmíněn velký rozsah titulů k výběru a dále i výběr z nejnovějšího obsahu. Cena za službu uživatelům příliš výhodná nepřišla a ani se příliš nezaměřovali na obsah v češtině.

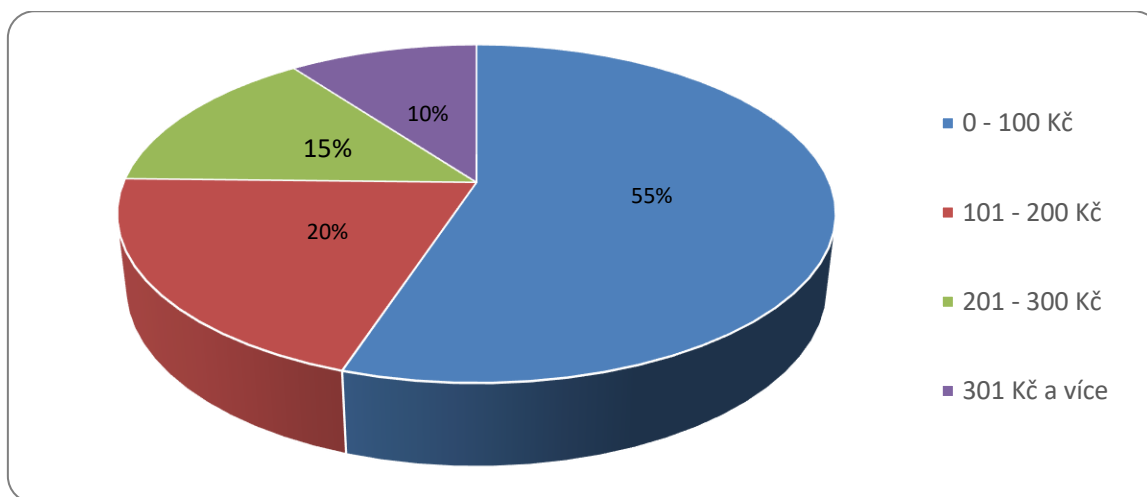
8.Otázka: S kolika lidmi službu platíte?



Graf 8 - Rozdělení poplatku

Skoro polovina respondentů udala, že službu platí sama. 60 respondentů tedy platí plnou cenu za službu. Zbytek dotazujících však udalo, že službu platí ještě s dalšími lidmi. V přepočtu to bylo 78 respondentů, kteří uvedli, že platbu za službu rozdělují mezi více uživatelů. Ve většině případů se jednalo o kamarády nebo rodinu, se kterou rozdělují poplatek.

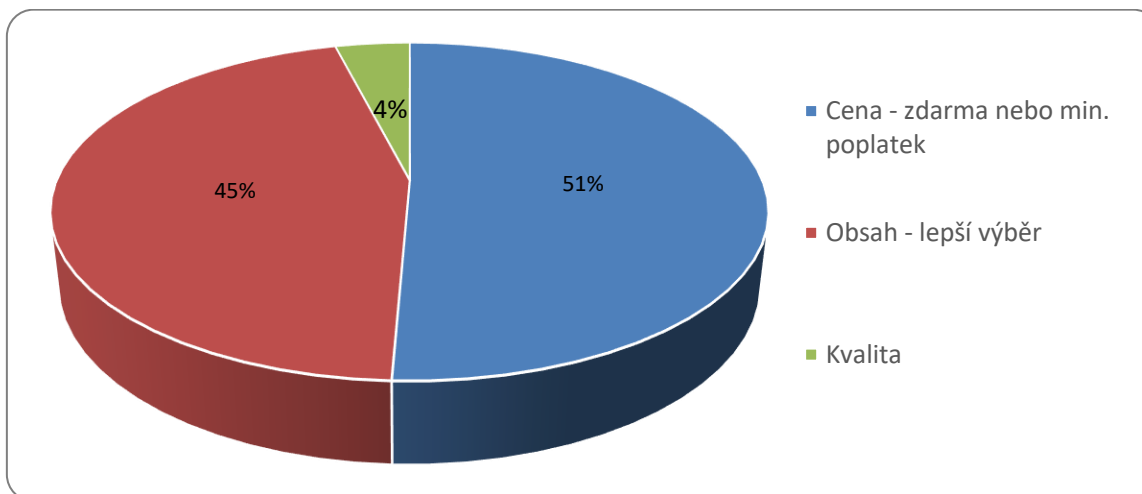
9.Otázka: Kolik průměrně platíte měsíčně za službu?



Graf 9 - Průměrná platba za službu

V této otázce respondenti z větší poloviny uvedli, že za službu platí měsíčně maximálně 100 Kč. Takto nízká cena je zapříčiněna hlavně kvůli rozdělení plateb mezi více lidí, jak je uvedeno v otázce č.8. Pětina uživatelů pak uvedla, že platí mezi 101 Kč až 200 Kč. Následovala čtvrtina uživatelů, kteří platí až 300 Kč a desetina uživatelů dokonce i více než 300 Kč. Většina těchto uživatelů platí takto vysoký poplatek proto, že využívají měsíčně více služeb.

10.Otázka: Důvody využívání pirátských stránek ke sledování?

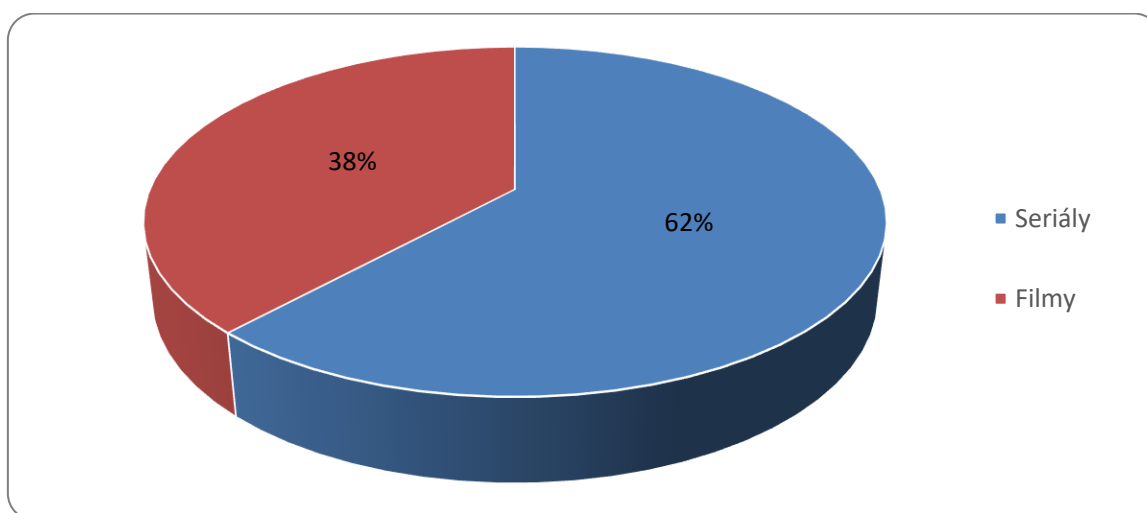


Graf 10 - Důvody k využívání pirátských stránek

Zde bylo zkoumání zaměřeno na respondenty, kteří v otázce č. 5 odpověděli, že ke sledování využívají i nelegální služby. Z celkových 150 odpovědí respondenti brali v 76 případech jako největší výhodu u těchto služeb jejich cenu. Dále jich 68 odpovědělo, že je výhodou velký výběr, konkrétně při hledání specifického obsahu, jako jsou například starší tituly nebo divadelní záznamy či obsah, který není nikde jinde dostupný, případně větší výběr z českého obsahu. Tuto odpověď většinou dávali uživatelé, kteří využívají i legální služby. Zbývá část dotazovaných uvedla, že nelegální služby využívají kvůli lepší kvalitě obrazu.

4.2.2 Otázky – 2.část: Preference uživatelů

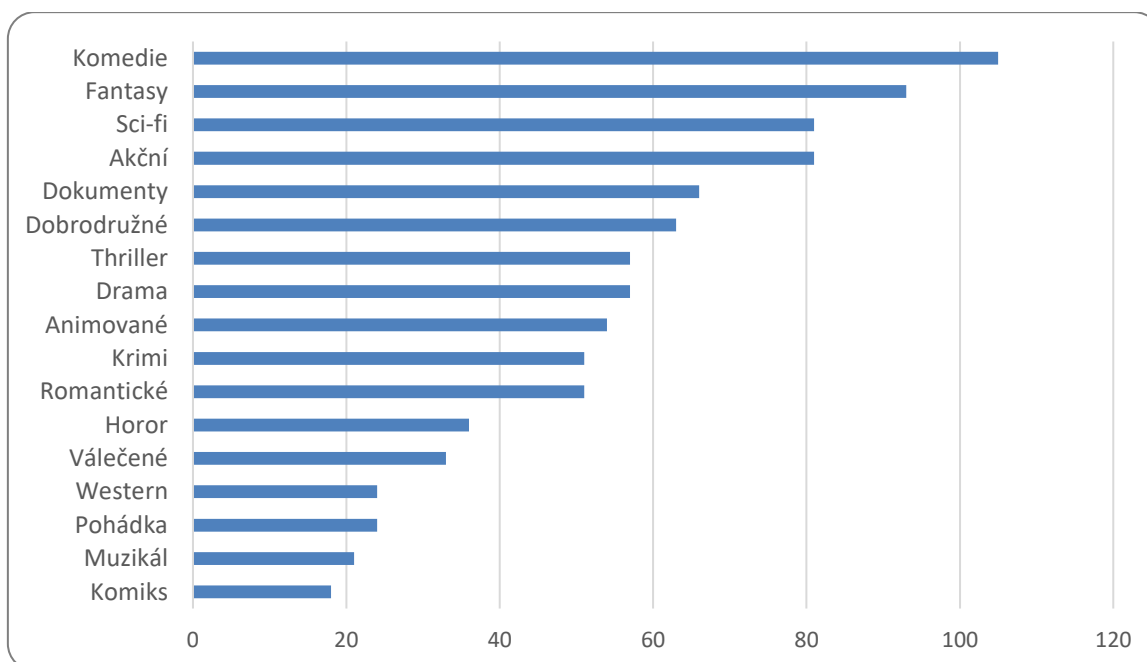
11. Otázka: Který typ obsahu při sledování preferujete?



Graf 11 - Preference typu obsahu

Tato otázka sloužila k zjištění preferencí uživatelů ohledně sledovaného obsahu. Seriály oproti filmům měly v této otázce jasně navrch, kdy 146 respondentů odpovědělo, že z větší části preferují seriály před filmy. Zbýlých 90 respondentů odpovědělo, že mají raději filmy.

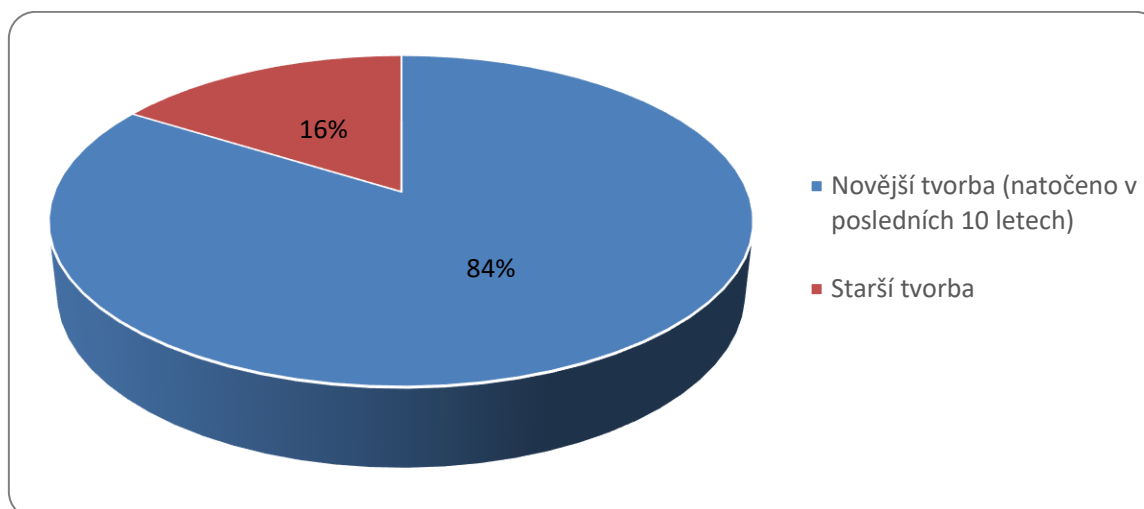
12. Otázka: Jaký žánr sledujete rádi?



Graf 12 - Preference žánru

Zde šlo o zjištění, který žánr mají uživatelé při sledování nejradyji. V otázce byla možnost zvolit více odpovědí, přičemž nejvíce odpovědí bylo u žánru komedie, kterou ve svých odpovědích zvolilo 105 respondentů. Hned za ní, s 93 odpověďmi, se zařadilo fantasy a se stejným počtem hlasů 81 odpovědí se za fantasy zařadilo sci-fi a akční. Dále odpovědi klesaly až k muzikálům, které sesbírali 21 respondentů a ke komiksovým filmům, které skončily na posledním místě se zvolením od 18 respondentů.

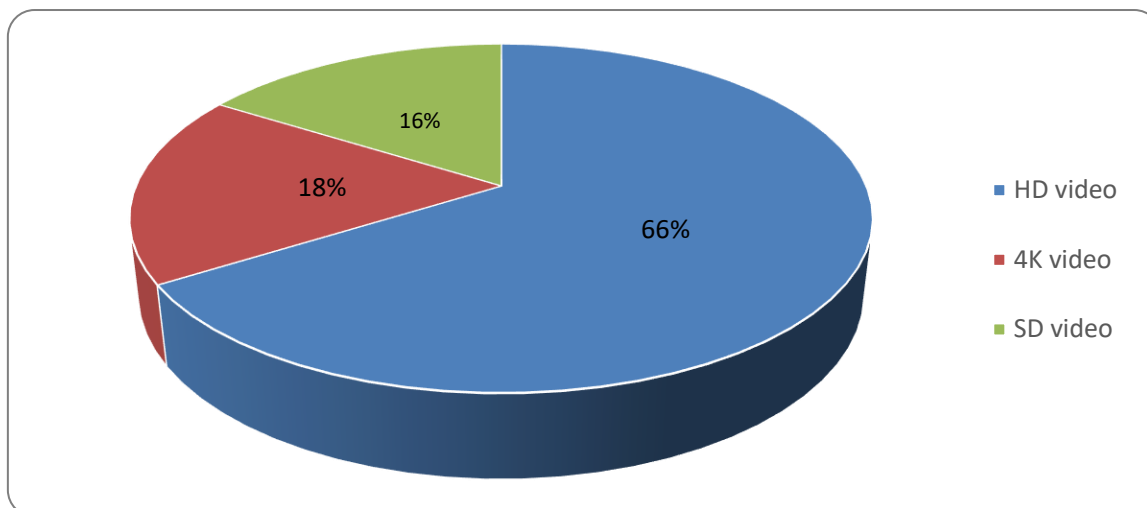
13. Otázka: Sledujete raději novější nebo starší tvorbu?



Graf 13 - Preference roku tvorby

S ohledem na převažující mladší část respondentů, kteří byli hlavním cílem zkoumání, převažuje v těchto odpovědích novější tvorba, kterou zvolilo 198 dotazovaných. Zbylých 38 respondentů zvolilo, že raději sledují starší tvorbu.

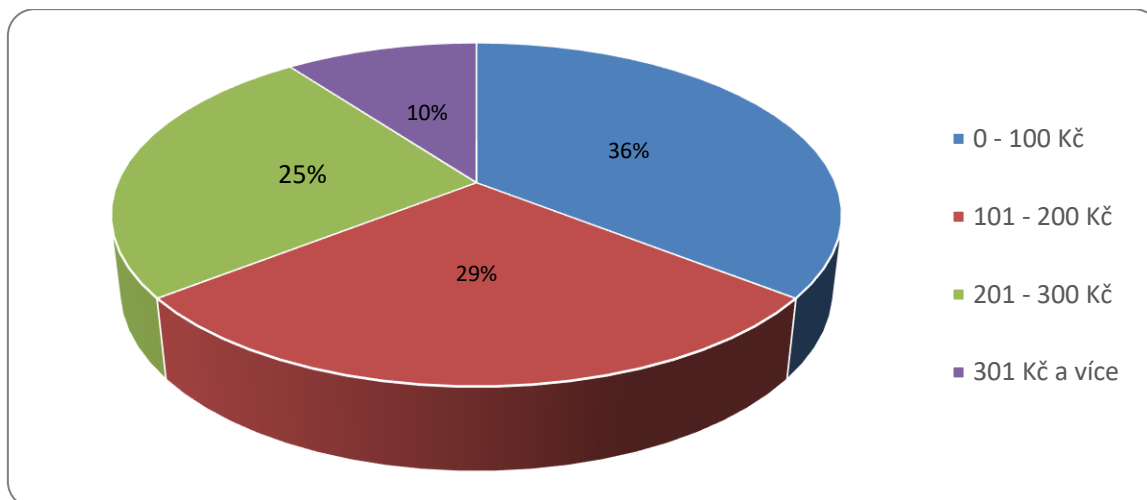
14. Otázka: Jaká kvalita obrazu Vám přijde jako dostačující?



Graf 14 - Kvalita obrazu při sledování

Respondenti v této otázce nejvíce volili možnost HD video. Tuto možnost zvolilo 156 respondentů z celého rozsahu. 4K video a SD video se pak dělí o podobná procenta odpovědí, přičemž 4K video zvolilo 42 respondentů a SD video 38 respondentů. Převahu HD videa lze odvodit hlavně kvůli tomu, že k přehrání 4K videa je zapotřebí příslušné podporované zařízení a rychlost internetu, přičemž HD video již lze přehrát na většině zařízeních a není tolik náročné na rychlost internetu. SD video je zase na druhou stranu celkem kvalitně nevyhovující formát.

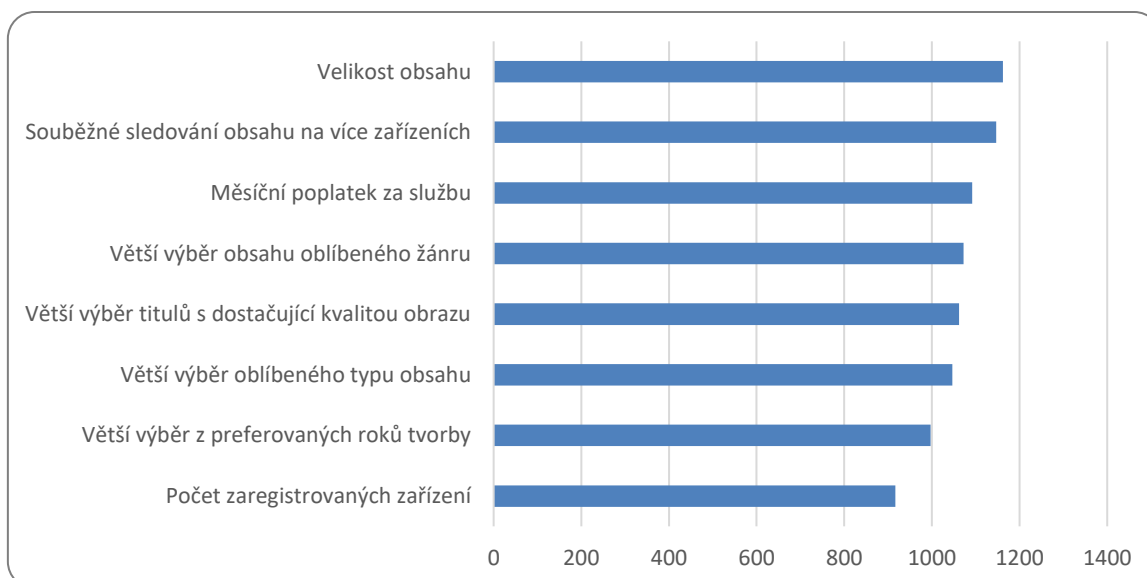
15. Otázka: Kolik byste byli ochotni zaplatit za službu?



Graf 15 - Průměrná potenciální platba za službu

Zde bylo za účelem zjistit, kolik by uživatelé byli schopni zaplatit za službu, pokud by se jednalo o službu, která by jim nabídla takový obsah, který by splňoval všechny jejich požadavky. Oproti otázce č.9 je vidět poměrově rozdíl, neboť by byli uživatelé schopni platit vyšší částky, než v průměru platí za legální služby nyní. Nejvíce uživatelů v počtu 84 uvedlo, že by zaplatili maximálně 100 Kč, dále jich 68 odpovědělo, že by byli schopni zaplatit až 200 Kč a 60 uživatelů dokonce až 300 Kč. Malá část uživatelů ještě uvedla, že by zaplatila měsíčně i částku převyšující 300 Kč.

16. Otázka: Seřazení kritérií podle preference uživatele



Graf 16 - Preference kritérií

V poslední otázce respondenti seřazovali kritéria podle preference při sledování obsahu a využívání služby ke sledování. Šlo o bodové ohodnocení mezi body 1-8, přičemž 1 bylo určeno jako nejméně důležité a 8 jako nejvíce důležité. Každé kritérium muselo mít vlastní jedinečné bodové ohodnocení. Nejvíce uživatelé preferují celkovou velikost obsahu, která získala dohromady 1162 bodů. Důležitý je především široký výběr z obsahu nehledě na to, zda má obsah českou podporu, či nikoliv. Na druhém nejvíce obodovaném místě s 1147 body bylo zvoleno souběžné sledování obsahu a hned za ním s 1092 body byl zvolen měsíční poplatek za službu. Tyto dvě kritéria jsou spolu spojena, neboť čím větší je možnost souběžného sledování obsahu na více zařízeních, tím více se dá měsíční poplatek rozdělit mezi uživatele. Pod těmito kritérii se postupně řadily výběry z oblíbených žánrů, obrazové kvality, typu obsahu a roků tvorby. Nejméně preferované pro uživatele je počet zaregistrovaných zařízení, protože s tím není spojena možnost souběžného sledování, tudíž není počet zaregistrovaných zařízení pro uživatele tolik podstatný.

4.3 Vícekritériální analýza variant

V této části praktické práce se porovnávají vybrané služby pomocí vícekritériální analýzy variant. Porovnání je prováděno na základně schůdnější nabídky služeb a preferencí uživatelů, které byly zjištěny v dotazníkové metodě. Porovnávaná data jsou brána ze základní struktury služeb a také z databáze obsahu, kterou každá daná služba nabízí. K porovnání byla použita databáze obsahu služeb od serveru Filmtoro.cz. Na základě výsledků vícekritériální analýzy variant služeb je následně vybrána taková služba, která nejvíce vyhovuje požadavkům uživatele. Porovnávány jsou nabídky služby Netflix, HBO GO a Amazon Prime, přičemž Netflix má rozdělenou nabídku do tří dílčích nabídek.

4.3.1 Stanovení vah kritérií

Porovnávaná kritéria vycházejí z dotazníkové metody, jsou seřazeny podle preferencí uživatelů a následně jim jsou přiřazeny váhy podle metody pořadí.

Nejprve byla jednotlivá kritéria očíslována a byl jim přidělen index $i = 1$ až 8. Kritéria byla seřazena podle pořadí preferencí uživatelů. Nakonec bylo každému kritériu přiřazeno 1 až 8 bodů (b_i) tak, aby nejdůležitější kritérium dostalo 8 bodů, a nejméně důležité dostalo 1 bod.

Následný výpočet váhy daného kritéria se vypočítal dle vzorce: $v_i = \frac{b_i}{\sum_{i=1}^8 b_i}$

Kritérium	i	Body	Pořadí	b_i	Váha (v_i)
Počet zaregistrovaných zařízení	1	917	8	1	0,028
Větší výběr z preferovaných roků tvorby	2	997	7	2	0,056
Větší výběr oblíbeného typu obsahu	3	1047	6	3	0,083
Větší výběr titulů s dostačující kvalitou obrazu	4	1062	5	5	0,125
Větší výběr obsahu oblíbeného žánru	5	1072	4	4	0,125
Měsíční poplatek za službu	6	1092	3	6	0,167
Souběžné sledování obsahu na více zařízeních	7	1147	2	7	0,194
Velikost obsahu služby dostupné pro ČR	8	1162	1	8	0,222
Součet	-	-	-	36	1

Tabulka 1 - Váhy kritérií dle preferencí uživatelů

Díky stanovením vah kritérií touto metodou se dále mohlo postupovat k bodovací metodě s váhami a porovnávat tak nabídky služeb vůči preferencím českého uživatele.

4.3.2 Bodovací metoda s váhami

Bodovací metoda s váhami je prováděna tak, že se nabídky služeb porovnávají dle určených kritérií. Kritéria mají buď maximalizační nebo minimalizační povahu, kvůli které jim jsou pak přiřazeny body dle bodovací škály. Bodovací škála je určena od 1 do 10 s tím, že číslo 1 představuje nejhorší a číslo 10 nejlepší nabídku dle daného kritéria. Body jsou dle bodovací škály rozděleny subjektivně ale dodržuje se posloupnost bodů vůči povaze kritéria.

V metodě se porovnávají hlavní funkčnosti a možnosti služeb, míněno hlavně cena za služby, možnosti souběžného sledování a počet registrovaných zařízení. Dále se porovnává dostupný obsah služeb pro Českou republiku a z tohoto obsahu je pak dále vybírán dílčí obsah pro každé kritérium zvlášť. Hlavním obsahem k porovnání, ze kterého se dále vychází je zvolen takový obsah, který služba nabízí přímo pro Českou republiku a není v něm zahrnut celkový obsah nabízený službami. U Netflixu lze zvolit jinak mluvící zemi, čímž se obsah rozšíří o další tituly, ovšem v tom případě je pak nabízen i obsah bez české podpory. Amazon Prime Video nabízí pro Českou republiku i tituly, které nemají českou podporu ale u této služby nelze zvolit jinak mluvící zemi, a proto je při využívání služby nabízen takový obsah, který je určen pouze pro Českou republiku. Z tohoto důvodu není porovnávání nabízeného obsahu zaměřeno na česky podporovaný obsah ale na takový obsah, který každá služba nabízí při registraci v České republice.

4.3.2.1 Porovnání jednotlivých kritérií služeb

1. Velikost obsahu služby dostupné pro ČR

Služba	Počet titulů	Bodové ohodnocení	Výsledek (Váha x Body)
Netflix Basic	1267	8	1,776
Netflix Standard	1267	8	1,776
Netflix Premium	1267	8	1,776
HBO GO	1499	10	2,22
Amazon Prime Video	726	6	1,332
Váha	0,222		

Tabulka 2 - Velikost obsahu služby dostupné pro ČR

Hodnoty představují celkový počet nabízených titulů služeb pro Českou republiku. Jedná se o maximalizační povahu kritéria, neboť uživatelé preferují širší výběr z titulů, tudíž nejvíce bodů bylo přiřazeno službě HBO GO, která nabízí největší obsah. Poněvadž se u služeb Netflixu nerozlišuje dle typu předplatného jejich obsah, mají všechny tři druhy služeb stejný počet titulů, a tudíž i stejné bodové ohodnocení. Nejhůře na tom je Amazon Prime Video, který nabízí skoro až o polovinu méně titulů než první HBO GO.

2. Souběžné sledování obsahu na více zařízeních

Služba	Počet souběžného sledování služby	Bodové ohodnocení	Výsledek (Váha x Body)
Netflix Basic	1	4	0,776
Netflix Standard	2	6	1,164
Netflix Premium	4	10	1,940
HBO GO	2	6	1,164
Amazon Prime Video	3	8	1,552
Váha	0,194		

Tabulka 3 - Souběžné sledování obsahu na více zařízeních

Hodnoty zobrazují počet souběžného sledování služby. Jedná se o maximalizační povahu kritéria, protože čím větší počet souběžného sledování služba nabízí, tím více lze sledovat obsah ve stejnou dobu z jiných zařízeních. Plný počet bodů získala služba Netflix Premium, u které lze využívat službu až ze čtyř různých zařízeních ve stejném čase. Druhý nejvyšší počet bodů bylo pak přiřazeno službě Amazon Prime Video, která nabízí sledování služby ze tří různých míst. Stejně tituly lze u služby sledovat pouze na dvou zařízeních ale toto kritérium se zaměřuje

na souběžné sledování služby a nebere v potaz stejný obsah. Na posledním místě je služba Netflix Basic, která umožňuje sledování pouze na jednom zařízení.

3. Měsíční poplatek za službu

Služba	Měsíční poplatek	Bodové ohodnocení	Výsledek (Váha x Body)
Netflix Basic	199	6	1,002
Netflix Standard	259	4	0,668
Netflix Premium	319	2	0,334
HBO GO	159	8	1,336
Amazon Prime Video	75	10	1,670
Váha	0,167		

Tabulka 4 - Měsíční poplatek za službu

V této tabulce jsou zobrazeny měsíční paušální poplatky služeb za zprostředkování obsahu pro uživatele. Jedná se o minimalizační povahu kritéria, jelikož je žádoucí platit co nejmenší částku za službu. Nejvíce bodů dostala služba Amazon Prime Video, která si při pořízení účtuje poloviční cenu, než je to u druhého nejlevnějšího poskytovatele služby, a to HBO GO, které dostalo hned po službě Amazon Prime Video nejvíce bodů. U služby Amazon Prime Video není zahrnuta částka 155 Kč, která se platí po půlročním používání služby, neboť jsou kritéria určeny tak, že se počítá s takovou cenou, která je stanovena při pořízení služby. Po těchto dvou službách jsou přiřazeny body třem druhům služby Netflixu.

4. Větší výběr obsahu oblíbeného žánru

Služba	Obsah s nejvíce oblíbeným žánrem	Bodové ohodnocení	Výsledek (Váha x Body)
Netflix Basic	473	10	1,389
Netflix Standard	473	10	1,389
Netflix Premium	473	10	1,389
HBO GO	353	8	1,111
Amazon Prime Video	115	6	0,833
Váha	0,139		

Tabulka 5 - Obsah s nejvíce oblíbeným žánrem

Jedná se o maximalizační povahu kritéria. V tabulce je zobrazen počet titulů s nejvíce oblíbeným žánrem. Z dotazníkové metody byl uživateli nejvíce volen jako nejoblíbenější žánr komedie. Nejvyšší počet bodů dostaly všechny tři druhy služby Netflix, protože u této služby

se nerozlišuje obsah podle typu předplatného. Po nich je umístěna služba HBO GO a s nejmenší nabídkou je poslední Amazon Prime Video.

5.Větší výběr titulů s dostačující kvalitou obrazu

Služba	Obsah s dostačující kvalitou obrazu	Bodové ohodnocení	Výsledek (Váha x Body)
Netflix Basic	0	4	0,444
Netflix Standard	1245	8	0,889
Netflix Premium	1245	8	0,889
HBO GO	1484	10	1,111
Amazon Prime Video	726	6	0,667
Váha	0,111		

Tabulka 6 - Obsah s dostačující kvalitou obrazu

V dotazníkovém šetření byla nejvíce volena uživateli dostačující kvalita obrazu ve formátu HD. Jedná se o maximalizační povahu kritéria a v tabulce je zobrazen počet nabízených titulů ve zmíněném formátu. Nejlépe je na tom služba HBO GO, která nabízí nejvíce titulů v požadované kvalitě a nejhůře Netflix Basic, která nenabízí žádné tituly v této obrazové kvalitě.

6.Větší výběr oblíbeného typu obsahu

Služba	Obsah oblíbeného typu	Bodové ohodnocení	Výsledek (Váha x Body)
Netflix Basic	369	10	0,833
Netflix Standard	369	10	0,833
Netflix Premium	369	10	0,833
HBO GO	319	8	0,667
Amazon Prime Video	194	6	0,500
Váha	0,083		

Tabulka 7 - Obsah oblíbeného typu obsahu

V tabulce je zobrazen počet oblíbeného typu obsahu, kterým byl v dotazníkové metodě uživateli nejvíce volen seriál. Jedná se o maximalizační povahu kritéria a největší nabídku seriálů mají všechny tři druhy služeb od Netflixu, neboť se u nich nerozlišuje obsah dle typu předplatného. Nejmenší výběr nabízí služba Amazon Prime Video.

7.Větší výběr z preferovaných roků tvorby

Služba	Obsah preferovaných roků výroby	Bodové ohodnocení	Výsledek (Váha x Body)
Netflix Basic	999	10	0,556
Netflix Standard	999	10	0,556
Netflix Premium	999	10	0,556
HBO GO	964	8	0,444
Amazon Prime Video	403	6	0,333
Váha	0,056		

Tabulka 8 – Obsah preferovaných roků výroby

Z dotazníkové metody uživatelé více preferovali novější tvorbu, která byla určena od roku 2010. Jedná se o maximalizační povahu kritéria. V tabulce je zobrazen počet nabízených titulů natočených od roku 2010. Nejlépe jsou na tom služby od Netflixu a hned za nimi je služba HBO GO. Nejméně jich nabízí služba Amazon Prime Video.

8.Počet zaregistrovaných zařízení

Služba	Počet zaregistrovaných zařízení	Bodové ohodnocení	Výsledek (Váha x Body)
Netflix Basic	6	8	0,250
Netflix Standard	6	8	0,250
Netflix Premium	6	8	0,250
HBO GO	5	6	0,188
Amazon Prime Video	neomezeno	10	0,313
Váha	0,031		

Tabulka 9 – Počet zaregistrovaných zařízení

Tabulka zobrazuje, na kolik zařízeních lze službu z jednoho účtu využívat. Jedná se o maximalizační kritérium, u kterého jednoznačně vyhrává služba Amazon Prime Video, která nemá omezený limit registrací. Po ní jsou všechny tři druhy služby Netflixu a jako poslední je služba HBO GO.

4.3.2.2 Výsledek – kompromisní varianta

Služba	Body jednotlivých kritérií	Součet
Netflix Basic	1,776 + 0,776 + 1,002 + 1,389 + 0,444 + 0,833 + 0,556 + 0,25	7,026
Netflix Standard	1,776 + 1,164 + 0,668 + 1,389 + 0,889 + 0,833 + 0,556 + 0,25	7,525
Netflix Premium	1,776 + 1,94 + 0,334 + 1,389 + 0,889 + 0,833 + 0,556 + 0,25	7,967
HBO GO	2,22 + 1,164 + 1,336 + 1,111 + 1,111 + 0,667 + 0,444 + 0,188	8,241
Amazon Prime Video	1,332 + 1,552 + 1,67 + 0,833 + 0,667 + 0,5 + 0,333 + 0,313	7,200

Tabulka 10 - Výsledek bodovací metody s váhami

Dle bodovací metody s váhami je služba HBO GO zvolena jako kompromisní varianta, neboť díky metodě jí bylo vypočteno nejvíce bodů při součtu všech jednotlivých získaných bodů zvolených kritérií. Služba získala pomocí metody 8,241 bodů, což je skoro o 0,3 bodů více než služba Netflix Premium, která se pomocí bodovací metody s váhami dostala na druhé místo. Nejhůře dopadla služba Netflix Basic, která získala 7,026 bodů.

5 Výsledky a diskuse

V této kapitole jsou shrnuty všechny výsledky praktické části. Pracuje se zde s výstupy z dotazníkové metody a z vícekritériální analýzy variant a dále s kombinací výstupů obou metod, z nichž je pak stanovena kompromisní doporučená varianta a slovně navrhnutá optimální služba.

5.1 Dotazníková metoda

Z dotazníkového šetření lze vyvodit takový závěr, že jsou audiovizuální služby, hlavně mezi mladými lidmi, vcelku využívány. Ovšem stále převažují nelegální portály, které uživatelé využívají často ve spojení s legálními službami. I přesto, že byla velká část nelegálních serverů v roce 2019 zrušena, na uživatele to velký vliv nemělo, neboť celkově nelegální portály převažují samotné využívání legálních služeb. Hlavním důvodem k využívání pirátských stránek je zapříčiněno hlavně tím, že jsou provozovány zdarma, případně za minimální poplatek a lze skrze ně sehnat většinu požadovaného obsahu, což je výhodou oproti legálním službám, protože tyto služby jsou placené a není na nich vždy k dohledání takový obsah, který uživatel zrovna požaduje. Z tohoto důvodu se pak uživatelé obrátí na pirátské stránky, na kterých mají volné pole působnosti a mohou zde sledovat jakýkoliv preferovaný obsah, a to bez omezení.

Co se týče konkrétně nejvíce využívané služby, mezi uživateli je nejrozšířenější služba Netflix. Popularita a rozšíření mezi uživatele je přikládána hlavně funkčností služby, mezi které patří například nabízený obsah podle profilového nastavení a již shlédnutého obsahu nebo také přeskokování úvodní znělky či možnost pokračovat v přehrávání titulu na tom místě, kde uživatel naposledy skončil. Další velkou výhodou služby je její nabízený obsah, který obsahuje široký a pro uživatele zajímavý výběr.

5.2 Vícekritériální analýza variant

Bodovací metoda s váhami byla provedena mezi nejrozšířenějšími službami v České republice, přičemž porovnávaná kritéria, a jejich preference, byla zvolena podle výsledků z dotazníkové metody dle uživatelů. Pomocí zmiňované metody byla stanovena služba HBO GO jako nejlepší pro českého uživatele. Velkou váhu na výsledek měl hlavně široký výběr z obsahu, který je pro českého uživatele nejdůležitějším měřítkem při případném výběru služby. Celkem široký výběr obsahu dokázal eliminovat slabší stránku služby, kterou bylo souběžné sledování z více zařízení, ve které převažovala služba Netflix Premium. Tato služba, jakožto

hlavní konkurent služby HBO GO však ztratila svoji převahu hlavně kvůli velmi vysokému měsíčnímu poplatku, který je oproti službě HBO GO dvojnásobný.

5.3 Optimální služba pro české uživatele

K určení optimální služby pro českého uživatele se vychází z dotazníkové metody, ve které respondenti volili a vypisovali své preference u služeb, jejich klady i zápory. Poněvadž byla dotazníková metoda zaměřena spíše na mladší generaci internetových uživatelů, jsou poznatky a doporučení spíše pro tuto cílovou skupinu.

Co se týče měsíčního poplatku za službu, měla by se pohybovat okolo 100 Kč. Pokud by ovšem služba splňovala většinu potřeb uživatelů, dalo by se u poplatku pohybovat i v částce až 300 Kč. Přijatelnější by samozřejmě byla cena menší, s níž se ovšem pojí i možnost sdílet jeden účet s více uživateli. Na tuto funkčnost by měl být příkládán velký důraz, neboť uživatelé preferují větší možnost sledovat souběžně obsah na více zařízeních, čímž se pak dá poplatek rozdělit mezi více uživatelů. Dále ohledně funkčností by se služba měla více zaměřit na možnosti zakládání více profilů a podle profilů pak dále nabízet takový obsah, který by se pro daný profil nejvíce hodil. Podobnou funkci na bázi zakládání více profilů pod jedním účtem má zatím pouze Netflix. Obsahově by služba měla upřednostňovat spíše novější tvorbu, ovšem neměla by opomíjet ani staré klasiky či divadelní záznamy. Velký důraz by měl být hlavně na obecně široký obsah, který uživatelé berou jako hlavní prioritu. Tituly by měly být hlavně zahraniční tvorby, protože není skoro žádný důraz na upřednostnění české tvorby. S tím jsou spojeny i tituly bez české podpory, které také nemají takovou prioritu a uživatel je schopen sledovat i anglicky podporovaný obsah. Nejvíce obsahu by mělo být žánrově spíše komedie, fantasy, akční a sci-fi a kvalita obrazu by měla být minimálně v HD.

6 Závěr

Bakalářská práce s názvem *Analýza online poskytovatelů audiovizuálních služeb* se zabývá podrobnou analýzou aktuálně nejvíce využívaných služeb v České republice, jejich funkčnostmi a zpracováním dat, dále také mírou jejich využívání k poměru s nelegálními službami a porovnání služeb mezi sebou s cílem výběru nejvhodnější služby podle preference českého uživatele. Dále se v práci vybírají nejdůležitější kritéria, díky kterým je následně navrhována optimální služba, která by splňovala hlavní potřeby uživatele. Práce tvoří dvě části, teoretickou a praktickou, ve kterých se řeší dílčí zmiňované cíle.

Teoretická část práce je zaměřena na podrobnou analýzu služeb, průzkum jejich historie od založení až po současnost a jejich aktuální rozšíření ve světě. Je zde popsáno, jakým způsobem služby zpracovávají data o uživateli a jak je následně tvořen vlastní obsah či marketing. Dále jsou zmíněny i pirátské stránky a jejich vliv na fungování audiovizuálních služeb. V poslední řadě je popsáno, jakým způsobem se audiovizuální služby budou v následujících letech vyvíjet a je zde i stručný popis použité metody v praktické části.

Praktická část práce je rozdělena do tří dílčích částí. První část tvoří podrobná analýza rozdílů mezi službami. V analýze se zkoumají hlavní kritéria, která se následně porovnávají ve vícekritériální analýze variant.

Druhá část tvoří dotazníková metoda, která zkoumá míru využívání audiovizuálních služeb a využívání těchto služeb vůči nelegálním pirátským stránkám. Je zde zjištěno, že i přes to, že jsou audiovizuální služby mezi mladou internetovou generací celkem využívány, stále zde figuruje velký vliv pirátských stránek, na které se uživatelé obrací, buď z důvodu ceny nebo z důvodu hledání jiného obsahu. Dále jsou zde zjišťovány preference uživatelů ohledně audiovizuálních služeb, přičemž jsou dále tyto poznatky použity ve vícekritériální analýze variant a při návrhu optimální audiovizuální služby pro českého uživatele, která je slovně navrhována ve výsledku práce.

Ve třetí části se vychází z preferencí uživatelů získaných pomocí dotazníkového šetření. Díky těmto preferencím jsou porovnávaným kritériím přiřazeny váhy a ty jsou dále využity ve vícekritériální analýze variant, konkrétně bodovací metodě s váhami, ve které se vybírá nejvýhodnější služba pro české uživatele. Bodovací metodou s váhami byla jako nejvýhodnější služba zvolena služba od firmy HBO, a to konkrétně služba HBO GO.

7 Seznam použitých zdrojů

Alexander, Julia. 2019. The Verge. *The Verge*. [Online] Vox Media, LLC., 25. Říjen 2019. <https://www.theverge.com/2019/10/25/20931963/hbo-max-ad-supported-tier-att-free-disney-netflix-streaming-wars>.

Clancy, Michelle. 2019. Rapid Tv News. *Rapid Tv News*. [Online] Rapid TV News, 17. Červenec 2019. <https://www.rapidthvnews.com/2019071756691/originals-make-up-most-of-netflix-top-programmes.html#axzz6DRq9GxZM>.

Cohen, John. 2020. Curiosity at Work. *Curiosity at Work*. [Online] SurveyMonkey, 13. Leden 2020. <https://www.surveymonkey.com/curiosity/netflixs-bet-on-original-content-pays-off-big-time/>.

DePhillis, Lydia a Ivory, Sherman. 2019. CNN Business. *CNN Business*. [Online] Turner Broadcasting System, Inc., 5. Červenec 2019. <https://edition.cnn.com/interactive/2018/10/business/amazon-history-timeline/index.html>.

Dixon, Michael. 2019. Selerity. *Selerity*. [Online] Scorpio Software Services, 5. Duben 2019.

Dočekal, Daniel. 2019. Lupa. *Lupa*. [Online] Internet Info, s.r.o., 2. Prosinec 2019. <https://www.lupa.cz/clanky/pristup-k-filmum-a-serialum-se-zacina-komplikovat-a-take-zdrazovat/>.

Dolák, Ondřej. 2011. SystemOnLine. *SystemOnLine*. [Online] CCB spol. s.r.o., 2011. <https://www.systemonline.cz/clanky/big-data.htm>.

Gregersen, Erik. 2020. Britannica. *Encyclopedia Britannica*. [Online] Encyclopedia Britannica, Inc., 9. Leden 2020. <https://www.britannica.com/topic/HBO>.

Guerrero, Bethany. 2019. Screen Rant. *Screen Rant*. [Online] Valnet Inc., 19. Březen 2019. <https://screenrant.com/consumers-think-too-many-streaming-services/>.

Haas, Elizabeth. 2016. Expats. *Expats*. [Online] Howlings s.r.o., 15. Prosinec 2016. <https://news.expats.cz/movies-tv/amazon-prime-arrives-on-the-czech-market/>.

Jackson, Aurelia. 2014. *Netflix: How Reed Hastings Changed the Way We Watch Movies & TV*. Broomall : Mason Crest, 2014. 9781422231845.

Jarvey, Natalie a Szalai, Georg. 2016. The Hollywood Reporter. *The Hollywood Reporter*. [Online] The Hollywood Reporter, LLC., 12. Prosinec 2016. <https://www.hollywoodreporter.com/news/amazon-take-video-streaming-service-global-challenge-netflix-949556>.

Joan, Solsman. 2019. cnet. *cnet*. [Online] cnet a.s, 13. Listopad 2019. <https://www.cnet.com/news/disney-plus-more-than-10-million-people-signed-up/>.

Keyes, Daniel. 2020. Business Insider. *Business Insider*. [Online] Insider Inc., 3. Únor 2020. <https://www.businessinsider.com/amazon-surpasses-150-million-prime-subscribers-2020-2>.

Kyncl, Robert a Peyvan, Maany. 2018. *Streampunkeri, YouTube a rebelové přetvářející média*. Brno : Host, 2018. 978-80-7577-565-8.

Medinsky, Vladimir. 2016. Culture clash. *Washington Times*. Washington, DC : The Washington Times, LLC, 23. Červen 2016.

Nielsen Admosphere. 2019. Nielsen Admosphere. *Nielsen Admosphere*. [Online] Nielsen Admosphere, a.s., 10. Prosinec 2019. <https://www.nielsen-admosphere.cz/press/ruseni-legalnich-streamovacich-serveru-s-filmu-a-serialu-ma-aktualne-dopad-na-17-internetovych-uzivatelu/>.

Otterson, Joe. 2019. Variety. *Variety*. [Online] Variety Media, LLC., 20. Květen 2019. <https://variety.com/2019/tv/ratings/game-of-thrones-series-finale-draws-19-3-million-viewers-sets-new-series-high-1203220928/>.

Pineda, Gabriela. 2018. Akuario World. *Akuario World*. [Online] AKUARIO WORK, S.L., 4. Únor 2018. <https://www.akuaroworld.com/what-is-the-future-of-video-on-demand/>.

Plesa, Alexandra. 2020. finder. *finder*. [Online] Finder AU Level 10, 24. Leden 2020. <https://www.finder.com.au/list-apple-tv-plus-movies-tv-shows>.

Prokeš, Jan. 2019. Hospodářské noviny. *Hospodářské noviny*. [Online] Economia, a.s., 27. Listopad 2019. <https://archiv.ihned.cz/c7-66684490-11nlfj-72573802c4e1824>.

Slouka, David. 2019. inSmart. *inSmart*. [Online] inSmart.cz, 28. Únor 2019. <https://insmart.cz/stahovani-filmu-a-hudby-trestne-nebyva-sdileni-ano/>.

Smith, Michael a Rahul, Telang. 2016. *Streaming, Sharing, Stealing - Big Data a the Future of Entertainment*. Cambridge : MIT Press Ltd, 2016. 9780262534529.

Spangler, Todd. 2019. Variety. *Variety*. [Online] Variety Media LLC., 18. Březen 2019. <https://variety.com/2019/digital/news/streaming-subscription-fatigue-us-consumers-deloitte-study-1203166046/>.

Šubrt, Tomáš. 2015. *Ekonomicko-matematické metody*. Praha : Aleš Čeněk, 2015. 978-80-7380-563-0.

Šurkala, Milan. 2019. TV Freak. *TV Freak*. [Online] oXy Online s.r.o., 6. Říjen 2019. <https://www.tvfreak.cz/streamovaci-valky-amazon-fire-tv-bez-disney-ten-zas-bez-netflixu/6380>.

Václavík, Lukáš. 2019. cnews. *cnews*. [Online] Mladá fronta a.s., 11. Listopad 2019.

Voříšek, Lukáš. 2019. inSmart. *inSmart*. [Online] inSmart.cz, 1. Listopad 2019. <https://insmart.cz/konec-piratskeho-sledovani-serialu-a-filmu/>.

Watson, Amy. 2020. statista. *statista*. [Online] Statista, Inc., 22. Leden 2020. <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>.

Wheeler, Callie. 2016. videa. *Media Wave*. [Online] videa.tv, 16. Květen 2016.
<https://video.tv/2016/05/advertising-terminology-a-primer-for-the-uninitiated-or-confused/>.

Whitten, Sarah. 2019. CNBC. *CNBC*. [Online] CNBC LLC, 11. Červenec 2019.
<https://www.cnbc.com/2019/07/11/stranger-things-had-record-viewership-in-first-four-days.html>.

Wolf, Karel. 2019. Lupa. *Lupa*. [Online] Internet Info, s.r.o. , 10. Říjen 2019.
<https://www.lupa.cz/aktuality/netflix-spustil-ceske-uzivatelske-rozhrani-a-lokalizovany-obsah/>.