

## Obsah

<b>Předmluva</b> .....	<b>9</b>
<b>1 Trhy kulturních produktů</b> .....	<b>11</b>
1.1 Ekonomický systém kultury .....	12
1.2 Společenské postavení kulturních institucí .....	15
1.3 Marketing na trzích kulturních produktů .....	19
1.3.1 Marketingový výzkum v prostředí kultury .....	20
1.4 Cílové skupiny na trzích kulturních produktů .....	22
1.4.1 Vnitřní veřejnost .....	23
1.4.2 Dostupné publikum .....	23
1.4.3 Nedostupné publikum .....	24
1.4.4 Podporovatelé .....	24
<b>2 Publikum na trzích kulturních produktů</b> .....	<b>26</b>
2.1 Profil publika kulturních produktů .....	27
2.2 Vlivy na nákupní chování na trzích kulturních produktů .....	30
2.3 Segmentace na trzích kulturních produktů .....	32
2.3.1 Segmentace podle pohlaví a genderu .....	34
2.3.2 Segmentace podle věku .....	34
2.3.3 Segmentace podle způsobu užívání produktu .....	37
2.4 Trhy jednotlivých kulturních produktů .....	40
<b>3 Divadlo a jeho návštěvníci</b> .....	<b>44</b>
3.1 Návštěva divadla jednotlivými demografickými segmenty .....	44
3.2 Demografický profil návštěvníků divadla .....	46
3.3 Návštěva divadla a trhy ostatních kulturních produktů .....	47
<b>4 Opera a její návštěvníci</b> .....	<b>50</b>
4.1 Návštěva operních představení jednotlivými demografickými segmenty .....	50
4.2 Demografický profil návštěvníků opery .....	52
4.3 Návštěva opery a trhy ostatních kulturních produktů .....	53
<b>5 Opereta a její návštěvníci</b> .....	<b>55</b>
5.1 Návštěva operetních představení jednotlivými demografickými segmenty .....	55
5.2 Demografický profil návštěvníků operety .....	57
5.3 Návštěva operety a trhy ostatních kulturních produktů .....	58
<b>6 Muzikál a jeho návštěvníci</b> .....	<b>60</b>
6.1 Návštěva muzikálových představení jednotlivými demografickými segmenty .....	60
6.2 Demografický profil návštěvníků muzikálu .....	62
6.3 Návštěva muzikálu a trhy ostatních kulturních produktů .....	63

<b>7 Kino a jeho návštěvníci</b> .....	<b>65</b>
7.1 Návštěva kina jednotlivými demografickými segmenty .....	65
7.2 Demografický profil návštěvníků kina .....	67
7.3 Návštěva kina a trhy ostatních kulturních produktů .....	68
<b>8 Výstavy výtvarného umění a jejich návštěvníci</b> .....	<b>70</b>
8.1 Návštěva výstav jednotlivými demografickými segmenty .....	70
8.2 Demografický profil návštěvníků výstav .....	72
8.3 Návštěva výstav a trhy ostatních kulturních produktů .....	72
<b>9 Koncerty vážné hudby a jejich návštěvníci</b> .....	<b>75</b>
9.1 Návštěva koncertů vážné hudby jednotlivými demografickými segmenty .....	75
9.2 Demografický profil návštěvníků koncertů vážné hudby .....	77
9.3 Návštěva koncertů vážné hudby a trhy ostatních kulturních produktů .....	78
<b>10 Koncerty populární hudby a jejich návštěvníci</b> .....	<b>80</b>
10.1 Návštěva koncertů populární hudby jednotlivými demografickými segmenty .....	80
10.2 Demografický profil návštěvníků koncertů populární hudby .....	82
10.3 Návštěva koncertů populární hudby a trhy ostatních kulturních produktů .....	83
<b>11 Nákup knih</b> .....	<b>85</b>
11.1 Nákup knih jednotlivými demografickými segmenty .....	85
11.2 Demografický profil nakupujících knihy .....	87
11.3 Nákup knih a trhy ostatních kulturních produktů .....	87
<b>12 Půjčování knih</b> .....	<b>90</b>
12.1 Půjčování knih jednotlivými demografickými segmenty .....	90
12.2 Demografický profil půjčujících si knihy .....	92
12.3 Půjčování knih a trhy ostatních kulturních produktů .....	92
<b>13 Čtení knih</b> .....	<b>95</b>
13.1 Čtení knih jednotlivými demografickými segmenty .....	95
13.2 Demografický profil čtenářů knih .....	97
13.3 Čtení knih a trhy ostatních kulturních produktů .....	97
<b>14 Čtení odborné literatury</b> .....	<b>100</b>
14.1 Čtení odborné literatury jednotlivými demografickými segmenty .....	100
14.2 Demografický profil čtenářů odborné literatury .....	102
14.3 Čtení odborné literatury a trhy ostatních kulturních produktů .....	102
<b>15 Nákup nosičů s vážnou hudbou</b> .....	<b>105</b>
15.1 Nákup nosičů s vážnou hudbou jednotlivými demografickými segmenty .....	105
15.2 Demografický profil nakupujících nosiče s vážnou hudbou .....	107
15.3 Nákup nosičů s vážnou hudbou a trhy ostatních kulturních produktů .....	108

<b>16 Kopírování nosičů s vážnou hudbou</b> .....	<b>110</b>
16.1 Kopírování nosičů s vážnou hudbou jednotlivými demografickými segmenty .....	110
16.2 Demografický profil kopírujících nosiče s vážnou hudbou .....	112
16.3 Kopírování nosičů s vážnou hudbou a trhy ostatních kulturních produktů .....	112
<b>17 Kopírování nahrávek vážné hudby v elektronickém formátu</b> .....	<b>115</b>
17.1 Kopírování nahrávek vážné hudby v elektronickém formátu jednotlivými demografickými segmenty .....	115
17.2 Demografický profil kopírujících vážnou hudbu v elektronickém formátu .....	117
17.3 Kopírování nahrávek vážné hudby v elektronickém formátu a trhy ostatních kulturních produktů .....	118
<b>18 Nákup nahrávek vážné hudby v elektronickém formátu</b> .....	<b>120</b>
18.1 Nákup nahrávek vážné hudby v elektronickém formátu jednotlivými demografickými segmenty .....	120
18.2 Demografický profil nakupujících vážnou hudbu v elektronickém formátu .....	122
18.3 Nákup nahrávek vážné hudby v elektronickém formátu a trhy ostatních kulturních produktů .....	122
<b>19 Nákup nosičů s populární hudbou</b> .....	<b>125</b>
19.1 Nákup nosičů s populární hudbou jednotlivými demografickými segmenty .....	125
19.2 Demografický profil nakupujících nosiče s populární hudbou .....	127
19.3 Nákup nosičů s populární hudbou a trhy ostatních kulturních produktů .....	127
<b>20 Kopírování nosičů s populární hudbou</b> .....	<b>130</b>
20.1 Kopírování nosičů s populární hudbou jednotlivými demografickými segmenty .....	130
20.2 Demografický profil kopírujících nosiče s populární hudbou .....	132
20.3 Kopírování nosičů s populární hudbou a trhy ostatních kulturních produktů .....	133
<b>21 Kopírování nahrávek populární hudby v elektronickém formátu</b> .....	<b>135</b>
21.1 Kopírování nahrávek populární hudby v elektronickém formátu jednotlivými demografickými segmenty .....	135
21.2 Demografický profil kopírujících populární hudbu v elektronickém formátu .....	137
21.3 Kopírování nahrávek populární hudby v elektronickém formátu a trhy ostatních kulturních produktů .....	138

<b>22 Nákup nahrávek populární hudby v elektronickém formátu</b>	<b>140</b>
22.1 Nákup nahrávek populární hudby v elektronickém formátu jednotlivými demografickými segmenty	140
22.2 Demografický profil nakupujících populární hudbu v elektronickém formátu	142
22.3 Nákup nahrávek populární hudby v elektronickém formátu a trhy ostatních kulturních produktů	143
<b>23 Nákup filmových nosičů</b>	<b>145</b>
23.1 Nákup filmových nosičů jednotlivými demografickými segmenty	145
23.2 Demografický profil nakupujících filmové nosiče	147
23.3 Nákup filmových nosičů a trhy ostatních kulturních produktů	148
<b>24 Kopírování filmových nosičů</b>	<b>150</b>
24.1 Kopírování filmových nosičů demografickými segmenty	150
24.2 Demografický profil kopírujících filmové nosiče	152
24.3 Kopírování filmových nosičů a trhy ostatních kulturních produktů	152
<b>25 Kopírování filmů v elektronickém formátu</b>	<b>155</b>
25.1 Kopírování filmů v elektronickém formátu jednotlivými demografickými segmenty	155
25.2 Demografický profil kopírujících filmy v elektronickém formátu	157
25.3 Kopírování filmů v elektronickém formátu a trhy ostatních kulturních produktů	157
<b>26 Nákup filmů v elektronickém formátu</b>	<b>160</b>
26.1 Nákup filmů v elektronickém formátu jednotlivými demografickými segmenty	160
26.2 Demografický profil nakupujících filmy v elektronickém formátu	162
26.3 Nákup filmů v elektronickém formátu a trhy ostatních kulturních produktů	162
<b>27 Nákupní chování jednotlivých demografických segmentů</b>	<b>165</b>
27.1 Segmentace podle pohlaví	165
27.2 Segmentace podle věku	166
27.3 Segmentace podle vzdělání	169
27.4 Segmentace podle ekonomické aktivity	171
27.5 Segmentace podle hudebního vzdělání	174
27.6 Segmentace podle velikosti sídla (bydliště)	176
<b>28 Souvislosti na trzích kulturních produktů</b>	<b>179</b>
28.1 Profil konzumentů jednotlivých kulturních produktů	179
28.2 Vztahy mezi nakupujícími na trzích kulturních produktů	185
<b>Závěr</b>	<b>189</b>
<b>Summary</b>	<b>190</b>
<b>Seznam zkratk</b>	<b>191</b>
<b>Rejstřík</b>	<b>193</b>
<b>Příloha</b>	<b>194</b>
<b>Bibliografický záznam</b>	<b>197</b>