

Κατηγοριοποίηση δισκογραφικών εταιρειών

Οι δισκογραφικές εταιρείες, τουλάχιστον οι μεγαλύτερες εξ αυτών, έχουν πλέον τη δομή και τα χαρακτηριστικά μεγάλων και πλήρως οργανωμένων επιχειρήσεων με ειδικευμένα τμήματα λειτουργίας, με γνώμονα την αύξηση της κερδοφορίας τους. Το γεγονός αυτό αποτελεί τον κυριότερο λόγο της αρνητικής κριτικής που δέχονταν για χρόνια οι δισκογραφικές εταιρείες και η μουσική βιομηχανία γενικότερα καθώς αδιαφόρησαν για τις καλλιτεχνικές ανάγκες των δημιουργών και των έργων τους (Barrow & Newby, 2003). Τα έσοδα και η κερδοφορία της μουσικής βιομηχανίας περιλαμβάνουν τόσο τις πωλήσεις άυλων αγαθών (συναυλίες) όσο και υλικά αγαθά (δίσκοι, βιβλία σχετιζόμενα με τη μουσική). Με τα χρόνια έχουν δημιουργηθεί όμιλοι επιχειρήσεων που περιλαμβάνουν εκδοτικές εταιρείες, εταιρείες παραγωγής δίσκων, εταιρείες διανομής και διάθεσης καθώς και εταιρείες μέσων ενημέρωσης.

Στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής οι εταιρείες που διαχειρίζονται τη δημιουργία και διανομή των μουσικών προϊόντων είναι χιλιάδες αλλά μόλις τρεις (Sony Music Entertainment, Warner Music Group, Universal Music Group) ελέγχουν περίπου το 75-80% της αγοράς δημιουργώντας έτσι ολιγοπώλιο. Το υπόλοιπο 20-25% ανήκει στις ανεξάρτητες δισκογραφικές εταιρείες (Hull, 2004).

Το συνηθέστερο είναι η δισκογραφική εταιρεία και ο καλλιτέχνης να συμβληθούν με συμβόλαιο το οποίο αφορά την κυκλοφορία του μουσικού προϊόντος. Μεταξύ των υποχρεώσεων της δισκογραφικής εταιρείας είναι η διανομή των δίσκων στο λιανεμπόριο και η διαφήμιση με σκοπό την αύξηση των πωλήσεων (Crouch, 2001). Η κατηγοριοποίηση των δισκογραφικών που βασίζεται στην μετοχική τους σύνθεση και στο μέγεθος τους, τις διακρίνει σε μεγάλες (major) και σε ανεξάρτητες (independent ή indie).

Μεγάλες δισκογραφικές εταιρείες

Οι μεγάλες δισκογραφικές εταιρείες χαρακτηρίζονται ως τέτοιες αφού απασχολούν πολλά άτομα, διαθέτουν εταιρική δομή που περιλαμβάνει ειδικευμένα τμήματα, κατέχουν ή συνεργάζονται άμεσα με άλλες εταιρείες που διαθέτουν ειδικό τεχνικό εξοπλισμό (στούντιο ηχογραφήσεων, μίξης και mastering) ενώ συνεργάζονται με πληθώρα καλλιτεχνών. Αποτελούν την πιο γνωστή κατηγορία δισκογραφικών εταιρειών με τη μεγαλύτερη σε αριθμό αλλά και σε όγκο κυκλοφορία δίσκων απευθυνόμενες στην παγκόσμια αγορά. Όπως αναφέραμε και παραπάνω είναι εκείνες που έχουν το μεγαλύτερο ποσοστό επί των πωλήσεων μουσική παγκοσμίως. Η καθεμία από τις μεγάλες εταιρείες έχει δημιουργήσει αντίστοιχη εταιρεία διανομής των προϊόντων, στούντιο ηχογραφήσεων, εταιρείες μέσων μαζικής ενημέρωσης και διαφημιστικές εταιρείες.

Οι εταιρείες υπογράφουν δεσμευτικό συμβόλαιο με τον καλλιτέχνη προκειμένου να αναλάβουν (συνήθως) τα έξοδα ηχογράφησης, μίξης και mastering, το artwork και την εκτύπωση των εξωφύλλων καθώς και του ίδιου του δίσκου, τη συσκευασία του έτσι ώστε στη συνέχεια να το διαφημίσει και τα διανείμει μέσω του δικτύου της. Αντίστοιχες ενέργειες απαιτούνται και για τη διάθεση των ψηφιακών αρχείων. Η κάθε μεγάλη εταιρεία έχει δημιουργήσει έναν όμιλο / δίκτυο θυγατρικών και σε κάποιες περιπτώσεις λειτουργούν ανεξάρτητα. Σε κάθε περίπτωση πάντως υπάρχει έμμεση οικονομική και διοικητική εμπλοκή με τις μητρικές (Britten, 2009). Ο σκοπός ύπαρξής τους, είναι να καλύψουν τα εμπορικά – αγοραστικά κενά που δημιουργούνται στα μουσικά ιδιώματα και αδυνατούν να παρακολουθήσουν οι μεγάλες δισκογραφικές εταιρείες.

Παραμένουν ως ένα βαθμό αυτόνομες, έχοντας χαρακτηριστικά που συναντώνται στις ανεξάρτητες, κάτι που δίνει ευελιξία και ελευθερία στις καλλιτεχνικές τους επιλογές εκμεταλλευόμενες όμως την οικονομική δύναμη και οργανωτική δομή των μητρικών τους. Βασίζονται στην εύρεση νέων καλλιτεχνών, η προώθηση των οποίων όμως γίνεται με συνθήκες και όρους μεγάλων δισκογραφικών εταιρειών. Δεν υπάρχει κανόνας στο αν θα αναλάβουν την χρηματοδότηση της ηχογράφησης κάτι το οποίο είναι σύνηθες στις μικρές δισκογραφικές εταιρείες.

Στις αρχές του αιώνα που διανύουμε υπήρχαν οι εξής πέντε μεγάλες εταιρείες: EMI, Sony, BMG, Warner και Universal. Από τότε μέχρι σήμερα έχουν αλλάξει τα δεδομένα αφού το 2003-4 οι Sony και BMG προχώρησαν στην συγχώνευση τους που στη συνέχεια το 2008 μετονομάστηκε σε Sony Music Entertainment. Το 2012 η EMI αποφάσισε να πουλήσει μεγάλα μερίδια των μετοχών της που κατέληξαν κυρίως στην Sony, η οποία πριν από μερικές εβδομάδες ανακοίνωσε πως απέκτησε ένα επιπλέον 60% των μετοχών της EMI έναντι 2,3 δισ. δολαρίων (Η Καθημερινή, 23 Μαΐου 2018, σελ. 28).

Λόγω των εξαγορών και συγχωνεύσεων που προαναφέραμε υπάρχει πλέον ο όμιλος των εταιρειών στις οποίες ανήκουν περισσότερες από μία μεγάλες εταιρείες και αυτές με τη σειρά τους έχουν επιμέρους μικρότερες εταιρείες ανά είδος – ρεπερτόριο οι οποίες λειτουργούν ως ανεξάρτητες. Παρακάτω αναφέρουμε ενδεικτικά τις κυριότερες θυγατρικές των μεγάλων δισκογραφικών εταιρειών.

Η Sony έχει εξαγοράσει μεταξύ των άλλων τις ακόλουθες δισκογραφικές εταιρείες: Columbia Records, Epic Records, RCA Records, Arista Records, Provident, Legacy Recordings. Σημειώνουμε πως η καθεμία από τις παραπάνω έχει με τη σειρά της πλήθος θυγατρικών δισκογραφικών εταιρειών που στο μεγαλύτερο ποσοστό τους λειτουργούν ως ανεξάρτητες ενώ άλλες έχουν πάψει να λειτουργούν παραχωρώντας το ρεπερτόριο τους σε εταιρείες του ομίλου.

Η Universal έχει εξαγοράσει μεταξύ των άλλων τις ακόλουθες δισκογραφικές εταιρείες: Geffen Records, A&M Records, Capitol, Island, Verve, Blue Note, Decca, Virgin. Επίσης η καθεμία από τις παραπάνω έχει με τη σειρά της πλήθος θυγατρικών δισκογραφικών εταιρειών που στο μεγαλύτερο ποσοστό τους λειτουργούν ως ανεξάρτητες ενώ άλλες έχουν πάψει να λειτουργούν παραχωρώντας το ρεπερτόριό τους σε άλλες εταιρείες του ομίλου. Η Warner έχει εξαγοράσει διάφορες δισκογραφικές εταιρείες κυρίως στις ΗΠΑ όπως είναι οι Atlantic, Parlophone, Rhino. Η καθεμία από τις παραπάνω ήταν σχετικά μεγάλη εταιρεία πριν την εξαγορά της που είχε ένα μεγάλο αριθμό θυγατρικών αλλά και συνεργασιών με ανεξάρτητες εταιρείες. Επίσης σημειώνουμε πως η Warner έχει αναλάβει τη διανομή εκατοντάδων ανεξαρτήτων δισκογραφικών εταιρειών μέσω του δικτύου της.

Ανεξάρτητες δισκογραφικές εταιρείες

Η διαφοροποίηση των ανεξάρτητων δισκογραφικών εταιρειών από τις μεγάλες έγκειται κυρίως στο μέγεθος τους. Η οργανωτική τους δομή είναι μικρή και το προσωπικό τους είναι πολύ λιγότερο. Οι κυκλοφορίες τους είναι λίγες σε αριθμό και σε ποσότητα ενώ η κατασκευή και η διανομή των μουσικών προϊόντων γίνεται από συνεργαζόμενες με αυτές εταιρείες (Strasser, 2010).

Το σημαντικότερο πλεονέκτημά τους βρίσκεται στην καλλιτεχνική ελευθερία που δίνεται στους μουσικούς με τους οποίους συνεργάζονται. Οι παρεμβάσεις σε θέματα που άπτονται του καλλιτεχνικού αποτελέσματος είναι από ελάχιστες έως μηδενικές κάτι που δημιουργεί την αίσθηση απόλυτης ελευθερίας έκφρασης στους μουσικούς.

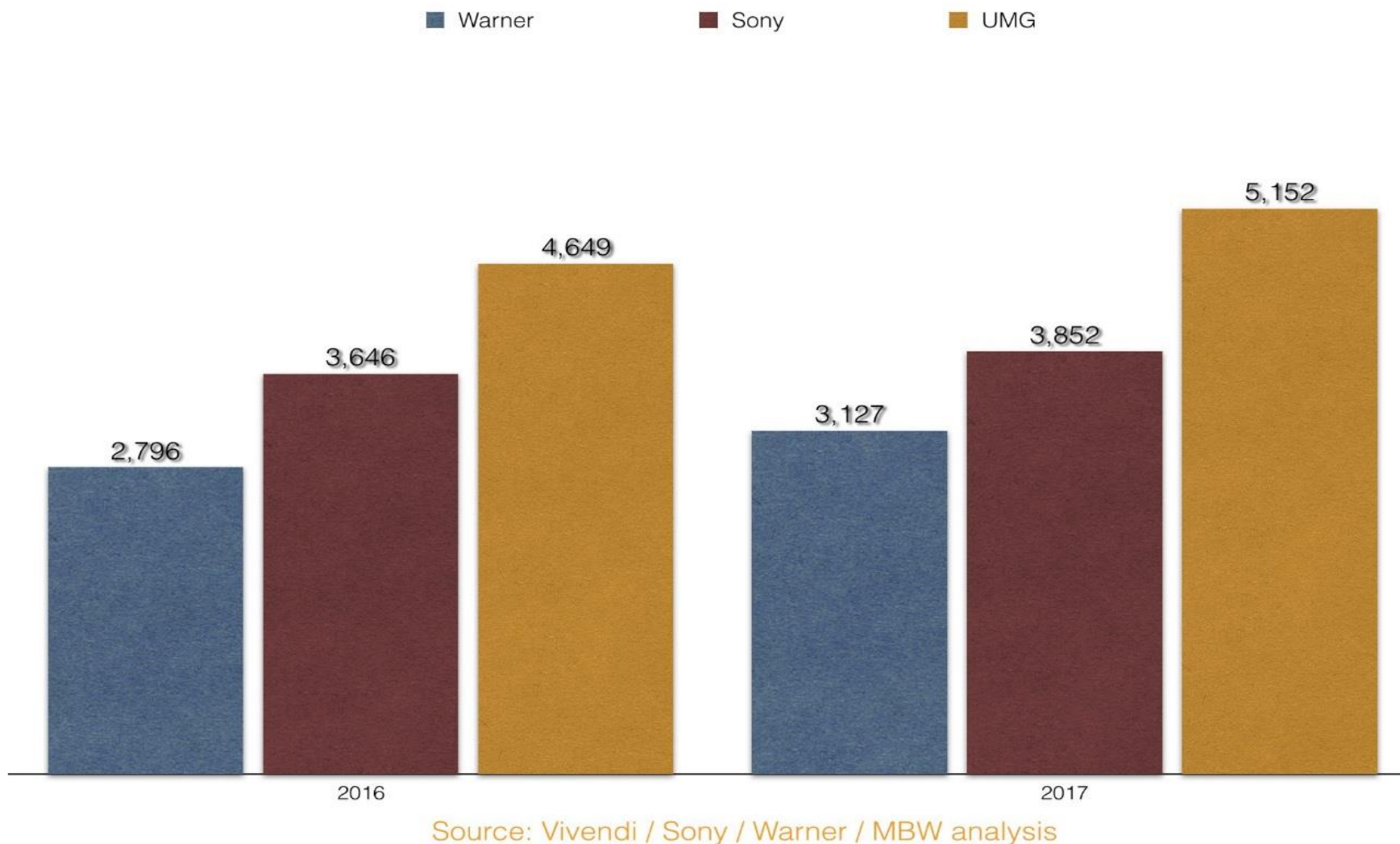
Το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν, είναι οι περιορισμένοι οικονομικοί πόροι που διαθέτουν. Επίσης αδυνατούν να έχουν ιδιόκτητα στούντιο ηχογράφησης και μονάδες παραγωγής δίσκων κάτι που οδηγεί σε αυξημένα έξοδα παραγωγής. Οι πολλαπλοί ρόλοι που καλύπτουν οι εργαζόμενοι στις ανεξάρτητες δισκογραφικές εταιρείες πολλές φορές φανερώνουν τις αδυναμίες (ακόμη και ανεπάρκειές) τους σε διάφορους τομείς. Η προώθηση / προβολή των προϊόντων είναι ακόμη ένα προβληματικό πεδίο αφού οι μικροί προϋπολογισμοί οδηγούν σε μικρές και εξειδικευμένες καμπάνιες που πρέπει να είναι στοχευμένες προκειμένου να επιτύχουν το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Η εύκολη και σχετικά φθηνή πρόσβαση στο διαδίκτυο έχει βελτιώσει την επίδοσή τους στο κομμάτι της προβολής. Γενικότερα λόγω του μικρού μεγέθους και των πολλαπλών ρόλων που επωμίζονται οι εργαζόμενοι έχει ως αποτέλεσμα το συνολικό κόστος των παραγωγών να είναι χαμηλότερο από αυτό των μεγάλων δισκογραφικών (Strasser, 2010).

Οι ανεξάρτητες δισκογραφικές εταιρείες και οι καλλιτέχνες συνήθως υπογράφουν απλά συμφωνητικά που αφορούν την κυκλοφορία ενός δίσκου κάθε φορά ή σε άλλες περιπτώσεις η συγκεκριμένη συμφωνία είναι προφορική και δεν παίρνει ποτέ έγγραφη μορφή. Με αυτό τον τρόπο οι καλλιτέχνες αλλά και οι εταιρείες αποφεύγουν να δεσμευτούν για μεγάλα χρονικά διαστήματα. Οι καλλιτέχνες προσδοκούν στην επιτυχία του δίσκου τους με στόχο τη συνεργασία τους με κάποια από τις μεγάλες δισκογραφικές εταιρείες ενώ οι μικρές δισκογραφικές εταιρείες μειώνουν τον επιχειρηματικό τους κίνδυνο επιδιώκοντας παράλληλα σχετικά υψηλή κερδοφορία.

Μεγάλες δισκογραφικές εταιρείες μερίδια και αριθμοί

Παρόλο που θα περίμενε κανείς πως η δισκογραφική βιομηχανία θα παρουσιάζει αρνητικούς ρυθμούς ανάπτυξης εντούτοις λόγω κυρίως των νέων τεχνολογιών έχει καταφέρει τα τελευταία έτη όχι μόνο να διατηρήσει τα έσοδα της αλλά και να τα αυξήσει. Τα συνδυασμένα έσοδα των τριών μεγάλων δισκογραφικών εταιρειών αυξήθηκαν μεταξύ 2016 και 2017 κατά 1,04 δισ. δολάρια ενώ τα έσοδα μέσω υπηρεσιών streaming αυξήθηκαν σε ετήσια βάση κατά 1,4 δισ. δολάρια. Αναλυτικότερα η Universal είχε τη μεγαλύτερη ανάπτυξη, αυξάνοντας τα έσοδα της κατά 503 εκ. δολάρια. Ακολούθησε η Warner με αύξηση 331 εκ. δολάρια και η Sony 206 εκ. δολάρια. Το παρακάτω σχήμα απεικονίζει διαγραμματικά τα ετήσια έσοδα των μεγάλων δισκογραφικών εταιρειών την εν λόγω διετία.

Major labels: Annual calendar year recorded music revenues (\$m)

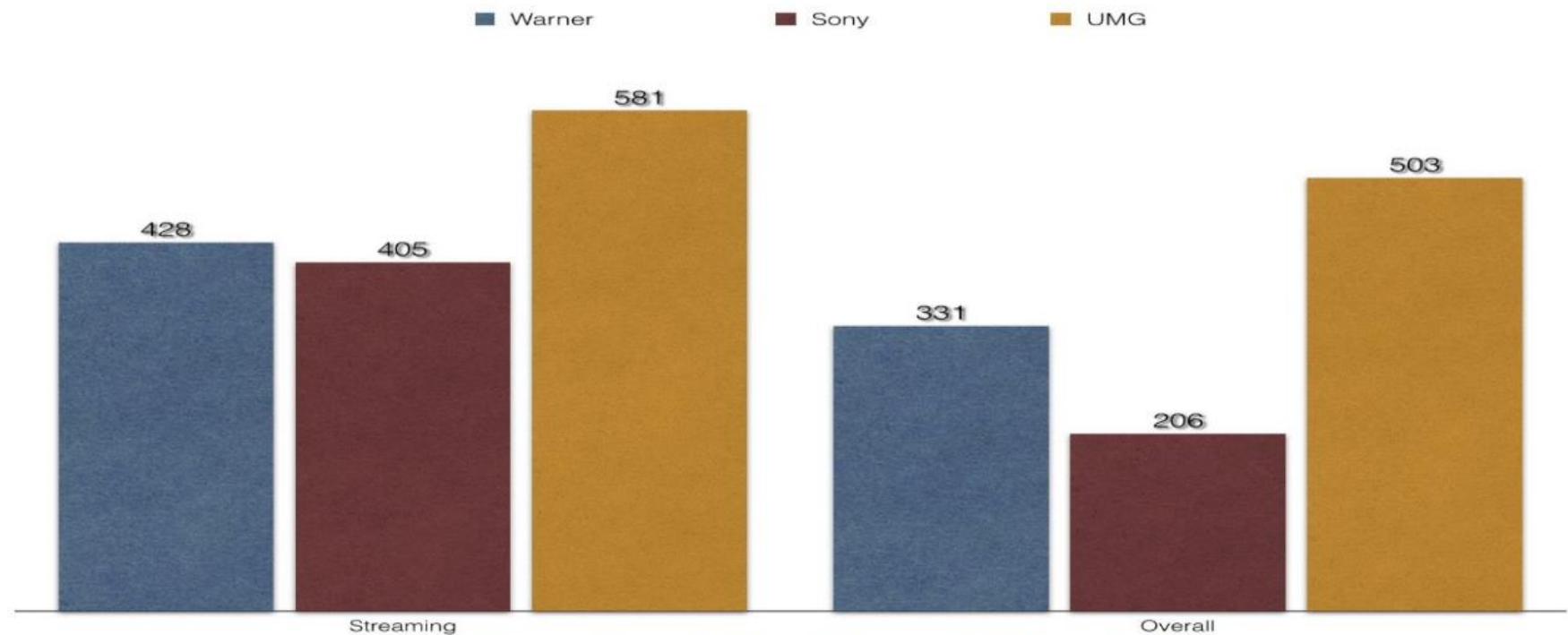


Σχήμα 2: Έσοδα μεγάλων δισκογραφικών εταιρειών 2016 – 2017

Πηγή: <https://www.musicbusinessworldwide.com/major-labels-revenues-grew-1bn-2017-biggest-year/> (ημ. ανάκτησης: 06.07.2018)

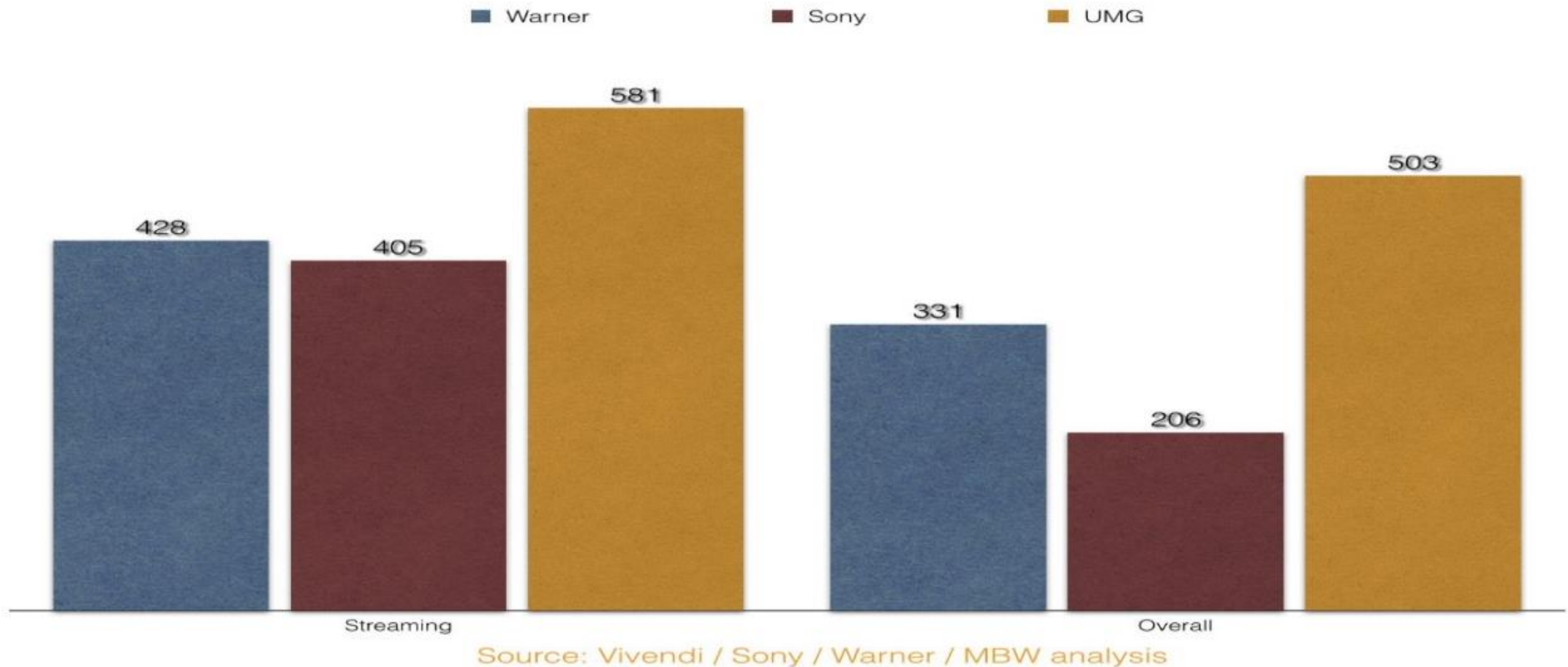
Το 2017 και οι τρεις μεγάλες δισκογραφικές εταιρείες αύξησαν τα έσοδα τους βασιζόμενες αποκλειστικά και μόνο μέσω των υπηρεσιών streaming. Όπως αναδεικνύεται στο παρακάτω σχήμα και οι τρεις μεγάλες δισκογραφικές εταιρείες βασίστηκαν στην αύξηση των εσόδων μέσω των υπηρεσιών streaming προκειμένου να αυξήσουν τα έσοδα τους.

Major labels: Annual calendar year recorded music revenue growth in 2017 (\$m)



Source: Vivendi / Sony / Warner / MBW analysis

Major labels: Annual calendar year recorded music revenue growth in 2017 (\$m)

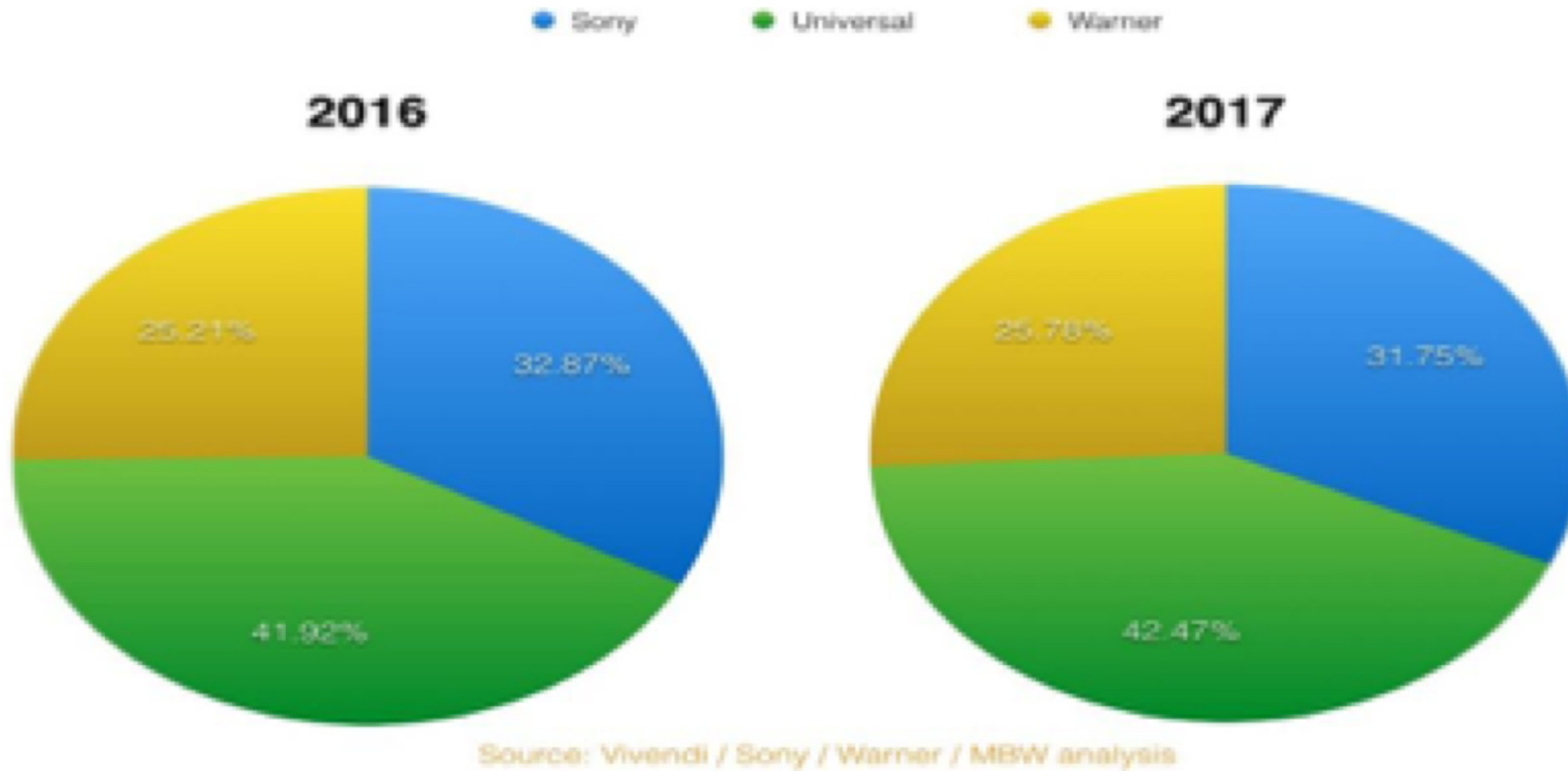


Σχήμα 3: Αύξηση εσόδων από υπηρεσίες streaming και συνολικά

Πηγή: <https://www.musicbusinessworldwide.com/major-labels-revenues-grew-1bn-2017-biggest-year/> (ημ. ανάκτησης: 06.07.2018)

Παρόλες τις προαναφερθείσες αυξομειώσεις τα συνολικά μερίδια τους επί της δισκογραφικής αγοράς δεν άλλαξαν ιδιαίτερα. Η Warner και η Universal κέρδισαν έκαστη μερίδια της τάξης του 0,5% με αποτέλεσμα να αποδυναμωθεί αντίστοιχα η Sony.

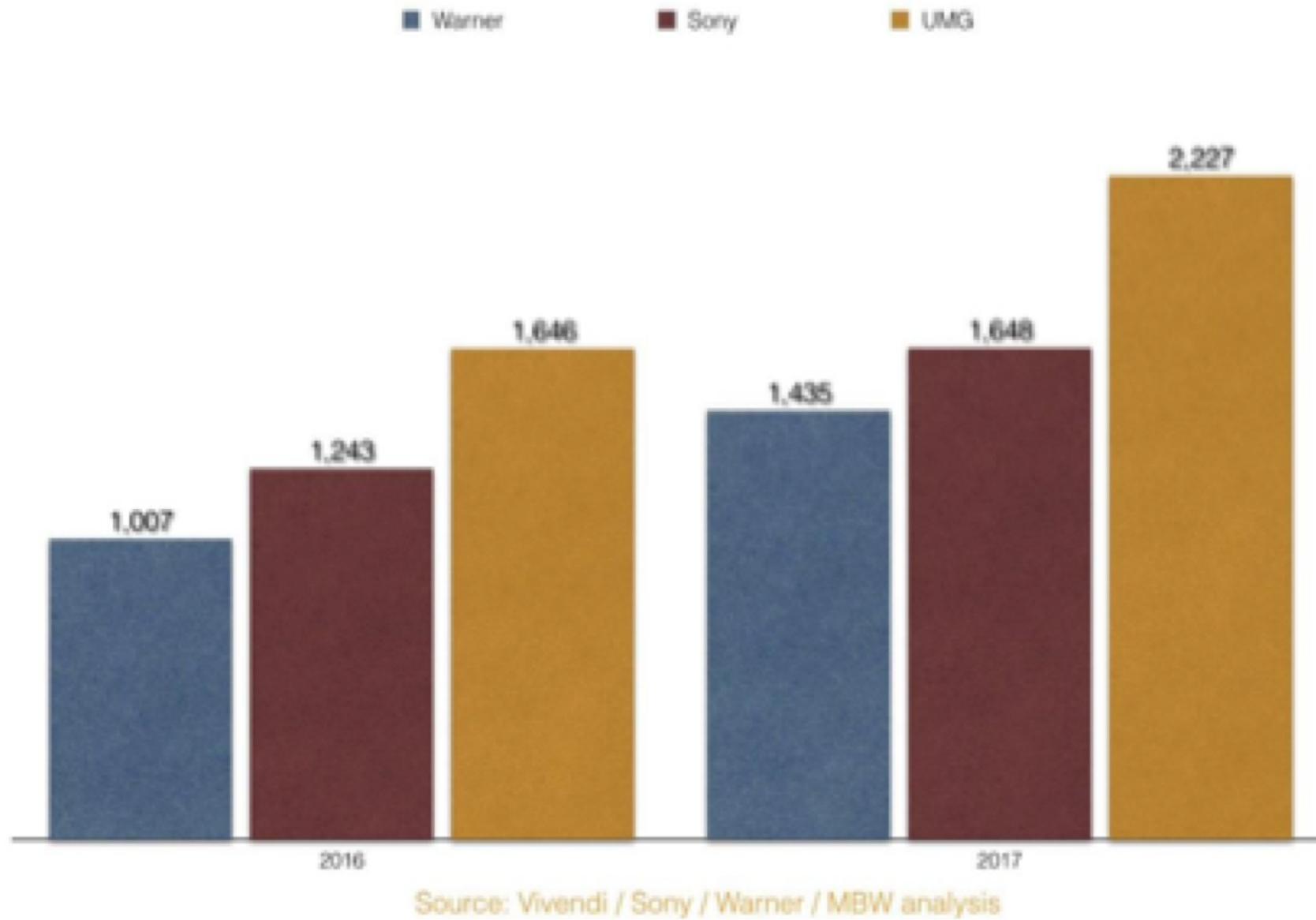
Annual Sony/Universal/Warner recorded music global revenue share %



Σχήμα 4: Μέρδια βάσει εσόδων

Πηγή: <https://www.musicbusinessworldwide.com/major-labels-revenues-grew-1bn-2017-biggest-year/> (ημ. ανάκτησης: 06.07.2018)

year recorded music streaming revenues (\$m)



Σχήμα 5. Έσοδα Δισκογραφικών Εταιρειών από υπηρεσίες Streaming

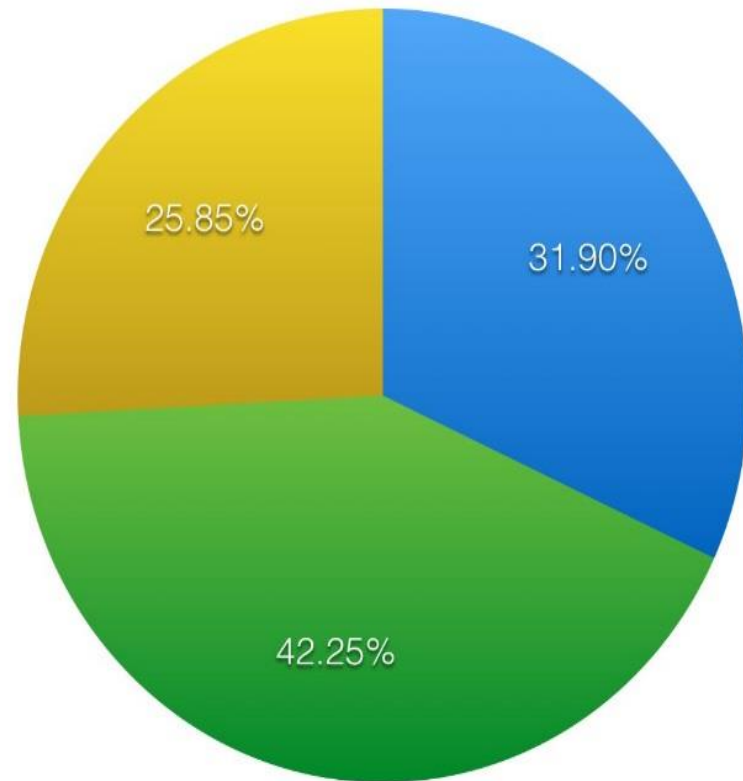
Τα έσοδα των δισκογραφικών εταιρειών όπως διαπιστώσαμε και παραπάνω αυξήθηκαν αποκλειστικά λόγω της εντυπωσιακής αύξησης, άνω του 1 δισ. δολαρίων, των εσόδων μέσω του streaming. Συγκεκριμένα τα έσοδα τους αυξήθηκαν σε 5 δισ. δολάρια από 3,9 δισ. δολάρια που ήταν το 2016. Τη μεγαλύτερη αύξηση την είχε ο όμιλος της Universal με 581 εκ. δολάρια. Η Warner είχε αύξηση 428 εκ. δολάρια ενώ η Sony 405 εκ. δολάρια.

Στον τομέα των μεριδίων αγοράς στις υπηρεσίες streaming η Warner αύξησε το ποσοστό της σε σχέση με το 2016 κατά 1.2%. Η Universal παρόλη την αύξηση των εσόδων της κατά μισό δισ. δολάρια είχε συρρίκνωση του μεριδίου της κατά 0,3% ενώ το μερίδιο της Sony επίσης μειώθηκε κατά 0,9%.

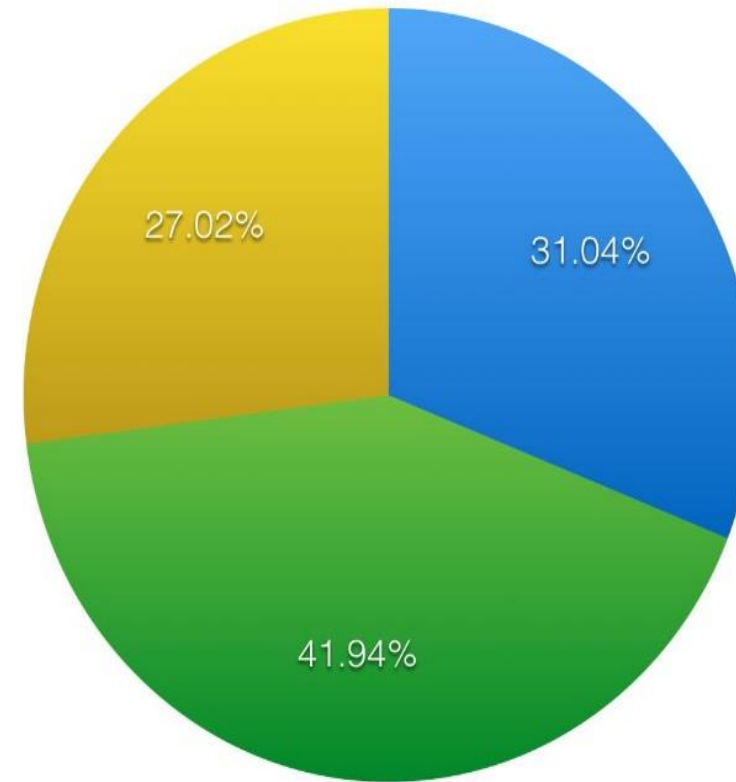
Annual Sony/Universal/Warner recorded music streaming global revenue share %

● Sony ● Universal ● Warner

2016



2017

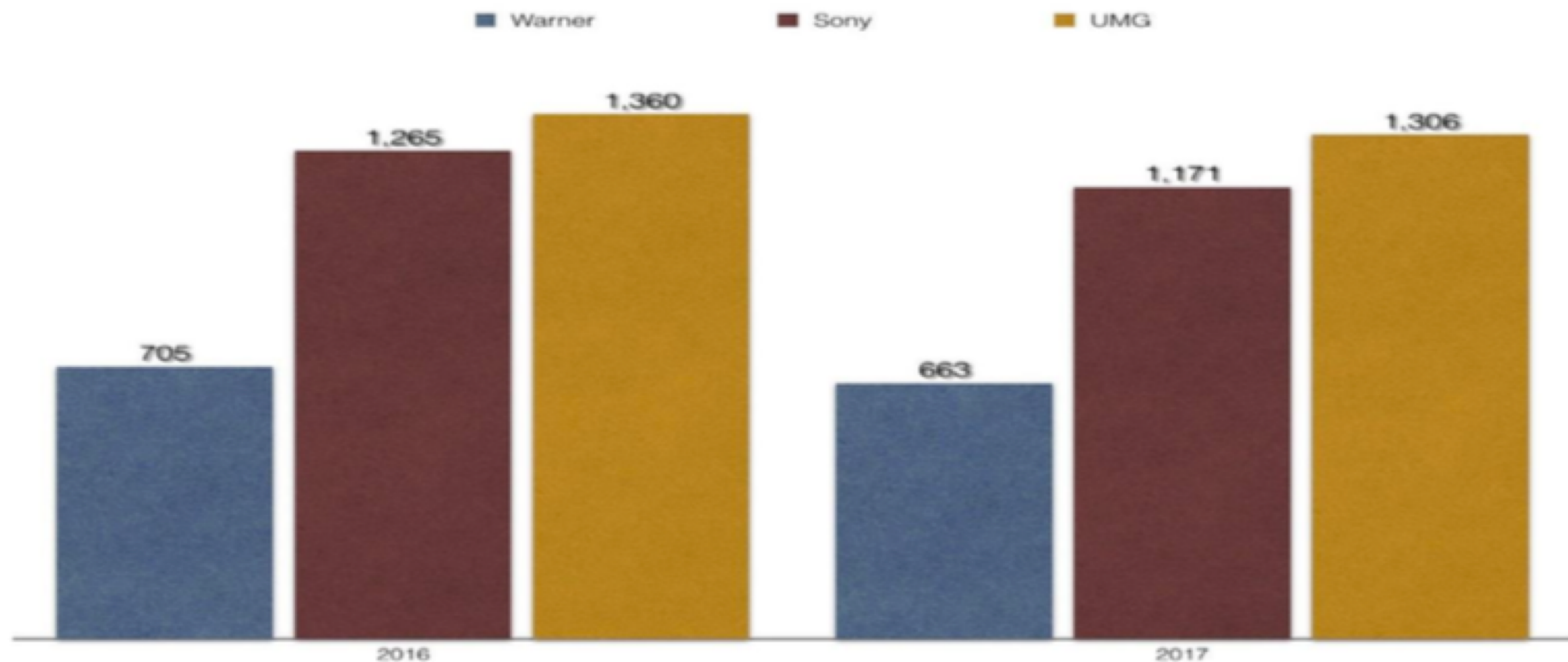


Source: Vivendi / Sony / Warner / MBW analysis

Σχήμα 6: Μερίδια αγοράς στις υπηρεσίες streaming

Οι πωλήσεις των υλικών προϊόντων (cd και βινύλιο) παρέμειναν σημαντικός πυλώνας των πωλήσεων των μεγάλων δισκογραφικών εταιρειών και για το 2017 με τα έσοδα να ξεπερνούν τα 3 δισ. δολάρια. Σημειώνουμε πως οι πωλήσεις σε αυτό τον τομέα σημείωσαν υποχώρηση και στις τρεις εταιρείες σε διαφορετικά όμως ποσοστά. Η Universal είδε τα έσοδα της να μειώνονται κατά 54 εκ. δολάρια, η Warner είχε μείωση κατά 42 εκ. δολάρια με αποκορύφωμα τη μείωση κατά 94 εκ. δολάρια που υπέστη η Sony.

Major labels: Annual calendar year recorded music physical revenues (\$m)

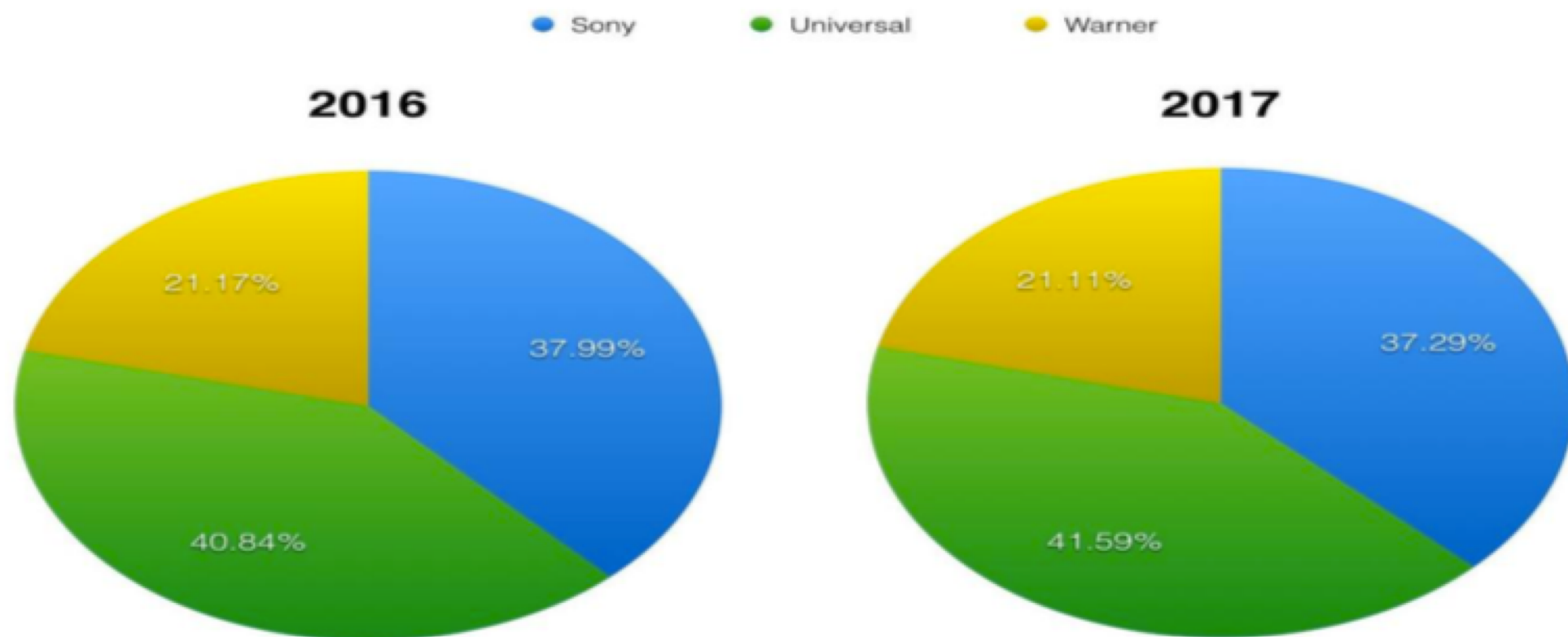


Source: Vivendi / Sony / Warner / MBW analysis

Σχήμα 7: Έσοδα από πωλήσεις φυσικών προϊόντων

Ως αποτέλεσμα των ανωτέρω η Universal κατάφερε να αυξήσει το μερίδιο της στην αγορά κατά 0,8% μέσα στο 2017 ενώ η Warner είχε οριακή μείωση 0,1% με την Sony να χάνει μερίδιο της τάξης του 0,7%.

Annual Sony/Universal/Warner recorded music physical global revenue share %



Source: Vivendi / Sony / Warner / MBW analysis

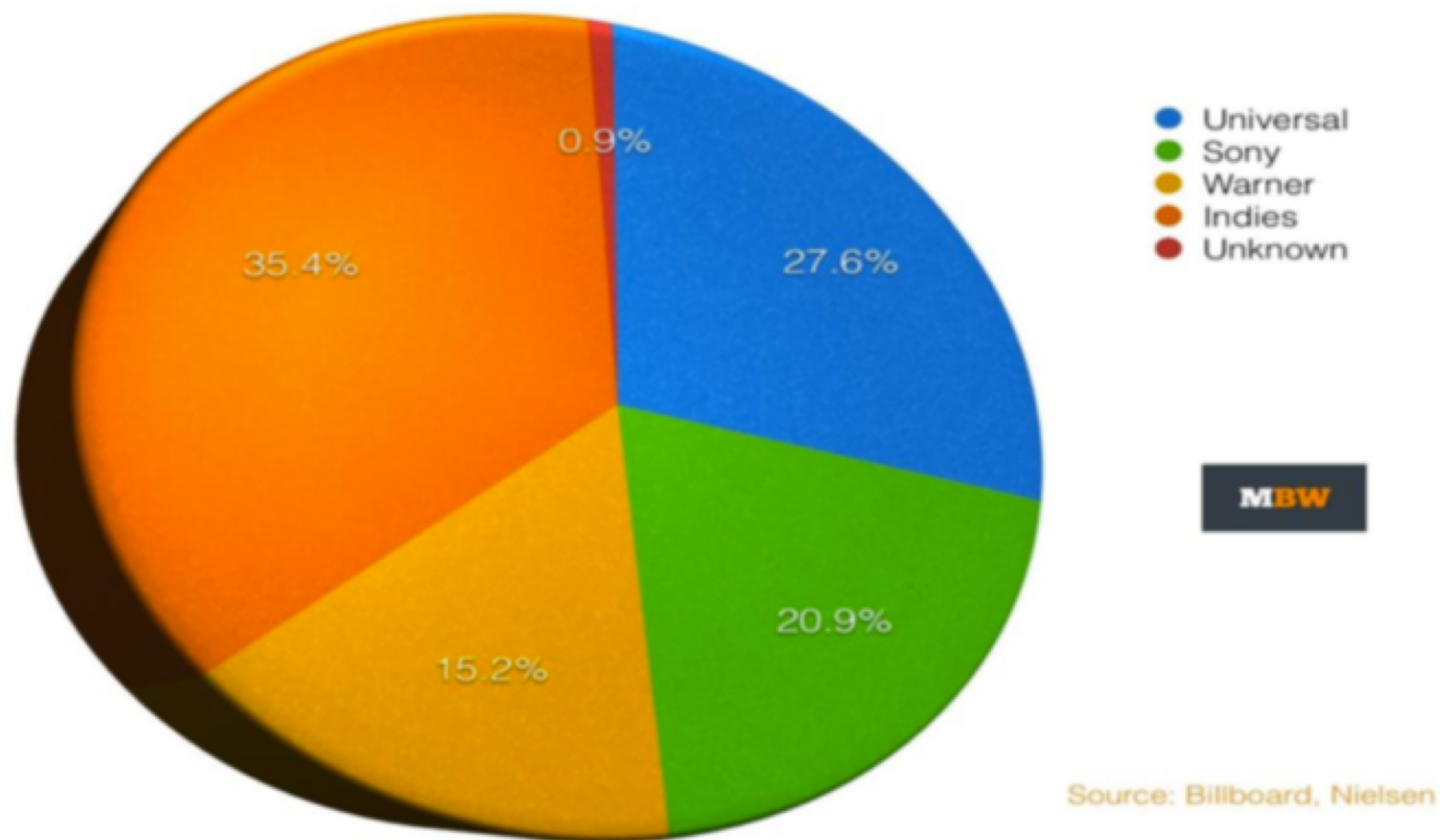
Σχήμα 8: Μερίδια αγοράς στα υλικά προϊόντα

Μερίδια δισκογραφικής αγοράς

Σύμφωνα με τα στατιστικά δεδομένα που συλλέγει και δημοσιεύει η Nielsen / Billboard, οι ανεξάρτητες δισκογραφικές εταιρείες, το πρώτο εξάμηνο του 2015, κατείχαν το 35,4% της αγοράς των ΗΠΑ, ενώ οι μεγάλες δισκογραφικές εταιρείες υπολείπονταν σε ποσοστά αφού κατείχαν: Universal (27,6%), Sony (20,9%) και Warner (15,2%). Σημειώνουμε πως οι ανεξάρτητες δισκογραφικές εταιρείες αύξησαν το ποσοστό τους σε σχέση με το 2014. Οι μετρήσεις που αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζουν τις πωλήσεις ανεξαρτήτως της διανομής τους αφού οι περισσότερες ανεξάρτητες συνεργάζονται για τη διανομή των προϊόντων τους με τις μεγάλες.

Τα παραπάνω ποσοστά μεταφράζονται σε 169,3 εκ. 'albums' που συμπεριλαμβάνουν τα φυσικά albums (βινύλιο, cd) καθώς και τα TEA (Track Equivalent Albums) που ουσιαστικά αθροίζουν τα download σε αντιστοιχία album, χωρίς όμως να περιλαμβάνονται οι πωλήσεις μέσω streaming. Αν συμπεριληφθούν και χρησιμοποιώντας την παραδοχή SEA (Streaming Equivalent Albums), τότε ο συνολικός αριθμός των πωλήσεων ανέρχεται στα 259,4 εκ. albums.

US album market share 2015 (volume): ownership



Σχήμα 9: Μέρη δια δισκογραφικής αγοράς ΗΠΑ

Σε όρους διανομής, τα μερίδια είναι αρκετά διαφορετικά. Πάντα για το πρώτο εξάμηνο του 2015 στην Αμερικάνικη αγορά, η Universal κατείχε το 39,2% της αγοράς ακολουθούμενη από την Sony με 27,6% και την Warner με 19,2%. Οι ανεξάρτητες κατείχαν μόλις το 13,1% κάτι που αναδεικνύει το γεγονός πως οι ανεξάρτητες δισκογραφικές εταιρείες στην Αμερική εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τα δίκτυα των μεγάλων προκειμένου να έχουν πρόσβαση σε μεγάλο κοινό. Τέλος να αναφέρουμε πως οι πραγματικές πωλήσεις albums εξαιρουμένων των SEA και TEA σημείωσαν μείωση της τάξης του 4% την ίδια στιγμή που η αγορά του streaming σχεδόν διπλασιάστηκε.

Συμπεράσματα

Η μουσική βιομηχανία και ειδικότερα η δισκογραφική βιομηχανία όπως διαπιστώσαμε είναι ένας κλάδος με πολλές και συχνές αναταράξεις που οδηγούν σε ανακατατάξεις. Η πρόοδος της τεχνολογίας ιστορικά αποτελεί πηγή κινδύνων και αλλαγών. Οι εταιρείες που δε θα καταφέρουν να προσαρμοστούν στα δεδομένα της κάθε εποχής μοιραία θα βρεθούν μπροστά από αδιέξοδα και θα αναγκαστούν να συνθηκολογήσουν. Αυτό σημαίνει πως είτε θα ακολουθήσουν το νέο ρεύμα, είτε θα συγχωνευθούν / εξαγοραστούν από άλλες είτε θα χρεοκοπήσουν. Οι μεγάλες δισκογραφικές εταιρείες είναι εκείνες που συνήθως χρειάζονται περισσότερο χρόνο για να προσαρμοστούν στα εκάστοτε νέα δεδομένα. Από την άλλη πλευρά, οι ανεξάρτητες δισκογραφικές εταιρείες λόγω μεγέθους αλλά και γρηγορότερων αντανακλαστικών θα βρουν ή τουλάχιστον θα προσπαθήσουν να βρουν τους τρόπους που θα τις βοηθήσει όχι μόνο να επιβιώσουν αλλά και να διακριθούν.

Τα ιστορικά γεγονότα αποδεικνύουν πως ο άνθρωπος πάντα θα έχει την ανάγκη να ακούει μουσική. Εκείνο που αλλάζει στο διάβα του χρόνου είναι το μέσο με το οποίο την προσλαμβάνει. Οι δισκογραφικές εταιρείες είναι εκείνες που προσδοκούν να επωφεληθούν της ανάγκης των ανθρώπων για μουσική ακρόαση και να βρουν τον τρόπο να μετατρέψουν τον ακροατή σε καταναλωτή με σκοπό να αποκομίσουν εκείνες οικονομικό όφελος. Όπως είδαμε παραπάνω παρόλο που οι πωλήσεις των υλικών προϊόντων (cd's και δίσκοι βινυλίου) μειώνονται σε σταθερή βάση κάθε χρόνο, εν τούτοις οι δισκογραφικές εταιρείες έχουν καταφέρει να αυξήσουν τα έσοδα τους μέσω των υπηρεσιών streaming κάτι που φανερώνει πως η τεχνολογία δεν εμπεριέχει μόνο κινδύνους.