

Financijska analiza stare i nove medijske industrije u doba Covid 19: komparacija Warner Music Group i Spotify

Financial analysis of the old and new media industry in the age of Covid 19: a comparison of Warner Music Group and Spotify

Joško Lozić

Sveučilište Sjever, Hrvatska

e-mail: jlozic@unin.hr

Sažetak: Globalna pandemija Covid 19 financijski je pogodila sve vrste industrija. Cilj je ovoga rada analizirati rezultate financijskoga poslovanja korporacija iz „stare“ i „nove“ medijske industrije. Unutar medijske industrije, istraživanje se fokusira na glazbenu industriju. Kao pripadnik „stare“ medijske industrije, u segmentu glazbene industrije, odabrana je korporacija Warner Music Group nastala još u razdoblju kasne moderne i „brick-and-mortar“ prodavaonica gramofonskih ploča. Za predstavnika „nove“ medijske industrije, u segmentu glazbene industrije, odabrana je streaming platforma Spotify. Obje korporacije ostvaruju prihode unutar segmenta glazbene industrije na globalnom tržištu. Globalna glazbena industrija bila je posebno financijski pogođena digitalizacijom proizvodnih procesa te su ukupni prihodi opadali sve do prije nekoliko godina. U posljednjih je godinu dana globalna pandemija Covid 19 značajno ograničila poslovne aktivnosti glazbene industrije te su prihodi pali u odnosu na prihodna razdoblja.

Ključne riječi: nova medijska industrija, ekonomija platformi, Warner Music Group, Spotify, Covid 19.

Abstract: The global Covid 19 pandemic has financially hit all types of industries. The aim of this paper is to analyse the results of financial operations of corporations from the "old" and "new" media industry. Within the media industry, research focuses on the music industry. As a

member of the "old" media industry, in the segment of the music industry, the corporation Warner Music Group was chosen, which originated in the period of late modern and "brick-and-mortar" record stores. The streaming platform Spotify was chosen as the representative of the "new" media industry, in the music industry segment. Both corporations generate revenue within the music industry segment in the global marketplace. The global music industry was particularly financially affected by the digitalization of production processes, and total revenues declined until a few years ago. In the last year, the global Covid 19 pandemic has significantly limited the business activities of the music industry, and revenues have fallen relative to revenue periods.

Keywords: *new media industry, platform economy, Warner Music Group, Spotify, Covid 19.*

1. Uvod

Glazbena industrija može se podijeliti na razdoblje prije i poslije pojave platforme *Napster*. Platforma je započela s radom 1999. godine i označila je smrtna zvona poslovnoga modela stare medijske, odnosno glazbene industrije. Snimanje glazbenih zapisa na nosačima zvuka te prodaja u „brick-and-mortar“ prodavaonicama, preko noći je postala povijesna kategorija. Kraj distribucije glazbenih sadržaja u prodavaonicama „gramofonskih ploča“ bio je početak kraja industrije masovnih medija koji su distribuirali medijski sadržaj iz medijskoga središta prema pojedincima. Napster je otvorio vrata onome što danas zovemo „peer-to-peer“, odnosno svi prema svima. Glazbeni sadržaj je digitaliziran te je omogućeno *loudanje* i razmjenu između korisnika. Konvergencija sustava distribucije i emitiranja omogućila je nesmetano dijeljenje i pregledavanje sadržaja na svim medijskim platformama.

Besplatno *skidanje* i *dijeljenje* glazbe izravno je financijski pogodilo vlasnike autorskih prava, a na globalnoj razini to su bile medijske, odnosno glazbene korporacije. Napster je omogućio svima koji se prijave na platformu besplatno skidanje i dijeljenje glazbenih sadržaja bez plaćanja autorskih prava. Globalni model poslovanja je srušen, a glazbene su se korporacije našle pred problemom koji su počele rješavati sudskim sporom. Napster je ugašen 2001. godine, ali se svijet glazbene industrije stubokom promijenio.

Danas glazbenom industrijom vladaju tri globalne glazbene korporacije: Warner Music Group, Sony i Universal. Sve tri su nastale kao dio stare medijske industrije te su vertikalno integrirane medijske korporacije koje prihode ostvaruju od više segmenta glazbene industrije. Pod pritiskom razvoja tehnologije i razvojem streaming industrije, korporacije ostvaruju više prihoda od prodaje prava streaming industriji nego od prodaje fizičkih nosača zvuka (Lozić

2019a; Lozić 2020). Warner Music Group vertikalno je integrirana medijska korporacije koja ostvaruje prihode iz svih segmenata glazbene industrije. Prema organizacijskom modelu, pripadala bi u kategoriju starih industrija, ali prema vrstama i visini prihoda koje ostvaruje pripada u novu medijsku industriju. Spotify je tehnološka streaming platforma, nastala 2006. godine, i izravni je predstavnik nove medijske industrije. Ostvaruje prihode od pretplate na platformu te plaća troškove autorskih prava za glazbu koju emitira.

U radu će se analizirati financijsko poslovanje korporacija u posljednjih pet godina kako bi se usporedili trendovi odabranih stavki iz računa dobiti i gubitka, prije i za vrijeme pandemije Covid 19. Kao posebni dio istraživanja izdvojit će se analiza bruto dobiti koja je usmjerena k proučavanju poslovnoga procesa u kontekstu plaćanja autorskih prava. Rezultati financijske analize, za obje korporacije, nadopunit će se regresijskom analizom kako bi se mogle komparirati.

2. Pregled literature

Warner Music Group (WMG) i Spotify odabrani su kao predstavnici stare, odnosno nove glazbene industrije. WMG je u procesu transformacije te od 2014. godine ima veće prihode od digitalnih izdanja nego od prodaje fizičkih nosača zvuka. Godine 2018., prihodi od autorskih prava i licenci, nadmašili su prihode od prodaje fizičkih nosača (WMG Annual Report). WMG većinski vlasnik je vrlo poznatih globalnih glazbenih korporacija, od kojih su najpoznatije Atlantic Records i Parlophone Records. Uz to, WMG vlasnik je prava globalno poznatih bendova poput Ed Sheerena, Bruna Marsa i Cardi B. (Sanches 2020). U lipnju 2020. godine, WMG vrijedio je 15 milijardi dolara što je bila tek četvrtina vrijednosti Spotify. Međutim, Spotify je najveći pojedinačni izvor prihoda WMG te oni čine oko 14 % ukupnih prihoda. Iste godine u lipnju, obnovljen je ugovor između korporacija (Gallagher 2020). WMG i Spotify potpisali su ugovor o autorskim pravima za glazbu izvođača poput Linkin Park i Coldplay za indijsko tržište što će Spotify-u uvelike olakšati posao na ovom tržištu (Singh 2020; Banerjee 2020; Sekhose 2020). Godine 2019., nakon kraćega sudskoga spora postignut je dogovor između WMG i Spotify prema kojem je WMG ušao u vlasničku strukturu Spotify, a zauzvrat će WMG skinuti zabranu emitiranja glazbe Katty Perry, Madonne, Davide Guette i drugih globalnih zvijezda (Bhavani 2020). WMG je napravio ugovor s Tik Tokom, kao što je to već napravio s Facebookom i Snapchatom od kojih generira stotine milijuna dolara za autorska prava glazbe koje platforme koriste (Show 2020).

Spotify je osnovan 2006. godine u vrijeme kada je piratsko dijeljenje digitalnih glazbenih sadržaja bilo na vrhuncu, a Apple i iPod su harali medijskim tržištem (Skog i dr. 2018). Spotify je osnovan u Švedskoj i temeljna ideja nije bilo povezna isključivo s distribucijom glazbenih sadržaja. Razvojem tehnoloških rješenja Spotify izrastao je u korporaciju koja je omogućavala slušanje glazbe iz svog doma bez posjedovanja fizičkih nosača zvuka (Kask, Oberg 2019). Spotify je omogućio pregledavanje glazbenih brojeva bez kupnje fizičkih nosača zvuka. Stvaranje vlastitih glazbenih listi postalo je nezaobilazna dio svakodnevice korisnika glazbenih sadržaja (Pray 2019). Spotify je prvo konstruiran za stolna računala, ali je vrlo brzo razvijena aplikacija za mobilne uređaje (Kask, Oberg 2019). 21. stoljeće označilo je potpunu prekretnicu u načinu slušanja glazbe. Umjesto slušanja u sobi, aplikacije za mobilne uređaje omogućile su dostupnost glazbenih sadržaja u svim situacijama. Osim na stolnom računalu glazba se mogla reproducirati na pametnim telefonima, dlanovnicima, igraćim konzolama i sl. (Arditi 2017). Streaming industrija preuzela je tehnološko vodstvo od klasične glazbene industrije, a vrlo brzo je prihod od streaminga nadjačao prihode od prodaje fizičkih nosača zvuka. Korištenje streaming usluge znači kako se usluga može konzumirati samo za vrijeme trajanje pretplate (Hiller, Walter 2017). Streaming industriju prvo su otkrili i prihvatili pripadnici generacije Z (Seemiller, Grace 2019), a onda se taj model raširio i u drugim dobnim skupinama. Besplatni pristup određenom sadržaju, odnosno *freemium* pristup, te kasnije pretplata na puni sadržaj, premium pristup, vrlo brzo i lako se proširila među pripadnicima Generacije Z (Waldfoegel 2018). Spotify je bio jedan od prvih koji je pokrenuo proces nestanka klasičnih prodavaonica fizičkih nosača zvuka (Bustinza i dr. 2013).

Usprkos različitim vremenskim i drugim okolnostima nastanka, korporacije su financijski vrlo usko povezane. WMG pripada starim odnosno vertikalno integriranim medijskim korporacijama te koristi efekte ekonomije razmjera, a najveći prihod ostvaruje od prodaje autorskih prava, licenci, sinkronizacije i sl. Spotify je tehnološki razvijena korporacija koja korisni efekte nultog marginalnog troška (Rifkin 2015; Lozić 2019b), te posluje u modelu ekonomije platformi (Parker i dr. 2016; Moazed, Johnson 2016). WMG ostvaruje prihode od autorskih prava te time koristi efekte nultoga marginalnoga troška što bi mu trebalo jamčiti visoke bruto profite. Spotify distribuira glazbeni sadržaj u modelu ekonomije platformi te plaća autorska prava vlasnicima. Istraživanje financijskoga poslovanja bit će usmjereno na komparaciju poslovanja dvije korporacije s naglaskom na bruto profite u vrijeme pandemije Covid 19.

3. Analiza podataka i istraživačka pitanja

U istraživanju će se koristiti podaci iz godišnjih izvješća korporacija („Annual report“) koji su javno objavljeni i dostupni. Izvještaj o poslovima aktivnostima objavljen je u obrascu „Form 10-K“ za WMG odnosno obrascu „FORM 20-F“ za Spotify. Obrazac „FORM 10-K“ skraćena je verzija obrasca „FORM 20-F“, a u hrvatskom financijskom sustavu predstavljala bi kombinaciju revizorskoga izvješća i izvješća uprave o protekloj fiskalnoj godini. U američkom zakonodavstvu, ovo izvješće koristi se kao službeni dokument koji se objavljuje za potrebe *NYSE*. U kontekstu analize financijskih izvješća, odnosno posebnih stavki iz računa dobiti i gubitka, fokusirat ćemo se na dva temeljna istraživačka pitanja:

1. koliki je utjecaj pandemije na bruto profite analiziranih korporacija?
2. koliki je utjecaj pandemije na ukupno financijsko poslovanje korporacija?

Istraživanje je podijeljeno na dva temeljna dijela: a) analiza poslovanja WMG u posljednjih pet godina i b) analiza poslovanja Spotify u posljednjih pet godina. Konačni rezultati istraživanja i analize bit će prokomentirani u poglavlju Rasprava i zaključak.

3.1. WMG

U posljednjem kvartalu 2020. godine, prihodi WMG su se oporavili i bili su veći za 4,5 % nego u istom kvartalu prošle godine. Porast prihoda od streaminga, u istom periodu, bio 17,5 % (Ingham 2021). Ukupni prihodi na godišnjoj razini smanjili su se za 0,3 %, što potvrđuje utjecaj Covid 19 na trend kretanja prihoda (Paine 2020). Godine 2020., ukupni su prihodi prvi put pali u odnosu na prethodno razdoblje. Isti trend slijedili su i izravni troškovi proizvodnje koji su pali s 2,40 milijardu dolara na 2,33 milijarde dolara odnosno pad je iznosio 2,83 %. U istom razdoblju ukupni su troškovi porasli za 13,91 %, što je najveći rast troškova od svih analiziranih razdoblja. Sve se to odrazilo na EBIT i neto profit. Korporacija je ostvarila negativni EBIT od 229 milijuna dolara te neto gubitak od 470 milijuna godina na kraju 2020. godine. Podatci su prikazani u tablici 1.

Tablica 1. Odabrane stavke računa dobiti i gubitka WMG (milijuni; \$)

	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Prihodi	3.246	3.576	4.005	4.475	4.463
Izravni troškovi	1.707	1.931	2.171	2.401	2.333
Ukupni troškovi	3.032	3.354	3.788	4.119	4.692
EBIT	214	222	217	356	-229
Neto profit	30	149	312	258	-470

Izvor: vlastita izrada (WMG Annual report)

Analiza trenda bruto profita otkriva rast bruto profita u posljednjem analiziranom periodu od 2,7 %. To je najmanji porast bruto profita u posljednjih pet godina. Prosječni udio bruto profita u ukupnom prihodu, u analiziranom petogodišnjem razdoblju, iznosio je 46,66 %. U posljednjem analiziranom periodu, udio bruto profita je veći od prosječnoga, ali je korporacija ipak zabilježila negativan EBIT zbog pada prihoda i značajnoga porasta ukupnih troškova poslovanja. Rezultati analize prikazani su u tablici 2.

Tablica 2. Bruto profit WMG (2016.-2020.; milijuni; \$)

	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Bruto profit	1.539	1.645	1.834	2.074	2.130
%	47,41 %	46,00 %	45,79 %	46,35 %	47,73 %
% (n_m/n)	5,77 %	6,89 %	11,49 %	13,09 %	2,70 %

Izvor: vlastita izrada

Tablica 3. Statistička analiza WMG

	Jednadžba pravca	R²	s
Prihodi	$y = 333,3x + 3286,4$	0,9436	8,43
Izravni troškovi	$y = 172,2x + 1764,2$	0,8916	8,17
Bruto dobit	$y = 102,1x + 1699,2$	0,6646	-
EBIT	$y = -74,429x^2 + 222,51x + 157,54$	0,6716	-
Neto profit	$y = -89,1x + 234$	0,2023	-

Izvor: vlastita izrada

Regresijska analiza trenda odabranih stavki iz računa dobiti i gubitka otkriva poremećaje u poslovanju nastale kao posljedica globalne pandemije Covid 19. Ukupni SU prihodi rasli po godišnjoj stopi od 8,43 %, uz koeficijent determinacije od 0,9436. Izravni SU troškovi rasli po prosječnog godišnjoj stopi od 8,17 %, uz koeficijent determinacije od 0,8916. Izravni troškovi poslovanja rasli su po manjoj prosječnoj stopi od ukupnih prihoda zbog porasta udjela prihoda od streaminga. Bruto dobit, EBIT i neto profit imaju koeficijent determinacije manji od potrebnoga za pravilno tumačenje rezultata analize ($R^2 < 0,8$). Regresijska jednadžba, kod EBIT i neto profit ima negativan koeficijent pravca što ukazuje na nagli pad prihoda. Analiza rezultata regresijske analize ukazuje na značajan utjecaj pandemije na financijsko poslovanje WMG. Rezultati istraživanja prikazani su u tablici 3.

3.2. Spotify

Četvrti kvartal 2020. godine Spotify je završio s 345 milijuna mjesečnih korisnika i 155 milijuna pretplatnika (Spotify.com). Prema broju pretplatnika, Spotify je globalno najveća streaming platforma. Drugi po veličini je Apple s oko 60 milijuna pretplatnika. Njima se ubrzano približava Apple s 55 milijuna pretplatnika (Heater 2020). U analiziranom petogodišnjem razdoblju prihodi korporacije povećali su se s 2,95 milijardi dolara na 7,88 milijardi dolara što je rast od 166,94 %. Prihodi, kao i broj mjesečno aktivnih korisnika, kontinuirano rastu iz godine u godinu. U istom razdoblju, izravni troškovi proizvodnje porasli su za 129,91 %. Najveći dio troškova proizvodnje odnosi se na plaćanja autorskih prava koje se plaća vlasnicima, a jedan od vlasnika je i WMG. Ukupni troškovi proizvodnje porasli su za 144,59 %, manje od porasta prihoda, ali još uvijek nedovoljno za pozitivni financijski rezultat na kraju godine. EBIT i neto profit kontinuirano su negativni u cjelokupnom analiziranom razdoblju. U posljednjem analiziranom periodu, EBIT i neto profit i dalje padaju iz čega bi se moglo zaključiti da je proces kontinuiran i da nije povezan s pandemijom Covid 19.

Tablica 4. Odabrane stavke računa dobiti i gubitka Spotify (milijuni; Eur)

	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Prihod	2.952	4.090	5.259	6.764	7.880
Izravni troškovi	2.551	3.241	3.906	5.042	5.865
Ukupni troškovi	3.301	4.468	5.302	6.837	8.173
EBIT	-349	-378	-43	-73	-293
Neto profit	-539	-1.235	-78	-186	-581

Izvor: vlastita izrada (Spotify Annual report)

Tablica 5. Bruto profit Spotify (2016.-2020.; milijuni; Eur)

	2016	2017	2018	2019	2020
Bruto profit	401	849	1.353	1.722	2.015
%	13,6 %	20,8 %	25,7 %	25,5 %	25,6 %
% (n_m/n)	77,4 %	111,7 %	59,4 %	27,3 %	17,0 %

Izvor: vlastita izrada

Analiza trenda bruto profita otkriva rast bruto profita veći od porasta prihoda u analiziranom periodu. Bruto profit je porastao s 401 milijun Eura 2016, na 2,05 milijarde Eura 2020. godine što je porast od 402 %. Udio bruto profita u prihodu porastao je s 13,6 %, u prvom analiziranom periodu, na 25,6 % u posljednjem analiziranom periodu, što je rast od 12 postotnih poena. Međutim, kada se analizira kretanje bruto profita iz godine u godinu, trend je degresivan. 2017. godina bruto profit je imao najveći rast od 111,7 %, a nakon toga je rast usporen, da bi u posljednjem analiziranom periodu rast bio najmanji odnosno 17 %. Udio bruto profita stabilizirao se na oko 25,5 % te se rezultat ne može povezivati s utjecajem pandemije Covid 19. Rezultati analize prikazani s u tablici 5.

Tablica 6. Statistička analiza Spotify

	Jednadžba pravca	R²	s
Prihodi	$y = 1253x + 2883$	0,9975	23,25
Izravni troškovi	$y = 842,9x + 2435,2$	0,9902	20,45
Bruto dobit	$y = 410,1x + 447,8$	0,9901	32,33
EBIT	$y = -53,357x^2 + 255,13x - 417,31$	0,5747	-
Neto profit	$y = -47,357x^2 + 285,93x - 811,51$	0,1515	-

Izvor: vlastita izrada

Regresijska analiza trenda odabranih stavki iz računa dobiti i gubitka ukazuje na stabilan rast prihoda i bruto dobiti, ali i na povećanje ukupnih troškova iznad razine povećanja prihoda. Ukupni prihodi rasli su po prosječnoj godišnjoj stopi od 23,25 % u koeficijent determinacije od 0,9975. Izravni troškovi proizvodnje, koje najvećim dijelom čine plaćanja autorskih prava, godišnje su rasli manje od rasta prihoda, odnosno 20,45 % uz koeficijent determinacije od 0,9902. Bruto prihod rastao je po prosječnoj stopi od 32,33 % uz koeficijent determinacije od 0,9901. Prosječni godišnji porast/pad EBIT i neto profita nije moguće precizno ocijeniti zbog premaloga koeficijenta determinacije ($R^2 < 0,8$). U prva tri analizirana razdoblja korporacija

smanjuje gubitke u EBIT i neto profit, a nakon toga gubitci ponovo rastu. Rezultati analize prikazani su u tablici 6.

4. Diskusija i zaključak

U istraživanju financijskoga poslovanja komparirali smo rezultate poslovanja vertikalno integrirane korporacije, WMG, i streaming platforme iz oblika ekonomije platformi, Spotify. Rezultati istraživanja pokazali su vrlo zanimljive rezultate kada se dogode izvanredne okolnosti kao što je to globalna pandemija Covid 19. Na početku je istaknuto kako je Spotify pripadnik nove, tehnološki superiornije medijske industrije, te se pretpostavljalo kako će takva vrsta industrije biti otpornija na krizu od vertikalno integrirane korporacije. Iz rezultata istraživanja, u kontekstu istraživačkih pitanja, može se zaključiti sljedeće:

- WMG je zabilježio kontinuirani rast bruto profita te nije slijedio trend ukupnoga prihoda i ukupnih troškova. Ipak, u posljednjem analiziranom periodu ostvario je najmanji rast u usporedbi s prethodno analiziranim periodima.
- WMG je prvi put u petogodišnjem razdoblju imao manji ukupni prihod nego u prethodnom. Uz to, imao je najveći rast troškova u analiziranom petogodišnjem razdoblju. Prvi put negativan EBIT i neto profit.
- bruto profit Spotify, kontinuirano je rastao u analiziranom periodu, ali se stabilizirao na oko 25 % ukupnoga prihoda. Kao i kod WMG, u posljednjem analiziranom periodu, zabilježen je najmanji porast bruto profita.
- prihodi Spotify kontinuirano su rasli, a porast prihoda zabilježen je i u posljednjem analiziranom periodu. Ipak, ukupni su troškovi veći od prihoda te EBIT i neto profit kontinuirano padaju u posljednje tri godine.

Financijska analiza korporacija iz stare i nove medijske industrije, bila je usmjerena na dva temeljna parametra: bruto profit i ukupno financijsko poslovanje u kontekstu operativne i neto dobiti. Rezultati analize pokazali su kako je WMG puno jače osjetio krizu izazvanu pandemijom kroz pad ukupnih prihoda, za razliku od Spotify kojem su prihodi rasli i u pandemiji. Međutim, usprkos padu prihoda WMG, bruto profit je kontinuirano rastao te na njega nije utjecala kriza. Iz toga se zaključuje kako WMG mijenja strukturu prihoda te porast prihoda od prodajom autorskih prava nadoknađuje gubitke nastale padom prodaje fizičkih nosača zvuka. Spotify povećava prihode, ali se bruto profit stabilizirao na oko 25 % ukupnih prihoda, zbog kontinuiranoga rasta izravnih troškova proizvodnje. Kriza ne djeluje na kretanje ukupnih prihoda i bruto profita kod Spotify. Godine 2020., WMG prvi put bilježi negativan

EBIT i neto profit te je pod jakim utjecajem globalne krize izazvane pandemijom. Spotify kontinuirano bilježi gubitke te kriza nema neki značajniji utjecaj na poslovanje. Konačna analiza istraživanja ukazuje na različito djelovanje krize u analiziranim korporacijama. Korporacija iz modela vertikalne integracije bilježi pad ukupnih prihoda te negativnu operativnu dobit. Korporacije iz ekonomije platformi bilježi rast ukupnih prihoda, ali i kontinuirani rast gubitaka u operativnoj dobiti i neto profitu.

Literatura

1. Arditi, D. (2017). "Digital Subscriptions: The Unending Consumption of Music in the Digital Era". *Popular Music and Society*. Volume 41, (3), pp. 302-318. doi.org/10.1080/03007766.2016.1264101.
2. Banerjee, P. (2020). „Spotify inks new deal with Warner Music, improving music library in India. *Techcrunch.com*. <https://www.livemint.com/technology/tech-news/spotify-inks-new-deal-with-warner-music-improving-music-library-in-india-11585759171842.html>. [11.03.2021.]
3. Bhavani, D.K. (2020). „Spotify India and Warner Music Group renew global licensing deal“. *TheHindu.com*. <https://www.thehindu.com/entertainment/spotify-india-and-warner-music-group-renew-global-licensing-deal/article31234122.ece>. [12.03.2021.]
4. Bustinza, O.F., Vendrell-Herrero, V., Parry, G. and Myrthianos, V. (2013), "Music business models and piracy", *Industrial Management and Data Systems*, Vol. 113 No. 1, pp. 4-22.
5. Gallagher, D. (2020). „Warner Music Sings the Right Streaming Tune“. *The Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/articles/warner-music-sings-the-right-streaming-tune-11591268655>. [11.03.2021.]
6. Heater, B. (2020). „Spotify hits 320 milion monthly acitive users“. *Techcrounch.com*. <https://techcrunch.com/2020/10/29/spotify-hits-320-million-monthly-active-users/?guccounter=1>. [12.03.2021.]
7. Hiller, S. R.; Walter, M.J. (2017). The rise of Streaming Music and Implication for Music Production. *Rev Netw Econ*; 16(4): 351–385.
8. Ingham, T. (2021). "How did Warner Music Group perform in the pandemic year of 2020?" *Musicbusinessworldwide.com*.

<https://www.musicbusinessworldwide.com/how-did-warner-music-group-perform-in-the-pandemic-year-of-2020/>. [11.03.2021.]

9. Kask, J.; Oberg, C. (2019). "Why *majors* surge in the post-disruptive recording industry". *European Journal of Marketing*. Vol.53, No.3, pp. 442-462.
10. Lozić, J. (2019b). „Zero marginal cost in magazine industry: Changing of cost paradigm in “new” magazine industry. *44th International Scientific Conference on Economic and Social Development. ESD Conference Split.*, p.p. 125-136.
11. Lozić, J. (2020). „The global music industry is recovering from the crisis: Streaming revenues takes over dominance other revenue segments“. *54th International Scientific Conference on Economic and Social Development*. Novosibirsk, pp. 50-59
12. Lozić, J. (2019a). „Digitalization creates a new paradigm of global music industry: The traditional music industry is under pressure of the streaming platforms“. *46th International Scientific Conference on Economics and Social Development – „Sustainable Tourist Destinations*. Varazdin, pp. 179-190.
13. Moazed, A.; Johnson, N.L. (2016) *Modern Monopolies – What it takes to Dominate the 21st Century Economy*, Applico, LLC. ISBN 9781250091895.
14. Paine, A. (2020). „Warner Music Group revenues flat in 2020, digital up 15% in Q4.“ *MusicWeek.com*. <https://www.musicweek.com/labels/read/warner-music-group-revenues-flat-in-2020-digital-up-15-in-q4/082005>. [11.03.2021.]
15. Parker, G.G.; Van Alstyne, M.W.; Choudary, S.P. (2016) *Platform Revolution: How Networked Markets are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You*, W.W. Norton & Company Ltd. ISBN 978-0-393-24913-2.
16. Prey, R. (2019). Background by Design: Listening in the Age of Streaming, in *Naxos Musicology International*, 1:1., <https://www.researchgate.net/publication/337195472>.
17. Rifkin, J. (2015). *The zero marginal cost society: The Internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism*, Palgrave Macmillan, St. Martin's Press LLC. ISBN 978-1-137-28011-4.
18. Sanchez, L. (2020). "Warner Music Group Shows the Music Industry Can Be Profitable Again". *Nasdaq*. <https://www.nasdaq.com/articles/warner-music-group-shows-the-music-industry-can-be-profitable-again-2020-08-12>. [10.03.2021.]
19. Seemiller, C.; Grace, M. (2019). *Generation Z: A century in a making*. Routledge.
20. Sekhose, M. (2020). „Spotify, Warner Music Group renew partnership, helps Indian users get wider cataloge“. *HiTech.com*.

<https://tech.hindustantimes.com/tech/news/spotify-warner-music-group-renew-partnership-helps-indian-users-get-wider-catalogue-story-5lBh800T48mSsaEkbfIhbN.html>. [11.03.2021.]

21. Shaw, L. (2020). „Record Labels Reap Billion-Dollar Bonanza From Tunes on Social Media“. Bloomberg.com. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-12-18/record-labels-reap-billion-dollar-bonanza-from-tunes-on-social-media>. [12.03.2021.]
22. Singh, M. (2020). „Spotify and Warner Music Group renew their global licencing deal, resolve issue in India“. *Techcrunch.com*. <https://techcrunch.com/>. [11.03.2021.]
23. Skog, D.; Wilmelius, H.; Sandberg, J. (2018). „Digital Service Platform Evolution: How Spotify Leveraged Boundary Resources to Become a Global Leader in Music Streaming“. *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences.*, pp.4564-4573.
24. Spotify. <https://investors.spotify.com/financials/default.aspx>. [10.03.2021.]
25. Waldfogel, J. (2018). *Digital Renaissance: What Data and Economics Tell Us about the Future of Popular Culture*. Princeton University Press.
26. Warner Music Group: Annual Reports. <https://investors.wmg.com/financial-information/annual-reports>. [10.03.2021.]