**УДК: 338.46, 78.01/.09**
**JEL: L82, O33, Z11**
**ORCID ID: 0009-0007-9393-1654**
**DOI https://doi.org/10.17721/tppe.2025.50.17**

**Шамич І.А.,** аспірант
КНУ імені Тараса Шевченка
*i.shamych@gmail.com*

# ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРУКТУРИ МУЗИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВОГО ПЕРЕХОДУ

*У статті розглянуто трансформацію економічної структури музичної індустрії під впливом цифрових технологій. Проаналізовано зміну ролі традиційних компаній звукозапису та зростання впливу незалежних виконавців у цифрову епоху. Визначено основні чинники, які сприяли трансформації бізнес-моделей у музичній сфері, зокрема розвиток стримінгових сервісів (потокового відтворення музичних файлів), соціальних мереж, цифрових агрегаторів та VST-інструментів. Синергетичний ефект від взаємодії цих технологій мав революційний вплив на музичну індустрію, докорінно змінив способи створення, поширення, споживання та монетизації музичних творів. В статті побудовані авторські схеми структури музичної індустрії до та після цифрового переходу. Досліджено вплив цифрового піратства на динаміку продажів музичних носіїв та реакцію індустрії на ці зміни. Висвітлено сучасні виклики, з якими стикаються музиканти в умовах цифрової дистрибуції, а також потенційні шляхи подальшого розвитку індустрії.*

***Ключові слова:*** *музична індустрія, цифровий перехід, стримінг, VST-інструменти, цифрові агрегатори, бізнес-моделі.*

**Постановка проблеми.** Музична індустрія є однією з найважливіших галузей креативного (творчого), культурного розвитку суспільства. Вона традиційно базувалася на домінуванні великих компаній звукозапису, які контролювали виробництво, розповсюдження та монетизацію музичних творів . Однак цифровий перехід спричинив кардинальні зміни в економічній структурі цієї сфери, що потребує аналізу та вивчення відповідних структурних змін.

**Аналіз останніх публікацій.** Дослідження економіки музичної індустрії проводили Tschmuck P., Witt S., Henry H. Perritt Jr., Hviid, Hesmondhalgh D. та інші. Серед вітчизняних науковців слід відмітити Мариніна А.Є., Поплавського М.М. та Трача Ю.В., втім також варто зазначити, що, на нашу думку, вони розглядали радше культурологічний аспект розвитку музичної індустрії, що підкреслює необхідність подальших досліджень саме з економічної точки зору.

**Невирішені частини проблеми.** Попри досить значну кількість публікацій на музичну тематику, дослідження впливу цифрових технологій на зміну економічної структури музичної індустрії залишаються фрагментарними та потребують уточнень і систематизації. Це необхідно для глибшого розуміння того, як змінюються механізми монетизації музики, роль традиційних звукозаписних компаній та нових посередників (цифрових агрегаторів і стримінгових платформ), а також для оцінки економічної стійкості сучасних виконавців у новій цифровій реальності. Відсутність комплексного аналізу цих

аспектів ускладнює прогнозування подальших змін у музичній індустрії та розробку ефективних стратегій адаптації як для виконавців, так і для правовласників.

**Мета статті** – дослідити трансформацію економічної структури музичної індустрії в контексті цифрового переходу, визначити ключові фактори, що вплинули на її зміну, та оцінити їхній вплив на сучасну музичну екосистему. Це допоможе у подальших дослідженнях виявити нові закономірності функціонування індустрії, окреслити перспективи розвитку для виконавців, цифрових платформ та звукозаписних компаній, а також сприятиме розумінню економічних викликів і можливостей, які виникають унаслідок цих змін.

**Методологія дослідження.** У роботі використано методи структурного аналізу, статистичного аналізу, а також загальнонаукові методи дослідження (індуктивний та синтетичний).

**Результати дослідження.** Музична індустрія – це сукупність суб'єктів, об'єктів та економічних взаємозв'язків між ними, які допомагають артистам створювати музичні твори та фонограми, а також в подальшому монетизувати результати творчої діяльності. На сьогодні структура музичної індустрії є досить складною та розгалуженою, однак це не завжди було так. Переважну частину своєї історії музика взагалі не була товаром, а лиш слугувала супроводжувальним інструментом для релігійних, духовних церемоній та інших суспільно значущих заходів. Товарних властивостей вона набула лише наприкінці XIX ст. після ухвалення перших законодавчих актів про авторське право та винайдення фонографу, що перетворило музику на продукт, який можна виробляти, зберігати та продавати [12, с. 11-37].

Іншою важливою віхою становлення музичної індустрії стало винайдення радіо. Радіо стало першим засобом, який уможливлював одночасне охоплення широкої аудиторії через трансляцію музики в реальному часі. Це створило можливість швидкого поширення певної пісні серед мільйонів слухачів. Часте програвання однієї й тієї ж пісні в ефірі сприяло її закріпленню в пам'яті слухачів, формуючи феномен «хіта». Радіостанції стали першими майданчиками для створення хіт-парадів, які відображали популярність пісень на основі запитів слухачів та частоти трансляцій.

Впродовж першої половини XX ст. компанії звукозапису та радіостанції пройдуть через низку випробувань, трансформацій, злиттів та поглинань, однак весь цей час залишатимуться основними гравцями музичної індустрії аж до кінця 1990-х років, сформувавши навколо себе розгалужену екосистему із авторів, виконавців, звукоінженерів, концертних директорів, теле- та радіоведучих, режисерів, фото- та відеооператорів, шукачів талантів, юристів та працівників фабрик і заводів. Структура музичної індустрії в той період була така: (рис. 1)

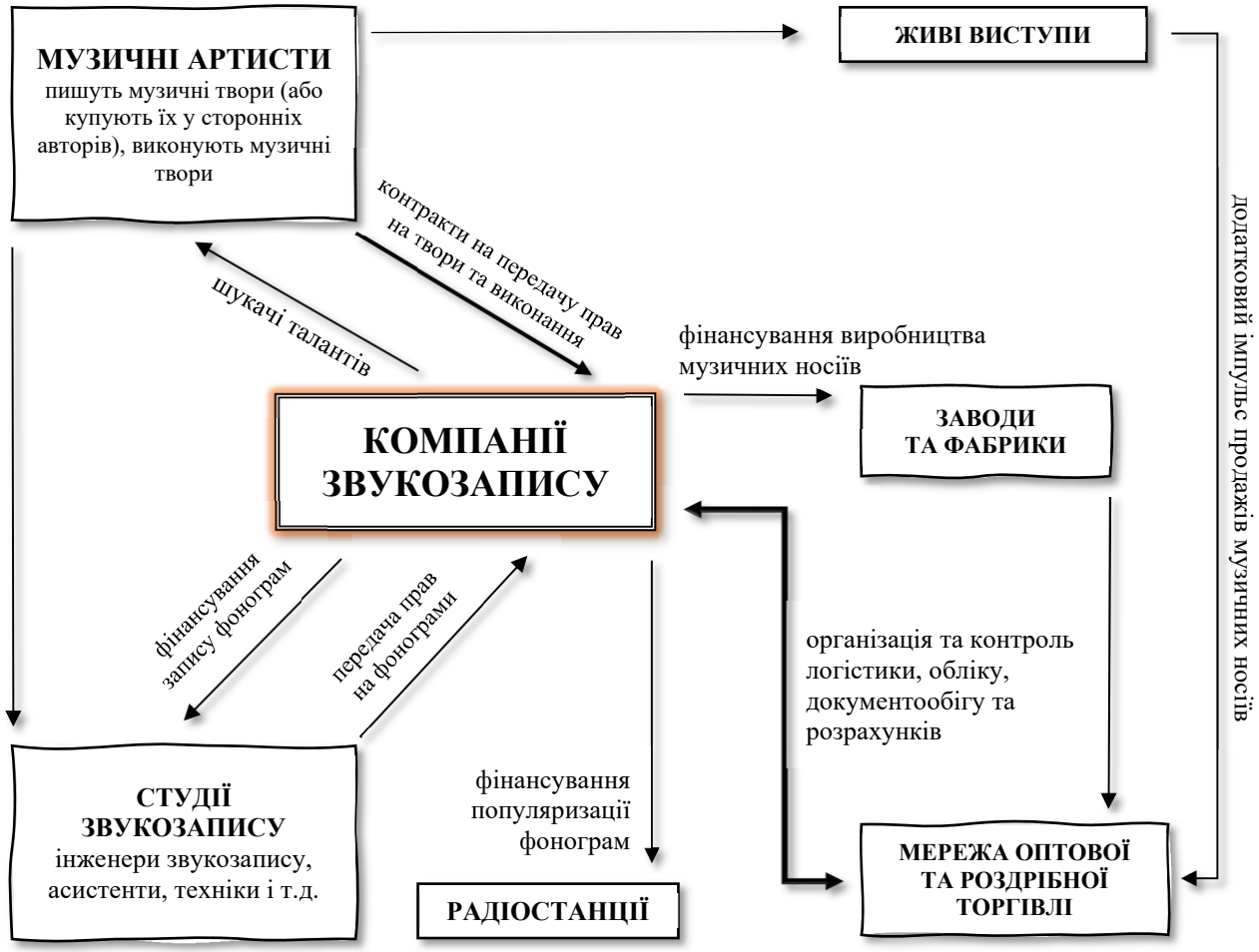



*Рис. 1. Структура музичної індустрії до цифрового переходу.*
*Джерело: розробка автора*

Всі елементи музичної індустрії, зображені на рис.1, функціонували як злагоджений механізм, спрямований на реалізацію бізнес-моделі, що залишалася незмінною протягом тривалого часу. Її суть полягала у фіксації однієї або декількох музичних фонограм на матеріальному носії інформації, тиражуванні та подальшій реалізації копій цього носія через торговельні мережі доти, доки попит на них перевищував певний поріг, визначений власником інтелектуальних прав на відповідну фонограму.

Стабільність цієї моделі не залежала ані від зміни музичних вподобань споживачів, ані від поширення серед них того чи іншого музичного носія. Основною стратегічною метою компаній звукозапису залишалася фіксація та тиражування фонограм, незалежно від типу носія – вінілової платівки, магнітної бобіни, аудіокасети чи компакт-диска. Аналогічно, у межах цієї моделі бізнесу формат релізу не мав вирішального значення: споживачам пропонувалися як сингли (видання лише однієї пісні на музичному носії), так і повноформатні альбоми чи підбірки найпопулярніших композицій, сформовані за жанровими або хронологічними критеріями.

Бізнес-модель компаній звукозапису базувалася на інтеграції трьох початково незалежних елементів у єдину підприємницьку систему, а саме:

- Виробництво фонограм (відбір артистів, звукозапис, зведення та мастеринг (завершальна обробка) фонограм);
- Популяризація музичних творів через мережі телерадіомовлення;
- Контроль над розповсюдженням фізичних музичних носіїв через роздрібні та оптові канали збуту.

Варто зазначити, що в різні історичні періоди у різних країнах ініціаторами такої інтеграції могли бути як компанії звукозапису, так і телерадіомовні корпорації. Водночас процес їхнього об'єднання був неминучим, оскільки економічна логіка розвитку музичної індустрії вимагала створення високих бар'єрів входу на ключових етапах – від запису фонограм і тиражування носіїв до їхнього просування серед слухачів. Ці бар'єри унеможливлювали незалежний вихід окремих виконавців на музичний ринок без співпраці з великими гравцями, оскільки ресурси для самостійного виробництва, просування та дистрибуції музичних творів в переважній більшості випадків були недоступними для артистів.

Наприкінці XX століття музична індустрія зіткнулася з черговим технологічним зрушенням, яке спричинило радикальну трансформацію її економічної структури. Йдеться про так званий «цифровий перехід» – стрімкий розвиток цифрових технологій одночасно в кількох сферах:

- розробка, впровадження та поширення аудіоформату MP3;
- експоненційне зростання мережі Інтернет;
- поява VST-інструментів (додаткові програмні модулі, які відтворюють звучання музичних інструментів) і плагінів (додаткові програмні модулі, які відтворюють роботу окремих елементів студійного обладнання на кшталт еквалайзерів, компресорів, сатураторів, тощо), що дали змогу створювати фонограми на персональному комп'ютері;
- розвиток соціальних мереж як нового каналу популяризації музичних творів.

Синергетичний ефект від взаємодії цих технологій мав революційний вплив на музичну індустрію, докорінно змінивши способи створення, поширення, споживання та монетизації музичних творів.

Формат MP3 (Moving Pictures Experts Group, Audio Layer III) був розроблений дослідницькою групою Інституту інтегральних схем Товариства Фраунгофера під керівництвом Карлгайнца Бранденбурга та впроваджений Експертною групою з питань рухомого зображення (MPEG) Міжнародної організації зі стандартизації (ISO) [6]. Алгоритм стиснення цифрового аудіосигналу MP3 ґрунтувався на багаторічних дослідженнях психоакустичного сприйняття звуку людиною та мав на меті забезпечення максимально можливої якості відтворення фонограми (з урахуванням особливостей людського слуху) за мінімального використання цифрової пам'яті.

У середині 1990-х років формат почав набирати популярності завдяки появі програмного забезпечення, яке давало змогу користувачам конвертувати аудіофайли з компакт-дисків у формат MP3 (зокрема, перші енкодери, такі як l3enc, розроблені самим Товариством Фраунгофера) [8]. У 1995 році було випущено перший програмний MP3-

плеєр для відтворення аудіофайлів у реальному часі — WinPlay3, який надав змогу користувачам персональних комп'ютерів відтворювати цифрові аудіофайли без використання фізичних носіїв. У березні 1998 року з'явився перший портативний MP3-плеєр — MPMan F10, який мав 32 МБ вбудованої пам'яті з можливістю її розширення за допомогою зовнішніх карт пам'яті [14]. У подальшому обсяг внутрішньої пам'яті MP3-плеєрів поступово зростав. Випуск компанією Apple пристрою iPod у 2001 році остаточно закріпив популярність портативних MP3-плеєрів, зробивши їх масовим споживчим продуктом. Завдяки своїй компактності, можливості створення персоналізованих плейлистів та швидкому доступу до музики ці пристрої започаткували нову еру портативного споживання музичних творів, поступово витісняючи програвачі компакт дисків.

Іншим фактором, що сприяв масовому поширенню формату MP3, стала поява файлообмінних платформ, таких як Napster (1999 рік). Ці платформи об'єднували аудіофайли, що зберігалися на жорстких дисках користувачів, у єдину базу даних, доступну для перегляду та завантаження іншими користувачами. Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс дозволяв здійснювати пошук, обмін та завантаження музичних файлів безкоштовно. Малий розмір MP3-файлів робив їх ідеальними для передачі через мережу Інтернет, що було особливо актуально в період, коли широкосмуговий доступ ще не набув масового поширення, а швидкість передачі інформації була порівняно низькою.

Можливість безкоштовного завантаження музики спричинила зменшення попиту на фізичні носії та заклала технічні основи для стрімкого розвитку цифрового піратства. Його масштаби зросли настільки, що між окремими піратськими групами виникала конкуренція за те, хто першим викладе цифрову копію музичного твору до його офіційного анонсу [15, с. 177-197].

Зростання цифрового піратства зумовило зниження обсягів продажу фізичних музичних носіїв, що, в свою чергу, спричинило скорочення доходів компаній звукозапису. Ця тенденція сформувала передумови для дестабілізації усталеної економічної структури галузі, представленої на рис. 1. Через брак оборотних коштів компанії звукозапису були змушені впроваджувати антикризові заходи, зокрема: скорочувати чисельність працівників на підприємствах з виробництва музичних носіїв, а згодом – повністю передавати ці активи інвесторам із інших секторів економіки; зменшувати розмір ліцензійних виплат виконавцям за раніше укладеними контрактами та переглядати умови співпраці щодо випуску нового музичних творів в бік їхнього погіршення. Окрім того, спостерігалося зниження впливу компаній звукозапису на редакційну політику компаній телерадіомовлення, що додатково послаблювало їхні ринкові позиції.

Частково проблему падіння продажів музичних носіїв пом'якшив процес поступової цивілізації споживання музики в цифровий спосіб. Відповіддю на появу стихійних сайтів, що безкоштовно викладали конвертовані MP3-файли, стала поява низки проектів (eMusic, Pressplay, Rhapsody, My.MP3.com), на яких можна було легально купувати та завантажувати музику. Найбільш успішним серед них став проект компанії Apple під назвою iTunes Store. Цей цифровий майданчик був офіційно запущений 28 квітня 2003 року і став важливим кроком у легалізації цифрової музики та боротьбі з піратством. Доходи від продажу цифрових копій музичних фонограм стабільно зростали з 2003 року (183,5 млн. дол. США), досягнувши піку у 2012 році (2,9 млрд. дол. США). У 2013 році

сумарні продажі цифрових завантажень синглів та альбомів майже повторили показники попереднього року. Починаючи з 2014 року, доходи почали стабільно знижуватися, зрештою впавши до рівня, дещо нижчого за показники 2005 року (204,7 млн. дол. США) [9].

Причиною падіння продажів цифрових завантажень стало поширення нового способу споживання музичних творів – стримінгу (потокового відтворення). Його суть полягає у передачі потокового аудіо через Інтернет для відтворення за допомогою медіаплеєру на пристрої споживача (інформація передається у вигляді потоку файлових пакетів від сервера до клієнта та відтворюється в режимі реального часу на відміну від цифрового завантаження файлів, де кінцевий користувач спочатку отримує весь мультимедійний файл перед тим, як почати перегляд або прослуховування).

Якщо поєднати три тренди (падіння продажів музичних носіїв, сплеск продажів цифрових завантажень та поступовий розвиток ринку музичного стримінгу), динаміка структури продажів ринку записаної музики виглядатиме так (рис. 2):

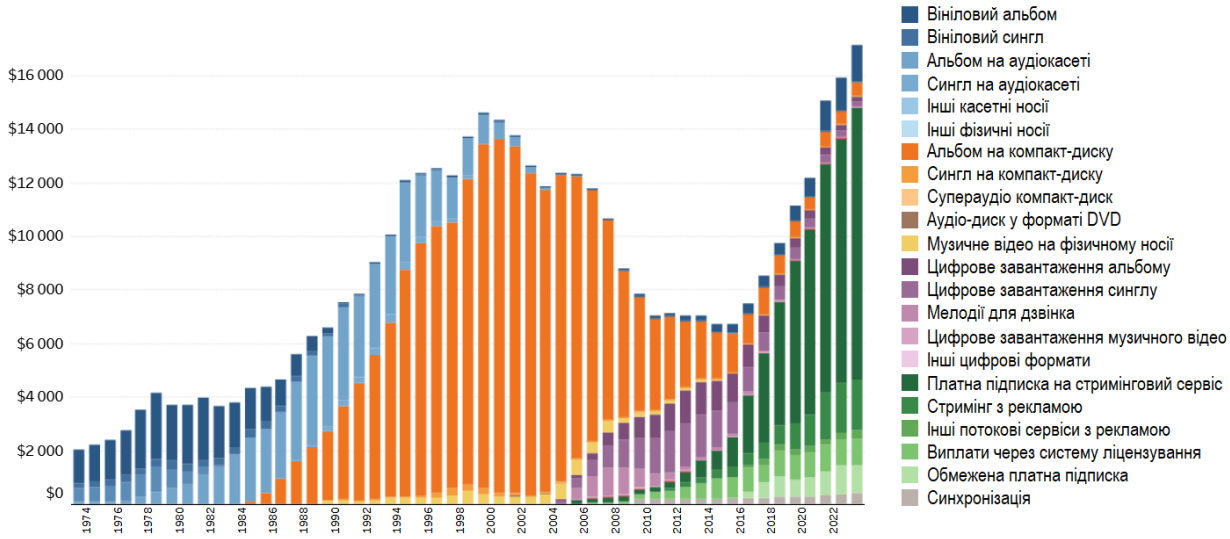



*Рис. 2. Графік загальних продажів записаної музики у Сполучених Штатах (млн. дол. США). Джерело: Асоціація індустрії звукозапису Америки (riaa.com) [9]*

Варто зазначити, що в аналізі тенденцій розвитку музичної індустрії ми в першу чергу відштовхуємося від статистичних даних Сполучених Штатів Америки через високий рівень деталізації статистичних даних. На нашу думку, в контексті аналізу глобальних процесів ці дані є досить репрезентативними. Регіональні особливості окремо взятих країн можуть траплятися (наприклад, в Німеччині спостерігалася певна інерція продажів компакт-дисків, а їх поступове витіснення споживанням цифрового музичних творів почалося радше із 2014 року, а не з 2004го як в США (рис. 3), але зрештою структура ринку записаної музики стала аналогічною – частка продажів музичних носії впала до 18,5% у 2023 році, в той час як сумарне споживання музики через стримінгові сервіси та цифрові завантаження перевищили 80%.




*Рис. 3. Динаміка структури ринку записаної музики Німеччини 2014-2023 роки. Джерело: Асоціація музичної індустрії Німеччини [1]*

Повертаючись до аналізу рис. 2 можна побачити, що не зважаючи на значний спад продажів записаної музики у період з 1999 по 2014 рік, з початку 2020 року ринок записаної музики не тільки повернувся до свого піку, а навіть перевершив його. Однак ми вже не можемо стверджувати, що великі компанії звукозапису досі домінують в музичній індустрії. Вони досі залишаються правовласниками найбільших каталогів музичних фонограм, створених впродовж XX ст., однак втратили контроль над економічними бар'єрами для молодих музикантів. Причиною цього є вплив на розвиток музичної індустрії інших аспектів цифрового переходу: поширення VST-інструментів та плагінів, соцмереж, поява нових посередників монетизації доходу від продажу записаної музики, а також зростання ринку живої музики та частки доходів від концертної діяльності.

Одним із ключових аспектів цифрового переходу стала демократизація процесу створення музичних творів, що відбулася завдяки розвитку технології VST (Virtual Studio Technology) – інструментів та плагінів. Ці програмні модулі, які інтегруються у цифрові аудіо-робочі станції (DAW), суттєво знизили вхідні бар'єри для музикантів і продюсерів, дозволивши створювати високоякісні аудіозаписи без використання дорогого студійного обладнання. Віртуальні інструменти відтворюють звучання аналогових синтезаторів, оркестрових інструментів та ефектів, що раніше були доступні лише у професійних студіях звукозапису [10]. Таким чином, процес створення музичних фонограм став економічно доступним значно ширшому колу виконавців, що сприяло зростанню кількості незалежних артистів (артистів, які не підписували угоди про передачу прав на фонограми із звукозаписними компаніями) і загальному розширенню ринку музичних творів.

Соціальні мережі стали новим середовищем для популяризації музики, поступово витіснивши традиційні медіа, такі як радіо та телебачення. Якщо раніше основним каналом масового розповсюдження музичних творів були радіостанції, які визначали, які композиції потраплять до ефіру залежно від їхньої редакційної політики, то сьогодні цю роль виконують алгоритми соціальних мереж. Раніше існувало поняття «неформат» – ситуація, коли музичний твір не відповідав стилістичним чи комерційним критеріям радіостанції і, відповідно, не мав шансів потрапити до ротації. У цифрову епоху функцію аналогічного

фільтру виконують алгоритми платформ, таких як YouTube, TikTok, Instagram та Spotify, що визначають, які композиції будуть просуватися у рекомендаціях.

З одного боку, це спростило доступ до аудиторії для артистів, оскільки їм більше не потрібно отримувати схвалення радіоредакторів чи великих звукозаписних компаній. З іншого боку, популяризація музики стала залежати від динаміки цифрових трендів, механіки рекомендацій та вірусності музичного матеріалу. Наприклад, TikTok суттєво змінив спосіб споживання музики, зробивши короткі фрагменти пісень ключовим фактором їхнього успіху. Таким чином, якщо раніше успіх композиції залежав від рішення вищого керівництва радіостанції чи телеканалу, то нині основними критеріями її поширення стали аналітика переглядів, активність користувачів та взаємодія із контентом.

Водночас одним із ключових аспектів трансформації музичної індустрії став перехід споживання музики з фізичних носіїв на стримінгові сервіси. Платформи, такі як Spotify, Apple Music, YouTube Music, Tidal, стали домінуючими каналами дистрибуції музики, повністю змінивши спосіб взаємодії слухачів із музичними творами. Слухачі більше не купують окремі альбоми чи пісні, а оформлюють підписку на доступ до всієї музичної бібліотеки, що радикально змінило механізм монетизації.

Внаслідок цієї зміни в структурі індустрії з'явилися нові посередники – цифрові агрегатори (наприклад, Believe, The Orchard, TuneCore, DistroKid), які забезпечують доступ незалежних виконавців до стримінгових платформ. Ці компанії виконують функцію дистриб'юторів у цифровому середовищі, однак, на відміну від традиційних звукозаписних компаній, вони не вимагають передачі прав на музику, а лише надають технічну можливість її розміщення та монетизації. Ця зміна радикально зменшила бар'єри входу на музичний ринок, що дозволило виконавцям самостійно керувати розповсюдженням своєї музики, зберігати контроль над правами на власний каталог та отримувати значно більший прибуток порівняно із традиційною моделлю співпраці із звукозаписною компанією. У результаті компанії звукозапису втратили монопольний контроль над процесом монетизації, а незалежні музиканти отримали можливість контактувати із глобальною аудиторією без посередництва великих корпорацій.

Підсумовуючи зазначені вище зміни музичної індустрії, відобразимо схему її економічної структури *після* цифрового переходу (рис. 4).

Втім варто зазначити, що попри зростання популярності стримінгових сервісів, рівень доходу від цифрового розповсюдження музики для більшості виконавців залишається недостатнім. Стримінгові платформи функціонують за моделлю пропорційного розподілу доходів, де основну частину заробітку отримують артисти з найбільшою кількістю прослуховувань, тоді як менш популярні виконавці змушені шукати альтернативні джерела доходу.

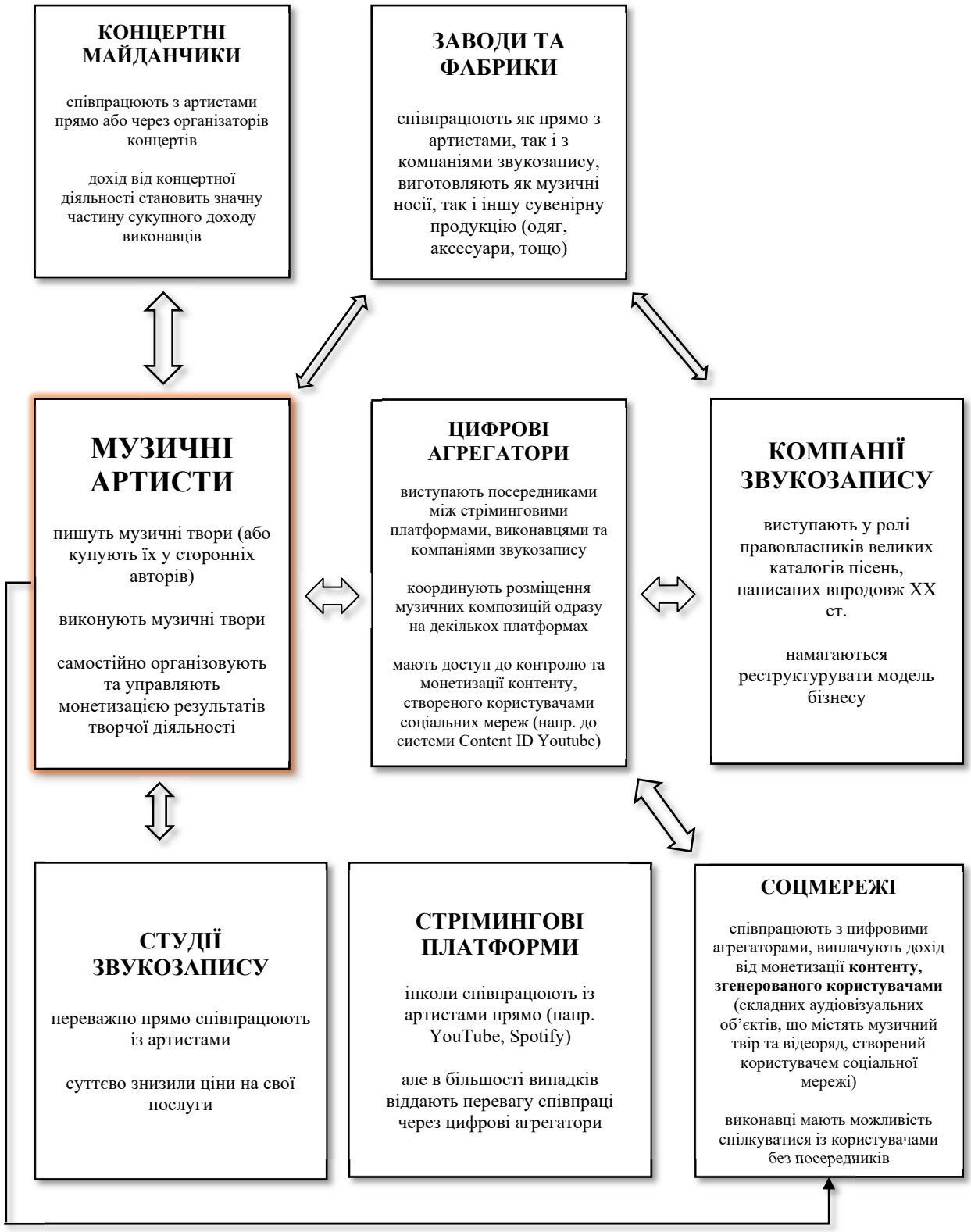



*Рис. 4. Структура музичної індустрії після цифрового переходу.*
*Джерело: розробка автора*

Щоб оцінити фінансову спроможність артистів, які покладаються на цифровий стримінг як основне джерело доходу, доцільно порівняти отримані ними виплати із середньою заробітною платою у США. У 2020 році середній річний дохід штатного працівника в США

становив приблизно 79 560 доларів [13]. Водночас механізм розподілу доходів у стримінгових сервісах, зокрема Spotify, значно обмежує фінансові можливості більшості виконавців. За офіційними даними Spotify, виплата артистам за кожне прослуховування становить у середньому від 0,003 до 0,005 долара [11], що означає, що для досягнення середнього річного рівня заробітку в США виконавець повинен сумарно набрати від 16 до 27 мільйонів прослуховувань своїх музичних творів на рік [2].

Статистика платформи також свідчить, що у 2020 році лише 13400 артистів отримали виплати понад 50000 доларів, а 7500 виконавців заробили більше 100000 доларів [7]. Ці порогові значення було взято не випадково: оскільки середня річна зарплата в США у 2020 році становила приблизно 80000 доларів, доцільно було б порівняти кількість артистів, які досягли саме цього рівня доходу. Проте, у відкритих звітах Spotify немає деталізованої інформації щодо виконавців, які заробляють понад 80000 доларів, тому в нашому дослідженні ми змушені оперувати найближчими доступними категоріями доходів.

Зважаючи на те, що загальна кількість зареєстрованих артистів на Spotify перевищує 8 мільйонів, лише 0,09% музикантів мають річний дохід понад 100000 доларів, а близько 0,17% виконавців отримують 50000 доларів або більше. Навіть з урахуванням того, що частка Spotify на ринку цифрового стримінгу у 2021 році становила 31%, а отже, коригування загального доходу артистів від усіх платформ дає дещо вищі результати, фінансова стійкість виконавців, які покладаються виключно на цифрові прослуховування, залишається надзвичайно низькою. Це підтверджує, що для більшості музикантів стримінг не є достатнім джерелом доходу, що змушує їх звертатися до альтернативних моделей заробітку, таких як концертна діяльність, продаж сувенірної продукції (музичні носії, одяг, аксесуари тощо), краудфандинг (довільні пожертви від прихильників творчості артиста з метою підтримки його діяльності) або навіть робота за сумісництвом в інших галузях економіки.

**Висновки.** Цифровий перехід спричинив фундаментальну трансформацію економічної структури музичної індустрії. Великі звукозаписні компанії втратили статус ключових економічних суб'єктів, а музичні артисти отримали нові можливості для монетизації своєї творчості. Різке здешевлення вартості створення високоякісних фонограм спричинило суттєве збільшення кількості нових артистів. Однак зростаюча конкуренція за увагу слухача та низькі доходи від стримінгу вимагають нових підходів до побудови стійких бізнес-моделей у музичній індустрії.

**Перспективи подальших досліджень.** Подальші дослідження можуть зосереджуватися на комплексному аналізі ефективності різних стратегій монетизації творчості артистів, зокрема порівнянні економічної стійкості незалежних виконавців та артистів, які співпрацюють із великими звукозаписними компаніями. Важливим напрямом є оцінка довгострокової життєздатності сучасної моделі музичного бізнесу, особливо в контексті подальшого розвитку штучного інтелекту, алгоритмічного управління контентом та змін у структурі споживання музики. Також доцільно дослідити можливі сценарії подальшої еволюції музичної індустрії та їхній вплив на економічні відносини між виконавцями, цифровими платформами та правовласниками.

**Література**

1. BVMI (Bundesverband Musikindustrie). 2025. "Official Website of the German Music Industry Association." Accessed March 10, 2025. https://www.musikindustrie.de/
2. Deliver My Tune. 2024. "Does Spotify Pay Artists?" Deliver My Tune Blog. Accessed February 28, 2025. https://blog.delivermytune.com/does-spotify-pay-artist/.
3. Engelmann, Maike, Grünewald-Schukalla, Lorenz & Heinrich, Julia. (2012). "The New Artrepreneur – How Artists Can Thrive on a Networked Music Business." International Journal of Music Business Research, 1, 31–45.
4. Hesmondhalgh, David, Osborne, Richard, Sun, Hyojung & Barr, Kenny. (2021). "Music Creators' Earnings in the Digital Era." Intellectual Property Office Research Paper. Retrieved from https://ssrn.com/abstract=4089749.
5. Hviid, Morten, Izquierdo Sanchez, Sofia & Jacques, Sabine. (2018). "Digitalization and Intermediaries in the Music Industry: The Rise of the Entrepreneur?" SCRIPT-ed, 15, 242–276. https://doi.org/10.2966/scrip.150218.242.
6. MP3 History. "The History of MP3." Accessed March 10, 2025. https://www.mp3-history.com/
7. Music Business Worldwide. 2023. "How Many Artists Are Generating More Than 50K a Year on Spotify? Over 13,000." Music Business Worldwide. Accessed February 28, 2025. https://www.musicbusinessworldwide.com/how-many-artists-are-generating-more-than-50k-a-year-on-spotify-over-13000/.
8. RareWares. 2025. "L3Enc – The First Publicly Available MP3 Encoder." Accessed February 17, 2025. https://www.rarewares.org/rrw/l3enc.php.
9. Recording Industry Association of America (RIAA). 2022. Year-End 2022 RIAA Revenue Statistics. By Joshua P. Friedlander and Matthew Bass. Washington, DC: RIAA. Accessed March 10, 2025. https://www.riaa.com/u-s-sales-database/.
10. S., Ganeshkumar & Dr.R.Sureshkumar, & Sureshbabu, S. (2020). "A Critique on Digital Transformation of Music Production Using Virtual Sound Technology (VST)." Journal of Scientific Research and Development, 2, 582-586.
11. The Hustle. 2021. "The Economics of Spotify." The Hustle. Accessed February 28, 2025. https://thehustle.co/the-economics-of-spotify.
12. Tschmuck, Peter. (2021). The Economics of Music. Springer.
13. U.S. Census Bureau. 2021. Income and Poverty in the United States: 2020. Washington, DC: U.S. Department of Commerce. https://www.census.gov/library/publications/2021/demo/p60-273.html.
14. Williams, Chris. "FT Names First MP3 Player – and It's Not an iPod." The Register, March 10, 2008. Accessed March 19, 2025. https://www.theregister.com/2008/03/10/ft_first_mp3_player/.
15. Witt, Stephen. (2015). How Music Got Free: The End of an Industry, the Turn of the Century, and the Patient Zero of Piracy. New York: Viking.
16. Булак Т. Б. "Трансформація музичної індустрії: вплив соціальних медіа та нових технологій." АРТ-платФОРМА. – 2024. – Вип. 1(9). – С. 11–26.
17. Маринін А. Є. "Трансформація цифрових технологій у музичній індустрії в кінці XX – початку XXI століття." Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, 2024, № 2, С. 311–315.
18. Поплавський М. М., Трач Ю. В. "Цифровізація музичної індустрії: тенденції і перспективи." Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, 2022, № 2, С. 30–39.

**References**

1. BVMI (Bundesverband Musikindustrie). 2025. "Official Website of the German Music Industry Association." Accessed March 10, 2025. https://www.musikindustrie.de/
2. Deliver My Tune. 2024. "Does Spotify Pay Artists?" Deliver My Tune Blog. Accessed February 28, 2025. https://blog.delivermytune.com/does-spotify-pay-artist/.
3. Engelmann, Maike, Grünewald-Schukalla, Lorenz & Heinrich, Julia. (2012). "The New Artrepreneur – How Artists Can Thrive on a Networked Music Business." International Journal of Music Business Research, 1, 31–45.

4. Hesmondhalgh, David, Osborne, Richard, Sun, Hyojung & Barr, Kenny. (2021). "Music Creators' Earnings in the Digital Era." Intellectual Property Office Research Paper. Retrieved from https://ssrn.com/abstract=4089749.
5. Hviid, Morten, Izquierdo Sanchez, Sofia & Jacques, Sabine. (2018). "Digitalization and Intermediaries in the Music Industry: The Rise of the Entrepreneur?" SCRIPT-ed, 15, 242–276. https://doi.org/10.2966/scrip.150218.242.
6. MP3 History. "The History of MP3." Accessed March 10, 2025. https://www.mp3-history.com/
7. Music Business Worldwide. 2023. "How Many Artists Are Generating More Than 50K a Year on Spotify? Over 13,000." Music Business Worldwide. Accessed February 28, 2025. https://www.musicbusinessworldwide.com/how-many-artists-are-generating-more-than-50k-a-year-on-spotify-over-13000/.
8. RareWares. 2025. "L3Enc – The First Publicly Available MP3 Encoder." Accessed February 17, 2025. https://www.rarewares.org/rrw/l3enc.php.
9. Recording Industry Association of America (RIAA). 2022. Year-End 2022 RIAA Revenue Statistics. By Joshua P. Friedlander and Matthew Bass. Washington, DC: RIAA. Accessed March 10, 2025. https://www.riaa.com/u-s-sales-database/.
10. S., Ganeshkumar & Dr.R.Sureshkumar, & Sureshbabu, S. (2020). "A Critique on Digital Transformation of Music Production Using Virtual Sound Technology (VST)." Journal of Scientific Research and Development, 2, 582-586.
11. The Hustle. 2021. "The Economics of Spotify." The Hustle. Accessed February 28, 2025. https://thehustle.co/the-economics-of-spotify.
12. Tschmuck, Peter. (2021). The Economics of Music. Springer.
13. U.S. Census Bureau. 2021. Income and Poverty in the United States: 2020. Washington, DC: U.S. Department of Commerce. https://www.census.gov/library/publications/2021/demo/p60-273.html.
14. Williams, Chris. "FT Names First MP3 Player – and It's Not an iPod." The Register, March 10, 2008. Accessed March 19, 2025. https://www.theregister.com/2008/03/10/ft_first_mp3_player/.
15. Witt, Stephen. (2015). How Music Got Free: The End of an Industry, the Turn of the Century, and the Patient Zero of Piracy. New York: Viking.
16. Bulak, T. B. "Transformatsiia muzychnoi industrii: vplyv sotsialnykh media ta novykh tekhnolohii." ART-platforma. – 2024. – Vyp. 1(9). – S. 11–26.
17. Marinin, A. Ye. "Transformatsiia tsyfrovyh tekhnolohii u muzychnii industrii v kintsi XX – pochatku XXI stolittia." Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadriv kultury i mystetstv, 2024, № 2, S. 311–315.
18. Poplavskyi, M. M., Trach, Yu. V. "Tsyfrovizatsiia muzychnoi industrii: tendentsii i perspektyvy." Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadriv kultury i mystetstv, 2022, № 2, S. 30–39.

**Ihor Shamych,** PhD Student
Taras Shevchenko National University of Kyiv
i.shamych@gmail.com

## TRANSFORMATION OF THE ECONOMIC STRUCTURE OF THE MUSIC INDUSTRY IN THE CONTEXT OF THE DIGITAL TRANSITION

*This article examines the transformation of the music industry's economic structure under the influence of digital technologies. The shift from record labels as central economic entities to artist-driven models is analyzed. Key factors shaping this transition include the rise of streaming platforms, social media, digital aggregators, and Virtual Studio Technology (VST) instruments. These innovations have reduced entry barriers for musicians, enabling independent artists to produce, distribute, and monetize their music without traditional industry intermediaries. The synergy of these technologies has had a revolutionary impact on the music industry, fundamentally changing the ways music is created, distributed, consumed, and monetized. The article presents original models illustrating the industry's structure before and after the digital transition.*

*The impact of digital piracy on recorded music sales and the industry's response is discussed. The adoption of MP3 technology and the rise of peer-to-peer file-sharing networks initially led to revenue losses for record companies. However, legal streaming services such as Spotify, Apple Music, and Tidal introduced a subscription-based revenue model, shifting industry dynamics. Social media platforms, including YouTube and TikTok, have replaced traditional media as primary promotional tools, making viral trends and algorithm-driven exposure crucial for success.*

*Despite the advantages of digitalization, challenges persist. Increased competition in digital spaces makes visibility difficult for emerging artists, and streaming revenue models disproportionately favor high-streaming musicians. On average, an artist requires 16 to 27 million Spotify streams annually to earn a median U.S. income, forcing many to explore alternative revenue streams such as live performances and merchandise sales.*

*In conclusion, the digital transition has restructured the music industry, empowering independent artists while reducing the dominance of traditional record labels. Future research should focus on sustainable monetization strategies and the role of artificial intelligence in shaping the industry's future.*

***Keywords:*** *music industry, digital transition, streaming, VST instruments, digital aggregators, business models.*