

Специфика российского рынка музыкальных стриминговых сервисов

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Самойленко Алина Дмитриевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский
факультет, Москва, Россия

E-mail: alinasamo20@gmail.com

Сфера музыки является не только важной частью культуры разных стран, но и предоставляет широкие возможности для коммерциализации музыкальных продуктов и появления дополнительных услуг. Несомненно, с течением времени и развитием технологий эти возможности изменяются и дополняются. На музыкальном рынке возникают новые явления, одним из которых являются стриминговые сервисы. Стоит отметить, что стриминговые платформы обеспечили не только удобный и экономичный способ доступа к музыкальному контенту для массового потребителя, но и стали катализатором трансформации музыкальной индустрии в целом. В условиях значительных финансовых потерь, связанных с распространением пиратства, такие сервисы, по сути, интегрировали нелегальные технологии в свою модель, тем самым восстанавливая доходы музыкантов и лейблов. Помимо этого, они изменили сам процесс музыкального производства, способствуя большей независимости исполнителей и стимулируя развитие локальных рынков [3].

Актуальность темы обуславливается крайне активным развитием соответствующего бизнеса не только на мировом уровне, но и на российском рынке. Руководитель «Яндекс Музыки» Александра Сагалович в интервью газете «Коммерсантъ» [1] дала оценку объема российского рынка подписных музыкальных стримингов: по итогам 2024 года он составил более 32 млрд рублей. Также Александра отметила, что в месяц музыку на их сервисе слушают 24 млн подписчиков «Яндекс Плюса» [1].

Важно выделить и статистические данные, касающиеся аудитории музыкальных сервисов. В пресс-службе международной исследовательской компании GfK сообщили о результатах опроса среди жителей российских городов в возрасте от 16 до 55 лет: «По результатам исследования, почти половина жителей российских городов уже пользуются подписками на музыкальные сервисы, и этот уровень продолжает расти год к году» [2].

Актуальность данной работы повышается в связи с ситуацией, сложившейся на российском рынке после ухода основных зарубежных стриминговых сервисов из России в 2022 году. В рамках исследования будут рассмотрены самые востребованные по числу пользователей российские музыкальные сервисы: Яндекс Музыка, VK Музыка, СберЗвук и МТС Музыка.

Целью работы является анализ специфики российского рынка музыкальных стриминговых сервисов для выявления общих закономерностей и последующей разработки общих рекомендаций для различных музыкальных платформ.

Источники и литература

- 1) Интервью «b» с руководителем «Яндекс Музыки» Александрой Сагалович [Электронный ресурс] - Коммерсантъ, 2024 - URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7384406> (дата обращения: 10.01.2025).
- 2) Международная исследовательская компания GfK [Электронный ресурс] - URL: <https://www.gfk.com/ru/press> (дата обращения: 10.01.2025).

- 3) Музыка онлайн бесплатно: как стриминг изменил музыкальную индустрию [Электронный ресурс] РБК Тренды, 2021 [U+30FC] URL: <https://trends.rbc.ru/trends/sharing/5ed93d989a7947c4be9c2cd1> (дата обращения: 10.01.2025).