

**Московский государственный университет
Имени М. В. Ломоносова**

Факультет журналистики

Кафедра новых медиа

Исследовательская работа

«Выход Spotify на российский стриминговый рынок»

Студентка 4 курса 402 группы

вечернего отделения

Арефьева Стефания

Москва 2021

Цель исследования: изучить состояние музыкальных стриминговых сервисов в России после выхода Spotify на российский рынок, а также проследить за результатами для Spotify от релиза данного сервиса в нашей стране.

Музыкальная индустрия всегда являлась крупным источником дохода. За 2020 год выручка составила 21,6 млрд дол. Если просмотреть статистику по доходности от музыкального рынка за последние пару десятилетий, то можно увидеть, что до 2014 года он постепенно падал, но с развитием стриминговых сервисов ситуация начала стремительно меняться. По данным из отчета IFPI (рис. 1) можно заметить, что выручка от физических продаж медленно снижается, в то время как прибыль от стриминговых сервисов, наоборот, повышается, и с 2017 года именно они приносят больший доход в музыкальной индустрии.

В России музыкальный рынок ежегодно растет. Исходя из исследований J'son&Partners Consulting, в 2019 году выручка составляла 7,4 млрд руб., из них подписка принесла 5,3 млрд. руб., а реклама составила 2,1 млрд руб. Предполагается, что к 2019 году выручка от музыкального рынка в России будет составлять уже 19,6 млрд руб.

Spotify – это шведский стриминговый сервис, основанный в 2008 году Даниэлем Эком и Мартином Лорентсоном. В те времена музыкальная индустрия медленно погибала из-за интернет-пиратства, поэтому упростить доступ к легальной музыке посредством создания музыкальной платформы оказалось идеальным решением этой проблемы и постепенно вывело сервис на мировой уровень.

В России до 2020 года на стриминговом рынке доминировали Shazam, Apple Music, «Яндекс.Музыка», Zaycev.net и Boom. Эти платформы были достаточно популярны, но также имели и свои недостатки, а сервис Apple

Music так и вовсе доступен только для владельцев техники Apple. Поэтому с момента анонса в 2014 году информации о том, что в России будет запущен самый популярный в мире стриминговый сервис – Spotify, люди с нетерпением ждали этого релиза. Из-за того, что выход на российский рынок несколько раз откладывали, кто-то даже скачивал программу через VPN и оплачивал месячную подписку иностранной валютой (зачастую индонезийскими рупиями, так как там самая дешевая подписка).

С 15 июля, спустя шесть лет и несколько попыток выхода на российский рынок, Spotify наконец стал доступен в нашей стране. С этого момента ситуация среди пользователей стриминговых платформ начала меняться. Долгое ожидание, масштабная рекламная компания, работа с фокус-группами для улучшения музыкальной подборки, заключение договоров с различными музыкальными правообладателями – все это помогло вывести Spotify в топы стриминговых сервисов. Сейчас у Spotify 356 миллионов подписчиков, из них 158 миллионов – те, кто оплатил платную подписку. В отчете от 3 февраля 2021 года указано, что выручка компании составила 2,168 млрд евро, из них 281 млн евро. – это рекламные доходы.

По данным из финансового отчета Spotify за третий квартал 2014 года можно увидеть, что запуск в России принес им огромное число подписчиков, в том числе и платных. Результаты, которые сервис планировал достигнуть за год, был достигнут всего за три месяца, что еще раз доказывает, как сильно у нас ждали появления этой платформы.

Если посмотреть общее положение среди самых популярных музыкальных приложений в российском AppStore, на данный момент Spotify занимает второе по популярности место после Shazam, но количество пользователей продолжает расти и, возможно, в скором времени именно оно завоюет стриминговый музыкальный пьедестал в нашей стране. В связи с тем, что в нашей стране долгое время процветало пиратство, и только относительно недавно пользователи стали присматриваться к различным

музыкальным приложениям, число свободных от различных подписок людей все еще велико. Сейчас российский Spotify входит в топ-25 рынков данного сервиса по всему миру, но сотрудники сервиса хотят поднять его до уровня топ-10, и по тому, как быстро увеличивается число подписчиков, есть вероятность, что задуманное удастся.

При этом важно помнить, что конкуренты в России все еще сильны, а за счет того, что у некоторых из них есть пакетные условия и программы лояльности, это помогает им удержать своих пользователей от перехода на другие платформы.

Вывод: Рынок музыкальных стриминговых сервисов в России приносит высокий доход, который продолжает расти с каждым годом. Появление Spotify позволило увеличить количество людей, которые пользуются легальным контентом и при этом помогло создать конкурентную среду, которая позволит остальным платформам делать пользователям более выгодные предложения и развивать свои сервисы, добавляя различные нововведения для того, чтобы привлечь и удержать пользователей.

Источники:

- 1) https://www.rbc.ru/technology_and_media/26/10/2020/5f92f3559a794776e50f81ad
- 2) <https://musically.com/2021/03/23/ifpi-report-reveals-7-4-growth-in-global-recorded-music-revenues/>
- 3) <https://investors.spotify.com/financials/press-release-details/2020/Spotify-Technology-S.A.-Announces-Financial-Results-for-Third-Quarter-2020/default.aspx>
- 4) <https://www.forbes.ru/tehnologii/406063-glava-spotify-v-rossii-my-vidim-vzryvnoy-interes-polzovateley>
- 5) <https://www.kommersant.ru/doc/4585764>
- 6) https://s22.q4cdn.com/540910603/files/doc_financials/2020/q4/Shareholder-Letter-Q4-2020_FINAL.pdf
- 7) <https://newsroom.spotify.com/2020-07-14/spotify-is-now-available-in-russia-croatia-ukraine-and-10-other-european-markets/>

Рис. 1

GLOBAL RECORDED MUSIC INDUSTRY REVENUES 2001-2020 (US\$ BILLIONS)

