

Российский рынок платного видеоконтента: особенности развития в период пандемии

Научный руководитель – Щепилова Галина Германовна

Хомченко Евгения Сергеевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: zheniaerow@mail.ru

Уже несколько лет российский рынок платного видеоконтента активно развивается и увеличивается в доходах. Так, например, по данным консалтингового агентства J'son & Partners, в 2019 году рост в рублях составил 65,7% по отношению к 2018 году [1]. Такие цифры дают понять, что аудитория отказывается от линейного просмотра на ТВ и все чаще выбирает OTT-сервисы.

Главными причинами такого развития послужили следующие факторы: активная борьба с нелегальным распространением контента, блокировка на законодательном уровне пиратских видеосервисов, развитие платежных систем, обеспечивающих приобретение пользователями подписки, огромная популярность к нелинейному просмотру, возможности выбрать любой контент и активное пользование многофункциональных телевизоров SmartTV [2]. В 2020 году резкий спрос на легальные видеосервисы вызвала пандемия коронавируса.

По данным ВЦИОМ, во время изоляции россияне большое количество времени проводили в Интернете. И именно 46% респондентов смотрели в онлайн фильмы, спектакли, концерты, слушали музыку [3], что дало большой скачок в росте подписчиков на OTT-сервисы. Уже в первую неделю режима самоизоляции, в конце марта, дневная аудитория, например, онлайн-кинотеатра Okko выросла на 30%, Megogo — на 27%, «Кинопоиск HD» — на 50%. Согласно исследованию, проводимому TelecomDaily, доля пользователей за первое полугодие 2020 года увеличилась в 2 раза [4]. Чем же привлекли платные видеосервисы потребителей?

Во-первых, большинство онлайн-кинотеатров предложили новым пользователям выгодные акции: временные бесплатные подписки, которые длились 1-2 месяца. Во-вторых, стоимость самой подписки невысока и в среднем составляет 265 рублей [6], где самая недорогая базовая подписка у сервиса Premier («Газпром-Медиа») — 29 руб., а самая дорогая базовая подписка у Netflix - 650 руб. Кроме того, во многих сервисах, например, Кинопоиск HD, Netflix, хорошо налажены система рекомендаций, специальных алгоритмов, предлагающих именно тот контент, который может быть интересен пользователю, что повышает время пребывания на видеосервисе.

На сегодня существует тенденция развития видеосервисов в экосистеме одного бренда, например, Яндекс.Плюс (Кинопоиск HD), СберПрайм (Okko). Пользуясь такими сервисами, потребитель за 200-300 рублей может не только смотреть фильмы и сериалы, но и слушать музыку, заказывать такси со скидкой, еду и т.д. Такие экосистемы составляют большую конкуренцию для обычных видеосервисов, но заметно облегчают затраты для потребителей. Так, например, Яндекс.Плюс заявил, что за 2020 год число их подписчиков перешло за 5 миллионов, где Кинопоиском HD люди пользуются около 20 часов в месяц [6].

Тенденции, возникшие во время пандемии, к сожалению, не могут гарантировать долгосрочных пользователей платного видеоконтента, которые бы регулярно продлевали под-

писку, потому что у людей не всегда будет столько много времени и ресурсов, чтобы смотреть фильмы, сериалы, шоу и т.д. Но, безусловно, рост пользователей будет расти. Это связано с тем, что многие онлайн-кинотеатры создают свой уникальный видеоконтент, который можно будет посмотреть только на определенном сервисе. Также идет работа над созданием системы рекомендаций пользователям и улучшением качества контента, как визуально (видео можно с разрешением 4к), так и содержательно. Кроме того, видеосервисы поддерживает государство и активно блокирует пиратские сайты с видеоконтентом. Таким образом, у россиянина появляется желание оформить подписку и возникает привычка платить за видеоконтент.

Источники и литература

- 1) 1. Краткие результаты исследования российского рынка легальных видеосервисов по итогам 2019 года // json.tv: https://json.tv/ict_telecom_analytics_view/kratkie-rezultaty-issledovaniya-rossiyskogo-rynka-legalnyh-videoservisov-po-itogam-2019-goda-20200402104310
- 2) 2. Щепилова Г.Г., Лагойская Э.О. ОТТ-сервисы в Instagram (на примере онлайн-версии телеканала СТС и онлайн-кинотеатра Amediateka) // МедиаАльманах, 2019, №6. С. 48-56
- 3) 3. Медиа и пандемия: что смотрят и кому доверяют россияне // Sostav.ru: <https://www.sostav.ru/publication/media-i-pandemiya-43356.html>
- 4) 4. Онлайн-кинотеатры: взлет перед падением // Эксперт online: <https://expert.ru/2020/05/20/onlajn-kinoteatryi-vzlet-pered-padeniem/>
- 5) 5. TelecomDaily: средняя стоимость подписки на онлайн-видеосервисы — 265 рублей // Telecom Daily: <http://tdaily.ru/news/2020/07/27/telecomdaily-srednyaya-stoimost-podpiski-na-onlayn-videoservisy-265-rublej>
- 6) 6. «Яндекс.Плюс» перевалил за 5 миллионов // Telecom Daily: <http://tdaily.ru/news/2020/10/23/yandeks-plyus-perevalil-za-5-millionov>