

# РАЗВИТИЕ МЕЖОРГАНИЗАЦИОННЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ КАК ПРЕИМУЩЕСТВО ДИСТРИБЬЮЦИИ МУЗЫКАЛЬНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ РОССИЙСКИХ МУЗЫКАНТОВ

THE DEVELOPMENT OF INTER-ORGANIZATIONAL RELATIONSHIPS IN THE CONTEXT OF SANCTIONS RESTRICTIONS AS AN ADVANTAGE OF THE DISTRIBUTION OF MUSICAL WORKS BY RUSSIAN MUSICIANS

*N. Vasiliev  
E. Zhuravlev*

*Summary.* The article analyzes the impact of sanctions pressure on the music industry, in particular on the electronic music market, and considers the opportunities for promoting Russian artists in the current environment. The paper notes that such major streaming services as Spotify, Deezer, Apple Music and YouTube Music have restricted access for Russian users and stopped hosting content from Russian music labels. This makes it much more difficult to promote domestic musicians abroad, especially independent artists not affiliated with major labels. The article emphasizes that electronic music is the fastest growing genre, but Russian artists face limitations in using promotional tools and international platforms for promotion. The authors explore the possibility of building inter-organizational links for distribution and promotion of music to foreign markets, analyze existing distribution services and their features, and present data on the average cost of listening on various streaming platforms. The conclusion is that it is necessary to develop inter-organizational cooperation and use digital technologies to expand the presence of Russian artists on the international music scene.

*Keywords:* interorganizational relationships, music industry, music label, distribution services, average cost of listening.

Под санкционное давление попала и музыкальная индустрия. Музыкальные стриминговые сервисы Spotify и Deezer перестали принимать оплату от российских пользователей и заблокировали доступ с российских IP-адресов. Apple Music позволяет пользователям платить за подписку, а YouTube music возможно слушать бесплатно. На все музыкальные стриминговые площадки российские исполнители через отечественные музыкальные лейблы могут доставить контент, однако вышеперечисленные площадки перестали разме-

**Васильев Никита Сергеевич**  
Аспирант, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Пензенский государственный университет  
*m.pokiloves@gmail.com*

**Журавлев Евгений Михайлович**  
Аспирант, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Пензенский государственный университет  
*e1.zhuravlev3@yandex.ru*

*Аннотация.* Статья посвящена анализу влияния санкционного давления на музыкальную индустрию, в частности на рынок электронной музыки, а также рассмотрению возможностей продвижения российских исполнителей в сложившихся условиях. В работе отмечается, что такие крупные стриминговые сервисы, как Spotify, Deezer, Apple Music и YouTube Music, ограничили доступ для российских пользователей и прекратили размещение контента от российских музыкальных лейблов. Это значительно затрудняет продвижение отечественных музыкантов за рубежом, особенно независимых исполнителей, не связанных с крупными лейблами. В статье подчеркивается, что электронная музыка является наиболее быстрорастущим жанром, однако российские исполнители сталкиваются с ограничениями в использовании рекламных инструментов и международных платформ для продвижения. Авторами исследуется возможность построения межорганизационных связей для дистрибьюции и продвижения музыки на зарубежные рынки, анализируются существующие дистрибьюторские сервисы и их особенности, а также представляются данные о средней стоимости прослушиваний на различных стриминговых платформах. В заключении делается вывод о необходимости развития межорганизационного взаимодействия и использования цифровых технологий для расширения присутствия российских исполнителей на международной музыкальной арене.

*Ключевые слова:* межорганизационные взаимоотношения, музыкальная индустрия, музыкальный лейбл, сервисы дистрибьюции, средняя стоимость прослушивания.

щать на музыкальных витринах релизы от российских компаний. Таким образом, исполнители электронной музыки не могут получить поддержку в продвижении на музыкальных площадках. Самостоятельные музыканты ограничены в выборе независимых дистрибьюторов. Крупные дистрибьюторы — ONErpm, TuneCore — не смогли предоставить альтернативные возможности по выводу средств российским исполнителям.

Главным музыкальным рынком электронной музыки является США, и отсутствие поддержки от музыкальных

стриминговых сервисов Spotify, Deezer, Apple Music, YouTube music и т.д. не позволяет отечественным исполнителям получить больше слушателей и увеличить заработок, особенно, если исполнитель является независимым и проживает на территории Российской Федерации и не сотрудничает с крупными российскими лейблами, которые имеют необходимые межорганизационные связи для поддержки электронных исполнителей за рубежом.

Электронная музыка — самый быстрорастущий жанр в социальных сетях. Общий объем рынка электронной музыки к концу 2023 года увеличился на 17 %. Сумма вырученных средств составила 11,8 миллиардов долларов, а основным источником дохода для жанра, как и ожидалось, стали живые выступления, продажа оборудования и отчисления за прослушивания. По данным IMS, количество публикаций в TikTok с тегом #electronicmusic к финальному кварталу 2023-го увеличилось на 71 %, а общее число его просмотров составило 10,5 миллиардов, что вдвое больше по сравнению с 2022 годом [3].

Таким образом, мировой рынок электронной музыки растет, но для российского музыканта наиболее эффективные способы продвижения данной музыки не доступны. Ads Manager<sup>1</sup>, Google Ads, Spotify Advertising недоступны<sup>1</sup>, TikTok Ads доступен через посредников, промо-поддержка музыкальных релизов в Spotify, Deezer, Apple Music, YouTube music недоступна для российских исполнителей, проживающих на территории РФ.

Построение межорганизационных связей — актуальная тема, поскольку реальность ограничивает развитие талантов за пределами Российской Федерации и пополнение бюджета налоговыми поступлениями.

Проблема исследования заключается в том, что на данный момент отсутствуют эффективные межорганизационные связи на международном уровне, которые позволяли бы эффективно продвигать отечественных исполнителей на зарубежных рынках.

*Цель исследования:* анализ возможностей построения межорганизационных связей в условиях санкций для эффективной дистрибуции и продвижения электронной музыки на иностранные рынки.

*Задачи исследования:*

- изучить организации для построения логистической цепочки межорганизационного взаимодействия музыкальных дистрибуторов;
- построить логистическую цепочку с участием музыкальных дистрибуторов;
- рассчитать разницу выплат.

<sup>1</sup> Здесь и далее организация Meta и ее продукты признаны экстремистскими на территории Российской Федерации

## Степень разработанности проблемы

Развитие межорганизационного взаимодействия и методологические подходы к управлению исследованы в трудах Аллагулыева М., Бахадыровой А. и Толгеновой Г. [1], которые указывают на то, что цифровые технологии и платформы существенно улучшают межорганизационное взаимодействие.

*Объект исследования:* межорганизационные взаимодействия.

*Предмет исследования:* межорганизационные взаимодействия в музыкальной индустрии.

*Новизна исследования:* сбор средней стоимости прослушиваний по странам и музыкальным стриминговым сервисам.

*Практическая значимость исследования.* Приведены примеры организаций для выстраивания логистики дистрибуции музыкальных произведений. Проанализированы расчеты, при помощи которых была доказана эффективность развития межорганизационных взаимоотношений.

Одним из ключевых способов улучшения межорганизационной координации логистики является использование технологий и цифровых платформ [1]. На музыкальном рынке дистрибуции преобладают сервисы, при помощи которых возможно добиться построения необходимых межорганизационных связей для наиболее эффективного распространения и продвижения музыки отечественных исполнителей зарубежом.

Ниже рассмотрим сервисы дистрибуции (основано на данных из Spotify for Artist [2]).

- Zvonko Digital является крупнейшим дистрибутором в регионе СНГ, предоставляющим возможность промо-поддержки исполнителей на популярных стриминговых сервисах, таких как Vk Music, Yandex Music, Zvuk и МТС Music, и ориентирован на работу с лейблами.
- Distrokid, работающий на рынках США и Европы, предлагает загрузку неограниченного количества музыки за 22,99 долларов США в год с сохранением 100% роялти для исполнителей.
- CDbaby также действует в США и Европе, предоставляя возможность загрузки одного релиза за 9,99 долларов США с удержанием 9% роялти, а также предлагает продажу физических накопителей через Amazon.
- Planet Distribution 星球发行 специализируется на промо-поддержке на китайских стриминговых сервисах, работая как с отдельными исполнителями, так и с лейблами [3].

- Emubands предоставляет услуги дистрибуции с регистрацией чартов в Великобритании, Ирландии, США и Канаде.
- Vudia представляет собой технологическую платформу для музыкальных лейблов, предлагая IT-решения для дистрибуции.
- ONErpm охватывает рынки США, Европы и СНГ, взимая 15 % роялти или 30 % роялти с дополнительной возможностью подачи промо.
- Altafonte является одной из ведущих независимых музыкальных компаний в мире и лидером в Латинской Америке, ориентируясь исключительно на работу с лейблами.

Из данной информации можно сделать вывод, что в музыкальной индустрии много организаций, которые представляют различные услуги по лицензированию цифровых прав и доставке музыки на стриминговые сервисы.

Средняя стоимость одного прослушивания музыки на стриминговых платформах значительно варьируется в зависимости от региона и сервиса, что оказывает прямое влияние на доходы артистов. Apple Music предоставляет доступ к своей библиотеке по всему миру, с глобальной средней стоимостью 0,09 рубля за прослушивание, при этом наиболее высокие показатели фиксируются в Европе, Скандинавии и США (до 0,42 рубля), а в России — 0,06 рубля. Deezer, функционирующий в международном масштабе, демонстрирует среднюю стоимость 0,07 рубля, при этом в Германии этот показатель достигает 0,41 рубля, в Казахстане — 0,35 рубля, а в Украине — всего 0,02 рубля. Однако российские пользователи не имеют доступа к Deezer. Локальные платформы, такие как МТС Музыка и VK Музыка, предлагают одинаковую стоимость прослушивания — 0,05 рубля, охватывая Россию, Беларусь и СНГ. SoundCloud и Spotify также работают на глобальном уровне с аналогичной средней стоимостью 0,05 рубля, хотя показатели сильно варьируются: например, в США на Spotify одно прослушивание стоит 0,174 рубля, а в Беларуси — лишь 0,005 рубля. Доступ к Spotify для пользователей из России закрыт [4]. Платформа «Звук», охватывающая СНГ, Европу и США, предлагает среднюю стоимость 0,38 рубля за прослушивание, хотя данные по США отсутствуют. Яндекс Музыка,

работающая исключительно в России, имеет самую низкую стоимость — 0,02 рубля за одно прослушивание. Эти различия подчеркивают важность выбора стриминговой платформы и целевых регионов для оптимизации доходов артистов.

### Заключение и выводы

Российские платформы МТС Music, VK Музыка и Звук способны конкурировать со средней стоимостью за 1 прослушивание с зарубежными площадками. Стоит учесть тот факт, что музыкальный лейбл работает исключительно на рынке СНГ и не имеет артистов с большим количеством слушателей за рубежом. По этому средняя стоимость 1 прослушивания на зарубежных площадках падает из-за слушателей, находящихся в СНГ, т.к. они преимущественно слушают артистов лейбла [5].

Второй фактор — ограничение объема рынка. Если русскоязычные артисты ограничены русскоязычными слушателями, то у электронной музыки отсутствуют какие-либо ограничения.

В заключение можно отметить, что санкционные ограничения существенно повлияли на возможность российских исполнителей электронной музыки эффективно продвигаться на международной арене. Ограниченный доступ к ключевым музыкальным стриминговым платформам и рекламным инструментам сужает горизонты для развития и монетизации творчества. Несмотря на рост мирового рынка электронной музыки, российские музыканты сталкиваются с трудностями в построении межорганизационных связей, необходимых для выхода на зарубежные рынки. Анализ существующих дистрибьюторских сервисов показывает, что, хотя возможности для продвижения через локальные и международные платформы существуют, они требуют значительных усилий и стратегического подхода. Для преодоления текущих барьеров и обеспечения конкурентоспособности российских исполнителей необходимо развивать новые модели взаимодействия, использовать цифровые технологии и выстраивать устойчивые логистические цепочки. Это не только позволит поддерживать отечественных музыкантов, но и внесет вклад в развитие музыкальной индустрии в целом.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Аллагулыев М., Бахадырова А., Толегенова Г. Пути развития межорганизационной логистической координации в цепях поставок // Всемирный ученый. 2024. №26. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/puti-razvitiya-mezhorganizatsionnoy-logisticheskoy-koordinatsii-v-tsepyah-postavok-1> (дата обращения: 26.06.2024)..
2. Каталог поставщиков. URL: <https://artists.spotify.com/ru/providers> (дата обращения: 26.06.2024).
3. Planet Distribution. URL: 星球发行 <https://star.kanjian.com/> (дата обращения: 26.06.2024)
4. Spotify for Artist. Официальный сайт платформы Spotify. [Электронный ресурс] URL: <https://artists.spotify.com/> (дата обращения: 26.06.2024).
5. IMS Business Report 2023. Аналитический отчет о состоянии индустрии электронной музыки. [Электронный ресурс] URL: <https://www.internationalmusicsummit.com/>. (дата обращения: 26.06.2024).