



но на миллион с четвертью. Стабильный, хоть и незначительный рост показали Ivi.ru и Tvigle.ru. Так же стабильно и незначительно, но в обратном направлении двигался в это же время проект Zoomby. Остальные три онлайн-кинотеатра в сентябре немного нарастили объем своих аудиторий, но потеряли в октябре.

Рейтинг легальных онлайн-кинотеатров Рунета. TNS Web Index, август-октябрь 2013 г.

№	Сайт	Октябрь 2013	Сентябрь 2013	Август 2013
1	Ivi.ru	5482,0 тыс.	4791,9 тыс.	4624,4 тыс.
2	Zoomby.ru	5370,6 тыс.	5444,1 тыс.	5895,5 тыс.
3	Tvigle.ru	3073,3 тыс.	2836,8 тыс.	2505,9 тыс.
4	Megogo.net	3011,9 тыс.	3331,4 тыс.	3173,8 тыс.
5	Tvzavr.ru	2407,8 тыс.	2450,9 тыс.	2219,2 тыс.
6	Videomore.ru	920,4 тыс.	1284,8 тыс.	574,5 тыс.

Любопытной оказалась существенная разница между посещениями самих сайтов и просмотром их видеоконтента. К примеру, аудитория сайта Tvigle.ru в октябре 2013 года составила 3073,3 тысячи, а аудитория роликов (посмотрели фильмы) — 7327,4 тысячи. Таким образом, побывало на сайте более чем в полтора раза меньше людей, чем посмотрело его же видеоконтент на разных сайтах. Еще значительнее эта разница у портала Videomore.ru — более чем в 5 раз. В то же время число посещений сайта Ivi.ru составило 5482,0 тысяч, а просмотров роликов — 4101,4 тысячи, что кажется более логичным. Но ведь это же Интернет, где важную роль играет возможность доступа к контенту одного ресурса с других.



Зрители Megogo, распределение по странам и устройствам

да и вообще — «удивите меня вашей рекомендацией!». И легальные ресурсы в этом плане уже на два корпуса обошли пиратов.

В вашем вопросе прозвучала фраза «демпинг легальных сервисов». Демпинг может преследовать различные цели, но он усиливает конкуренцию и тем самым повышает уровень качества услуг. Однако если такие «акции» созданы на основе неуплаты роялти или других мошеннических действий, то, конечно, это уже незаконные действия, которые необходимо пресекать. Иначе получается, что одни и те же услуги имеют совершенно несравнимые уровни прибыльности. Для рынка это очень негативное явление, так как оно вызывает снижение общей доходности рынка и усиление недобросовестной конкуренции.

Есть еще одна сторона вопроса, связанная с начислением роялти и ценообразованием. Совершенно логично, что уровень цен — это вопрос договоренности с правообладателем. И цена за контент может быть разной для всех. Также с этим напрямую связана стоимость услуг для пользователей. Если оператор платит роялти и просит при этом небольшую плату за доступ к услугам, то он, скорее всего, хочет увеличить долю на рынке. Или перекрывает затраты из других источников, что не есть законно.

Конечно, все вышеперечисленное имеет влияние на восприятие продукта в целом. Но попробовав качественный продукт, пользователь становится лояльным. И это является залогом успеха. Только лояльный клиент готов платить, и платить больше — не важно, своим ли вниманием или деньгами.

Еще важным моментом является привычка платить. Она есть у той части населения, которая уже давно пользуется кабельным ТВ или интернет-услугами, телефонией. Они платят регулярно и проще воспринимают предложение купить услуги нелинейных сервисов. Вопрос привычки. На базе уже существующих привычек пользователей мы создаем новые.

➤ Что могут сделать регуляторы для того, чтобы рынок стал более легальным?

И. Шестаков: Большинство телеканалов в нашей стране — это политика. По этой причине регулятор имеет широкие полномочия, чтобы вовремя реагировать на угрозы тем или иным политическим группам со стороны информационного поля телеканалов. Во многих развитых странах есть отличные примеры регулирования, когда выигрывают все, правила едины и четки, большинство процессов регулируются самим рынком. Государство следит, чтобы условия работы максимально содействовали работе провайдеров и защите интересов пользователей. Потому тема регулирования стоит очень остро. Нужно улучшать правовое поле и минимизировать регулирование, при этом оставить понятные и четкие рычаги влияния со стороны государства в случае, если отдельные сегменты рынка начинают необоснованно нарушать установленные регулятором правила игры. Не стоит забывать, что роль государства — в равной мере защищать интересы как граждан, так и бизнеса. Поэтому действия и решения должны быть направлены на улучшение общего благосостояния, то есть на развитие и эффективное структурирование рынка.

➤ Не получали ли вы претензий от «АРМА-Украина» и других ОКУП и как вы решаете все вопросы с правообладателями и контролерами?

И. Шестаков: Megogo — абсолютно и полностью легальный бизнес. В самом начале, когда мы только появились, на многих рынках такого понятия, как легальный онлайн-видеосервис, просто не было. Казалось бы, вначале могли иметь место ошибочные претензии со стороны производителей контента. Но примерно за год до старта сервиса мы уже активно участвовали в процессе покупки прав и вели диалог со всеми правообладателями на мировых кинорынках. Поэтому претензий и вопросов со стороны правообладателей и регуляторов к нам нет и не было. Все в курсе, что Megogo, приобретая только легальным образом права и выполняя свои обязательства, сам по себе является добросовестным правообладателем.

Беседовал Евгений Шляхтер