

УДК 339.13(075.8)

И.А.Шувалов (5 курс, каф. ПИК)

## МАРКЕТИНГОВАЯ СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ ЭЛЕКТРОННЫХ МУЗЫКАЛЬНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ

Несмотря на то, что российский рынок музыкального оборудования слабо развит по сравнению с зарубежными рынками, на нем присутствует ряд крупных компаний занимающихся дистрибуцией профессиональной шоу-техники и музыкального оборудования, в том числе, и музыкальных электронных инструментов. Поэтому возникшая на данный момент маркетинговая проблема касается не только зарубежных стран, но и России. Большую долю рынка составляют потребители, которые профессионально занимаются музыкальным бизнесом, их деятельность имеет коммерческую основу. К таким потребителям относятся звукозаписывающие компании, профессиональные музыканты и аранжировщики, а так же радиостанции и киностудии. Другая часть рынка состоит из потребителей, которые напрямую не относятся к шоу-бизнесу. Например, это могут быть непрофессиональные музыканты, простые энтузиасты, которые занимаются некоммерческой музыкой.

К электронному музыкальным инструментам относятся, прежде всего, синтезаторы и цифровые фортепиано. Себестоимость данной продукции зависит от технологии, используемой при разработке и реализации электронного музыкального инструмента. Рассмотрим тенденции развития рынка электронных музыкальных инструментов.

В начале восьмидесятых годов появляются первые коммерчески успешные синтезаторы. Такие фирмы как Roland, Yamaha, Waldorf и пр. предложили потребителю высокотехнологичный продукт по высокой цене, ранее не использовавшийся при создании музыкальных произведений, тем самым было положено начало развития электронной музыки и широкого использования электронных музыкальных инструментов. При этом создалась ситуация, когда производители сами диктовали направления в развитии новой музыки, тем самым практически любой предложенный продукт пользовался спросом, поскольку потребитель не задумывался над тем, какие именно функциональные характеристики его интересуют. Электронное музыкальное оборудование со временем становилось все более доступным для потребителя. При развитии цифровых технологий себестоимость данной продукции значительно снизилась, и производители вынуждены были переориентироваться на более массовое производство, появилась продукция бюджетной серии для потребителей с низким уровнем дохода.

До недавнего времени ситуация на рынке оставалась относительно стабильной. Компании-производители каждый год выпускают новинки, которые приветствуются потребителями и пользуются спросом. Но с развитием компьютерной техники стали появляться программные аналоги аппаратных синтезаторов, а звукозаписывающие устройства стали реализовываться на базе звуковых карт для персонального компьютера, при этом они позволяют поддерживать качество звукозаписи и воспроизведения практически на профессиональном уровне, что позволило привлечь большое число людей занимающихся созданием электронной музыки в домашних условиях. Программный продукт стал доступен практически каждому человеку, у которого есть персональный компьютер. Производители аппаратных электронных инструментов пока справляются с конкуренцией виртуальных заменителей, но, тем не менее, уже сейчас они вынуждены снижать цены на свою продукцию и сокращать объемы производства, поскольку часть потребителей перешло исключительно

на использование программных продуктов. В этом и заключается суть маркетинговой проблемы для фирм – производителей аппаратных электронных музыкальных инструментов.

С одной стороны, можно оценить данную ситуацию как очередной этап в развитии электронной музыки и полностью отказаться от производства аппаратных электронных музыкальных инструментов. Но при этом пока сложно представить концерт музыканта, сидящего за одним только персональным компьютером.

Сейчас пока рано говорить о полном переходе потребителей на программные продукты, поскольку аппаратные варианты инструментов продолжают пользоваться спросом. В этой непростой ситуации необходимо четко сориентироваться в зависимости от дальнейших тенденций развития технологии. При этом возможно несколько путей выхода из сложившейся ситуации. Производители аппаратных синтезаторов должны также внедрять программное обеспечение для внешних синтезаторов, которое позволило бы пользователю совмещать виртуальные и аппаратные инструменты. При этом необходимо значительно снизить цену на аппаратные электронные музыкальные инструменты до конкурентоспособного уровня. И это вполне реально осуществить, поскольку цены на программные синтезаторы пока не на много ниже, чем на аппаратные. Также необходимо бороться с контрафактной программной продукцией, которая приносит убытки не только компаниям производителям программного продукта, но и производителям аппаратных электронных инструментов, поскольку пиратская продукция делает более доступной конкурентный программный продукт, а это, в свою очередь, ведет к увеличению числа потребителей, отказавшихся от аппаратной продукции.

Пока на рынке все еще остается та большая часть пользователей, которые используют электронные музыкальные инструменты в своей профессиональной деятельности, в том числе, и в шоу бизнесе. Любой музыкальный инструмент, в том числе и электронный, в какой-то мере является частью этого шоу, поэтому отказ от данной продукции неизбежно приведет к снижению числа любителей качественной и профессиональной электронной музыки.