

Отчет о сегментации платящей аудитории Telegram Premium: анализ мотивации, поведенческих паттернов и каналов привлечения (по состоянию на 29 августа 2025 года)

Executive Summary

Данный отчет представляет собой всеобъемлющий анализ платящей аудитории Telegram Premium на основе публичных данных, оценок аналитических агентств и поведенческих прокси-метрик. Основная цель исследования — определить ключевые сегменты пользователей, их мотивацию и долю в общей базе подписчиков, а также предложить практические рекомендации для маркетинга и монетизации.

Ключевые выводы исследования:

- По состоянию на июль 2025 года, база Premium-подписчиков Telegram превысила 15 млн человек, что составляет приблизительно 1.5% от 1 млрд ежемесячно активных пользователей (MAU) мессенджера.¹
- Рынок Telegram Premium продемонстрировал впечатляющий, экспоненциальный рост. Если в январе 2024 года база насчитывала 5 млн подписчиков, то к сентябрю того же года она удвоилась до 10 млн, а к июлю 2025 года достигла 15 млн, что указывает на ежеквартальный прирост в среднем на 2.5–3.5 млн человек.¹
- Этот взрывной рост коррелирует с эволюцией продукта от сервиса для “power users” до полноценного профессионального инструмента. Ключевым драйвером роста стало внедрение бизнес-ориентированных функций, таких как бизнес-профили, быстрые ответы и автоматические приветствия.²
- Оценка среднего дохода на пользователя (ARPU) составляет приблизительно \$2.72 по состоянию на январь 2025 года. Этот показатель значительно ниже номинальной цены подписки (\$4.99), что объясняется сильным влиянием региональной ценовой политики, использованием альтернативных каналов оплаты (например, через ботов)

и высокой долей пользователей из регионов с низким доходом, таких как Индия и Бразилия.¹

- Наиболее значимые сегменты платящей аудитории — это предприниматели и владельцы малого/среднего бизнеса (SMB), а также маркетологи и SMM-специалисты. Эти группы составляют от 40% до 55% от общего числа подписчиков, поскольку напрямую связывают функционал подписки с ростом своей профессиональной эффективности и дохода.
- Профессиональные сегменты, такие как предприниматели, маркетологи, контент-криэйторы и IT-специалисты, в совокупности составляют 65–85% от всей базы Premium-подписчиков. Это подчеркивает, что Telegram Premium стал ключевым инструментом для тех, кто использует мессенджер для работы, а не только для личного общения.
- Главная рекомендация для развития и монетизации продукта — сфокусироваться на дальнейшей разработке и продвижении бизнес-функций, а также на запуске локализованных маркетинговых кампаний, нацеленных на ключевые региональные рынки, такие как Индия, СНГ и Бразилия.

Сводная сегментация платящей аудитории Telegram Premium (оценка на август 2025 года)

Сегмент	Доля среди Premium (диапазон)	Ключевые мотиваторы
Предприниматели / SMB	25–30%	Бизнес-профиль, быстрые ответы, 4ГБ файлы ²
SMM-специалисты / Маркетологи	15–20%	Увеличенные лимиты каналов, папки, 4ГБ файлы ²
Контент-криэйторы / Инфлюенсеры	10–15%	Stories с приоритетом, персонализация, 4ГБ ²
IT-специалисты / Power Users	10–15%	Скорость загрузки, распознавание голосовых, 4ГБ ³

Прочие профессиональные пользователи	5–10%	Специализированные функции (например, трейдеры, журналисты)
Пользователи, не связанные с работой	10–15%	Отсутствие рекламы, личный комфорт, стикеры ⁶
Подарочные подписки	10–15%	Покупка в подарок, корпоративные бандлы
Итого	100%	

Методология исследования и источники данных

Анализ рынка цифровых подписок Telegram Premium сталкивается с фундаментальным ограничением: отсутствием официальной публичной разбивки платящей аудитории по профессиональным ролям, демографическим характеристикам или поведенческим признакам. Для преодоления этого ограничения в данном исследовании применяется многофакторная методология, основанная на комбинации первичных и вторичных данных, а также построении модели на основе прокси-метрик.

Использованные источники

В ходе исследования были проанализированы следующие категории источников:

1. **Официальные заявления:** Публичные сообщения Павла Дурова, основателя Telegram, в его личном канале и интервью.⁸ Эти источники являются единственным надежным первоисточником для оценки глобального числа активных пользователей (MAU) и базы Premium-подписчиков.
2. **Отчеты сторонних аналитических платформ:** Данные от Demandsage¹, Sensor Tower¹¹, Similarweb и Statista. Эти платформы предоставляют агрегированные оценки MAU, региональное распределение аудитории, динамику загрузок и примерные данные по выручке с мобильных платформ.
3. **Отраслевые медиа и публикации:** Материалы от ведущих технологических

изданий, таких как TechCrunch, ForkLog ⁹, а также российские медиа, включая VC.ru ² и SMMplanner.³ Эти источники обеспечивают актуальные сведения о запуске новых функций и обзоры пользовательского опыта.

4. **Специализированные обзоры и блоги:** Аналитические статьи, посвященные функционалу Telegram Premium и его применению в профессиональных сферах.⁶ Эти материалы стали основой для качественного анализа и построения гипотез о мотивации пользователей.

Сильные и слабые стороны источников

Сильной стороной имеющихся данных является их актуальность и широкий охват ключевых макропоказателей, таких как общая пользовательская база и количество Premium-подписчиков. Наличие детализированных обзоров функций Premium позволяет напрямую связать конкретные привилегии подписки с профессиональными задачами пользователей.

Однако, анализ также выявил ряд критических ограничений:

- **Отсутствие детализации:** Telegram не публикует данные о том, кто именно покупает подписку, по каким демографическим признакам или профессиональным ролям.
- **Противоречивость данных:** Наблюдаются расхождения в оценках выручки и числа подписчиков между различными источниками. Например, в одном отчете указано, что Telegram стал прибыльным в 2024 году с прибылью в \$547 млн ⁴, в то время как другой источник приводит слова Павла Дурова о выручке более \$1 млрд.⁸ Подобные расхождения могут быть объяснены различиями в методологии (выручка против прибыли) или неполными данными. Отчеты Sensor Tower по выручке в конкретных странах (США, Латвия) ¹¹ не позволяют экстраполировать эти данные на весь глобальный рынок.
- **Устаревшие сведения:** Некоторые источники ¹⁴ содержат информацию, которая уже неактуальна, например, утверждения о некоммерческой модели Telegram, что противоречит последним финансовым данным.

Методика построения модели

Для решения проблемы отсутствия прямых данных была использована методология,

основанная на прокси-анализе:

1. **Идентификация поведенческих прокси:** Проанализирован весь спектр функций Telegram Premium.² Для каждой функции (например, увеличение лимитов на каналы и папки, 4ГБ файлы, бизнес-профиль) была определена наиболее вероятная профессиональная аудитория, для которой эта функция является критически важной.
2. **Корреляция с макроданными:** Сопоставлены поведенческие прокси с публичной информацией о демографии и географии аудитории Telegram. Например, высокая доля пользователей в возрасте 25–34 лет (29.70%) и преобладание мужской аудитории (56.8%)¹ указывают на значительное присутствие работающих, технически подкованных сегментов.
3. **Анализ ценовой чувствительности:** Оценка среднего ARPU (\$2.72) и его отклонение от номинальной цены (\$4.99) было использовано для подтверждения гипотезы о том, что значительная часть платящей аудитории находится в странах с более низким уровнем дохода, где цена подписки локализована и снижена.

На основе этой логики была построена количественная модель, которая распределяет общую базу в 15 млн подписчиков по профессиональным сегментам, используя весовые коэффициенты, отражающие готовность платить и потребность в функциях.

Обзор рынка Telegram Premium

Хронология и ключевые изменения

Запуск Telegram Premium в июне 2022 года стал поворотным моментом в стратегии монетизации мессенджера, который до этого момента финансировался личными средствами основателя и инвестициями.¹⁴ Изначально подписка позиционировалась как набор привилегий для самых активных пользователей — тех, кто ценит скорость, увеличенные лимиты и персонализацию.⁶

Динамика роста базы Premium-подписчиков демонстрирует экспоненциальную кривую:

- **2022-12-01:** 1 млн подписчиков.¹
- **2023-10-01:** 3.5 млн подписчиков.¹
- **2024-01-01:** 5 млн подписчиков.¹
- **2024-09-01:** 10 млн подписчиков.⁴

- **2025-07-01:** 15 млн подписчиков.¹

Наиболее значительный рост — с 5 млн до 15 млн — произошел в 2024–2025 годах. Этот период совпал с анонсом Павла Дурова о прибыльности компании в 2024 году⁸ и внедрением функций, ориентированных на бизнес-пользователей. Это прямое указание на то, что Telegram Premium перестал быть просто "дорогой игрушкой" и стал ключевым инструментом для тех, кто использует мессенджер в профессиональных целях. Повышение релевантности продукта для бизнеса стало главным катализатором роста.

Оценка ARPU и ценообразование

Номинальная стоимость подписки Telegram Premium составляет приблизительно \$4.99 в месяц. Однако, анализ имеющихся данных указывает на то, что средний доход на пользователя (ARPU) значительно ниже этого показателя.

Для оценки ARPU были использованы следующие данные:

- Общая выручка от встроенных покупок в январе 2025 года: \$13.6 млн.⁵
- Число Premium-подписчиков в январе 2024 года: 5 млн.¹

Оценочный ARPU:

$ARPU \$ = (13,600,000 / 5,000,000) \text{ подписчиков} \approx 2.72$

Это расхождение между номинальной ценой и реальным ARPU имеет несколько причин:

- **Географическая локализация цен:** Telegram предлагает сниженную стоимость подписки в странах с более низким уровнем дохода. Учитывая, что Индия (45% проникновения) и Россия (51% проникновения) являются одними из крупнейших рынков для Telegram, большое количество подписчиков из этих стран снижает средний ARPU по всему миру.¹
- **Платформенные комиссии:** Подписка, купленная через бота (Telegram Payments), может быть дешевле, поскольку мессенджер избегает комиссий App Store и Google Play (до 30%).¹ Это мотивирует пользователей искать более выгодные каналы оплаты.
- **Скидки и подарочные подписки:** Наличие подарочных подписок и промо-акций также влияет на среднюю выручку.³

Сегментация покупателей Telegram Premium

Моделирование долей сегментов

Для построения количественной модели было использовано оценочное распределение по сегментам, исходя из анализа поведенческих прокси, описанных ранее. Все доли представлены с диапазонами, отражающими погрешность и неопределенность расчетов, которые обусловлены отсутствием прямых данных.

База для расчета: 15 млн подписчиков по состоянию на июль 2025 года.¹

- **Предприниматели / Владельцы малого и среднего бизнеса (SMB) и самозанятые:**
 - **Определение:** Люди, использующие Telegram как основную платформу для ведения бизнеса, коммуникации с клиентами, управления продажами и проектами.
 - **Доля:** 25–30% (3.75–4.5 млн человек)
 - **Доля среди всей аудитории Telegram:** Оценка <0.5%
 - **Ключевые мотиваторы:** Новые функции бизнес-профиля (местоположение, время работы, быстрые ответы, автоматические приветствия).² Увеличенный лимит на 4ГБ для отправки каталогов, презентаций и портфолио.⁶ Возможность организовывать чаты по папкам для разделения личной и рабочей переписки.²
 - **Барьеры:** Высокая стоимость для микробизнеса, недостаточная осведомленность о новых функциях, сомнения в прямой окупаемости инвестиций (ROI).
 - **Ценовая чувствительность:** Средняя. Готовность платить напрямую зависит от видимой выгоды, которую подписка приносит для их бизнеса.
 - **Каналы и сообщения для привлечения:** Реклама в каналах, посвященных бизнесу, финансам и предпринимательству. Сообщения, ориентированные на решение конкретных бизнес-задач: "Организуйте коммуникацию", "Оптимизируйте продажи", "Выделитесь среди конкурентов".
 - **Уровень уверенности:** Высокий, поскольку монетизационная стратегия Telegram явно направлена на этот сегмент, а новые функции являются прямыми триггерами для покупки.
- **SMM-специалисты / Маркетологи / Таргетологи:**
 - **Определение:** Специалисты, управляющие большим количеством каналов, чатов и проектов.
 - **Доля:** 15–20% (2.25–3.0 млн человек)
 - **Доля среди всей аудитории Telegram:** Оценка <0.3%
 - **Ключевые мотиваторы:** Критически важные увеличенные лимиты: 1000

каналов и 20 папок с 200 чатами каждая.² Загрузка файлов до 4ГБ для обмена креативами, видео-материалами и тяжелыми документами с командой и клиентами.⁶ Отсутствие рекламы, что создает чистую рабочую среду.⁶

- **Барьеры:** Зачастую подписка оплачивается из личных средств, а не из бюджета компании.
- **Ценовая чувствительность:** Низкая. Для них подписка — это неотъемлемый рабочий инструмент, который напрямую влияет на эффективность и доход.
- **Каналы и сообщения для привлечения:** Контент-маркетинг в SMM-сообществах, реклама в тематических каналах. Сообщения, акцентирующие на производительности и масштабировании: "Управляйте всеми проектами в одном месте", "Больше не пропустите ни одного чата".
- **Уровень уверенности:** Высокий, так как функции напрямую решают их профессиональные задачи.
- **Контент-крейторы / Инфлюенсеры:**
 - **Определение:** Блогеры, создатели контента и медиа-проекты, использующие Telegram для дистрибуции контента и взаимодействия с аудиторией.
 - **Доля:** 10–15% (1.5–2.25 млн человек)
 - **Доля среди всей аудитории Telegram:** Оценка <0.2%
 - **Ключевые мотиваторы:** Приоритетный показ историй для увеличения охвата.³ Персонализация профиля (анимированные аватары, уникальные эмодзи-статусы) для создания личного бренда.² Загрузка видео высокого качества до 4ГБ для своих каналов.⁶
 - **Барьеры:** Часть аудитории может не видеть премиум-функций, если сама не имеет подписки.
 - **Ценовая чувствительность:** Низкая. Подписка рассматривается как инвестиция в личный бренд, охват и лояльность аудитории.
 - **Каналы и сообщения для привлечения:** Партнерские программы с лидерами мнений, промокоды для подписчиков, сообщения, ориентированные на креативность и эксклюзивность: "Выделитесь из толпы", "Расскажите свою историю первым".
 - **Уровень уверенности:** Средний. Хотя мотивация очевидна, количественных данных о размере этого сегмента недостаточно.
- **IT-специалисты / Инженеры / Power Users:**
 - **Определение:** Технически подкованная аудитория, использующая Telegram для командной работы, обмена большими файлами и автоматизации.
 - **Доля:** 10–15% (1.5–2.25 млн человек)
 - **Доля среди всей аудитории Telegram:** Оценка <0.2%
 - **Ключевые мотиваторы:** Скорость загрузки и передачи файлов, что является критически важным при обмене архивами, образами или видео с записями встреч.⁶ Распознавание голосовых сообщений в текст, что удобно в шумных офисах или во время созвонов.³ Увеличенные лимиты и отсутствие рекламы.
 - **Барьеры:** Предпочтение других специализированных инструментов, таких как

Slack или Discord.

- **Ценовая чувствительность:** Низкая. Их главная цель — максимальная эффективность.
- **Каналы и сообщения для привлечения:** Реклама в технических сообществах, партнерства с IT-блогерами. Сообщения, акцентирующие на производительности: "Не теряйте ни секунды", "Ваш инструмент для эффективной работы".
- **Уровень уверенности:** Средний. Гипотеза основана на функциональных потребностях сегмента, но не имеет прямых подтверждений.

Прочие сегменты и неопределенность

Оставшиеся 10–15% приходятся на менее крупные и более специализированные сегменты, а также на подарочные подписки:

- **Прочие профессиональные пользователи (5–10%):** Журналисты (скорость, папки, каналы для новостей), финансовые трейдеры и криптоэнтузиасты (скорость, боты, эксклюзивные каналы), работники образования (группы, файлы), рекрутеры (папки, бизнес-профиль).
- **Подарочные и корпоративные подписки (10–15%):** Подписки, приобретенные в подарок или компанией для своих сотрудников. Их доля сложно оценить, но она может исказить связь между покупателем и его профессиональной ролью.
- **Пользователи, не связанные с работой (10–15%):** Часть аудитории покупает Premium исключительно для личного комфорта: отключение рекламы, дополнительные стикеры и реакции. Этот сегмент имеет высокую ценовую чувствительность, так как подписка не приносит прямой выгоды.

Сценарии и чувствительность модели

Для оценки перспектив развития рынка Telegram Premium были разработаны три сценария, зависящие от ключевых предпосылок.

Базовый сценарий

- **Предпосылки:** Продолжение текущих тенденций: стабильный рост глобальной MAU, умеренное внедрение новых бизнес-функций, сохранение текущей ценовой политики и каналов оплаты. Конкуренция со стороны других мессенджеров остается на прежнем уровне.
- **Результат:** База Premium-подписчиков продолжит расти линейно, достигнув 20–25 млн человек к концу 2025 года. Доли профессиональных сегментов (предприниматели, маркетологи) будут постепенно увеличиваться, поскольку их мотивация к покупке будет расти с каждым новым бизнес-инструментом.

Консервативный сценарий

- **Предпосылки:** Глобальный экономический спад, снижение потребительской активности. Замедление темпов внедрения новых функций в Telegram. Усиление конкуренции со стороны WhatsApp Business или других платформ.
- **Результат:** Рост базы Premium замедляется до 1 млн подписчиков в квартал. Доля сегментов с высокой ценовой чувствительностью (например, пользователи, не связанные с работой) снижается. Общее число подписчиков к концу 2025 года составляет 17–18 млн. Основная база сохраняется благодаря профессиональным пользователям, для которых подписка остается критически важным инструментом.

Агрессивный сценарий

- **Предпосылки:** Успешный запуск новых, революционных функций, таких как встроенные AI-инструменты для бизнеса, или полноценных корпоративных бандлов. Проведение масштабных локализованных маркетинговых кампаний. Повышение ARPU за счет введения новых, более дорогих tiers подписки.
- **Результат:** Происходит взрывной рост, вызванный массовым переходом корпоративных пользователей. Доля предпринимателей и маркетологов значительно увеличивается, вытесняя прочие сегменты. База подписчиков может достичь 30+ млн к концу 2025 года. Этот сценарий возможен, если Telegram сможет эффективно позиционировать Premium как ключевое решение для бизнеса, превосходящее аналоги.

Практические рекомендации для маркетинга и

МОНЕТИЗАЦИИ

Приоритетные сегменты для роста

На основе анализа, наиболее перспективными и готовыми к росту сегментами являются **Предприниматели/SMB** и **SMM-специалисты**. Они имеют самую низкую ценовую чувствительность и самую прямую связь между функционалом Premium и их профессиональной эффективностью.

Позиционирование и сообщения

- **Для SMM-специалистов:**
 - **Сообщение:** "Ваш личный центр управления проектами. Организуйте 1000 каналов и 20 папок, чтобы ни один клиент не остался без внимания."
 - **Каналы:** Реклама в профессиональных SMM-сообществах, тематические вебинары "Как увеличить эффективность работы с Telegram Premium".
- **Для предпринимателей:**
 - **Сообщение:** "Поднимите свой бизнес на новый уровень. Автоматизируйте коммуникацию, управляйте продажами и выделитесь среди конкурентов с помощью бизнес-профиля."
 - **Каналы:** Контекстная реклама, направленная на запросы "telegram для бизнеса", "маркетинг в мессенджерах". Партнерство с бизнес-блогерами.

Buyer Persona

Для визуализации и лучшего понимания сегментов ниже представлены 4 подробных профиля потенциальных подписчиков.

1. **Катя, SMM-менеджер в агентстве, 26 лет.**
 - **Проблема:** У Кати в работе одновременно 15 клиентов, у каждого из которых есть несколько каналов, чатов и проектных групп. Ей сложно не запутаться в огромном количестве диалогов. Рабочие файлы (видео для Stories, креативы)

имеют большой размер и часто превышают лимит в 2ГБ.

- **Мотивация к Premium:** Увеличенные лимиты на папки и каналы — это не просто удобство, а критически важный инструмент для организации работы. Функция загрузки 4ГБ файлов экономит время и позволяет работать с материалами в исходном качестве. Отсутствие рекламы не отвлекает от рабочего процесса.
- **Триггер покупки:** Начало работы с новым, крупным клиентом, что привело к резкому росту числа чатов и файлов. Подписка становится неизбежной инвестицией в производительность.

2. Дмитрий, владелец интернет-магазина, 32 года.

- **Проблема:** Дмитрий использует Telegram для общения с клиентами и обработки заказов. Ему надоело вручную отвечать на однотипные вопросы о доставке и наличии товаров. Он также часто отправляет клиентам большие каталоги в PDF-формате.
- **Мотивация к Premium:** Новые бизнес-функции, такие как быстрые ответы и автоматические приветствия, решают его главную проблему — оптимизацию рутинной коммуникации. Возможность загружать файлы до 4ГБ позволяет отправлять полноценные каталоги без необходимости сжимать их или использовать сторонние сервисы.
- **Триггер покупки:** Обвал в потоке сообщений от клиентов во время распродажи. Он осознал, что без автоматизации не справится, и подписка стала логичным решением.

3. Евгения, контент-криэйтор, 29 лет.

- **Проблема:** Евгения ведет популярный канал о путешествиях. Ее подписчики привыкли к качественному фото- и видеоконтенту. Она хочет выделиться среди других блогеров, а также получить дополнительную аудиторию через Stories.
- **Мотивация к Premium:** Возможность публиковать Stories с приоритетным показом дает ей дополнительный охват, который невозможно получить с помощью бесплатных функций. Анимированная видеоаватарка и премиум-стикеры помогают подчеркнуть ее уникальный стиль. Возможность загрузки 4ГБ видео позволяет делиться материалами в лучшем качестве.
- **Триггер покупки:** Желание монетизировать свою аудиторию и получить доступ к эксклюзивным функциям, которые привлекают новых подписчиков и укрепляют ее личный бренд.

4. Сергей, крипто-трейдер, 28 лет.

- **Проблема:** Сергей получает аналитику и торговые сигналы из закрытых каналов. Скорость получения информации является критически важной. Ему также необходимо обмениваться с коллегами отчетами, которые весят больше 2ГБ.
- **Мотивация к Premium:** Увеличенная скорость загрузки файлов и отсутствие рекламы. Распознавание голосовых сообщений помогает ему получать важную информацию в виде текста, когда нет возможности прослушать аудио.
- **Триггер покупки:** Необходимость доступа к VIP-каналам, которые требуют

наличия Premium-подписки.

Лимитации исследования и риски

- **Пробелы в данных:** Фундаментальным ограничением исследования является отсутствие официальных данных по сегментации Premium-пользователей. Все количественные оценки являются моделями, построенными на прокси-метриках, и имеют соответствующий уровень неопределенности.
- **Смещение данных:** Общедоступные данные по выручке, такие как отчеты Sensor Tower ¹¹, часто фокусируются на рынках с высокой платежеспособностью (например, США), что может искажать картину глобального ARPU.
- **Динамичность рынка:** Рынок цифровых подписок Telegram крайне динамичен. Внедрение новых функций, изменение ценовой политики или действия конкурентов могут быстро изменить распределение долей и мотивацию пользователей.

Для получения более точных данных необходимо провести масштабное глобальное исследование с репрезентативной выборкой, направленное на выявление профессиональных ролей и мотивации платящих пользователей Telegram.

Источники

1. Telegram Users Statistics 2025 [Latest Worldwide Data] - DemandSage, дата последнего обращения: августа 29, 2025, <https://www.demandsage.com/telegram-statistics/>
2. Телеграм Премиум в 2025 году: Что дает? Как получить? Сколько стоит? - VC.ru, дата последнего обращения: августа 29, 2025, <https://vc.ru/telegram/1364091-vse-chno-nuzhno-znat-o-telegram-premium-v-2025-godu>
3. Телеграм-премиум 2025: новые функции premium-версии - SMMplanner, дата последнего обращения: августа 29, 2025, <https://smmplanner.com/blog/vsie-fishki-podpiski-tielieghram-priemium/>
4. 100 Telegram Statistics, Facts & Data on Users (2025) - Thunderbit, дата последнего обращения: августа 29, 2025, <https://thunderbit.com/blog/telegram-stats>
5. Latest Telegram Statistics (2025) | StatsUp - Analyzify, дата последнего обращения: августа 29, 2025, <https://analyzify.com/statsup/telegram>
6. Is Telegram Premium Worth It In 2025? A Comprehensive Analysis - InviteMember Blog, дата последнего обращения: августа 29, 2025, <https://blog.invitemember.com/is-telegram-premium-worth-it-in-2023-a-comprehensive-analysis/>
7. Top Features in Telegram Premium That Put Your Chatting on the Next Level |

OpsMatters, дата последнего обращения: августа 29, 2025,
<https://opsmatters.com/posts/top-features-telegram-premium-put-your-chatting-next-level>

8. Pavel Durov - Wikipedia, дата последнего обращения: августа 29, 2025,
https://en.wikipedia.org/wiki/Pavel_Durov
9. Telegram Premium Reaches 10 Million Users, Says Durov - ForkLog, дата последнего обращения: августа 29, 2025,
<https://forklog.com/en/telegram-premium-reaches-10-million-users-says-durov/>
10. Telegram (software) - Wikipedia, дата последнего обращения: августа 29, 2025,
[https://en.wikipedia.org/wiki/Telegram_\(software\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Telegram_(software))
11. Top Social Networking Apps in Latvia Q3 2024: A Unified Platform Analysis - Sensor Tower, дата последнего обращения: августа 29, 2025,
<https://sensortower.com/blog/2024-q3-unified-top-5-social%20networking-revenue-lv-600b30a6241bc16eb80bb51d>
12. Top 5 Social Networking Apps in the US: Q2 2024 Performance - Sensor Tower, дата последнего обращения: августа 29, 2025,
<https://sensortower.com/blog/2024-q2-unified-top-5-social%20networking-units-us-600b30a6241bc16eb80bb51d>
13. Telegram Usage Guide: Advanced Features and Telegram Premium Perks, дата последнего обращения: августа 29, 2025,
<https://affdragons.com/telegram-usage-guide-advanced-features-and-telegram-premium-perks/>
14. How does Telegram make money? - Business models - Finty, дата последнего обращения: августа 29, 2025, <https://finty.com/us/business-models/telegram/>
15. Telegram Revenue and Growth Statistics (2024) - SignHouse, дата последнего обращения: августа 29, 2025, <https://usesignhouse.com/blog/telegram-stats/>