



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, март 2012



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ИГР

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1. Понятие предмета исследования

1.2. Показатели социально-экономического развития

1.3. Влияющие и смежные рынки

Рынок Интернет

Социальные сети

1.4. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

2.1. Сегментация Рынка по жанрам

Игры информации

Игры действий

Игры контроля (командование, управление, распределение средств)

2.2. Сегментация Рынка по платформам

Персональные компьютеры

Игровые консоли/приставки

Смартфоны

2.3. Сегментация Рынка по классу игр

2.4. Сегментация Рынка по количеству игроков

2.5. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

3.1. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка



Activision Blizzard

Electronic Arts

Ubisoft

Take-Two Interactive

NCSoft

Mail.Ru Group

Alawar Entertainment

4.3. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Виды дистрибуции на рынке

Традиционная дистрибуция

Цифровая дистрибуция

5.3. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

6.1. Описание потребителей на Рынке

6.2. Наиболее популярные игры

6.3. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. STEERPLE-анализ рынка

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. Классификация компьютерных игр



АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ИГР

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

.....

Влияющие и смежные рынки

Рынок Интернет

По данным «ФОМ», Россия находится на втором месте в Европе по числу Интернет-пользователей – ** млн.человек. За год (апрель 2010-2011г.г.) взрослая Интернет-аудитория увеличилась на **%, а к 2014г. ее число может достигнуть ** млн. человек.

Наиболее развитыми регионами РФ, по числу Интернет-пользователей, являются Центральный ФО (** млн.человек) и Между тем, по темпам роста Интернет-аудитори выделяются:

- Дальневосточный ФО (+**%)
- ...
- ...

Социальные сети

Россия – один из самых быстрорастущих рынков социальных медиа в Европе. По данным TNS Web Index, 28,7 млн.человек ежемесячно посещают крупнейшие социальные сети (+15% за год) и 19,4 млн.человек – ежедневно (+23% за год).

Вовлеченность российской аудитории в социальные сети составляет 9,8 часов в среднем на пользователя в месяц. Однако за последние полгода время, проводимое в социальных сетях в целом, снижается, несмотря на рост отдельных сайтов:

- ВКонтakte – 7,01 часов/мес. (-14%)
-
- ...



- ...

Не менее активно развивается сегмент блогов и микроблогов. Согласно данным Яндекс и Mail.Ru Group в России функционируют 42,5 млн. блогов, которые посещали ** млн. человек (в декабре 2010г.) В день индексируется ** млн. русскоязычных записей (из них 600 тыс. – не микроблоггинг).

По числу записей, лидируют следующие микроблоги:

- Блоги@Mail.ru
- Twitter
- Микроблоги на QIP.ru
- и др.

Более ** сообщений в микроблоги отправляется с мобильных устройств.

-



СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

Сегментация Рынка по жанрам

В зависимости от **жанра**, компьютерные игры можно разделить на три большие группы:

1. Игры информации (получение информации, общение, изучение мира)
2. Игры действий (перемещение, использование оружия и техники)
3. Игры контроля (командование, управление, распределение средств)

Рассмотрим представленные группы подробнее.

Игры информации

Главное в играх этой группы – получение информации во всех ее проявлениях. В таких играх порой присутствует и планирование, и динамика, но информация в них намного важнее.

- **RPG**
- **Open RPG (открытая ролевая игра)**
- **MMORPG**
- **Browser RPG**
- **Quest**
-
-

.....

Игры действий

.....

Игры контроля (командование, управление, распределение средств)

.....



Сегментация Рынка по платформам

В игровой индустрии выделяются следующие типы **игровых платформ**:

- Персональные компьютеры.
- Игровые консоли/приставки.
- Смартфоны

На основании **количества платформ**, на которых работает игра, существует следующее разделение на:

- Мультиплатформенные/многоплатформенные игры (вышедшие на двух и более платформах).
- Одноплатформенные игры (вышедшие только на одной платформе – платформенные эксклюзивы).

.....
.....

Смартфоны

В последнее время наблюдается стабильный рост популярности устройств класса смартфон. Это объясняется появлением на рынке новых моделей марки Apple и HTC, а также активным развитием мобильного Интернета в большинстве регионов России.

.....
.....

В I полугодии 2011г. продажи смартфонов выросли на ***% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составили *** млн. шт., а в стоимостном выражении продажи увеличились на **% до ** млрд.руб.

.....



По данным ***, в 2010г. основной платформой для смартфонов в России была ОС Android, на долю которой приходилось **% Рынка, хотя еще год назад (в 2009г.) она занимала **%. Второе и третье места занимают Windows Mobile (**%) и IOS (**%).

Сегментация Рынка по классу игр

В глобальном представлении экземпляр компьютерной игры называют – тайтлом (title). Фактически, каждая игра, представленная на игровом рынке – это тайтл.

Существуют следующие категории тайтлов:

- «AAA-тайтлы» («триплы», «трипл-А») – игры блокбастеры, т.е. сверхпопулярные и успешные в финансовом плане игры. Ниже их следуют тайтлы категорий «AA» и «A».
- ..
- ..

Таблица. Денежные и временные затраты на создание ММО-игр

Вид ММО	Стоимость, долл.	Время на разработку
ММО для социальных сетей		
Браузерные ММО		
Клиентская ММО		
Клиентская ММО AA/AAA класса		

Источник: Astrum Online (Mail.Ru Group)

ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

В 2011г. голландская компания Newzoo провела исследование российского рынка игровой индустрии. Согласно результатам исследования в 2011г. общие расходы россиян на игры



составят **** млрд.долл.**, из которых наибольшая часть денег приходится на игры, установленные на ПК (** млн.долл. или **%) и многопользовательские онлайн-игры (** млн.долл. или **%). При этом

.....
Компания **** более сдержана в оценках объема рынка, по прогнозу компании по итогам 2011г. рынок компьютерных игр в России должен был достигнуть отметки в ** млн.долл. (+**% к уровню 2010г.). Однако фактические данные превысили прогнозные значения и составили около ** млрд.долл. (+**% к уровню 2010г.).

Отечественный рынок компьютерных игр имеет большой потенциал для развития. Для сравнения в США расходы на игры составляют 21,6 млрд.долл., в Германии – 4,6 млрд.евро, а в Великобритании – 3,6 млрд.фунтов стерлингов.¹ По разным оценкам, в ближайшие годы темпы роста рынка компьютерных игр будут

.....
Важно отметить, что в России по-прежнему **высока доля нелегальной продукции,**

¹ Источник: CNews от 14.09.11г.



КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Рынок компьютерных игр характеризуется высоким уровнем конкуренции. Ряд экспертов оценивают конкуренцию на данном рынке как монополистическую – несколько компаний удерживают основную часть рынка. По словам представителя компании Sony Сергея Клишо, говорить о доле издательств на рынке – некорректно, так как она может меняться после выхода каждой большой игры.² На протяжении последних лет лидерами Рынка остаются:

- Activision Blizzard, Inc
- Electronic Arts
- Ubisoft
- NCSoft
- Take-Two Interactive (2K Games, Rockstar Games)
- и др.

Что касается отечественных разработчиков и издателей игр, то, несмотря на ряд успешных проектов, такие как «Ил-2 штурмовик», «Аллоды», «Блицкриг», «Кзаки» и др., основной сферой деятельности компаний остается дистрибуция и локализация игр зарубежных производителей. Относительно уверенно отечественные издания чувствуют себя в сегменте казуальных игр и в ряде успешных онлайн-проектах (Mail.Ru Group, Alawar Entertainment и др.).

² <http://www.dtf.ru/articles/read.php?id=68477>



Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Activision Blizzard

www.activisionblizzard.com

www.activision.com

<http://eu.blizzard.com>

О компании

Activision Blizzard, Inc. – известный американский издатель видеоигр. Появился вследствие слияния Activision и Vivendi Games в декабре 2007г. Стоимость Activision Blizzard на момент слияния – 18,9 млрд. долларов. Сам бренд Activision Blizzard появился вследствие соединения брендов Activision и Blizzard Entertainment (Vivendi Games). Обе компании создали самое большое и рентабельное в мире издательство видеоигр.

- Blizzard Entertainment – мировой лидер в сфере производства развлекательных компьютерных программ. Компания была основана в 1994 г. и быстро стала одним из самых успешных и уважаемых производителей компьютерных игр.
- Activision – американская компания по изданию и разработке компьютерных игр. Основана в 1979г. Компания стала первым независимым разработчиком игр для игровых приставок и персональных компьютеров.

Несмотря на объединение, название «Activision Blizzard» не фигурирует на игровой продукции, это лишь название компании. Игры продолжают выходить под брендом «Blizzard» и «Activision».

География деятельности

Activision Blizzard ведет операции в США, Канаде, Великобритании, Франции, Германии, Ирландии, Италии, Швеции, Испании, Норвегии, Дании, Нидерланды, Австралия, Индия, Китай, Южная Корея и Тайвань.



Ассортимент

Наиболее популярные игры компании:

- Doom
- Call of Duty
- Crash Bandicoot
- Diablo
- Guitar Hero
- Quake
- Spider-Man
- Soldier of Fortune
- StarCraft
- Tony Hawk
- Spyro the Dragon
- Warcraft
- Shrek
- James Bond

Показатели деятельности

Чистая выручка (GAAP) компании в 2011г.

.....
.....

Преимущества

- ...
- ...

Планы развития

Выпуск новых игр:

- ...
- ...

Electronic Arts

<http://www.ea.com/>

О компании



Electronic Arts Inc. является ведущей международной компанией в сфере интерактивного развлекательного программного обеспечения. EA разрабатывает, публикует и распространяет по всему миру интерактивное программное обеспечение для систем видеоигр и развлечений, персональных компьютеров, беспроводных устройств и Интернета. Компания Electronic Arts была основана в 1982г.

География деятельности

В данный момент компания EA представлена более чем в 75 регионах мира, в том числе и в России. Центральный офис компании расположен в городе Редвуд, штат Калифорния (США).

Ассортимент

Основные жанры игр:

- Гонки
- RPG
- Экшн
- ...
-

Бренды компании:

- **EA Game**
-
-

Показатели деятельности

.....

Преимущества

-

Планы развития

-

Таблица. Сравнительные характеристики крупнейших издателей игр по основным параметрам

Название компании	Дата основания	Направления деятельности	Известные игры	Платформы	Жанры	Показатели деятельности	Сильные стороны	Планы развития
<i>Activision Blizzard</i>								•
<i>Electronic Arts</i>								•
<i>Ubisoft</i>								•
<i>Take-Two</i>								•
<i>NCSoft</i>								•
<i>Mail.Ru Group</i>								
Alawar Entertainment								

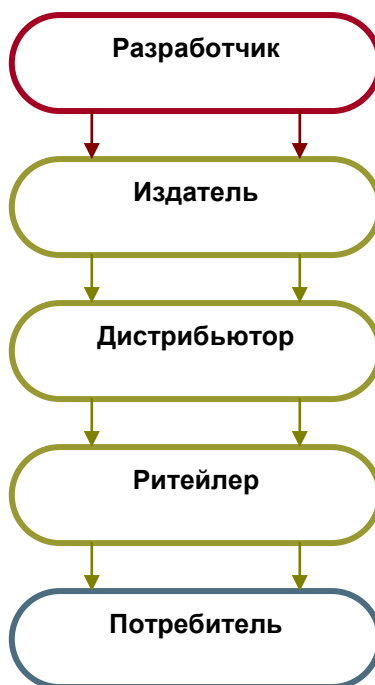
Источник: «Маркет Аналитика»

КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

Особенности сбытовой политики на Рынке

Особенности сбытовой политики на рынке компьютерных игр представлены на схеме.

Схема. Цепочка движения товара на Рынке



Источник: «Маркет Аналитика»

Таблица. Сравнительные характеристики крупных отечественных издателей и дистрибуторов игр

Компания	год	Направления деятельности	Партнеры	Собственные игры	Сайт
IC					
Бука					
Руссобит-М					
Новый диск					
Акелла					

Источник: «Маркет Аналитика»



Среди отечественных компаний выделяются:

- 1С
- Бука
- Руссобит-М
- Новый диск
- Акелла

Виды дистрибуции на рынке

Существует **два вида дистрибуции** компьютерных игр:

1. Традиционная дистрибуция
2. Цифровая дистрибуция

.....
Крупнейшие **игроки** в области цифровой дистрибуции компьютерных игр представлены в таблице.

Таблица 1. Крупнейшие сервисы цифровой дистрибуции игрового контента

Сервис	Описание	Клиенты	Кол-во товаров и пользователей
<i>Steam</i>			
<i>Origin</i>			
<i>Direct2Drive</i>			
<i>GameSpy</i>			
<i>Alawar.ru</i>			
<i>Direct.COD (Netville)</i>			
<i>YUPLAY.RU</i>			

Источник: «Маркет Аналитика»

Среди цифровой дистрибуции игр на **консолях** можно выделить следующие сервисы:

- Microsoft – сервис Xbox Live.
- Sony – сервис PlayStation Network (PSN).....



- Nintendo - сервис Wii Shop Channel

АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

Описание потребителей на Рынке

Согласно исследованию голландской компании Newzoo в 2011г., в России насчитывается около ** млн. активных игроков компьютерных игр, это больше, чем в Великобритании и Германии. Наибольшей аудиторией обладают

.....
.....

Около **% российских геймеров **тратят на игры деньги** (около ** млн.чел.). Предпочтения аудитории внутри этих *** млн. распределились следующим образом:

- **% игроков покупают игры в ритейле в версиях для PC или Mac
- **% тратят свои сбережения на консольные версии игр
- ..
- ...

.....

Основную массу потребителей казуальных игр составляют геймеры в возрасте от ** до ** лет. При этом, по сравнению с 2010г. целевая аудитория казуальных игр заметно «помолодела».....

Наиболее популярные игры

Для оценки популярности видеоигр, в России, как и во всем мире, существует множество рейтингов, которые проводят специализированные журналы и порталы или же учреждаются премии по итогам года.



В 2011г. прошла ежегодная «Конференция разработчиков компьютерных игр» (КРИ), по итогам которой были вручены премии персонам, компаниям и проектам, достигшим наибольшего признания на рынке игровой продукции:³

- Лучшая игра – World of Tanks
- Лучшая зарубежная игра – Fortune Online
-
-

На момент проведения исследования, портал Игры@Mail.Ru проводит голосование для определения лучшей игры по различным номинациям (с 15.02.2012г. по 15.03.2012г.). Спустя неделю после начала голосования лидируют следующие игры:

- Лучшая игра для PC и консолей – The Elder Scrolls 5: Skyrim
- ...
-

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Основные тенденции Рынка

- В последнее время набирает популярность распространение игр через Интернет. В ближайшем будущем «боксовые» версии игр станут редкостью, и основным каналом распространения станет цифровая дистрибуция.
.....
-
-

³ <http://www.kricconf.ru>



STEEPLE-анализ рынка

S	Социальные факторы
	<ul style="list-style-type: none">• Рост Интернет-аудитории (+)• Рост числа геймеров (+)• Неготовность к покупке дорогостоящей продукции (-)••
T	Технологические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• Крупные проекты требуют высоких материальных и трудовых затрат (-)•
E	Экономические факторы
	<ul style="list-style-type: none">•
P	Политические факторы
	<ul style="list-style-type: none">•
L	Правовые факторы
	<ul style="list-style-type: none">•
E	Этические факторы
	<ul style="list-style-type: none">•

Источник: «Маркет Аналитика»

ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ И ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2006-2010гг., в текущих ценах, млрд. руб.

Диаграмма 2. Прогноз величины ВВП на 2011-2014г.г., %.

Диаграмма 3. Индекс потребительских цен, в 2010-2011г.г., % к предыдущему месяцу

Диаграмма 4. Уровень занятости в ноябре 2011г., %

Диаграмма 5. Уровень безработицы по федеральным округам в ноябре 2011г. (% от численности экономически активного населения)

Диаграмма 6. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.

Диаграмма 7. Оборот розничной торговли в 2006-2010г.г., трлн. руб.

Диаграмма 8. Динамика оборота розничной торговли за период 2010-2011 гг., млрд. руб.



- Диаграмма 9. Структура оборота розничной торговли в ноябре 2011г., %
- Диаграмма 10. Структура оборота розничной торговли в зависимости от места реализации товара, в ноябре 2011г., %
- Диаграмма 11. Интернет-аудитория в России и Европе в 2011г., млн.чел.
- Диаграмма 12. Уровень развития Интернет в регионах РФ в 2010г.
- Диаграмма 13. Особенности использования Интернет среди населения в возрасте от 12 лет (ТОП-10), % от месячной аудитории
- Диаграмма 14. Структура Интернет-пользователей по возрастным группам, %
- Диаграмма 15. Среднее время посетителя на сайте, часов в месяц (март 2011г.)
- Диаграмма 16. Количество записей в микроблогах в декабре 2011г., записи/сутки
- Диаграмма 17. Объем продаж смартфонов в I полугодии 2010-2011г.г., млн.шт.
- Диаграмма 18. Структура продаж приставок и консолей в мире в 2011-2012г.г., % (в натуральном выражении)
- Диаграмма 19. Доли основных брендов в продажах смартфонов во II кв. 2011г., % (в натуральном выражении)
- Диаграмма 20. Доли основных брендов в продажах смартфонов в I-II кв. 2010-2011г.г., % (в натуральном выражении)
- Диаграмма 21. Распределение российского рынка смартфонов по типу платформ в 2010г., %
- Диаграмма 22. Структура рынка компьютерных игр в России в 2011г., % (в денежном выражении)
- Диаграмма 23. Объем рынка компьютерных игр в России в 2008-2011г.г., млн.долл.
- Диаграмма 24. Доля пользователей, имевших опыт загрузки бесплатных пиратских версий игр, %
- Диаграмма 25. Чистая выручка (GAAP) Activision Blizzard в 2010-2011г.г., млн.долл.
- Диаграмма 26. Объем продаж компании Ubisoft за 2006-2011г.г., млн.евро
- Диаграмма 27. Объем продаж компании T2 за 20010-2011г.г., млн.долл.
- Диаграмма 28. Структура дистрибуции компьютерных игр в России, %
- Диаграмма 29. Число игроков на различных игровых платформах, млн.чел.
- Диаграмма 30. Время, затраченное на игры в 2011г., %



Диаграмма 31. Сегментация потребителей казуальных игр по гендерному признаку, %

Диаграмма 32. Сегментация потребителей казуальных игр по возрастным группам, %

Диаграмма 33. Виды деятельности потребителей казуальных игр, %

Схема 1. Основные классы игр

Схема 2. Цепочка движения товара на Рынке

Таблица 2. Денежные и временные затраты на создание MMO-игр

Таблица 3. Основные направления игр NCSoft

Таблица 4. Сравнительные характеристики крупнейших издателей игр по основным параметрам

Таблица 5. Сравнительные характеристики крупных отечественных издателей и дистрибуторов игр

Таблица 6. Крупнейшие сервисы цифровой дистрибуции игрового контента

Таблица 7. Популярные игры в 2011г.

По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU