

КОНКУРЕНТЫ

«Развитие социальной платформы и производство приложений — это два совершенно разных бизнеса, и здесь каждый должен заниматься своим делом», — объясняет генеральный директор Drimmi. — Перед администрациями социальных сетей сегодня стоит множество масштабных и непростых задач, решение которых требует значительных усилий, временных и человеческих ресурсов. Вникать в специфику разработки, например, игровых приложений не является приоритетом». Господин Шерман уверен, что сетям нужно большое количество самого разного контента и они заинтересованы в развитии своих платформ для того, чтобы разработчикам было комфортно с ними работать. По его мнению, мотивация девелоперов для работы с сетями также будет увеличиваться. «Уже сегодня Facebook открыл собственный фонд FBFound, инвестирующий в перспективные приложения. Администрации некоторых других сетей делают это частным порядком. Но совершенно очевидно, что бизнес площадок и бизнес разработчиков — это два разных поля, на которых играют разные игроки», — подводит итог господин Шерман.

Основатель Drimmi не опасается конкуренции и со стороны других разработчиков игр. По его мнению, хороших команд в России единицы, и еще меньше тех, кто ориентируется только на работу с социальными сетями, как собирается делать это Drimmi. «Что же касается бюджетов, то разработка игры — это 10, максимум 20% денег, которые придется потратить. Основных вложений требует маркетинговая составляющая. Именно поэтому некоторые сети, например МойМир@Mail.ru, стимулируют разработчиков бесплатными рекламными пакетами на проведение кампаний по продвижению приложений», — объясняет он. По его словам, правильно спроектированный и качественно произведенный продукт окупает затраты на производство в первый же месяц, еще один-два месяца уходит на то, чтобы отбить маркетинговые бюджеты. Назвать средние цифры эксперт считает невозможным, поскольку они зависят от сложности и специфики проекта. «Создание одного серьезного игрового продукта сегодня обходится в \$40–50 тыс., доходы от него на пике в одной социальной сети могут достигать миллионов долларов», — уточняет он. Бизнес-модель, которую выбрала Drimmi, совпадает с видением Mail.ru. «Я лично верю, и опыт показывает, что наиболее перспективный бизнес — тот, который ориентирован на получение доходов с конечных потребителей. Другими словами — b2c. Поэтому наиболее выигрышные способы монетизации — те, где пользователь платит либо за доступ к продукту, либо оплачивает дополнительные товары и услуги внутри. Если говорить о том, на что ориентируется моя компания, то это исключительно freemium, то есть условно-бесплатная модель», — заключает господин Шерман. Согласно этой бизнес-схеме, пользователь получает базовый функционал бесплатно, а за расширенные возможности должен платить. Например, дополнительные уровни некоторых игр могут пройти только платные подписчики, владельцы premium-аккаунтов могут добавлять в сервис больше фотографий и т. д.

СМЕШАТЬ И НЕ ВЗБАЛТЫВАТЬ Сергей Орловский, основатель компании Nival Interactive, специально под направление игр с социальной составляющей создал новую компанию Nival Network. Он собирается включить функционал и логику социальных сетей в свою будущую игру Prime World, которая увидит свет в конце 2010 года. В этой игре пользователям придется объединяться в группы разного пола, причем женские персонажи будут не менее важны, чем мужские. Девушки будут залечивать раны воинов на поле боя, выступать в роли хранительниц и вдохновлять мужскую часть аудитории на подвиги. Таким образом, хардкорные игроки, проводящие по несколько часов в сутки в виртуальных мирах и часто имеющие проблемы в общении с противоположным полом, смогут вести

ЗА \$5–10 ТЫС. МОЖНО СОЗДАТЬ ИГРУ, СОБРАТЬ ХОРОШУЮ АУДИТОРИЮ И ПОЛУЧАТЬ ДЕНЬГИ. С ДРУГОЙ СТОРОНЫ, КРУПНЫЕ КОМПАНИИ МОГУТ ПОЗВОЛИТЬ СЕБЕ ИНВЕСТИРОВАТЬ В СВОИ ПРОЕКТЫ И У НИХ БОЛЬШЕ ОПЫТА



КОНКУРЕНТЫ



NIVAL NETWORK ХОЧЕТ ВКЛЮЧИТЬ ФУНКЦИОНАЛ И ЛОГИКУ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В СВОЮ БУДУЩУЮ ИГРУ. ТАМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ ПРИДЕТСЯ ОБЪЕДИНЯТЬСЯ В ГРУППЫ РАЗНОГО ПОЛА

некое подобие социальной жизни в привычной для себя среде. Причем компания обещает строго следить за тем, чтобы пользователи играли под своими настоящими аккаунтами. Это позволит избежать ситуации, когда усаые дяди прикидываются в игре хрупкими блондинками эльфийской внешности. Никита Шерман критикует идею Орлов-

ского: «Я не очень верю в идею интеграции функционала соцсетей в MMORPG. Во-первых, каждая MMORPG — это, по сути своей, и есть социальная сеть со специфическим функционалом. А во-вторых, я считаю правильным эксплуатировать аудиторию существующих социальных сетей, а не пытаться создавать их аналоги. Впрочем, в случае с про-

«ШАНСЫ РАВНЫ У ВСЕХ, ОТЛИЧАЕТСЯ ТОЛЬКО РАЗМЕР ВОЗМОЖНОГО ВЫИГРЫША»

ИГОРЬ УСТИНОВ, бывший владелец компании «Бука», решил создать новый игровой холдинг, который займется разработкой многопользовательских, мобильных игр, а также игр для социальных сетей. О своих планах он рассказал корреспонденту BG СВЕТЛАНЕ РАГИМОВОЙ.



BUSINESS GUIDE: Как вы вообще оцениваете потенциал российского игрового рынка сейчас, в кризис?

ИГОРЬ УСТИНОВ: Замечу, что меня в первую очередь интересует сегмент многопользовательских электронных развлечений. По данным J'son & Partners, объем рынка только ММО-игр в этом году составит более \$200 млн. Последние два года сегмент многопользовательских игр в нашей стране рос на 100% в год, и это весьма привлекательная область для инвестиций.

BG: Какие вы можете выделить основные рыночные тенденции?

И. У.: Сделки, происшедшие в ноябре в США, усилили интерес к играм для социальных сетей. Это основной тренд на российском рынке в настоящее время. Напомню, что крупный разработчик таких проектов Playfish был куплен компанией Electronic Arts за \$400 млн.

BG: Будет ли отечественный рынок игр для социальных сетей и мобильных платформ развиваться так же, как и в США, по эволюционному пути? Там сначала возникло множество мелких команд, которые росли, набирали обороты и продавались крупным игрокам рынка.

И. У.: На нашем рынке уже существует множество крупных компаний, которые занимаются онлайн-играми и социальными развлечениями. Однако думаю, что и небольшие команды могут здесь заработать. Шансы у всех равны, различается только размер возможного выигрыша. За \$5–10 тыс. можно создать игру, собрать хорошую аудиторию и получать деньги. С другой стороны, крупные компании могут позволить себе больше инвестировать в свои проекты и у них больше опыта. Поэтому можно заранее предсказать, что в их играх будет более разнообразный функционал, качественная графика и проработанный геймплей. И, соответственно, их игры будут приносить больший доход. Рынок будет развиваться, как и любой другой — кто-то вырастет, а кто-то уйдет с арены.

BG: Как давно к вам пришла идея создания холдинга?

И. У.: После продажи своей доли в «Буке» я стал выступать в роли бизнес-ангела, инвестируя в стартапы. Среди них оказались и игровые, например «Виртуальная Россия» (рабочее название, которое еще изменится) и «Сезон охоты». Ког-

дуктом Сергея Орловского речь идет немного о другом. Аудитория таких проектов (хардкорные игроки) слабо пересекается с casual-аудиторией традиционных социальных сетей». На создание игры господин Орловский планирует потратить \$5 млн. Это весьма серьезная сумма для одного проекта. Впрочем, клиентские MMORPG вообще дело затратное, в том числе потому, что требуют основательной технической базы: необходимо содержать серверы, оказывать техподдержку. На разработку одной из самых популярных в мире онлайн-ролевых игр, World Of Warcraft, было затрачено \$25 млн, а бюджет предыдущей игры Сергея Орловского «Аллоды онлайн» составил \$12 млн. Экономить на технической части господин Орловский собирается за счет разрывания ИТ-департамента в Белоруссии. Там уже работает дочернее подразделение.

Nival Network на 70% принадлежит Сергею Орловскому через его компанию Talco Global Inc. Долей в 30% владеет крупнейшей издатель игр для ПК, производитель программного обеспечения компания «1С», основанная Борисом Нуралиевым. Сейчас компания находится в процессе получения инвестиций от другого партнера, чье имя не разглашается. Но известно, что сделка может быть закрыта до конца года.

Известный деятель рынка компьютерных игр Игорь Устинов, создавший компанию «Бука» и продавший ее в прошлом году, также затевает проект по разработке и изданию игр для различных платформ, в том числе социальных сетей. И хотя подробности господин Устинов обещает сообщить до конца года, в его общедоступном профиле в социальной сети «МойКруг» можно найти сведения о новой компании. В качестве основных направлений бизнеса холдинга UP's Games декларируются «поиск, приобретение и издание зарубежных онлайн-игр, клиентских игр, работа с наиболее успешными российскими разработчиками, создание и развитие своих IP, в том числе и на международном рынке».

Другой известный на рынке человек, бывший вице-президент по маркетингу и рекламе Astrum Online Entertainment Алиса Чумаченко, в конце ноября покинула холдинг и объявила о создании собственной компании Game Insight. Она будет спонсировать разработку игр. Game Insight уже заключила соглашение с четырьмя студиями и запустила внутри них семь игровых проектов. До конца 2010 года госпожа Чумаченко, согласно заявлению в ее собственном блоге, планирует увеличить число инвестиционных проектов до 15–20, а собственно игр — до 25–30. ■

да я занимался этими проектами, то обнаружил свободное место, которое можно занять. Поэтому и решил создать холдинг, официальный анонс которого планируется в декабре.

BG: Каков теперь ваш план действий?

И. У.: Мы планируем организовать сотрудничество с лучшими российскими командами гейм-девелоперов, чтобы вплотную заняться сегментом мобильных платформ, игр для социальных сетей и ММО. Также мы хотим создавать мультиплатформенные многопользовательские игры. А вот казуальными играми заниматься не будем — этот рынок существует давно и уже сформировался.

BG: А как собирается монетизировать аудиторию?

И. У.: Мы будем применять все модели, показавшие свою состоятельность на иностранных рынках и в России. В первую очередь free to play — когда пользователь не платит за игру, а только за дополнительные виртуальные внутриигровые продукты. Эта модель является самой популярной на сегодняшний день: в ней задействованы миллионы пользователей во всем мире. Также, вероятно, мы будем использовать подход freemium — когда базовая версия игры предоставляется бесплатно, а «продвинутая» уже за деньги.

BG: Сколько человек будет задействовано в проекте и кого из них вы уже привлечли?

И. У.: Сейчас над ним уже работает шесть человек, и все они профессионалы на игровом рынке. Например, Андрей Батанов, который в свое время был основателем и руководителем проекта «Акелла online». Кроме того, он запускать популярные игры Everquest и «Властелин колец» в компании IT-Territory. Он будет занимать в холдинге должность publishing director. Еще Дмитрий Пензин, который раньше работал в «Буке», давно увлеченный темой онлайн-игр и специалист в этой области. Он будет выступать в роли генерального директора. В будущем мы планируем расширить команду до 35 человек.

BG: На чьи деньги развивается холдинг?

И. У.: Сейчас я выступаю в роли основного инвестора будущей компании. Также мы общаемся с рядом потенциальных партнеров, и переговоры с одним из них уже близки к завершению. Анонс партнерского соглашения мы будем готовы сделать не раньше весны будущего года.

BG: И последний вопрос: когда мы сможем увидеть первую игру вашей компании?

И. У.: Если все пойдет по плану, то к апрелю-маю мы покажем наш первый проект. Работа над ним уже идет.