

АТТЕСТАТ ЗРЕЛОСТИ

по данным аналитического агентства IKS-CONSULTING, в 2007 году рост российского рынка компьютерных и видеоигр составил около 44%, а объемы продаж достигли \$465 миллионов. Несмотря на серьезные показатели, отечественные представители индустрии игр смотрят в будущее с пессимизмом. Их можно понять — на рынок приходят крупные западные игроки, диктующие новые правила бизнеса.

ЕГОР ПРОСВИРНИН

ВЗРОСЛАЯ НЕОЖИДАННОСТЬ Главным итогом игрового рынка за 2007 год стали изменения в первой тройке крупнейших российских издателей. Традиционно первенство в рейтинге держала компания «1С» — еще в 2006 году она занимала, по данным компании Engi-ne, 26% всего объема продаж компьютерных игр. Теперь же вывить лидера рынка гораздо труднее. Издатели сходятся во мнении, что «Новому диску» удалось занять 25–30% и, таким образом, сравняться по показателям с «1С». Александр Барышников, в недалеком прошлом сотрудник издателей «Руссобит-М» и «1С», объясняет успехи «Нового диска» следующим образом: «Компания всерьез озаботилась оздоровлением линейки продуктов — в ней уже намного больше сильных тайтлов, чем в прошлом году. Кроме того, практически везде можно купить игровые консоли Nintendo Wii и DS, эксклюзивным поставщиком которых является „Новый диск“. Стоит также отметить усилия, проявленные сотрудниками компании в работе с ритейловыми сетями. Продукция располагается на лучших полках, а зачастую на фирменных стендах, заметных из любой точки». Третье и четвертое места делят между собой компании «Бука» и «Акелла», занимая по 10% рынка. Как считать долю «Софт Клуба», эксклюзивного импортера продукции некоторых западных лейблов, издатели не определились.

Высокие темпы роста показывает и рынок игровых консолей, традиционно проигрывающий в России персональным компьютерам. Только в последние годы ситуация начала резко меняться — аналитики дружно объясняют это появлением в конце 2006 и начале 2007 годов приставок нового поколения от Sony, Microsoft и Nintendo. Пост консольного сегмента игровых продуктов за 2007 год составил 67%, сообщает iKS-Consulting. К слову о национальной специфике, пользующаяся огромной популярностью на международном рынке дешевая консоль Wii в России серьезно уступает приставкам премиум-класса. Впрочем, низкая прозрачность рынка не позволяет выносить точные суждения. По данным J'Son & Partners, Sony имеет долю более чем 90%, за ней идет Nintendo и только потом — Microsoft.

ПРАВДА О ДЕВЯТОЙ РОТЕ Пока на рынке царит относительное спокойствие. Но, по мнению Петра Прохоренко, руководителя и ведущего гейм-дизайнера Lesta Studios, это ненадолго: «При общем росте размеров рынка продажи каждого отдельного „нехитового“ продукта неуклонно снижаются, что приводит к некупаемости почти всех проектов-середнячков. Издатели с разработчиками к этому не готовы, что неизбежно приведет к коллапсу старой модели сотрудничества. Разработчик не может получить бюджет, необходимый для конкуренции с западными играми, но его продукт оказывается с однотипными западными на одной полке. Естественно, он не окупается, не приносит роялти и не дает российскому разработчику совершить качественный рывок».

Причина сложившейся ситуации, по мнению Петра Прохоренко, — зачаточное состояние института продю-

ПРИ РОСТЕ РЫНКА ПРОДАЖИ КАЖДОГО ОТДЕЛЬНОГО «НЕХИТОВОГО» ПРОДУКТА НЕУКЛОННО СНИЖАЮТСЯ, ЧТО ПРИВОДИТ К НЕОКУПАЕМОСТИ ПРОЕКТОВ-СЕРЕДНЯЧКОВ



ХОТЯ РЫНОК РАСТЕТ, ПРОДАЖИ НЕХИТОВЫХ ПРОДУКТОВ СНИЖАЮТСЯ, И ОНИ СЕБЯ НЕ ОКУПАЮТ

сирования и тотальная нехватка квалифицированных кадров: «Той отечественной игровой индустрии, к которой мы все привыкли, возможно, скоро не будет. Вместо нее будет другая — более сильная и лучше интегрированная в мировую структуру электронных развлечений, но ее уже сложно будет назвать национальной».

Рост спроса на услуги игровых продюсеров является серьезным признаком изменения устоявшейся бизнес-модели, с этим согласны и другие участники рынка. «Думаю, что продюсерские услуги будут все более востребованными. Любой классический издатель и разработчик обязательно имеет штатную продюсерскую группу. Но они, как правило, погружены в текущие проблемы и часто теряют фокус. А ведь ландшафт возможностей и бизнес-моделей постоянно меняется», — рассказывает Андрей Кузьмин, CEO и генеральный директор компании KranX Productions. По его мнению, рынок внешних независимых продюсеров в России пока находится в начальной стадии формирования. Хорошие продюсеры — огромный дефицит для всей индустрии и самые востребованные роли в цепочке создания продук-

тов. «Мы оцениваем свой опыт продюсирования как положительный. Но чем больше у нас будет инвестиционных возможностей, тем более высокий уровень ответственности за свои услуги мы сможем предлагать», — сказал господин Кузьмин.

Примером грамотного продюсирования может являться работа KranX Productions над проектом «Правда о девятой роте». Игра была представлена на Всемирном русском народном собрании, где получила благословение духовных лиц. При минимуме затрат был достигнут потрясающий пиар-эффект и дано начало новому индустриальному тренду. Андрей Кузьмин делится секретом успеха: «Учитывая всю ограниченность ресурсов, на которых была сделана игра, и широкий общественный резонанс, я оцениваю проект как успешный. Но не стоит ограничивать его потенциал только патриотизмом — история сильно искажается, а информационные инструменты, в том числе игры, способны компенсировать многие исторические искажения через создание таких вот конструкций. На мой взгляд, линейка подобных продуктов будет очень хорошо принята рынком и сформирует свой жанр и аудиторию поклонников. Вопрос нашего участия пока открыт, но мы заинтересованы в продолжении этой темы».

РЕЙТИНГ СЕГМЕНТОВ РЫНКА ПО ТЕМПАМ РОСТА			
Сегменты рынка цифровых игр	Доходы в 2008 году (\$ млн)	Доходы в 2007 году (\$ млн)	Темпы роста (%)
Казуальные игры	2	7	290
Игры для консолей	30	50	67
Онлайн-игры	38	55	47
РС-игры	210	300	43
Мобильные игры	45	54	20

по данным IKS-CONSULTING.

НА СЛУЖБЕ КОПИРАЙТА

До недавнего времени издатели программ боролись в основном с традиционными пиратами — теми, кто нелегально копирует диски, а затем продает их через розничные торговые точки. Однако в конце 2007 года был создан прецедент судебного преследования интернет-пирата. Суд Ворошиловского района Ростова-на-Дону осудил Сергея Аврамова по ст. 146 УК («Нарушение автор-

ских и смежных прав») на год условно за размещение в сети программ компании «1С». С помощью торрент-клиентов Сергей Аврамов бесплатно распространял приложения «1С». Суд признал его виновным, постановив, что своей деятельностью Аврамов нанес ущерб компании на сумму 95,1 тыс. руб. В настоящий момент слушается несколько аналогичных дел, обвиняемые по которым распространяли конт-

рафактную продукцию в сети. Накат на интернет-пиратство вообще и торрент-сети в частности является отражением мировой тенденции: в 2007 году ведущие западные издатели музыки и фильмов закрыли через суд несколько популярных торрент-ресурсов. Юрий Мирошников, руководитель направления игровых программ компании «1С», рапортует: «Если в прошлые годы мы доказали, что можно сократить

CD/DVD-пиратство, то в последнее время удалось добиться успехов в борьбе с пиратскими сайтами и торрент-сетями». У такой борьбы с интернет-контрафактом есть одно уязвимое место — тезис, что бесплатное распространение охраняемых копирайтом материалов как-то влияет на их продажи. Издатели считают, что если потребитель не сможет бесплатно скачать игру, то пойдет

и купит лицензионную версию за \$50–70. Но никаких доказательств связи бесплатного распространения материалов через интернет с уровнем их продаж нет. Комментирует генеральный директор компании «Новый диск» Борис Гершуни: «Пиратство, конечно, влияет на продажи, но убытки от него могут быть сведены к минимуму, если выпускать игры одновременно с мировым релизом на русском языке и по до-

ступной цене 300–350 руб. Позитивную роль в деле борьбы с пиратством играют и розничные сети. С ростом их присутствия на рынке формируются потребительские привычки покупать лицензионные игры в нормальных магазинах, а не на пиратских развалах».

ЕГОР ПРОСВИРНИН



КОНКУРЕНТЫ