

«СРЕДНЕАРИФМЕТИЧЕСКИЙ ТИРАЖ НЕ ОЧЕНЬ ПОКАЗАТЕЛЕН»

Темпы роста продаж компьютерных игр за 2007 год выросли на 43%, по данным исследования iKS-Consulting. Но доля PC-продуктов в объеме всего российского рынка цифровых игр снижается. По мнению руководителя направления игровых программ фирмы «1С» **ЮРИЯ МИРОШНИКОВА** и генерального директора компании «Новый диск» **БОРИСА ГЕРШУНИ**, будущее российской гейм-индустрии — за игровыми консолями.



BUSINESS GUIDE: Ваша оценка объема российского рынка компьютерных и видеоигр в 2008 году?

ЮРИЙ МИРОШНИКОВ: Думаю, к концу года объем вплотную приблизится к \$0,5 млрд. Наибольшие темпы роста продемонстрируют консольные игры.

БОРИС ГЕРШУНИ: Объем российского рынка лицензионных компьютерных и видеоигр в 2007 году в розничных ценах мы оцениваем примерно в \$650 млн, из которых \$450 млн — это рынок домашних PC-продуктов, включая игры. В 2008-м мы ожидаем его 50-процентный рост, но рынок видеоигр будет расти в полтора раза быстрее.

BG: И какую часть этого «сидеть» ваша компания?

Ю. М.: Обычно доля «1С» оценивается в 25–27% рынка. Насколько эта оценка точна, невозможно сказать из-за закрытости данных большинства игроков. На сегодня предпосылок для существенного изменения не видно.

Б. Г.: По результатам 2007 года наша компания заняла более четверти рынка, вырвавшись таким образом в лидеры. Что касается видеоигр, то перед нашей компанией, как официальным дистрибутором Nintendo, в 2008 году в первую очередь стоит задача обеспечения роста продаж Nintendo Wii для достижения к концу года инсталляционной базы не менее 80 тыс. приставок.

BG: Но ведь Россия сильно отличается от остального мира по показателям продаж игровых консолей...

Ю.М.: В России консольные игры исторически продавались на порядки меньше компьютерных, но ситуация постепенно меняется в сторону мировых тенденций. Компьютерные игры еще много лет будут доминировать на российском рынке, но рекорды роста будут показывать именно консольные игры.

Б. Г.: Практически во всем мире рынок видеоигр давно обогнал рынок продуктов для домашних компьютеров. Хотя Россия является рынком в первую очередь программных продуктов для PC, сейчас темп его роста замедляется.

BG: А с тиражами что-нибудь происходит при этом?

Ю. М.: Среднеарифметический тираж не очень показательен. Если «Дальнобойщики-2» проданы тиражом 1,2 млн копий, а другая игра — тиражом

20 тыс. копии, среднее арифметическое получается 610 тыс. копий, что очень далеко от истины. В целом же, к сожалению, тиражи каждой отдельной игры сейчас меньше, чем несколько лет назад. Ассортимент растет быстрее, чем численность аудитории.

Б.Г.: Вычислять и анализировать средний тираж какого-то теоретического среднего продукта — бесполезное упражнение, так как очевидно, что с ростом емкости рынка максимально возможный тираж одной игры тоже растет. На практике получается, что выдающихся и по-настоящему талантливых и ярких игр для РС выходит все меньше, и этот верхний порог становится все менее достижимым.

BG: Влияет ли на вас пресса?

Ю. М.: В последнее время все более важным для продвижения игр становится интернет, работа с комьюнити игроков и самоорганизующееся сарафанное радио. По сравнению с этим влияние профильной, а тем более непрофильной прессы уменьшилось заметно. Но важно отметить, что в последнее время пресса общего профиля (как оффлайн, так и онлайн) стала больше интересоваться отраслью компьютерных игр, что для нас очень отрадно.

Б.Г.: Да, конечно, влияет, хотя справедливости ради надо сказать, что влияние это плохо измеряется, поэтому не может быть достоверно подтверждено в том или ином размере. В отношении PC-игр мы традиционно уделяем большое внимание именно профильной игровой прессе, в то время как для продвижения Nintendo Wii не меньше и даже большее значение приобретает присутствие информации в прессе не игровой, а светской, так называемой lifestyle.

BG: Не можем не спросить: планируете ли вы в 2008 году какие-нибудь громкие анонсы, в том числе для западного рынка?

Ю. М.: В 2008-м планируем выпустить несколько масштабных проектов. Можно особо отметить King's Bounty, выходящую в апреле, — это серьезнейший проект мирового уровня. Очень громкий анонс большого многоплатформенного проекта для России и западного рынка будет буквально через месяц, но подробностей пока разглашать не могу.

Б. Г.: Нашим самым крупным и важным проектом этого года, вероятно, станет Wii Fit — новое игровое устройство для платформы Wii, своеобразный игровой фитнес-тренажер. Что касается западного рынка, то в этом направлении мы больших инициатив не предпринимаем, так как сфокусированы на рынках России и стран бывшего Союза.

BG: А как же сегмент онлайн-игр и новомодные схемы интернет-дистрибуции?

Б. Г.: Думаю, что все, кому был задан этот вопрос, однозначно ответили, что будут уделять этому сегменту большое внимание. В чем конкретно это будет выражаться, правда, пока однозначно сказать сложно, так как рынок с точки зрения перспектив очень интересный, но до сегодняшнего момента наши усилия сводились только к тому, что мы занимались дистрибуцией онлайн-игр в традиционных оффлайн-каналах. Что касается систем интернет-дистрибуции игр, масштаб этого рынка в России пока несопоставимо мал по сравнению с обычным розничным рынком.

Беседовал ЕГОР ПРОСВИРНИН

