

МИЛЛИОН В КАРМАНЕ

СОГЛАСНО ПРОГНОЗУ GARTNER, В 2012 ГОДУ В МИРЕ БУДЕТ СКАЧАНО БОЛЕЕ 45 МЛН МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ — НА 82% БОЛЬШЕ, ЧЕМ ГОДОМ РАНЕЕ. НЕУДИВИТЕЛЬНО, ЧТО МНОГИЕ РАЗРАБОТЧИКИ ПО-ПРЕЖНЕМУ ВОСПРИНИМАЮТ МАГАЗИНЫ APP STORE И GOOGLE PLAY ЧЕМ-ТО ВРОДЕ КЛОНДАЙКА, СПОСОБНОГО ПРИНЕСТИ МИЛЛИОНЫ ДОЛЛАРОВ. ОДНАКО ВРЕМЕНА «ДИКОГО ЗАПАДА» ДАВНО ЗАКОНЧИЛИСЬ — ТЕПЕРЬ БЕЗ БОЛЬШИХ БЮДЖЕТОВ НЕ ТОЛЬКО НА РАЗРАБОТКУ, НО И ПРОДВИЖЕНИЕ ШАНСОВ НА УСПЕХ У НЕЗАВИСИМЫХ СТУДИЙ СОВСЕМ НЕМНОГО.

АЛЕКСАНДР КАРПОВ

БОЛЬШИЕ ЦИФРЫ Магазин мобильных приложений App Store был открыт в 2008 году и, по заявлению главного финансиста Apple Питера Оппенгеймера, прозвучавшему в начале года, принес за все время существования более \$5,7 млрд. Согласно правилам, 30% дохода от продаж забирает Apple, так что разработчики получили более \$4 млрд. Внушительная сумма. При этом наиболее популярным и прибыльным типом мобильных приложений являются игры. Если верить исследованию сервиса 148apps, в июле 17,62% от общего количество приложений в App Store занимали игры, почти вдвое меньше (9,9%) — программы из категории «Развлечения». При этом в рейтинге десяти самых кассовых российских мобильных приложений App Store на момент написания этих строк восемь позиций занимали именно игры. Объем же мобильного игрового рынка, если верить исследованию Transparency Market Research, к 2015 году вырастет до \$117,9 млрд по сравнению с \$70,5 млрд в прошлом году.

Однако потрясающие истории об упорных независимых разработчиках и нежданно свалившихся на их головы миллионах долларов — по сути, один из современных аналогов сказки о Золушке — остались далеко в прошлом. В первые годы работы App Store подобные success stories сыпались как из рога изобилия: взять, например, программиста Этана Николаса, в 2008 году в одиночку написавшего игру iShoot и за первый месяц продаж заработавшего более \$600 тыс. Сегодня у Николаса не было бы ни малейшего шанса: конкуренция сделала

свое дело, и качество продукции в магазинах приложений возросло многократно. Одним из последних сюрпризов такого рода стал непредсказуемый успех примитивной головоломки Bubble Ball, написанной 14-летним подростком: тогда, а в 2011 году в первые две недели ее скачало более 1 млн пользователей. Впрочем, уже тогда эту историю можно было считать редким исключением из правил. По словам Алисы Чумаченко, генерального директора и основателя крупнейшего российского издателя и разработчика мобильных игр Game Insight с выручкой \$40 млн в 2011 году, минимальная сумма вложений для вывода среднестатистической игры на вершину рейтинга приложений составляет приблизительно \$100 тыс. Это, естественно, не считая бюджета на разработку и другие статьи расходов.

«Для того чтобы игра стала успешной, сегодня не достаточно сделать хорошую игру. Необходим грамотный вывод продукта на рынок, — объясняет госпожа Чумаченко. — Сделать это самостоятельно крайне сложно. Для этого и нужен издатель, который проводит экспертизу приложения, осуществляет его продвижение, в том числе и за счет кросс-промо в других играх, анализирует результаты и корректирует маркетинг в зависимости от условий на рынке. Необходимы соответствующие ресурсы, отдел маркетинговых, портфолио игр, бюджеты и многое другое».

По словам директора департамента продуктов для мобильных платформ компании ABBYY Екатерины Солнцевой, также большую роль в продвижении мобильных приложений играет бренд: «Мы вы-

дим это по нашим приложениям: у нас есть как приложения с известным брендом, такие как ABBYY Lingvo, так и те, бренд которых мы только выводим на рынок. Очень четко видно, что приложения, выпущенные под известным брендом, сразу набирают огромное количество пользователей, а новые приложения к популярности идут постепенно и набирают ее шаг за шагом. Также в магазинах приложений существует эффект локомотива, когда популярные продукты от известных разработчиков тянут за собой их новые приложения».

РОБОТ, ДЫШАЩИЙ В ЗАТЫЛОК Еще совсем недавно операционная система Android заметно отставала от платформы iOS по общему количеству приложений. Однако пару недель назад корпорация Google с гордостью объявила о том, что количество приложений в интернет-магазине Google Play достигло 675 тыс., а скачиваний — 25 млрд. Для сравнения: за пару недель до этого общее число приложений в магазине App Store раскрыла Apple: оно составило 700 тыс., из которых 250 тыс. были написаны специально для планшетов iPad. Нет никаких сомнений в том, что рано или поздно как минимум по этому показателю Android обгонит конкурирующую концессию: еще во втором квартале смартфоны под управлением этой операционной системы занимали 44% мирового рынка, тогда как на долю iPhone приходилось лишь 17,7%.

По словам Алисы Чумаченко, стоимость привлечения пользователей в обеих платформах практически сравнялась. «Что же касается прибыли с

пользователя, то в App Store она немного выше. Но по количественному распределению Android однозначно выигрывает, — комментирует CEO Game Insight. И приводит наглядный пример: — Возьмем одну из наших первых игр, Paradise Island. Количество пользователей iOS среди игроков составляет чуть более 3 млн, в то время как поклонников Android — более 12 млн».

Жан-Батист Годино, региональный менеджер издательства Gameloft по Центральной и Восточной Европе, связывает это не только с господствующим положением Android на рынке смартфонов: дело в том, что пользователь устройства, работающего на этой операционной системе, может устанавливать приложения из многих источников — не только официального магазина Google Play, но и многих других. Например, популярные на американском рынке планшеты Kindle Fire поддерживают скачивание приложений из магазина Amazon App Store, в ассортименте которого игры от Game Insight также присутствуют. Впрочем, по словам господина Годино, в структуре выручки самой Gameloft (\$95,2 млн в первом квартале 2012 года) доля, полученная от владельцев iPhone и iPad, доминирует. Правило «владельцев Android больше, но пользователи iOS платят лучше» все еще работает. Во всяком случае — пока. Аналитики IDC прогнозируют, что в 2015 году доля устройств под управлением Windows Phone вырастет с прошлогодних 3,8% до 20,3%. А в таком случае у разработчиков и издателей мобильных приложений появится как минимум еще один гарантированный источник дохода. ■

НАДЕЖНОСТЬ

Надежность — это спокойствие и уверенность, гарантия качества при любых условиях



Информационная система — это ключевой элемент для управления предприятием. Компания АйТи — это надежный, стабильный партнер, стремящийся реализовывать ИТ-решения, обеспечивающие безотказную поддержку бизнеса.



Москва, ул. Ленинская Слобода, д. 19, стр. 6
+7 [495] 974-7979 | 974-7980 | e-mail: info@it.ru | www.it.ru
20 региональных офисов в России

Уральский филиал АйТи:
Уфа, ул. Ст. Кирова, д. 52, этаж 5
+7 (347) 293-79-79 | e-mail: ufa@it.ru | www.ural.it.ru