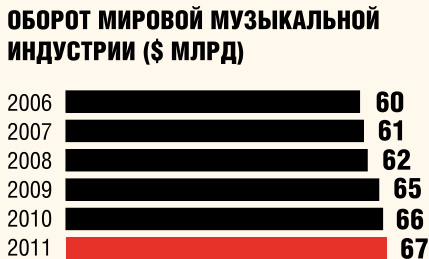
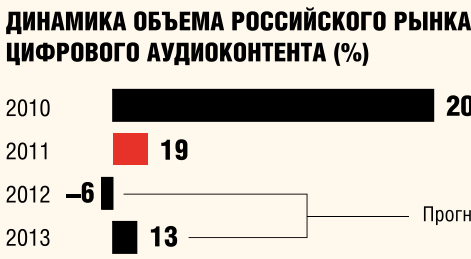
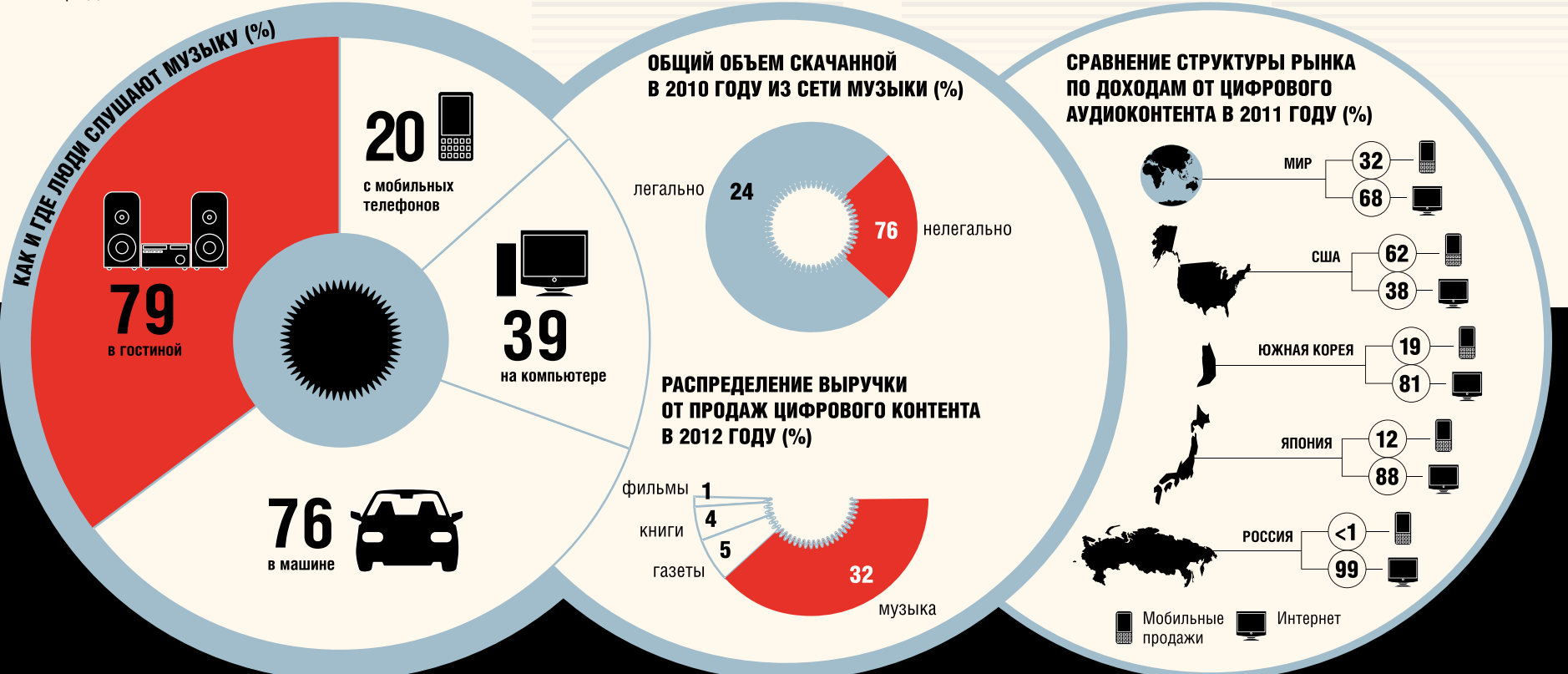


МУЗЫКАЛЬНАЯ ПАУЗА

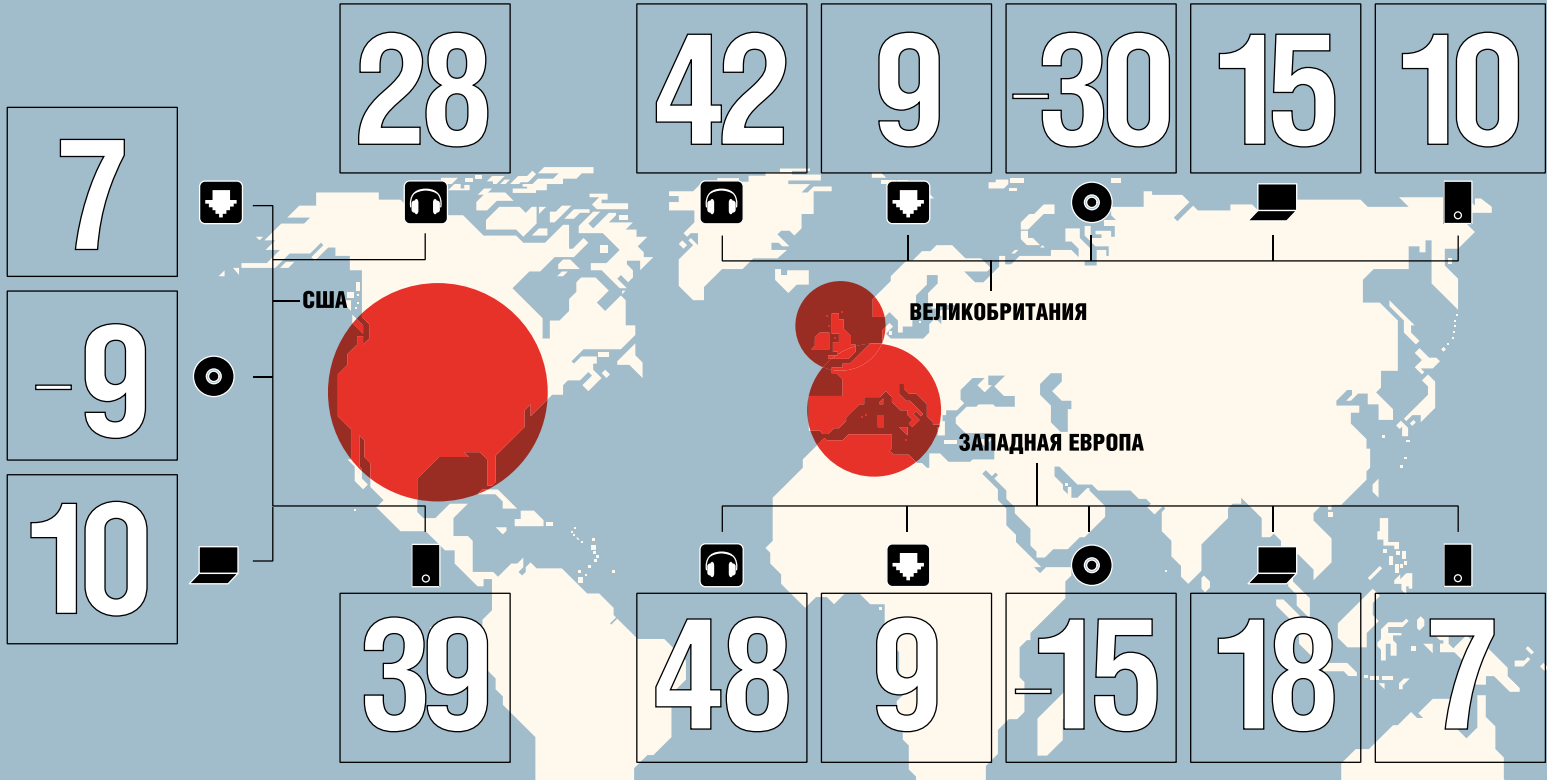
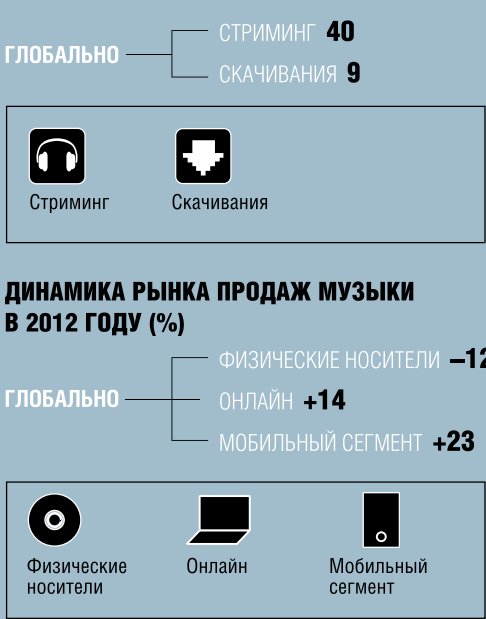
Говорят, в ближайшие полгода в России может наконец официально заработать iTunes Store — самый популярный на Западе музыкальный интернет-магазин компании Apple. Между тем отечественные сервисы такого рода сейчас переживают не лучшие времена. Продажи цифровой музыки через российские интернет-магазины оставляют желать лучшего: только за последние пару лет были закрыты сервисы Fidel.ru, SoundKey.ru и Yota.Music. Мы решили проверить, как обстоят дела с продажей цифровой музыки на развитых рынках и в каком виде ее там покупают чаще всего.



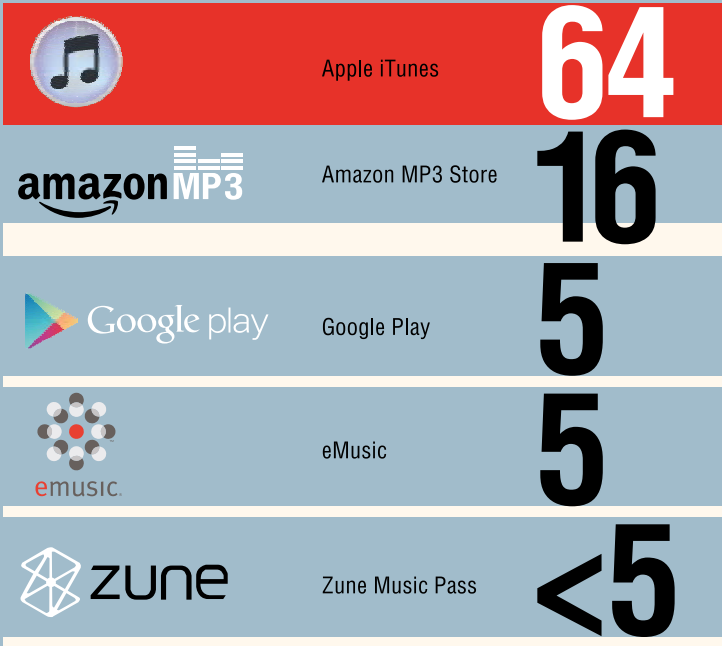
ПРОДАЖИ ЦИФРОВЫХ КОПИЙ (\$ МЛРД)



РОСТ ВЫРУЧКИ РАЗНЫХ СЕГМЕНТОВ РЫНКА ЦИФРОВОЙ МУЗЫКИ В 2012 ГОДУ (%)



МУЗЫКАЛЬНЫЙ ОНЛАЙН-РИТЕЙЛ В США, II КВАРТАЛ 2012 ГОДА (%)





1C ДИСТРИБЬЮЦИЯ

НАДЕЖНЫЕ И ЭКОНОМИЧНЫЕ РЕШЕНИЯ КОМПЛЕКСНОЙ ЗАЩИТЫ РАБОЧИХ СТАНЦИЙ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА!

Drive Backup 11 Workstation

содержит все необходимые IT специалистам инструменты для обеспечения высокого уровня защищенности данных на отдельных рабочих станциях и ноутбуках.

1490 руб.

Drive Backup 11 Server

совмещает последние разработки в области создания резервных копий ОС и данных, включает уникальные среды восстановления, а также содержит эксклюзивные технологии виртуализации.

9900 руб.

Paragon Drive Backup 11 Small Business Pack Standard

Позволяет внедрить все новейшие технологии по резервному копированию и восстановлению на 5 рабочих станциях. При приобретении пакета Вы получите: 5 лицензий Paragon Drive Backup 11 Workstation

5900 руб.

Paragon Drive Backup 11 Small Business Pack Premium

Обеспечивает защиту и непрерывность работы для 5 рабочих станций и одного сервера. При приобретении пакета Вы получите: 1 лицензию Paragon Drive Backup 11 Server, 5 лицензий Paragon Drive Backup 11 Workstation

12900 руб.

Новосибирск Профи: (383) 357-45-88 Терра: (383) 209-14-80 1C-Рарус: (383) 328-11-41	Красноярск КрасБизнесКонсалт: (391) 237-15-38 Максофт: (391) 265-13-85 Сервис-М: (391) 226-87-89	Кемерово Геолан: (38464) 2-00-60 МК-Кузбасс: (3842) 76-83-45 СофтТехСнаб: (3842) 34-95-49	Абакан Киасофт: (3902) 26-40-26 Проектерсервис: (3902) 26-22-99 Центр промышленного оборудования: (3902) 22-08-52
---	--	---	---

«1C-ЦЕНТРАЛЬНАЯ СИБИРЬ» - НАШИ ПАРТНЕРЫ ВСЕГДА РЯДОМ (продажа программ и сопровождение) Найдите их координаты на www.1c-sibir.ru

1C-ЦЕНТРАЛЬНАЯ СИБИРЬ региональный дистрибьютор

Миллион в кармане

ЭКОНОМИКА

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 считают 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 на продвижение шансов на успех у независимых студий совсем немного.

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 количества 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 не-

жданно 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. Взяв, 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, в 2011 году, в первые две недели ее скачали 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 недостаточно 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 маркетингов, 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 видим 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».

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 количеству 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 пользователи устройства, работающего на этой операционной системе, может устанавливать приложения из многих источников — не только официально-го 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.

Александр Карпов