

ГЕЙМИФИКАЦИЯ ПРОДОЛЖАЕТСЯ

В РОССИИ ВСЕ ОХОТНЕЕ ТРАТЯТ ДЕНЬГИ НА ИГРЫ



Российский игровой рынок продолжает расти, а геймеры — охотнее платить.

Лишь каждый пятый (19%) россиянин время от времени играет в видеоигры, а каждый второй (48%) не делал этого никогда, свидетельствуют результаты августовского опроса ВЦИОМа. При этом самым популярным устройством для игр стал мобильный телефон (у 48% геймеров). Примерно пять часов в неделю в среднем они проводят за играми. Только 18% игроков тратят на это деньги — в среднем по 959 руб. в месяц. Исследовательская компания Newzoo в недавнем отчете причислила к геймерам целых 66 млн россиян, из которых платят за игры 28,2 млн. По данным аналитиков, средний российский геймер потратит в 2019 году на игры около 4 тыс. руб., на 8% больше, чем годом ранее.

Весь игровой российский рынок растет сопоставимыми темпами, подсчитали для «Денег» в консалтинговой компании PwC. В прошлом году он составил \$1,91 млрд против \$1,75 млрд годом ранее. При среднегодовых темпах роста в 5,6% весь рынок в этом году преодолеет отметку \$2 млрд. Львиную долю рынка обеспечивают доходы от казуальных игр и игр в социальных сетях, констатируют аналитики. На эту категорию пришлось почти 62% рынка, или \$1,18 млрд, а год к году она показала рост в 12,6%. Рост доходов от игр в социальных сетях ранее фиксировала соцсеть «Одноклассники». За пять месяцев этого года она удвоила разработчикам мобильных приложений внутри соцсети выплаты, зависящие от объема внутриигровых покупок пользователей, — до 200 млн руб. против 100 млн руб. годом ранее.

Выручка от реализации игр для консолей и ПК в России растет более скромными темпами: на 4,9% и 1,9%, до \$299 млн и \$379 млн соответственно, указывают аналити-

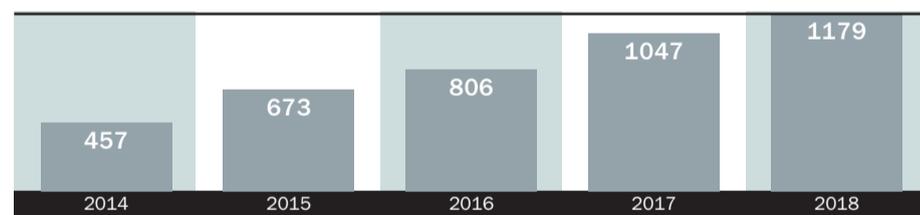
ки PwC. За последние пять лет оба этих сегмента показали сокращение выручки только в 2016 году — при этом объеме продаж игр для компьютеров до сих пор не вернулся на уровень 2015 года, когда он составлял \$381 млн. Аналогичное падение в 2016 году не обошло стационарные консоли: по данным группы «М.Видео-Эльдорадо», тогда продажи упали до 7 млрд руб. против 9 млрд руб. годом ранее, наблюдалось и падение в штуках. В прошлом году выручка от продаж приставок выросла до 13 млрд руб., а за январь—июнь этого года продано устройств на 5 млрд руб.

Мобильный игровой рынок рос самыми внушительными темпами в последние годы, в 2018 году россияне потратили на мобильные игры в App Store и Google Play \$517 млн, что на 25% больше, чем годом ранее, указывалось в том же отчете Newzoo. Однако в нынешнем году рост резко замедлится, до 5%. Впрочем, это соответствует региональным и мировым трендам, говорил «Ъ» представитель Wargaming Иван Живица ●

ТЕКСТ **Дмитрий Шестоперов**

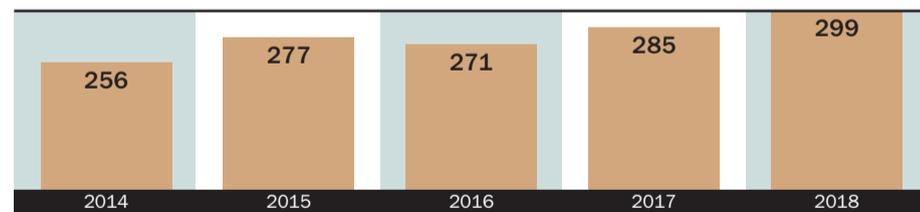
ДОХОДЫ ОТ КАЗУАЛЬНЫХ ИГР И ИГР В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (\$ МЛН)

Источник: PricewaterhouseCoopers.



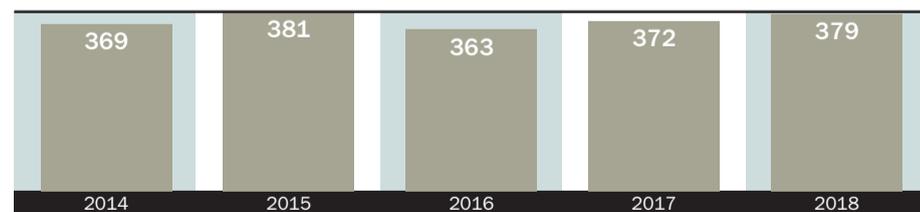
ДОХОДЫ ОТ ВИДЕОИГР НА ИГРОВЫХ ПРИСТАВКАХ (\$ МЛН)

Источники: PwC, «Российский рынок видеоигр».



ДОХОДЫ ОТ ВИДЕОИГР НА ПК (\$ МЛН)

Источники: PwC, «Российский рынок видеоигр».

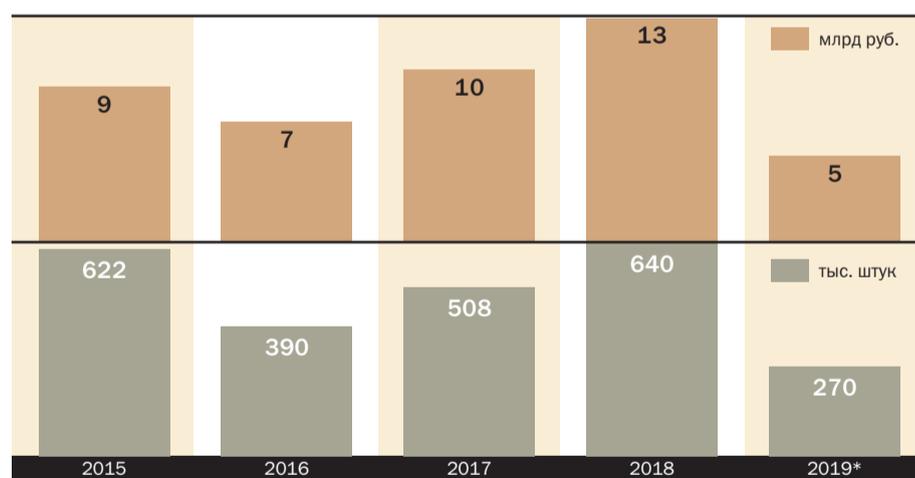


СТРИМИНГ И ПЛАТЕЖИ, 2018 ГОД



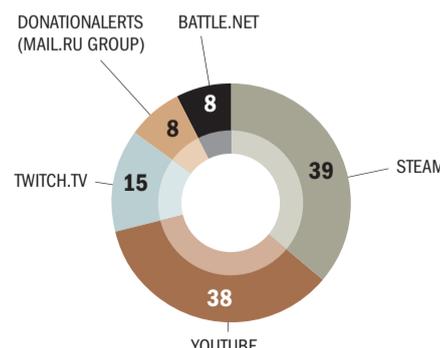
ПРОДАЖИ ВСЕХ ИГРОВЫХ КОНСОЛЕЙ В РОССИИ (МЛРД РУБ.)

Источник: «М.Видео-Эльдорадо» (совокупная доля группы в данной категории, по ее данным, составляет более 50%).



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПЛАТЕЛЬЩИКОВ СРЕДИ ПОПУЛЯРНЫХ ИГРОВЫХ И СТРИМИНГОВЫХ ПЛАТФОРМ (%)

Источники: Data Insight и «Яндекс.Касса».



СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИГРОВОГО РЫНКА В РОССИИ В 2018 ГОДУ (%)

Источники: PwC, «Российский рынок видеоигр».

