

ИГРЫ В БИЗНЕС

ИНТЕРНЕТ-ИГРЫ СТАНОВЯТСЯ ВСЕ БОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫМИ УБИЙЦАМИ ВРЕМЕНИ СКУЧАЮЩИХ ОФИСНЫХ РАБОТНИКОВ. НО ЕСЛИ РАНЬШЕ ИГРЫ В СЕТИ ПРЕДСТАВЛЯЛИ СОБОЙ НЕЗАТЕЙЛИВЫЕ «СТРЕЛЯЛКИ-БРОДИЛКИ-ГОЛОВОЛОМКИ», ТО В ПОСЛЕДНИЕ ДВА ГОДА НА РЫНКЕ СТАЛИ ЗАМЕТНЫ ИГРЫ, МОДЕЛИРУЮЩИЕ РЕАЛЬНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ. ЭТИ ИГРЫ НЕ УВОДЯТ ЛЮДЕЙ ОТ РЕАЛЬНОСТИ, А ПОЗВОЛЯЮТ ПРИМЕНИТЬ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ЗНАНИЯ ЭКОНОМИКИ НА ПРАКТИКЕ БЕЗ РИСКА ДЛЯ КОШЕЛЬКА.

ОКСАНА ЗОТИКОВА

Сейчас мало кого можно удивить игрой-автосимулятором, предназначенной для обучения начинающих водителей. В то же время экономические симуляторы до сих пор не стали массовым явлением, хотя формируют в некотором роде более полезный навык, чем вождение, — зарабатывать деньги. Даже на Западе, где интернет-индустрия обгоняет по развитию российскую на два-три года, существуют всего две крупные экономические игры — бизнес-симулятор Capilands и Businessgame.

В России этот рынок только зарождается, считает создатель одной из первых онлайн-экономических игр, Money Mania, Алексей Кузнецов. «Рынок экономических игр вряд ли сейчас можно достоверно оценить. Рынок формируется там, где есть спрос и предложение, а предложение пока на рынке очень ограничено. Лишь незначительная часть пользователей интернета знает, что экономические игры вообще существуют. Нет публичной информации, сколько денег крутится в этой нише онлайн-игр», — говорит господин Кузнецов. Созданная несколько лет назад игра Money Mania была пробным проектом Алексея Кузнецова. Не было исследований и данных, сколько людей хотят играть в подобные игры. В Money Mania деньги с игроков взимались за продажу игровых очков, которые были необходимы для повышения квалификации персонажей и конвертации виртуальных денег. Алексей Кузнецов рассчитывал, что в игре будет не больше 2 тыс. пользователей, а на деле оказалось 5 тыс.

Money Mania просуществовала почти три года. «Зарабатывать на игроках получалось около \$20 тыс. за полугодие. Но я считаю, что тогда мы не занимались коммерциализацией. Это был пробный проект, который мы запустили для оценки перспективы таких игр», — утверждает господин Кузнецов. В итоге создатель продал свой проект, и на его основе была запущена игра Virtonomica. Сам Алексей Кузнецов работает сейчас над новой игрой Business money и строит большие планы по продвижению своей новой разработки. «Мы хотим договориться с некоторыми организациями, чтобы нашу игру использовали как обучающую для начинающих работников. Также хотим через экономические факультеты популяризировать игру, договорившись с вузами», — говорит он.

Условия и правила игры Virtonomica приближены к реальности. После регистрации пользователь получает \$1 млн «подъемных» и решает, каким бизнесом будет заниматься — розничным, инновационным производством, производством товаров, добычей полезных ископаемых и др. Новичкам рекомендуют торговлю — как самый простой способ разобраться в игре и понять ее правила. Игрок также вправе выбрать страну и город, в котором будет вести бизнес: от выбора места зависят ставки налогов, уровень заработных плат, стоимость аренды помещений и проч. «Особенность этой игры в том, что ей нужно уделять внимание каждый день. Это настоящий бизнес, который нужно поддерживать. Если игрок уезжает в отпуск, то для того, чтобы уберечь компанию от финансовых проб-

лем, он может заплатить какому-нибудь игроку реальные деньги за временное управление виртуальной компанией», — рассказывает директор по маркетингу Headhunter.ru Ольга Бруквская.

НЕКОНКУРЕНТНЫЙ РЫНОК Конкурентов Virtonomica в рунете почти нет, считают участники рынка. «Игра SunCity имеет скорее претензию на звание экономической игры», — говорит Алексей Кузнецов. — Это скорее денежная пирамида, где игроки должны приносить реальные деньги в игру. Но платят они не владельцам игры. Деньги распределяются среди играющих, а система отчисляет себе определенный процент».

В другой игре — «Рашка» — реализован механизм, эмулирующий рынок ценных бумаг: движение цен зависит от ежедневной публикуемых и основанных на реальных событиях юмористических новостей, которые пишут как сами игроки, так и авторы игры. Цены акций также привязываются к реальному индексу РТС. Торговля и общение в чате могут помочь игроку продвинуться, приносят политический и экономический опыт, от уровней которого зависят разные игровые возможности. Картели игроков, скупивший контрольный пакет акций, получает возможность участвовать в управлении компанией. Сами игроки создали на свои деньги три компании и провели их IPO.

Участвовать в сделках с ценными бумагами на реальной бирже новичку опасно, однако используя виртуальные игры, можно научиться азам игры на бирже, считает аналитик ИК «Финам» Татьяна Мельникова. По ее словам, «Рашка» не только обучает новичков, но и служит подспорьем для основного бизнеса «Финама»: «Все вложения в игру мы давно окупил. Игра повышает интерес к фондовому рынку и привлекает к нам все новых и новых клиентов».

Играми-симуляторами заманивают клиентов и букмекерские конторы, доходы которых растут на 20–30% в год. Компания Interactive solutions создала игру Adidas football manager 2008, приуроченную к чемпионату Европы-2008. В игре пользователи закупают игроков, которые участвуют в чемпионате мира. Пользователь сам мог формировать свою команду: имея 77 млн виртуальных денег, он мог делать ставки на игроков. Минимальная стоимость одного игрока составляла 100 тыс., а максимальная — 50 млн. Получалось, что ставку на всех лучших игроков пользователь не мог сделать. Если игрок, на которого сделал ставку пользователь, забивал гол в реальном чемпионате, пользователь набирал очки. Таким образом, люди могли потренироваться на этой игре, прежде чем делать ставки в реальной жизни. «У нас было 77 тыс. пользователей, более 3 млн контактов с аудиторией за один месяц. Данные показатели были достигнуты благодаря качеству игрового проекта и рекламной кампании, которая включала в себя поисковую оптимизацию и вирусное продвижение», — утверждает Александр Текунов, владелец компании Interactive solutions.

НЕДОРОГОЕ УДОВОЛЬСТВИЕ Рынок экономических онлайн-игр будет активно развиваться, поскольку при всех его рисках входной билет на него стоит недорого, считают эксперты. По словам Александра Текунова, «разработка подобной игрушки обходится в \$30–50 тыс.». «Рассчитать примерную стоимость покупки готовой игры можно, умножив количество зарегистрированных пользователей на \$30», — считает господин Текунов. Сам он не раскрывает размер инвестиций в игру Business money, но считает, что совокупные инвестиции (разработка, продвижение, поддержка) должны быть не меньше \$500 тыс. «Игра „Рашка“ была запущена три

года назад. На ее создание мы потратили \$30–50 тыс. — это немного. Мы все создавали собственными силами, не обращаясь к другим компаниям. Сейчас на поддержание игры уходит \$100 тыс. в год», — говорит Татьяна Мельникова из «Финама».

«Рынок экономических игр полон подводных камней. По нему нет никаких исследований, соответственно, инвестор принимает на себя много рисков», — говорит Алексей Кузнецов. Тем не менее он собирается привлечь пользователей на новый проект красивой оболочкой: «Мы планируем занять около 80% рынка экономических игр. Думаю, к нам будут приходить игроки из обычных онлайн-игр, поскольку мы сделаем красивую графику».

КАК ЗАРАБОТАТЬ Ключевым фактором развития онлайн-экономических игр в России является возможность монетизации аудитории ресурса. Другими словами, способность ресурса окупить инвестиции в разумные сроки и приносить прибыль. По оценкам экспертов, Virtonomica приносит сейчас около \$30 тыс. выручки в месяц. «Прямого дохода экономические игры не приносят, ведь участие является бесплатным. Заработать пытаются на продаже услуг или на продаже рекламы. Доход от рекламы обычно не превышает \$250–300 тыс. в год. Доходы от продажи услуг внутри игры значительно выше — могут достигать \$5 млн», — говорит Татьяна Мельникова.

Несмотря на небольшую долю рекламных денег в выручке экономических онлайн-игр, игроки рынка уверены в предстоящем бурном росте доли этого источника доходов. Нежелание размещать рекламу в таких играх можно объяснить небольшой аудиторией этих порталов, полагают господин Текунов. Но он уверен, что рекламный рынок в играх только зарождается и обязательно «выстрелит». «В любой игре, даже экономической, сильно воздействие так называемого product placement. Например, компании Winston и Adidas создавали свои игры ради продвижения своих брендов. Чтобы участвовать в гонках Winston freedom tour, игрок должен был покупать топливо: для этого нужно было ввести номер, указанный на пачках сигарет Winston. Количество купленных пачек сигарет в десятки раз превысило стоимость игры», — рассказывает господин Текунов.

В игре Adidas football manager была скрыта ненавязчивая реклама: все игроки выступали в виртуальных бутсах фирмы Adidas. «После выхода игры в магазинах был всплеск продаж ботс», — уверяет Александр Текунов. Алексей Кузнецов считает, что на рекламу в экономических играх пока сложно заработать: «Сейчас аудитория у всех экономических игр небольшая, и говорить о заработке на рекламе сложно. Это весьма специфическая целевая аудитория, она слишком мала для крупных брендов». Однако уость аудитории некоторых участников рынка экономических игр не смущает. Александр Текунов считает, что целевая аудитория экономических игр хорошо просматривается: «Это люди, которые хотят быть теми, в кого играют. Это люди, которые стремятся совершенствовать свои знания и научиться зарабатывать. Многие из этих людей уже состоялись. Поэтому некоторые компании не смущаются, что в экономических играх не так много игроков, ведь это уже отобранная целевая аудитория». В экономических играх довольно часто представлен вполне реальный товар. «Различные компании, желая заинтересовать покупателя, рекламируют свою продукцию через виртуальный товар. Подобная система хорошо функционирует в Virtonomica», — говорит Алексей Кузнецов. Например, выбрав отрасль торговли в виртуальной игре, пользователь будет продавать товар, который в реальности существует и выглядит именно так, как и в игре. ■

КОМСТАР > СВЯЗЬ > БИЗНЕС



на правах рекламы

Большой масштаб Серьезный партнер

Современный бизнес движется вперед, используя свежие идеи и адаптируясь к новым условиям. Постоянные изменения стали нормой нашей жизни. Как опытный и надежный партнер, мы предлагаем передовые технологии для того, чтобы вы могли достичь большего. Телекоммуникационные технологии «КОМСТАР – Объединенные ТелеСистемы» обеспечивают свободное и постоянное развитие вашего бизнеса.



ОАО «КОМСТАР – ОТС»
119121, Москва, Смоленская-Сенная пл., д. 27, стр. 3
тел.: (495) 956-00-00 info@comstar-uts.ru www.comstar-uts.ru