

Гейминг в России и мире

Институт статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ анализирует основные тенденции развития индустрии видеоигр. Этот рынок является одним из самых быстрорастущих в цифровой среде и не снижает ускоренных темпов роста даже на фоне общего экономического спада в период пандемии коронавируса.

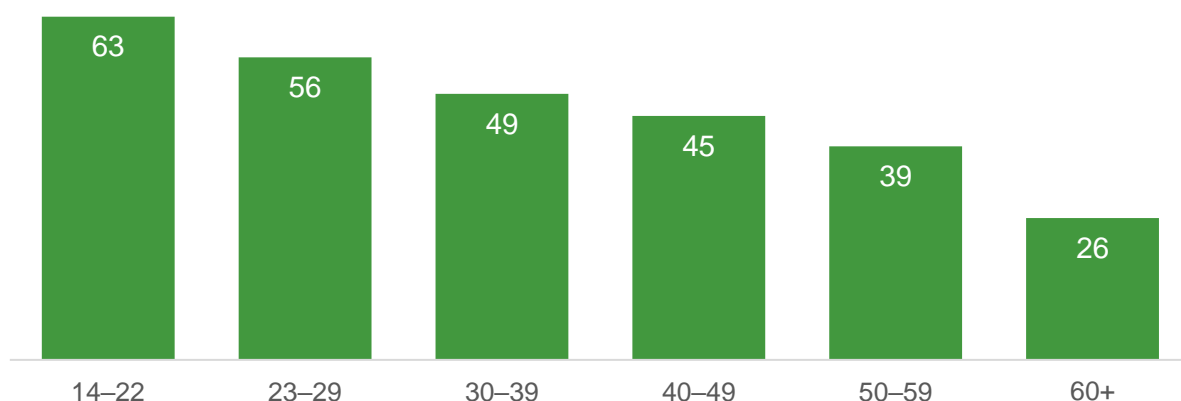
Текущее состояние национального рынка видеоигр

В России, как и в мире, позитивное влияние на развитие индустрии видеоигр оказывают распространенность мобильных устройств, увеличение пропускной способности сетей связи, инновации в программном и аппаратном обеспечении, доступность мобильных и браузерных игр. По оценкам PWC, российский рынок видеоигр и киберспорта находится в десятке крупнейших в мире. Активных игроков в компьютерные и мобильные игры в стране насчитывается 30–50 млн человек, а русский язык входит в тройку самых популярных в игровой среде после английского и китайского.

Игровые приложения широко востребованы пользователями современных цифровых устройств. По данным онлайн-опроса ИСИЭЗ НИУ ВШЭ¹, каждый второй (48%) из опрошенных пользователей интернета в возрасте от 14 лет и старше играл в игры, установленные на разных гаджетах, за последние к моменту опроса три месяца. Их востребованность сопоставима с мессенджерами и программами видео- и голосовой связи (50%).

Хотя цифровые игровые практики более характерны для молодежи, они не чужды и представителям старшего поколения (рис. 1). Около четверти (26%) опрошенных в возрасте от 60 лет и старше пользуются игровыми сервисами.

Рис. 1. Использование игровых приложений на цифровых устройствах по возрастным группам (в % от опрошенных)



Источник: НИУ ВШЭ, 2021.

Большинство ограничиваются бесплатными сервисами, только 5% опрошенных платят за подписку или покупают игры. Если в целом цифровой игровой контент примерно одинаково востребован как мужской, так и женской аудиторией, то в случае с платным сегментом в полной мере проявляются гендерные различия. Игроки мужского пола составляют 65% пользователей платных игровых сервисов.

¹ Онлайн-опрос был проведен в августе – сентябре 2021 г. Общая выборка составляет 3000 респондентов и соответствует социально-демографической структуре российской аудитории Глобальной сети.

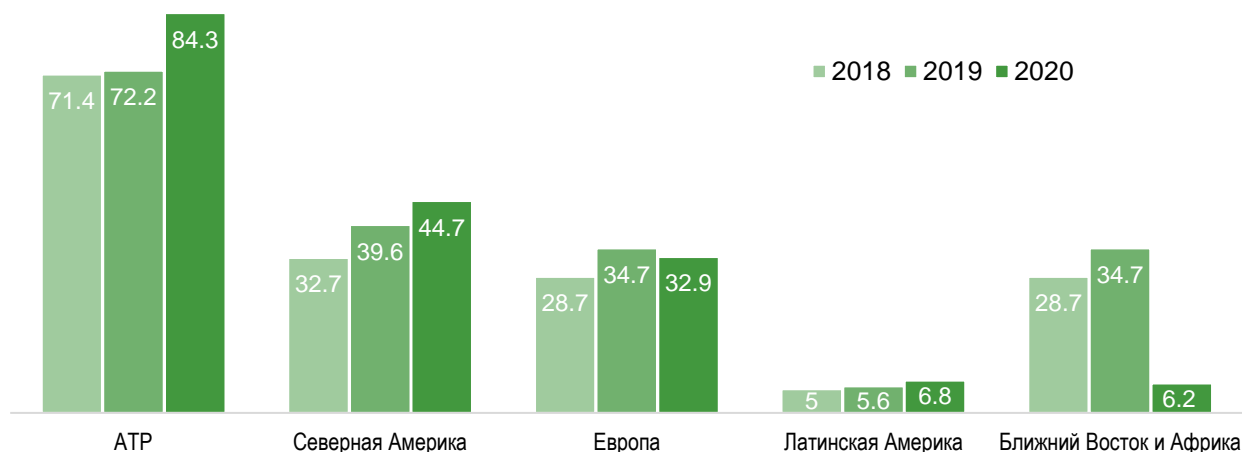
Период карантинных ограничений стимулировал рост игровой активности. По итогам прошлого опроса, проведенного в 2020 г.², более четверти (28%) опрошенных стали чаще играть, и почти каждый пятый (17%) установил за этот период новый игровой контент.

По итогам 2020 г. объем российского рынка видеоигр и киберспорта оценивался в 2.3 млрд долл. США, что составляет 1.5–2% от общемирового, согласно исследованиям PWC и Mail.ru Group. К 2024 г. объем индустрии может вырасти до 2.8 млрд долл. США при среднегодовом темпе роста 5.6%. В 2020 г. из 73.9 млн игроков в России, по данным Newzoo, 6.8 млн играли на мобильных устройствах, 47.1 млн – на компьютерах, 24.1 млн – на консолях.

Глобальные тенденции развития рынка видеоигр

В 2020 г. мировая игровая индустрия оценивалась в 167.9 млрд долл. США, а в 2026 г. достигнет 287 млрд долл. США со среднегодовым темпом роста (CAGR) в 2021–2026 гг. 9.2%. Крупнейшими рынками являются страны Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР): Китай, Япония, Республика Корея (рис. 2).

Рис. 2. Выручка игрового рынка по регионам мира (млрд долл. США)

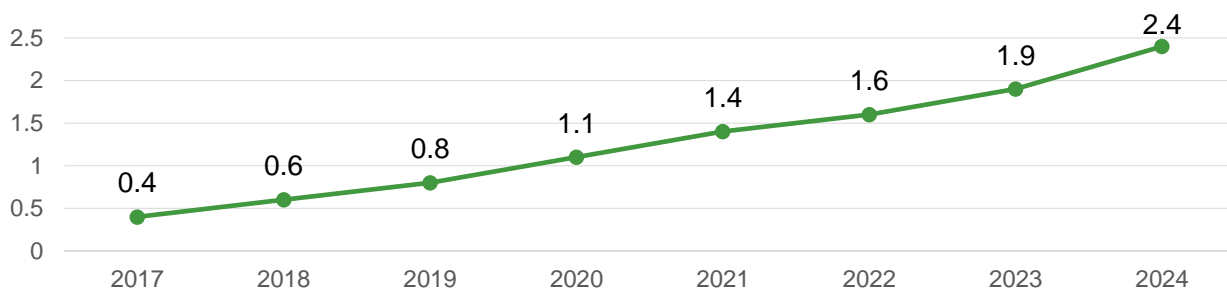


Источник: Statista, 2021.

Продолжается превращение индустрии видеоигр в жизненно важную сферу цифровой активности. Гейминг обеспечивает новые форматы времяпрепровождения и организации рабочих процессов, становится значимым способом коммуникации с внешним миром, что делает его перспективным каналом маркетинга, привлечения клиентов и укрепления их лояльности.

Одним из факторов, обеспечивающих популярность видеоигр, является развитие и распространение новых технологий, которые придают игровому опыту максимальную реалистичность (виртуальная, смешанная, дополненная реальность) (рис. 3).

Рис. 3. Выручка от использования технологий виртуальной реальности в видеоиграх в мире (млрд долл. США)



Источник: Statista, 2021.

² Онлайн-опрос был проведен в ноябре 2020 г. Общая выборка составляет 3000 респондентов и соответствует социально-демографической структуре российской аудитории Глобальной сети.

Потребность в социальном взаимодействии в условиях локдауна способствовала как росту игровой активности, так и увеличению количества зрителей киберспортивных соревнований. Например, чтобы заполнить эфирное время, освободившееся из-за отмены традиционных спортивных мероприятий, медиаигроки транслировали киберспортивные соревнования. По прогнозам Business Insider, аудитория подобных соревнований вырастет с 454 млн в 2019 г. до 646 млн чел. в 2023 г.

Популярность игровых турниров, наличие международных призовых фондов приводят к тому, что представители «цифровых» поколений рассматривают киберспорт как возможность построения профессиональной карьеры, а учебные заведения (в частности, расположенные в США Университет Шенандоа в Вирджинии, Колледж Беккера в Массачусетсе и Университет штата Огайо) предлагают специальные образовательные программы.

В будущем следует ожидать более тесного сотрудничества между игровой индустрией и бизнесом. Во время пандемии в онлайн-игре Fortnite транслировались живые концерты и видеоконтент, организовывались премьеры новых музыкальных альбомов. Компания Adidas разработала умные стельки, позволяющие следить за динамикой в прохождении игры посредством передачи данных о движениях их хозяина в футбольный симулятор FIFA Mobile. Спонсорство киберспортивных турниров дает возможность брендам, в том числе нетехнологическим, повышать свою узнаваемость у целевой аудитории.

Одним из самых перспективных сегментов индустрии видеоигр является облачный гейминг (cloud gaming), предполагающий «доставку» игр из облака на персональное устройство пользователя, как фильмов со стриминговой платформы. Отсутствие высоких требований к мощности принимающих устройств делает даже самые ресурсоемкие игры доступными на любом компьютере, смартфоне или телевизоре. Такие крупные компании, как Amazon, Google, Microsoft, Sony, Nintendo, Apple, Nvidia, уже запустили сервисы для облачного гейминга или сделали соответствующие анонсы. К 2027 г. мировой рынок облачного гейминга достигнет 7.2 млрд долл. США (0.47 млрд долл. США в 2020 г.) с CAGR 48.2% в 2021–2027 гг. Распространение стандартов связи пятого поколения будет способствовать росту популярности сегмента облачных игр на смартфонах.

Еще одна долгосрочная тенденция развития рынка связана с распространением видеоигр по подписке (pay-to-play) и играми без внесения платы за доступ (free-to-play). В условиях снижения покупательной активности free-to-play игры позволяют сфокусироваться на повышении вовлеченности игроков и привлечении новых пользователей.

Перспективной альтернативой для традиционных видеоигр могут стать многопользовательские игровые платформы UGC (user-generated content), контент которых создают непрофессиональные разработчики, сами игроки. Сегодня самыми крупными UGC-платформами являются Minecraft (Microsoft) и Roblox.

Дальнейший рост рынка видеоигр в мире определяют такие факторы, как популярность стримингового контента, возможность создания новых форматов взаимодействия между корпоративным сектором и потребителями, более широкое сотрудничество бизнеса с игровым сектором, развитие программного и аппаратного обеспечения и технологий аналитики в режиме реального времени.



Источники: Расчеты на основе данных Business Insider, PWC, Statista.com, результатов онлайн-опросов пользователей интернета, проведенных ИСИЭЗ НИУ ВШЭ в рамках деятельности НЦМУ «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала» (направление исследований 4 «Человек в эпоху технологических трансформаций»).

■ Материал подготовили **Д.Е. Грибкова, Ю.В. Мильшина, В.В. Полякова**

Данный материал НИУ ВШЭ может быть воспроизведен (скопирован) или распространен в полном объеме только при получении предварительного согласия со стороны НИУ ВШЭ (обращаться issek@hse.ru). Допускается использование частей (фрагментов) материала при указании источника и активной ссылки на интернет-сайт ИСИЭЗ НИУ ВШЭ (issek.hse.ru), а также на авторов материала. Использование материала за пределами допустимых способов и/или указанных условий приведет к нарушению авторских прав.