

Оценка экономических и социальных условий предпринимательской деятельности в сфере мобильных игр

Assessment of economic and social conditions of entrepreneurship in the field of mobile games

Екоряшин М.А

*Студент кафедры экономики и управления
ВВГУ Владивостокский Государственный Университет
Россия, Владивосток
armarovm@mail.ru*

Ekoryashin M.A

*Student of the Department of Economics and Management
VVSU Vladivostok State University
Russia, Vladivostok
armarovm@mail.ru*

Усталова Ю.Е.

*Студент кафедры экономики и управлени
ВВГУ Владивостокский Государственный Университет
Россия, Владивосток
juliaustalova@mail.ru*

Ustalova Y.E.

*Student of the Department of Economics and Management
VVSU Vladivostok State University
Russia, Vladivostok
juliaustalova@mail.ru*

Аннотация.

Статья посвящена оценке экономических и социальных условий предпринимательской деятельности в сфере разработки мобильных игр. Мобильные игры представляют самый быстрорастущий сегмент игрового рынка. В статье рассмотрены тенденции развития отрасли, а также их влияние на спрос и предложение, выявлены проблемы реализации проектов по запуску и продвижению мобильных игр, оценены перспективы данного сегмента, определены наиболее значимые факторы, влияющие на развитие предпринимательской деятельности в сфере продвижения мобильных игр.

Annotation.

The article is devoted to the assessment of economic and social conditions of entrepreneurial activity in the field of mobile game development. Mobile games represent the fastest growing segment of the gaming market. The article examines the trends in the development of the industry, as well as their impact on supply and demand, identifies the problems of implementing projects for the launch and promotion of mobile games, assesses the prospects of this segment, identifies the most significant factors affecting the development of entrepreneurship in the field of mobile games promotion.

Ключевые слова: экономические условия, социальные условия, мобильные игры, предпринимательство, участники рынка, спрос, тенденции.

Key words: economic conditions, social conditions, mobile games, entrepreneurship, market participants, demand, trends.

На сегодняшний день мобильные игры отличаются высоким уровнем детализации, что позволяет вам полностью погрузиться в процесс, наслаждаться высококачественной графикой и сюжетом. Современному человеку, особенно молодому поколению, трудно представить свою жизнь без телефонов и мобильных игр. Чтобы скоротать время в очереди на улице, многие люди используют свой мобильный телефон для игры в различных приложениях. Но так было не всегда. Ведь мобильные игры начали стремительно развиваться лишь 13 лет назад.

Долгое время игровой мир и телефон не пересекались, но технологии развивались, и теперь мы можем наблюдать интересную историю игр, их огромный скачок и успех.

Все изменилось с появлением мобильных телефонов, которые стали доступны каждому. Компании осознали, что у этих устройств большое будущее. Благодаря предустановленной в 1997 году игре "Snake", Nokia 6110 вызвала всплеск популярности мобильных телефонов. После этого все производители захотели добавить на свои устройства как можно больше игр, потому что пользователям нужны были новые функции и ощущения.

Следующим этапом в развитии мобильных игр стал выпуск в начале двухтысячных годов новой платформы, которая позволяла любому пользователю самостоятельно скачивать игры из Интернета и из других источников. Появлялось все больше и больше разработчиков, которые могли размещать свои продукты в онлайн-каталоге игр. Это нововведение помогло активно привлекать новых пользователей, и поэтому мобильные игры становились все более популярными.

Мобильные игры продолжали развиваться, открывая новые возможности для пользователей и разработчиков. С появлением телефонов с сенсорным экраном, улучшенной графики и подключения к Интернету мобильные игры стали основным конкурентом ПК. В App Store и Google Play появляются новые доски объявлений. Игры Freemium стали очень популярными, это игры, в которых бесплатная версия была совместима с полнофункциональной платной версией. Разработчики по-прежнему получали ежедневную прибыль, потому что пользователи хотели платить за дополнительные функции.

Таким образом, за последнее десятилетие произошло огромное развитие мобильных игр, сегодня на платформах доступно более тысячи игр, которые различаются по жанрам и функциям.[1]

Все участники рынка мобильных приложений могут с уверенностью сказать, что эпоха Covid-19 и 2 последних года сказались на тенденциях роста и развития индустрии. Рынок требовал срочных изменений и адаптации к сложившимся условиям, что часто решалось именно виртуализацией и привело к стремительному росту количества, да и что там скрывать, к росту качества мобильных приложений. Практически любой жизненный аспект, потребительские нужды и потребности покрывались за счет мобильного мира приложений.

Глобальные рынки демонстрирует уверенную негативную динамику, а прогноз МВФ на конец 2022 года звучит как всеобщий экономический рост замедлится до 2,7% в 2023 году.

Разработчики мобильных приложений сообщают, что время пандемии и два года после нее повлияли на степень роста и развития отрасли. На рынке требовались срочные изменения и корректировки в данных условиях, которые часто решались с помощью виртуализации, что приводило к быстрому увеличению числа и, что уж там скрывать, к повышению качества мобильных игр. Мир мобильных приложений охватил практически все аспекты жизни, потребности потребителей.

Условия рынка в которых находятся современные разработчики, можно описать следующими характеристиками:

1. Избыточная нестабильность цен усложняет исследование потенциалов для развития и приводит к неопределенным итогам.
2. Потребители ограничены в финансах и менее лояльны к новым приложениям, которые не успели себя зарекомендовать на рынке.
3. Для получения точных результатов нужно использовать технологии анализа данных в реальном времени[2]

Динамика рынка мобильных приложений носит колебательный характер, их количество растет неравномерно, но за прошедшие 2020 и 2021 год динамика положительна., представлено на рисунке 1.1

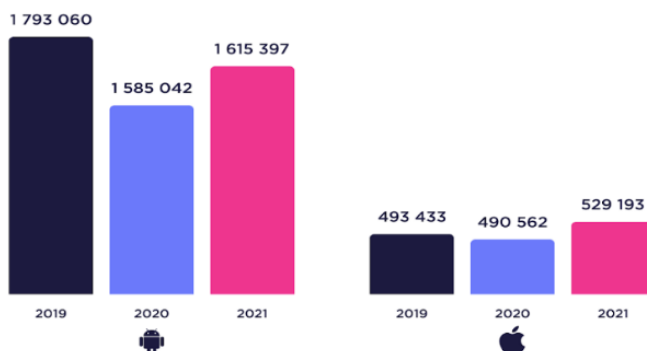


Рисунок 1.1. Появление новых игр в 2019-2021гг.

Показатель загрузок продемонстрировал стремительный рост на протяжении всех трех последних лет, данные предоставлены в рисунке 1.2

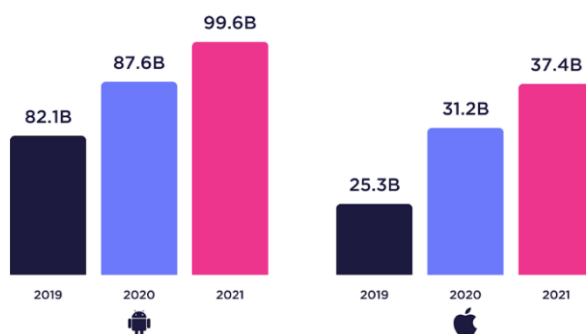


Рисунок 1.2. Количество загрузок в 2019-2021гг.

В отчете от data.ai за 2022 год мы уже можем наблюдать первые признаки замедления рынка мобильных приложений, представленные в рисунке 1.3

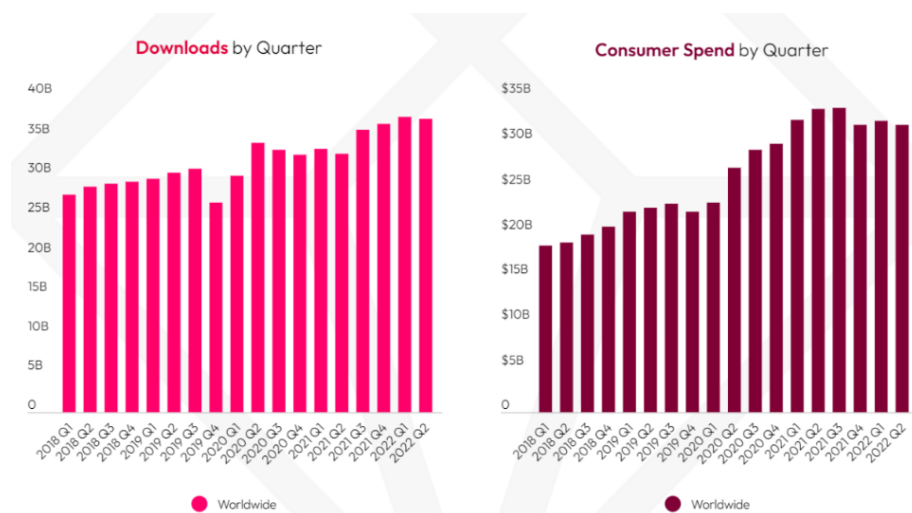


Рисунок 1.3. Замедление рынка в период 2019-2022гг.

Второй квартал 2022 года показал снижение загрузок ПО на 1% в сравнении с прошлогодним результатом. Вместе с этим затраты пользователей сократились на 3%, однако в первом квартале 2022 года наблюдался рост количества загрузок, что положительно отразится на обще годовой статистике. [3]

Эксперты не указали точное количество установленных мобильных приложений за год. Но предоставили данные за четвертый квартал 2022 года: 673 миллиона загруженных пользователями приложений, что частично сопоставимо с уровнем прошлого года. Спад 2022 года замедлил рост российского рынка мобильных

приложений, тем не менее около четверти всех загрузок европейского рынка приходилось именно на Российские регионы.

Внутри игровые покупки, осуществляемые с помощью App Store и Google Play в России, сократились на 70% в 2022 году. Это связано с обострившейся геополитической ситуацией и новой волной санкций в отношении Российской Федерации, которые привели к тому, что западные магазин приложений ввели ряд запретов для пользователей и разработчиков мобильных приложений.

Источник "Коммерсанта" в игровом пространстве отметил, что российские разработчики, начали адаптировать свои приложения для браузерных версий, так как могут полностью или частично потерять доступ к их монетизации на зарубежных платформах. Спрос на отечественные магазины приложений, например, "ВКонтакте", также вырос. [4]

В мае 2022 года сервисом «ВКонтакте» было проведено исследование аудитории геймеров. Аудитория опроса состояла из пользователей разных платформ. Общая численность респондентов из России более двух тысяч человек возрастом от 15 до 54 лет.

Исследования показали, что большая часть пользователей предпочитают мобильные игры 81%, примерно 50% из них пользуется платными функциями. Игроки предпочитают покупать внутри игровые дополнения, расширяющие функционал и делающие игровой процесс более разнообразным. Так же ценятся предметы, позволяющие индивидуализировать своего персонажа и выделиться среди других игроков.

Главными факторами выбора игры для пользователя являются: жанр игры, возможность играть бесплатно или без интернета. Самые популярные места для мобильных игр — это общественный транспорт, работа и дом. В среднем геймеры играют в игры пяти разных жанров: головоломки, настолки, гонки, шутеры и симуляторы.[5]

Мировая тенденция развития мобильных игр. Некоторые регионы и страны демонстрируют абсолютно противоположные тренды к общемировым, например, средний глобальный темп роста со второго полугодия 2021 года по первое полугодие 2022 года составил +3%. В то же время, Узбекистан, Венесуэла и ряд других стран показали, что за тот же период, загрузки приложений выросли на 35%. Стремительный рост пользовательских расходов продемонстрировали страны Среднего Востока, Бразилия и Китай, на фоне среднемирового скромного роста на те же +3%.

Еще один интересный показатель - время использования приложений. Здесь география выглядит следующим образом, представлена на рисунке 1.4

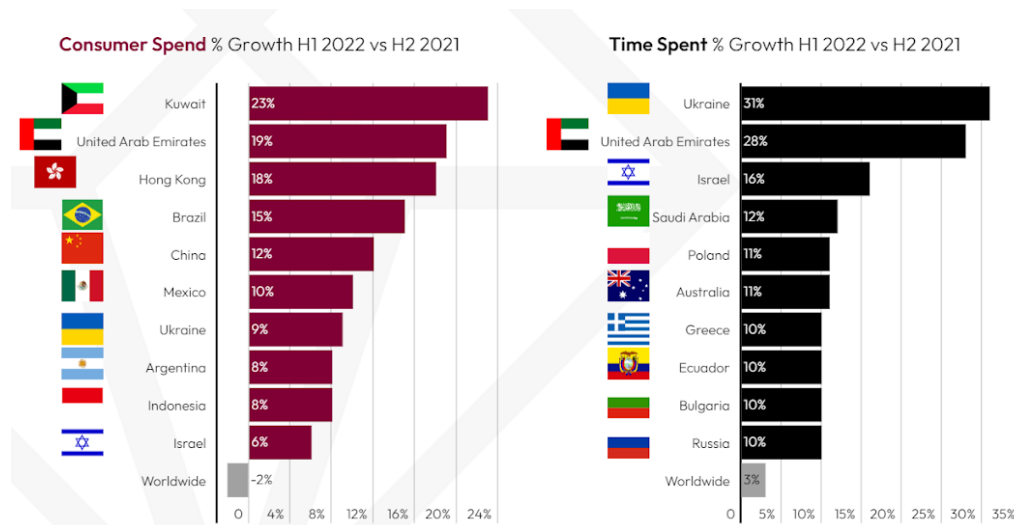


Рисунок 1.4. Время использования приложений

В России время использования приложений в 2022 году увеличилась на 10% по отношению к предыдущему году. Такая динамика позволяет сделать вывод о растущей потребности в приложениях и развитии данного рынка.

Статистика, продемонстрированная выше, говорит про рост мобильного рынка приложений в определенных географических регионах - страны Среднего Востока, Китай (в особенности Гонконг), страны Южной Америки, в частности Бразилия, а так же Россия. Все это поможет нам обозначить основные направления развития наших приложений и немного сгладить последствия падения рынка Европы и других развитых стран.

Конкретнее про российский рынок приложений. Россия на 11 месте по тратам пользователей (1.581 миллиард долларов) и на 6 по установкам (5,588 миллиардов). Из этой суммы 1.05 миллиарда заработали игры. Всего сделано 2.73 миллиарда установок.

Топ игр по тратам в России – Genshin Impact, Homescapes и Standoff 2. Время пользователей по категориям – у нас лидируют Игры, Фото и Видео.

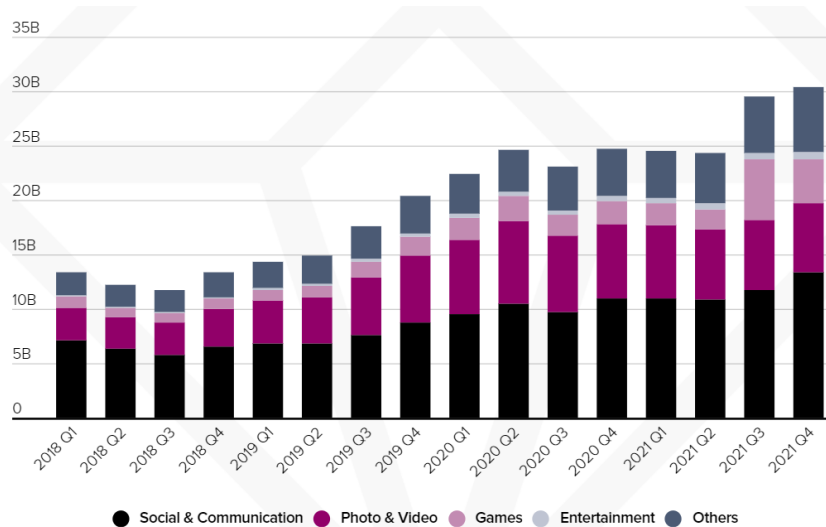


Рисунок 1.5. Лидирующие категории у пользователей

Рынок приложений РФ стремительно развивается. Расходы россиян на мобильные приложения и покупки внутри них в 2019 году достигли \$1,06 млрд, что на 40% больше, чем годом ранее. По оценкам экспертов, в 2019 году российские пользователи загрузили 5125 млн платных и бесплатных приложений и проводили в них в среднем по 3 часа 40 минут в день.[6]

Для российских разработчиков появились ряд проблем по запуску и продвижению мобильных игр в связи с санкциями 2022года:

1. Проблема покупки сертификата разработчика, особенно сложно это сделать новым компаниям, которые только выходят на рынок. Сложность заключается в самой оплате, поскольку оплатить картой российского банка невозможно, а иностранная либо не подходит, либо её вовсе нет.

2. Сложности монетизации – несмотря на то, что был снят ряд ограничений и появление возможности добавить альтернативные способы оплаты для российских разработчиков, это остаётся острой проблемой. Поскольку если у пользователя пройдёт оплата, не факт, что эти деньги сможет вывести владелец. Например, платформа Google Play выплачивала вознаграждение через SWIFT, следовательно, в нынешних условиях комиссия составит больше суммы платежа, либо вовсе не пройдёт платёж.

3. Запрет на продвижение – российским разработчикам теперь сложнее привлечь новых пользователей, так как доступ к рекламным инструментам в AppleStore и GooglePlay ограничен.

4. Возросли сроки модерации – ещё недавно на проверку приложения требовалось несколько дней. Сейчас чтоб приложение разместили требуются недели, поскольку они проходят более тщательные проверки, а также наличие альтернативных способов оплаты.

Но не смотря на ряд проблем, перспективы данного сегмента остаются велики. Российские разработчики находят альтернативные варианты, для них открываются новые возможности. Появляются отечественные площадки в ответ на санкции, которые предоставляют хорошие условия, доступ ко всем ресурсам, более лояльная и быстрая модерацию. Поскольку российские площадки только набирают оборот у них есть ещё не доработанные моменты, например, как отсутствие встроенных систем оплаты.[7] То есть пользователям необходимо будет перейти на другую площадку для оплаты, это уменьшит привлекательность покупки. По статистике 70% покупок в приложении были совершены моментально, импульсивно. А при переходе на другой сайт у пользователей появится время на раздумывание и взвешивание покупки.

Список используемой литературы:

- 1 Нигай, Е. А. Процесс цифровизации бизнеса: от точечной оцифровки бизнес-процессов к цифровой трансформации / Е. А. Нигай // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2022. – № 2. – С. 134-145. – DOI 10.24412/2071-6435-2022-2-134-145. – EDN EVSWNX.
- 2 Наумченко, А. А. Влияние цифровых платформ на бизнес-модели компаний / А. А. Наумченко, Е. А. Нигай // Цифровая экономика: тенденции и перспективы развития в России и мире : сборник материалов конференции, Нальчик, 23–24 апреля 2021 года. – Нальчик: Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова, 2021. – С. 329-333. – EDN VXMMZQ.
- 3 Оценка эффективности предпринимательской деятельности / Арустамов Э.А. Режим доступа: <https://litresp.ru/chitat/ru/A/arustamov-eduard-aleksandrovich/predprinimateljskaya-deyatelnostj/13> (дата обращения 24.03.2023)
- 4 Однороженко Т.С / Мировые экономические тенденции и рынок мо-бильных приложений // Режим доступа: <https://asomobile.net/blog/mirovye-ekonomicheskie-tendenczii-i-rynok-mobilnyh-prilozhenij/> (дата обращения 24.03.2023)
- 5 Однороженко Т.С // Отчёт по рынку мобильных приложений // Режим доступа: <https://asomobile.net/blog/otchet-rynka-mobilnyh-prilozhenij-za-2022-god/> (дата обращения 24.03.2023)
- 6 Нигай, Е. А. Многомерная модель конкурентоспособности организации в условиях трансформации конкурентных отношений: обоснование и принципы построения / Е. А. Нигай // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2022. – № 5. – С. 54-69. – DOI 10.24412/2071-6435-2022-5-54-69. – EDN WMHBCY.
- 7 Нигай, Е. А. Обоснование объектных, пространственных и временных границ оценки конкурентоспособности экономических систем с учетом тенденций цифровизации экономики / Е. А. Нигай // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2022. – Т. 14, № 3(56). – С. 29-41. – DOI 10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/029-041. – EDN GPMADH.