

УДК 911.3

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МИРОВОГО РЫНКА ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ

Ожегова Л.А.¹, Ожегов А.Ю.²

¹ *Таврическая академия ФГАОУ ВО "Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского", Симферополь, Российская Федерация*

E-mail: luda-ojegova@rambler.ru

² *Физико-технический институт ФГАОУ ВО "Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского", Симферополь, Российская Федерация*

E-mail: esgutnu@rambler.ru

В статье актуализируется экономико-географический подход к изучению игровой индустрии. Предлагается исследование пространственных аспектов развития игровой индустрии на разных территориальных уровнях – отдельных стран, их групп, регионов, мира в целом. Раскрыты общие тенденции развития мирового рынка игровой индустрии. Выявлены региональные особенности его развития на современном этапе. Выделены ведущие регионы по масштабам развития игровой индустрии. Определены особенности современной игровой индустрии России.

Ключевые слова: креативная экономика, игровая индустрия.

ВВЕДЕНИЕ

Глобализационные процессы и формирование в конце прошлого столетия нового типа экономики – экономики знаний – создали предпосылки для возникновения и развития так называемой «креативной экономики», в основе развития которой лежит креативный потенциал человека. Понятие креативной экономики впервые появилось в западной экономической науке в начале нынешнего века в работах американских социологов Хоукинса Дж. и Флориды Р. [1, 2]. Ими проведены исследования, показывающие вклад в развитие экономики творческих людей (креативный класс), способных генерировать оригинальные идеи, создавая высокую добавленную стоимость. По мнению Флориды Р., креативность становится движущей силой экономического роста и инноваций [3].

Современная креативная экономика – один из наиболее динамично развивающихся секторов мировой экономики, который включает такие сферы деятельности как средства массовой информации, кинематография, шоу бизнес, телерадиовещание, изобразительное искусство, индустрия моды, издательское дело, дизайн и т. п. В рамках креативной экономики стремительно развивается и активно конкурирует с другими видами индустрии игровая индустрия, включающая разработку видеоигр, их издание, популяризацию и потребление.

И, если проблемы развития креативной экономики получили отражение не только в зарубежной, но и в отечественной экономической и географической науке, то вопросы развития игровой индустрии привлекают большее внимание специалистов IT сообщества. По нашему мнению, данная проблематика требует междисциплинарного подхода. Весьма актуально изучение географии игровой индустрии на разных территориальных уровнях – отдельных стран, их групп, регионов, мира в целом. Его результаты могут использоваться в комплексной оценке страны, региона, в

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МИРОВОГО РЫНКА ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ

типологических характеристиках и т.п. Пространственный анализ игровой индустрии имеет и прикладное значение, так как может быть использован в маркетинговых исследованиях.

Цель статьи – обратить внимание географов на игровую индустрию как объект научных исследований, выявить региональные тенденции в ее развитии на современном этапе.

1. ОБЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ

Мировой рынок игровой индустрии является одним из динамично развивающихся секторов мировой креативной экономики. По масштабам он сопоставим со многими секторами индустрии развлечений, например, с киноиндустрией. Основные показатели мирового рынка игровой индустрии, использованные в анализе, представлены в ежегодных отчётах «Global Games Market Report».

Динамика мирового рынка игровой индустрии имеет повышательную тенденцию. В 2014 г. объем мирового игрового рынка составил 81,4 млрд. долл., что на 7,8% больше чем в 2013 году. При этом на мобильные игры пришлось 21,8 млрд. долл. дохода, что составило 27% общего объема рынка (табл. 1).

Таблица 1.
Динамика мирового рынка игровой индустрии, млрд. долл (составлено по [4])

	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Объем мирового рынка игр	70,4	75,5	81,4	88,4	95,2	102,9
В т.ч. рынок мобильных игр	12,7	17,6	21,8	26,3	30,7	35,4

Эта статистика включает местные Android-магазины в Китае, а также продукты, предустановленные на мобильные устройства. Последнее особенно характерно для японского игрового рынка. По итогам 2015 г. прогнозируется рост объема рынка до 91,5 млрд. долл. и более 102 млрд. долл. – к 2017 г. [4, 5]. При этом существенная часть прироста будет обеспечиваться, прежде всего, за счет стран Азии, Восточной Европы, Латинской Америки, Ближнего Востока и Африки благодаря росту численности населения и росту доступа к технологиям. На рынках развитых стран – США и Западной Европы – рост объемов будет обеспечиваться в первую очередь благодаря росту числа пользователей смартфонов и планшетных компьютеров, что обеспечит увеличение продолжительности времени игры. За первый квартал 2015 года рынку мобильных игр удалось достичь показателя в 26 % с суммарной выручкой 32,7 млрд. долл. [4].

В мире стремительно растет число геймеров: к концу 2013 года их насчитывалось более 1,6 млрд., к 2016 году их число превысит 2 млрд., а к 2017 году – почти 2,2 млрд.,

что составит 60% от общего количества Интернет-пользователей.

2. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МИРОВОГО РЫНКА ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ

Рынок игровой индустрии представлен во всех регионах мира, однако интенсивность его развития имеет существенные пространственные различия (табл. 2). Можно выделить три ведущих региона по масштабам его развития – Азиатский, Северо-Американский и Западно-Европейский.

По всем трем параметрам (численность населения, количество пользователей Интернета, валовой объем продаж) лидирует Азиатский регион, прежде всего за счет Восточной Азии (Китай, Япония, Южная Корея, Тайвань). На Азиатский регион приходится 59,94% населения мира, 47,6% пользователей Интернета и 45,5 % валового объема продаж. Учитывая темпы экономического роста и динамику инновационного развития стран региона, территориальные сдвиги в геоэкономическом пространстве, демографические особенности региона и ряд других факторов, можно утверждать, что Азиатский регион не только сохранит лидерство, но и существенно упрочит свои позиции на мировом рынке игровой индустрии.

Таблица 2.
Региональные особенности мирового рынка игровой индустрии, 2014 г.
(составлено по [4]).

Регион	Численность населения, чел.	%	Количество пользователей Интернета, чел.	%	Валовой объем продаж, долл. в год	%
Северная Америка	360 999 000	5,64	322 144 000	10,47	23 773 762 000	26,05
Латинская Америка	595 921 000	9,3	325 640 000	10,58	3 972 265 000	4,35
Западная Европа	406 731 000	6,35	341 359 000	11,09	15 583 248 000	17,08
Восточная Европа	349 319 000	5,45	232 820 000	7,56	2 806 319 000	3,08
Ближний Восток и Африка	819 573 000	12,79	372 136 000	12,09	2 002 391 000	2,19
Азия	3 839 615 000	59,94	1 454 593 000	47,62	41 558 564 000	45,54
Океания	28 519 000	0,45	24 445 000	0,79	1 310 490 000	1,44
Всего	6 406 296 000	100	3 077 857 000	100	91 252 478 000	100

Северная Америка и Западная Европа значительно уступают региону–лидеру, занимая соответственно 26% и 17% мирового рынка по объему продаж и 10,47% и

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МИРОВОГО РЫНКА ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ

11,09% – по числу пользователей Интернета. Однако следует отметить, что американский рынок, несмотря на явные изменения, остается самым масштабным рынком, так как именно здесь располагаются штаб-квартиры крупнейших компаний-разработчиков и издателей. Для Европейского рынка, где разрабатываются наиболее крупные проекты, характерны стабильные продажи продукта.

Латинская Америка, Ближний Восток и Африка, хотя и сравнимы с Северной Америкой и Западной Европой по числу пользователей Интернета, ввиду ряда проблем социально-экономического характера, существенно уступают по способности легального приобретения продукта рынка игровой индустрии, что подтверждают статистические данные (табл. 2).

3. ОСОБЕННОСТИ МИРОВОГО РЫНКА ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ ПО СТРАНАМ

В первую десятку стран-лидеров входят две Северо-Американские страны (США, Канада), пять Западно-Европейских (Германия, Великобритания, Франция, Италия, Испания), три Азиатских (Китай, Япония, Южная Корея).

Однако прогрессивный тренд объема мирового рынка игровой индустрии не означает, что одновременно происходит согласованное и пропорциональное развитие всех его структурных элементов. Опираясь на данные ежегодных отчетов «Global Games Market Report», можно отметить, что меняется, прежде всего, его географическая структура. Если развитые страны продолжают лидировать по основным показателям, то развивающиеся страны за последнее десятилетие существенно активизировали свою деятельность в этом сегменте креативной экономики.

Лидирующие позиции на мировом рынке игровой индустрии занимают три государства – США, Китай и Япония, на порядок опережая остальные страны первой десятки. Так, по валовому объёму продаж в 2014 г. на первом месте находятся США (20,5 миллиардов долларов в год), за ними следует Китай, уступая лидеру всего 2,6 млрд. долл. (табл. 3). При этом структура рынка этих стран сильно различается: в США самым крупным сегментом являются консольные игры, а Китае – ММО. Такая специфика китайского рынка игр объясняется существованием до 2013 года моратория на продажу игровых консолей, что и стало причиной быстрого развития направления ММО игр. Результат: Китай – основной производитель игровых проектов ММО сегмента. В 2014 году объем игрового рынка Китая составил 17,86 млрд. долл., а количество геймеров – 173 млн. чел. Замыкает тройку Япония с показателем 12,2 млрд. долл.

Иные результаты дает анализ душевых показателей. Так, по показателю валового объема продаж в расчете на одного интернет-пользователя первое место занимает Япония (120,20 долл. на 1 чел.). И это не удивительно, учитывая высокий уровень технической культуры населения страны. На второе место вышла Республика Корея с душевым показателем в 78,73 долл. А вот США переместились на третье место (74,68 долл. на 1 чел.). Китай, занимая второе место по абсолютному показателю продаж, перемещается на десятое место по душевому показателю (25,48 долл. на 1 чел.).

Таблица 3.

20 стран-лидеров на мировом рынке игровой индустрии, 2014 г (рассчитано по [4]).

Ранг	Страна	Численность населения страны, чел.	Доля интернет-пользователей в общей численности населения, %	Количество интернет-пользователей, чел.	Валовой объем продаж на 1 интернет-пользователя, долл.	Валовой объем продаж, долл. в год
1	США	322 583 006	85,03	274 292 330	74,68	20 484 628 000
2	Китай	1 393 783 836	50,30	701 073 270	25,48	17 866 677 000
3	Япония	126 999 808	80,05	101 663 346	120,20	12 219 552 000
4	Германия	82 652 256	86,00	71 080 940	49,64	3 528 196 000
5	Велико-британия	63 489 234	87,38	55 476 893	61,76	3 426 259 000
6	Республика Корея	49 512 026	86,10	42 629 854	78,73	3 356 202 000
7	Франция	64 641 279	87,00	56 237 913	46,39	2 608 818 000
8	Канада	35 524 732	89,77	31 890 552	53,87	1 717 991 000
9	Италия	61 070 224	60,40	36 886 415	41,05	1 514 067 000
10	Испания	47 066 402	79,40	37 370 723	39,85	1 489 366 000
11	Бразилия	202 033 670	58,70	118 593 764	11,29	1 339 375 000
12	Российская Федерация	142 467 651	61,81	88 059 255	12,98	1 143 197 000
13	Мексика	125 236 000	45,30	56 757 000	21,06	1 195 456 000
14	Австралия	23 923 000	87,87	20 469 000	57,24	1 171 715 000
15	Тайвань	23 768 000	85,99	20 438 000	37,54	767 272 000
16	Турция	76 691 000	52,53	40 293 000	11,52	464 313 000
17	Нидерланды	16 844 000	93,67	15 778 000	29,41	463 972 000
18	Индия	1 282 390 000	20,90	268 020 000	1,59	428 265 000
19	Польша	38 222 000	70,35	26 889 000	15,17	407 947 000
20	Швейцария	8 239 000	87,66	7 222 000	48,60	351 210 000

На наш взгляд, такая ситуация несколько не умаляет значения Китая, а, наоборот, свидетельствует о мощном потенциале страны в этом направлении развития, так как темпы экономического развития Китая положительны, а доля охвата населения Интернетом составляет чуть более 50 процентов. Учитывая, что в первой десятке средний показатель составляет 22 %, то потенциал Китая – свыше 20 %, а это более 278 млн. человек (вдвое больше численности населения Японии).

Согласно прогнозу «Global Games Market Report» лидером мирового игрового

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МИРОВОГО РЫНКА ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ

рынка в 2016 году станет Китай, достигнув 25 млрд. долл. продаж. Причиной этого является рост интереса пользователей к мобильным играм и активное развитие Интернета. В целом весь АТР к 2017 году обеспечит 50 млрд. долл. продаж мирового рынка игр, хотя по темпам роста он уступит лидерство Латинской Америке (14,2 %). В тоже время регион Европа, Ближний Восток и Африка (ЕМЕА), а также Северная Америка растут более скромными темпами – 4,7% и 3,3% соответственно [5].

Детальный анализ позволяет понять причины описанных тенденций, имеющих место в отдельных странах и регионах. Как было отмечено, развитые страны доминируют на мировом рынке игровой индустрии. Примечательно, что именно развитые страны являются лидерами новых медийных индустрий (разработка компьютерных программ, видеоигр и т.п.), т.е. секторов с генерацией максимального размера добавленной стоимости. Однако следует отметить наметившуюся тенденцию наращивания объемов продаж развивающимися странами. Лидерами в этой группе являются азиатские страны. Основу этого бурного развития составил Китай, а также ряд других стран преимущественно Юго-Восточной и Западной Азии. Причина такой ситуации – в отношении стран Азиатско-Тихоокеанского региона к игровой индустрии, где она является важной составляющей экономического роста.

4. РОССИЙСКИЙ РЫНОК ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ

Российский игровой рынок длительный период существенно отставал от рынков развитых стран. Долгое время незначительный объем продаж цифрового продукта сдерживался активным развитием пиратства. Российская игровая индустрия начала свое формирование в конце 1990-х годов. Но только с середины 2000-х годов благодаря распространению ММО игр начинается ускорение темпов развития игрового рынка и стабильный рост доходов игровой индустрии.

В 2014 году темп роста российского игрового рынка составил 13,3 %, обеспечив стране 12 место в мире (1,14 млрд. долл.). По прогнозам J'son & Partners Consulting, в 2016 году рынок игр в России станет сопоставим в денежном выражении с рынком телевизионной рекламы в стране. К 2016 году, по прогнозам J'son & Partners Consulting, оборот игр в России вырастет на 16% и достигнет отметки 1,89 млрд. долл. [6].

Согласно исследованию агентства Insight ONE «Videogames Industry in Russia 2014», 58% россиян играет в те или иные жанры игр; средний возраст игрока – 30 лет; 68% всех игроков – люди старше 18 лет; 45% всех игроков России – женщины; почти каждый второй игрок – семейный человек; 51% семейных людей имеют хотя бы 1 устройство с доступом в игры в доме; около 89% родителей играют в игры вместе со своими детьми (чаще всего детские игры); 77% всех игроков играют хотя бы 1 час в неделю; 36% играет в игры на своих смартфонах [7]. Неудивительно, что онлайн-игры являются самым прибыльным сегментом интернет-бизнеса в России. На каждого пользователя приходится по 12,98 долларов объема продаж в год. И это лучший показатель среди всех бывших стран СНГ (табл. 4).

Таблица 4.

Рынок игровой индустрии в секторе крупных стран СНГ, 2014 г.
(составлено по [4]).

Ранг	Страна	Численность населения страны, чел.	Доля интернет-пользователей в общей численности населения, %	Количество интернет-пользователей, чел.	Валовой объем продаж на 1 интернет-пользователя долл.	Валовой объем продаж, долл. в год
12	Россия	142 467 651	61,81	88 059 255	12,98	1 143 197 000
40	Украина	44 941 303	43,68	19 630 361	6,04	118 604 000
55	Беларусь	9 307 609	59,22	5 511 966	9,34	51 472 000
62	Казахстан	16 606 878	58,76	9 758 202	3,12	30 491 000
	Всего	213 323 441		122 959 784		1 343 764 000

Всего на 123 миллиона пользователей Интернета стран СНГ в 2014 году пришлось 1,3 миллиарда долларов валового объема продаж, из которых 85 % – доля России.

Большую популярность в России получили мобильные игры – 33, 8 млн. игроков (из более 1,2 млрд. активных игроков в мобильные игры в мире) С 2010 года наблюдается резкий рост объема рынка мобильных игр – с 18 млн. долл. до 165 млн. долл. в 2013 году. Только в 2013 году прирост пользователей мобильного интернета в России составил 53%. Существенную роль в этом процессе сыграл стремительный рост рынка смартфонов: в 2012 году около 37% россиян пользовались смартфонами, в 2013 году – 45%, в 2014 году – 56% [7].

ВЫВОДЫ

Анализ динамики рынка игровой индустрии дает основание утверждать, что данный сектор находится в стадии активного роста, темпы которого будут оставаться на прежнем уровне в силу специфики продукта и его проникновения в нашу жизнь.

В структуре рынка игровой индустрии сформировалось три полюса роста – Северо-Американский, Западно-Европейский и Азиатский.

В географической структуре игрового рынка происходят существенные изменения: участие развивающихся стран в данном секторе креативной экономики стремительно возрастает. Новым лидером в игровой индустрии мира становится Азия. Уже в 2016 году Китай превзойдет США по доходам от игровой индустрии и станет новым лидером игрового рынка.

Современная игровая индустрия России развивается быстрыми темпами. По общему объему игрового рынка в 2014 г. Россия занимала 12 место в мире и 1 место среди стран СНГ. Игровая индустрия Россия имеет существенный потенциал, востребована и развивается стремительными темпами.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МИРОВОГО РЫНКА ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ

Список литературы

1. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. L.: Penguin (Publ.), 2001, 304 p.
2. Florida R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life. N.Y.: Basic Books (Publ.), 2002, 404 p.
3. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. Пер. с англ. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2007. 421 с.
4. Global Games Market Report 2015 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://2015.gmgc.info/ENG_GMGC_Newzoo_Global_Mobile_Games_Market_Whitepaper_Final.pdf
5. The Games Industry Disrupted: 10 Key Moments Towards 2017 [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.newzoo.com/insights/games-industry-disrupted-10-key-moments-towards-2017/#eYp5Y8sT6ZYAJpJV.99>
6. Анализ рынка игр в России и мире, 2014-2016 гг. Текущая ситуация, прогнозы, игроки, проекты и тенденции [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/analiz-rynka-igr-v-rossii-i-mire-2014-2016-gg-tekuschaya-situatsiya-prognozy-igroki-proekty-i-tendentsii-20150724054917
7. Подшибякин А. Статистика видеоигрового рынка в России - 2014: объемы, деньги, пользователи. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.slideshare.net/AndreyPodshibyakin/i1-games-2014>

REGIONAL FEATURES OF THE WORLD MARKET OF THE GAME INDUSTRY

Ojegova L.A., Ojegov A.Yu.

V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Crimea, Russian Federation
E-mail: luda-ogegova@rambler.ru, esgutnu@rambler.ru

The concept of creative economy for the first time has appeared in the western economic science in the beginning of a this century in works of American sociologists Howkins J and Florida R. Creative economy and its component the game industry – new object of researches for social and economic geography. Its results have both scientific and practical value.

The world market of the game industry is one of dynamically developing sectors of world creative economy. On scales it is comparable to many sectors of show business. Dynamics of the world market of the game industry tends stable growth.

The analysis of dynamics of the market of the game industry gives ground to approve, that the given sector is in a stage of active growth which paces will remain at a former level by virtue of a specific character of a product and its penetration into our life.

The market of the game industry is presented in all regions of the world; however intensity of its progress has essential spatial distinctions. In structure of the market of the game industry it was generated three poles of growth – North-American, West-European and Asian.

In geographical structure of the game market there are essential variations: participation of developing countries in the given sector of creative economy promptly increases. The new

leader in the game industry of the world becomes Asia. In 2016 China will surpass the USA under incomes of the game industry and becomes the new leader of the game market.

The modern game industry of Russia develops fast paces. On total amount of the game market in 2014 Russia borrowed 12 seats in the world and 1 seat among the CIS countries. The game industry Russia has essential potential, is demanded and develops prompt paces.

Keywords: creative economy, games industry.

References

1. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. L.: Penguin (Publ.), 2001, 304 p.
2. Florida R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life. N.Y.: Basic Books (Publ.), 2002, 404 p.
3. Florida R. Kreativnyj klass: ljudi, kotorye menjajut budushhee (The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life). Per. s angl. M.: Izdatel'skij dom «Klassika-XXI», 2007. 421 p. (in Russian).
4. Global Games Market Report 2015 [Electronic resource]. - Access mode: http://2015.gmgc.info/ENG_GMGC_Newzoo_Global_Mobile_Games_Market_Whitepaper_Final.pdf
5. The Games Industry Disrupted: 10 Key Moments Towards 2017 [Electronic resource]. Access mode: <http://www.newzoo.com/insights/games-industry-disrupted-10-key-moments-towards-2017/#eYp5Y8sT6ZYAJpJV.99>
6. Analiz rynka igr v Rossii i mire, 2014-2016 gg. Tekushhaja situacija, prognozy, igroki, proekty i tendencii (The analysis of the market of games in Russia and the world, 2014-2016. Current situation, forecasts, players, projects and tendencies) [Electronic resource]. Access mode: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/analiz-rynka-igr-v-rossii-i-mire-2014-2016-gg-tekuschaya-situatsiya-prognozy-igroki-proekty-i-tendentsii-20150724054917 (in Russian).
7. Podshibyakin A. Statistika videoigrovogo rynka v Rossii - 2014: ob#emy, den'gi, pol'zovateli (Statistika of the video game market in Russia - 2014: volumes, money, users). [Electronic resource]. Access mode: <http://www.slideshare.net/AndreyPodshibyakin/i1-games-2014> (in Russian).

Поступила в редакцию 29.04.2015 г.