

DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2410-7395-2021-1-36-51>

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА МИРОВОЙ РЫНОК ВИДЕОИГР

Е. В. Бурденко, В. В. Щепетов

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

Статья посвящена анализу мировой индустрии видеоигр. Рассмотрена структура игровой индустрии, которая включает в себя производителей из разных стран мира. В результате проведенного исследования показано неоднозначное влияние пандемии COVID-19 на мировую индустрию видеоигр. Выделены пострадавшие от введения карантинных мер и самоизоляции подразделения мировой индустрии видеоигр: отмена или перенос на 2021 г. игровых выставок, соревнований, конференций. Среди положительных изменений можно выделить рост объемов продаж видеоигр, увеличение количества пользователей и, соответственно, количества часов игр онлайн. При проведении исследования использовались такие общенаучные методы, как анализ, синтез, классифицирование, исторический. Количественный метод был использован для анализа динамики экономических показателей мирового рынка видеоигр. Графическое представление позволило визуализировать полученные данные. Источником информации при проведении исследования послужили монографии и статьи зарубежных и отечественных ученых, данные аналитических агентств в сфере видеоигр в мире, интернет-ресурсы, специализирующиеся на анализе рынка и потребительском поведении, аналитические данные Всемирного экономического форума и др. Научная новизна исследования состоит в комплексном анализе игровой индустрии, который не проводился ранее, в беспрецедентных условиях пандемии COVID-19.

Ключевые слова: индустрия видеоигр, экономика игровой индустрии, гейминг, консольный рынок.

IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE GLOBAL VIDEO GAMES MARKET

Elena V. Burdenko, Vladislav V. Shchepetov

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

The article focuses on the analysis of the global video game industry. The structure of the gaming industry, which includes manufacturers from around the world, is considered. The study showed the controversial impact of the COVID-19 pandemic on the global video game industry. The units of the global video games industry affected by the introduction of quarantine measures and self-isolation have been highlighted: cancelation or postponement of the events to 2021. Among the positive changes are the following: increased sales of video games, an increase in the number of users and the number of hours of online games. During the research, general scientific methods were used: analysis, synthesis, classification, historical method. The quantitative method was used to analyze the dynamics of economic indicators of the global video game market. The graphical presentation made it possible to visualize the obtained data. The source of information during the research was monographs and articles of foreign and domestic scientists; data from analytical agencies in the field of video games in the world; Internet resources specializing in market analysis and consumer behavior; analytical data of the World Economic Forum, etc. The scientific novelty of the study consists in a comprehensive analysis of

the gaming industry, which has not been conducted before, in the unprecedented conditions of the COVID-19 pandemic.

Keywords: video game industry, gaming industry economy, gaming, console market.

Введение

Исследование влияния пандемии на игровую индустрию является особенно актуальным, принимая во внимание ее глобальную структуру, где сотрудники из разных стран должны взаимодействовать друг с другом. Несмотря на скептицизм некоторых людей, игровая индустрия уже давно является одной из самых крупных отраслей сферы развлечений. Генерируемые доходы игровых компаний исчисляются миллиардами долларов. Так, исходя из прогнозов 2020 г. игровая индустрия оценивается в 159,3 млрд долларов¹. Для сравнения, киноиндустрия по итогам 2019 г. оценивается в 101 млрд долларов², а доход музыкальной индустрии в 2019 г. составил 21,5 млрд долларов³. Если говорить о дальнейших прогнозах относительно игровой индустрии, то аналитики ожидают к 2023 г. увеличения финансовой стоимости индустрии до 200 млрд долларов. Предполагается, что популярность видеоигр особенно будет расти в Латинской Америке и в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Самыми доходными регионами останутся Китай и Северная Америка.

Информационная база исследования в большинстве своем представлена рядом зарубежных экономических и научно-технических изданий, а также узконаправленными интернет-блогами (Engadget, Unity, Deloitte и др.). Не остались без внимания и работы некоторых известных на Западе авторов. Среди них можно выделить Дэвида Л. Крэддока и его «GameDev Stories: Interviews About Game Development and Culture» [4], в которой собрано большое количество интересных для читателя интервью и рассуждений о видеоиграх и сопутствующей культуре в целом. Дизайнеры, издатели, коллекционеры, менеджеры сообществ делятся своим мнением об индустрии. Отметим и работу Роберто Диллона «The Golden Age of Video Games: The Birth of a Multibillion Dollar Industry» [7], повествующую об истории видеоигр, консолей и домашних компьютеров. Уолт Уильямс, работавший над такими хитами, как BioShock и Star Wars Battlefront, в своей книге «Significant Zero: Heroes, Villains, and the Fight for Art and Soul in Video Games» [8] рассуждает на тему компромисса между искусством и бизнесом, а также над важностью создания новых способов повествования истории в видеоиграх. Говоря о культурном разнообразии, упомянем «Video Games

¹ URL: <https://www.reuters.com/article/esports-business-gaming-revenues-idUSFLM8jkJMI>

² URL: <https://www.forbes.com/sites/rosaescandon/2020/03/12/the-film-industry-made-a-record-breaking-100-billion-last-year/#429a0a2734cd>

³ URL: <https://www.statista.com/statistics/272305/global-revenue-of-the-music-industry/>

Around the World» [6] Марка Вулфа. Индустрия видеоигр является глобальной. Игры делаются людьми разных культур и взглядов, что, безусловно, влияет на состояние конечного продукта.

Инвестиционная привлекательность индустрии видеоигр представлена в статьях М. В. Черняева, А. И. Баглея и М. Е. Филькина [2; 3]. В статьях проводится анализ рынка на основе данных 2017, 2019 гг. Рассмотрена структура рынка развлечений, а также крупнейшие компании видеоигровой индустрии. Статья И. В. Николаевой и Н. И. Николаева посвящена исследованию тенденций развития видеоигровой индустрии в России и в мире [1]. В свою очередь Я. Х. Ким и Д. Наурайт, Ч. Сувеатватанакул провели исследование влияния пандемии COVID-19 на киберспорт [5], который оказывает существенное влияние на экономику страны. В связи с этим правительству при составлении стратегических планов в постпандемический период необходимо учитывать инвестиции в киберспорт.

Мировой рынок видеоигр динамично развивается, что приводит к изменению его структуры. Жесткий локдаун в условиях пандемии COVID-19, введенный в разных странах мира, оказал неоднозначное влияние на рынок. Все вышесказанное требует проведения дополнительных исследований.

Результаты и обсуждения

Игровая индустрия включает в себя разработку видеоигр, сопутствующего программного обеспечения, маркетинг и монетизацию продуктов. В ней сосредоточено огромное количество работников по всему земному шару. Современное развитие компьютерных технологий отчасти обязано видеоиграм. Видео- и звуковые карты, графические 3D-усилители, мощные процессоры и сопроцессоры – вот лишь некоторые части развития гейминга. Не стоит забывать о влиянии на удешевление CD и DVD дисководов, а также цифровых средств хранения информации в целом. Индустрия видеоигр берет свое начало с 70-х гг. XX в. Полноправный расцвет индустрия получила в конце 80 – начале 90-х гг. XX столетия, а в начале XXI в. окончательно закрепила свой статус и важность. Говоря о структуре игровой индустрии, можно выделить несколько уровней (рис. 1).

Инвесторы и издатели	• Спонсируют разработку, продвигают продукцию
Разработчики	• Непосредственное создание игры
Производители компонентов	• Создание консолей, персональных компьютеров, видеокарт и т. д.
Дистрибуция	• Ретейл, продажа продукции в магазинах
Программное обеспечение, платформа	• Инфраструктура, операционная система
Конечные пользователи	• Потребители

Рис. 1. Структура игровой индустрии

Как видно из рис. 1, индустрия имеет довольно разностороннюю структуру. Каждый уровень играет определенную роль в жизнеспособности видеоигровой сферы, поэтому важно уделить внимание всем аспектам структуры, так как если убрать какое-то из звеньев, может пострадать вся отрасль. В индустрии могут работать сотрудники, имеющие опыт в традиционном бизнесе, однако существует и некоторый ряд позиций, присущих только игровой индустрии (гейм-дизайнер, игровой продюсер, игровой тестировщик и др.).

Коронавирус затронул жизнь практически всех домохозяйств и компаний на земном шаре. Кто-то смог адаптироваться к новым реалиям, кто-то стал жертвой и серьезно пострадал (не только финансово, но и физически). В период локдауна и самоизоляции видеоигры как средство развлечения обрели особую популярность. В целом индустрия хорошо справилась со сложившимися условиями и прибавила в финансовом плане. Однако начать следует с отрицательных явлений, вызванных пандемией.

В марте 2015 г. один из самых знаковых людей для игровой индустрии Билл Гейтс (сооснователь Microsoft) выступал на площадке TED Talk на тему риска эпидемий. В то время произошла вспышка вируса Эбола, и Б. Гейтс предостерегал человечество об опасности вирусных инфекций: «Когда я был еще ребенком, мы боялись ядерной войны, запасали в подвалах домов консервы и запасы воды. Но сейчас наш мир стоит перед угрозой серьезного вируса, который может унести миллионы жизней по всему миру»¹. Он отмечал, что следует инвестировать в предотвращение вероятных эпидемий, а не в операции по сдерживанию ядерного оружия. «Мы не готовы сейчас к глобальным эпидемиям, нет нужных объединений эпидемиологов, подготовленных врачей», – резюмировал Б. Гейтс. Действительно, филантроп будто бы предвидел грядущие события. Коронавирус ударил по многим секторам экономики. Вспышка вируса повлияла и на индустрию видеоигр. В условиях глобализации каждая отрасль обязательно взаимодействует с другой, все взаимосвязано и оказывает влияние на другой объект. Предлагаем разобраться в том, на что конкретно повлияла пандемия в сфере видеоигровых развлечений (рис. 2).



Рис. 2. Области игровой индустрии, наиболее пострадавшие от пандемии

¹ URL: <https://www.forbes.ru/milliardery/399237-sozdatel-covid-19-kak-bill-geyts-stal-obektom-ataki-storonnikov-teorii-zagovora>

Сфера производства. В феврале и марте 2020 г. многие заводы в Китае приостановили свою работу. В их числе были и заводы, изготавливающие игровые приставки от Nintendo. В начале весны был зафиксирован резкий рост спроса на флагманскую консоль Nintendo Switch. Спекулянты использовали цифровых ботов для быстрой скупки остатков партий консолей и продавали их почти втридорога (800 долл. против обычной цены в 300 долл.). Со временем китайские заводы возобновили свою работу, но далее парализовало филиппинские и малайзийские заводы. Nintendo стала испытывать нехватку печатных плат, а в перспективе проблемы могут возникнуть с модулями памяти DRAM¹.

Другим значимым игрокам консольного рынка также пришлось задуматься о производственных мощностях. Sony, обратив внимание на положение дел Nintendo, решила заранее увеличить изготавливаемую партию консолей нового поколения PlayStation 5. Учитывая популярность игровых консолей в настоящее время, компания приняла решение о дополнительном изготовлении нескольких миллионов консолей, релиз которых был намечен на ноябрь 2020 г.² Однако ситуация вышла из-под контроля. Открытие первой волны предзаказов консолей в сентябре оставило смешанные впечатления. Тираж приставок был раскуплен практически за считанные часы. Похожая ситуация сложилась и с новой консолью от Microsoft Xbox Series X. Тираж консолей нового поколения по предзаказу также был быстро выкуплен. На старте официальных продаж в ноябре возник настоящий дефицит, тысячи пользователей не смогли приобрести новинку. Возникли проблемы и с производством шлемов виртуальной реальности. Например, компания Valve в феврале 2020 г. рапортовала о снижении предполагаемых поставок шлема Valve Index³. Также просматривается общий тренд на сокращение производства материнских плат и видеокарт. Возможно, в будущем их выпуск и продажа пойдут вверх после возвращения бизнес-процессов в норму.

Логистика. Она играет большую роль не только в цепочках поставок игровых комплектующих, консолей и видеоигр, но и на абсолютно все отрасли экономики в эпоху глобализации. Пандемия коронавируса нарушила привычные связи между производителями и потребителями, внесла серьезные изменения в логистику бизнеса. Во время карантина можно однозначно отметить снижение грузопотока в локальном и мировом масштабах. К причинам относятся закрытие границ многих стран мира, массовое закрытие торговых точек, изоляция населения, жесткие ограничения на перемещение. Имели место непосредственно и логистические проблемы:

¹ URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-05-12/nintendo-switch-parts-supply-limited-by-lockdowns-in-asia>

² URL: <https://www.engadget.com/sony-ps5-production-boost-covid-19-demand-153541114.html>

³ URL: <https://www.engadget.com/2020-02-20-valves-index-vr-coronavirus.html>

при наличии складских запасов не хватало водителей, и транспорт простаивал. В свою очередь это повлияло на ретейл игровой продукции и на цепочки поставок различных деталей и комплектующих.

Общественные мероприятия и конференции. Значение игровых выставок и конференций очень велико. Небольшие студии-разработчики используют их для того, чтобы продемонстрировать демоверсию своего проекта и найти для себя инвесторов и издателя. Крупные проекты получают высокие оценки и рекомендации, тем самым набирая популярность у игроков и заведомо повышая будущие продажи. Не стоит забывать и о киберспортивных мероприятиях, где профессиональные команды сражаются между собой на закрытой территории, деятельность происходит с большим количеством зрителей и с сопутствующими развлекательными конкурсами. Все они заметно пострадали на волне COVID-19. Большинство мероприятий были полностью отменены, некоторые были проведены частично либо отправлены в онлайн-формат. Приведем некоторые дорогостоящие и знаковые игровые мероприятия, которые пришлось отменить/изменить из-за пандемии:

- *Game Developers Conference* (Сан-Франциско, март 2020 г.) – перенос на позднее время в онлайн-формат, некоторые большие компании отказались от участия;
- *E3* (Лос-Анджелес, июнь 2020 г.) – полное изменение формата, проведение виртуального Summer Game Fest;
- *Gamescom* (Кельн, август 2020 г.) – частичное проведение в формате онлайн, возможно физическое проведение в 2021 г. в Сингапуре;
- *Paris Games Week* (Париж, октябрь 2020 г.) – полный отказ от проведения.

Рабочие условия. Благополучие персонала влияет на качество выполняемой ими работы. Разработчики игровой индустрии поделились своим мнением относительно того, как пандемия повлияла на их рабочие условия¹. Так, основным трендом стало повышение рабочих часов с одновременным снижением продуктивности. Отвечая на вопрос о том, как пандемия повлияла на бизнес, 34% респондентов отметили снижение их успешности, 37% – высказались об отсутствии изменений, а 31% – заявил об улучшении ситуации. Менее 10% опрошиваемых разработчиков были уволены, 26% – отметили снижение дохода на домохозяйство в целом, 70% опрошиваемых были переведены на удаленную работу из дома, 27% разработчиков уже до пандемии работали из дома. Почти половина разработчиков отметила снижение продуктивности, 1/3 респондентов чувствует упадок изобретательности, работая из дома, 1/10 опрошиваемых чув-

¹ URL: <https://www.globenewswire.com/news-release/2020/07/16/2063524/0/en/Game-Developers-Conference-GDC-Survey-Reveals-Impact-of-COVID-19-on-the-Video-Game-Industry.html>

ствуется себя защищенно и готова выйти в офис немедленно. Каждый третий разработчик признался, что какой-то из их проектов был перенесен на более поздний срок из-за пандемии.

Переносы проектов и финансовая неопределенность. Большое количество ожидаемых проектов было перенесено из-за пандемии. Причинами послужили усложнение коммуникации между всеми уровнями разработки проекта, усложнение/невозможность доступа к специальным технологиям (например, Motion capture – метод анимации персонажей, требует наличия специализированного оборудования и студии), удлинение тестирования продукции, логистические проблемы в поставках дисковых версий видеоигр, неопределенность, финансовый риск и др. Игровые издательства не понаслышке знают о важности правильной даты выпуска продукта. Во внимание берутся многие аспекты, в том числе конкурентная обстановка, учет традиционно благоприятных кварталов для выпуска видеоигры. Из высокобюджетных видеоигр, дата выхода которых была перенесена из-за пандемии, можно выделить:

- *The Outer Worlds* для Nintendo Switch – с 6 марта 2020 г. на 5 июня 2020 г.;
- *The Last of Us Part II* – с 29 мая 2020 г. на 19 июня 2020 г.;
- *Ghost of Tsushima* – с 26 июня на декабрь 2020 г.;
- *Mafia: Definitive Edition* – с 28 августа 2020 г. на 25 сентября 2020 г.;
- *Halo Infinite* – с 4-го квартала 2020 г. на 2021 г.

Обозначив отрицательное воздействие пандемии на игровую индустрию, рассмотрим благоприятные последствия сложившихся трендов для индустрии.

Сравним официальные показатели игровой индустрии за 2019 г. с предполагаемыми данными за 2020 г. (рис. 3; 4).

Игровая индустрия наращивает свои финансовые показатели из года в год. Не стал исключением и прошлый год. *Мобильный сегмент* развлечений занимает первое место по доходности (68,2 млрд долл.), главными издателями являются такие компании, как Tencent (5,5 млрд долл.) и NetEase (2,65 млрд долл.), основными потребительскими рынками мобильных развлечений (по количеству загрузок игр и приложений) являются Индия, США, Бразилия и Россия. На *консольный рынок* приходится 45,3 млрд долларов. Лидер рынка текущего поколения консолей – компания Sony (более 100 млн проданных консолей), следом идет Nintendo (свыше 60 млн проданных консолей), замыкает тройку лидеров Microsoft (свыше 45 млн проданных консолей)¹. *ПК-сегмент* набрал стоимость в 35,3 млрд долларов. Следует отметить снижение доли браузерных игр в общей структуре ПК-игр (3,5 млрд долл. в 2019 г., снижение показателя на 15% по сравнению с

¹ URL: <https://www.vgchartz.com/>

2018 г.). Игры для более хардкорной аудитории заработали 31,8 млрд долларов (больше чем в 2018 г. на 5%).

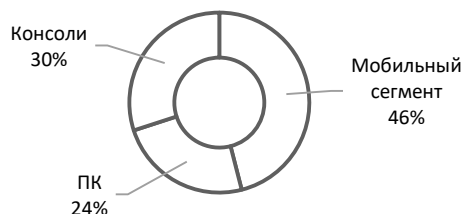


Рис. 3. Доля в общей стоимости индустрии за 2019 г.¹

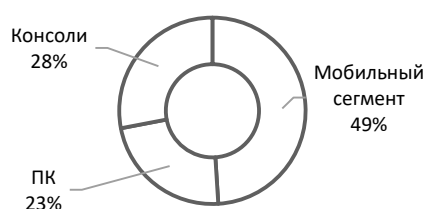


Рис. 4. Предполагаемая доля в общей стоимости индустрии за 2020 г.²

Как видно из рис. 4, предполагается, что финансовая оценка игровой индустрии увеличится до 159,3 млрд долл. Главной движущей силой останется *мобильный гейминг*. На его долю придется примерно 77 млрд долларов. Мобильный сегмент является первой ступенью на пути к более продвинутому развлечению. Он обладает низким порогом входа, следовательно, большое количество людей может попробовать себя в цифровых игровых развлечениях. Сейчас смартфон есть практически у каждого человека, живущего в условиях современной цивилизации. Во время карантина часть населения получила больше свободного времени, а учитывая необходимость пребывания дома, большинство индивидов находились в состоянии скуки. Некоторые решили попробовать для себя мобильные игры, либо увеличить количество часов пребывания в них. Отсюда и рост мобильного сектора, связанный с последствиями локдауна. Возможно, определенная группа лиц в дальнейшем перейдет в *консольный сегмент* и станет заядлыми игроками. Пока же процентная доля консольных игроков сокращается, отрасль планирует нарастить доходность (особенно учитывая выход консолей нового поколения). При этом *персональные компьютеры* сократили свою долю в 2020 г. В частности, это можно связать с подорожанием комплектующих из-за производственного кризиса во время пандемии.

¹ Источник рис. 3: URL: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2019-12-17-gamesindustry-biz-presents-the-year-in-numbers-2019>

² Источник рис. 4: URL: <https://newzoo.com/products/reports/global-games-market-report/>

Перейдем к изучению *потребительского поведения* во время социального дистанцирования (рис. 5.).

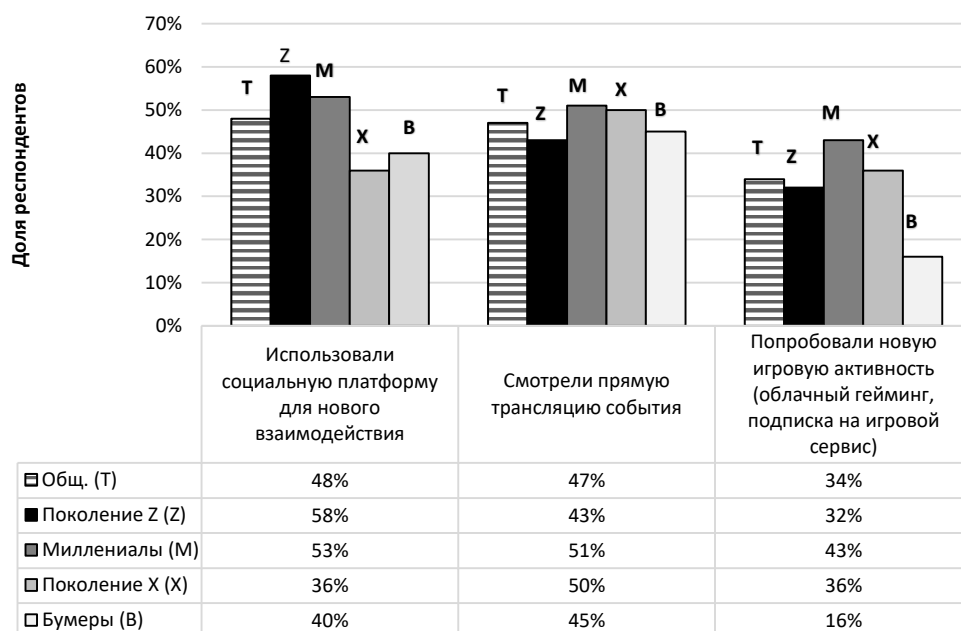


Рис. 5. Пользователи и новая цифровая активность на примере жителей США¹

Исходя из исследования Deloitte можно с уверенностью сказать, что карантин способствовал развитию игровой индустрии. Разные поколения в разной степени попробовали новую для себя активность в сфере цифровых развлечений и игровых технологий. Поколение Z (14–23 лет) и миллениалы (24–37 лет) были наиболее активными. Это неудивительно, поскольку многие представители данных групп росли, играя в видеоигры. Более 40% респондентов из этих поколений отнесли видеоигры в лидирующую тройку в списке своих любимых развлечений. Поколение X (38–54 лет) и бумеры (55–73 лет) тоже открыли для себя что-то новое. Безусловно, эта аудитория важна для индустрии (учитывая ее платежеспособность), и следует найти способ перевода этих людей с казуальных, случайно зашедших пользователей, на уровень постоянных пользователей.

Рассмотрим изменения в сфере игрового стриминга и трансляций (рис. 6).

Игровые стриминговые площадки пережили настоящий бум во время пика карантина (так же как и аналоги из сферы кино и музыки). Особенно это относится к главному сервису Twitch, владельцем которого

¹ Источник рис. 5: URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/video-game-industry-trends.html>

является Amazon. Компания насчитала более 1 млрд часов просмотренного пользователями видео-контента в I квартале 2020 г. (примерно на 20% больше чем в 2019 г.).

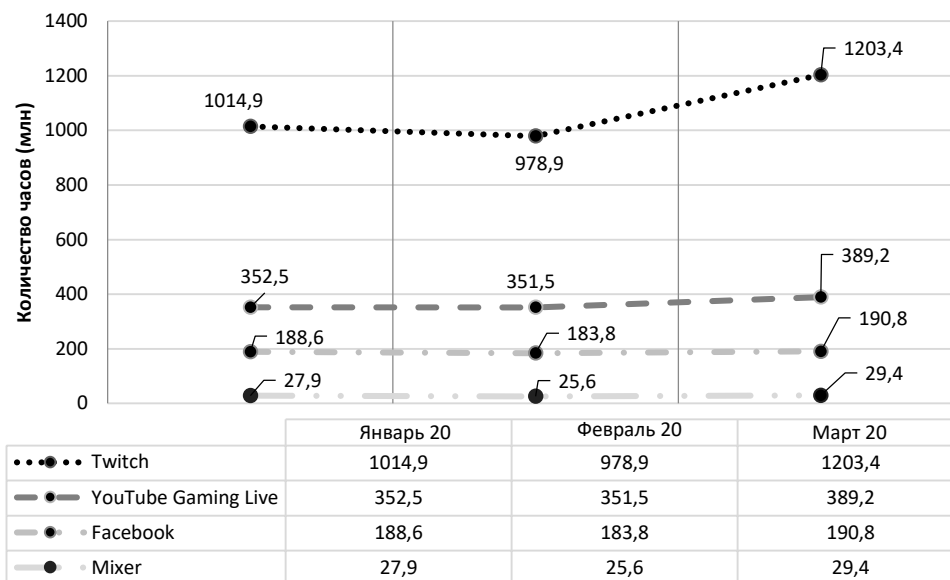


Рис. 6. Популярность геймерских онлайн-стриминговых площадок в I квартале 2020 г.¹ (в млн ч)

Вернемся непосредственно к играм для продвинутой аудитории, изучим положение дел с каждодневной пользовательской базой в течение карантина по странам мира (рис. 7; 8).

Обычно весенний период считается сложным временем для игр, большинство людей предпочитают проводить время на природе, заниматься активными видами спорта. Но во время карантина ситуация резко изменилась. Так, в 2019 г. можно наблюдать уменьшение аудитории, но реалии пандемии в 2020 г. наоборот привлекли большое количество пользователей к компьютерам и консолям. На пике можно наблюдать 46%-ное увеличение показателя. Видеоигры и стриминговые мероприятия скрашивали людям тяжелый период самоизоляции.

Изначально сильный мобильный сегмент получил дополнительное увеличение во время пандемии. В весеннем периоде уменьшения аудитории не наблюдалось, как у хардкорной сферы, поскольку в мобильные игры можно играть по дороге на работу или в гости. Тем не менее показатели выросли во время локдауна. Это можно объяснить наплывом новых

¹ Источник рис. 6: URL: <https://www.weforum.org/agenda/2020/05/covid-19-taking-gaming-and-esports-next-level/>

пользователей. Как уже отмечалось ранее, путь к консольному и компьютерному геймингу начинается с мобильных платформ.

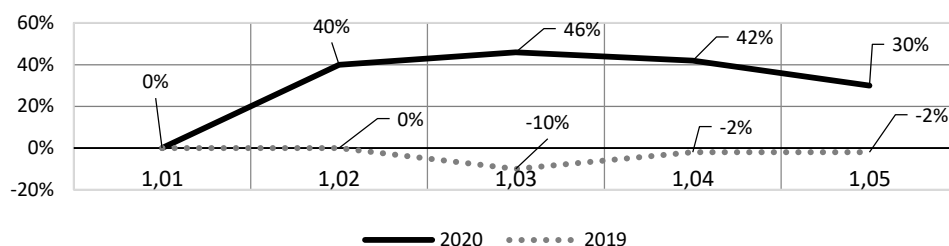


Рис. 7. Ежедневно активная база пользователей в хардкорных проектах¹ (в %)

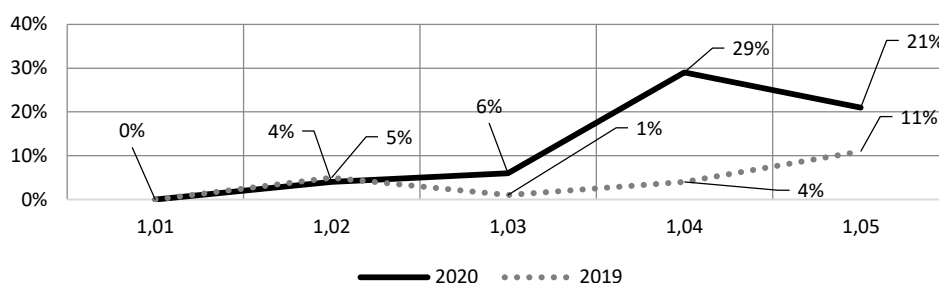


Рис. 8. Ежедневно активная база пользователей в мобильных проектах (в %)

Как известно, игровая индустрия является глобальной. Поэтому необходимо рассмотреть, в какой степени изменились расходы конечных пользователей на видеоигры и сопутствующую продукцию в зависимости от региональной принадлежности (рис. 9). В сравнении принимали участие Латинская Америка, Северная Америка, страны Азиатско-Тихоокеанского региона, а также Европа вместе со странами Ближнего Востока и Африки (включены в единую группу под названием «Ев., БВ., Афр.»). В диаграмме рассматриваются три временных периода: до пандемии COVID-19; во время первой волны пандемии COVID-19; после первой волны пандемии COVID-19.

Как отмечалось ранее, рынок Латинской Америки считается одним из самых перспективных для компаний игровой индустрии. Во время пика пандемии траты конечных пользователей увеличились на 52% по сравнению с тратами до пандемии. После пика пандемии траты пользователей несколько уменьшились, однако находятся на достаточно высоком уровне. Нахождение в локдауне повлияло на потребительские расходы жителей

¹ Источник рис. 7; 8: URL: <https://create.unity3d.com/COVID-19s-impact-on-the-gaming-industry>

Северной Америки на видеоигры в наименьшей степени по сравнению с остальными регионами. Азиатско-Тихоокеанский регион занял второе место по приросту затрат. Европа, Ближний Восток и Африка занимают третье место по приросту затрат пользователей на видеоигры и сопутствующие товары и продукты.

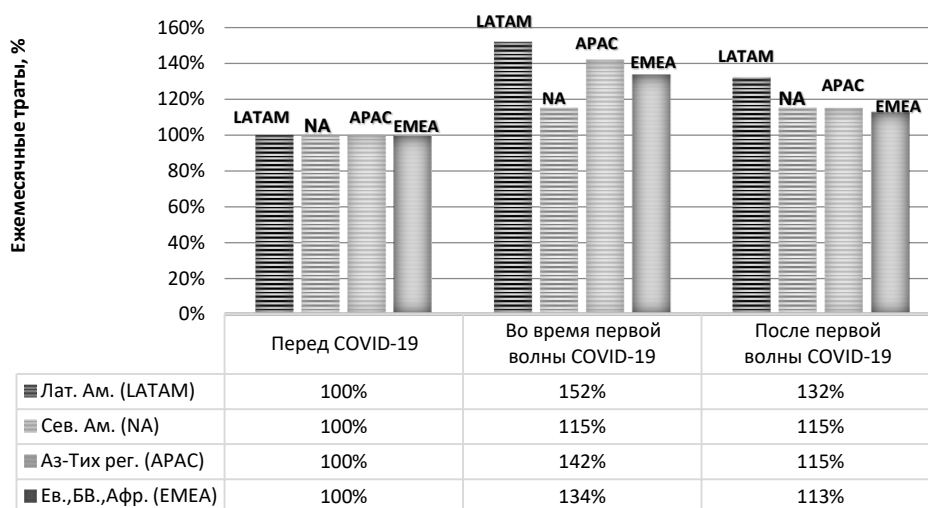


Рис. 9. Затраты конечных пользователей игровой индустрии до/во время/после пика пандемии¹ (в %)

Что касается России, то пандемия придала дополнительный импульс развитию индустрии. По данным платежного сервиса QIWI, за время карантина россияне потратили на покупку игр примерно на 71% больше, чем за период с марта по май 2019 г. При этом средний чек вырос почти на 44%. Увеличился объем и внутриигровых покупок (на 12% по сравнению с 2019 г.). Интернет-провайдеры также отметили рост игрового трафика примерно на 25% за период с марта по май 2020 г. Ожидается, что показатель сохранит свой рост.

Вместе с тем компании игровой индустрии не остались безразличными к мировой катастрофе. На наш взгляд, необходимо сказать о той помощи, которую индустрия оказала нуждающимся. Приведем лишь некоторые примеры благотворительности, которую осуществляли игровые компании во время пандемии COVID-19:

– CD Project Red (Польша) – организовала пожертвование в размере 950 000 долларов некоммерческой организации Fundacja Wielka Orkiestra Swiatecznej Pomocy для борьбы с распространением COVID-19 в Польше;

¹ Источник рис. 9: <https://www.consulting.us/news/4803/pandemic-boosting-global-video-game-market-and-effects-will-linger>

- EA (США) – организация сбора средств среди сотрудников для поддержки усилий по оказанию помощи по всему миру. В результате было собрано около 2 млн долларов;
- FunPlus (Китай) – присоединение к инициативе #PlayApartTogether, дополнительно пожертвовала 250 000 долларов в фонд COVID-19 Solidarity Response;
- Humble Bundle (США) – выпустила специальный набор, в состав которого входили более 40 игр, а также несколько цифровых и аудиокниг. Все деньги от продажи пошли организациям, занимающимся борьбой с распространением COVID-19;
- Paradox Interactive (Швеция) – передала часть доходов от продажи некоторых игр в фонд ВОЗ и фонду ООН;
- Sony (Япония) – выделила 10 млн долларов на поддержку небольших студий разработчиков, испытывающих финансовые трудности во время пандемии. Запустила инициативу Play At Home для побуждения владельцев PlayStation соблюдать правила социальной дистанции, раздала бесплатно цифровые копии лучших игр прошлого поколения.

В заключение отметим основные тренды, которые будут главенствовать в игровой индустрии в ближайшее время. Влияние пандемии очевидно, индустрии придется улучшить имеющиеся модели доставки игр пользователям через облачные и мобильные платформы. Рост мобильного рынка обращает на себя внимание крупных издателей и разработчиков, все больше высокобюджетных проектов появляются на мобильных платформах. Велико значение и облачного гейминга, так как он позволяет играть по сети, не покупая дорогостоящего оборудования и производительных мощностей. Учитывая рост затрат конечных потребителей, сохранится тренд расширения монетизации проектов за счет подписки. Еще одним трендом является взаимодействие игровой индустрии с другими сферами. Так, в США во время перерыва спортивных лиг по ТВ-каналам транслировали спортивные матчи, которые проводились не на реальных полях, а на виртуальных (Madden NFL, FIFA, NHL). Музыкальные события собирали миллионы игроков одновременно в Fortnite (концерт Трэвиса Скотта). Индустрии необходимо придумать способы удержания новых игроков, для этого нужно все больше внедрять видеоигры в повседневную жизнь, варьировать формы игровых развлечений, придавать им значение в качестве одного из подвидов современного искусства. Пандемия заметно подняла спрос на игровые развлечения, создала бум в продажах, вывела электронные развлечения на более массовый уровень. Учитывая дальнейшее развитие технологий (увеличение вычислительных мощностей, внедрение виртуальной/дополненной реальности и т. д.), отрасль выглядит перспективно. Тем не менее ведущим компаниям индустрии не стоит принимать это как данность, они должны работать и дальше в направлении персонализации и роста качества услуг.

Выводы

1. Изучено негативное влияние пандемии COVID-19 на производство комплектующих для компьютерных систем и для игровых консолей, логистические процессы, конференции и выставки, состояние рабочей обстановки и сбой графика выходов проектов. Наиболее болезненными оказались сбои в производстве, повлекшие за собой дефицит консолей нового поколения, а также отмена важных общественных мероприятий для игровой индустрии, вследствие чего некоторые небольшие компании-разработчики не получили должного продвижения своей продукции.

2. Сопоставлены финансовые показатели за 2019 и 2020 гг. В стоимостном выражении индустрия видеоигр выросла примерно на 10 млрд долларов. Особенно развивается сектор мобильных развлечений, который считается входным уровнем в индустрию для потребителей (сейчас практически каждый человек, живущий в достаточно развитой стране, обладает смартфоном). Наиболее перспективными являются рынки Латинской Америки и Азиатско-Тихоокеанского региона. В этих странах зафиксирован наибольший рост потребительских затрат на продукцию во время пика пандемии.

3. Уделено внимание поведению целевой аудитории игровой индустрии во время социального дистанцирования. Наиболее активными были представители поколения Z и миллениалы. Они чаще остальных пробовали для себя что-то новое, подписывались на игровые сервисы, смотрели игровые трансляции. Потребители в целом стали более активными, ежедневно увеличивалась активная база игроков по сравнению с 2019 г. (особенно в высокобюджетных консольных и компьютерных проектах). Это связано с тем, что люди стали проводить основную часть времени дома. В период напряженности обстановки и роста уныния, большое количество людей наконец-то обратило внимание на видеоигры, которые способны помочь отвлечься от проблем реальной жизни. Без возможности встреч с друзьями в кафе, на выставках и других публичных местах, приятели начали собираться вместе на виртуальных просторах. Наиболее популярными стали многопользовательские видеоигры, такие как Fall Guys: Ultimate Knockout и Among Us. Выросла пользовательская база стриминговых сервисов, особенно в Twitch.

4. Рассмотрен вклад ряда компаний игровой индустрии в борьбу с коронавирусной инфекцией. Крупные предприятия жертвовали большие суммы денег в специальные фонды здравоохранения, поощряли игроков за выполнение требований домашнего режима, заботились о безопасности своих сотрудников.

5. Спрогнозирован вектор развития индустрии. Даны краткие рекомендации по популяризации видеоигр, обозначены основные тренды, отмечена важность развития мобильного сегмента и облачных сервисов.

В настоящее время российские компании на рынке видеоигр практически не представлены. Россияне выступают в большей степени потребителями игрового контента. Возможно, российским предпринимателям стоит обратить внимание на активно развивающуюся индустрию видеоигр. В качестве дальнейшего развития исследования авторы видят создание комплекса мер по повышению эффективности риск-менеджмента в сфере игровой индустрии в условиях деформации привычных бизнес-процессов.

Список литературы

1. Николаева И. В., Николаев Н. И. Тенденции развития видеоигровой индустрии в России и в мире // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 8-2. – С. 277-282.
2. Филькин М. Е. Инвестиционная привлекательность и перспективы игровой индустрии // Экономика и управление: проблемы и решения. – 2020. – № 10 (106). – С. 87-93.
3. Черняев М. В., Баглей А. И. Видеоигровая индустрия сквозь призму экономической и инвестиционной привлекательности в современных условиях // Инвестиции и инновации. – 2018. – № 12. – С. 33-37.
4. Craddock D. L. GameDev Stories: Interviews about Game Development and Culture. – Paperback: Start Press, 2018. – January 8.
5. Kim Y. H., Nauright J., Suveatwatanakul C. The Rise of E-Sports and Potential for Post-COVID Continued Growth // Sport in Society. – 2020. – November 23. – P. 1861-1871. – DOI: 10.1080/17430437.2020.1819695.
6. Wolf M. J. P. Video Games Around the World. MIT Press Scholarship, 2016. – January
7. Dillon R. The Golden Age of Video Games : the Birth of a Multibillion Dollar Industry. – Hoboken : CRC Press, 2011.
8. Williams W. Significant Zero: Heroes, Villains, and the Fight for Art and Soul in Video Games. – Hardcover: Atria Books, 2017. – September 19.

References

1. Nikolaeva I. V., Nikolaev N. I. Tendentsii razvitiya videoigrovoy industrii v Rossii i v mire [Trends in the Development of the Video Game Industry in Russia and in the World]. *Vestnik Altayskoy akademii ekonomiki i prava*, 2020, No. 8-2, pp. 277-282. (In Russ.).
2. Filkin M. E. Investitsionnaya privlekatelnost i perspektivy igrovoy industrii [Investment Attractiveness and Prospects of the Gaming Industry]. *Ekonomika i upravlenie: problemy i resheniya*, 2020, No. 10 (106), pp. 87-93. (In Russ.).
3. Chernyaev M. V., Bagley A. I. Videoigrovaya industriya skvoz prizmu ekonomicheskoy i investitsionnoy privlekatelnosti v sovremennykh usloviyakh [Video Game Industry through the Prism of Economic and Investment

Attractiveness in Modern Conditions]. *Investitsii i innovatsii*, 2018, No. 12, pp. 33–37. (In Russ.).

4. Craddock D. L. *GameDev Stories: Interviews about Game Development and Culture*. Paperback, Start Press, 2018, January 8.

5. Kim Y. H., Nauright J., Suveatwatanakul C. The Rise of E-Sports and Potential for Post-COVID Continued Growth. *Sport in Society*, 2020, November 23, pp. 1861–1871. DOI: 10.1080/17430437.2020.1819695.

6. Wolf M. J. P. *Video Games Around the World*. MIT Press Scholarship, 2016, January.

7. Dillon R. *The Golden Age of Video Games : the Birth of a Multibillion Dollar Industry*. Hoboken, CRC Press, 2011.

8. Williams W. *Significant Zero: Heroes, Villains, and the Fight for Art and Soul in Video Games*. Hardcover, Atria Books, 2017, September 19.

Сведения об авторах

Елена Викторовна Бурденко

кандидат экономических наук, доцент
кафедры политической экономии
и истории экономической науки
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет имени
Г. В. Плеханова», 117997, Москва,
Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Burdenko-EV@yandex.ru

Владислав Валерьевич Щепетов

магистр факультета экономики торговли
и товароведения РЭУ им.

Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет имени
Г. В. Плеханова», 117997, Москва,
Стремянный пер., д. 36.

E-mail: vlad17go@mail.ru

Information about the authors

Elena V. Burdenko

PhD, Associate Professor
of the Department of Political Economy
and History of Economic Science
of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian
University of Economics,
36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997,
Russian Federation.

E-mail: Burdenko-EV@yandex.ru

Vladislav V. Shchepetov

Master student of the Faculty of Economics
of Trade and Commodity Science
of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian
University of Economics,
36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997,
Russian Federation.

E-mail: vlad17go@mail.ru