

УДК 330.1

**Хлебникова Софья Даниловна,**

студент,  
кафедра международной экономики и менеджмента,  
Институт экономики и управления,  
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»  
г. Екатеринбург, Российская Федерация

**Зданавичус Юлия Сергеевна,**

студент,  
кафедра международной экономики и менеджмента,  
Институт экономики и управления,  
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»  
г. Екатеринбург, Российская Федерация

**Баскакова Ирина Владимировна,**

доцент,  
Институт экономики и управления,  
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»  
г. Екатеринбург, Российская Федерация

## **ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В ИНДУСТРИИ ИГР**

### *Аннотация:*

В работе содержится оценка влияния индустрии игр на пользователей. Выявлены тенденции потребительского поведения, факторы, его обуславливающие, для анализа аудитории потребителей контента.

### *Ключевые слова:*

Индустрия игр, игровая платформа, рынок видеоигр, геймеры, пользователи.

Индустрия компьютерных игр (англ. Video game industry, также индустрия интерактивных развлечений) — раздел экономики, взаимосвязанный вместе с исследованием, продвижением и реализацией компьютерных игр. В неё вступает огромное число профессий, согласно которым функционируют десятки тысяч людей по всему миру. Значимость обращения к отмеченной проблематике обуславливается этим, что данный вид развлечения и отдыха показывает существенное влияние во всемирную экономику по причине значительного преуспевания торговли главных игровых концепций и непосредственно самих игр (Call of Duty: Black Ops, заработавшая в первые пять суток релиза более \$600 миллионов, поставив новый мировой рекорд по продажам из числа фильмов, книг и компьютерных игр). [1]

Игровая индустрия, затрагивающая мобильные, компьютерные, консольные и иные виды игр, охватывает огромное количество потребителей. Например, крупное экспертное агентство Newzoo — аналитическая компания в сфере исследования рынка компьютерных игр — насчитала в мире 1775489000 геймеров. За последние 40 лет игровая индустрия развилась быстрыми темпами в плане технологий: от самых первых игровых приставок Atari 2600 с картриджами объемом в 32 килобайта до нового поколения приставок, например, playstation, чей общий тираж на момент 2023 года составил 500 млн устройств. Соответственно, вопросы, связанные с исследованием специфики потребительского поведения игроков (геймеров), позволяющие объяснить особенности предпочтений тех или иных виртуальных благ, представляются актуальными прежде всего с практической точки зрения. [2]

Цель статьи - выявить особенности поведения игроков, отдающих предпочтение определенным видам игровых контентов и виртуальных благ. Основу исследования составили статистические данные, характеризующие игровую индустрию в США, Великобритании, Германии, Японии, Бразилии, Южной Кореи, Франции, России, Индии, Турции и Саудовской Аравии в период с 2020 по 2022 гг. [3]

Сильнее всего выражены в ряде стран такие факторы как интересный жанр, возможность продвигаться по уровням, а также хороший сюжет. Из примеров игр можно преподнести такие как «Ведьмак 3: Дикая охота» (бестселлер в своем жанре, а также игра, не выходящая из топов продаж и онлайн с момента релиза), «Vamput», «Elder Ring». Это можно объяснить желанием не только получить эмоции (Baldur's Gate 3), но и посоревноваться с другими геймерами в плане уровней, это особо видно в играх «Skyrim», «Genshin Impact», «Honkai Star Rail» и

других жанра MMORPG, где с повышением уровня открываются новые «фишки» или «плюшки» (то есть новые возможности для развития персонажа и новые интересные квесты).

Таблица 1 – Проценты интереса по факторам удовольствия от игр\*

Факторы, влияющие на удовольствие (в %)											
	США	Велико- британия	Япония	Бразилия	Южная Корея	Германия	Франция	РФ	Индия	Турция	Саудовская Аравия
Интересный жанр	42	43	55	49	52	49	46	53	40	49	50
Возможность продвигаться по уровням	50	52	39	57	44	46	49	45	45	47	47
Хороший сюжет	31	29	40	40	46	33	38	47	37	38	35
Элемент соревнования	34	30	18	35	21	17	27	26	38	36	37
Спецэффекты	23	17	9	28	13	15	14	21	39	28	29
Возможность играть с другими	18	13	11	21	17	14	19	15	35	33	31

\*Сделано авторами по данным Exlibris.ru

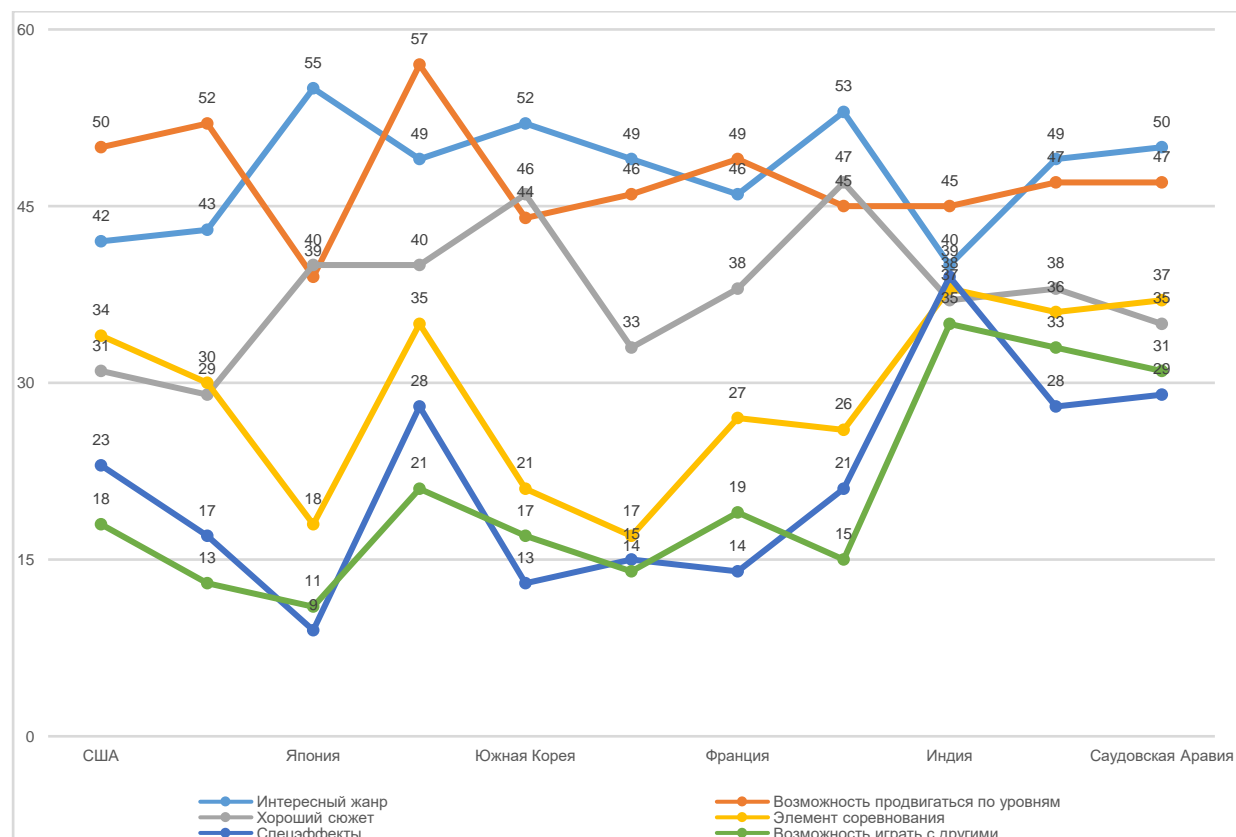


Рисунок 1 – Факторы, влияющие на степень удовольствия пользователей от контента

Самыми же маловажными факторами кажутся спецэффекты и возможность играть с другими. Спецэффекты можно объяснить тем, что качество игр растет, следовательно, растет и графика, на которую затрачивается как большой бюджет компании, так и производительность самой игры, а это дает сильную

нагрузку на компьютерный процессор, из-за чего геймеры не могут позволить себе поставить графику на «высокую» или «ультра», то есть спецэффекты не наблюдаются должным образом. Низкий процент интереса к мультиплеерным играм обусловлен отсутствием новинок на данном поприще или же «токсичным» обществом в данных играх, например, «Dota 2» и «CS:GO», где часто можно увидеть и даже услышать агрессивно настроенных игроков.

Объём мирового рынка видеоигр в 2022 году достиг 184,4 миллиарда долларов. Это чуть меньше, чем объём в пандемийный 2021 год, когда интерес к играм заметно повысился. Благодаря развитию интернет-технологий и популярности интеллектуальных мобильных устройств, доходы от Интернета и мобильных игр быстро растут, так как многие игры больше не привязаны к определенному месту или времени, что приводит к увеличению числа пользователей. [4]

Можно заметить, что индустрия игр также развивает платформы, связанные с просмотром игр, такие как YouTube и Twitch, где из российский аналогов с монетизацией есть Boosty и VKPlay. С октября 2019 г. по сентябрь 2020 г. время просмотра игрового контента во всем мире достигло более 100 млрд часов, а число действующих каналов YouTube, приуроченных к виду развлечения, равняется сорок миллионов. [5]

Все большую популярность обретает "облачный гейминг" - возможность играть на любом устройстве через удаленный сервер. Показатели особенно выросли на мобильных устройствах: с 19% в прошлом до 26% геймеров в 2023 году. Выручка в этой области увеличилась более чем на 50%.

На сегодняшний день мобильные игры постепенно стали основным направлением современной игровой индустрии. Точно половину рынка захватывают мобильные игры (50%), следом за ними по популярности идут консольные — 28%, игры для ПК на третьем месте, занимая 21% индустрии видеоигр. [6] Мобильным играм удалось завоевать подобную значительную часть из-за удовлетворения многих условий: увеличению мощности персональных телефонов, доступности скоростной сети интернет и возникновению таких технологий, как геолокация и дополненная реальность. Сведения согласно рынку, которую собирают аналитические агентства, говорит об этом, то что в 2022 г. инвесторы израсходовали на мобильные игры 110 миллиардов долларов (в 2021 году сумма составила на 6 миллиардов больше).

В вершине наиболее рентабельных игр оказались Candy Crush, Honor of Kings и Genshin Impact. [7] Отмечено также, что наблюдается тенденция повышения возраста геймеров: если в 2014 году эта цифра составила 27,7 лет, то в 2019 году средний возраст потребителей игр равен 36,3 лет. Количество мобильных геймеров в 2020 году достигло 2,5 миллиарда, что подтверждает факт того, что мобильные платформы доступнее и популярнее остальных.

Демография мобильных игр показывает, что в США в 2021 году женщин-игроков было 55% от общего количества, при этом они чаще мужчин играют и тратят деньги в игре. Большая часть женщин предпочитает однопользовательские игры и головоломки, в то время как мужчины обращают внимание на стратегии и экшн-игры. Игроки западных государств, Стране восходящего солнца и Российской Федерации пореже других расходуют средства на игры. Нередкого в целом бросают прохождение с тоски. 30% выходят из игры, вследствие того что миновали ее вплоть до окончания, а 20% — из-за отсутствия обновлений. 20% пользователей, которые удалили игру, сделали это из-за ее чрезмерной сложности, 18% — из-за несложности. Для молодых игроков гораздо важнее общение в игре и возникновения нового содержания, по сравнению с другими.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Индустрия компьютерных игр. - URL: [https://future.fandom.com/ru/wiki/Индустрия\\_компьютерных\\_игр](https://future.fandom.com/ru/wiki/Индустрия_компьютерных_игр)
2. Исследование потребительских предпочтений пользователей многопользовательских компьютерных игр на основе применения пассионарной теории этногенеза Л. Н. Гумилева. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-potrebitel'skih-predpochteniy-polzovateley-mnogopolzovatel'skih-kompyuternyh-igr-na-osnove-primeneniya-passionarnoy>
3. Как меняется игровая индустрия в России и в мире: совместное исследование Google и Savanta. - URL: <https://exlibris.ru/news/kak-menyaetsya-igrovaya-industriya-v-rossii-i-v-mire-sovmestnoe-issledovanie-google-i-savanta/>
4. Financial Analysis and Investment in The Games Industry. - URL: <https://typeset.io/papers/financial-analysis-and-investment-in-the-games-industry-3r7acdpu>
5. 2021 Глобальные тенденции в мире игр. – URL: Глобальные тенденции в мире игр – Google for Games
6. GamesIndustry.biz presents... The Year In Numbers 2022. - URL: <https://www.gamesindustry.biz/gamesindustrybiz-presents-the-year-in-numbers-2022>
7. Индустрия игр. - URL: <https://scream.school/blog/gameindustry>

**Khlebnikova Sofya Daniilovna,**  
student,  
department of systems analysis and decision making,  
Institute of economics and management,  
Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin  
Yekaterinburg, Russian Federation

**Zdanavichus Yulia Sergeevna,**

student,

department of systems analysis and decision making,

Institute of economics and management,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation

**Baskakova Irina V.,**

associate professor,

Institute of Economics and Management,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin,

Yekaterinburg, Russian Federation

## **FEATURES OF CONSUMER BEHAVIOR IN THE GAME INDUSTRY**

### *Abstract:*

The work contains an assessment of the influence of the games industry on users. Trends in consumer behavior and the factors that determine it have been identified to analyze the audience of content consumers.

### *Keywords:*

Games industry, gaming platform, video game market, gamers, users.