

Иконников Максим Денисович,

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.

Ружанская Людмила Станиславовна,

д.э.н., доцент, заведующий кафедрой,

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.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АЛЬТЕРНАТИВЫ РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ВИДЕОИГР: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИНДУСТРИИ НА ФОНЕ РОСТА РЫНКА

Аннотация:

В статье впервые проведён анализ индустрии компьютерных игр в Российской Федерации на основании данных о выборке успешных отечественных производителей компьютерных игр за период с 2018 по 2022 гг. Данные для анализа были получены из баз данных СПАРК Интерфакс, Statista, сервиса Steam Charts. Для рассмотрения стратегических альтернатив развития были проанализированы два малых предприятия индустрии при помощи метода кейс-анализа. Рассмотрено 11 компаний, у которых наблюдаются рост прибыли и доходов от основной деятельности, а также постепенный рост числа сотрудников. На основании анализа кейсов и анализа литературы были выявлены основные отличительные черты российской индустрии компьютерных игр. Выявлены условия развития производителей в индустрии и мер государственной поддержки. Выделены основные тенденции в развитии рынка и индустрии видеоигр в Российской Федерации. По результатам анализа российская индустрия компьютерных игр в текущий момент может быть охарактеризована как развивающаяся. Несмотря на положительные экономические результаты, для достижения больших объемов необходимо преодолеть несколько существующих барьеров, которые угрожают всей индустрии, такие как кадровый голод и сохраняющаяся конкуренция с западными компаниями. Общие перспективы российского рынка видеоигр после введения санкций со стороны западных стран и протекционистских мер со стороны государства являются куда более положительными, чем до 2022 года.

Ключевые слова:

Индустрия видео игр, разработчики, стратегические альтернативы, рынок видео игр, государственная поддержка.

Введение

Традиционно в исследованиях по России авторы пишут о рынке видеоигр, и очень редко упоминается индустрия, так как лидерами продаж являются иностранные компании-гиганты, оставляя ничтожно малые объемы для отечественных производителей. Основными игроками в отрасли компьютерных игр на российском рынке являются три иностранных разработчика: Sony Interactive Entertainment - японская компания, выпускающая не только игры, но и собственную платформу для игр - PlayStation; Microsoft Games - отделение Майкрософт, которое за счет недавних приобретений крайне сильно увеличило выручку (особенно покупка студии Mojang, которая сделала одну из самых популярных игр в мире); Tencent Games - компания, владеющая студиями Riot Games и Grinding Gear Games, которые создали несколько успешных онлайн-проектов. Российские производители не сопоставимы с лидерами рынка по объемным показателям.

Данное исследование ставит своей целью выявить направленность динамики развития отечественной индустрии компьютерных игр в условиях масштабных санкций и растущей поддержки со стороны государства. Автор ставит перед собой следующие исследовательские вопросы: есть ли свидетельства развития отрасли в условиях ограничений на импорт? какие стратегические альтернативы используют российские компании-производители? Действительна ли государственная поддержка отрасли?

Опираясь на аналитику глобального и национального рынка, исследования зарубежных авторов, посвященные тенденциям развития отрасли, и также используя комплекс источников пользовательской

статистики, данные официальной отчетности компаний в работе представлены исследовательские кейсы, позволяющие дать первые оценки тенденций развития национальной отрасли компьютерных игр.

Новизна данного исследования заключается в том, что представлен не рынок, а отрасль, кроме того, поисковый характер имеет подход к сбору данных о национальной отрасли, так как не существует официальной отчетности по выделению индустрии, нет бизнес-ассоциаций, собирающих аккумулированные данные, сложность выделения принадлежности к отрасли по классификатору ОКВЭД также делает задачу поиска информации нетривиальной. Поисковая стратегия представлена в разделе методы и данные.

Обзор литературы

Несмотря на то, что в целом число исследований, посвященных индустрии компьютерных игр растет, эта область исследований может считаться относительно новой и растущей, как и сама отрасль. Авторами чаще всего поднимались вопросы поднимались такие вопросы создания ценности в видеоигровой индустрии (Marchand, & Hennig-Thurau, 2013). Это объясняется неосознанной природой услуги, производящейся в этой креативной отрасли. Создание видеоигр за последние тридцать лет стало значительной частью индустрии развлечений, наравне с традиционными, такими как кино и музыка. Однако все-еще ограниченно число работ посвящено этой сфере. Кроме молодости индустрии это объясняется новыми формами организации бизнеса и рынков продуктов. В дополнение к этому индустрия тесно связана с другими секторами экономики, что порождает мультипликационный эффект при создании стоимости видеоигр (Lehtonen, Gustafsson, Hassan, 2023). Из отрасли, которая относилась к сфере развлечений, она превратилась в индустрию, в которую вовлечены разработчики игр, пользователи, зрители и актеры, которая объединяется с другими развлекательными и не развлекательными отраслями, такими как образование и здравоохранение.

Поскольку сама отрасль и рынок пока еще не устоялись и не приобрели четкие границы, важной задачей в исследованиях является описание тенденций развития отрасли в разных странах и составление прогнозов развития отрасли и рынков отдельных типов продуктов с подзадачей сбора данных для таких прогнозов и описания надежных источников информации. При этом важной особенностью спроса на видеоигры является то, что положительная корреляция между ВВП на душу населения, доходами рынка и числом игроков наблюдается в развитых странах Северной Америки и Европы, и отрицательная с бедными странами Азии. Что роднит спрос со спросом на продукты, вызывающими зависимость (Palma-Ruiz et al., 2022).

Авторы отмечают, что индустрия видеоигр (ИВИ) – это высоко инновационный и быстрорастущий сектор, который стал доминирующей силой в индустрии развлечений, что имеет значительные экономические и социальные последствия. Несмотря на растущее внимание, которое ученые и практики уделяют ИВИ, в литературе нет конструкта для понимания ее сложной природы и глубинной динамики (Goh, Al-Tabbaa, Khan2023). В частности, до сих пор, анализ стратегий компаний, их успеха и выживания на рынке опирается не на открытые базы, но на уникальные наборы данных, что свидетельствует о молодости как самой отрасли, так и направления исследований (Cabras et al., 2017). Исследования отмечают высокую глобализацию индустрии видеоигр, даже с учетом важности наличия квалифицированных разработчиков, у создателей нет привязки к конкретным регионам и странам, а деятельность универсальна и не специфицирована по странам. Отмечается также высокая роль сетевого взаимодействия, качественных управленческих и предпринимательских навыков. При этом исследований по рынку видеоигр существенно больше, чем по индустрии. Большая часть исследований отрасли основана на данных по странам, где функционируют крупнейшие мировые производители компьютерных игр, на российских данных такого рода литература отсутствует в связи со структурой отрасли и ее историческим развитием: лидерами, а в начале и единственными производителями были крупнейшие многонациональные компании. Рынок и отрасль подверглись воздействию новых условий хозяйствования после 2022 года. Есть ли существенные изменения в рыночном положении отечественных производителей игр и способствует ли политика государственной поддержки отрасли развитию этого сектора креативных индустрий?

Особенности развития российского рынка компьютерных игр: рынок vs индустрия

Россия – крупнейший в Европе рынок игр по численности населения. По отдельным оценкам⁸ в 2021 году объем рынка составлял 3,4 млрд долларов (15-е место в мире, с ежегодным темпом роста в 2019-2021гг. в 14 %) ⁹. По прогнозам Statista¹⁰, в 2024 году объем рынка видеоигр в России достигнет US\$2,333.00 млн. Ожидается, что ежегодные темпы роста (CAGR 2024-2027) составят 7,47%, в результате чего к 2027 году объем рынка составит 2 896,00 млн долларов США. Количество пользователей на рынке видеоигр к этому времени может составить 24,4 млн человек. Крупнейшим сегментом рынка видеоигр являются онлайн-игры, объем рынка которых в 2024 году составит 749,20 млн долларов США. В глобальном сравнении наибольший доход ожидается в Китае - 94 490,00 млн долларов США в 2024 году. Игровая индустрия обогнала кинопрокат по объему рынка (рисунки 1).

⁸ <https://www.gamesindustry.biz/games-firms-opposing-russia-are-cutting-off-a-usd3-4bn-market>

⁹ [https://tadviser.com/index.php/Article:Computer_and_video_games_\(Russian_market\)](https://tadviser.com/index.php/Article:Computer_and_video_games_(Russian_market))

¹⁰ <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-games/russia>

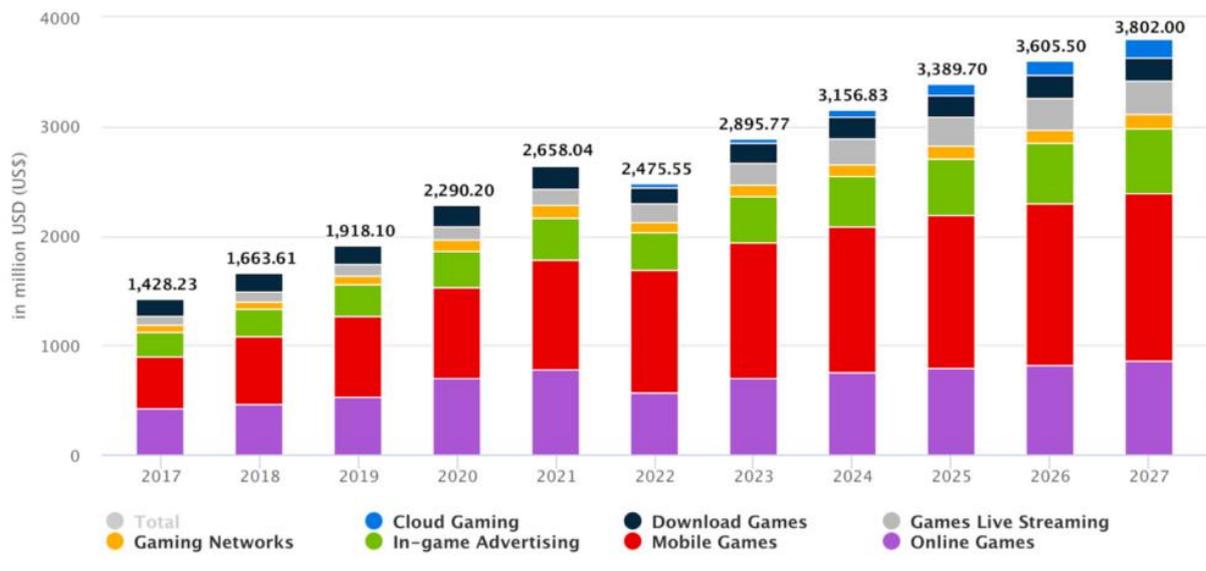


Рисунок 1 – Динамика российского рынка видеоигр факт и прогноз до 2027 года, млн. долл США
 Источник: Statista Market Insights

В России были созданы условия для бурного роста рынка и инфраструктура для развития индустрии: растущая потребительская аудитория, высококвалифицированные разработчики, широкое распространение ПК и доступа в интернет. Крупные издатели и игровые сервисы, такие как Playrix, ZeptoLab, Xsolla и другие, были основаны в России и сначала обслуживали местных геймеров и разработчиков, а затем вышли на международный рынок. Внутренний рынок России, по прогнозам, будет продолжать расти, хотя и без непосредственного участия большинства мировых издателей.

Статистика по российскому рынку видеоигр собирается с 2012 года и фиксирует очень высокие темпы роста. Но важно, что уже в 2019 году крупнейшие российские IT компании, такие как Сбер, которые обладают ресурсами для создания конкурентных продуктов, также зашли в индустрию. А с 2020 года в российских вузах появились учебные курсы по киберспорту и разработке игр. Все большее число пользователей отказываются от игр для консолей и переходят на игры для мобильных устройств¹¹, что расширяет возможности рынка и облегчает распространение продуктов.

Несмотря на значительный спад в 2022 году(по некоторым оценкам, на 80 %)¹², ожидается, что со временем потребительские расходы увеличатся. Может ли это дать широкие возможности для отечественных разработчиков?

Нужно принимать во внимание, что до сих пор для развивающихся рынков, таких как Россия и Китай сохраняется неконкурентный доступ к услугам, или пиратство (В 2022 году доля пиратских игр в России достигла 69%)¹³. Часть российских производителей пошла по пути редомициляции или выделение из бизнеса российских и зарубежных активов. При этом производство и выпуск игр на российский рынок происходит через международные сетевые формы (яркий пример Atomic Heart).

Государство оказывает поддержку российским производителям игр. В 2022 году началось принятие первых мер, которые можно считать факторами, положительно влияющими на индустрию. Так, в конце 2022 года, согласно Приказу Минцифры о расширении видов экономической деятельности, необходимых для аккредитации как IT-компаний, студии-разработчики видеоигр теперь также могут получать льготы, как компании данной сферы. Кроме того, Президент РФ, по итогам встречи с представителями креативных индустрий 30 марта 2023 года, обнародовал ряд поручений, часть которых также направлена на поддержку видеоигр, а именно на помощь в выходе на международные рынки. Помимо этого, в Российской Федерации существует три организации, спонсируемые государством, которые осуществляют грантовую поддержку разработчиков видеоигр - Институт Развития Интернета, Президентский фонд культурных инициатив, и Фонд Содействия Инновациям. За период с 2022 по 2023 год ИРИ выделило 960 млн рублей для разработчиков компьютерных игр и планирует активное выделение средств дальше.

Методология и данные

По состоянию на 2022 год в Российской Федерации зарегистрировано 69635 компаний всех размеров, у которых зарегистрирован ОКВЭД 62.01- Разработка компьютерного программного обеспечения. Эта

¹¹ <https://allcorrectgames.com/insights/the-russian-games-market/>

¹² [https://tadviser.com/index.php/Article:Computer_and_video_games_\(Russian_market\)#Reduction_of_the_Russian_online_games_market_by_80.25](https://tadviser.com/index.php/Article:Computer_and_video_games_(Russian_market)#Reduction_of_the_Russian_online_games_market_by_80.25)

¹³ [https://tadviser.com/index.php/Article:Computer_and_video_games_\(Russian_market\)](https://tadviser.com/index.php/Article:Computer_and_video_games_(Russian_market))

группировка включает и производство компьютерных игр. Однако, собственно устоявшихся разработчиков, то есть тех, у кого с начала функционирования и по конец 2022 года на рынок выведено хотя бы более 1 компьютерной игры удалось обнаружить 11 компаний (таблица 1). Региональная структура выборки смещена в сторону крупнейших городов Москва (6 компаний) и Санкт-Петербург (2 компании), и по одной компании в Новосибирской области, Свердловской области и Калининградской области. Все регионы – центры развития креативных индустрий и концентрированного размещения высококвалифицированной рабочей силы в IT-индустрии. Кроме того, это крупные рынки сбыта и одна особая экономическая зона.

В связи с незначительным количеством наблюдений для анализа ситуации в отрасли использован кейс-метод для анализа стратегического положения компаний и выявления тенденций в развитии основных отечественных игроков на рынке. Информация для кейсов отдельных компаний собрана из различных источников с учетом перекрестного анализа, а именно:

1. Сайты компаний-разработчиков компьютерных игр
2. Онлайн-площадка Steam, являющаяся крупнейшим сервисом по цифровому распространению игр
3. Сайт Steam Charts, который предоставляет статистику относительно количества пользователей онлайн за конкретные промежутки времени, согласно данным Steam.
4. База данных СПАРК Интерфакс для основных экономических показателей компаний за 2018-2022 гг.

Таблица 1 – Размер компаний выборки

Компания-производитель компьютерных игр	Численность сотрудников, 2022 год	Размер компании по численности и сотрудникам	Выручка, тыс руб, 2022 год	Размер по выручке	Выработка на 1 сотрудника, тыс. руб/чел, 2022 год
<u>1С ГС, ООО</u>	135	Среднее	417 292 000	Малое	3 091 051,9
<u>АЙСПИК ЛОДЖ, ООО</u>	17	Малое	17 347 000	Микро	1 020 411,8
<u>АЛАВАР.РУ, ООО</u>	39	Малое	86 924 000	Микро	2 228 820,5
<u>БЕРЕЗКИ, ООО</u>	15	Микро	-	-	-
<u>БРЕЙНДЕВ, ООО</u>	12	Микро	133 536 000	Малое	11 128 000
<u>ЛЕСТА ГЕЙМС МОСКВА, ООО</u>	101	Среднее	484 334 000	Малое	4 795 386,1
<u>МАЙ.ГЕЙМЗ ДЕВЕЛОПМЕНТ, ООО</u>	678	Крупное	3 584 994 000	Крупное	5 287 601,8
<u>САБЕР ИНТЕРАКТИВ СГС, ООО</u>	708	Крупное	1 845 323 000	Среднее	2 606 388,4
<u>ТАРГЕМ ГЕЙМЗ, ООО</u>	139	Среднее	219 398 000	Малое	1 578 402,9
<u>УЛИТКА, ООО</u>	180 (2019)	Среднее	486 899 000	Малое	-
<u>Х.К., ООО</u>	137	Среднее	150 948 000	Малое	1 101 810,2

Источник: составлено авторами, данные СПАРК Интерфакс

Большинство компаний принадлежит к группе МСП и только 2 компании достигли размера крупного бизнеса по численности сотрудников, а по показателю выручки только 1 фирма МАЙ.ГЕЙМЗ ДЕВЕЛОПМЕНТ. При этом у крупных фирм в отрасли есть бенефициар Mail.ru Group, что объясняет их размер. Для двух компаний недостаточно данных, чтобы посчитать выработку на одного сотрудника, но по всем остальным следует отметить, что у всех фирм выработка превышает 1 млн рублей в год на одного работника. При этом наибольшая отдача совсем не связана с размером фирмы и отличается в разы даже у фирм одной размерной группы. Максимальное значение показатель принимает у микропредприятия БРЕЙНДЕВ, что свидетельствует о сильной динамике показателей в связи с рыночными успехами компаний.

Если проанализировать динамику показателя выручки для компаний выборки за 5 лет (рисунок 2), то половина выборки демонстрирует относительную стабильность, хотя в период до 2020 года у всех компаний наблюдался рост (за исключением Сабер Интерактив, у которой нет данных до 2020 года). После кризиса, вызванного пандемией коронавируса, динамика стала разниться: три компании незначительно сократили свои обороты, в то время как две крупнейшие компании демонстрируют резкий рост выручки, остальные же опять показывают стабильность продаж.

Результаты эмпирического анализа

Контент анализ и анализ пользовательской статистики позволили выявить две диаметрально противоположные стратегические альтернативы для независимых игроков в отрасли: первая – компания, ориентированная на массовый рынок и максимизаторское поведение; вторая – нишевая студия, ориентирующаяся на продукт и его качество, а не на прибыль. При этом в сложившейся ситуации с предложением продуктов обе стратегии могут привести к росту компаний. В качестве иллюстрации стратегических альтернатив приведены кейсы компании 1С Game Studios и Ice-Pick Lodge.

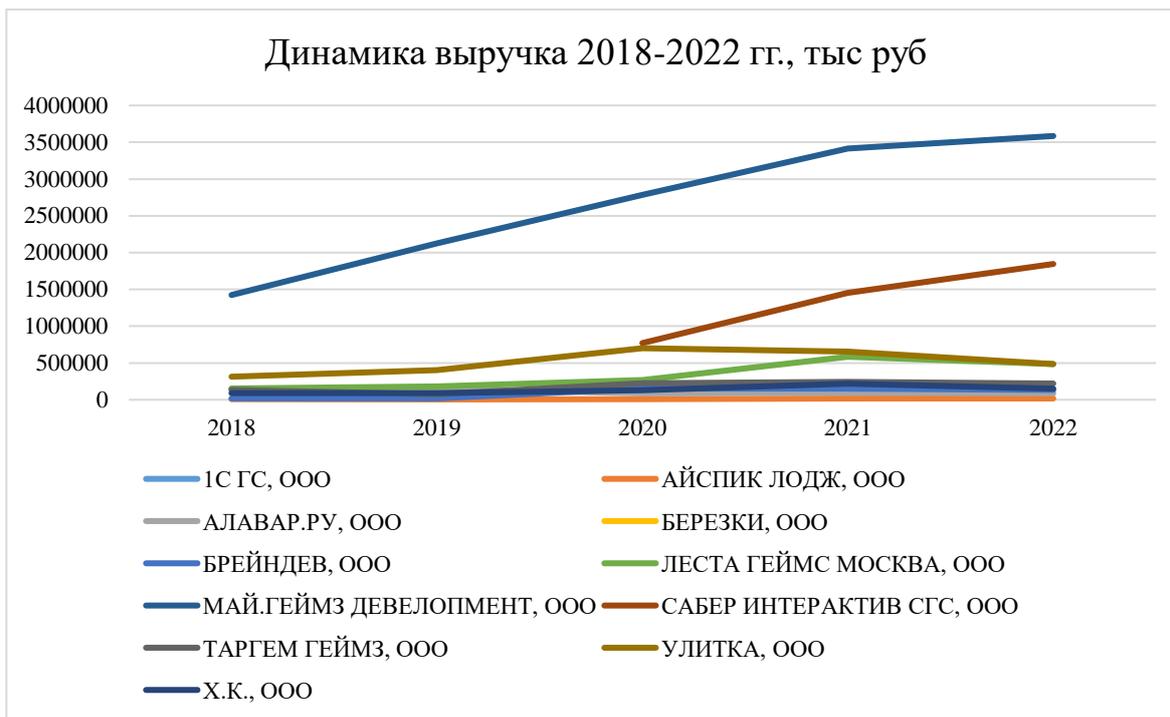


Рисунок 2 – Динамика выручки от продаж компаний-производителей компьютерных игр, 2018-2022 гг., тыс руб
 Источник: составлено авторами, данные СПАРК Интерфакс

Факторов рыночного успеха несколько. Начиная от спроса на "русскую диковинку" и "родные игры" и заканчивая тем, что создаваемые проекты оказались действительно качественными и удовлетворяющими запрос клиентов.

В последние годы государственная поддержка компаниям поступает не в форме дотаций, а мерами направленными на улучшение состояния бизнесов: налоговые льготы, льготное кредитование, понижение налоговой ставки и прочее.

Кейсы компаний

1С Game Studios

Дочерняя фирма компании-издателя и локализатора (занимается переводом на язык других стран, русский)

Студия существует 12 лет, основанная из студии 777Studios, которая до этого разрабатывала симуляторы воздушного боя (В текущее время сайт удален, можно ознакомиться через Веб Архив).

История компании с 2012 года:

2012 год. Студия создана. 20 человек

2013 год. Анонс первого крупного проекта.

2014 год. Выход первого крупного проекта, «Ил-2 Штурмовик: Битва за Сталинград». Стоит от двух до четырех тысяч рублей, 5 тысяч отзывов в Steam, высокие оценки.

2015 год. Начало разработки второго крупного проекта, «Калибр».

2016 год. Выход «Ил-2 Штурмовик. Битва за Москву», которое является по сути дополнением, а не игрой. (Возможно, первое использование модели DLC в бизнесе среди российских разработчиков)

2017 год. Студия разрастается до 60 человек. В более старую игру серии, «Ил-2 Штурмовик: Великие Сражения» добавлен режим виртуальной реальности.

2018 год. Выход второго дополнения, «Ил-2 Штурмовик: Битва за Кубань».

2019 год. Бета-тест (ранний релиз) нового проекта – онлайн-шутера «Калибр». Выход третьего дополнения для ИЛ-2 Штурмовик.

2020 год. «Калибр» достигает 1 миллиона человек (информация только с сайта разработчика. Найти статистику на этот год не удалось. Релиз игры в Steam был только в 2023 году, пиковый онлайн был 5,3 тыс, затем постоянно падал).

2021 год. В «Калибр» добавляют английский язык, что позволяет рекламироваться на мировой рынок (иностранцы и российские игроки). Студия разрастается до 100 человек (по СПАРК – среднесписочная численность это 19 человек, а в 2022 году уже 135 человек).

2022 год. Выход еще одного DLC для Ил-2 Штурмовик.

2023 год. Штат студии растет до 200 человек (утверждать, что это так на деле, не следует.). Анонс двух новых проектов, «Сказки Старой Руси» (выкуплены права на создание игры по успешному литературному проекту, использован популярный в текущее время жанр) и «Война Миров: Сибирь» (использован жанр Action

Adventure, в последние годы вышло несколько популярных проектов этого же жанра (Legend of Zelda: Breath of the Wild и Tears of Kingdom)).

Стратегическое положение компании: Крупная студия, с большими финансовыми возможностями. Не является акционерным обществом. Финансовый отчет демонстрирует рост продаж. Получили в начале существования популярную в России серию, первый крупный проект до сих пор жив и поддерживается, вышел на международный уровень. С 2023 года, вероятно увидев возможность, решили заняться разработкой новых, крупных проектов, нацеленных в первую очередь на аудиторию России и СНГ, т.к. в качестве составляющей миссии видят распространение «культурного кода России».

Ice-Pick Lodge

Маленькая компания, основанная энтузиастами в начале 2000-ых, в 2006 году зарегистрирована, но коммерческую деятельность ведут с 2002. Существует 18 лет. Студия фокусируется на создании искусства в контексте видеоигр, а не коммерческой деятельности.

2005 год – релиз первого и самого известного проекта, «Мор.Утопия» с положительными отзывами в отечественных СМИ.

2008 год – выход второго и куда менее известного проекта, «Тургор».

2009 год – выход второй версии «Тургор» под названием «Голос Цвета». Даже после выхода на площадку Steam у игры всего 861 отзыв (в основном положительные).

2011 год – выход игры «Эврика!». Игра была воспринята очень холодно (250 отзывов для уже известной студии критически мало). Неудачная попытка создания коммерчески успешной игры для поддержания работы студии.

2013 год – выход игры «Тук-тук-тук». Второй самый известный проект студии. Воспринята изданиями весьма неоднозначно, пользователями, в итоге – положительно. Первый проект, вышедший в Steam. Также проект вышел на многих платформах и нескольких языках.

2018 год – пиковая среднесписочная численность сотрудников.

2019 год – выход игры «Мор 2». Игра вновь получила достаточно смешанные оценки ввиду неоправданной сложности, однако пользователи весьма радостно восприняли новый проект, 7 тысяч отзывов. На этот же год приходится сокращение среднесписочной численности сотрудников.

2020 год – Череда увольнений/сокращений, самая низкая среднесписочная численность. Анонс трех новых проектов – «Помни...», «Франц», «Нейросказка».

2021 год – Прирост численности сотрудников. Скорее всего, связан с разработкой игры «Помни...».

2022 год – Выход игры «Помни...». Игра прошла достаточно незаметно ввиду популярности ровно одной серии игр у студии.

2023 год – выход игры «Франц», первая игра для мобильных устройств от студии. Высокие оценки, большое число установок. Коммерциализации у игры нет.

Стратегическое положение компании: Малая, не ориентированная на прибыль студия, имеющая одну успешную серию и ряд нишевых продуктов. Студия стабильно демонстрирует доход за период 2018–2022 годов за счет покупки их основных игр «Мор» и «Мор 2».

Заключение

В настоящее время положение индустрии видеоигр в Российской Федерации является нестабильным. Сохраняется ряд барьеров, таких как неконтролируемый пиратский доступ к зарубежной продукции, отток разработчиков, целых команд разработки и сервисов за рубеж, удорожание частных инвестиционных средств, несмотря на существование благоприятных характеристик бизнес среды (государственная поддержка, наличие квалифицированных выпускников университетов, большое число потребителей, рост охвата территории России широкополосным интернетом, снижение среднего возраста игроков, наличие платежеспособных потребителей).

Среди российских компаний можно выявить две стратегии, которые друг от друга отличаются диаметрально. Первая предполагает упор на коммерческий успех за счет онлайн-проектов, которые отличаются большей монетизацией и привлечением большого трафика игроков за счет модели free-to-play. Такая стратегия является более прибыльной и надежной, поскольку может быть успешно скопирована у западных конкурентов. Второй стратегией является создание игр, предназначенных только для одного игрока, и несущими в себе культурный код России или нестандартный подход к разработке игры. Данный подход является куда более рискованным, однако именно благодаря такому подходу о продукции российских компаний узнают за рубежом. В последнее время можно увидеть, что более крупные компании также перенимают данную стратегию в своей деятельности и успешно реализуют. Если данный тренд будет поддержан большим количеством компаний, российская индустрия компьютерных игр может получить долю на зарубежных рынках.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Cabras, I., Goumagias, N. D., Fernandes, K., Cowling, P., Li, F., Kudenko, D., ... & Nucciarelli, A. (2017). Exploring survival rates of companies in the UK video-games industry: An empirical study. *Technological Forecasting and Social Change*, 117, 305-314.
2. Goh, E., Al-Tabbaa, O., & Khan, Z. (2023). Unravelling the complexity of the Video Game Industry: An integrative framework and future research directions. *Telematics and Informatics Reports*, 100100.

3. Lehtonen, M. J., Gustafsson, R., & Hassan, L. (2023). The multiplex of value creation and capture logics in the video game industry: An integrative review of 20 years of studies and a future research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 195, 122756.
4. Marchand, A., & Hennig-Thurau, T. (2013). Value creation in the video game industry: Industry economics, consumer benefits, and research opportunities. *Journal of interactive marketing*, 27(3), 141-157.
5. Palma-Ruiz, J. M., Torres-Toukoumidis, A., González-Moreno, S. E., & Valles-Baca, H. G. (2022). An overview of the gaming industry across nations: using analytics with power BI to forecast and identify key influencers. *Heliyon*, 8(2).

Ikonnikov Maxim Denisovich,

student,

Department of International Economics and Management,

Institute of Economics and Management,

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

Yekaterinburg, Russian Federation.

Lyudmila Stanislavovna Ruzhanskaya,

doctor of economics, associate professor, head of the department,

Department of International Economics and Management,

Institute of Economics and Management,

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

Yekaterinburg, Russian Federation.

**STRATEGIC ALTERNATIVES FOR RUSSIAN VIDEO GAME MANUFACTURERS:
PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE DOMESTIC INDUSTRY AGAINST THE
BACKGROUND OF MARKET GROWTH**

Abstract:

For the first time, the article analyzes the computer game industry in the Russian Federation based on data on a sample of successful domestic computer game manufacturers for the period from 2018 to 2022. The data for the analysis were obtained from the SPARK Interfax, Statista, and Steam Charts databases. To consider strategic alternatives.

Keywords:

Video game industry, developers, strategic alternatives, video game market, government support.