**Предпроектное исследование**

**Анализ рынка мобильных игр**

Глобальный рынок игр

Sensor Tower опубликовали новый отчет State of Mobile 2025, охватывающий 10 отраслей и 23 рынка, в котором делают вывод о росте кол-ва мобильных приложение использующих ИИ. Отмечается тренд развитие инди-сегмента. В 2024 году в их отчете утверждается, что мировая IAP-выручка рынка мобильных игр составила 80,9 млрд долларов, что на 4% выше прошлого года.

Факторы:

* В 2024 мировая IAP-выручка рынка мобильных игр составила 80,9 млрд долларов.
* Снижение количества новых игр в топе , но стабильность по загрузкам:   
  С 2020 года число новых игр в топ-1000 сократилось с 200 до 100, однако среднее число загрузок на игру остается стабильным (1–2 млн). Это указывает на смещение фокуса с количества на качество, что выгодно инди-разработчикам
* Глобализация рынка:

80% загрузок и расходов приходится на приложения, выпущенные вне страны разработчика. Это позволяет инди-командам масштабироваться на международные рынки

Российский рынок

Объем российского рынка мобильных игр в 2024 году достиг $247,2 млн, увеличившись на 12%, что позволило России занять пятое место в мире по количеству загрузок игр и 36-е по доходам от внутриигровых покупок. Такие данные в конце января 2025 года представила исследовательская компания Sensor Tower.

**Анализ конкурентов**

1. Stardew Valley

Описание и специфика:

* + Фермерский симулятор с рыбалкой, пиксель-арт, RPG-элементы
  + Нет внутриигровых покупок, только цена за саму игру
  + Рыбалка является одной из механик игры, но не основной.
  + С 2019 года имеет мобильную версию

Платформа: ПК, мобильные устройства IOS/Android  
 Вывод: фанаты этой игры могут стать потенциальной аудиторией нашей игры.

1. Fishing Planet

Описание и специфика

* + Реалистичный многопользовательский онлайн-симулятор рыбалки от первого лица.
  + Динамическая погода
  + Динамическая вода, меняющаяся в зависимости от ветра, течения и глубины
  + Наличие лодок, байдарок и т.п.

Платформа: ПК, мобильные устройства IOS/Android

Вывод: очень реалистичный симулятор рыбалки может быть слишком сложен для большинства игроков

1. Fishdom  
   Описание и специфика

* Гибридный жанр – сочетание «три в ряд» (match-3) и симулятора аквариума.
* Fishdom — бесплатная игра, но с внутриигровыми покупками и монетизацией через рекламу.
* Развитие аквариума – игроки зарабатывают монеты, чтобы покупать рыб, декор и улучшать подводный мир.
* Разнообразие уровней – сотни головоломок с разными целями.

Платформа: ПК, мобильные устройства IOS/Android

Вывод: Простая игра с головоломками и уходом за рыбками, но может надоесть из-за повторяющихся уровней.

## **Портрет целевой аудитории**

#### **Портрет потребителя**

Исследования аудитории мобильных игр показывают, что основная аудитория – 18–34 года, но растет доля игроков старше 35. Дети (до 13 лет) тоже играют, но их доля зависит от региона (в некоторых странах ограничены платежи).

В зависимости от пола распределение игроков в мобильные игры между мужчинами и женщинами примерно равное, но с небольшими различиями в зависимости от региона и жанров игр:

* Женщины чаще играют в казуальные и социальные игры
* Мужчины – в экшн и стратегии.

### **Сегментация по возрасту**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Портрет сегмента | Описание, специфика | Боли/Потребности |
| Дети  и подростки (12–17 лет) | Зачастую владеют только мобильным устройством.  Любят простые, но увлекательные механики (коллекционирование, прокачка).  Низкий доход или вообще никакой.  Высокая вовлеченность, ценят достижения, соревновательные элементы. | Нет денег на платные игры → необходима низкая цена или бесплатная модель распространения.  Необходимость проявить себя в сравнении с другими → нужны соревновательные элементы. |
| Молодые взрослые (18–30 лет) | Студенты и офисные работники, играющие в свободное время.  Ценят глубину геймплея (RPG-элементы, исследование мира).  Готовы платить за контент, если игра увлекает. | Мало времени → важно автосохранение и возможность играть урывками.  Хотят чувствовать прогресс → система улучшений, открытие новых локаций. |
| Взрослые (30+ лет) | Люди, которые играют для релакса после работы.  Чаще выбирают игры без жестких дедлайнов и стресса.  Менее активны в соревновательных аспектах, но ценят атмосферу. | Не любят агрессивную монетизацию → лучше подписка или разовые покупки.  Хотят погружаться в мир → важны лор, генерация историй, атмосфера.  Удобство → поддержка планшетов, крупный интерфейс. |

### 

**Особенности потенциальных регионов распространения**

Исходя из особенностей игры (пиксель-арт, рыбалка, RPG-элементы) и целевой аудитории, наиболее эффективное распространение будет в регионах:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Регион | Описание, специфика | Оценка результативности распространения |
| США | Крупнейший рынок мобильных игр по доходам  Любят пиксель-арт и казуальные игры (Stardew Valley, Animal Crossing) | Высокая окупаемость маркетинга, но сильная конкуренция. |
| Европа | Германия, Франция, UK — платежеспособная аудитория  Любят симуляторы и ретро-стиль  Менее агрессивная монетизация (лучше работают разовые покупки) | Хороший баланс между доходами и лояльностью игроков. Важна локализация на 3-4 языка. |
| Азия | Япония/Корея: gacha-механики, аниме-стиль, много игроков.  Китай: сложный вход (нужны лицензии), очень большая аудитория.  Юго-Восточная Азия: не особо большой доход на 1 человека, но много игроков | Очень крупный рынок, но сильное отличие аудитории от других регионов. |

Оптимальным фокусом развития будет:

* Первичный запуск: США, Европа (Германия, Франция), Азия (Япония,Корея).
* Вторичные рынки: Россия, Латинская Америка (если есть локализация).

**Оценка SAM (Serviceable Addressable Market)**

Цифры:

* Выбранные страны: США, Германия, Япония, Россия (без Китая и сложных рынков).
* Мобильные геймеры в этих странах: ~250 млн.
* Доля интересующихся жанром: 0.5-1.5% (меньше, чем у F2P-игр, так как платный барьер снижает интерес).

Итог:

* SAM = 250 млн × 1% = 2.5 млн потенциальных игроков(очень оптимистический итог).

**Оценка SOM (Serviceable Obtainable Market)**

Факторы:

* Маленький маркетинговый бюджет (если полагаться на дешёвые рекламные каналы и автоматические рекомендации в магазинах приложений).
* Конкуренция – Stardew Valley и другие хиты уже захватили аудиторию.
* Платность игры – снижает вероятность установки(многие предпочтут бесплатные аналоги).
* Цена - маленькая цена может подтолкнуть к покупке

Итог:

* SOM = SAM × (Доступный охват) = 2.5 млн × 0.25–2.5%(реалистичная аудитория) = 12–150K установок за первый год.

В итоге реалистичный прогноз будет выглядеть так:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сценарий | Установки | Примерный доход с пользователя | Доход за год |
| Плохо | 12к | 0.5$ | $6K |
| Нормально | 50к | 0.5$ | $25K |
| Хорошо | 150к | 0.5$ | $62K |

**Финансовая модель развития проекта**

* Начальный этап:
  + Демоверсия игры, доступная для скачивания без каких-либо затрат.
* Релиз игры:
  + Пользователи смогут приобрести полную версию, и покупка станет единоразовой инвестицией.

**Преимущества финансовой модели**

* Низкий порог входа для новых пользователей
* Возможность протестировать игру перед покупкой
* Отсутствие необходимости в регулярных платежах после покупки полной версии
* Увеличение прибыли, за счет добавления дополнительного контента (DLC)

**Дорожная карта**

Период: 2025 год

Цель: Постепенный запуск и развитие игры с удержанием аудитории.

