

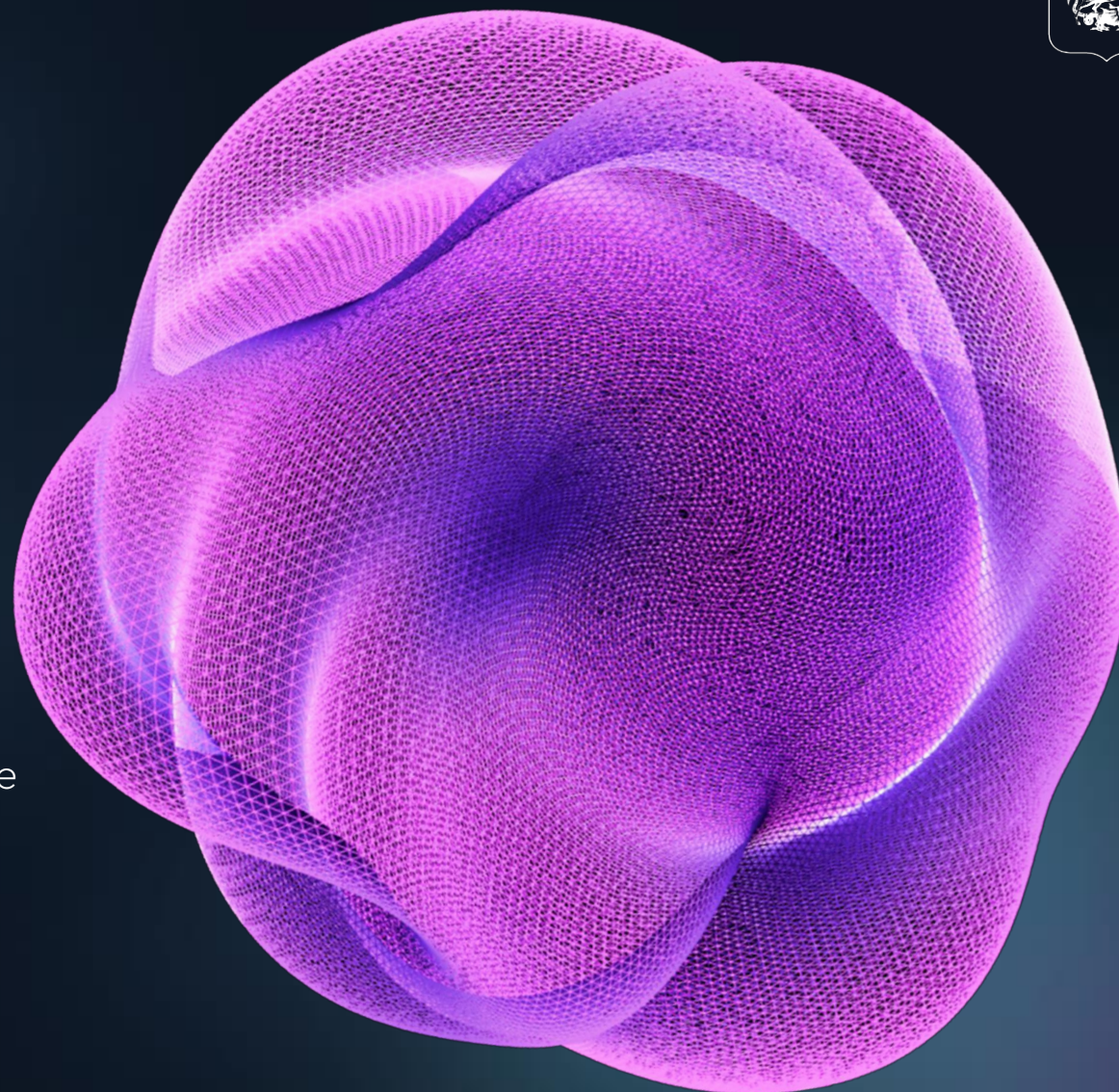


Департамент
культуры
города Москвы



Комплексное исследование развития видеоигровой индустрии города Москвы

Обзор трендов и прогнозов развития геймдева в городе Москве на основе данных из открытых источников и экспертных интервью, исследование развития видеоигровой индустрии города Москвы со стороны потребителей





03 МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель и задачи исследования
Дизайн исследования
Термины и определения
(исследовательские)
Термины и определения
(тематические)

10 1. РЕЗУЛЬТАТЫ КАБИНЕТНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ И ЭКСПЕРТНЫХ ИНТЕРВЬЮ

1.1. Тренды развития геймдева в
России и в мире
1.2. Прогнозы развития геймдева в
России и в мире
1.3. Карта стейкхолдеров
гейминдустрии

39 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОНЛАЙН ОПРОСА ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА МОСКВЫ

2.1. Доля геймеров в Москве
2.2. Портрет геймера
2.3. Предпочтения геймеров
(популярные игры, жанры, сеттинги)
2.4. Потребности геймеров и
ожидания от предложений на рынке
2.5. Предпочтения детской
аудитории, отношение родителей к
увлечению детьми видеоиграми
2.6. Влияние социально-
экономических барьеров на
геймеров

86 РЕКОМЕНДАЦИИ



Департамент
культуры
города Москвы



Методология исследования

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ



Цель исследования

Проведение аналитического исследования: обзор трендов и прогнозов развития геймдева в городе Москве с учетом анализа трендов и прогнозов развития геймдева в мире и в России, исследование развития видеоигровой индустрии города Москвы с точки зрения потребителей с целью дальнейшего применения результатов исследования при разработке мер поддержки, направленных на развитие видеоигровой индустрии города Москвы.

Задачи исследования

1. Обзор трендов и прогнозов развития геймдева в мире и в России на основе данных из открытых источников и экспертных интервью.
2. Исследование развития видеоигровой индустрии в Москве (с точки зрения потребления)
 - Выявление доли геймеров в Москве;
 - Составление портрета геймера в Москве;
 - Выявление предпочтений геймеров разных возрастных и социальных аудиторий (популярные игры, жанры, сеттинги, чего не хватает на рынке);
 - Изучение предпочтений детской аудитории, а также оценка отношения родителей к увлечению детей видеоиграми;
 - Влияние социально-экономических барьеров на геймеров.

ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ (ЭТАП 1)



Метод сбора данных

Этап 1. Кабинетный анализ и экспертные интервью

Кабинетный анализ трендов и прогнозов развития геймдева в мире и в России был проведен на основе данных из открытых источников. Источниками информации выступали данные официальной статистики, данные аналитических агентств, сайты компаний, новостные ресурсы, опубликованные интервью.

Экспертные интервью (в онлайн формате)

Выборка (количество экспертов) = 7 человек

Опыт экспертов: в качестве Экспертов были привлечены специалисты, имеющие опыт практической деятельности не менее 3 лет в видеоигровой индустрии, а также имеющие опыт проектной работы в видеоигровой индустрии (руководители и/или официальные представители отраслевых компаний).

Продолжительность интервью – до 1 часа

ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ (ЭТАП 1)



Эксперты, которые приняли участие в интервью



Алдиярова Гаухар,
руководитель
московского
подразделения группы
компаний Lesta Games



Уточкин Вячеслав,
генеральный продюсер
видеоигровой компании
Geeky House



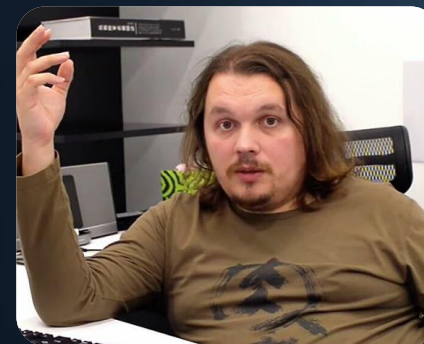
Махмиев Гаджи,
учредитель веб-сайта о
компьютерных играх
«Kanobu»



Вареник Владимир,
сооснователь
компании Mensa VR



Жильцов Альберт,
генеральный директор
«1C Game Studios»



Макаров Вячеслав,
экс-продуктовый директор игры
Мир Танков, независимый
консультант

ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ (ЭТАП 2)



Метод сбора данных

Онлайн опрос по панели респондентов

Сбор данных осуществлен методом онлайн-опроса на базе исследовательской онлайн-панели Аналитического центра НАФИ «Тет-о-ответ»

<https://nafi.ru/method/panel-tet-o-tvet-vserossiyskie-onlayn-oprosy/>



Целевая аудитория: жители Москвы в возрасте от 14 лет и старше (кто играет в видеоигры или у кого члены семьи играют в видеоигры)

Выборка: 1500 человек

Выборка репрезентирует структуру населения Москвы в возрасте от 14 лет и старше по полу и возрасту.

Длительность заполнения анкеты составила до 10 минут (около 36 вопросов)

ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ (ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ)



Термин	Определение
Кабинетное исследование	Сбор информации из открытых источников для ее дальнейшей систематизации и анализа.
Экспертные интервью	Метод качественного исследования, одна из разновидностей глубинного интервью, фокус которого направлен не на личность интервьюируемого, а на его знания, компетенции, профессиональный опыт в определённой сфере деятельности.
Гайд для экспертных интервью	Сценарий свободной беседы с экспертом с использованием методик, побуждающих эксперта к продолжительным и обстоятельным рассуждениям по вопросам исследования.
Онлайн-опрос	Метод исследования, активно применяемый в социологии и маркетинге в связи с цифровизацией общества и массовых коммуникаций.
Инструментарий исследования	Совокупность методических и технических приемов проведения исследования, воплощенных в соответствующих операциях и процедурах, представленных в виде разнообразных документов.
Панель респондентов	Обычные люди, жители России или стран СНГ, каждый из которых имеет свои привычки, занятия и убеждения.
Аналитический отчет	Отчётный документ по результатам исследования, включающий в себя описание результатов, их анализ, сделанные на основе анализа выводы и рекомендации.
Портрет геймера	Социально-демографические характеристики геймера.

ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ (ТЕМАТИЧЕСКИЕ)



Термин	Определение
Игра, видеоигра	Программное обеспечение, работающее на специальном оборудовании (компьютере, видеоигровой консоли, портативном электронном аппарате), служащее для организации игрового процесса (геймплея).
Видеоигровая индустрия / гейм-индустрия	Сектор креативной экономики, связанный с разработкой, развитием, продвижением и продажей видеоигр.
Гейминг	Вид деятельности человека, подразумевающий эпизодические или регулярные занятия видеоиграми любых форматов и жанров на компьютере, видеоигровой консоли, планшете или смартфоне.
Геймер	Человек, эпизодически или регулярно уделяющий время видеоиграм (пользующийся любым из перечисленных устройств: телефон, планшет, ПК, ноутбук, игровая консоль). социально-демографические характеристики геймера.
Стейкхолдер	Основной участник рынка видеоигровой индустрии в настоящее время
Карта стейкхолдеров – гейм-индустрии	Список основных участников рынка видеоигровой индустрии в настоящее время.



Департамент
культуры
города Москвы



1. Результаты кабинетного исследования и экспертных интервью

Тренды и прогнозы развития геймдева в мире и России.

Карта стейкхолдеров гейминдустрии.



1.1. Тренды развития геймдева в России и в мире

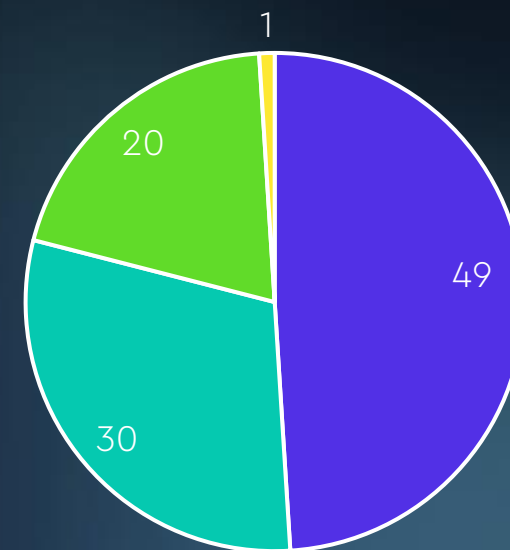
ОБЪЁМ РЫНКА ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ В МИРЕ



Согласно данным аналитической компании Newzoo¹, мировой объём рынка видеоигр за 2023 год составил **\$184 млрд.** Это на **0,6% выше**, чем в 2022 году.

Видеоигровая отрасль стабилизируется после турбулентного периода, вызванного пандемией. Newzoo прогнозирует продолжение роста в следующем году, а также к 2026 году **до \$205.7 млрд.**

Объём рынка видеоигровой индустрии в мире, по устройствам, % от выручки



- Мобильные игры
- Игры на консоли
- Игры на ПК
- Браузерные ПК игры

¹Newzoo «[Global Games Market Report 2024](#)»

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ В МИРЕ



Согласно результатам исследований в 2022 году, а также иностранных исследований за 2023 год, общая картина тенденций развития видеоигровой индустрии в мире не изменилась.

Основными трендами всё так же являются:

- усиление «социальной составляющей», когда видеоигры способствуют формированию целых сообществ и создают пространства для общения, конкурирующие с социальными сетями¹
- активный рост сегмента видеоигр для мобильных устройств²
- развитие облачных технологий для геймдева, «облачных» игр³
- кроссплатформенность: доступ к игре с разных устройств (ПК, мобильный телефон, планшет и т.д.)⁴

«Про технологии очень важно – мобильность. Не в смысле мобильных игр, а в смысле опять же тот же самый Genshin Impact был одним из первых проектов, который предлагал игроку так называемую кроссплатформенность полноценную, когда ты можешь начать играть на своем мобильном телефоне, прийти домой, сесть за компьютер и продолжить играть за того же персонажа в ту же игру с тем же прогрессом, вернуться на работу, в обеденный перерыв взять ноутбук, где-то в поездке на планшете еще раз проверить, что у тебя там происходит в игре»

Алдиярова Гаухар, руководитель московского подразделения группы компаний Lesta Games

¹Logrus IT «Тренды видеоигровой индустрии в 2022 году»

²РВИ «Живой доклад о состоянии видеоигровой индустрии в России»

³Newzoo «Global Games Market Report 2023 »

⁴По результатам анализа экспертных интервью

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ В МИРЕ



Одним из ключевых трендов, по оценкам экспертов, является использование **искусственного интеллекта** в геймдеве¹.

Искусственный интеллект помогает решать такие задачи как:

- разработка геймдизайна²
- помощь в программировании и расчете игровых механик²
- разработка сюжета, квестов и экономической модели²
- улучшение качества графики и естественной динамики объектов игр, создание реалистичности³
- закупка трафика в мобильных играх¹
- персонализация игровых миров на основе анализа данных социальных сетей и транслируемых моделей поведения пользователей¹

«А сейчас следующий технологический сдвиг идет – это искусственный интеллект, и он тоже изменит мир видеоигровой индустрии»

*Уточкин Вячеслав,
генеральный продюсер видеоигровой компании Geeky House*

¹По результатам экспертных интервью

²DTF, «[Искусственный интеллект в геймдеве](#)»

³VC.ru, «[Искусственный интеллект в видеоигровой индустрии](#)»

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ В МИРЕ¹



- Борьба за внимание и время геймеров и их рекламная монетизация
- Реалистичность игровых миров, качественная графика
- Развитие VR-игр, рост спроса на VR-шлемы
- Сегментация игрового периода на короткие сессии длительностью не более часа, что дает возможность игрокам контролировать затраченное на игру время и проходить ее поэтапно
- Повышение качества игр и усложнение их разработки – повышают стоимость игровых проектов
- Динамика роста рынка видеоигр замедлилась по сравнению с пандемийным периодом
- Появление видеоигровых кластеров, особенно в странах Азии (Япония, Китай, Корея)

«Сейчас тренд, что в будущем борьба все больше и больше будет не за деньги, а за внимание пользователя, и это внимание уже будет монетизироваться. Это и сейчас есть... рекламная монетизация в мобильных играх, но это все больше и больше будет проникать в игры на всех платформах, и все больше для разработчика и издателя будет важным внимание и время, которое пользователь проводит в игре, которое они уже будут монетизировать как через рекламу, так и разными другими способами, как это делает то же телевидение. Отсюда больше внимания различных брендов к видеоигровой индустрии. И отсюда вытекает третий тренд, что все больше внимания уделяется геймификации в мире, и использованию игровых механик в невидеоигровой сфере»

*Уточкин Вячеслав,
генеральный продюсер видеоигровой
компании Geeky House*

«У игроков большой интерес к полноценным, большим, детально прописанным вселенным с интересными персонажами, встроенными в эти вселенные. <...> чем атмосфернее та вселенная, в которую погружается игрок, тем, конечно, успешнее игра. Яркий пример – это Genshin Impact»

*Алдиярова Гаухар, руководитель московского подразделения группы
компаний Lesta Games*

«По VR рынку получается 44% рост по количеству шлемов в год. И где-то 46% по выручке в год. Самыми популярными являются сессионные игры. <...> . Это жанр мобильных арен, в которых есть элементы стратегии, есть элементы тактики, но сессия не длится больше часа»

Вареник Владимир, сооснователь компании Mensa VR

«Ключевой 2023 года тренд – это большой кризис в видеоигровой индустрии. Если его конкретизировать, то долгое время развивался мобильный рынок, игры на мобильных устройствах. И сейчас они вошли в так называемый режим red ocean, когда слишком много продуктов, слишком высокая цена за пользователя, борьба за пользователя идет буквально на всех платформах»

*Махмиев Гаджи,
учредитель веб-сайта о компьютерных играх «Капови»*

¹По результатам анализа экспертных интервью

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ В МИРЕ



По мнению экспертов, наиболее перспективными странами для продажи видеоигр являются¹:

ПРОДАЖА



Китай



Филиппины



Южная Корея



Индонезия



Индия

ПОИСК ИНВЕСТИЦИЙ



Саудовская Аравия



Объединенные Арабские
Эмираты

¹По результатам анализа экспертных интервью

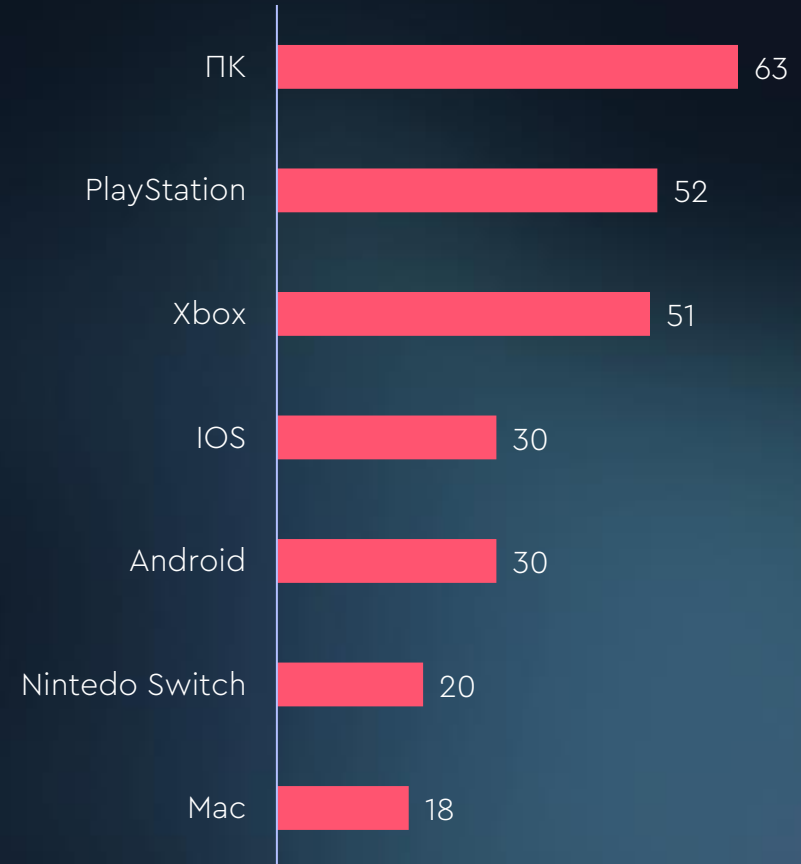
ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ В МИРЕ



ТОП-20 компаний по производству игр в мире¹

1. Tencent (Китай)
2. Sony (Япония)
3. Apple (США)
4. Microsoft (США)
5. NetEase (Китай)
6. Google (США)
7. Activision Blizzard (США)
8. Electronic Arts (США)
9. Nintendo (Япония)
10. Take-Two Interactive (США)
11. Nexon (Южная Корея)
12. Roblox (США)
13. Warner Bros. Развлечения (США)
14. Playtika (Израиль)
15. Bandai Namco Entertainment (Япония)
16. 37 Interactive (Китай, Австралия, США)
17. Sea Group (Сингапур)
18. Embracer Group (Швеция)
19. Netmarble (Южная Корея)
20. Square Enix (Япония)

Самые популярные платформы для разработки игр, % разработчиков игр, разрабатывающих игры для разных видов устройств²



¹*Newzoo «Top public games companies by revenues» <https://newzoo.com/resources/rankings/top-25-companies-game-revenues>

²TrueList, «Blog Gaming Statistics — 2023»

ОБЪЁМ РЫНКА ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ



В 2021 году российский рынок видеоигр являлся лидером в Центральной и Восточной Европе. Также российский рынок вошёл в топ-15 рынков видеоигр в мире. В 2021 году объём рынка России превышал \$2,5 млрд¹.

В 2022 году, по оценкам экспертов, российский рынок видеоигр упал на 50%-80%². Точный объём рынка невозможно посчитать в связи с уходом из России как крупных российских компаний (например, Playrix, Mytona, Mundfish и др.), так и иностранных.

¹MY GAMES, «[Объём российского игрового рынка](#)»

²РБК, «[Аналитики оценили падение российского рынка онлайн-игр в 80%](#)»

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ¹



- Появляются игры, отражающие культурные особенности России, например, «Atomic Heart» от Mundfish, «Ил-2 Штурмовик» от 1C Game Studios, «Black Book» от Morteshka и др.
- В России исторически славятся игры, основанные на математике, логике, а также детализации, например «Три в ряд», головоломки.
- Продажа западных игр на российском рынке через посредников.

«В России в целом исторически сильна математическая школа, и игры, которые делают у нас, больше основаны на математике, логике. У нас хорошо делают игры, связанные с игровыми механиками, связанными с математикой»

*Уточкин Вячеслав,
генеральный продюсер видеоигровой компании Geeky House*

«Самый основной тренд, что много игр появляется в сеттинге нашей культуры <...> они пока еще только развиваются, но года через 3-4, может, даже через 2, можно будет в какие-то серьезные, классные, супер популярные игры поиграть»

*Уточкин Вячеслав,
генеральный продюсер видеоигровой компании Geeky House*

«Мы 30 лет прожили без перекупов, вот снова такой бизнес – купил в одном месте, продал в другом месте с наценкой, снова актуален»

*Жильцов Альберт,
генеральный директор «1C Game Studios»*

¹По результатам анализа экспертных интервью

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ



В России отмечаются и «анти-тренды»: например, уменьшение доли «тратящих» геймеров с увеличением доли «пиратствующих». По мнению эксперта, пиратство может привести к появлению некачественного контента¹.

«Я точно вижу, что в России сейчас есть ярко выраженный отрицательный тренд, что поднимает голову снова пиратство, с которым мы боролись все двухтысячные»

«Здесь и видеоигровой опыт очень некачественный получается, то есть и финальный пользователь-то, в принципе, страдает... Отнимаются ресурсы, которые мы могли бы вкладывать в разработку новых продуктов, в разработку новых сервисов. Так что я думаю, что проблемы пиратства – они точно такие же, как и в киноиндустрии, то есть плюс-минус они одинаковые везде. Это, с одной стороны, воровство, и, с другой стороны, уничтожение каких-то перспектив на будущее»

*Алдиярова Гаухар,
руководитель московского подразделения группы компаний Lesta Games*

¹По результатам анализа экспертных интервью

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ



Также стоит отметить тренд «импортозамещения», который коснулся в том числе индустрию видеоигр.

Ранее в стране не возникало необходимости в создании собственных, самостоятельных платформ для продвижения и продажи игр. Однако в 2022 году многие зарубежные платформы (Steam, PlayStation Store, Nintendo eShop и др.) либо полностью лишили возможности российских геймеров приобретать у себя игры, либо ограничили доступ к ощутимой части продвигаемого/продаваемого у себя контента, например, отключив возможность гражданам России оплачивать покупки со своих карт¹.

Подобная политика сказалась в том числе на разработчиках игр, которым ограничили доступ для продвижения собственного контента.

Таким образом, появился ряд онлайн-платформ для приобретения и продвижения игр российского производства: VK Play², RuStore, AppBazar³, AG.RU и др.

¹VC.ru, «Гейминг в 2022 году: игры, цифровые магазины и их доступность в РФ»

²DTF «VK запустила VK Play — платформу с играми, стримингом, «облачным» сервисом и торговой площадкой» <https://dtf.ru/gameindustry/1173933-vk-zapustila-vk-play-platformu-s-igrami-strimingom-oblachnym-servisom-i-torgovoy-ploshchadkoy>

³Коммерсантъ «Четвертый круг аппа» <https://www.kommersant.ru/doc/5680185>

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ В МОСКВЕ



Москва является центром развития для многих сфер, в том числе для геймдева.



В Москве проходят хакатоны, посвящённые как IT в целом, так и развитию видеоигр в частности: «Drive IT 2.0»¹, «GameDev в РТУ МИРЭА»², «Цифровой прорыв. Сезон: Искусственный интеллект»³, Национальный студенческий хакатон «Цифровой суверенитет»³ и др.



В Москве также располагаются университеты, имеющие факультеты, посвящённые разработке игр, гейм-дизайну и т.д. Например, Высшая школа экономики уже имеет образовательные программы, на которых обучаются и выпускаются специалисты в области видеоигровой индустрии: например, «Гейм-дизайн»⁴.



В Москве есть программы поддержки от Института развития интернета, Организации развития видеоигровой индустрии (РВИ)⁵, и Ассоциации профессионалов индустрии оперирования и разработки игр (АПРИОРИ)⁶, помогающие российским компаниям получать гранты и инвестиции на разработку игр.

¹Интерфакс «Хакатон в IT-сфере для школьников и студентов пройдет в Москве 23-25 августа»

²Хакатон GameDev в РТУ МИРЭА <https://rtu-tvp.ru/hakaton-gamedev/>

³Календарь Хакатонов <https://www.хакатоны.рф/>

⁴НИУ ВШЭ «Гейм-дизайн».

⁵Организация развития видеовидеоигровой индустрии (РВИ) <https://forgamedev.ru/>

⁶АПРИОРИ <https://apriori.games/>

СРЕДНЯЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА РАЗРАБОТЧИКОВ ВИДЕОИГР В РОССИИ И В МОСКВЕ



Для разработчика игр (программистов) зарплата в России в 2023 году в среднем составила **179 917 рублей**. Примерно 14% работодателей согласны платить до 121 тыс. рублей в месяц. Примерно столько же работодателей гарантируют сумму от 121 до 153 тыс. руб., 28% обещает от 153 до 249 тыс. рублей. Наибольшее количество вакансий на должность разработчика игр открыто в Москве и в Московской области — 41%¹.

Корейские разработчики игр в среднем зарабатывают в месяц **249 000 рублей**. На размер заработной платы, помимо опыта, возраста и уровня образования и города проживания влияет еще и гендерная принадлежность. Так, мужчинам-разработчикам в Южной Корее платят больше, чем женщинам, средняя разница между зарплатой сотрудников мужского и женского пола составляет 8%².

В Китае разработчики игр зарабатывают в среднем в месяц **301 379 рублей**, что сравнительно больше, чем в России и Корее³.

Максимальный уровень зарплат гейм-разработчиков наблюдается в США, в среднем в месяц можно заработать **891 891 рублей**, что в четыре раза превышает зарплату разработчика игр в России⁴.

¹BGstaff, «Сколько получают разработчики игр в Москве и по России»

²Salary Explorer «Game Developer Average Salary in Korea (South) 2023»

³Salary Explorer «Game Developer Average Salary in China 2023»

⁴Built in «Game Developer salary in US 2023»

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ В МИРЕ¹



Меры поддержки	Страны
Госзаказ и спонсирование разработки игр с определенным сюжетом	США
Прямые инвестиции в игровые проекты и компании, субсидирование	Польша, Корея, Китай, Индонезия, Новая Зеландия
Покупка игровых компаний государством	Саудовская Аравия
Создание игровых хабов, школ, университетов, пропаганда культуры через игры	Корея, Китай, Япония, ОАЭ
Налоговые льготы, компенсация расходов игровых компаний	Нидерланды, Великобритания, Польша, Канада, ОАЭ, Ирландия, Кипр, Венгрия

¹По результатам анализа экспертных интервью

НЕОБХОДИМЫЕ МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ В РОССИИ¹



- Особая экономическая зона со сниженными налогами: налоговые льготы и специальные программы кредитования не только для сферы IT в целом, но и для игровых компаний в частности
- Субсидирование игровым компаниям части ФОТа, субсидии на экспорт, рекламу
- Гранты и конкурсы, в рамках которых разработчики могут выиграть финансирование
- Создание кластера для размещения и взаимодействия представителей видеоигровой индустрии
- Развитие игровых школ и игровых университетов с целью подготовки квалифицированных кадров для пополнения кадрового резерва в видеоигровой индустрии и возможности профессиональной переподготовки гейм-специалистов
- Государственный заказ на разработку игр для российских геймеров: выделить жанры и виды игровых продуктов и целенаправленно их финансировать
- Спонсирование арендных ставок на оборудование, помещения, особенно актуально это будет для инди-разработчиков
- Маршрутизация и содействие государства по выходу на зарубежные рынки, дистрибьюция игр на зарубежные рынки, преимущественно азиатские
- Помощь государства с выходом и получением лицензии на китайском рынке

«...поддержка государства с экспортом игр, какие-нибудь налоговые льготы, может быть, какие-то гранты на рекламу игр за рубежом, выход на китайский рынок, чтобы там на государственном уровне решались проблемы выхода российских игр на китайском рынке, получение лицензии»

*Уточкин Вячеслав,
генеральный продюсер видеоигровой компании Geeky House*

«Особые экономические зоны, налоговые льготы, обучение и прямые госзаказы. Например, Нью-Йоркская полиция заказывала VR-тренажёры для тренировок военных. Особая экономическая зона со сниженными налогами. Спонсирование арендных ставок»

*Вареник Владимир,
сооснователь компании Mensa VR*

«...налоги, физическое пространство и, если есть у государства возможность, то какого-то рода финансирование проектов в какой-то части хотя бы»

Махмиев Гаджи, учредитель веб-сайта о компьютерных играх «Kanobi»

¹По результатам анализа экспертных интервью



1.1.2. Анализ аудитории геймеров в России

ГЕЙМЕРЫ В РОССИИ



88 млн

россиян эпизодически
играют в видеоигры¹

383 млрд руб.

потратили россияне на игры и
внутриигровые покупки в 2022 г.¹

После ухода зарубежных компаний возникла необходимость в отечественных аналогах онлайн-магазинов, таким сервисом в частности стал VK Play², а также другие аналоги онлайн-магазинов, например, AppBazar от команды разработчиков МТС, видеоигровой портал AG.Ru и Rustore.

¹Спецпроект НАФИ, «Гейминг в России — 2022»

²DTF «[Ежемесячная активная аудитория VK Play превысила 13 миллионов человек — всего в лаунчере более 16,5 миллионов аккаунтов](#)»

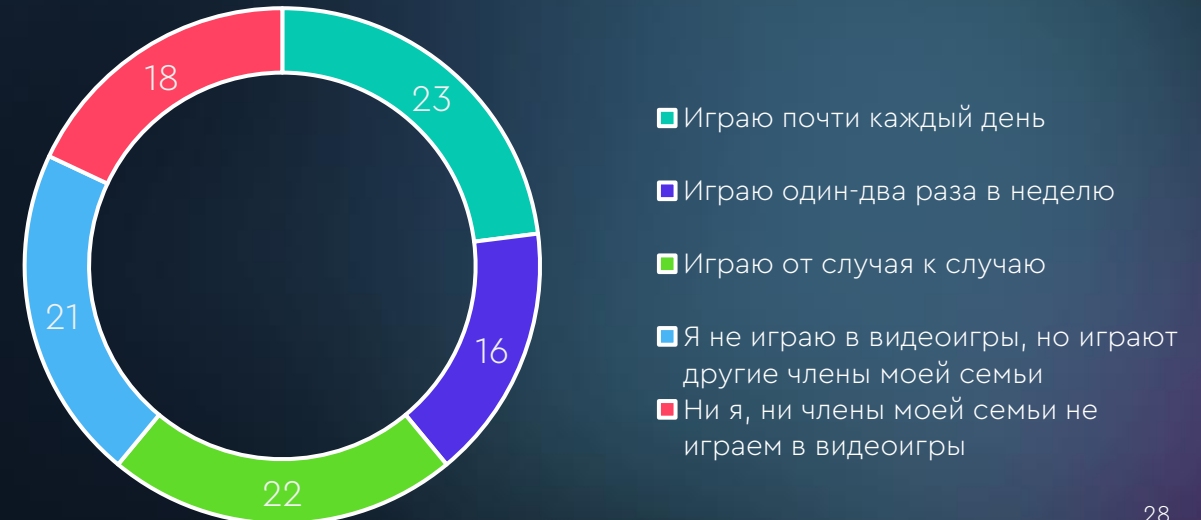
ВОЗРАСТ ГЕЙМЕРОВ И ВРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ НА ИГРУ



В России чаще видеоиграми увлекаются молодые люди до 24 лет (73%). С возрастом доля геймеров сокращается¹.



В среднем российские геймеры, которые посвящают время видеоиграм эпизодически, проводят за ними 3–5 часов в неделю. Те, кто играет почти ежедневно, тратят на видеоигры 3–4 часа в день¹.

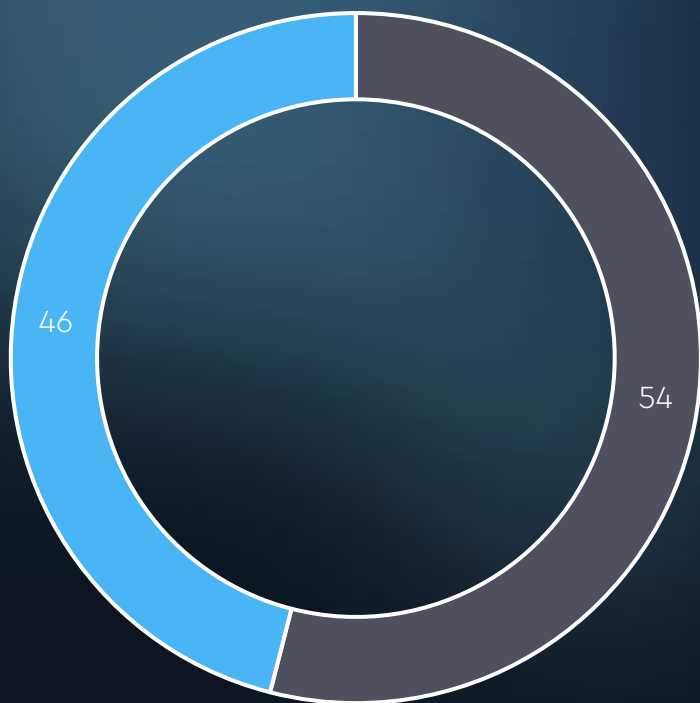


¹Спецпроект НАФИ, «Гейминг в России — 2022»

ГЕНДЕРНЫЙ СОСТАВ ГЕЙМЕРОВ В РОССИИ И В МИРЕ



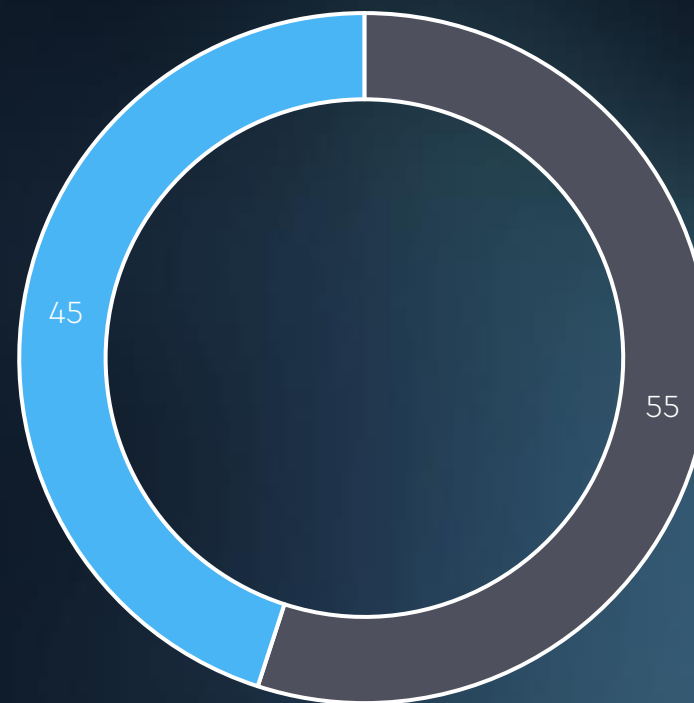
Распределение по полу **в России**¹, % от числа геймеров



■ Мужской ■ Женский

¹Спецпроект НАФИ, «Гейминг в России — 2022»

Распределение по полу **в США**², % от числа геймеров



■ Мужской ■ Женский

²TrueList «33 Evolutionary Gaming Statistics of 2023»

НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ ВИДЕОИГР СРЕДИ РОССИЯН



- В России, как и в мире, наиболее популярными играми среди геймеров остаются **мобильные игры**.
- ПК в России более популярны, чем в среднем по миру.
- На консолях в России традиционно играют реже, чем на других устройствах¹.

Популярные платформы для игр среди россиян¹, 2022,
% геймеров, выбирающих платформы для игр



¹Спецпроект НАФИ, «Гейминг в России — 2022»

НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ЖАНРЫ ВИДЕОИГР СРЕДИ РОССИЯН



МОБИЛЬНЫЕ ИГРЫ

Головоломки (79%), настольные игры (70%), гонки (53%), шутеры (51%), симуляторы (47%), экшены/приключения (47%), стратегии (44%)¹



ИГРЫ НА ПК

Шутеры (69%), гонки (62%), экшены/приключения (49%)¹



ИГРЫ НА КОНСОЛИ

Гонки (69%) файтинги (64%), шутеры (62%)¹

¹ Исследование VK Play, [«Во что играют российские геймеры — исследование VK Play»](#)

ПОПУЛЯРНОСТЬ ВИДЕОИГР СРЕДИ РОССИЯН¹



- По оценкам экспертов, видеоигры популярны у 50-70% россиян. При этом возрастные границы российских геймеров колеблются в пределах от 3 до 45 лет.
- Среди российской аудитории геймеров, по мнению экспертов, около 20 млн тех, кто готов платить за игры. В целом российская аудитория геймеров оценивается как не самая платежеспособная в силу культурных особенностей и экономического положения.

«Я вижу, что порядка 70% играет в видеоигры, так или иначе. <...> начиная с 5, даже, наверно, с 3 лет. Потому что первые игры, особенно мобильные для детей начинаются с 3 лет. И где-то в 45 это верхняя грань поколения»

Вареник Владимир, сооснователь компании Mensa VR

«...как минимум 20 млн готовых платить игроков, я уверен, есть»

Жильцов Альберт, генеральный директор «1C Game Studios»

¹ По результатам анализа экспертных интервью



1.2. ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ ГЕЙМДЕВА В РОССИИ И В МИРЕ

ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ И В МИРЕ ¹



- Рост рынка ПК-игр обусловлен развитием ИИ, который позволяет создавать игры с качественной, реалистичной кинематографической графикой.
- В мире эксперты прогнозируют активное развитие облачного геймдева.
- Усиление применения игровых механик в неигровых сферах: образование, HR, маркетинг, социальное проектирование и др.
- Есть риск монополизации рынка.

«ПК-игры будут расти быстрее, чем раньше. Сейчас это новый виток популярности ПК-игр, прям чувствуется он, в воздухе витает, с крутой, красивой, качественной графикой»

*Уточкин Вячеслав,
генеральный продюсер видеоигровой компании Geeky House*

«Потому что у нас очень длинная страна буквально, в физическом смысле. А чем больше расстояние от сервера до игрока с точки зрения задержки сигнала, тем хуже работает облачный гейминг»

*Макаров Вячеслав,
экс-продуктовый директор игры Мир Танков, независимый консультант*

«Если встраивать как часть интернет-пакета по «Сбер» подписке, вот в такие общие большие агрегаторы можно будет встроить еще и облачный гейминг»

*Алдиярова Гаухар,
руководитель московского подразделения
группы компаний Lesta Games*

«Использование игр для обучения, использование игр для маркетинга, использование игр и игровых механик даже в HR и т.д., и в социальных разных проектах <...> компьютерные игры опять начинают отвоевывать свою долю у других платформ»

*Уточкин Вячеслав,
генеральный продюсер видеоигровой компании Geeky House*

¹ По результатам анализа экспертных интервью

КЛАСТЕР ДЛЯ ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ В МОСКВЕ¹



- Благоприятные условия для работы начинающих гейм-команд (наличие необходимого оборудования, оснащённость современной техникой).
- Повышение компетенций за счёт возможности обучения у более опытных специалистов видеоигровой индустрии.
- Крупные компании могли бы выступать здесь в качестве экспертов и потенциальных работодателей.
- Возможность живого общения и профилактики эмоционального выгорания.
- Пространство для креатива и обмена опытом.
- Возможность для системного взаимодействия с вузами, планирование стажировок для молодых специалистов.
- Кластер становится базой развития конкурентоспособности в видеоигровой индустрии.
- В странах Центральной Азии широко распространена практика создания кластеров и профессиональных IT-сообществ, разработчиков, например, «FrontSpot Asia» объединяет it-специалистов Кыргызстана и Казахстана.²

«Люди много перерабатывают, часто выгорают, высокий уровень психологической нагрузки, поэтому без общения этих людей вживую, очень сложно это делать дома. Создание единого кластера может помочь и обмену идеями и какому-то творческому сотворению, соработке»

*Вареник Владимир,
сооснователь компании Mensa VR*

«...вот у меня тут группа из 50 прекрасных программистов, которых я искала 3 года, доучивала, встраивала в процесс, а сейчас кто-нибудь посмотрит на них и как бы схантит прямо у меня из-под носа в ресторанчике внутри кластера»

*Алдиярова Гаухар,
руководитель московского подразделения
группы компаний Lesta Games*

¹По результатам анализа экспертных интервью

²ER10 media «IT-сообщества Центральной Азии» <https://er10.kz/obzory/it-soobshhestva-centralnoj-azii/>



1.3. КАРТА СТЕЙКХОЛДЕРОВ ГЕЙМИНДУСТРИИ

КАРТА СТЕЙКХОЛДЕРОВ ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ



Тип компании

Название компаний

Компании-разработчики

Lesta Games, 1C GS, 101XP, Mensa VR, Geeky House, Cyberia Nova, Developers Unknown, Earworm Studio, Watt Studio, OwlStudio, Oyster Egg, Sobaka Studio, Rearden.Games, No Logic Games, Hit'n'run Digital Studio, Ice-Pick Lodge ManaMake, HeroCraft, Kimiko Entertainment, Enclave Interactive, Targem Games, Goliath, Mehen Games, Magic Hazard, Game Wheel Studio, Social Quantum, Gardariki, Atom Team, Nival, Nekki, MyTona

Онлайн платформы

RUSTORE, AppBazar, AG.RU, VK Play

Профильные СМИ

Игромания, КАНОБУ

КАРТА СТЕЙКХОЛДЕРОВ ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ



Тип компании

Название компаний

Компании, связанные со сферой геймдева

Облачный гейминг LoudPlay, система администрирования компьютерных клубов LANGame, сеть компьютерных клубов F5, тестировщики GhostTeam, дистрибьютор настольных игр Hobby World, издательство Бомбора, стримеры Goose Gaming, локализаторы «Кириллица», Quantum, Gardariki, Semenov and Pevzner, ЭБР

Образование

Высшая школа экономики, Университет Синергия, Scream School, МФТИ, Институт бизнеса и дизайна, РАНХиГС, МИРЭА, Universal University, XYZ



Департамент
культуры
города Москвы

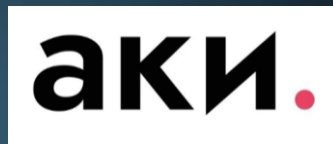


2. Результаты онлайн опроса жителей города Москвы

Уровень развития видеоигровой индустрии в городе Москве
(с точки зрения потребления)



Департамент
культуры
города Москвы



2.1. Доля геймеров в городе Москве

ДОЛЯ ГЕЙМЕРОВ В МОСКВЕ



57%

жителей г. Москва играют в видеоигры на компьютере, консоли, планшете, телефоне*



61%

среди
мужчин

54%

среди
женщин

68%

среди подростков в возрасте
14-17 лет

59%

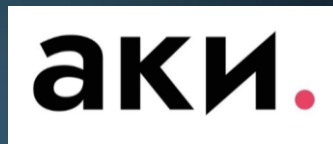
среди молодежи в возрасте
18-24 лет

68%

среди молодых людей 25-
34 лет



Департамент
культуры
города Москвы



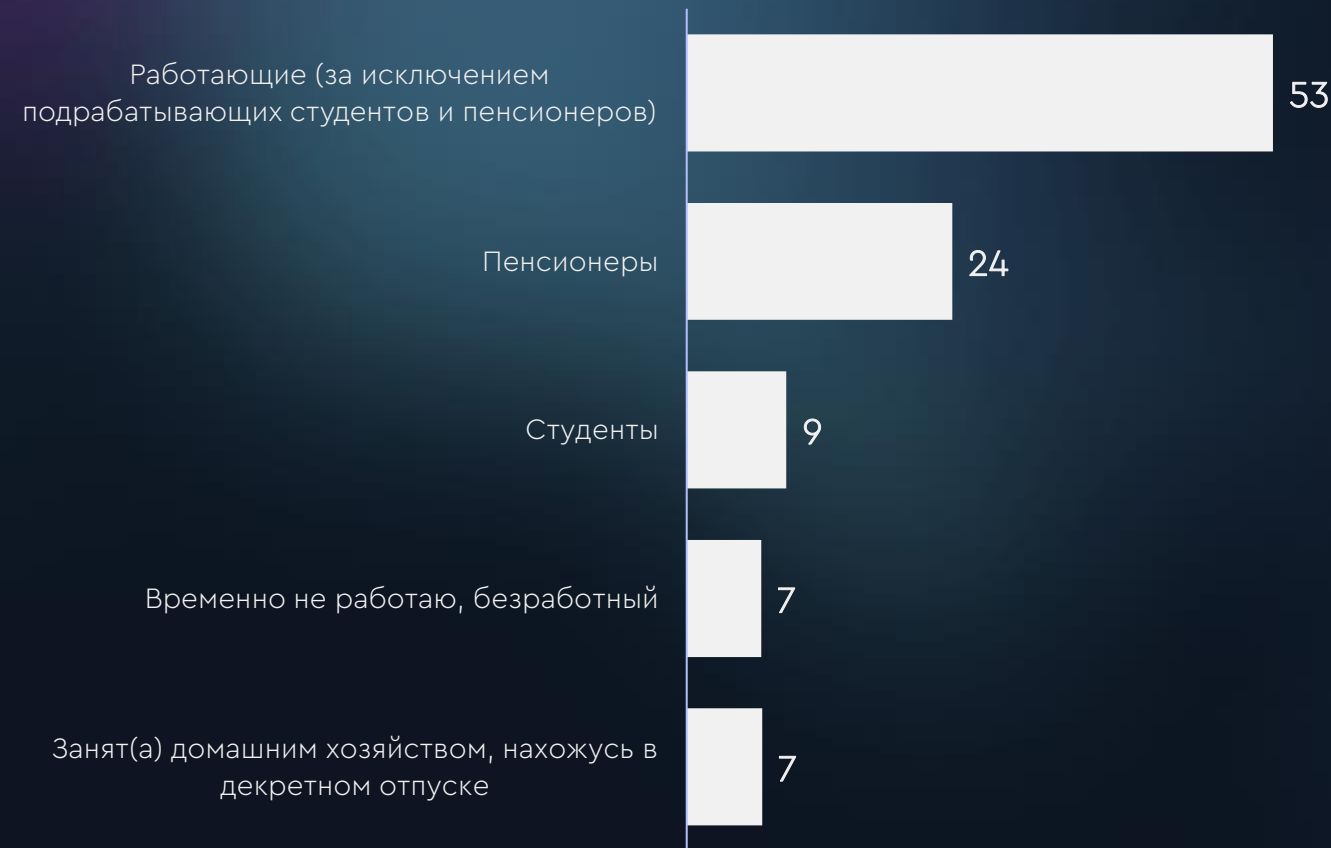
2.2. Портрет геймера в городе Москве

ПОРТРЕТ ГЕЙМЕРОВ



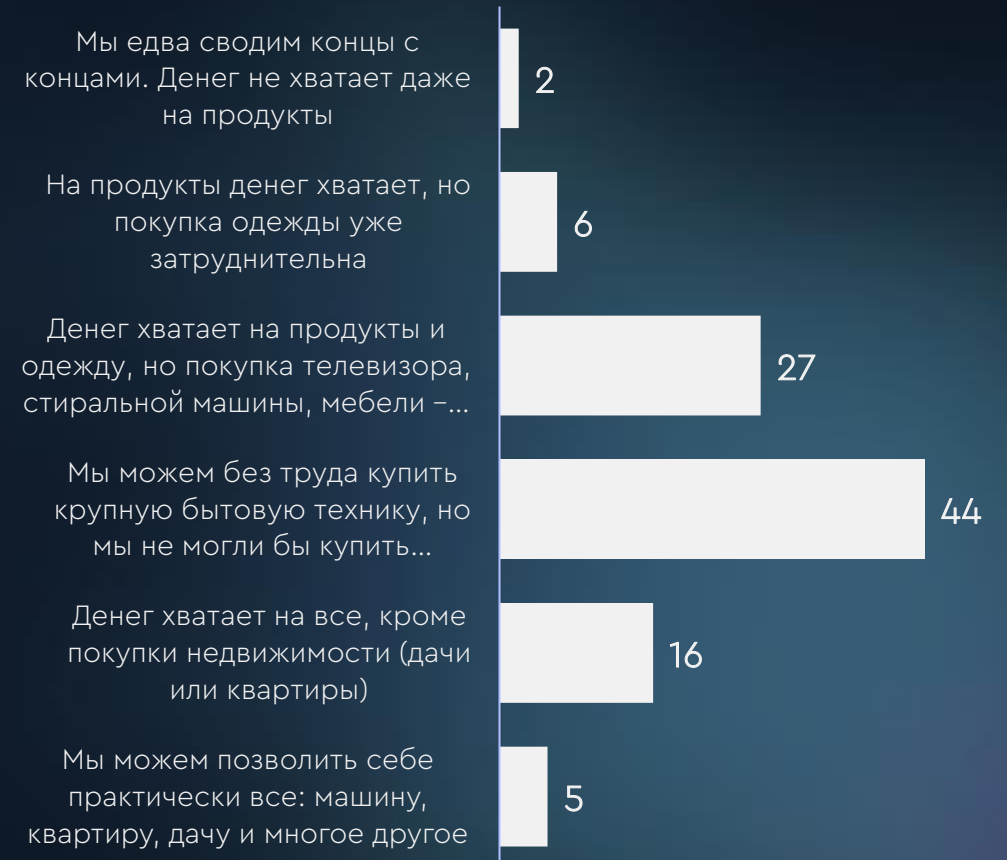
Портрет московского геймера – это работающий житель столицы (53%), со средним достатком (44%). Часто это человек, живущий без пары (29%).

Род занятий



База=1364 (играют в видеоигры)

Материальное положение

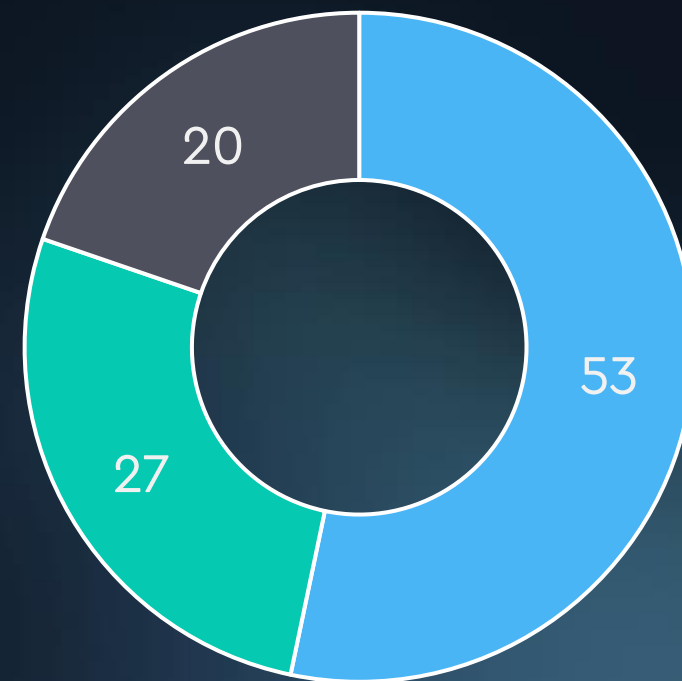


РЕГУЛЯРНОСТЬ ИГР СРЕДИ ГЕЙМЕРОВ



Более половины москвичей играли в видеоигры в течение последних месяцев каждый день или почти каждый день – 53%.

Это преимущественно геймеры с начальным уровнем образования (75%) и неработающие (58%). Реже остальных играет более старшее поколение от 55 лет и старше (23% против 20% в целом по выборке) и женщины (22% против 17% среди мужчин).



- Играю часто – каждый день или почти каждый день
- Играю один-два раза в неделю
- Играю эпизодически – от случая к случаю

Q1. Как часто Вы играли в видеоигры (игры на компьютере, консоли, планшете или телефоне) в течение последних месяцев?

База=1364 (играют в видеоигры)

ВРЕМЯ, ПОТРАЧЕННОЕ НА ВИДЕОИГРЫ

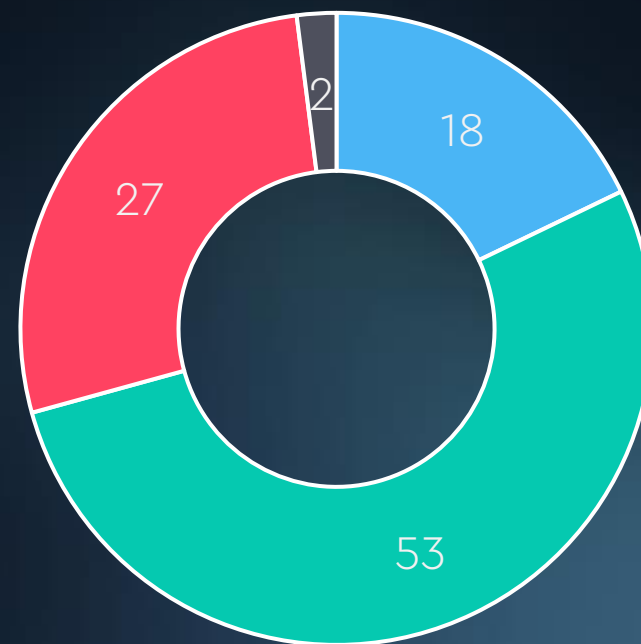


53%

играющих в видеоигры москвичей тратят на них времени столько же, сколько и год назад. Почти треть (27%) сократили время на видеоигры, а 18% – увеличили.

Среди тех, кто стал проводить больше времени за видеоиграми, значимо больше молодежи 18–24 лет (28%). В то время как дети 14–17 лет сократили свое время на видеоигры (51%).

В среднем москвичи-геймеры суммарно в неделю тратят около 10 часов на видеоигры.



- Стали проводить больше времени
- Проводят столько же времени, сколько и годом раньше
- Стали проводить меньше времени
- Затрудняются ответить

Q2. За последний год Вы стали проводить больше, меньше или столько же времени за видеоиграми, чем годом ранее?

Q3. Сколько примерно часов Вы провели за видеоиграми на прошлой неделе (суммарно)?

База=1364 (играют в видеоигры)

ПРИЧИНЫ СОКРАЩЕНИЯ ВРЕМЕНИ НА ВИДЕОИГРЫ



В результате анализа ответов москвичей на открытый вопрос о причинах сокращения времени на видеоигры можно сделать вывод, что они сокращают время на видеоигры по двум основным причинам:

- нехватка времени;
- потеря интереса к играм.

Москва является динамичным, насыщенным рабочей и социальной жизнью городом, в котором часто чувствуется дефицит времени. И чаще всего именно нехватка времени на игры становится главной причиной уменьшения проведения времени за ними.

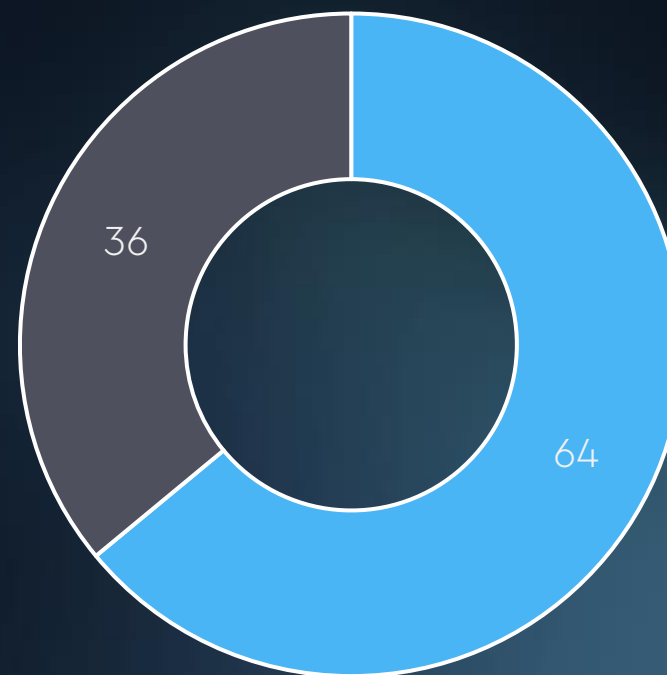
Кроме того, в молодежной Москве есть множество альтернатив играм с активным проведением досуга. Поэтому вторая популярная причина отказа от видеоигр – потеря интереса.

КОНТРОЛЬ ВРЕМЕНИ, ПРОВЕДЕННОГО ЗА ВИДЕОИГРАМИ И ПРОСМОТРОМ ВИДЕО И СОЦСЕТЕЙ



Большинство геймеров разграничивают время, которое они проводят в соцсетях или за просмотром видео, от времени, проведенного ими за видеоиграми (64%).

Чаще это женщины (67%), молодые люди в возрасте 18-24 лет (79%), работающие учащиеся, студенты (81%).



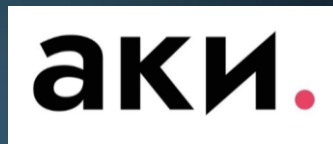
■ Разделяют

■ Не разделяют

Q18. Разделяете ли Вы свое время, проведенное за просмотром видео, соцсетей, от времени, проведенного Вами за видеоиграми?
База=1364 (играют в видеоигры)



Департамент
культуры
города Москвы



2.3. Предпочтения геймеров (популярные игры, жанры, сеттинги)

УСТРОЙСТВА ДЛЯ ВИДЕОИГР



Самыми распространёнными устройствами для видеоигр стали мобильный телефон/планшет (75%) и компьютер/ноутбук (58%). Чаще всего на мобильном телефоне/планшете играют женщины (81%), родители несовершеннолетних детей (82%), а также геймеры 14-17 лет (90%).

На компьютере/ноутбуке чаще играют мужчины (68%); молодые люди в возрасте 18-24 лет (69%); участники опроса, не имеющие несовершеннолетних детей (61%); геймеры с высшим образованием (62%).



Q4. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц?

База=1364 (играют в видеоигры)

Сумма ответов не равна 100%, так как можно было выбрать несколько вариантов

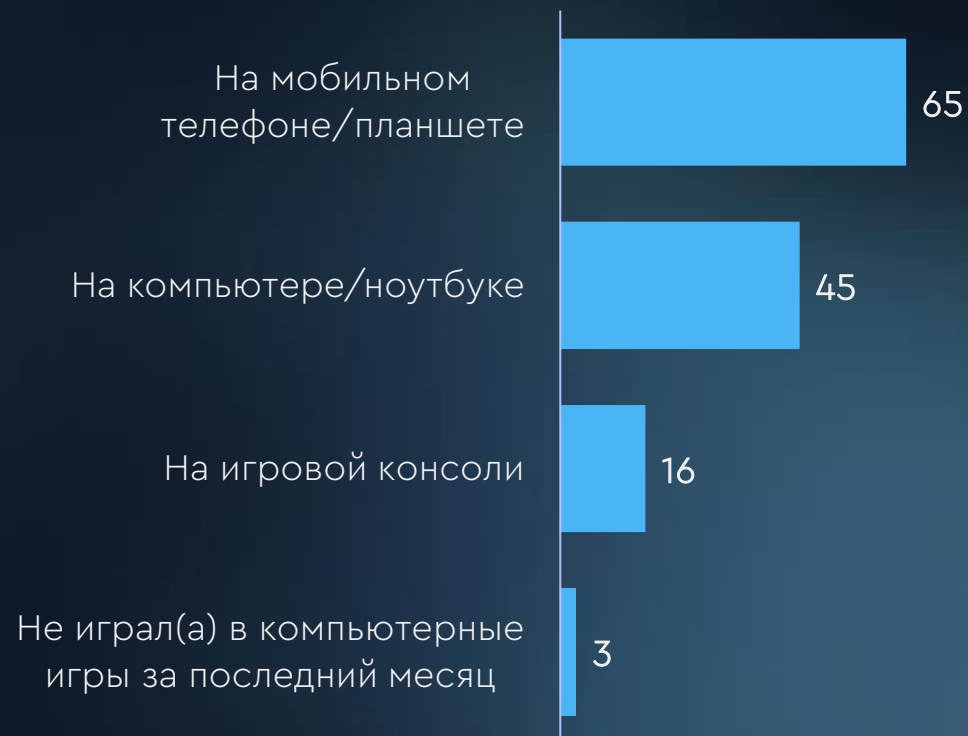
УСТРОЙСТВА ДЛЯ ВИДЕОИГР



Заметна тенденция к увеличению числа играющих на мобильных телефонах и планшетах, компьютерах и ноутбуках.



Данные по Москве (2023 г.)



Данные по Москве (2022 г.)

Q4. На каких устройствах Вы играли в видеоигры за последний месяц?
База=1364 (играют в видеоигры, 2023 г.)
База=139 (играли в видеоигры, 2022 г.), ошибка выборки составляет не более 8%.
Сумма ответов не равна 100%, так как можно было выбрать несколько вариантов

ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ ЖАНРЫ ВИДЕОИГР



Самыми популярными жанрами видеоигр среди москвичей являются головоломки (55%), приключения и стратегия (по 34%), симулятор (29%). Интерес к головоломкам можно объяснить тем, что они представляют собой умственный вызов, тренируют логическое мышление и помогают отвлечься от забот. Кроме этого, у головоломок простой интерфейс, более доступный для широкого пула игроков, вне зависимости от возраста или опыта. Так, игры-головоломки чаще предпочитают женщины (65%) и люди в возрасте 45-54 лет (64%).

Приключения чаще интересны подросткам в возрасте 14-17 лет (63%), игры-стратегии предпочитают мужчины (40%) и геймеры в возрасте 25-34 лет (41%).



Q7. Какие жанры игр лично Вы предпочитаете?

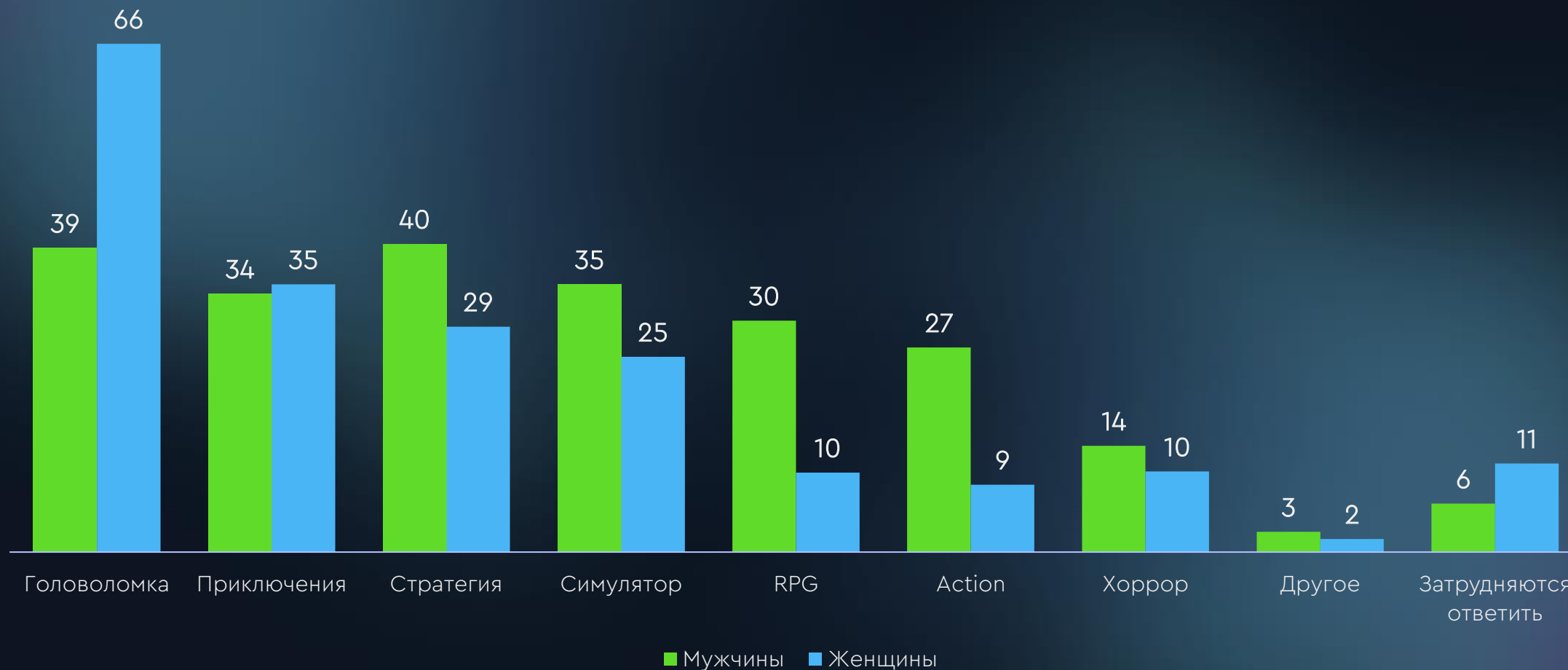
База=1364 (играют в видеоигры)

Сумма ответов не равна 100%, так как можно было выбрать несколько вариантов

ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ ЖАНРЫ ВИДЕОИГР



Женщинам скорее интересны головоломки (66%), мужчины чаще выбирают игры-стратегии (40%), симулятор (35%).



Q7. Какие жанры игр лично Вы предпочитаете?

База=1364 (играют в видеоигры)

Сумма ответов не равна 100%, так как можно было выбрать несколько вариантов

НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ВИДЕОИГРЫ В МОСКВЕ



Москвичи, играющие в видеоигры, называли большое количество разнообразных игр, которые они выбирали за последний год.

Название	Разработчик/Издатель	Страна
1. Мир танков	Lesta Games	Россия
2. Dota 2	Valve	США
3. GTA	Rockstar Games	США, Великобритания
4. Minecraft	Mojang Studios	Швеция
5. Counter Strike	Valve	США
6. PUBG: Battlegrounds	PUBG Studios/Krafton	Южная Корея
7. FIFA (футбольные симуляторы)	Electronic Arts	США
8. The Sims	Electronic Arts	США

Q8. В какие игры Вы лично играли за последний год? Впишите названия игр

Открытый вопрос

База=1364 (играют в видеоигры)

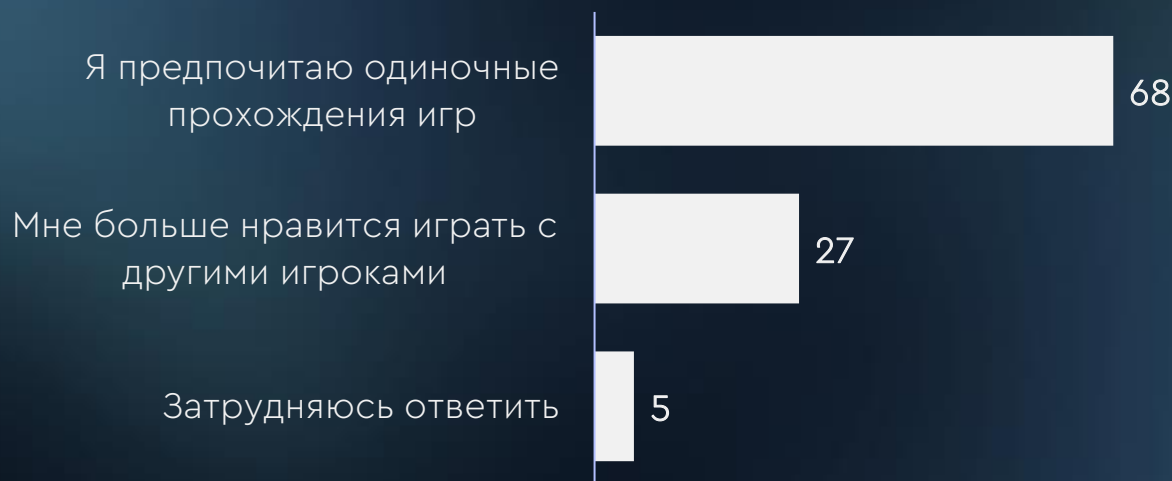
Сумма ответов не равна 100%, так как можно было выбрать несколько вариантов

ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ ФОРМАТЫ ВИДЕОИГР



Наиболее предпочтительным форматом видеоигр является одиночное прохождение – 68%. Такой формат чаще выбирают женщины (73%), люди от 55 лет и старше (82%), играющие эпизодически (79%).

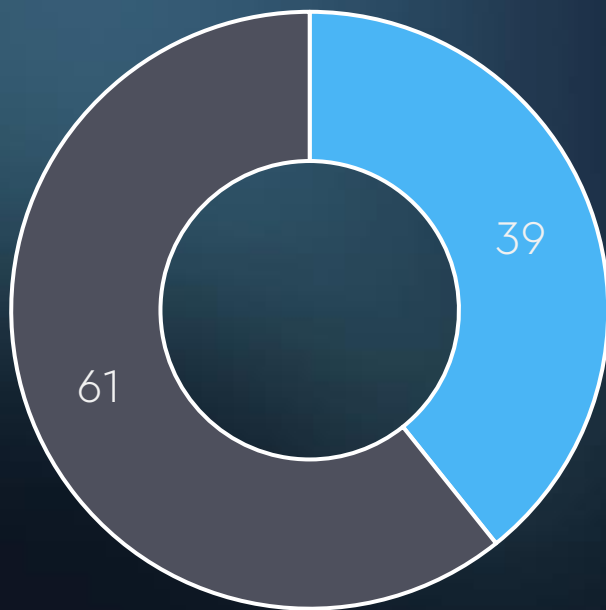
Среди тех, кому нравится играть с другими игроками, больше мужчин (34%), молодых людей в возрасте от 14 до 17 лет (45%) и от 18 до 24 лет (45%), а также играющих каждый день (33%).



РАСХОДЫ НА ВИДЕОИГРЫ



Более трети опрошенных за последний год тратили деньги на покупку видеоигр или приобретение цифровых пропусков или на внутриигровые покупки (39%). За последний месяц было потрачено в среднем 3604 рублей. Максимальные затраты за месяц сделали москвичи в возрасте от 18 до 24 лет (в среднем 5428 руб.), а также москвичи с высшим образованием (в среднем 5759 руб.).



3604 ₽

в среднем потратили москвичи
на приобретение видеоигр и (или)
внутриигровых покупок за месяц
(43 248 ₽ в год)

■ Приходилось делать такие покупки ■ Не приходилось

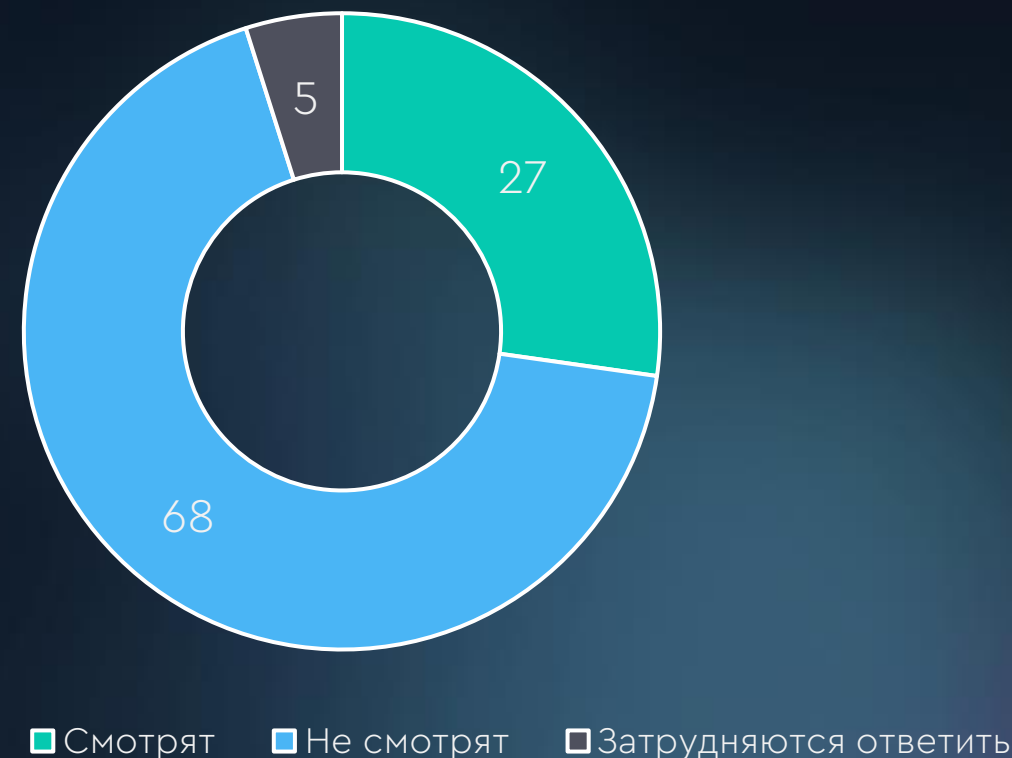
Q5. Приходилось ли Вам (или другим членам вашей семьи) за последний год приобретать видеоигры или приобретать игровые пропуска или делать внутриигровые покупки?
Пожалуйста, ответьте от лица Вашей семьи.
База=1500 (все респонденты)

Q6. Сколько всего денег за последний месяц Ваша семья потратила на эти покупки?
База=1500 (все респонденты)

СТРИМЫ С ПРОХОЖДЕНИЕМ ВИДЕОИГР



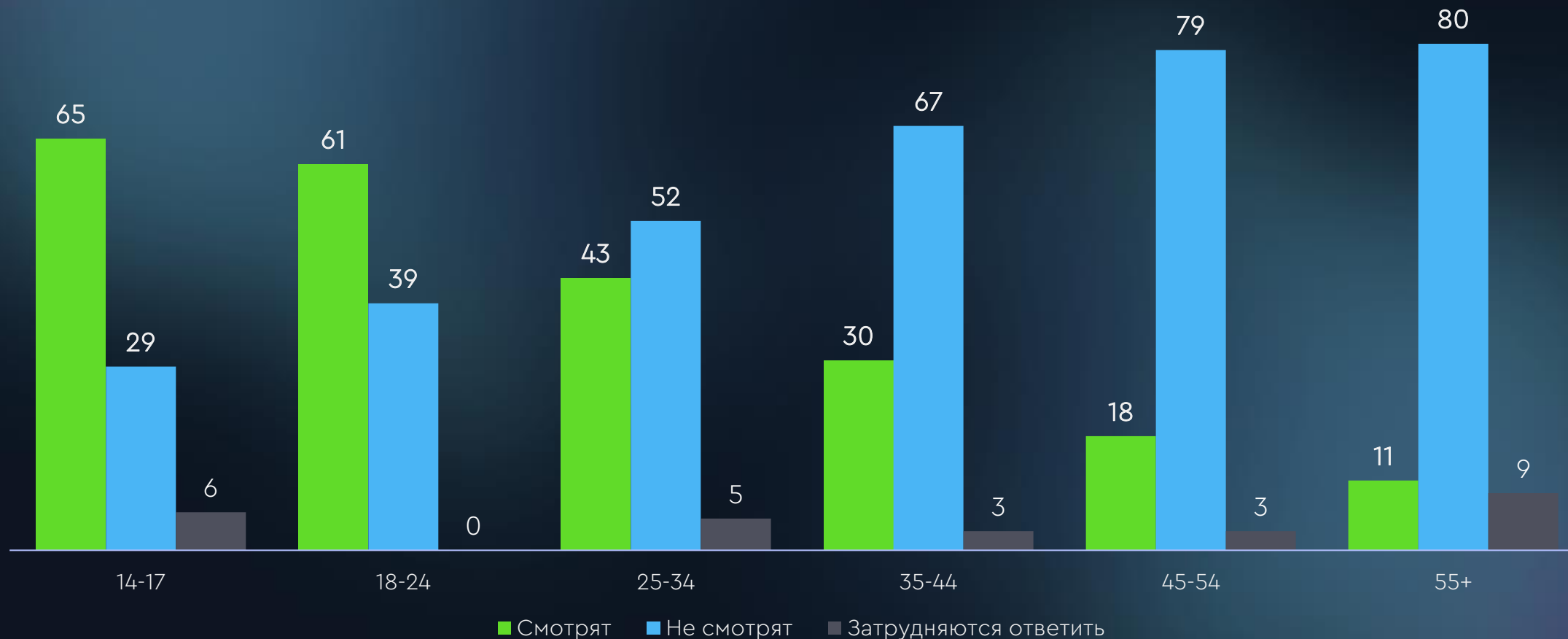
Большинство опрошенных не смотрят стримы с прохождением видеоигр – 68%.
Почти треть этой аудитории – смотрят (27%).
Стримы чаще смотрят мужчины (32%), люди с хорошим материальным положением (58%).
Также смотрят стримы в основном сами игроки (30% против 27% в целом по выборке).



СТРИМЫ С ПРОХОЖДЕНИЕМ ВИДЕОИГР



Среди подростков 14–17 лет значительно больше увлекающихся просмотрами стримов с прохождением видеоигр чем в целом по выборке (65%).



Q27. Смотрите ли Вы стримы с прохождением видеоигр?
База=1500 (все респонденты)

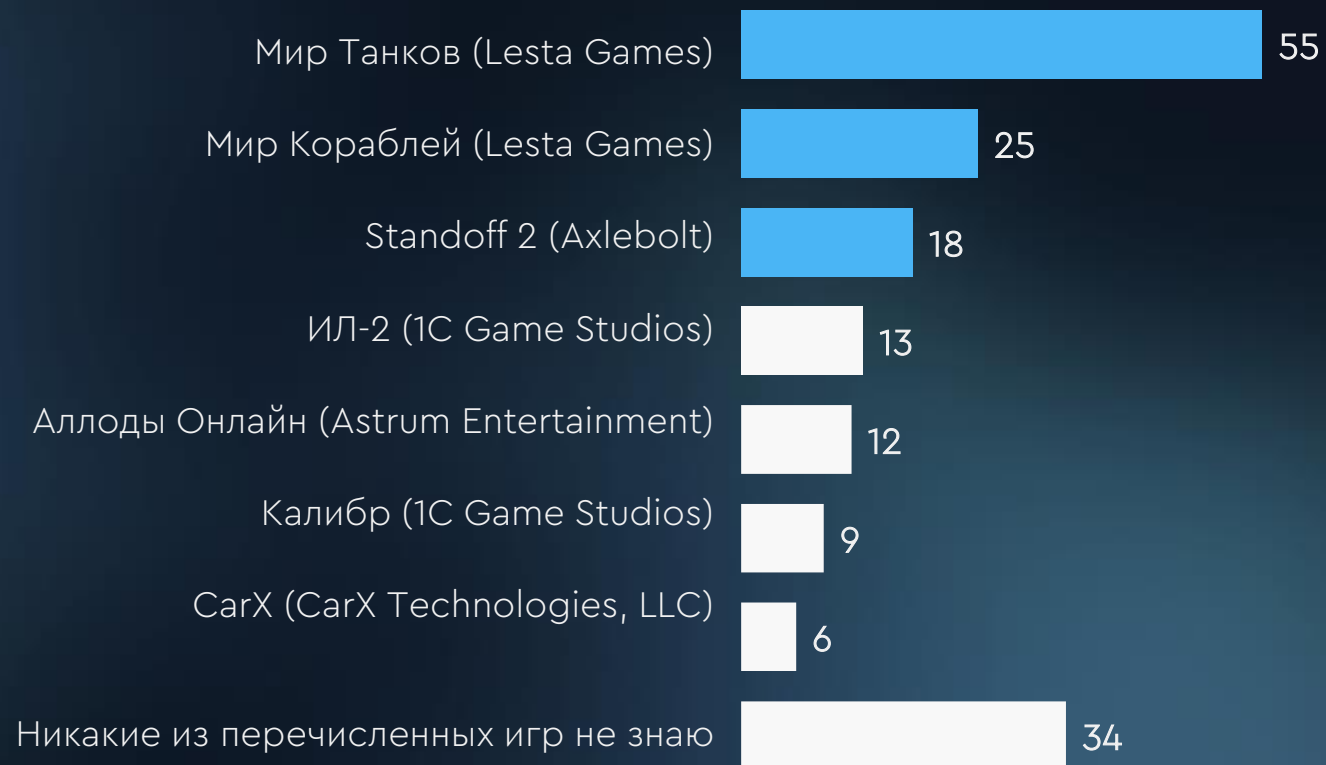
ОСВЕДОМЛЁННОСТЬ О РОССИЙСКИХ ИГРАХ



ТОП-3 самых известных игр: «Мир танков» (55%), «Мир кораблей» (25%), «Standoff 2» (18%). Знание этих игр чаще всего демонстрировали мужчины.

«Мир танков» больше известен среди молодых от 25 до 34 лет (64%), а также среди работающих москвичей (61%).

«Мир Танков» – абсолютный лидер по уровню осведомленности: уровень узнаваемости игры находится на одном уровне и среди играющих, и среди их родственников.



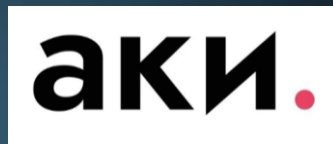
Q9. Какие из перечисленных онлайн игр, разработанных в России, Вы знаете?

База=1500 (все респонденты)

Сумма ответов не равна 100%, так как можно было выбрать несколько вариантов ответа



Департамент
культуры
города Москвы



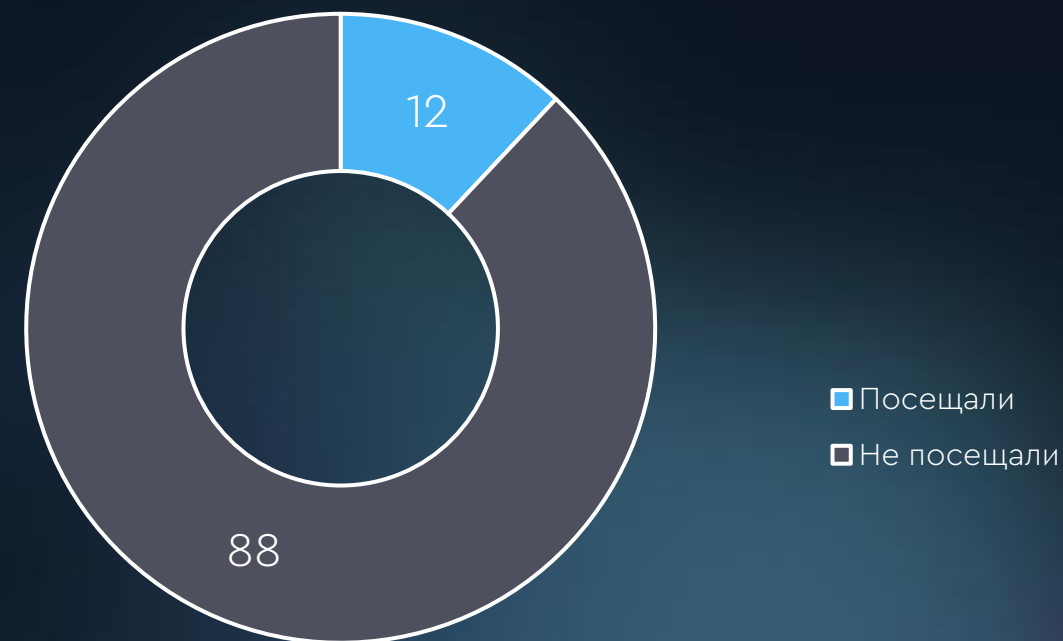
2.4. Потребности геймеров и ожидания от предложений на рынке

ОЖИДАНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЙ НА РЫНКЕ. ОПЫТ ПОСЕЩЕНИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ КЛУБОВ



12%

жителей Москвы, которые играют в видеоигры, посещали компьютерные клубы за последний год. Опыт посещения компьютерных клубов характерен больше для молодежи 14-34 лет (29-32%) и мужчин (14%).



Q19. В Москве работает много компьютерных клубов доступных как для детей, так и для взрослых людей. Лично Вы посещали ли такие компьютерные клубы за последний год?

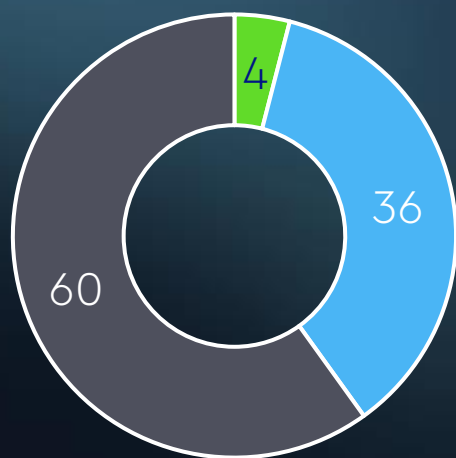
База=1364 (играют в видеоигры)

ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ ОБ ИНДИ-СТУДИЯХ, РАЗРАБАТЫВАЮЩИХ ИГРЫ

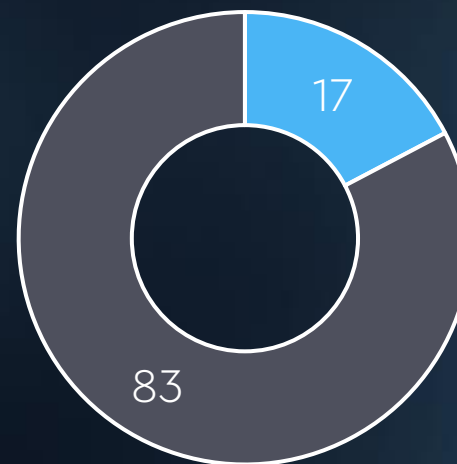


Осведомленность об инди-студиях, разрабатывающих небольшие игры, невысокая – хорошо знают о них 4% играющих в видеоигры, еще 36% что-то слышали. Наибольшая осведомленность о них в возрастной группе 18-44 лет (6-10%), а также среди тех, кто играет в видеоигры почти каждый день (6%). Среди тех, кто впервые слышит об инди-студиях, значимо больше москвичей, которые сами не играют в видеоигры (83%).

Играющие в видеоигры



Родственники геймеров



■ Знаю хорошо о таких инди-студиях

■ Что-то слышал(а)

■ Впервые слышу

Q21. Знаете ли Вы или слышали о существовании в Москве инди-студий, которые делают небольшие интересные, не шаблонные игры с головоломками или интересным сюжетом?

База: 1 500 – 1364 (играют в видеоигры), 136 (играют члены семьи)

ОТНОШЕНИЕ К КИБЕРСПОРТУ

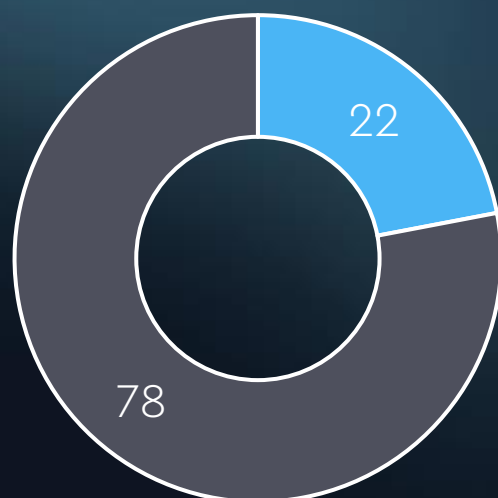


Киберспорт – быстрорастущая креативная сфера, которая объединяет игры и соревнования на профессиональном уровне. В России киберспорт признан официальным видом спорта и внесен в соответствующий реестр.

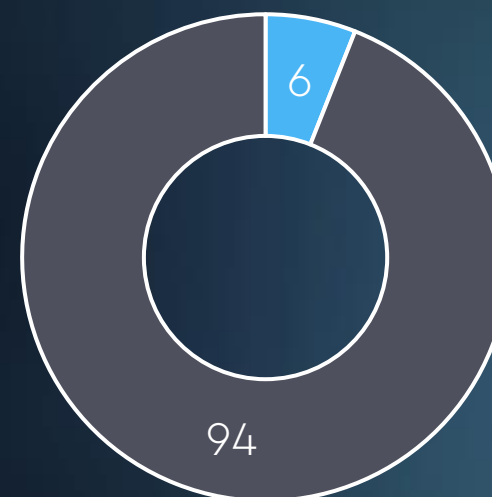
Смотрят киберспортивные трансляции в основном сами геймеры (22% против 6% среди не играющих в видеоигры).

Среди смотрящих киберспортивные соревнования преобладают молодежь 14-34 лет (39-43%) и мужчины (26%).

Играющие в видеоигры



Родственники геймеров



■ Смотрят
■ Не смотрят

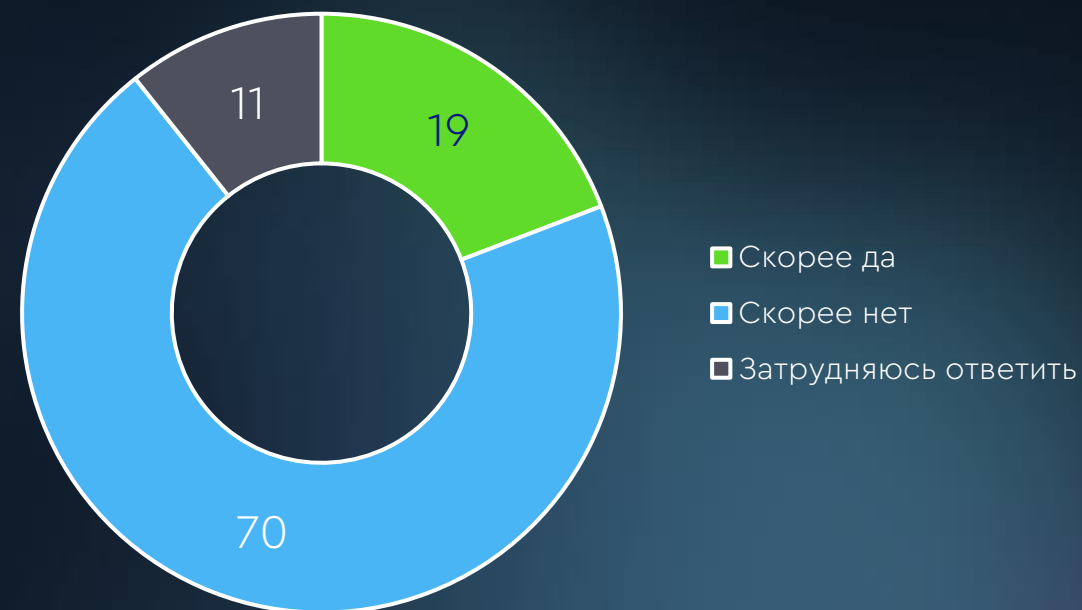
Q22. Киберспорт (компьютерный спорт) - соревнования на основе компьютерных и/или видеоигр. Смотрите ли Вы трансляции киберспортивных соревнований?

База: 1 500 – 1364 (играют в видеоигры), 136 (играют члены семьи)

ЖЕЛАНИЕ УЧАСТВОВАТЬ В КИБЕРСПОРТИВНЫХ СОРЕВНОВАНИЯХ



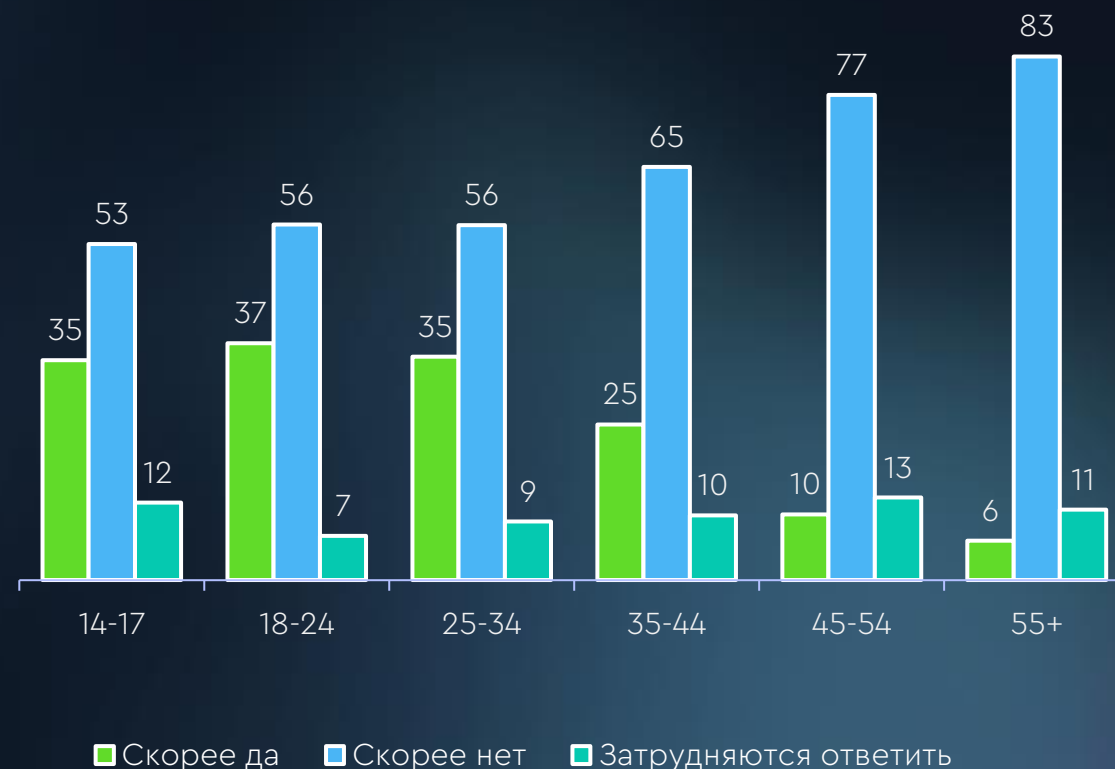
Желание участвовать в киберспортивных соревнованиях есть у 19% геймеров. Наиболее заинтересованы в участии в соревнованиях по киберспорту мужчины (23% против 16% женщин), а также москвичи, которые играют почти каждый день (25%).



ЖЕЛАНИЕ УЧАСТВОВАТЬ В КИБЕРСПОРТИВНЫХ СОРЕВНОВАНИЯХ



Среди молодежи 14-35 лет отмечается более высокий интерес к участию в киберспортивных соревнованиях.
Более старшее поколение (старше 45 лет) воспринимает свое увлечение видеоиграми скорее как развлечение и не выражает готовность участвовать в соревнованиях.

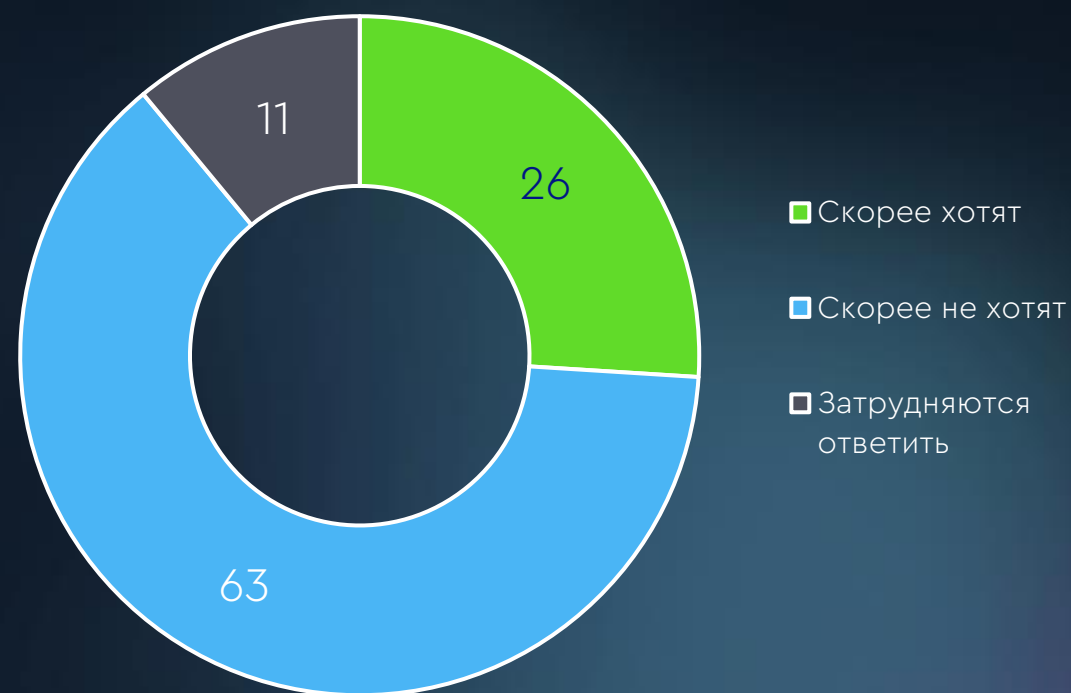


ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРОФЕССИИ РАЗРАБОТЧИКА ВИДЕОИГР



26%

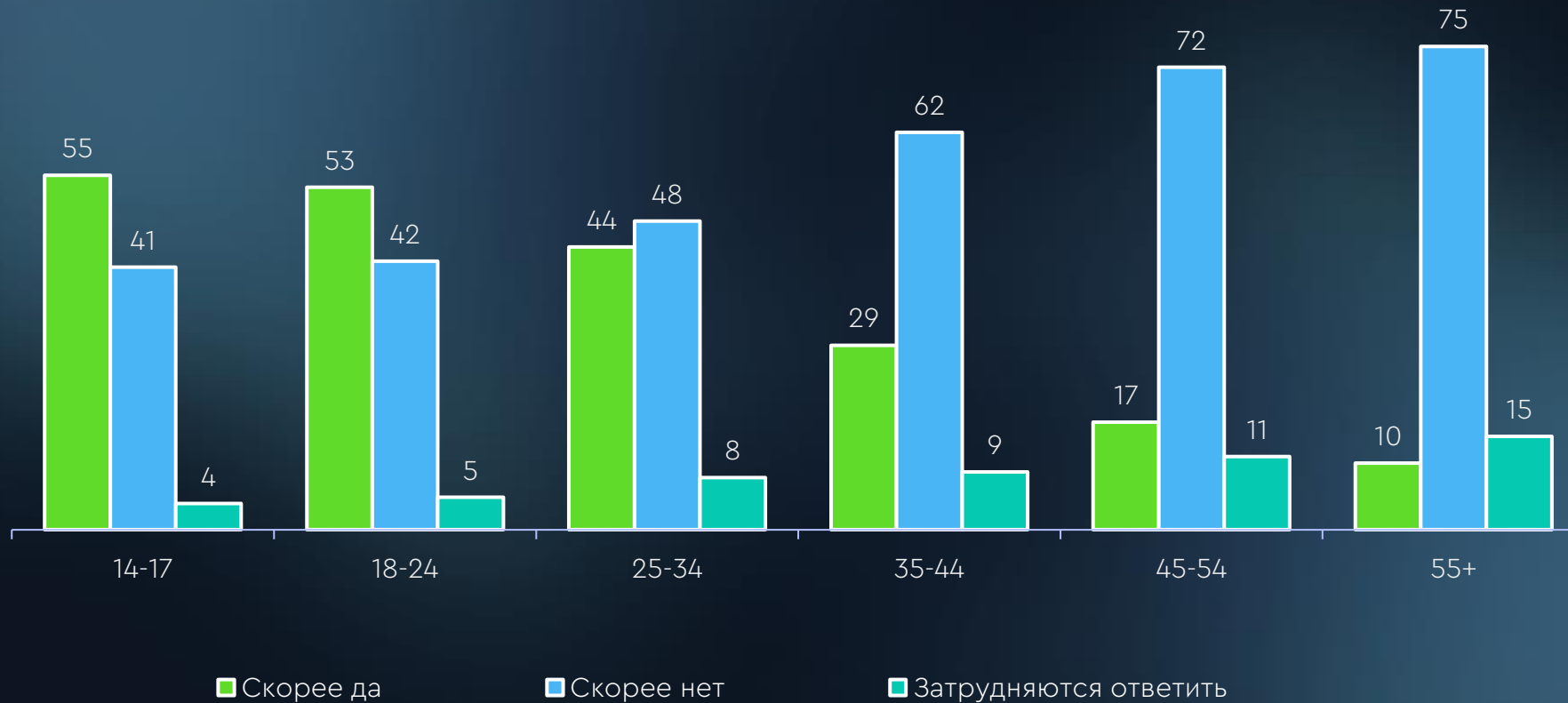
москвичей, которые увлекаются видеоиграми, скорее хотели бы стать разработчиками видеоигр. Среди желающих больше мужчин (31% против 23% среди женщин). Такое желание чаще выражают также активно играющие москвичи (30%) и москвичи с высоким уровнем достатка (33%).



ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРОФЕССИИ РАЗРАБОТЧИКА ВИДЕОИГР



Наиболее привлекательна профессия разработчика видеоигр для молодежи 14-24 лет (53-55%).



ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ ВИДЕОИГР



Помимо того, что игры приносят азарт, удовольствие и позволяют с интересом провести время, практически все играющие москвичи отмечают, что гейминг несет в себе некоторые образовательные функции.

Во-первых, игры способствуют развитию рефлексов, координации движений и умению принимать решения в условиях быстрого темпа. Во-вторых, игры часто прививают навыки управления и руководства. В-третьих, игры развивают творческое мышление и фантазию.

76% опрошенных считают, что благодаря видеоиграм развиваются быстрая реакция и логика. Также, по их мнению, в топ-3 навыков и умений, которые можно развить благодаря видеоиграм, входят стратегическое планирование (62%) и творческий подход (44%).

Мнение, что видеоигры не способствуют появлению каких-либо навыков или умений, не является распространенным (8%).



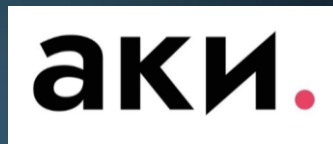
Q26. На Ваш взгляд, какие навыки и умения может развить в себе человек, играя в видеоигры?

База: 1 500 (все респонденты)

Сумма ответов превышает 100%, так как можно было выбрать несколько вариантов



Департамент
культуры
города Москвы



2.5. Предпочтения детской аудитории, отношение родителей к увлечению детьми видеоиграми

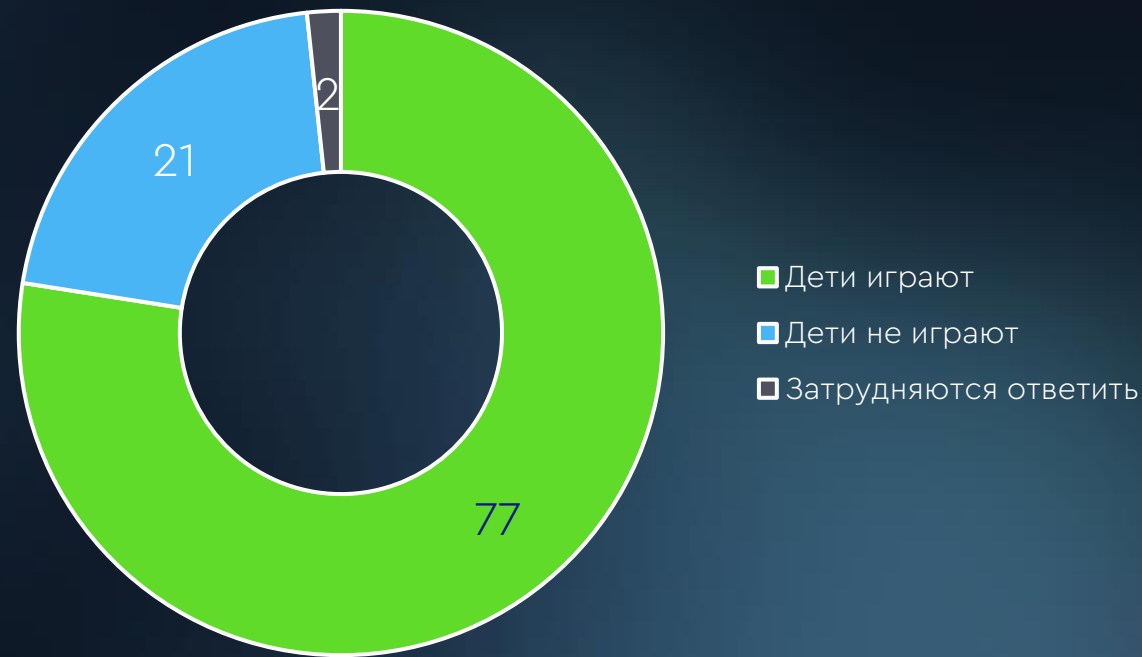
ОТНОШЕНИЕ К УВЛЕЧЕНИЮ ДЕТЕЙ ВИДЕОИГРАМИ



77%

родителей отмечают, что их дети играют в видеоигры.

Несмотря на положительные стороны, затяжное погружение в виртуальную реальность может привести к ухудшению здоровья. У детей граница между реальностью и воображением размывается очень легко. Поэтому важно, чтобы родители и учителя помогли ребенку соблюдать эту границу.



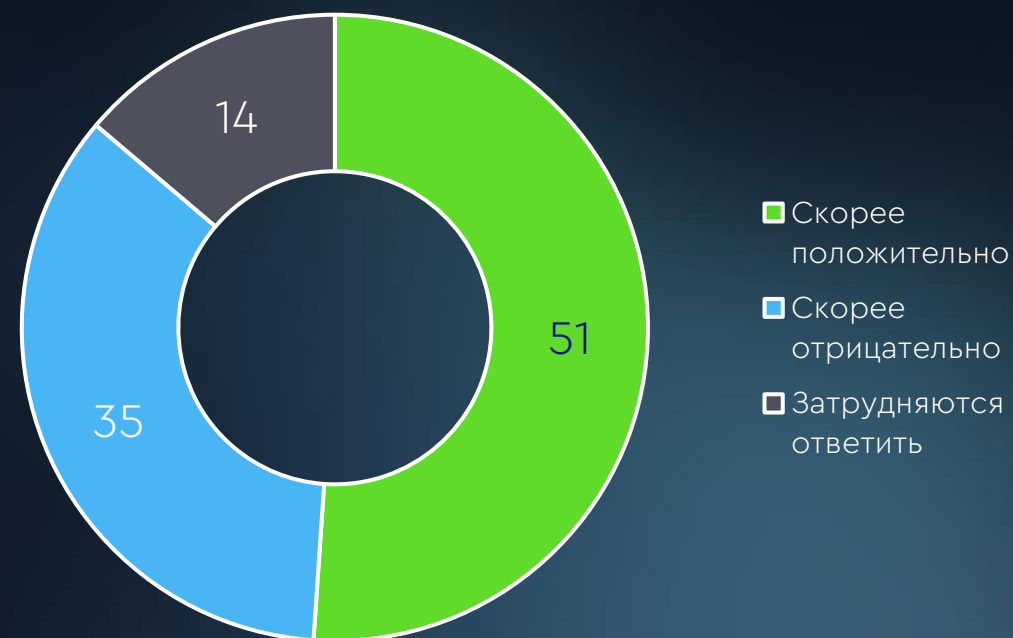
ОТНОШЕНИЕ К УВЛЕЧЕНИЮ ДЕТЕЙ ВИДЕОИГРАМИ



Каждый второй родитель относится скорее положительно к увлечению своих детей видеоиграми (51%).

Отрицательное отношение к тому, что их дети играют в видеоигры, демонстрирует каждый третий (35%).

Причем мужчины относятся к увлечению своих детей видеоиграми более лояльно чем женщины – среди мужчин получена большая доля тех, кто относится положительно к такому увлечению детей (63%).

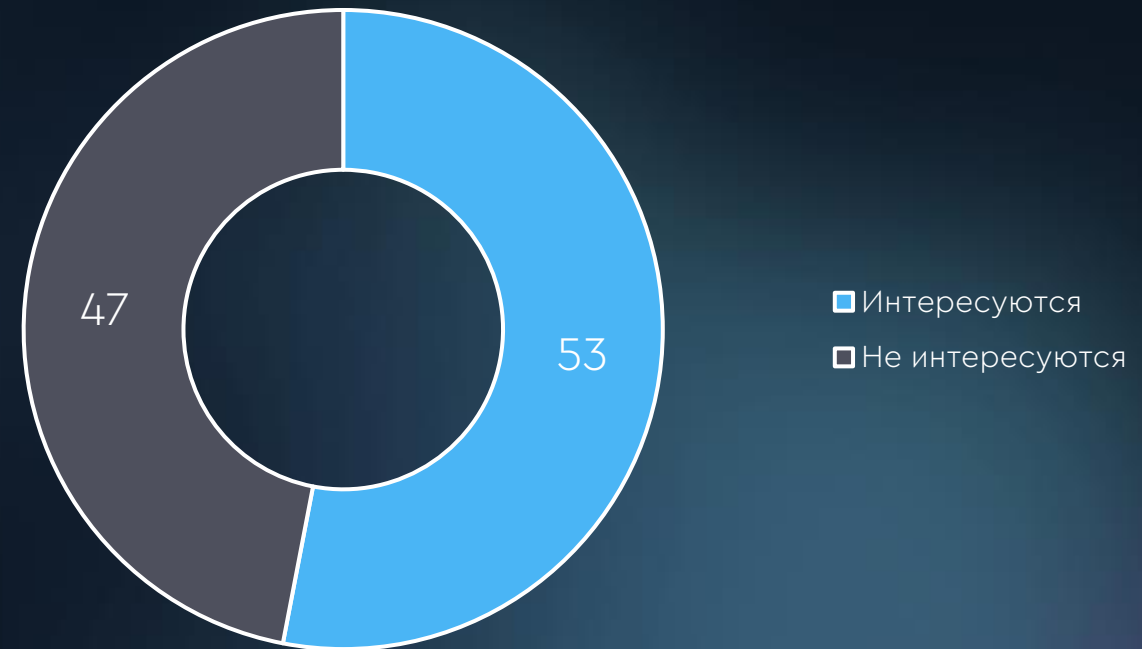


ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ ДЕТЕЙ



53%

москвичей-родителей интересуются достижениями своих детей в видеоиграх. Чаще интерес проявляют более молодые родители (69% в возрасте 25-34 лет против 41% среди родителей 45-54 лет).



ТОП-10 НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫХ ВИДЕОИГР СРЕДИ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ



Более трети родителей затруднились ответить, в какие именно видеоигры играют их дети (35%). Среди видеоигр чаще всего называли Minecraft, Roblox и Мир танков.

Название	Разработчик/Издатель	Страна
1. Мир танков	Lesta Games	Россия
2. Standoff	Axlebolt	Россия
3. Minecraft	Mojang Studios	Швеция
4. Roblox	Roblox Corporation	США
5. FiFA	Electronic Arts	США
6. Dota 2	Valve	США
7. GTA	Rockstar Games	США, Великобритания
8. Counter Strike	Valve	США
9. The Sims	Electronic Arts	США
10. Among us	Innersloth	США

Q14 В какие видеоигры играют Ваши несовершеннолетние дети? Впишите названия игр.

Открытый вопрос

База: 421 (родители, чьи дети играют в видеоигры)

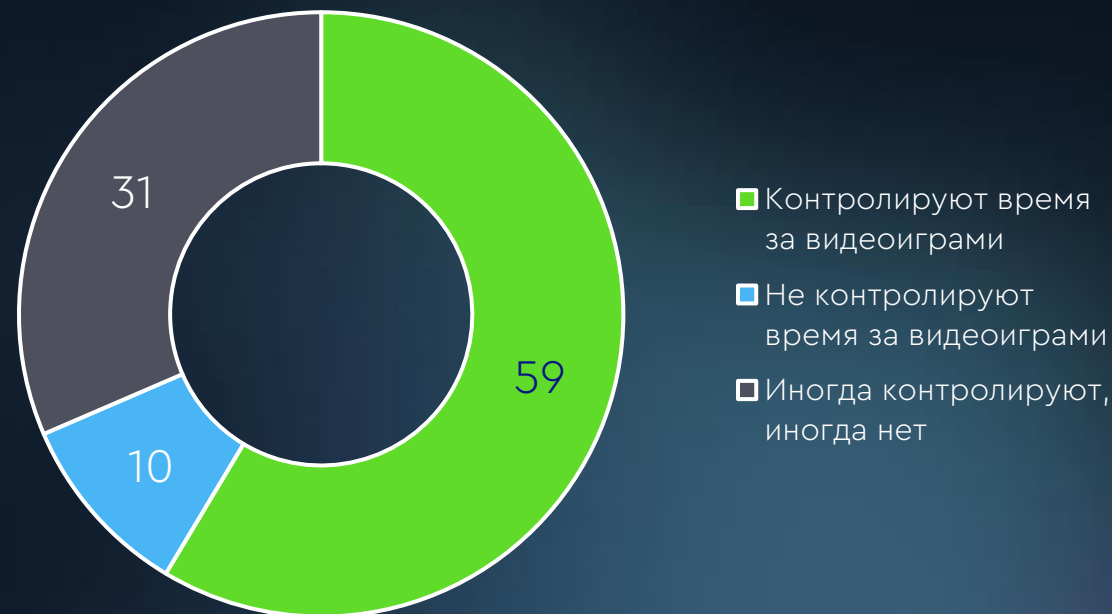
ОТНОШЕНИЕ К УВЛЕЧЕНИЮ ДЕТЕЙ ВИДЕОИГРАМИ



6 из 10

московских родителей контролируют время, проведенное их детьми за видеоиграми (59%), чаще об этом говорили молодые родители 25-34 лет (76%).

Еще 31% делают это время от времени.

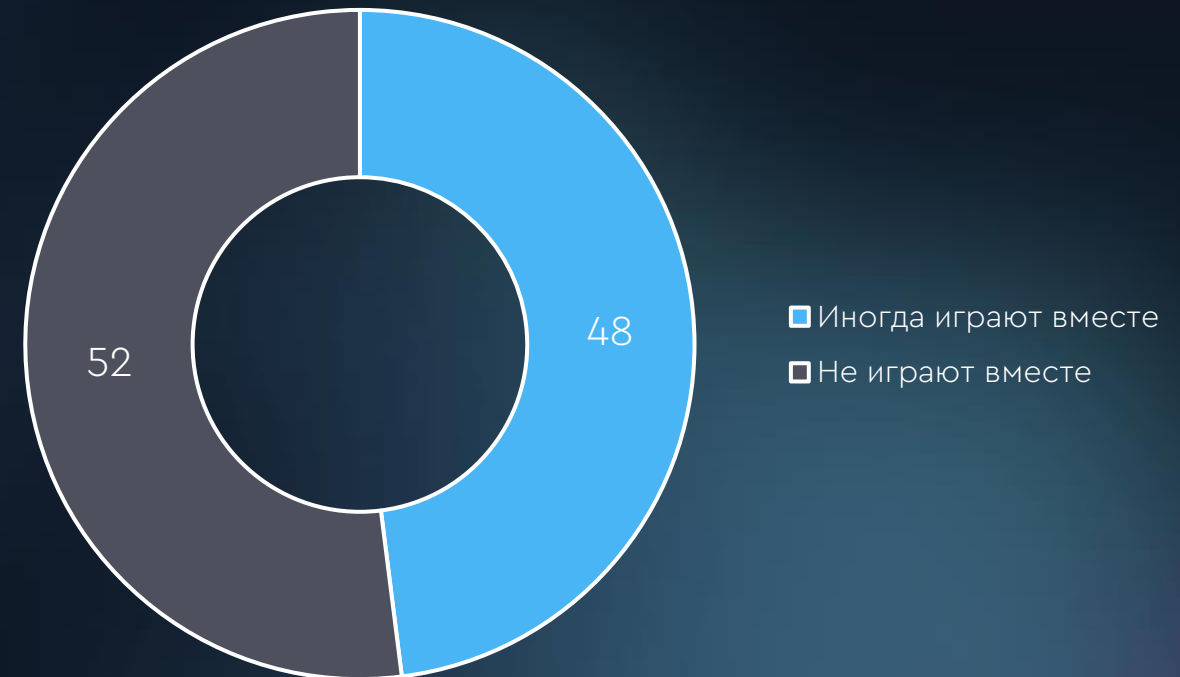


ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ ДЕТЕЙ



48%

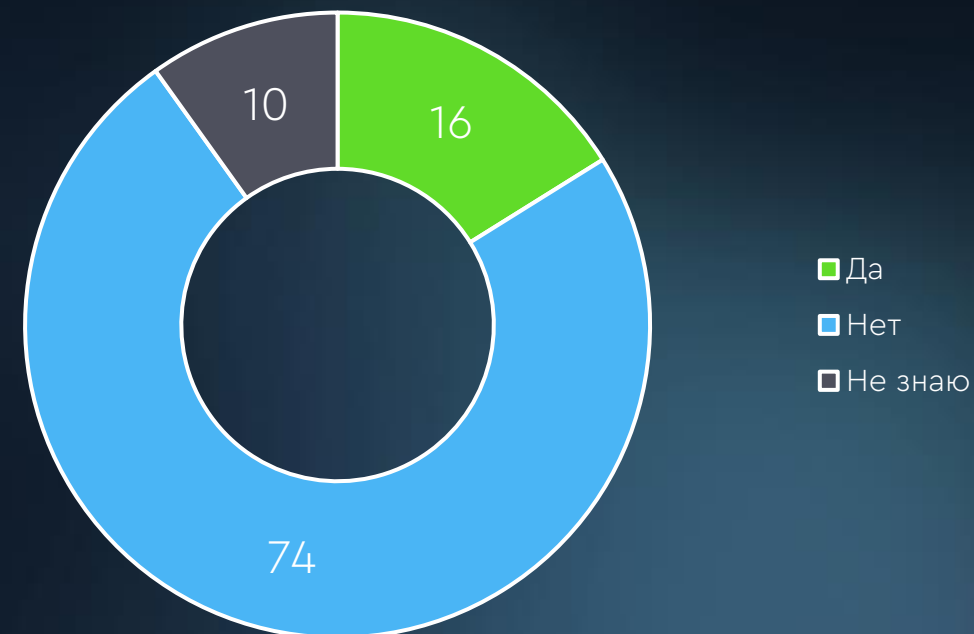
москвичей-родителей иногда играют в видеоигры вместе со своими детьми. Чаще играют в видеоигры со своими детьми родители, которые сами увлекаются этим занятием (54%), а также мужчины (57%).



ОПЫТ ПОСЕЩЕНИЯ ДЕТЬМИ КОМПЬЮТЕРНЫХ КЛУБОВ



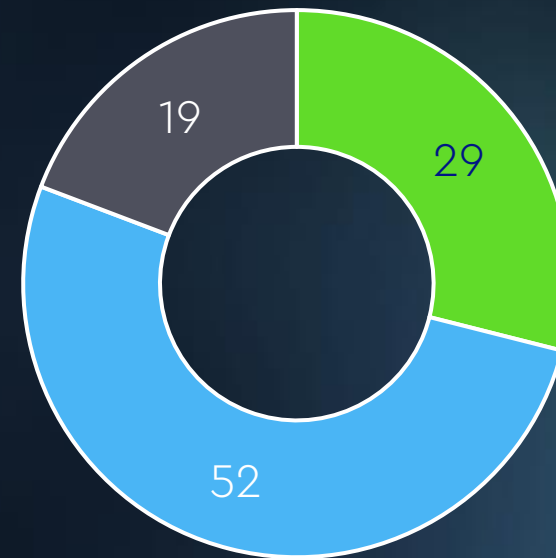
Опыт посещения компьютерных клубов есть у 16% детей старше 5 лет.
Мужчины реже интересуются увлечениями своих детей – 15% затруднились с ответом (против 7% среди женщин).



ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРОФЕССИИ КИБЕРСПОРТСМЕНА ДЛЯ ДЕТЕЙ



Треть родителей несовершеннолетних детей скорее хотели бы, чтобы их дети стали профессиональными киберспортсменами (29%). Такое желание наиболее характерно для молодых родителей 18-24 лет (57% против 23% среди более старших родителей 45-54 лет).



- Скорее хотели бы, чтобы дети занимались киберспортом
- Скорее не хотели бы, чтобы дети занимались киберспортом
- Затрудняются ответить

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРОФЕССИИ РАЗРАБОТЧИКА ВИДЕОИГР ДЛЯ ДЕТЕЙ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ РОДИТЕЛЕЙ



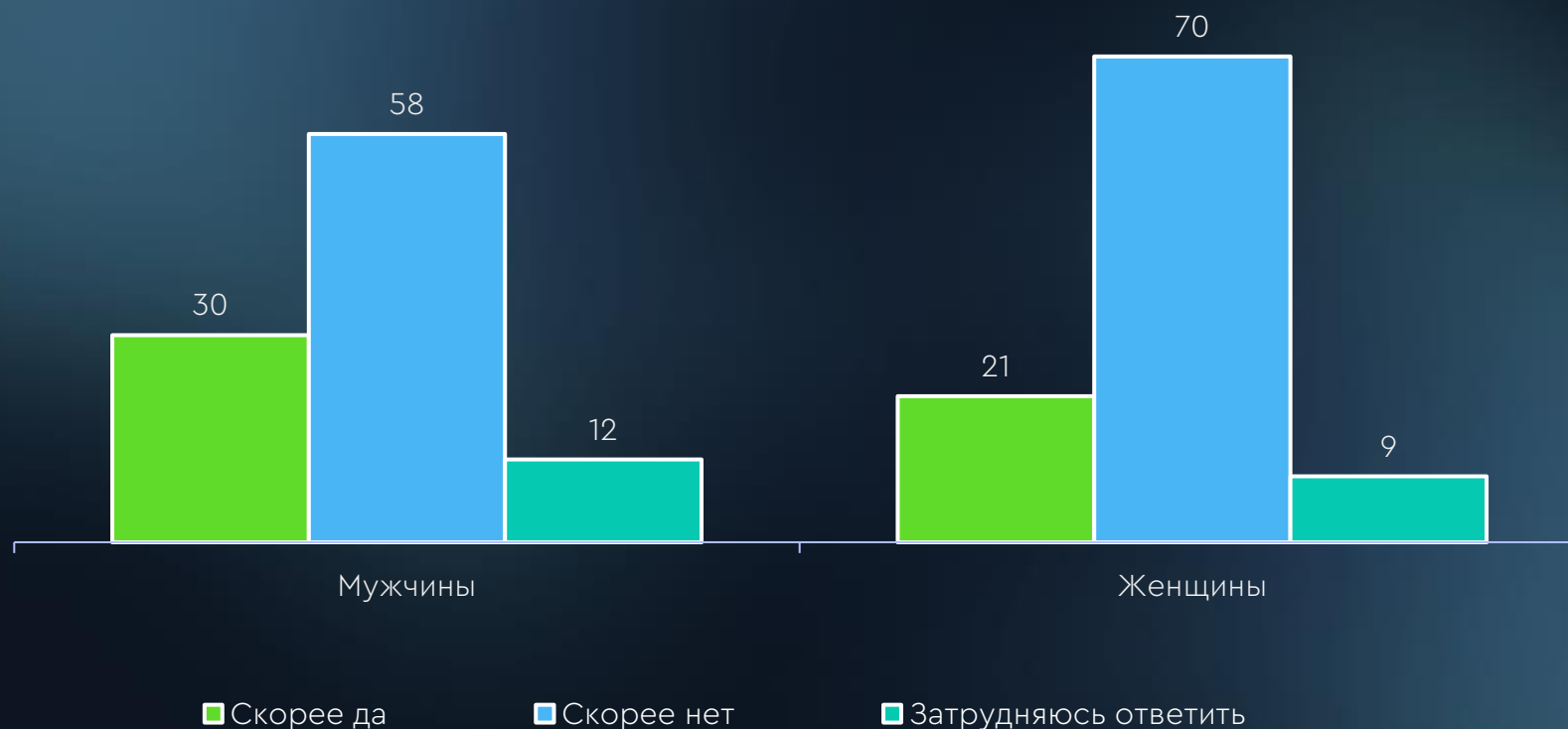
Более половины родителей хотели бы, чтобы их дети стали разработчиками игр (55%). Однако каждый пятый пока сомневается и затрудняется с ответом на вопрос, что может быть связано с низкой информированностью населения о перспективности данной профессии.



ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРОФЕССИИ РАЗРАБОТЧИКА ВИДЕОИГР ДЛЯ ДЕТЕЙ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ РОДИТЕЛЕЙ



Мужчины чаще видят своих детей в будущем разработчиками видеоигр, чем женщины (30% против 21% женщин).





Департамент
культуры
города Москвы



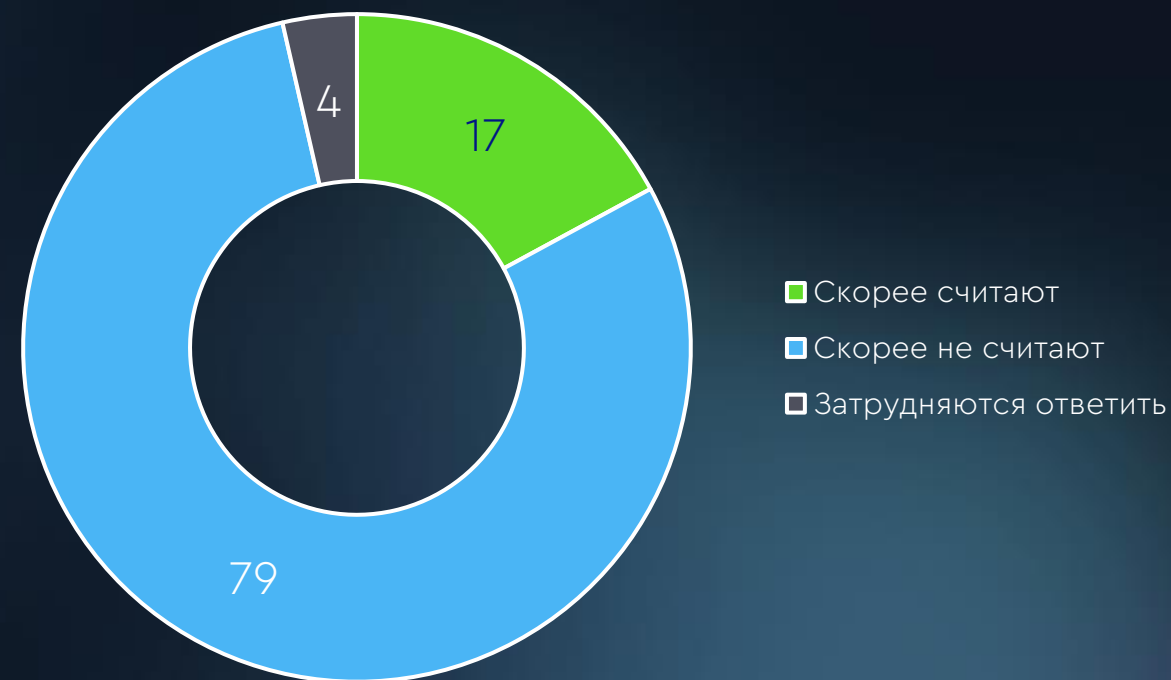
2.6. Влияние социально-экономических барьеров на геймеров

ОТНОШЕНИЕ К ГЕЙМИНГУ



17%

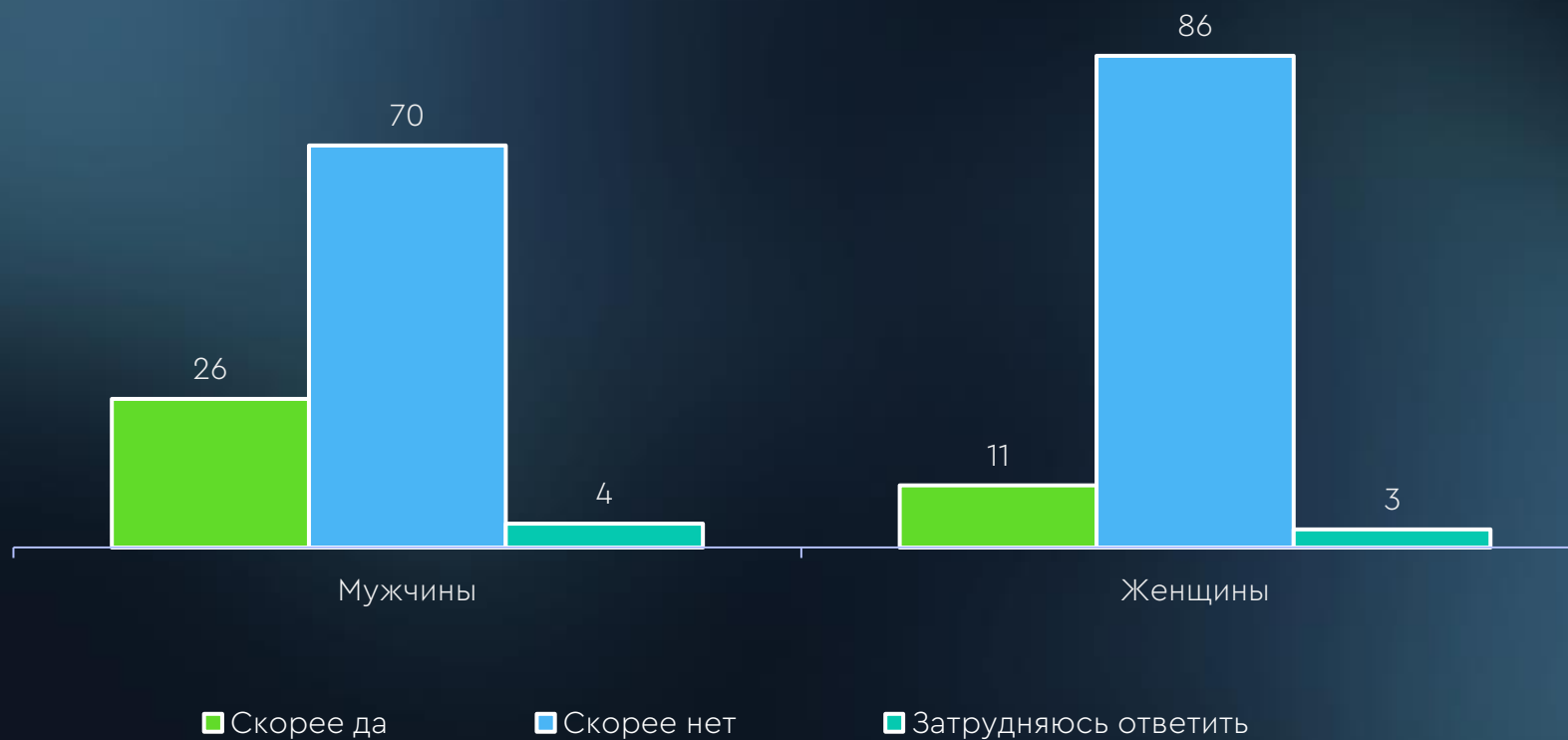
москвичей, играющих в видеоигры, считают себя геймерами. Геймерами чаще себя считают те москвичи, кто играет в видеоигры каждый день или почти каждый день (25%).



ОТНОШЕНИЕ К ГЕЙМИНГУ



Наибольшая доля тех, кто ассоциирует себя с геймерами, получена среди мужчин (26% против 11% женщин), а также среди молодежи 14-34 лет (29-43%).



ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О «ЧЕЛОВЕКЕ-ГЕЙМЕРЕ»



Понятие геймера сегодня проходит трансформацию. Ранее «геймерами» считали скорее профессиональных игроков, а сегодня это более широкое понятие и охватывает всех, кто с той или иной периодичностью играет в видеоигры любой сложности на мобильном телефоне.

По мнению москвичей, геймер – это прежде всего человек, который много времени проводит за видеоиграми, при этом необязательно играет хорошо и в разные виды видеоигр (40%).

Наибольшие доли тех, кто так считает, получены среди молодежи 18-24 лет (49%) и мужчин (43%).

В то же время для тех, кто сам играет в видеоигры, более свойственно считать, что геймером можно называть профессионального игрока. А москвичи, не увлекающиеся видеоиграми, считают, что геймер – это человек, который просто много времени проводит за видеоиграми.

Геймер – это человек, который много времени проводит за видеоиграми, при этом необязательно играет хорошо и в разные виды видеоигр



40

Это опытный игрок, он не играет в видеоигры профессионально (не киберспортсмен), но умеет хорошо играть в разные виды видеоигр



29

Это человек, который играет в видеоигры профессионально (киберспортсмен), участвует в соревнованиях



25

Другое



<1

Затрудняюсь ответить



6

Q29. А кто для Вас «человек-геймер»? Какой он?

База: 1 500 (все респонденты)

СПОСОБЫ ПРИОБРЕТЕНИЯ ВИДЕОИГР



45%

москвичей, которые играют в видеоигры сами или у которых играют члены семьи, имеют опыт скачивания видеоигр с торрентов за последний год. Такая модель наиболее характерна для молодежи 18-24 лет (58%).

Приобретение лицензионных игр менее распространено – 26% имеют опыт покупки игр в онлайн-магазинах, еще по 13% покупали ключи на сторонних сайтах или в офлайн-магазинах.



Q10. Каким образом Вы или члены Вашей семьи приобретали игры за последний год?

База: 1 500 (все респонденты)

Сумма ответов превышает 100%, так как можно было выбрать несколько вариантов

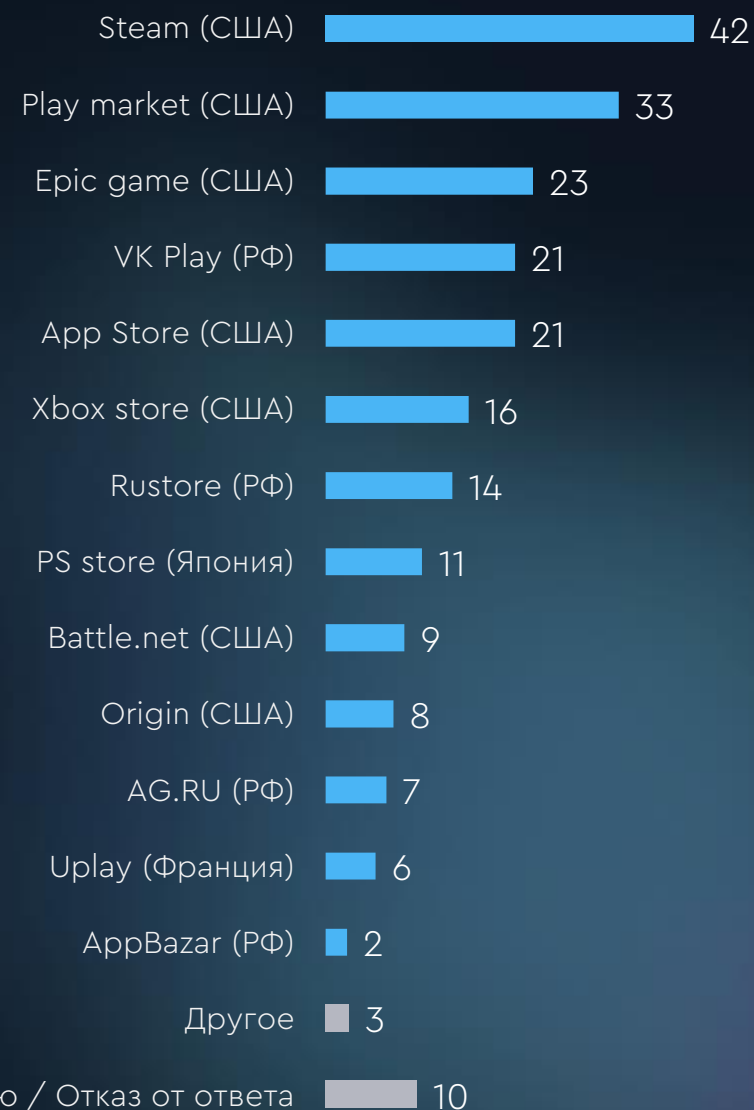
ПЛАТФОРМЫ ПРИОБРЕТЕНИЯ ВИДЕОИГР



Steam – самая популярная платформа приобретения лицензионных игр (42%).

В топ-5 платформ также входят Play market (33%), Epic game (23%), VK Play и App Store (по 21%).

Мужчины предпочитают покупать игры в Steam (53%), Epic game (30%) и AG.RU (10%), женщины выбирают App Store (25%).



Q10_1. На каких платформах (сторках) Вы приобретали игры?

База: 504 (те, кто приобретал игры в онлайн-магазинах или ключи к играм на сторонних сайтах)

Сумма ответов превышает 100%, так как можно было выбрать несколько вариантов

ГОТОВНОСТЬ ПРИОБРЕТАТЬ РОССИЙСКИЕ ПРОДУКТЫ



41%

москвичей, играющих в видеоигры, приобрели бы российские консоли или VR-шлемы, если бы они появились на рынке. Наиболее готовы к таким приобретениям молодежь 25-34 лет и наиболее состоятельные геймеры.



Q11. Если бы на российском рынке появились отечественные консоли или VR-шлем, купили бы Вы их для себя?

База: 1 364 (играют в видеоигры)