

# Анализ целевой аудитории для космического ММО-симулятора

## Основные сегменты аудитории

**1. Ветераны Star Citizen.** Значительная часть аудитории — это фанаты Star Citizen, многие из которых ждали полноценного релиза уже более десяти лет <sup>1</sup> <sup>2</sup>. Это преимущественно мужчины зрелого возраста, начинавшие как энтузиасты космосимов в 80-90-х. Средний возраст игроков Star Citizen заметно выше, чем в других играх: нередко встречаются пилоты 40–60 лет <sup>3</sup>. Они ностальгируют по классическим космосимам (*Wing Commander*, *Elite* и др.) и ценят реализм полёта. Многие из них предпочитают мирные роли (исследование, торговля, перевозки грузов) и разочарованы медленным развитием Star Citizen и его уклоном в затянутую «жизненную» симуляцию (необходимость есть, спать, долго добираться до корабля и пр.). Эта группа привыкла вкладывать время и деньги в игру: например, у Star Citizen есть программа Concierge для игроков, потративших более \$1 000, а отдельные энтузиасты вложили десятки тысяч долларов в покупку кораблей <sup>4</sup> <sup>5</sup>. Это платежеспособная аудитория, готовая инвестировать в качественный космический проект при условии, что он даст им именно то, чего они ждут — богатый космосим с упором на пилотирование и исследования, без излишней рутиной.

**2. Сообщество Elite Dangerous.** Другая крупная группа — поклонники *Elite Dangerous*, современного наследника классической *Elite* Дэвида Брабена. Игра вышла в 2014 году и сумела собрать лояльное ядро игроков, несмотря на относительно нишевый жанр. По оценкам, к 2023 году базовая игра *Elite Dangerous* продалась тиражом свыше **5,1 млн копий** <sup>6</sup>, что свидетельствует о заметном размере аудитории. Эти игроки ценят прежде всего свободу полёта в реальном масштабе галактики и разнообразие PvE-контента. Для них характерно увлечение инженерией кораблей и кастомизацией под разные роли (один и тот же корабль можно настроить как грузовик, истребитель или научный корабль). PvP в *Elite* присутствует, но основная масса — скорее *mid-core* пилоты, предпочитающие исследование, кооператив и борьбу с NPC. Демографически сообщество *Elite Dangerous* тоже состояло в основном из взрослых игроков: по неофициальному опросу 2019 года лишь около **9%** коммандеров были моложе 30 лет, тогда как почти **70%** игроков находились в возрасте от 30 до 49 лет <sup>7</sup> <sup>8</sup>. Многие из них помнят еще оригинальную *Elite* 1980-х, поэтому присутствует эффект ностальгии. Эта аудитория ценит реализм и глубину, но, в отличие от фанатов Star Citizen, они привыкли к более завершённому продукту — *Elite* стабильно работает и получает обновления. Тем не менее, часть игроков *Elite* может быть заинтересована в новом проекте, если он предложит им ещё более богатую песочницу и те возможности, которых не хватает в текущей игре (например, полноценное управление корпорациями, стратегический контроль территории и т.п.).

**3. Хардкорные игроки EVE Online.** Отдельный пласт — ветераны *EVE Online*, одной из самых сложных и “долгоживущих” космических ММО. *EVE* стартовала в 2003 году и привлекла **сотни тысяч игроков** (к 2010 году насчитывалось ~357 тысяч активных подписок <sup>9</sup>). Эта аудитория отличается высокой вовлеченностью и готовностью тратить огромное время на игру. В первую очередь это лидеры корпораций, стратеги, инженеры, экономисты — люди, способные управлять “игрой внутри игры”. *EVE* знаменита политикой, войнами альянсов, сложной экономикой — и тех, кто этим увлекается, можно считать целевой аудиторией нашего проекта (особенно учитывая

элементы 4X-стратегии в дизайне). Демография EVE также склоняется к более взрослой: средний возраст игроков со временем рос (с ~26 лет в 2003 до **33 лет** к 2014 году) <sup>10</sup>, т.е. сообщество повзрослево вместе с игрой. Подавляющее большинство — мужчины (исторически около **95%** аудитории EVE составляли мужчины <sup>11</sup>). Многие из них имеют техническое или военное образование; по словам участников сообщества, среди игроков EVE непропорционально много представителей армии и специалистов с высоким уровнем образования <sup>12</sup>. Они ценят сложности, соревновательность и социальное взаимодействие. Для части хардкорных “капсулёров” наш проект может быть привлекателен, если предложит масштабные сражения корпораций, экономическую модель и простор для стратегического планирования, но при этом более современную графику и симуляцию полёта, чем устаревающая EVE.

**4. Ностальгирующие любители классических космосимов.** Кроме сообществ текущих игр, существует прослойка геймеров, выросших на классических одиночных космических играх 1990-х и 2000-х. Это фанаты *Wing Commander*, *Freelancer*, *X-Wing/TIE Fighter*, *Privateer*, а в России — **“Космических рейнджеров”**. Многие из них сейчас уже в возрасте 35–50 лет, и они с теплотой вспоминают “золотой век” космосимов. Космические рейнджеры в частности были очень популярны в СНГ: 2D-игра с глубокой вселенной, квестами и юмором. Поклонники таких проектов могут составить казуальное крыло аудитории — они любят космическую тематику, но не всегда готовы осваивать **сложные ММО**. Тем не менее, ностальгический фактор силён: если новый проект обещает вернуть ощущение тех приключений (пусть и в современном многопользовательском формате), многие из них могут заинтересоваться. Эта группа, вероятно, пересекается с упомянутыми выше “ждунами” *Star Citizen* и *Elite*, но их мотивация больше связана с одиночным *story-driven* опытом. Стоит учесть их интерес к сюжету, атмосферности и умеренной сложности геймплея (в нашем случае это может реализоваться через PvE-квесты, лор, кооператив против окружения и т.д., чтобы задействовать и более казуальных фанатов космоса).

**5. Любители песочниц и научной фантастики.** В последние годы выросла аудитория игр, сочетающих космос с элементами песочницы, выживания и строительства. Например, *No Man's Sky* — яркий пример: после неудачного старта в 2016 эта игра сумела привлечь миллионы игроков благодаря обновлениям и свободе исследования процедурной вселенной. По оценкам, совокупные продажи *No Man's Sky* превысили **10 миллионов копий** <sup>13</sup>, а недавние обновления привели к рекордным онлайнам на Steam за последние годы <sup>14</sup>. Эти игроки более казуальны, среди них больше молодых, и их привлекает исследование, крафт, кооперативное строительство баз, но при этом они не столь заинтересованы в сложном экономическом PvP. Тем не менее, часть из них — это наша потенциальная аудитория, особенно если в игре будет большой открытый мир, крафт, добыча ресурсов. Схожий сегмент — фанаты *Space Engineers*, *Empyrion* и прочих строительных космосандбоксов, а также поклонники научно-достоверных симуляторов (вроде *Kerbal Space Program*). Последних может привлечь заявленная **“честная физика”** в нашем проекте — например, реалистичная модель полёта, ограничение скорости светом и пр. — то есть научно-фантастический реализм. Они ценят достоверность и могут прийти ради этого элемента, даже если прежде не играли в ММО.

**6. Аудитория мобильных и F2P-игр.** Поскольку проект планируется на **ПК, мобильных устройствах и HTML5** с моделью *free-to-play*, нельзя игнорировать сегмент игроков, предпочитающих мобильные платформы. Мобильные космические ММО уже существуют: например, *EVE Echoes* (мобильная версия EVE) привлекла значительную аудиторию в Азии и по всему миру, превысив **1 миллион загрузок** только на Android <sup>15</sup>. Также популярны мобильные космические стратегии, вроде *Infinite Lagrange*, *Hades Star* и др., с сотнями тысяч игроков. Эта аудитория обычно моложе и географически более разнообразна (много игроков из Юго-Восточной Азии, Китая, Индии, где мобильный гейминг преобладает). Для её привлечения игра должна иметь упрощённый интерфейс, возможность играть короткими сессиями и условно-

бесплатную монетизацию, не требующую дорогого ПК. Если наш проект удачно выйдет на мобильные платформы, он может охватить новый пласт пользователей, которые не играли ни в *Star Citizen*, ни в *Elite*, но заинтересованы в научной фантастике и ММО. Особенно это актуально для рынков Азии и развивающихся стран, где доля ПК-геймеров ниже, а мобильный сегмент огромен.

## Демографический портрет аудитории

Чтобы эффективно спланировать маркетинг, рассмотрим характеристики целевой аудитории по возрасту, полу, социальному положению и другим параметрам:

- **Возраст:** Космические симуляторы привлекают преимущественно взрослую аудиторию. Средний возраст игроков заметно выше среднего по индустрии (для сравнения, средний возраст геймера в целом ~35 лет <sup>16</sup>). В *Star Citizen* часто встречаются игроки 40–60 лет <sup>3</sup>. В *Elite Dangerous* более двух третей аудитории находятся в возрасте **30–49 лет** <sup>7</sup> <sup>8</sup>. Игроки *EVE Online* также «стареют» вместе с проектом – ещё в 2014 средний возраст достигал **33 лет** <sup>10</sup> и продолжает расти. Таким образом, ядро целевой аудитории – люди примерно 30–50 лет. Молодёжь до 20 лет составляет очень малую долю (например, <5% в *Elite Dangerous* <sup>17</sup>).
- **Пол:** Аудитория космических ММО практически полностью состоит из мужчин. Исторически в *EVE Online* около **95%** игроков были мужчинами <sup>11</sup>. В других серьезных космосимах ситуация схожая – это «маскулинный» жанр. Для сравнения, по индустрии в среднем женщины составляют ~41% игроков <sup>16</sup>, но в космосимах их доля гораздо ниже (оценочно не более 5–10%). Тем не менее, небольшое количество энтузиасток тоже присутствует, и со временем интерес женщин к жанру может расти, особенно если сделать упор на социальные и кооперативные аспекты.
- **Социальное положение и доход:** Поскольку большая часть игроков – взрослые состоявшиеся люди, среди них много специалистов с высшим образованием, технических работников, инженеров, ИТ-специалистов. В сообществе *EVE* отмечали, что игроки чаще всего либо профессионалы, либо даже военные по роду занятий <sup>12</sup>. Эти люди, как правило, имеют средний или высокий доход, позволяющий тратить деньги на хобби. Космические симуляторы – недешёвое увлечение: нужны мощные ПК, а в случае *Star Citizen* многие покупают внутриигровые объекты за реальные деньги. Например, значительная часть выручки *Star Citizen* идет от крупных донатов: свыше **5,5 млн** человек поддержали проект деньгами, общие сборы превысили \$800 млн <sup>18</sup> <sup>19</sup>. Это говорит о том, что аудитория готова платить за качественный контент. В целом, можно ожидать, что наши игроки будут платежеспособными (особенно мужчины 30–40 лет с работой). Для них приемлема модель *free-to-play* с добровольными покупками – они не против вкладывать средства, если игра их захватит. Однако нужно учитывать, что время у этой аудитории ограничено (работа, семья), поэтому ценится возможность прогрессировать без *grind*-ритуны и тратить деньги, чтобы сэкономить время.
- **Геймерские предпочтения:** Целевая аудитория нового проекта – это **mid-core** и **hardcore** игроки, увлечённые научной фантастикой. Они привыкли к сложным играм, не боятся изучать механики. Многие из них – фанаты технологий, космоса, вероятно, интересуются реальной космонавтикой, наукой. Для такой аудитории важно наличие глубины: сложная экономика, PvP-вызовы, взаимодействие с другими игроками. Но также они ценят и «эффект присутствия» — красивые космические пейзажи, реалистичную физику полёта,

свободу действий. В жанровом отношении это люди, которые могут играть и в стратегии, и в RPG, но космосимы любят за их уникальное сочетание экшена, симуляции и стратегии. У многих из них большой игровой опыт (10–20 лет в хобби), и завоевать их внимание нелегко – продукт должен быть высокого качества и предлагать **новизну** по сравнению с уже знакомыми им играми.

## География и регионы интереса

Аудитория космических ММО распределена по всему миру, но есть явные лидеры по численности и активности игроков:

- **Северная Америка (США и Канада):** Крупнейший сегмент. По данным CCP, США составляли около 38% подписчиков EVE Online<sup>20</sup> – вероятно, схожие показатели и в других играх жанра. В США сильна культура научной фантастики и игр на ПК, много поклонников *Wing Commander*, *Star Wars*, поэтому интерес к космосимам традиционно высок. Канаду можно отнести сюда же (~5% в EVE<sup>20</sup>). Для североамериканских игроков важен англоязычный сервис, хорошая серверная инфраструктура в регионе и учёт их часовых поясов при проведении мероприятий.
- **Европа (Западная и Северная):** Огромный пласт аудитории. В Европе исторически сильны сообщества космических игр – особенно в **Великобритании** (родине Elite) и **Германии**. В приведённых данных по EVE доля Великобритании ~12%, Германии ~9%<sup>20</sup>. Германия славится фанатами сложных симуляторов, там базируется разработчик серии X (X4: Foundations и др.), и немецкие игроки ценят детализированные экономические игры. **Франция** и **Нидерланды** также присутствуют (по 2%+ в EVE<sup>20</sup>). **Скандинавия** (Швеция, Дания, Финляндия, Норвегия) даёт в сумме порядка 5–6% аудитории EVE<sup>20</sup> – эти страны технологически продвинуты и любят онлайн-игры. В целом по Европе можно ожидать значительный интерес, особенно если обеспечить мультиязычную поддержку (английский, немецкий, французский, возможно польский и др.). Европейские игроки ценят качество и глубину, многие готовы платить (у Star Citizen, например, крупная база бекеров из Европы).
- **Россия и СНГ:** Регион с давними традициями любви к космосу. Ещё с советских лет научная фантастика и тема космоса были популярны, что отразилось и в играми (*Elite* на ZX Spectrum была известна, свои разработки типа *Космических рейнджеров* получили культовый статус). В EVE Online русскоязычное сообщество – одно из крупнейших (оценочно ~6–7% игроков на основном сервере были из России<sup>20</sup>, а с учётом других стран СНГ, возможно, до 10%). В Star Citizen и Elite также есть активные русскоязычные организации. Эти игроки в среднем совпадают по профилю с западными (30–40 лет, мужчины, технари). Но важно учитывать языковой барьер – локализация на русский сильно повышает шансы на успех в регионе. Кроме того, в России популярны одиночные космические игры – можно конвертировать эту фан-базу в ММО, предложив им приемлемый бесплатный продукт. Отдельно стоит отметить, что в России и СНГ относительно высокий процент ПК-геймеров, но экономика может влиять на готовность тратить деньги в игре, поэтому F2P-модель с необязательными платежами здесь особенно актуальна.
- **Азия (Восточная Азия и другие):** Исторически космические симы меньше распространены в Азии, чем в Западе, но есть значимые исключения. **Китай** – потенциально огромный рынок: хотя доступ западных игр там ограничен, интерес к

космосу растёт (пример – китайские компании сами создают космические игры, NetEase выпустила *Infinite Lagrange*, есть местные аналоги EVE). Прямая статистика затруднена, так как EVE Online долгие годы имела отдельный китайский сервер, и китайские игроки не учитывались в глобальных данных <sup>21</sup>. Тем не менее, с появлением мобильных версий и обходных путей, китайская аудитория присутствует (фракция Fraternity в EVE – в основном китайская). Если наш проект выйдет глобально F2P на мобильных платформах, он может привлечь значительное число игроков из Китая, Тайваня, Сингапура, Южной Кореи. В этих странах популярны мобильные MMO и стратегии, но потребуется локализация и, возможно, партнерство для Китая. **Япония** традиционно меньше интересовалась PC-симуляторами, однако увлечение космосом тоже есть (например, серия *Ace Combat* и космические JRPG). **Юго-Восточная Азия** (Филиппины, Индонезия, Малайзия) и **Индия** – растущие рынки мобильных игр; там может сформироваться новая аудитория, если игра не требовательна к устройствам и доступна бесплатно. В целом, сейчас основная масса космических MMO-игроков сосредоточена в Северной Америке, Европе и России, но за счёт мобильного выхода можно расшириться на Азию и другие регионы.

## Емкость рынка и потенциал

Жанр космических симуляторов долго считался нишевым, но в последние годы наблюдается рост интереса, подкреплённый крупными релизами и рекордами краудфандинга. Ниже приведены некоторые данные о масштабах существующих проектов, чтобы оценить потенциальный объём рынка:

- **Star Citizen:** Игра привлекла в общей сложности **5,58 миллиона** зарегистрированных пользователей (бекеров) и собрала более **\$800 млн** финансирования по состоянию на 2025 год <sup>18</sup> <sup>19</sup>. Несмотря на то, что проект всё ещё в альфа-версии, сообщество активно и продолжает расти, что указывает на огромный отложенный спрос на качественный космический MMO-симулятор.
- **Elite Dangerous:** Продажи PC-версии и консольных версий превышают **5 миллионов копий** <sup>6</sup>, не считая разданных бесплатных копий (игра распространялась через Epic Games Store). Игра генерировала десятки миллионов долларов выручки <sup>22</sup>. Это показывает, что платящая аудитория космосима может измеряться миллионами игроков по миру.
- **EVE Online:** На пике популярности (около 2010 г.) игра имела ~**350 тысяч** активных подписчиков <sup>9</sup> и поддерживала их годами. Общая численность созданных аккаунтов за всю историю EVE исчисляется миллионами. Хотя текущий онлайн ниже, EVE доказала жизнеспособность модели подписки в нишевом жанре, собрав за два десятилетия преданное ядро. Сейчас проект поддерживается моделью F2P + подписка, активный онлайновый мир насчитывает десятки тысяч пилотов ежедневно.
- **No Man's Sky:** Пример одиночной/кооперативной песочницы, сумевшей выйти в мейнстрим. По оценкам, продано порядка **10 млн** экземпляров игры на различных платформах <sup>13</sup>. Запуск каждого крупного обновления привлекает сотни тысяч игроков и внушает оптимизм относительно широкой привлекательности космической темы для казуальной аудитории.
- **Starfield:** Крупнейший сингл-плеер релиз на космическую тему (2023). За первые несколько недель более **10 миллионов игроков** опробовали *Starfield* <sup>23</sup> благодаря

запуску в Xbox Game Pass и на РС. К середине 2024 года аудитория достигла **15 млн** уникальных игроков <sup>24</sup>. Это свидетельствует о массовом интересе к космосу, если игра предлагает качественный контент и поддержку крупных издателей. Хотя *Starfield* – одиночная RPG, успех демонстрирует потолок возможной аудитории в жанре.

- **Мобильный сегмент:** *EVE Echoes* (2020) как мобильный спин-офф EVE за первый год собрала несколько миллионов установок (только на Google Play отметка **1 000 000+ загрузок** <sup>15</sup>). Другие мобильные стратегии в космосе (например, *Galaxy on Fire*, *Infinite Galaxy*) также скачаны миллионами пользователей. Это показывает, что на мобильном рынке есть заметная аудитория для sci-fi игр, готовая играть в ММО-формат, если геймплей адаптирован под мобильные устройства.

**Совокупный потенциал рынка:** суммируя вышеупомянутое, можно предположить, что хорошо сделанный космический ММО-симулятор способен привлечь **несколько миллионов** игроков по всему миру. Ядро (хардкорные фанаты жанра из сообществ SC/Elite/EVE) насчитывает, вероятно, 1–2 млн активных энтузиастов глобально. Дополнительные казуальные и мобильные сегменты могут дать ещё несколько миллионов, если проект окажется достаточно доступным и разнообразным. С коммерческой точки зрения, рынок космических игр оценивается в сотни миллионов долларов в год, а жанр показывает рост благодаря новым технологиям и интересу широкой публики к теме космоса. Например, аналитики прогнозируют уверенный рост рынка симуляторов – по некоторым данным, глобальный рынок “космических симуляторов” (в широком смысле, включая обучающие) может достигнуть ~\$290 млн к 2033 г. <sup>25</sup>, а рынок **онлайн-симуляторов** (включая игровые) – около \$17 млрд к середине 2020-х <sup>26</sup>.

В целом, наш проект ориентируется на международную аудиторию мужчин 30+ лет из развитых стран, увлечённых научной фантастикой. Эта аудитория достаточно велика и платёжеспособна, чтобы обеспечить успешный старт. При грамотной маркетинговой стратегии, учитывающей ностальгию ветеранов, неудовлетворённый запрос “ждунов” *Star Citizen* на завершённую игру, а также вовлечение новых игроков через F2P-модель и мобильные платформы, есть шанс захватить значительную долю рынка космических ММО. Главное – предоставить той или иной группе то, чего им не хватает в текущих играх: будь то **динамичный и в то же время реалистичный геймплей**, отсутствие затянутой рутины, честная экономика или возможность влиять на вселенную игры. Учитывая нынешние тренды и размеры сообществ, потенциальный охват в несколько миллионов игроков выглядит достижимым, что делает нишу космического симулятора весьма привлекательной для нового проекта.

**Источники:** Статистические данные и факты взяты из открытых источников: разработчики и медиа об **Elite Dangerous**, **Star Citizen**, **EVE Online** и других упомянутых проектов <sup>6</sup> <sup>19</sup> <sup>11</sup> <sup>7</sup> <sup>3</sup> и др., а также отраслевых аналитических обзоров <sup>25</sup>. Эти сведения подтверждают, что портрет целевой аудитории нового космического ММО достаточно чётко очерчен и позволяет целенаправленно планировать разработку и продвижение продукта.

---

<sup>1</sup> <sup>2</sup> They can't keep getting away with this: Star Citizen has now raised over \$800 million after 13 years, and it's still in alpha | PC Gamer

<https://www.pcgamer.com/games/mmo/they-can-t-keep-getting-away-with-this-star-citizen-has-now-raised-over-usd800-million-after-13-years-and-its-still-in-alpha/>

<sup>3</sup> <sup>4</sup> <sup>5</sup> Star Citizen – experiences of an early backer – Jaromaz  
<https://jm.iq.pl/star-citizen-experiences-of-an-early-backer/>

- 6 22 How many copies did Elite Dangerous sell? — 2024 statistics | LEVVVEL  
<https://levvel.com/elite-dangerous-statistics/>
- 7 8 17 Is this a boomer game? :: Elite Dangerous Discusiones generales  
<https://steamcommunity.com/app/359320/discussions/0/1742232339940639026/?l=spanish>
- 9 11 Eve Online - Wikipedia  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Eve\\_Online](https://en.wikipedia.org/wiki/Eve_Online)
- 10 Watch EVE Online players get older in this video from CCP  
<https://www.pcgamesn.com/eve-online/watch-eve-online-players-get-older-in-this-video-from-ccp>
- 12 Eve players - General Discussion - EVE Online Forums  
<https://forums.eveonline.com/t/eve-players/264788>
- 13 No Man's Sky free content release strategy and revenue - Facebook  
<https://www.facebook.com/groups/1277721139645865/posts/1958654008219238/>
- 14 No Man's Sky hits 98,000 players on Steam, highest ... - TweakTown  
<https://www.tweaktown.com/news/107494/no-mans-sky-hits-98000-players-on-steam-highest-player-count-since-launch/index.html>
- 15 EVE Echoes - Apps on Google Play  
[https://play.google.com/store/apps/details?id=com.netease.eve.en&hl=en\\_US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.netease.eve.en&hl=en_US)
- 16 Oldest R.L. Eve Player - General Discussion - EVE Online Forums  
<https://forums.eveonline.com/t/oldest-r-l-eve-player/190534>
- 18 19 Star Citizen has now raised over \$800 million in crowdfunding and microtransactions  
<https://www.tweaktown.com/news/104536/star-citizen-has-now-raised-over-800-million-in-crowdfunding-and-microtransactions/index.html>
- 20 21 Playerbase/player count by country/location? - General Discussion - EVE Online Forums  
<https://forums.eveonline.com/t/playerbase-player-count-by-country-location/455610>
- 23 Starfield celebrates 10 million new Constellation members  
<https://www.trueachievements.com/n55055/starfield-ten-million-players-biggest-bethesda-launch>
- 24 Starfield Tops 15 Million Players - VGChartz  
<https://www.vgchartz.com/article/463113/starfield-tops-15-million-players/>
- 25 Space Simulator Market Size: Trends, Growth, and Forecasts 2033  
<https://www.sphericalinsights.com/reports/space-simulator-market>
- 26 Gaming Simulators Market - Opportunities, Share, Growth and Compe  
<https://natlawreview.com/press-releases/gaming-simulators-market-opportunities-share-growth-and-competitive-analysis>