Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования   
«Ульяновский государственный технический университет»

Кафедра «Информационные системы»

**Бизнес-план**

по дисциплине «Менеджмент»

Тема: «студия разработки игр»

Выполнил:

Студент гр. ПИбд-31

Кувшинов Т.А.

Проверила:

Ларионова О.Б.

Ульяновск, 2025 г.

# Содержание

Оглавление

[Содержание 2](#_Toc192131646)

[Резюме 3](#_Toc192131647)

[Описание компании 4](#_Toc192131648)

[Продукты 5](#_Toc192131649)

[Анализ рынка 8](#_Toc192131650)

[Маркетинговая стратегия 10](#_Toc192131651)

[Маркетинговый бюджет 11](#_Toc192131652)

[План производства 12](#_Toc192131653)

[Финансовый анализ 13](#_Toc192131654)

[Факторы риска 17](#_Toc192131655)

# Резюме

Название компании: “catGame”

Сфера деятельности: разработка видеоигр для различных платформ.

Миссия: "catGame" – это студия, создающая увлекательные игры с очарованием котиков. Основой игр будет простота и милые персонажи котики.

Слоган: «Мы создаём веселье»

Цель: Стать одной из ведущих студий по разработке игр в России, выпуская качественные продукты для PC, консолей и мобильных платформ.

Основные продукты: Мобильные игры, инди-игры для PC и консолей.

Целевая аудитория: Геймеры в возрасте от 7 до 35 лет, любители инди-игр и мобильных казуальных игр.

География продаж: Россия, СНГ, международный рынок онлайн площадки (Steam, App Store, Google Play, Epic Games Store, PlayStation Store, Xbox Store, Nintendo eShop).

Планируемые инвестиции: 2,3 миллиона рублей, 2 миллиона заёмных средств и 300 тысяч личного капитала.

Срок окупаемости 4 месяца

Ожидаемая прибыль 340893 рублей

# Описание компании

Местоположение: г. Ульяновск, Ульяновская область.

Форма собственности: ИП (индивидуальный предприниматель).

Цель компании: Разработка и выпуск игр, которые будут востребованы на рынке, с последующей монетизацией через продажи, рекламу и микротранзакции.

Структура компании:

* Генеральный директор – управление компанией, найм сотрудников, стратегическое планирование.
* Гейм-дизайнер – создание концепций игр, проектирование игрового процесса, управление проектом.
* Программисты (2 человека) – разработка игрового движка, программирование игровых механик.
* Художник/дизайнер – создание графики, анимаций, UI/UX.
* Звукорежиссер – создание звуковых эффектов и музыкального сопровождения.
* Маркетолог – продвижение игр, работа с социальными сетями, реклама.
* Тестировщик – поиск и устранение багов, обеспечение качества продукта.

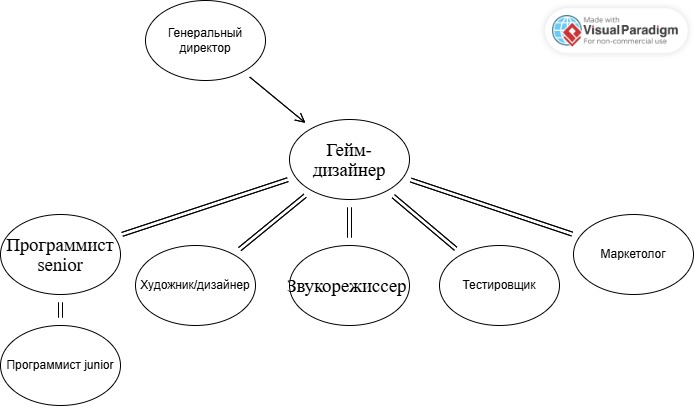


Рисунок 1структура компании

# Продукты

Основные продукты:

* Мобильные игры – казуальные игры для iOS и Android с монетизацией через рекламу и микротранзакции.
* Инди-игры для PC и консолей – уникальные проекты с глубоким сюжетом и оригинальным геймплеем, продажа через Steam, Epic Games Store и другие платформы.

Анализ по целевой аудитории по методике 5W Шеррингтона

1. Мобильные игры
   1. What?

Мобильная игра с уникальным геймплеем и красочной графикой.

* 1. Who?

Молодежь в возрасте 7-25 лет, увлекающаяся казуальными играми.

* 1. When?

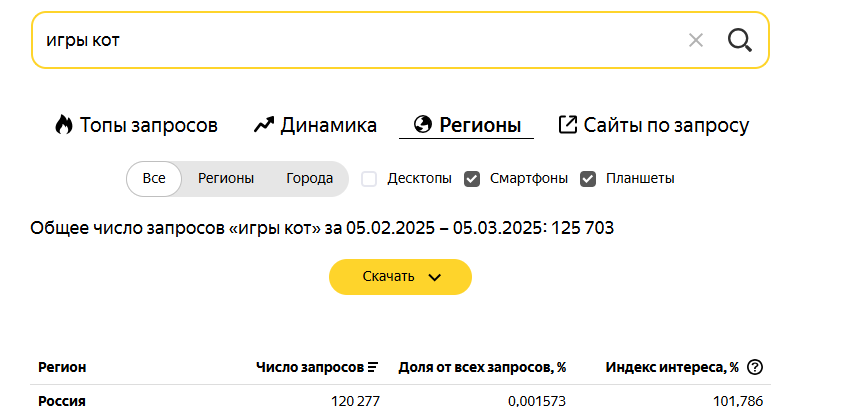
Игра будет востребована круглый год, но пик активности ожидается в вечернее время и в выходные дни.

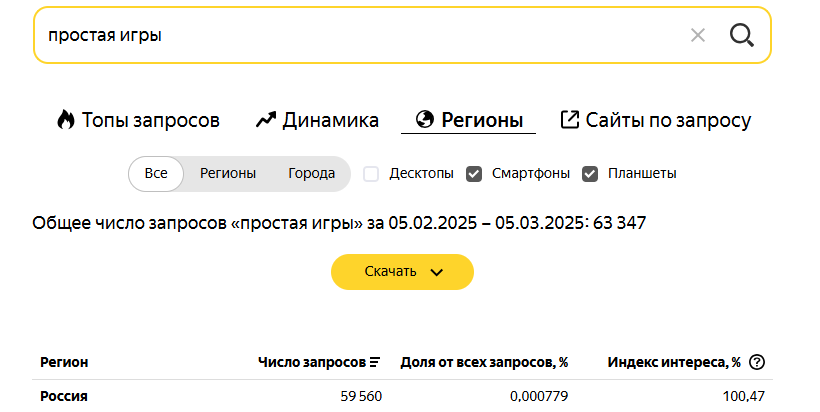
* 1. Where?

Игра будет доступна на платформах Google Play и App Store.

* 1. Why?

Игра предлагает уникальный геймплей и бесплатный контент, что делает её более привлекательной по сравнению с конкурентами.





Эти данные говорят, что среди пользователей яндекса уже есть порядка 100000 потенциальных клиентов.

1. Инди-игры для PC и консолей
   1. What?

Инди-игра для PC и консолей с уникальным сюжетом, атмосферной графикой и нестандартным геймплеем.

* 1. Who?

Геймеры в возрасте от 16 до 35 лет, которые ценят глубокий сюжет, атмосферу и уникальный геймплей.

* 1. When?

Круглый год, но пик продаж ожидается в периоды распродаж на платформах (Steam Summer Sale, Black Friday, зимние праздники).

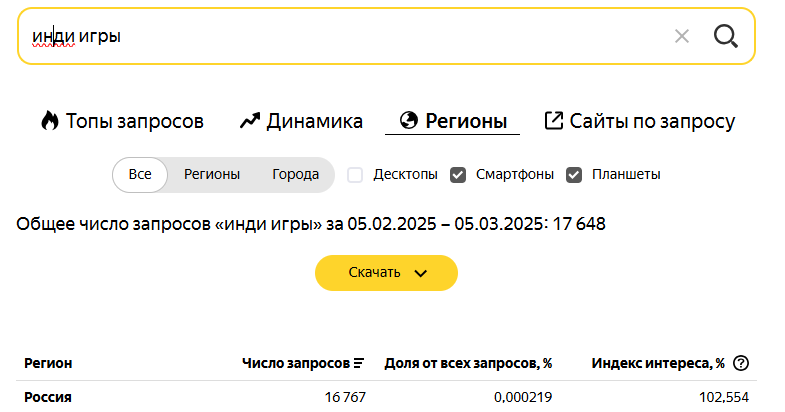
Также игра будет востребована в вечернее время и выходные дни, когда у геймеров больше свободного времени.

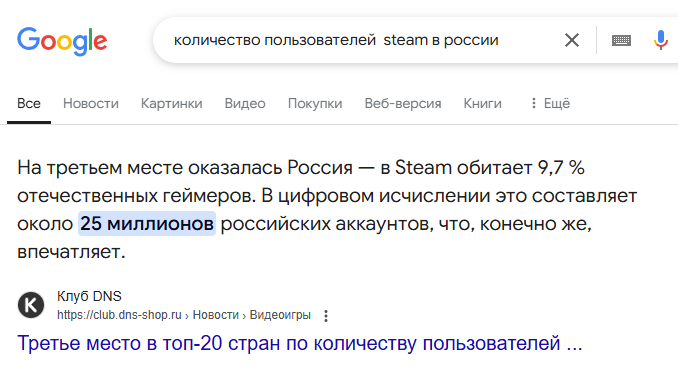
* 1. Where?

На цифровых платформах: Steam, Epic Games Store, PlayStation Store, Xbox Store, Nintendo eShop.

* 1. Why?

Уникальный сюжет и атмосфера, которые выделяют игру на фоне массовых проектов.



Смотреть количество запросов с инди играми в яндексе не релевантно, так как чаще всего геймеры ищут индиигры на игровых площадках. К примеру количество пользователей Steam в России около 25 миллионов, и каждый потенциальный клиент. 

# Анализ рынка

Рынки:

* Рынок мобильных игр

<https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%9C%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%B8%D0%B3%D1%80%D1%8B_(%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8)>

2024: Рост рынка мобильных игр на 12% до $247,2 млн

Конкуренты:

* + Tanks Blitz

World of Tanks Blitz — условно-бесплатная массовая многопользовательская онлайн-игра, разработанная и выпущенная компанией Wargaming.net для устройств под управлением iOS, Android, Windows, macOS и Nintendo Switch.

Оценка на Metacritic: 83/100

* + Cyber Evolution: Начало

Бесплатная RPG в аниме cyberpunk стилистике  
Оценка на RuStore: 4.7/5

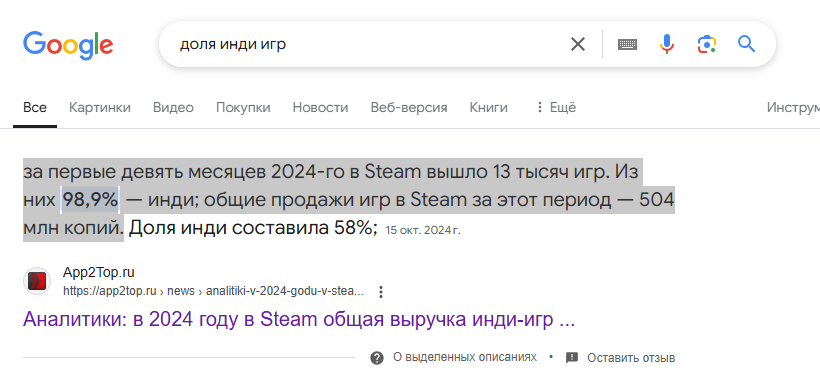
* + Grand Mobile

Grand Mobile — мобильная rpg online игра в стилистике CRMP

Оценка на RuStore: 4.2/5

* Рынок инди игр

за первые девять месяцев 2024-го в Steam вышло 13 тысяч игр. Из них 98,9% — инди; общие продажи игр в Steam за этот период — 504 млн копий.



Конкуренты:

* + Tiny Bunny

«Зайчик» — компьютерная игра в жанре визуальной новеллы с элементами survival horror, созданная по мотивам одноимённого рассказа интернет-писателя Дмитрия Мордаса.

Отзывы в steam: Крайне положительные

* + Black Book

«Чёрная книга» — компьютерная игра в жанре RPG-приключение, разработанная российской студией Morteshka и изданная HypeTrain Digital. Релиз в Steam состоялся 10 августа 2021 года.

Оценка StopGame: Изумительно

* + HighFleet

Highfleet — компьютерная игра в жанре стратегии в реальном времени и action, разработанная независимым разработчиком Константином Кошутиным и изданная MicroProse Software 27 июля 2021 года.

Отзывы в steam: Очень положительные

# Маркетинговая стратегия

|  |  |
| --- | --- |
| **цели** | **решение** |
| Увеличить узнаваемость бренда catGame | Продвижение через социальные сети: Создание аккаунтов в VK, Instagram, Telegram, YouTube.  Участие в игровых выставках: Презентация игр на таких мероприятиях, как «Игромир» и «стачка» |
| Привлечь 10 000 пользователей в первый месяц после запуска первой игры. | Партнерство с блогерами и стримерами: Продвижение игр через популярных Twitch- и YouTube-стримеров. |
| Достичь 6 000 000 рублей выручки за первые 6 месяцев. | Бонусы для постоянных игроков, скидки на внутриигровые покупки. |

# Маркетинговый бюджет

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Мероприятие** | **Наименование** | **Кол-во** | **Цена, руб.** | **Итого** |
| Продвижение через блогеров | Партнерство с 5 блогерами | 5 | 10000 | 50000 |
| Участие в выставках | Игромир | 1 | 100000 | 100000 |
| Стачка | 1 | 50000 | 50000 |
| ИТОГОВЫЙ БЮДЖЕТ |  |  |  | 200000 |

# План производства

Этапы разработки игры:

* Концепция: Создание идеи, написание сценария, проектирование геймплея.
* Прототип: Разработка минимально работоспособной версии игры.
* Основная разработка: Создание графики, программирование, звуковое оформление.
* Тестирование: Поиск и устранение багов, оптимизация производительности.
* Релиз: Публикация игры на платформах (Steam, App Store, Google Play).
* Поддержка: Регулярные обновления, добавление нового контента.

Оборудование и ПО:

Компьютеры для работников мощные (4 шт.) – 400000 руб.

Компьютеры для работников слабые (3шт.) – 150000 руб.

Лицензии на ПО (Unity, Photoshop, FL Studio) – 200000 руб.

Офисная мебель (столы стулья) – 100000 руб.

Итого оборудование – 850000 руб.

# Финансовый анализ

Разовые затраты:

Маркетинг – 200000 руб.

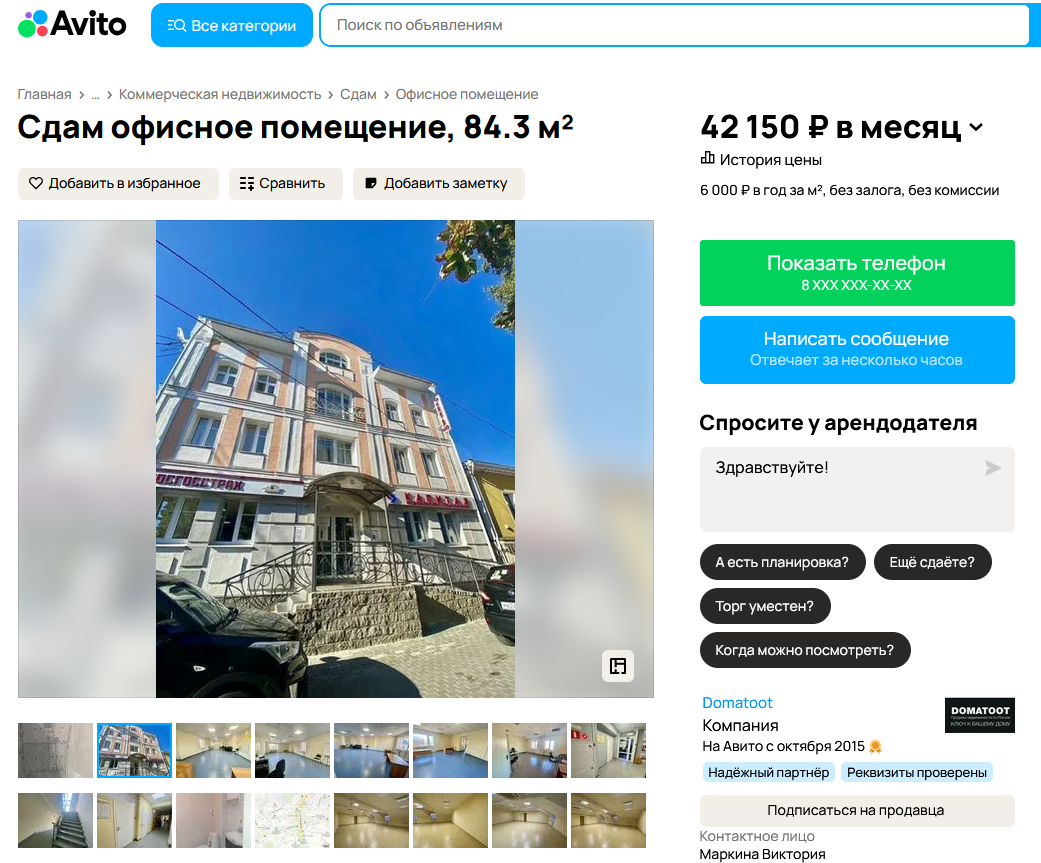
Оборудование – 850000 руб.

**Итого разовые затраты: 1050000 руб.**

Ежемесячные расходы:

Помещение – 42150 руб.

<https://www.avito.ru/ulyanovsk/kommercheskaya_nedvizhimost/sdam_ofisnoe_pomeschenie_84.3_m_2246437359?context=H4sIAAAAAAAA_wE_AMD_YToyOntzOjEzOiJsb2NhbFByaW9yaXR5IjtiOjA7czoxOiJ4IjtzOjE2OiJtRm9BcDR3OTV0WHMyRzRpIjt98OUNAD8AAAA>



ФОТ - 7\*150000 руб. = 1050000руб.

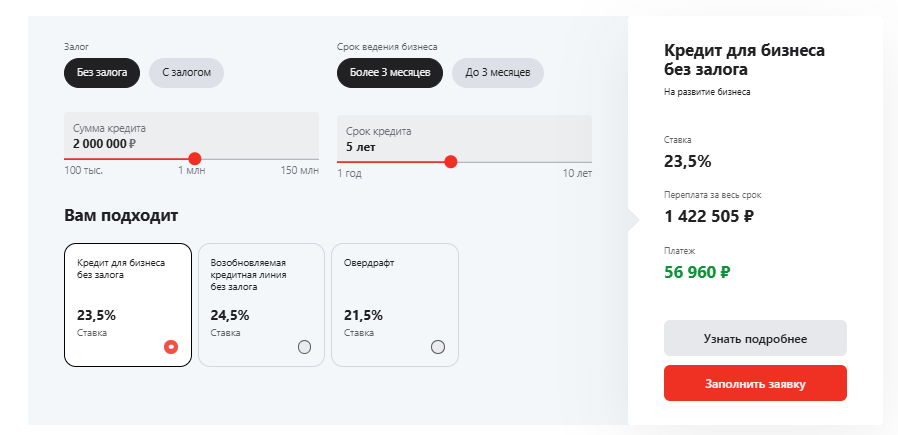
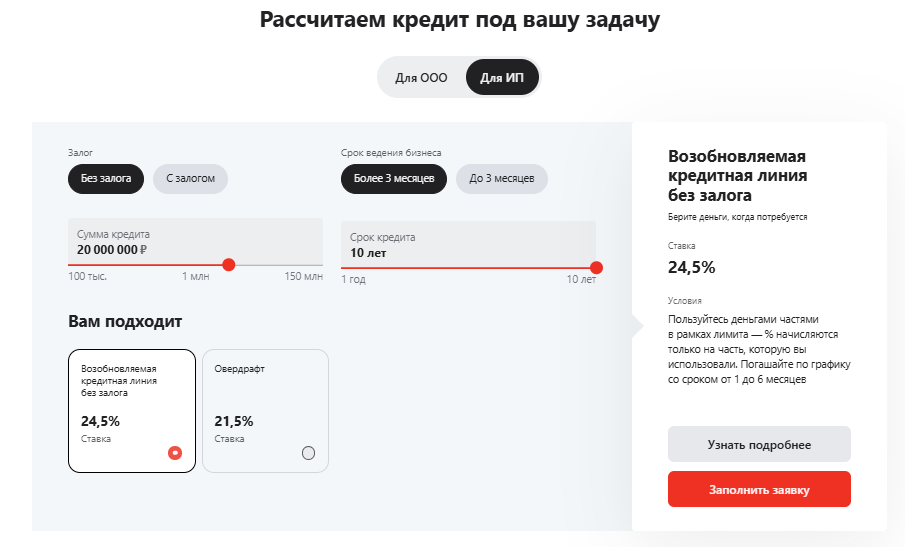
Аренда сервера – 10000 руб.

**Итого ежемесячные затраты: 1102150 руб.**

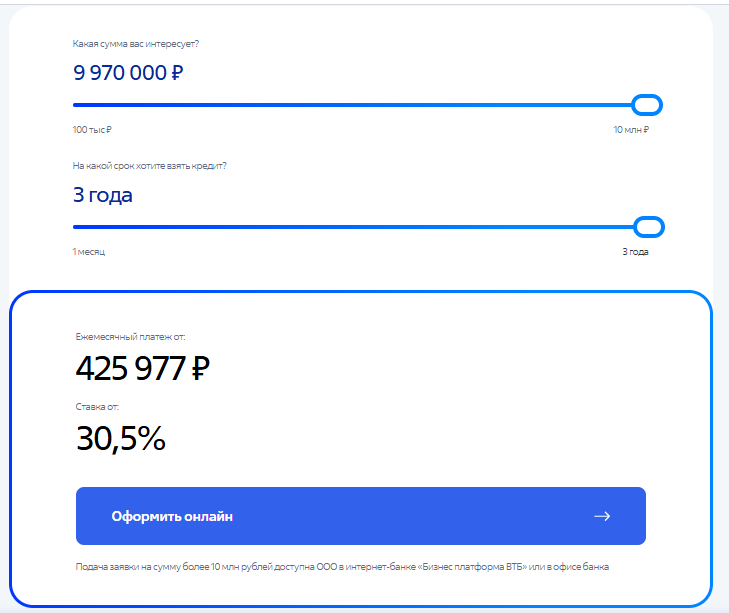
Значит что бы предприятие приносило ДОХОД прибыль должна быть больше 1102150 руб. А что бы окупить начальные вложение ДОХОД надо получать на протяжении 1050000/ДОХОД месяцев.

Также нельзя забывать про стартовый капитал, для этого придётся брать кредит.

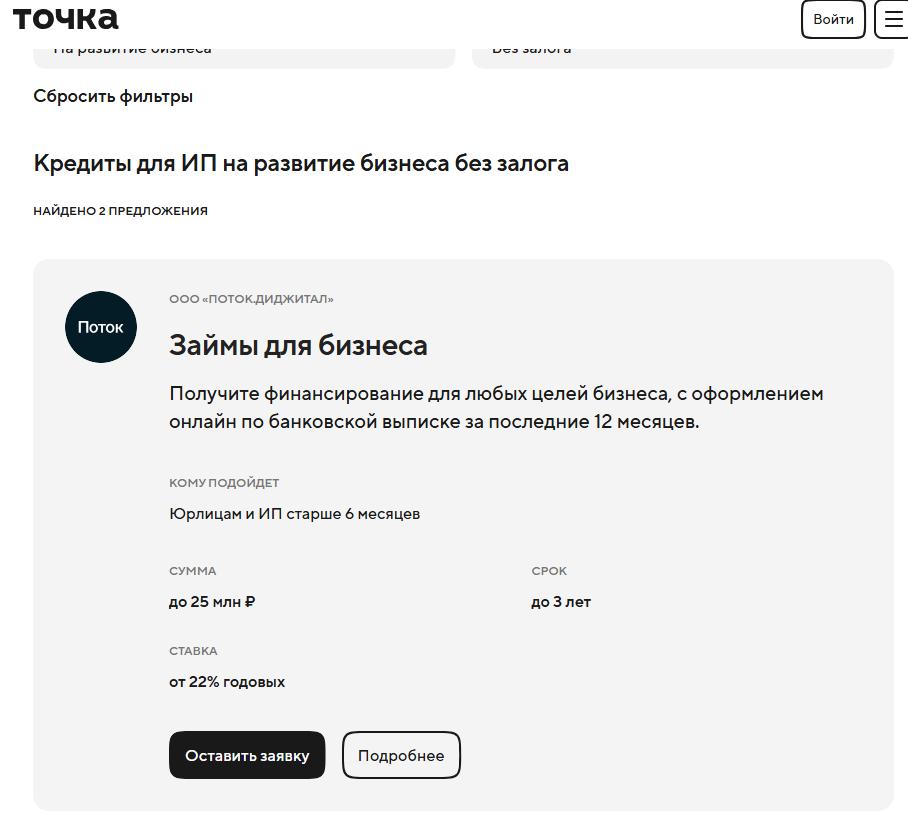
В альфабанке:

В ВТБ банке:



В Точке:



Итог выгоднее всего в точке но если нужно растянуть на 10 лет то такое возможно только в альфе.

Если взять кредит в Альфе кредит на 2М руб. под 23.5% на 5 лет, то ежемесячный платёж 56957 руб.

Если взять кредит в Точке кредит на 2М руб. под 22% на 3 года, то ежемесячный платёж 76381 руб. 

Возьмём кредит в альфе.

**Итого ежемесячные затраты: 1102150+56957=1159107руб.**

Допустим ожидаемые продажи как 5000 единиц каждый месяц после выхода игры это значит что для безубыточности нужно выставить цену в 1159107/5000=231,8214 руб. что вписывается в стоимость инди игры или стоимости доната в мобильной игре. Если продавать по 300 руб. то маржа составит 300-231,8214=68,1786 руб. Бизнес окупит вложения и начнёт приносить доход через 1050000/(68,1786\*5000)= 3,08 месяца.

Рассчитаем точку безубыточности, расчётная цена продажи 300 руб., переменные затраты равны 0, постоянные затраты 1159107руб. в месяц.

Рисунок 2 график точки безубыточности

Точка безубыточности достигается на продажах 1159107/300=3 863,69, округлим вверх до 3864 – точка безубыточности.

Рассчитаем рентабельность бизнеса. Для ожидаемых продаж в 5000 едениц по 300 рублей. доход 1500000 рублей в месяц, расходы 1159107 руб. в месяц прибыль 340893 рублей в месяц. Рентабельность 340893/1500000\*100%=22,7262%. Но так как переменные затраты отсутствуют с увеличением продаж значительно вырастет и прибыль и рентабельность.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **месяц** | **доход** | **затраты** | **прибыль** | **накопление** |
| - | - | - | - | 2300000 |
| 1 месяц | 1500000 | 2209107 | -709107 | 1590893 |
| 2 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 1931786 |
| 3 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 2272679 |
| 4 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 2613572 |
| 5 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 2954465 |
| 6 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 3295358 |
| 7 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 3636251 |
| 8 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 3977144 |
| 9 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 4318037 |
| 10 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 4658930 |
| 11 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 4999823 |
| 12 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 5340716 |
| 13 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 5681609 |
| 14 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 6022502 |
| 15 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 6363395 |
| 16 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 6704288 |
| 17 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 7045181 |
| 18 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 7386074 |
| 19 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 7726967 |
| 20 месяц | 1500000 | 1159107 | 340893 | 8067860 |

# Факторы риска

|  |  |
| --- | --- |
| **риск** | **Мера минимизации/Выход из кризиса** |
| Высокая конкуренция | Уникальная тематика |
| Копирование тематики | Ускорение выхода на рынок, патентование уникальных механик |
| Технические проблемы | релиз в "бета-версии" с последующими обновлениями |
| Мало платежей | Тестирование монетизации через A/B-тесты |
| Снижение спроса на игры | Постоянный мониторинг рынка и адаптация под тренды. |

# Анализ 5 сил Портера

1. Конкуренция среди существующих игроков

На рынке разработки игр существует высокая конкуренция, особенно в сегментах мобильных и инди-игр. Крупные студии (например, Wargaming, Playrix) и множество небольших инди-разработчиков борются за внимание игроков.

1. Угроза появления новых игроков

Барьеры для входа на рынок относительно низкие, так как для разработки игр не требуется огромных капиталовложений. Однако успех зависит от качества продукта и маркетинга.

1. Угроза товаров-заменителей

Игры могут быть заменены другими формами развлечений, такими как фильмы, сериалы, книги или социальные сети.

1. Власть поставщиков

Поставщики программного обеспечения (например, Unity, Adobe) и оборудования (компьютеры, серверы) имеют слабую власть, так как их продукты стандартизированы и доступны на рынке.

1. Власть покупателей

Игроки имеют высокую власть, так как они могут выбирать из множества игр на рынке. Их лояльность зависит от качества и цены продукта.

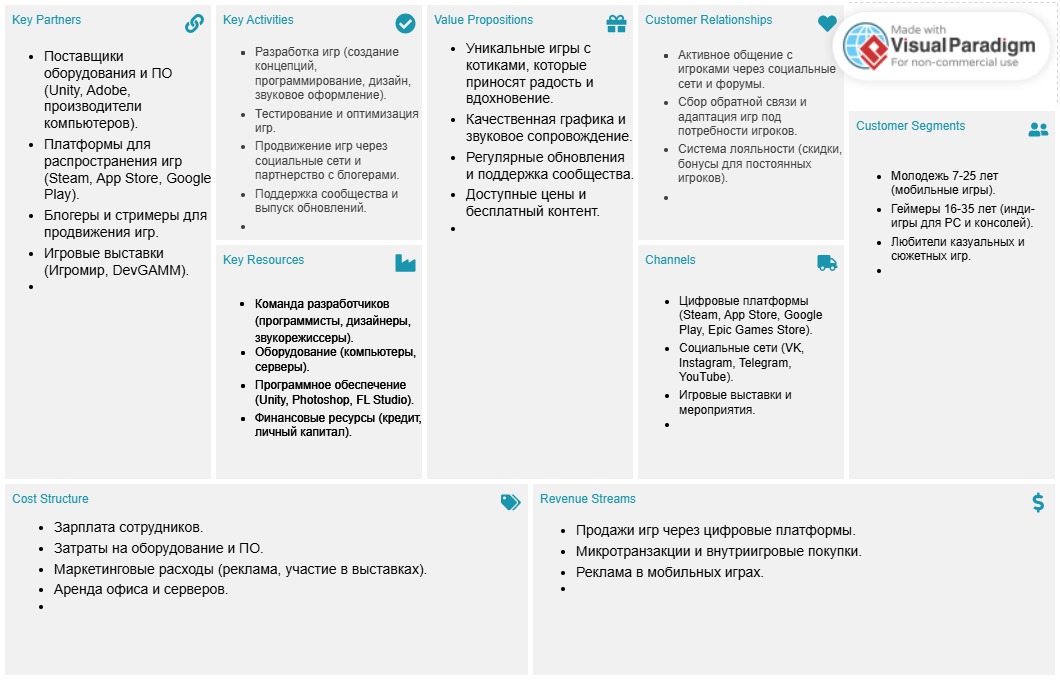
Проведём экспрес оценку по 10 бальной шкале

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Сила / Оценка | Выраженность риска | Степень влияния | Возможность решения | Итоговый рейтинг |
| Конкуренция среди существующих игроков | 10 | 8 | 7 | 11 |
| Угроза появления новых игроков | 6 | 8 | 6 | 8 |
| Угроза товаров-заменителей | 2 | 7 | 7 | 2 |
| Власть поставщиков | 1 | 8 | 10 | -1 |
| Власть покупателей | 10 | 7 | 5 | 12 |

**Вывод**:

Высокая конкуренция, надо навязывать всеми силами именно свой товар. Продажи полностью зависят от покупателей, так как игры не товар первой необходимости. Требуется хорошая маркетинговая компания.

# Анализ по модели Канвас



**Вывод:** Все ячейки хорошо заполнены значит будущий бизнес хорошо продуман. Стоит сделать уклон в ценностные предложения, ведь от него сильно зависит успех. А также слабо выделены сегменты, стоит сильнее проанализировать и сегментировать клиентов.