

АНАЛІЗ РИНКУ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР

Вінницький національний технічний університет

This article is the analysis of computer's games and tendencies of their development.

Keywords: computer's game, game's consoles, market of computer's games.

У статті проводиться аналіз комп'ютерних ігор та тенденцій їх розвитку.

Ключові слова: комп'ютерна гра, ігрові консолі, ринок комп'ютерних ігор.

На сьогоднішній день комп'ютерна гра стала одним із основних видів відпочинку сучасної людини. Якщо раніше про комп'ютерні ігри більшість дізнавались з преси та телебачення, то зараз кожен власник персонального комп'ютера має на своїй OEM як мінімум кілька ігор у вигляді безкоштовних додатків операційної системи. Все частіше комп'ютерна гра розглядається як вид мистецтва.

Комп'ютерна гра — комп'ютерна програма, яка служить для організації ігрового процесу, зв'язку з партнерами по грі або сама виступає як партнер.

Характерні особливості комп'ютерної гри полягають у інформаційній насиченості, мережевому способі розповсюдження інформації, розширенні можливостей і змісту людської комунікації, активності, індивідуалізації отриманої інформації та управлінні послідовністю подій і явищ. Комплексність специфічних особливостей відеоігор реалізується у їх жанровому розмаїтті (аркади і стратегії, квести і едвенчери, шутери і симулятори, логічні, спортивні, навчальні та ін.).

У загальному розумінні гра асоціюється з розвагою, відпочинком, зняттям фізичної і психологічної напруги. Комп'ютерні ігри не є винятком. Гра добре розвиває мислення (як правило стратегії), надає певні навички роботи з комп'ютером та зокрема з самою клавіатурою. При командній мережевій грі має місце робота в колективі, спілкування з членами команди, виховання відповідальності. Однак, зловживання грою несе за собою ряд негативних наслідків як фізіологічних (погіршення зору, мала рухливість, опромінення), так і психічних (ігрова залежність, відчуження від реального світу, занижена самооцінка).

Світовий ринок комп'ютерних ігор оцінюють в сотні мільярдів доларів. Ігрова індустрія на сьогодні посідає друге місце по динаміці росту після он-лайн реклами. Міжнародна мережа компаній консалтингу та аудиту PricewaterhouseCoopers випустила звіт GlobalEntertainment&MediaOutlook 2010–2014, який доводить до відомого, що щорічний приріст обороту в секторі відеоігор становить 10,6% і, якщо тенденція буде продовжуватись, то до 2014 року сумарний прибуток світового ігрового ринку становитиме 86,8 млрд. дол. Згідно зі звітом NPD Group, тільки в США учасники ринку в 2010 році заробили 40 млрд. дол., обігнавши по оборотах музичну та кіноіндустрію.

Крім відеоігор, які випускаються спеціально для комп'ютерів, існують ще ігри під різноманітні ігрові консолі. Еволюція ігрових приставок почалась з 1972 року з MagnavoxOdyssey і продовжується до сьогодні, вражаючи ринок все новими та новими приставками з реалізованими в них найсучаснішими технологіями, такими як 3D і стереоскопічні знімки (Nintendo 3DS), мобільний 3G інтернет (Mobic E7), сенсорний дисплей та акселерометр (iPhone) живлення сонячною енергією (MediaStreeteMotion) та інші. До сьогоднішній день йде вже сьоме покоління ігрових приставок. На квітень 2010 року лідером на ринку ігрових консолей є компанія Nintendo з приставкою Wii (70,11млн. продано), на другому місці Xbox 360 від Microsoft (39,37 млн. продано) і на третьому місці – SonyPlaystation 3 (33,97 млн. продано) від Sony. Серед кишенькових приставок лідером ігрового ринку Nintendo (результати продажу всіх версій DSє 129, 4 млн. одиниць).

Не залишається поза увагою і ринок мобільних ігор. Мобільні ігри пройшли шлях від найпростішої "Змійки" на телефонах Nokia до високоякісних мобільних додатків на iPhone, що використовують всі апаратні можливості пристрою. Як правило, мобільні ігри продаються через операторські портали

такі як Apple AppStore, на якому було зафіксовано 3 млрд. закачок, що підтверджує величезний потенціал для мобільних додатків, зокрема, ігор. Дослідницька компанія eMarketer опублікувала своє дослідження, згідно якого сумарний прибуток мобільних ігор у США в 2010 році досяг 800 млн. дол., а до 2014 – 1,5 млрд. дол.

Багато користувачів глобальної мережі Internet, а саме користувачі соціальних мереж, таких як Vkontakte, Facebook та Однокласники, віддають перевагу он-лайн іграм, які не потребують ніякого додаткового програмного забезпечення (звичайно крім самого браузера). VGMarket у звіті Digital Goods Report 2010 повідомляє, що 64% гравців здійснюють хоча б одну покупку в місяць, а 9% роблять їх майже щодня. Середній користувач сайту Facebook витрачає близько 50 дол. у рік саме на купівлю додаткових можливостей в грі, а потенційний користувач у десятки разів більше.

Україна теж займає далеко не останнє місце в ігровій індустрії. Серед українських виробників найпопулярнішими є 4A Games, ActionForms, BestWay, Frogwares. До українських проектів з світовим ім'ям відносяться S.T.A.L.K.E.R., "Анабіоз: Сон розуму", "Метро 2033", які зацікавили великі іноземні компанії такі як THQ, KochMedia, Atari.

Таким чином, можна констатувати, що спостерігається стрімка тенденція росту ігрової індустрії та щорічного прибутку від реалізації графічних ігор та ігрових консолей.