

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ МОБІЛЬНИХ ІГОР

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено та проаналізовано структуру ринку мобільних ігор включаючи як внутрішні чинники індустрії, так і зовнішні обмеження.

Ключові слова: світовий ринок, структура ринку, споживач, компанії, мобільні ігри.

Abstract

The structure of the mobile games market has been researched and analyzed, including both internal industry factors and external constraints.

Keywords: global market, market structure, consumer, companies, mobile games.

Індустрія відеоігор є однією з найбільш динамічних і прибуткових сфер цифрових розваг. Упродовж останніх десятиліть цей ринок зазнав значного розвитку завдяки технологічному прогресу, розширенню доступу до Інтернету, появі нових платформ і зміні поведінки споживачів. Особливо важливою є мобільна індустрія відеоігор, яка демонструє стрімке зростання завдяки поширенню смартфонів та планшетів.

Мобільні ігри пройшли шлях від простих розважальних програм до повноцінного ринку якісних продуктів. Зараз мобільні ігри мають величезну кількість фанатів і заробляють мільярди доларів щорічно.

Формування ринку мобільних ігор має декілька етапів.

Першим можна вважати появу телефонів з екранами наприкінці 90-х років, коли мобільні ігри з'явилися як окремий підвид.

Наступним етапом розвитку стала Java-епоха.

У середині 2000-х років з'явилася можливість обміну додатками у тому числі іграми за допомогою інфрачервоних технологій, а трохи пізніше - з використанням bluetooth.

Проривом в індустрії мобільного геймінгу стала поява перших повноцінних смартфонів з сенсорними екранами, що дозволило розширити можливості для гравців.

І вже з 2014 року мобільні ігри планомірно збільшують свою аудиторію і відкривають нові ринки по всьому світу. Вже зараз найрозвинутіші мобільні проекти можна порівняти за багатьма параметрами з новими релізами на консолі [1].

Ринок мобільних ігор не є однорідним через низку соціальних, економічних та технологічних особливостей.

З основних причин можна виділяти такі:

- а) різний рівень життя у розвинутих країнах та країнах, що розвиваються;
- б) відсутність перекладів з англійської для країн, у яких говорять тільки на рідній мові;
- в) культурні особливості та традиції, цензурні обмеження.

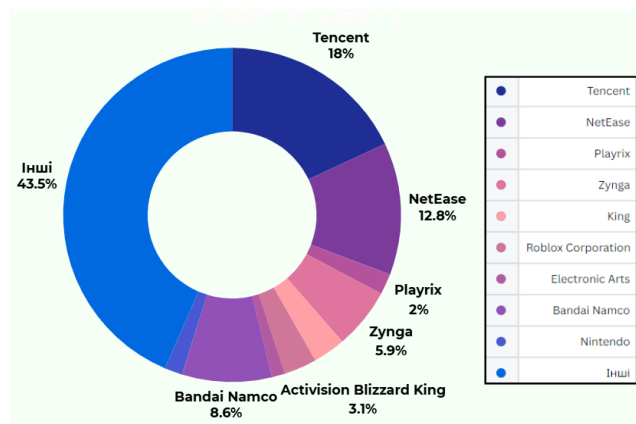


Рисунок 1. Частки компаній-розробників мобільних ігор

Основними гравцями ринку мобільних ігор є:

Tencent (18%) – китайський гігант ігрової індустрії, що володіє популярними мобільними проєктами, такими як Honor of Kings і PUBG Mobile.

NetEase (12,8%) – конкурент Tencent, який спеціалізується на створенні багатокористувацьких ігор.

Bandai Namco (8,6%) – відома японська компанія, що випускає франшизи Dragon Ball та інші.

Zynga (5,9%) – американський розробник соціальних та мобільних ігор, відомий за FarmVille.

Activision Blizzard King (3,1%) – розробник Candy Crush та Call of Duty: Mobile.

Roblox Corporation (3,1%) - американська компанія, розробник гри Roblox.

Playrix(2%) – компанія, що створює казуальні ігри.

Nintendo (1,7%) - японська багатонаціональна компанія споживчої електроніки та відеоігор

Electronic Arts (1,3%) - американська корпорація, що стала піонером індустрії відеоігор для домашніх комп'ютерів.

Інші компанії-розробники займають приблизно 43.5% ринку.

Хоча даний ринок має певну кількість домінуючих компаній, проте з наведеної вище статистики, що показує наскільки велику частку займають дрібні розробники (43,5%) можна сміливо вважати ринок мобільних ігор високо-конкурентним, адже споживачі надають перевагу в першу чергу якості ігор, а не популярності компанії-розробника, що дає багато можливостей для малих розробників зокрема успішно ввійти й закріпитися на ринку.

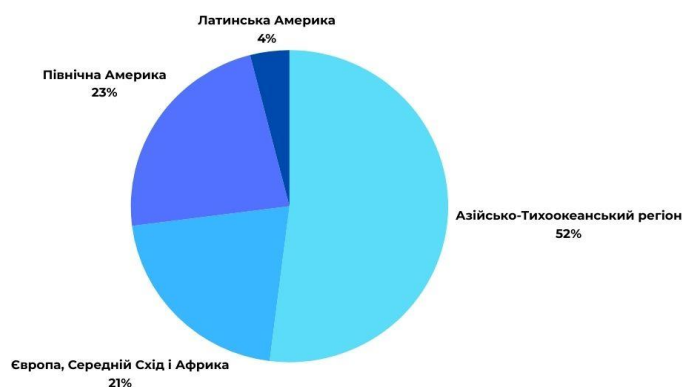


Рисунок 2. Частка ринку мобільних ігор за регіонами

Станом на 2021 рік компанія Google виділила 5 регіонів мобільних ігор: Азія, Північна Америка, Європа, Південна Америка, Близький схід і Африка. Найрозвинутішими з них можна вважати ринки Азії, Північної Америки та Європи [1].

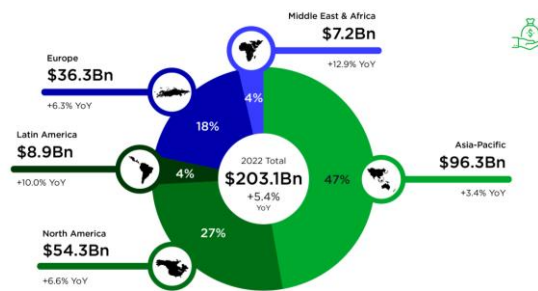


Рисунок 3. Частка ринку мобільних ігор у світовому ринку відео-ігор

Рис. 3 відображає розподіл світового ринку відеоігор за регіонами у 2022 році, а також річні темпи зростання для кожного регіону. Азійсько-Тихоокеанський регіон залишається найбільшим ринком відеоігор, хоча темпи його зростання (+3.4%) нижчі, ніж у інших регіонів. Північна Америка та Європа мають стабільне зростання (близько +6%). Найшвидше зростають ринки Близького Сходу та Латинської Америки, що свідчить про збільшення інтересу до відеоігор у цих регіонах. США та Китай – основні гравці ринку, разом забезпечуючи половину всіх витрат.



Рисунок 4. Розподіл прибутку на світовому ринку відеоігор за сегментами відносно до сумарного показника зростання з 2012 - 2021 рр.

Відповідно до доповіді про світовий ринок ігор від NewZOO (рис. 4) за останні 10 - 15 років ринок відеоігор зазнав значного зростання його доходи зросли з \$70.6 млрд у 2012 році до \$180.1 млрд у 2021 році (див. рис. 2). Зокрема частка мобільних ігор зросла з 18% у 2012 році до 59% у 2021 році, а середньорічний темп зростання мобільного сегмента — +26.8%, що робить його найдинамічнішим сегментом. При цьому галузь ПК-ігор зазнала стагнації, адже його частка знизилась з 37% до 19% у період з 2012 до 2021 років. Консолі залишаються відносно стабільним сегментом ринку.

Мобільні ігри діляться на певні жанри, котрі також мають більшу чи меншу популярність серед споживачів.

Топ жанрів за виручкою (дані за 2022 рік) [3]:

RPG — \$20,2 млрд (-14% за рік);

Стратегії — \$16,3 млрд (-7% за рік);

Головоломки — \$9,1 млрд (-4% за рік);

Казино — \$8 млрд (-1% за рік);

Шутери — \$4,6 млрд (-22% за рік).

Топ жанрів за завантаженнями (дані за 2023 рік):

Гіперказуальні ігри — 12,3 млрд (-10% за рік);

Аркади — 5,9 млрд (-3% за рік);
 Симулятори — 4,8 млрд (стільки ж завантажень було в 2021-му);
 Головоломки — 4,5 млрд (-8% за рік);
 Лайфстайл-ігри — 3 млрд (-11% за рік).

Вже за кількістю і різноманіттям жанрів можна визначити, що диференціація продукції на даному ринку є високою, це також демонструється такими факторами як: персоналізація графіки та візуальної стилістики, особливості механіки ігрового процесу, маркетинг та брендинг та різні моделі монетизації.

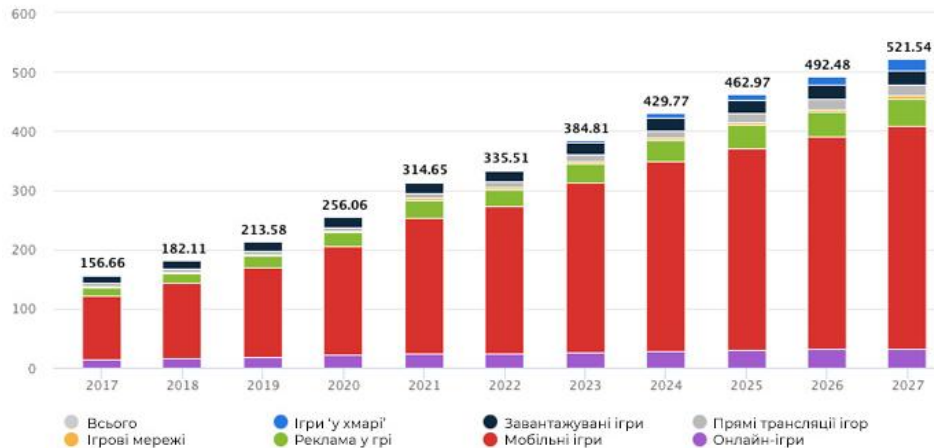


Рисунок 5. Прогноз прибутку світового ринку відеоігор за джерелами доходу з 2017-2027 рр., млрд. дол.

Відповідно до дослідження Statista market insights (рис. 5) продемонстровано, що в 2017 році дохід складав \$156.66 млрд, а до 2027 року прогнозується зростання до \$521.54 млрд, що означає більш ніж триразове зростання за 10 років. Також виручка з реклами, онлайн-ігор та хмарних ігор буде зростати швидше, ніж традиційні завантажувані ігри. Спостерігається сильний відрив за рівнем прибутку саме в сегменті мобільні ігри.

Отже, з наведених вище даних можна робити висновок, що ринок мобільних ігор має структуру монополістичної конкуренції, адже має відносно низькі бар'єри входу, диференційовану продукцію, наявність нецінової конкуренції та велику кількість виробників і споживачів.

Ринок мобільних ігор постійно змінюється та підлаштовується під сучасні технологічні тенденції, відкриваючи нові можливості експериментування для розробників і розширюючи для них бар'єри входу на ринок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бобров В. Д. Аналіз сучасного стану національних ринків мобільних ігор «Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна». 2022 випуск 103, С. 97-103.. URL: <https://periodicals.karazin.ua/economy/article/view/21273>
2. Подскребко О. С., Іванченко Н. О. Аналіз ринку цифрових відеоігор та його вплив на економіку. URL: <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1009>
3. Фульмес О. Ігрові підсумки тижня: найпопулярніші жанри мобільних ігор, деталі про gamedev-2023 від Unit та стан мобільного ігрового ринку від AppsFlyer. URL: <https://dev.ua/blogs/posts/orest-6>

Гончарова Анастасія Владиславівна — студентка групи 1Mr-23b факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця. e-mail: nasstya20@gmail.com

Філатова Любов Сергіївна — канд. екон. наук, старший викладач кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет. e-mail: filatovalyba@gmail.com

Honcharova Anastasiia— student of group 1Mr-23b, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia. e-mail: nasstya20@gmail.com

Filatova Lyubov— Cand. Sc. (Economics), Senior Lecturer with the Department of Management, marketing and Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: filatovalyba@gmail.com