

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2024, Том 16, № s3 / 2024, Vol. 16, Iss. s3 <https://esj.today/issue-s3-2024.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/10FAVN324.pdf>

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономические науки)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Баранов, А. А. Исследование рынка онлайн-сервисов для геймеров и его ключевых участников / А. А. Баранов // Вестник евразийской науки. — 2024. — Т. 16. — № s3. — URL: <https://esj.today/PDF/10FAVN324.pdf>

For citation:

Baranov A.A. Research of the market of online services for gamers and its key participants. *The Eurasian Scientific Journal*. 2024;16(s3): 10FAVN324. Available at: <https://esj.today/PDF/10FAVN324.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 338

Баранов Артём Александрович

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Россия
E-mail: baranov7795736@mail.ru

Исследование рынка онлайн-сервисов для геймеров и его ключевых участников

Аннотация. В наши дни рынок видеоигр развивается крайне высокими темпами и притягивает к себе взгляды сотен миллионов новых игроков. Несмотря на то, что данный рынок является сравнительно молодым, к настоящему моменту он развился до огромных размеров. Огромный толчок к развитию видеоигр дал произошедший несколько лет назад бум популярности киберспорта, который был признан официальным видом спорта во множестве стран (в том числе и в России). Разыгрываемые на киберспортивных состязаниях призовые фонды часто достигают нескольких миллионов долларов, а трансляции на специализированных видео-стриминговых порталах привлекают внимание многомиллионной аудитории. Одним из основных и наиболее востребованных сегментов рынка онлайн-сервисов для геймеров является сегмент видеохостингов. Сервисы данного сегмента представляют различный контент, который генерируется как самими компаниями, так и пользователями: видео прохождения игр, гайды, летсплеи, а также потоковое видео (стримы и прямые трансляции киберспортивных соревнований). Сегмент порталов форумного типа для геймеров появился одним из первых. В последние несколько лет наблюдается спад интереса геймеров к данному сегменту ввиду стремительного развития других (особенно видеохостингов). Тем не менее он насчитывает огромное количество игроков разной степени успешности. Трудно подсчитать общее количество порталов подобного типа, но можно выделить ключевого игрока, значительно опережающего все остальные сервисы данного сегмента по популярности среди потребителей. Сегмент новостных изданий включает в себя онлайн-сервисы для геймеров, предоставляющие пользователям новости об актуальных новинках игровой индустрии, информацию об анонсах выходящих видеоигр, рецензии на вышедшие видеоигры, новые игровые консоли т. п. Автор приходит к пониманию того, что игровая индустрия является крайне перспективной сферой, необходимой в тщательном исследовании.

Ключевые слова: игровая индустрия; онлайн индустрия; онлайн-сервисы; сервисы; геймеры; видеоигровая сфера; рынок видеоигр

Введение

Актуальность данной работы объясняется тем фактом, что сейчас рынок онлайн-сервисов для геймеров представляется крайне перспективным и неизведанным в научной сфере направлением, требующим его исследования.

Цель исследования заключается в оценке состояния и прогноз развития рынка онлайн-сервисов для геймеров.

Объектом исследования является рынок онлайн-сервисов для геймеров.

Предметом исследования является раскрытие сущности онлайн-сервисов для геймеров и выявление основных его сегментов.

1. Методы и материалы

При написании научной публикации автором использовались следующие методы: анализ, сравнение, синтез сравнительный, обобщение документов, научных исследований и статей.

Для достижения данной цели в работе были поставлены следующие задачи:

- раскрыть сущность рынка онлайн-сервисов для геймеров;
- выявить целевую аудиторию рынка онлайн-сервисов и определить их потребительские предпочтения;
- провести анализ мирового и отечественного рынка онлайн-сервисов для геймеров.

Исследование основывается на теоретических и методологических положениях, разработанных отечественными авторами раскрывающих основы рынка онлайн-сервисов для геймеров.

Теоретические аспекты рынка игровой индустрии рассмотрены в работах С.А. Савина [1], А.С. Шмидта, Н.Ю. Сайбель [2], Г.А. Потапова [3], Н.М. Коршунова [4], И.С. Ключевой, А.И. Корыткиной, Е.К. Егоровой [5].

Вопросы относительно тенденций развития рынка игровой индустрии исследовано в трудах А.А. Ширяева, Н.И. Маматказина, М.В. Глущенко [6], Н.А. Тулегеновой [7], А.Л. Мкртчян [8], Д.А. Шамова, Л.Н. Евдаковой [9].

Отдельные вопросы относительно потребительских предпочтений рассматривались такими авторами, как А.И. Корыткина, Е.К. Егорова [10], А.С. Челноков, А.А. Голубев, Д.А. Казначеев [11], А.Д. Брежнева [12].

2. Результаты и обсуждения

Поскольку положение дел на рынке онлайн-сервисов для геймеров напрямую связано с динамикой и структурой рынка видеоигр, следует обратить внимание на ситуацию на нём. По данным Newzoo (ведущая мировая компания, занимающаяся маркетинговыми исследованиями рынка игр), объём рынка видеоигр за последние три года увеличивался в среднем на 7 % в год, и такая динамика ожидается и в будущем. По прогнозам экспертов, объём рынка видеоигр к 2019 году достигнет \$122,6 млрд. При этом, 58 % роста объёма рынка обусловлено развитием Азиатского рынка. Такая динамика свидетельствует о возрастающем спросе на продукты

игровой индустрии и, соответственно, оказывает благоприятное воздействие на рынок онлайн-сервисов для геймеров, привлекая к нему большее количество потребителей.

Вообще, рынок онлайн-сервисов для геймеров имеет огромное число потенциальных потребителей. По данным американской ассоциации производителей программного обеспечения и компьютерных игр Entertainment Software Association, количество игроков по всему миру достигло 1,8 млрд человек. Хотя при этом стоит отметить, что в эту категорию вошли все люди, играющие более 3 часов в неделю, что, по нашему мнению, не является достаточным условием для классификации человека как геймера. Тем не менее, потенциальная аудитория действительно впечатляющая, а прослеживаемая динамика её увеличения повышает актуальность онлайн-сервисов, которые могли бы удовлетворить разнообразные потребности игроков.

Следует также отметить, что бурное развитие игровой индустрии обусловлено большим количеством важнейших инноваций. Разработка новых игровых платформ, внедрение в игровой процесс инновационных технологий оказывают влияние не только на рынок видеоигр, но и на рынок онлайн-сервисов для геймеров. Так, например, одна из самых громких инноваций игровой индустрии — шлем виртуальной реальности — оказала влияние на такие сервисы видеохостинга как Youtube, который является одним из основных игроков рынка онлайн-сервисов для геймеров в своём сегменте. Таким образом активное внедрение инноваций — ещё одна важная характеристика как игровой индустрии в целом, так и рынка онлайн-сервисов для геймеров.

Основными регионами, потребление видеоигр в которых максимально, сейчас являются Азия, Северная Америка и Западная Европа. Причём именно Азия на данный момент в большей степени обеспечивает рост рынка. Но, несмотря на это, барьеры развития рынка онлайн-сервисов для геймеров все ещё довольно высоки в некоторых странах этого региона, таких как Китай. Жёсткое законодательство этой страны в отношении различного рода Интернет-активности граждан усложняет работу многих онлайн-сервисов здесь, а некоторые социальные сети сталкиваются с частичным или полным блокированием в этой стране.

Проанализировав тренды различных рынков, связанных с видеоиграми, мы выделили список наиболее значимых из них. Именно эти тренды, по нашему мнению, должен учитывать новый проект социальной сети для геймеров при входе на рынок:

- **Возрастающая популярность онлайн-игр.** На данный момент в мире насчитывается более 700 миллионов человек, играющих в онлайн-игры. Это составляет почти 50 % от геймеров, наиболее часто играющих в видеоигры. С каждым годом эта доля постепенно растёт, и в будущем мы можем ожидать серьёзный перевес популярности многопользовательских игр по сравнению с однопользовательскими. Причин такой тенденции может быть несколько. Возможно, её определяет возрастающий темп жизни людей, особенно в больших городах. У игроков часто не бывает времени на прохождение длинных видеоигр, заставляющих вдумываться и уделять игре значительное время. Заменой этому выступают ежедневные игровые онлайн-сессии средней длительностью в один-два часа. Также представляется вероятной следующая причина. Онлайн — игры могут быть альтернативой живому общению для многих людей и ещё одним способом коммуникации друг с другом. Таким образом, это свидетельствует о социальной функции онлайн — игр, что делает социальную сеть ещё более предпочтительной формой онлайн-сервиса для геймеров.

- **Увеличение количества игровых платформ и стремительное возрастание популярности игровых мобильных приложений.** С момента появления игровой индустрии как таковой и до недавнего времени персональный компьютер являлся самой востребованной игровой платформой. Но в последние 10 лет прослеживается четкая тенденция к падению

популярности ПК. Значительную долю рынка захватили игровые консоли. Наиболее сильно заметен невероятный рост рынка мобильных игр. В ближайшие несколько лет эксперты ожидают, что именно он станет лидирующим сегментом рынка видеоигр и игровой индустрии в целом. Так, например, в Китае за 3 года количество пользователей мобильных игр выросло с 250 до 300 млн, в США — с 83 до 112 млн. Можно выделить следующие причины такого невероятного роста этого сравнительно молодого для игровой индустрии сегмента. Первой причиной, как и в случае с онлайн-играми, является возросший темп жизни людей. Пользователь может играть в мобильную игру дома, в транспорте и даже на работе. Второй причиной является их простота. В последнее время набирают популярность так называемые казуальные игры, рассчитанные на широкий круг неопытных игроков. Третьей причиной является низкая цена. Многие игроки просто не могут себе позволить покупку других платформ, средняя стоимость игр на которые составляет \$50. Исходя из всего вышесказанного, ориентированность на различные игровые платформы является одним из ключевых моментов для социальной сети для геймеров. Многие участники рынка онлайн-сервисов для геймеров уже создали свои приложения для смартфонов и игровых консолей. При этом стоит отметить, что большинство онлайн-сервисов, по нашему мнению, пока уделяют недостаточно внимания набирающему популярности сегменту мобильных игр, что, безусловно, является упущением и создаёт перспективное направление для проекта «IGamesFan», имеющего возможность обрести конкурентное преимущество и получить значительную долю рынка при работе в данном направлении.

- **Рост популярности киберспорта.** Этот фактор, безусловно, является одним из определяющих как для игровой индустрии в целом, так и для рынка онлайн-сервисов для геймеров. Трансляции киберспортивных соревнований привлекают многомиллионные аудитории геймеров по всему миру. С 2015 года постоянная аудитория трансляций киберспорта выросла со 120 млн человек до 191. При этом такими же темпами и росло количество случайных пользователей, до этого не проявлявших интерес к киберспорту. Согласно прогнозам аналитиков компании Newzoo, к 2020 году количество пользователей, интересующихся киберспортом на постоянной основе возрастет до 286 млн, а случайных зрителей — до 300 млн. Трансляции финала киберспортивного турнира по DOTA 2 The International 2016 на разных стрим — платформах одновременно смотрели свыше 5,5 миллионов человек, что является рекордом на сегодняшний день. Более того, практически 50 % геймеров, так или иначе, интересуются новостями из мира киберспорта, получая их из различных источников, включая СМИ.

- **Популярность игровых видеоблогов и стриминга.** За последние несколько лет в игровой индустрии сильно развилось такое явление, как игровые видеоблоги. Суть их заключается в том, что человек проходит игру, дополняя процесс своими комментариями, показывает какие-либо интересные моменты, связанные с игрой и записывает происходящие на камеру, позже выкладывая это в сеть. Часто записи ведутся в прямом эфире. Загрузка такого потокового видео называется стриминг. На данный момент большинство каналов видеоблогеров и стримеров расположено на онлайн-сервисах YouTube и Twitch.tv. По нашему мнению, одной из главных причин популярности этого явления служат слишком высокие цены на игры, с которыми далеко не все геймеры могут согласиться. В любом случае такие каналы привлекают многомиллионные аудитории. Например, самый известный канал для геймеров шведского видеоблогера PewDiePie насчитывает 55 млн подписчиков, что сравнимо с населением крупной страны.

- **Глобализация игрового сообщества.** Многие игроки желают играть и общаться на тему игр с геймерами из разных стран. Каналы видеоблогеров просматривают не только носители языка, на котором говорит блогер, но и иностранцы. Компании–разработчики

видеоигр всё чаще успешно локализуют свои продукты не только в развитых, но и в развивающихся странах.

3. Структура потребителей рынка

У многих людей, особенно в России, сложился стереотип, что абсолютное большинство геймеров — это малообщительные юноши 14–25 лет. На самом же деле мировая статистика решительным образом отличается от этого стереотипа.

Средний возраст геймера — 35 лет. При этом средний стаж его геймерского опыта — около 13 лет. При этом средний возраст игроков, как показывает статистика, имеет тенденцию к постепенному увеличению. Раньше, когда игровая индустрия была новинкой для общества, далеко не все люди зрелого возраста могли её принять. Теперь же новые поколения вырастают уже в устоявшейся культуре игровой индустрии. И начиная играть в видеоигры ещё в подростковом возрасте, геймер продолжает этим заниматься, будучи взрослым. Так, 26 % геймеров — моложе 18 лет; 30 % геймеров — 18–35 лет; 18 % геймеров — 36–49 лет; 26 % геймеров — старше 49 лет.

Половое соотношение среди геймеров следующее: 59 % игроков — мужчины, 41 % — женщины. При этом стоит отметить, что в последние 2–3 года количество женщин в игровом сообществе уменьшается. Так, например, в 2014 году женщины составляли 48 % от всех геймеров. Причины такой тенденции точно не известны, но можно предположить две наиболее вероятные. Во-первых, за последние годы к игровому сообществу множество людей присоединились именно благодаря популяризации киберспорта, который, видимо, на данный момент в большей степени интересен мужчинам. Во-вторых, причиной может являться заметно участвовавшие случаи жёсткого троллинга в онлайн-сервисах для геймеров (особенно социальных сетях), что отталкивает многих женщин в силу их более мягкого характера.

При этом средний возраст игрока-мужчины — 35 лет, а игрока-женщины — 44 года. Удивительно, но среди играющих людей доля женщин старше 18 лет в два раза больше, чем доля мужчин младше 18 лет.

Рассматривая эту статистику, важно помнить, что в данном контексте под геймером подразумевается человек, играющий более 3 часов в неделю в видеоигры любого сорта. Так, например, большинство женщин зрелого возраста являются пользователями только мобильных казуальных игр, что недостаточно для того, чтобы называть их геймеров в полной мере.

Рынок онлайн-сервисов для геймеров разделён на несколько основных сегментов, внутри которых функционируют различные сервисы, многие из которых довольно узко специализированы.

1. Сегмент видеохостингов.

Основные игроки:

Twitch.tv.

Данный сервис является ведущим в мире сайтом потокового видео, связанного с игровой индустрией. Был запущен в 2011 году сайтом justin.tv, специально для потокового стриминга видеоигр. На данный момент сервисом владеет компания Amazon.com, Inc.

Согласно Alexa Internet, американской компании, занимающейся исследованием посещаемости веб-сайтов, twitch является 64 по посещаемости сайтом в мире.

Видеохостинг предоставляет пользователям возможность загружать видеотрансляции своих прохождений игр, а также онлайн-сессий с другими игроками в прямом эфире, что получило название стриминг.

Во время трансляции стрима, пользователи имеют возможность комментировать видео в прямом эфире и таким образом напрямую взаимодействовать со стримером. Также пользователи могут переводить на счёт понравившегося стримера деньги, тем самым его поддерживая.

По данным самой компании, ежемесячно на сайт загружается более 1,7 млн трансляций. Аудитория насчитывает более 100 млн посетителей в месяц.

Отдельного внимания заслуживают трансляции киберспортивных соревнований, ведущиеся на Twitch.tv. Именно они привлекают наибольшее количество пользователей и приносят компании наибольший доход. Twitch сотрудничает с конференциями, встречами и мировыми чемпионатами предлагая им услуги видео трансляций, среди партнеров такие знаменитые события как E3, [BlizzCon](#), Турниры ESL, Турниры DreamHack, The International (Dota 2), League of Legends Championship Series LLC. Так, например, ELEAGUE Major.

При этом, по данным сайта, 75 % пользователей — мужчины, 73 % из которых находятся в возрастной категории от 18–49 лет.

Также многие пользователи жалуются на навязчивую рекламу на twitch.tv.

Twitch разработали приложения для игровых консолей и мобильных устройств, позволяющие потребителям пользоваться сервисом не только на ПК, но и на удобных для них платформах. В консоли Playstation 4 и Xbox One встроена возможность ведения прямой трансляции на Twitch.

YouTube.

Несмотря на то, что видеохостинговый сервис YouTube, принадлежащий холдингу Alphabet Inc., не специализируется только на контенте, связанном с игровой индустрией, видео об играх занимают здесь довольно крупную долю.

15 % всех видеозаписей на YouTube, так или иначе, связаны с видеоиграми. Для сравнения, музыкальный контент занимает только 14 %.

Большая часть игрового контента на YouTube — это каналы «лестплейщиков» (игроков, выкладывающих свой игровой процесс в сеть и комментирующих его), гайды и различные советы по прохождению, а также трейлеры новых видеоигр, выпускаемые самими компаниями-разработчиками.

100 самых популярных среди геймеров игровых каналов на YouTube насчитывают от 2,8 до 54,5 млн подписчиков.

По данным американской исследовательской компании Greenberg Inc, 90 % заядлых геймеров посещают YouTube как минимум один раз в неделю для того, чтобы получить какой-либо контент, связанный с игровой индустрией. 64 % заядлых геймеров покупают или скачивают игру после просмотра информации о ней на YouTube. Ежемесячно геймеры на YouTube просматривают игрового видео общей длительностью 144 млрд минут.

YouTube также имеет приложение YouTube Gaming для мобильных устройств, разработанное специально для геймеров, предпочитающих пользоваться YouTube с мобильных устройств.

2. Сегмент порталов форумного типа.

GameFAQs — самый известный среди геймеров веб-сайт, специализирующийся на прохождении видеоигр, полезных советах по видеоиграм и публикующий ответы на часто задаваемые вопросы. Является дочерней компанией CBS Interactive, Inc. Согласно

Alexa Internet, GameFAQs на данный момент является 402 по посещаемости сайтом в мире и 136 в США.

Является вторым по популярности в мире сайтом исключительно для геймеров после Twitch.tv. На данный момент средняя посещаемость сайта GameFAQs — 20 млн посещений в месяц, 36 % из которых приходится на США

Большая часть контента генерируется самими пользователями. Геймеры могут загружать все материалы, полезные для других игроков. Такой формат позволил расширить объём контента на GameFAQs до огромных размеров. Общение пользователей происходит в рамках создаваемых форумов по различным играм.

Половое соотношение пользователей GameFAQs приблизительно равное, при том, что в целом аудитория онлайн-сервисов для геймеров насчитывает больше мужчин, чем женщин.

3. Сегмент новостных изданий

Мы выделили двух ключевых игроков данного сегмента рынка: IGN и GameSpot.

IGN — это крупнейший новостной и информационный веб-сайт для геймеров. Принадлежит компании IGN Entertainment. Данный сервис был основан в 1996 году и на первых порах своего существования состоял из пяти отдельных сайтов, которые впоследствии были сведены в общую сеть.

Помимо новостей из мира игровой индустрии, сервис содержит также разделы FAQ по различным играм, рецензии на игры, составляемые как самой компанией, так и другими. К тому же IGN ведёт еженедельные подкасты, специализирующиеся на конкретных областях игровой индустрии. На волне популярности сайта IGN запустили также еще несколько сайтов, не связанных напрямую с видеоиграми, но имеющих тематику, интересную целевой аудитории сайта IGN (например, комиксы и аниме).

В 2011 году IGN организовал IGN Pro League, профессиональную лигу киберспорта по играм StarCraft II: Wings of Liberty, ShootMania Storm и League of Legends.

IGN осваивает различные рынки по всему миру, открывая дочерние компании в разных странах, многие из которых не приносят желаемого спроса. Так, например, IGN Russia, проект IGN, запущенный в 2013 году в партнерстве с российской медиакомпанией Gameland, не оправдал ожиданий компании. По данным аналитической компании SimilarWeb, в 2016 году посещаемость Ru.IGN.com снизилась с 620 до 360 тысяч визитов в месяц. Пользователи IGN Russia составляют только 2 % от общего количества пользователей составляют только 2 % от общего количества пользователей IGN.

По данным Alexa Internet, IGN является 345 по популярности сайтом в мире и 107 в США. На данный момент посещаемость сайта составляет более 22 млн посещений в месяц.

Сервис GameSpot, созданный в 1996 году, был выкуплен компанией CNet Networks, Inc. Данный сервис частично объединён с сайтом GameFAQs. Согласно SimilarWeb является 828 по посещаемости сайтом в мире. Примерное количество посещений в месяц — 10 млн, 37 % из которых приходится на США. Контент GameSpot в целом схож с контентом IGN, но специализируется исключительно на видеоиграх и событиях игровой индустрии.

В целом российский рынок онлайн-сервисов для геймеров пока недостаточно развит. Большинство пользователей предпочитают иностранные сервисы российским. Для некоторых из этих сервисов, российский рынок составляет существенную долю, но чаще эта доля невелика.

Доля российских пользователей в мировых онлайн-сервисах для геймеров: Twitch — 8,3 %, IGN — 2 %, GameFAQs — 0,8 %, Gamespot — 1 %.

Рассмотрим для примера один из крупнейших российских онлайн-сервисов для геймеров Kanobu.ru. Формат Kanobu — социальная сеть.

Согласно SimilarWeb, среднемесячная посещаемость сайта составляет приблизительно 1,5 млн посетителей в месяц, 67 % из которых приходится на жителей России, а остальные в большинстве своём — граждане СНГ. Основой ресурса является лента блогов и набор инструментов, позволяющих пользователям обмениваться информацией.

Таким образом, несмотря на то, что сайт является одним из самых популярных российских игровых сервисов, в сравнении с ведущими иностранными сервисами, имеет очень незначительную аудиторию, что говорит о пока ещё низком развитии российского рынка.

Выводы

В результате, можно сказать о том, что проанализированные нами рынки игровой индустрии, в общем, и онлайн-сервисов для геймеров, в частности, являются крайне привлекательными с точки зрения их роста. Уже сейчас потенциальная аудитория онлайн-сервисов для геймеров насчитывает более полутора миллиардов геймеров, и динамика роста этого количества пока остаётся положительной.

Некоторые сегменты рынка онлайн-сервисов для геймеров развиваются особенно быстрыми темпами — это видеохостинги. Данное явление связано в первую очередь с бумом популярности киберспорта и его стремительным развитием. При этом из сдерживающих факторов можно назвать большое количество опытных игроков рынка и высокую конкуренцию, что несколько осложняет реализацию нового проекта. При исследовании рынка, было выявлено, что большинство крупных игроков специализируются лишь на одном-двух сегментах, что в конечном итоге является неудобным для потребителя, которому приходится использовать сразу несколько сервисов.

Одной из основных перспектив рынка является увеличение среднего возраста геймера по стране. На настоящий момент средний возраст геймера в России значительно ниже, чем в большинстве развитых стран. Во многом это связано с технологическим и экономическим отставанием, из-за которого видеоигры стали доступны для населения значительно позже. Поэтому основная аудитория рынка онлайн-сервисов для геймеров — люди, выросшие на видеоиграх — ещё только формируется в России. Также существенной перспективой является популяризация киберспорта в России. Россия — первая в мире страна, признавшая киберспорт официальным видом спорта. На данный же момент стремительно увеличивается количество российских геймеров, интересующихся киберспортом, активно развиваются профессиональные российские киберспортивные команды.

ЛИТЕРАТУРА

1. Савин, С.А. Анализ рынка компьютерной игровой индустрии / С.А. Савин // Концепции устойчивого развития науки в современных условиях: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции: в 3 ч., Казань, 28 декабря 2018 года. Том Часть 1. — Казань: Общество с ограниченной ответственностью «Агентство международных исследований», 2018. — С. 193–198. — EDN YSIOVV.

2. Шмидт, А.С. Игровая индустрия — один из самых перспективных сегментов мирового рынка / А.С. Шмидт, Н.Ю. Сайбель // Актуальные проблемы экономической теории и практики: Сборник научных трудов / Под редакцией В.А. Сидорова. / Краснодар: Кубанский государственный университет, 2019. — Т. 26. — С. 78–84. — EDN JPMVXA.
3. Потапов, Г.А. Оценка перспектив и значения мирового рынка игровой индустрии / Г.А. Потапов // Неделя науки СПбГПУ: материалы научно-практической конференции с международным участием, Санкт-Петербург, 02–07 декабря 2013 года / Инженерно-экономический институт СПбГПУ. Том Часть 1. — Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», 2014. — С. 497–500. — EDN TWSHWB.
4. Коршунов, Н.М. Перспективы развития рынка игровой индустрии в России / Н.М. Коршунов // Развитие бизнеса и финансового рынка в условиях цифровизации экономики: материалы Международной научно-практической конференции, Волгоград, 15 ноября 2019 года / ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Волгоградский филиал. — Волгоград: Общество с ограниченной ответственностью «Сфера», 2019. — С. 203–206. — EDN QBLQRT.
5. Ключева, И.С. Рынок игровой индустрии: структура и тенденции развития / И.С. Ключева, А.И. Корыткина, Е.К. Егорова // Вестник Науки и Творчества. — 2016. — № 8(8). — С. 63–69. — EDN WKNNGF.
6. Ширяев, А.А. Тенденции развития рынка игровой индустрии / А.А. Ширяев, Н.И. Маматказин, М.В. Глущенко // Наука и современное образование: актуальные вопросы, достижения и инновации: Сборник статей IV Международной научно-практической конференции, Пенза, 27 января 2022 года. — Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2022. — С. 56–58. — EDN KMWRIO.
7. Тулегенова, Н.А. Перспективы развития мирового рынка игровой индустрии / Н.А. Тулегенова // Современные тренды развития регионов: управление, право, экономика, социум: материалы XX Всероссийской студенческой научно-практической конференции, Челябинск, 27–28 апреля 2022 года. — Челябинск: Челябинский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2022. — С. 188–191. — EDN YZUSYU.
8. Мкртчян, А.Л. Российский рынок игровой Индустрии и тенденция её развития / А.Л. Мкртчян // Актуальные проблемы развития современной экономики: Сборник статей X межвузовской научно-теоретической конференции, Ростов-на-Дону, 25 ноября 2021 года. — Ростов-на-Дону: Южно-Российский институт управления-филиал РАНХиГС, 2021. — С. 134–137. — EDN ICJHMA.
9. Шмаков, Д.А. История развития рынка игровой индустрии в России / Д.А. Шмаков, Л.Н. Евдакова // Инфокоммуникационные технологии: актуальные вопросы цифровой экономики: Сборник научных трудов III Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 25–26 января 2023 года / Под редакцией В.П. Шувалова, сост. М.П. Карачарова. — Екатеринбург: Уральский государственный университет путей сообщения, 2023. — С. 203–205. — EDN PNDZGD.

10. Корыткина, А.И. Рынок игровой индустрии: социальный аспект / А.И. Корыткина, Е.К. Егорова // Экономика, управление и право: инновационное решение проблем: Сборник статей победителей VI Международной научно-практической конференции, Пенза, 25 января 2017 года / Под общей редакцией Г.Ю. Гуляева. — Пенза: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2017. — С. 169–176. — EDN XSQVBF.
11. Исследование потребительских предпочтений рынка игровой индустрии / А.С. Челноков, А.А. Голубев, Д.А. Казначеев [и др.] // Поколение будущего: Взгляд молодых ученых-2019: Сборник научных статей 8-й Международной молодежной научной конференции, в 6-х томах, Курск, 13–14 ноября 2019 года / Ответственный редактор Горохов А.А.. Том 1. — Курск: Юго-Западный государственный университет, 2019. — С. 460–463. — EDN VKLIMT.
12. Брежнева, А.Д. Индустрия компьютерных игр в мировой экономике / А.Д. Брежнева // Инновационные научные исследования: теория, методология, практика: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции: в 2 частях, Пенза, 10 мая 2017 года. Том Часть 1. — Пенза: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2017. — С. 129–133. — EDN YNQMZT.

Baranov Artyom Alexandrovich

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia
E-mail: baranov7795736@mail.ru

Research of the market of online services for gamers and its key participants

Abstract. These days, the video game market is developing at an extremely high pace and attracts the attention of hundreds of millions of new players. Despite the fact that this market is relatively young, it has now developed to enormous proportions. A huge impetus to the development of video games was given by the boom in popularity of e-sports that occurred several years ago, which was recognized as an official sport in many countries (including Russia). The prize pools awarded at eSports competitions often reach several million dollars, and broadcasts on specialized video streaming portals attract the attention of a multimillion-dollar audience. One of the main and most popular segments of the online services market for gamers is the video hosting segment. Services in this segment present various content that is generated both by the companies themselves and by users: video game walkthroughs, guides, let's plays, as well as streaming video (streams and live broadcasts of e-sports competitions). The segment of forum-type portals for gamers was one of the first to appear. Over the past few years, there has been a decline in the interest of gamers in this segment due to the rapid development of others (especially video hosting sites). Nevertheless, it has a huge number of players of varying degrees of success. It is difficult to calculate the total number of portals of this type, but we can identify a key player that is significantly ahead of all other services in this segment in terms of popularity among consumers. The news segment includes online services for gamers, providing users with news about current innovations in the gaming industry, information about announcements of upcoming video games, reviews of released video games, new game consoles, etc. The author comes to the understanding that the gaming industry is an extremely promising area that requires careful research.

Keywords: gaming industry; online industry; online services; services; gamers; video game industry; video game market