

## МОНЕТИЗАЦИЯ ИГР ДЛЯ РС

*Рассматриваются модели распространения игр и способы монетизации free-to-play модели.*

### ВВЕДЕНИЕ

Монетизация в данном контексте – это совокупность элементов игры, прямо или косвенно влияющих на игровой процесс, предоставляющих игроку возможность, потратив деньги, получить игровые ценности либо саму игру.

#### I. АУДИТОРИЯ

На самых ранних этапах разработки игры, выбирается, для какой аудитории будет эта игра. Например, средний российский игрок – это владелец ПК, ноутбука, от 25 до 34 лет, со средним образованием, служащий/работник офиса, никогда не пользовавшийся платными услугами в онлайн-играх.

#### II. МОДЕЛИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИГР

На данный момент следующие модели распространения являются актуальными:

1. Цифровая дистрибуция. Такие популярные сервисы цифровой дистрибуции, как Steam и Origin, дают возможность покупать и скачивать игры через Интернет. Эти сервисы почти заменили распространение на физических носителях.

2. DLC (DownLoadable Content). После выпуска основной игры, разработчик выпускает дополнение, привносящее в основную игру новые игровые элементы. Загружаемый контент часто обвиняют в том, что его цена завышена, и он стимулирует разработчиков не включать многие элементы игры в её первоначальный выпуск, чтобы потом продать их отдельно.

3. Pay-to-play. Это подписка. Чтобы иметь доступ в игровой мир, каждый игрок регулярно платит абонентскую плату. Такие игры довольно качественные. Минус такой модели заключается в том, что игрок не знает заранее, понравится ли ему игра и если не понравится, то просто теряет деньги.

4. Free-to-play. Во free-to-play игры можно играть бесплатно, но они будут содержать встроенные покупки. Такие игры имеют свой игровой магазин, в котором продаются игровые товары, делающие игровой процесс комфортным. По итогам 2014 года объём российского рынка ММО составил 28 млрд рублей.

*Бычков Павел Андреевич, студент кафедры вычислительных методов и программирования БГУИР, pashaby4ok@mail.com.*

*Научный руководитель: Шатилова Ольга Олеговна, ассистент кафедры вычислительных методов и программирования БГУИР, shatilova@bsuir.by.*

### III. СПОСОБЫ МОНЕТИЗАЦИИ FREE-TO-PLAY МОДЕЛИ

1. Внутриигровые покупки. Этот способ подразумевает под собой продажу игровых ценностей. Используя этот способ монетизации, необходимо помнить 2 основные вещи: - покупки не должны принуждать игроков к их приобретению; - покупки не следует делать, как несправедливое преимущество для покупающих людей, над не покупающими людьми.

2. Скидки. Видя скидку на какую-либо игровую ценность, игроку будет хотеться купить её, ведь эта ценность стала стоить дешевле и скоро подорожает. В некоторых играх существуют скидки для стимулирования платежа: бонусы за первый платёж, бонус за большой объём покупки.

3. Boosts (Бусты), ускорения. Бусты помогают игроку пройти сложный уровень, быстрее набрать опыт и т.д. Необходимо сделать так, чтобы игрок воспринимал бусты не как попытку заработать на них, а как попытку помочь играть быстрее и лучше. Необходимо дать пробные бусты, чтобы игрок ощутил комфортность игры с ними.

4. Декоративные элементы, украшения. Игроки любят делать своих персонажей индивидуальными и готовы тратить на это деньги.

5. Продажа реальных вещей, ассоциирующихся с игрой. Если игра имеет большое количество фанатов, то можно сделать сувенир или одежду с красочными изображениями, ассоциирующемся с игрой, и продавать в собственном онлайн-магазине.

#### IV. ВЫВОДЫ

Подводя итоги: исходя из всего вышеперечисленного, выбранная стратегия монетизации способна сделать игру экономически успешной. В случае успеха, игра может выйти на качественно новый уровень, а её разработчик – обогатиться.

1. <https://ru.wikipedia.org>
2. <http://www.ibm.com/developerworks/ru/library/ba-bigdatagaming/>
3. <http://forum.hellroom.ru/index.php?topic=22656.0>
4. <https://gamestats.mail.ru>