

**GAME  
INDUSTRY SUMMIT**  
 **RUSSIA** 

**Российская аудитория  
компьютерных и видео игр  
в 2008 г.**

**GfK**

***(game)land***

# Методология исследования

## Задачи исследования:

- Количественно оценить аудиторию компьютерных и видео игр в России
- Определить социально-демографические характеристики сегментов аудитории
- Изучить потребительские особенности аудитории

## Методика:

Исследование проводилось в 2 этапа

1. Во всероссийский Омнибус компании ГФК-Русь, репрезентирующий все население РФ старше 16 лет, были включены вопросы про компьютерные и видео-игры.  
Выборка – 2187 респондентов.
2. Личные и онлайн-интервью с людьми, играющими в компьютерные и видео игры в среднем не менее 1 часа в неделю. К опросу допускались только те, кто проходил скринер (фильтрующие вопросы).  
Выборка: 2645 респондентов.

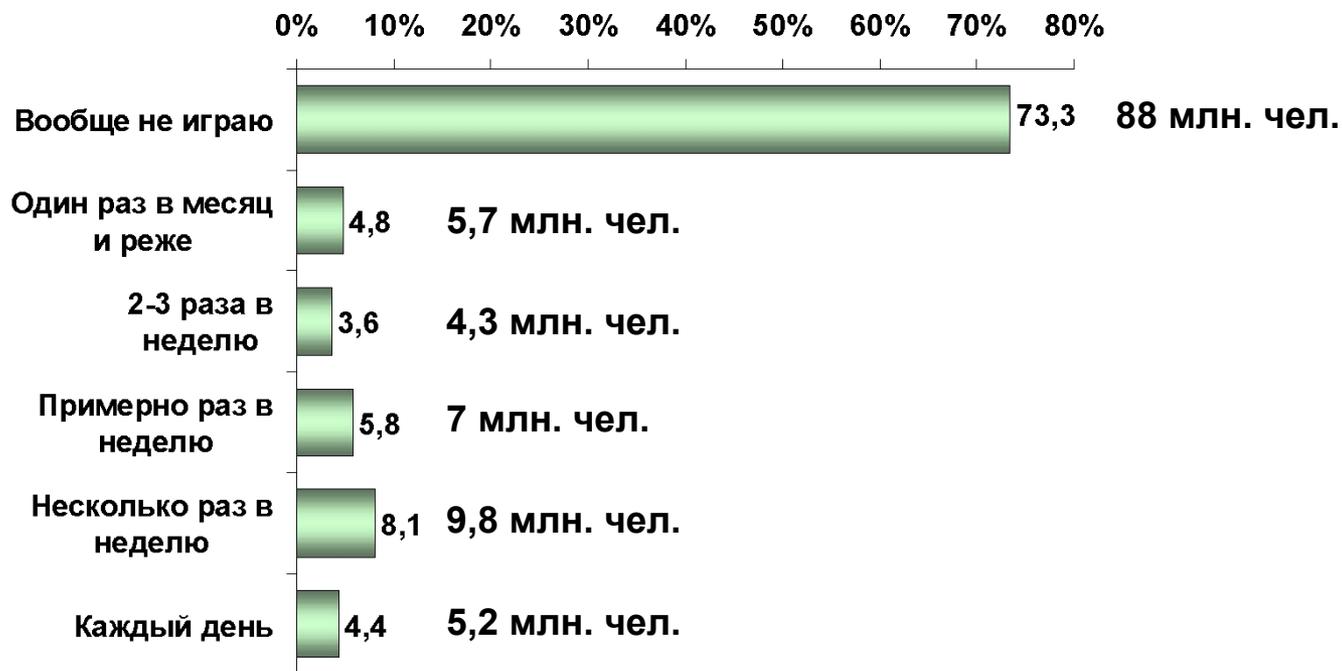
Сроки проведения исследования октябрь-ноябрь 2008 г.

# Часть 1

## Объем и общий состав аудитории компьютерных и видеоигр в России

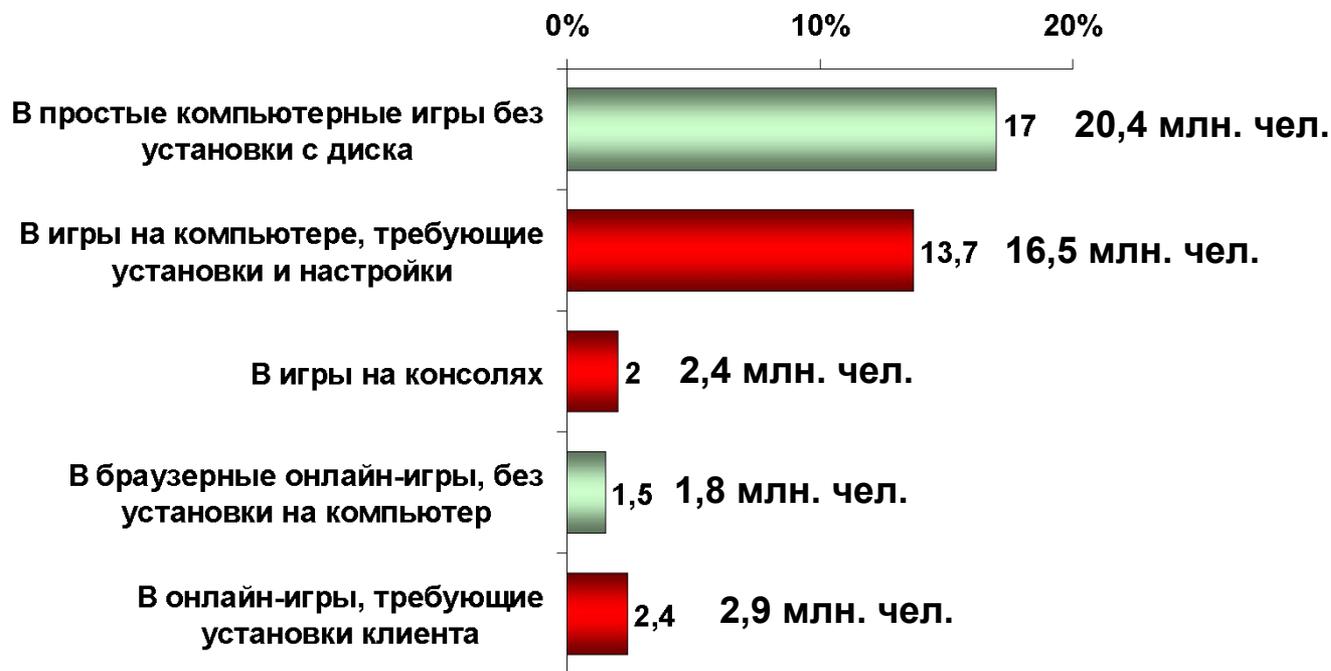
# Время, затрачиваемое на игры

Играете ли Вы в компьютерные или видео игры?



# Виды игр

## В какие игры вы играете?



# Описание сегментов

## **Аудитория «простых компьютерных игр» без установки с диска:**

Одинаковое количество мужчин и женщин

Наиболее равномерное распределение по возрасту от 16 до 50 лет

Большинство – работающие (сотрудники офисов), со средним доходом

## **Аудитория компьютерных игр, требующих установки и настройки:**

Мужчин – 73%, женщин 27%

85% в возрасте 16-35 лет, средний возраст 20 лет.

Самая большая социальная группа – учащиеся, также большой % служащих с высшим и средним образованием. Доход средний и выше среднего.

## **Аудитория консольных игр:**

Мужчин – 80%, женщин 20%.

Ядро – 16-27 лет, средний возраст 18 лет.

Также учащиеся и служащие с высшим и средним образованием.

Материальное положение семьи выше среднего.

# Описание сегментов

## **Аудитория браузерных онлайн-игр:**

Мужчин – 70%, женщин 30%

Средний возраст 23 года

Большинство – работающие (сотрудники офисов), с доходом средним и выше среднего.

## **Аудитория клиентских онлайн-игр:**

Мужчин – 81%, женщин 19%

85% в возрасте 16-35 лет, средний возраст 21 год.

Как правило учащиеся и служащие с высшим образованием, доход выше среднего.

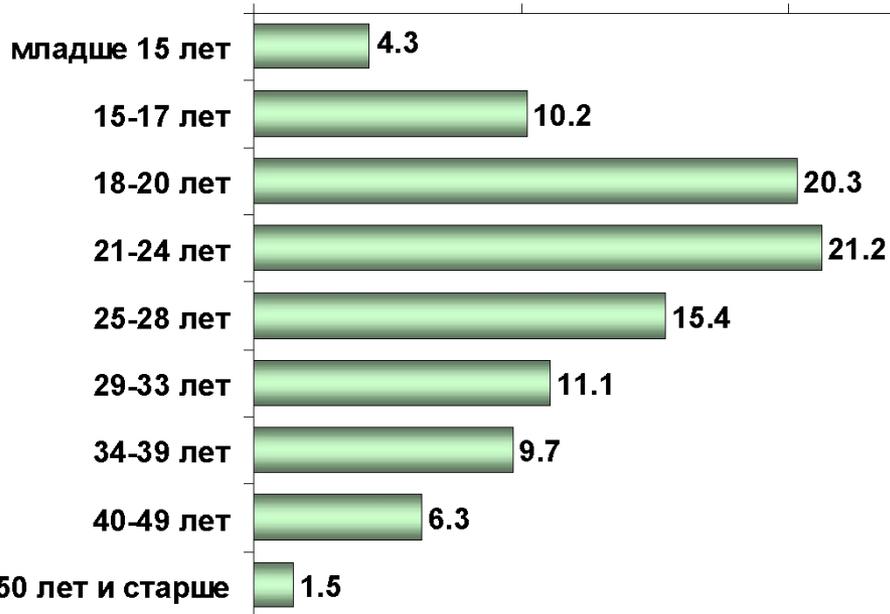
# Часть 2

## Характеристики аудитории геймеров

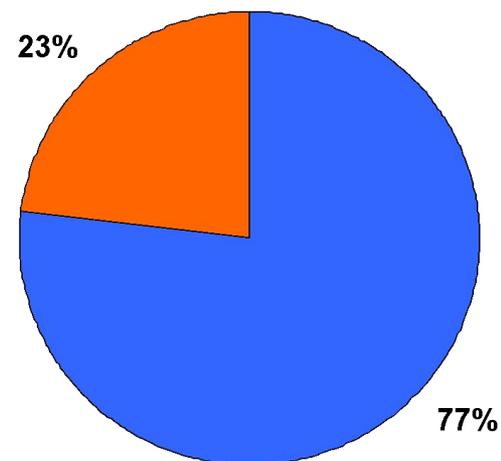
# Демография

## Возраст

0% 10% 20% 30%

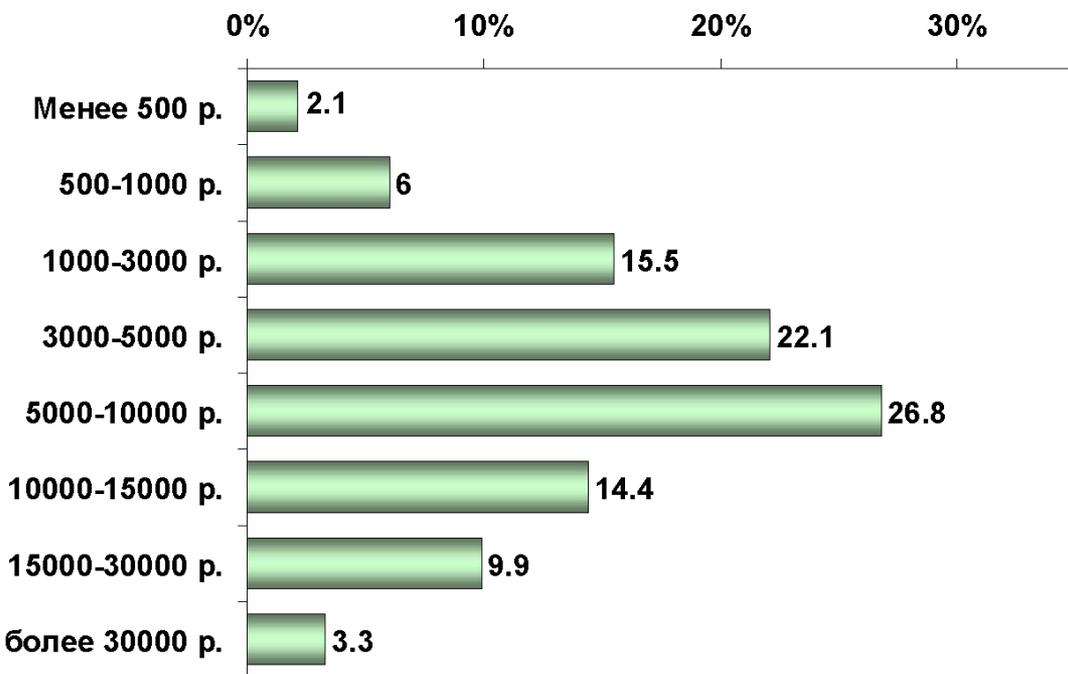


## Пол

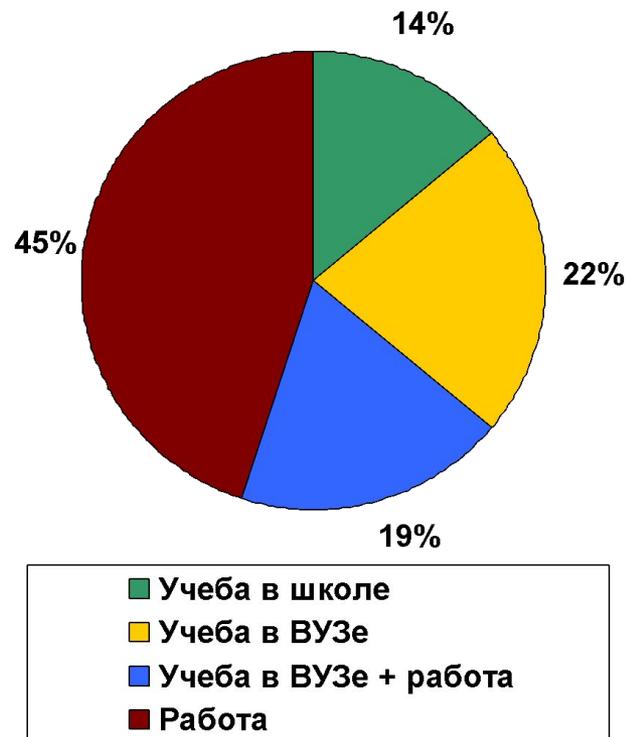


# Социально-экономические показатели

Примерное количество денег, которые ЛИЧНО тратите в месяц на собственные расходы?

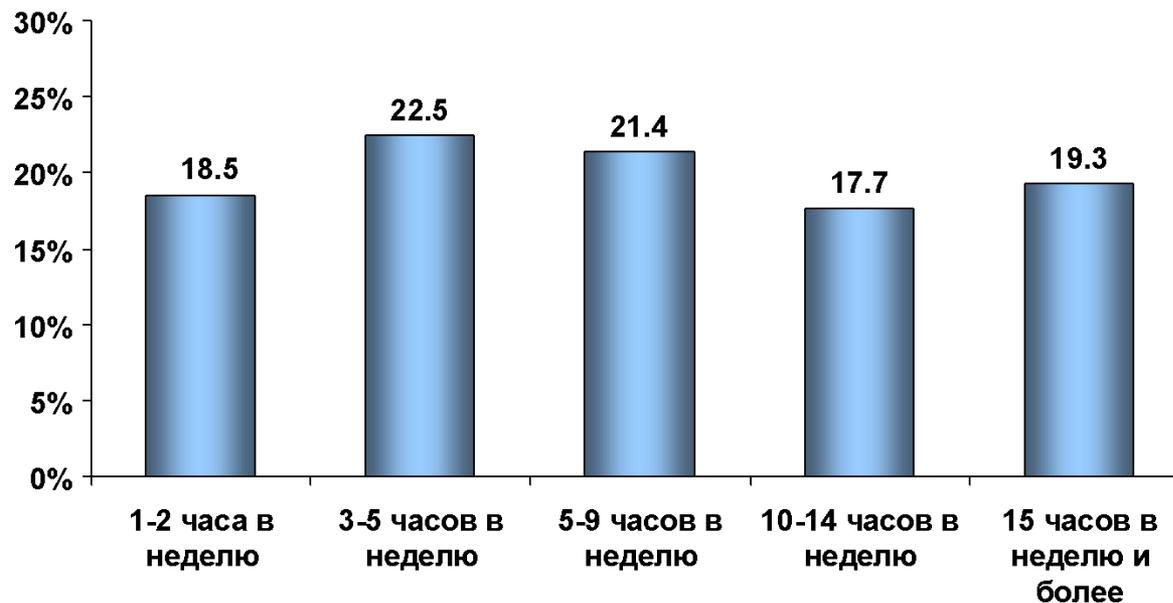


Чем Вы занимаетесь?



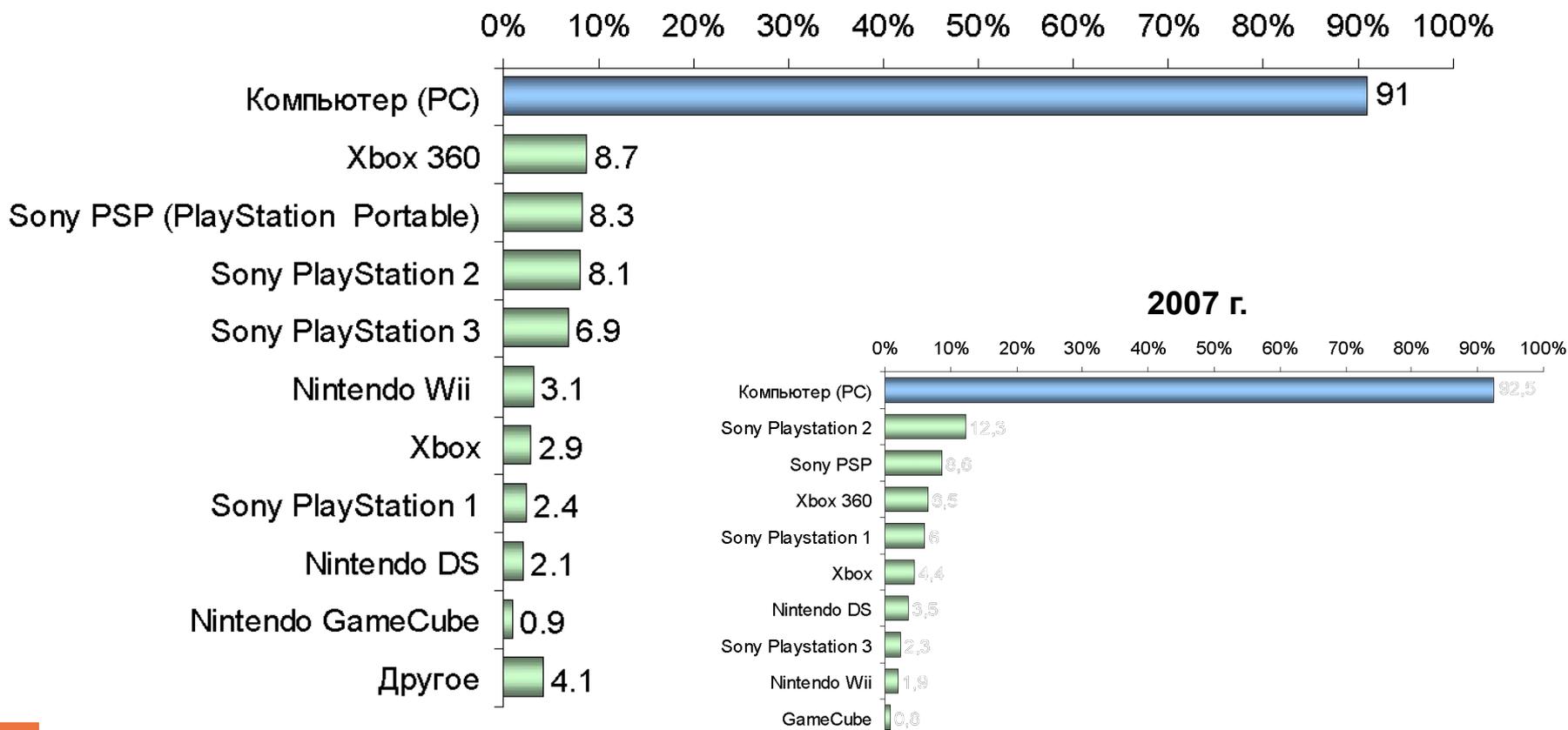
# Вовлеченность в игры

Сколько времени тратите на компьютерные и видео игры?



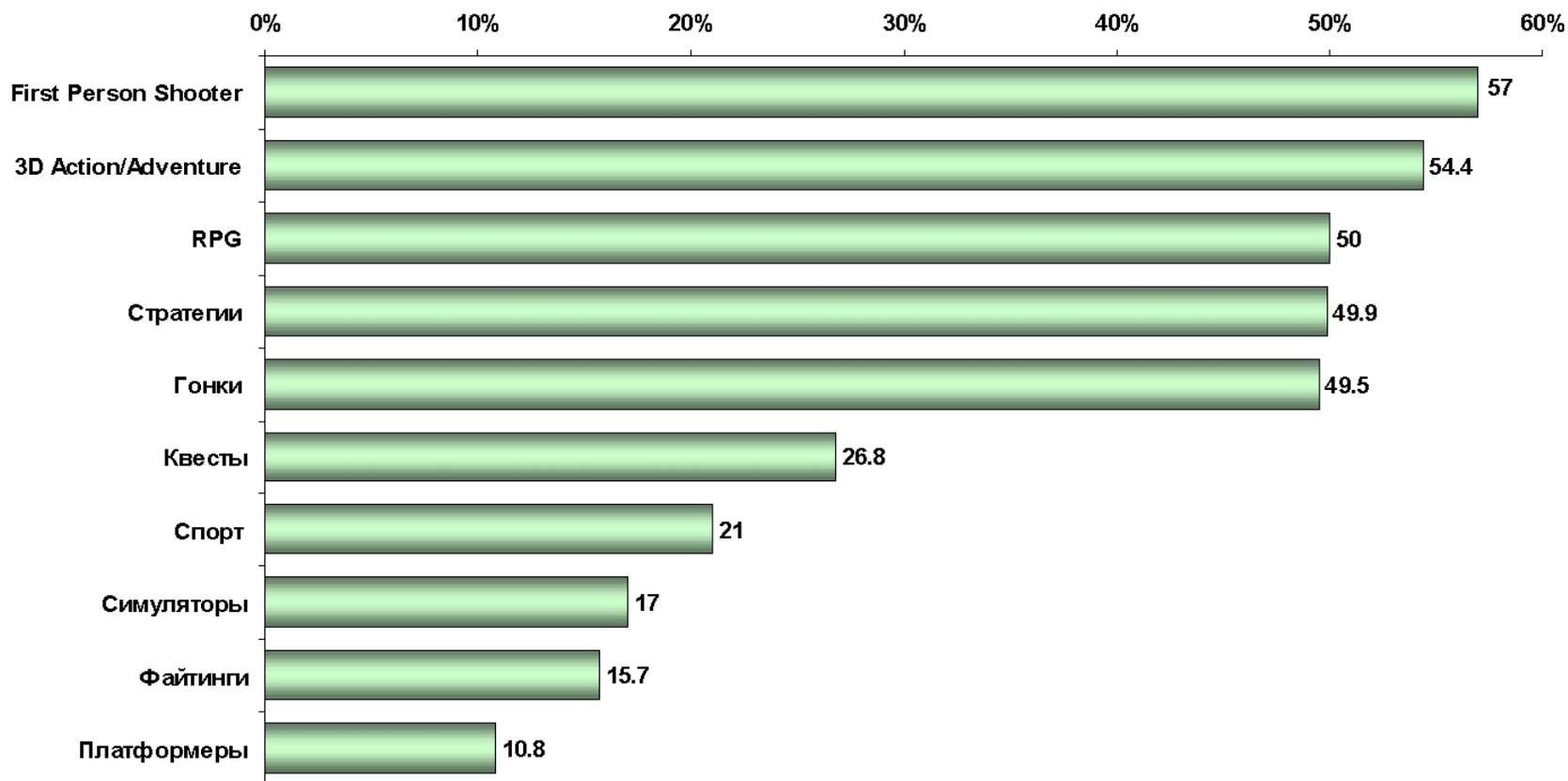
# Предпочтения по игровым платформам

На чем Вы регулярно играли последние пол года ?



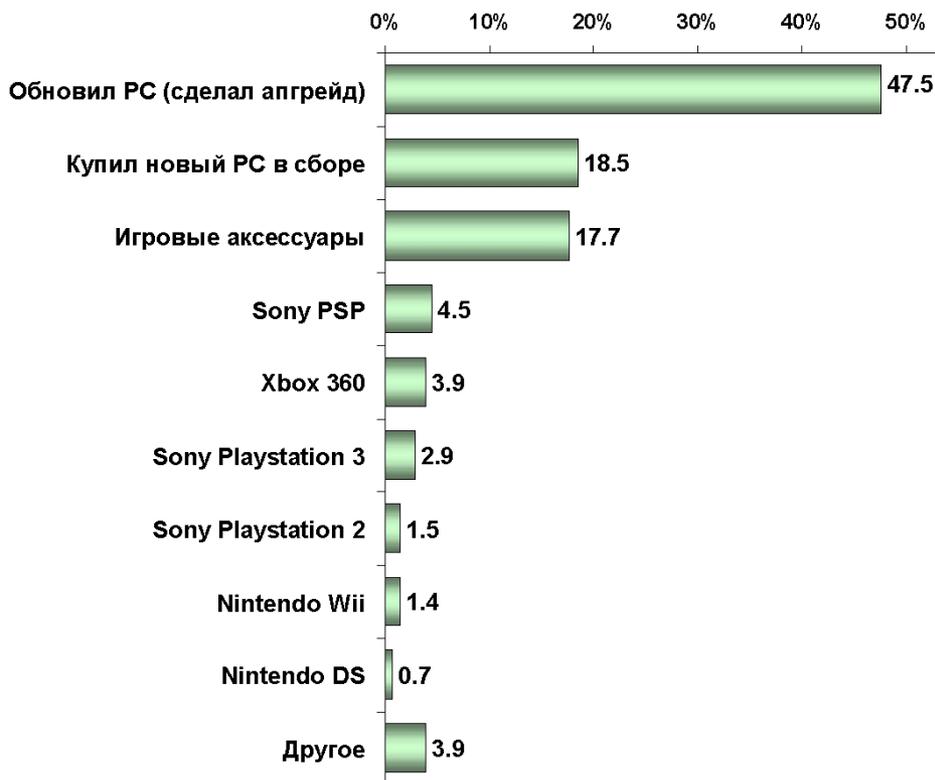
# Предпочтения по жанрам

## Какие игровые жанры Вы предпочитаете?

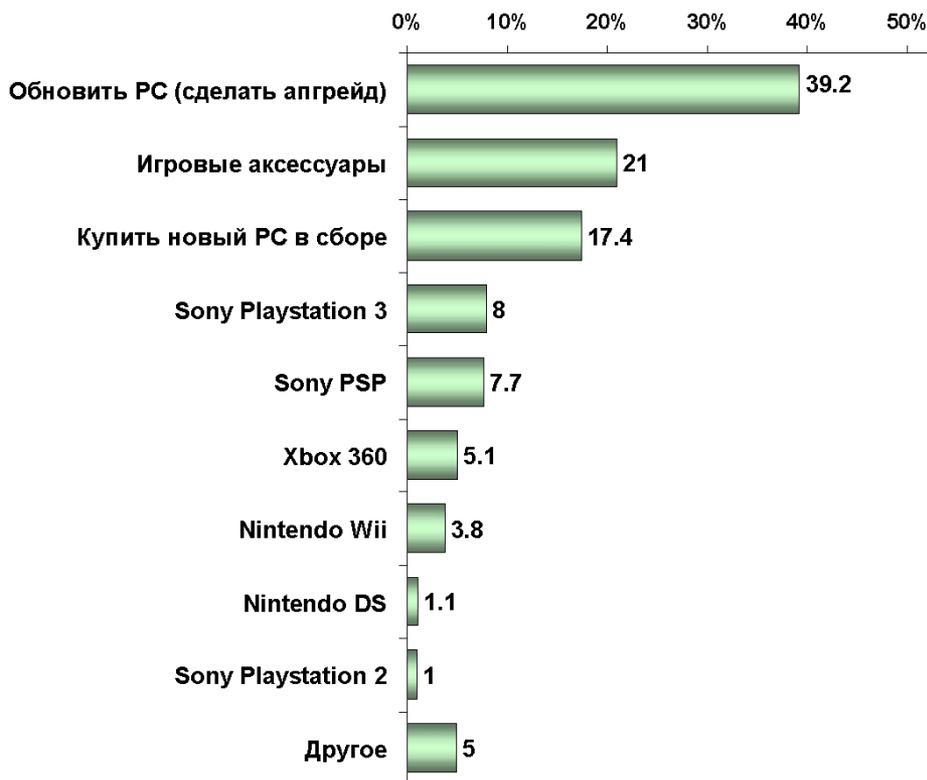


# Покупка игрового оборудования

Какие устройства Вы приобретали течение прошедшего года?

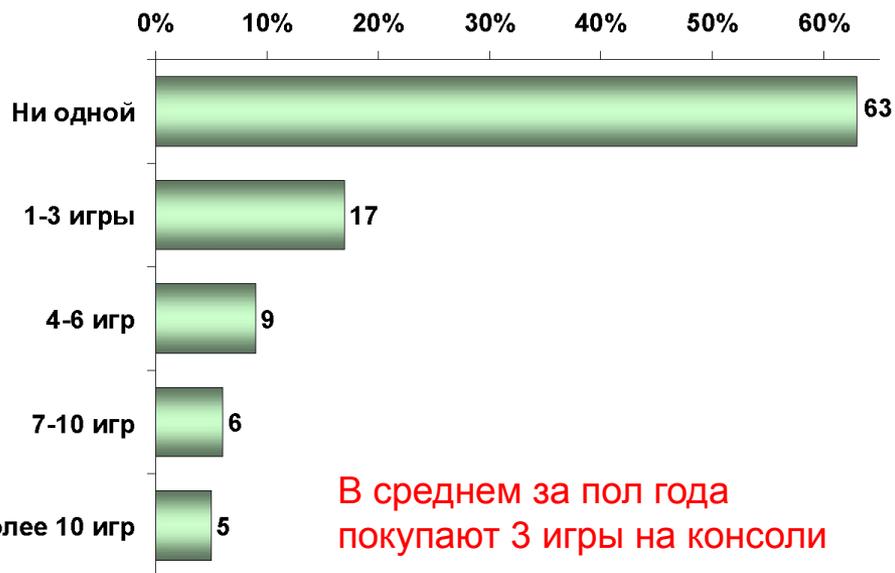


Какие устройства Вы планируете приобрести в течение ближайшего года?



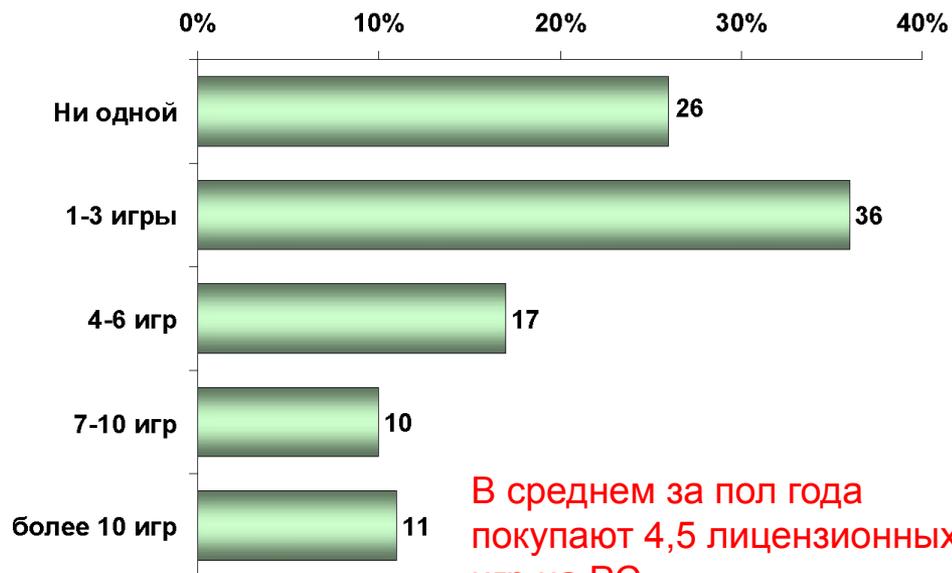
# Покупка игр

Сколько игр для консолей Вы купили за последние полгода?



В среднем за пол года покупают 3 игры на консоли

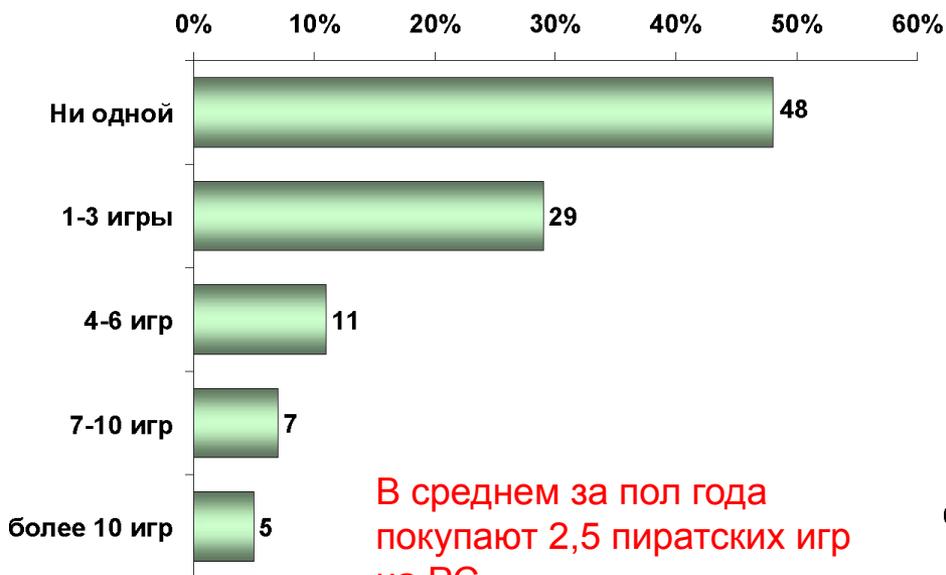
Сколько лицензионных игр для PC Вы купили за последние полгода?



В среднем за пол года покупают 4,5 лицензионных игр на PC

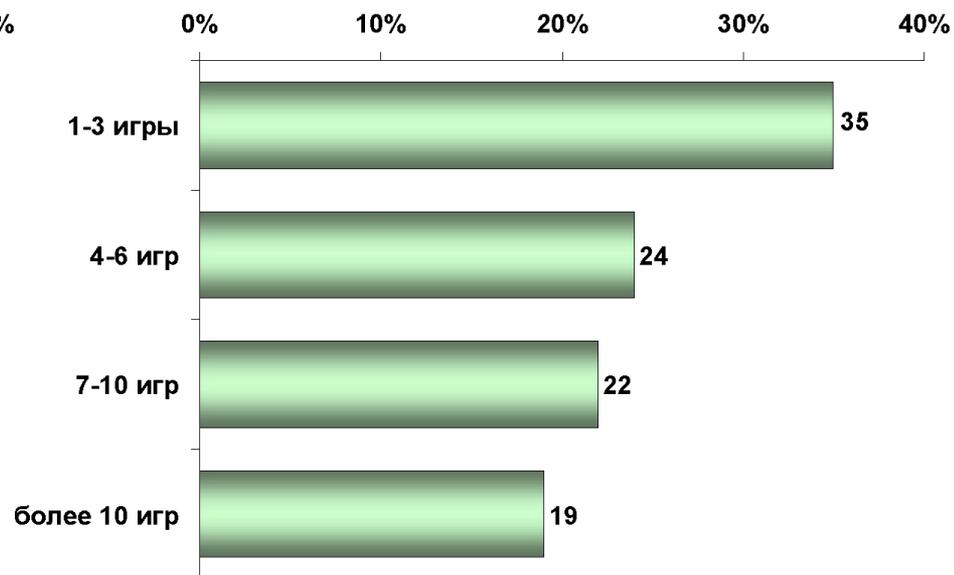
# Покупка игр

Сколько пиратских игр для PC Вы купили за последние полгода?



В среднем за пол года покупают 2,5 пиратских игр на PC

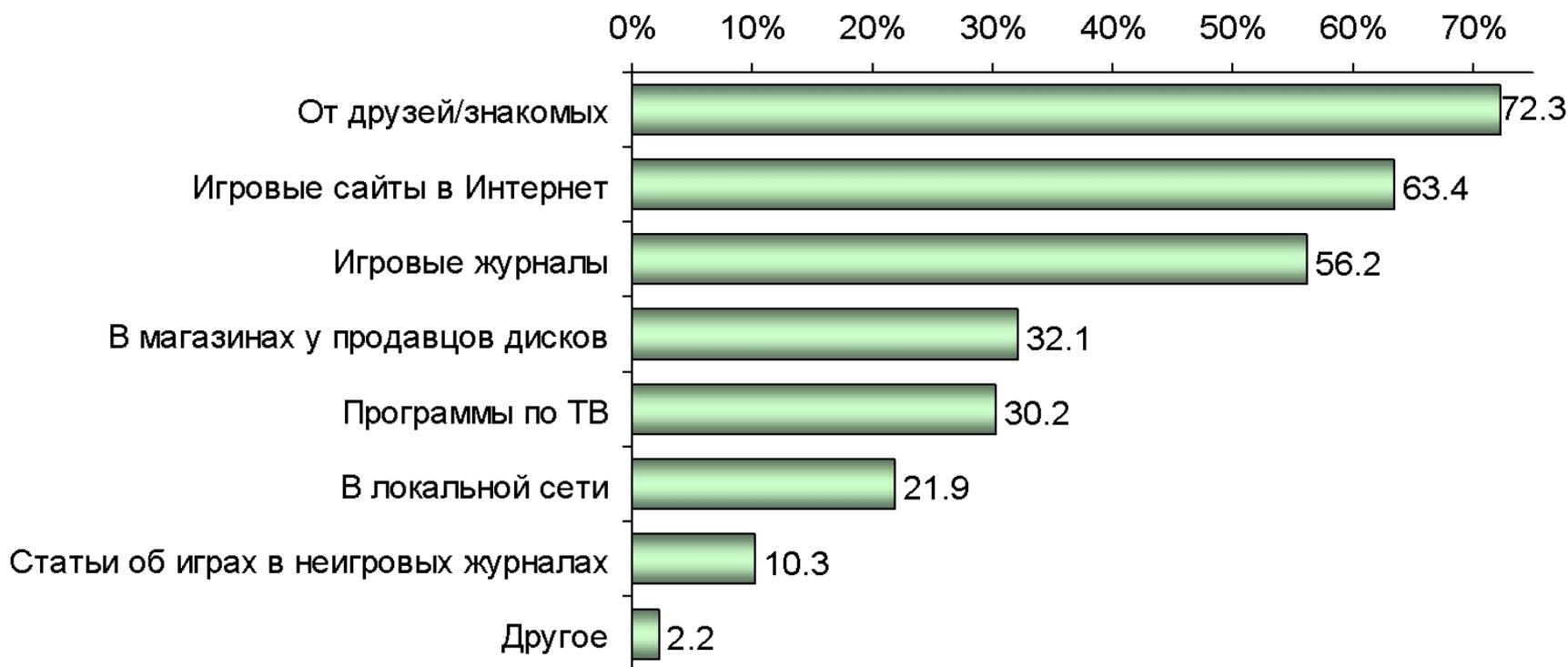
Количество игр, в которые поиграли за пол года



В среднем за пол года играют в 6 игр

# Источники информации

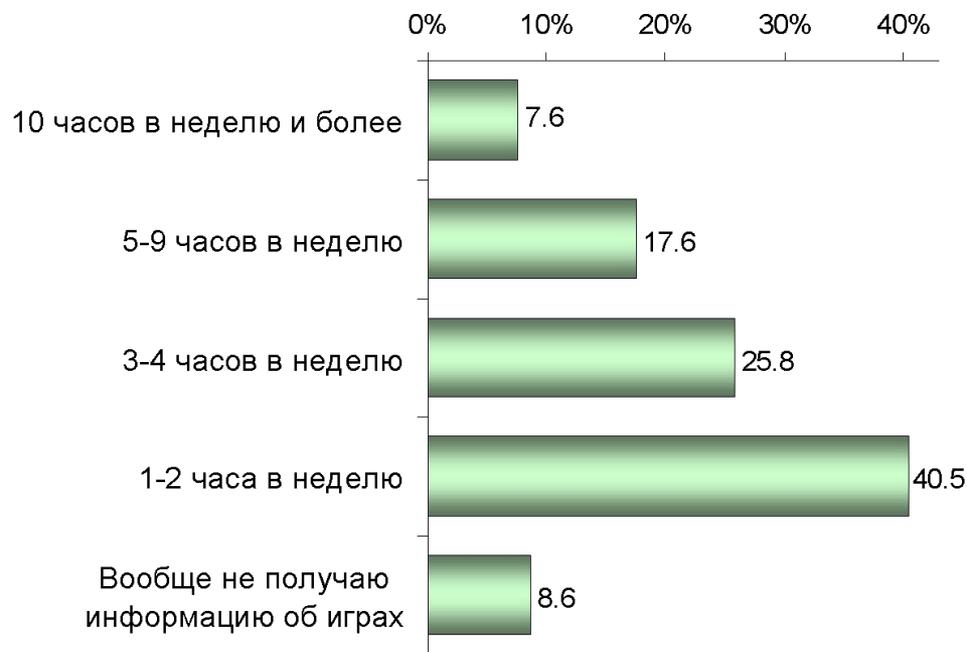
Откуда Вы обычно получаете информацию об играх?



# Информация об играх

## Сколько времени Вы тратите на получение информации об играх?

(чтение журналов, просмотр игровых сайтов, общение на форумах)



## Согласны ли Вы с утверждением:

*Я читаю игровые журналы (хожу на игровые сайты, смотрю передачи) только для того, чтобы знать, какую игру выбрать (купить/скачать)?*



# Игровая информация

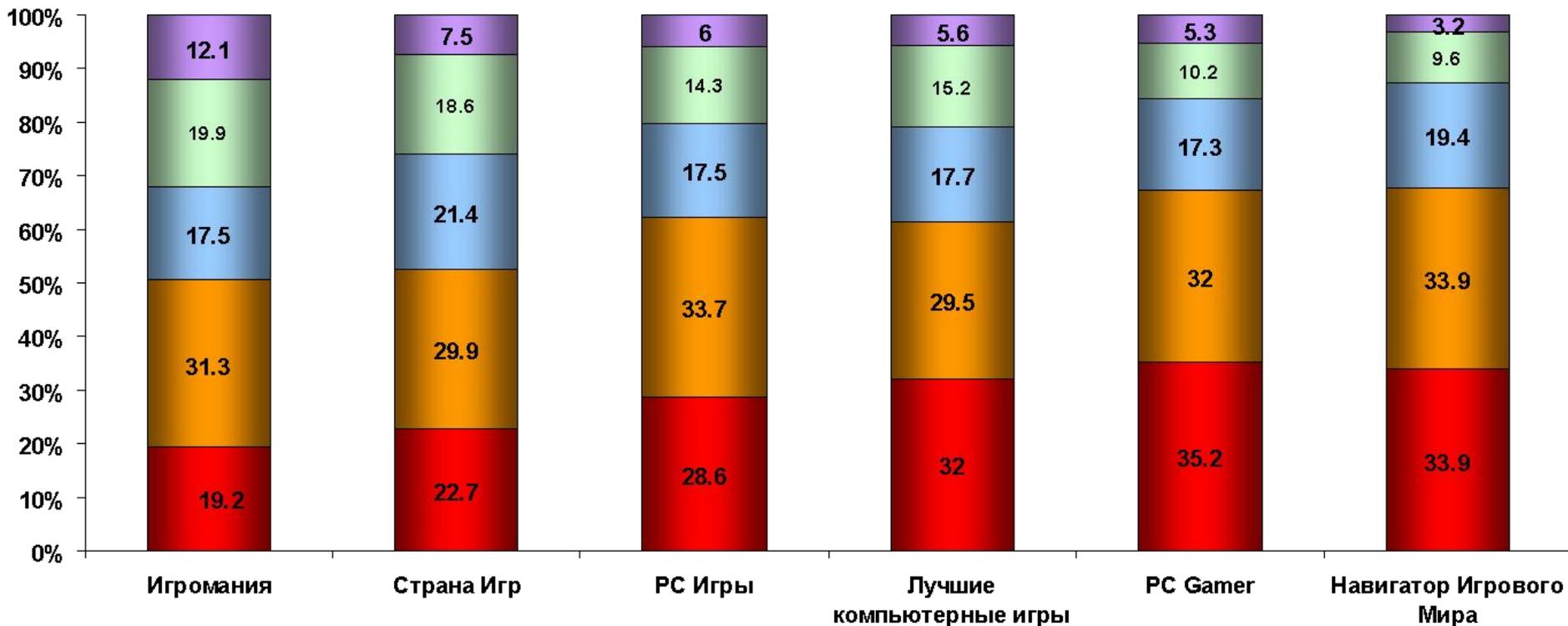
Зачем еще Вы читаете журналы про игры, посещаете сайты, смотрите игровые передачи?

(кроме выбора игры для покупки)



# Журналы

## Какие журналы знают и читают?

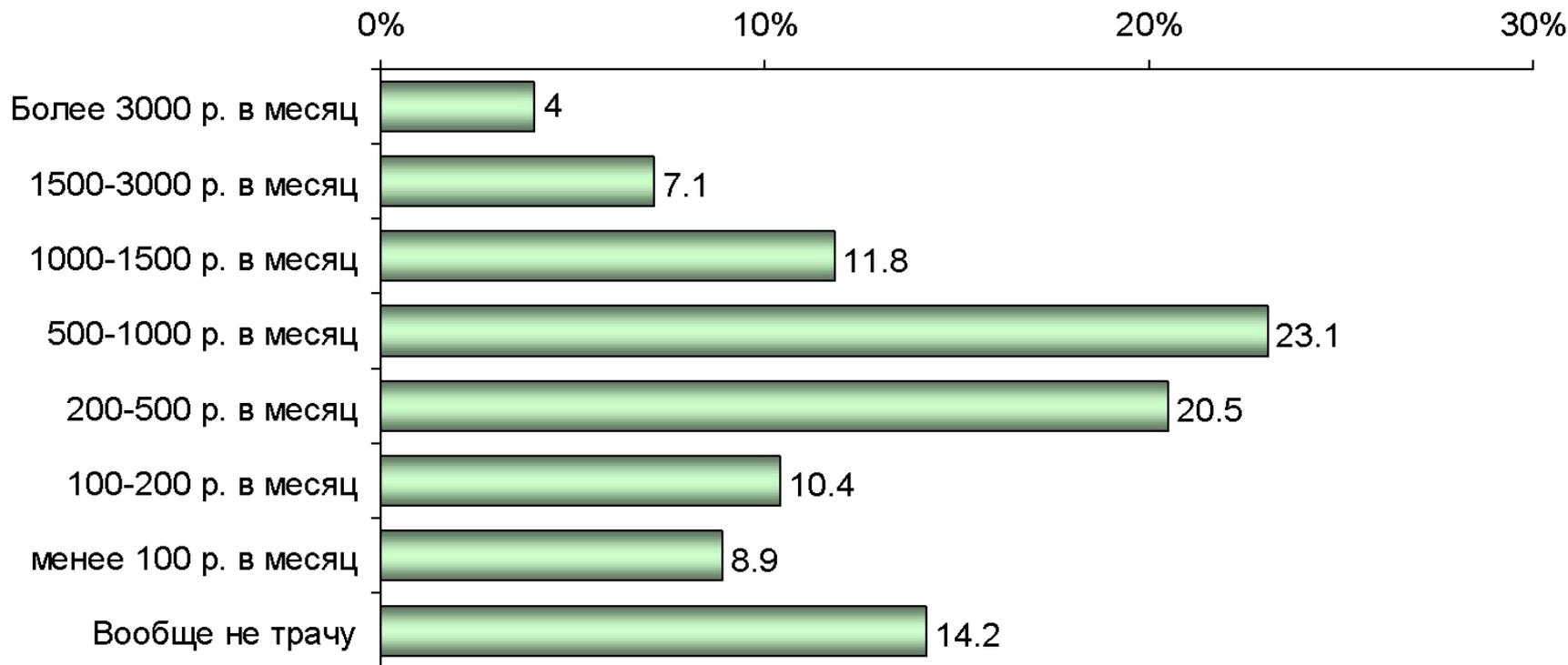


- Читаю регулярно (почти каждый номер)
- Читаю иногда (раз в несколько месяцев)
- Читал раньше но не сейчас
- Знаю но не читал
- Не знаю

# Затраты на игры

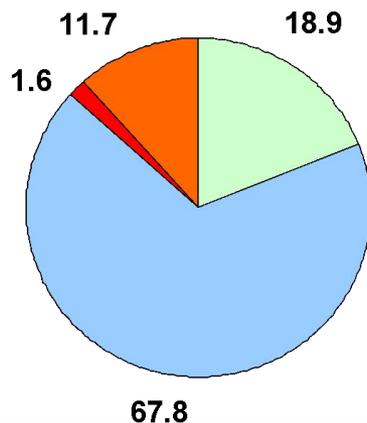
**Сколько денег Вы тратите на то, что связано с играми в месяц?**

Покупка дисков, игровых журналов, оплата онлайн-игр, игра в клубах,  
*НЕ включая upgrade компьютера и оплату Интернет трафика.*



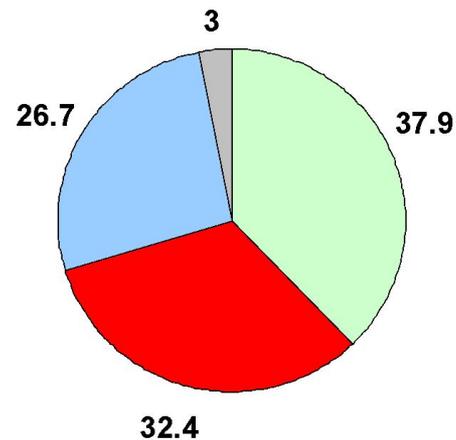
# Доступ к Интернет и кабельному ТВ

Каким доступом в Интернет Вы пользуетесь дома?



- Модем (dial-up)
- Выделенная линия / ADSL
- Другое
- У меня дома нет постоянного доступа в Интернет

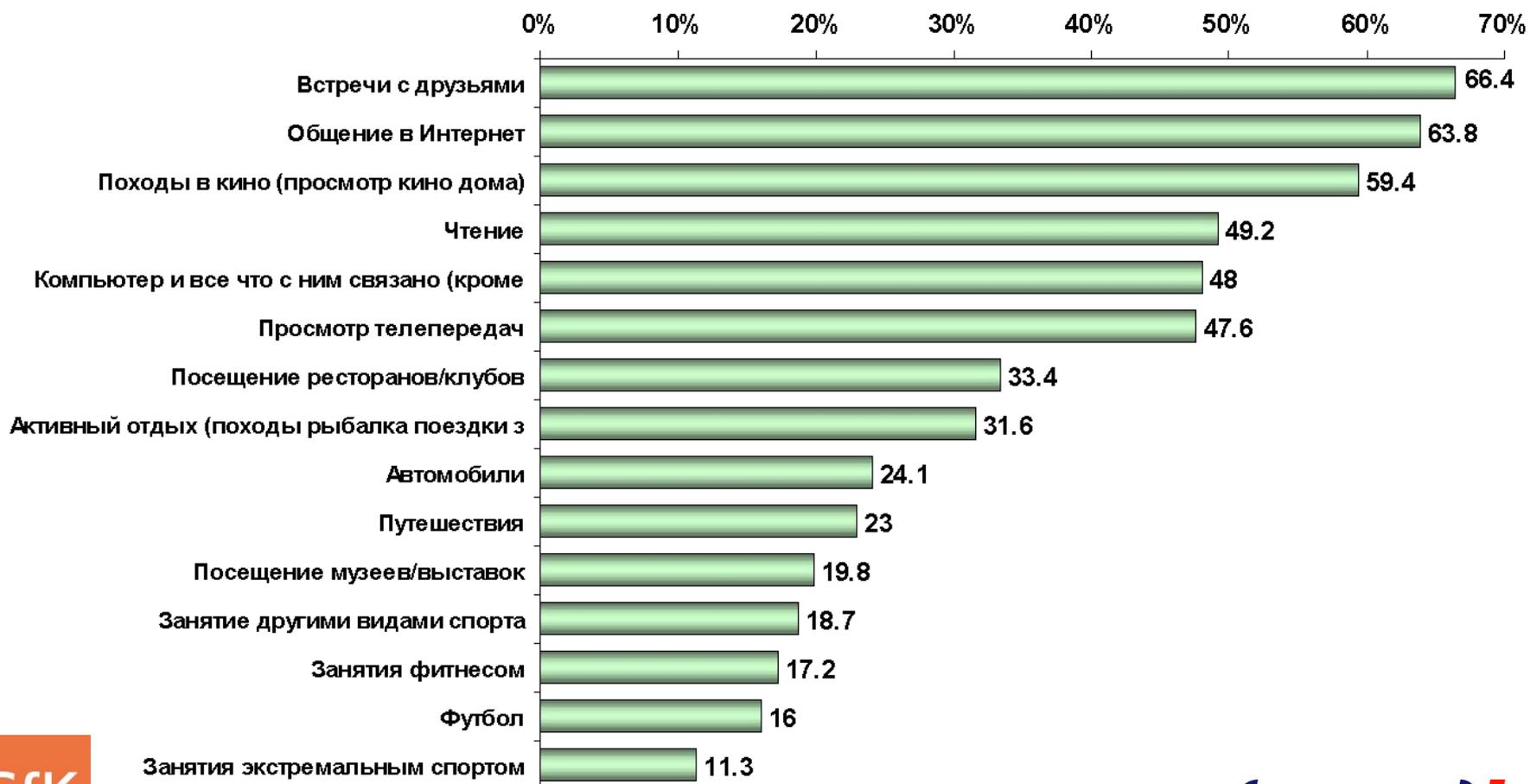
Подключены ли Вы сейчас к какому либо кабельному или спутниковому телевидению ?



- Да к кабельной сети
- Да к спутнику
- Нет не подключен
- Точно не знаю

# Увлечения

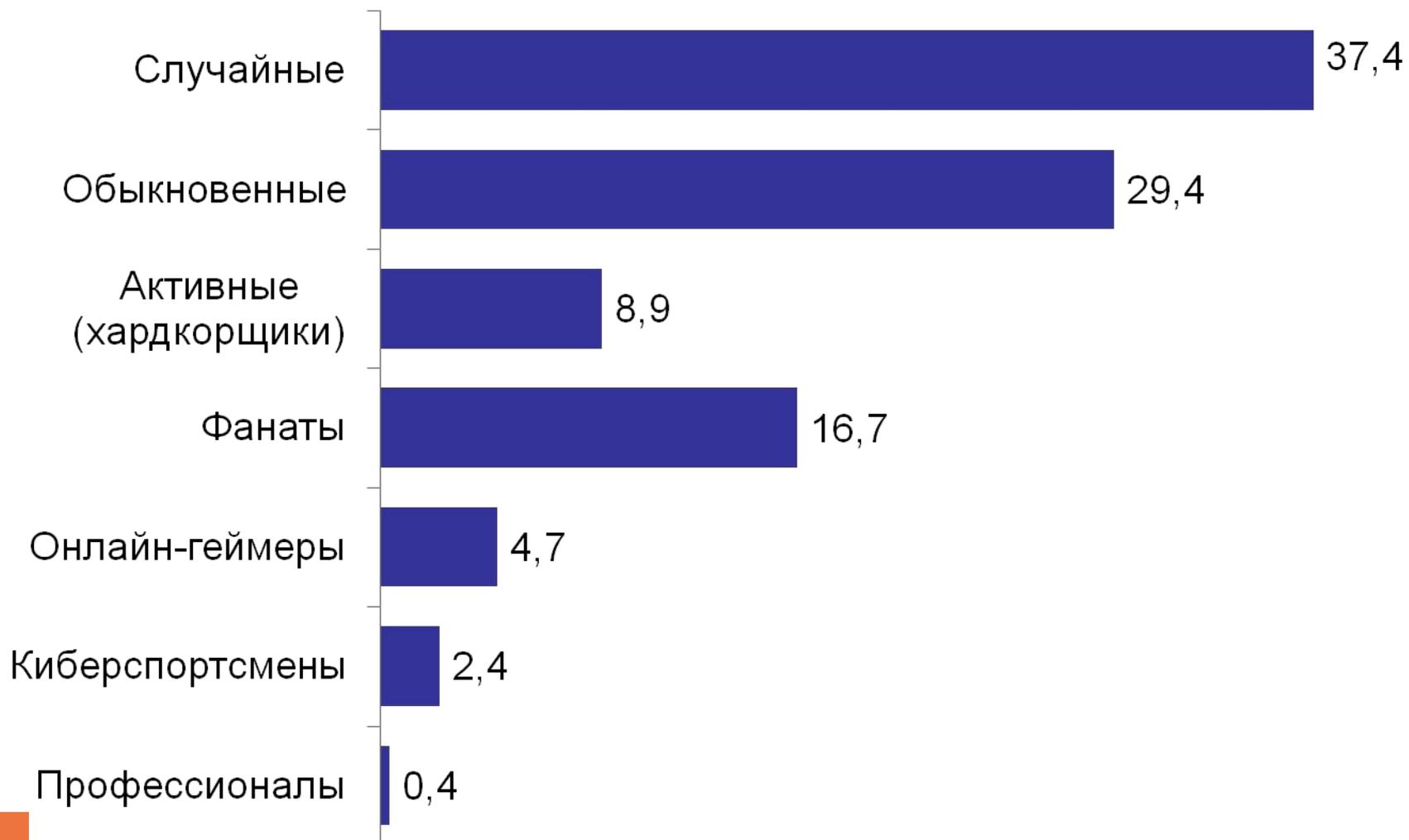
## Каковы Ваши основные увлечения?



# Часть 3

## Сегменты игровой аудитории По отношению к играм и игровой информации

# Описание сегментов



# Характеристики сегментов

## Сегмент 1 – «Случайные»

Играют немного и нерегулярно, в свободное время. Ищут информацию об играх редко, чтобы узнать об игре, которую можно купить и поиграть в ближайшее время.

1. Мужчины – 64%, женщины 36%
2. Наиболее равномерно распределены по возрастным группам
3. Большая часть работающие, или совмещающие работу с учебой.
4. Доля владельцев консолей достаточно маленькая (в основном PSP или PS2).
5. Покупают 1-2 игры за пол года, как правило лицензионных, и в такое же количество играют.
6. Основной источник информации об играх – друзья, за ним следует Интернет и программы по ТВ. Чаще остальных советуются с продавцами и читают об играх в неигровых журналах.
7. Те из них, кто читает игровые журналы делают это исключительно для того, чтобы выбрать, какую игру купить.

# Характеристики сегментов

## Сегмент 2 – «Обыкновенные геймеры»

Довольно много играют в наиболее популярные игры разных жанров. Считают игры одним из своих увлечений. Ищут информацию, используя разнообразные источники, чтобы узнать о лучшем, что есть на игровом рынке и выбрать, во что поиграть. Также, частично интересует околоигровая информация (железо, самые интересные мероприятия и персоны).

1. Мужчины – 81%, женщины 19%
2. Ядро принадлежит возрастной группе 18-27 лет
3. Большинство – студенты и молодые специалисты.
4. Значительная доля владельцев консолей нового поколения, включая Wii.
5. Покупают 3-5 лицензионных игр за пол года (зависит от платформы), 2-3 пиратские игры, играют примерно в 7-10 игр.
6. Основная аудитория игровых журналов, сайтов и телепрограмм. При этом активно используют и все прочие источники информации об играх.
7. Главная мотивация чтения журналов, посещения сайтов и просмотра игровых передач – выбрать игру, однако есть и другие причины (развлечение, советы по прохождению, новости индустрии)

# Характеристики сегментов

## Сегмент 3 – «Активные геймеры (хардкорщки)»

Игры и получение информации о них основное времяпрепровождение. Стараются играть во все интересное и обсуждаемое, чтобы сформировать свое мнение. Активно интересуются околоигровой сферой, хотят быть в курсе всего, что происходит и обсуждают это со своими знакомыми.

1. Мужчины – 93%, женщины 7%
2. Возрастная группа: 15-20 лет
3. В основном учащиеся, доля работающих минимальная из всех сегментов.
4. Самая большая доля владельцев консолей (кроме Wii и PSP) и тех, кто играет сразу на нескольких платформах.
5. Тратят на игры 15 часов в неделю и более.
6. Покупают 4-6 лицензионных игр за пол года (зависит от платформы) и столько же пиратских игр. При этом играют в среднем в 15 игр за 6 мес.
7. Основной способ получения игровой информации - Интернет. Составляют ядро читательской аудитории игровых журналов. Но выбор игры для покупки не является основной мотивацией к чтению.
8. На следующий год запланировали себе покупку игрового оборудования в обязательном порядке.

# Характеристики сегментов

## Сегмент 4 – «Фанаты»

Играю только в игры определенной серии, жанра. Интересуюсь всем, что связано именно с этой игрой (серией): аддоны, продолжения, соревнования, аналоги и пр. Игровая индустрия в целом не интересна.

1. Мужчины – 73%, женщины 27%
2. Возрастной диапазон: 18-35 лет
3. Играют исключительно на одной платформе. Как правило PC, а самая распространенная консоль Playstation 2.
4. Покупают 1-2 игры за пол года, как правило лицензионных, и в такое же количество играют.
5. Основной способ получения игровой информации – Интернет, в большей степени специализированные сайты и форумы, чем общеигровые. Журналы читаю редко, только в случае освещения интересующей их темы.
6. Главная мотивация к чтению – советы по прохождению.
7. Затраты на игры и приобретение игрового оборудования – минимальны.

# Характеристики сегментов

## Сегмент 5 – «Онлайн-геймеры»

Играют только в онлайн-игры (браузерные или MMORPG), обычные игры и информация о них не интересуют.

## Сегмент 6 – «Киберспортсмены»

Интересует только кибер-спорт (соревнования по Counter Strike, Starcraft и пр.)

## Сегмент 7 – «Профессионалы»

Интересуются играми, т.к. их работа и круг общения связаны с игровой индустрией.

**Спасибо за  
внимание!**