

Экономика free-to-play

Южук З.С., Госуниверситет — УНПК, 11-ИБ

Руководитель: Абашин В.Г

“Stop levelin and start living!”- «Заканчивай «прокачивать» уровни и начинай жить!»

Free-to-play (F2P) — бизнес-модель, способ распространения компьютерных игр, позволяющий пользователю играть без внесения денежных средств. Изначально free-to-play позиционировался как бесплатный неограниченный по времени доступ ко всем игровым ресурсам, при этом прибыль от игры получается путём микротранзакций (в отличие от Pay-to-play из которой она выросла).

Так же появилась модель Freemium — модель бесплатного распространения «ограниченной» версии игры с возможностью приобрести полную, «премиум», версию.

С течением времени понятия Free-to-play, Freemium и Pay-to-play начали смешиваться. Например, в Pay-to-play игре с целью привлечения пользователей предлагается неограниченная по времени пробная версия с некоторым ограничением игрового контента (напр. Warhammer Online) или в игре с абонентской платой дополнительно можно приобретать что-либо с помощью микротранзакций (напр. Everquest II), или в Free-to-play игре можно приобрести премиумный, недоступный бесплатно контент.

Особенной популярностью free-to-play пользуется у разработчиков MMORPG (массовая многопользовательская ролевая онлайн-игра).

На российском рынке первыми систему free-to-play стали использовать браузерные игры, разработка которых обходится относительно недорого. Однако с ростом аудитории пользователей сети Интернет стали появляться русскоязычные версии популярных free-to-play игр. На данный момент количество клиентских онлайн-игр, официально выпущенных в России более

30, их количество постоянно растет. Также специально для российского рынка некоторые игры, изначально доступные лишь по подписке, были изданы с использованием системы микроплатежей, например Lineage 2 или Ragnarok Online.

Российские компании-разработчики также активно используют free-to-play систему, в России были разработаны такие клиентские MMORPG, как Сфера или Аллоды Онлайн.

Компьютерные игры — чума 21 века! До недавнего времени у излишней увлеченности компьютерными играми было существенное отличие от классической игромании: затраты на ролевые online-игры можно было просчитать.

Эпидемия бесплатного контента распространяется по всему миру с огромной скоростью. В декабре прошлого года система микроплатежей появилась в EverQuest и EverQuest 2, а затем генеральный директор Electronic Arts Джон Рикителло потряс игровую общественность, анонсировав бизнес-модель Star Wars: The Old Republic. «Игра будет основана на микроплатежах», — заявил Рикителло инвесторам EA. И хотя электроники немедленно опровергли это заявление («Бизнес-модель игры еще не объявлена!»), мы-то понимаем, куда все катится. «Микроплатежи» — значит «без абонентской платы».

Повод сменить подписку на условно-бесплатную модель может быть только один — не иначе как микроплатежи приносят больше денег, чем стандартные \$15 в месяц.

Окрыленные успехом первых free-to-play-игр (говоря языком финансовых аналитиков, это «проект с бесплатным игровым процессом»), разработчики всех мастей ринулись продавать любой игровой контент, который вообще можно было продать. И немедленно напоролась на первый подводный камень. Оказалось, что в игру, в которой можно купить любые достижения, попросту неинтересно играть!

Серия мелких и крупных провалов довольно быстро научила азиатских

разработчиков балансировать содержание игрового магазина (здесь выверенный баланс — самая страшная тайна, ноу-хау любой онлайн-конторы). В результате проб и ошибок на восточном небосклоне засияли такие звезды «мягкой» монетизации, как Perfect World и Shaiya, — игры с очень сложной, проработанной экономикой. Здесь удовольствие получает и тот, кто платит, и тот, кто не платит, при этом довольны и те, и другие. Недостатка в желающих заплатить нет: в русскоязычной версии Perfect World каждый второй игрок, достигший максимального уровня, когда-либо вкладывал в игру деньги.

А теперь представьте, сколько зарабатывают азиатские гиганты, игры-миллионщики. В Fantasy Westward Journey одновременно играют полтора миллиона человек, в Zhengtu — 910 тысяч, в World of Warcraft с почасовой оплатой — 685 тысяч.

Игровая индустрия все чаще отказывается от привычной бизнес-модели, основанной на ежемесячной абонентской плате. Вместо этого теперь нет никаких финансовых границ. Производитель ни в коей мере не собирается раздавать свои игры безвозмездно. Из-за этого нового «относительно честного» способа отъема денег заядлые игроки скоро смогут не только поставить на кон свои отношения, но и проиграться в пух и прах. Этот изысканный метод заставить игрока раскошелиться как бы кодирует его «ключевым словом» - FREE- оно должно привлекать игроков и игровые миры. Как только они попались на удочку, их заставляют открыть кошелек с помощью отработанных психологических трюков. Например: в космическом симуляторе внимание приковано к телефонному номеру платной службы. С помощью горячей линии можно приобрести игровую валюту. Этот способ основан на соперничестве и желании продолжить начатую игру.

С точки зрения потребителя решающую роль играет конкретное описание: «Если сказано, что игра бесплатная, то она должна являться таковой». Однако это требование противоречит модели Free-to-Play в том виде, как ее понимают разработчики игр, для них это игры, базовые версии которых предлагаются бесплатно, а затем шаг за шагом их можно расширить с помощью

приобретения дополнительного контента и предметов. Из этого вытекает двоякое значение данной модели игр:

- отказ от классической полной версии, поскольку «по сути дела эти игры являются демо версиями с очень большими возможностями»
- с другой стороны если кому-то нравится игра. Он может получить доступ ко всему контенту, купив отдельные возможности или товары, либо просто оплатив премиум-аккаунт.

Можно сделать вывод : цена игры модели Free-to-Play, в отличии от классических версий, не имеет верхней границы, поскольку число дополнительных виртуальных предметов теоретически не ограничено. Разработчики игр проводят параллель между их играми и казино. Благодаря обмену наличных денег на внутриигровую валюту вуалируется финансовая система стоимости, что ухудшает способность игрока рассуждать трезво.

Исследования показывают, что игроки ведут себя более рискованно, когда имеют дело с такими жетонами или виртуальной валютой, а не с настоящими деньгами. Еще одним психологическим приемом игр является обменный курс. Стоимость игровой валюты зависит от того, сколько момент покупается за один раз. Желаящие получить преимущество перед другими игроками не пренебрегают возможностью зайти во внутриигровой магазин, где собственно и остаются все финансы игрока.

Список литературы:

1.Википедия [Электронный ресурс]: (с изм. и доп.) - Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Free-to-play> (дата обращения 19.03.2013)

2.Канобу [Электронный ресурс]: (с изм. и доп.) - Режим доступа: <http://kanobu.ru/pub/335088/> (дата обращения 19.03.2013)

3.Во что обходятся «бесплатные» игры?//Chip.- 2013-№4.- С. 28-31.