

РОЗГЛЯД ГЛОБАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ДИСТРИБУЦІЇ НА ПРИКЛАДІ СЕРВІСУ STEAM

Дубель М. В.

*аспірант кафедри міжнародних економічних відносин,
Донецький національний університет
імені Василя Стуса, Україна*

Анотація. У тезах надано характеристику сервісу цифрової дистрибуції – Steam. Проаналізовано переваги та недоліки функціонування сервісу, його головні характеристики та значення для галузі.

Ключові слова: електронна комерція, інтернет-магазин, цифрова дистрибуція.

Dubel M. V., postgraduate student at the International Economic Affairs Department of the Vasyl' Stus Donetsk National University

REVIEW OF GLOBAL TRENDS FOR DEVELOPMENT OF DIGITAL DISTRIBUTION ON THE EXAMPLE OF STEAM SERVICE

Summary. The article provides the characteristics of the service of digital distribution – Steam. The advantages and disadvantages of the operation of the service, its main characteristics and significance for the industry are analyzed.

Key words: e-commerce, online store, digital distribution.

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що популярність цифрової дистрибуції загалом, та комп'ютерних ігор зокрема, зростає з кожним роком. Прибутки цих сервісів мають позитивну динаміку, навіть незважаючи на економічну кризу.

Цифрова дистрибуція або цифрове поширення – один із сучасних способів поширення легального електронного контенту (музика, відео, програмне забезпечення, відеоігри). Цей термін зазвичай використовується у тих випадках, коли поширення медіа-контенту відбувається за допомогою інтернет-каналів, тобто без використання фізичних методів поширення інформації. Іншими словами, без матеріальних носіїв інформації [1].

Steam зробив величезний вплив на розвиток ігрової індустрії. Особливо це стосується розвитку так званих інді-ігор, тобто ігор від незалежних розробників. Поширення такої продукції на дисках є ризикованою справою, а метод цифрової дистрибуції є куди менш витратним. Сервіс вплинув і на цифрову дистрибуцію в цілому. Steam став першим успішним проектом у цій сфері (близько 25 % копій Half-Life 2 було реалізовано через Steam). Основними причинами такого успіху є легкість використання сервісу, постійний потік реклами, а також існування Steam Community. Steam Community було створено 12 вересня 2007 року з метою полегшення спілкування між користувачами сервісу. Це оновлення дозволило створювати персональні web-сторінки в системі Steam, створювати групи і вступати в них. Можливість зведеного спілкування між клієнтами сервісу дозволила їм

рекомендувати продукцію, обмінюватися ігровими предметами і здійснювати інші дії, що приносять користь компанії[2].

Основна послуга Steam – це продаж відеоігор, завантаження яких вимагає спеціального додатка на комп'ютері, Steam-клієнта. Крім того сервіс поширює програми для створення відеоігор і пов'язаних робіт (обробка фото, відео, звуку), обладнання, відео, а також новини відеоігрової індустрії та самого Steam.

Steam виконує функції активації служби, завантаження через Інтернет, автоматичні оновлення та новини для ігор як самого Valve, так і сторонніх розробників за погодженням з Valve, такими як Epic Games, THQ, 2K Games, Activision, Capcom, Codemasters, Eidos Interactive, SEGA, Atari, Rockstar Games, Telltale Games, Ubisoft, Bethesda Softworks, Paradox Interactive та багатьма іншими фірмами, що оформляють контракт на дистрибуцію. У таблиці 1 можна побачити основні статистичні дані деяких з компаній, продукція яких представлена у Steam.

Таблиця 1

Представництво деяких виробників ігор у магазині Steam

Назва видавника	Кількість представлених ігор	Кількість проданих копій	Середня ціна (дол. США)
2K Games	33	52188339	6,54
Bethesda Softworks	31	56995127	11,5
SEGA	91	74122872	7,96
Activision	75	32027242	19,4
Valve	30	291114314	6,32

Загалом, за 2016 рік близько 370 млн. копій ігор потрапили до рук геймерів. Сюди входять також продажі поза Steam, набори (bundles) і безкоштовні завантаження. Середня гра, розміщена у 2016 році на платформі Valve, розійшлася тиражем 6 640 копій і принесла 25 245 доларів США виручки [3].

Загальний обсяг ринку платних ігор на Steam у 2016 році склав 3,5 млрд. дол. США. Проте, це орієнтовна цифра, оскільки не всі ігри, які завантажувалися через платформу, були куплені саме на ній. Деякі видання, що вивчають Steam, заявляють, що до третини виручки Steam-ігор принесли сторонні маркетплейси. Ця цифра також не враховує прибуток від продажу доповнень DLC або внутрішніх покупок у free-to-play іграх [4].

Через це доречним буде виділити передумови успіху сервісу.

Можна виділити кілька причин, які згодом зробили Steam лідером цифрової дистрибуції:

- віддалений доступ до куплених додатків і їх автоматичне оновлення;
- створення соціальної мережі всередині платформи;
- можливість створювати і монетизувати власний контент;

– створення єдиного торговельного майданчика для продажу внутрішньо-платформена товарів з реалізацією політики максимально дешевих товарів;

- можливість повернення товару за повну вартість;
 - сервіс підтримки користувачів SteamSupport;
 - реалізація DRM захисту для всіх товарів;
 - створення Matchmaking-режиму, який дав значний поштовх кіберспортивній індустрії;
 - система SteamCloud, що дозволяє зберігати дані і конфігурацію користувача на серверах Valve;
 - режим потокової завантаження;
 - присутність Steam інвентарю, який містить як куплене програмне забезпечення, так і внутріплатформенні товари;
 - реалізація краудфандінг-систем для розвитку кіберспорту.
- модульна реалізація сервісу, яка складається з таких елементів:
- 1) магазин комп'ютерного програмного забезпечення;
 - 2) торговий майданчик (ринок внутрішньоігрових предметів);
 - 3) профіль користувача (аналог банківського рахунку, де міститься будь-яка інформація про користувача);
 - 4) бібліотека (придбане програмне забезпечення);
 - 5) інвентар (містить в собі всі придбані внутрішньоігрові предмети).

Але, як і у будь-якого магазину, у Steam є свої недоліки. Важливою особливістю магазину Steam є неоднозначна регіональна політика, яка дещо обмежує можливості гравців. Ціни на одну гру можуть суттєво відрізнитися в залежності від країни гравця. Ця різниця може складати понад десять доларів США. Також важливою рисою політики є обмеження на деякі ігри в певних регіонах.

Steam рекомендує встановлювати місцеві ціни на деяких ринках з нижчим рівнем ВВП на душу населення – головним чином у країнах БРІК та країнах, що розвиваються. Наприклад, росіяни та китайці охочі на піратські ігри. Тому ці країни не купують багато.

Середня частка Китаю в оплачуваних іграх складає близько 1%, але для GTA V вона становить 10%, і ми говоримо про 250 тисяч додаткових екземплярів, проданих через правильну ціну.

Але, незважаючи на це, сервіс Steam пройшов багато складних етапів становлення, та наразі займає одне з провідних місць у галузі поширення комп'ютерних ігор та програм.

Література

1. Термін цифрова дистрибуція. URL: <http://znaimo.com.ua>
2. Галенкин.С. Монеупуляция. Шпиль. Украинский ежемесячный игровой журнал. 2013. №9. 64 с.
3. Продажи Steam в 2016 году. URL: <http://app2top.ru/industry/prodazhi-steam-v-2016-godu-93069.html>
4. За 2016 год на Steam было продано 370 млн. копий игр, они принесли \$3,5 млрд. — SteamSpy. URL: <https://ain.ua/2017/01/17/steam-2016-prodazhi-statistika-steamspy>