

УДК 658.1

КОНЦЕПТ ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ИГРОВОЙ КОМПАНИИ**Поснов П.В.,**ФГБОУ ВО «Кемеровский Государственный Университет», Кемерово,
email: posnovrabota@mail.ru**Салькова О.С.,**ФГБОУ ВО «Кемеровский Государственный Университет», Кемерово,
email: posnovrabota@mail.ru

Аннотация. Актуальность исследования связана с тем, что игровая индустрия активно развивается, с каждым годом увеличивается количество потребителей, растут прибыль и объемы продаж, при этом в экономической литературе крайне мало уделено внимания особенностям и инструментам финансового управления игровой компанией, учитывающим ее специфику, условия осуществления и направления деятельности. Цель исследования – разработать и предложить концепт финансового управления деятельностью игровой компании, который позволит создать предпосылки для увеличения потенциала дальнейшего развития игровых компаний и игровой индустрии в целом. Предложенный в исследовании концепт финансового управления содержит ряд положений, обосновывающих подходы к финансированию, выбору моделей бизнеса, оптимизации расходов, осуществлению инвестиционной деятельности игровой компании в зависимости от ее размера и условий деятельности. При этом авторы приходят к выводу, что применение подходов к системно-обоснованному финансовому управлению деятельностью игровой компании позволяют ей повысить свой потенциал и конкурентоспособность на игровом рынке.

Ключевые слова: финансовое управление, концепт, игровые компании, модели бизнеса, финансирование.

CONCEPT OF FINANCIAL MANAGEMENT OF GAMING COMPANY ACTIVITIES**Posnov P.V.,**FGBOU VO «Kemerovo State University», Kemerovo,
email: posnovrabota@mail.ru**Salkova O.S.,**FGBOU VO «Kemerovo State University», Kemerovo,
email: posnovrabota@mail.ru

Abstract. The relevance of the scientific research is due to the fact that the gaming industry is actively developing, increasing the number of consumers, profits, sales, at the same time in the economic literature very little attention is paid to the peculiarities of financial management of gaming companies. The aim of the research is to develop and propose a concept of financial management of the gaming company, which will improve the potential for further development of gaming companies and the gaming industry in general. The proposed concept of financial management in the study contains a number of provisions that substantiate approaches to financing, selection of business models, optimization of costs, implementation of investment activities of the gaming company depending on its size and conditions of activity. At the same time, the authors

conclude that the application of approaches to system-based financial management of the gaming company will allow it to increase its potential and competitiveness in the game market.

Keywords: financial management, concept, gaming company, business model, financing.

Финансовое управление компанией является одной из неотъемлемых задач ее успешного развития. Обоснованное финансовое управление способствует росту экономического благополучия, как самой компании, так и ее собственников, государства и общества в целом, позволяет компании увеличить потенциал своего дальнейшего развития, улучшить конкурентоспособность, повысить инвестиционную привлекательность для потенциальных инвесторов.

Финансовое управление как деятельность заключается в принятии решений, направленных на достижение целей организации путем эффективного использования всей системы финансовых взаимосвязей и ресурсов [2].

Цель финансового управления — максимизация благосостояния собственников с помощью рациональной финансовой политики. В качестве основного критерия эффективности финансового управления компанией в современных исследованиях признается показатель стоимости компании [1]. На данный момент можно отметить три подхода к оценке стоимости компании, а именно затратный, доходный и сравнительный. Их можно использовать как отдельно друг от друга, так и все три вместе.

Можно сказать, что финансовое управление — неотъемлемая часть деятельности любой организации и от ее эффективности зависит способность компании продолжать свою деятельность и способность к развитию.

Одной из главных проблем исследования способов повышения эффективности деятельности игровой компании является то, что в экономической литературе крайне мало уделено внимания именно особенностям финансового управления таких компаний.

В основном с точки зрения экономики и финансов изучается:

1) доходность всей игровой индустрии, так как она является одним из наиболее быстроразвивающихся секторов экономики в мире. Так, многие экономические эксперты предполагают, что в 2026 году общая выручка игровой индустрии, согласно отчетам, достигнет \$200 миллиардов [5];

2) игровая индустрия, как один из ключевых факторов в стимулировании и развитии других секторов экономики, таких как производство компьютерной техники, включая процессоры и видеокарты, а также создание сайтов, видео потоков и других ресурсов, которые используются игроками.

Можно сказать, что на данный момент, в основном, ученые отмечают широкий спектр положительных последствий от развития игровой индустрии в различных сферах жизнедеятельности человека, в том числе и экономической.

Для того, чтобы начать решать данную проблему необходимо, в первую очередь, разработать или предложить концепт финансового управления деятельностью игровой компании.

Для этого необходимо понять следующие:

— что такое игровая индустрия и какие участники связаны с данным сектором экономики;

— какой признак хозяйственной деятельности может выступать основой классификации игровых компаний по размерам, так как размер компании оказывает значительное влияние на финансовое управление деятельностью.

Результаты исследования

Понятие концепт имеет множество различных определений. В данной работе было выбрано следующее определение понятия концепт, а именно, концепт — это инновационная идея, содержащая замысел (план действий) ее реализации.

Игровая индустрия — сектор экономики, связанный с разработкой, продвижением и продажей компьютерных игр. В него входит большое количество специальностей, по которым работают сотни тысяч человек по всему миру.

Изначально в игровых компаниях непосредственно в разработке игр участвовало малое количество специалистов — программистов, художников и сценаристов. В большинстве случаев эти роли мог выполнять один человек, но по мере развития технологий, а следовательно, и развития игр, начала появляться необходимость в новых специалистах. Так, на данный момент в разработке активно принимают участие следующие специалисты: геймдизайнеры, графические дизайнеры, программисты, художники 2D и 3D, менеджеры проектов, тестировщики, композиторы и звукорежиссеры, сценаристы, маркетологи, продюсеры, аниматоры, QA-инженеры, дизайнеры уровней, администраторы серверов и сетей, менеджеры сообществ. [4]

Можно сказать, что с появлением новых специальностей внутри игровых компаний начали повышаться внутренние постоянные издержки, а именно заработная плата, так как раньше, например, программист мог отвечать как за код игры, так и за дизайн уровней, то теперь идет четкое разделение по специальности.

Рассмотрим главных участников игровой индустрии, их взаимодействие между собой, а также аспекты, которые могут приводить к внешним издержкам:

1) разработчики игр (Electronic Arts, Blizzard Entertainment, Ubisoft, Valve Corporation и др.);

2) издатели (Sony Interactive Entertainment, Microsoft, Nintendo, Activision Blizzard, Electronic Arts и др.);

3) дизайнеры игр (Tim Schafer, Hideo Kojima, Shigeru Miyamoto, Sid Meier и др.);

4) компании по разработке игровых движков (Unity Technologies, Epic Games, Crytek и др.);

5) киберспортсмены (Lee Sang-hyeok, Kuro Takhasomi, Jian Zihao и др.)

6) ютуберы и стримеры (PewDiePie, Ninja, Markiplier, Jacksepticeye и др.);

7) рекламные агентства и маркетинговые компании, работающие в сфере игр (Activ8 Communications Ltd, Bastion Elevate, Addictive Mobility, Gaudium и др.).

В качестве примера приведем самую востребованную цепь взаимодействия этих участников.

1. Разработчики игр выбирают движок, на котором будут создавать игру, и покупают у компаний по разработке игровых движков лицензию на использование игрового движка в коммерческих целях.

2. Разработчики игр либо покупают услуги известных дизайнеров игр, либо самостоятельно внутри компании занимаются дизайном игры.

3. Разработчики игр связываются с издателями с целью: локализации игры, маркетинга, DEVKIT и возможными инвестициями. Можно сказать, что издатель выступает посредником для разработчиков игр, а также может выступать в роли инвестора и как раз в зависимости от этого, внешние издержки разработчиков игр могут сильно варьироваться в большую и меньшую сторону.

4. Взаимодействие издателей с рекламными агентствами и маркетинговыми компаниями, с ютуберами и стримерами, а также с киберспортсменами с целью рекламы

и продвижения игры в массы. Можно сказать, что именно от данного взаимодействия зависят продажи игры, поэтому внешние издержки на рекламу всегда высокие.

Все эти внешние издержки, которые появляются при взаимодействии этих участников, являются неотъемлемой частью финансовой составляющей разработки игры, именно поэтому можно сказать, что данные издержки в большинстве своем неизбежны и перед началом разработки подвергаются расчету и анализу.

Также необходимо понимать, что игровые компании имеют разные размеры и от этого зависит их экономическая политика и действия. Можно сказать, что финансовое управление деятельностью в разных по масштабу игровых компаниях будет иметь явные отличия друг от друга, поэтому разберем классификацию игровых компаний по масштабу для дальнейшего использования при разработке концепта финансового управления деятельностью игровой компании.

Классифицировать игровые компании по размеру можно следующим образом:

1. Независимые разработчики (Indie Developers) — это небольшие команды или студии, обычно не связанные с крупными издателями, создающие мобильные и компьютерные игры.

2. Малые и средние игровые компании (Small/Medium-sized Game Companies) — это компании, которые могут создавать игры на несколько платформ (например, Nintendo, PlayStation и Xbox), имеют меньшие бюджеты и меньший опыт, чем крупные игровые студии, но они могут заниматься разработкой игр, которые соответствуют узкой нише и имеют более качественный и детализированный геймплей.

3. Крупные разработчики и издатели (Big Game Developers/Publishers) — это крупные игровые разработчики, обычно имеющие множество команд разработчиков, работающих над несколькими проектами, а также могут выступать в роли издателя. Примерами таких компаний могут послужить: Electronic Arts, Ubisoft, Square Enix и так далее.

Независимо от масштаба игровой компании в любом случае каждая из них выполняет важную роль в игровой индустрии, предоставляя новые и уникальные игровые проекты для всех возрастных категорий и групп интересов.

Но независимо от размера игровой компании (масштабов деятельности) процесс финансового управления ею может сводиться к применению совокупности методов, приемов и инструментов, позволяющих обеспечить эффективное использование капитала, максимизировать прибыль, минимизировать риски, повысить и поддержать устойчивость финансового состояния.

Тогда концепт финансового управления деятельностью игровой компании призван учитывать обоснованные подходы к организации финансирования компании, отношение ее собственников к финансовым рискам, содержать варианты решений по оптимизации расходов, располагать наличием проектных решений развития компании (бизнес-моделей), обеспечивающих ей поддержание конкурентоспособности и значимости на рынке.

Финансирование является самой важной частью любой компании, в том числе и игровой. Именно от него зависит функционирование компании и ее дальнейшее развитие. Всего можно выделить три источника финансирования: собственный, заемный и привлеченный капитал.

В первую очередь рассмотрим такой источник финансирования как собственный капитал игровой компании. Данный источник имеет каждая компания, не только игровая, по данному финансированию можно сказать, что:

1) для независимых разработчиков — это собственные средства, оборудование и ПО самих разработчиков, так как в большинстве своем изначально они и являются собственниками и организаторами;

2) для малых и средних игровых компаний — это целиком собственные средства компании, в таких компаниях разработчики являются наёмными работниками, которым предоставляются рабочие места, оборудование, ПО для разработки и т.д.;

3) для крупных разработчиков — это также целиком собственные средства компании.

Помимо этого, также можно отметить то, что независимые разработчики, малые и средние игровые компании, могут привлекать собственные средства путем «продаж игр в раннем доступе», иначе говоря, продавать игру на стадии разработки, что позволит им получать дополнительные денежные средства для доработки продукта.

Следующим источником финансирования являются заемные средства. В зависимости от размера игровой компании желательный объем такого источника финансирования будет варьироваться, так:

1) для независимых разработчиков — брать заемные средства неприемлемо, доля заемных средств в финансировании должна стремиться к 0%, так как такие средства повышают риски компании, что не могут себе позволить независимые разработчики, которые уже имеют высокие риски своей деятельности, при появлении необходимости привлечения средств финансирования лучше воспользоваться «продажей игр в раннем доступе»;

2) для малых и средних игровых компаний — такие компании уже могут использовать заемные средства, но желательно, чтобы такие средства не превышали 20%-30% общей суммы капитала, так как хоть риск у таких компаний ниже, чем у независимых разработчиков, он все равно остается достаточно высоким, также данное значение продиктовано тем, что для дальнейшего стабильного развития таких игровых компаний в приоритете является увеличение собственного и привлеченного капитала, так как именно они дают больше возможностей для дальнейшего развития с меньшими рисками;

3) для крупных разработчиков — данные игровые компании могут активно использовать заемные средства, такой источник финансирования желательно ограничить 50-60% от собственного капитала, так как по классике финансирования привлекать заемный капитал можно в объеме не больше собственного.

Последним источником финансирования можно назвать привлеченный капитал — это самый важный процесс любой компании, в том числе и игровой, потому что во многом именно от него зависит способность дальнейшего развития компании. Основными способами получения данного капитала для игровых компаний являются:

1) для независимых разработчиков — это краудфандинг, то есть привлечение денежных средств на специальной платформе от заинтересованных людей;

2) для малых и средних игровых компаний — это привлечение инвестиций от крупных издателей, так как данный способ может перерасти в более тесное сотрудничество, что может положительно повлиять на благосостояние малых и средних игровых компаний.

3) для крупных разработчиков — это создание акций на фондовой бирже, привлечение инвестиций от венчурных капиталистов и привлечение частных инвесторов.

Можно сказать, что в зависимости от масштаба компании, растут инвестиционные возможности, увеличивается численность потенциальных инвесторов, а также их качество, что положительно влияет на деятельность и развитие игровой компании.

Подводя общий итог по источникам финансирования можно сказать, что:

1) для независимых разработчиков — оптимальным решением будет использовать только собственный и привлеченный капитал, причем стараться увеличивать именно последний;

2) для малых и средних игровых компаний — использовать все три источника финансирования соблюдая ограничение на заемные средства, а именно «собственный плюс привлеченный капиталы» в объеме 70-100%, а заемные средства в объеме 0-30%;

3) для крупных разработчиков — также использовать три источника, в следующей пропорции «собственный плюс привлеченный капиталы» в объеме 40-100%, а заемные средства в объеме 0-60%.

Для подтверждения вышеизложенных пропорций финансирования игровых компаний в зависимости от их размера, можно рассмотреть какие пропорции используются успешными игровыми компаниями, для этого были изучены их балансы, взятые с различных информационных сайтов: Investing.com, audit-it.ru и companysearchesmakesimple.com

Примером успешных независимых разработчиков является Kinetic Games Limited, которая выпустила в ранний доступ финансово успешную игру Phasmophobia. По итогам 2023 г. пропорции финансирования составляют «собственный и привлеченный капиталы» в объеме 96,9%, а заемные средства — 3,1%.

Примером успешной малой игровой компании можно привести Mundfish, которая выпустила весьма успешную Atomic Heart. По итогам 2023 г. пропорции финансирования составляют «собственный и привлеченный капиталы» в объеме 96,8%, а заемные средства — 3,2%.

Примером успешных крупных разработчиков является Electronic Arts, которая выпустила множество успешных проектов в различных жанрах, и на конец 2023 г. пропорции ее финансирования составляют «собственный и привлеченный капиталы» 56,2%, а заемные средства — 43,8%.

Рассмотрим учет фактора риска. Риск — это возможность изменения предполагаемого результата, преимущественно в виде потерь, вследствие реализации одного из множества существующих вариантов сочетаний условий и факторов, оказывающих влияние на анализируемый объект. В основном риск рассматривается как «Риск-доходность» и в основном чем выше риск, тем выше и доходность [3]. Игровые компании также при создании игр рассматривают возможные риски и доходность от их проекта и в зависимости от масштаба компании, отношение к рискам будет отличаться. Рассмотрим, как относятся игровые компании, в зависимости от масштаба, к потенциальным рискам:

1. Независимые разработчики в большинстве своем рискуют и стараются создавать новые, интересные, рискованные игры, которые в большинстве своем либо не доходят до продаж, либо не окупаются, либо имеют огромный успех, по статистике из зарубежной литературы каждый 10 независимый разработчик добился финансового успеха.

2. Малые и средние игровые компании, уже имея некоторые успехи в игровой индустрии, стараются создавать инновационные игровые проекты, поэтому, они также как и независимые разработчики идут на риски, в целях дальнейшего развития и потенциального развития до масштабов крупных разработчиков.

3. Крупные разработчики относятся к риску очень негативно, то есть они стараются создавать наименее рискованные проекты, в основном у таких компаний есть развитые франшизы, которые стабильно приносят доход, поэтому вместо создания новых проектов, они создают продолжения уже успешных проектов. Также тут можно отметить, что крупные компании для поддержания низких рисков, могут покупать малые и средние игровые компании с успешными играми, которые можно превратить в доходную франшизу.

Можно сказать, что чем крупнее игровая компания, тем за менее рискованные проекты она готова взяться и реализовать, а следовательно, именно независимые разработчики, малые и средние игровые компании в большей мере влияют на разнообразие и развития игр.

Выбор модели бизнеса — определение каким образом компания будет зарабатывать деньги, как она будет реализовывать свою продукцию. В игровой индустрии можно выделить пять бизнес-моделей, которыми активно пользуются игровые компании, а именно:

1. Free-to-play (играть бесплатно) — это модель бизнеса в игровой индустрии, в которой игроки могут играть бесплатно в игру, но имеют возможность совершать покупки внутри игры, например, покупать виртуальные предметы, улучшения или дополнительный контент. Эта модель позволяет игрокам получать доступ к игре без обязательной платы за нее, что делает игру более доступной и привлекательной для широкой аудитории.

Данная модель пользуется популярностью у всех игровых компаний независимо от размеров, так как она активно используется в мобильном гейминге, а мобильный гейминг в свою очередь развивается быстрыми темпами и с каждым годом занимает все большую часть игрового рынка.

2. Pay-to-Win (плати чтобы победить) — эта модель появилась как производная от Free-to-Play, означает игровую модель, при которой игроки должны платить реальные деньги, чтобы получать преимущества в игре или шансы на победу [5]. Это может включать в себя покупку улучшений, новых персонажей или предметов, которые делают вашего персонажа сильнее или увеличивают вероятность победы.

Данная модель критикуется игроками, научным сообществом и некоторыми правительствами. Одна из главных проблем, из-за которой данную модель не запретили в использовании, является то, что сложно провести явную границу между Free-to-Play и Pay-to-Win. Отличить, какая модель используется при реализации игры, бывает затруднительно. При этом можно отметить, что ей чаще всего пользуются малые и средние игровые компании, но также есть прецеденты, когда ей пытались воспользоваться крупные игровые компании, это приводило к потере репутации и провалу проекта.

3. Buy-to-play (купи и играй) — это модель бизнеса в игровой индустрии, при которой игроки покупают игру один раз и могут играть в нее бесконечное количество времени, без дополнительных ежемесячных платежей. Эта модель часто используется в одиночных играх и многопользовательских режимах, которые не требуют постоянной поддержки или обновлений.

Данная модель считается классической в игровой индустрии, пользуются данной моделью все игровые компании в независимости от размеров, но на данный момент крупные игровые компании начали переходить на производную от Buy-to-Play модель.

4. Buy-to-play-and-Buy-Again — бизнес-модель в индустрии видеоигр, при которой игроки покупают игру один раз, но позже имеют возможность приобретать дополнительный контент или расширения. То есть игровые компании могут выпускать дополнительный контент, как DLC, за которыми игроки должны платить отдельно, чтобы получить доступ к этим новым функциям и материалам. Таким образом, игроки периодически покупают добавочный контент, чтобы улучшить свой игровой опыт.

Данная модель бизнеса активно используется крупными игровыми компаниями. У них есть четкие правила, что предложенная игра к разработке должна иметь потенциал к продаже дополнительного контента в течение последующих нескольких лет, иначе игра не будет взята в разработку. Самым ярким примером успешного применения данной модели является Sims 4 который вышел в 2014 году, сама игра стоила 2000 рублей, а все дополнения, которые продолжают выходить до сих пор, обойдутся в дополнительные 47 тысяч рублей.

5. Pay-to-Play — модель бизнеса в игровой индустрии, при которой игроки платят определенную сумму денег каждый месяц (или другой период времени) за доступ к определенным привилегиям и / или игровому контенту.

Данную модель можно разделить на две в том плане, что:

- 1) подписка на конкретную игру, дающая право играть в эту игру определенное количество времени;
- 2) подписка на библиотеку игр, которая дает доступ к большому количеству игр, а также бесплатные игры каждый месяц.

Данной моделью в основном пользуются только крупные игровые компании, так как данная модель позволяет получать не одноразовую выгоду с продукции, а постоянную, что положительно влияет планирование бюджета таких компаний.

Оптимизация расходов. Игровые компании должны активно контролировать и сокращать затраты на производство игр, маркетинг, управление и другие расходы, в целях развития компании, увеличения их дохода и инвестиционной привлекательности. В зависимости от размера игровой компании используются различные способы уменьшения расходов, а именно:

1) независимые разработчики в основном могут минимизировать расходы на производство путем использования бесплатных игровых движков, ведь без него не может идти речи о создании компьютерных игр, так как именно он является основой самих игр, с помощью которого создается графика, звуки, физика и действия персонажей игр и т.д.;

2) малые и средние игровые компании помимо использования выше представленных способов, также используют вместо постоянных сотрудников временных, а также используют связи крупных издательств с целью более эффективного использования средств на маркетинг, договоры с платформами, на которых будет размещена их игра;

3) крупные компании стараются минимизировать свои расходы путем создания продолжения уже успешных игр, так как создать продолжение дешевле, чем создать нечто новое, создание ремейков, то есть просто улучшение старых игр, а также пользуются аутсорсинговыми игровыми компаниями, что выходит дешевле, чем создавать постоянные рабочие места для конкретных специалистов.

Инвестиционная деятельность игровых компаний, а именно вложение средств в основной продукт деятельности — игры. Игровая компания любого размера в зависимости от необходимости может инвестировать в:

- 1) улучшение оборудования и ПО, для более качественной разработки игр;
- 2) повышение квалификации сотрудников, либо найм более квалифицированного персонала для улучшения конечного продукта разработки;
- 3) рекламу как самой игры, которая находится в разработке, так и компании, которая ее создает.

Помимо этого, крупные разработчики могут позволить себе дополнительно инвестировать в:

- 1) разработку собственного ПО, например движок, на котором будут работать их игры, которое сможет привнести в их конечный продукт оригинальности, сократить будущие расходы;
- 2) крупные IT компании, которые производят компьютерное оборудование и ПО.

Выводы

В заключении можно сказать, что концепт финансового управления деятельностью игровой компании является ключевой составляющей успеха бизнеса. Предложенный концепт показывает, что в зависимости от размеров игровой компании возможности финансирования, выбора моделей бизнеса, оптимизации расходов инвестиционной деятельности увеличиваются, но при этом падает инновационный потенциал, так как чем крупнее компания, тем за менее рискованные проекты она готова взяться, и наоборот, чем меньше игровая компания, тем меньше возможностей и больше инновационный потенциал. Системное, рациональное организованное управление финансовой и инвестиционной деятельностью игровой компании позволит не только контролировать расходы и прибыль, но и улучшить качество производимых компьютерных игр, повысить потенциал дальнейшего развития компании, производительность маркетинговых и рекламных активностей, укрепить лояльность потребителей, а также увеличить заинтересованность как уже имеющихся инвесторов, так и потенциальных, в дальнейшем развитии и повышения доходности игровой компании. Стоит также помнить о том, что процесс управления финансами игровых компаний нуждается в мониторинге и обновлении, поскольку существует необходимость в постоянном поиске новых методов и подходов к управлению, соответствующих объективно изменяющимся условиям экономической среды.

Литература

1. Савченко Н.Л. Управление финансовыми ресурсами предприятия: учебное пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. Ун-та, 2019. 164 с.
2. Толкачева Н.А. Финансовый менеджмент: учебное пособие. М.: Изд-во Директ-медиа, 2020. 147 с.
3. Гайдук В.И., Лемешенко П.С., Секерин В.Д., Горохова А.Е. Экономика фирмы. Междисциплинарный анализ М.: Лань, 2020. 420 с.
4. Sotamaa O., Svelch J. Monograph Game Production Studies. Amsterdam University Press B.V., Amsterdam, 2021. 355 p.

5. Newzoo's Global Games Market Report 2023 | January 2024 Update. [Электронный ресурс]. URL: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2023-free-version> (дата обращения 20.04.2024).

6. Steinmetz F., Fielder I., Meduna M., Ante L. Pay-to-Win Gaming and its Interrelation with Gambling: Findings from a Representative Population Sample // Journal of Gambling Studies. 2022. P. 785-816.