В России нет условий для качественных стартапов

Об особенностях российского бизнеса в сфере компьютерных игр, возможностях работы на международном рынке и перспективах развития интернет-ориентированных бизнесов в России в интервью BFM.ru рассказал основатель и президент группы компаний Nival Сергей Орловский.

Компания Nival Network, российский издатель, оператор и разработчик онлайн игр, открыла в Минске учебно-производственный центр Nival Games Lab. На самом деле, центр начал работать в январе, а теперь последовало официальное объявление.

По задумке компании, ее подразделение в Минске будет работать в режиме творческой мастерской и одновременно выполнять функции учебного центра для молодых специалистов. Основным направлением деятельности Nival Games Lab будет разработка игр для мобильных платформ, прежде всего для iOS и Android.

— С чего начинался бизнес Nival Network и на чем он строится сейчас?

— Группа Nival занимается играми довольно давно, просто в разных сегментах. Были компании Nival Interactive и Nival Online.

Nival Interactive занималась офлайновыми стратегиями. К сожалению, рынок таких игр для ПК сейчас находится в очень тяжелом состоянии. Так получилось, что он практически умер везде, кроме России. Америка, Европа и Япония перешли на консоли, а они плохо приспособлены для стратегий. В связи с этим направление сменилось на онлайн, наряду с желанием реализовывать масштабные интересные и сильные проекты.

Nival Online занималась онлайн-играми, в основном MMORPG. Мы сделали целый ряд локализаций, разработали и выпустили собственную игру «Аллоды Онлайн» — сейчас она одна из самых успешных на рынке. Потом компания была продана Mail.ru — вернее, сначала вошла в холдинг «Аструм», который позднее был куплен Mail.ru.

Но хотелось продолжать заниматься любимым делом — и появилась Nival Network. Мы немножко в другом сегменте работаем. То есть если Nival Online занималась «ролевыми» онлайн-играми, то мы больше ориентируемся на стратегические и социальные онлайн-проекты. Если посмотреть на игру Prime World как на наш основной проект, это клиентская социально-экономическая стратегия. Это очень интересное сочетание, создающее свою нишу. На сегодня в мире подобные проекты отсутствуют, а мы хотим создать тем самым целый сегмент рынка и в нем доминировать.

Сергей Орловский — основатель группы компаний Nival, созданной в 1996 году. Штат сотрудников — более 200 человек. В 2008 году Сергей Орловский создал компанию Nival Network, занимающуюся разработкой и оперированием онлайн игр в нескольких сегментах. Кроме того, компании принадлежит игровая сеть ZZima.com, в которой представлен весь спектр популярных жанров онлайн игр. Офисы Nival Network расположены в Москве, Санкт-Петербурге и Минске.

Для создания игры нужен большой бюджет, но он быстро отбивается

— На «Игромире 2010» вы заявляли, что вложения в Prime World составили 8 млн долларов. Сколько времени потребуется, чтобы вернуть эти деньги и начать зарабатывать на игре?

— Это не самый большой бюджет — и бо́льшие суммы отбивались. Есть два основных канала заработка. Первый — это самим оперировать игру для конечного пользователя, привлекая многочисленную стабильную монетизируемую аудиторию. Второй вариант — продать лицензию на рынки, на которых у нас, как компании, пока нет прямого присутствия. У «Аллодов», например, был бюджет 12 млн долларов, который мы отбили

практически только продажей лицензий по всему миру. Игра окупилась еще до официального запуска. Сейчас дополнительно к этому она зарабатывает около 2 млн долларов в месяц.

Топовые игры только в России зарабатывают около трех миллионов долларов в месяц. Даже если допустить, что мы войдем лишь в пятерку — это уже 1,5 млн долларов в месяц. Из этого не сложно подсчитать, как долго игра будет окупаться. В течение года после запуска деньги гарантированно возвращаются, и это даже без продажи лицензий.

— **А вы собираетесь продавать лицензии?**

— Конечно, но на меньшее количество рынков в данном случае.

— **Вы заявляли о планах запустить Prime World в начале 2011 года. Год наступил, когда же выйдет игра?**

— Сейчас идет альфа-тестирование — пока мы проверяем сессионную часть. От нас многого ждут, поэтому, хотя мы и очень торопимся, не хотим выпускать игру раньше времени.

— **То есть текущий год вы целиком посвятите Prime World? Значит, других проектов вы пока не начинаете?**

— В этом году мы также планируем к выходу King's Bounty Online — проект, который делает под нашим присмотром калининградская студия KrapX. Помимо этого, у нас есть еще один интересный и сильный проект, он реализуется в нашей питерской студии. Но мы его пока не анонсируем.

— **Чему вы уделяете больше внимания — локализации и оперированию чужими играми или разработке и продвижению собственных игр?**

— В прошлом году мы в основном занимались локализациями. У нас вышло семь игр — это достаточно много, учитывая, что это не коробочный продукт, который можно выпустить и забыть. Каждая онлайн-игра — это сервис, если ты правильно ее делаешь, она постоянно растет. Если прошлый год у нас был годом чужих проектов, то этот мы посвятим собственным. При этом, мы постоянно растём, продолжаем подбирать специалистов, чтоб повышенное внимание к собственным проектам не снизило качество работы с локализациями.

В игры должна прийти социальность

— **Для чего создавалась «игровая сеть» ZZima.com? Насколько проект успешен?**

— Два года назад, когда мы создавали Nival Network, было достаточно очевидно, что в игры должна прийти социальность. При этом мы понимали, что издатели или разработчики, которые используют существующие социальные сети как платформу для своих продуктов, являются крайне уязвимыми с точки зрения изменения условий самой социальной сети. Единственным способом затащить социальность в игровой проект до недавнего времени было принятие условий социальной сети.

Вопрос был в том, что при создании крупного проекта необходимо стремиться к минимизации всевозможных рисков. С инвестициями 8–10 млн долларов невозможно позволить себе оказаться в зависимом положении от правил игры, которые диктуют различные социальные сети, и где ситуация регулярно меняется. Таким образом, два года назад возникла мысль, что параллельно с игрой надо делать именно игровую социальную сеть. На сегодня эти планы постепенно эволюционируют. Мы не хотим участвовать в битве соцсетей, нам конкурировать с Facebook или «ВКонтакте» совершенно не хочется по понятным причинам. Поэтому с появлением Facebook Connect, ZZima.com постепенно трансформируется из социальной сети в игровую сеть на основе чужих социальных графов. Это удобно для пользователей, потому что у них есть разные группы друзей в разных соцсетях. Собрав их через нашу сеть, можно играть со всеми. Но это перспективы развития на ближайший год. Помимо перспективного развития, сеть решает огромное количество наших локальных игровых задач, таких, как единый аккаунтинг, биллинг, новости, лидерборды, и т. д.

— **На ресурсе представлены только ваши игры?**

— Пока только наши.

— **Какая у сети аудитория?**

— Около двух миллионов человек. Но активной аудитории поменьше. Для нас главным является лояльность нашей аудитории и то, насколько мы монетизируемы. Важно, чтобы людям нравилось играть в наши игры, чтобы они с удовольствием платили деньги и приходили еще. А то, что они «тусуются» внутри самой социальной сети, для нас приятно, но не является первоочередной задачей. Человек может зарегистрироваться и играть в игру, но при этом приходит в саму сеть раз в месяц. Таких, кстати, достаточно много.

— Планируете ли вы выходить на зарубежные рынки — европейский, американский, азиатский?

— Европа и Америка — это два максимально близких нам рынка: и культурно, и ментально, и с точки зрения бизнеса. На эти рынки мы будем выходить сами и оперировать там свои игры. А в Азию мы будем продавать лицензии. Азиатский рынок впереди российского, и он очень непростой для работы. Мы хотим работать последовательно: начать с близких по аудитории и менталитету рынков, а потом охватывать новые и специфичные.

— Насколько сложно российской компании-разработчику выйти на зарубежный рынок онлайн-игр?

— Сложно. Наша первая попытка выйти на американский рынок была еще в 2005 году и принесла нам бесценный опыт, хотя и была неудачной. Мы научились работать с американскими и европейскими издателями, и в основном наши игры продавались не в России. Теперь мы хорошо осознаем процесс с двух сторон — как разработчик и как издатель. Это позволяет нам уверенно выходить на западный рынок самостоятельно.

— Почему раньше вы работали с издателями, а сейчас хотите сами оперировать своими играми?

— Потому что у нас есть знания, опыт и деньги, а раньше их не было. Поэтому раньше мы делали игры на заказ. Мы были бедными студентами, мы приходили и говорили: «Смотрите, какие мы талантливые, мы готовы вам недорого отдаться». Соответственно, нас финансировали крупные западные издатели и все права забирали себе. Мы проходили период первичного накопления капитала, опыта, процессов и репутации: делали хорошие проекты, получали royalty, расширяли производство, и так далее. Сейчас модель изменилась, мы уже не совсем бедные студенты и можем себе позволить делать проекты на свои деньги или привлекать инвестиции. Таким образом, наша бизнес модель трансформировалась с аутсорсной на продуктовую, а с приходом онлайн еще и с продуктовой на сервисную.

И потом, «готовых», качественных, издателей бесплатных онлайн игр на американском и европейском рынках очень мало. Для нас там конкуренция не очень высокая, а рынок мы знаем хорошо.

Россия не производит инноваций в Интернете

— Как вы оцениваете состояние российского интернет-рынка?

— Своего «Фейсбука» у нас не будет, пока у государства не изменится отношение к интернет-ориентированным бизнесам.

Mail.ru Group, когда еще называлась DST, собрала все лучшие компании на рынке — все, до чего смогла дотянуться. И сейчас Mail.ru Group — это бо́льшая половина российского Интернета. Остался еще «Яндекс», и кроме него покупать в России больше нечего. Mail.ru через IPO продала половину российского Интернета. Сделает IPO «Яндекс» — уйдет и вторая половина.

При этом абсолютное большинство российских интернет-компаний — это клоны известных американских сервисов. Хотя мы много говорим про инновации, в Интернете Россия их не производит. Только копирует чужие идеи. Неплохо копирует, но все равно это вторично. Игровые компании, кстати, одни из немногих, кто развивается в Интернете на мировом уровне.

Почему DST Global в Россию больше не инвестирует? Потому что не во что. Есть лишь замечательные истории о том, что у нас тут будет еще масса всего нового. А где? На основе чего?

— Но ведь все говорят об огромном количестве стартапов, возлагают на них надежды...

— Вы видели качество этих стартапов? Есть, конечно, толковые ребята, но их очень мало.

— Тогда какие у российского интернет-рынка перспективы?

— Пока никаких, если не изменится отношение. Наш президент пытается что-то сделать, за что ему большое спасибо. Но у нас такая инерционность, что пока это дойдет до реального бизнеса, уйдет лет десять. Просто мы последние двадцать лет вообще не занимались инновационной инфраструктурой, в то время как все развитые и многие развивающиеся страны очень активно над этим работали. Чтобы был результат надо методично десять лет лупить в одну точку, и главное, чтобы запал не прошел при очередном повышении цен на нефть. Тогда будет результат. Потому что сейчас, при всем моем уважении, даже те условия, которые предлагаются в «Сколково», неконкурентноспособны на мировом уровне ни с Китаем, ни с Канадой, ни даже с Белоруссией. Не говоря уже об инвест-климате во всей остальной стране.

— **Вы не верите, что в каком-нибудь российском вузе сейчас учится российский Марк Цукерберг и он создаст в Рунете что-то такое, что выстрелит на весь мир?**

— В теории возможно все, а на практике для этого всего нужна инфраструктура. Нужно, чтобы этого Марка правильно воспитывали, правильно учили и чтобы, когда у него возникла идея, ему правильно дали денег и познакомили с нужными людьми, провели по всем этапам развития стартапа.

Если бы в самом начале Цукербергу предложили миллион за компанию, он бы ее продал и правильно бы сделал. Но Facebook бы не получился и не факт, что вторая его идея была бы такой же удачной. А для того, чтобы не продать и понять, что это может стоить миллиард, вцепиться зубами и дотащить до этого миллиарда, тоже нужна определенная ментальность, определенные люди, которые тебя возьмут за руку, объяснят, помогут, подтолкнут и в конце все не отберут. И этого всего в России тоже нет.

— **А почему бы вам не заняться обучением, сделать те же курсы разработчиков?**

— Если говорить об образовании, с этой проблемой в первый раз мы столкнулись лет 10 назад. Начали делать курсы при вузах, пытались вписаться в существующую систему образования. Результат был не очень впечатляющий, затраты приличные, выхлоп скромный. В итоге мы перестали этим заниматься, потому что я не могу одновременно и налоги платить, и образовательные функции государства выполнять. Многие страны, например, для игровых компаний и кадры готовят, и налоги не берут. Тем не менее, мы сейчас создаем крупный учебно-производственный центр в Минске, поскольку в Москве на сегодня нет для этого условий. Уникальность проекта заключается в возможности бесплатного обучения основным специальностям игровой индустрии: программисты, 3D-художники, гейм-дизайнеры. Обучение будет проходить без отрыва от процесса разработки под руководством наших опытных сотрудников.

Автор: Артур Скальский © BFM.RU ИНТЕРНЕТ И ИТ, РОССИЯ 👁 1962 17.02.2011, 11:22 📌 285
URL: <https://babr24.com/?ADE=91751> Bytes: 13604 / 13444 Версия для печати

👍 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:
newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)