

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
Белорусский государственный университет
информатики и радиоэлектроники

УДК 339.138

Гурецкий
Артем Игоревич

Разработка электронного товара

АВТОРЕФЕРАТ

на соискание степени магистра экономических наук
по специальности 1-27 80 01 «Экономика и организация производства»

Научный руководитель
Кашникова Инна Васильевна
кандидат физ-мат наук, доцент

Минск 2015

КРАТКОЕ ВВЕДЕНИЕ

В процессе перехода развитых стран к постиндустриальной экономике и к информационному обществу сформировался информационный сектор экономики, основной составляющей которого является информационная индустрия.

В информационной индустрии творческий труд является доминирующим в производстве благ. Человеческий интеллект становится главной производительной силой, благодаря которой создается интеллектуальный продукт, т.е. продуктом творческого труда является информационный, а не материальный продукт.

Кардинально меняются роль и место человека в экономике. Креативный (творческий) человек становится главной производительной силой, т.к. только он способен производить новые знания и информацию - главный ресурс информационной экономики. Таким образом, на смену индустриальной экономике приходит информационная экономика, т.е. приходит новая экономика, основанная на информации и знаниях.

Одним из перспективных направлений в информационной экономике является сетевая экономика или Интернет-экономика (виртуальная экономика). Развитие информационных и телекоммуникационных технологий сформировали среду для экономической деятельности в Интернет, а развитие инфраструктуры глобальной сети Интернет и коммерциализация Интернета привели к изменениям способов ведения бизнеса и появлению электронного рынка, основанного на принципах сетевой экономики.

Развитие информационной индустрии в каждой стране зависит от многих факторов, но основными показателями являются: объем инвестиций в телекоммуникации, а также количество и качество использования компьютеров в информационной индустрии, и количество пользователей, имеющих доступ к Интернету.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Цель и задачи исследования. Объект исследования: процесс создания электронного товара. Предмет исследования: предложение по улучшению эффективной деятельности электронного товара. Цель работы: описать организацию создания электронного товара.

Новизна полученных результатов. Исследования и разработки: проведен анализ теории продвижения онлайн-игр, разработана концепция продвижения онлайн-игр, изучен и проанализирован рынок онлайн-игр,

проведено исследование этапов разработки онлайн-игры, изучена и проанализирована деятельность компании Нивал.

Данный проект является новым этапом в разработке онлайн-игр. Его оригинальные функциональные особенности являются уникальными в данной сфере.

Данная магистерская диссертация имеет практическое применение для руководителей подразделений разработки онлайн-игр за счет проведения в ней систематизации теоретического материала по разработке проекта, анализа и исследования рынка онлайн-игр, а также предложения конкретных вариантов упрощения этапов разработки онлайн-игр. Разработанная методика упрощения этапов разработки онлайн-игр является универсальной и может использоваться любой компанией, занимающейся разработкой проектов в данной области.

Положения, выносимые на защиту.

1. Проведен анализ состояния рынка онлайн-игр в Республике Беларусь
2. Сделан экономический анализ деятельности объекта исследования ООО «Нивал Нетворк» и выявлены особенности его функционирования на рынке онлайн-игр
3. Описаны бизнес-процессы совершенствования онлайн-игры... и на их основе предложена концепция управления этими бизнес-процессами
4. Разработаны мероприятия по совершенствованию деятельности предприятия на рынке он-лайн-игр.

Результаты данной магистерской диссертации нашли свое практическое применение в деятельности ООО «Нивал Нетворк».

Структура и объем диссертации. Объем магистерской диссертации - 86 страниц, 25 рисунков, 6 таблиц и 30 источников.

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе рассматривается понятие электронного товара в сфере электронного бизнеса, темпах развития информационных технологий.

В Республике Беларусь вопросы развития информационных технологий включены в систему важнейших хозяйственно-стратегических приоритетов, с которыми связано формирование современной «информационной экономики». Сегодня в Беларуси электронная торговля рассматривается как путь к созданию цивилизованного, прозрачного, высокоорганизованного рынка продукции, услуг и технологий и постепенно из теории превращается в практически осязаемую реальность.

Кроме того, постоянный рост аудитории белорусского Интернета создает чрезвычайно благоприятную ситуацию для развития всевозможных видов интернет-бизнеса. За несколько лет Интернет превратился из всемирной

информационной сети в полноценный рынок с собственной инфраструктурой, законами развития, конъюнктурой и конкуренцией. Помимо того, что постоянно растет численность пользователей белорусского сектора сети Интернет, сильно изменились сознание и поведение этих пользователей. Сегодня почти каждый пользователь осознает, что Интернет подходит для ведения бизнеса не хуже, чем традиционная деловая среда. При этом новейшие бизнес-идеи позволяют рассматривать в качестве источника получения прибыли даже те области Интернета, которые изначально считались «немонетизируемыми», такие как блоги, хранилища специализированного мультимедиа-контента и др.

Актуальность внедрения систем электронной торговли для Республики Беларусь обусловлена высокой эффективностью электронных технологий. Развитие созданных ранее информационных систем требует консолидации на государственном уровне всех заинтересованных министерств и концернов, государственных и частных предприятий и является одним из приоритетных и важных практических шагов в направлении формирования Республиканской системы информационной поддержки внешне-экономической деятельности в целом и торговли в частности. При этом важно осуществить все эти мероприятия в комплексе, построив взаимоотношения государства и интернет-бизнеса на базе продуманной и обоснованной системы правил и процедур.

Как средства оплаты сейчас часто используются электронные деньги. Электронные деньги определены как хранящиеся в электронном виде на программно-техническом устройстве единицы стоимости, принимаемые в качестве средства платежа при осуществлении расчетов и выражающие сумму обязательств эмитента перед держателем по погашению электронных денег. В настоящее время в Республике Беларусь действуют еще две системы электронных платежей: Webmoney Transfer и WEBPAY™.

Сеть Интернет и связанные с ней интернет-технологии уже сегодня широко используются не только на внутренних рынках отдельных стран, но и во внешнеэкономической деятельности. Их использование сокращает издержки на процедуры закупок и продаж, упрощает процесс поиска новых поставщиков и покупателей, ускоряет процесс исследования перспективных рынков сбыта, производства, упрощает послепродажное обслуживание. Все это в конечном итоге влияет на снижение цены предлагаемой продукции и услуг и позволяет выпускать конкурентоспособную продукцию. При этом преимущества ведения бизнеса с помощью электронных технологий позволяют предприятиям стран с переходной экономикой вступать в конкурентную борьбу с развитыми странами без значительных капиталовложений.

Из вышесказанного следует что электронный бизнес в Беларуси развивается в следующих направлениях:

- электронная коммерция;
- обмен информацией;
- проведение маркетинговых исследований;
- установление контактов, например, между потенциальными заказчиками и поставщиками;
- электронная оплата, в том числе с использованием электронных платежных систем и др.

Далее проводится анализ мирового рынка онлайн-игр. Он, в соответствии с данными J'son & Partners Consulting, вырос на 23 % и составил 20 млрд. долл. США. Наибольшую долю на рынке – 30,5 % – занимает США. Рынки рассмотренных в исследовании стран - США, Япония, Южная Корея, Великобритания – в совокупности составляют больше половины мирового рынка онлайн-игр. Доля Беларуси и России в общемировом рынке незначительна и составляет чуть больше 3 %.

Общее число пользователей в мире онлайн-игр достигло 534 млн. в 2011 г., а к 2013 г. рост увеличился до 734 млн (рисунок 1.3). Одна из наиболее заметных тенденций - это рост количества онлайн-игроков в социальных сетях, который ограничивается только темпами увеличения числа пользователей социальных сетей.

Массовое проникновение социальных игр привело к структурным изменениям рынка онлайн-игр в связи с увеличением числа новых пользователей.

Сегодня крупные компании на мировом рынке онлайн-игр ведут борьбу по трем взаимосвязанным направлениям. Во-первых, привлечение и удержание пользователей для увеличения аудитории и максимизации прибыли. Во-вторых, конкуренция с альтернативными формами развлечений (прежде всего, ТВ, кино и однопользовательские игры). В сущности, это борьба за интерес пользователей. В-третьих, продвижение онлайн-игр в целом, как отрасли, — с тем чтобы расширить рынок.

Это рыночные реалии, которые, главным образом, задают тренды и тенденции. В зависимости от конкретного региона данные реалии могут несколько различаться, поэтому даже наиболее продвинутая бизнес-стратегия нуждается в коррекции. Какие тренды следует учитывать и какие коррективы необходимо вносить тем, кто хочет успешно работать на российском и белорусском рынке онлайн-игр?

1. Максимальное упрощение игрового процесса для пользователя;

Современные ММО-игры идут навстречу пользователям в плане игровых и бизнес-механик. По сравнению с ранними проектами они становятся менее требовательными к игрокам. Сложность снизилась, а значит, больше пользователей смогут насладиться игрой.

Использование условно-бесплатной бизнес-модели (free-to-play, F2P) также служит данной цели. F2P дает пользователю свободу выбора, как и когда тратить деньги: сама игра распространяется бесплатно. Такая демократичность привлекает игроков.

2. Минимизация зависимости от игры;

Несмотря на растущую популярность free-to-play, с этой бизнес-моделью связано определенное противоречие: с одной стороны, чтобы обеспечить приток новых пользователей, игра должна развлекать, с другой — вызывать зависимость, которая стимулирует продажи виртуальных товаров.

В недавнем прошлом разработчики были главным образом нацелены на увеличение числа платящих пользователей, поэтому внутренняя механика игры была выстроена так, чтобы вызывать у пользователя привыкание. Во многом именно в виду такого прямолинейного подхода со стороны игровых компаний ММО-игры имели репутацию странного субкультурного феномена в среде отпрысков «компьютерного поколения». Сегодня издатели и разработчики онлайн-игр уделяют гораздо большее внимания увеличению аудитории за счет новых, не всегда строго целевых групп пользователей, а сами игры получают куда более широкое признание.

3. Точное таргетирование;

На сегодняшний день F2P стала золотой жилой для профильных компаний: ажиотаж вокруг делового аспекта игровой разработки привел к тому, что на рынок хлынула волна однотипных проектов. Поэтому сделать игру непохожей и узнаваемой — это очень актуальная проблема. Успешный проект должен иметь уникальные особенности. Некоторые разработчики идут дальше и создают отдельные ниши для своих продуктов. Если новая ниша окажется достаточно широкой, то проект будет успешным в любом случае.

4. Кросс-коммуникация;

Коммуникация с геймерами возможна даже в том случае, если они не находятся в игре. Игровой опыт пользователя можно расширить с помощью целого ряда инструментов: самое простое и очевидное — запустить сайт, блог и форум игры.

Многие компании практикуют разработку мобильных приложений, которые позволяют игроку просматривать статистику и управлять инвентарем своего персонажа.

5. Установление равновесия пользователей независимо от географических и материальных отношений.

В игре не должно быть пользователей второго сорта — успех любого ММО-проекта основан на том, что он привлекает, а не отталкивает игроков. Но создать по-настоящему дружелюбное окружение не так уж просто — это напоминает попытку выстроить идеальное, утопическое общество, где все

счастливы и никто не обижен. И все-таки есть, по крайней мере, несколько вещей, которые в силах сделать каждый издатель и разработчик:

- ликвидировать или хотя бы максимально смягчить региональные ограничения: многие пользователи испытывают вполне обоснованное раздражение, когда им не позволяют использовать все возможности игры только потому, что их регион считается неблагополучным с точки зрения киберпреступности.

- бороться с внутриигровой дедовщиной: игровые администраторы отвечают за здоровый климат в игре. И задача эта не менее важна, чем те, что решают, например, программисты;

- умерить пыл в части монетизации пользователей: слишком агрессивные схемы нарушают баланс в игре. Те, кто платит больше, становятся почти богами, а более скромные геймеры вскоре покидают игру. Возможно, поначалу прибыль будет хорошей, но поток быстро иссякнет, потому что никто не захочет играть в ММО-проект, из которого активно уходят пользователи. Вернуть их будет очень тяжело, потому что у игры сложится репутация «выманивания денег».

Во второй главе мы переходим непосредственно к рассмотрению определенной организации. В качестве объекта была выбрана компания «Нивал».

ООО «Нивал Нетворк» - это общество с ограниченной ответственностью, которое является юридическим лицом и имеет самостоятельный баланс, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде, открывать расчетный, валютный и другие счета в учреждениях банков иметь печать, штампы и иные реквизиты со своим наименованием.

Основной целью деятельности общества является извлечение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов Участников общества посредством осуществления хозяйственной деятельности.

Общество осуществляет среди прочих следующие виды экономической деятельности:

- издание программного обеспечения;
- обработка данных;
- исследование конъюнктуры рынка и выявление общественного мнения, связанная с базами данных;
- технические испытания и исследования;
- рекламная деятельность;
- консультация по вопросам коммерческой деятельности и управления;
- предоставление прочих услуг потребителям.

Для более детального анализа был взят один из проектов «Нивал Нетворк» - Prime World. Prime World. Это ролевая стратегия с элементами МОВА.

МОВА (Multiplayer Online Battle Arena, буквально «многопользовательская онлайн-боевая арена») — жанр компьютерных игр, сочетающий в себе элементы стратегий в реальном времени и компьютерных ролевых игр и выделяющийся схожестью с DotA — пользовательской картой (модификацией) Warcraft III Frozen Throne.

Ключевым в этой игре являются отличия от других стратегий. Prime World выводит жанр Strategy RPG на новый уровень: нужно развивать своих бойцов не только на поле битвы, но и в собственном замке, подбирая и создавая смертоносные комбинации из умений, которые затем будут использованы в сражении. Невероятное количество талантов позволяет каждому собрать уникального персонажа под свой стиль игры.

В Prime World, в отличие от League of Legends или DotA, во внутриигровом магазине нет одежды для персонажей, есть платные образы и расходники (все вещи надеваются до боя). Вместо предметов у каждого героя есть таланты: они дают как пассивные бонусы, так и активные умения — от специализированных для каждого персонажа до общих (к примеру, телепортация или же лечение).

Для создания долгосрочного, стратегического и конкурентного преимущества проекта Prime World был осуществлен постепенный переход на новую систему управления бизнес-процессов, обеспечивающую:

- повышение удовлетворения пользователей;
- сокращение перегруженности сотрудников оперирования путем перераспределения работ, повышения качества планирования работ;
- выполнение представленных в бизнес-модели целей оперирования;
- построение системы, исключающей ситуации, когда:
 1. задачи не выполняются / выполняются недостаточно качественно из-за системных проблем;
 2. низкоприоритетные задачи препятствуют выполнению высокоприоритетных задач.

Для такого перехода потребовалось:

- внедрение процессов, ориентированных на выполнение сроков и целей из бизнес-моделей;
- выделение ответственных по каждому процессу / результату;
- использование единой ИТ-системы управления бизнес-процессами;
- использование итеративного подхода к постоянному совершенствованию процессов и повышению качества услуг;

- вовлеченность всех сотрудников оперирования в совершенствование процессов.

В качестве первоначального этапа создания общей системы управления процессов, предлагалось:

- перевести часть процессов в специальный проект Prime World, настроенный максимально удобно для исполнителей процесса, но связанный с выполнением;

- постоянно, итерационно дорабатывать текущие процессы и требования к результатам этих процессов;

- переходить к среднесрочному и долгосрочному планированию, сохраняя гибкость в принятии текущих решений.

Для создания проекта Prime World выделили следующие процессы оперирования:

- ведение целей оперирования;

- проведение маркетинговых эвентов;

- подготовка лендингов;

- подготовка арт-ассетов;

- подготовка видео-роликов;

- подключение новых рекламных партнеров.

На данный момент проект Prime World насчитывает около 55000 пользователей. Из них основные потребители это Россия, Украина и Белоруссия, но также есть пользователи и других стран СНГ. Средний онлайн русского сервера насчитывает 26000-30000 пользователей в день. Остальные пользователи – это игроки США, Франции, Германии и стран Европы.

Вспомним один из принципов электронной экономики - при создании электронного продукта основная его и наиболее сложная и популярная часть распространяется бесплатно, а дополнительные приложения - платно. Это позволяет на начальном этапе привлечь наибольшее количество потребителей. Этот же принцип использовался при создании данной игры. Вся игра распространяется бесплатно. Однако разработана небольшая система монетизации, которая постоянно дорабатывается и является единой для версий на всех языках.

На данный момент система монетизации включает:

- золотой век;

- акции;

- золотая руна;

- ускорение процессов в домиков;

- покупка кристаллов;

- отвязка талантов;

- покупка специальных зданий;

- скины;
- покупка героев.

Если рассматривать подробно систему монетизации, то ее можно условно разделить на:

- краткосрочную (акции на несколько дней, золотая руна, золотой век и т.д.);
- среднесрочную (покупка кристаллов, покупка специальных зданий и т.д.);
- долгосрочную (скины, покупка героев, ускорения процессов в домиках и т.д.).

Самым востребованным монетизационным функционалом является золотой век (покупка на 3, 7 и 30 дней). В среднем этот функционал приносит в день 80000 р. (золотой век на 30 дней), а это примерно 22400000 р.

Однако самым быстрым источником дохода являются акции, которые проводятся на определенный период времени, в среднем на 3-5 дней. Таких акций проводится очень много, например, акция "Бонус на Новый год". Ее суть заключалась в увеличении количества платящих пользователей путем бонуса к количеству купленного золота.

В результате проведенного анализа можно сделать вывод, что наибольший эффект от акций получают участники, платящие большую сумму.

Далее было учтено то, что значительную сумму основных производственных фондов предприятия, которые формируют персональные компьютеры и серверы, используемые сотрудниками проекта Prime World

Также был проведен анализ таких показателей как численность, текучесть и заработная плата. После чего был сделан вывод, что ситуация в компании стабильная и благоприятная как для развития проекта, так и для работы и улучшения навыков сотрудников.

В третьей главе были предложены мероприятия для повышение эффективности деятельности предприятия на рынке онлайн-игр:

- при разработке новых функционалов игры привлекать тестировщиков к разработке концепции функционалов;
- для улучшения качества проекта предлагается назначать ответственных для выполнения задач текущего контроля и исправления ошибок.

Данные предложения по улучшению эффективной деятельности предприятия являются немало важным атрибутом создания любой онлайн-игры. Они позволяют:

- уменьшить стоимость разработки функционала путем оптимизации процессов разработки и контроля качества;

- улучшить качество товара путем организации систематической проверки;
- вывести товар на новый рынок сбыта;
- улучшить мотивацию саморазвития сотрудника, а также проверить его возможности в постановке задач и планировании времени для их выполнения.

Также предлагается создание версии игры для планшетов и мобильных устройств, которая позволит пользователям играть, находясь не только дома.

На основании приведенной статистики и рассчитанных показателей, можно сделать вывод, что такая версия игры является эффективной и окупится в первый год после реализации. Немало важным является и то, что у компании не возникнет никаких сложностей с созданием

Как одно из предложений, было вынесено еще и изменение процесса постановки целей на следующий год после проведения аттестации персонала.

Для повышения квалификации сотрудников, перед ними обычно ставятся 3-4 цели развития на год. Эти цели мотивируют сотрудника на саморазвитие, а также освоение новых сфер. Обычно эти цели ставит непосредственный руководитель. На наш взгляд эти цели должны ставиться непосредственно работником, а потом утверждаться руководителем.

Постановка цели на следующий год – это большая ответственность, т.к. при этом сотрудник обязан выделить время и освоить данную сферу самостоятельно, а также он обязан рассчитать свои силы, чтобы цель не осталась недостижима. Эта возможность поможет понять все свои сильные и слабые стороны, а также выделить для себя сферу интересов и возможно попробовать себя в новых направлениях. Также непосредственный руководитель сможет оценить ту степень ответственности, которую готов взять на себя человек при постановке конкретной цели.

Все предложенные мероприятия были вынесены на обсуждение начальников подразделений и приняты на рассмотрение высшим руководством.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в условиях обострившейся конкуренции развитие электронной коммерции может предоставить следующие преимущества:

- повышение конкурентоспособности продукции на внутреннем и мировом рынке;
- повышение управляемости экономическими процессами;
- повышение степени интеграции в мировые, информационные и экономические процессы.

Библиотека БГУИР