



GKIeNET –T-Mobile

Üzleti játékok, játékos üzletek – hódítanak a szerepjátékok

Jelentés az internetgazdaságról – Gyorsjelentés

2010. június

GKIeNET Internetkutató és Tanácsadó Kft.



1. Introduction

2. Background

3. Methodology

4. Results

5. Discussion

6. Conclusion

7. References

8. Appendix

9. Glossary

10. Index

11. Bibliography

12. Acknowledgements

13. Disclaimer

14. Contact Information

15. Copyright

16. Privacy Policy

17. Terms and Conditions

18. About Us

19. Mission Statement

20. Vision Statement

21. Core Values

22. Organizational Structure

23. Leadership Team

24. Board of Directors

25. Stakeholders

26. Partners

27. Suppliers

28. Customers

29. Competitors

30. Industry Trends

31. Market Analysis

32. SWOT Analysis

33. PEST Analysis

34. Porter's Five Forces

35. Porter's Generic Strategies

36. Porter's Generic Strategies

37. Porter's Generic Strategies

38. Porter's Generic Strategies

39. Porter's Generic Strategies

40. Porter's Generic Strategies

41. Porter's Generic Strategies

42. Porter's Generic Strategies

43. Porter's Generic Strategies

44. Porter's Generic Strategies

45. Porter's Generic Strategies

46. Porter's Generic Strategies

47. Porter's Generic Strategies

48. Porter's Generic Strategies

49. Porter's Generic Strategies

50. Porter's Generic Strategies

51. Porter's Generic Strategies

52. Porter's Generic Strategies

53. Porter's Generic Strategies

54. Porter's Generic Strategies

55. Porter's Generic Strategies

56. Porter's Generic Strategies

57. Porter's Generic Strategies

58. Porter's Generic Strategies

59. Porter's Generic Strategies

60. Porter's Generic Strategies

61. Porter's Generic Strategies

62. Porter's Generic Strategies

63. Porter's Generic Strategies

64. Porter's Generic Strategies

65. Porter's Generic Strategies

66. Porter's Generic Strategies

67. Porter's Generic Strategies

68. Porter's Generic Strategies

69. Porter's Generic Strategies

70. Porter's Generic Strategies

71. Porter's Generic Strategies

72. Porter's Generic Strategies

73. Porter's Generic Strategies

74. Porter's Generic Strategies

75. Porter's Generic Strategies

76. Porter's Generic Strategies

77. Porter's Generic Strategies

78. Porter's Generic Strategies

79. Porter's Generic Strategies

80. Porter's Generic Strategies

81. Porter's Generic Strategies

82. Porter's Generic Strategies

83. Porter's Generic Strategies

84. Porter's Generic Strategies

85. Porter's Generic Strategies

86. Porter's Generic Strategies

87. Porter's Generic Strategies

88. Porter's Generic Strategies

89. Porter's Generic Strategies

90. Porter's Generic Strategies

91. Porter's Generic Strategies

92. Porter's Generic Strategies

93. Porter's Generic Strategies

94. Porter's Generic Strategies

95. Porter's Generic Strategies

96. Porter's Generic Strategies

97. Porter's Generic Strategies

98. Porter's Generic Strategies

99. Porter's Generic Strategies

100. Porter's Generic Strategies

GKleNET Internetkutató és Tanácsadó Kft.

Postacím: 1092 Budapest, Ráday u. 42-44.

www.gkienet.hu

Székhely: 1092 Budapest, Ráday u. 42-44.

Tel/fax: 373-0779, 337-0780

E-mail: gkienet@gkienet.hu

Szerzők:

Kis Gergely

Madár Norbert

Timár Szabolcs

Tóth Attila

A kiadvány főtámogatója:



A kutatási összefoglaló a Creative Commons Nevezze meg! – Ne adja el! – Ne változtassa! 2.5 Hungary licenc szerint az alábbiak betartásával felhasználható, terjeszthető magán-, non-profit-, oktatási és ismeretterjesztési célra:

Meg kell jelölni a kutatás készítőjét a következő módon: „GKleNET – T-Home – T-Mobile: Jelentés az internetgazdaságról”.

Tilos a változtatás: idézett szöveget, vagy szövegrészletet csak eredeti formájában lehet közzétenni. A közlétező ugyanakkor a szövegrészletekhez hozzáteheti saját írását.

Tilos az értékesítés.

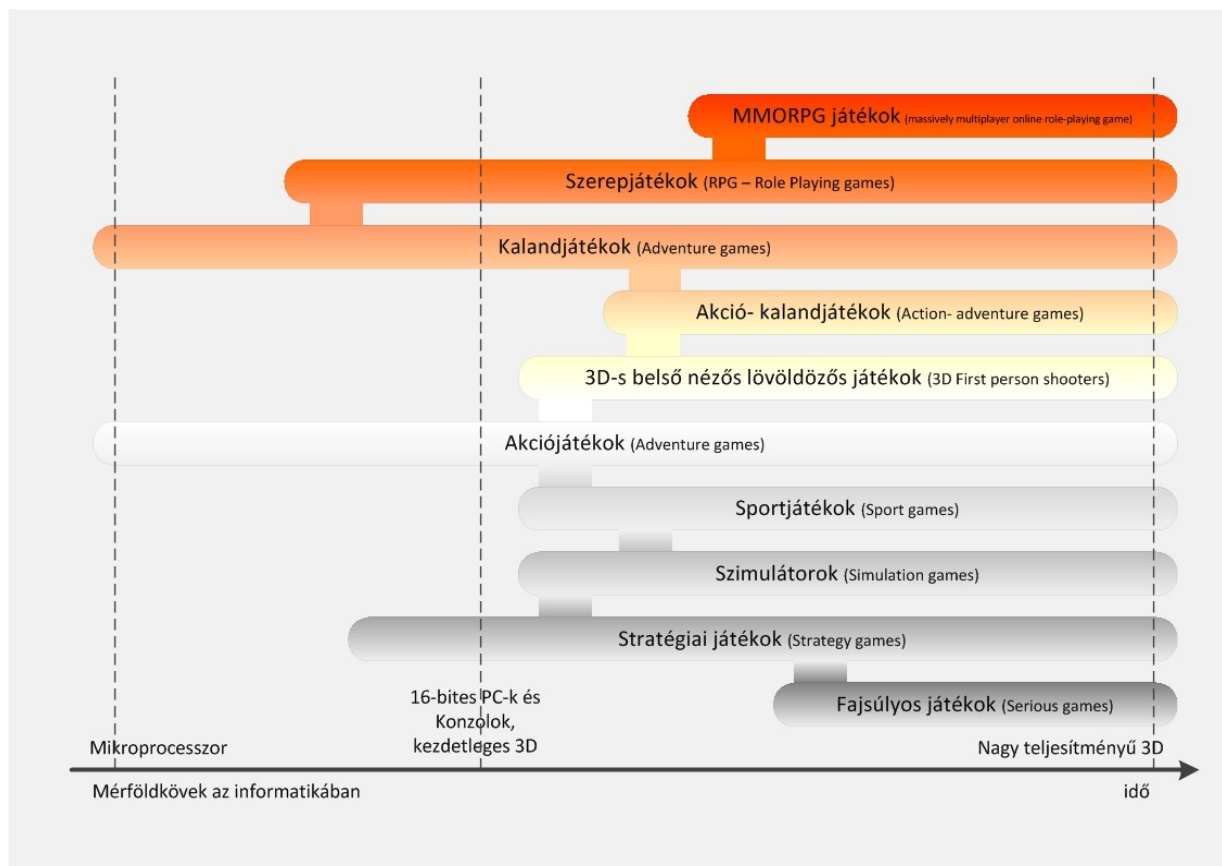
GKleNET – T-Mobile: Üzleti játékok, játékos üzletek – hódítanak az online szerepjátékok

Magyarországon 2,3 millió fő játszik valamilyen rendszerességgel online játékkal, s közülük egyre többen vannak, akik a sokszereplős online játékokkal (MMOG-kel) tölti szabadidejüket. A már több mint 670 ezer fős hazai MMOG tábor éppúgy játszik stratégiai játékokkal, mint online szerepjátékokkal – derül ki GKleNET –T-Mobile Jelentés az internetgazdaságról kutatásából.

Feltörekvő online játékipar

Két évvel ezelőtt, 2008-ban, még szenzációnak számított az a Strategy Analytics által készített felmérés amely kimutatta, hogy az Egyesült Államokban a videojáték ipar értékesítési adatai szerint meghaladták mind a filmipar, mind a zeneipar kiskereskedelmi forgalomban lévő adathordozóiból származó árbevételeket. A [hardcore játékok](#) közé sorolható többszereplős internetes játékok (Massively Multiplayer Online Game – MMOG) felhasználói tábora az egész világon évről-évre emelkedik, és az egyre jobb háromdimenziós megjelenítés lehetőségével egyre több játéktípus is jött létre.

. ÁBRA SOKSZEREPLŐS INTERNETES JÁTÉKTÍPUSOK (MMOG-K)



Az MMOG-ken belül többféle játéktípust lehet megkülönböztetni, melyek közül a legnépszerűbbek:

- az MMOFPS-ek (Massively Multiplayer Online First Person Shooter, vagyis sokszereplős internetes belül nézős lövöldözős játékok) amelyben a felhasználók együttesen, vagy egymás ellen küzdve oldanak meg harci feladatokat;

- az MMORTS-ek (MMO Real Time Strategy, vagyis sokszereplős internetes stratégiai játékok), ahol akár több ezer játékos egyszerre is megvalósíthat stratégiai feladatokat;
- az MMORPG-k (MMO role-playing game, vagyis masszívan többszereplős online szerepjátékok).

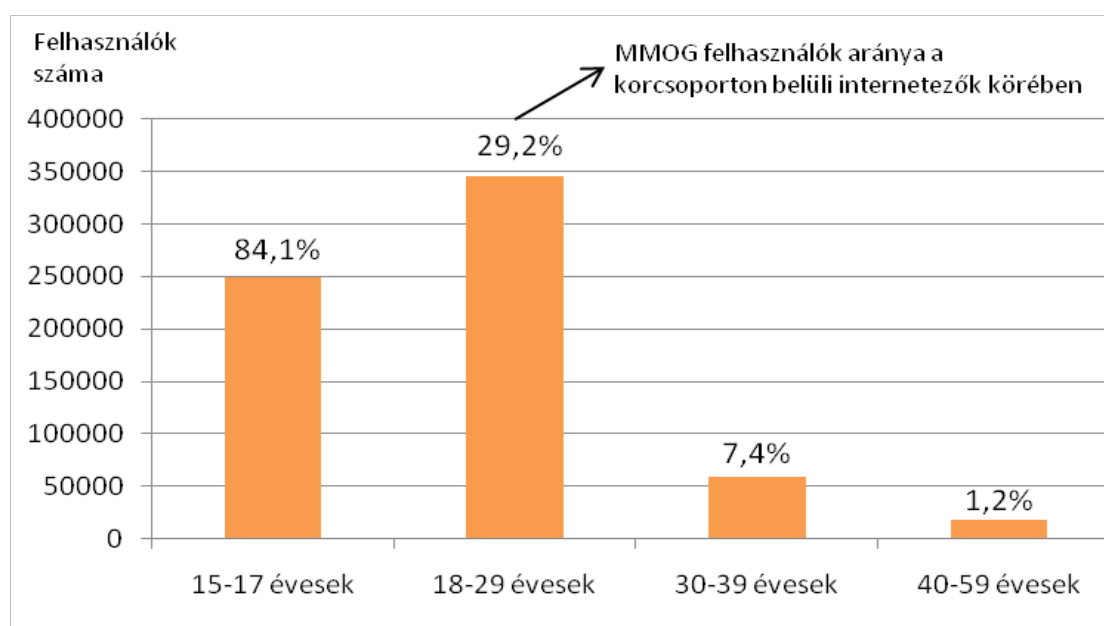
Ugyanakkor a felsoroltakon kívül már majdnem minden játéktípusból készült olyan, amelyet csak internet kapcsolatán keresztül lehet igénybe venni (menedzsment játékok; sportjátékok; versenyjátékok; szociális játékok, mint pl. a Second Life stb.).

Az MMORPG játékok egyértelműen a legtöbb felhasználót vonzzák, a legtöbb játékefejlesztés is a masszívan többszereplős online szerepjátékok létrehozására irányul (a Wikipedia szerint több mint kétszáz, a www.onrpg.com szerint több mint háromszáz MMORPG létezik a világban), a játékok megközelítőleg 70%-a pedig képzelt (fantasy) világban játszódik. A Magyarországon is legnépszerűbbnek számító World of Warcraft havidíja megközelítőleg 13 euró, ami kb. 3600 Ft-os kiadást jelent egy játékosnak.

Magyar online játékosok

A GKleNET – T-Mobile 2010. áprilisban 1500 fő megkérdezésével készített felmérése alapján a magyar internetezők 65 százaléka, vagyis 2,3 millió fő játszik valamilyen rendszerességgel online játékkal, (a 14-74 éves magyar lakosságból 2009 végén 3,5 millió fő volt internetezőnek tekinthető). A már több mint 670 ezer fős hazai MMOG tábor éppúgy játszik stratégiai játékokkal, mint online szerepjátékokkal. Közülük a legtöbb magyarországi MMOG felhasználó a 18-29 éves internetezők közül kerül ki (346 ezer fő), míg arányaiban a 15-17 éves korosztályban játszanak a legtöbben (250 ezer fő, a korcsoport internet felhasználóinak 84%-a). A 30-39 és a 40-59 évesek között az arány már jóval alacsonyabb (az előbbi esetében 58 ezer fő, míg az utóbbi esetében 17 ezer fő játszik valamilyen rendszerességgel valamilyen MMOG játékkal).

ÁBRA SOKSZEREPLŐS INTERNETES JÁTÉKOK (MMOG-K) MAGYARORSZÁGI FELHASZNÁLÓI TÁBORA



Forrás: GKleNET – T-Mobile

A gazdasági recesszió ellenére mind a játékkonzolokra, mind a PC-kre fejlesztett MMOG játékok piaca növekedni tud Magyarországon, a kutatás során megkérdezett játékosok 72%-a havi szinten elfogadhatónak tart 2000 Ft körüli kiadást kedvenc játékára.