



کد خبر: ۲۸۳۶۰۱
جمعه ۱۱ تیر ۱۴۰۰ ۰۵:۰۵

آماري از بازي‌هاي پلتفرم رایانه در ایران

در گزارش «نمای نزدیک- پلتفرم رایانه: بازیابی» سعی شده است تحلیل آماری نسبتاً جامعی از میزان و نحوه‌ی بازي کردن بر روی رایانه‌های شخصی و لپ‌تاپ در کل کشور ارائه شود.

عنوان گزارش

نمای نزدیک ۱۳۹۴ – پلتفرم رایانه: بازیابی

متولی طرح پژوهشی

بنیاد ملی بازي ­های رایانه ­ای

شیوه اجرا – روش نمونه گیری

پیمایش – تلفیقی (طبقه ­ای / خوشه ­ای چند مرحله ­ای)

جامعه آماری

افرادی که حداقل یک ساعت در هفته بازي می ­کنند.

اگرچه آمارها حاکی از آن است که بازی‌های رایانه‌ای به نسبت بازی‌های موبایلی در کشور مخاطب بسیار کمتری دارند اما به دلیل اهمیت بازی‌های رایانه‌ای در دنیا، اطلاعات منتشر شده در این گزارش می‌تواند به مثابه پایه‌ای برای احیا و بازیابی بازی‌های این پلتفرم در ایران قرار گیرد. اگر صرفاً بر روی اطلاعات بازار این نوع بازی‌ها متمرکز شویم شاید هیچ وقت نفهمیم که سهمی در حدود ۶۵ درصد از بازیکنان بازی‌های رایانه‌ای وجود دارند که فایل یا نسخه فیزیکی بازی را از دوستان و آشنایان خود بدون پرداخت کمترین مبلغی بدست می‌آورند و این مسئله می‌تواند به عنوان یکی از دلایل عمده کم رونقی بازار این بازی‌ها محسوب شود که مدیران عالی و سیاست‌گذاران می‌توانند انواع راه‌حل‌های ممکن را برای رفع این مشکل و یا تبدیل آن به یک فرصت در پیش گیرند.

انتشار این گزارش در شرایطی است که تا پیش از این، هیچگونه آمار اختصاصی، در مقیاس ملی و قابل اعتنایی از این حوزه وجود نداشته است. بخش عمده و غالب این گزارش، مستخرج از پیمایشی ملی است که داده‌های آن به طور مستقیم از کاربران نهایی بازی‌های دیجیتالی در مراکز استان‌ها، شهرهای تابعه و نواحی روستایی بدست آمده است.

در این گزارش، آمارهای قابل توجهی درباره بازی‌های پلتفرم رایانه برای اولین بار منتشر شده است. هزینه ۴۲ میلیاردی بازیکنان این پلتفرم در سال ۹۴ و همچنین وجود ۴.۷ میلیون بازیکن رایانه‌ای از جمله این آمار است.

مهم‌ترین یافته‌ها؛shy&

تعداد بازیکنان: ۵۱ درصد بازیکنان رایانه‌ای؛shy& از رایانه، بیش از سایر پلتفرم‌ها؛shy& برای بازی استفاده می‌کنند که به آنها بازی؛shy& باز رایانه‌ای؛shy& می‌گوییم. ۲۶ درصد از بازیکنان رایانه‌ای؛shy& و ۳۵ درصد بازی؛shy& بازان رایانه‌ای؛shy& هر روز بازی می‌کنند.

مردان و زنان: ۲۷ درصد بازیکنان زن هستند. زنان به طور متوسط ۳۳ دقیقه در روز و مردان به طور متوسط ۴۵ دقیقه در روز بازی می‌کنند. مردان بیش از زنان فقط با رایانه شخصی بازی می‌کنند. بازی؛shy& های ورزشی و تیراندازی در مردان و بازی؛shy& های معمایی و مدیریت و شبیه‌سازی؛shy& در زنان بیشتر طرفدار دارد.

سن بازیکنان و خریداران: مخاطب اصلی بازی‌های رایانه‌ای در گروه سنی ۱۲ تا ۱۹ سال قرار دارند و متوسط سن آنها ۱۸ سال است. کودکان بیشتر از سایر گروه‌های سنی فقط با رایانه شخصی بازی می‌کنند.

توجه به الزامات اخلاقی: توجه به رده‌بندی سنی بازی‌ها در سال‌های اخیر رو به افزایش است و در سال اجرای پیمایش، گروهی که اصلاً توجهی به رده‌بندی‌ها نداشته‌اند ۲۹ درصد بوده‌اند.

رده‌بندی بازی‌ها: در حدود ۶ درصد بازی‌ها توسط اسرا، [۱] اصلاً توصیه نمی‌شوند و ۲۵ درصد در گروه بازی‌های +۱۸ قرار گرفته‌اند.

انواع بازی‌های طرفدار: محبوب‌ترین ژانر بازی‌ها؛ بازی‌های پرتفردار: محبوب‌ترین ژانر بازی‌ها؛ بازی‌های پرتفردارتر از ده ژانر دیگر هستند. بازی‌های نصبی بدون نیاز به اینترنت، با اختلاف زیاد بیش از بازی‌های تحت مرورگر (مانند Travian) یا نصبی گروهی (مانند World of Warcraft) طرفدار دارند.

محل بازی: منزل شخصی و پس از آن منزل دوستان و اقوام. ۹۷ درصد بازی‌ها؛ بازی‌های رایانه‌ای در منزل خود بازی می‌کنند.

تهیه بازی: دریافت فایل یا DVD از اطرافیان و دوستان (تبادل)، در رده نخست نحوه دسترسی قرار دارد.

دلیل بازی‌ها؛ مهم‌ترین دلیل بازی‌ها؛ بازی‌ها؛ بازی‌ها؛ لذت؛ بخش بودن بازی است و پس از آن، پر کردن اوقات تنهایی قرار دارد. در زنان و در گروه سنی جوان، جایگاه این دو دلیل عوض می‌شود.

اصلی‌ترین شیوه بازی: به تنهایی بازی‌ها؛ ۹۱ درصد بازی‌ها؛ بازی‌ها؛ تنهایی بازی می‌کنند.

مدت بازی کردن در طول روز: بازیکنان ۴۰ دقیقه و بازی shy& بازان ۷۶ دقیقه. ۴ درصد از بازیکنان مرد و ۱ درصد از بازیکنان زن در گروه بازیکنان حرفه shy& ای (بیش از ۲۶۰ دقیقه در روز) قرار می‌گیرند.

روش اطلاع از بازی shy& های جدید: در ۷۵ درصد بازی shy& بازان از طریق دوستان بوده است. خانواده با ۳۲ درصد در رده بعدی قرار دارد. توجه زنان و کودکان به خانواده، اندکی بیش از سایر گروه shy& ها بوده است.

روش اظهار نظر در مورد بازی shy& ها: ۸۰ درصد بازی shy& بازان ترجیح می‌دهند نظر خود را در مورد بازی shy& ها با دوستانشان در میان بگذارند. خانواده با ۶۴ درصد در رده بعدی قرار دارد. زنان و نوجوانان تمایل بیشتری به گپ زدن با دوستان درباره بازی shy& ها دارند.

رسانه shy& ها: رسانه اول بازی shy& بازان تلویزیون و پس از آن موسیقی است. بازی، کتاب و سینما در رده shy& های بعد قرار دارند.

فعالیت مستمر پراهمیت: در بازی shy& بازان مرد فعالیت ورزشی و در بازی shy& بازان زن رفتن به میهمانی است.

فعالیت عمده در اینترنت: نخست استفاده از برنامه shy& های پیام shy& ; رسان و پس از آن جستجوی اطلاعات است.

خریداران بازی: در گروه سنی کودک، نوجوان و جوان در حدود ۱۴ درصد و در گروه میانسال در حدود ۳ درصد هستند. میزان هزینه سالانه بازیکنان و بازی shy& بازان جوان برای خرید بازی در حدود دو برابر سایر گروه shy& های سنی است.

جریان اقتصادی بازی shy& های دیجیتال:

۷۲ درصد درآمد ناشی از فروش بازی‌های دیجیتال، از بازی‌های پلتفرم رایانه بوده است.

۱۳ درصد بازیکنان رایانه‌ای و ۱۱ درصد بازی‌بازان رایانه‌ای بازی می‌کنند.

روش پرداخت با اختلاف زیاد نسبت به سایر روش‌ها، پرداخت نقدی یا از طریق دستگاه POS است.

متوسط پرداخت سالانه بازیکنان نیمه حرفه‌ای (۸۳ تا ۲۶۰ دقیقه بازی در طول روز) بیش از دو گروه بازیکنان حرفه‌ای و مبتدی است.

سهم بازی‌بازان از جمعیت بازیکنان کلان‌سهم (بیش از ۳۶۰ هزار تومان در سال) و بدون خرج، ۴۷ درصد است. سهم بازی‌بازان از جمعیت بازیکنان خرده‌خرج (تا ۱۰۰ هزار تومان) و میان‌سهم (از ۱۰۰ تا ۳۶۰ هزار تومان) ۵۶ و ۵۱ درصد است.

[۱] نظام ارزیابی و رده‌بندی سنی بازی‌های رایانه‌ای (ESRA) یک سازمان نظارتی ایرانی است که به رده‌بندی سن و امتیاز دادن به محتواهای آسیب‌رسان در بازی‌های رایانه‌ای می‌پردازد. این شرکت در سال ۱۳۸۶ توسط بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای ایران تأسیس شده و دارای وضعیت یک پروژه تحقیقاتی است.