

بررسی صنعت بازی در مناطق منتخب اروپا، ترکیه، عربستان سعودی و
امارات متحده عربی



DIREC
Digital games Research Center

دانش هدایتگر
تفاوتهاست





شناسنامه گزارش

عنوان: بررسی صنعت بازی در مناطق منتخب اروپا، ترکیه، عربستان سعودی و امارات متحده عربی
پدیدآورندگان: شرکت هوشمند اول بهشتی (هاب) و بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، معاونت پژوهش

تهیه و تنظیم: مهدیه رحمانی

تاریخ انتشار: زمستان ۱۴۰۴

نشانی: میدان هفت تیر، خیابان مفتح شمالی، کوچه گلزار غربی، نبش زیرک زاده، شماره ۳۲،

کدپستی: ۱۵۷۵۷۴۵۳۱۱

تماس: ۰۲۱۸۸۳۱۰۳۷۰

وبسایت: www.ircg.ir

اینستاگرام: iranvideogame

بختش اول

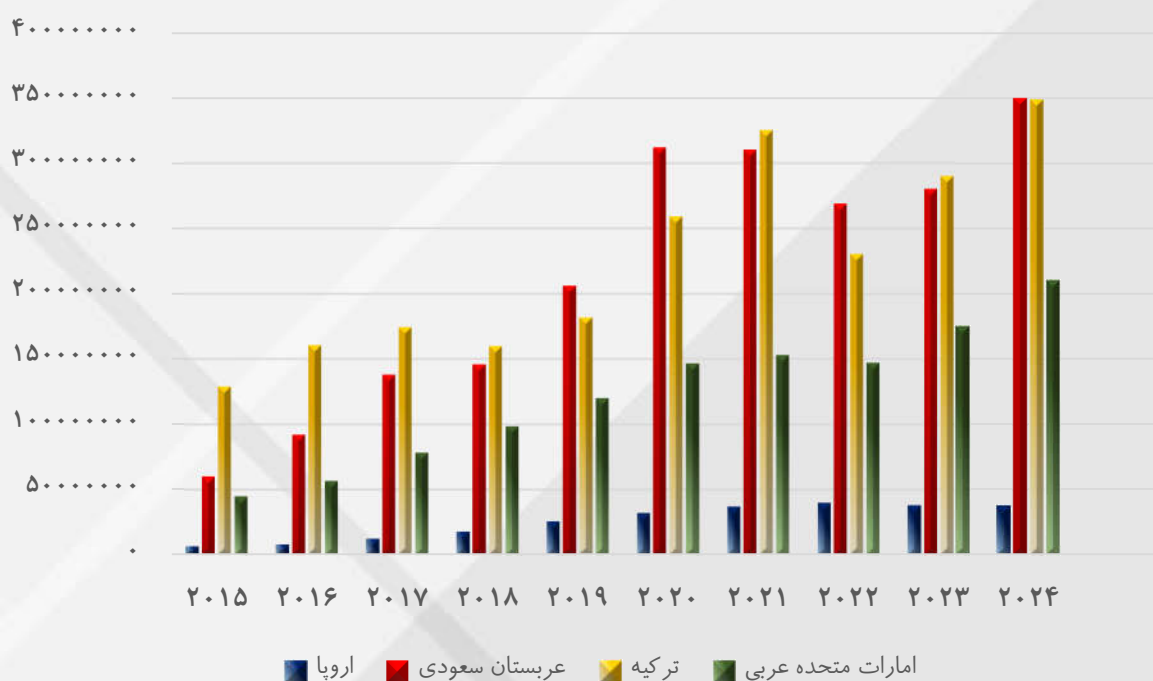
روند درآمد و
دانلود مناطق
منتخب



تحلیل درآمد مناطق منتخب

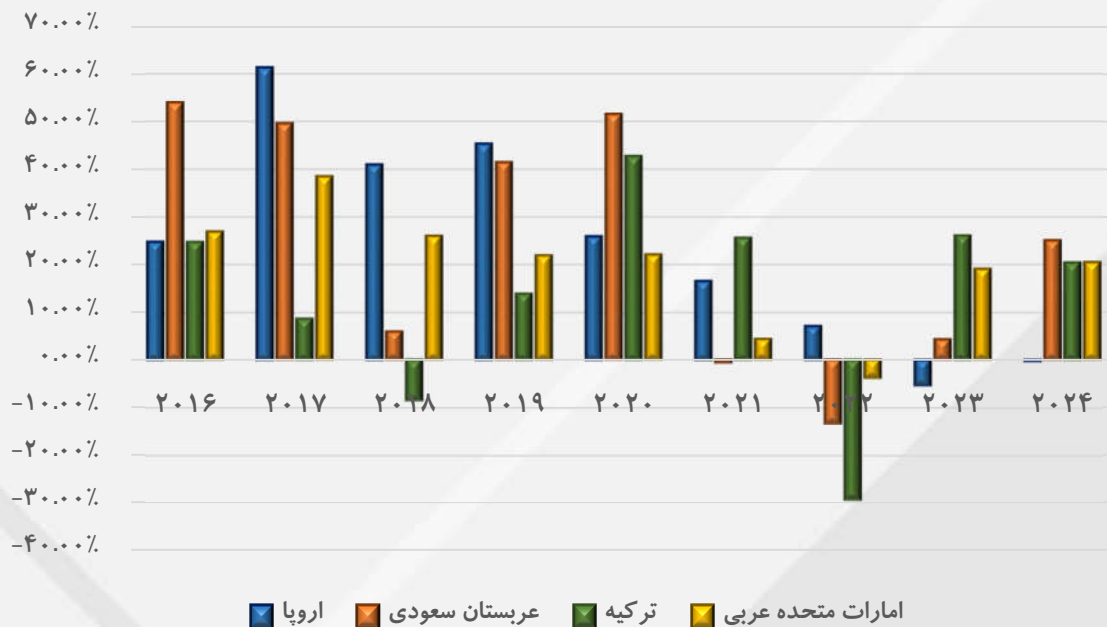
نمودار ارائه شده روند درآمد صنعت بازی در اروپا، ترکیه، عربستان سعودی و امارات متحده عربی را طی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۴ نشان می‌دهد. داده‌ها حاکی از افزایش پایدار درآمد در تمامی مناطق است، با این حال شدت رشد بین مناطق تفاوت چشمگیری دارد.

نمودار ۱ درآمد سالانه مناطق



از منظر درآمد، اروپا از ۶,۱۲۷,۳۳۰ دلار در سال ۲۰۱۵ به ۳۷,۴۱۲,۳۶۱ دلار در سال ۲۰۲۴ رسیده است. ترکیه از ۱۲۸,۵۶۹,۰۷۲ دلار به ۳۴۸,۶۲۷,۱۴۳ دلار، عربستان سعودی از ۵۹,۸۱۰,۰۷۹ دلار به ۳۴۹,۹۳۱,۹۰۳ دلار و امارات متحده عربی از ۴۴,۵۱۵,۵۱۵ دلار به ۲۱۰,۲۷۲,۵۳۷ دلار در همین دوره افزایش یافته‌اند. در مجموع، درآمد این چهار منطقه از ۲۳۹,۰۲۱,۹۹۶ دلار در ۲۰۱۵ به ۹۴۶,۲۴۳,۹۲۴ دلار در ۲۰۲۴ رسیده که ظرفیت بالای صنعت بازی را نشان می‌دهد.

نمودار ۲ رشد سال به سال در آمد



اروپا، با وجود سهم بالای بازار، به دلیل بلوغ و اشباع نسبی، رشد کندتری تجربه کرده است. به عنوان مثال، بیشترین رشد سالانه اروپا در سال ۲۰۱۷ با ۶۱.۲۳٪ ثبت شده، اما در دوره ۲۰۲۲ تا ۲۰۲۴ رشد محدود یا منفی مشاهده می‌شود (-۵.۲۹٪ در ۲۰۲۳ و منفی ۰.۲۳٪ در ۲۰۲۴)، که نشان‌دهنده بلوغ بازار و کاهش ظرفیت رشد سریع است. در مقابل، ترکیه و کشورهای عربی، به ویژه عربستان سعودی و امارات متحده عربی، نرخ رشد سریعتری داشته‌اند که نشان‌دهنده ظرفیت بالقوه این بازارها برای توسعه صنعت بازی است. ترکیه به عنوان بازار در حال توسعه، روندی نوسانی دارد؛ برخی سال‌ها کاهش شدید مشاهده می‌شود (منفی ۸.۴۴٪ در ۲۰۱۸ و منفی ۲۹.۲۳٪ در ۲۰۲۲) اما رشد بلندمدت مثبت است و سال ۲۰۲۰ با رشد فوق‌العاده ۴۲.۶٪ همراه بوده است. عربستان سعودی نیز تا سال ۲۰۲۰ رشد پایدار و مثبت داشته است (۵۱.۴۴٪ در ۲۰۲۰) و پس از آن، در سال‌های ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ کاهش رشد مشاهده می‌شود که ناشی از نوسانات اقتصادی و تغییر سیاست‌های صنعتی است و در ۲۰۲۳ و ۲۰۲۴ مجدداً روند مثبت بازگشته است. امارات متحده عربی نیز رشد سالانه نسبتاً پایدار دارد، هرچند در سال ۲۰۲۲ کاهش جزئی منفی ۳.۸۲٪ دیده شده است.

جمع‌بندی:

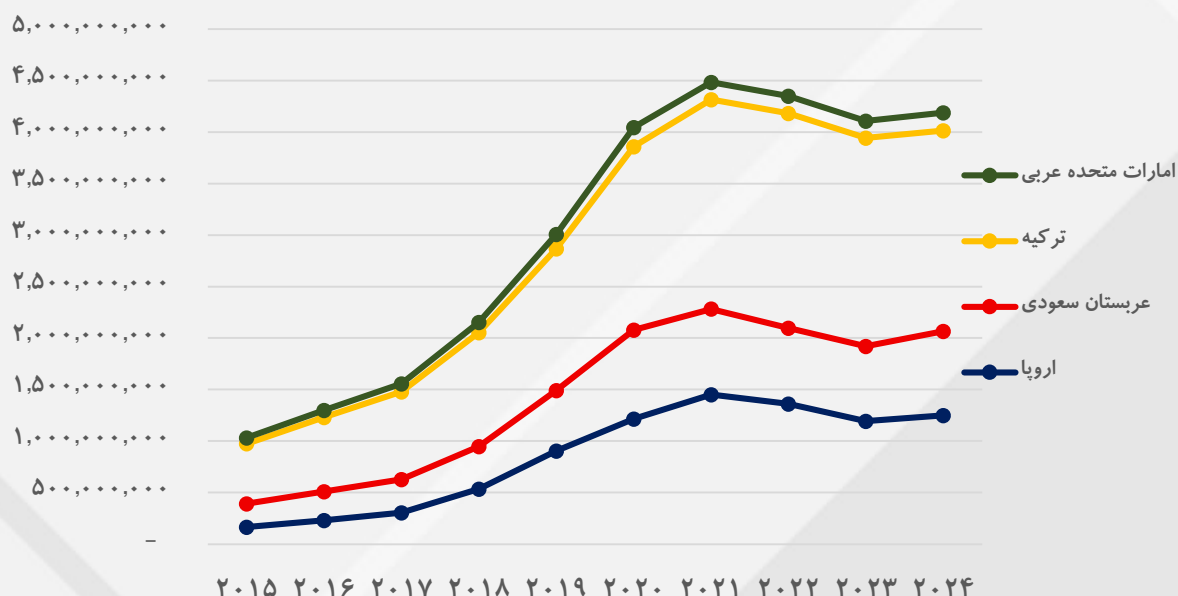
- بازارهای بالغ (اروپا و امارات) رشد کند و پیش‌بینی‌پذیر دارند و عمدتاً بر تثبیت درآمد و حفظ سهم بازار تمرکز کرده‌اند.
- بازارهای نوظهور (ترکیه و عربستان سعودی) نوسانات بیشتری دارند و رشد دوره‌ای بالایی تجربه کرده‌اند، که فرصت‌های بالقوه سرمایه‌گذاری و توسعه بازار را نشان می‌دهد.
- به طور کلی، سرمایه‌گذاری در بازارهای نوظهور خاورمیانه و ترکیه می‌تواند منجر به افزایش قابل توجه سهم بازار و درآمد شود، در حالی که بازارهای بالغ بیشتر به تثبیت درآمد پرداخته‌اند.



تحلیل داندلود مناطق منتخب

جدول ارائه‌شده روند تعداد داندلودهای بازی در اروپا، ترکیه، عربستان سعودی و امارات متحده عربی را طی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۴ نشان می‌دهد. داده‌ها بیانگر افزایش قابل توجه تعداد داندلود در تمامی مناطق است، هرچند رشد با نوسانات مشخصی همراه بوده است.

نمودار ۳ دانلود مناطق منتخب



در اروپا، تعداد دانلودها از ۱۶۶,۱۳۴,۱۴۵ در سال ۲۰۱۵ به ۱,۲۵۰,۶۱۷,۸۴۱ در سال ۲۰۲۴ رسیده است. این بازار نوسانات زیادی داشته و بیشترین رشد دانلود در سال ۲۰۱۸ رخ داده که ناشی از شیوع بیماری کرونا بوده است. از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۸ رشد تعداد دانلود اروپا قابل توجه بود، اما پس از آن روند رشد کاهش یافته و در سال ۲۰۲۴ تنها ۴.۶۴٪ رشد سالانه تجربه کرده است.

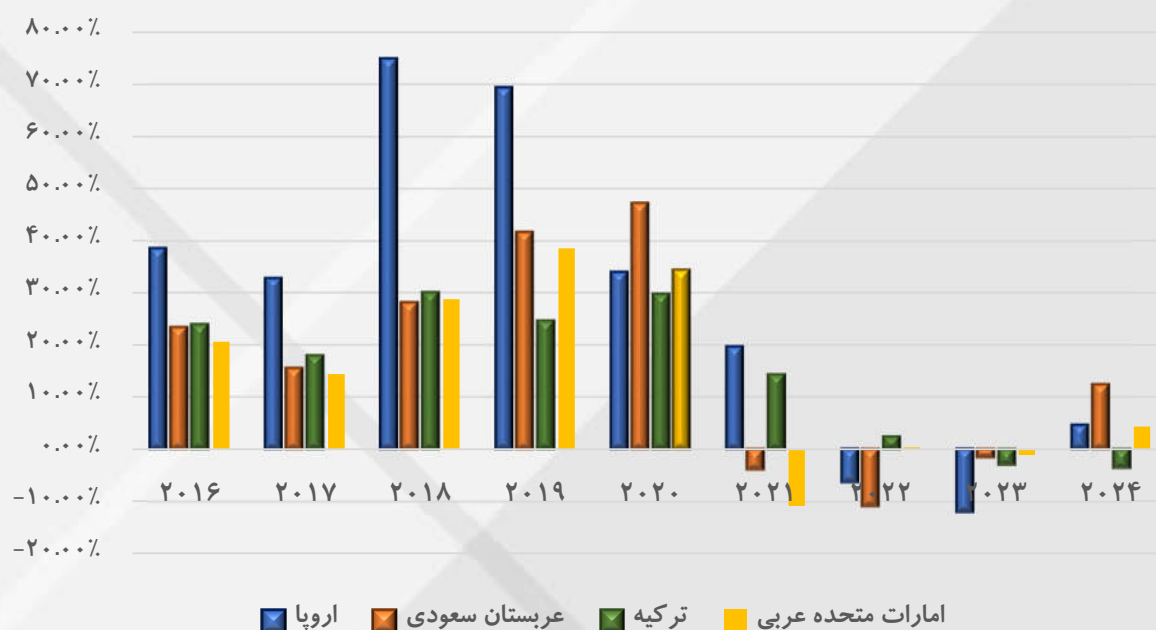
در عربستان سعودی، تعداد دانلودها از ۲۲۷,۲۴۵,۳۶۷ در سال ۲۰۱۵ به ۸۱۶,۷۷۲,۰۲۹ در سال ۲۰۲۴ افزایش یافته است. این بازار نیز نوسانات قابل توجهی داشته و پس از سال ۲۰۲۰ رشد دانلود محدود یا منفی بوده، اما در سال ۲۰۲۴ با رشد ۱۲.۳۷٪، بیشترین نرخ رشد سالانه را در میان چهار منطقه به خود اختصاص داده است.

ترکیه، به عنوان یک بازار در حال توسعه، از ۵۸۱,۸۷۹,۲۷۶ دانلود در سال ۲۰۱۵ به ۱,۹۴۷,۸۲۵,۵۲۴ در سال ۲۰۲۴ رسیده است. روند دانلود در ترکیه نیز نوسانی بوده و پس از رشد بالای سالهای ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰،

در سال‌های بعد کاهش قابل توجهی داشته است. در نهایت، رشد سالانه دانلود ترکیه در سال ۲۰۲۴ معادل ۳.۶۰٪ بوده است.

امارات متحده عربی از ۵۶,۹۶۲,۶۵۲ دانلود در سال ۲۰۱۵ به ۱۷۳,۳۶۵,۳۰۸ در سال ۲۰۲۴ رسیده است. این بازار هم همانند سایر مناطق، نوساناتی را تجربه کرده و در سال ۲۰۲۴ رشد سالانه دانلود ۴.۲۹٪ را ثبت کرده است.

نمودار ۴ رشد سال به سال دانلود



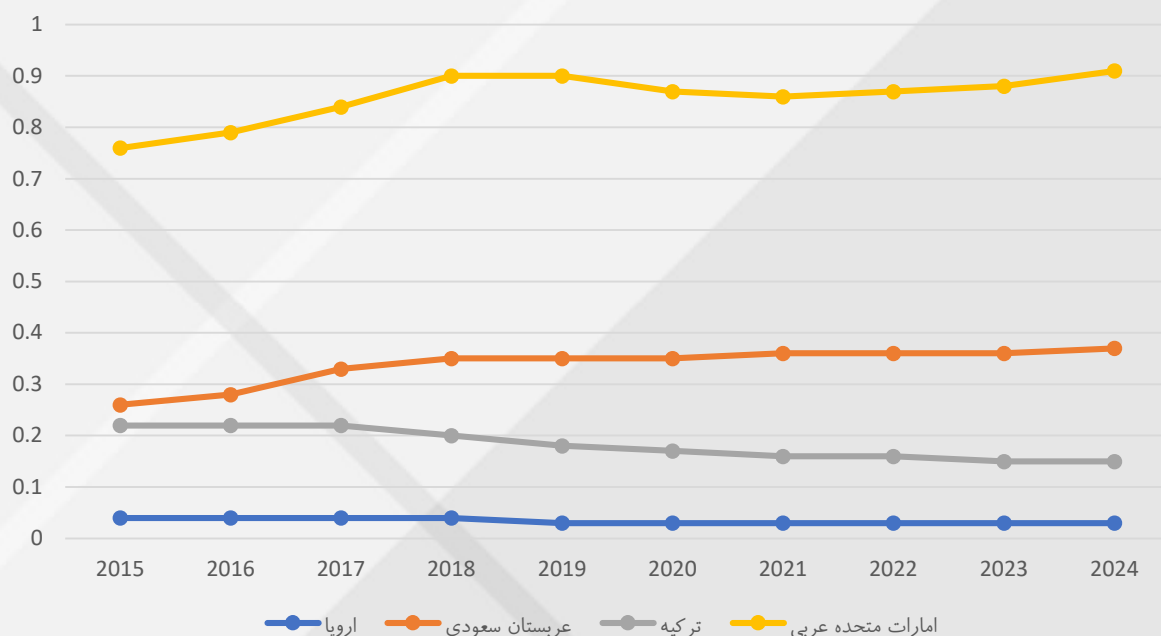
در مجموع، صنعت بازی در این چهار منطقه طی ده سال، ۳۰,۲۳۰,۳۴۹,۵۷۳ دانلود داشته است. تحلیل روند نشان می‌دهد که بازارهای نوظهور (ترکیه و عربستان سعودی) با وجود نوسانات، رشد قابل توجهی در تعداد دانلودها داشته‌اند، در حالی که بازار اروپا رشد متعادل و نسبتاً پایدار و بازار امارات رشد مثبت اما محدود داشته‌اند.



تحلیل درآمد به ازای هر دانلود

تحلیل درآمد به ازای هر دانلود Revenue per Download (RPD) در چهار بازار اروپا، ترکیه، عربستان سعودی و امارات متحده عربی طی بازه زمانی ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۴ نشان‌دهنده الگوهای متفاوت و ویژگی‌های متمایز هر بازار است.

نمودار ۵ تحلیل درآمد به ازای هر دانلود



در اروپا، درآمد به ازای هر دانلود در طول این ده سال در محدوده ۰.۰۳ تا ۰.۰۴ دلار تثبیت شده است که نشان‌دهنده ثبات و بلوغ بازار است. این رقم پایین اما پایدار، حاکی از اشباع نسبی بازار و رفتار محافظه‌کارانه کاربران اروپایی در مصرف داخل بازی است. سایر بازارها نیز نوسانات کمتری داشته‌اند، اما روند کلی با ویژگی‌های خاص هر منطقه متفاوت است.

در ترکیه، RPD از ۰.۲۲ دلار در سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۷ ثابت بود، اما در سال ۲۰۱۸ روند کاهشی را تجربه کرد و در نهایت در سال‌های ۲۰۲۲ و ۲۰۲۳ به ۰.۱۵ دلار رسید و تثبیت شد. این کاهش نشان‌دهنده فشارهای اقتصادی و رقابت شدید در بازار و همچنین حساسیت کاربران به هزینه در بازی‌ها است.

بازار امارات متحده عربی بیشترین نوسان و بالاترین RPD را در میان این چهار منطقه دارد، به طوری که از ۰.۷۶ دلار در سال ۲۰۱۵ به ۰.۹۱ دلار در سال ۲۰۲۴ رسیده است. این مقدار بالای درآمد به ازای هر دانلود نشان‌دهنده کاربران وفادار و تمایل بالای آنها به صرف هزینه در بازی‌ها است و بیانگر ظرفیت بالای سودآوری برای توسعه‌دهندگان در این بازار است.

در عربستان سعودی، RPD روندی مثبت و نسبتاً پایدار داشته است و از ۰.۲۶ دلار در سال ۲۰۱۵ به ۰.۳۷ دلار در سال ۲۰۲۴ رسیده است. این افزایش نشان‌دهنده مدل درآمدی پایدار و تمایل کاربران به هزینه کردن در بازی‌ها است. به طور کلی، داده‌ها نشان می‌دهند که کاربران در کشورهای عربی نسبت به سایر بازارها، تمایل بیشتری به خرج کردن در بازی‌ها دارند و این بازارها فرصت بالایی برای توسعه و درآمدزایی دارند.

تحلیل سهم درآمد بازارهای منطقه

جدول ۱ سهم مناطق مختلف از درآمد کل سالانه

سال	درآمد کل	اروپا	عربستان سعودی	ترکیه	امارات متحده عربی
2015	239021996	2.56%	25.02%	53.79%	18.62%
2016	316408857	2.42%	29.08%	50.66%	17.84%
2017	402035824	3.07%	34.21%	43.30%	19.42%
2018	420709253	4.13%	34.61%	37.89%	23.38%
2019	532284755	4.74%	38.67%	34.09%	22.51%
2020	748355218	4.24%	41.65%	34.58%	19.53%
2021	824324173	4.49%	37.60%	39.41%	18.50%
2022	684776741	5.78%	39.21%	33.58%	21.42%
2023	781740987	4.80%	35.81%	37.06%	22.33%
2024	946243944	3.95%	36.98%	36.84%	22.22%

تحلیل سهم درآمد بازارهای منطقه‌ای نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۵، ترکیه با ۵۳.۷۹ درصد بیشترین سهم را از مجموع درآمد چهار بازار (اروپا، عربستان سعودی، ترکیه و امارات متحده عربی) در اختیار داشته است. پس از آن، عربستان سعودی با ۲۵.۰۲ درصد، امارات متحده عربی با ۱۸.۶۲ درصد و اروپا با ۲.۵۶ درصد در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. این الگو بیانگر تمرکز درآمدی بالای بازار ترکیه در آغاز دوره مورد بررسی است. با این حال، تا سال ۲۰۲۴ ساختار سهم درآمدی این بازارها تغییر قابل‌توجهی یافته است. در این سال،

سهم اروپا به ۳.۹۵ درصد، عربستان سعودی به ۳۶.۹۸ درصد و امارات متحده عربی به ۲۲.۲۲ درصد افزایش یافته، در حالی که سهم ترکیه به ۳۶.۸۴ درصد کاهش پیدا کرده است.

این تغییر بیانگر جابجایی تدریجی مرکز ثقل درآمدی از ترکیه به بازارهای عربی است. کاهش سهم ترکیه را می‌توان ناشی از اشباع نسبی بازار، فشارهای اقتصادی و رقابت بالا دانست، در حالی که رشد پایدار سهم کشورهای عربی به ویژه عربستان و امارات، حاکی از افزایش توان خرید کاربران، رشد بازار بازی‌های موبایلی و گسترش زیرساخت‌های دیجیتال در این کشورهاست.

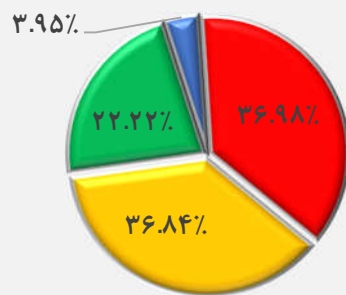
جدول ۲ سهم مناطق مختلف از درآمد کل ده ساله

اروپا	عربستان سعودی	ترکیه	امارات متحده عربی	
۴.۲۷٪	۳۶.۶۵٪	۳۸.۲۶٪	۲۰.۸۲٪	سهم از درآمد کل ده ساله

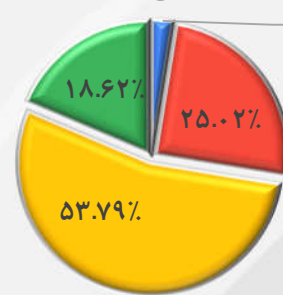
به طور کلی، روند ده‌ساله نشان می‌دهد که در حالی که ترکیه جایگاه غالب خود را از دست داده است، بازارهای عربی به محور جدید رشد درآمدی در منطقه تبدیل شده‌اند و اروپا نیز با وجود سهم پایین، رشد آهسته اما باثباتی را تجربه کرده است.

نمودار ۷ مقایسه سهم درآمد مناطق منتخب

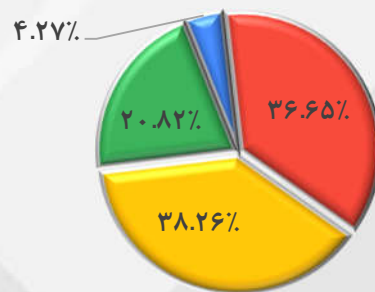
سهم هر کشور از مجموع درآمد سال ۲۰۲۴



سهم هر کشور از مجموع درآمد سال ۲۰۱۵

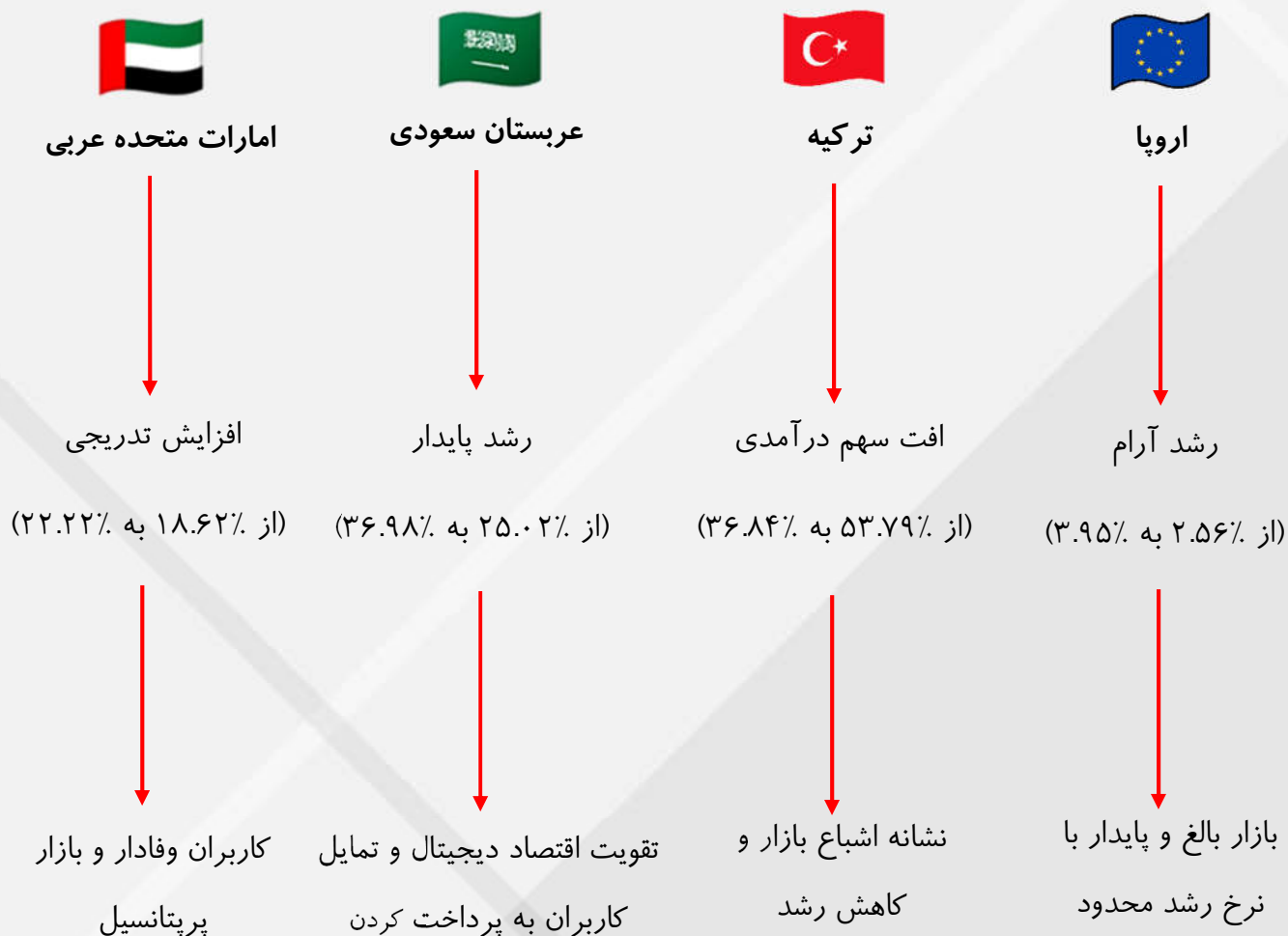


سهم هر کشور از مجموع درآمد ده ساله



■ اروپا
 ■ عربستان سعودی
 ■ ترکیه
 ■ امارات متحده عربی

جمع‌بندی تحلیلی:



تحلیل نرخ رشد مرکب در بازارهای منتخب

جدول ۳ نرخ رشد مرکب درآمد

امارات متحده عربی	ترکیه	عربستان سعودی	اروپا	
۱۶.۸۰٪	۱۰.۴۹٪	۱۹.۳۲٪	۱۹.۸۳٪	رشد مرکب درآمد

بررسی نرخ رشد مرکب (CAGR) طی بازه‌ی ده‌ساله‌ی ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۴ نشان می‌دهد که بازار اروپا با ۱۹.۸۳ درصد رشد درآمد، بالاترین نرخ رشد را در میان این چهار منطقه داشته است. پس از آن، عربستان سعودی با ۱۹.۳۲ درصد و امارات متحده عربی با ۱۶.۸۰ درصد در جایگاه‌های بعدی قرار گرفته‌اند، در حالی که ترکیه با ۱۰.۴۹ درصد کمترین نرخ رشد درآمد را تجربه کرده است. این الگو نشان می‌دهد که اگرچه ترکیه در آغاز دهه سهم بالایی از درآمد بازار را در اختیار داشت، اما شتاب رشد آن در سال‌های اخیر کاهش یافته است.

جدول ۴ نرخ رشد مرکب دانلود

اروپا	عربستان سعودی	ترکیه	امارات متحده عربی	
۲۲.۳۷٪	۱۳.۶۵٪	۱۲.۸۴٪	۱۱.۷۷٪	رشد مرکب دانلود

در بخش تعداد دانلودها نیز بازار اروپا با ۲۲.۳۷ درصد رشد مرکب، عملکردی چشمگیر داشته است. پس از آن عربستان سعودی با ۱۳.۶۵ درصد، ترکیه با ۱۲.۸۴ درصد و امارات متحده عربی با ۱۱.۷۷ درصد قرار دارند. این آمار بیانگر افزایش قابل‌توجه تقاضای کاربران اروپایی برای تجربه بازی‌های دیجیتال است، در حالی که بازارهای عربی رشد ملایم‌تری را تجربه کرده‌اند.

جدول ۵ نرخ رشد مرکب درآمد به ازای هر دانلود

اروپا	عربستان سعودی	ترکیه	امارات متحده عربی	
-۲.۵۱٪	۳.۶۳٪	-۳.۳۷٪	۱.۹۱٪	رشد مرکب RPD

در نهایت، بررسی درآمد به‌ازای هر دانلود (RPD) نشان می‌دهد که بیشترین رشد مرکب در عربستان سعودی با ۳.۶۳ درصد بوده است. پس از آن، ترکیه با ۳.۳۷ درصد، اروپا با ۲.۵۱ درصد و امارات متحده عربی با ۱.۹۱ درصد قرار دارند. این روند نشان می‌دهد که کاربران عربستانی و ترکیه‌ای تمایل بیشتری به

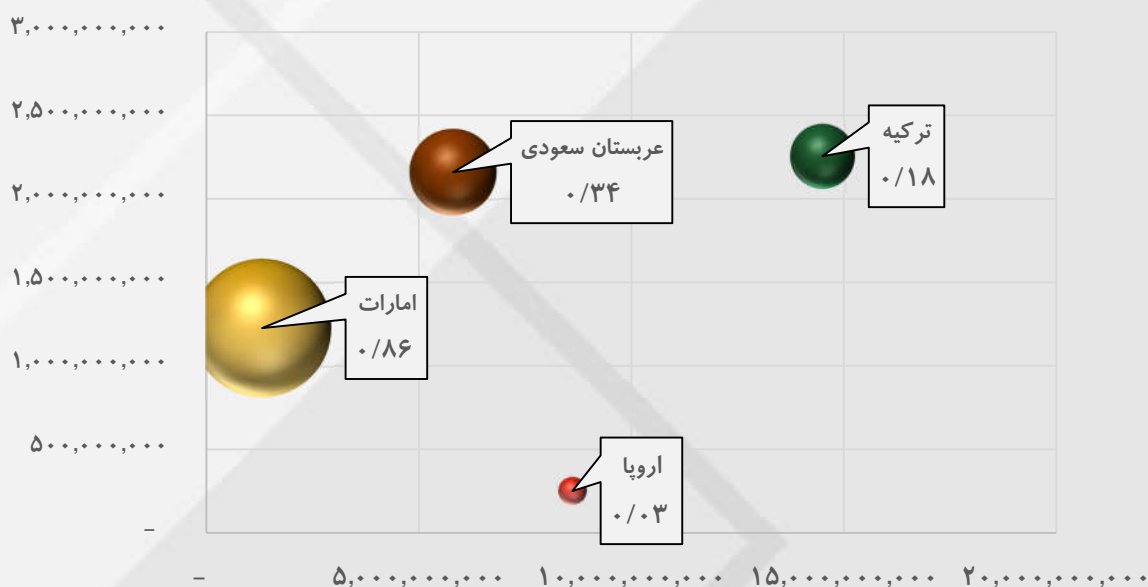
هزینه کرد در بازی‌ها داشته‌اند، در حالی که بازار اروپا با وجود رشد کندتر، ثبات و پایداری قابل‌توجهی را حفظ کرده است.

به‌طور کلی، می‌توان گفت که اروپا از نظر رشد تعداد کاربران و دانلودها پیش‌تاز است، اما عربستان سعودی در تبدیل تعامل کاربر به درآمد (monetization) عملکرد بهتری دارد.



تحلیل سه‌بعدی درآمد، دانلود و درآمد به ازای هر دانلود (rpd)

نمودار ۸ تحلیل سه‌بعدی



نمودار شماره ۸ بر مبنای میانگین سه شاخص درآمد، تعداد دانلود و درآمد به ازای هر دانلود (ARPD) ترسیم شده و امکان مقایسه هم‌زمان کیفیت درآمدزایی و مقیاس بازار را فراهم می‌کند.

بر اساس این داده‌ها، میانگین مقدار درآمد به ازای هر داندلود در اروپا برابر با 0.03 است که نشان می‌دهد علی‌رغم حجم بالای نصب، شدت درآمدزایی به ازای هر کاربر در این بازار پایین است. در مقابل، میانگین این مقدار در امارات متحده عربی با 0.86 بالاترین درآمد به ازای هر داندلود را در میان مناطق مورد بررسی دارد؛ شاخصی که بیانگر تمایل بالای کاربران این بازار به پرداخت درون‌برنامه‌ای و ارزش طول عمر (LTV) قابل توجه آن‌هاست.

میانگین این شاخص در عربستان سعودی 0.34 و در ترکیه 0.18 است. نکته تحلیلی مهم آن است که اگرچه ترکیه بیشترین تعداد داندلود را دارد، اما درآمد آن با عربستان سعودی تقریباً در یک سطح قرار می‌گیرد؛ در حالی که حجم داندلود در عربستان سعودی تقریباً یک‌سوم ترکیه است. این اختلاف به‌روشنی نشان می‌دهد که بهره‌وری درآمدی به ازای هر کاربر در عربستان سعودی به‌مراتب بالاتر از ترکیه است.

در مجموع، مقایسه هم‌زمان شاخص‌های کمی و کیفی نشان می‌دهد که اروپا و ترکیه از منظر مقیاس کاربر بازارهای بزرگ‌تری هستند، اما بازارهای عربی به‌ویژه امارات متحده عربی و سپس عربستان سعودی از منظر کارایی درآمدزایی و شدت پرداخت کاربران، ظرفیت اقتصادی بالاتری در صنعت بازی دارند.

جمع‌بندی تحلیلی بازار در مناطق منتخب (۲۰۲۴-۲۰۱۵)

تحلیل روند ده‌ساله بازار بازی‌های دیجیتال در چهار منطقه اصلی نشان می‌دهد که طی این دوره، صنعت بازی در سطح منطقه‌ای با رشد قابل توجه و تغییرات ساختاری همراه بوده است، هرچند شدت و کیفیت این رشد میان بازارها متفاوت بوده است.

از منظر درآمد، اروپا به عنوان یک بازار بالغ، رشد نسبتاً کند و پایدار داشته است. بیشترین رشد سالانه اروپا در سال ۲۰۱۷ ثبت شده، اما در سال‌های پایانی دهه نرخ رشد محدود یا حتی منفی بوده که نشانه اشباع نسبی و بلوغ بازار است. در مقابل، ترکیه و کشورهای عربی، به ویژه عربستان سعودی و امارات متحده عربی، رشد دوره‌ای بالاتری داشته‌اند. ترکیه به عنوان بازار نوظهور، با نوسانات درآمد مواجه بوده و علی‌رغم کاهش‌های

مقطعی، رشد بلندمدت مثبت داشته است. عربستان سعودی و امارات متحده عربی نیز روند افزایشی درآمد را تجربه کرده‌اند که نشان‌دهنده توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، افزایش توان خرید کاربران و ظرفیت بالای بازار برای سرمایه‌گذاری و توسعه است.

در حوزه تعداد دانلود، اروپا بیشترین رشد مطلق را در طول دهه داشته است و میزان دانلودها به حدود ۱.۲۵ میلیارد در سال ۲۰۲۴ رسیده است، اگرچه رشد سالانه کاهش یافته و روند آن متعادل است. ترکیه و عربستان سعودی، با وجود نوسانات، افزایش چشمگیری در تعداد دانلودها داشته‌اند و رشد سالانه در ۲۰۲۴ به ترتیب ۳.۶۰ درصد و ۱۲.۳۷ درصد بوده است. امارات متحده عربی نیز رشد مثبت و نسبتاً پایدار داشته است. این داده‌ها نشان می‌دهد که بازارهای نوظهور علی‌رغم نوسانات، ظرفیت بالایی برای جذب مخاطب و توسعه بازی‌های دیجیتال دارند، در حالی که بازارهای بالغ بر تثبیت سهم و کنترل رشد تمرکز کرده‌اند.

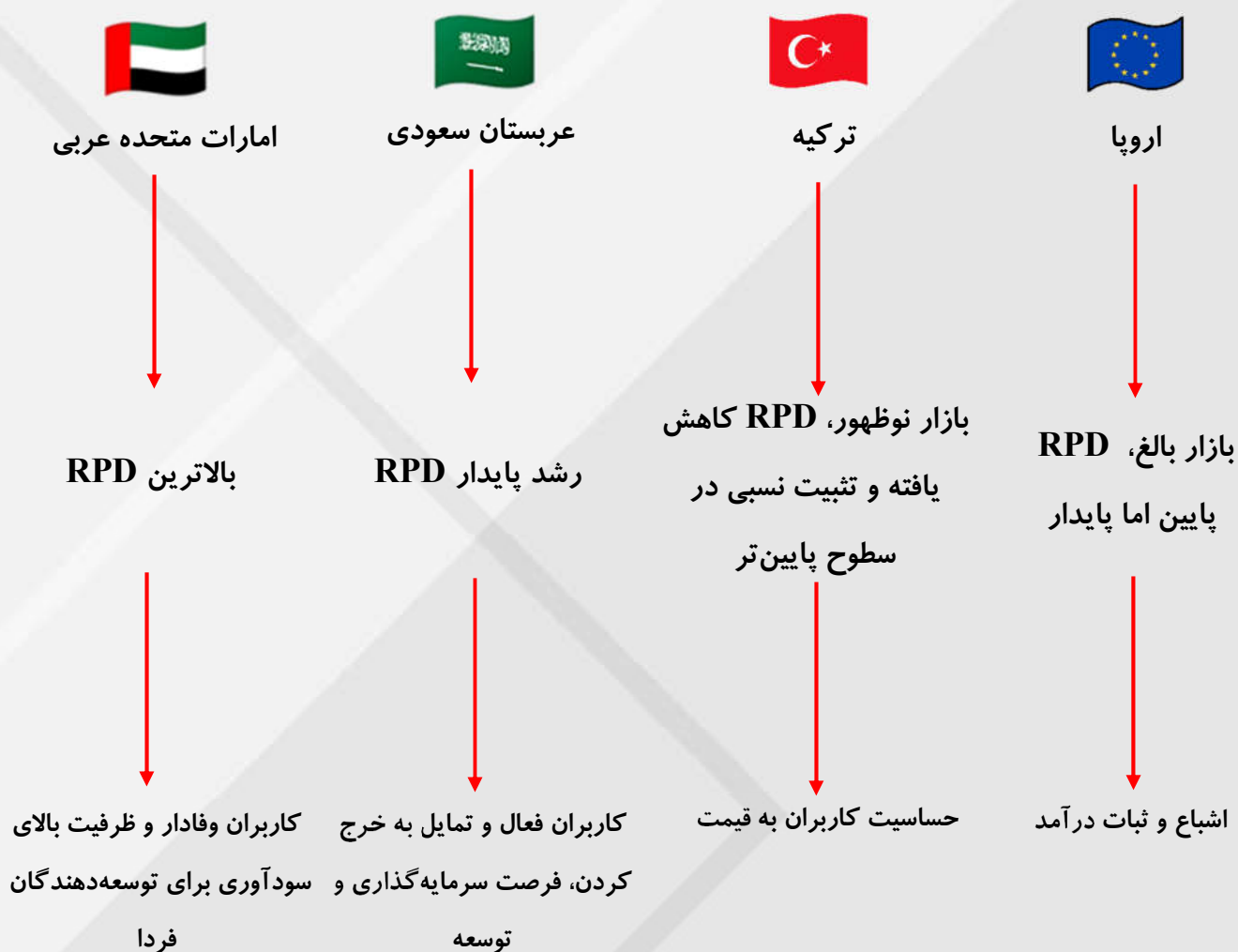
تحلیل درآمد به ازای هر دانلود (RPD) نشان می‌دهد که الگوهای مصرف کاربران در این مناطق متفاوت است. اروپا با RPD پایدار اما پایین، نشانه بلوغ بازار و رفتار محافظه‌کارانه کاربران است. ترکیه کاهش RPD و تثبیت آن در سطوح پایین‌تر را تجربه کرده که حاکی از حساسیت کاربران به قیمت و رقابت بالای بازار است. عربستان سعودی و امارات متحده عربی با بالاترین RPD و روند مثبت آن، نشان می‌دهند که کاربران این بازارها تمایل بیشتری به هزینه‌کرد در بازی‌ها دارند و ظرفیت سودآوری بالایی وجود دارد.

از منظر سهم درآمد بازار، ترکیه در آغاز دوره با بیشترین سهم (۵۳.۷۹ درصد) پیش‌تاز بوده است، اما تا سال ۲۰۲۴ سهم آن به ۳۶.۸۴ درصد کاهش یافته است. در مقابل، سهم عربستان سعودی با افزایش قابل توجه به ۳۶.۹۸ درصد و سهم امارات متحده عربی به ۲۲.۲۲ درصد رسیده است، که نشان‌دهنده جابجایی مرکز ثقل درآمدی از ترکیه به بازارهای عربی است. اروپا با سهم اندک ولی پایدار، رشد آهسته و متعادل داشته است.

بررسی نرخ رشد مرکب (CAGR) نیز تصویری شفاف از پویایی بازار ارائه می‌دهد. اروپا بالاترین رشد مرکب در تعداد دانلودها و درآمد داشته، اما کمترین رشد RPD را تجربه کرده است. ترکیه، با وجود کاهش RPD، بازار نوظهوری است که نوسانات درآمد و دانلودهای آن فرصت‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت توسعه را نشان

می‌دهد. عربستان سعودی با رشد RPD و افزایش سهم درآمد، بیشترین توانمندی در تبدیل تعامل کاربران به درآمد را دارد و امارات متحده عربی با بالاترین RPD و وفاداری کاربران، بازار سودآوری پایدار برای توسعه‌دهندگان محسوب می‌شود.

نتیجه‌گیری کلی:





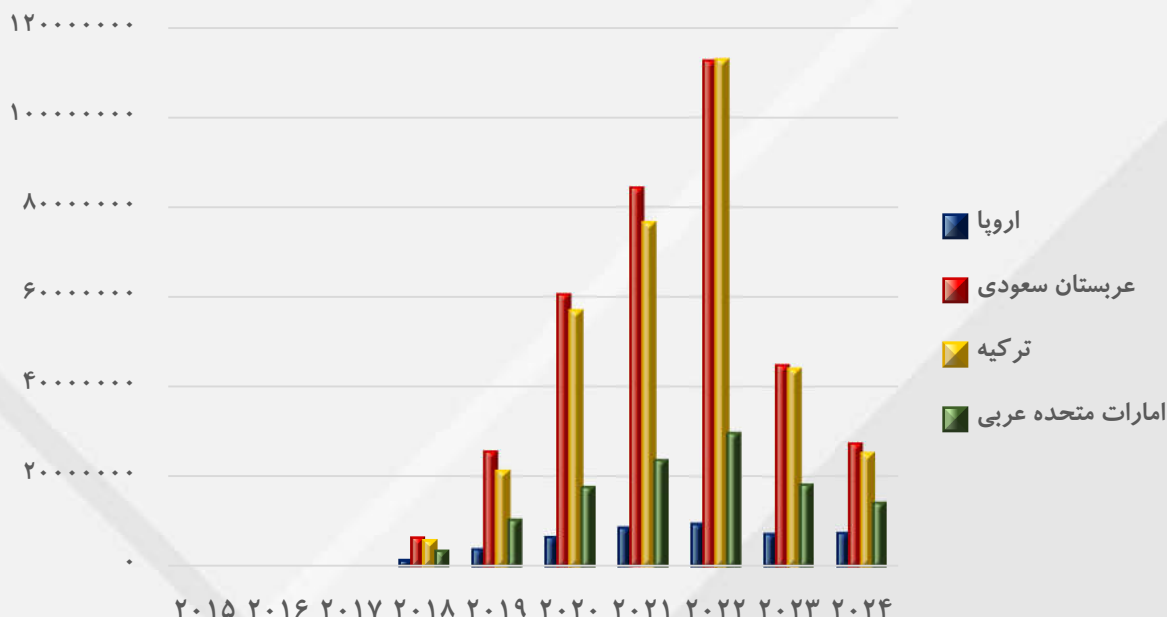
در مجموع، بررسی ده‌ساله نشان می‌دهد که مرکز ثقل بازار و درآمد در منطقه به تدریج از ترکیه به بازارهای عربی منتقل شده است و سرمایه‌گذاری در این بازارها به ویژه در عربستان سعودی و امارات متحده عربی، پتانسیل قابل توجهی برای افزایش درآمد و بهره‌وری دارد. بازارهای اروپا و ترکیه با وجود سهم بالای دانلود و کاربران، محدودیت‌هایی در رشد درآمد و monetization دارند که نیازمند استراتژی‌های ویژه برای حفظ سهم و سودآوری است.

بخش دوم

Featuring روند
در مناطق منتخب



نمودار ۶ تحلیل Featuring



برجسته‌سازی (Featuring) به فرایندی گفته می‌شود که در آن یک بازی توسط فروشگاه‌های دیجیتال مانند گوگل پلی، اپ‌استور یا سایر مارکت‌های منطقه‌ای در موقعیت‌های خاص و پرمخاطب پلتفرم نمایش داده می‌شود. این موقعیت‌ها شامل بخش‌های ویژه مانند انتخاب سردبیر (Featured, Editor's Choice)، داغ‌ترین‌ها (Trending)، برترین بازی‌های تازه منتشرشده (Top New Games) و سایر بخش‌های هایلایت‌شده فروشگاه‌ها است. هدف اصلی برجسته‌سازی، افزایش دیده‌شدن بازی (Visibility) و هدایت کاربران جدید به سمت نصب آن است. این فرایند یک ابزار راهبردی در بازاریابی بازی محسوب می‌شود، زیرا منجر به افزایش نرخ نصب ارگانیک، بهبود جایگاه در دسته‌بندی‌ها و تقویت برند بازی در میان رقبا می‌شود.

از منظر عملکردی، برجسته‌سازی نقش مهمی در چرخه عمر بازی (Game Lifecycle) دارد. در مرحله معرفی و عرضه اولیه، می‌تواند جهش ناگهانی در تعداد دانلود ایجاد کند؛ در دوره بلوغ بازی، کمک می‌کند تا بازی در رقابت فشرده بازار جایگاه خود را حفظ کند؛ و در بازی‌های لایو سرویس (Live Service)، به عنوان

ابزاری برای معرفی رویدادها، آپدیت‌ها یا فصل‌های جدید به کار می‌رود. به همین دلیل Featuring به یکی از مؤثرترین ابزارهای کسب کاربر ارگانیک (Organic User Acquisition) در صنعت گیم تبدیل شده است.

بر اساس داده‌های موجود، روند برجسته‌سازی بازی‌ها از سال ۲۰۱۸ آغاز شده و کشورهای عربستان سعودی و ترکیه در این حوزه پیش‌تاز بوده‌اند. افزایش تعداد بازی‌های Feature شده در این دو کشور نشان‌دهنده همکاری فعال‌تر ناشران با فروشگاه‌ها، رشد اکوسیستم توسعه بازی و همچنین افزایش توجه پلتفرم‌ها به بازارهای محلی است. در فاصله سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۲، همه مناطق از اروپا گرفته تا کشورهای عربی روند افزایشی قابل‌توجهی در تعداد برجسته‌سازی داشته‌اند. این رشد را می‌توان ناشی از توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، بهبود کیفیت بازی‌های محلی، افزایش رقابت میان ناشران، و همچنین استراتژی پلتفرم‌ها برای تشویق تولید محتوای بومی دانست.

سال ۲۰۲۲ نقطه اوج این روند بوده است؛ سالی که در آن تعداد برجسته‌سازی‌ها در تمامی مناطق به بالاترین سطح خود رسیده است. این اوج هم‌زمان است با دو تحول مهم در صنعت گیم: نخست، افزایش سهم بازی‌های موبایلی در سبد مصرف کاربران پس از دوران کرونا؛ و دوم، تمرکز پلتفرم‌ها بر نمایش بازی‌های منطقه‌ای و تقویت بازارهای محلی. در این دوره، بازارهای عربستان سعودی و ترکیه که رشد بالایی در درآمد و دانلود داشتند، از سوی فروشگاه‌ها به عنوان بازارهای اولویت‌دار برای برجسته‌سازی شناسایی شدند.

با این حال، از سال ۲۰۲۳ به بعد، روند کلی برجسته‌سازی در همه مناطق وارد فاز کاهشی شده است. این کاهش را می‌توان نتیجه سیاست‌های جدید فروشگاه‌ها در محدود کردن بخش Featured، افزایش رقابت بین ناشران جهانی، و همچنین حرکت پلتفرم‌ها به سمت نمایش کمتر اما هدفمندتر بازی‌ها دانست. علاوه بر این، رشد تبلیغات درون‌فروشگاهی (In-Store Ads / تبلیغات داخل فروشگاه) باعث شده بخشی از جایگاه‌هایی که قبلاً به برجسته‌سازی اختصاص داشتند، به مدل‌های تبلیغاتی پولی منتقل شوند. بنابراین،

افت تعداد بازی‌های Featured الزاماً نشانه کاهش کیفیت بازی‌ها نیست، بلکه بازتابی از تغییرات ساختاری در راهبردهای فروشگاه‌ها است.



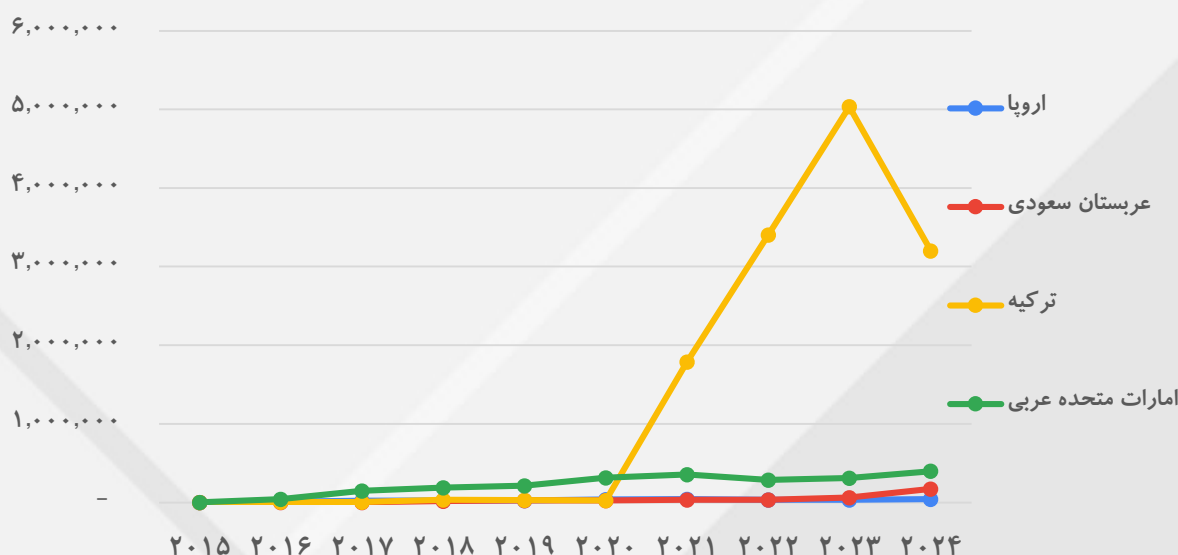
به طور کلی، تحلیل روند دهه گذشته نشان می‌دهد که برجسته‌سازی همچنان یکی از مؤثرترین ابزارهای موفقیت بازی‌ها در بازارهای دیجیتال است. کشورهای عربستان سعودی و ترکیه توانسته‌اند با افزایش تولید بازی‌های رقابتی و بهبود تعامل با فروشگاه‌ها، سهم قابل توجهی از این فرصت را به دست آورند. مناطق دیگر مانند اروپا و امارات نیز با وجود کاهش دوره‌ای، همچنان جایگاه فعالی در این چرخه دارند، اما سرعت و شدت رشد آنها نسبت به بازارهای نوظهور کمتر بوده است. در نهایت، Featuring را می‌توان شاخصی کلیدی برای سنجش پویایی بازار، اولویت‌های فروشگاه‌ها و کیفیت و رقابت‌پذیری بازی‌ها در هر منطقه دانست.

بخش سوم

**تحلیل روند ژانرها
در مناطق منتخب**

ژانر واقعیت افزوده (AR)

نمودار ۹ تحلیل ژانر واقعیت افزوده

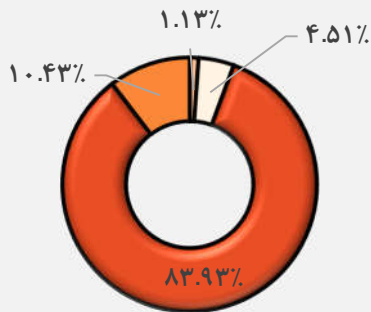


بررسی روند بازار واقعیت افزوده نشان می‌دهد که ترکیه از سال ۲۰۲۰ شاهد جهشی قابل توجه در این حوزه بوده است؛ رشدی که بیانگر افزایش سرمایه‌گذاری، پذیرش فناوری و توسعه کاربردهای تجاری AR در این کشور است. هرچند در سال ۲۰۲۳ افت شدیدی مشاهده می‌شود، اما با وجود این کاهش، ترکیه همچنان فاصله معناداری با سایر مناطق مورد بررسی حفظ کرده و جایگاه برتر خود را از نظر سطح فعالیت و نفوذ بازار از دست نداده است.

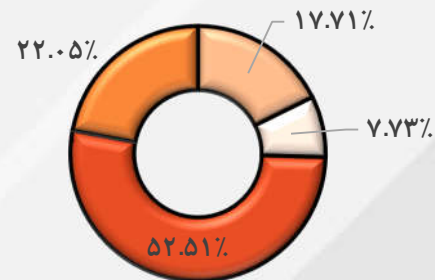
در مقابل، سایر مناطق روندی نسبتاً پایدار را تجربه کرده‌اند که با نوسانات محدود همراه بوده است. این الگو حاکی از بلوغ نسبی بازار در این مناطق و حرکت محتاطانه‌تر بازیگران نسبت به توسعه یا سرمایه‌گذاری گسترده در حوزه واقعیت افزوده است. در مجموع، می‌توان نتیجه گرفت که اگرچه سرعت رشد بازار ترکیه در کوتاه‌مدت کاهش یافته، اما مزیت انباشته‌شده آن نسبت به سایر مناطق همچنان قابل توجه و استراتژیک است.

نمودار ۱۰ مقایسه سهم مناطق در ژانر واقعیت افزوده

ژانر واقعیت افزوده سال ۲۰۲۴



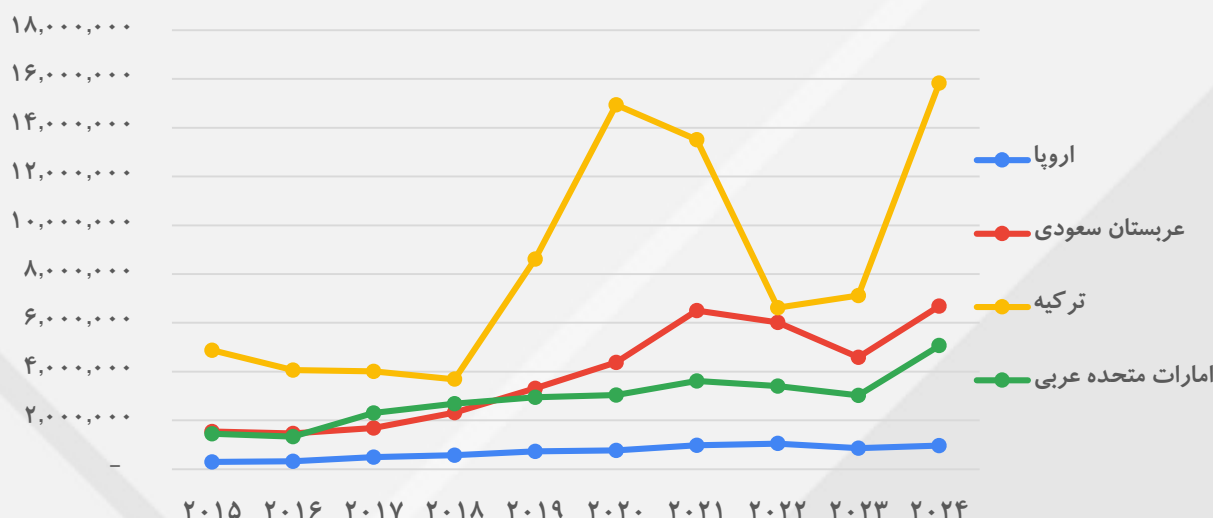
ژانر واقعیت افزوده سال ۲۰۱۵



امارات متحده عربی | ترکیه | عربستان سعودی | اروپا | امارات متحده عربی | ترکیه | عربستان سعودی | اروپا

در سال ۲۰۱۵، سهم اروپا ۱۷.۷۱ درصد، عربستان سعودی ۷.۷۳ درصد، ترکیه ۵۲.۵۱ درصد و امارات متحده عربی ۲۲.۰۵ درصد بود. این نسبت‌ها در سال ۲۰۲۴ به ترتیب به ۱.۱۳ درصد برای اروپا، ۴.۵۱ درصد برای عربستان سعودی، ۸۳.۹۳ درصد برای ترکیه و ۱۰.۴۳ درصد برای امارات متحده عربی تغییر یافته است. این آمار نشان می‌دهد که برخلاف روند کلی نزولی سهم اروپا، عربستان و امارات، بازار ترکیه در این ژانر رشد چشمگیری داشته و به بازیگر اصلی منطقه تبدیل شده است. افزایش بیش از ۳۰ واحد درصدی سهم ترکیه نشان‌دهنده استقبال گسترده کاربران این کشور از بازی‌های مبتنی بر واقعیت افزوده است؛ موضوعی که می‌تواند ناشی از زیرساخت دیجیتال قوی، جمعیت جوان و علاقه‌مندی بالا به فناوری‌های تعاملی باشد. در مقابل، افت سهم اروپا بیانگر اشباع بازار و تمرکز بیشتر کاربران بر ژانرهای دیگر همچون واقعیت مجازی است. کاهش سهم عربستان و امارات نیز حاکی از آن است که اگرچه این کشورها همچنان در حوزه فناوری فعال‌اند، اما سرعت رشد بازار AR در آن‌ها نسبت به ترکیه کندتر بوده است. در مجموع، می‌توان نتیجه گرفت که طی دهه‌ی اخیر، مرکز ثقل بازار ژانر AR در منطقه به‌طور محسوسی به سمت ترکیه متمایل شده و این کشور به قطب اصلی این ژانر در میان بازارهای بررسی‌شده تبدیل شده است.

نمودار ۱۱ تحلیل ژانر اکشن در مناطق منتخب

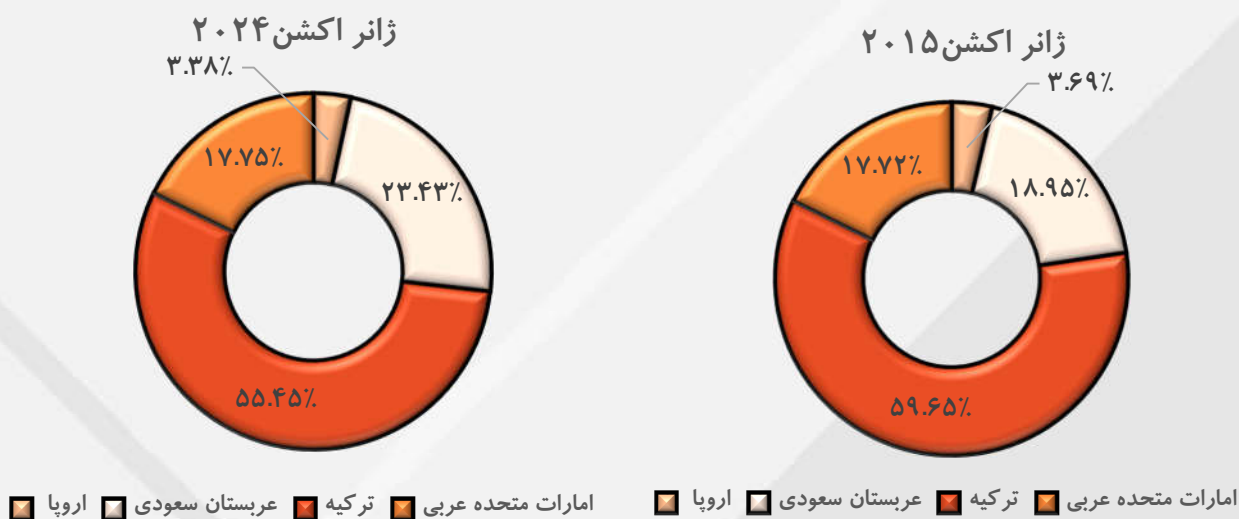


بررسی داده‌های نمودار ۱۱، نشان می‌دهد که مناطق مختلف در ژانر اکشن با نوسانات قابل توجهی مواجه بوده‌اند که بیانگر حساسیت این ژانر به تغییرات سلیقه کاربران و شرایط بازار است. در این میان، ترکیه و عربستان سعودی به‌عنوان پیشگامان اصلی این ژانر در منطقه شناخته می‌شوند. ترکیه از سال ۲۰۲۰ و عربستان سعودی از سال ۲۰۲۱ وارد یک دوره نزولی شده‌اند که می‌تواند ناشی از اشباع نسبی بازار یا تغییر تمرکز کاربران به سایر ژانرها باشد.

با این حال، از سال ۲۰۲۳ روند بازار ژانر اکشن در تمامی مناطق مورد بررسی مجدداً صعودی شده است؛ روندی که نشان‌دهنده احیای تقاضا و بازگشت توجه کاربران به این ژانر محبوب است. در این دوره، ترکیه بار دیگر جایگاه خود را به‌عنوان رهبر بازار تثبیت کرده و بیشترین سهم رشد را به خود اختصاص داده است. در مجموع، افزایش گرایش به ژانر اکشن در میان کاربران عربی حاکی از پتانسیل بالای این بازار در آینده نزدیک است. این روند نشان می‌دهد که کشورهای عربی به تدریج در حال تبدیل شدن به بازیگران اثرگذارتر

در بازار منطقه‌ای بازی‌های دیجیتال هستند و می‌توانند در استراتژی‌های توسعه و سرمایه‌گذاری آتی نقش کلیدی ایفا کنند.

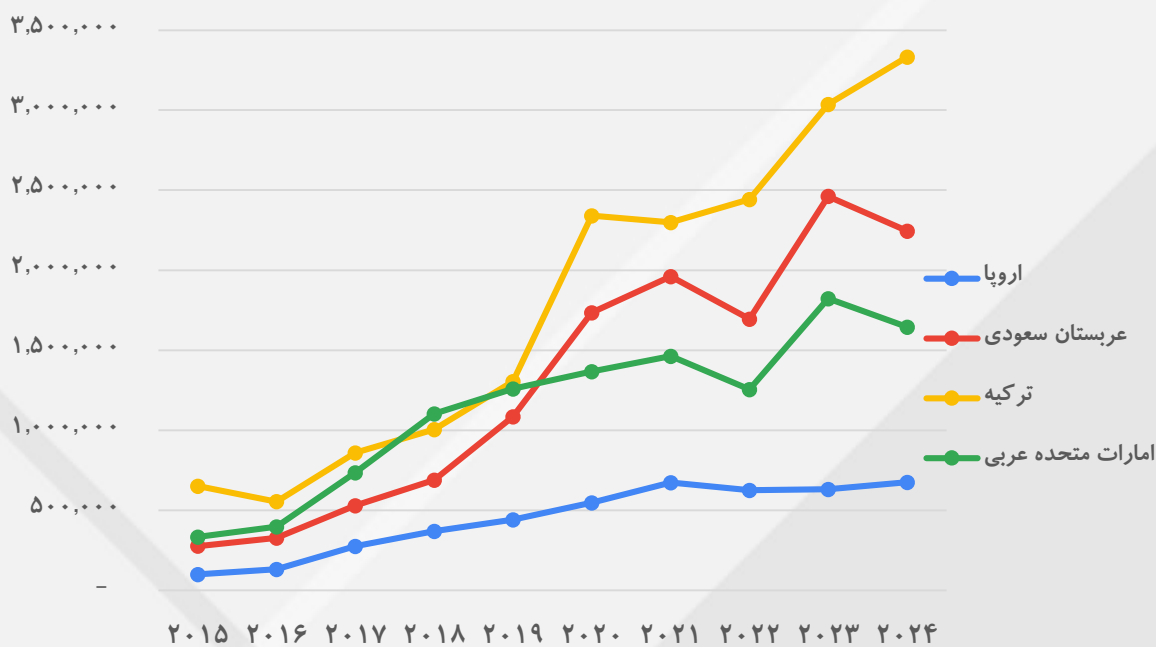
نمودار ۱۲ مقایسه سهم مناطق منتخب در ژانر اکشن



در ژانر اکشن، تغییرات سهم بازار در بازه‌ی زمانی ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۴ نشان‌دهنده‌ی تحولات قابل‌توجهی در الگوهای مصرف کاربران است. در سال ۲۰۱۵، سهم اروپا ۳.۶۹ درصد، عربستان سعودی ۱۸.۹۵ درصد، ترکیه ۵۹.۶۵ درصد و امارات متحده عربی ۱۷.۷۲ درصد بوده است. با گذشت یک دهه، در سال ۲۰۲۴ این ارقام به‌ترتیب به ۳.۳۸ درصد برای اروپا، ۲۳.۴۳ درصد برای عربستان سعودی، ۵۵.۴۵ درصد برای ترکیه و ۱۷.۷۵ درصد برای امارات متحده عربی رسیده است.

این تغییرات نشان می‌دهد که هرچند ترکیه همچنان بیشترین سهم را در این ژانر دارد، اما سهم آن در مقایسه با سال ۲۰۱۵ کاهش یافته و در مقابل، کشورهای عربی به‌ویژه عربستان سعودی افزایش چشمگیری را تجربه کرده‌اند. رشد حدود ۵ واحد درصدی سهم عربستان، بیانگر علاقه و استقبال فزاینده‌ی کاربران این کشور از بازی‌های اکشن است؛ ژانری که معمولاً با هیجان، رقابت و تعامل بالا همراه است و با ذائقه‌ی فرهنگی و اجتماعی جوانان عربستانی همخوانی دارد. در مجموع، گرایش به ژانر اکشن در میان کاربران عربی در حال افزایش است و این کشورها به‌تدریج به بازیگران مهم‌تری در این بخش از بازار منطقه‌ای بازی‌های دیجیتال تبدیل شده‌اند.

نمودار ۱۳ تحلیل ژانر ماجراجویی مناطق منتخب



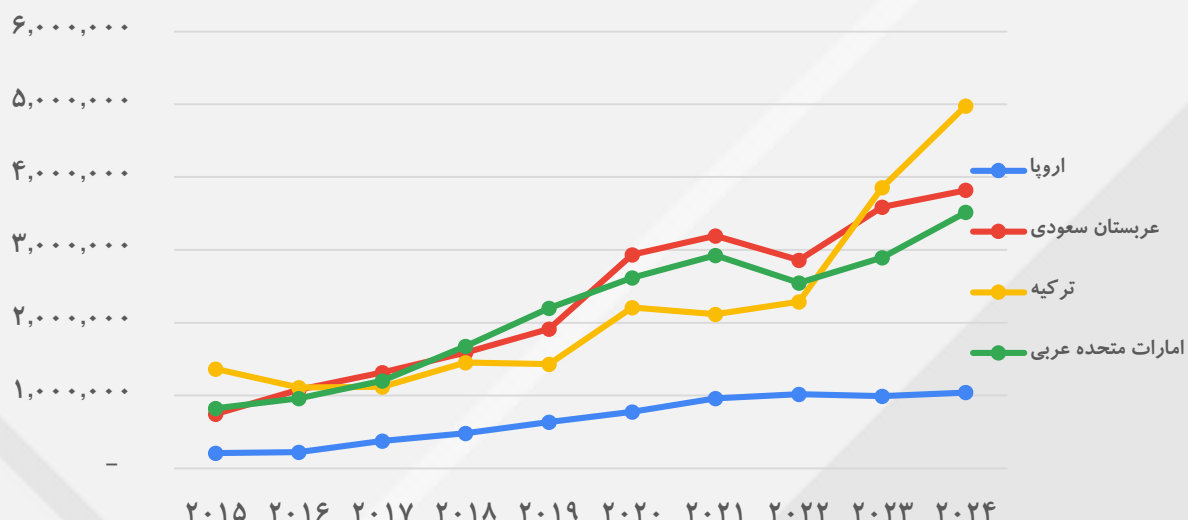
بررسی روند ژانر ماجراجویی نشان می‌دهد که اغلب مناطق مورد مطالعه، الگوی رفتاری نسبتاً مشابهی را تجربه کرده‌اند؛ الگویی که با نوسانات قابل توجه همراه بوده اما در مجموع جهت‌گیری آن صعودی بوده است. این موضوع بیانگر جذابیت پایدار این ژانر برای کاربران و واکنش آن به تغییرات مقطعی بازار است.

در سال ۲۰۲۳، تفاوت‌هایی در عملکرد مناطق مشاهده می‌شود. عربستان سعودی و امارات متحده عربی وارد فاز نزولی شده‌اند که می‌تواند نشان‌دهنده وقفه‌ای موقت در رشد یا تغییر ترجیحات کاربران در این بازارها باشد. در مقابل، ترکیه با شیبی تند رشد قابل توجهی را تجربه کرده و اروپا نیز با شیبی ملایم اما پایدار در مسیر صعودی قرار گرفته است.

در مجموع، تداوم روند رو به رشد ژانر ماجراجویی در کنار نوسانات دوره‌ای، حاکی از پتانسیل توسعه این بخش در سطح منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای است. تفاوت شدت رشد میان مناطق مختلف نشان می‌دهد که

ژانر آرکید

نمودار ۱۵ تحلیل ژانر آرکید

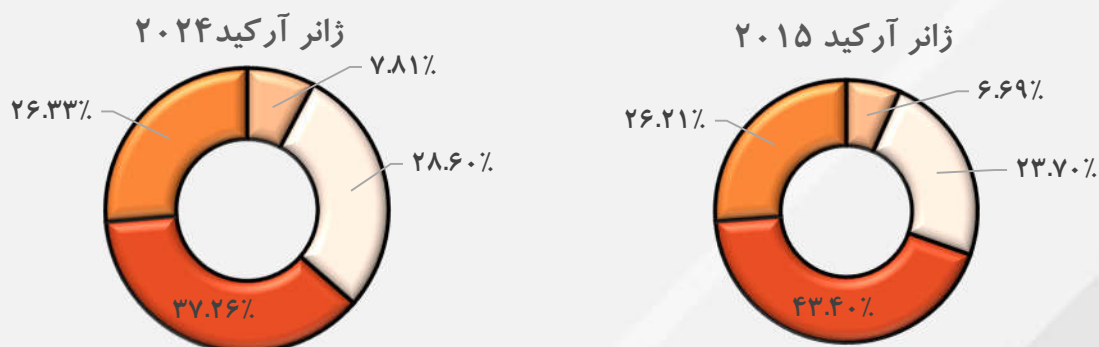


بر اساس داده‌های ارائه‌شده در نمودار ۱۵، تمامی مناطق مورد بررسی در ژانر آرکید با نوسانات دوره‌ای مواجه بوده‌اند، با این حال روند کلی بازار تا سال ۲۰۲۲ ماهیتی صعودی و رو به رشد داشته است. این نوسانات نشان‌دهنده پویایی بازار و تأثیرپذیری آن از عوامل مختلفی همچون تغییر سلیقه کاربران و شرایط رقابتی است.

تا پیش از سال ۲۰۲۲، کشورهای عربی به‌عنوان پیشتازان اصلی این ژانر شناخته می‌شدند و سهم قابل‌توجهی از رشد بازار را به خود اختصاص داده بودند. اما از سال ۲۰۲۲ به بعد، ترکیه با ثبت یک جهش معنادار در این ژانر، مسیر بازار را تغییر داده و توانسته است جایگاه برتر را از آن خود کند. این روند در سال ۲۰۲۴ به اوج خود رسیده و منجر به ایجاد فاصله‌ای قابل‌توجه میان ترکیه و سایر مناطق شده است.

در مجموع، تغییر رهبری بازار از کشورهای عربی به ترکیه بیانگر تحول در الگوهای مصرف و سرمایه‌گذاری در این ژانر است و می‌تواند در تدوین استراتژی‌های آتی توسعه محصول و ورود به بازار، به‌عنوان یک شاخص کلیدی مورد توجه قرار گیرد.

نمودار ۱۶ مقایسه سهم مناطق منتخب در ژانر آرکید

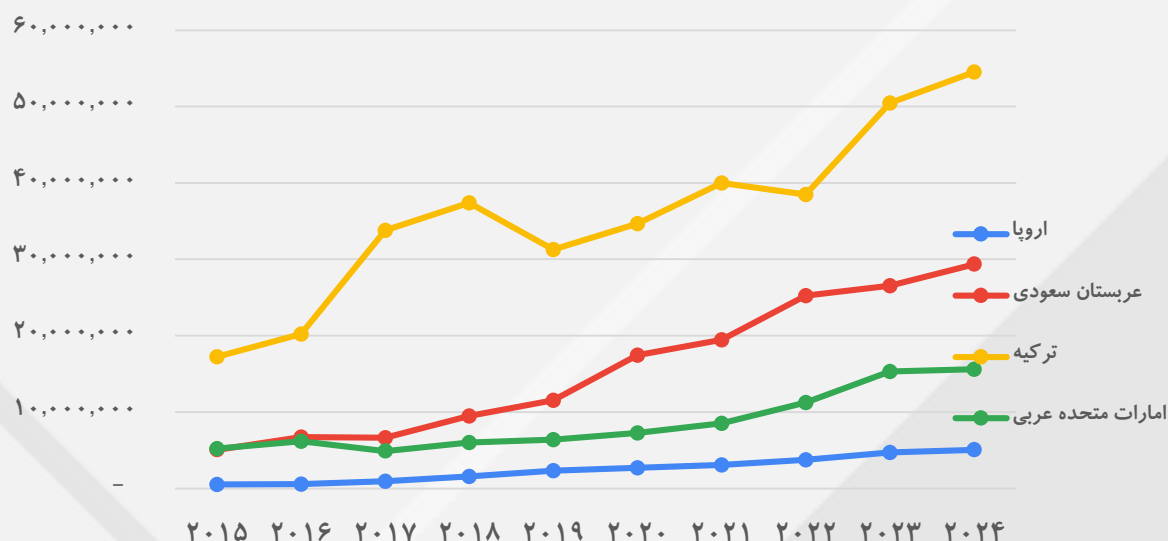


امارات متحده عربی ■ ترکیه ■ عربستان سعودی ■ اروپا ■ امارات متحده عربی ■ ترکیه ■ عربستان سعودی ■ اروپا ■

در ژانر آرکید، روند سهم بازار در مناطق مختلف طی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۴ تغییرات قابل توجهی داشته است. در سال ۲۰۱۵ سهم اروپا ۶.۶۹ درصد، عربستان سعودی ۲۳.۷۰ درصد، ترکیه ۴۳.۴۰ درصد و امارات متحده عربی ۲۶.۲۱ درصد بوده است. این اعداد نشان می‌دهند که ترکیه پیش‌تاز این ژانر در آن سال‌ها بوده است.

با گذر زمان، در سال ۲۰۲۴ سهم اروپا به ۷.۸۱ درصد، عربستان سعودی به ۲۸.۶۰ درصد، ترکیه به ۳۷.۲۶ درصد و امارات متحده عربی به ۲۶.۳۳ درصد رسیده است. این تغییرات نشان‌دهنده رشد تدریجی سهم اروپا، عربستان سعودی، کاهش نسبی سهم ترکیه و ثبات امارات متحده عربی در ژانر آرکید است و بیانگر جابه‌جایی قابل توجه در بازار منطقه‌ای این ژانر بازی‌ها می‌باشد.

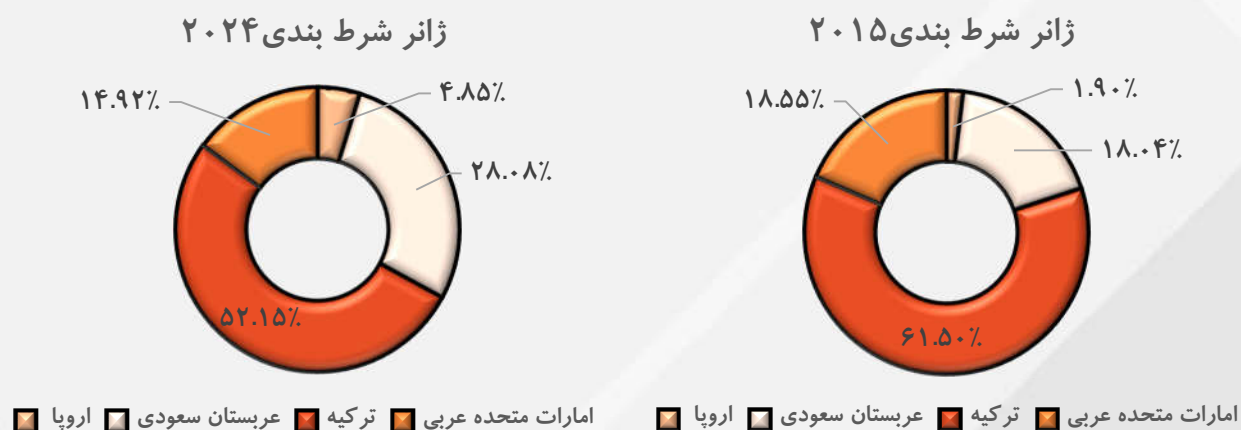
نمودار ۱۷ تحلیل ژانر شرطبندی



نمودار ۱۷، بررسی تحولات دهساله اخیر بازار شرطبندی را نشان می‌دهد که اروپا عربستان سعودی و امارات متحده عربی روندی صعودی و مستمر را تجربه کرده‌اند. در این میان، عربستان سعودی با نرخ رشد بالاتر و شیب توسعه تندتر، سهم قابل‌توجهی از گسترش این ژانر را به خود اختصاص داده و از منظر سرمایه‌گذاری، توسعه زیرساخت‌های دیجیتال و جذب کاربر، عملکردی پیشروتر نسبت به امارات متحده عربی داشته است. در مقابل، ترکیه علی‌رغم مواجهه با نوسانات دوره‌ای ناشی از متغیرهای اقتصادی، سیاست‌گذاری‌های داخلی و تغییرات مقرراتی، همچنان جایگاه پیشتاز خود را در این بخش حفظ کرده است. ثبات نسبی در سهم بازار، بلوغ اکوسیستم پلتفرم‌های آنلاین و ضریب نفوذ بالای کاربران دیجیتال از جمله عواملی هستند که موقعیت ترکیه را در صدر این ژانر تثبیت کرده‌اند.

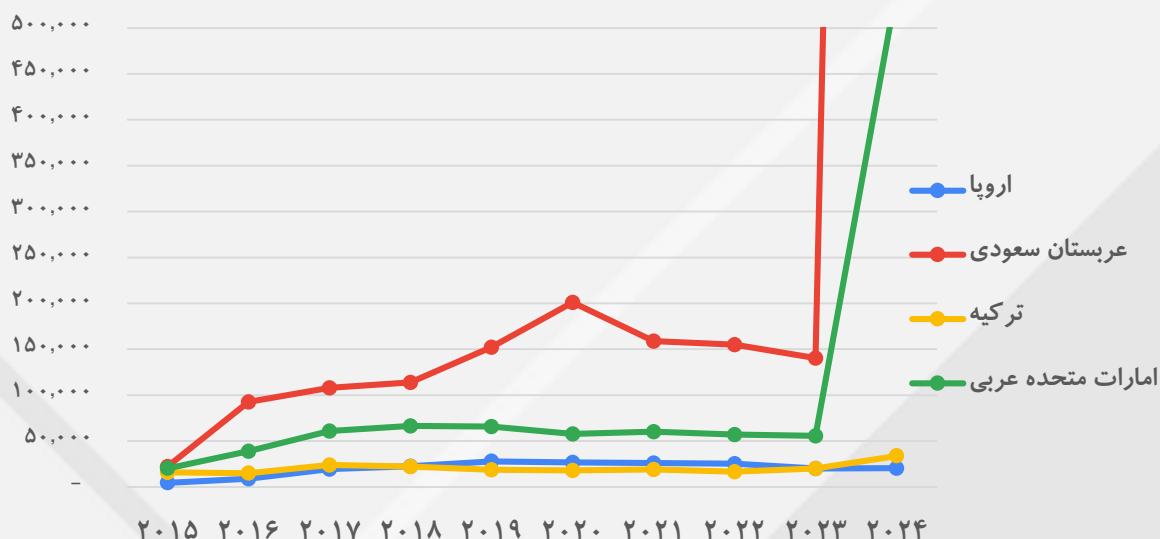
به‌طور کلی، تحلیل روندها حاکی از آن است که اگرچه شتاب رشد در عربستان سعودی چشمگیرتر بوده، اما ترکیه از منظر مقیاس بازار و پیشینه توسعه، همچنان بازیگر غالب این حوزه به شمار می‌آید.

نمودار ۱۸ مقایسه سهم مناطق مختلف در ژانر شرط بندی



در ژانر شرط بندی، در سال ۲۰۱۵ سهم اروپا ۱.۹۰ درصد، عربستان سعودی ۱۸.۰۴ درصد، ترکیه ۶۱.۵۰ درصد و امارات متحده عربی ۱۸.۵۵ درصد بوده است. در سال ۲۰۲۴، ترکیب سهم مناطق مختلف در این ژانر دستخوش تغییر شده است؛ به گونه ای که تا سال ۲۰۲۴ سهم اروپا به ۴.۸۵ درصد و عربستان سعودی به ۲۸.۰۸ درصد افزایش یافته، در حالی که سهم ترکیه به ۵۲.۱۵ درصد و امارات متحده عربی به ۱۴.۹۲ درصد کاهش یافته است. این تغییرات نشان می دهد که اگرچه ترکیه همچنان بیشترین سهم را در ژانر شرط بندی دارد، اما رشد قابل توجه سهم عربستان سعودی و اروپا حاکی از افزایش تمایل کاربران این مناطق به بازی های مبتنی بر شرط بندی و گسترش بازار آن در سال های اخیر است.

نمودار ۱۹ تحلیل ژانر کالکشن



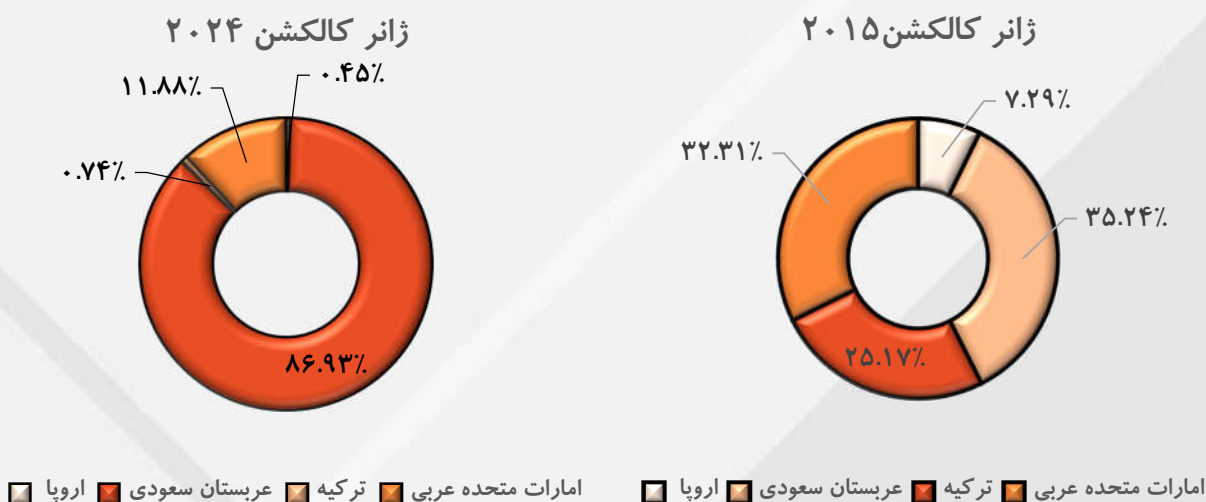
در تحلیل روند دهساله ژانر کالکشن در بازار بازی‌های دیجیتال، داده‌ها نشان می‌دهد که عربستان سعودی تا سال ۲۰۲۰ روندی افزایشی و نسبتاً پایدار را تجربه کرده است. این مسیر صعودی در بازه ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۳ با یک دوره افت یا تعدیل همراه بوده، اما از سال ۲۰۲۳ به بعد، بازار این کشور با جهشی معنادار در شاخص‌های مرتبط با این ژانر (نظیر جذب کاربر، درآمد درون‌برنامه‌ای یا نرخ تعامل) مجدداً وارد فاز رشد شده است.

در مقابل، بازار اروپا به‌عنوان یک بلوک منطقه‌ای، در کنار ترکیه و امارات متحده عربی، طی سال‌های مورد بررسی عمدتاً روندی باثبات و کم‌نوسان را در ژانر کالکشن تجربه کرده‌اند. با این حال، از سال ۲۰۲۳ نشانه‌هایی از تغییر در الگوی رشد مشاهده می‌شود؛ به‌گونه‌ای که ترکیه با شیبی ملایم وارد مسیر افزایشی شده و امارات متحده عربی با رشدی جهشی و هم‌راستا با عربستان سعودی، عملکردی پرشتاب‌تر را به ثبت رسانده است.

این همگرایی در الگوی رشد کشورهای عربی حوزه خلیج فارس می‌تواند بیانگر افزایش تمایل بازارهای عربی به ژانر کالکشن باشد؛ تمایلی که احتمالاً تحت تأثیر عواملی همچون گسترش پرداخت‌های دیجیتال، رشد جمعیت گیم‌رهای موبایلی و سرمایه‌گذاری‌های منطقه‌ای در صنعت بازی شکل گرفته است. از منظر تحلیلی،

تداوم این روند می‌تواند به بازتعریف سهم منطقه خاورمیانه در ساختار درآمدی ژانر کالکشن در مقیاس بین‌المللی منجر شود.

نمودار ۲۰ مقایسه سهم مناطق مختلف در ژانر شرط بندی



بازار ژانر کالکشن در سال ۲۰۱۵ نسبتاً متوازن و چندقطبی بود؛ اروپا سهم ۷.۲۹ درصد، عربستان سعودی ۳۵.۲۴ درصد، ترکیه ۲۵.۱۷ درصد و امارات متحده عربی ۳۲.۳۱ درصد داشتند. این توزیع نشان می‌دهد که چند منطقه سهم قابل توجهی در این ژانر داشتند و هیچ منطقه‌ای به‌صورت مطلق غالب نبود.

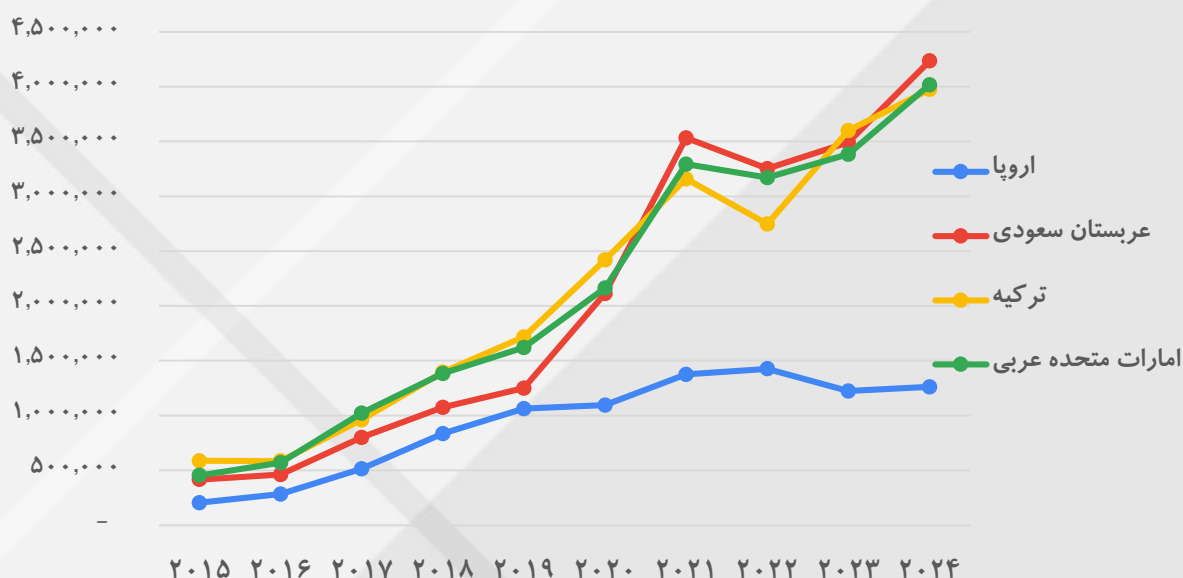
با گذر زمان و تغییر شرایط بازار، تا سال ۲۰۲۴ شاهد تمرکز شدید بازار در عربستان سعودی هستیم. سهم این کشور به ۸۶.۹۳ درصد افزایش یافته، در حالی که سهم اروپا، ترکیه و امارات متحده عربی به ترتیب به ۰.۴۵، ۰.۷۴ و ۱۱.۸۸ درصد کاهش یافته است. این تغییرات بیانگر رشد سریع عربستان سعودی و توسعه زیرساخت‌ها و پذیرش بالای بازی‌های کالکشن در این منطقه است، در حالی که کاهش سهم اروپا و ترکیه می‌تواند ناشی از تغییر علاقه کاربران، رقابت با ژانرهای دیگر یا تمرکز کمتر بر این ژانر باشد.

به‌طور کلی، روند تغییرات نشان می‌دهد که ژانر کالکشن اکنون بیشتر به یک بازار منطقه‌ای متمرکز بر کشورهای خاورمیانه تبدیل شده است. برای توسعه‌دهندگان و ناشران، این روند اهمیت ویژه‌ای دارد و تمرکز

بر نیازها و سلیقه کاربران عربستان سعودی می‌تواند فرصت‌های موفقیت بیشتری ایجاد کند. در نهایت، بازار ژانر کالکشن طی کمتر از یک دهه از یک ساختار چندقطبی به بازاری غالب در عربستان سعودی تغییر یافته و این موضوع اهمیت تحلیل دقیق تغییرات منطقه‌ای را برای تصمیم‌گیری‌های استراتژیک نشان می‌دهد.

ژانر کودکان

نمودار ۲۱ تحلیل ژانر کودکان

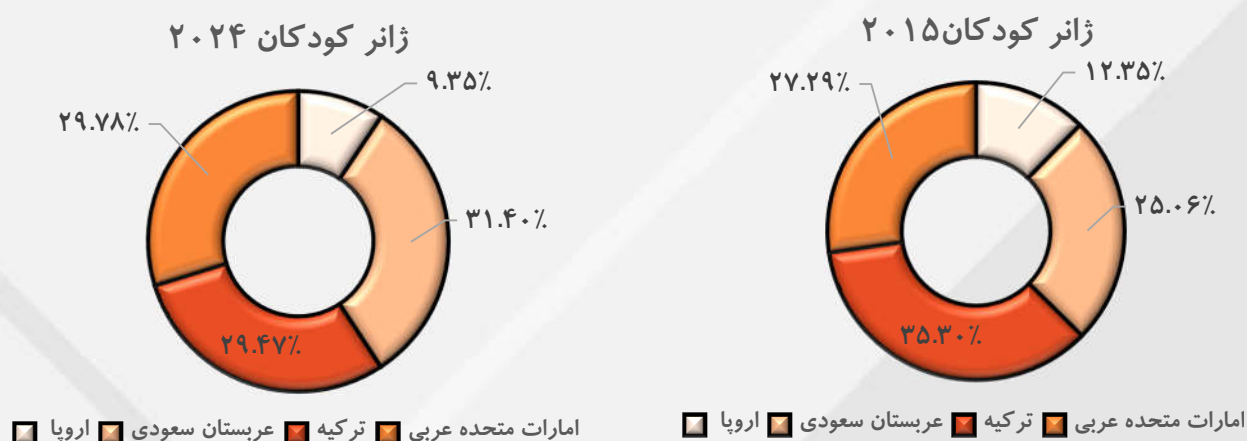


در بررسی روند ژانر کودکان، داده‌های تحلیلی نشان می‌دهد که تمامی مناطق مورد مطالعه تا سال ۲۰۲۱ مسیر رشد و افزایش تقاضا را تجربه کرده‌اند. این رشد را می‌توان ناشی از گسترش دسترسی به ابزارهای هوشمند، افزایش نفوذ بازی‌های موبایلی در میان گروه‌های سنی پایین‌تر و تغییر الگوهای مصرف رسانه‌ای در دوران پسا کرونا دانست.

با این حال، پس از سال ۲۰۲۱ الگوی رشد میان مناطق متفاوت شده است. در اروپا، روند این ژانر وارد فاز نزولی شده و کاهش تدریجی شاخص‌های عملکردی (از جمله تعداد نصب، درآمد یا نرخ تعامل) تداوم یافته

است. در مقابل، سایر بازارها از جمله عربستان سعودی، امارات متحده عربی و ترکیه همچنان مسیر صعودی خود را حفظ کرده‌اند و رشد مثبت در این ژانر را به ثبت رسانده‌اند.

نمودار ۲۲ مقایسه سهم مناطق منتخب در ژانر کودکان

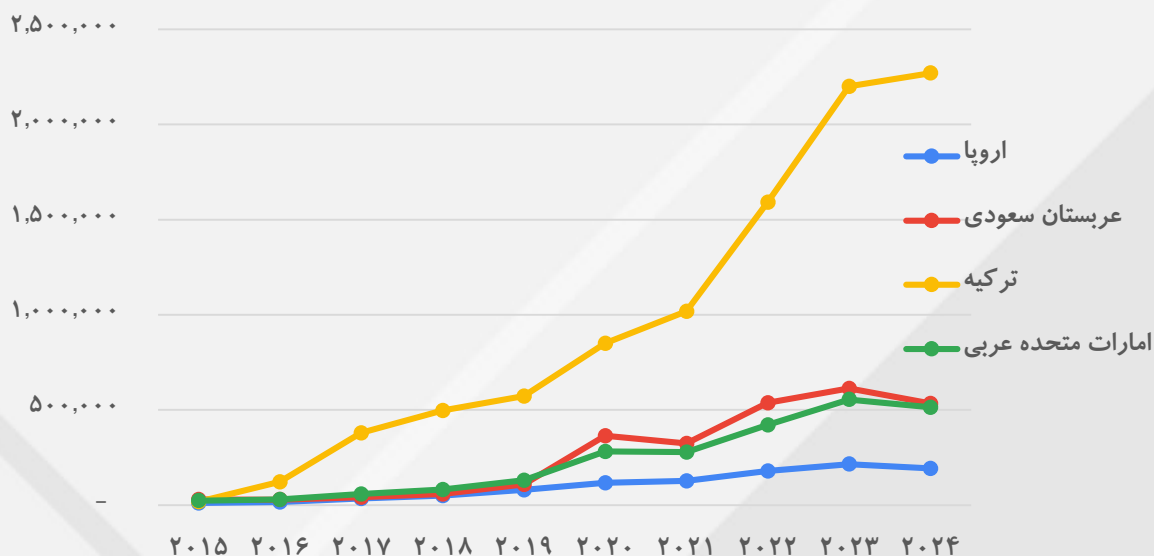


در ژانر کودکان، روند سهم بازار بین سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۴ نسبتاً پایدار بوده است و نشان‌دهنده جابه‌جایی تدریجی مخاطبان بین مناطق مختلف و تغییرات جزئی در محبوبیت ژانر کودکان است، بدون آنکه روند کلی بازار دستخوش نوسان شدید شود.

اروپا با کاهش سهم از ۱۲.۳۵ درصد به ۹.۳۵ درصد و ترکیه با کاهش از ۲۵.۰۶ درصد به ۲۹.۴۷ درصد، نشان‌دهنده کاهش تمایل مخاطبان این منطقه به ژانر کودکان است، در حالی که امارات متحده عربی از ۳۵.۳۰ درصد به ۳۱.۴۰ درصد رسیده و رشد ملایمی را تجربه کرده است. عربستان سعودی در این بین بیشترین افزایش سهم را داشته و از ۲۷.۲۹ درصد در سال ۲۰۱۵ به ۲۹.۷۸ درصد در سال ۲۰۲۴ رسیده و بیشترین سهم را در سال ۲۰۲۴ در این ژانر از آن خود کرده است.

ژانر بازی گروهی

نمودار ۲۳ تحلیل ژانر بازی گروهی

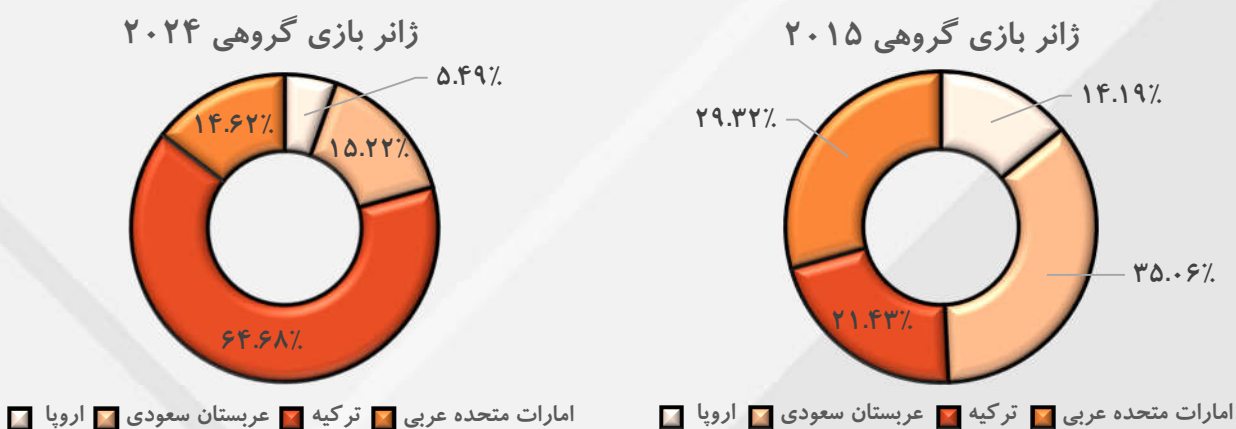


در ژانر بازی‌های گروهی، بازار اروپا طی دوره مورد بررسی روندی باثبات و همراه با رشد ملایم را تجربه کرده است. تغییرات این بازار محدود و کنترل‌شده بوده و از منظر پایداری، الگوی نسبتاً قابل اتکایی را نشان می‌دهد. در مقابل، بازارهای عربستان سعودی و امارات متحده عربی روندی مشابه یکدیگر داشته‌اند. این دو کشور پس از افت محسوس در سال ۲۰۲۱، وارد مسیر بازیابی شدند و تا پیش از سال ۲۰۲۴ روندی صعودی را ثبت کردند. با این حال، در سال ۲۰۲۴ مجدداً با کاهش نسبی رشد مواجه شده‌اند که بیانگر حساسیت این بازارها به عوامل اقتصادی و ساختاری است.

در این میان، ترکیه عملکرد متفاوتی را در این ژانر نشان داده است. این کشور نه تنها روندی مثبت و صعودی را حفظ کرده، بلکه از سال ۲۰۲۱ با شیبی تند وارد دوره‌ای از رشد شتاب‌دار شده است. هرچند در سال ۲۰۲۴ از شدت این شتاب کاسته شده و شیب رشد ملایم‌تر شده است، اما جهت‌گیری کلی بازار همچنان صعودی و بیانگر ظرفیت بالای توسعه در این بخش است.

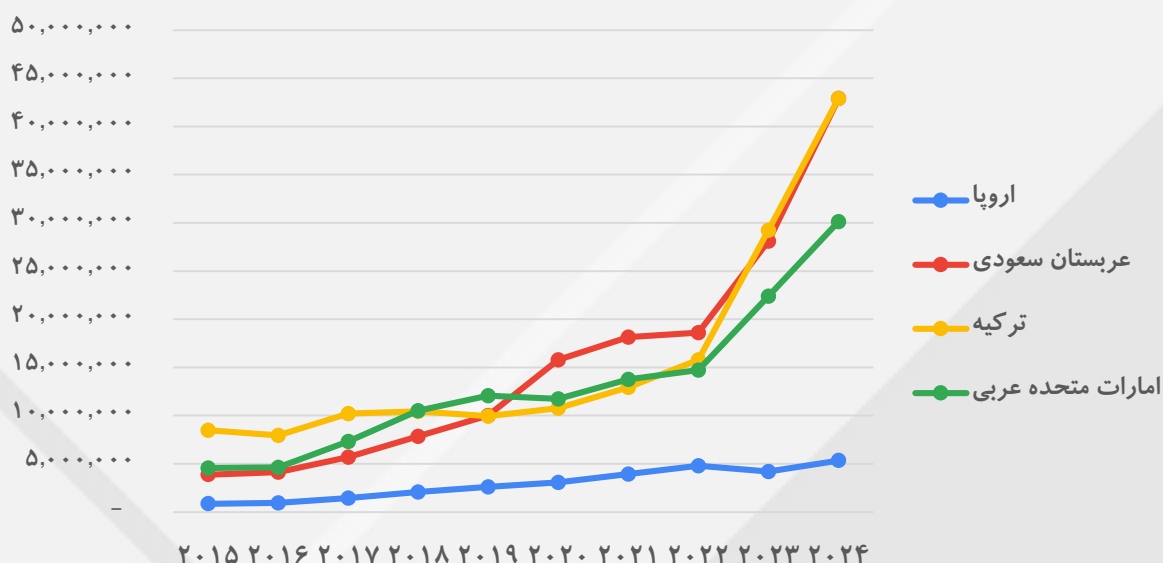
به طور کلی، مقایسه این مناطق نشان می‌دهد که ژانر بازی‌های گروهی علی‌رغم نوسانات مقطعی در برخی بازارها، همچنان از پویایی و قابلیت رشد برخوردار است؛ با این تفاوت که شدت و ثبات این رشد در هر منطقه تابعی از شرایط ساختاری و سیاستی آن بازار است.

نمودار ۲۴ مقایسه سهم مناطق منتخب در ژانر بازی گروهی



در ژانر بازی گروهی، سهم بازار در مناطق اروپا، عربستان سعودی و امارات متحده عربی طی دهه ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۴ کاهش چشمگیری را تجربه کرده است؛ به‌طوری‌که سهم اروپا از ۱۴.۱۹ درصد به ۵.۴۹ درصد، عربستان سعودی از ۳۵.۰۶ درصد به ۱۵.۲۲ درصد و امارات متحده عربی از ۲۹.۳۲ درصد به ۱۴.۶۲ درصد رسیده است. در مقابل، ترکیه رشد قابل توجهی داشته و سهم خود را از ۲۱.۴۳ درصد در سال ۲۰۱۵ به ۶۴.۶۸ درصد در سال ۲۰۲۴ افزایش داده است. این روند نشان می‌دهد که ترکیه به مرکزیت ژانر بازی گروهی تبدیل شده و مخاطبان این ژانر به طور قابل توجهی به سمت این بازار منتقل شده‌اند، در حالی که سایر مناطق با کاهش سهم مواجه شده‌اند.

نمودار ۲۵ تحلیل ژانر پازل



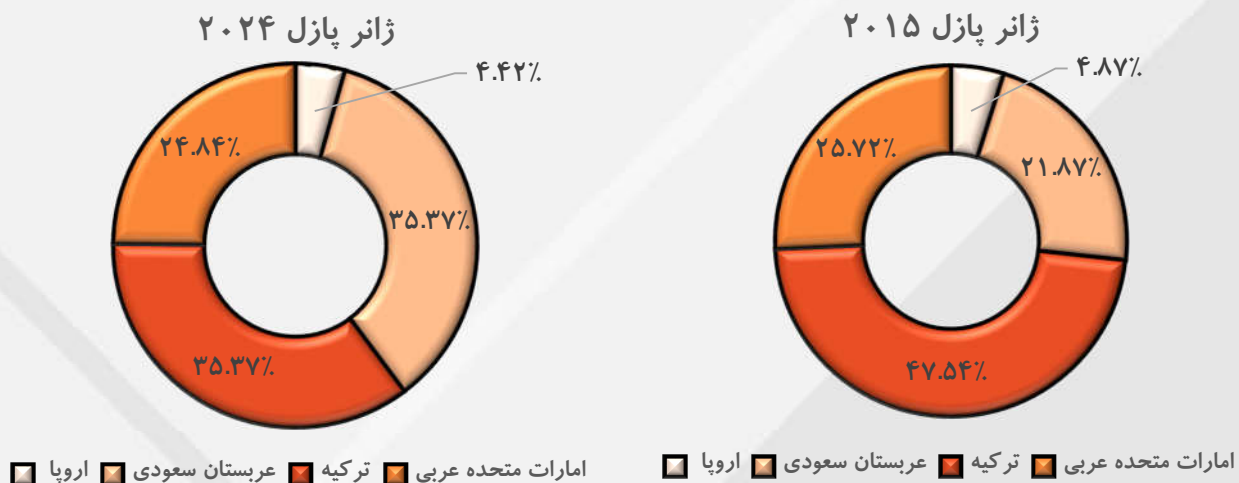
در ژانر بازی‌های پازل، بازار اروپا طی دوره مورد بررسی روندی باثبات و همراه با رشد ملایم را تجربه کرده است. شیب افزایشی این بازار اگرچه چشمگیر نبوده، اما از منظر استمرار و پیش‌بینی‌پذیری، نشان‌دهنده بلوغ نسبی و ثبات تقاضا در این منطقه است.

در مقابل، سه بازار ترکیه، عربستان سعودی و امارات متحده عربی الگوی رقابتی نزدیک و پویاتری را در این ژانر نشان می‌دهند. در بازه زمانی ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۲، عربستان سعودی جایگاه پیشتاز را در این ژانر در اختیار داشته است. با این حال، از سال ۲۰۲۲ به بعد، ترکیه با شتابی قابل توجه وارد مسیر رشد شده و در کنار عربستان سعودی روندی صعودی و هم‌تراز را تجربه کرده است؛ به گونه‌ای که رقابت میان این دو بازار به شکل محسوسی فشرده‌تر شده است.

در این میان، امارات متحده عربی نیز در همین بازه زمانی مسیر رشد را حفظ کرده، اما شیب افزایشی آن نسبت به دو کشور دیگر ملایم‌تر بوده است. با وجود این تفاوت در شدت رشد، جهت‌گیری کلی هر سه بازار صعودی بوده و بیانگر افزایش تقاضا و ظرفیت توسعه در ژانر بازی‌های پازل در این منطقه است.

به طور کلی، در حالی که اروپا الگوی رشد تدریجی و پایدار را نشان می‌دهد، بازارهای خاورمیانه‌ای مورد بررسی، ساختاری رقابتی‌تر و پویاتر داشته و از سال ۲۰۲۲ وارد مرحله‌ای از رشد هم‌زمان و فشرده در این ژانر شده‌اند.

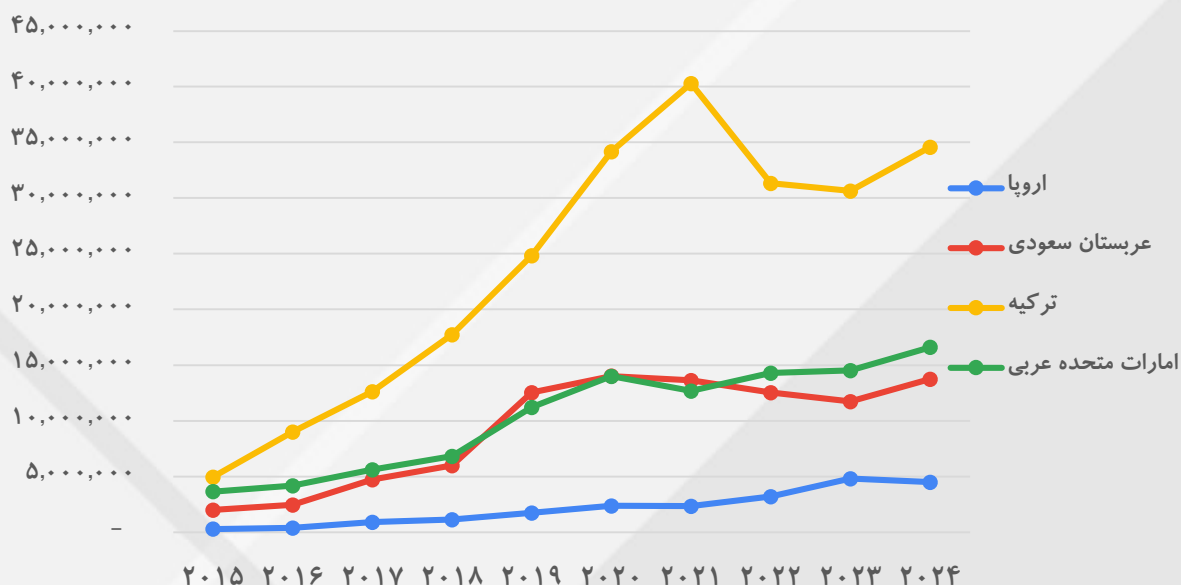
نمودار ۲۶ مقایسه سهم مناطق مختلف در ژانر پازل



در ژانر پازل، روند ده‌ساله نشان‌دهنده جابه‌جایی قابل توجه سهم بازار میان مناطق مختلف است. ترکیه با کاهش محسوس از ۴۷.۵۴ درصد در سال ۲۰۱۵ به ۳۵.۳۷ درصد در سال ۲۰۲۴ مواجه شده و بخشی از جایگاه خود را در این ژانر از دست داده است. سهم اروپا از ۴.۸۷ درصد به ۴.۴۲ درصد و امارات متحده عربی از ۲۵.۷۲ درصد به ۲۴.۸۴ درصد کاهش یافته است. در مقابل، عربستان سعودی رشد قابل توجهی داشته‌است و سهم خود را از ۲۱.۸۷ درصد به ۳۵.۳۷ درصد رسانده و در حال تبدیل شدن به یکی از قطب‌های اصلی ژانر پازل است. این تغییرات نشان می‌دهد که گرایش مخاطبان این ژانر در منطقه به تدریج از ترکیه به سمت بازارهای دیگر، خصوصاً عربستان سعودی، در حال انتقال است.

ژانر نقش آفرینی

نمودار ۲۷ تحلیل ژانر نقش آفرینی



در ژانر بازی‌های نقش آفرینی، بازار اروپا طی دوره مورد بررسی روندی پایدار و همراه با رشد تدریجی را تجربه کرده است. شیب افزایشی این بازار ملایم اما مستمر بوده و تنها در سال ۲۰۲۴ نشانه‌ای از کاهش نسبی در شاخص‌های رشد مشاهده می‌شود که می‌تواند بیانگر اشباع نسبی یا تغییر الگوی مصرف باشد.

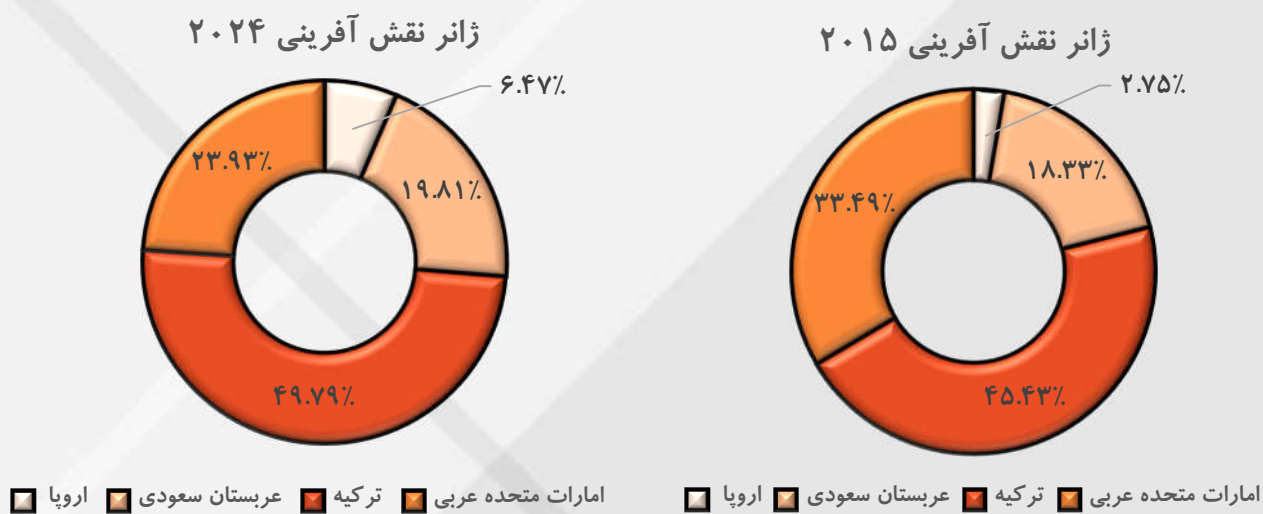
در میان بازارهای عربی، امارات متحده عربی و عربستان سعودی روندی کمابیش مشابه را طی کرده‌اند. این دو کشور عمدتاً الگوی حرکتی هم‌راستایی داشته‌اند، با این تفاوت که در سال ۲۰۲۱ امارات متحده عربی به‌طور مقطعی از عربستان سعودی پیشی گرفته و جایگاه بالاتری را در این ژانر به ثبت رسانده است؛ هرچند این برتری پایدار نبوده و فاصله عملکردی آن‌ها محدود باقی مانده است.

با این حال، پیشتاز اصلی این ژانر در میان بازارهای مورد بررسی، ترکیه است. ترکیه از سال ۲۰۱۵ با فاصله‌ای معنادار در صدر این ژانر قرار داشته و روندی صعودی و متمایز را تجربه کرده است. این بازار در سال ۲۰۲۱

به نقطه اوج خود می‌رسد، سپس تا سال ۲۰۲۳ وارد دوره‌ای از افت نسبی می‌شود، اما پس از آن مجدداً مسیر رشد را در پیش گرفته و وارد فاز بازیابی و توسعه مجدد شده است.

در مجموع، اگرچه تمامی مناطق مورد بررسی از ظرفیت رشد در ژانر نقش‌آفرینی برخوردار بوده‌اند، اما شدت، پایداری و زمان‌بندی چرخه‌های رشد و افت در آن‌ها متفاوت بوده است؛ به گونه‌ای که ترکیه نقش بازیگر غالب، اروپا نماینده رشد باثبات، و بازارهای عربی نشان‌دهنده رقابت نزدیک و نوسان‌های مقطعی در این ژانر هستند.

نمودار ۲۸ مقایسه سهم مناطق منتخب در ژانر نقش‌آفرینی



در ژانر نقش‌آفرینی، توزیع سهم بازار در سال ۲۰۱۵ نشان می‌دهد که ترکیه با ۴۵.۴۳ درصد پیش‌تاز بوده و پس از آن امارات متحده عربی با ۳۳.۴۹ درصد، عربستان سعودی با ۱۸.۳۳ درصد و اروپا با ۲.۷۵ درصد قرار داشته‌اند.

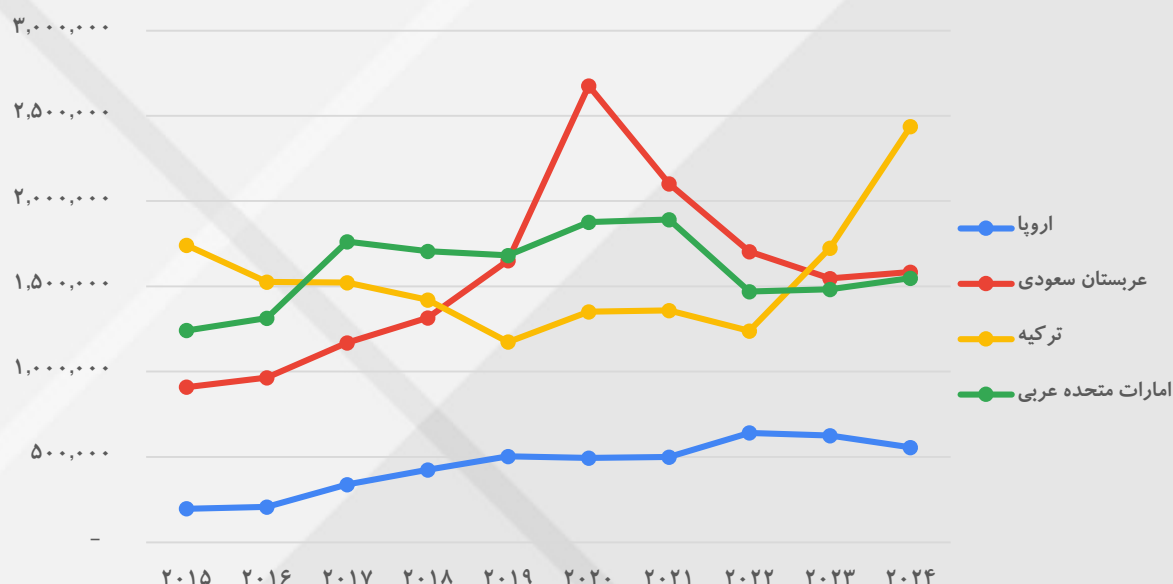
بررسی روند ده‌ساله حاکی از آن است که تا سال ۲۰۲۴ تنها امارات متحده عربی با کاهش قابل توجه روبه‌رو شده و سهم آن به ۲۳.۹۳ درصد رسیده است. در مقابل، سایر مناطق رشد نسبی را تجربه کرده‌اند: ترکیه با افزایش سهم خود به ۴۹.۷۹ درصد همچنان بازیگر مسلط این ژانر باقی مانده است؛ اروپا نیز با رشد ملایم به

۶.۴۷ درصد رسیده و عربستان سعودی با افزایش ۱ درصدی به ۱۹.۳۵ درصد رسیده و جایگاه خود را حفظ کرده است.

این روند نشان می‌دهد که گرایش به ژانر نقش‌آفرینی در اکثر مناطق در حال تقویت است و ترکیه در این دوره ده‌ساله به‌طور فزاینده‌ای به مرکز اصلی این ژانر تبدیل شده است.

ژانر ماشین‌سواری

نمودار ۲۹ تحلیل ژانر ماشین‌سواری



در ژانر بازی‌های ماشین‌سواری، تمامی مناطق مورد بررسی با نوسانات دوره‌ای و افت‌وخیزهای قابل توجه مواجه بوده‌اند؛ به‌گونه‌ای که الگوی رشد در این ژانر کمتر از ثبات بلندمدت برخوردار بوده و بیش از سایر ژانرها تحت تأثیر چرخه‌های کوتاه‌مدت بازار قرار گرفته است.

بازار اروپا تا سال ۲۰۲۲ روندی صعودی را تجربه کرده و توانسته سهم و عملکرد خود را در این ژانر تقویت کند؛ اما پس از آن وارد فاز نزولی شده و تا سال‌های بعد با کاهش نسبی شاخص‌ها مواجه بوده است.

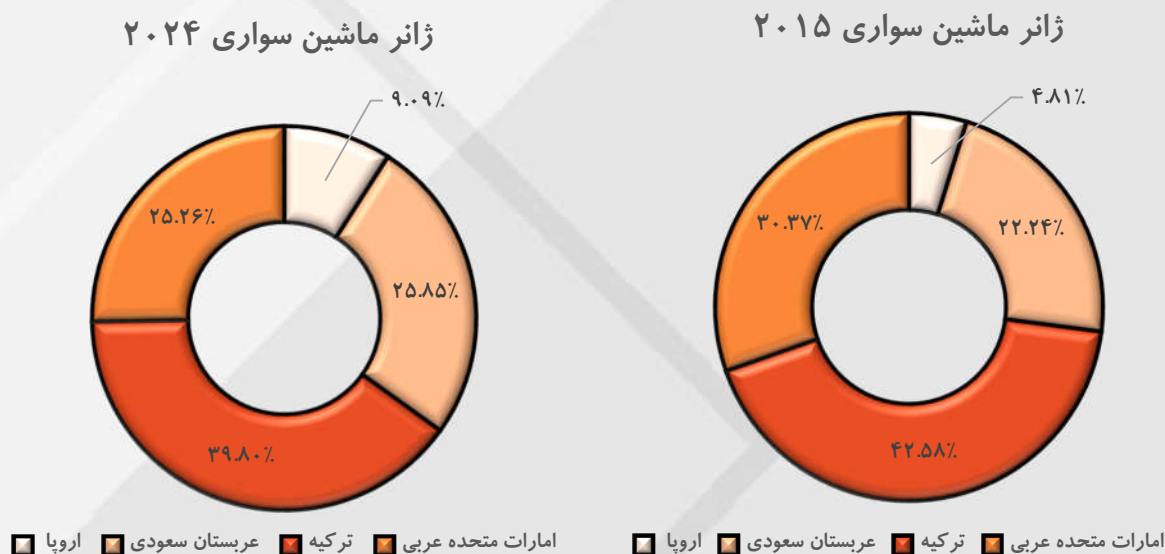
در میان بازارهای منطقه‌ای، عربستان سعودی روندی افزایشی را تا سال ۲۰۲۰ ثبت کرده و در همان سال به نقطه اوج خود در این ژانر رسیده است. پس از این دوره اوج، بازار این کشور وارد مسیر نزولی شده و تا سال ۲۰۲۴ کاهش تدریجی را تجربه کرده است.

امارات متحده عربی در این ژانر عملکردی پرنوسان داشته و مسیر آن با تغییرات متوالی صعودی و نزولی همراه بوده است؛ موضوعی که نشان‌دهنده حساسیت بالای این بازار به عوامل بیرونی و تغییرات تقاضاست.

در همین چارچوب، ترکیه نیز تا پیش از سال ۲۰۲۲ الگویی پر فراز و نشیب را طی کرده است، اما از سال ۲۰۲۲ وارد مرحله‌ای از جهش رشد شده و با شیبی تند روندی صعودی را آغاز کرده است؛ جهشی که می‌تواند بیانگر تغییر در ساختار عرضه، افزایش سرمایه‌گذاری یا تحول در الگوی مصرف این ژانر در بازار ترکیه باشد.

به‌طور کلی، ژانر ماشین‌سواری در مقایسه با سایر ژانرهای مورد بررسی، از ثبات کمتری برخوردار بوده و بیشتر تحت تأثیر چرخه‌های کوتاه‌مدت رشد و افت در مناطق مختلف قرار گرفته است.

نمودار ۳۰ مقایسه سهم مناطق منتخب در ژانر ماشین‌سواری

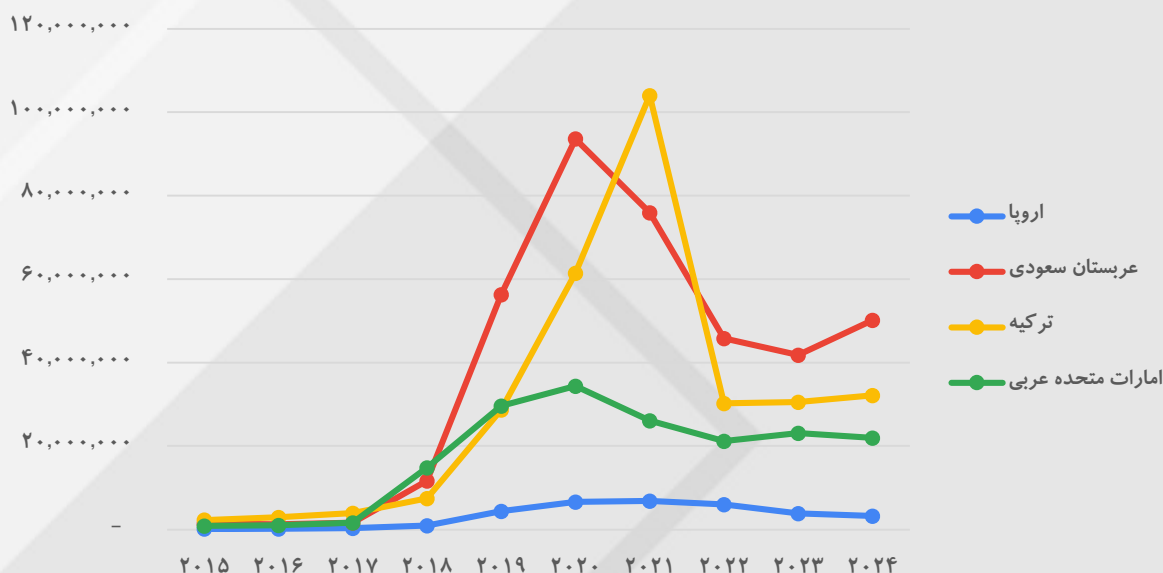


در ژانر ماشین‌سواری، توزیع سهم بازار در سال ۲۰۱۵ نشان می‌دهد که ترکیه با ۴۲.۵۸ درصد در جایگاه نخست قرار داشته و پس از آن امارات متحده عربی با ۳۰.۳۷ درصد و عربستان سعودی با ۲۲.۲۴ درصد قرار گرفته‌اند؛ در حالی که اروپا با ۴.۸۱ درصد کمترین سهم را به خود اختصاص داده است.

بررسی داده‌های سال ۲۰۲۴ نشان می‌دهد که ترکیه با کاهش قابل توجه، سهم خود را به ۳۰.۰۴ درصد رسانده است. در مقابل، امارات متحده عربی با ۳۰.۹۷ درصد توانسته جایگاه نسبتاً ثابت خود را حفظ کند. همچنین عربستان سعودی و اروپا با افزایش سهم مواجه شده‌اند و به ترتیب به ۳۰.۲۹ درصد و ۸.۷۰ درصد رسیده‌اند. این روندها نشان می‌دهد که در حالی که ترکیه بخشی از سهم خود را از دست داده، سایر مناطقبه‌ویژه عربستان سعودی در حال تقویت جایگاه خود در ژانر ماشین‌سواری هستند.

ژانر تیراندازی

نمودار ۳۱ تحلیل ژانر تیراندازی



در ژانر بازی‌های تیراندازی، آغاز دوره رشد در مناطق مورد بررسی با اختلاف زمانی اندکی همراه بوده است. امارات متحده عربی از سال ۲۰۱۷ وارد مسیر صعودی شده، در حالی که اروپا، ترکیه و عربستان سعودی از سال ۲۰۱۸ روند افزایشی خود را آغاز کرده‌اند.

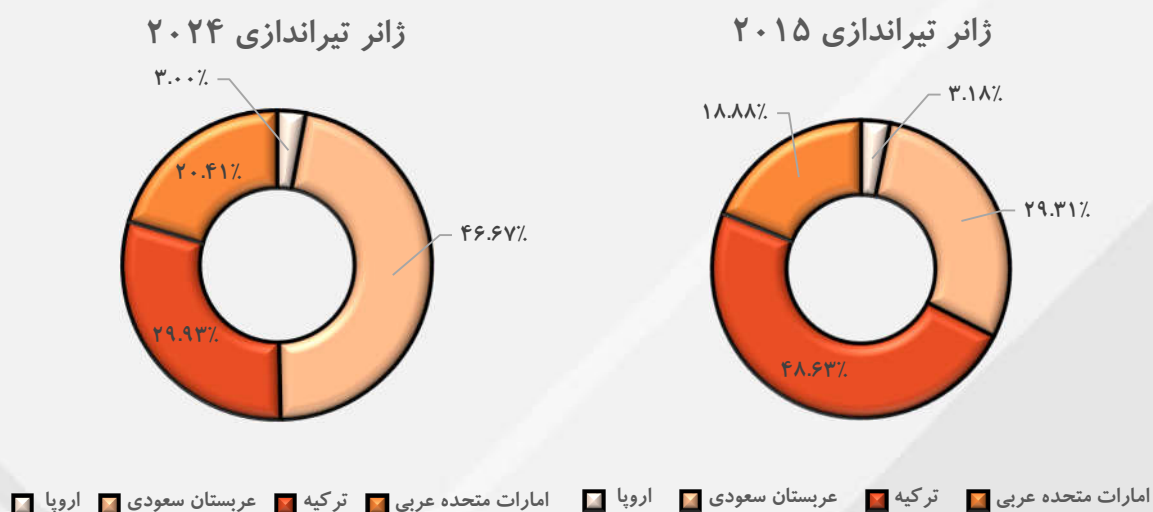
با این حال، شدت این رشد در مناطق مختلف متفاوت بوده است. شیب صعود در امارات متحده عربی ملایم و تدریجی ارزیابی می‌شود و اروپا نیز رشدی بسیار ملایم و محتاطانه را تجربه کرده است. در مقابل، ترکیه و عربستان سعودی روندی شتاب‌دارتر داشته و افزایش قابل‌توجه‌تری را در این ژانر ثبت کرده‌اند که بیانگر پویایی بیشتر تقاضا در این دو بازار است.

از منظر نوسانات دوره‌ای، اروپا از سال ۲۰۲۲ وارد فاز نزولی شده و کاهش نسبی در عملکرد این ژانر را تجربه کرده است. همچنین امارات متحده عربی و عربستان سعودی در سال ۲۰۲۰ با افت مقطعی مواجه بوده‌اند. پس از این دوره، عربستان سعودی در سال ۲۰۲۳ مجدداً مسیر رشد را در پیش گرفته و وارد فاز بازبازی شده است.

در ترکیه، روند تحولات متفاوت بوده است؛ این کشور در سال ۲۰۲۱ به دنبال یک دوره رشد، با افتی شدید مواجه شده، اما در سال ۲۰۲۲ توانسته ثبات نسبی را بازیابد و وارد مرحله‌ای پایدارتر شود.

به‌طور کلی، ژانر تیراندازی در مناطق مورد بررسی مسیری عمدتاً صعودی اما همراه با نوسانات مقطعی را طی کرده است؛ به‌گونه‌ای که تفاوت در شیب رشد و زمان‌بندی افت‌وخیزها، نشان‌دهنده ویژگی‌های ساختاری متفاوت و سطح بلوغ متغیر این بازارها در این ژانر است.

نمودار ۳۲ مقایسه سهم مناطق منتخب در ژانر تیراندازی



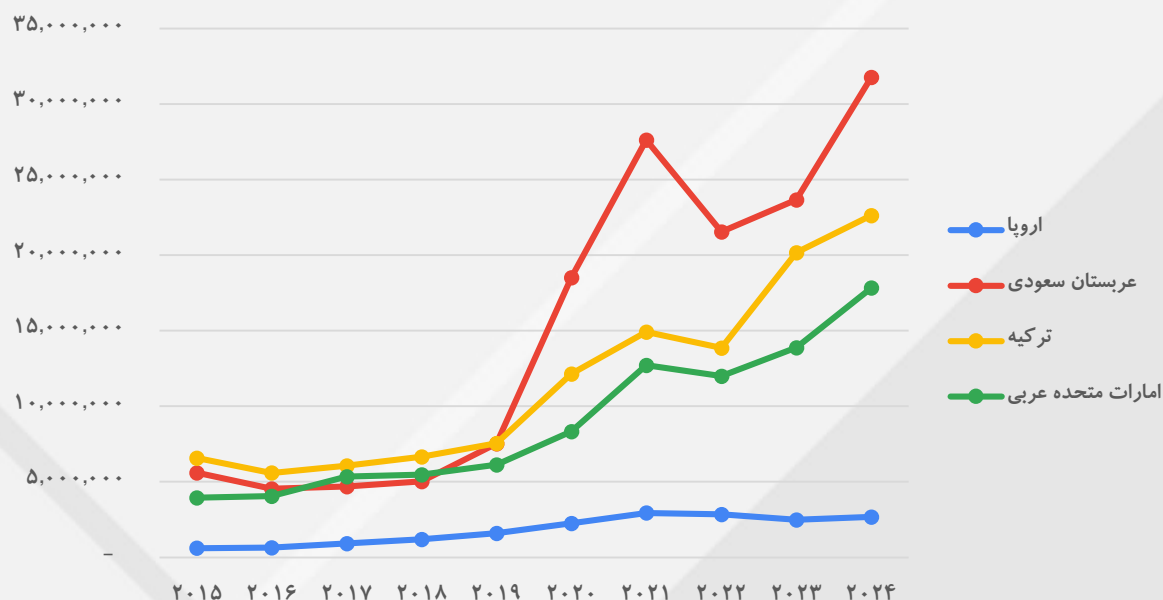
در ژانر تیراندازی، توزیع سهم بازار در سال ۲۰۱۵ نشان می‌دهد که ترکیه با ۴۸.۶۳ درصد پیش‌تاز بوده است. پس از آن، عربستان سعودی با ۲۹.۳۱ درصد، امارات متحده عربی با ۱۸.۸۸ درصد و اروپا با ۳.۱۸ درصد قرار داشته‌اند.

بررسی تغییرات تا پایان سال ۲۰۲۴ حاکی از جابه‌جایی قابل توجه در ساختار رقابتی این ژانر است. سهم امارات متحده عربی با افزایش جزئی به ۱۹.۶۲ درصد رسیده و اروپا نیز رشد خفیفی داشته و به ۳.۶۵ درصد رسیده است. در مقابل، ترکیه با کاهش چشمگیر سهم خود به ۳۴.۱۰ درصد مواجه شده، در حالی که عربستان سعودی با رشد قابل ملاحظه به ۴۲.۶۳ درصد رسیده و جایگاه برتر این ژانر را از ترکیه گرفته است.

این تغییرات نشان می‌دهد که قدرت اصلی بازار تیراندازی طی دهه گذشته از ترکیه به سمت عربستان سعودی منتقل شده و الگوی مصرف کاربران در این ژانر دستخوش تحول قابل توجهی شده است.

ژانر شبیه‌سازی

نمودار ۳۳ تحلیل ژانر شبیه‌سازی



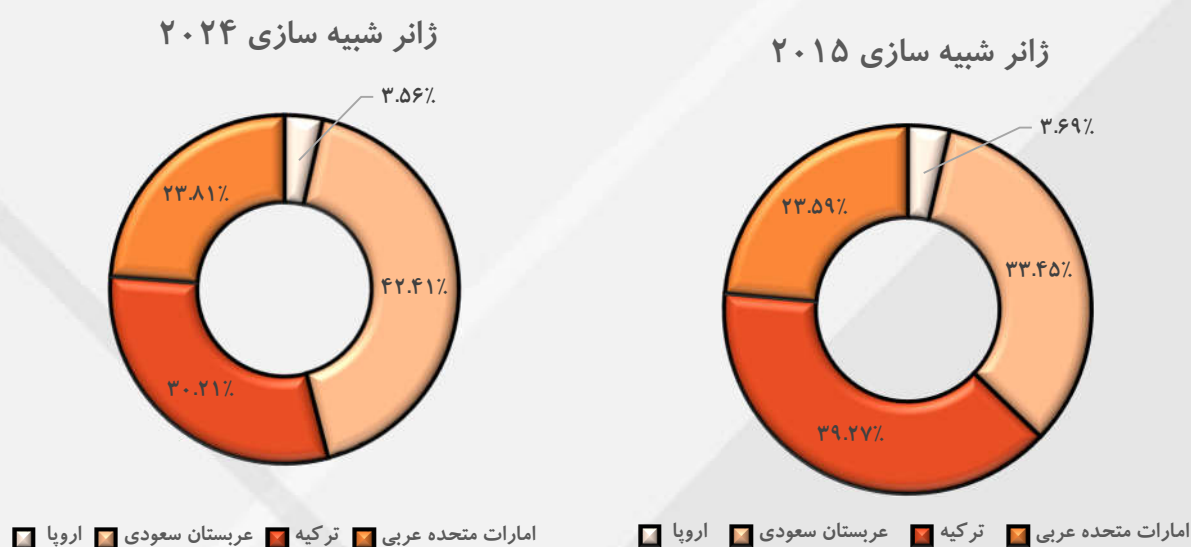
در ژانر بازی‌های شبیه‌سازی، بازار اروپا روندی صعودی و نسبتاً پایدار را تجربه کرده است؛ با این حال، از سال ۲۰۲۲ به بعد نشانه‌هایی از کاهش ملایم در آهنگ رشد این ژانر مشاهده می‌شود که بیانگر ورود بازار به مرحله‌ای با شتاب کمتر نسبت به دوره‌های پیشین است.

در مقابل، سه بازار امارات متحده عربی، عربستان سعودی و ترکیه از سال ۲۰۱۹ وارد مسیر صعودی در این ژانر شده‌اند. در این میان، عربستان سعودی رشد پرشتاب‌تری را نسبت به دو کشور دیگر تجربه کرده، در حالی که ترکیه و امارات متحده عربی با شیبی ملایم‌تر اما مستمر حرکت کرده‌اند.

هر سه بازار مذکور در سال ۲۰۲۲ با یک دوره افت یک‌ساله مواجه شدند؛ با این حال، این کاهش موقتی بوده و پس از آن مجدداً وارد مسیر رشد شده‌اند. تداوم جهت‌گیری صعودی پس از این وقفه، نشان‌دهنده ظرفیت تقاضای پایدار و امکان بازیابی سریع در ژانر شبیه‌سازی در این کشورهاست.

در مجموع، اگرچه اروپا الگویی باثبات‌تر اما با کاهش تدریجی در سال‌های اخیر را نشان می‌دهد، بازارهای منطقه‌ای مورد بررسی از پویایی بیشتری برخوردار بوده و توانسته‌اند پس از نوسان مقطعی، مسیر توسعه خود را از سر بگیرند.

نمودار ۳۴ مقایسه سهم مناطق منتخب در ژانر شبیه‌سازی

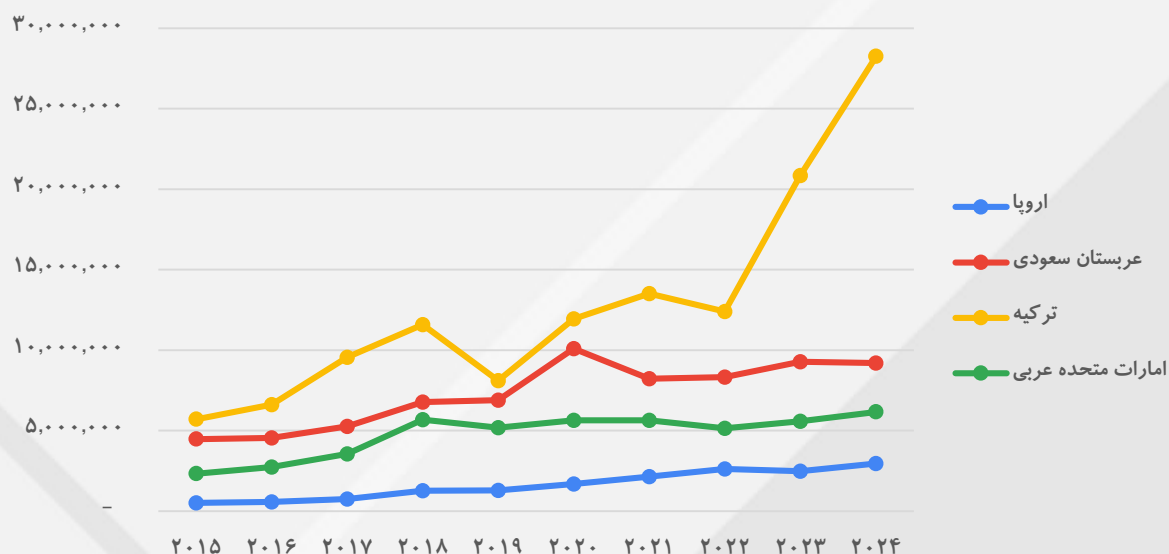


در ژانر شبیه‌سازی، بررسی روند ده‌ساله نشان می‌دهد که سهم بازار میان ترکیه و عربستان سعودی با وجود تغییرات قابل توجه، دچار دگرگونی ساختاری نشده و درواقع جایگاه این دو منطقه با یکدیگر جابه‌جا شده است. در سال ۲۰۱۵، ترکیه با ۳۹.۲۷ درصد بیشترین سهم را در اختیار داشت و پس از آن عربستان سعودی با ۳۳.۴۵ درصد قرار می‌گرفت. امارات متحده عربی با ۲۳.۵۹ درصد و اروپا با ۳.۶۹ درصد سهم‌های کوچک‌تری را تشکیل می‌دادند.

در پایان دهه، ترکیه با کاهش نسبی به ۳۱.۰۱ درصد رسیده، در حالی که عربستان سعودی با رشد ملایم سهم خود را به ۴۰.۱۸ درصد افزایش داده است. این جابه‌جایی نشان می‌دهد که عربستان سعودی به تدریج به بزرگ‌ترین بازار این ژانر تبدیل شده، اما ترکیه همچنان یکی از بازیگران اصلی باقی مانده است. سهم امارات متحده عربی نیز با ۲۳.۹۵ درصد تقریباً ثابت مانده و اروپا با افزایش اندک به ۴.۸۶ درصد رسیده است.

ژانر ورزشی

نمودار ۳۵ تحلیل ژانر ورزشی



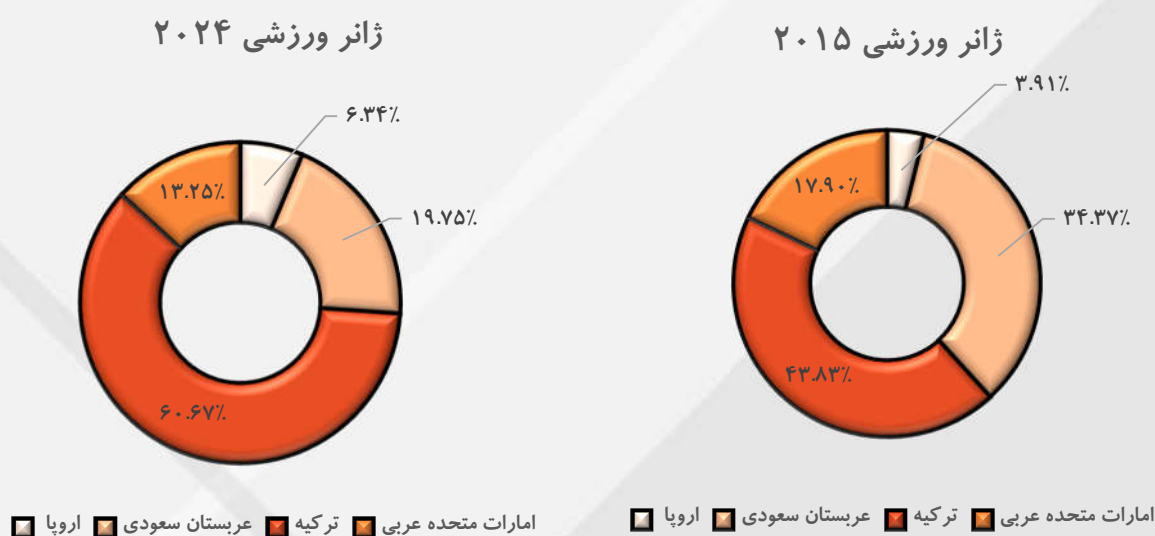
در ژانر بازی‌های ورزشی، بازار اروپا روندی نسبتاً پایدار و همراه با رشد تدریجی را تجربه کرده است. در همین چارچوب، امارات متحده عربی نیز الگویی مشابه و با ثبات نسبی را نشان می‌دهد و مسیر صعودی ملایمی را در این ژانر طی کرده است.

در مقابل، عربستان سعودی در سال ۲۰۲۰ جهشی را ثبت کرده، اما پس از آن با کاهش مواجه شده و به مسیر متعادل‌تری بازگشته است. این رفتار نشان‌دهنده یک شوک رشد کوتاه‌مدت و سپس تعدیل بازار در سال‌های بعد است.

از سوی دیگر، ترکیه در این ژانر مسیری پرنوسان را تجربه کرده است. با این حال، این کشور در سال ۲۰۲۲ جهشی معنادار را به ثبت رسانده که منجر به افزایش فاصله آن با سایر مناطق مورد بررسی شده است. این جهش می‌تواند بیانگر تقویت تقاضا، توسعه زیرساخت‌های مرتبط با بازی‌های ورزشی یا سرمایه‌گذاری هدفمند در این بخش باشد.

به‌طور کلی، اگرچه اکثر بازارها در ژانر ورزشی روندی باثبات و صعودی داشته‌اند، اما شدت و پایداری رشد در آن‌ها متفاوت بوده و ترکیه پس از سال ۲۰۲۲ به بازیگر متمایز این ژانر در میان مناطق مورد بررسی تبدیل شده است.

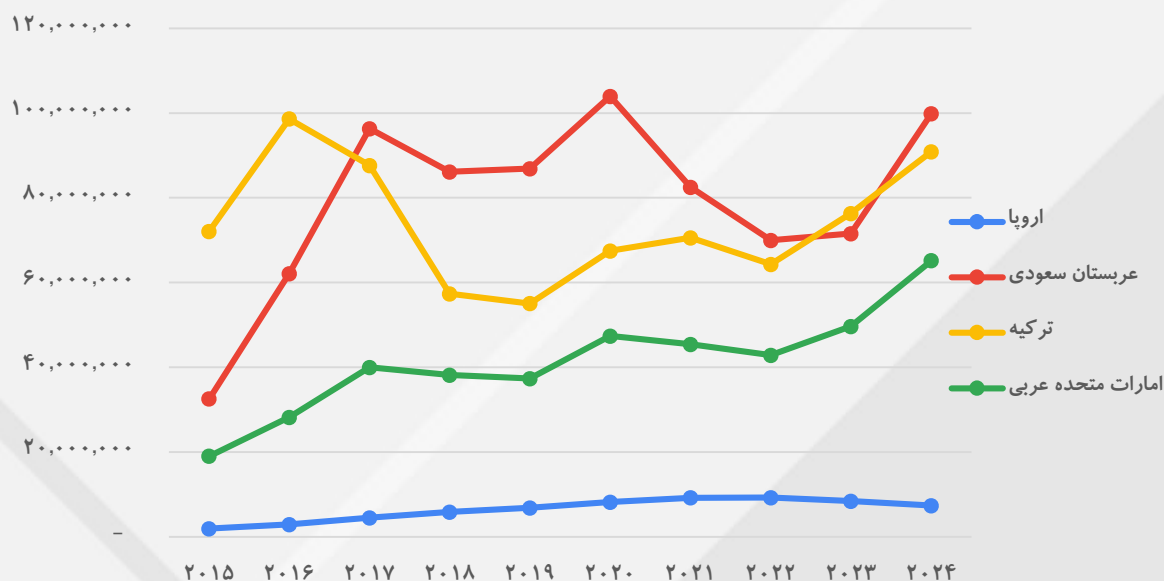
نمودار ۳۶ مقایسه سهم مناطق منتخب در ژانر ورزشی



ژانر ورزشی نیز الگوی تغییراتی مشابه ژانر شبیه‌سازی دارد؛ با این تفاوت که در این ژانر سهم ترکیه افزایش یافته و عربستان سعودی کاهش داشته است. در سال ۲۰۱۵ ترکیه با ۴۳.۸۳ درصد پیش‌تاز بود و عربستان سعودی با ۳۴.۳۷ درصد در رتبه دوم قرار داشت. در پایان دهه ترکیه با رشد ملایم سهم خود را به ۴۸.۴۱ درصد رسانده، در حالی که سهم عربستان سعودی با کاهش تدریجی به ۲۷.۵۳ درصد رسیده است. سهم امارات متحده عربی تقریباً ثابت مانده و از ۱۷.۹۰ درصد به ۱۷.۹۵ درصد تغییر کرده و اروپا نیز با افزایش ملایم از ۳.۹۱ درصد به ۶.۱۰ درصد رسیده است. این روند نشان می‌دهد که تغییرات بیشتر در تقویت جایگاه ترکیه نسبت به عربستان سعودی بوده و ساختار کلی توزیع سهم در ژانر ورزشی پایدار باقی مانده است.

ژانر استراتژیک

نمودار ۳۷ تحلیل ژانر استراتژیک



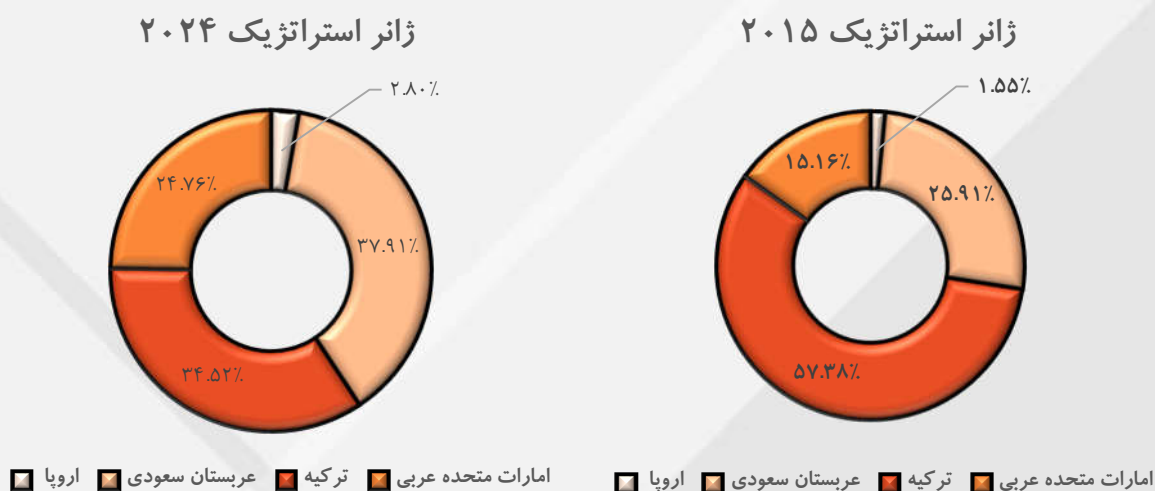
در ژانر بازی‌های استراتژیک، بازار اروپا طی دوره مورد بررسی روندی صعودی و نسبتاً پایدار را تجربه کرده است؛ با این حال، از سال ۲۰۲۲ به بعد وارد فاز کاهشی شده و بخشی از رشد پیشین خود را تعدیل کرده است. این تغییر جهت می‌تواند نشان‌دهنده اشباع نسبی بازار یا جابه‌جایی ترجیحات کاربران به سایر ژانرها باشد.

در مقابل، سه بازار ترکیه، امارات متحده عربی و عربستان سعودی در این ژانر مسیری پرنوسان را طی کرده‌اند و الگوی رشد آن‌ها با افت‌وخیزهای متوالی همراه بوده است.

در این میان، از سال ۲۰۲۲ به بعد، ترکیه و عربستان سعودی وارد رقابتی نزدیک در این ژانر شده‌اند؛ به گونه‌ای که فاصله عملکردی آن‌ها کاهش یافته و سهم یا شاخص‌های مرتبط با این ژانر در دو بازار تقریباً هم‌سطح شده است. این همگرایی می‌تواند بیانگر هم‌راستایی در سیاست‌های توسعه بازار، سرمایه‌گذاری یا تغییرات مشابه در رفتار مصرف‌کنندگان در این دو کشور باشد.

به طور کلی، در حالی که اروپا الگویی باثبات تر اما رو به کاهش در سال‌های اخیر را نشان می‌دهد، بازارهای منطقه‌ای مورد بررسی پویایی بیشتری داشته و وارد مرحله‌ای از رقابت فشرده‌تر، به‌ویژه میان ترکیه و عربستان سعودی، در ژانر بازی‌های استراتژیک شده‌اند.

نمودار ۳۸ مقایسه سهم مناطق منتخب در ژانر استراتژیک

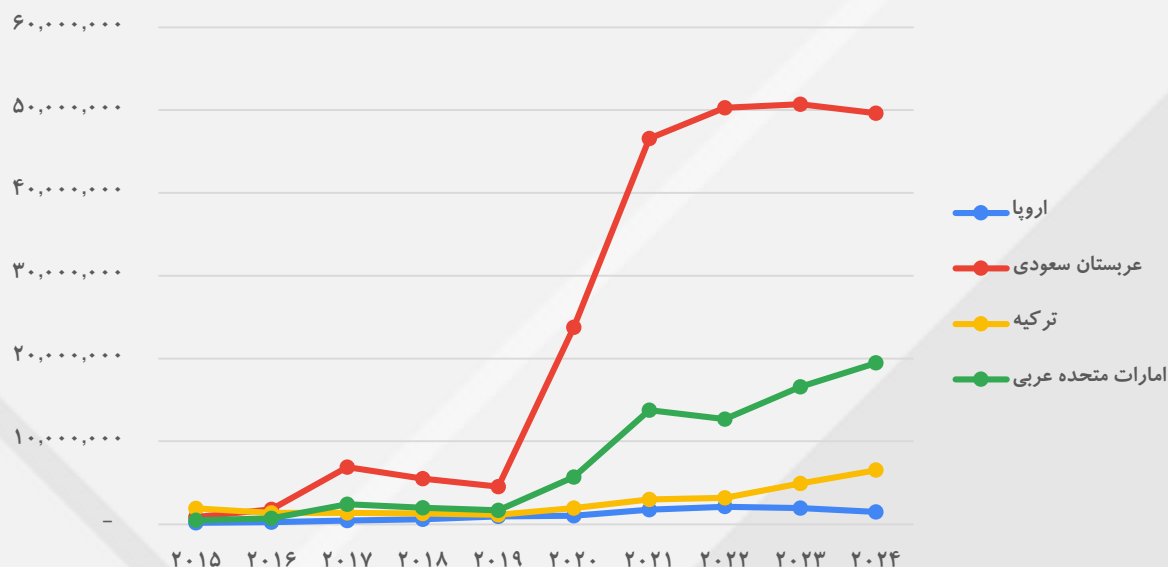


در ژانر استراتژیک، روند ده‌ساله نشان‌دهنده تغییرات قابل توجهی در سهم بازار مناطق مختلف است. در سال ۲۰۱۵ ترکیه با ۵۷.۳۸ درصد پیش‌تاز بوده و اروپا با ۱۵.۵۵ درصد کمترین سهم را داشته است، در حالی که عربستان سعودی و امارات متحده عربی به ترتیب با ۲۵.۹۱ درصد و ۱۵.۱۶ درصد در جایگاه میانی قرار گرفته بودند.

با گذشت ده سال، سهم ترکیه با کاهش چشمگیر به ۳۴.۵۲ درصد رسیده و جایگاه غالب خود را از دست داده است. در مقابل، سهم اروپا و کشورهای عربی به‌ویژه عربستان سعودی به طور قابل توجهی افزایش یافته است؛ اروپا به ۲.۸۰ درصد، امارات متحده عربی به ۲۴.۷۶ درصد و عربستان سعودی به ۳۷.۹۱ درصد رسیده‌اند. این داده‌ها نشان می‌دهد که گرایش مخاطبان ژانر استراتژیک به مرور به سمت بازارهای اروپایی و عربی تغییر کرده و ترکیه دیگر نقش غالب دهه پیشین را ندارد.

ژانر تیبیل تاپ

نمودار ۳۹ تحلیل ژانر تیبیل تاپ



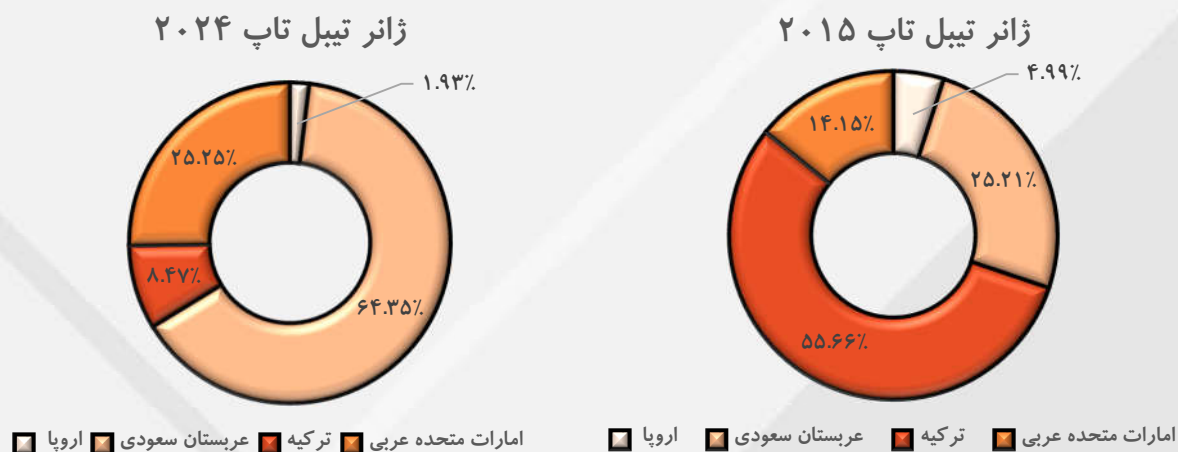
در ژانر بازی‌های تیبیل تاپ، بازارهای اروپا و ترکیه طی دوره مورد بررسی روندی نسبتاً پایدار و کم‌نوسان را تجربه کرده‌اند و از منظر تغییرات ساختاری، الگوی باثبات‌تری نسبت به سایر مناطق داشته‌اند.

امارات متحده عربی از سال ۲۰۱۹ وارد فاز رشد در این ژانر شده و روندی صعودی را آغاز کرده است. این مسیر در سال ۲۰۲۲ با یک وقفه و کاهش مقطعی همراه بوده، اما پس از آن مجدداً روند افزایشی خود را از سر گرفته و به مسیر توسعه بازگشته است.

در مقابل، عربستان سعودی الگوی متفاوتی را تجربه کرده است. این کشور در سال ۲۰۱۶ جهشی قابل توجه را ثبت کرده، اما پس از آن تا سال ۲۰۱۹ وارد مسیر نزولی شده است. در ادامه، تا سال ۲۰۲۲ یک جهش معنادار دیگر را تجربه کرده و سپس وارد دوره‌ای از ثبات نسبی شده است. با وجود این نوسانات و جهش‌های مقطعی، عربستان سعودی همچنان فاصله قابل توجهی با سایر مناطق مورد بررسی در این ژانر دارد؛ فاصله‌ای که نشان‌دهنده تفاوت در مقیاس بازار، سطح تقاضا یا عمق نفوذ این ژانر در مقایسه با اروپا و ترکیه است.

به طور کلی، ژانر تیبل تاپ در مناطق مورد بررسی ترکیبی از ثبات ساختاری در برخی بازارها و جهش های مقطعی در برخی دیگر را نشان می دهد که بیانگر سطح بلوغ متفاوت و پویایی نامتوازن این ژانر در این کشورهاست.

نمودار ۴۰ مقایسه سهم مناطق منتخب در ژانر تیبل تاپ



در ژانر تیبل تاپ، روند ده ساله تغییرات سهم بازار نشان دهنده جابه جایی قابل توجهی بین مناطق است. در سال ۲۰۱۵ ترکیه با ۵۵.۶۶ درصد پیشتاز بوده و عربستان سعودی با ۲۵.۲۱ درصد و امارات متحده عربی با ۱۴.۱۵ درصد در جایگاه های بعدی قرار داشتند، در حالی که اروپا با ۴.۹۹ درصد کمترین سهم را به خود اختصاص داده بود.

تا پایان دهه، سهم ترکیه با کاهش شدید به ۷.۵۳ درصد رسیده است، در حالی که عربستان سعودی با رشد چشمگیر سهم خود را به ۶۸.۰۹ درصد افزایش داده و به مرکز اصلی بازار ژانر تیبل تاپ تبدیل شده است. سهم امارات متحده عربی نیز با افزایش به ۲۱.۳۵ درصد همراه بوده و اروپا با کاهش اندک به ۳.۰۳ درصد رسیده است. این روند نشان می دهد که تمرکز بازار این ژانر از ترکیه به سمت عربستان سعودی منتقل شده و تغییرات ساختاری قابل توجهی در توزیع مخاطبان ایجاد شده است.

جمع‌بندی و تحلیل بازار بازی‌های دیجیتال منطقه‌ای (۲۰۲۴-۲۰۱۵)

بررسی روند سهم بازار بازی‌های دیجیتال در ژانرهای مختلف طی دهه اخیر نشان‌دهنده تحولات قابل توجه در ترکیب مخاطبان و تمرکز بازار در مناطق مختلف است. داده‌ها حاکی از آن است که ترکیه و عربستان سعودی به عنوان دو بازیگر اصلی، بیشترین تأثیر را در شکل‌دهی به بازار منطقه‌ای داشته‌اند، در حالی که سهم اروپا و امارات متحده عربی در بسیاری از ژانرها تغییرات ملایم یا کاهشی را تجربه کرده‌اند.

در ژانرهای فناوری‌محور و پرهیجان نظیر واقعیت افزوده (AR)، اکشن و بازی‌گروهی، ترکیه رشد قابل توجهی داشته و سهم غالب بازار را حفظ کرده است. به‌ویژه در ژانر AR، سهم ترکیه از ۵۲.۵۱ درصد در سال ۲۰۱۵ به ۸۲.۴۱ درصد در سال ۲۰۲۴ افزایش یافته و نشان‌دهنده استقبال گسترده کاربران از تجربه‌های تعاملی و بازی‌های نوآورانه است. ژانرهای اکشن و بازی‌گروهی نیز روند مشابهی را نشان می‌دهند، به‌گونه‌ای که ترکیه همچنان مرکز اصلی بازار این ژانرها محسوب می‌شود.

در مقابل، عربستان سعودی بیشترین رشد را در ژانرهای رقابتی و اجتماعی تجربه کرده است. ژانرهایی مانند تیراندازی، کالکشن، پازل، تیل‌تاپ و استراتژیک، شاهد افزایش قابل توجه سهم این کشور بوده‌اند؛ به‌طور مثال، سهم عربستان سعودی در ژانر کالکشن از ۳۵.۲۴ درصد در سال ۲۰۱۵ به ۷۸.۱۶ درصد در سال ۲۰۲۴ رسیده است. این رشد بیانگر علاقه و مشارکت فزاینده کاربران عربستانی در ژانرهای رقابتی و اجتماعی و توسعه زیرساخت‌های دیجیتال این کشور است.

در برخی ژانرها، بازار ترکیه کاهش نسبی سهم را تجربه کرده و جایگاه غالب خود را از دست داده است. به عنوان نمونه، در ژانرهای پازل، استراتژیک و ماجراجویی، سهم ترکیه با کاهش مواجه شده، در حالی که سهم کشورهای عربی به‌ویژه عربستان سعودی و گاهی سهم اروپا افزایش یافته است. این تغییرات نشان می‌دهد که گرایش مخاطبان به مرور در حال تغییر و جابه‌جایی بین بازارهای منطقه‌ای است و ترکیه دیگر تنها قطب غالب در همه ژانرها نیست، بلکه نقش کلیدی خود را در ژانرهای فناوری‌محور و پرهیجان حفظ کرده است.

ژانرهای کودکان و ورزشی روند نسبتاً پایدار داشته‌اند و تغییرات سهم بازار در آن‌ها محدود بوده است. اروپا و امارات متحده عربی در ژانر کودکان رشد اندکی داشته‌اند، در حالی که ترکیه کاهش جزئی سهم را تجربه

کرده است. در ژانر ورزشی نیز سهم ترکیه افزایش یافته و عربستان سعودی کاهش یافته است، نشان‌دهنده ثبات نسبی و گرایش‌های سنتی در این دسته از ژانرها.

تحلیل کلان داده‌ها حاکی از آن است که بازار بازی‌های دیجیتال منطقه‌ای طی دهه اخیر دچار بازتوزیع قابل توجه سهم‌ها شده؛ به طوری که ترکیه و عربستان سعودی دو قطب اصلی بازار را تشکیل داده‌اند و سایر مناطق نقش مکمل و توسعه‌یابنده بازار را ایفا کرده‌اند. به طور کلی، ژانرهای فناوری‌محور و پرهیجان در ترکیه، ژانرهای رقابتی و اجتماعی در عربستان سعودی، و ژانرهای آموزشی و سرگرمی‌های سبک در اروپا و امارات بیشترین رشد و سهم را به خود اختصاص داده‌اند.

این تحلیل نشان می‌دهد که الگوهای مصرف کاربران در بازار منطقه‌ای طی دهه اخیر تغییر یافته و گرایش‌ها به سمت ژانرهای تعاملی و رقابتی افزایش یافته است. این روند، اطلاعات ارزشمندی برای توسعه‌دهندگان بازی، سرمایه‌گذاران و سیاستگذاران بازار فراهم می‌کند و مسیر تمرکز بر ژانرها و مناطق هدف را مشخص می‌سازد.

بخش چهارم

**تحلیل روندهای
ماهانه در مناطق
منتخب**

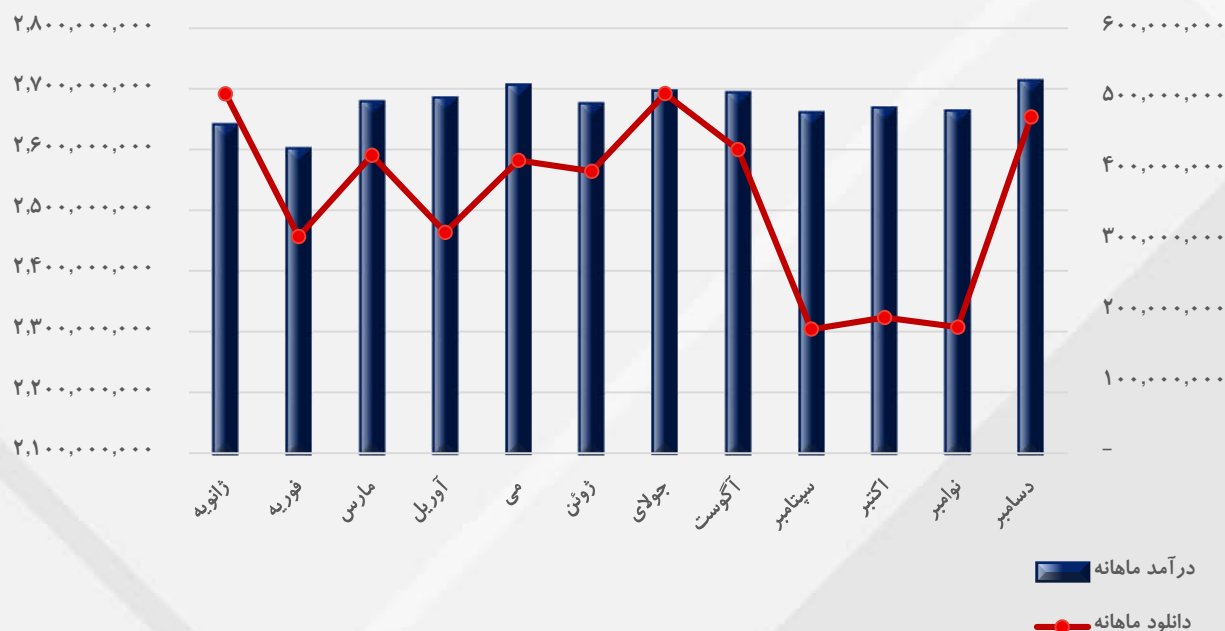
تحلیل بازار درآمد و داندلود ماهانه

داده‌های ارائه شده در جدول زیر نشان می‌دهد که در ۱۰ سال گذشته، کل درآمد ماهانه بازی‌ها به ۵.۸۹ میلیارد واحد پولی و مجموع داندلودها به بیش از ۳۰.۲ میلیارد داندلود رسیده است. این اعداد بیانگر مقیاس بزرگ بازار و میزان تعامل کاربران با بازی‌ها هستند.

جدول ۶ درآمد و داندلود ماهانه

ماه	درآمد ماهانه	داندلود ماهانه
ژانویه	462,745,912	2,691,937,421
فوریه	430,292,558	2,456,835,141
مارس	495,280,109	2,590,747,241
آوریل	501,148,197	2,463,634,508
می	519,061,173	2,582,054,393
ژوئن	492,306,533	2,564,154,453
جولای	511,105,165	2,692,193,216
آگوست	507,821,466	2,599,972,611
سپتامبر	480,542,699	2,304,238,977
اکتبر	486,603,592	2,323,162,486
نوامبر	483,207,130	2,307,392,691
دسامبر	525,787,214	2,654,026,435
جمع کل	5,895,901,748	30,230,349,573

نمودار ۴۱ روند درآمد و دانلود در طول ماه



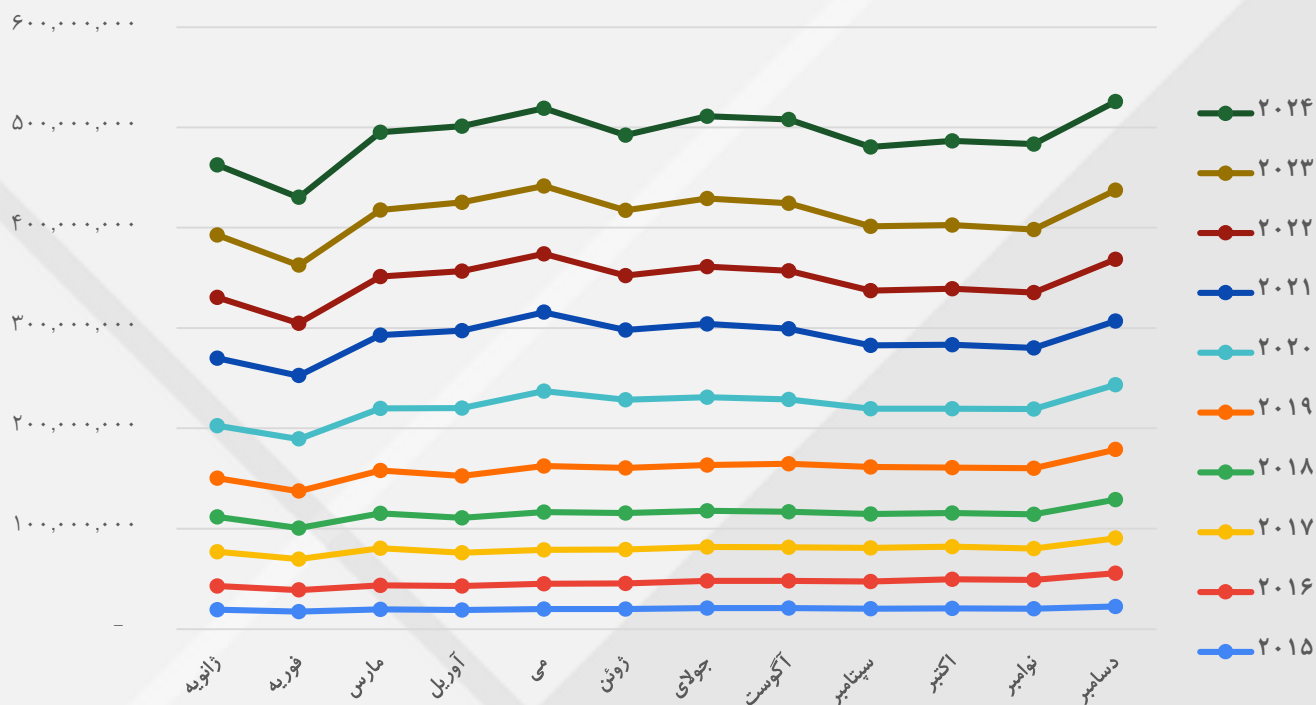
از نظر روند ماهانه، ماههای ژانویه و دسامبر بیشترین درآمد و دانلود را تجربه کرده‌اند؛ ژانویه با درآمد ۴۶۲ میلیون و دانلود بیش از ۲۶۹ میلیارد و دسامبر با درآمد ۵۲۵ میلیون و دانلود بیش از ۲۶۵ میلیارد، نشان‌دهنده فعالیت بالای کاربران در آغاز و پایان سال است. این الگو می‌تواند ناشی از تعطیلات و فرصت‌های تبلیغاتی ویژه این ماه‌ها باشد.

در طول سال، ماههای فوریه و سپتامبر کمترین میزان درآمد و دانلود را داشته‌اند که نشان‌دهنده یک دوره نسبتاً آرام در بازار است و ممکن است با کاهش فعالیت کاربران یا کاهش کمپین‌های تبلیغاتی همزمان باشد. با این حال، حتی کمترین مقادیر نیز قابل توجه است و نشان‌دهنده بازار پایدار با حجم بالای دانلود و درآمد است.

روند ماهانه نشان می‌دهد که درآمد و دانلودها همبستگی نسبتاً بالایی ۰.۴۳ با یکدیگر دارند؛ ماههایی که درآمد بالاتر است معمولاً تعداد دانلود نیز بیشتر است، که حاکی از موفقیت کمپین‌های درآمدی و جذب کاربر مؤثر است. نکته قابل توجه این است که برخی ماه‌ها، مانند آوریل و می، با وجود درآمد نسبتاً بالا، تعداد

دانلود متوسط داشتند که نشان‌دهنده تمرکز بیشتر بر درآمدزایی از کاربران موجود (مانند خریدهای درون برنامه‌ای) نسبت به جذب کاربر جدید است.

نمودار ۴۲ میزان درآمد در ماه‌های مختلف هر سال



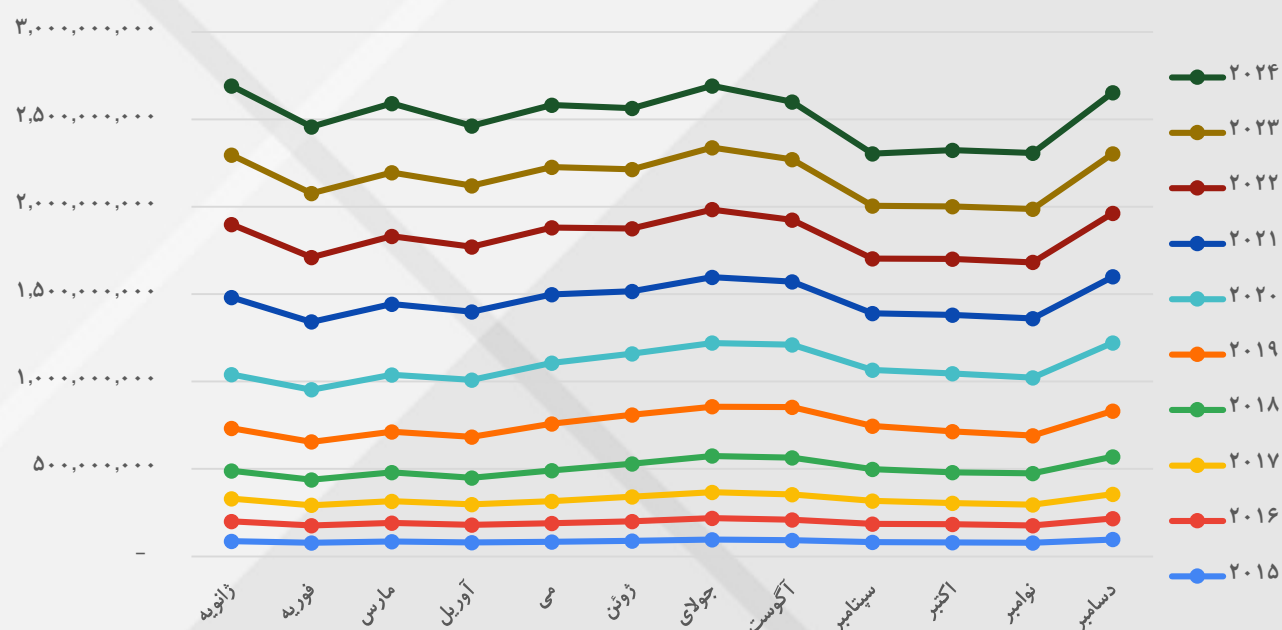
تحلیل روند ماهانه درآمد بر اساس نمودار ارائه‌شده نشان‌دهنده وجود یک الگوی فصلی نسبتاً منظم در طول سال است. در پایان سال میلادی، در ماه دسامبر، درآمد به بالاترین سطح خود می‌رسد و این روند افزایشی در ژانویه نیز تداوم می‌یابد. با ورود به فوریه، کاهش محسوسی در درآمد مشاهده می‌شود، اما در مارس مجدداً جریان درآمد وارد فاز صعودی می‌گردد.

این روند افزایشی در آوریل و می ادامه پیدا می‌کند و بیانگر تقویت تقاضا در فصل بهار است. در ژوئن کاهش دیگری رخ می‌دهد، اما در جولای درآمد بار دیگر افزایش می‌یابد. در ادامه، ماه‌های آگوست و سپتامبر با افت همراه‌اند که می‌تواند نشان‌دهنده یک دوره رکود فصلی باشد. در اکتبر افزایش ملایمی ثبت می‌شود، در نوامبر

کاهش جزئی مشاهده می‌گردد و نهایتاً در دسامبر بیشترین جهش درآمدی سال اتفاق می‌افتد که نقطه اوج چرخه سالانه را شکل می‌دهد.

به‌طور کلی، الگوی سالانه منحنی‌های درآمد نشان می‌دهد که ماه‌های دسامبر، ژانویه، مارس، می، جولای و اکتبر به‌طور معمول دوره‌های رشد درآمدی محسوب می‌شوند، در حالی که فوریه، ژوئن و سپتامبر با کاهش همراه هستند. تکرارپذیری این چرخه بیانگر تأثیرپذیری درآمد صنعت بازی از عوامل فصلی، مناسبت‌های تقویمی و الگوهای رفتاری کاربران است و می‌تواند مبنایی برای طراحی راهبردهای زمان‌بندی انتشار، کمپین‌های تبلیغاتی و مدیریت جریان نقدی در طول سال قرار گیرد.

نمودار ۴۳ تعداد دانلود در ماه‌های مختلف هر سال



بررسی الگوی ماهانه دانلود در طول سال نشان می‌دهد که رفتار نصب کاربران از یک چرخه فصلی مشابه با روند درآمد پیروی می‌کند. بیشترین تعداد نصب در ماه دسامبر ثبت می‌شود و این سطح بالا در ژانویه نیز تداوم می‌یابد که بیانگر اوج تقاضا در مقطع پایانی و آغازین سال میلادی است.

در فوریه کاهش محسوسی در تعداد دانه‌های مشاهده می‌شود، اما در مارس روند مجدداً صعودی می‌شود. این افزایش در آوریل با یک افت کوتاه‌مدت مواجه می‌گردد، سپس از آن مقطع تا جولای یک روند افزایشی پیوسته شکل می‌گیرد که نشان‌دهنده تقویت تدریجی جذب کاربر در فصل بهار و اوایل تابستان است.

در ادامه، ماه‌های آگوست و سپتامبر با کاهش نصب همراه هستند که می‌تواند بازتاب یک افت فصلی در فعالیت کاربران باشد. در اکتبر و نوامبر تغییر قابل توجهی در تعداد دانه‌های مشاهده نمی‌شود و بازار در وضعیت نسبتاً باثبات قرار می‌گیرد. نهایتاً در دسامبر بار دیگر جهش معناداری در تعداد نصب رخ می‌دهد که نقطه اوج سالانه را تکرار می‌کند.

در مجموع، تحلیل منحنی دانه‌های حاکی از وجود یک الگوی چرخه‌ای منظم است که در آن ماه‌های دسامبر، ژانویه، مارس و بازه مه تا جولای دوره‌های افزایشی و فوریه، آوریل، آگوست و سپتامبر دوره‌های کاهش محسوب می‌شوند. ثبات نسبی در اکتبر و نوامبر نیز نقش یک دوره گذار به اوج پایانی سال را ایفا می‌کند. این الگوی تکرارشونده می‌تواند مبنای تصمیم‌گیری در زمان‌بندی کمپین‌های جذب کاربر، انتشار به‌روزرسانی‌ها و تخصیص بودجه بازاریابی قرار گیرد.

جمع‌بندی

بازار بازی‌ها در این دوره سالیانه رشد پایدار و قابل توجهی را تجربه کرده است. روندهای ماهانه نشان می‌دهد که تعطیلات و مناسبت‌های خاص، تاثیر مستقیم بر افزایش دانه‌ها و درآمد دارند و استراتژی‌های تبلیغاتی و نگهداری کاربران باید حول این دوره‌ها طراحی شود. همچنین همبستگی بین درآمد و دانه‌ها، اهمیت ترکیب استراتژی جذب کاربر جدید و درآمدزایی از کاربران فعلی را برای موفقیت در بازار گیم نشان می‌دهد.

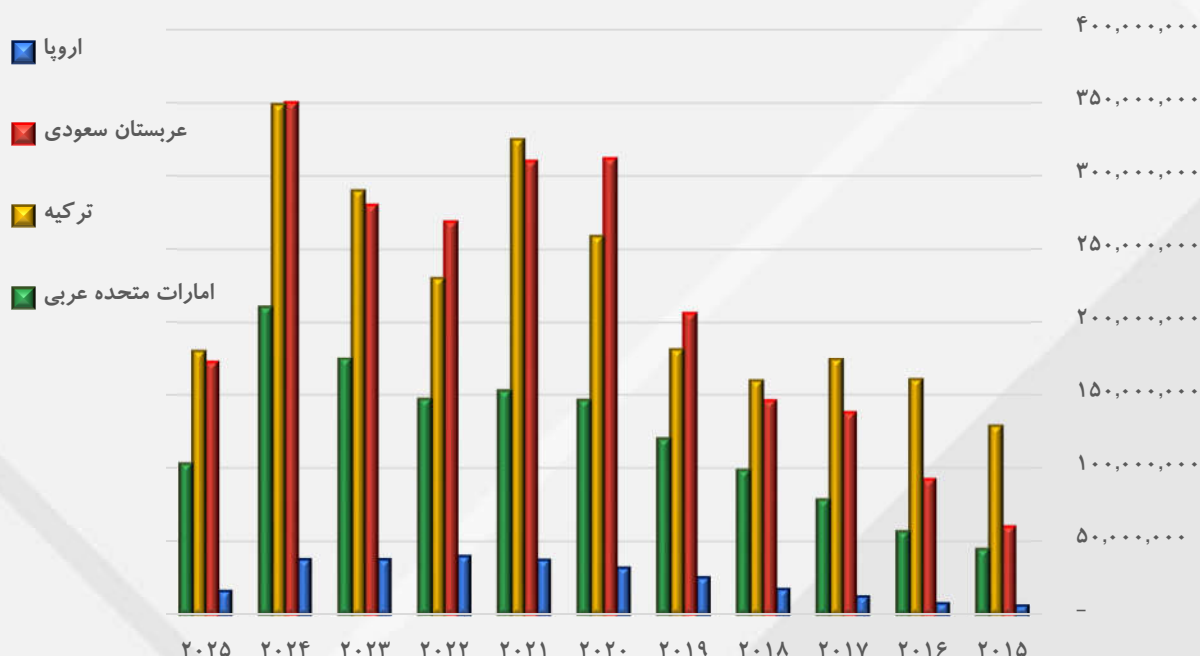
بخش پنجم

مقایسه روندهای

۶ ماهه اول در

مناطق منتخب

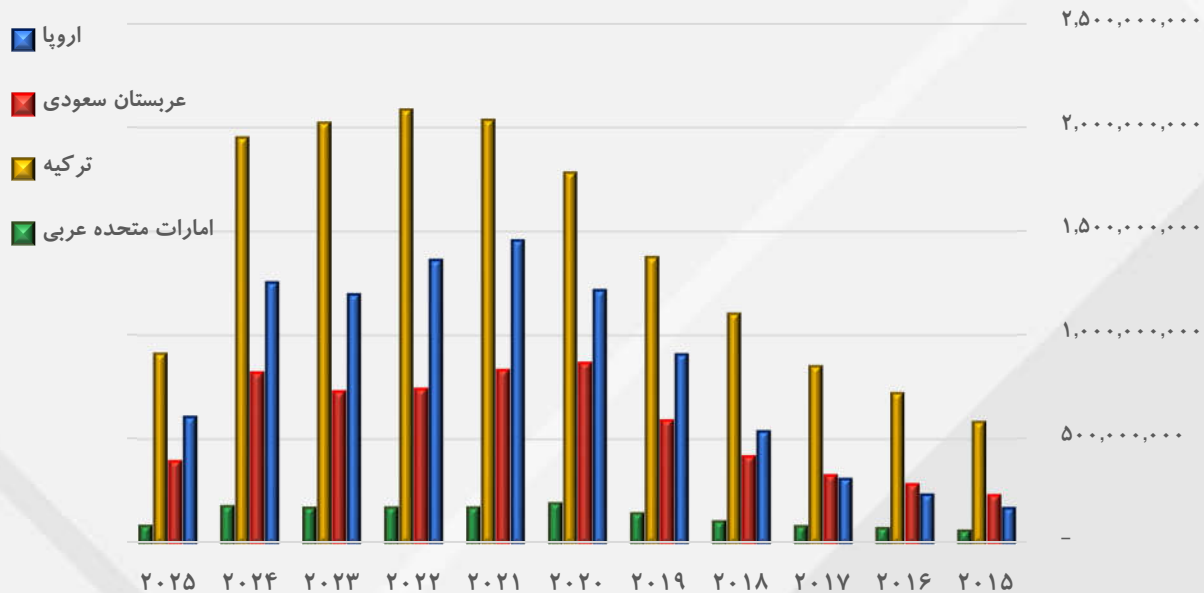
نمودار ۴۴ مقایسه درآمد در شش ماهه اول هر سال



در نمودار فوق، مقایسه درآمد شش ماهه اول سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۵ نشان داده شده است. همانطور که ملاحظه می‌شود از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۷ درآمد ترکیه افزایش داشته و بعد از آن در سال ۲۰۱۸ یک کاهش در درآمد ترکیه مشاهده می‌شود و سپس مجدد از سال ۲۰۱۹ تا سال ۲۰۲۱ روند افزایشی داشته است و در سال ۲۰۲۲ مجدد کاهش و طی سال‌های ۲۰۲۳ و ۲۰۲۴ روند افزایشی داشته است و در سال ۲۰۲۵ کاهش چشمگیری مشاهده شده است. بررسی روند درآمد اروپا در شش ماه اول سال روند افزایشی را طی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۲ را نشان می‌دهد و سپس در سال ۲۰۲۳ کاهش جزئی و در سال ۲۰۲۴ افزایش جزئی و در نهایت در سال ۲۰۲۵ با کاهش قابل ملاحظه رویه‌رو بوده است.

در مقابل کشورهای عربی، از سال ۲۰۱۵ تا سال ۲۰۲۱ روند افزایشی را داشته‌اند و در سال ۲۰۲۲ کاهش و طی سال‌های ۲۰۲۳ و ۲۰۲۴ روند افزایشی داشته‌اند و سپس در سال ۲۰۲۵ مجدد کاهش در درآمد کشورهای عربی مشاهده شده است.

نمودار ۴۵ مقایسه تعداد دانلود در شش ماهه اول هر سال

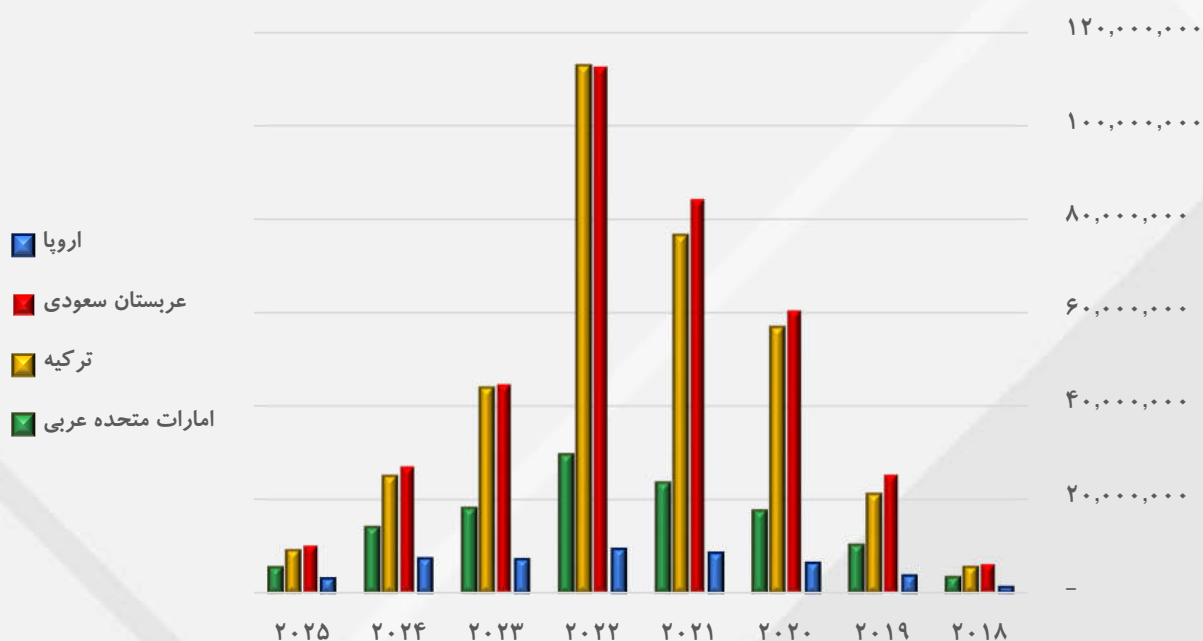


داده‌های نمودار ۴۵ تعداد نصب بازی‌ها در شش ماه اول سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۵ در تمام مناطق نشان می‌دهد. ترکیه و اروپا تا سال ۲۰۲۲ روند افزایشی را سپری کرده و پس از آن روند کاهشی را در تعداد نصب داشته‌اند. البته اروپا در سال ۲۰۲۴ با یک افزایش در تعداد نصب روبه‌رو بوده است.

در مقابل عربستان سعودی تا ۲۰۲۱ روند افزایشی در تعداد نصب و سپس در سال ۲۰۲۲ و ۲۰۲۳ با کاهش روبه‌رو بوده است و پس از یک افزایش در سال ۲۰۲۴ مجدد در شش ماه اول سال ۲۰۲۵ با کاهش مواجه بوده است. روند تعداد نصب در امارات متحده عربی تا سال ۲۰۲۰ صعودی بوده و سپس تا سال ۲۰۲۴ به صورت یکی در میان با کاهش و افزایش جزئی روبه‌رو بوده است و در نهایت در سال ۲۰۲۵ با کاهش چشمگیری در تعداد نصب مواجه بوده است.

نکته مهم در بررسی روند سایر مناطق کاهش قابل توجه در تعداد نصب بازی در شش ماه اول سال ۲۰۲۵ است.

نمودار ۴۶ مقایسه Featuring در شش ماهه اول هر سال



نمودار ۴۶ روند برجسته‌سازی در شش ماهه اول در سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۵ را نشان می‌دهد. همانطور که در نمودار فوق مشاهده می‌شود از سال ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۲ برجسته‌سازی بازی‌ها رو به افزایش بوده است و سپس روند کاهشی داشته است. در این بین فقط اروپا در سال ۲۰۲۴ با یک افزایش جزئی مواجهه بوده است.



لطفا سوالات، پیشنهادها و انتقادهای خود را با ما در میان بگذارید:

ایمیل: INFO@DIREC.IR

تماس: ۰۲۱ - ۸۸۳۱۰۳۷۰

[@Game_Research](https://www.direc.ir)

WWW.DIREC.IRCG.IR

نشانی: تهران، خیابان مفتاح شمالی، کوچه گلزار، پلاک ۳۲، طبقه اول.