

BACHELOROPPGÅVE

Mikrotransaksjonar innan mobilindustrien

Av
15 Knut Anton Sølvberg

Micro transactions in the mobile industry

Økonomi og administrasjon

BO6-2000

05.2015

Ansvarleg for rettleiing har vore: Dr. Atanu K. Nath



Avtale om elektronisk publisering i Høgskulen i Sogn og Fjordane sitt institusjonelle arkiv (Mikrotransaksjonar innan mobilindustrien)

Eg gir med dette Høgskulen i Sogn og Fjordane løyve til å publisere oppgåva (Mikrotransaksjonar innan mobilindustrien) i Brage dersom karakteren A eller B er oppnådd.

Eg garanterer at eg har opphav til oppgåva, saman med eventuelle medforfattarar. Opphavsrettsleg beskytta materiale er nytta med skriftleg løyve.

Eg garanterer at oppgåva ikkje inneheld materiale som kan stride mot gjeldande norsk rett.

Ved gruppeinnlevering må alle i gruppa samtykke i avtalen.

Fyll inn kandidatnummer og namn og set kryss:

15 Knut Anton Sølvsberg

JA NEI

Abstrakt

Mikrotransaksjonar er ein stor trend for utviklarar å ta i bruk som handlar i sine spel. Dei virtuelle goda er noko ein tene stort på innan både konsoll og mobilmarknaden i dag for speleutviklarane. Free-to-play spel blir meir og meir populært og det er fleire og fleire som hoppar på dette toget. Likevel er det ikkje alt som er like positivt med denne vegen å gå. Oss som forbrukarar ser konsekvensane av dette. Med oppgåva mi er eg ute etter å finne ut kva syn forbrukarane av desse mikrotransaksjonane har på fenomenet mikrotransaksjonar. Er dei balanserte eller ubalanserte? Er dei overprisa eller rimelige? Er trenden positiv eller negativ? Med å få tak i desse svara lagde eg ei spørjeundersøking som eg la ut på nett. Her fekk eg veldig synlige resultat på kva forbrukarane syntes om desse interne handlane. Det er store sprik mellom handelsaktiviteten til dei og det er også veldig mange store negative prosentar å vise til. Mikrotransaksjonar er fortsatt eit mørkt tema for mange forbrukarar den dag i dag.

Abstract

Micro transaction is a major trend for creators to adopt in their games today. The virtual goods gain a lot of money to the developers in both console and the mobile market. Free-to-play games are becoming more and more popular and there are more and more people jumping on this train. Yet it is not all that equally positive with this way to go. Us as consumers see the consequences of this. With my thesis I am looking to find out what vision and thoughts the consumers of these micro transactions have on the phenomenon micro transactions. Are they balanced or unbalanced? Are they overpriced or reasonable? Is the trend positive or negative? To obtain these answers, I created a survey that I posted online. Here I got very visible result of what the consumer think on these internal transactions. There are large gaps between the trading activity on them and it is also many big negative percentages to show. Micro transaction is still a dark theme for many consumers today.

Nøkkelord/ Begreip

F2P = Free-to-play spel (Spel som er gratis å spele frå start av, men som du eventuelt må betale for viss du har lyst på virtuelle gode integrert i det spelet det måtte vere)

DLC = Downloadable content (Innhald som du lastar ned til det spelet det måtte vere – Det kan vere snakk om nye bane, altså meir innhald til spelet)

EP = Expansion pack (Nesten det same som ein DLC, berre at dette direkte er ein utviding for spelet det er snakk om – Ein større pakke i seg sjølv)

P2W = Pay-to-win (Betyr når mikrotransaksjonane som ein kan kjøpe blir ubalanserte og dette føre til at dei som tar desse i bruk vinn eller får eit for godt overtak på dei andre – Det blir urettferdige kampar)

Push transaksjon = (Når mikrotransaksjonar nesten tvingar deg som spelar til å kjøpe dei)

Freemium = Det same som eit F2P spel (Det er gratis å spele det)

Whales = Den prosenten av forbrukarar av mikrotransaksjonar som kjøper og betalar mest for handlane (Dei gir mest inntening og er dei mest aktive av dei alle innan kjøp)

Innhald

Abstrakt	3
Nøkkelord/ Begreip	4
Innhald	5
Forord	7
1. Innleiing	8
1.1 Problemstilling og underspørsmål	8
1.2 "Free-to-play" – F2P	8
1.3 Føremål og avgrensing	9
1.4 Oppbygging og struktur på oppgåva	9
2. Teori	10
2.1 Når begynte forma for mikrotransaksjonar?	10
2.2 Forskjellige mikrohandlar i dag	10
2.3 Konsollmarknaden	11
2.4 "Free-to-play"/"Pay-to-win" F2P=P2W?	12
2.5 Fullprisspel med "F2P" funksjonar	13
2.6 EA	14
2.7 Korleis tenar "Freemium" spel på å vere gratis?	14
2.8 Marknadsføringsteori på bakgrunn av mikrotransaksjonar	15
2.9 Forbrukar og produsent risiko	16
2.10 Swrve's analyse	17
3. Metode	19
3.1 Kvalitativ metode	19
3.2 Kvantitativ metode	20
3.3 Valet mitt	21
3.4 Framgangsmåten min	21

4. Empiri	22
4.1 Resultatet av datainnsamlinga	22
4.1.1 Sekundærdata	22
4.1.2 Primærdata	24
4.2 Bruken av mikrotransaksjonar	25
4.3 Forbruk til no og komande forbruk på mikrotransaksjonar	27
4.4 Sikkerheita rundt kjøp av mikrotransaksjonar	30
4.5 Balanse eller ubalanse?	32
4.6 Trenden som er her for å bli	36
4.7 Konklusjon	38
5. Avslutning	40
5.1 Diskusjon	40
5.2 Konklusjon	40
5.3 Vidare forskning	42
Referanseliste	44
Spørjeundersøkinga	47

Forord

Denne oppgåva er skreve for min bachelorgrad i økonomi og administrasjon ved Høgskulen i Sogn og Fjordane. Eg vil gjerne takke ein rekke menneskjer for å hjelpe meg i å fullføre denne oppgåva. Først og fremst vil eg takke rettleiaren min, Dr. Atanu K. Nath for hans vilje til å vere min rettleiar for denne perioden. Hans rettleiing og forslag har hjelpt meg til å kome meg gjennom å fullføre denne oppgåva. Elles vil eg takke alle som tok del i spørjeundersøkinga mi og gidde meg svar å analysere.

Får håpe denne oppgåva vil være til hjelp,

Knut Anton Sølvsberg

1 Innleiing

Oppgåva mi vil dreie seg om temaet mikrotransaksjonar i dagens samfunn retta mot speleindustrien. Når vi ser og les om speleindustrien i dag er ordet ”mikrotransaksjonar” ofte brukt. Men kva er ein mikrotransaksjon? Kva har ein mikrotransaksjon å seie for speleindustrien?

Ein mikrotransaksjon er den nye måten å betale på når det kjem til spel og tilbehør i den virtuelle verda. Du brukar pengar på virtuelle gode. Alle som har vore bort i eit mobilspel vil fort sjå forskjellige dømer på denne forma for handel. Det kan dreie seg om å få tilgang til fleire varer og eksklusive fordelar. Du kan få tilbod til å kjøpe det beste antrekket, eller den beste bilen samt våpenet i spelet med ein gang du startar å spele det. Hovudpoenget er at denne delen av spelet vil aldri vere gratis, det er her du må punge ut viss du vil vere med på leiken.

Eg syntes dette er eit absolutt relevant tema i dagens speleindustri med tanke på veksten den har hatt dei siste åra. Dette er ein ny form for handel som er her for å bli.

1.1 Problemstilling og underspørsmål

Problemstillinga og underspørsmåla er knytte til forbrukarane sitt syn på fenomenet mikrotransaksjonar og Free-to-play variantar innan mobilspel.

Problemstillinga er:

- Er mikrotransaksjonar i dagens mobilspel balanserte eller ubalanserte i forbrukarens perspektiv?

Underspørsmål med tanke på meir utgreiing rundt temaet:

- Dette er ein trend som er her for å bli. Er dette positivt eller negativt?
- Forbrukarane sitt syn på sikkerheit rundt handel av mikrotransaksjonar – Ulemper eller fordelar?

1.2 ”Free-to-play” – F2P

”Free-to-play” er eit viktig begrep eg vil ta i bruk ofte. Mikrotransaksjonar har tatt over speleindustrien og er no enn før blitt mykje meir brukt enn tidligare. Utviklarar på utviklarar, og store selskap i seg sjølv benyttar seg av denne modellen for å selje meir frå produkta sine. Modellen ”Free-to-play” er den mest populære forma for bruk av mikrotransaksjonar. Her

kan kven som helst laste ned spelet gratis, men du får ikkje ta del i alt spelet har å by på. Du vil fort sjå at du må bruke pengar på å eventuelt kome vidare på den og den bana. Viss du ikkje betalar den og den prisen vil det ta deg fleire timar å kome til neste utfordring. Denne modellen er her for ein grunn, og det er å gi utviklarane ei inntekt i det lange løpet sia dei gir spelet ut gratis. Dette er forståelig i seg sjølv, men overprising på småting har ein negativ effekt for forbrukarane som tar del i deira produkt samt speleverd.

Tendensen man ser hos desse "Free-to-play" spela er at forbrukarar som ikkje er villige til å betale noko meir for det spelet dei har, fell bak. Dei kan kome til punkt der dei rett og slett ikkje kan kome vidare utan å måtte betale ein viss pris. På den andre sia der vi har dei som er villige til å betale, vil desse få ein fordel. I seg sjølv høyrest jo det rett ut at dei som brukar pengar på noko må få noko tilbake for det, men i desse mikrotransaksjonshandlane blir systemet ubalansert og urettferdig. Dette er noko eg kjem meir inn på seinare.

1.3 Føremål og avgrensing

Føremålet mitt med oppgåva mi og det eg er ute etter å finne meir ut av er om balansen i desse mikrotransaksjonane er rettferdige/ balanserte. Altså er det fleire fordelar med desse interne transaksjonane enn ulemper for forbrukarane den dag i dag. Forbrukarane sitt syn på dette temaet samt aktiviteten dei eventuelt har på kjøp av sånne transaksjonar er også noko eg vil ha med.

Eg vil snakke om dei forskjellige marknadane innan speleindustrien, men eg må også avgrense temaet. Fokuset mitt vil ikkje ligge på konsollmarknaden, sjølv om eg kjem til å snakke litt om det. Eg vil fokusere på mobilindustrien med tanke på mikrotransaksjonar på spela man har tilgang til der og vidare utvikling av denne forma.

1.4 Oppbygging og struktur på oppgåva

Oppbygginga på oppgåva mi blir delt inn i fem kapittel. Første kapittel er innleiinga. Kapittel 2 er ein teoretisk referanseramme som byggjer på undersøkingar på temaet frå før av, samt historikken bak mikrotransaksjonar. På kapittel 3 vil eg ta i bruk den metoden eg måtte ha nytte av. Kapittel 4 blir innsamling av data eg har funne, empiri. Kapittel 5 blir konklusjonen og vidare diskusjon på temaet mitt.

2 Teori

2.1 Når begynte forma for mikrotransaksjonar?

Mikrotransaksjonar har aldri vore eit tema innan speleindustrien før no dei siste åra. Det er eit av dei nye orda innan industrien, og blir meir og meir brukt. Men når begynte egentlig forma for denne type handel? Den begynte ikkje like seint som vi vil tru. Vi kan gå tilbake til arkade maskinene. Desse maskinene brukte nemlig funksjonen for betaling som vi ser mikrotransaksjonar har i dagens spel. Det vil sei at du kjøpte jo ikkje desse maskinene der dei stod, for dei var dyre å lage, men du fikk tilgang til å spele dei spela maskinene leverte. Det var berre snakk om å putte på ein liten krone så fikk du kanskje 10 minutt med speletid. Når dette var over ville du så klart prøve å slå rekorden du nettopp tok, du putta på ei krone til osv. Ein kunne også velje kva pris man ville bruke på desse arkade maskinene. Mange spel hadde forskjellig pris, og ein kunne velje om ein ville spele på den eller ein annan vanskelig heits grad. Dette ser vi meir av i nyare tid med tanke på DLC' ar (*Downloadable Content/ nedlastbart innhald*) og EP' ar (*Expansion pack's/ utvidingspakkar*).

Med å ta ut somme dømer på eldre spel som tok i bruk prinsippet rundt mikrotransaksjonar i dagens industri, kan vi gå heilt tilbake til 1870 talet. Det var Pachinko og Penny Cascades som stod bak den britiske myntspelemaskina (*Saturday Soapbox*, 2012). Prinsippet med denne var at du betalte ein liten slant med pengar for å eventuelt kunne vinne ein stor premie. Føremålet med spelet var å kaste ein lett ball mot stabla kokosnøtter for så å nokke ned desse.

Periscope frå 1966 var eit arkadespel som let deg betale ein slant pengar for å ta del i moroa. Det var ein type flipperspel og det blei fort populært over store delar av verda.

Vi kan sjå at formelen til mikrotransaksjonen si utvikling strekk seg lengre tilbake i fortida enn vi ville trudd. Det er i nyare tid den har hatt størst innverking.

2.2 Forskjellige mikrohandlar i dag

Frå 1990 talet til no har vi hatt mange forskjellige og varierte betalingsformer på nett og i form av mobil. Dette er mikrohandlar. Forma for dette starta med forskjellige betalingsfunksjonar over nettet. Vi har *IBM Micro Payments* som tillat leverandørar og seljarar å selje innhald, tenester og informasjon over internettet for låge beløp. *Millicent* var eit mikrosystem som støtta transaksjonar på eit veldig lågt nivå. *iPIN* starta i 1998 og debuterte i 1999 med ein kapital- finansiert oppstart som tillet kjøparar å leggje inkrementelle mikrobetalingskostnadar til sine egne regningar for Internett tenester. Denne tenesta blei aldri populær. *NetBill* var eit elektronisk handelsprosjekt ved universitetet Carnegie Mellon. Desse forska på å distribuere transaksjonsbehandlingssystem og utvikling av programvare og

protokollar for å kunne støtte betaling for varer og tenester over Internett. Starta i 1997 og har sakte men sikkert blitt gløymt etter 2005. (*Micropayment*, 2015)

Dei seinare åra har vi ulike tenester som *M-Coin* og *Zong* som er mikrohandlar via mobilen. *M-Coin* tillet brukarar av tenesta å lage mikrobetalingar på Internett. Telefonrekninga deira blir så belasta av mobiloperatøren. *Zong* er eit liknandes system som ladar utbetalingar til brukarens mobilrekning. Ein kan kjøpe virtuelle varer via online spel og andre sosiale nettverkstenester. *PayPal* blir også mykje brukt, og er eit mikrosystem for betaling viss du har ein *PayPal* konto. *Flattr* er eit mikrosystem som blei lansert i 2010. Dette er banktransaksjonar og faste utgifter som berre er involverte på utbetalte midlar frå mottakarens kontoar. Forretningsmodellen er basert på Facebook sin "like" funksjon, berre at her er det snakk om bruk av ekte pengar (*Micropayment*, 2015).

2.3 Konsollmarknaden

Men hovudfokus på mobilmarknaden er det viktig å legge til grunne konsollmarknaden. Dette med omsyn til mikrotransaksjonens retning. Konsollane er ein av dei viktigaste faktorane innan speleindustrien. År etter år har ein spådd at desse er på veg ut, men analysane snur dette på hovudet. Nintendo, Sony og Microsoft si fokusering på marknaden har gjort fleire andre produsentar interessert i å lage deira eigen konsoll. Det er ikkje berre Wii, Playstation og Xbox ein kan kjøpe i dag, men desse er absolutt dei mest populære. Med eit fokus på desse konsollane er spela den viktigaste faktoren på suksessen. Utan spel hadde det ikkje eksistert nokon konsoll. Det byrja tidlig med konsollar, men med tanke på Internett og online aktivitetar så er det ikkje så lenge sia denne blei introdusert til konsollmarknaden. Xbox Live debuterte i 2004 og var den mest dominerande online- tenesta til konsoll – det er den også fort satt. Ein kunne endelig spele saman med vener over nettet, og dette er noko vi er vel vande med i dag. Nesten alle spel som blir lagd no fortida har ein eller annan form for multiplayer via nettet. Det er den mest attraktive funksjonen for spelarar flest. Alt skal skje over nettet, alt skal vere kopla opp på det trådlause.

Med all denne aktivitet er det spel som er meir populære enn andre, og ein merka fort kva som er det "hotte" no fortida. Speleseriar som har strekt seg gjennom 10 år er fort satt på topp, og berre med å ta ein titt på alt det forskjellige ein kan kjøpe av pakkar til den og den serien tyder på at det er noko for kvar sin smak. Før var det kunn eit cover med ei speleplate inn i. Det har ein også tilgang til no, men det er ikkje det einaste valet ein har. Du har tilbod om å kjøpe kunn spelet i coveret, eller om du vil ha spelet i coveret med ekstra innhald. Kanskje du vil ha ein pakke med figurar i tillegg til spelet? Kanskje du vil ha ein enda større pakke med både spelet, figurar, bøker og ekstra innhald? Prisen strekke seg fort frå 300 kroner til opp mot 2000 kroner om du er villeg til å betale ekstra for innhald og tilbehør. Dette er heilt greitt grunna at valet er ditt, men hovudpoenget er ikkje teke opp enda. Ein person som kjøper alle desse pakkane har likevel ikkje fått alt spelet har å by på. Mikrotransaksjonane dukkar ikkje opp før du har kjøpt spelet. No er det enda meir å bruke pengar på. Dei virtuelle goda er

tilleggs summen til versjonen av spelet du kjøpte. Sånn var det ikkje før. Før kjøpte du spelet til den faste sum det måtte ligge på, og etter det hadde du alt spelet hadde å tilby. I dag er spel dyrare, og når du kjøper eit spel kan det ofte føle ut som du på ein måte berre har fått halve spelet. Det er som nemnt tidligare DLC' ar og EP' ar til alt som er populært, og desse kostar. Men mikrotransaksjonar blir det meir og meir av også. Utviklarar lagar mindre spel enn nødvendig for å kunne presse ut meir innhald i seinare tid for meir inntekter. Det er ein sleip måte å selje produktet sitt på.

2.4 "Free-to-play"/"Pay-to-win" F2P=P2W?

For å beskrive eit "Free-to-play" spel er det for det meste snakk om eit "småspel" om man vil kalle det, det. Det er ikkje akkurat eit "GTA V" preg over dei. Dei er stort sett simple i seg sjølv, og er ikkje så lange i lengda, men mange er veldig avhengigheits skapande. Det er her pengane ligg. Blir man hekta på eit spel, vil man ha det beste spelet kan tilby for å overgå venane dine som sitt med det same spelet. Betaling for alt av dei virtuelle goda er inga sak da, for dei fleste har ikkje ein uakseptabel pris med første augekast. Det kan vere snakk om 14 – 20 kroner for eit objekt. Det er i slutfasen man finn ut kor mykje man egentlig har brukt på dette spelet som man kunne spele gratis utan å ta i bruk kortet i utgangspunktet. For viss man brukar 20 kroner daglig på eit og same spel, blir dette ein god slant i månaden, for ikkje å nemne i året. Dette er eit veldig usannsynlig døme, men viss ein er villig til å betale ein sum på 20 kroner daglig over eit heilt år for ein mikrotransaksjon – så brukar ein 7300 kroner ekstra på eit spel ein får gratis i utgangspunktet. 20 kroner kvar dag i ein måned tilsvarar same pris som eit normalt konsollspel på 600 kroner.

Om ein er villig til å betale så mykje er heilt opp til kvar og ein, problemet er berre kva som skjer med speleopplevinga når spelarar betalar for ein viss type innhald. Som nemnt tidligare har desse mikrotransaksjonane meir enn berre eit problem for spelarar. Dei er ikkje balanserte. Når eit spel kjem ut forventar ein at alle er på same nivå, men sånn er det ikkje i dag. I dag kan du kjøpe det beste du kan oppnå på heile spelet, med det første du loggar deg inn på det. Alt du gjer er berre å betale for dette. Det er alltid nokon som er villige til å betale seg fram, dermed blir spelet ubalansert med det same. Viss du har eit skytespel føre deg og skal til å starte ein kamp – du og sju andre spelarar skal spele mot kvarandre, ein av dei har det beste våpenet i spelet grunna at han kjøpte det med ein gang – da har han ein større fordel enn alle dykk. Det same viss det er snakk om eit bil spel. Alle startar med ein bil med rundt 350 hestekrefter, så hoppar ein spelar på same nivå som dykk inn med ein bil med 1100 hestekrefter – det blir urettferdig og moroa forsvinn fort. Dermed kan ein kalle mange av desse "Free-to-play" spela for "Pay-to-win", for det er dette som har skjedd på mange ulike frontar innan industrien.

2.5 Fullprisspel med "F2P" funksjonar

Ordet "Free-to-play" betyr at sjølve spelet det er snakk om ikkje har nokon pris, det er gratis å spele det. Men med alle "gratis" spel så følgjer det med mikrotransaksjonar som ein må betale for, dette for å kunne gi ei inntekt til utviklarane som nemnt tidligare. I mobilindustrien er det mange gode dømer på denne bruken, men denne retninga har bana vei for ein negativ trend retta mot fullprisspel som nyt same funksjon. Dei siste 5 – 6 åra har denne forma for handel tatt av innan konsollmarknaden. Konsollspel på konsollspel blir sleppt ut med mikrotransaksjonar frå dag ein. Dette blir ein sleip måte å utnytte forbrukarane sine på, utifrå at dei allereie har betalt fullpris for spelet dei kjøpte. 600 kroner har utviklarane allereie fått av oss, kanskje til og med meir viss ein kjøpte ein annan og dyrare utgåve av spelet.

Av alle spel ein kan få til konsoll er det svært få som faktisk har ein naturtru "Free-to-play" funksjon. Eg vil tru at rundt 4% av spela er gratis ved lansering av dei som kjem ut i dag, resten kostar full pris. Bil spelet *Driveclub* til PS4 og *Killer Instinct* til Xbox One er dei nyaste døma på F2P spel på konsoll. Du kan greitt nok kjøpe *Killer Instinct* på disk å få med alt av innhald som du må betale for via mikrotransaksjonar til spelet i dag, men du kan også stå over og spele det gratis.

Andre dømer på ikkje F2P spel som likevel trur dei er det er bil spela *Forza Motorsport 5* og *Gran Turismo 6*. *Forza Motorsport 5* var eit av lanseringsspele til Xbox One, og det var alt i alt eit nydelig spel. Etter å ha sete seg litt inn i det fant ein fort ut at det var ei negativ side i all glansen. Frå start av kunne ein kjøpe alle dei beste bilane i spelet utan å måtte bruke eit einaste minutt på kjørebana. Bilane ein hadde tilbod om var heller ikkje billige. Den beste bilen i spelet kosta 600 kroner, like mykje som spelet i seg sjølv kosta (*CINEMABLEND*, 2014). *Gran Turismo 6* til PS3 hadde same oppsett. Her var til og med bilane dyrare. Viss ein ville ha den raskaste bilen i spelet måtte ein ut med heile 930 kroner (*Kotaku – GT6*, 2013). Så her var valet – har du lyst å spele 60 timar av spelet for og endelig få råd in- game til desse bilane, eller vil du ha dei no? Ubalansert og høgst overprising på mikrotransaksjonar blei konklusjonen, og utviklarane fekk hardt vær når dette kom på bane. Heldigvis kjem nok ikkje dette til å gjenta seg frå deira spel i framtida, men vi ser gang på gang at andre utviklarar blir for grådige når dei kjem til prislappen på dei virtuelle varene vi må betale for på spelet.

Andre dømer er horror spelet *Dead Space 3* som kom ut til alle plattformer i 2013. Eit etterlengta spel som mista all sjarm når ein fekk beskjed om at unødvendige småting i spelet sin struktur kosta ekte pengar. Som einaren og toaren var trearen same oppbygging når det kom til gameplay. Ein fikk interne objekt ein kan plukke opp å selje i butikkar for så å kunne kjøpe ny utrustning eller våpen. Problemet var at du fikk tilbod om å kjøpe desse interne goda med ekte pengar, slik at du slapp å leite etter dei i spelet sjølv sidan dette kunne ta si tid (*Kotaku – DS3*, 2013). Små unødvendige mikrotransaksjonar på alt du måtte finne i spelet

kunne koste alt frå 70 til 100 kroner. Dette var høgst overprisa. EA er selskapet som publiserte spelet og dette er berre eit av dei mange som nyt same handlingsform.

2.6 EA

EA (*Electronic Arts*) har lenge vore eit av dei mest kjente og største speleselskapa i dag og er det fort satt. Dei står bak ein rekkje med storspel og speleseriar som strekk seg gjennom fleire spelegenerasjonar. Desse er også veldig for mikrotransaksjonar. Daglig leiar for EA, Peter Moore sa til MCV ''*Det er ingen EA spill som er fredet fra denne nytenkningen*'' rundt mikrotransaksjonar (*Pressfire – Ingen EA spill er ''fredet''*, 2015), og det ser vi klarare med åra i ettertid. Alle spela som dei har sleppt ut dei siste åra har tatt i bruk denne forma, og mykje av det har fått kvass kritikk. Likevel ser det ikkje ut til å endre seg på deira front (*Pressfire*, 2015).

EA Mobile starta i 2004 og skulle ta speleretninga til EA via mobilen. I nyare tid har dei fått mange gode spel til Android og iPhone. Mange av desse ''Free-to-play''. Mange av desse er også stappa med mikrotransaksjonar. Det er her fokuset mitt kjem til å ligge, men ikkje berre på EA sine spel.

2.7 Korleis tenar ''Freemium'' spel på å vere gratis?

Det er forskjellige grunnar til korleis Free-to-play eller også kalla ''Freemium'' spel tenar pengar på å i utgangspunktet vere gratis for forbrukarane sine. Dei siste åra er det fleire og fleire utviklarar som heller går inn for å lage eit gratisspel enn å lage eit storspel på ein pris på 600 krone for kvart spel. Kva er fordelene med å gå for eit spel som ikkje i utgangspunktet vil gi deg ei inntekt med det same og kanskje ikkje over tid heller? Grunnen kan vere enkel for alle store spel som har ein prislapp på 600 kroner kostar utrolig mykje å lage i det heile løpet, pluss det tek mykje lengre tid. Du har først og fremst eit heilt lag av utviklarar som jobbar i eit stort bygg med ein ny og dyr teknologi som på alle faktorar vil koste ein viss pris å ta i bruk samt ha i gang. Alle desse må overleve også. Etter ein viss tid vil du måtte marknadsføre spelet ditt, dette er også ein svimlande pris som absolutt er tydelig på budsjettet deira. Viss ein er ein utviklar i dag og har lyst å jobbe saman med ein liten gjeng er det sikkert lurast å gå for freemium modellen. No er det greitt nok mange utviklarar som jobbar med freemium spel som arbeider i gigantiske selskap grunna suksess på denne fronten, men i byrjinga begynner ein alltid frå start.

Dei to hovudgrunnane for inntening av pengar med denne gratismodellen er reklamasjon av ''ads'' og mikrotransaksjonar for virtuelle varer i spelet. Det er mange studiar som ser at gratisspel ofte konkar store spel på andre format ut på omsetning og inntening. Marknaden er

mykje større når noko er gratis grunna at da kan alle ta del i det så lenge dei har mobil og internett. Alt som er gratis vil alltid vere meir populært enn det som kostar og er dyrt. Eit godt døme på dette er PC spelet *'League of Legends'* også kalla LoL. Ein annan faktor som har blitt analysert mykje med kjøp av mikrotransaksjonar i mobilspel er at det er veldig mange som heller vil bruke pengar på virtuelle varer internt på spelet enn å betale fullpris for noko der ein har mykje meir innhald med start av. Det er her vi ser ein forskjell frå den amerikanske og den asiatiske marknaden når det kjem til handel på spel for ei viss tid tilbake sia. I følge ei NPD analyse gruppe (2008) nemnte dei at *'The U.S. gaming market sells about \$18.8 billion a year—about half of which is sales of software for PCs and other devices'* (Forbes, 2008). David Cole i DFC Intelligence hadde dette å sei *'Subscription gaming revenues in the U.S. last year amounted to about \$600 million'* (Forbes, 2008), og at interne vare sal på spel knapt blei registrerte. Dette var før mikrotransaksjonar og den type handel eksploderte overalt. I Asia var Free-to-play spel dei mest populære lenge før dei blei utbreda i resten av verda. I Korea og Kina har speleselskap bygga seg store speleimperium med å la folk spele gratis. Her betalar alle for virtuelle varer. 75% av \$1.7 milliardar kroner er av kjøp til virtuelle varer i denne marknaden. I ettertid av dette har fleire og fleire utviklarar her i vesten gått same retning, og større og større blir denne freemium marknaden. Analytikarar og forskjellige toppar har spådd at om 10 år betalar ein ikkje for spel lengre – alt vil ha denne gratismodellen, freemium. Eit spel til 600 kroner vil kanskje forsvinne (Forbes, 2008).

2.8 Marknadsføringsteori på bakgrunn av mikrotransaksjonar

Med å integrere mikrotransaksjonar inn i eit spel er ein tosidig avgjering på kva som vil skje i ettertid. Mikrotransaksjonar har blitt eit stempel på negativitet dei siste åra, så med å integrere dei i ein viss form innan eit spel kan på mange måta få ein negativ velkomst. Balansen er viktig rundt denne handlinga, for viss 50% ikkje likar det, og 50% likar det – Er balansen god nok. Problemet er at når det kjem til freemium spel generelt må ein på førehand vere klare for å møte denne form for handel. Utviklarar er jo ute etter å tene inn på produkta sine. Ingenting er heilt gratis kan ein i dette tilfellet seie – Men det skal jo kunne vere gratis heile vegen for forbrukaren med tanke på at det er gratis frå start. Vi snakkar ikkje om betatesting eller demoar, men heile spel. Freemium spel er fullversjonar som ein kan spele gratis. I hjalefall så er mikrotransaksjonar overalt rundt denne form for spel, spesielt rundt mobilsjangeren.

Korleis skal utviklarar marknadsføre spel som byggjer opp under mikrotransaksjons handlar? I dei fleste situasjonane når vi ser vekk frå konsollmarknaden, er den store og viktigaste faktoren rundt desse spela at dei i utgangspunktet er gratis. Du treng ikkje betale noko for å spele dei frå start av. Dette som nemnt tidligare. Mikrotransaksjonar vil kome inn i ein eventuell seinare tid for det meste, der du har valet til å kjøpe eller avslå tilboda dei stiller.

Men kvifor er det så mange freemium spel som prøvar å gjere det skikkelig kjedelig for spelarar som ikkje tar i bruk denne handelen? Spelarar skal jo kunne greie seg utan å måtte betale for desse virtuelle varene når spelet i utgangspunktet er gratis å ta del i. Det er her fleste parten av industrien floppar. Det er for mange som gir ein form for press av kjøp, enn for å gi ein form av ” Dette har eg lyst på, eg trur eg kan gå for dette kjøpet ”.

Når vi ser på nøkkelorda rundt marknadsføring finn vi 8 delar: Behov, noko vi har lyst på, etterspørsel, marknad, utveksling, transaksjon og forhold, verdi og tilfredsheit og produkt.

Med å kombinere somme av desse punkta på temaet rundt marknadsføring av mikrotransaksjonssystemet er det mange som ikkje greier å få til magien rundt behovet for desse transaksjonane. Med å gå tilbake på spel før, så fanst ikkje desse handlane i nokon av dei. Ein spelte til spelet var ferdig og såg tilbake på kva som var det artigaste med dei. I mange samanhengar så var verdien av spela størst når ein kom til det punktet at ein fant noko spesielt på den og den bana. Det kunne vere ei kasse, ei kiste eller kanskje ein boks med noko innhald i. Det punktet som var mest spennande da var kva kunne vere i dette objektet, kva er det eg vil finne her? Med å opne dei fikk ein eit heilt variert resultat av eit innhald. Det kunne vere eit sverd, ei stjerne, ein nøkkel til ein magisk dør, det kunne vere alt. Poenget var at før ein opna dette her visste ein ingenting.

I seinare tid er det denne nostalgien som gir størst gevinst hos spelarar i dag. Dermed er det dei utviklarane som utnyttar mikrotransaksjonar i denne form som vinn i industrien. Du har døme på dette på store spel som Battlefield og Call of Duty. Her gir ikkje utviklarane ein mikrotransaksjon på det og det våpenet – sånn at ein spesifikt får det ein har lyst på, men heller gir kvar og ein forbrukar ein pakke der ein kan få kva som helst. Det blir mykje kjekkare for alle når ein ikkje veit kva ein får, det blir spenning rundt det samt balanse. FIFA har same opplegg med FIFA Cards, og mobilspela tar over. Dette gir ein balanse i systemet og speleopplevinga. Det blir ikkje urettferdig for nokon sjølv om dei kan føle det.

Behovet for å kjøpe det og det våpenet dett ut. Verdien og tilfredsheta ligg i desse magiske pakkane med variert innhald gang på gang. Det er noko du ikkje har behov for, men noko du vil ha. Produktet gir deg ei oppleving på dette punktet. Ei spenning som du har lyst å oppleve meir, dermed vil du trulig kjøpe meir av denne form for transaksjon. Dette er det beste dømet på gode mikrotransaksjonar.

2.9 Forbrukar og produsent risiko

Det er ingen som vil kjøpe eit produkt som ikkje tilfredstille dine behov eller blir oppfatta som noko dårlig. Det er heller ingen som er ute etter å lage noko som ikkje vil selje bra, eller som ikkje har nokon viktig funksjon å tilby forbrukarane. Det er ein stor faktor som har ei stor betydning når det kjem til freemium spel. Alle veit at dei vil innehalde mikrotransaksjonar,

spørsmålet er om ein kan spele spelet ut med å unngå dei viss ein har lyst. Det er mange utviklarar som nemnt tidligare som floppar på dette punktet, og desse kastar forbrukarane vekk frå spelet sitt. Dei gir ikkje ein rettferdig lyst eller balanse til at spelarane vil fortsette ferda gjennom spelet deira. Dette blir produsent risiko frå deira ståstad. Poenget er jo å holde gnisten i forbrukarane. Med å trekke i dei rette trådane rundt formelen av mikrotransaksjonar finn ein måtar forbrukarane vil kome tilbake til. Døme på "lootinga" i Destiny og "random" pakkane i Call of Duty. Byggje opp transaksjonane på den måten at ein tilfredstille forbrukarane på ein rettferdig måte enn å presse dei til kjøp av desse virtuelle godane.

Med å ta ein titt på nokon viktige steg i forbrukaranes syn på produsentens produkt er det viktig at mikrotransaksjonane har ein fornuftig verdi. Den som kjøper og tar seg av desse handlane er forbrukarane som eig mobilen, og handelen går føre seg via mobilen – heile prosessen tar stad på mobilen. Kjøps åtferda varierar frå person til person, men produsentane må føre ta seg ein oppstilling som gjer at reklame rundt spelet sine transaksjonar ikkje blir til spam og at den faktisk er tydelig og klar. Ingen likar spam. Integreringa frå start med ein god introduksjon med viktig informasjon rundt prisar og kva du får med godane er ein fornuftig setting på korleis ein marknadsfører prisar på mikrotransaksjonar internt til spelet ein har føre seg. Viss ein skippar dette, kan ein gå tilbake å sjå kva ein gikk glipp av via menyen frå spelet.

Overprising blir synlig fort, å auke til ein veldig dårlig negativ effekt hos forbrukaren. Forbrukar risikoen ligg rundt dei kjøpa dei føre tar seg via spelet. Ein kan ta veldig mange feile kjøp viss ein ikkje les eller forstår skikkelig kva mikrotransaksjonen inneheld.

Når vi ser vekk i frå konsollmarknaden, så ser vi at mikrotransaksjonar i mobilspel er billigare å investere i enn på konsollspel, dette grunna størrelsen på spela. Mikrotransaksjonar kjem ofte i ulike størrelsar. Viss du har tilbud om å kjøpe ein form for virtuelle pengar, er det stor sannsynlig heit for at denne er delt inn i 2 til kanskje 5 pakkar. Ein der du får nokre få pengar, og den siste med kjempe mykje pengar. Desse er det da ulik pris på. Det er her viktig å gå gjennom om dei virtuelle pengemengdene er verdt den mikroprisen dei er satt opp på. Økonomi er ein av dei viktigaste faktorane ein forbrukar ser på når han skal ta i bruk ein handel. Da må transaksjonen vere verdt pengane som blir investert i den. Med som nemnt over, ein fyldig og god intro med beskrivande tekst rundt transaksjonane gjer forbrukaren sikker på kva det her gjeld. Med dette kan produsenten også vinne tillit på at dette her er valfritt og ikkje noko "du" må ha/ måtte trenge. Forbrukaren skal velje sjølv.

2.10 Swrve's analyse

Min oppgave vil gå til ein viss grad ut i frå ein del av analysane dette firmaet, Swrve fikk inn av forbrukarar innan mobilspelverda. Swrve er eit stort firma som analyserar aktiviteten til mobilbrukarar verda over. Med å gå gjennom meir ein to milliardar hendingar daglig, får

desse inn store populasjonar å analysere (*Landingpage – swrve, 2015*). Kvar månad kan dei syne til prosentar og statistikk som vise kor mykje kvar og ein av forbrukarane brukar på mikrotransaksjonar i Free-to-play spel. Dette er viktige tal for meg å gå ut i frå grunna at eg er også ute etter å sjå kor mykje brukarar brukar på desse transaksjonane samt finne ut om dei er aktive eller ikkje med kjøp av mikrotransaksjonar innan mobilspel, først og fremst med tanke på Freemiumspel. Det er mykje anna eg også kjem til å prøve å finne svar på som desse analysane til Swrve ikkje vil hjelpe meg med, men først og fremst skal eg sjå på kva analysane her viser meg.

Hovudpoenget og konklusjonen med analysen til Swrve var at dei kom fram til at det berre var 0.15% av forbrukarane som sto for rundt 50% av inntektene til handel av mikrotransaksjonar innan mobilspel. Desse blir kalla for "Whales". Dette er tal som kjem frå ei analyse som blei gjort ein januar månad i 2014 på meir enn 10 millionar brukarar. 1.5% av dei spurte i undersøkinga svarte med at dei hadde gjort eit kjøp av ein mikrotransaksjon den månaden. Dette er svært låge tal ut i frå ein så stor populasjon (Dean Takahashi: *VB – Gamesbeat, 2014*).

Andre tal som blir vist er at ut i frå dei som betalar for mikrotransaksjonar er det 49% som berre kjøper ein gang i månaden. 13% av dei betalande kjøper 5 eller fleire transaksjonar. Swrve har også fått med kjøpsåtferda til forbrukarane med å sjå kor og når dei kjøper mikrotransaksjonar. 53% av forbrukarane som kjøper ein transaksjon vil igjen kjøpe ein ny transaksjon dei neste komande 14 dagane. 47% vil ikkje gjere dette. 13.7% vil gå for 4 eller fleire handlar dei neste 14 dagane (Dean Takahashi: *VB – Gamesbeat, 2014*).

Prisen på ein gjennomsnittlig mikrotransaksjon ligg på \$5.94 (Tilsvarear opp mot 45 kroner). 67% av alle kjøp ligg mellom \$1 til \$5 noko som vil seie mellom 7.50 og 45 norske kroner. Dei dyraste mikrotransaksjonane som stort sett er oppe i ein pris på \$50 (ca. 377 kroner) står på 0.7% av alle kjøp og gir ei inntening på 9% av totalen (Dean Takahashi: *VB – Gamesbeat, 2014*).

Analysen for juni på same tema som over viser at aktiviteten på kjøp av mikrotransaksjonar ikkje går i nokon stor grad oppover. 6 månadar seinare står berre 1.35% av forbrukarane for kjøp av mikrotransaksjonar. Dette er ein nedgang på 0.15% frå januar månad. No er det ikkje lenger 0.15% som står for halvparten av innteninga, men 0.13% som står for heile 62% av all inntening frå handelen. Med å sjå nærare på dei som kjøpe mest, ser vi at auken er der. For dei som handlar for mellom \$10 og \$20 i månaden utgjer desse ein prosent på 18.4% av einheits sal, noko som er 10% betre enn tidligare analyse. Dei står også på 32.3% av all inntening, noko som også er 10% betre enn tidligare analyse. Dette vise at dei som kjøper mest, kjøpe enda meir no enn tidligare (Dean Takahashi: *VB – Profiles, 2014*).

Det som blir brukt på mikrotransaksjonar i månaden gjennomsnittlig, denne månaden ligg på \$24.93 (ca. 188 kroner), dette er 2% opp frå sist gong. Den mest ordinære forbrukaren kjøper under tre transaksjonar som ligg på ein pris på rundt \$8.34 (62.83 kroner).

50% av dei som betalar for transaksjonar kjøper berre ein i månaden. 16% kjøper fem eller fleire. Mikrotransaksjonar som kostar rundt \$5 ligg for 55% av alle kjøp og er den mest populære blant dei. Dei dyrare som ligg på \$50 eller meir, ligg på 1% av kjøpa. Desse utgjer 11% av all inntening – noko som er 2% opp frå sist analyse (Dean Takahashi: *VB – Profiles*, 2014).

Med å sjå på denne aktiviteten ut i frå desse to analysane, er eg ute etter å finne ut i kva grad aktiviteten på min populasjon frå min spørjeundersøking betalar, syntes og føler rundt same handel av mikrotransaksjonar. Eg vil som nemnt tidligare fokusere ein god del på andre tankar rundt temaet – mikrotransaksjonar, men eg vil også finne ut i kva grad og eventuelt kor mykje og kor ofte dei betalar for transaksjonane.

3 Metode

3.1 Kvalitativ metode

Den kvalitative metoden går for generering av kunnskap kor ein undersøker og byggjer på teoriar om fortolking og menneskelig erfaring, rettare sagt hermeneutikk og fenomenologi. Vi er ikkje ute etter å undersøke eit stort antal førekomstar ved bruken av statistikk, men heller ta utgangspunkt i eit mindre utval førekomstar. Metoden strekkjer seg gjennom forskjellige faktorar for systematisk innsamling, bearbeiding og analyse av materiale frå samtale, skriftlege tekstar eller observasjonar. Sjølv hovudmålet er å utforske meiningsinnhaldet i dei sosiale fenomena, sånn som dei blir opplevd av dei som er involverte sjølv. Ein kan bruke denne metoden til å systematisere og gje innsikt i menneskelige uttrykk, enten språkelige ytringar som tale eller skrift, eller åtferd som går på handling (*De nasjonale Forskningsetiske Komiteene* – 1. 2010).

Datagenerering rundt denne metoden føregår ved deltakande observasjon, semi – eller ustrukturerte intervjuar. Ein kan også bruke tekstanalyse. Denne metoden blir som oftast brukt rundt fagfelte som har med psykologi, sosiologi og antropologi. Når ein har eit utval som skal undersøkast blir dette gjort som oftast strategisk, typisk eller spesielt, og ikkje representativt.

Fordelane med å bruke den kvalitative metoden er at ein kan gi moglegheit til intervjuobjekta å utdjupe sine eigne meiningar. Ein kan få moglegheit for oppfølgingsspørsmål både frå intervjuar og intervjuobjekt. Ein kan få gode idear via eventuelle nøkkelpersonar tidlig i prosessen vår (*Wiki – Kvalitativ metode*, 2014).

Ulempene rundt bruken av den kvalitative metoden er at det som oftast ikkje er moglig å generalisere resultata ein har fått, grunna at utvalet er for det meste for lite og for skeivt. Ein kan ikkje ta bastante slutningar på grunn av urepresentativt utval. Den som blir intervjuet kan føle seg i somme tilfelle pressa til å svare på spørsmål som vedkomande føle er dei svara dei som intervjuet vil høyre. Det kan vere ledande spørsmål eller strategiske svar som får intervjuobjektet til å ikkje svare ærlig, ikkje seie kva dei egentlig meiner. Denne forma for forskning og innhenting av data er for det meste veldig tidskrevjande. Det kan ta veldig lang tid å kome fram og innhente data som du skal analysere under denne forma for forskning, ein kan snakka om år (*Wiki – Kvalitativ metode*, 2014).

3.2 Kvantitativ metode

Den kvantitative metoden er den forskingsmetoden som omfattar det som er målbart og med tal, det som er kvantifiserbart. Måling og teljing er dei vanligaste formene for denne metoden. Dei tala eller talrekkeane ein får som resultat blir ofte framstilt i grafar, tabellar og andre statistiske former.

Når det kjem til bruken av metoden innan biologiske og fysikalske vitenskapar er det forskjellige syn på kva metode som er den beste å bruke. Det er forskjellige syn på om den kvalitative eller kvantitative metoden heilt for seg sjølv er lurast å bruke. Innan sosiologi, psykologi og sosialantropologi er det eit veldig kontroversielt tema om kva som er den rette metoden å ta i bruk. Ofte kan ein kombinere den til kva ein er ute etter å finne svar på. Grupper bak den kvantitative metoden meiner at med å berre bruke den type metodar kan samfunnsvitenskaplege fag bli vitenskaplege. Den andre gruppa bak den kvalitative metoden meiner at den kvantitative metoden kan i somme tilfelle tilsløre verkelegheita av dei sosiale fenomen ein studerar. I realiteten i den samfunnsvitenskaplege fags historia er tilnærminga mellom dei to metodane eklektisk. Dei blir brukt saman. I den kvalitative metoden er det ofte moglig å forstå meininga med tala ein har fått ut i frå den kvantitative metoden, og med å bruke den kvantitative metoden er det moglig å gje ein presis og eit falsifiserbart uttrykk for ideen rundt den kvalitative.

Under kvantitative studiar er hovudprinsippet nøyaktigheit. Ein veit på førehand kva ein skal oppnå, og alle eventuelle spørsmål skal vere like. Dei skal ikkje bli misforstått, da kan ein miste viktig data i forskinga. Dette er viktig (*Wiki – Kvantitativ metode*, 2013).

3.3 Valet mitt

Med utgangspunkt og fokus på mikrotransaksjonar innan mobilspel i industrien er eg med oppgåva ute etter å finne ut kva syn folk har på desse transaksjonane. Problemstillinga mi er om desse mikrotransaksjonane ein finn i dagens mobilspel er balanserte nok til å fungere som dei gjer, eller er det ubalanse som øydelegg for det meste? Free-to-play spel er absolutt den mest dominerande forma for spel til mobil i dag, og denne blir større og større. Kva synst folk om denne trenden? Er den negativ eller positiv? Trygg eller usikker? Dette er spørsmål eg har lyst å få resultat av.

Den metoden eg kjem til å ta i bruk for det meste er den kvantitative metoden. Eg har valt å bruke denne på grunn av at det eg skal finne ut er kvantifiserbart. Det er ikkje snakk om å ha nokre personlige intervju med tanke på spørsmåla mine, så svara eg skal oppnå vil kome frå ei spørjeundersøking eg lagar på nettet, og svara vil da kome frå alle som måtte gi svar frå seg her.

Fordelen med å bruke spørjeundersøking via internett er med tanke på den tida eg har på oppgåva mi. Her vil eg få svar på det eg er ute etter mykje raskare enn viss eg skulle hatt personlige intervju.

3.4 Framgangsmåten min

Min framgangsmåte på oppgåva og løysing for analyser av svar kjem og blir danna ut i frå ei nettbasert spørjeundersøking eg har laga. Spørjeundersøkinga er laga ved hjelp av Google Docs og består av 15 spørsmål. Mitt val rundt problemstilling på oppgåva tilsvarar at eg må belage meg på å finne svar frå enkelte forbrukarar. Dette er lett å få svar på ved hjelp av å lage ei simpel men konkret spørjeundersøking via nettet sia alle kan ta del på undersøkinga å gi svar frå seg.

Med å formulere direkte spørsmål med simple negative eller positive svaralternativ er det enklare for meg å samle dataen i ettertid. Eg seie meg fornøgd med rundt 200 svar. Etter undersøkinga er ferdig vil eg analysere svara mine for å sjå om mikrotransaksjonane har ein positiv eller negativ effekt på forbrukarane som har tatt del i undersøkinga mi. Desse svara vil eg så klart vise og ta med i oppgåva mi for å begrunne konklusjonen på spørjeundersøkinga mi. Eg kjem til å ta med all data. Eg vil etter det belage meg på å gi mulige vidare idear om forsking på dette feltet å gi uttrykk på kva ein burde fokusere på vidare rundt dette emnet.

4 Empiri

4.1 Resultatet av datainnsamlinga

Etter å ha hatt undersøkinga mi ute på nett i fire dagar fikk eg inn totalt 261 svar på den. Med å gå direkte på figurane eg sat igjen med etter undersøkinga var gjort, fikk eg tydelige kontrastar frå populasjonen som svarte på den.

Alle svara eg fikk inn kjem frå sosiale nettsamfunn som Facebook og spelerelevante forums frå Spill.no, Pressfire.no og Gamereactor.no.

Under her vil eg gå igjennom kva konklusjon kvart svar viser med sin figur, ein etter ein. spørjeundersøkinga byggjer på 15 spørsmål som alle går på mikrotransaksjonshandel – til freemiumspel og denne trenden innan mobilspel forbrukarane tar i bruk.

4.1.1 Sekundærdata

Biletet under vise prosentane på forbrukarane sin aktivitet av kjøp på mikrotransaksjonar for januar månad. Det er statistikk her eg ikkje kjem til å gå inn på frå dette biletet. Biletet kjem frå Swrve sine funn.

THE SWRVE MONETIZATION REPORT JANUARY 2014
WE GATHERED DATA ON OVER 10 MILLION PLAYERS OF FREEMIUM GAMES IN JANUARY.
AND THIS IS WHAT WE FOUND

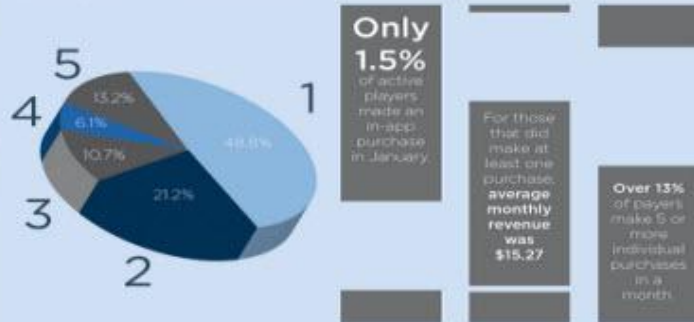
Percentage of unit sales and revenues contributed by varying SKU values



\$5 Although values of up to \$5 account for 67% of all in-app purchases, they only contribute 27% of total revenues.

\$50 SKU (skus) values of over \$50 account for just 0.7% of purchases but over 9% of revenue.

How many purchases do payers make in a month?



{Save The Whales!}

How deciles of payers by spend contribute to revenue

The top 10% make an average of 7 purchases in the month at an average value of over \$11

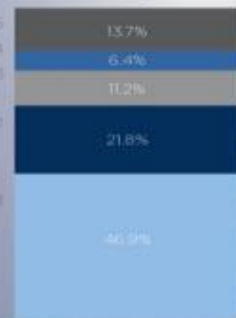
The top 10% (by revenue) of all payers contribute over 50% of total in-game revenue

The lowest spending 50% of payers only contribute 11% of revenue between them.



NEW PLAYERS

Number of purchases made by new payers within 14 days



53% of all monthly active players were new in the month, playing the game for the first time.

53%

Average time to first purchase is 24 hours.

24 hours

1hr 40mins

The typical time lapse between the first and second purchase is only 1 Hour 40 Mins

15.7% of new players reach 5 or more purchases within 14 days of life

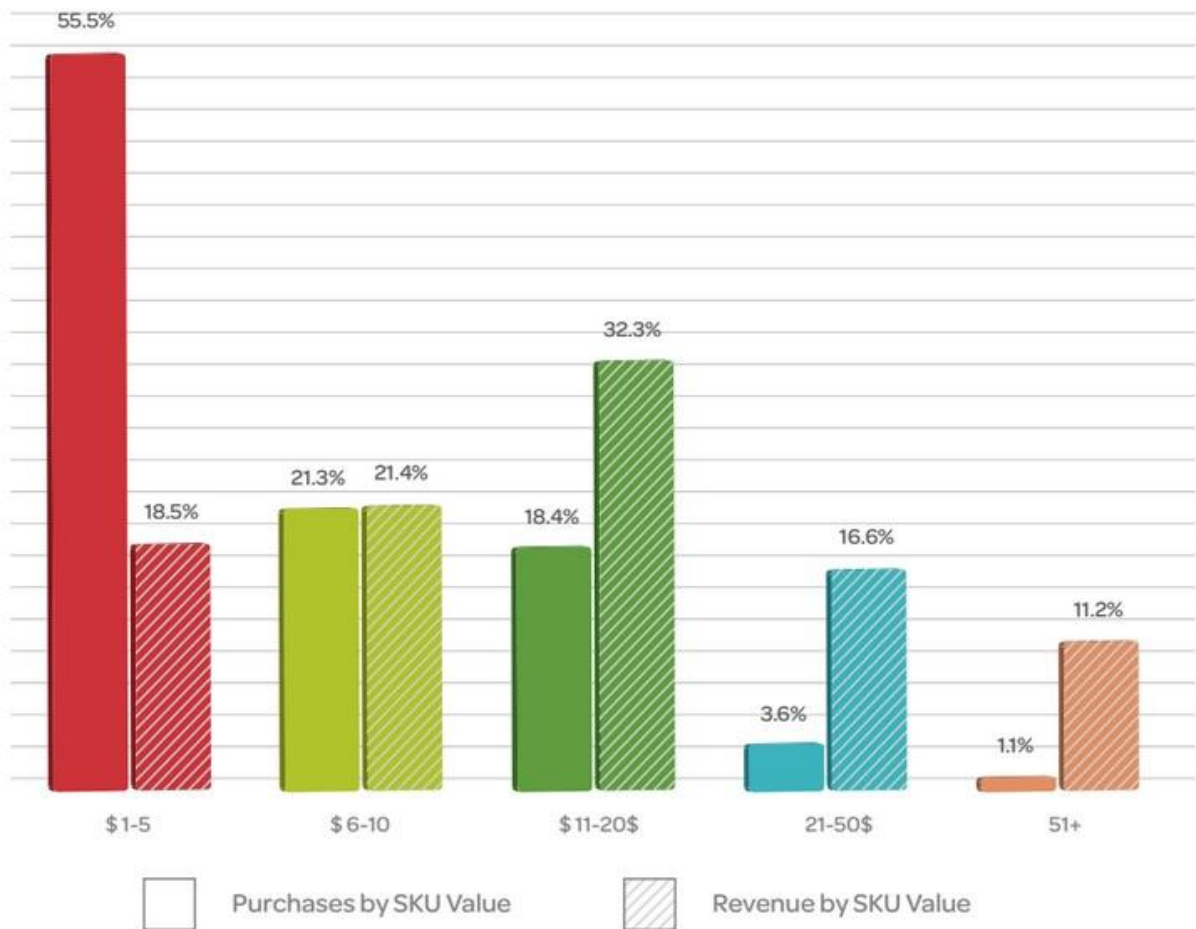
14 days

Percentage of first 14 days revenue accrued by day



Bildet over er tatt og kan forstørrest frå: VB – Gamesbeat (2014)

Under her er biletet frå Juli analysen som vise grafane til kva prosent av forbrukarar som brukar så og så mykje på mikrotransaksjonar for den månaden. Swrve sine grafar.



Bildet over er tatt frå: VB – Profiles (2014)

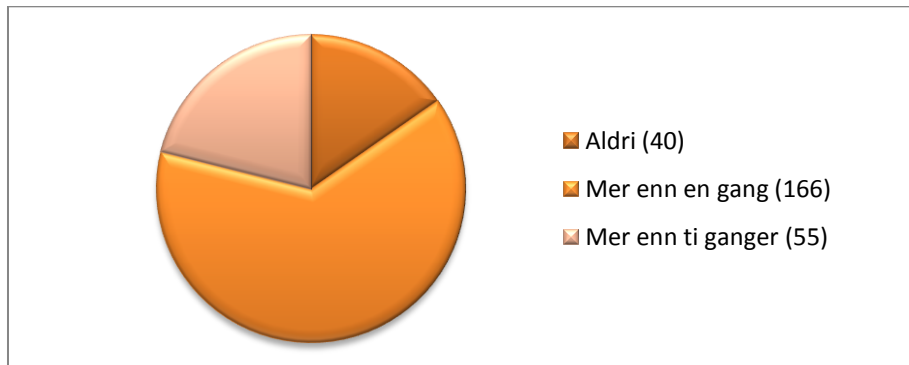
4.1.2 Primærdata

Figurane under delen 4.2 til 4.7 er alle laga i Microsoft Office Excel 2007.

Her er vedlegget til figurane, grafane og statistikken som eg fekk inn frå spørjeundersøkinga mi: https://docs.google.com/forms/d/10AsO41X1fcLhYKeMMwgAIONR30CZ6lY74M-1gOjz184/viewform?usp=send_form (Samandraget frå alt). Henta frå: *drive.google.com/google docs*.

4.2 Bruken av mikrotransaksjonar

1. Hvor ofte har du tatt i bruk denne form for handel via ett mobilspill?

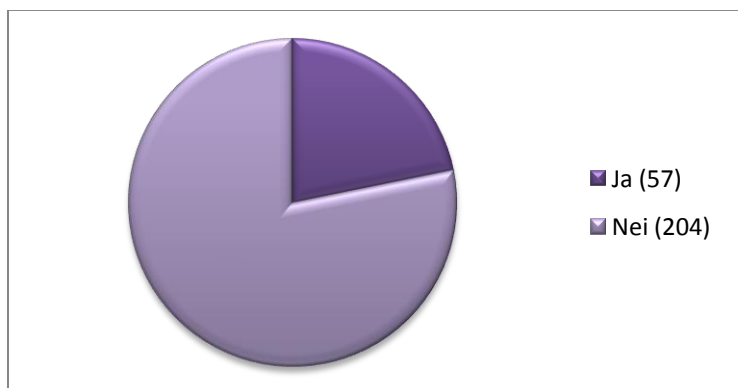


Aldri	40	15.3 %
Mer enn en gang	166	63.6 %
Mer enn ti ganger	55	21.1 %

Når vi startar øvst med spørsmål ein: ”Hvor ofte har du tatt i bruk denne form for handel via ett mobilspill?” på figur ein ser vi at dei representative av undersøkinga har teke i bruk handel av mikrotransaksjonar innan mobilspel. Gapet går frå alternativet: ”Aldri” til ein eller meir ein ti gonger ein har teke i bruk dette. Med 40 svar på ”Aldri” ligge responsen på 15.3%. Dette utvalet trengte egentlig ikkje ta del i undersøkinga etter at dei neste spørsmåla direkte går på handel og syn av mikrotransaksjonar viss ein har teke i bruk dette – Men eg haldt det opent for alle som ville svare. Dei resterande 84.7% har teke transaksjonar i bruk. Med 166 svar som tilsvarar 63.6% av figuren går til ”Mer enn en gang”. 55 svar som tilsvarar 21.1% går under ”Mer enn ti ganger”. Desse tala viser at det berre er 21% av dei svarande som har teke i bruk mikrotransaksjonar meir ein ti gonger, noko som ikkje er den dominerande prosentten av figuren. Mesteparten har kjøpt det, men ingen av dei er storforbrukarar enda.

Med å sjå på dei tala eg har ut i frå Swrve sin analyse av januar og juni 2014, ser vi at det berre der var 1.5% og 1.35% som tok i bruk handel av mikrotransaksjonar (Dean Takahashi: *VB – Gamesbeat/ Profiles*, 2014). Prosentane mine vil bli større enn det sia undersøkinga mi generelt berre gjeld forbrukarar av kjøp av transaksjonane. Viss eg skal sete mi undersøking i perspektiv så går denne på dei som tar i bruk transaksjonar, det vil sei at dei som svarar aldri i botn og grunn er så klart den største prosentten sia dei fleste droppar ut av undersøkinga etter første spørsmål. Her fokuserar vi på dei som kjøper, og prosentten er låg med tanke på aktiv bruk av mikrotransaksjonar hos populasjonen i undersøkinga mi. 21% ut i frå figuren kan ein kalle ”aktive”.

2. Syntes du handelen var verdt det?

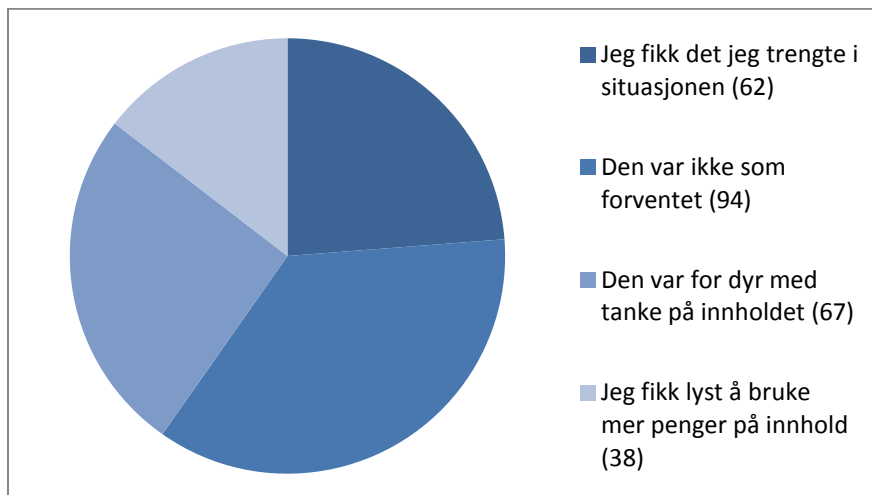


Ja **57** 21.8 %

Nei **204** 78.2 %

Når vi hoppar på spørsmål 2: ”Syntes du handelen var verdt det?” Ser vi klart at responsen er negativ på kjøpet/ kjøpa dei har gjort. Med 204 svar på ”Nei” og berre 57 svar på ”Ja” er det tydelig at det er noko som ikkje har vore på sin plass hos kjøpet. 78.2% indikerar at kjøpet ikkje var verdt det – Men ein må også gå ut ifrå at dei som svarar ”Aldri” på spørsmål ein vil halde seg på motsida på besvarelsane sine på undersøkinga her, så det blir ikkje heilt truverdige tal frå svara deira.

3. Hva var det som var positivt/ negativt med den?



Jeg fikk det jeg trengte i situasjonen **62** 23.8 %

Den var ikke som forventet **94** 36 %

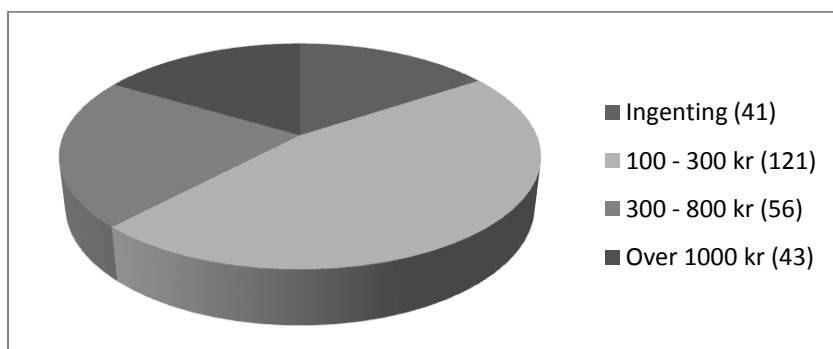
Den var for dyr med tanke på innholdet **67** 25.7 %

Spørsmål 3: ”Hva var det som var positivt/ negativt med den?” Her får vi svar på kva som skuffa kjøpet til vedkomande eller kva virkning kjøpet hadde for situasjonen deira. Her ser vi mange forskjellige svar. Eg har delt inn svar 1 som positivt, svar 2 og 3 som negative og svar 4 som eit svar ein kan tolke både positivt og negativt. 23.8% svarar at dei fikk det dei trengte i situasjonen – Det er hovudmeininga med ein mikrotransaksjon så utfallet er ikkje størst her. 94 svar som fyller 36% av figuren går på at handelen ikkje var som forventa – Det eg meina å leggje i dette er at transaksjonen var skuffande med tanke på innhaldet den bydde på. 25.7% syntes transaksjonen var for dyr, dette er eit veldig vanlig syn på mikrotransaksjonar for tida. 38 svar med ein prosent på 14.6% fikk lyst til å bruke meir pengar på mikrotransaksjonar. Dette kan ein sjå negativt på med tanke på at det kan fort bli ei uvane å kjøpe transaksjon på transaksjon utan å setje seg inn i prisar og kva dei inneheld. Ein kan også sjå på det positivt med at mikrotransaksjonen tilfredsstilte forbrukaren og oppgilde det han/ ho var ute etter første gang, og dei er villige til å kjøpe meir av same innhald. Om vi skal sjå på svar nummer 1 og 4 positivt så ser vi at den positive prosenten likevel er under den negative – som igjen indikerar at mesteparten av besvarelsane her er ikkje fornøgde med handelen/ handlane sine. Overprising og skuffande innhald er dominerande faktorar.

4.3 Forbruk til no og komande forbruk på mikrotransaksjonar

Ut i frå Swrve sine gjennomsnittstal på kva pris dei vanligaste handlane innan mikrotransaksjonar blir kjøpt for månadlig ligg på \$1 - \$5 (7.53 – 37.67 kroner). På dei som brukar og kjøper fleire transaksjonar i månaden og generelt ligg desse på mellom \$10 - \$20 (75.33 – 150.67). (Dean Takahashi: *VB – Gamesbeat/ Profiles*, 2014).

4. Hvor mye har du brukt til sammen på mikrotransaksjoner?

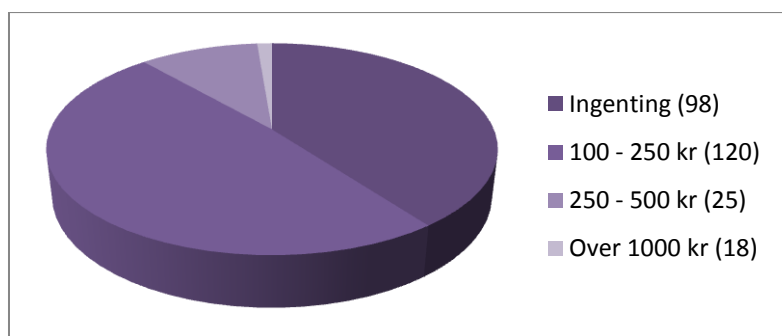


Ingenting	41	15.7 %
Mellom 100 - 300 kroner	121	46.4 %
Mellom 300 - 800 kroner	56	21.5 %

Med spørsmål 4, 5 og 6 var eg ute etter å finne ut kor mykje kvar og ein brukar på kjøp av mikrotransaksjonar via mobilspel. Forbruket er viktig for å finne ut kor mykje forbrukarar investerar i mikrotransaksjonar. Med spørsmål 4 spurte eg om: ”Hvor mye har du brukt til sammen på mikrotransaksjoner?” Svaret ”Ingenting” går til dei som aldri har teke i bruk dette før. 41 svar valte dette, noko som viser at det ikkje er så stor sklid med svar frå spørsmål 1: ”Aldri” 40 svar. Det neste svaret går til dei som tenkjer dei har brukt mellom 100 – 300 kroner. 46.4% velje å sei at dei ikkje har brukt meir ein det på mikrotransaksjonar. Frå 300 – 800 kroner svarar 56 stykke at dei har brukt dette til no på handlane. Dette tilsvarar 21.5% av figuren. 43 stykk svarar med at dei har brukt over 1000 kroner på desse handlane. Dette tilsvarar 16.5% av figuren, noko som vil sei at det ikkje er mange som har brukt mykje på mikrotransaksjonar ut i frå populasjonen. Mesteparten har berre putta inn ein sum mellom 100 – 300 kroner, noko som ikkje er mykje totalt.

Med å gå ut i frå Swrve sin analyse frå januar 2014, er det 0.15% som står for litt over 50% av all handel på mikrotransaksjonanes inntening. Juni etter, er den nede på 0.13%, men dei handlar meir no, og står for heile 62% av innteninga for transaksjonane (Dean Takahashi: *VB – Gamesbeat/ Profiles*, 2014). Eg veit ikkje kor mykje populasjonen som har handla for meir enn 1000 kroner har brukt i overkant av det, men med å sjå på neste figur under er det 18 stykk som ser føre seg at dei vil bruke meir enn 1000 kroner på komande mikrotransaksjonar. Dette er dei aktive forbrukarane i populasjonen som har svart på undersøkinga. Nokre av denne prosenten på 6.9% kan ein nok kalle for ”Whales”, men dette er som i Swrve sin analyse – ein liten prosent av forbrukarane.

5. Hvor mye ser du for deg du vil bruke på kommende mikrotransaksjoner?

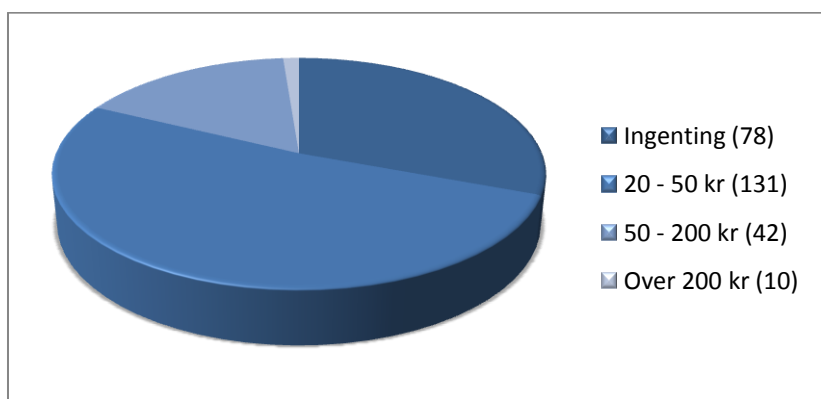


Ingenting	98	37.5 %
Mellom 100 - 250 kroner	120	46 %
Mellom 250 - 500 kroner	25	9.6 %
Over 1000 kroner	18	6.9 %

Spørsmål 5 siktar eg meg inn med å spør kor mykje vedkomande ser føre seg å bruke på mikrotransaksjonar den komande tida. ”Ingenting” er det mange som har svart her, heile 98

stykke, 37.5% seier at dei ikkje kjem til å bruke noko på mikrotransaksjonar i framtida. Halvparten av svara på spørsmålet går til svar 2: ”Mellom 100 – 250 kroner”. Dette er ein liten sum i det lange løp, og med 120 stemmer som fyller 46% av figuren viser dette at populasjonen ikkje er freistande til å bruke meir på desse handlane den komande tida no. 9.6% velje å bruke det dobbelte frå 250 – 500 kroner, og dei resterande 6.9% (18 svar) kjem til å bruke over eller rundt 1000 kroner. Igjen ser vi at det er få som investerar store beløp rundt denne form for handel via mobilen – og som nemnt over er det berre ein liten prosent trulig av desse som brukar ”mykje” pengar på mikrotransaksjonane.

6. Hvor mye tror du at du bruker på mikrotransaksjoner i måneden?



Ingenting	78	29.9 %
Rundt 20 - 50 kroner	131	50.2 %
Rundt 50 - 200 kroner	42	16.1 %
Over 200 kroner	10	3.8 %

Spørsmål 6: ”Hvor mye tror du at du bruker på mikrotransaksjoner i måneden?” 78 svar (29.9%) veljar å svare ”Ingenting”. Desse består av dei som aldri har teke i bruk handelen før og som svarar ”Aldri” på spørsmål 1, samt dei som ikkje føler sjølve at dei brukar meir enn 20 kroner i månaden. Med 131 svar som tilsvarar så vidt over 50% av figuren betalar rundt 20 – 50 kroner i månaden for desse transaksjonane. Langt færre betalar meir. 16.1% (42 svar) betalar noko mellom 50 – 200 kroner, og berre 3.8% (10 svar) betalar meir enn 200 kroner i månaden for mikrotransaksjonar. Nesten 20% betalar meir enn 50 kroner i månaden. Mesteparten ligg på som nemnt over – rundt 20 – 50 kroner som ikkje er ein stor sum av investering på 30 dagar i slengen.

Det er altså ikkje så mange som legg store pengar inn i mikrotransaksjonar i følgje figurane over. Swrve sin analyse går ut i frå dei som spelar mobilspel og deretter går for dei som betalar, min analyse inneheld stort sett folk som har, og betalar for desse transaksjonane.

84.7% har teke i bruk kjøp av mikrotransaksjonar som nemnt over, og det er jo ein høg prosent sia alle som ville kunne svare på undersøkinga. Når vi går ut i frå dei som betalar mest, så er det veldig få som er aktive forbrukarar. Med spørsmål 6 finn vi dei som er mest positive og dei mest aktive kjøparane av transaksjonane. Dette er dei som betalar meir enn 200 kroner i månaden for slike handlar. Av 261 svar, er det berre 10 av dei som ein kan beskrive som "Whales". Desse utgjer ein prosent på 3.8%. Dette er forbrukarar av høg verdi for utviklarane, og desse utgjer ein stor inntening sjølv om det berre er snakk om lågare enn 4% av populasjonen som er spurt.

4.4 Sikkerheita rundt kjøp av mikrotransaksjonar

Med desse spørsmåla er eg ute etter å finne ut om folk stolar på systemet rundt handel av virtuelle gode frå mobilspel dei tek i bruk. Er populasjonen trygg eller utrygg rundt mikrotransaksjonshandlar?

Trygg [7. Føler du deg trygg i de handlene du gjør når du kjøper mikrotransaksjoner via mobilspill?]

Svært uenig	16	6.1 %
Uenig	49	18.8 %
Til en viss grad	128	49 %
Enig	55	21.1 %
Svært enig	13	5 %

Spørsmål 7: "Føler du deg trygg i de handlene du gjør når du kjøper mikrotransaksjoner via mobilspill?" Dette spørsmålet er delt inn i Trygg/ Utrygg som svaralternativer. Med å sjå på resultatata frå svar under "Trygg" ser vi at det faktisk er ein del som ikkje føler seg vel når det kjem til handlane over nett med tanke på kjøp av mikrotransaksjonar. 6.1% føler seg svært utrygge viser figuren, og 18.8% (49 svar) meiner at dei også føler seg utrygge. Med dette tolkar eg resultatata frå den utrygge populasjonen som forbrukarar som ikkje vil gi opplysningar om kontoinformasjon opp til interne mobilspel. Eg ser også på denne populasjonen som folk som ikkje har teke i bruk slike handlar før og som føler at dette ikkje er noko dei kjem til å ta i bruk heller den komande tida. Totalt 24.9% syntes dette er ein utrygg handling.

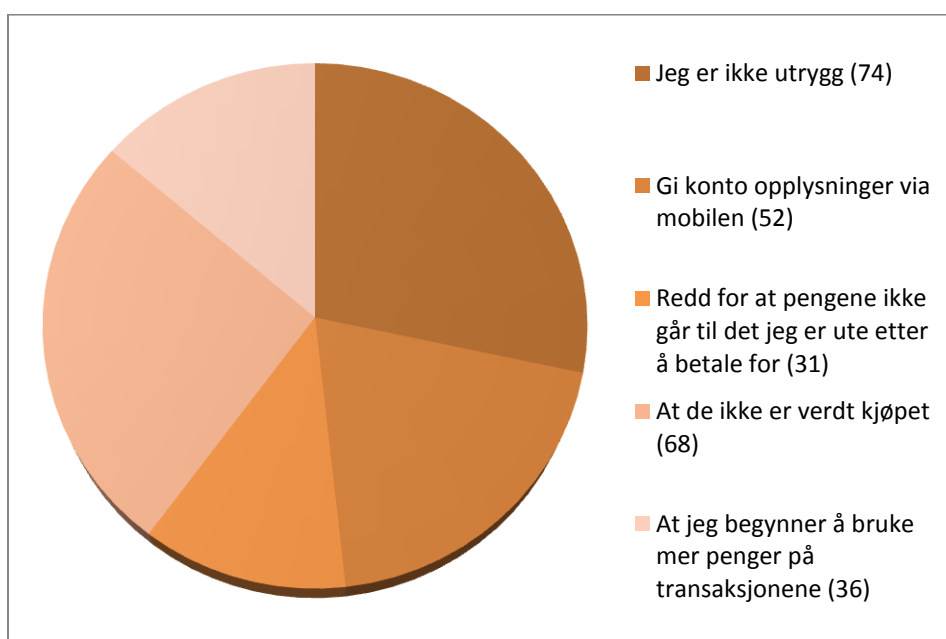
Svaret "Til en viss grad" har fått flest svar. Med 128 svar inn som utfyller nesten 50% av figuren, ser vi her at dei fleste velje å stille seg på midten av spørsmålet. Eg velje å tolke dette som ein populasjon som utfyller både aktive og ikkje aktive forbrukarar, og at ein del av desse føler at somme handlar kan være meir usikre enn andre. Når vi ser på den positive delen av figuren så rommar denne berre 26.1%, noko som ikkje er ein spesielt stor del på truverdigheita rundt kjøpa. Berre 5% av denne prosenten syntes handlane er veldig trygge.

Utrygg [7. Føler du deg trygg i de handlene du gjør når du kjøper mikrotransaksjoner via mobilspill?]

Svært uenig	23	8.8 %
Uenig	67	25.7 %
Til en viss grad	121	46.4 %
Enig	44	16.9 %
Svært enig	6	2.3 %

Med å gå over på den utrygge besvaringa av spørsmålet ser vi ikkje så alt for store sprikar i svara, men ein finn nokre. Med å ta og vrenge svara frå den negative til den positive fasen frå spørsmål 7 ”Trygg”, ser vi at det er litt fleire som meiner at handlane her er trygge. Med ei missnøye om at handlane er utrygge finn vi at 34.5% meiner at dei ikkje er det (Ein prosent som stig opp frå dei som syntes desse var trygge på del 1 av spørsmålet, med ein prosent på 9.6% i pluss). ”Til en viss grad” får også flest stemmer på dette spørsmålet også, med heile 46.4%. Prosenten som er einige i at kjøpa er utrygge ligg på totalt 19.2% av populasjonen (5.7% i minus frå dei som velje å svare det same på spørsmålet over). Her er det berre 6 svar som oppgjer ein prosent på kun 2.3% av figuren. Desse prosentane her viser at det er litt varierte tolkingar frå folk som svarar på del 1 og del 2 av spørsmålet. Eg velje å tru at populasjonen som velje ”Aldri” på spørsmål 1 av undersøkinga har eit holrom i figuren her som gir prosentane som på ein måte burde ligge på generelt lik linje ein litt ugunstig vri.

8. Hva er det som gjør deg utrygg rundt de kjøpene her?



Jeg er ikke utrygg	74	28.4 %
Gi konto opplysninger via mobilen	52	19.9 %
Redd for at pengene ikke går til det jeg er ute etter å betale for	31	11.9 %
At de ikke er verdt kjøpet	68	26.1 %
At jeg begynner å bruke mer penger på transaksjonene	36	13.8 %

Spørsmål 8 går inn i kva grunnar populasjonen har for at dei syntes handlane rundt mikrotransaksjonar er utrygge. Spørsmålet er delt inn i fem forskjellige grunnar på kvifor desse handlane er negative for forbrukaren. Del 1 går til dei som ikkje føle seg utrygge i kjøpet – Her svarar 28.4% (74 svar) at dei ikkje er utrygge når det kjem til betaling av transaksjonane. Dette stemmer rundt prosenten som var einig i at handlane ikkje var utrygge i spørsmål 7 over. Dette er også den høgste prosenten av figuren. Vi ser også at det er relativt fordelte svar her. 19.9% er redde for å opp gje konto opplysningar via mobilen. 11.9% er redde for at pengane dei brukar ikkje går til det dei skal og forventar. 26.1% (68 svar) meiner at det utrygge med mikrotransaksjonar er at kjøpet ikkje skal vere verdt pengane dei betalar for det. Ein kan kombinere desse to svara saman med tanke på at viss pengane ikkje går til det forbrukaren forventar, og dette slår negativt ned på vedkomande – så var ikkje kjøpet i seg sjølv verdt det. Dette er ein prosent som er open for diskusjon hos dei forskjellige partane.

Del 5 av svara går inn i same spor som del 4 av svara i spørsmål 3 over. Lysta til at forbrukaren har lyst å kjøpe meir mikrotransaksjonar. Her viser svara og prosenten lik linje når det kjem til resultat. Med 38 svar på spørsmål 3 og 36 svar på spørsmål 8 er det nok same populasjon som svarar her. 14.6% til 13.8% er ikkje stor forskjell. Og igjen viser dette at konklusjonen på svaret er i negativ vinkling. Forbrukaren har ikkje lyst å bli avhengig av slike handlar, vedkomande har ikkje lyst å måtte bli vant med å ta i bruk slike transaksjonar i tide og utide.

4.5 Balanse eller ubalanse?

Ja [9. Vil du si at mikrotransaksjoner som de er i dag ødelegger spilloplevelsen for deg?]

Svært uenig	6	2.3 %
Uenig	30	11.5 %
Til en viss grad	113	43.3 %
Enig	81	31 %

Svært enig **31** 11.9 %

Med å sjå på spørsmål 9 så fokuserar eg her og med dei neste spørsmåla å sjå om balansen med mikrotransaksjonar i mobilspel er balansert eller om den er ubalansert. Svara er delt inn i Ja/ Nei alternativ. Del 1 som går på ''Ja'' til spørsmålet om mikrotransaksjonar øydelegg speleopplevinga til forbrukaren er tydelig positiv. Med 43.3% (113 svar) viser dette til at mange av forbrukarane føle at til tider så gjer det, det. 31% meiner og seie seg enig i at transaksjonane har ein negativ effekt for speleopplevinga deira når dei spelar mobilspel, samt 11.9% syntes dette er svært tydelig og negativt for dei når dei spelar generelt. Totalt er det her 86.2% som meiner at mikrotransaksjonar har ei negativ effekt for speleopplevinga, noko som er ein svært høg del av figuren. Berre 6 svar med en prosent på 2.3% syntes dette ikkje stemmer i det heile tatt, og totalt 13.8% får ingen negativ effekt av mikrotransaksjonar innan mobilspel.

Nei [9. Vil du si at mikrotransaksjoner som de er i dag ødelegger spilloplevelsen for deg?]

Svært uenig **37** 14.2 %

Uenig **80** 30.7 %

Til en viss grad **107** 41 %

Enig **34** 13 %

Svært enig **3** 1.1 %

Når vi ser på same spørsmål, berre med ''Nei'' som alternativ får vi ein veldig lik graf som over. ''Til en viss grad'' oppsummerar 41% av grafen og viser til dette med at innimellom så dukkar det opp spel med mikrotransaksjonar som øydelegg, men det er også ein del spel utan denne øydeleggande effekten for speleopplevinga. Dei som er ueinige her rommar ein prosent på 44.9%. Dette er nesten same prosent som på del 1 av spørsmålet. Dei som er einige i at dette ikkje øydelegg speleopplevinga for dei rommar ein prosent på berre 14.1%. Her er det berre 3 svar (1.1%) som seie seg ''Svært enig'' i alternativet.

De er balanserte og rettferdige [10. Utgjør de mikrotransaksjonene dere kommer over, en god balanse i spillet?]

Svært uenig **40** 15.3 %

Uenig **90** 34.5 %

Til en viss grad **80** 30.7 %

Enig	42	16.1 %
Svært enig	9	3.4 %

Når vi går meir inn på om balansen er rett rundt transaksjonane, så viser dette også negative tal for balansen hos mikrotransaksjonar i dagens mobilspel. På spørsmål 10: "De er balanserte og rettferdige" på grunnlag av dei mikrotransaksjonane populasjonen har komme over på sine spel, viser dette at totalt 130 svararar (49.8%) at desse ikkje er balanserte. 30.7% syntes transaksjonane er balanserte til ein viss grad og totalt 19.5% vil seie at dei er rimelig balanserte. Berre 3.4% syntes at mikrotransaksjonane er svært balanserte.

De er ubalanserte og urettferdige [10. Utgjør de mikrotransaksjonene dere kommer over, en god balanse i spillet?]

Svært uenig	6	2.3 %
Uenig	34	13 %
Til en viss grad	85	32.6 %
Enig	86	33 %
Svært enig	50	19.2 %

Del 2 av spørsmålet: "De er ubalanserte og urettferdige" viser ein enda mindre prosent på at desse er balanserte. Dei som seie seg ueinige i ubalansen rommar berre 15.3% av grafen. Alternativet "Til en viss grad" ligg på 85 svar på en prosent på 32.6% som er nesten lik same svar på alternativet over, noko som vil seie at populasjonen som svarar her, svarar det same på begge punkt på balanse og ubalanse grunna at dei ser tydelige trekk for og imot via forskjellige mobilspel dei trulig tar i bruk og spelar. Dei som seie seg einige er 33% av grafen, og dei som seie seg svært einige er nesten 20% av populasjonen. Igjen er det ein liten part som er for balansen rundt mikrotransaksjonar. Dette tyder på at fleste parten har eit syn på mikrotransaksjonar som ubalanserte og urettferdige. Balansen er tydeligvis ikkje god nok til no.

Ja [11. Har du noen gang spilt ett spill der du følte du måtte betale for mikrotransaksjoner for å kunne komme deg videre?]

Svært uenig	8	3.1 %
Uenig	41	15.7 %

Til en viss grad	100	38.3 %
Enig	77	29.5 %
Svært enig	35	13.4 %

Med spørsmål 11 er eg ute etter å finne ut om forbrukarane har kome over mikrotransaksjonar som på ein måte nesten har tvinga dei til å betale for transaksjonane for at dei skal kunne kome vidare på det spelet dei har spela. Dette er eit spørsmål som skal gå i strupen på dagens grådighet innan denne industrien med tanke på simple måtar utviklarar utnyttar situasjonar i spela sine på å lure forbrukarar til å betale for desse transaksjonane i freemiumspel. Spørsmålet lyder: "Har du noen gang spilt ett spill der du følte du måtte betale for mikrotransaksjoner for å kunne komme deg videre?" Spørsmålet er delt inn i "Ja" og "Nei" alternativ i byrjinga. Når vi tar føre oss resultata ser vi fort at dette er noko dei fleste har opplevd med spelinga si. Under alternativ "Ja" finn vi: Med ein prosent på heile 81.2% som har opplevd dette ein og fleire gongar er det tydelig at dette er noko som gjentar seg ofte innan mange varierte mobilspel. 100 svar går til populasjonen som meiner at dette er noko dei har sett og opplevd til ein viss grad. Dei som er einige er 29.5%, og dei som er svært einige er 13.4%. den ueinige delen som ikkje har møtt på denne form for "Push- transaksjonar" er ein prosent på totalt 18.8%. Populasjonen som står bak denne prosenten velje eg å kombinere med dei som enkelt og greitt ikkje har møtt på denne form for transaksjonar via spela sine, og dei som held seg positive til denne form for transaksjonar.

Nei [11. Har du noen gang spilt ett spill der du følte du måtte betale for mikrotransaksjoner for å kunne komme deg videre?]

Svært uenig	33	12.6 %
Uenig	78	29.9 %
Til en viss grad	106	40.6 %
Enig	32	12.3 %
Svært enig	12	4.6 %

Når vi hoppar over på same spørsmål, berre med "Nei" som alternativ får vi veldig like resultat. Dei som likar eller ikkje har opplevd å møte på denne form for transaksjonar ligg på ein prosent på rundt 16.9% som ikkje er så langt ifrå prosenten over. Dei som held seg på "Til en viss grad" alternativet er på 40.6% noko som er eit resultat på litt usikkerheit rundt om dei har møtt på dette eller ikkje. Med same prosent under dette alternativet over, velje eg å tolke det som at populasjonen som velje desse alternativa trykker same svar på begge delar av spørsmålet. Dette gir resultatet eit kanskje på den eine eller den andre sida. Dei som er einige i

at dei har opplevd slike transaksjonar er ein prosent på totalt 42.5%. 12.6% av desse viser tydelig hukommelse av at dette har dei vore ute for fleire gongar trulig.

Jeg sluttet å spille spillet [11. Har du noen gang spilt ett spill der du følte du måtte betale for mikrotransaksjoner for å kunne komme deg videre?]

Svært uenig	15	5.7 %
Uenig	44	16.9 %
Til en viss grad	98	37.5 %
Enig	77	29.5 %
Svært enig	27	10.3 %

Med del 3 av spørsmål 11, vil eg sjå kva eventuell virkning desse transaksjonane hadde for forbrukaren som spelte spelet. Effekten er i alt allereie negativ, men er effekten så pass negativ at vedkomande slutta å spele spelet? Resultata på om populasjonen kutta ut spelet eller forsette ferda er tydelig. Totalt 39.8% slutta å spele spelet etter denne hendinga. 98 svararar (37.5%) slutta til ein viss grad å spele spelet. Det er berre 22.6% som ikkje slutta og seie seg ueinig i dette. Med tanke på den populasjonen som ikkje slutta, er det her snakk om populasjonen som ikkje har møtt på ”Push – transaksjonane” også som kombinert, noko som tilsvarar at det er enda færre som egentlig seie seg ueinig etter relativt spørsmål. Med desse tala her ser vi at mikrotransaksjonar som går inn i ein meir pressande reklamasjon på visse mobilspel har ein meir negativ enn positiv effekt på forbrukarane sine.

4.6 Trenden som er her for å bli

Ja [12. Setter du pris på at flere og flere spill tar i bruk denne form for handel?]

Svært uenig	42	16.1 %
Uenig	71	27.2 %
Til en viss grad	104	39.8 %
Enig	35	13.4 %
Svært enig	9	3.4 %

Spørsmål 12: ”Setter du pris på at flere og flere spill tar i bruk denne form for handel?” Dette er eit spørsmål som set mikrotransaksjonar sin intensjon overall innan mobilspel i fokus. Synst forbrukarane at det er greitt at dei er her til ein viss grad, at desse transaksjonane eksisterar og utbreidar seg til fleire og fleire spel? Alternativ ”Ja” byrjar vi med. Her ser vi at på dei som har svara under ”Enig” og ”Svært enig” utfyller 16.8% til saman av grafen. Det er berre 44 stemmer som syntes dette er ein god ting for mobilindustrien. Alternativet ”Til en viss grad” er igjen det mest populære alternativet populasjonen svarar under – med ein prosent på 39.8% som tilsvarar 104 av stemmene. Dei som ikkje er einige i at dette er ein god eller lys ting for mobilindustrien utfyller ein prosent på totalt 43.3%. nesten halvparten vil seie at dette ikkje er bra, mens opp under den neste halvparten stiller seg til ein viss grad skeptisk til om dette er noko positivt.

Nei [12. Setter du pris på at flere og flere spill tar i bruk denne form for handel?]

Svært uenig	20	7.7 %
Uenig	41	15.7 %
Til en viss grad	93	35.6 %
Enig	62	23.8 %
Svært enig	45	17.2 %

Same spørsmål med alternativ ”Nei” gir oss litt klarare syn på dei generelle svara vi har fått over. Dei som stiller seg på den negative sida her splittar seg med 7.7% som er svært ueinige i at dette ikkje er noko gale – og 15.7% er ueinige med det same. Populasjonen som meiner ”Til en viss grad” er redusert til 35.6%. Dei som her er einige og svært einige i dette svaret er no komne til 41%. Negativiteten rundt mikrotransaksjonar og integreringa i fleire og fleire mobilspel er ikkje så negativ som eg skulle tru. Det ser ut som mange overlev med at dette utbreidar seg vidare, så lenge det ikkje skapar problem for dei som enkeltperson.

Positiv [13. Dette er en trend som er her for å bli - Tror du utviklingen vil være positiv eller negativ for deg som spiller?]

Svært uenig	50	19.2 %
Uenig	96	36.8 %

Til en viss grad	66	25.3 %
Enig	40	15.3 %
Svært enig	9	3.4 %

Spørsmål 13 gir oss eit meir klarare syn på denne trenden, om den utviklar seg i positiv eller negativ retning hos den enkelte forbrukaren. Dei som meiner at mikrotransaksjonar er i rett og positiv retning består av mangfaldet som er einige i svaret og desse består av ein prosent på 18.7%. Det er berre 25.3% som synstes dette er positivt til ein viss grad. Dei resterande prosentane er i mot denne trenden og føler at denne ikkje er på ein positiv veg enda. Med 146 stemmer og 56% som er ueinige er det tydelig at denne trenden ikkje er på rett veg for fleste parten enda.

Negativ [13. Dette er en trend som er her for å bli - Tror du utviklingen vil være positiv eller negativ for deg som spiller?]

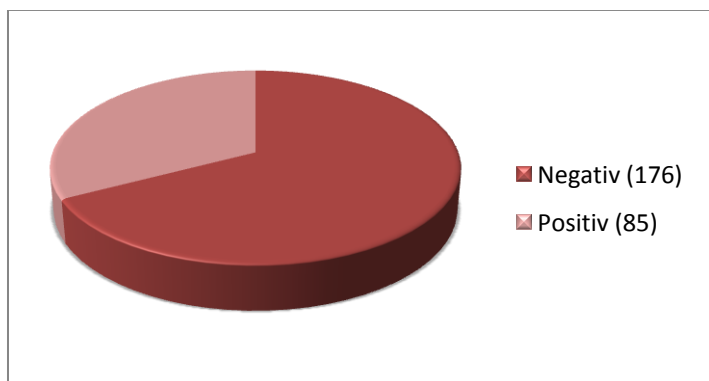
Svært uenig	13	5 %
Uenig	43	16.5 %
Til en viss grad	74	28.4 %
Enig	80	30.7 %
Svært enig	51	19.5 %

Alternativet til same spørsmål som belagar seg på "Negativ" utfyller nesten same resultat som over. Dei som syntes denne er positiv for dei ligg her på ein total prosent på 21.5%. Det er viktig å ta med at det er ein veldig liten prosent som syntes denne trenden er svært positiv for dei. Over låg denne berre med 3.4% (9 svar) og her ligg den på 5% med 13 svar. Dei som velje svar under "Til en viss grad" ligg no på 28.4%. Populasjonen som er einige og svært einige i at trenden er negativ for dei fort satt rommar akkurat litt over 50% av grafen. Her er det på begge partar av spørsmålet rundt 20% som er veldig i mot at dette har ein positiv effekt for dei som spelar.

4.7 Konklusjon

Med spørsmål 14 og 15 som er dei siste spørsmåla i spørjeundersøkinga mi er begge veldig enkelt satt opp. Begge går på konkluderande syn og meining om mikrotransaksjonar og freemiumspel – (F2P mobilspel) frå populasjonen som har svart på undersøkinga.

14. Free-to-play spill er det største nå fortiden - Hva er ditt syn på denne trenden?

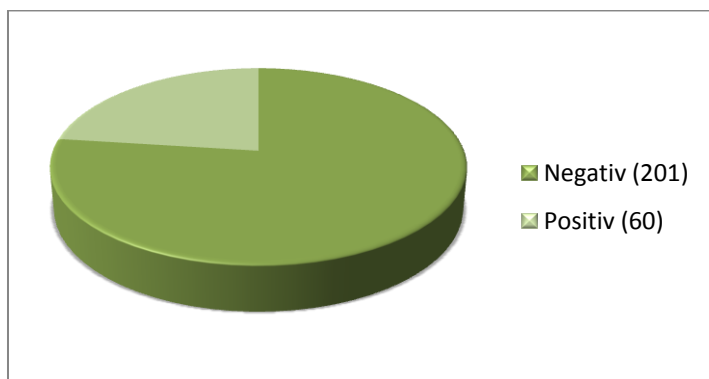


Positiv **85** 32.6 %

Negativ **176** 67.4 %

Spørsmål 14: ”Free-to-play spill er det største nå fortiden – Hva er ditt syn på denne trenden?” Svare er delt inn i ”Negativ”/ ”Positiv” alternativ og resultatet ser veldig negativt ut. Med 261 svar inn, så svarte 67.4% av dei at dei har eit negativt syn på Free-to-play trenden. 176 av dei besvarande er altså i mot F2P mobilspel. Dei resterande 32.6% stiller seg positive til trenden. 85 personar svarte under her.

15. Konklusjonen på mikrotransaksjoner innen mobilspill er?



Positiv **60** 23 %

Negativ **201** 77 %

Spørsmål 15: ”Konklusjonen på mikrotransaksjoner innen mobilspill er?” Er også delt inn i ei negativ og ei positiv side. Her er svaret enda tydeligare negativt. Med heile 77% som stemmer negativt mot mikrotransaksjonar innan mobilspel. 23% er positive til handelen. Dette viser at det er 201 mot 60 stemmer som held seg og ser mørkt på fenomenet mikrotransaksjonar innan mobilspel i dagens samfunn.

Vidare konklusjon på svara eg har fått inn via spørjeundersøkinga mi tar eg med i det siste kapittelet på oppgåva. Kapittel 5 vil ha ein avsluttande konklusjon på temaet.

5 Avslutning

5.1 Diskusjon

Med å sjå på empirien eg set igjen med etter spørjeundersøkinga mi ser eg fort at mikrotransaksjonar ikkje er ein så populær faktor hos populariteten på forbrukarane av mobilspel i dag. Prosentvis er alle spørsmåla mine i størst grad fult med negativitet retta mot denne trenden som har med mikrotransaksjonar å gjere. Sjølv om det er 84.7% av populasjonen som har teke transaksjonane i bruk tidligare, og ein del kjem til å fortsette med det også – Er det mange som ikkje er fornøgde med det dei fekk å velje og styre unna dei i ettertid. Det er mange som ikkje kjem til å kjøpe fleire mikrotransaksjonar av dei som alt har kjøpt det, og det er mange som kjem til å i større grad kjøpe enda mindre av det no framover. Tydelige trekk ser ein at missnøya hos forbrukarane under spørjeundersøkinga ligg hos det som går på pris, balanse og sjølvne trenden som integrerer seg i fleire og fleire spel på marknaden.

Med å sjå på hovudkonklusjonane på sjølvne trenden eg fikk frå spørsmål 14 og 15 er den negativ. Det ser ut som at om spelet er eit gratis spel i utgangspunktet, eit Free-to-play spel, er negativiteten der automatisk grunna at ein veit at mikrotransaksjonar er integrert i spelet og ein får ikkje tilgang til funksjonar utanom å måtte betale for dei. Missnøya er på 67.4% på F2P trenden. Missnøya er enda større når det kjem direkte på mikrotransaksjonstrenden som har ei missnøye på heile 77%. Eit anna funn eg også ser er at populariteten legg seg på "Til en viss grad" svar. Dette innebere at dei held seg litt på ei nøytral side sia begge forme for svaret (Positiv/ Negativ) fyller dette svaret mest. Dermed er negativiteten og positiviteten litt på skeive under somme av spørsmåla, men tydeligare på (Ja/ Nei) alternativ.

5.2 Konklusjon

Mikrotransaksjonar er noko som er i full utbreiing i den verda vi leve i no når det kjem til temaet: Handel og kjøp i spel generelt, om det er snakk om konsoll, mobil eller andre tenester som relaterer til spel. Det er hovudfaktoren på inntening for mange utviklarar, små eller store. Mikrotransaksjonar eksisterar på grunn av at folk kjøper og tar dei i bruk, viss ikkje hadde dei ikkje vært i så mange spel som vi ser i dagens tid. Poenget er at med så tydelige trekk på negativitet og missnøye hos forbrukarar som tar del i kjøp av desse transaksjonane, er det rart at med ein så liten prosent av forbrukarar som faktisk likar kjøpa og handlar effektivt rundt dei at mikrotransaksjonar fortsatt går rundt kun med tanke på dei. Med å sjå på tala, ser ein at

populariteten held seg på motsida av mikrotransaksjonar. Det er få prosentlar som held seg på den store positive sida, dei som er for trenden.

Problemstillinga mi gikk først og fremst ut på om forbrukarane fant mikrotransaksjonar innan mobilspel som balanserte eller ubalanserte. Med dei svara eg fikk inn, er det ikkje noko som overraskar meg her, svaret var som forventa. Med mykje negativitet på nettet generelt når temaet – ”Mikrotransaksjonar” dukkar opp, forventa eg at populasjonen under undersøkinga mi ville vere størst når det kom til den negative sida av svaret og alternativa. Dette var den. Med under 20% ein kan seie med sikkert, er det ikkje den største delen som finn balansen god eller rettferdig med tanke på mikrotransaksjonsintegreringa i deira mobilspel. Vel å merke seg her er det også rundt 30% som stiller seg på ein litt nøytral side av saken. Desse svarar ”Til en viss grad” på gjennomsnittlig begge alternativa rundt same spørsmål at balansen er så som så. Svaret indikerar at negativiteten er av den største prosenten, og at dei som legg seg på midtlinja oppleve ubalanse og urettferdigheit rundt faktoren via sine spel til tider.

Andre døme på denne balansen er å finne når vi ser på spørsmål 11 igjen. Push – transaksjonar er den verste sorten ein finn i dagens mobilspel, og det er store prosentlar av min populasjon som har opplevd dette ein eller fleire gangar. Prosentlar som ikkje har opplevd dette og meiner det med sikkert, ligg berre på 17 – 18%. Dette er ein veldig viktig slutning som viser at det er mange forme for dårlige integreringar rundt mikrotransaksjonar innan mange mobilspel.

Når det kjem til dei to underspørsmåla mine, ville eg med det eine sjå kva grunnar forbrukarane under undersøkinga mi valte som alternativ når det kom til sikkerheita rundt kjøp av mikrotransaksjonar, kva som eventuelt held dei tilbake frå kjøp, eller kva som gjer at dei kjøper desse transaksjonane. At forbrukarane følte seg utrygge eller trygge på temaet av kjøp ligg på ein veldig 50/50 del av svara. Mesteparten stiller seg ”Til en viss grad” her, i mens rundt 25% stiller seg på einig eller ueinig av alternativa. Litt sprik blir det på del 2 av spørsmålet, men vi ser her at mesteparten ikkje føler seg utrygge av dei som står på ein negativ/ positiv side. Kva grunnar dei har for svara sine finn ein på spørsmål 8. 28.4% er ikkje utrygge på handlane og svarar berre med det. Dei resterande svarar veldig variert. Med opp mot 30% som ikkje føler seg trygge på å gi ut informasjon samt usikre på kor pengane eventuelt går, er dette den kritiske prosenten av spørsmålet/ alternativa. 13.8% velje å holde seg unne med tanke på at dei vil tru at dei får lyst til å bruke meir pengar i ettertid av første kjøp og har ikkje lyst til det. 26.1% går ut i frå prisen på mikrotransaksjonane generelt. Overprising er noko som er eit vanlig syn i mange mobilspel. Varierte svar å finne her, så vi ser at kvar og ein har sine grunnar for kva måte dei tar avstand frå kjøp av mikrotransaksjonar dei kjem over.

Det siste spørsmålet var: ”Dette er ein trend som er her for å bli. Er dette positivt eller negativt?” Mitt syn på saken er at den er negativ, og eg ser klare syn på at populariteten er på same linje som meg under her. Det er låge positive prosentar som er for at denne type handel (mikrotransaksjonar) blir teken i bruk i fleire og fleire spel. Spørsmål 13 går direkte inn på om utviklinga av trenden vil vere positiv eller negativ for den og den forbrukarane det er snakk om. Som nemnt tidligare er det ein del av populasjonen som legg seg på ei nøytral linje her også, men når vi ser på dei som tydelig er for trenden finn vi at prosenten absolutt er lågast her. I overkant av 20% er for at dette går i ei god retning for dei.

Free-to-play trenden generelt ligg på ei positiv side med berre 32.6% av populasjonen. Mikrotransaksjonstrenden er nede på 23% av positiviteten. Så med 176 stemmer mot, og 85 stemmer for F2P trenden – og 201 stemmer mot, og 60 stemmer for mikrotransaksjonar, kan eg seie med sikkert at hovudpopulasjonen ikkje er nokon fan av nokon av delane.

Ut i frå dei svara eg fekk inn på sjølve problemstillinga og alle dei andre spørsmåla som dekkjer undersøkinga mi, vil eg seie eg har fått dei svara eg var ute etter og at eg har svart på det eg ville finne svar på. Når det kjem til sekundærdataen frå Swrve sin analyse, var eg ute etter å finne det ein så kallar for ”Whales” - dei mest aktive brukarane og kjøparane av mikrotransaksjonar innan spørjeundersøkinga mi. Eg kom fram til at dei som brukar mest frå dei 261 svarande var berre 10 av dei, som ligg på 3.8% av populasjonen. Desse brukar meir enn 200 kroner i månaden for mikrotransaksjonar, noko som er ein del ut i frå statistikken. Eg fant også ut kor mykje totalt, månadlig og generelt forbrukarane brukte og ser fram til å bruke på mikrotransaksjonar. Mesteparten har ikkje brukt mykje totalt, og dei held seg på 20 – 50 kroner i månaden gjennomsnittlig på handel av dei. Dette viser til at aktiviteten ikkje er direkte stor rundt kjøp av mikrotransaksjonar, og at temaet er negativt overall for forbrukarane i undersøkinga.

5.3 Vidare forskning

Først og fremst vil eg seie at denne spørjeundersøkinga mi ikkje er feilfri. Føremålet var å indikere 100% av populasjonen i den som forbrukarar av mikrotransaksjonar. Med at eg haldt den open kunne alle som ville svare, dette indikerar ein populasjon som ikkje er forbrukarar av mikrotransaksjonar og som vil gi ukonkrete svar på ein del av spørsmåla under temaet. Populasjonen på desse er 40/ 261. Elles ser eg at det er ein del som svarar likt på spørsmål med to ulike alternativ, så dette gir ein lik variabel på noko som burde hatt to forskjellige verdiar. Undersøkinga veit eg har hatt med ein god del spelarar som er aktive på området og ein god del andre mennekjer som ikkje er det. Populasjonen er absolutt variert. Ein del andre faktorar på svar av somme spørsmål ønskja eg at eg kunne gå lengre til verks med. Eg ser på undersøkinga mi som ei mindre undersøking av noko ein absolutt kan utvide til ein stor undersøking med generelt same spørsmål men med fleire og nye alternativ. Eg hadde ikkje tilgong på sjølve undersøkinga til Swrve sin spørjeundersøking, men med å sjå på statistikken

av den i ettertid kom eg nokså fram til like variablar på aktivitet av mikrotransaksjonar – sjølv om populasjonen min er drastisk mindre i omkrets.

Eg vil tilrå andre som er ute etter å undersøkje mikrotransaksjonar i forbrukaranes perspektiv til å vidareføre og utvikle denne spørjeundersøkinga. Legge til fleire spørsmål med grundigare og meir detaljerte alternativ sånn at ein får meir presise tal på aktivitetane deira rundt kjøp, handel og generelt forbruk. Sikte seg inn på ein populasjon som består av 100% forbrukarar og få vekk alle som ikkje tar del i temaet med eit startspørsmål på undersøkinga. Få ein større populasjon å samanlikne utfalla av dei same svara. Det er mykje meir ein kan finne ut av rundt forbrukarens perspektiv på dette temaet.

Referanseliste

Kotaku.com. (05.02.2013). *The Cute Scavenger Bot In Dead Space 3 Is Less Cute When You Realize It Wants Your Money* av Tina Amini (Internett).

Tilgjengelig frå: <http://kotaku.com/5981791/the-cute-scavenger-bot-in-dead-space-3-is-less-cute-when-you-realize-it-wants-your-money> (Lest: 13.02.2015).

Kotaku.com. (04.12.2013). *You Can Spend \$140 On One Car In Gran Turismo 6* av Mike Fahey (Internett). Tilgjengelig frå: <http://kotaku.com/you-can-spend-140-on-one-car-in-gran-turismo-6-1476706210> (Lest: 13.02.2015).

EUROGAMER.net. (01.12.2012). *Saturday Soapbox: The story of the microtransaction – The penny drops* av Dan Griliopoulos (Internett). Tilgjengelig frå: <http://www.eurogamer.net/articles/2012-12-01-saturday-soapbox-the-story-of-the-microtransaction> (Lest: 01.02.2015).

Forbes.com. (31.03.2008). *How Free Games Make Money* av Mary Jane Irwin (Internett). Tilgjengelig frå: http://www.forbes.com/2008/03/31/free-video-games-tech-personal-cx_mji_0331free.html (Lest: 04.03.2015).

Forbes.com. (12.01.2014). *Clash of Clans' Developer Supercell Reports \$829 Million In Revenue And A Desire To Support The Finnish Community* av Ewan Spence (Internett). Tilgjengelig frå: <http://www.forbes.com/sites/ewanspence/2014/02/12/clash-of-clans-developer-reports-829-million-in-revenue-and-a-desire-to-support-the-finnish-community/> (Lest: 17.03.2015).

Etikkom.no - De nasjonale Forskningsetiske Komiteene. (15.01.2010). *1. Kvalitative og kvantitative forskningsmetoder – likheter og forskjeller* av Johanne Severinsen (Internett). Tilgjengelig frå: <https://www.etikkom.no/forskningsetiske-retningslinjer/medisin-og-helse/kvalitativ-forskning/1-kvalitative-og-kvantitative-forskningsmetoder--likheter-og-forskjeller/> (Lest: 10.03.2015).

Pressfire.no. (29.01.2015). *Snart kan «FIFA», «Sims» og «Battlefield» bli «gratis»*

– Vurderer en «free-to-start»-modell av Kjetil Svensen (Internett). Tilgjengelig frå: <http://www.pressfire.no/nyheter/PS4/9362/Snart-kan-FIFA-Sims-og-Battlefield-bli-gratis> (Lest: 15.02.2015).

VB – Gamesbeat. (26.02.2014 - A). *Only 0.15 percent of mobile gamers account for 50 percent of all in-game revenue (exclusive)* av Dean Takahashi (Internett). Tilgjengelig frå: <http://venturebeat.com/2014/02/26/only-0-15-of-mobile-gamers-account-for-50-percent-of-all-in-game-revenue-exclusive/> (Lest: 29.04.2015).

VB – Profiles. (22.09.2014 - B). *Swrve finds that only 1.35% of players spend money in mobile games* av Dean Takahashi (Internett). Tilgjengelig frå: <http://www.vbprofiles.com/tb/company/4fea999a3ae4b213de0087f7/Swrve+finds+that+only+1.35%25+of+players+spend+money+in+mobile+games/http%3A%2F%2Fventurebeat.com%2F2014%2F09%2F22%2Fswrve-finds-that-only-1-35-of-players-spend-money-in-mobile-games%2F> (Lest: 30.04.2015).

CINEMABLEND.com. (2014). *Forza 5 And Top Car Will Run You \$110, Why Is This Okay?* Av William Usher (Internett). Tilgjengelig frå: <http://www.cinemablend.com/games/Forza-5-Top-Car-Run-You-110-Why-Okay-60798.html> (Lest: 13.02.2015).

Wikipedia The Free Encyclopedia. (29.04.2013). *Kvantitativ metode* (Internett). Tilgjengelig frå: http://no.wikipedia.org/wiki/Kvantitativ_metode (Lest: 10.03.2015).

Wikipedia The Free Encyclopedia. (18.09.2014). *Kvalitativ metode* (Internett). Tilgjengelig frå: http://no.wikipedia.org/wiki/Kvalitativ_metode (Lest: 10.03.2015).

Wikipedia The Free Encyclopedia. (10.04.2015). *Micropayment* (Internett). Tilgjengelig frå: <http://en.wikipedia.org/wiki/Micropayment> (Lest: 01.02.2015).

Metacritic.com. (2012). *Clash of Clans ios* (Internett). Tilgjengelig frå: <http://www.metacritic.com/game/ios/clash-of-clans> (Lest: 17.03.2015).

Metacritic.com. (2014). *Dungeon Keeper ios* (Internett). Tilgjengelig frå: <http://www.metacritic.com/game/ios/dungeon-keeper> (Lest: 18.03.2015).

Landingpage.swrve.com. (2015). *Swrve Special Reports* -

Lifting the lid on user behavior in mobile apps

(Internett). Tilgjengelig frå: http://landingpage.swrve.com/0114-monetization-report.html?utm_source=vb&utm_medium=article&utm_campaign=0114-mr (Lest: 29.04.2015).

Utsjånaden til spørjeundersøkinga mi

1. Hvor ofte har du tatt i bruk denne form for handel via ett mobilspill? *Obligatorisk Har du brukt penger på en mikrotransaksjon før

- Aldri
- Mer enn en gang
- Mer enn ti ganger

2. Syntes du handelen var verdt det? *Obligatorisk Var prisen passende til det du fikk ut av den

- Ja
- Nei

3. Hva var det som var positivt/ negativt med den? *Obligatorisk Med kjøpet av mikrotransaksjonen/ ne din/ dine

- Jeg fikk det jeg trengte i situasjonen
- Den var ikke som forventet
- Den var for dyr med tanke på innholdet
- Jeg fikk lyst å bruke mer penger på innhold

4. Hvor mye har du brukt til sammen på mikrotransaksjoner? *Obligatorisk Til mobilspill

- Ingenting
- Mellom 100 - 300 kroner
- Mellom 300 - 800 kroner
- Over 1000 kroner

5. Hvor mye ser du for deg du vil bruke på kommende mikrotransaksjoner? *Obligatorisk Til mobilspill

- Ingenting
- Mellom 100 - 250 kroner
- Mellom 250 - 500 kroner
- Over 1000 kroner

6. Hvor mye tror du at du bruker på mikrotransaksjoner i måneden? *Obligatorisk Til mobilspill

- Ingenting
- Rundt 20 - 50 kroner
- Rundt 50 - 200 kroner
- Over 200 kroner

7. Føler du deg trygg i de handlene du gjør når du kjøper mikrotransaksjoner via mobilspill? *Obligatorisk Dette med tanke på sikkerhet rundt din konto og informasjons opplysninger

	Svært uenig	Uenig	Til en viss grad	Enig	Svært enig
Trygg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Svært uenig	Uenig	Til en viss grad	Enig	Svært enig
Utrygg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Hva er det som gjør deg utrygg rundt de kjøpene her? *Obligatorisk

- Jeg er ikke utrygg
- Gi konto opplysninger via mobilen
- Redd for at pengene ikke går til det jeg er ute etter å betale for
- At de ikke er verdt kjøpet
- At jeg begynner å bruke mer penger på transaksjonene

9. Vil du si at mikrotransaksjoner som de er i dag ødelegger spillopplevelsen for deg? *Obligatorisk Føler du at de er i veien?

	Svært uenig	Uenig	Til en viss grad	Enig	Svært enig
Ja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nei	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Utgjør de mikrotransaksjonene dere kommer over, en god balanse i spillet? *Obligatorisk Føler du at du klarer deg godt uten dem, eller blir ting fort urettferdig med folk som tar i bruk disse eventuelle godene?

	Svært uenig	Uenig	Til en viss grad	Enig	Svært enig
De er balanserte og rettferdige	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De er ubalanserte og urettferdige	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Har du noen gang spilt ett spill der du følte du måtte betale for mikrotransaksjoner for å kunne komme deg videre? *Obligatorisk Betalte du eller sluttet du å spille spillet?

	Svært uenig	Uenig	Til en viss grad	Enig	Svært enig
Ja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nei	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg sluttet å spille spillet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Setter du pris på at flere og flere spill tar i bruk denne form for handel? *Obligatorisk Mikrotransaksjoner

	Svært uenig	Uenig	Til en viss grad	Enig	Svært enig
Ja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nei	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Dette er en trend som er her for å bli - Tror du utviklingen vil være positiv eller negativ for deg som spiller? *Obligatorisk

	Svært uenig	Uenig	Til en viss grad	Enig	Svært enig
Positiv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Negativ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Free-to-play spill er det største nå fortiden - Hva er ditt syn på denne trenden? *Obligatorisk
Free-to-play = Spill som er gratis å spille fra start av, men som du må betale via mikrotransaksjoner for mer innhold

- Positiv
- Negativ

15. Konklusjonen på mikrotransaksjoner innen mobilspill er? *Obligatorisk

- Positiv
- Negativ