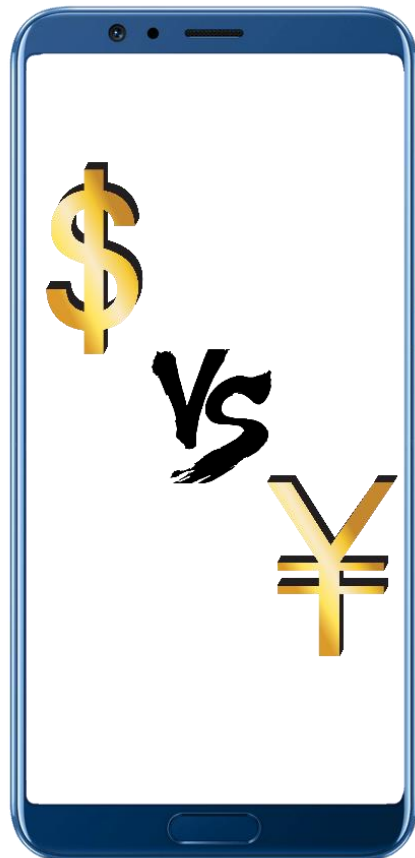


Heikkilä Jan

F2P-monetisaation erot idässä ja lännessä



Tradenomi
Tietojenkäsittely
Kevät 2020



KAMK • University
of Applied Sciences

Tiivistelmä

Tekijä: Heikkilä Jan

Työn nimi: F2P monetisaation erot idässä ja lännessä

Tutkintonimike: Tradenomi (AMK), tietojenkäsittely

Asiasanat: Pelit, suunnittelu, monetisaatio, ilmaisapelit

Free to play, tai Ilmaispelien suosion kasvun myötä monetisaatiotapojen suunnittelu on oleellinen osa pelinkehityksen kulkua. Täten on tärkeää kehittäjien selviytymisen kannalta tehdä se oikein. Tässä opinnäytetyössä tutkittiin ja selvitettiin ilmaisten mobiilipelien monetisaatiotapoja ja niiden käytänteiden eroja itämaisiin ja länsimaisiin markkinoihin keskittyneissä peleissä. Tarkoituksena oli selvittää kehittäjille, mitkä tavat ovat yleisiä kummillakin markkinoilla sekä mitkä ovat toimivia, jos kehittäjä haluaa laajentaa joko itämaiden tai länsimaiden markkinoille.

Työssä tarkasteltiin neljää tuottavinta peliä itämaisista ja länsimaisista ilmaispelistä, sekä kahta samankaltaista, mutta eri markkinoille suunnattua peliä. Vertailussa selvisi, kuinka länsimaiset pelit yleensä tarjoavat useampia tapoja käyttää rahaa, sekä lisäksi kuinka nämä rahankäyttötarkoitukset usein liittyvät pelin toistavan pelaamisen, eli grindauksen, ohittamiseen. Itämaiset pelit taas kiertävät suorat ostokset antamalla pelaajan ostaa vain pelin sisäistä valuuttaa rahallansa, sekä useimmin suosittelevat ja kannattavat grindaamista. Houkuttelutavoissa itämaisissa peleissä suurimmaksi tekijäksi selvisi yhteyden luominen pelaajan ja hahmojen välille. Jos pelaaja kiintyy tiettyyn hahmoon, keskittyy hän usein tämän tietyn hahmon keräämiseen, mikä voi vaatia sattumanvaraisessa systeemissä suuren määrän rahaa. Länsimaiset pelit eivät keskittyneet tähän yhtä paljon, mikä voi taas nostaa pelaajien yleistä tyytyväisyyttä pelissä.

Abstract

Author: Heikkilä Jan

Title of the Publication: F2P Monetization Differences in the East and West

Degree Title: Bachelor of Business Administration, Business Information Technology

Keywords: games, design, monetization, free to play

With the surge of free to play games' popularity, the design of their monetization has grown to be a very integral part in game development, which is why it is important for the developers' survival in the market to do it right. The purpose of this Bachelor's thesis was to research and find out the differences in Free to play mobile games' monetization methods and practices used in games which focus on the eastern or western markets. The intention was to inform developers of what types of methods for monetization are common in each of the regions and which are effective on which market, if the developer wants to expand their business to either the eastern or the western markets.

The research was done by taking a closer look at four top crossing games from the eastern and western markets and games that are essentially each other's counterparts in their respective markets. By comparing these, it was found out how western games tend to offer various ways for the player to use their money and how these ways to use money are often also related to skipping the grinding of the game. Eastern games, on the other hand, circumvented the straight up purchases by only allowing the players to buy the games' in game currency with their money and often encouraged the grinding. The biggest factor in how the games encourage players to use money in the eastern games was found to be creating a connection between the player and the characters of the game. If a player gets attached to a certain character, they are often going to focus on trying to collect said character, which in a random system can require a big sum of money. The western counterparts didn't focus on this point as much, which can also raise the general satisfaction in the players.

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Free to play -pelit.....	2
2.1	Hyvät puolet	2
2.2	Ongelmat.....	2
3	Monetisaatio	4
3.1	Mainokset.....	4
3.2	Mikromaksut	4
3.3	"Loot boxit" ja "Gacha"	6
4	Pelit tarkemmassa tutkimuksessa	7
4.1	Fate/ Grand Order.....	7
4.1.1	Maksettavat osiot	7
4.1.2	Houkuttelutavat	8
4.2	Raid: Shadow legends	10
4.2.1	Maksullisuus.....	10
4.2.2	Houkuttelutavat	12
4.3	Dragonball Z Dokkan Battle.....	13
4.3.1	Maksettavat osiot	14
4.3.2	Houkuttelutavat	15
4.4	Empires and Puzzles	17
4.4.1	Maksettavat osiot	17
4.4.2	Houkuttelutavat	19
5	Suora vertailu	20
5.1	Hearthstone	20
5.1.1	Maksettavat osiot	21
5.1.2	Houkuttelutavat	22
5.2	Shadowverse	22
5.2.1	Maksettavat osiot	23
5.2.2	Houkuttelutavat	24
6	Lailiset rajoitukset.....	27

7	Yhteenveto	28
	Lähteet	30

Symboliluettelo

Avatar	Pelaajaa pelimaailmassa esittävä hahmo.
Boosteri	Tavara, jonka pelaaja voi ostaa, joka auttaa tämän hahmoja voimistumaan nopeammin.
Gacha	Loot boxien japanilainen versio, joka useimmiten antaa pelaajille hahmoja. Nimi tulee Gachapon leluautomaateista.
Grindaus	Pelin kenttien pelaamista useaan kertaan uudelleen saavuttaakseen jotain tai saadaksesen jonkin tavararan.
Idle peli	Peligenre, jossa pelaaja etenee odottamalla tiettyjen aikarajojen loppumista.
In game currency	Pelin sisäinen rahayksikkö, jota pelaaja voi ansaita pelaamalla paljon. Yleisesti vähempiarvoista kuin Premium currency.
Live-palvelu	Peli, jota jatkuvasti päivitetään uudella sisällöllä julkaisun jälkeen.
Loot box	Pelin sisäinen ”laatikko”, joka antaa avatessa pelaajalle sattumanvaraisen tavararan peliinsä, kuten jonkin ase. Laatikon sisältämät tavarat usein jaotellaan harvinaisuustasoihin, mitä korkeampi taso, sen pienempi mahdollisuus saada avatessa. Näitä yleensä voidaan joko ostaa rahalla tai ansaita pelaamalla.
Match three	Peligenre, missä pelaajan on tarkoitus siirtää laattoja niiden paikkaa vaihtelemalla pelilaudalla saadaksesen vähintään kolme samanlaista laattaa vierekkäin
Monetisaatio	Pelin sisäiset rahoitusmenetelmät ja tavat. Käsittelee, miten pelistä maksetaan tai mitä pelissä pystyy ostamaan ja kuinka se houkuttelee pelaajaa maksamaan pelistä.
MMO	Massively Multiplayer Online. Verkkopelit, joissa voi olla yhtä aikaa satoja pelaajia samassa pelimaailmassa.

Pay to win	Nimitys sille, että pelaaja voi maksaa pärjätäkseen paremmin pelissä kuin muut pelaajat, jotka eivät maksa.
Premium currency	Pelin sisäinen rahayksikkö, jota pelaaja voi ostaa oikealla rahalla. Mahdollisesti myös ansaittavissa, mutta hyvin hitaasti.

1 Johdanto

Ilmaiseksi ladattavien eli free to play -pelien yleistyessä niiden maksullistamisen suunnittelu on kasvanut erittäin suureksi ja tärkeäksi osaksi pelin kehitystä. Kuka nyt haluaisi ilmaiseksi työskennellä? Tätä varten on kehitelty useita erilaisia monetisaatio- eli rahoitusmenetelmiä, joilla kehittäjät voivat houkutella pelaajaa maksamaan muuten heille ilmaisesta pelistä.

Useiden kulttuurierojen sekä käytänteiden myötä itämaisiin markkinoihin suunnitelluissa peleissä on huomattavissa hyvinkin erilaisia monetisaatiotapoja ja käytäntöjä verrattuna länsimaihin keskittyneisiin. Tämän opinnäytetyön avulla aion selvittää, mitkä nämä erot ovat, miksi ne toimivat omilla markkinoillaan ja mitkä ovat niiden hyvät ja huonot puolet.

Aluksi käyn läpi yleisesti free to play -pelit, mitä ne ovat ja mitä niiltä voi olettaa. Sen jälkeen siirryn avaamaan, mitä monetisaatio tarkoittaa ja mitkä ovat yleisimmät monetisaatiotavat. Tätä opinnäytetyötä varten otin tutkimukseen neljä peliä, kaksi molemmilta markkinoilta. Tutkin, mihin niissä pelaaja voi käyttää rahaansa ja lopuksi analysoin, minkälaisia tapoja ja taktiikoita peli käyttää houkutellakseen pelaajia käyttämään rahaa. Näiden lisäksi vielä käyn läpi monetisaatiotavat kahdesta suoraan toisiinsa verrattavissa olevista peleistä.

Viimeiseksi käyn läpi muutamia lakirajoituksia, jotka liittyvät näihin peleihin ja lopulta yleiset löydöt näistä peleistä.

2 Free to play -pelit

Free to play -pelillä (jatkossa F2P) tarkoitetaan peliä, joka on ilmaiseksi ladattavissa ja pelattavissa, joko esimerkiksi App storesta tai Google playstä mobiililaitteissa. Pelaaja pääsee siis pelin ladattuaan suoraan pelaamaan ilman mitään maksuja. Ne ovat yleisin muoto juuri mobiilipeleissä sekä useissa tietokoneille kehitetyissä MMO-peleissä ja ovat myös tehneet omaa rakoaan konsolipeleihin viime vuosikymmenellä.

2.1 Hyvät puolet

Se, mikä tekee F2P-peleistä kehittäjille kannattavaa, on jatkuvan tuoton saamisen mahdollisuus. Vaikka aluksi pelaajan ei tarvitse maksaa mitään pelataksaan, on yleistä, että F2P-peleihin sisällytetään erilaisia monetisaatiotapoja. Jos pelillä on pitkä elinaika ja se pitää pelaajat tyytyväisenä, on mahdollista, että pelaaja käyttää peliin enemmän rahaa pitkän ajan mukaan, kuin mitä hän olisi käyttänyt, jos peli olisi ollut maksullinen.

Myös itse pelaajalle latauskynnys on pienempi, kun hänen ei tarvitse maksaa mitään kokeillakseen peliä, joten pelaajien sisään houkuttelevuus ja suurien latausmäärien kerääminen on huomattavasti helpompaa, kuin mitä se olisi maksullisessa pelissä. F2P-pelit lisäksi ovat useimmiten live-palvelun tyyliä, mikä tarkoittaa, että pelaaja voi jatkaa pelaamista useamman vuoden sekä saada jatkuvia päivityksiä ja uutta sisältöä peliinsä ilmaiseksi. Tämä myös hyödyttää kehittäjiä, sillä jos pelaajat jatkavat pelaamista pitkään, johtaa se mahdolliseen pitkäaikaiseen jatkuvaan tuloon.

2.2 Ongelmat

F2P-pelit ovat myös keränneet huolia ja negatiivista valoa, varsinkin viime vuosina. Ensimmäisinä ongelmina F2P:n elinkaareissa esille nousi esimerkiksi mahdollisuus pay to win -mekaniikoista. Huoli, että pelaajat, jotka voivat maksaa ja käyttää suuria määriä rahaa peliin, pystyvät rahan avustamana nostamaan esimerkiksi pelaajahahmojensa voimatasoja reilusti yli muiden pelaajien,

kasvoi yleiseksi, etenkin MMO-peleissä. Tämän välttämiseksi, jos pelissä on pelaajien välistä vuorovaikutusta, on suunniteltava pelin monetisaatio tarkasti, välttääkseen turhauttamasta pelaajia, jotka eivät pysty käyttämään samanlaisia summia peliin.

Viime aikoina myös F2P-pelit ovat herättäneet paljon keskustelua siitä, miten niiden monetisaatio vaikuttaa lapsiin, ja ihmisiin muutenkin. Loot boxien ja Gachan nousun myötä keskustelu siitä, ovatko ne suoraan verrattavissa uhkapeluuseen ja pitäisikö niitä säännöstellä samalla tavalla, on kiihtynyt paljon. Useita tarinoita siitä, kuinka perheen lapset ovat epähuomiossa päässeet käyttämään vanhempiansa korteilta satoja, jopa tuhansia dollareita, on tullut esille ja ne ovat paljolti keränneet F2P-peleille huonoa mainetta.

Itse kehittäjille F2P-peleissä näree voi aiheuttaa etenkin monetisaation suunnittelu, kuinka peli pystyisi välttämään edellä mainitut asiat ja silti tienamaan kehittäjille tarpeeksi rahaa jatkaakseen kehittämistä. Lisäksi varmistaakseen, että pelaajat jatkavat pelin pelaamista pitkään, pelaajien tyytyväisenä pitäminen vaatii peliin useita ja jatkuvia päivityksiä. Nämä vievät usein paljon resursseja ja aiheuttavat päänvaivaa kehittäjille.

3 Monetisaatio

Monetisaatiolla pelien tilanteessa tarkoitetaan tapaa, millä peli tulee tuottamaan rahaa, mihin rahaa voi pelissä käyttää ja miten peli itsessään houkuttelee pelaajaa käyttämään rahaa. Koska pelin kehittäminen ja julkaiseminen vaatii resursseja, aikaa ja rahaa, on yleistä, että F2P-peleissä käytetään jotain tai useita monetisaatiotekniikoita kehittämisen rahoittamiseksi. Jotkin näistä tavoista toimivat paremmin tietyissä tilanteissa kuin toiset, toisia on taas helpompi käyttää.

3.1 Mainokset

Mainokset ovat yleisin ja myös helpoin tapa monetisoida peli. Pelin sisään laitetaan mainoksia, joko pelinäkömään sivuun tai ne voivat pompata ruudulle tietyissä kohdissa ja pelin kehittäjille maksetaan jokaisesta mainoksesta. Mainokset ovat suunnittelun kannalta helpompia käyttää kuin muut monetisaatiotavat, mutta niidenkin liiallinen käyttö voi turhauttaa pelaajia ja häiritä heidän pelaamistaan. Vaihtoehtoisesti pelaajia voi myös palkita mainoksen katsomisesta, vaikka jollakin tavalla pelin sisällä, jolloin myös pelaaja hyötyy.

3.2 Mikromaksut

Mikromaksuilla tarkoitetaan pelin sisäisiä, yleensä pienihintaisia ostoksia, joita pelaajat voivat tehdä oikealla rahalla. Mobiilipeleissä yleisin muoto tästä on mahdollisuus ostaa eri määriä pelin sisäistä "Premium currencyä" oikeaa rahaa vastaan ja ostaa sillä peliin esimerkiksi tavaroita tai kosmeettisia muutoksia hahmolle. Kuvassa 1 on esimerkki pelin sisäisestä kaupasta, jossa pelaaja voi ostaa Premium currencyä. Joissakin peleissä on myös mahdollisuus ostaa tavaroita suoraan rahaa vastaan.



Kuva 1. Pelin sisäinen kauppa (Pelistä: Dokkan Battle).

Mikromaksuja käytetään myös hyödyksi niin sanotuissa Idle-peleissä, joissa pelaajat joutuvat odottamaan koko ajan piteneviä aikoja esimerkiksi päivittääkseen tukikohtaansa seuraavalle tasolle. Pelaaja voi pientä maksua vastaan ohittaa tämän odotuksen ja edetä pelissään nopeammin.

Mikromaksujen osingot pelialan yhteistuotoista ovat kasvaneet räjähdysmäisesti viimeisten vuosien aikana, ja jopa isoimmat peliyrietykset ovat ottaneet niitä käyttöön maksullisissa konsolipeleissäkin. Vuonna 2017 Activision Blizzard ilmoitti tehneensä 4 miljardia dollaria koko vuoden 7,16 miljardin tuloistaan pelkillä mikromaksuilla. [1.]

Mikromaksuja käyttävät pelit yleensä tekevät suurimmat osat tuloistaan niin sanottujen valaiden kautta. Näillä tarkoitetaan hyvin pientä asiakasryhmää, joka käyttää erittäin suuria summia peliin sen elinaikana. Nämä valaat yleensä muodostavat vain alle viisi prosenttia koko pelaajakunnasta. Peliin keskivertoisesti rahaa käyttävää asiakasryhmää taas kutsutaan delfiineiksi ja he muodostavat yleensä noin 40 prosenttia pelaajakunnasta. Loppuja pelaajia, jotka käyttävät vain minimaalisen verran tai eivät mitään kutsutaan mutuiksi (Minnow). Tämä käytäntö on herättänyt paljon keskustelua siitä, kuinka se epäinhimillistää asiakkaita.

3.3 "Loot boxit" ja "Gacha"

Mikromaksujen viimeisin muoto ja villitykseksikin nousseet loot boxit ja Gacha-mekaniikat ovat kasvaneet isoksi osaksi pelialan tuotoissa, mutta ne ovat tuoneet mukanaan myös paljon keskustelua niiden eettisyydestä ja kuinka niitä tulisi käyttää peleissä. Loot boxien yleisin käyttötapa on, että pelaaja ostaa laatikon, jonka sisällöstä hän ei tiedä, ja laatikko aukaistaessa antaa pelaajalle yhden tai useamman sattumanvaraisen tavarat, jotka vaihtelevat hyödyllisyydeltään tai arvoltaan. Pelaajalle saatetaan antaa tietoa etukäteen, mitä tavaroita laatikosta on mahdollista saada tai mikä on oikea prosentuaalinen mahdollisuus saada tietty tavara, mutta muuta tietoa pelaaja ei saa. Gachat toimivat laajalti samalla tavalla kuin loot boxit. Pääero on alueiden lisäksi siinä, että Gachat sisältävät useimmiten kokonaisia hahmoja ja tapoja pelata, missä loot boxeissa on useimmiten osia hahmolle, kuten kosmeettisia muutoksia, aseita tai tavaroita.

Nämä nousivat suureen suosioon, koska kun pelaajalle ei ole varmaa saada haluamaansa tavaraa tai hahmoa yhdellä ostoksella, eikä mahdollisesti kymmenelläkään, saavat kehittäjät pelaajan käyttämään paljon enemmän rahaa kuin mitä hän käyttäisi, jos tavara olisi vain suoraan ostettavissa. Tämä on paljon tuottavampaa kehittäjille, mutta samalla potentiaalisesti haitallista pelaajalle. Tästä johtuen viime vuosina on ollut paljon keskustelua, jossa on verrattu loot boxeja ja Gachaa suoraan uhkapelaamiseen ja kuinka esimerkiksi lapsilla ei pitäisi olla mitään pääsyä niiden käyttämiseen. Monet ovat vaatineet loot boxien kohtelemista laissa samalla tavalla kuin uhkapeluuta useissa maissa. Esimerkiksi Belgia on kieltänyt loot boxit maastaan kokonaan, vedoten niiden olevan laitonta uhkapeluuta maan lakien mukaan. [2.]

4 Pelit tarkemmassa tutkimuksessa

Tätä tutkimusta varten aloitin tutkimaan neljää eri peliä, kaksi molemmilta markkinoilta. Valitsin nämä pelit Googlen play kaupan tuottavimmat pelit listan mukaan arvioidakseni toimivimmat monetisaatiotavat molemmilta markkinoilta ja kuinka ne eroavat toisistaan.

4.1 Fate/ Grand Order

Fate/ Grand Order (jatkossa F/ GO) on japanilainen roolipeli mobiililaitteille, mikä perustuu pitkään jatkuneeseen Fate/-sarjaan. Sen on kehittänyt Delight Works ja julkaissut Aniplex. F/ GO julkaistiin Japanissa heinäkuussa 2015 ja muualla maailmalla 2017. Pelissä pelaajan on tarkoitus kerätä sarjan hahmoja ja kasata niistä taistelujoukko taistelemaan hirviöitä vastaan. Jo itse tämä konsepti on kuin tehty monetisaatiota varten, joten ei ole yllätys, että se käyttää Gacha mekaniikkoja. F/ GO itsessään on ollut julkaisustaan asti jatkuvasti Japanin tuottavimpien mobiilipelien listoilla ja on myös maailmanlaajuisen julkaisunsa myötä ollut useasti yksi maailmanlaajuisesti tuottavimpia mobiilipelejä. [3.]

4.1.1 Maksettavat osiot

Pelissä pystyy ostamaan rahalla sen Premium currencyä, Saint Quartzia. Muuta suoraan rahalla ei siinä pysty ostamaan. Yksi Saint Quartz vastaa noin yhtä dollaria, ja jos niitä ostaa useamman Quartzin paketeissa, saa niistä alennusta. Saint Quartzia on myös mahdollista ansaita pelaamalla peliä ja suorittamalla tehtäviä, mutta se vaatii aikaa ja paljon grindausta, joten kärsimättömät pelaajat voivat avata lompakkonsa ja kerätä Quartzia nopeasti niin.

Saint Quartzien pääkäyttötarkoitus on pelin Gacha, johon käyttämällä kolme tai 30 Quartzia pelaaja saa sattumanvaraisen tai kymmenen sattumanvaraista hahmoa. Gacha tässä pelissä toimii bannerien mukaan. Bannerit vaihtuvat aika ajoin ja sisältävät tietyn setin hahmoja, joka vaihtuu aina bannerin vaihtuessa. Jotkin bannerit voivat keskittyä jonkin tietyn hahmon ympärille ja antaa pelaajille paremman mahdollisuuden saada tietty hahmo, tai voivat tuoda täysin uuden

hahmon mukanaan. Kuvan 2 esimerkissä näkyy Salem Pickup 2 Summon -niminen banneri, joka toi mukanaan peliin kaksi uutta hahmoa ja antaa pelaajalle korkeamman mahdollisuuden saada nämä hahmot. Jotkin hahmot voivat olla yksinoikeudella tietyille bannerille, mikä tarkoittaa, että hahmo on saatavilla vain sen ajan, kun banneri on käytettävissä tai jos banneri tulee takaisin tulevaisuudessa.



Kuva 2. Esimerkki Bannerista.

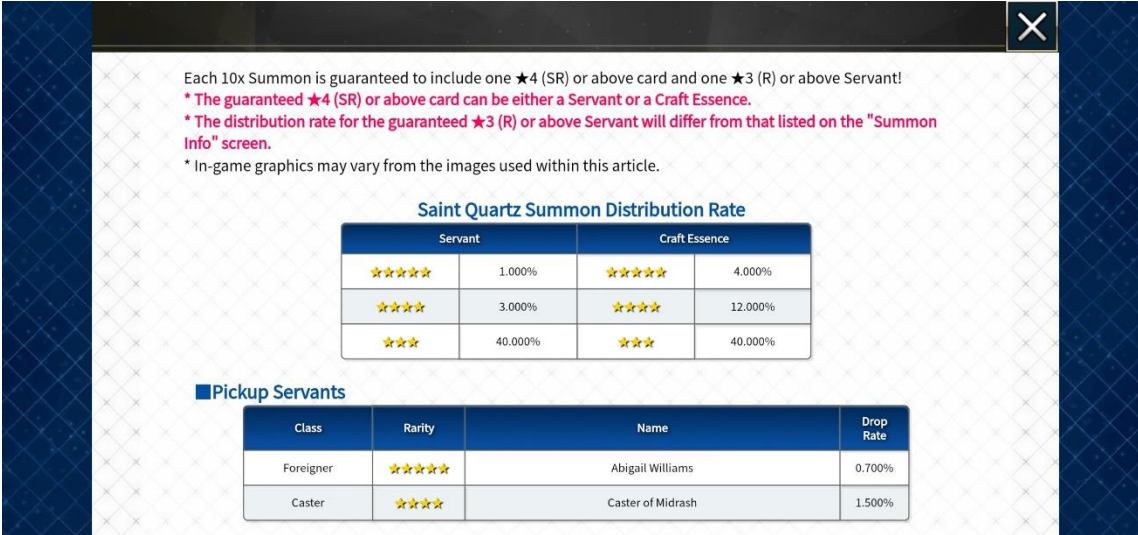
Muita aspekteja, mihin Saint Quartzia voi pelissä käyttää, on sen stamina-systeemi. Pelin kenttien pelaaminen vaatii stamina-nimistä resurssia. Jos stamina loppuu, pelaaja ei voi enää pelata kenttiä eteenpäin. Stamina palautuu itsestään hitaasti ajan mukaan, mutta pelaaja voi halutessaan käyttää yhden Saint Quartzin staminaa palauttamiseksi heti. Näin pelaaja pystyy jatkamaan etenemistään tai grindaustaan, kunnes stamina taas loppuu. Lopuksi pelaaja voi myös käyttää Quartziaan hankkiakseen lisätilaa hahmoilleen, jos hänellä on liikaa hahmoja, tai parantamaan kaikki hahmonsensa kentässä, jos hän on hävinnyt taistelussa.

4.1.2 Houkuttelutavat

Tehokkain tapa, millä F/ GO houkuttelee pelaajiaan käyttämään rahaa ja Saint Quartzia, on pelaajan suosikkiahmon tai ylipäänsä uusien hahmojen saaminen Gachasta. Hahmojen kerääminen avaa pelaajalle taisteluhahmon lisäksi tarinaa ja he voivat myös puhua ja olla

vuorovaikutuksessa hahmojen kanssa. Tämä auttaa pelaajia kiintymään tiettyihin hahmoihin ja täten haluamaan käyttää rahaa saadakseen hahmon Gachasta. Yhteyden luominen pelaajan ja hahmon välille auttaa myös tulevaisuudessa, sillä hahmoista julkaistaan myös tiettyjen juhlien aikoihin erikoisversioita, kuten jouluteemaisesti pukeutuneita versioita, joita varten hahmoihin kiintyneet pelaajat käyttävät paljon Quartzjeja saadakseen. Bannereiden aikarajoitukset myös painostavat pelaajia käyttämään rahaa Gachaan, koska Quartzien grindaaminen voi olla hyvinkin aikaa vievää. Mahdollisuus, että banneri menee pelaajalta ohi, voi vaivata pelaajaa ja puskea häntä ostamaan Quartzjeja.

Mahdollisuus saada viiden tähden, eli parhaimman tason, hahmo on joka pyöräytyksellä 1%, loppujen mahdollisuudet nähtävillä kuvassa 3. Bannereissa on myös bonus kymmenen hahmon paketeissa, joka takaa yhden vähintään neljän tähden hahmon, mikä on toiseksi parhain hahmo taso. Tämä houkuttelee pelaajia priorisoimaan kymmenen hahmon paketteja, mikä taas tarkoittaa, että he tarvitsevat enemmän Quartzjeja. F/ GO lisäksi erottaa pelaajien pelaamalla keräämät Quartzit heidän rahallansa ostamistaan Quartzjeista. Väliajoin Bannereista voi ilmestyä alennusversioita, joiden pyörittäminen vaatii alennetun määrän Quartzjeja, mutta ne usein hyväksyvät ainoastaan näitä eriteltyjä rahalla ostettuja Quartzjeja.



Each 10x Summon is guaranteed to include one ★4 (SR) or above card and one ★3 (R) or above Servant!
 * The guaranteed ★4 (SR) or above card can be either a Servant or a Craft Essence.
 * The distribution rate for the guaranteed ★3 (R) or above Servant will differ from that listed on the "Summon Info" screen.
 * In-game graphics may vary from the images used within this article.

Saint Quartz Summon Distribution Rate

Servant		Craft Essence	
★★★★★	1.000%	★★★★★	4.000%
★★★★	3.000%	★★★★	12.000%
★★★	40.000%	★★★	40.000%

Pickup Servants

Class	Rarity	Name	Drop Rate
Foreigner	★★★★★	Abigail Williams	0.700%
Caster	★★★★	Caster of Midrash	1.500%

Kuva 3 Bannerin eritasoisten hahmojen saamisen mahdollisuudet.

Haluamansa hahmon saatuaankaan pelaaja ei ole vielä valmis Gachan kanssa, sillä hän voi myös voimistaa hahmojaan saamalla saman hahmon toistamiseen. Näitä duplikaattihahmoja pelaaja voi käyttää alkuperäisen hahmon erikoisliikkeen voimistamiseen. Tämän pelaaja voi tehdä viiteen

kertaan, ja viidennen duplikaattihahmon jälkeen pelaaja saa hahmon sijaan Spirit Origin -nimisiä tavaroita, joilla pelaaja voi ostaa valinnanvaraisen uuden hahmon. Duplikaatit ovat yleensä turhauttavia ongelmia Gacha-peleissä, mutta tämä välttää sen ongelman, joten pelaajalla on pienempi mahdollisuus turhautua Gachan kanssa.

Stamina-systeemi myös saa pelaajan käyttämään useita Quartzveja, sillä koska kyseessä on japanilainen roolipeli, grindaaminen on oletusarvo hahmojen voimistamiseksi. Kenttien grindaaminen tarpeellisia tavaroita varten vie hyvin paljon staminaa, joten pelaaja haluaa sitä palauttaa paljon jatkaakseen grindaamista käyttämällä Quartzveja.

4.2 Raid: Shadow legends

Raid on israelilaisen Plarium Gamesin kehittämä ja julkaisema vuoropohjainen roolipeli. Se julkaistiin tammikuussa 2019 ja on kiivennyt hyvin nopeasti tuottavimpien pelien listaa vuoden aikana. Peli tunnetaan laajalti sen hyvin aggressiivisesta markkinointikampanjasta, käyttäen paljon hyödyksi YouTube-videoiden sponsorointia. Pelissä on tarkoitus kerätä joukko erilaisia hahmoja ja taistella hirviöitä sekä muita pelaajia vastaan. Peli siis käyttää Gachan tyylistä ratkaisua hahmojen jakamiseen.

4.2.1 Maksullisuus

Raidissa oikealla rahalla on mahdollista ostaa sen Premium currencyä, Gemejä, mutta myös niiden lisäksi useampia erilaisia tavarapaketteja. Nämä tavarapaketit sisältävät Gemejä, in game currency Silveriä ja erilaisia pelissä helpottavia tavaroita, joista esimerkki kuvassa 4. Gemejä itsessään voi käyttää pelin kaupassa myös Silverin sekä esimerkiksi pelaajia auttavien boosterien ostamiseen. Näiden kaikkien lisäksi vielä pelissä on mahdollisuus ostaa kuukausittainen tilauspalvelu, joka antaa pelaajille päivittäisiä tavaroita ja Gemejä kuukausittaista maksua vastaan.



Kuva 4. Raidin tavarapakettikauppa.

Raid: Shadow legendsin Gacha toimii hyvinkin paljon eri lailla kuin mitä Fate/ Grand Orderin. Ensinnäkin Gachan käyttämiseen tarvitaan Silveriä, Gemien sijaan, ja se vaatii myös lisäksi Shard-nimisiä tavaroita, yllä olevassa kuvassakin näkyvissä. Käytetyn Shardin tyyppi taas määrittelee mahdollisuudet saada eritasoisia hahmoja. Raid ei toimi siis Bannereiden mukaan, vaan kaikki pelin hahmot ovat saatavilla sattumanvaraisesti yhdestä isosta setistä koko ajan ja uudetkin hahmot lisätään vain suoraan setin joukkoon. Rajoittavana tekijänä toimii ainoastaan Shardin tyyppi, joka vaikuttaa mahdollisuuksiin saada korkeamman tasoisia hahmoja, nähtävillä kuvassa 5.

Shard Summoning Chances					
Shard Type	Common	Uncommon	Rare	Epic	Legendary
Mystery	74.2%	24.4%	1.4%	-	-
Ancient	-	-	91.5%	8%	0.5%
Void	-	-	91.5%	8%	0.5%
Sacred	-	-	-	94%	6%

The odds of summoning a Champion of a certain Rarity depends on the type of Shard. Every Champion of the same Rarity has an equal chance of being summoned.

Kuva 5. Mahdollisuudet saada eritasoisia hahmoja ja miten Shardin tyyppi vaikuttaa niihin.

Kaiken tämän lisäksi Raid käyttää vielä samantyyppistä stamina-systeemiä kenttiä pelatessa kuin F/ GO. Jos stamina loppuu, voi pelaaja käyttää Gemejä täyttääkseen sen. Samanlainen systeemi on myös käytössä pelin pelaajien välisissä kamppailuissa; pelaaja voi pelata viisi ottelua putkeen kiivetäkseen sijoituksia, kunnes joutuu odottamaan, että siihen liitetty stamina palautuu, tai voi halutessaan ostaa Gemeillä sen täytön.

4.2.2 Houkuttelutavat

Kuten muissakin Gacha-mekaniikkoja käyttävissä peleissä, suurin tekijä, mikä pelaajia houkuttelee käyttämään rahaa Raidissa, on uusien ja voimakkaiden hahmojen keräys, mutta tässäkin se eroaa F/ GO:ssa käytetyistä menetelmistä. Raidissa hahmoilla ei itsessään ole erityisiä taustatarinoita tai yhteyksiä muihin hahmoihin. Suurin syy, miksi pelaajat haluavat tietyn hahmon, on joko niiden ulkonäön tai niiden taistelukykyjen takia. Pelaajat eivät niinkään kiinny hahmoihin, joten heidän paineensa saada tietty hahmo pienenee ja tyytyväisyys saaduista hahmoista kasvaa, mikä myös omalla tavallaan kasvattaa pelaajan todennäköisyyttä käyttää Gachaa. Bannereihin liittyvät aikarajat eivät myöskään ole painostamassa pelaajaa, mutta portaittain Shard-tyypin perusteella toimiva Gacha painostaa pelaajaa priorisoimaan korkeampien Shard-tyyppien hankkimista, joita on vaikeampi hankkia pelkästään pelaamalla. Vaihtoehtoisesti pelaaja voi siis ostaa näitä parempia Shardeja tavarapaketeista.

Turhien tai duplikaattihahmojen hyödyntäminen pelissä onnistuu sen fuusiosysteemin kautta. Sen avulla pelaaja voi ottaa useampia tiettyjä pienitasoisia hahmoja ja yhdistää ne yhdeksi parempitasoiseksi hahmoksi. Tämän jälkeen pelaaja voi ottaa nämä fuusiosta saadut hahmot ja yhdistää ne vielä parempitasoisemmaksi hahmoksi. Loput hahmot, joita pelaaja ei tarvitse, hän voi syöttää paremmille hahmoilleen voimistaakseen näitä.

Sosiaaliset tapahtumat ovat myös iso osa Raidin monetisaatiota. PvP eli pelaajien välinen taistelu on pelaajille avoinna koko ajan, ja sen tulostaulun kärjessä pysyminen vaatii hyvin paljon pelaamista ja stamina täyttöä. Tämän lisäksi peli käyttää paljon markkinointikampanjoissaan referral-koodeja, joita käyttämällä uudet, pelin juuri aloittaneet pelaajat, saavat useita aloitusta nopeuttavia tavaroita, kuten Shardeja, Silveriä ja jopa hahmoja. Näitä koodeja levittämällä, joko sponsoroitujen YouTube-videoiden kautta tai pelaajien jakamana kavereilleen, Raid on kerännyt

useita uusia pelaajia sekä antanut näille ensimmäistä pelin Gachasta, toivoen näiden haluavan kokeilla sitä uudelleen ja käyttävän rahaa peliin.

Useat boosterit pelin kaupassa kielivät hyvin paljon siitä, kuinka peli suhtautuu grindaukseen ja sen monetisointiin. Nämä boosterit, kuten esimerkiksi kokemusboosteri, voimistavat pelaajan hahmoja huomattavasti nopeammin tietyn ajan. Tämä leikkaa paljolti pelaajan tarvetta grindata tasoja kehittääkseen hahmojaan ja päästää pelaajan loppupelin kovempia vastuksia vastaan nopeammin. Lisäksi hahmoja voimistavia tavaroita voi ostaa tavarapaketeista, joten pelaajan ei tarvitse kuluttaa aikaansa niiden grindaamiseen. Tämä helpottaa varsinkin pelaajia, jotka ovat kärsimättömiä ja haluavat päästä käsiksi pelin monimutkaisempaan ja haastavampaan osioon, joten näillä pelaajilla on houkutus ostaa boostereita.

On myös mahdollista, että pelaaja voi turhautua ja hämmentyä Raidin monetisaatiotavoista. Pelaaja voi ostaa rahallaan Gemejä sekä voi käyttää näitä Gemejä ostaakseen Silveriä, mutta tarvitsee myös Shardeja käyttääkseen Gachaa. Tämä voi olla hyvinkin sekavaa ja turhauttavaa vähänkään tietämättömille pelaajille, mikä voi johtaa siihen, että pelaaja vain suoraan ostaa tavarapaketteja, jotka sisältävät näitä kaikkia. Hämmentyneille pelaajille on siis ylläke käyttää rahaa peliin näin. Plarium on maininnut myös suunnitelmista lisätä battle-passin tyylisen kausittaisen systeemin peliin myöhemmin.

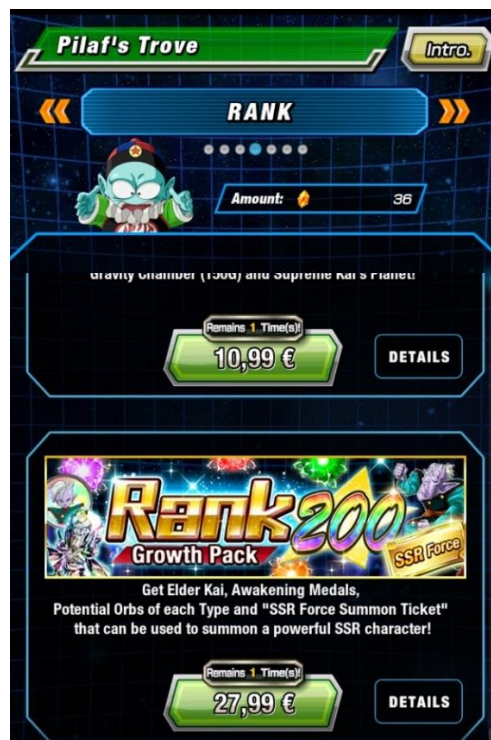
4.3 Dragonball Z Dokkan Battle

Dokkan Battle on japanilaisen Akatsukin kehittämä ja Bandai Namcon julkaisema mobiilipeli, joka perustuu maailmanlaajuisesti kuuluisaan Dragonball Z -sarjaan. Se julkaistiin tammikuussa 2015 Japanissa ja myöhemmin samana vuonna kesäkuussa muualla maailmalla. Pelissä on tarkoitus kerätä sarjan kuuluisia hahmoja Gachasta ja rakentaa niistä tiimi tapellakseen muita sarjan hahmoja vastaan. Dokkan Battle on useasti pyörinyt tuottavimpien pelien listoilla Japanissa sekä muualla maailmassa, ja se on saavuttanut kahden miljardin tulot vuonna 2019, mikä tekee siitä yhden eniten tuottaneista mobiilipeleistä. [5.]

4.3.1 Maksettavat osiot

Pääasia mitä Dokkanissa pelaajat voivat ostaa rahalla, on sen Premium currency, Dragon Stonet. Näiden myynnillä peli tekee suurimman osan tuloistaan; yksi Dragon Stone vastaa yhtä dollaria. Stoneja voi myös saada pelin kenttien pelaamisesta sekä useista tehtävistä ja haasteista, joten maksaminen ei ole pelaajalle pakollista. Stoneja ostaessa yleensä on alennuksia sen mukaisesti, mitä useamman Stonen kerralla ostaa, kuten kuvassa 2 oli nähtävissä. Peli myös usein antaa kaikille pelaajille usean Dragon Stonen paketteja palkinnoksi, jos peli on päässyt Google playn tai App storen tuottavimpien pelien listan kärkeen, joten pelaajat, jotka ostavat paljon Stoneja, auttavat samalla muita pelaajia.

Lisäksi Dokkanin maailmanlaajuiseen versioon lisättiin Pilaf's Trove -niminen lisäkauppa 2017, josta pelaajat voivat myös ostaa rahallaan erilaisia tavarapaketteja helpottaakseen etenemistään, esimerkki kuvassa 6. Tätä kauppaa pelin japanilaiseen versioon ei ole lisätty. Myöhemmin vuonna 2019 kauppaan lisättiin kuukausittaiselle tilauspaketille myös vaihtoehto, joka antaa päivittäin pelaajalle tavaroita ja Dragon Stoneja. Tätäkään vaihtoehtoa ei pelin japanilaisesta versiosta löydy.



Kuva 6. Pilaf's Trove -kaupan tavarapaketti

Dragon Stoneja pelaaja voi käyttää pelin sisäiseen Gachaan kerätäkseen hahmoja tiimiinsä. Yksittäinen pyöräytys maksaa 5 Stonea ja kymmenen paketti 50 Stonea. Gacha toimii Dokkanissa Bannereiden pohjalla, jotka vaihtelevat kausittain. Lisäksi Stoneja voi käyttää staminan palauttamiseen grindauksen jatkamiseksi, kuten aiemmissakin peleissä, tai hahmopaikkojen avaamiseksi, jotta pelaaja voisi kerätä lisää hahmoja.

4.3.2 Houkuttelutavat

Kuten aiemmissakin peleissä, isoin tapa saada pelaaja käyttämään rahaa on suosikkiahmojen kerääminen Gachasta. Uusien ja voimakkaiden hahmojen keräämisen lisäksi pelaajan kiinnostus voi kohdistua johonkin tiettyyn hahmoon tiimirakennuksen kannalta. Dokkanissa tietyt hahmot toimivat paremmin toistensa kanssa tai tietyissä tiimeissä, joten pelkän pelihahmon voiman sijaan pelaaja voi haluta tietyn hahmon tiimiinsä rakenteen takia. Tämä tarkoittaa sitä, että pelaaja haluaa pyörittää Gachaa, kunnes saa tämän tietyn hahmonsa, tai jopa kunnes hän on kasannut kokonaisen tiimin.

Parhaimman tason, SSR-tason, hahmoilla on Gachassa viiden prosentin mahdollisuus tulla saaduksi jokaisella pyöräytyksellä, mutta kymmenen pyöräytyksen paketin ostaessa taataan vähintään yksi SSR-tason hahmo, joten pelaajille parasta on priorisoida näitä paketteja. Tietyt hahmot ovat myös saatavilla vain tietyistä bannereista, joten aikapaineet saada hahmo myös painostavat pelaajaa käyttämään rahaa. Väliajoin pelissä on myös erityisiä alennus- ja step-up -bannereita, jotka antavat pelaajan pyörittää alennetulla Stone-määrällä tai antavat bonuksia pelaajille, mitä enemmän he pyörittävät Gachaa. Näitä yleensä ilmestyy erityisten juhlien aikaan tai merkittävien saavutuksien jälkeen pelaajille palkinnoksi. Kuvan 7 esimerkissä on uudenvuoden step-up -banneri, joka antoi pelaajille alennusta ensimmäisistä pyöräytyksistä ja takuita saada tietynlainen hahmo, mitä pidemmälle portaita he pyöräytyksillään kiipesivät.



Kuva 7 Uudenvuoden step-up -banneri ([https://dbz-dokkanbattle.fandom.com/wiki/Step-Up_Dokkan_Festival:_New_Year_\(2019\)?file=PcdNTfF.png](https://dbz-dokkanbattle.fandom.com/wiki/Step-Up_Dokkan_Festival:_New_Year_(2019)?file=PcdNTfF.png))

Hahmon saatuaan pelaaja voi useammalla kopiolla samaa hahmoa vahvistaa omaa hahmoaan vielä pidemmälle pelin Hidden potential -systeemillä, johon pelaaja voi syöttää neljä ylimääräistä kopiota hahmosta saadakseen sen täyteen potentiaaliin ja voidakseen muokata hahmon tiettyjä taisteluoimainaisuuksia. Tämä kannustaa myös pelaajia pyörittämään Gachaa enemmän saadakseen kaiken mahdollisen irti hahmoistaan.

Hahmojen vahvistaminen myös vaatii paljon grindaamista mitaleja varten, joten jos pelaaja haluaa hahmonsa täyteen voimaan mahdollisimman nopeasti, joutuu hän myös käyttämään Stoneja staminan palauttamiseen. Etenkin hahmon nostaminen LR-tasolle, jolle vain harvinaisimmat ja vahvimmat hahmot pystyvät nousemaan, vaatii erittäin paljon mitaleja. Tämänlaisen hahmon nostaminen täydelle tasolle tulee vaatimaan paljon staminaa ja aikaa tai Stoneja staminan palauttamiseksi, jos pelaaja on tarpeeksi onnekas saadakseen sellaisen hahmon. Jotkin pelin kentistä, joista mitaleja kerätään, voivat olla myös erittäin haastavia, joten jos pelaaja häviää kentän, voi hän käyttää Stonen palauttaakseen itsensä henkiin jatkaakseen kenttää, ettei menettäisi edistystään ja staminaansa.

Staminaa ja sen palauttamista käytetään useissa pelin sisäisissä sosiaalisissa tapahtumissa ja kilpailuissa. Väliajoin järjestettävä World Tournament esimerkiksi on kausittain palaava pelimuoto, jossa pelaajat pystyvät haastamaan muiden pelaajien tiimejä kerätäkseen pisteitä maailmanlaajuiseen tulostauluun. Mitä korkeammalle taulussa kiipeää, sitä parempia palkintoja pelaaja saa, usein hahmoja, harvinaisia mitaleja ja muutamia Stoneja. Korkeimmilla sijoilla pysyminen yleensä vaatii erittäin paljon pelaamista ja pelaajien haastaminen maksaa staminaa, joten staminan palauttaminen Stoneilla on pakollista, jos pelaaja haluaa pysyä listan kärjessä. Toinen esimerkki on suoraan staminan kuluttamiskilpailut, joita pelin aikana on tapahtunut kaksi. Näissä nimestäkin oletettavasti pelin maailmanlaajuisen version ja japanilaisen version pelaajat kilpailevat siitä, kummat pystyvät käyttämään tietyn ajan sisään enemmän staminaa. Voittavan puolen pelaajat saavat palkinnoksi hahmon ja häviäjät joutuvat tyytymään vitsihahmoon.

4.4 Empires and Puzzles

Empires and Puzzles (jatkossa Empires) on suomalaisen Small Giant Gamesin kehittämä ja julkaisema match three -pelin ja roolipelin yhdistelmä. Peli julkaistiin kesäkuussa 2016. Siinä pelaajan on tarkoitus kerätä tiimi sankareita ja ratkoa match three -palapelejä taistellakseen vihollisia vastaan. Tiimin pelaaja kasaa sattumanvaraisesti Gachasta saaduista hahmoista.

4.4.1 Maksettavat osiot

Empiresissä pelaaja voi ostaa omalla rahallaan Gemejä, pelin Premium currencyä. Gemejä pelaaja voi käyttää pelin Gachaan saadakseen hahmoja kerättyä tiimiinsä, mutta hän voi myös käyttää niitä ostaakseen resursseja sekä useita tavarapaketteja nopeuttaakseen edistystään. Gemejä pelaaja voi vaihtoehtoisesti kerätä yleisen kenttien pelaamisen ja tehtävien suorittamisen lisäksi katsomalla mainoksia. Gemien ohella pelaaja voi käyttää rahaansa kuukausittaiseen tai vuosittaiseen tilauspalveluun, joka antaa päivittäin pelaajalle Gemejä, tavaroita ja resursseja, näkyvissä kuvassa 8.



Kuva 8. Empiresin VIP-pass -tilauspalvelu

Empiresin Gacha itsessään toimii osittain portaittain samalla tavalla kuin Raidissa. Kaikki hahmot ovat yhdessä setissä ja niiden mahdollisuudet rajoitetaan portaittain riippuen siitä, mistä Gachalinnasta pelaaja pyöräyttää. Pyöräytykset ovat sitä kalliimpia, mitä korkeampi mahdollisuus pelaajalla on saada parhaimman tason hahmoja. Toisaalta se myös toimii kuin F/GO tai Dokkan, sillä väliajoin peliin lisätään myös perusväliaikaisen bannerin tavalla toimivia bannereita, jotka sisältävät tiettyjä hahmoja ja antavat niille paremman mahdollisuuden tulla saaduksi. Gachan pyörittäminen maksaa pelkästään Gemejä, halvimmassa portaassa 1200 ja kalleimmassa portaassa 2600 Gemeä kymmeneltä pyöräytykseltä.

Empires käyttää samanlaista stamina-systeemiä kenttien pelaamiseksi sekä pelaajien välisissä tappeluissa kuin aiemmat pelit. Tämän lisäksi se käyttää idle-peligenrelle tyypillisiä pakollisia aikarajoituksia, joita pelaaja joutuu odottamaan kerätäkseen resursseja tai päivittääkseen näitä resurssinkeräyslaitoksia. Nämä ajat voivat vaihdella yhdestä minuutista useaan tuntiin riippuen siitä, kuinka korkealle tasolle laitokset on päivitetty. Pelaaja voi odottaa tämän ajan tai vaihtoehtoisesti maksaa Gemejä ohittaakseen tämän odotuksen.

4.4.2 Houkuttelutavat

Pelaajien houkuttelussa rahan käyttämiseen Empires käyttää hyvin samankaltaisia taktiikoita kuin Raid. Hahmojen keräämisen houkuttimena pelaajalle on oman tiiminsä voimistaminen ja hahmojen ulkonäkö. Pelaajan ja hahmojen välille ei yritetä muodostaa yhteyttä, mikä taas vähentää pelaajan pettymismahdollisuuksia. Tavarapaketit antavat pelaajalle vaihtoehdon ohittaa pelin grindaamisen voimistuakseen sekä tilauspalvelu takaa pelaajan palaavan päivittäin peliin kerätäkseen hyötynsä, josta hän on maksanut. Peli järjestää myös aika ajoin sosiaalisia tapahtumia, joissa pelaajat lyöttäytyvät yhteen voittaakseen yhden erittäin voimakkaan vihollisen, eli raid-tapahtuman. Näihin osallistuminen antaa pelaajalle paljon resursseja, joten ne ovat erittäin hyödyllisiä pelaajille, mutta niihin osallistuminen vaatii omaa staminaansa, jonka palauttaminen maksaa Gemejä. Joten jos pelaaja haluaa jatkaa hyötymistä tästä rajallisesti avoinna olevasta tapahtumasta, on hänellä paineita käyttää Gemejään staminan palauttamiseen.

5 Suora vertailu

Korttipelien pelaaminen digitaalisessa muodossa kasvatti viime vuosikymmenellä suosiotaan hyvin paljon. Pelit, kuten Cygamesin Rage of Bahamut, toivat genren mobiililaitteille ja keräsivät suosiota paljon, mutta eivät tarjonneet tarpeeksi monimutkaisuutta saadakseen fyysisiin korttipeleihin jo tottuneita pelaajia jäämään pelin pariin pitkäksi aikaa. Tämä muuttui, kun Blizzard julkaisi Hearthstone-korttipelinsä. Se popularisoi omantyyppisensä näennäisesti yksinkertaisen ja nopean korttipelin, joka kuitenkin tarjosi tarpeeksi vaihtoehtoja kokeneille pelaajillekin. Hearthstone kiipesi nopeasti pelatuimmaksi digitaalikorttipeliksi, ja sitä seurasi useampi samantyylinen peli, jotka yrittivät saada leikattua omaa palaansa miljardimarkkinaksi kasvaneesta genrestä. [7.] Yksi näistä seuranneista peleistä, joka on kasvanut toiseksi menestyneimmäksi peliksi markkinalla, etenkin Japanissa, on Cygamesin julkaisema Shadowverse. Lähdin tutkimaan, kuinka nämä kaksi hyvin samanlaista, mutta eri markkinalle keskittyntä peliä hoitavat monetisaationsa.

5.1 Hearthstone

Hearthstone on amerikkalaisen Blizzard Entertainmentin kehittämä ja julkaisema digitaalikorttipeli, joka perustuu sen erittäin suosittuun Warcraft-sarjaan ja käyttää sarjan hahmoja kortteina. Se julkaistiin tietokoneille maaliskuussa 2014 ja mobiililaitteille myöhemmin samana vuonna. Peli on julkaisustaan asti ollut digitaalikorttipelien suosituin ja tuottanein peli markkinallaan ja sen sanotaan popularisoineen omantyyllisensä korttipelin. Hearthstonessa pelaajilla on tarkoitus rakentaa 30 kortin pakka, jolla pelaajat puolustavat omaa Hero-hahmoa, joka toimii pelaajan avatarina, ja yrittävät pudottaa vastustajan Heron elämäpisteet nolliin. Kortteja pelaajat keräävät Gachan tyylisesti ostamalla korttipaketteja, joista pelaaja saa viisi sattumanvaraista korttia setistä.

5.1.1 Maksettavat osiot

Hearthstonessa itsessään ei ole minkäänlaista Premium currencyä, vaan kaikki ostokset pelaaja tekee suoraan omalla rahallaan. Tärkein asia, mitä pelaajat voivat ostaa, on korttipaketit, joista pelaaja voi pakkansa rakentaa, korttikaupasta ja hinnoittelusta esimerkki kuvassa 9. Pelaaja saa paketeista viisi sattumanvaraista korttia, joiden saamisen mahdollisuus vaihtelee niiden harvinaisuustasojen mukaan. Nämä tasot ovat yleisyysjärjestyksessä Common, Rare, Epic ja Legendary. Yksi kortti näissä paketeissa on aina vähintään Rare-tason kortti. Loppujen korttien mahdollisuus samassa paketissa olla esimerkiksi Legendary kortti on noin viisi prosenttia. Korttipaketteja pelaaja voi ostaa myös pelin in game currencyllä Goldilla, jota pelaaja voi kerätä pelaamalla ja tehtäviä suorittamalla.



Kuva 9. Hearthstonen korttikauppa.

Korttien lisäksi pelaaja voi ostaa Solo adventure -paketteja, jotka liittyvät pelin yksinpelimuotoon, jossa pelaaja haastaa sarjoja tietokonevastuksia edetäkseen kartassa. Solo adventuret jaetaan useisiin chaptereihin tai wingeihin, joissa sisällä on useita korttitappeluja. Näitä chaptereita pelaaja saa auki joko ostamalla niitä yksi kerrallaan 700 Goldilla tai ostamalla kaikki chapterit kerralla solo adventure -pakissa noin 20 eurolla. Nämä solo adventuret antavat pelaajille palkinnoksi korttipaketteja, uniikkeja kortteja sekä useita kosmeettisia muokkauksia, kuten korttien taustoja. Lopuksi pelaaja voi myös ostaa itselleen noin kuuden euron hintaan

vaihtoehtoisia Hero-hahmoja, jotka toimivat kosmeettisina muokkauksina pelin alkuperäisille Heroille, omilla animaatioillaan ja ääniklipeillään.

5.1.2 Houkuttelutavat

Korttien kerääminen on pelaajalle isoin syy käyttää peliin rahaa, joko kerätäkseen kaikki kortit tai esimerkiksi uudelle pelaajalle pärjätäkseen jo aiemmin aloittaneita pelaajia vastaan kasvattamalla korttikokoelmaansa nopeammin kuin vain Goldilla ostamalla. Legendary-korttien saaminen ja kerääminen myös vaatii yleensä useita korttipaketteja, joten pelaajat voivat ostaa lukuisia paketteja jahdatessaan näitä harvinaisia kortteja. Kortit itsessään on jaettu Bannerin tyyllisesti expansion-setteihin. Kyseisen expansionin kortteja saa vain sen expansionin korttipaketteja ostamalla. Erona toki on, että nämä expansionit pysyvät saatavilla, eivätkä lähde pois ajan kuluttua niin kuin bannerit. Useamman kopionkin kortista saaminen vain hyödyttää pelaajaa, sillä pelaajien rakentamiin pakkoihin voi sisällyttää kaksi kappaletta samaa korttia, pakan konsistenssin parantamiseksi. Tämän lisäksi vielä ylimääräisiä kortteja voi muuttaa Dust-nimiseksi resurssiksi, jota käyttämällä pelaaja voi rakentaa haluamansa kortin. Hearthstone lisää noin kolmeen kertaan vuodessa uusia expansion-lisäpaketteja, jotka tuovat peliin mukanaan yleensä noin 130 uutta korttia kerättäväksi. Näiden expansioneiden tarkoitus on tuoda uusia tuulia peliin, mutta myös saada pelaajia ostamaan uusia kortteja, vaikka he aiemmin olisivat omistaneet kaikkien aiempien expansionien kortit.

Myös muista pelaajista erottuminen voi olla pelaajalle tärkeää, joten vaihtoehtoisten Herojen ostaminen on joillekin pelaajille iso syy käyttää peliin rahaa, vaikka ne eivät mitenkään vaikuta pelin pelattavuuteen.

5.2 Shadowverse

Shadowverse on japanilaisen Cygamesin kehittämä ja julkaisema digitaalikorttipeli. Se julkaistiin kesäkuussa 2016 maailmanlaajuisesti mobiililaitteille sekä myöhemmin lokakuussa tietokoneille Steam-kauppapalvelun kautta. Se uudelleenkäyttää ja lainaa hahmoja paljon Cygamesin aiemmista peleistä, Rage of Bahamutista sekä Granblue Fantasystä. Shadowverse on hyvin paljolti

verrattavissa Hearthstoneen niiden pelattavuuden samankaltaisuuden puolesta, mutta se on onnistunut kaivamaan itselleen oman kolonsa markkinoille sen suunnittelun ansiosta. Shadowverse keskittyy toimimaan erityisesti japanilaisessa työmatkakulttuurissa nopeatempoisilla ja lyhyillä otteluilla, joita voi pelata junaa tai junassa odotellessa. Tästä syystä Shadowverse nousikin nopeasti Japanissa suosioon. Vaikka maailmanlaajuisesti se ei ole ylettänyt täysin Hearthstoneen korkeudelle suosiossa, on siitä oma maailmanlaajuinen vuosittainen turnausliigansa, joka huipentuu vuoden päätöksessä miljoonan dollarin palkinnon finaalityurnaukseen.

5.2.1 Maksettavat osiot

Pelaaja voi Shadowversessä ostaa rahalla vain sen Premium currencyä Crystalleja, 50 Crystallia vastaa noin yhtä euroa. Pääosa, mihin näitä Crystalleja pelaajat käyttävät on, uusien korttien ostamiseen korttipaketeista, jotka maksavat 100 Crystallia kappaleelta. Kortit ovat kuten Hearthstoneessa jaoteltu expansion-setteihin. Yhdestä korttipaketista pelaaja saa kahdeksan sattumanvaraista korttia kyseisestä expansion-setistä. Korttien saamismahdollisuus taas riippuu kortin harvinaisuustasosta, esimerkiksi se on 1,50 % Legendary-kortille. Vaihtoehtoisesti pelaaja voi myös ostaa Crystalleillaan, 1200 Crystallin hintaan, kokonaisia 40 kortin valmiiksi rakennettuja teemapakkoja, jotka pelin tekijät ovat rakentaneet. Näistä valmispakoista pelaaja saa myös erilaisia bonuksia, kuten korttitaustoja sekä profiilikuvia. Näistä pakoista esimerkki kuvassa 10. Korttipaketteja saa ostettua myös pelin in game currencyllä Rupieilla sekä pakettitiketeillä, joita pelaaja voi kerätä pelaamalla ja tehtäviä suorittamalla.



Kuva 10. Shadowversen valmispakkakauppa

Korttien hankkimisen lisäksi pelaaja voi Crystalleilaan ostaa useita erilaisia kosmeettisia muokkauksia peliinsä, kuten esimerkiksi pelaaja voi ostaa 500 Crystallilla uusia Leader-hahmoja, jotka toimivat Herojen tapaan pelaajan avatarina Shadowversessä. Leadereiden lisäksi pelaaja voi ostaa pieniä muokkauksia kuten korttitaustoja sekä profiilikuvia.

Shadowversessä on myös Arena-pelimuoto, jossa pelaaja saa tiettyjen sääntöjen mukaisesti sattumanvaraisen pakan käyttöönsä ja yrittää voittaa viisi peliä putkeen. Jos tämä onnistuu, pelaaja saa palkinnoksi pakettitikettejä sekä Rupieita. Tämän pelimuodon pelaaminen vaatii jokaiselta viiden pelin kerralta maksun, jonka pelaaja voi joko maksaa Arena-tiketeillä, Rupieilla tai Crystalleilla.

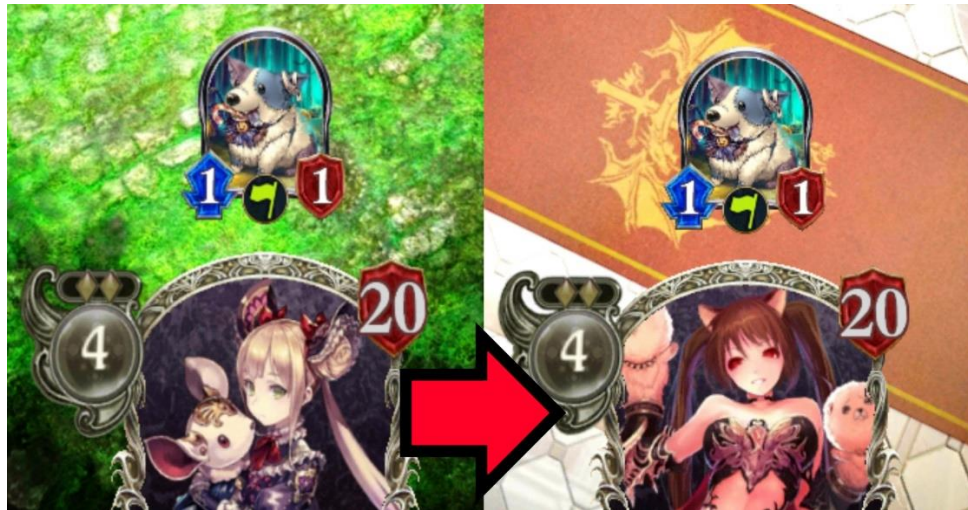
5.2.2 Houkuttelutavat

Kuten Hearthstonessa, korttien kerääminen ja pakan rakentaminen on isoin ohjaava voima pelaajalle käyttämään rahaa. Myös expansionien lisääminen peliin toimii samalla pohjaidealla kuin Hearthstone, mutta niitä lisätään peliin kolmen kuukauden välein. Normaali expansionien lisäksi Shadowverse lisää peliin noin 17 kortin kokoisen Mini expansioniksi kutsutun setin kaksi kuukautta uuden expansionin lisäyksestä. Nämä 17 korttia ovat aina yksi Legendary- ja yksi Gold-kortti jokaiselle pakkaluokalle, joten ne ovat usein voimakkaita ja siten haluttuja pelaajalle. Nämä uudet kortit lisätään uusimman expansionin korttisetiin vanhojen sekaan, joten peli saa tällä tavalla pelaajan jahtaamaan uusia kortteja periaatteessa kahdesti joka expansionilla.

Shadowverse tarjoaa myös pelaajille mahdollisuuden ostaa korttipaketteja expansionista ennen sen julkaisua Pre-release -paketeilla. Pelaaja itse ei näitä kortteja voi käyttää pelatessa ennen kuin expansion virallisesti julkaistaan, mutta voi rakentaa jo ennalta pakoja ja kokeilla niitä tietokonepelaajia vastaan. Näitä ennakkopaketteja voi ostaa vain Crystalleilla. Lisäksi niitä ostaessa pelaaja saa myös bonustavaroita kuten tikettejä.

Leaderien ostaminen, samalla tavalla kuin Hearthstonessa erottuakseen muista pelaajista, voi olla pelaajalle syy ostaa Crystalleja, mutta tähänkin on eroavaisuuksia Shadowversessä. Pelissä joka expansionissa on korttisetiin lisätty 1 - 3 erittäin harvinaista Leader-korttia, jotka antavat pelaajalle kyseisessä kortissa olevan Leaderin käytettäväksi. Nämä kortit eivät eroa muuten normaaleista versioista pelillisesti ja antavat vain kosmeettisen muokkauksen pelaajalle, tästä

esimerkki kuvassa 11. Koska nämä pelaajakunnan nimeämät niin sanotut ”Gacha leaderit” ovat sattumanvaraisia, ei pelaaja, vaikka sattuukin saamaan Leader-kortin, saa välttämättä haluamaansa hahmoa tai edes hahmoa pakkaluokalle, jota hän pelaa. Nämä harvinaiset kortit ovat siis hyvä tapa saada pelaajaa käyttämään rahaa edelleen vanhoihinkin expansion setteihin, vaikka heillä olisikin kaikki setin kortit jo kerättynä tai uudempia expansioneitaikin olisi tullut.



Kuva 11. Esimerkki vaihtoehtoisesta leaderistä Shadowversessä.

Näiden korttien harvinaisuuden takia pelin yhteisö närkästyi siihen, kuinka paljon rahaa pelaajat voivat joutua käyttämään saadakseen edes yhden Leader-kortin, joten vuoden 2019 alussa peliin lisättiin Card Pack point -systemi. Tällä systeemillä pelaajat saavat yhden Pack-pisteen jokaisesta korttipaketista, jonka pelaaja ostaa, tiketeillä, Rupieilla tai Crystalleilla. 400 Pack-pisteellä pelaaja voi ostaa minkä tahansa valintansa mukaisen Legendary-kortin expansionista. Tätä yleensä pelaajat käyttävät haluamansa Leader-kortin hankkimiseen. Nämä pisteet ovat kuitenkin expansion-kohtaisia, joten saadakseen vanhan expansionin tietyn Leader-kortin, pelaajan täytyy ostaa 400 korttipakettia kyseisestä expansionista. Tämä helpottaa pelaajille Leader-kortin saamista, mutta myös ohjaa heitä käyttämään rahaa vanhoihinkin korttipaketteihin.

Samaan tyyliin kuin Hearthstonessa, Shadowverse käyttää vastaavaa systeemiä useiden kopiokorttien hyötykäytössä. Pelaajan rakentamassa pakassa voi olla kolme kappaletta samaa korttia ja ylimääräisistä korteista saa Vial-nimistä resurssia, jolla pelaaja voi rakentaa haluamansa kortin.

Lopuksi vielä peli tarjoaa ajoittain Arena-pelimuotoonsa turnauksia, johon osallistuminen on pelaajalle kerran päivässä ilmaista ja sen jälkeen maksaa pelaajalta tikettejä, Rupieita tai Crystalleja. Pelaajalta vaaditaan vähintään neljä voittoa edetäkseen seuraavalle kierrokselle turnauksessa, joten jos pelaaja ei pärjää päivän ensimmäisillä yrityksillään, voi hän halutessaan maksaa uusista yrityksistä. Nämä turnaukset tarjoavat pelaajalle palkinnoksi kosmeettisia muokkauksia, kuten korttitaustoja.

6 Lailliset rajoitukset

Viime vuosikymmen, mobiilipelien kasvaessa erittäin tuottoisaksi markkinaksi, on saanut ihmisiä tuomitsemaan ja kyseenalaistamaan pelien monetisaatiotapoja ja etenkin niiden laillisuutta. Aiemmin mainittu Belgia esimerkiksi on kieltänyt loot box- ja Gacha-tyyppiset monetisaatiotavat maastaan kokonaan, joten esimerkiksi Dokkan Battle on maanlaajuisesti estetty toimimasta siellä. Useat muutkin maat ovat ottaneet näitä monetisaatiotapoja tutkinnan alle selvittääkseen, rikkovatko ne esimerkiksi maiden uhkapelilakeja. Tärkeimpänä kantana näillä tutkimuksilla ja tapojen vastustajilla on, kuinka loot boxit tuovat uhkapeluumahdollisuuksia helposti jopa lapsille. Vastauksena tähän niitä on verrattu esimerkiksi Pokémon-korttien keräämiseen.

Kiina taas on laittanut käytäntöön useita lakeja näihin loot box- ja Gacha-systeemeihin liittyen, joiden vaikutukset voidaan nähdä myös maailmanlaajuisissa versioissa peleistä. Kuten esimerkiksi sen Ministry of Culturen säännös, joka astui voimaan toukokuussa 2017, jonka mukaan kaikkien netti- ja mobiilipelien, jotka sisältävät näitä sattumanvaraisia loot box- tai Gacha-systeemejä, täytyy ilmoittaa suoraan pelaajan mahdollisuudet saada jokin tietty asia. [8.] Tämä näkyy useissa mobiilipeleissä maailmanlaajuisestikin, ja tämän ansiosta tähän tutkimukseenkin saatiin tarkat prosenttimahdollisuudet.

Japanissakin on yritetty rajoittaa Gachojen ylilyöntiä. Viime vuosikymmenen alussa käytössä oli erittäin suosittu Gachan muoto, ”Complete” tai ”Compu” Gacha. Tässä Gacha-tyypissä pelaajan tarkoitus on kerätä Gachasta sattumanvaraisesti osia esimerkiksi hahmoista. Saadakseen hahmon käyttöönsä pelaajan pitäisi esimerkiksi kerätä Gachasta tämän tietyn hahmon jalat, torso ja pää. Tämä johti siihen, että pelaajien mahdollisuudet saada hahmo pieneivät erittäin vähäisiksi, vaikka näennäisesti pelaajalle ne eivät olleet liian pienet. Tämän Gacha-tyypin suosio johti lopulta sen tutkimukseen 2012 ja päätökseen sen olevan laitton, vedoten vuonna 1977 laadittuun säädökseen, joka kielsi samalla tavalla toimivat fyysiset keräilykortit. [9.]

7 Yhteenveto

Vaikka nämä kuusi peliä olivatkin vain pieni osa tuhansista mobiilipeleistä omilla markkinoillaan, esittävät ne silti useita yleisiä suuntauksia monetisaation suhteen omilta puoliltaan, joita on huomattavissa muitakin mobiilipelejä pelatessa. Selvin huomattavissa oleva ero näissä on, mitä peleissä suoraan rahalla on mahdollista ostaa. Useimmiten läntisissä peleissä tarjotaan pelaajille mahdollisuuksia ostaa Premium currencyn lisäksi myös tavarapaketteja sekä muita erinäisiä resursseja, pelkän Premium currencyn sijaan. Selvästi tämä oli huomattavissa varsinkin Dokkan Battlen tapauksessa, sillä kauppa, josta pelaajat voivat ostaa tavarapaketteja, ei pelin alkuperäisestä japanilaisesta versiosta löydy, vaan se lisättiin myöhemmin pelin maailmanlaajuiseen versioon. Sekä Hearthstonea verrattaessa Shadowverseen, missä ensimmäisessä kaikki pelin ostokset tehdään suoraan rahalla ja jälkimmäisessä Premium currencyn kautta. Monet läntiset pelifirmat ovat kertoneet näille paketeille syyksi pelaajille vaihtoehtojen tarjoamisen, mutta kuten aiemmin mainitsin, se voi myös hämmentää ja turhauttaa pelaajaa, jos pelaajalle tarjotaan liikaa vaihtoehtoja.

Tämä liittyy myös toiseen kohtaan, mikä koskee grindausta ja kuinka se on monetisoitu. Useimmissa itämaisissa peleissä grindaus on oleellinen osa peliä ja sitä kehoitetaan myös pelisuunnittelun kautta. Tämän takia stamina-systeemin käyttö on tärkeä osa näiden pelien monetisaatiota. Länsimaisissa peleissä sen sijaan pelaajille usein tarjotaan tapaa joko leikata tai kokonaan ohittaa grindaus, kuten Raidin kokemusboosterit tai tavarapaketit. Kärsimättömät pelaajat voivat päästä käsiksi loppupeliin nopeammin, mutta samalla he pelaavat itse peliä vähemmän. Stamina-systeemin tarkoin suunnittelukin on erittäin tärkeää sen monetisaation toimimisen kannalta, sillä liian nopeasti kuluva stamina voi turhauttaa hyvin nopeasti uusia pelaajia. Toisaalta taas liian löyhällä stamina kulutuksella, kokeneet pelaajat, jotka grindaavat, eivät joudu kuluttamaan resurssejaan stamina palauttamiseen.

Lisäksi Gachan toimintatapa eroaa hyvin paljon molemmilla markkinoilla. Bannereiden käyttö tuo hyvin paljon vaihtelua hahmoihin, mitä pelaajalla on mahdollisuus saada sekä suuremman mahdollisuuden saada juuri tietty hahmo, mutta niiden aikarajoitteisuus voi painostaa pelaajaa ja on mahdollista, että pelaaja voi menettää tilaisuutensa saada hahmo kokonaan. Kun taas länsimaisissa peleissä yleinen portaittain toimiva Gacha antaa jokaiselle hahmolle yhtä suuren mahdollisuuden tulla saaduksi kaiken aikaa, mutta se painostaa pelaajaa priorisoimaan

korkeampitasoisia tavaroita käytettäväksi Gachaan, jotka ovat kalliimpia kuin muut tavarat ja ovat usein vaikeampia kerätä. Hahmovalikoima voi olla tässä tilanteessa myös liian suuri pelaajalle. Korttipeleissä kuten Hearthstonessa ja Shadowversessä taas expansion-pohjainen sisällön lisääminen toimii lähes samalla tavalla molemmissa, vaikka jälkimmäinen käyttää enemmän aggressiivista monetisaatiota mini expansionien kautta. Tämä on aiheuttanut pelin yhteisössä närää, mutta se on myös tuonut kehuja hengähdyksenä raikasta ilmaa expansionien keskellä.

Hahmojen ja pelaajien välisen yhteyden luominen on myös iso osa, millä japanilaiset pelit saavat pelaajiaan kuluttamaan rahaa, verrattuna länsimaisiin peleihin, joissa usein pelaaja houkuttelee vain hahmon ulkonäöllä ja sen toiminnalla pelissä. Etenkin F/ GO tekee tätä paljon julkaisemalla useita erilaisia versioita hahmoista. Tämä kasvattaa todennäköisyyttä, että pelaaja käyttää paljon rahaa saadakseen tietyn hahmon, mutta voi turhautua yrittäessä. Raidissa taas esimerkiksi pelaaja ei välttämättä niin tarkasti halua tiettyä hahmoa ja voi täten käyttää vähemmän rahaa Gachaan, mutta pysyy tyytyväisenä helpommin. Shadowversekin käyttää hyödyksi pelaajien yhteyttä hahmoihin; tietyistä erittäin suosituista hahmoista tehdään Leader-kortteja pelaajille kerättäväksi korttipaketeista, kun taas Hearthstone tarjoaa omat vaihtoehdot Hero-hahmonsa suoraan maksua vastaan tai pelaamalla. Itämaiset pelit selvästi keskittyvät puskemaan hahmojaan monetisaatiossa enemmän kuin länsimaiset pelit, vaikka nekin sitä tekevät.

Molemmat puolet hyödyntävät erilaisia painostus- ja houkuttelutaktiikoita, jokaisella omat hyvät ja huonot puolensa sekä toiset taas ovat toimivampia omilla markkinoillaan kuin muut. Mobiilipelien kasvaessa kuitenkin pidemmälle huomattavaksi on tullut, kuinka molemmat puolet myös lainaavat ideoita toisiltaan ja kehittävät niitä omikseen.

Lähteet

- [1] Sherif Saed. 2018. Activision Blizzard made over \$4 billion on microtransactions in 2017, over half of its revenue. Viitattu 12.12.2019, <https://www.vg247.com/2018/02/09/activision-blizzard-made-4-billion-microtransactions-2017-half-revenue/>
- [2] Gerken Tom. 2018. Video game loot boxes declared illegal under Belgium gambling laws. Viitattu 12.12.2019, <https://www.bbc.com/news/technology-43906306>
- [3] Venkatraman Adithya. 2019. A Look Back at the Top Apps & Games of the Decade. Viitattu 17.12.2019, <https://www.appannie.com/en/insights/market-data/a-look-back-at-the-top-apps-games-of-the-decade/>
- [4] Plarium Games. 2019. Champions. Viitattu 12.12.2019, <https://raidshadowlegends.com/champions/>
- [5] Matthew Handrahan. 2019. Candy Crush Soda Saga and Dragon Ball Z: Dokkan Battle hit \$2b lifetime revenue. Viitattu 15.02.2020, <https://www.gamesindustry.biz/articles/2019-11-27-candy-crush-soda-saga-and-dragon-ball-z-dokkan-battle-hit-usd2b-lifetime-revenue>
- [6] App Annie. 2020 Top Apps on Google Play, Japan, Games. Viitattu 17.02.2020, <https://www.appannie.com/en/apps/google-play/top/japan/game/>
- [7] Mike Minotti. 2017. SuperData: Hearthstone trumps all comers in card market that will hit \$1.4 billion in 2017. Viitattu 17.02.2020, <https://venturebeat.com/2017/01/28/superdata-hearthstone-trumps-all-comers-in-card-market-that-will-hit-1-4-billion-in-2017/>
- [8] Chaim Gartenberg. 2017. China's new law forces Dota, League of Legends, and other games to reveal odds of scoring good loot. Viitattu 17.20.2020, <https://www.theverge.com/2017/5/2/15517962/china-new-law-dota-league-of-legends-odds-loot-box-random>
- [9] Akky Akimoto. 2012. Japan's social-gaming industry hindered by government's anti-gambling move. Viitattu 18.02.2020, <https://www.japantimes.co.jp/life/2012/05/16/digital/japans-social-gaming-industry-hindered-by-governments-anti-gambling-move/>

[10] Fate/ Grand Order. Global version, Aniplex of America, 2017

[11] Raid: Shadow legends. Plarium Games, 2019

[12] Dragonball Z Dokkan Battle. Global version, Bandai Namco, 2015

[13] Empires and Puzzles. Small Giant Games, 2016

[14] Hearthstone. Blizzard Entertainment, 2014

[15] Shadowverse. Cygames, 2016

Kuvat:

Kuva7.[https://dbz-dokkanbattle.fandom.com/wiki/Step-Up_Dokkan_Festival:_New_Year_\(2019\)?file=PcdNTfF.png](https://dbz-dokkanbattle.fandom.com/wiki/Step-Up_Dokkan_Festival:_New_Year_(2019)?file=PcdNTfF.png)