

Usporedba online servisa za digitalnu distribuciju igara

Ercegovac, Luka

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:466020>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-12**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Tehnički fakultet u Puli

Luka Ercegovic

Usporedba online servisa za digitalnu distribuciju igara

Završni rad

Pula, rujan 2022. godine



Tehnički fakultet u Puli

Ime i prezime studenta/ice Luka Ercegovac

JMBAG 0303092241

Status: redoviti izvanredni

PRIJAVA TEME ZAVRŠNOG RADA

doc. dr. sc. Željka Tomasović

Ime i prezime mentora

Računarstvo

Studij

Multimedijalni sustavi

Kolegij

Potvrđujem da sam prihvatio/la temu završnog/diplomskog rada pod naslovom:

Usporedba online servisa za digitalnu distribuciju igara(Steam, Epic Games, ms store...)

(na hrvatskom jeziku)

Comparison of online services for digital game distribution(steam, Epic Games, ms store...)

(na engleskom jeziku)

Datum: 23.1.2022.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani **Luka Ercegovac**, kandidat za prvostupnika računarstva ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

Luka Ercegovac

U Puli, 25.08., 2022. godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, **Luka Ercegovac** dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj Završni rad pod nazivom „Usporedba online servisa za distribuciju igara“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 25.08.2022.

Potpis

Luka Ercegovac

Sadržaj

PRIJAVA TEME ZAVRŠNOG RADA	2
1. Uvod	1
2. Online servisi za digitalnu distribuciju videoigara	2
2.1. PC Gaming	2
2.2. Console Gaming	3
2.3. Mobile Gaming	3
3. Steam	4
3.1. Korisnici.....	4
3.2. Videoigre.....	6
3.3. Zarada.....	7
4. Epic Games	7
4.1. Korisnici.....	8
4.2. Videoigre.....	10
4.3. Zarada.....	11
5. Usporedba Steam Epic Games	11
6. PlayStation Store	15
6.1. Korisnici.....	15
6.2. Zarada.....	16
7. Xbox Games Store	17
7.1. Korisnici.....	17
7.2. Zarada.....	18
8. Usporedba PlayStation Store Xbox Games Store	19
9. Apple App Store	21
9.1. Aplikacije	22
9.2. Zarada.....	24
10. Google Play	25
10.1. Aplikacije	26
10.2. Zarada.....	28
11. Usporedba Apple App Store Google Play	29
12. Zaključak	33
13. Popis slika	34
14. Literatura	35
15. Sažetak	38
16. Ključne riječi	38

17. **Abstract**..... 38

18. **Keywords**..... 39

1. Uvod

U industriji izrade videoigara, distribucija videoigara je proces isporuke sadržaja videoigara kao digitalne informacije.

Različiti proizvođači konzola i izdavači videoigara razvili su svoje vlastite platforme za distribuciju videoigara. Neke od tih centraliziranih platformi su Steam, Origin, Uplay, Xbox Marketplace, Epic Games Store, ... koje omogućuju korisnicima kupnju i preuzimanje videoigre za određeno računalo ili konzolu. Danas sve te platforme djeluju kao DRM-ovi (Digital Rights Management), sprječavaju korištenje kupljene stavke na više od jednog računala. Što bi značilo da kupljenu videoigru možemo imati na jednom računaru i kod koji dobijemo ne možemo iskoristiti na drugom kako bi dobili istu videoigru.

Veliki distributeri kao što su Steam, Epic Games ili Amazon.com. usredotočuju se isključivo na distribuciju videoigara, a ne na proizvodnju.

Značajno niži troškovi razvoja, implementacija i pohrana među ključnim su prednostima digitalne distribucije videoigara u odnosu na nekoć maloprodaju videoigara. Digitalno preuzete igre su licencirane, a ne prodane, te iz tog razloga korisnici ih ne mogu legalno posjedovati ili preprodavati.

Digitalne igre trajnije su od onih koje se fizički distribuiraju, jer se uvijek mogu ponovno preuzeti putem distribucijskog sustava. Kada igra više nije poželjna, ne postoji način da se proda na servisima kao što su Steam, Origin, Epic Games i sl. Unatoč svemu na Steamu postoji nekomercijalna obiteljska opcija.

Cijeli posao s video igrama sada ima nove mogućnosti zahvaljujući digitalnoj distribuciji. Prije je industrija bila usredotočena na partnerstvo između izdavača i programera, koji je nadgledao financiranje, logistiku i prodaju.

1980-ih prije velike upotrebe interneta za distribuciju videoigra koristio se fizički medij, ali je ipak postojalo nekoliko platformi za digitalnu distribuciju videoigara. Najpoznatija je GameLine, koja je vlasnicima konzola Atari 2600 omogućivala digitalnu distribuciju pomoću telefonske linije. Tim načinom korisnik je mogao iznajmiti videoigru na 5-10 dana. GameLine se zatvorio 1983. godine kada se dogodila recesija u industriji

videoigara, još poznat i kao Atari shock. Dogodio se u SAD-u zbog zasićenosti tržišta za videoigre i lako dostupnim videoigrama.

1990-ih debitiralo je samo nekoliko distributera, a dva poznatija bili su Sega i Sega Channel. Sve je češća distribucija digitalna distribucija za PC, no prvi pravi način distribucije za PC bio je na način da su programeri koristili shemu licenciranja koja im je dopuštala otključavanje pune verzije videoigre, a to se moglo pomoću kupnje ključa. Osim toga korisnici su svoje vlastite radove distribuirali putem interneta, što se i danas radi. Korisnici to rade kako bi poboljšali iskustvo u igri ili si malo olakšali sami igranje videoigre.

Do 2000-te Internet je bio dovoljno brz i široko se koristi, te se digitalna distribucija mogla brže razvijati i postojalo je sve više digitalnih distributera.

2. Online servisi za digitalnu distribuciju videoigara

Samo za računalne igre postoji više od 20 aktivnih distributera, koji nude sve vrste video igara, od malih ne toliko popularnih naslova, pa sve do široko popularnih naslova kao što su GTA, Call Of Duty, Fifa i sl. Kako je online distribucija postajala popularnija pojavljivalo se sve više servisa za distribuciju videoigara. Online servise za digitalnu distribuciju videoigara možemo podijeliti u tri skupine:

- PC gaming
- Console gaming
- Mobile gaming

2.1. PC Gaming

PC gaming je naziv za igranje videoigara na računalu. Može se reći da je distribucija videoigara za PC najpopularnija jer ima i najveće tržište. U svijetu postoji oko tri milijarde ljudi koji igraju videoigre, a čak oko 58% (1,75 milijardi) njih igra na PC-u. Prvi

distributer digitalnih video igra za PC bio je Stardock, koji je 2001. godine debitirao sa Stardock Central. Kasnije 2008. godine Stardock počinje prodavati neovisne igre drugih proizvođača, 2011. godine GameStop kupuje Stardock.

Danas popularniji distributeri digitalnih videoigara bili bi:

- Stam
- Epic Games

2.2. Console Gaming

Console gamingom se još naziva i igranje videoigara na konzolama. Distribucija igara za konzole je najstarija, ali druga po redu što se tiče količine distribuiranih videoigara. Razlog tomu je što ima puno manje igrača koji igraju na konzolama nego PC igrača, samo 254 milijuna. Danas svaka konzola koja postoji PlayStation, Xbox, Nintendo ima i prodajno mjesto za igrice, Nintendo eShop, PlayStation Store, Xbox Games Store. Popularnija mjesta za kupovanje videoigara za konzole bila bi:

- PlayStation Store
- Xbox Games Store

2.3. Mobile Gaming

Mobile gaming kako mu ime govori je igranje videoigara na mobitelu. Igranje videoigara na mobitelu je najmanja inačica igranja videoigara. U usporedbi s PC gamingom i Console gamingom, mobile gaming ima samo 2,659 milijuna igrača, najveći broj igrača videoigara za mobitele je u Aziji(1,293 milijun) i Europi(551 milijun). Iako su danas mobiteli postali standard kad je riječ o igranju videoigara ljudi i dalje preferiraju PC i konzole, zbog boljih igrica i ostalih stvari kao što su FPS i sl. Distributeri videoigra za mobitele bili bi:

- Apple App Store
- Google Play

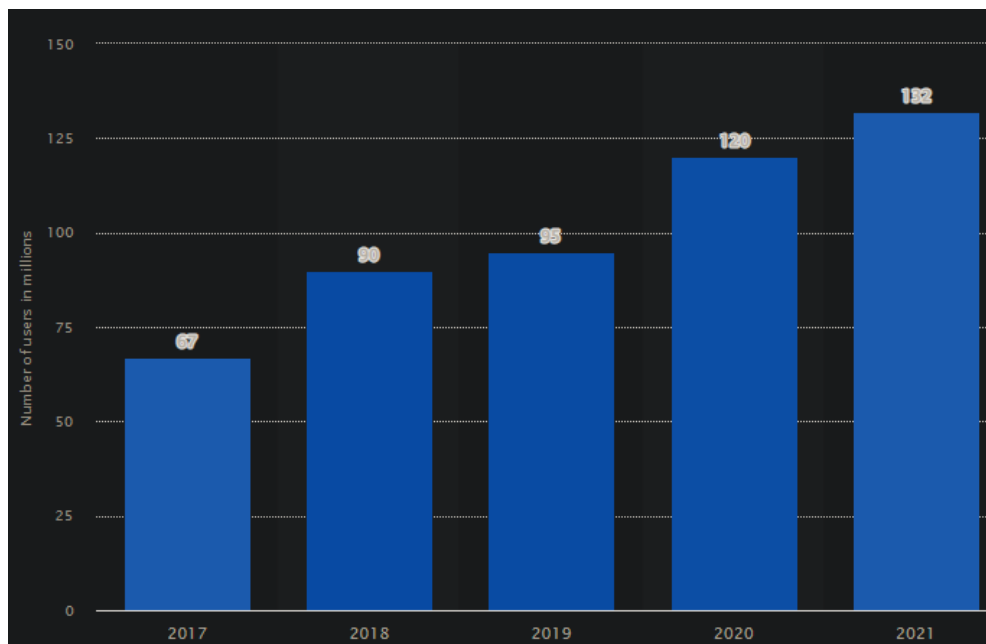
3. Steam

Valve je Američki kreator videoigara, izdavač i digitalni distributer smješten u Washingtonu, koji je napravio Steam. Steam je najpopularniji softver za digitalnu distribuciju videoigara. Prvi put je objavljen 2003. godine kako bi Valve mogao automatski ažurirati svoje igre, a već 2005. godine je proširena za distribuciju i prodaju igara drugih proizvođača i od onda je doživio veliki uspjeh.

Korisnicima nudi mogućnosti razmjene poruka, razgovor unutar igre, automatizirano ažuriranje igre i spremanje igara na oblak i sl. Kao svojevrsnu mogućnost ima mogućnost dijeljenja videoigara koja se zove Family Share. On omogućuje da se videoigre podijele s igračima koji su postavljeni da imaju pristup videoigrama. Igrači s kojima su podijeljene videoigre ne moraju ih kupovati kako bi ih igrali, ali ako korisnik koji dijeli koristi/igra videoigru ostali ne mogu koristiti/igrati dijeljene igrice.

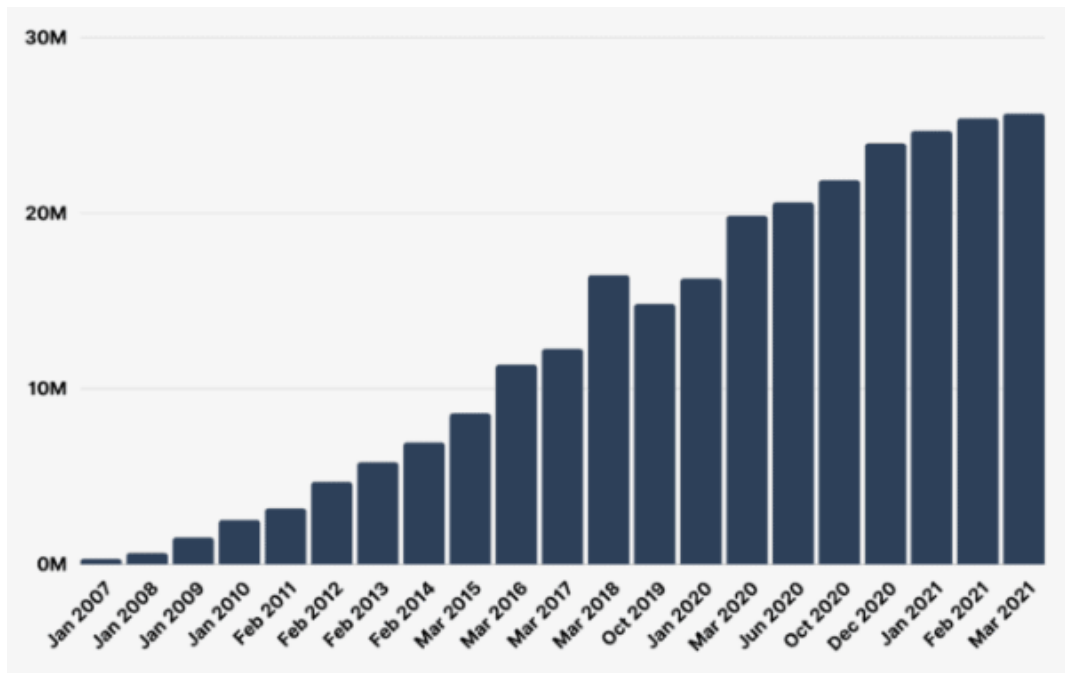
Steam ne podržava samo Windows nego i macOS, Linux, iOS, Android.

3.1. Korisnici



Slika 3-1 - Broj mjesečno aktivnih korisnika na Steamu

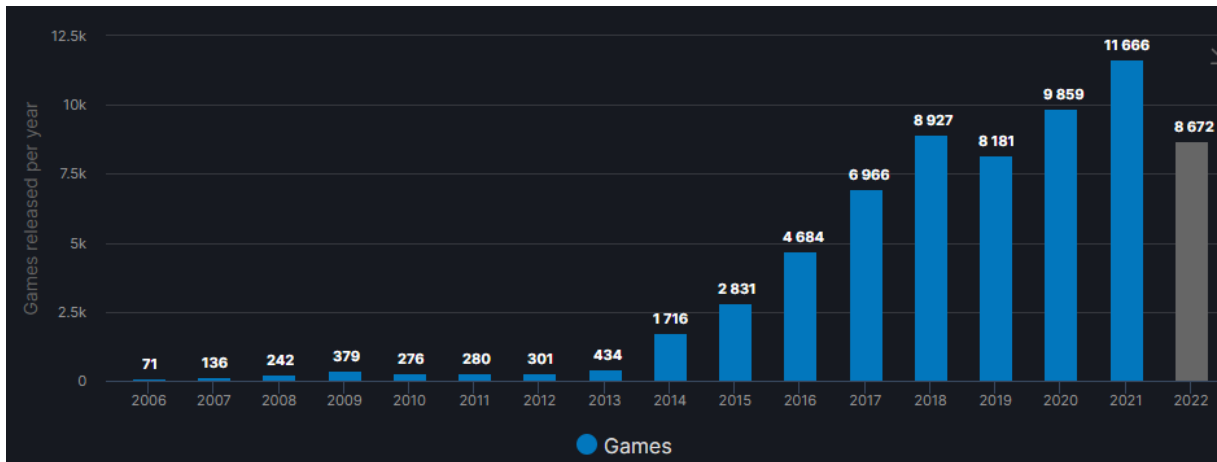
Na Steamu 2021. godine aktivnih korisnika bilo je 132 milijuna, a godinu prije 120 milijuna. Možemo primijetiti da skoro svake godine broj aktivnih korisnika naraste za 10 milijuna. Od 2019, godine kada je počela pandemija broj aktivnih korisnika narastao je za 25 milijuna, a samim time i ukupan broj korisnika je narastao.



Slika 3-2 - Broj mjesečno istovremeno aktivnih korisnika na Steamu

Danas Steam bilježi 26 484 745 istovremeno aktivnih korisnika, ali taj broj i dalje raste. Od dana kada je proglašena covid pandemija 11.03.2020 godine broj istovremeno aktivnih korisnika narastao je za 2 662 205. Ukupan broj korisnika je oko 135 milijuna, a od toga čak 96,17% je na operacijskom sustavu Windows, OSX 2,98% i Linux 0,85%. Prosječna starost korisnika Stema je od 20 do 29 godina sa 37%, a zatim 30 do 39 godina sa 32%. 88,1% je muška populacija, 2,4% ženska populacija i 9,5% je nepoznat.

3.2. Videoigre



Slika 3-3 – Broj dodanih igara na Steamu kroz godine

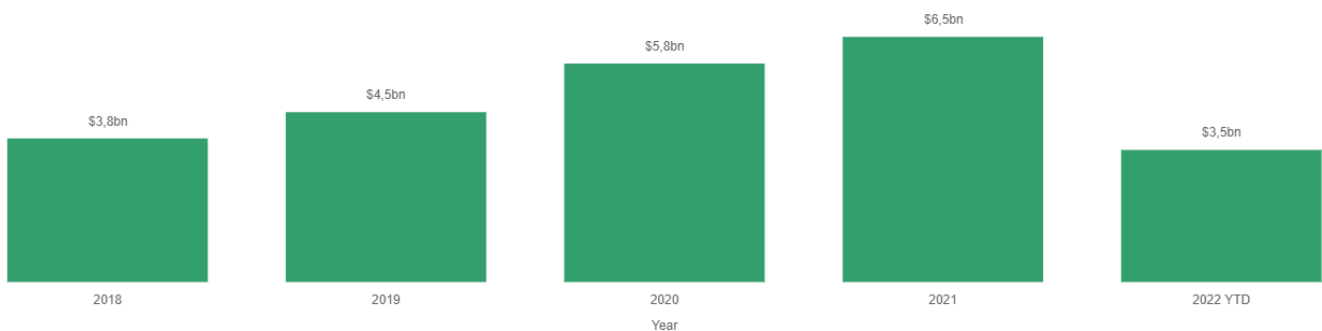
2006. godine Steam je u prodaji ima 71 videoigru, taj broj se postepeno povećavao sve do 2014. godine od kad se naglo povećava i objavljuje se sve veći broj igrica. 2021. godine objavljeno je 11 666 videoigara, a u ovoj godini do danas je objavljeno 8 672 videoigara i još ih se očekuje. Iako godina još nije gotova i ima još dosta do kraja, Steam ne očekuje da će nadmašiti rekord iz 2021. godine. Ukupan broj videoigara na Steamu do danas iznosi 58 477.

Osim što prodaje videoigre, na Steamu se mogu naći i besplatne videoigre. Jedna od najpopularnijih i najčešće igranih igara je besplatna, Counter Strike: Global Offensive koju posjeduje oko 100 miliona korisnika.

Osim besplatnih videoigara najviše ima videoigara koje koštaju do 5\$, zatim od 5 do 10\$, nakon toga 10\$ do 15\$, 15\$ do 30\$ i na kraju 30\$ do 50\$. To je bilo tako do 2019. godine, kada dolaze kvalitetnije i skuplje videoigre, pa video količina video igara od 15\$ do 30\$. Također se nakon 2019. godine pojavljuju videoigre koje koštaju 50\$ i više.

3.3. Zarada

Kako Steam zarađuje? Osim prodaje stvarnog hardvera, Steam također naplaćuje naknade za razvojne alate, licence i dio svake videoigre prodane na njegovom tržištu. Veliku većinu zarade čine provizije koju Steam dobije od prodane videoigre. Za svaku prodanu igru uzima 30% provizije.



Slika 3-4 - Godišnja zarada Steama od prodaje videoigara

Svake godine Steam ima sve veći i veći prihod od prodaje videoigara. 2017. godine bruto prihod im je bio 3,8 milijardi dolara, a 2021. godine bruto prihod im je bio 6,5 milijardi dolara. Razlog tako ubrzanom rastu je sve veći broj prodanih igrica i pojava sve popularnijih naslova. U 2022. godini do sad bruto prihod im je 3,5 milijardi dolara, a očekuju barem još toliko.

Također prodaja kozmetičkih artikala unutar igre koje su izradili njegovi korisnici putem Steam Workshopa još je jedan od izvora zarade za Steam, a može sačinjavati i do 95% ukupnog iznosa zarade.

I na kraju Steam korisnicima koji žele otvoriti Steam PC Cafe naplaćuje naknade za licenciranje.

4. Epic Games

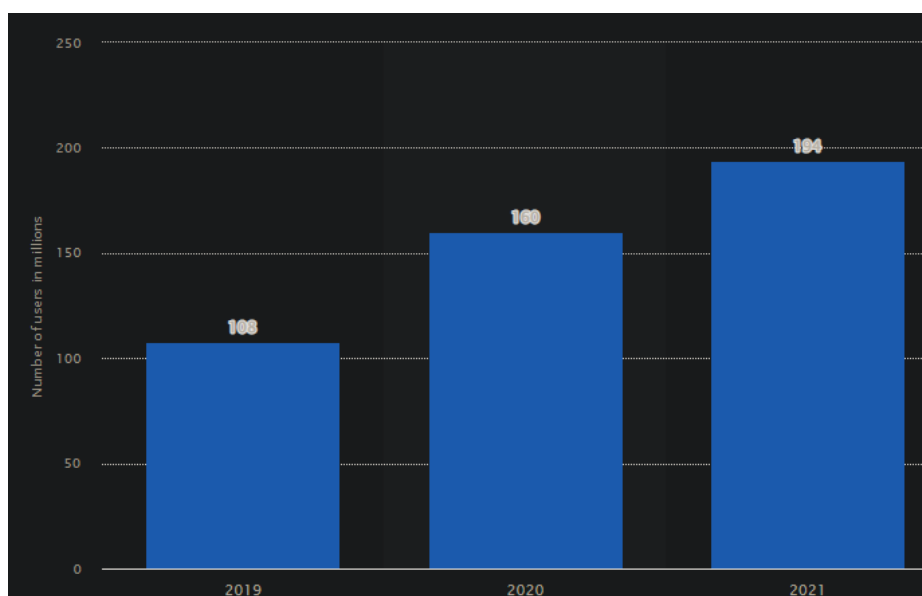
Epic Games je američki izdavač i proizvođač videoigara i softvera. Tim Sweeney pokrenuo ga je u 1991. godini pod nazivom Potomac Computer Systems. Nakon objavljivanje prve videoigre pod nazivom ZZZT kompanija mijenja ime u Epic

MegaGames, a 1999. godine pojednostavili su ime u Epic Games koje je ostalo i do danas.

Najpopularnija videoigra koja je proslavila i započela veću popularnost Epic Gamesa je Fortnite.

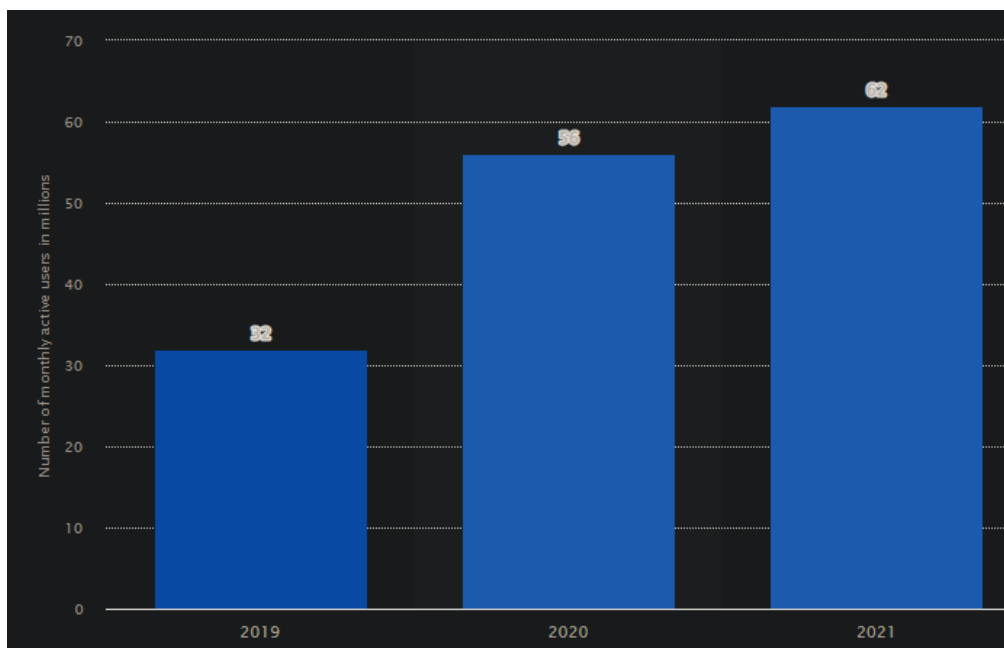
4.1. Korisnici

Epic Games danas bilježi oko 194 milijuna korisnika.



Slika 4-1- Broj korisnika na Epic Gamesu kroz godine

Unazad zadnjih dvije godine broj korisnika na Epic Gamesu se povećao za 88 milijuna.



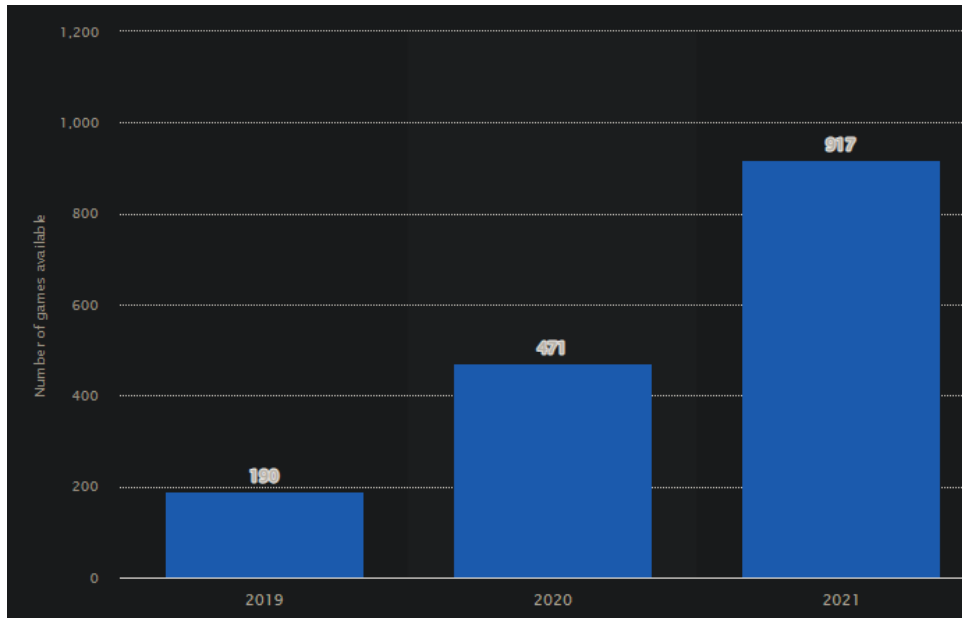
Slika 4-2 - Broj mjesečno aktivnih korisnika na Epic Gamesu

Broj mjesečno aktivnih korisnika u 2021. godini je 62 milijuna, dok je prije dvije godine bilo 32 milijuna. U 2021. godini je skoro duplo više mjesečnih korisnika nego u 2019. godini. Od početka covid pandemije broj korisnika porastao je za oko 7 milijuna.

Oko 16% korisnika Epic Games je ženska populacija, a ostatak 74% je muške populacije.

4.2. Videoigre

Epic Games je poznat po tome da daje videoigre besplatno u nekome periodu iako su se prije plaćale, te nakon isteka tog perioda će se nastaviti naplaćivati.



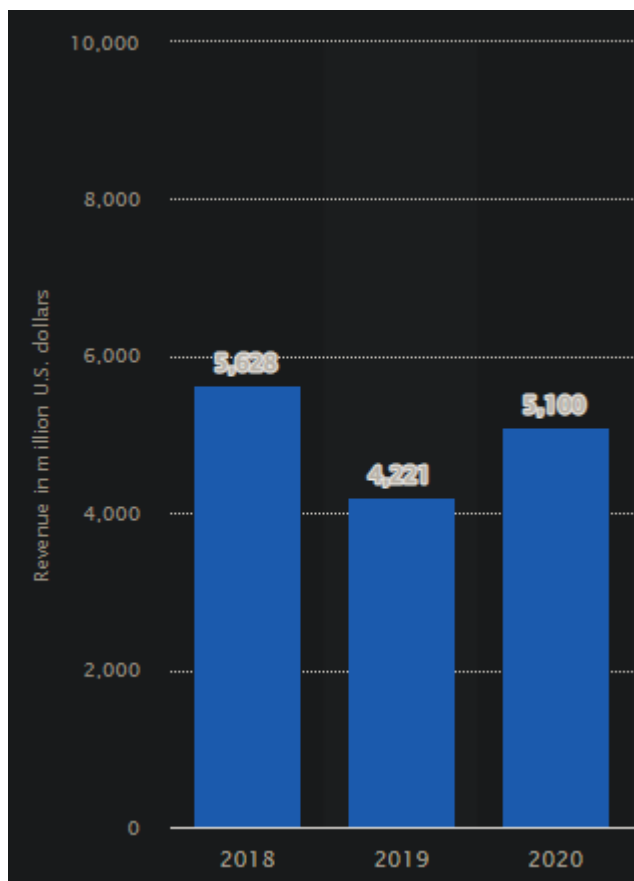
Slika 4-3 - Broj igara na Epic Gamesu

2019. godine Epic Games je u prodaji ima 190 videoigara, od kojih je najpopularnija bila besplatna, Fortnite. Samo dvije godine kasnije broj videoigara je znatno porastao sa 190 na 917 videoigara, veliki porast videoigara od čak 727 videoigre. Od svih tih videoigara 89 ih je besplatno, a 765 milijuna ih je dano korisnicima. Neke od videoigara koje su proslavile Epic Games i donijele mu tako veliki porast korisnika iz 2020. godine u 2021. godinu bile bi: Rocket League, Genshin Impact, Kena, itd.

Naravno uz kupovinu videoigara i kupovinu dodataka postoje i besplatne videoigre i dodatci. Epic Games je najpopularniji kad su u pitanju besplatne videoigre. Svojom politikom besplatnih videoigara privlače korisnike, naime svakih nekoliko dana na Epic Gamesu se može pronaći jedna, dvije, a nekad i tri besplatne videoigre. Nisu to samo nekakve male videoigre koje inače koštaju 3,4,5\$, besplatni budu i neki jako poznati naslovi npr. GTA V.

4.3. Zarada

Zarada je dosta bitan segment, a za Epic Games možda i nije dovoljna.



Slika 4-4 - Godišnja zarada Epica Gamesa od prodaje videoigara

Epic Games 2018. godine imao je bruto prihod od 5,628 milijuna. U 2019. godini imali su veliki pad u bruto prihodu. Razlog tome je što je Fortnite imao sve manju popularnost, te su korisnici prestali kupovati stvari u videoigri. 2020. godine povećao im se bruto prihod iako nije bio bolji nego u 2018. godini. Epic Games uzima 12% zarade zbog toga što je objavio videoigru i 5% zarade od videoigara koje su napravljene putem unreal engina.

5. Usporedba Steam || Epic Games

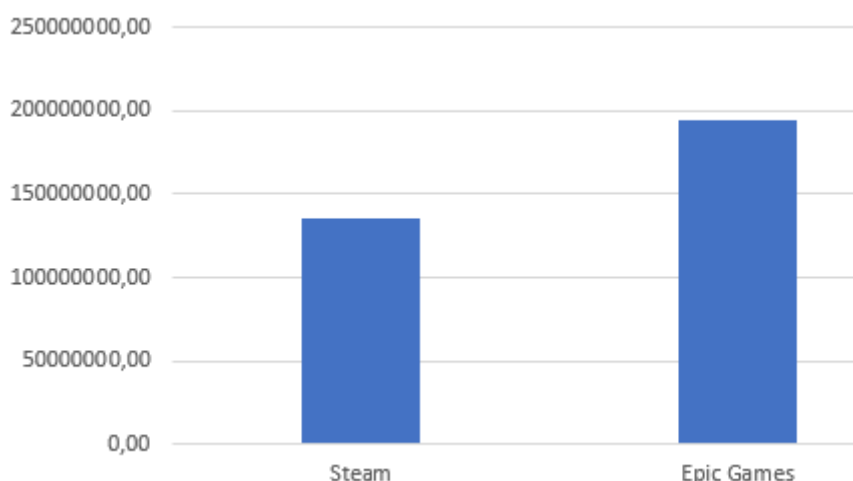
Steam i Epic Games su dva najbližija distributera videoigara. Prvo izdanje Steama pušteno je 12. rujna 2003. godine, dok je Epic Games 6. prosinca 2018. godine. Razlog sličnosti Steam i Epic Gamesa je taj što je Epic Games prvobitno napravljen kao direktni konkurent Steamu. Unatoč tome između njih postoji dosta velikih razlika.

Naime prva stvar koja se primijeti kada se pokrene Steam je da postoji Discovery Queue. Discovery Queue prikazuje do 12 videoigara koje su u tom trenutku popularne,

na popustu i koje preporuča Steam za svakog korisnika, a ta lista se svakodnevno mijenja. Svaki korisnik ima drugačiji Discovery Queue, razlog tome je što Steam svakom korisniku preporuča igru uzimajući u obzir njegov library i videoigre koje najviše igra. Uzimajući to u obzir preporuča slične videoigre. Epic Games nema takvo nešto, ali ima nešto slično što se zove Discovery Page. Discovery page također pokazuje najpopularnije videoigre i videoigre na popustu, ali pokazuje iste videoigre za sve korisnike.

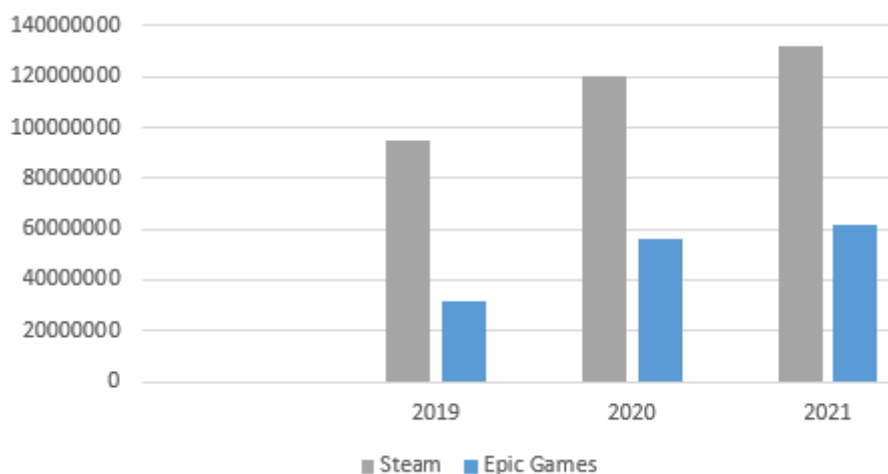
Jedna od jedinstvenih značajki Epic Gamesa su besplatne videoigre svakog tjedna. Epic Games svaki tjedan nudi nekoliko besplatnih videoigara koje se otključavaju na određeni dan i budu dostupne nekoliko dana. Videoigre koje budu dostupne su isključivo videoigre koje se plaćaju. Neki će misliti da su to onda videoigre s malom cijenom, no to nije slučaj. Uglavnom su to videoigre s cijenom od 10 dolara pa više. Neki od naslova koji su bili dostupni su: GTA V, Hitman, Farming Simulator 19, Dead By Daylight i sl.. Steam iako ima znatno veći broj videoigara nema takvu značajku, ali razmišljaju o uvođenju slične.

Osim što nudi videoigre i dodatke Epic Games nudi i alat Unreal Engine. Unreal Engine pretvara korisnike u programe, dopušta izradu videoigara. Steam za svoje korisnike nudi da mogu napraviti dodatke za videoigre i javno ih objave, kako bi ih drugi korisnici mogli direktno preuzeti preko Steama i kad su preuzeti automatski se implementiraju u videoigru.



Slika 5-1 - Usporedba broja korisnika Steam | Epic Games

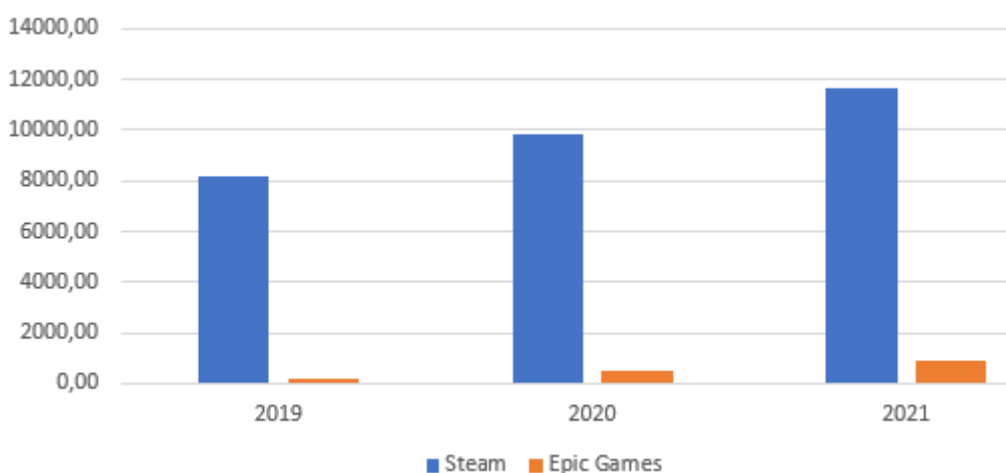
Ukupan broj korisnika Steama je oko 135 milijuna, dok je ukupan broj korisnika Epic Gamesa oko 194 milijuna. Iako Epic Games ima puno više korisnika, što je razlog njihove politike besplatnih igara, Steam je i dalje popularniji.



Slika 5-2 - Usporedba mjesečno aktivnih korisnika Steam | Epic Games

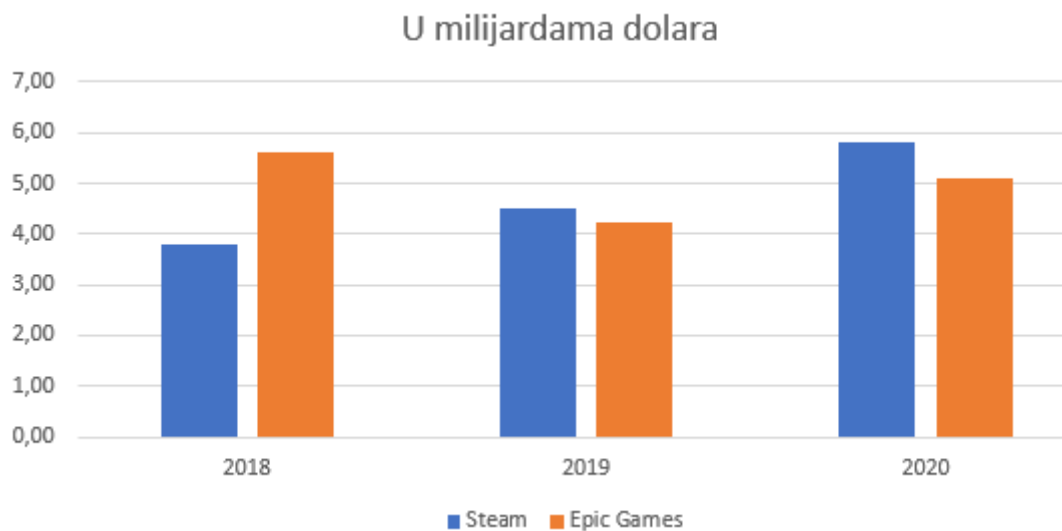
Kada se u obzir uzmu mjesečno aktivni korisnici od 2019. godine do 2021. godine, Steam je pobjednik. Razlika između aktivnih korisnika je velika, svake godine oko 3 puta. Razlog zašto Epic Games ima veći broj korisnika, ali manji broj aktivnih korisnika je zbog toga što većina ljudi napravi novi račun ili više njih kako bi uzela besplatnu igru. Omjer muško, ženskih korisnika kod Steama je 88,1% : 2,4%, a kod Epic Gamesa je 74% : 16%. Epic Games je popularniji kod ženskih korisnika.

No nije baš sve u korisnicima u obzir moramo uzeti i količinu videoigara kod pojedinačnog distributera i naravno zaradu.



Slika 5-3 - Usporedba broja igara Steam | Epic Games

Iako broj videoigara dostupnih za kupovinu i besplatnih i kod Steama i kod Epic Gamesa raste, Steam je u ogromnoj prednosti. U 2021. godini Steam je dodao 11 666 videoigara, dok je Epic Games imao samo 917 videoigara. Razlog tome je što je Epic Games još nov i moguće je da će u budućnosti prestići Steam. Steam godinu dana nakon što je pokrenut imao je dostupno 39 videoigara, dok Epic Games godinu dana nakon pokretanja ima dostupno 190 videoigara. Kod prodaje videoigara Epic Games je nešto blaži kad je u pitanju uzimanje provizije. Steam za svaku prodanu igru uzima 30% zarade, dok Epic Games uzima 12%.



Slika 5-4 - Usporedba zarade od prodaje igara Steam | Epic Games

Ni u zaradi nema nekakve velike razlike. 2018. godine Epic Games ima veću bruto zaradu, ali se već sljedeće godine situacija promijenila i ostala ista 2020. godine. 2018. godine Epic Games je imao zaradu od 5,62 milijarde, a Steam 3,8 milijarde, a 2020. godine Steam ima 5,8 milijardi i Epic Games 5,10 milijardi.

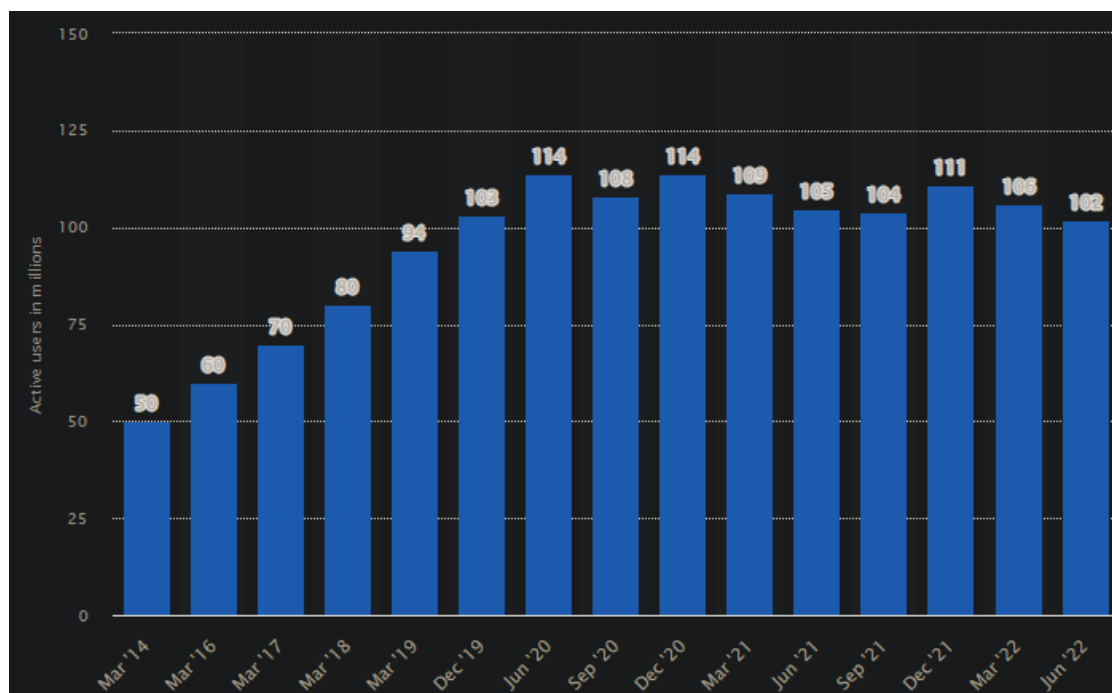
Iako se Epic Games u bruto zaradi drži sa Steamom, Epic Games gubi milijarde i milijarde dolara kako bi držao korak sa Steamom. Iz tog razloga neki procjenjuju kako bi se Epic Games mogao ugasiti.

6. PlayStation Store

PlayStation Store je distributer digitalnih videoigara za Sonyjeve igrače konzole, PlayStation 5,4,3, PlayStation Vita. Korisnici mu mogu pristupiti putem PlayStation Networka. Pojavio se 15 travnja 2008. godine.

Kao i svi ostali distributeri videoigara nudi besplatne videoigre i kupovinu videoigara.

6.1. Korisnici



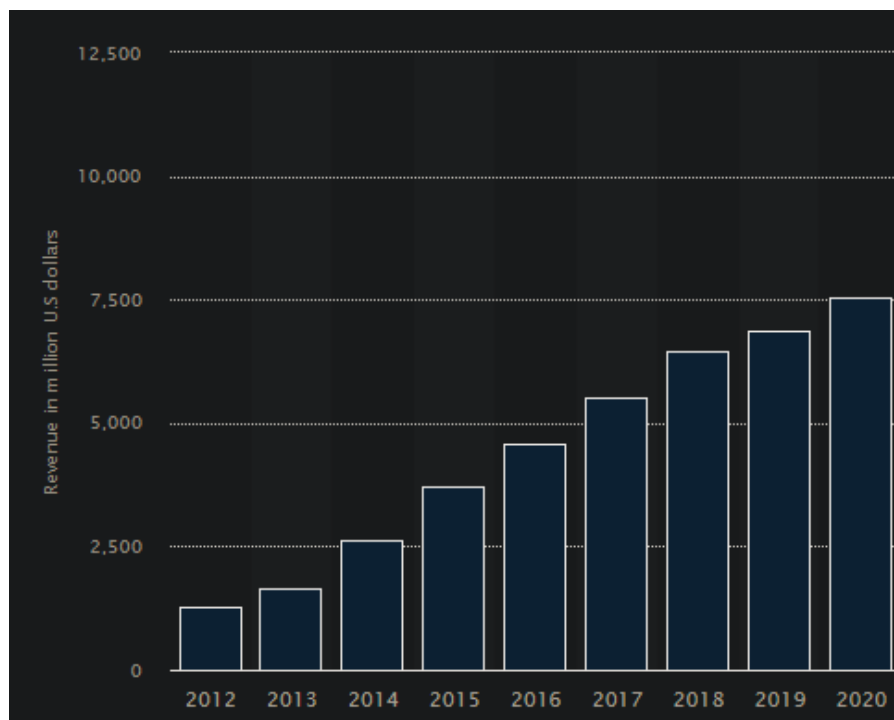
Slika 6-1 - Broj mjesečno aktivnih korisnika na PlayStation Networku

2018. godine najviše aktivnih korisnika 80 milijuna bilo je u ožujku, no taj je broj rastao u 2019. i 2020. godini. U 2020. godini broj aktivnih korisnika narastao je do 114 milijuna. Sljedeća godina 2021. bila je lošija pa je najveći broj aktivnih korisnika pao na 111 milijuna.

Ukupan broj registriranih korisnika na PlayStation Networku preko kojeg se povezuje na PlayStation Store je oko 114 milijuna.

U 2021. godini Sony je objavio kako je omjer muško ženskih korisnika njihovih usluga skoro dosegao 50:50, gdje je stvarna vrijednost da je 41% ženske populacije koristi PS usluge, što uključuje i PS Store.

6.2. Zarada



Slika 6-2 - Zarada PlayStation Storea od prodaje igara

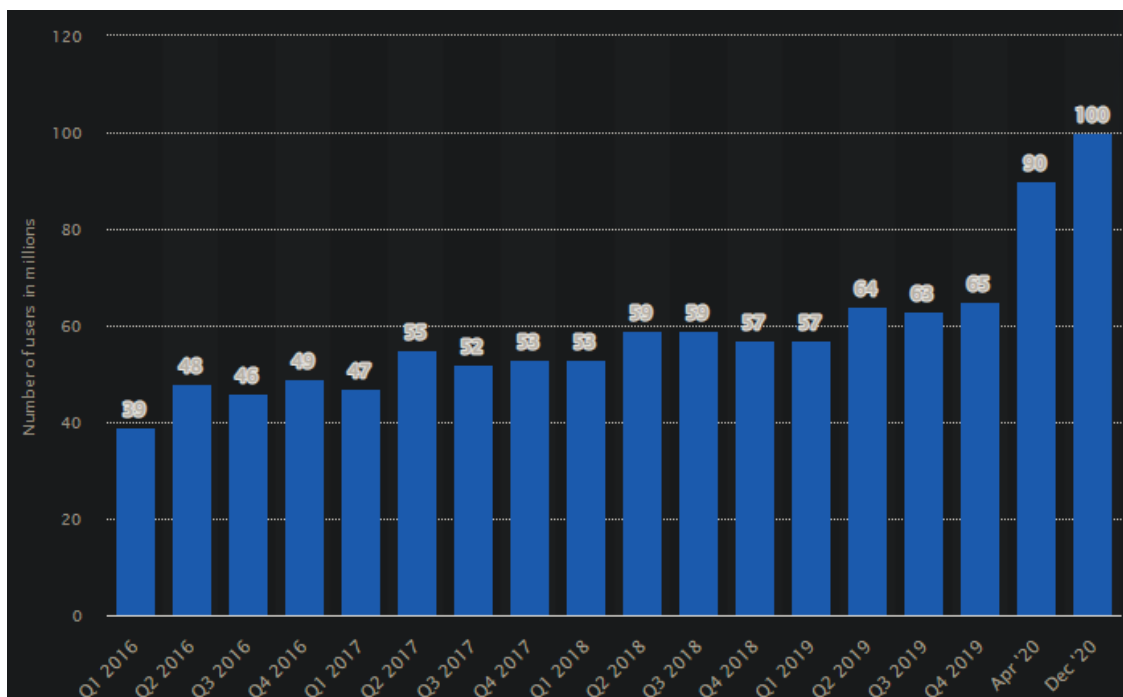
PlayStationov prihod od prodaje videoigara i svega vezanog uz videoigre na PlayStation Storeu iz godine u godinu raste neprekidno. 2013. godine prihod im je bio 1,661 milijun dolara i nastavlja konstantno rasti. 2018. godine prihod od prodaje videoigara narastao je do 6,464 milijuna, što je skoro 6 puta više u odnosu na 5 godina raniju 2013. Sljedeće 2020. godine prihod im je došao do 7,548 milijuna dolara.

7. Xbox Games Store

Xbox Games Store je digitalni distributer videoigara za Xbox ONE i Xbox 360 konzole tvrtke Microsoft. Korisnici Xbox Games Stora mogu kupiti i preuzeti videoigre, preuzeti i dodatke za iste, te ostale neke stvari vezane uz Xbox. Microsoft Store preuzeo je ulogu Xbox Stora za Xbox digitalno tržište za sve Windows 10 uređaje krajem 2017. godine.

7.1. Korisnici

Ukupan broj korisnika je oko 100 milijuna. Xbox nema samo mušku populaciju, čak 42% korisnika su ženske populacije, a ostatak 58% je muške.



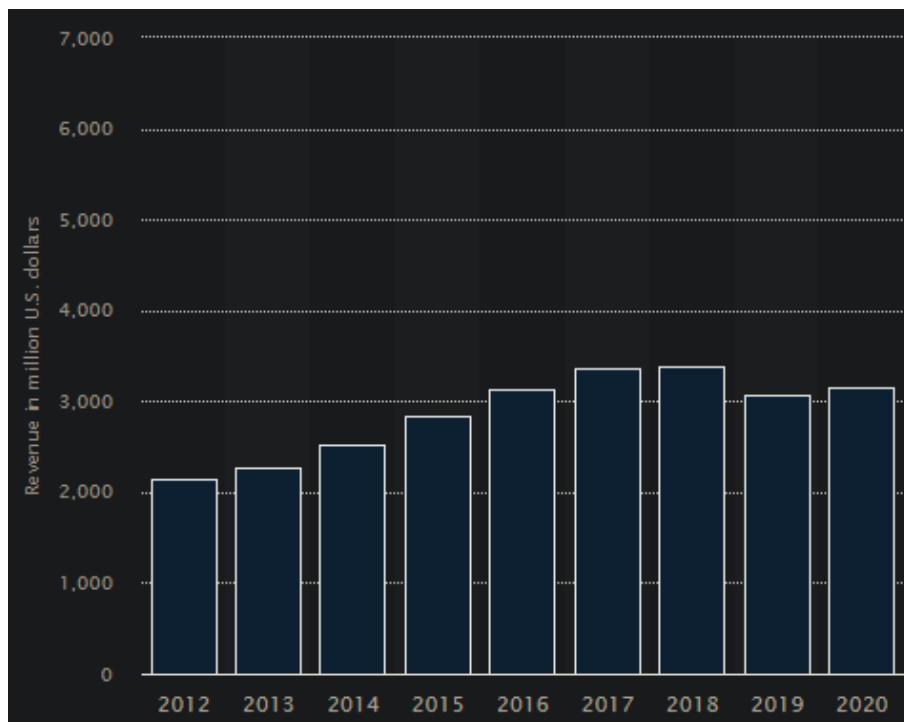
Slika 7-1 - Broj mjesečno aktivnih korisnika na Xbox Liveu

Početakom 2016. godine broj aktivnih korisnika bio je 30 milijuna, dok je najveći broj aktivnih korisnika u 2016. godini bio 49 milijuna. Nadalje broj aktivnih korisnika lagano je rastao do 2020. godine. 2019. godine najveći broj korisnika bio je 65 milijuna, a od početka pandemije broj aktivnih korisnika naglo je narastao za skoro 30 milijuna. 2020.

godine najviše aktivnih korisnika bilo je na kraju godine čak 100 milijuna, što je skoro ukupan broj korisnika.

Najviše je korisnika dobnog razdoblja između 25-34 godina 28%, a zatim dobnog razdoblje je 35-44 godine. Sam prosjek godine korisnika je 33 godine.

7.2. Zarada



Slika 7-2 - Zarada Xbox Games Store od prodaje igara

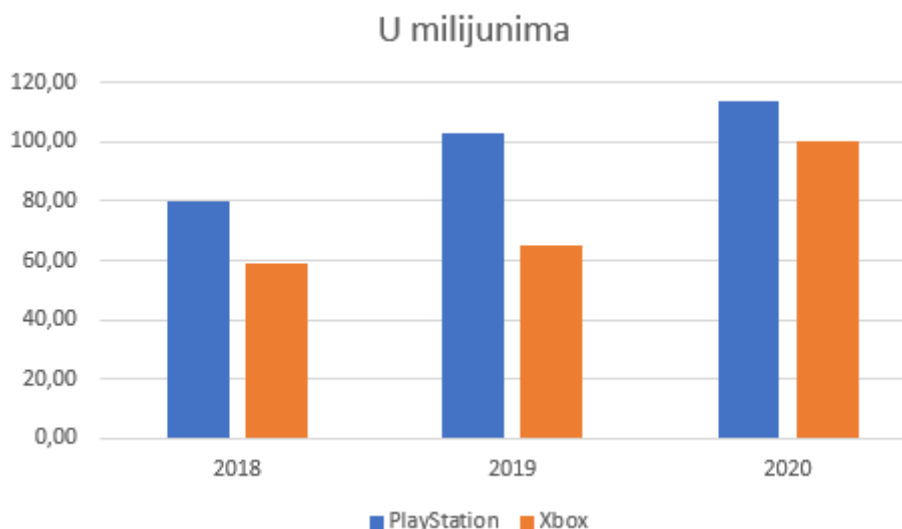
Zarada od Xbox Games Stora u 2018. godini bila je 3,380 milijuna dolara ili 3,38 milijardi dolara. Sljedeću godinu zarada je pala. 2019. godine zarada im je iznosila 3,072 milijuna dolara, a 2020. godine zarada im je narasla i iznosila je 3,151 milijun dolara.

8. Usporedba PlayStation Store || Xbox Games Store

Borba između PlayStationa i Xboxa nije ništa novo ni neobično. Već duži niz godina se igrači prepiru koji je bolji i jedino što se u tim godinama promijenilo su igrači. Kada kupujemo videoigre prvo što možemo primijetiti da su PlayStation Store i Xbox Games Store dizajnom jako slični, ali naravno ima razlika. Xbox Games Store ima jedan više žanr videoigara nego PlayStation Store, ali na PlayStation Storeu možemo filtrirati videoigre po rangu cijene.

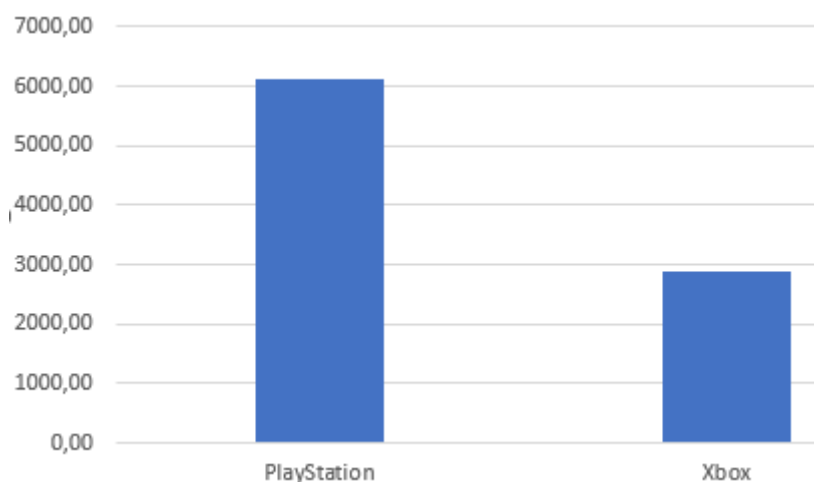
Ako se gleda cijena videoigara PlayStation Store i Xbox Games Store su jednaki, nema nekakve velike razlike. Razlika dolazi kad su u pitanju popusti. Xbox Games Store ima češće i bolje popuste nego PlayStation Store, ali PlayStation Store kada ima popuste uvijek su tematski.

Najveća razlika između PC gaminga i console gaminga bi bila u tome što kod PC gaminga ne mora se dodatno plaćati kako bi igrali s drugim igračima, dok se kod console gaminga to plaća mjesečno ili godišnje. PlayStation ima PlayStation Plus koji omogućava korisnicima igranje videoigara s drugim igračima, daje videoigre besplatno, dodatni popust na videoigre i 100 GB cloud memorije. Xbox Games Store ima Xbox Live Gold koji dopušta igranje videoigara s više igrača, ali ima i Xbox Game Pass Ultimate koji nudi dodatne popuste, EA Play članstvo, raniji pristup na nove videoigre i uključuje Xbox Live Gold. PlayStation plus košta 10\$ mjesečno. Xbox Live Gold je također 10\$ mjesečno, ali postoji i opcija Xbox Game Pass Ultimate koji košta 15\$ mjesečno i uključuje Xbox Live Gold. Ono što Xbox Game Pass Ultimate čini boljim od PlayStation plus je činjenica da prvi mjesec Xbox Game Paas Ultimata košta 1\$.



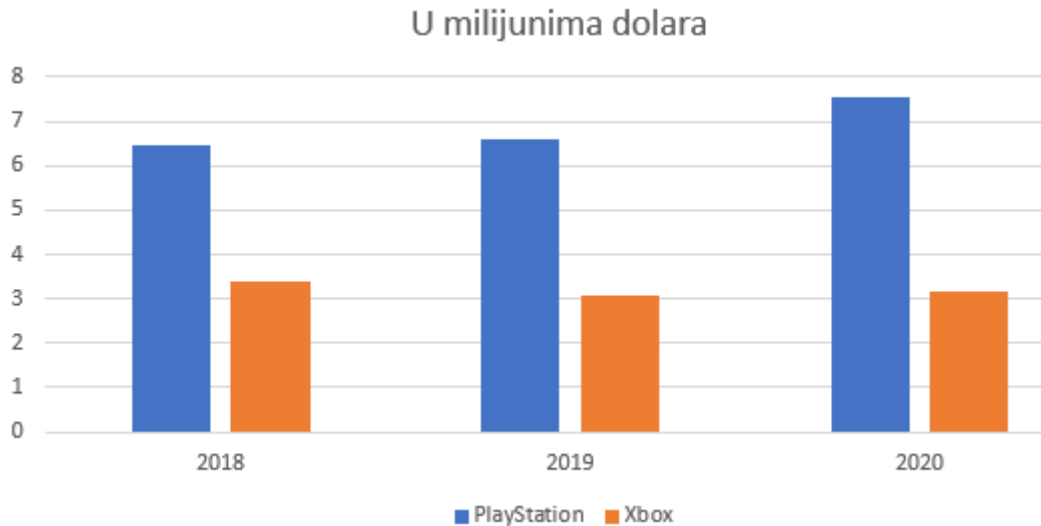
Slika 8-1 - Usporedba mjesečno aktivnih korisnika PlayStation | Xbox

PlayStation network ima oko 114 milijuna korisnika, dok Xbox Live ima oko 100 milijuna korisnika. Ako gledamo koliko bilo aktivnih korisnika, može se vidjeti da PlayStation network konstantno ima više aktivnih korisnika. PlayStation network i Xbox Live imaju istu funkcionalnost, dopuštaju korisnicima preuzimanje, gledanje i kupovinu sadržaja vezanu uz videoigre dostupne u njihovim trgovinama. Također može se vidjeti da je rastao broj aktivnih korisnika kroz godine. 2018. i 2019. godine Xbox Live zaostaje za oko 20 i 40 milijuna korisnika, a u 2020. godine Xbox Live je malo sustigao PlayStation i zaostajao je za oko 4 milijuna aktivnih korisnika.



Slika 8-2 - Usporedba borja igara PlayStation | Xbox

Na PlayStation Storeu trenutno ima 6106 videoigara, dok na Xbox Games Store postoji 2884 videoigre za konzole.



Slika 8-3 - Usporedba zarade od prodaje igara PlayStation | Xbox

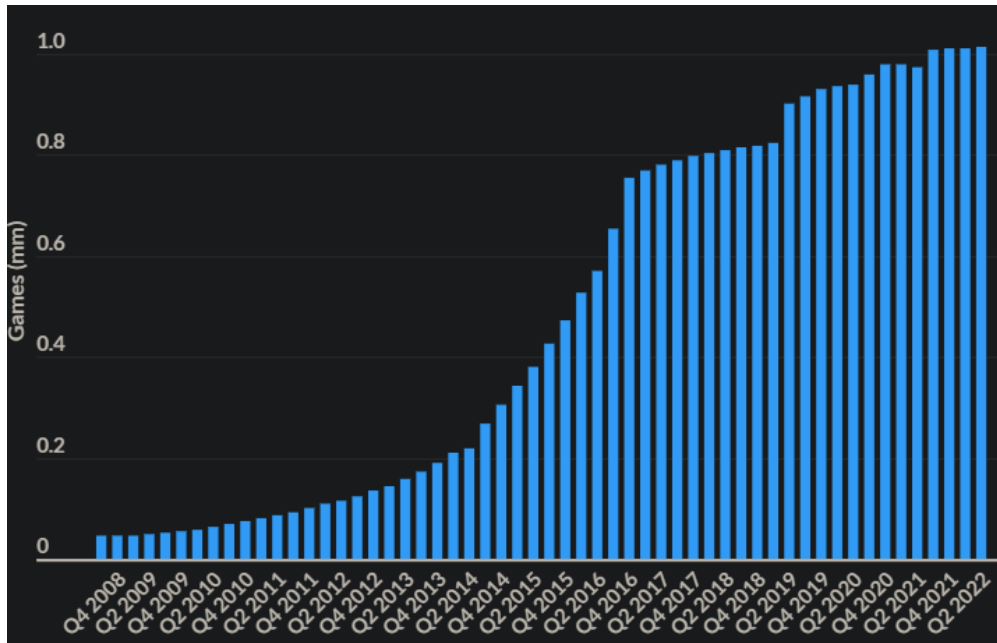
PlayStation Store ima znatno veću zaradu od prodaje videoigara i svega vezanog uz njih. 2018. godine PlayStation Store ima zaradu od 6,464 milijuna dolara, dok Xbox Games Store ima zaradu od 3,380 milijuna dolara. 2019. godine nema razlike osim što je PlayStation Storeu zarada narasla na 6,581 milijuna dolara, a Xbox Game Storeu pala na 3,072 milijuna dolara. Već sljedeće godine 2020. PlayStation Store imao je veliki porast u zaradi od čak 1 milijardu dolara, te im je te godine zarada bila 7,548 milijuna što je 7 milijardi i 548 milijun. Xbox Games Store je također imao porast u zaradi u odnosu na prošlu godinu, ali ne toliko velik kao i PlayStation Store. Xbox Games Store imao je zaradu od 3,151 milijun.

9. Apple App Store

App Store je stvoren kao trgovina za mobitele s operacijskim sustavom iOS i iPadOS. Korisnici App Storea mogu pregledavati, kupovati i preuzimati dozvoljen sadržaj, jer svaka aplikacija koja je dostupna na androidu nije dostupna na iOS i obrnuto. 10. srpnja 2008. godine službeno je pokrenut s 500 aplikacija.

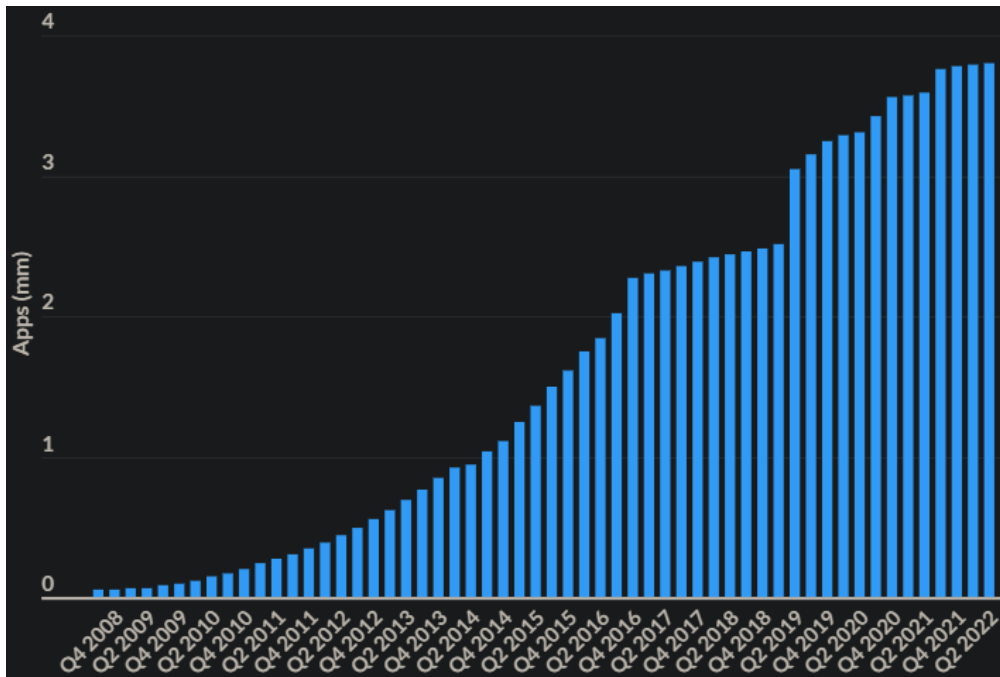
9.1. Aplikacije

2021. godine na Apple App Storeu zabilježeno je 4,567 milijuna aplikacija. 3,59 milijuna su aplikacije, a 984 000 su videoigre.



Slika 9-1 - Broj igara na Apple App Storeu

Broj videoigara na Apple App Storeu konstanto raste, a najveći porast bio je od 2014. godine do 2016. godine. Trenutno na Apple App Storeu postoji 1,013 milijuna videoigara i također videoigre su najpopularnija kategorija.

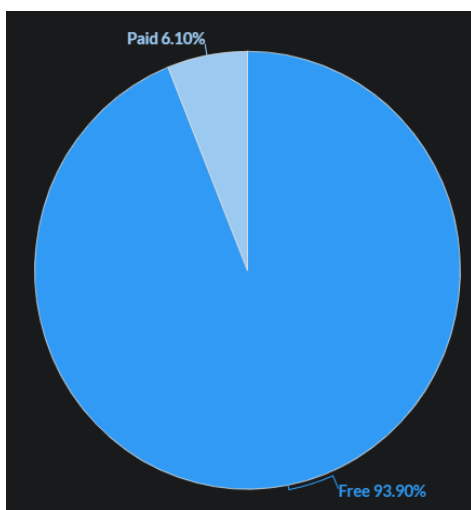


Slika 9-2 - Broj ostalih aplikacija na Apple App Storeu

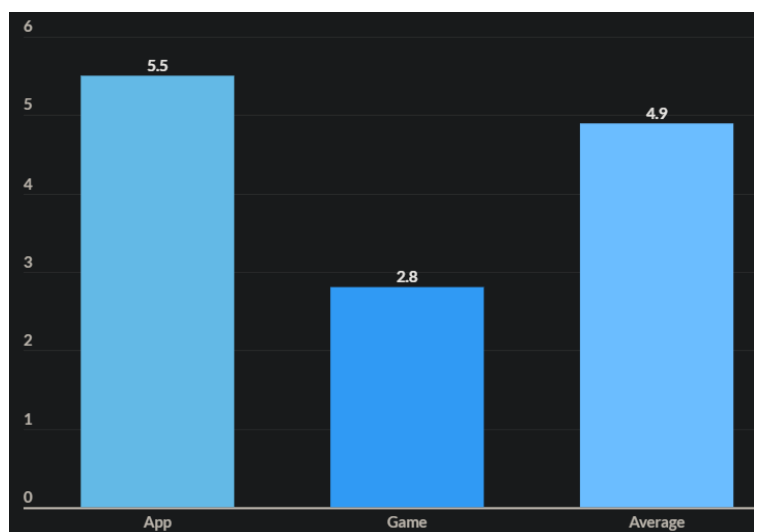
Ostale aplikacije su u sličnom rastu kao i videoigre, a trenutno postoji oko 3,797 milijuna aplikacija.

Odnos besplatnih aplikacija i aplikacija koje se plaćaju, uključujući videoigre je 93,90%: 6,10%. Može se vidjeti da je puno više besplatnih aplikacija nego onih koje se plaćaju.

Prosječna cijena aplikacije je 5,5 dolara, videoigara je 2,8 dolara, a prosjek je 4,9 dolara.

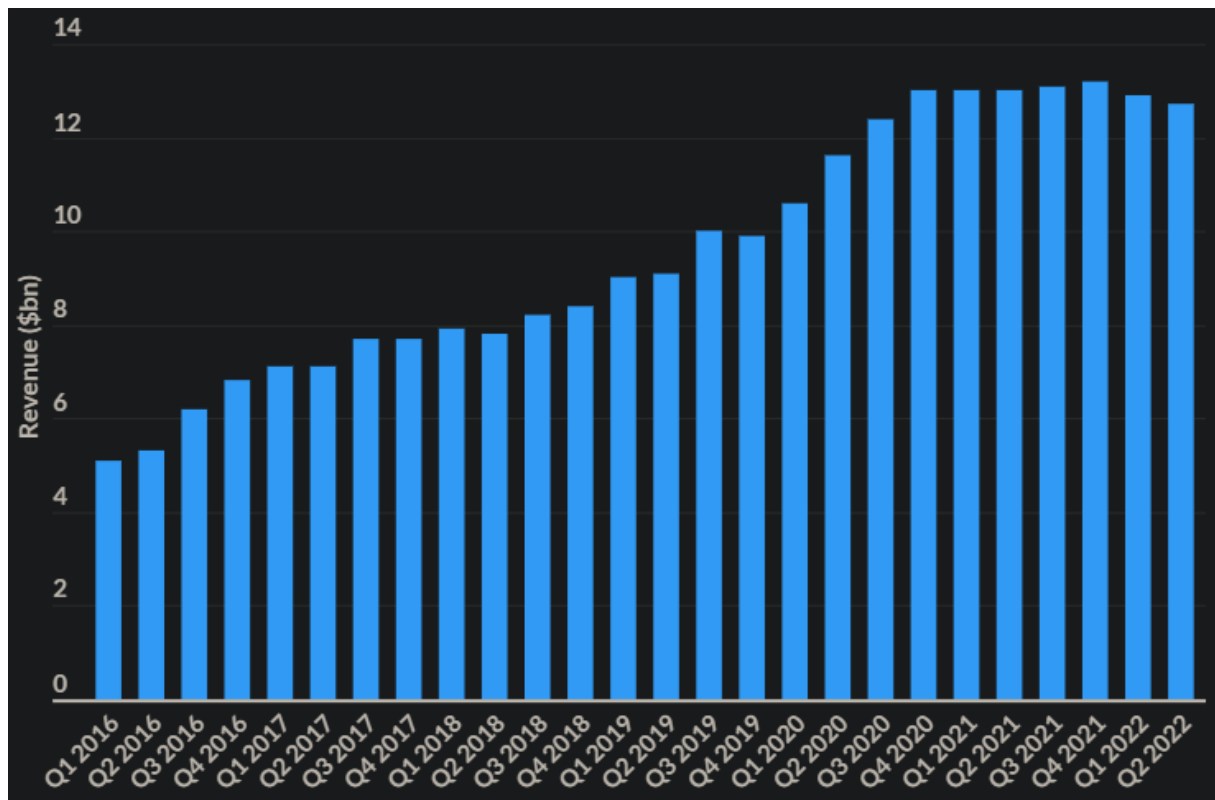


Slika 9-4 - Omjer besplatnih igara i igara koje se plaćaju



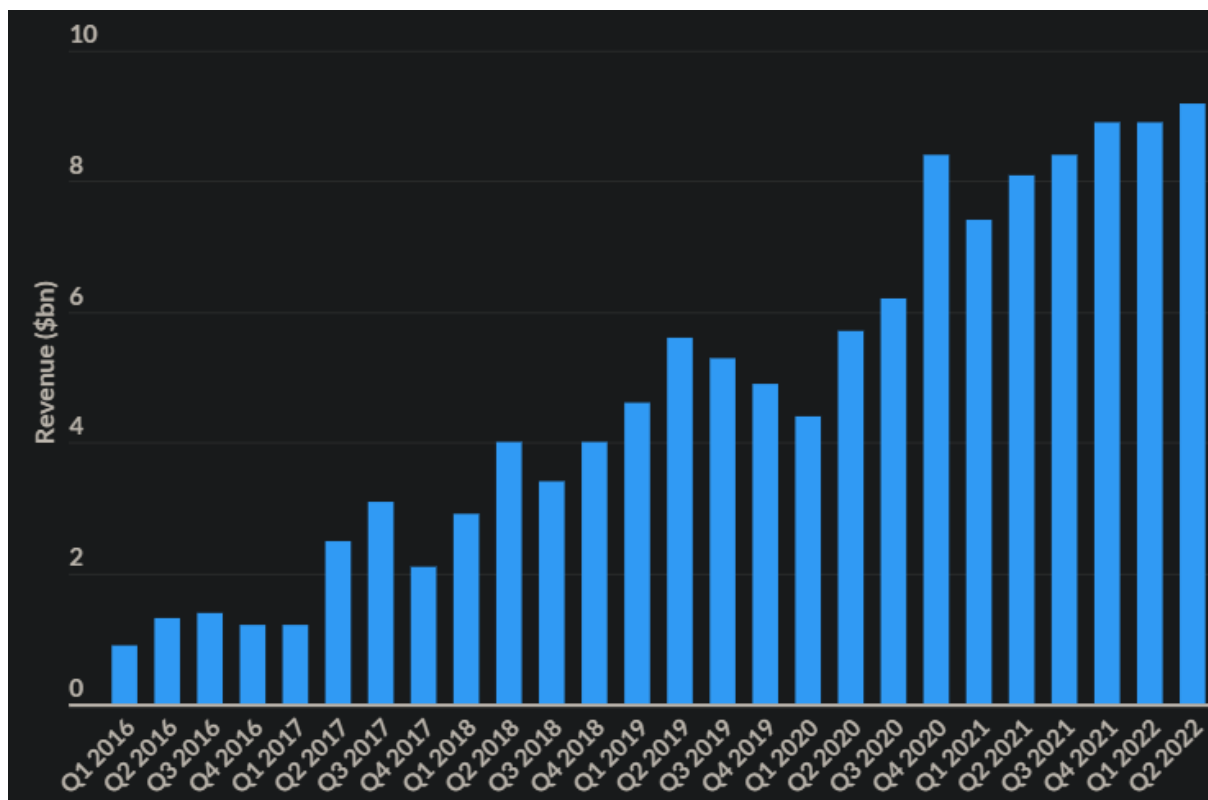
Slika 9-3 - Prosječna cijena aplikacija i igara

9.2. Zarada



Slika9-5 - Zarada Apple App Storea od prodaje igara

Zarada od videoigara najveća je bila 2021. godine od čak 52,3 milijarde dolara. U prva dva kvartala 2022. godine zarade od videoigara je 25,6 milijuna, ali godina još nije gotova.



Slika 9-6 - Zarada Apple App Storea od prodaje ostalih aplikacija

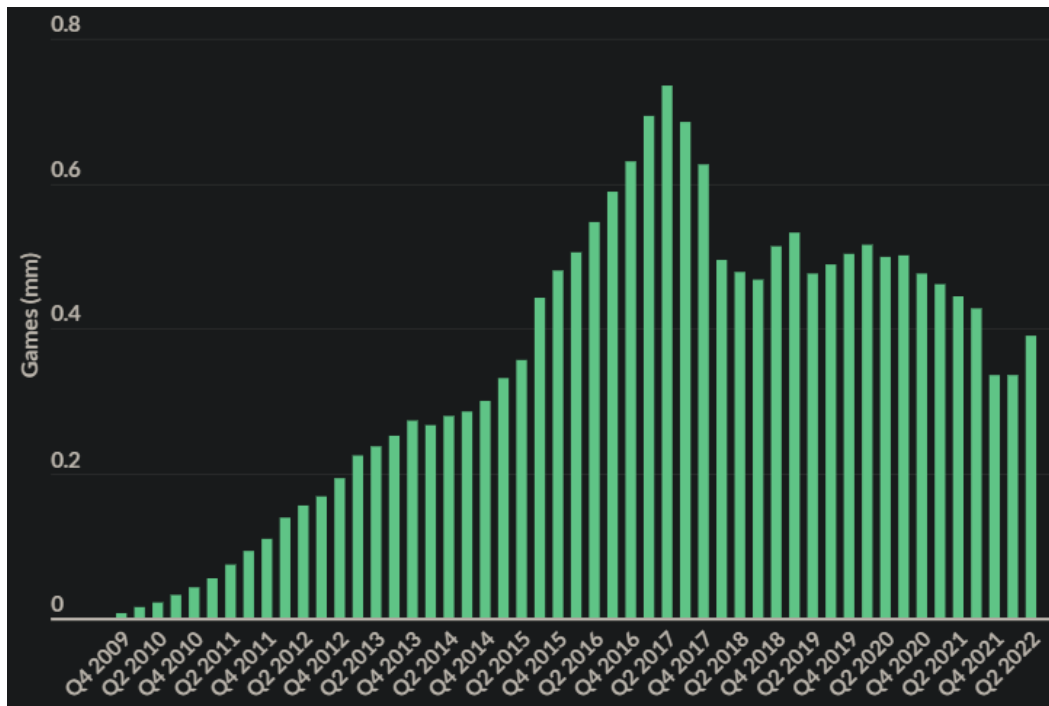
Zarada od ostalih aplikacija također je najveća u 2021. godini, 32,8 milijardi. Unatoč tome može se primijetiti da su videoigre popularnije i da zarad od ostali aplikacije nema konstantan rast kao i zarada od videoigara.

10. Google Play

Google Play pokrenut je 6. ožujka 2012. godine kao digitalni distributer koji vodi Google. On obavlja uslugu distribuiranja aplikacija za uređaje s operacijskim sustavom android. Također uz videoigre i ostale aplikacije koristi se za prodaju glazbe, knjiga, televizijski emisija i filmova.

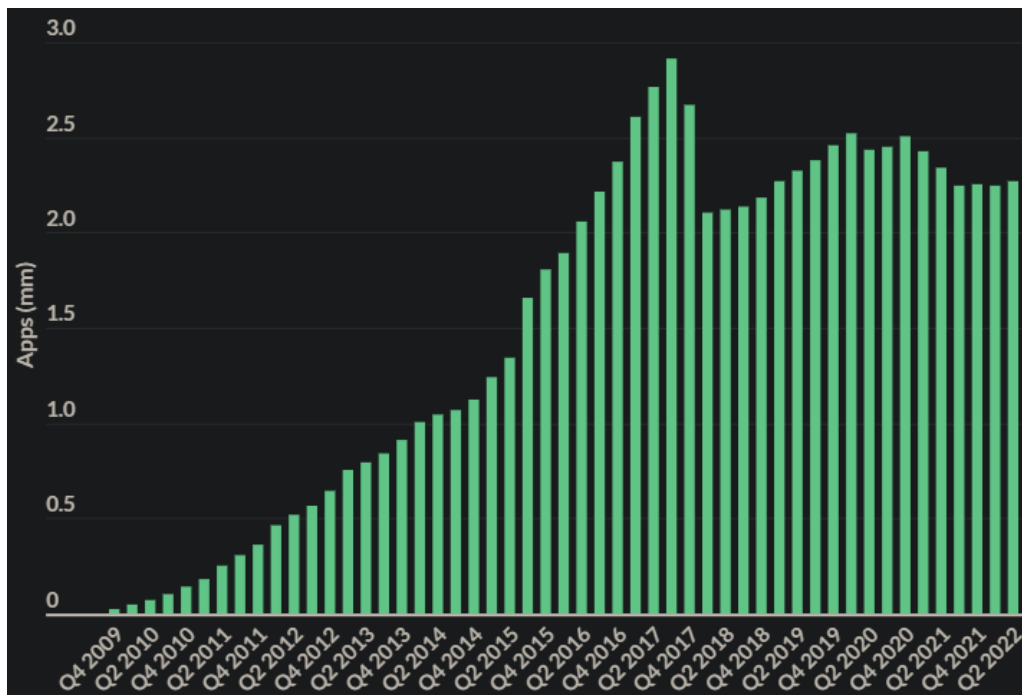
10.1. Aplikacije

Aplikacije dostupne na Google Playu možemo podijeliti u dvije skupine: videoigre i ostali aplikacije.



Slika 9-7 - Broj igara na Google Playu

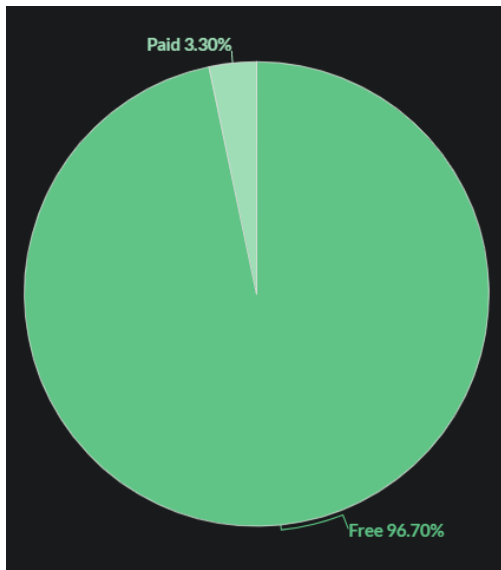
Google Play trenutno ima 2,33 milijuna aplikacija i 442 tisuće videoigara, videoigre čine 15,6%. Od ukupnog broja aplikacija uključujući videoigre 96,2% ih je besplatno. Najviše videoigara na Google Playu, njih 735 tisuća bilo je u 2017. godini. Do te godine broj je konstantno rasta, a od tada je u padu. Kao videoigre čine 96,2% aplikacija, to ih čini najpopularnijom kategorijom na Google Playu.



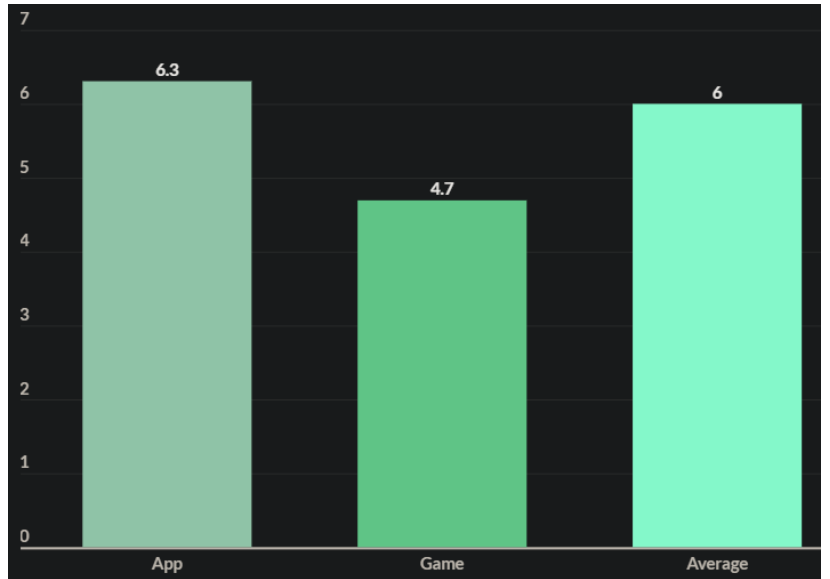
Slika 9-8 - Broj ostalih aplikacija na Google Playu

Situacija s ostatkom aplikacija je slična kao i s videoigrama. Najviše aplikacija, 2,765 milijuna bilo je u 2017. godini. Do tada je broj rasta, a od tada pada.

Omjer besplatnih aplikacija i aplikacija koje se plaćaju uključujući videoigara je 96,7%:3,30%. Kad je u pitanju kupovina videoigara i aplikacija na Google Playu, prosječna cijena videoigara je 4,7 dolara i aplikacija 6,3 dolara. Ukupni prosjek je 6 dolara.



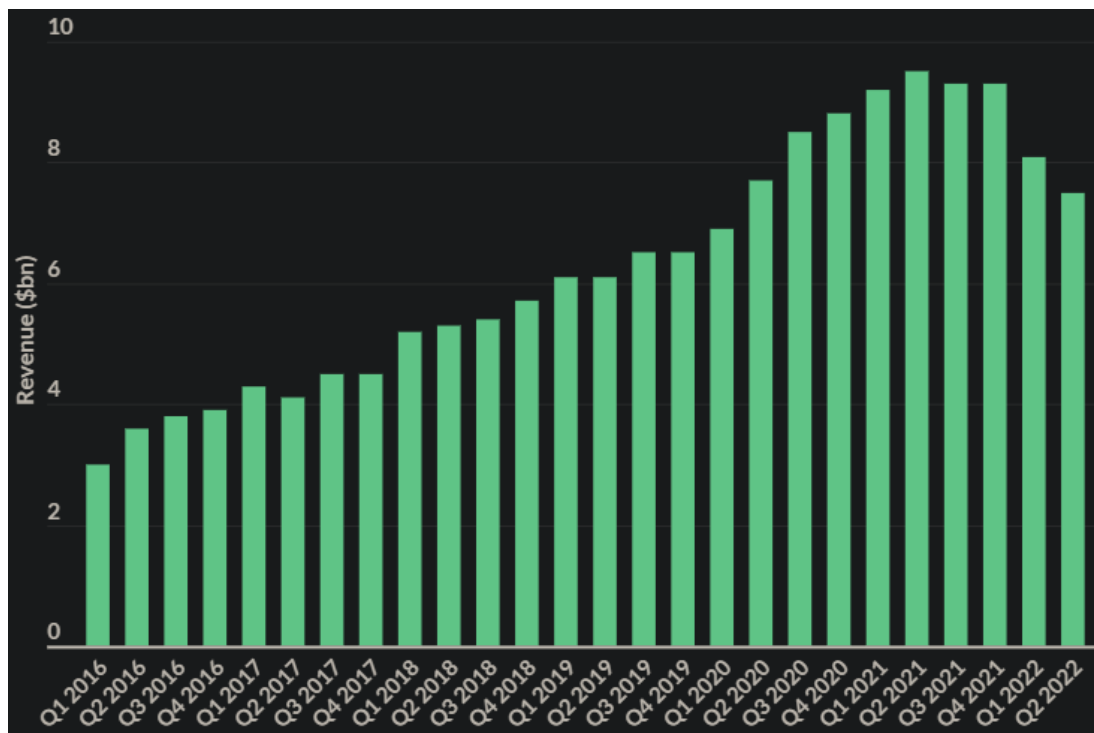
Slika 9-10 - Odnos besplatnih igara i igara koje se plaćaju



Slika 9-9 - Prosječna cijena igara i ostalih aplikacija

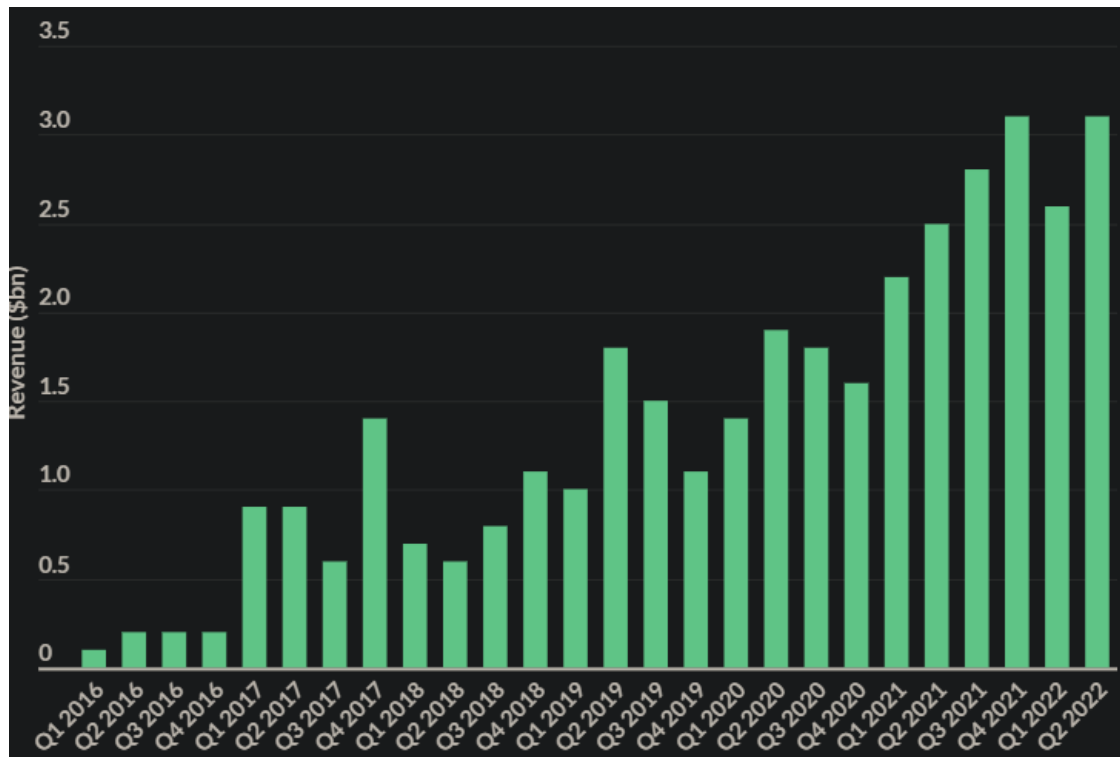
10.2. Zarada

Zarada u 2021. godini od videoigara bila je 37,3 ,milijarde dolara.



Slika 9-11 - Zarada Google Playa od prodaje igara

Zarada od videoigara je u konstantnom rastu sve do 2021. godine kada je ujedno bila i najveća. U prva dva kvartala 2022. godine zarada je puno manja u odnosu na prošlu godinu. Trenutna zarada unutar prva dva kvartala je 15,6 milijardi dolara.



Slika 9-12 - Zarada Google Playa od prodaje ostalih aplikacija

Za razliku od videoigara zarad od ostalih aplikacija kroz godine lagano raste. Najveća zarada je bila 2021. godine, 10,6 milijardi dolara. U 2022. godini zarada od ostalih aplikacija u prva dva kvartala iznosi 5,7 milijardi dolara. To je malo više od pola iznosa zarade iz 2021. godine.

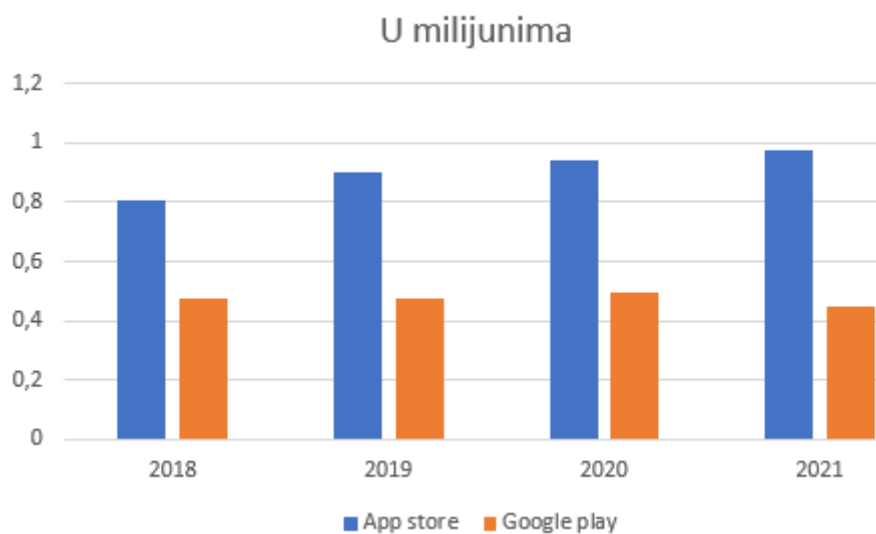
11. Usporedba Apple App Store || Google Play

Apple App Store prvi put je pokrenut 10. srpnja 2008. godine, a Google Play je pokrenut 22. listopada 2008. godine. Oba su pokrenuta iste godine, ali u razmaku od oko 3 mjeseca. Jedna jako bitna razlika između njih je da Apple App Store podržava samo uređaje sa operacijskim sustavom iOS i iPadOS, dok Google Play podržava uređaje s operacijskim sustavom android. Iako se koriste na različitim operacijskim sustavim i Apple App Store i Google Play imaju istu svrhu. Pružaju korisnicama

mogućnost preuzimanja i kupovanja aplikacija i videoigara za njihove uređaje. Iako su skoro pa jednaki i imaju istu svrhu, Google Play nije dostupan u Kini.

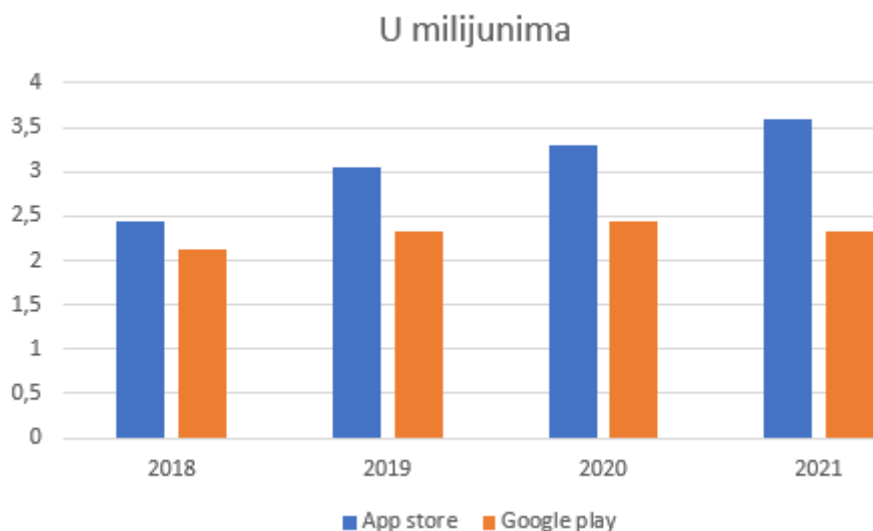
Kada je u pitanju zarada, oba distributera uzimaju 30% provizije od prodaje videoigara. Postoji još i provizija koju programeri plaćaju kako bi objavili svoju videoigru. Apple App Store tako naplaćuje 100\$ kako bi programeri mogli objaviti igricu, dok Google Play naplaćuje 25\$.

Kada se pitaju korisnici pojedinačnog distributera, i jedni i drugi imaju pozitivno mišljenje o njima i njihovom dizajnu.



Slika 11-1 - Usporedba broja igara Apple App Store | Google Play

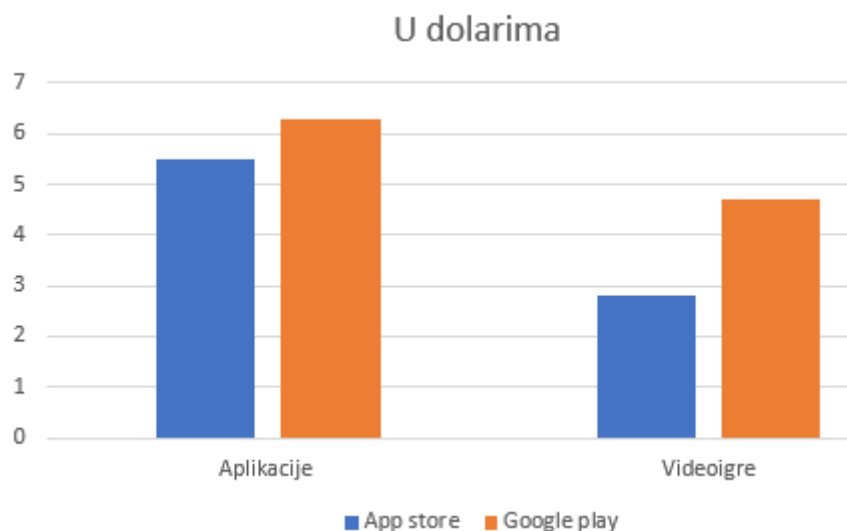
Broj videoigara kod oba distributera iz godine u godini polako raste, ali Apple App Store ima puno veći broj videoigara. 2018. godine Apple App Store imao je 810 milijuna videoigara, dok je Google Play imao 478 milijuna videoigara. 2019. i 2020. godine nema nekakve razlike, broj videoigara je porasta, ali Apple App Store i dalje vodi. U 2021. godini Apple App Store imao je 973 milijuna videoigara dostupno, a Google Play imao je 445 milijuna. Broj video igara na Google Playu je pao za 53 tisuće.



Slika 11-2 - Usporedba broja ostalih aplikacija Apple App Store | Google Play

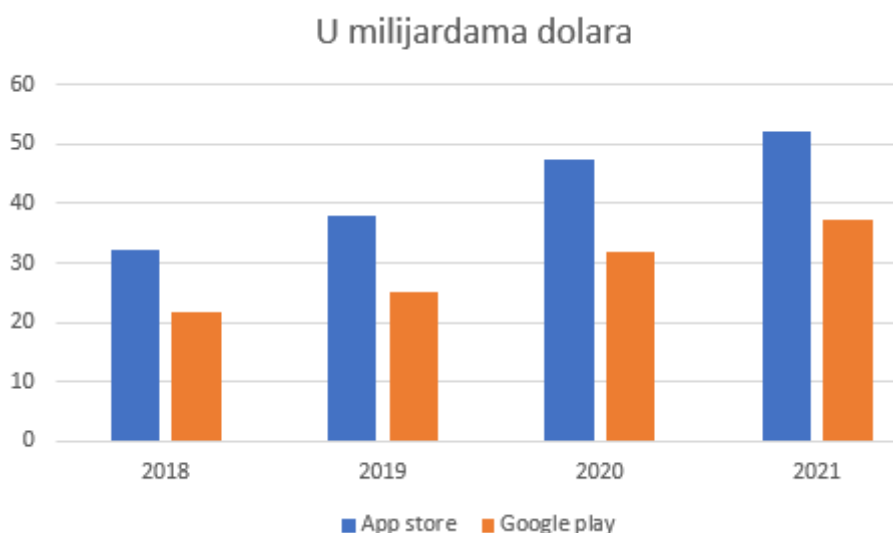
Kada su u pitanju ostale aplikacije situacija nije puno drugačija. Apple App Store ima više aplikacija, ne računajući videoigre. Od 2018. godine do 2020. godine broj dostupnih aplikacije je rastao, 2021. godine na Google Playu broj aplikacije je pao. 2021. godine Apple App Store ima je 3,593 milijuna aplikacija, a Google Play imao je 2,337 milijuna aplikacija

Odnos besplatnih aplikacija i aplikacija koje se plaćaju uključujući videoigre je bolji kod Google Playea. Google Play ima odnos 96,70% : 3,30%, gdje je 96,70% besplatnih aplikacija. Apple App Store ima odnos 93,90% : 6,10%, gdje je 93,90% besplatnih aplikacija. Google Play iako ima manje aplikacija i videoigara dostupno ima više besplatni aplikacija i videoigara nego Apple App Store.



Slika 11-3 - Usporedba prosječne cijene igara i ostalih aplikacija Apple App Store | Google Play

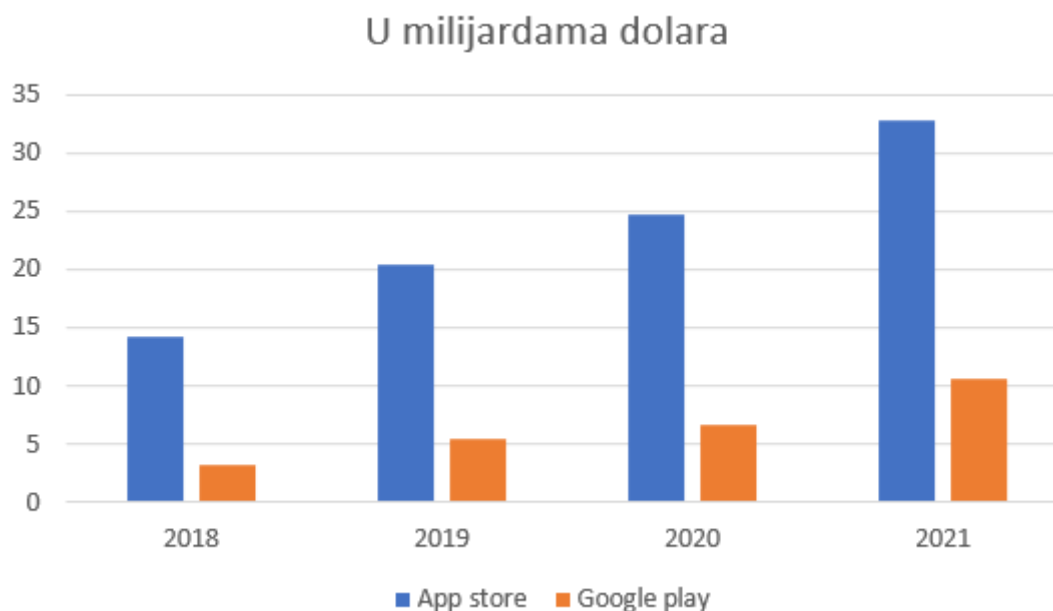
Prosječna cijena aplikacija i videoigara veća je na Google Playu. Prosječna cijena aplikacija ne uključujući videoigre je 5,5\$, a kod Google Playa je 6,3\$. Google Play ima prosječnu cijenu za videoigre 4,7, dok je kod Apple App Storea prosječna cijena 2,8 dolara.



Slika 11-4 - Usporedba zarade od prodaje igara Apple App Store | Google Play

Apple App Store kroz godine ima veću zaradu od prodaje videoigara i kod oba distributera ta zarada kroz godine raste. 2018. godine Apple App Store ima je zaradu od 32,3 milijarde dolara, a Google Play imao je zaradu od 21,6 milijardu dolara. Sljedeće dvije Apple App Store i dalje ima veću zaradu koja je iznosila 38 i 47,6

milijardu dolara, dok je kod Google Play 25,2 i 31,9 milijardu dolara. 2021. godine zarada kod Apple App Storea bila je 52,3, a kod Google Playa 37,3. Iako Google Play ima veću prosječnu cijenu za videoigre, on ima manje videoigara koje se plaćaju. Apple App Store ima manju prosječnu cijenu videoigara, ali ima više videoigara koje se plaćaju i također ima veći broj videoigara dostupnih.



Slika 11-5 - Usporedba zarade od prodaje ostalih aplikacija Apple App Store | Google Play

Ako gledamo i ostatak aplikacija ne uključujući videoigre Apple App Store ima znatno veću zaradu. Kao i kod zarade od videoigara, zarada od ostatka aplikacija raste kroz godine. Svake godine Apple App Store ima oko 3 do 4 puta veću zaradu od ostalih aplikacija. 2021. godine zarada od ostalih aplikacija ne uključujući videoigre kod Apple App Storea bila je 32,8 milijardi, dok je kod Google Playa bila 10,6 milijardi.

12. Zaključak

Neprekidnim razvojem tehnologije videoigara i samim razvojem videoigara, razvijali su se i načini distribucije videoigara. Na samim počecima distribucija videoigara odvijala se na fizički način, gdje su ljudi išli u trgovine i kupovali igre. Takav način još i dan danas postoji. S razvojem distribucije igara došlo je i do digitalne distribucije, gdje ljudi jednostavno preko nekog servisa ili Internet stranice mogu kupiti igru ili aktivacijski kod

igre. Današnji svijet videoigara je široko rasprostranjen, pa se videoigre mogu igrati na računalu, na konzolama ili mobitelima. Za svaku od platformi postoji distributer videoigara. Neki od distributera videoigara za računalo bili bi Steam i Epic Games, za konzole PlayStation Store i Xbox Games Store i za mobitele Google Play i Apple App Store. Kada dođemo do pitanja koji distributer je bolji za koju platformu, nije baš lako dati odgovor. Iako je većina distributera videoigara jako slična, svaki ima svoje prednosti i mane koje ga čine dobrim ili lošim. S provedenom anketom za usporedbu Steama i Epic Gamesa oko 80% ispitanika odgovorilo je u korist Steama. Iz tih rezultata možemo zaključiti da je među ispitanicima Steam popularniji. Nadalje za PlayStation Store i Epic Games Store ispitanici su uglavnom podjednako odgovorili, nema nekakvog velikog odskakanja za jednu stranu ili za drugu. Slična je situacija i kad su u pitanju Apple App Store i Google Play. Očekivani rezultat je bio da više ispitanika koristi Google Play, što se na kraju ispostavilo istinito. Rezultati i za Apple App Store i za Google Play su identični, nema nekakvog većeg odskakanja za jednog distributera.

13. Popis slika

Slika 3-1 - Broj mjesečno aktivnih korisnika na Steamu.....	4
Slika 3-2 - Broj mjesečno istovremeno aktivnih korisnika na Steamu.....	5
Slika 3-3 – Broj dodanih igara na Steamu kroz godine.....	6
Slika 3-4 - Godišnja zarada Steama od prodaje videoigara	7
Slika 4-1- Broj korisnika na Epic Gamesu kroz godine.....	8
Slika 4-2 - Broj mjesečno aktivnih korisnika na Epic Gamesu.....	9
Slika 4-3 - Broj igara na Epic Gamesu	10
Slika 4-4 - Godišnja zarada Epica Gamesa od prodaje videoigara	11
Slika 5-1 - Usporedba broja korisnika Steam Epic Games.....	12
Slika 5-2 - Usporedba mjesečno aktivnih korisnika Steam Epic Games	13
Slika 5-3 - Usporedba broja igara Steam Epic Games.....	13
Slika 5-4 - Usporedba zarade od prodaje igara Steam Epic Games.....	14
Slika 6-1 - Broj mjesečno aktivnih korisnika na PlayStation Networku	15
Slika 6-2 - Zarada PlayStation Storea od prodaje igara	16
Slika 7-1 - Broj mjesečno aktivnih korisnika na Xbox Liveu.....	17
Slika 7-2 - Zarada Xbox Games Store od prodaje igara.....	18
Slika 8-1 - Usporedba mjesečno aktivnih korisnika PlayStation Xbox	20
Slika 8-2 - Usporedba borja igara PlayStation Xbox.....	20
Slika 8-3 - Usporedba zarade od prodaje igara PlayStation Xbox	21
Slika 9-1 - Broj igara na Apple App Storeu.....	22

Slika 9-2 - Broj ostalih aplikacija na Apple App Storeu.....	23
Slika 9-3 - Prosječna cijena aplikacija i igara	23
Slika 9-4 - Omjer besplatni igara i igara koje se plaćaju	23
Slika9-5 - Zarada Apple App Storea od prodaje igara.....	24
Slika 9-6 - Zarada Apple App Storea od prodaje ostalih aplikacija.....	25
Slika 9-7 - Broj igara na Google Playu	26
Slika 9-8 - Broj ostalih aplikacija na Google Playu	27
Slika 9-9 - Prosječna cijena igara i ostalih aplikacija	28
Slika 9-10 - Odnos besplatnih igara i igara koje se plaćaju	28
Slika 9-11 - Zarada Google Playa od prodaje igara	28
Slika 9-12 - Zarada Google Playa od prodaje ostalih aplikacija.....	29
Slika 11-1 - Usporedba broja igara Apple App Store Google Play	30
Slika 11-2 - Usporedba broja ostalih aplikacija Apple App Store Google Play.....	31
Slika 11-3 - Usporedba prosječne cijene igara i ostalih aplikacija Apple App Store Google Play	32
Slika 11-4 - Usporedba zarade od prodaje igara Apple App Store Google Play.....	32
Slika 11-5 - Usporedba zarade od prodaje ostalih aplikacija Apple App Store Google Play	33

14. Literatura

<https://www.extremetech.com/gaming/314009-3-billion-people-worldwide-are-gamers-and-nearly-half-play-on-pcs>

[Top 7 PC Game Digital Download Services \(lifewire.com\)](#)

<https://www.statista.com/statistics/420621/number-of-pc-gamers/>

<https://www.statista.com/statistics/271260/consumer-gamers-region/>

https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_distribution_of_video_games#cite_note-Game_Over-5

https://en.wikipedia.org/wiki/Video_game_crash_of_1983

[The Steam Business Model – How Does Steam Make Money? \(productmint.com\)](#)

<https://financesonline.com/video-games-industry-statistics/>

<https://craft.co/electronic-arts>

https://en.wikipedia.org/wiki/Epic_Games

[Steam \(service\) - Wikipedia](#)

[Latest | Official PlayStation™ Store Croatia](#)

[Microsoft Store | Xbox](#)

[17+ Impressive Xbox Statistics for 2022 \(playtoday.co\)](#)

[App Store \(iOS/iPadOS\) - Wikipedia](#)

https://en.wikipedia.org/wiki/Google_Play

Slika 3-1 - Broj mjesečno aktivnih korisnika na Steamu - [Number of Steam MAU 2021 | Statista](#)

Slika 3-2 - Broj mjesečno istovremeno aktivnih korisnika na Steamu- [Steam Usage and Catalog Stats for 2022 \(backlinko.com\)](#)

Slika 3-3 – Broj dodanih igara na Steamu kroz godine- [Steam Game Release Summary by Year · SteamDB](#)

Slika 3-4 - Godišnja zarada Steama od prodaje videoigara - [Report: Steam games market size will decline in 2022 after reaching \\$6.6bn in 2021 | Video Game Insights \(vginsights.com\)](#)

Slika 4-1- Broj korisnika na Epic Gamesu kroz godine - [Epic Games Store users 2021 | Statista](#)

Slika 4-2 - Broj mjesečno aktivnih korisnika na Epic Gamesu - [Epic Games Store MAU 2021 | Statista](#)

Slika 4-3 - Broj igara na Epic Gamesu - [EGS store catalogue 2021 | Statista](#)

Slika 4-4 - Godišnja zarada Epica Gamesa od prodaje videoigara - <https://www.statista.com/statistics/1234106/epic-games-annual-revenue/>

Slika 6-1 - Broj mjesečno aktivnih korisnika na PlayStation Networku - [PlayStation Network MAU 2022 | Statista](#)

Slika 6-2 - Zarada PlayStation Storea od prodaje igara - [Global PlayStation gaming software revenue by type 2025 | Statista](#)

Slika 7-1 - Broj mjesečno aktivnih korisnika na Xbox Liveu - [Xbox Live MAU 2020 | Statista](#)

Slika 7-2 - Zarada Xbox Games Store od prodaje igara - [Global Xbox gaming software revenue by type 2025 | Statista](#)

Slika 9-1 - Broj igara na Apple App Storeu - <https://www.businessofapps.com/data/app-stores/>

Slika 9-2 - Broj ostalih aplikacija na Apple App Storeu - <https://www.businessofapps.com/data/app-stores/>

Slika 9-3 - Prosječna cijena aplikacija i igara - <https://www.businessofapps.com/data/app-stores/>

Slika 9-4 - Omjer besplatni igara i igara koje se plaćaju - <https://www.businessofapps.com/data/app-stores/>

Slika 9-5 - Zarada Apple App Storea od prodaje igara - [App Revenue Data \(2022\) - Business of Apps](#)

Slika 9-6 - Zarada Apple App Storea od prodaje ostalih aplikacija - [App Revenue Data \(2022\) - Business of Apps](#)

Slika 9-7 - Broj igara na Google Playu - <https://www.businessofapps.com/data/app-stores/>

Slika 9-8 - Broj ostalih aplikacija na Google Playu - <https://www.businessofapps.com/data/app-stores/>

Slika 9-9 - Prosječna cijena igara i ostalih aplikacija - <https://www.businessofapps.com/data/app-stores/>

Slika 9-10 - Odnos besplatnih igara i igara koje se plaćaju - <https://www.businessofapps.com/data/app-stores/>

Slika 9-11 - Zarada Google Playu od prodaje igara - [App Revenue Data \(2022\) - Business of Apps](#)

Slika 9-12 - Zarada Google Playu od prodaje ostalih aplikacija - [App Revenue Data \(2022\) - Business of Apps](#)

15. Sažetak

Tema ovog završnog rada je vezana uz usporedbu servisa za distribuciju igara. Uvodni dio rada govori o tome što su videoigre i što je distribucija videoigara, te kako se ona mijenjala kroz povijest. Nadalje su objašnjeni servisi za distribuciju videoigara, po kategorijama za određenu platformu. Svaka od kategorija ima po dva servisa za distribuciju videoigara, koji su slični. Nadalje opisom pojedinačnog distributera igara za računala Steam i Epic Games uvod je za usporedbu ta dva distributera. Steam i Epic Games od svih dostupnih distributera videoigara za računala su najbliži i jedan drugom su najveća konkurencija. Nakon usporedbe dva distributera za računalo slijedi opis pojedinačnog servisa za distribuciju igara za konzole. Kada su u pitanju konzole i distributeri igara za konzole postaje malo kompliciranije. Razlog je što svaka konzola ima svog distributera PlayStation ima PlayStation Store, do za Xbox je Xbox Games Store. Oko ta dva distributera najduže se vodi borba koji je bolji, jer korisnici svakog tvrde da je njihov bolji. Nakon usporedbe servisa za distribuciju igara za konzole započet je opis distributera igara za mobitele. Distributeri koji su bili opisivani su Google Play i Apple App Store. Google Play i Apple App Store podržavaju različite operacijski sustave. Dok Apple App Store podržava iOS, iPadOS i dostupan je u cijelome svijetu, Google Play podržava android i nedostupan je u Kini.

16. Ključne riječi

Distributer, distribucija, zarada, videoigre, igre, korisnici

17. Abstract

The topic of this final paper is related to the comparison of game distribution services. The introductory part of the paper talks about what video games are, what video game distribution is and how it has changed throughout history. Video game distribution services are further explained, by category for a specific platform. Each of the

categories has two video game distribution services, which are similar. Furthermore, the description of the individual game distributor for computers Steam and Epic Games is an introduction to the comparison of those two distributors. Of all the available PC video game distributors, Steam and Epic Games are the most similar and are each other's biggest competitors. After the comparison of the two distributors for the computer, a description of the individual game distribution service for consoles follows. When it comes to consoles and console game distributors it gets a little more complicated. The reason is that each console has its own distributor, PlayStation has the PlayStation Store, and for Xbox is the Xbox Games Store. Those two distributors have been fighting for the longest time about which one is better, because the users of each claim that theirs is better. After the comparison of game distribution services for consoles, the description of mobile game distributors began. The distributors that were described are Google Play and the Apple App Store. Google Play and Apple App Store support different operating systems. While the Apple App Store supports iOS, iPadOS and is available worldwide, Google Play supports Android and is unavailable in China.

18. Keywords

Distributor, distribution, earnings, video games, games, users