BÁO CÁO CHI TIẾT

Nghiên cứu thị trường game mobile

Báo cáo về tình hình sử dụng game mobile và đánh giá của khách hàng về dịch vụ hiện tại. Đánh giá tiềm năng thị trường game mobile. Tháng 2/ 2013

InfoQ

2/1/2013

2/1/2013

BÁO CÁO CHI TIẾT

Nghiên cứu thị trường game mobile

Phần 1: Thông tin nghiên cứu

Phần 2: Tổng quan thị trường

Phần 3: Mục tiêu nghiên cứu

Phần 4: Báo cáo chi tiết

Phần 5: Ứng dụng dựa trên kết quả nghiên cứu

THÔNG TIN NGHIÊN CỨU

- Thời gian khảo sát: Tháng 1/2013
- Tổng mẫu nghiên cứu : 495 mẫu
- Giới tính: Nam và nữ
- Độ tuổi: Trên 18 tuổi
- Khu vực nghiên cứu: Việt Nam
- Điều kiện nghiên cứu: Đáp viên là những người có sử dụng game mobile trong vòng 3 tháng vừa qua.
- Mục tiêu nghiên cứu: Đánh giá tình hình sử dụng game mobile ở Việt Nam hiện nay.

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

1. Bức tranh ngành công nghiệp Game Việt

- Theo số liệu của FTA, trong tổng những người dùng mạng, có tới 66% dùng mạng để chơi game.

- Vina Game nhận định, đến năm 2020 lượng người chơi game sẽ tăng gấp 5 lần so với hiện tại, đạt khoảng 75 triệu người.

- 5 năm tới ngành công nghiệp game sẽ mở rộng cả về phát hành lẫn phát triển

- Trong những năm gần đây, ngành công nghiệp Game và nội dung số đã phát triển với tốc độ rất nhanh. Số lượng các doanh nghiệp phát hành Game tại Việt Nam tuy chưa nhiều nhưng với doanh số lớn và tăng trưởng nhanh đã góp phần quan trọng vào sự phát triển doanh thu của ngành công nghiệp nội dung số: tăng trung bình khoảng 45%/năm, với doanh thu năm 2008 đạt 440 triệu USD (Theo Bộ Thông tin và truyền thông).
- Tuy nhiên thị trường Game Việt Nam đã bước vào giai đoạn khó khăn. Đó không chỉ là những khó khăn về mặt thị trường và nhân lực, mà còn là sự thiếu nghiêm trọng những nghiên cứu, báo cáo khoa học chính xác của các chuyên gia trong ngành. Đặc biệt là sự thiếu đầu tư trong việc nghiên cứu, phát triển nội dung game mới.
- Thực tế là gần như tất cả các game đang được phát hành tại Việt Nam đều là các game nhập khẩu từ nước ngoài về, chủ yếu là từ Trung Quốc và Hàn Quốc. Doanh thu của các nhà phát hành thu được đều phải chia sẻ với đối tác nước ngoài. Trong khi đó về công tác hỗ trợ game, mỗi khi có lỗi

của các đối tác này doanh nghiệp Việt Nam phải chịu thêm nhiều khoản chi phí cho việc khắc phục sự cố. Thêm vào đó, các cấp quản lý, các nhà phát hành và đặt biệt là người chơi đều rất khó chịu vì các game thủ phải làm quen, nhập vai các nhân vật nước ngoài, tìm hiểu những lịch sử văn hóa của các nước xuất khẩu game trong khi những truyền thống văn hóa tốt đẹp, những anh hùng dân tộc, và lịch sử vẻ vang của dân tộc Việt Nam không được truyền tải tới người chơi…

- Hiện tại, đã có một vài doanh nghiệp Game đang đầu tư có quy mô cho phát triển game Việt với tham vọng sẽ là người đầu tiên phát triển thành công game Online Việt Nam, một số doanh nghiệp khác cũng đang có định hướng này cho sự phát triển trong tương lai của doanh nghiệp mình. Tuy nhiên, các doanh nghiệp cũng chưa cởi mở thông tin về ý tưởng phát triển game Việt, có thể vì muốn giữ bí mật ý tưởng kinh doanh hoặc chưa thực sự tự tin vào khả năng thành công.

2. Sự phát triển của ứng dụng di động và công nghiệp game mobile

_ Việt Nam hiện đang có khoảng 165 triệu thuê bao di động, mỗi người dân sở hữu hơn 1,5 thuê bao, tỷ lệ tăng trưởng lên đến 183%.

_ Với số lượng người sử dụng điện thoại di động còn nhiều hơn cả số lượng người sử dụng internet, cộng thêm việc dân số trẻ, thì thị trường các nội dung số dành cho thiết bị di động là một thị trường cực kỳ tiềm năng.

Tháng 7/2008, Apple đã cho ra mắt kho ứng dụng di động trực tuyến đầu tiên (App Store) mở đầu cho cuộc cách mạng smartphone. Đến nay, App Store của Apple đã chạm mốc 10 tỷ lượt download với hơn 4 triệu ứng dụng mở ra cánh cửa chinh phục người tiêu dùng trong lĩnh vực kinh doanh ứng dụng mobile.

Sau thành công của Apple, hàng loạt các hãng di động khác liên tiếp tung ra kho ứng dụng của riêng mình, tiêu biểu như Android Market của Google, Ovi Store của Nokia, hay App World của Blackberry… Xuất hiện yếu tố cạnh tranh, thị trường ứng dụng mobile càng ngày càng được mở rộng, đa màu sắc, nhiều hình thái.

Với hơn 165 triệu thuê bao điện thoại di động, doanh thu bình quân trên mỗi thuê bao và mật độ sử dụng dịch vụ di động đều có con số khả quan, Việt Nam được đánh giá là một thị trường tiềm năng, hấp dẫn và còn nhiều đất trống cho các doanh nghiệp kinh doanh ứng dụng mobile. Bên cạnh đó, tâm lý của người Việt rất hiếu kỳ, thích chạy theo trào lưu và thích sở hữu những thứ mới lạ, do đó, nhiều chuyên gia còn thật sự ngỡ ngàng trước việc thế hệ điện thoại thông minh (smartphone) vừa thâm nhập thị trường đã được ủng hộ nhiệt liệt và dần thay thế điện thoại phổ thông. Hơn nữa, nền tảng 3G đang được các nhà mạng triển khai rộng khắp với các gói cước rẻ hơn, nhắm vào đa số người sử dụng ở độ tuổi 15-24… Việt Nam hội tụ đủ điều kiện và thời điểm thích hợp để phát triển ngành công nghiệp ứng dụng mobile.

Ngoài ra tại thị trường Việt Nam, game online mobile hiện là một mảnh đất cực kỳ màu mỡ, hứa hẹn có thể qua mặt hoàn toàn thị trường webgame đang có xu hướng bão hòa. Lý do rất đơn giản, chỉ với kết nối 3G hoặc WiFi, người sử dụng di động hoàn toàn có thể có những trải nghiệm online MMO đúng nghĩa đen. Nhờ vào việc hỗ trợ nhiều dòng máy, các nhà phát hành game mobile MMO đã và đang dần có được cảm tình của cộng đồng người chơi.

MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

- Nắm được tình hình sử dụng game mobile hiện tại của người dùng.
- Nhu cầu sử dụng của khách hàng cũng như đánh giá của người sử dụng về dịch vụ Game mobile.
- Đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến việc sử dụng Game mobile.
- Đánh giá tiềm năng của thị trường

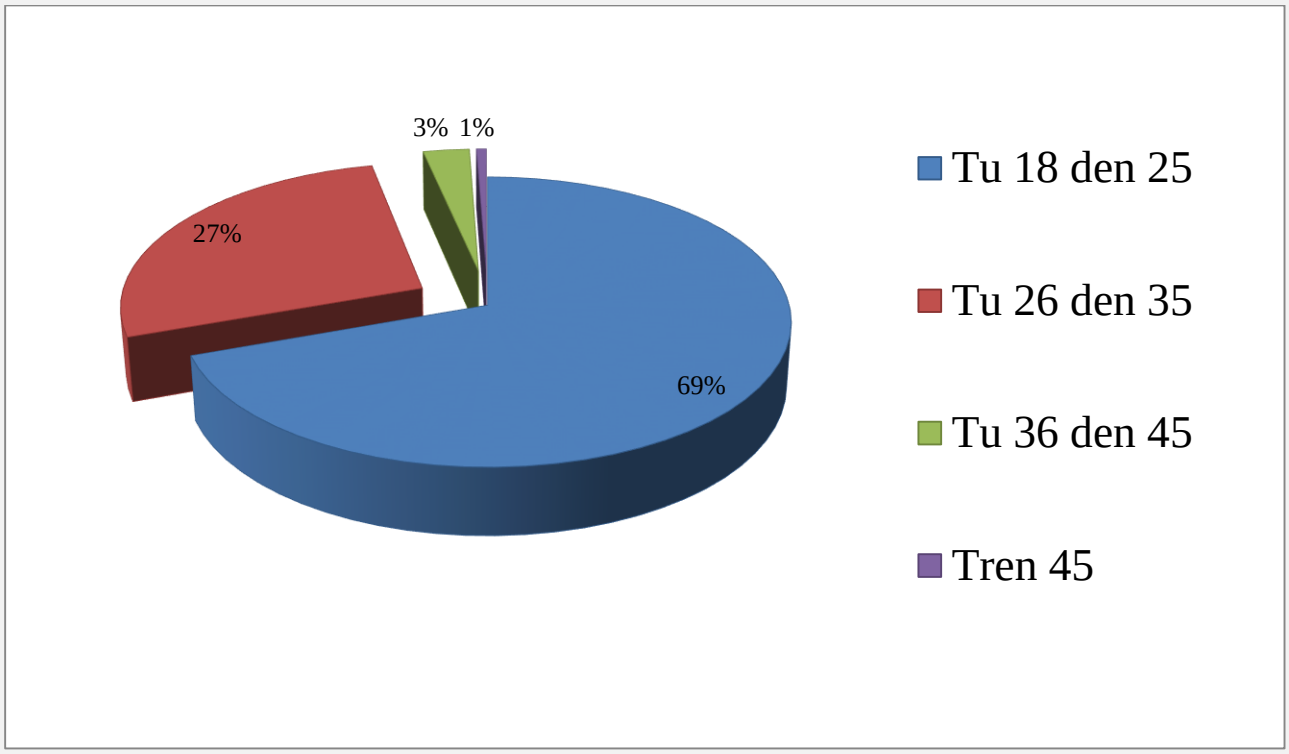
BÁO CÁO CHI TIẾT

1. *Tình hình sử dụng Game mobile*
2. *Đánh giá của người sử dụng về dịch vụ Game mobile*
3. *Đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến việc sử dụng Game mobile*

Tình hình sử dụng game mobile

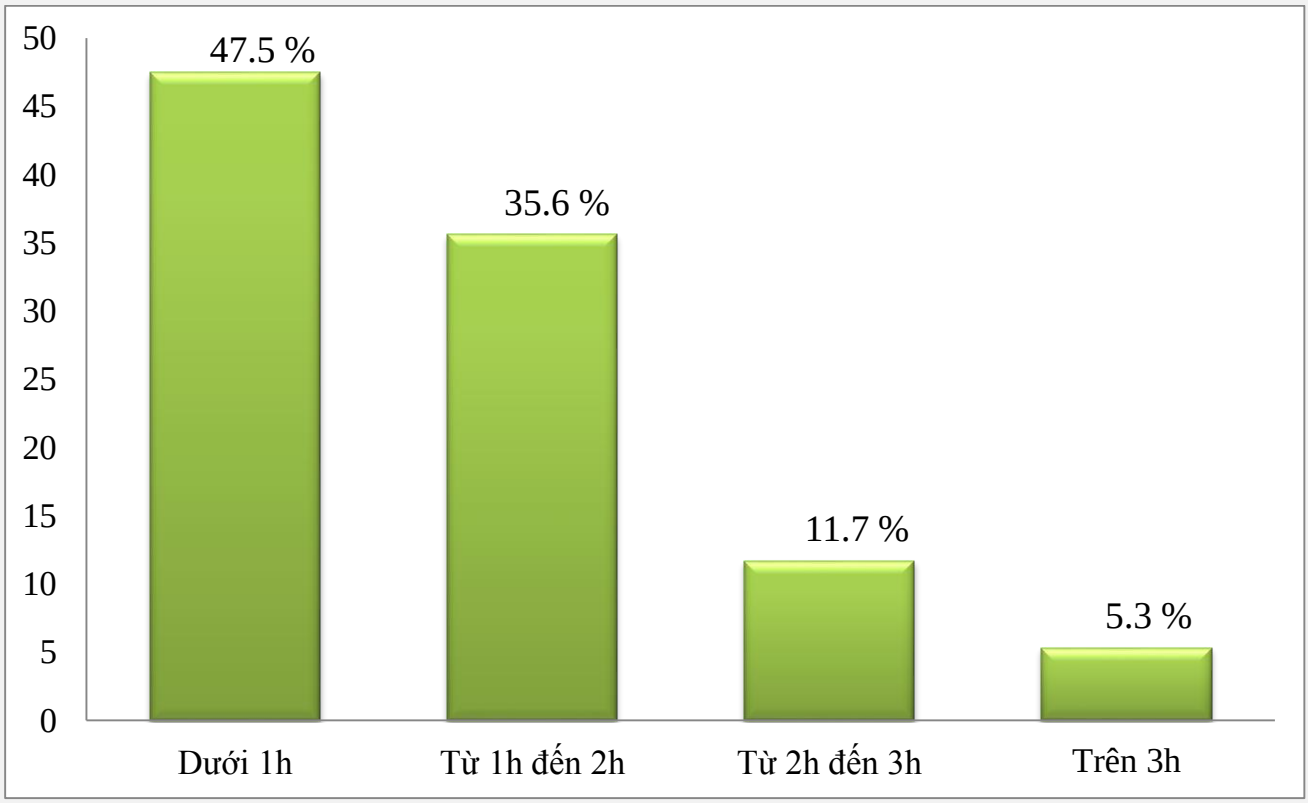
1. Độ tuổi

Phần lớn người chơi game mobile là những người trẻ, trong độ tuổi từ 18 đến 35: Trong đó có 70% người chơi thuộc độ tuổi từ 18 đến 25 và 27% người chơi thuộc độ tuổi từ 26 đến 35.



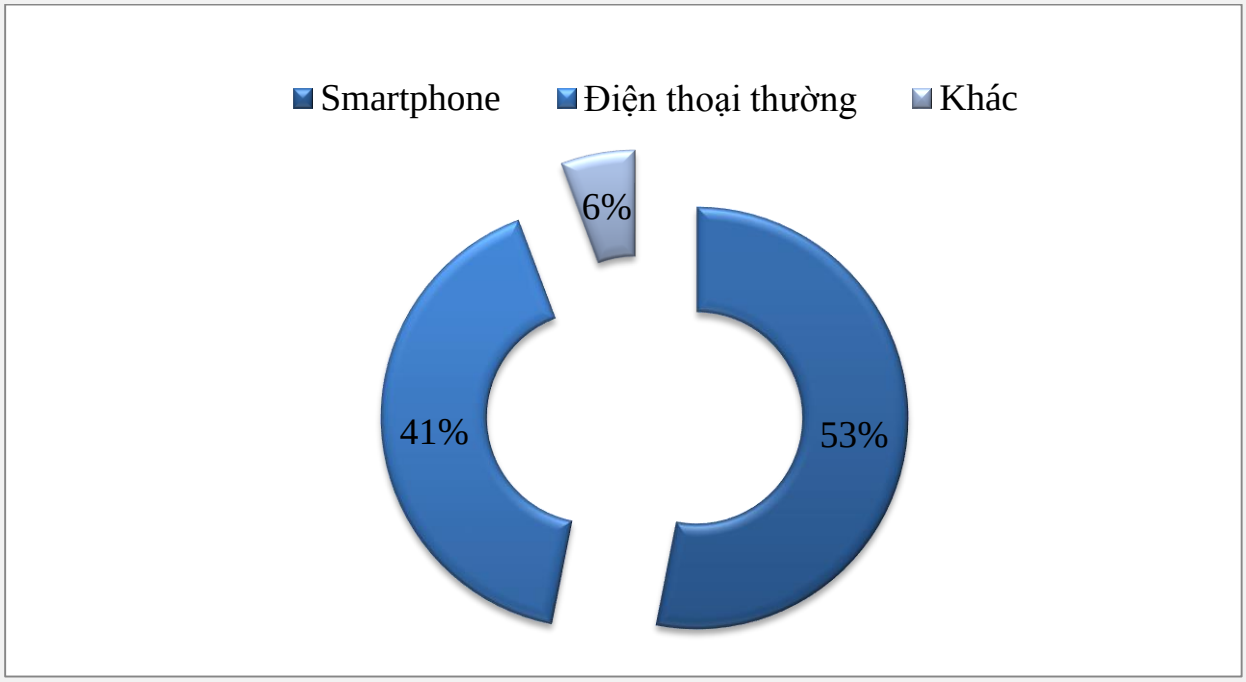
2. Thời gian chơi game trung bình/ngày

Thời gian chơi game trung bình phổ biến nhất là dưới 1h/ngày: 47.5%. Tuy nhiên lượng người chơi từ 1h đến 2h/ngày và từ 2h đến 3h/ngày cũng khá lớn, chiếm 47.3 %.



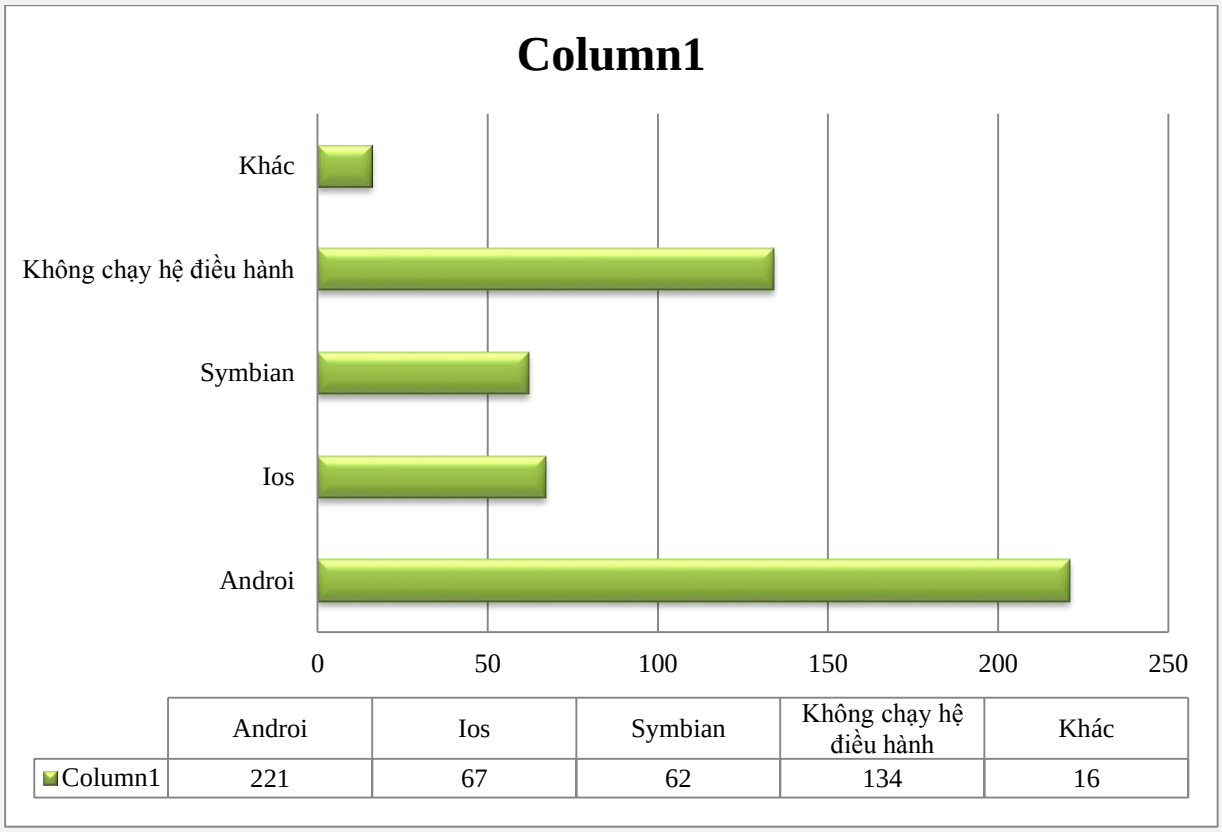
3. Dòng điện thoại sử dụng

Trong số 495 người được hỏi, số người dùng điện thoại Smartphone lên tới 53.1%. Đây là tỷ lệ rất cao và tiềm năng cho việc phát triển game mobile.



4. Hệ điều hành

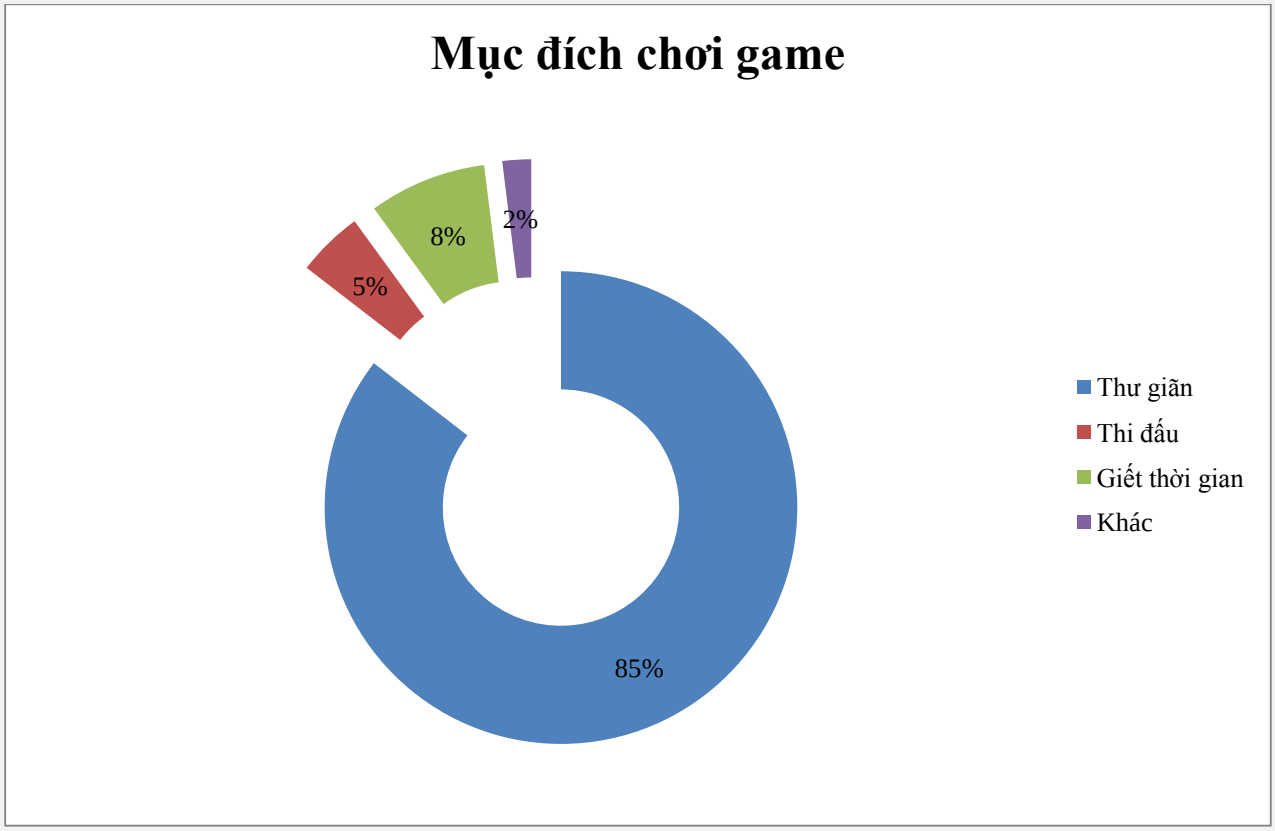
Hệ điệu hành Android chiếm đa số với: 44.8%. Trong khi đó 11.7% đáp viên dùng IOs và 10.7% dùng Symbian.



	Androi	Ios	Symbian	Không chạy hệ điều hành	Khác
Column1	221	67	62	134	16

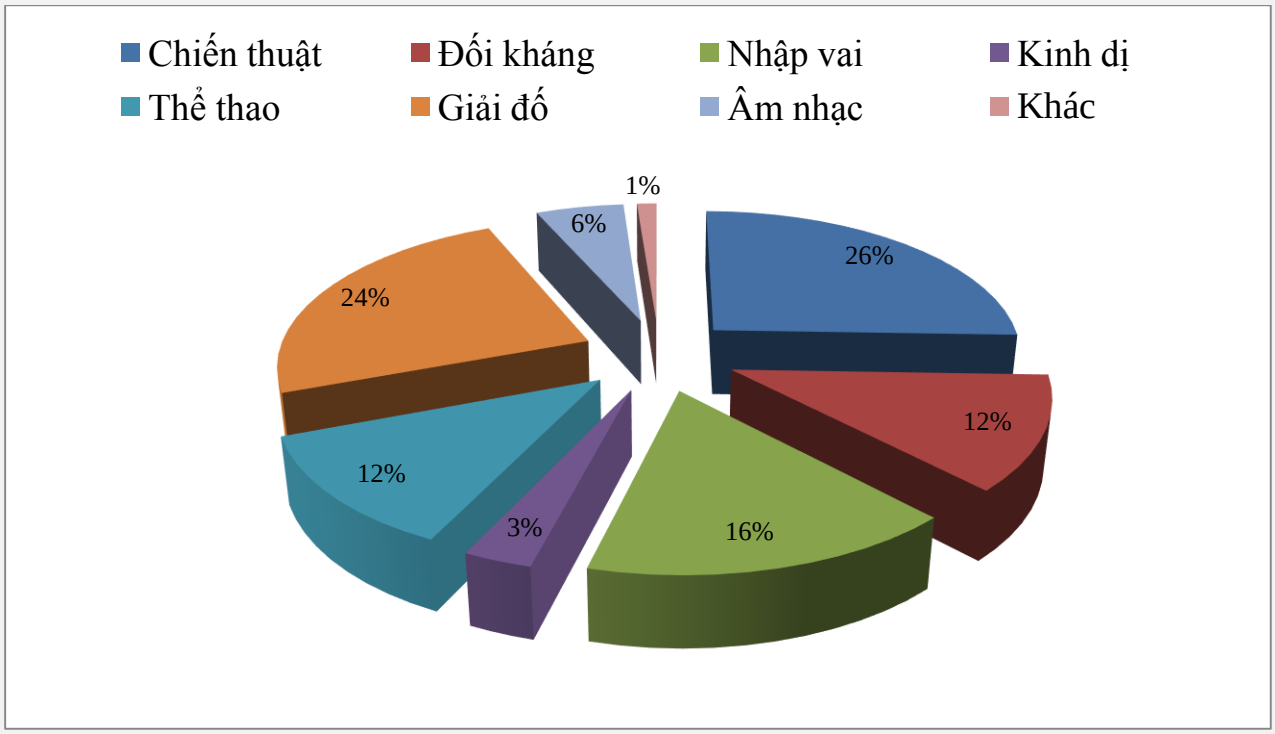
5. Mục đích chơi game

Mục đích chơi game mobile chủ yếu của người dùng là thư giãn: chiếm 87%, những mục đích khác là rất ít.



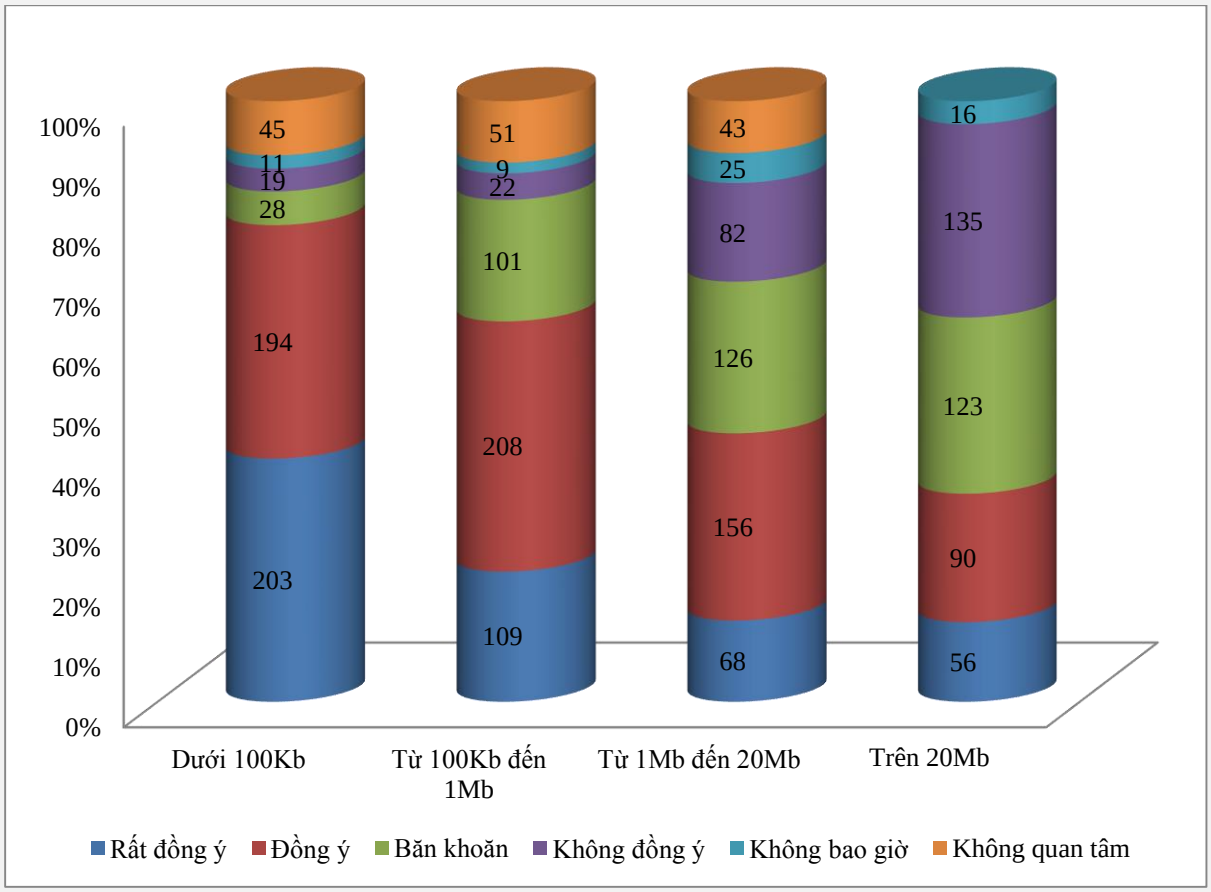
6. Thể loại game

Thể loại game được chơi nhiều nhất là game chiến thuật với 25.5%. Sau đó là đến game giải đố, giáo dục (24.1%).



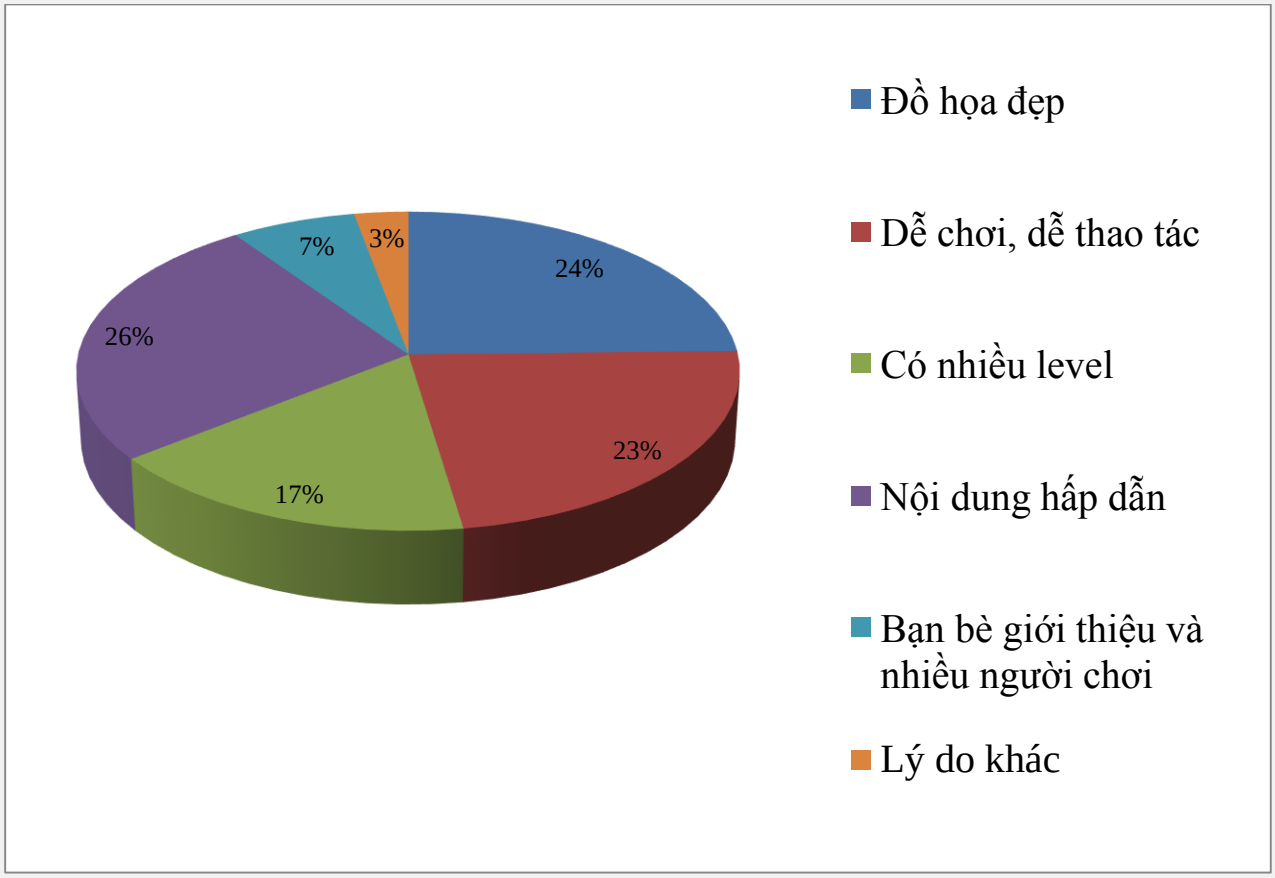
7. Dung lượng game download

Theo như số liệu thu thập được, đáp viên sẵn sàng tải những game dung lượng nhỏ hơn những game dung lượng lớn. Có hơn 80% đáp viên đồng ý tải game dưới 100Kb trong khi chỉ có khoảng 40% đồng ý với game trên 20Mb. Tuy nhiên với những game có dung lượng trung bình từ 100Kb đến 1Mb tỷ lệ người dùng sẵn sàng tải cũng khá cao.

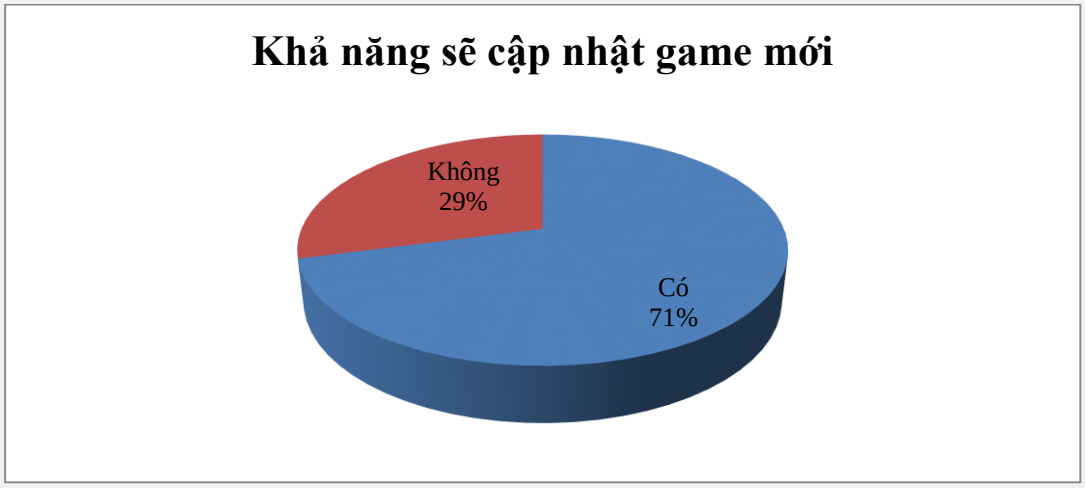


8. Tiêu chí lựa chọn game

Trong danh sách được liệt kê, các tiêu chí như đồ họa đẹp, dễ thao tác, nội dung hấp dẫn được đánh giá cao nhất. Và trong đó nội dung hấp dẫn là tiêu chí ưu tiên hàng đầu với 26%.

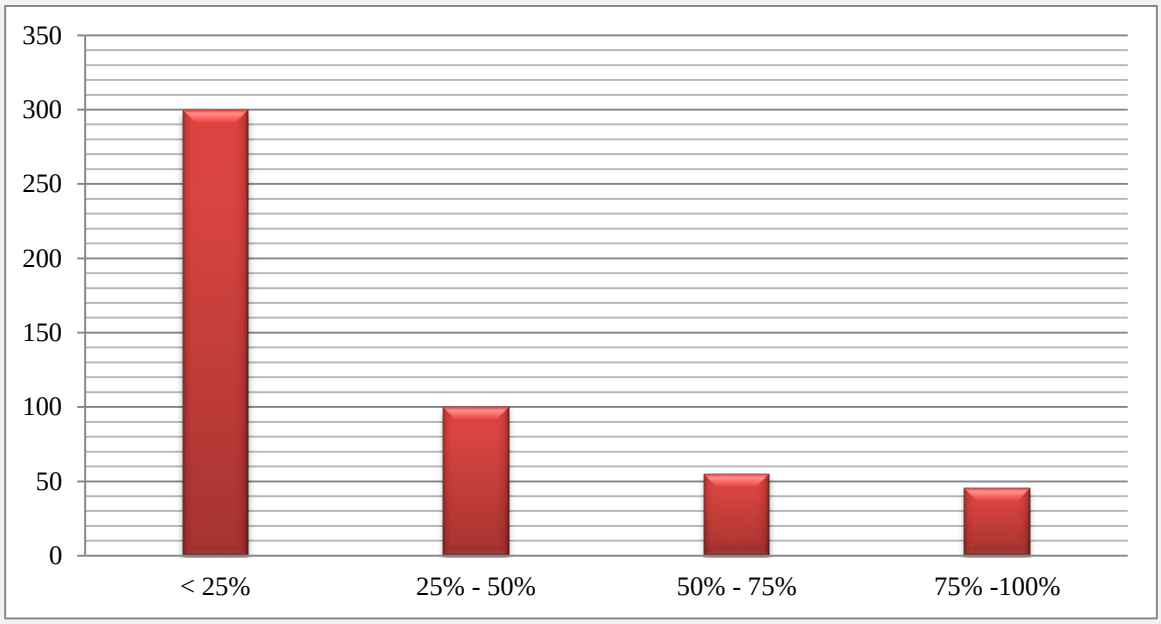


9. Khả năng cập nhật game mới



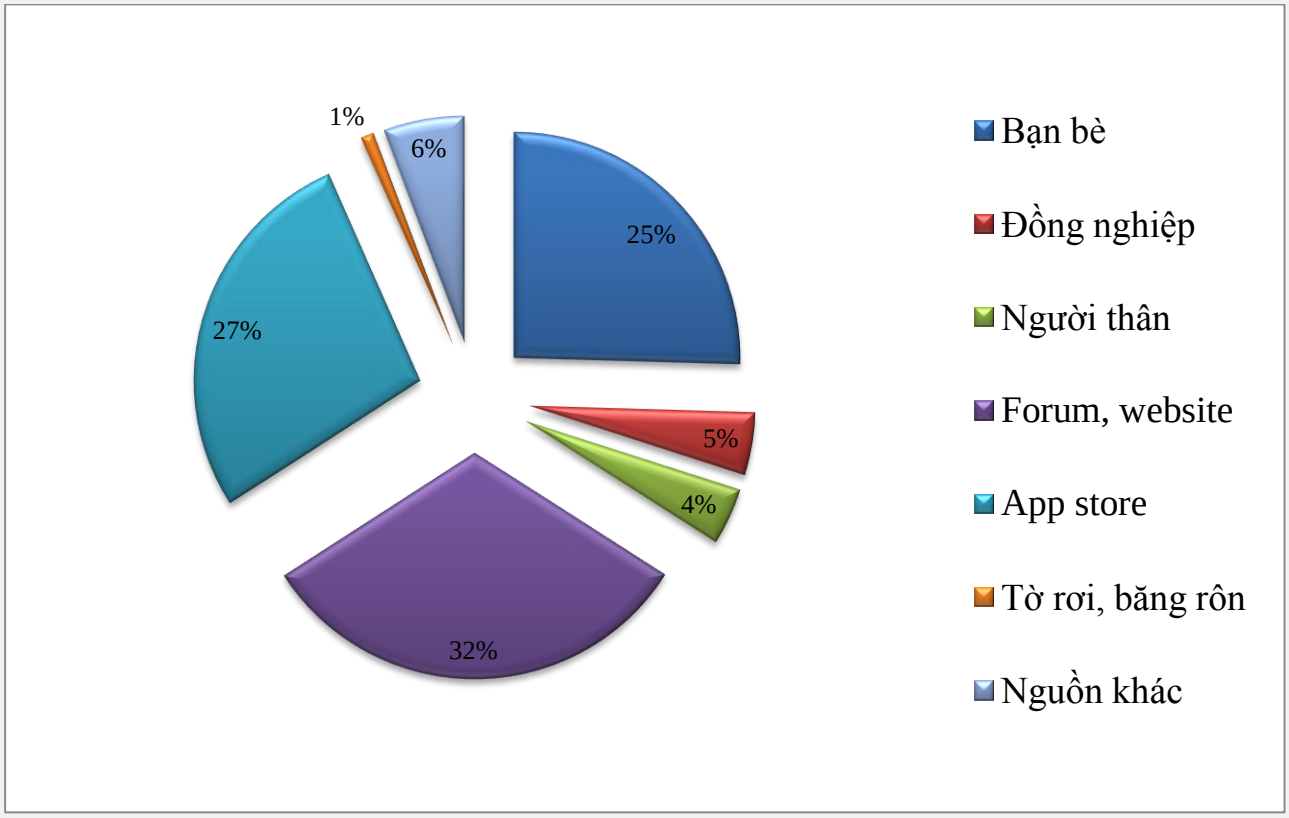
10. Số lượng game phải đăng ký tài khoản trong số các game đã chơi

Trong khảo sát này, người chơi thường có xu hướng chọn những game không phải đăng ký tài khoản. Có 300 người trả lời rằng số lượng game phải đăng ký của họ là dưới 25%.



11. Nguồn cập nhật game

Theo kết quả điều tra, phần lớn đáp viên cập nhật game mới từ các forum, website (32%) và App Store (27%). Ngoài ra bạn bè cũng là một nguồn tham khảo có ảnh hưởng lớn.



12. Game trực tuyến và game tính phí

- Tỷ lệ người chơi game trực tuyến và không trực tuyến không có nhiều chênh lệch.

Hình thức chơi Game	Tỉ lệ
Trực tuyến	50.9%
Không trực tuyến	49.1%

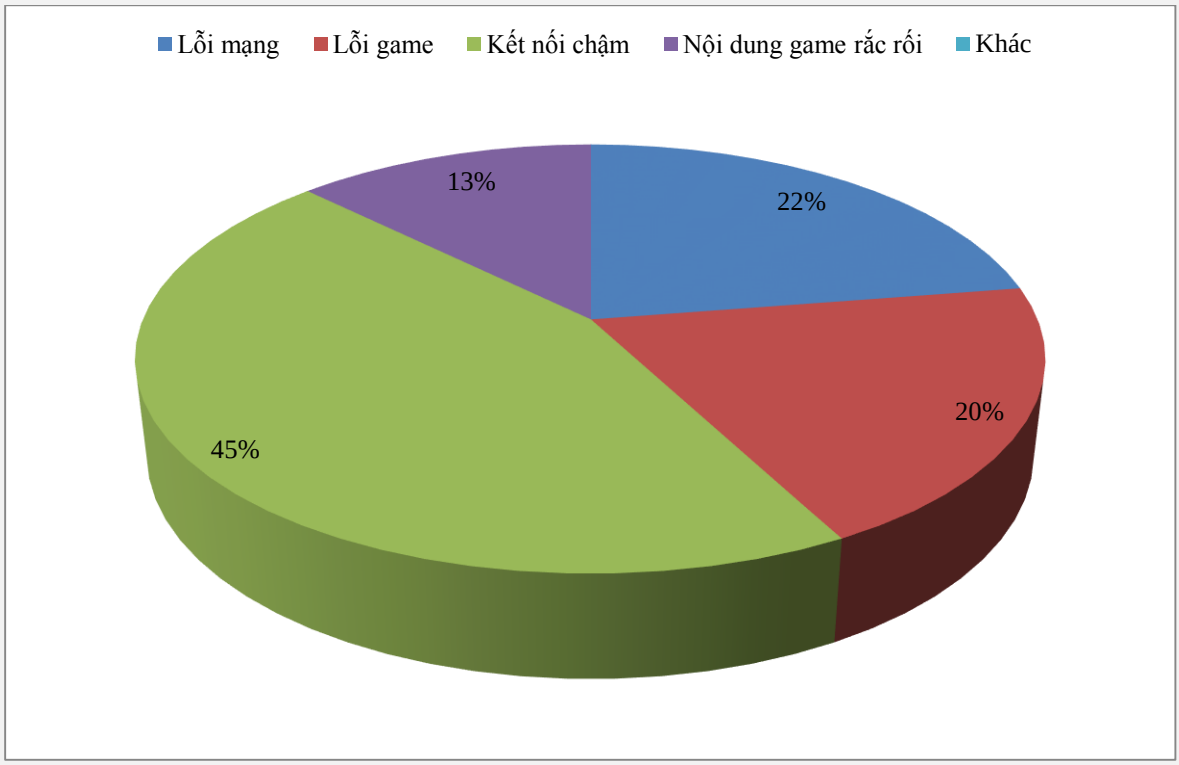
- Số lượng người chơi game tính phí còn khá hạn chế, chỉ bằng 1 nửa so với người chơi game không tính phí.

Hình thức Game	Tỉ lệ
Tính phí	33.3%
Không tính phí	66.7%

Đánh giá của người sử dụng dịch vụ game mobile

1. Khó khăn khi chơi game

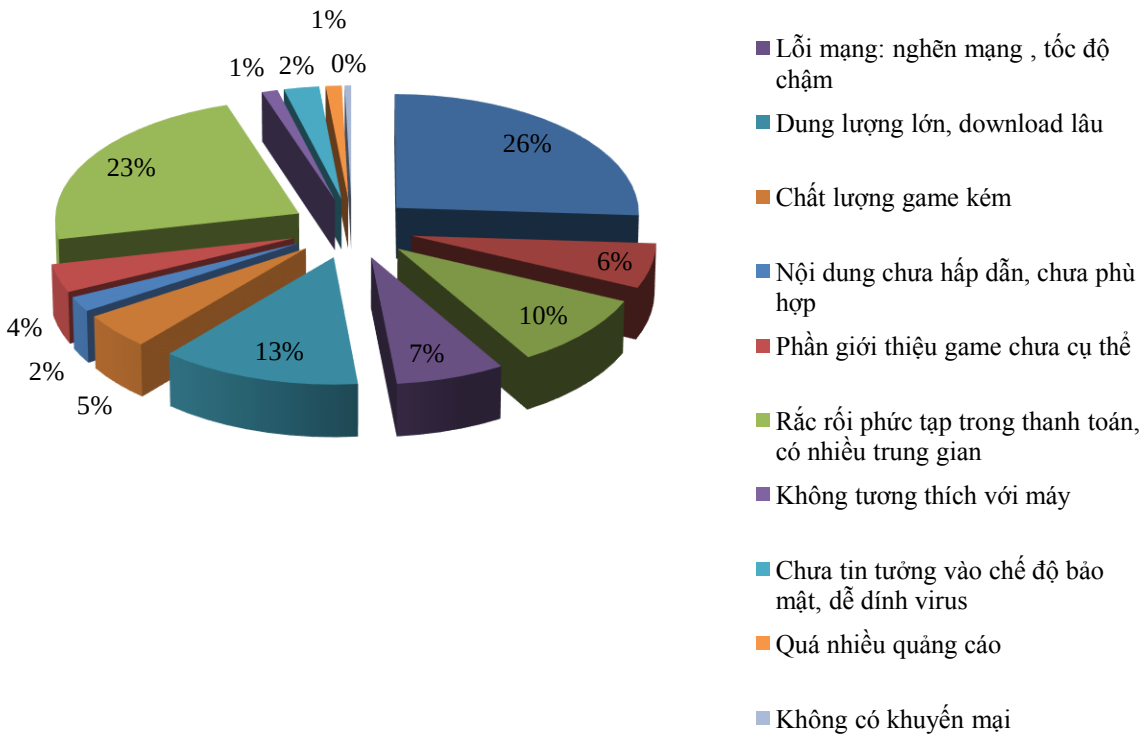
Lỗi lớn nhất mà người dùng gặp phải khi chơi game là kết nối chậm (45% người trả lời), những khó khăn khác do mạng hoặc nội dung game cũng khá phổ biến.



2. Vấn đề với download và nộp phí cho game

Chi phí dịch vụ đắt	117	26.00%
Lỗi mạng: nghẽn mạng , tốc độ chậm	31	6.89%
Dung lượng lớn, download lâu	57	12.67%
Chất lượng game kém	21	4.67%
Nội dung chưa hấp dẫn, chưa phù hợp	9	2.00%
Phần giới thiệu game chưa cụ thể	17	3.78%
Rắc rối phức tạp trong thanh toán, có nhiều trung gian	105	23.33%
Không tương thích với máy	5	1.11%
Chưa tin tưởng vào chế độ bảo mật, dễ dính virus	11	2.44%
Quá nhiều quảng cáo	5	1.11%
Không có khuyến mại	2	0.44%
Không biết/ Không quan tâm	27	6.00%
Không có vấn đề gì	43	9.56%
Tổng cộng	**450**	**100%**

Thông qua khảo sát ý kiến người dùng cho thấy, những vấn đề người chơi game mobile thường gặp nhất bao gồm: chi phí dịch vụ quá đắt, thanh toán phức tạp và dung lượng download quá lớn khiến người dùng gặp khó khăn trong quá trình download.

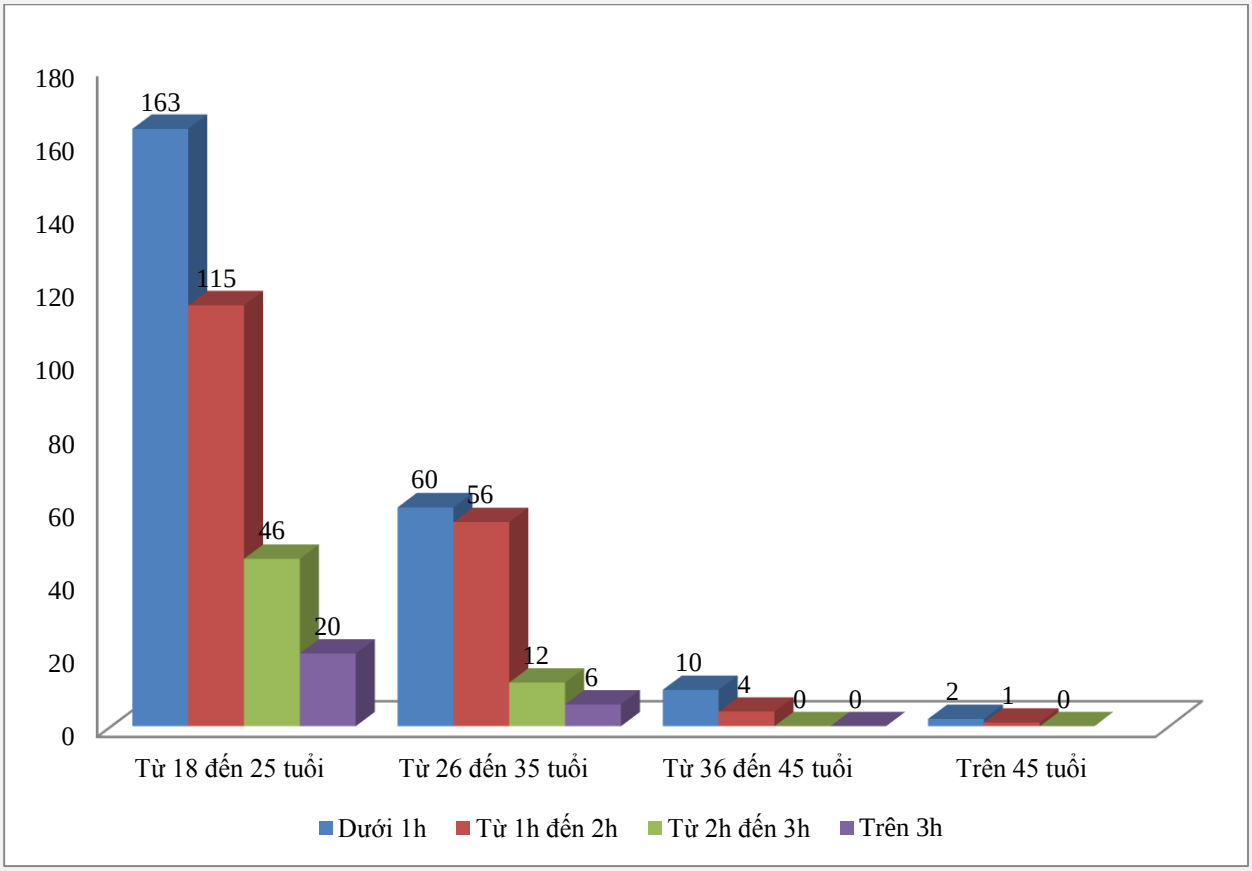

1%
1%
2%
0%
26%
23%
6%
10%
4%
13%
7%
2%
5%
Chi phí dịch vụ đắt
Không biết/ Không quan tâm
Không có vấn đề gì
Lỗi mạng: nghẽn mạng , tốc độ chậm
Dung lượng lớn, download lâu
Chất lượng game kém
Nội dung chưa hấp dẫn, chưa phù hợp
Phần giới thiệu game chưa cụ thể
Rắc rối phức tạp trong thanh toán, có nhiều trung gian
Không tương thích với máy
Chưa tin tưởng vào chế độ bảo mật, dễ dính virus
Quá nhiều quảng cáo
Không có khuyến mại

Đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến việc sử dụng Game mobile

1. Độ tuổi và thời gian chơi game

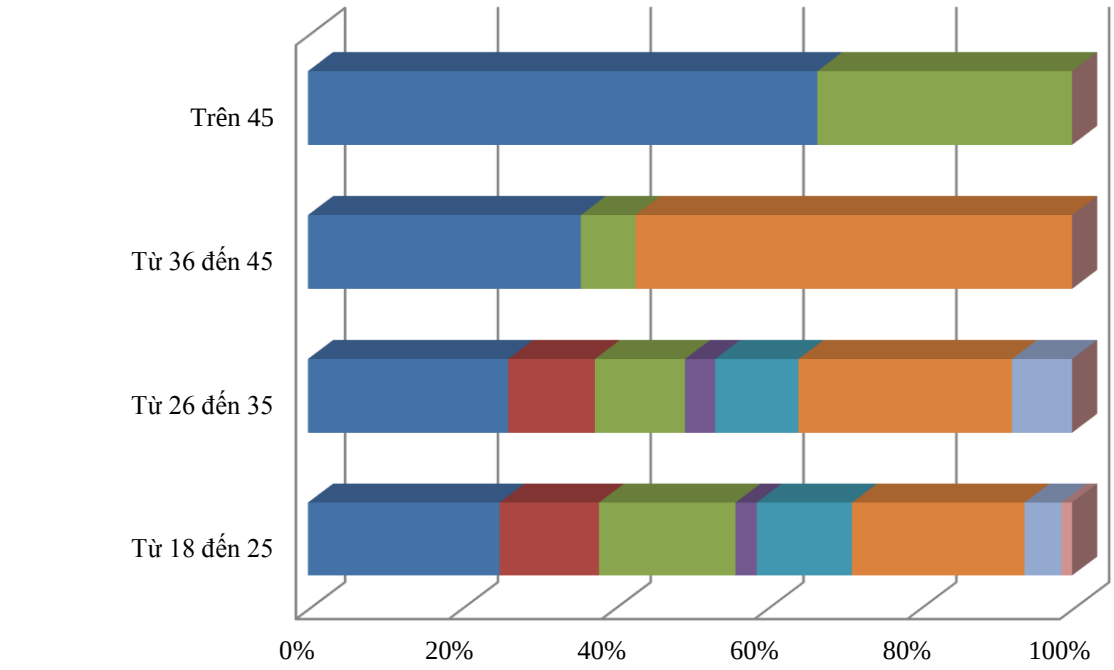
Qua biểu đồ có thể thấy nhóm người dùng từ 18 đến 25 tuổi vẫn là nhóm có thời gian chơi game mobile ở tất cả các mức cao nhất.

Tuy nhiên kết quả kiểm định Chi- Square cho P-value=0.424>0.05 nên kết quả so sánh chéo này chỉ có giá trị tham khảo chứ chưa khẳng định được hoàn toàn mức độ tương quan.



2. Độ tuổi và thể loại game

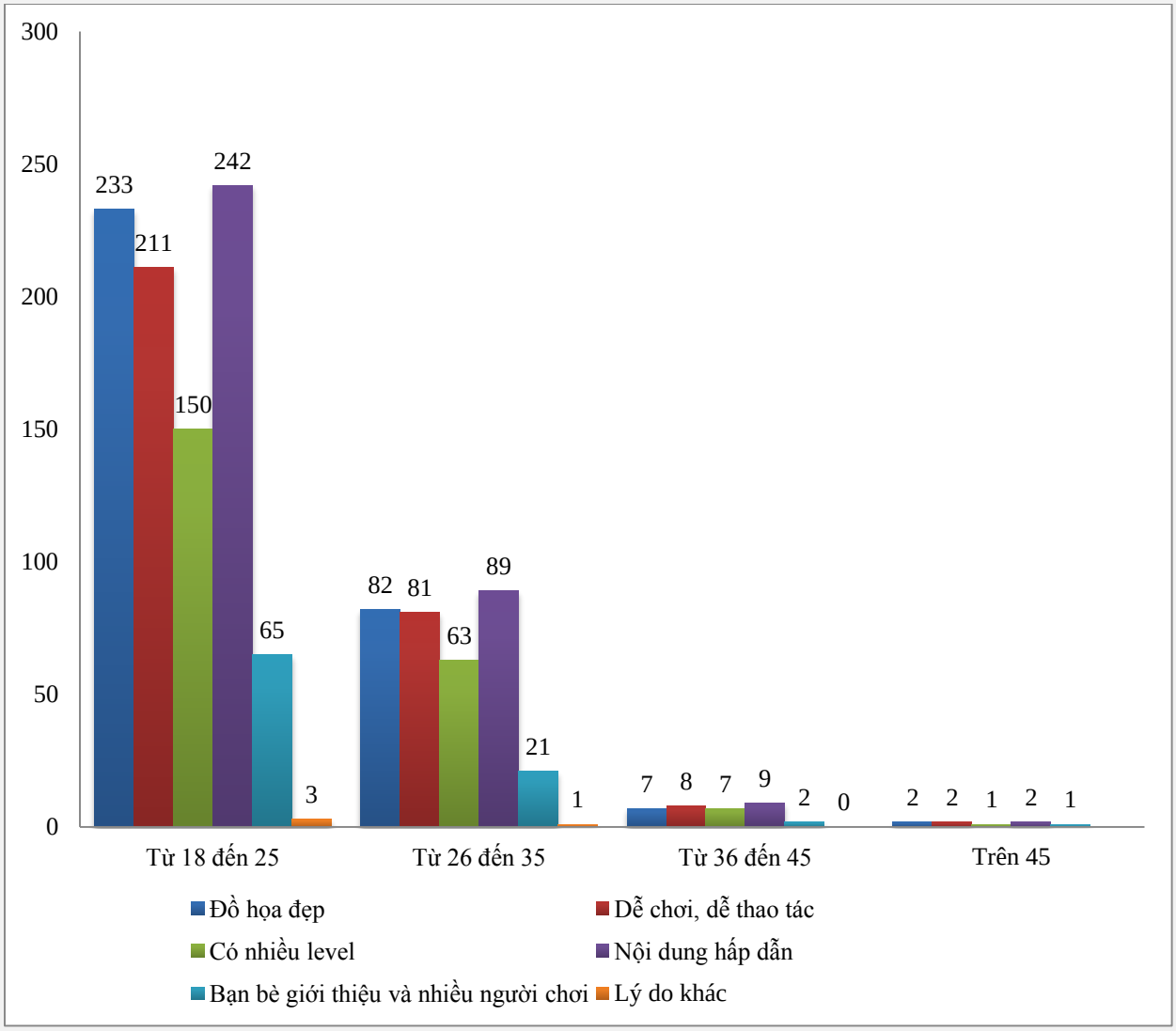
Trong nhóm tuổi 18 đến 25 và 26 đến 35, người dùng lựa chọn thể loại game khá đa dạng và không có chênh lệch quá lớn. Với nhóm từ 36 đến 45, game chiến thuật và game giải đố, giáo dục chiến ưu thế.



	Từ 18 đến 25	Từ 26 đến 35	Từ 36 đến 45	Trên 45
Game chiến thuật	181	60	5	2
Game đối kháng	94	26	0	0
Game nhập vai	129	27	1	1
Game kinh dị	20	9	0	0
Game thể thao	90	25	0	0
Game giải đố, giáo dục	163	64	8	0
Game âm nhạc	35	18	0	0
Game khác	10	0	0	0

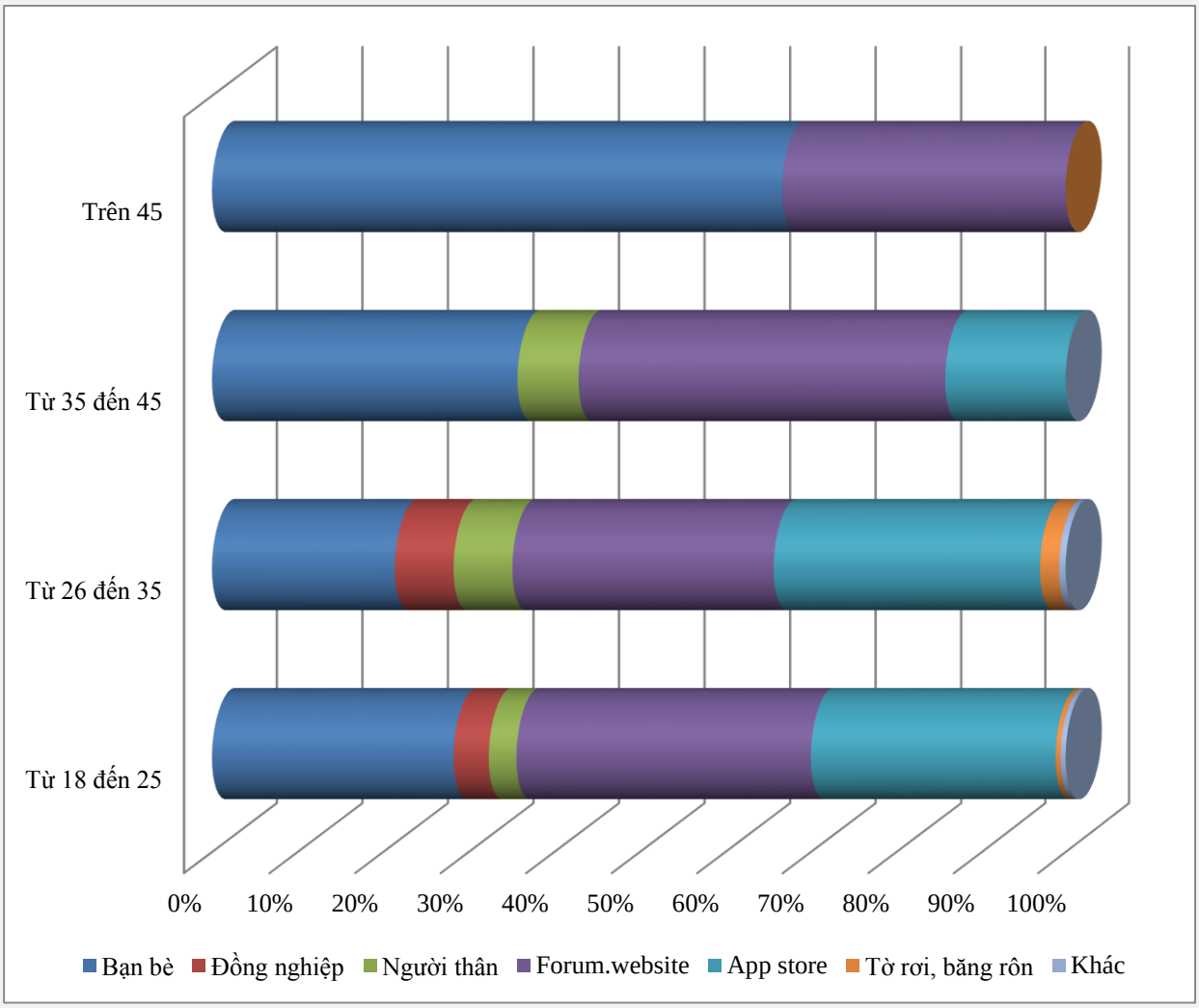
3. Độ tuổi và tiêu chí khi lựa chọn game

Nhìn chung giữa các nhóm tuổi không có nhiều sự khác biệt về tiêu chí khi lựa chọn game, đồ họa đẹp và nội dung hấp dẫn vẫn là những tiêu chí quan trọng nhất.



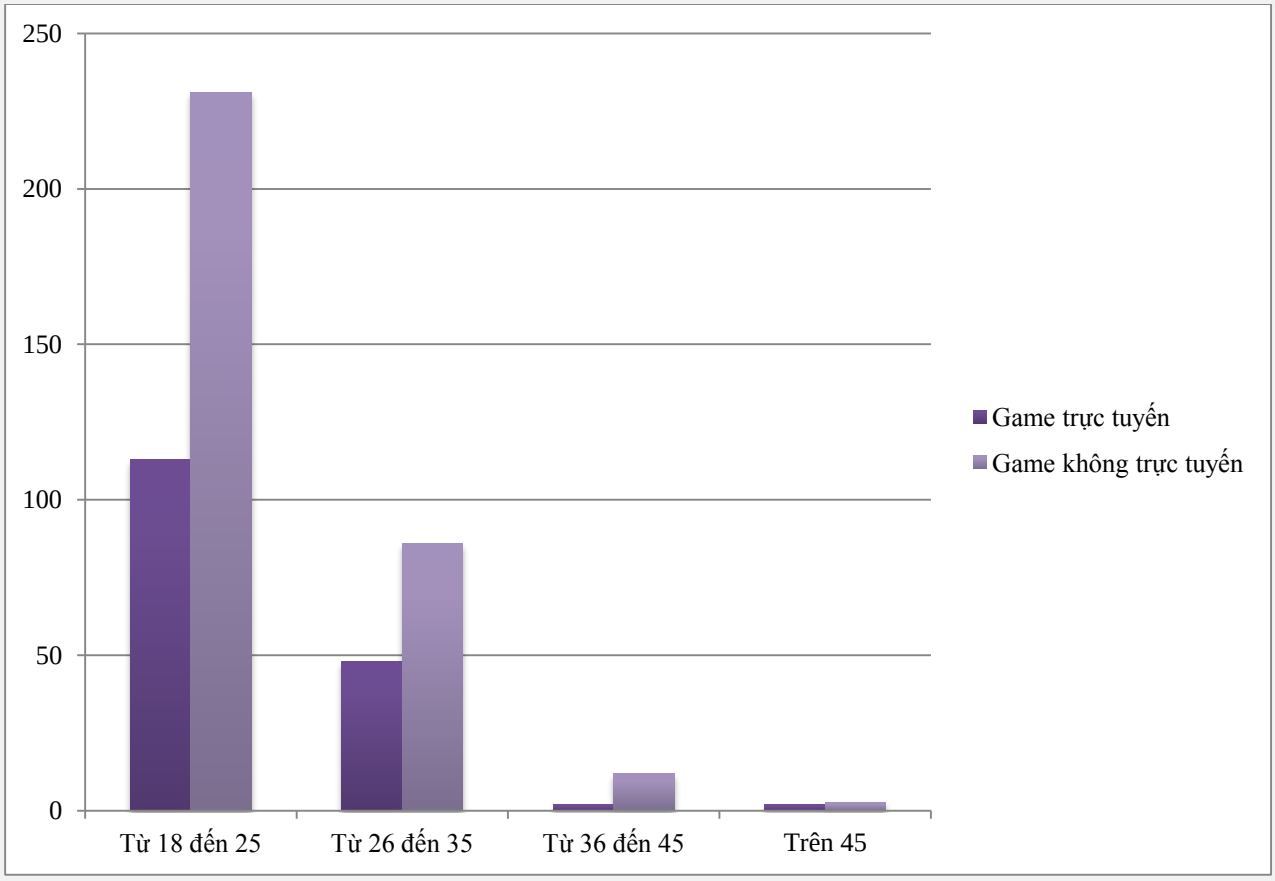
4. Độ tuổi và nguồn cập nhật game

Có thể thấy ở những nhóm tuổi khác nhau, mức độ ảnh hưởng của các kênh truyền thông cũng có những khác biệt. Trong khi ở 2 nhóm tuổi từ 18 đến 35, App store là nguồn cập nhật game có tỷ lệ lớn thì ở nhóm tuổi trên 35 nguồn này có tỷ lệ thấp hơn rất nhiều và nguồn từ bạn bè lại có tỷ lệ cao hơn.



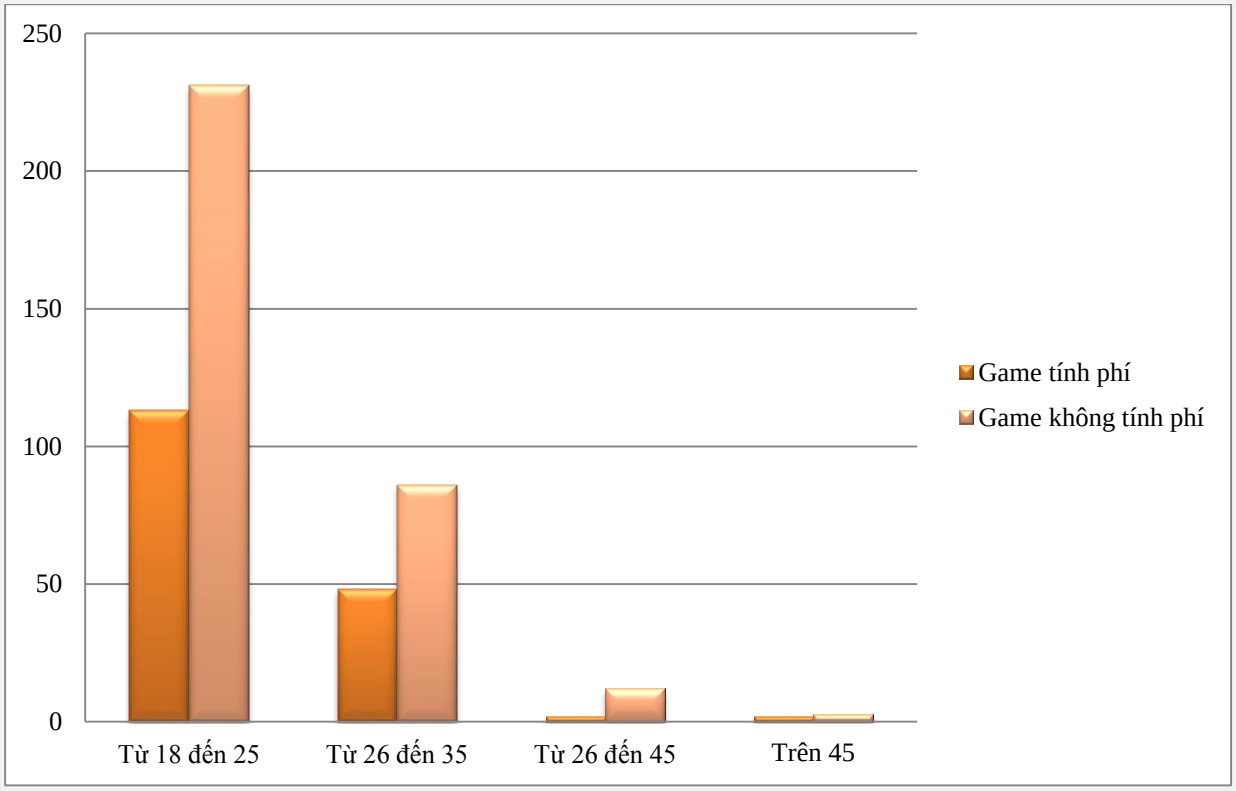
5. Độ tuổi và việc chơi game trực tuyến

Kết quả Chi- Square cho kiểm định mối quan hệ giữa độ tuổi và sự ưa thích game trực tuyến hay game không trực tuyến cho p-value=0.5>0.05. Vậy kết quả so sánh chéo này chỉ có giá trị tham khảo, ta chưa thể khẳng định mức độ tương quan.



6. Độ tuổi và việc chơi game tính phí

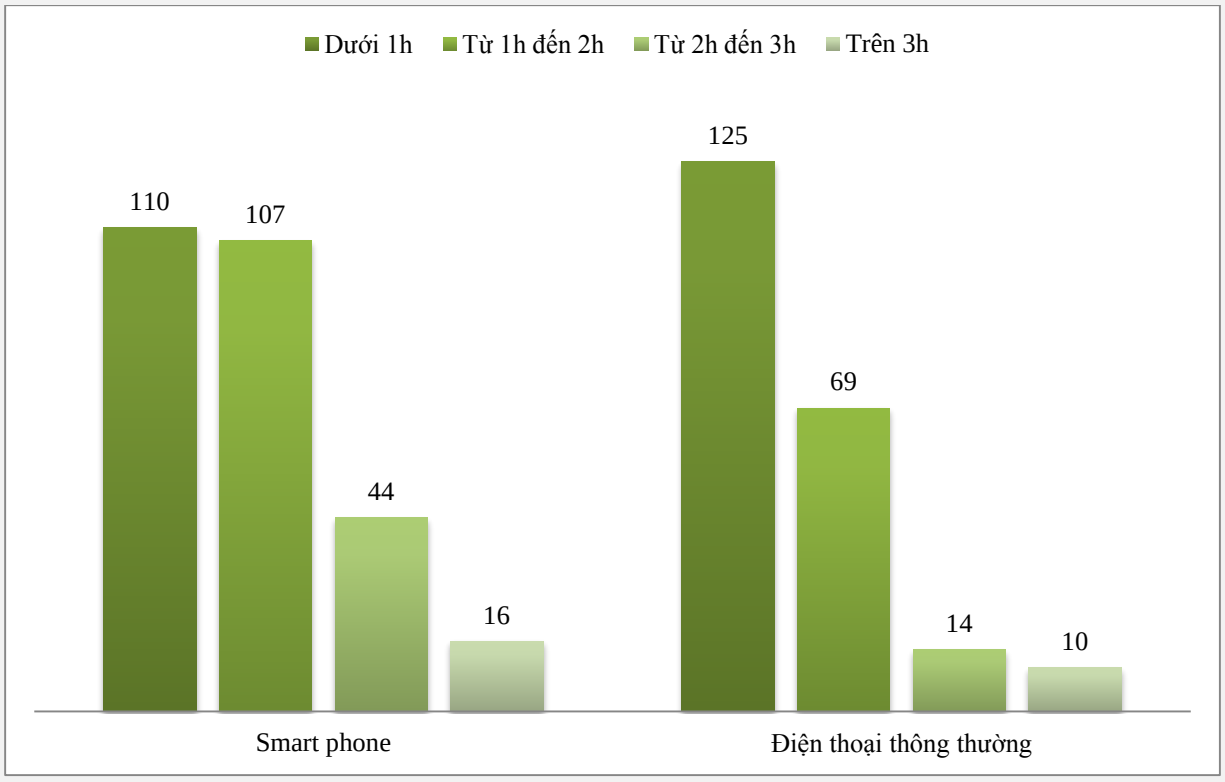
Kiểm định sự tương quan giữa độ tuổi và việc lựa chọn game có phí hay không ta được p-value=0.241>0.05, vì vậy ta chưa thể khẳng định mức độ phụ thuộc của việc chơi game tính phí vào độ tuổi.



7. Loại điện thoại sử dụng ảnh hưởng đến thời gian chơi game

Kết quả kiểm định Chi- Square cho P-value=0.002 <0.05 (mức ý nghĩa) do đó ta có thể khẳng định sự phụ thuộc giữa thời gian chơi game và loại điện thoại.

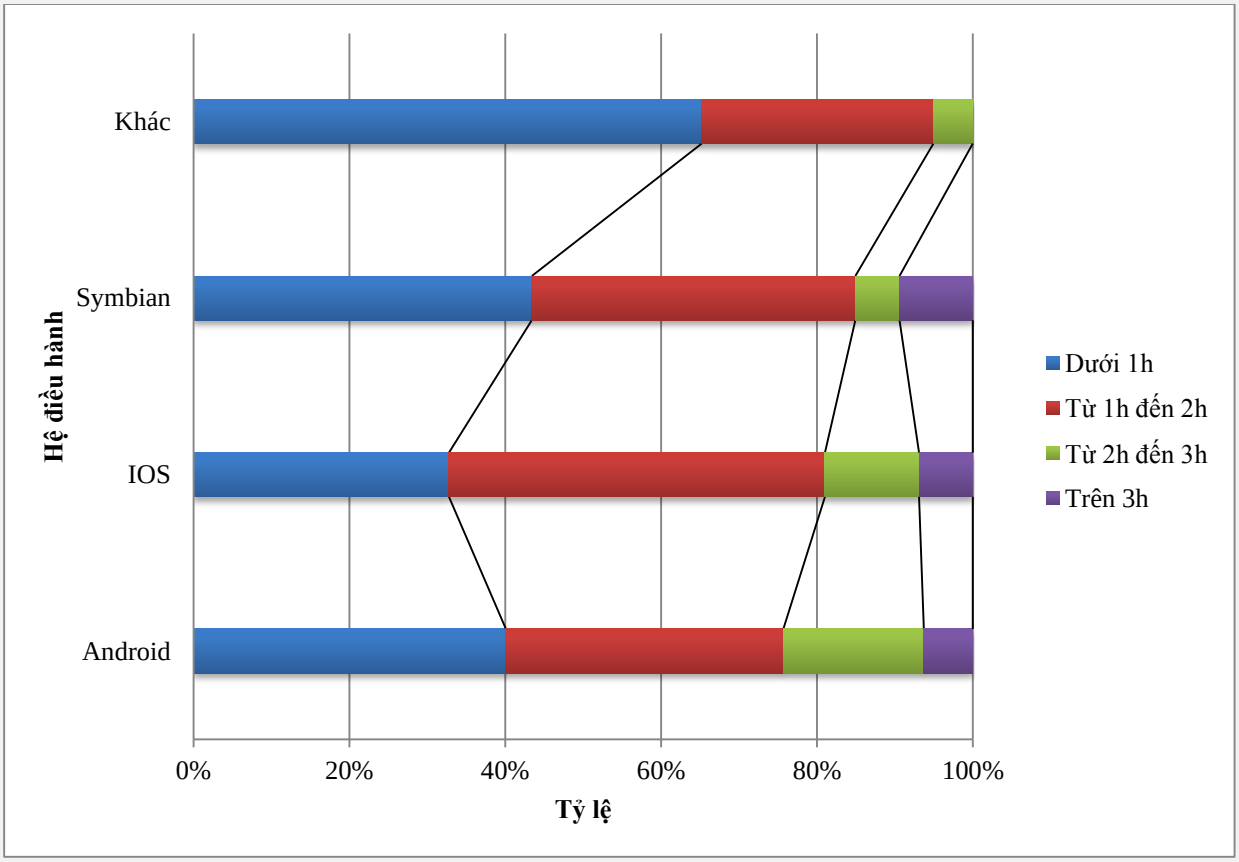
Qua biểu đồ dưới ta có thể nhận thấy, những người sử dụng điện thoại Smartphone có thời gian chơi game nhiều hơn so với những người dùng điện thoại thường. Trong khi người dùng smartphone có thời gian chơi game ở mức từ 1h đến 2h và 2h đến 3h với tỷ lệ khá cao thì người dùng điện thoại thường lại chủ yếu chơi game dưới 1h/ngày.



8. Hệ điều hành – Thời gian chơi game

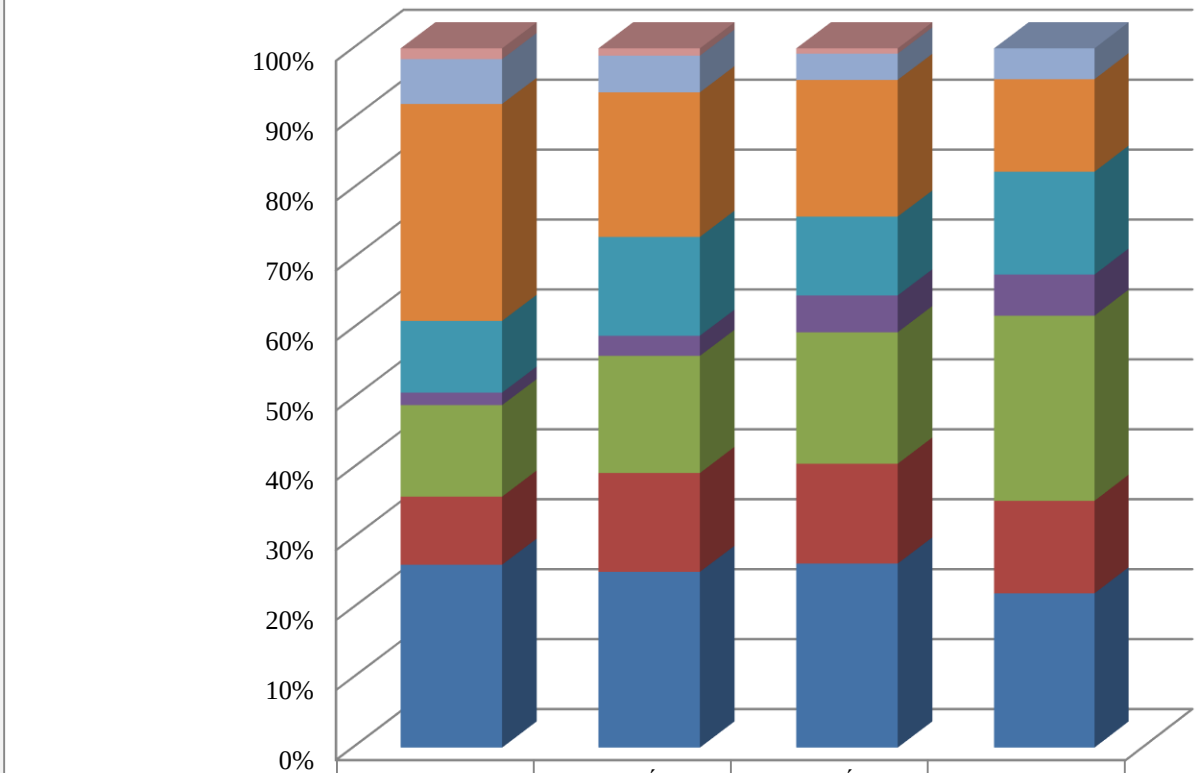
Kiểm định Chi- Square giữa thời gian chơi game và hệ điều hành nhận được p-value= 0.000<0.005 nên có thể khẳng định có mối tương quan giữa hệ điều hành và thời gian chơi game trung bình mỗi ngày.

Cụ thể: Hệ điều hành Android và IOS là hai hệ điều hành đứng đầu về thời gian chơi game trung bình mỗi ngày của người dùng.



9. Thể loại game và thời gian chơi

Qua biểu đồ có thể thấy với những game thể loại: đối kháng, nhập vai, kinh dị, thể thao người dùng có xu hướng chơi với thời gian dài hơn.

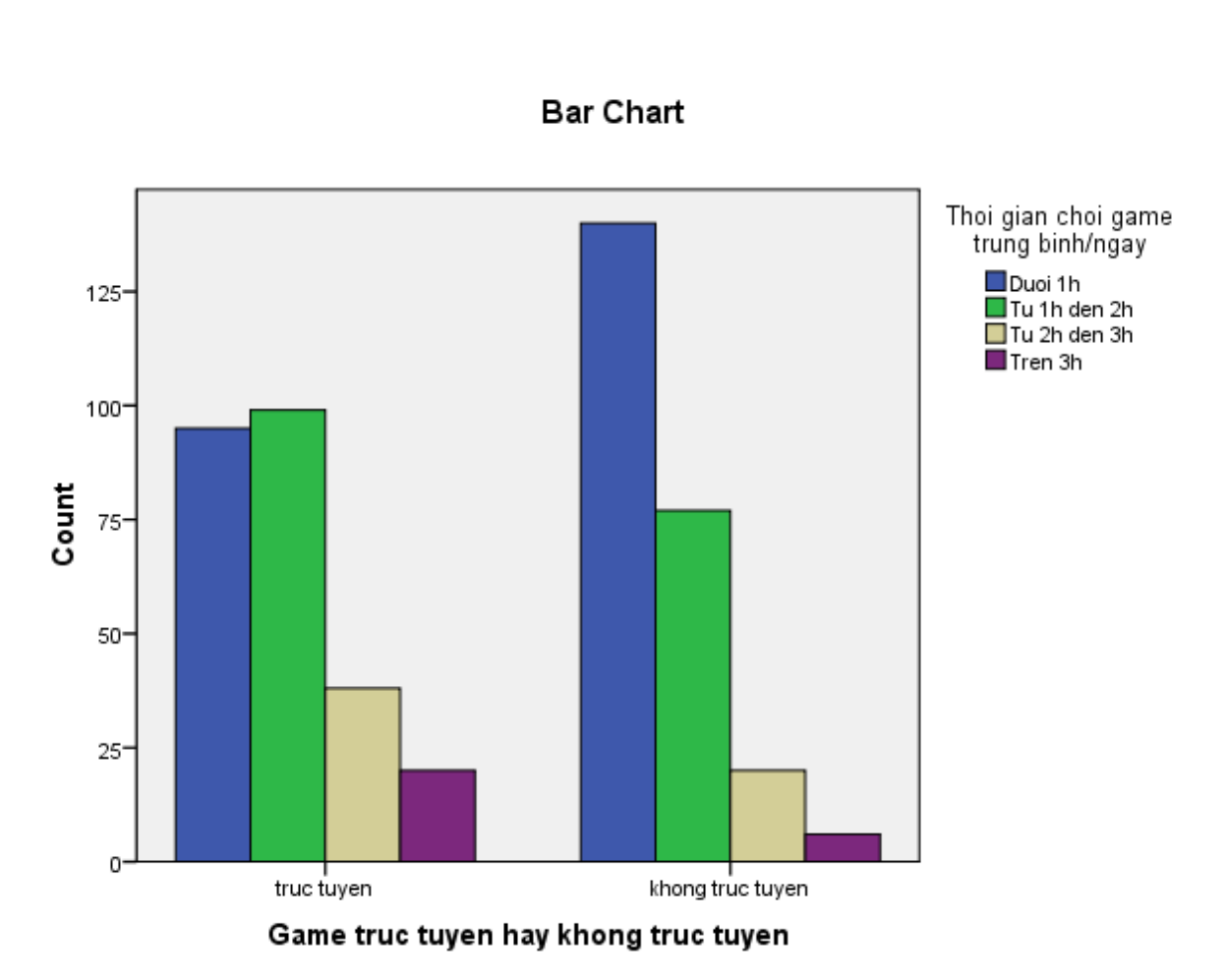


	Dưới 1h	Từ 1h đến 2h	Từ 2h đến 3h	Trên 3h
Game khác	6	4	1	
Game âm nhạc	25	20	5	3
Game giải đố, giáo dục	121	79	26	9
Game thể thao	40	54	15	10
Game kinh dị	7	11	7	4
Game nhập vai	51	64	25	18
Game đối kháng	38	54	19	9
Game chiến thuật	102	96	35	15

10. Hình thức chơi và thời gian chơi

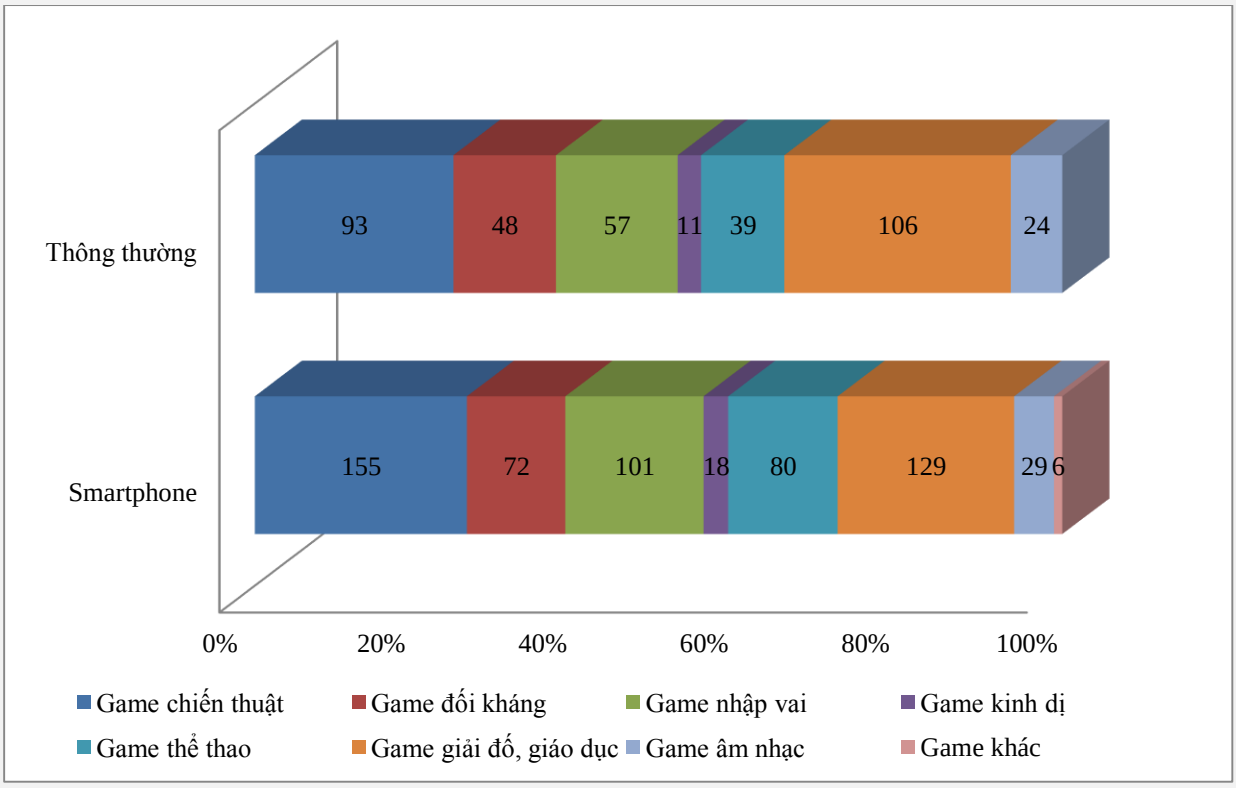
Kiểm định Chi- Square giữa thời gian chơi game và hình thức chơi nhận được p-value= 0.000<0.005 nên có thể khẳng định có mối tương quan giữa hình thức chơi và thời gian chơi game trung bình mỗi ngày.

Qua biểu đồ ta thấy rằng với những người chơi game không trực tuyến(offline) có thời gian chơi chủ yếu dưới 1h/ ngày, còn những người chơi game trực tuyến(online) thì có thời gian chơi game nhiều hơn.



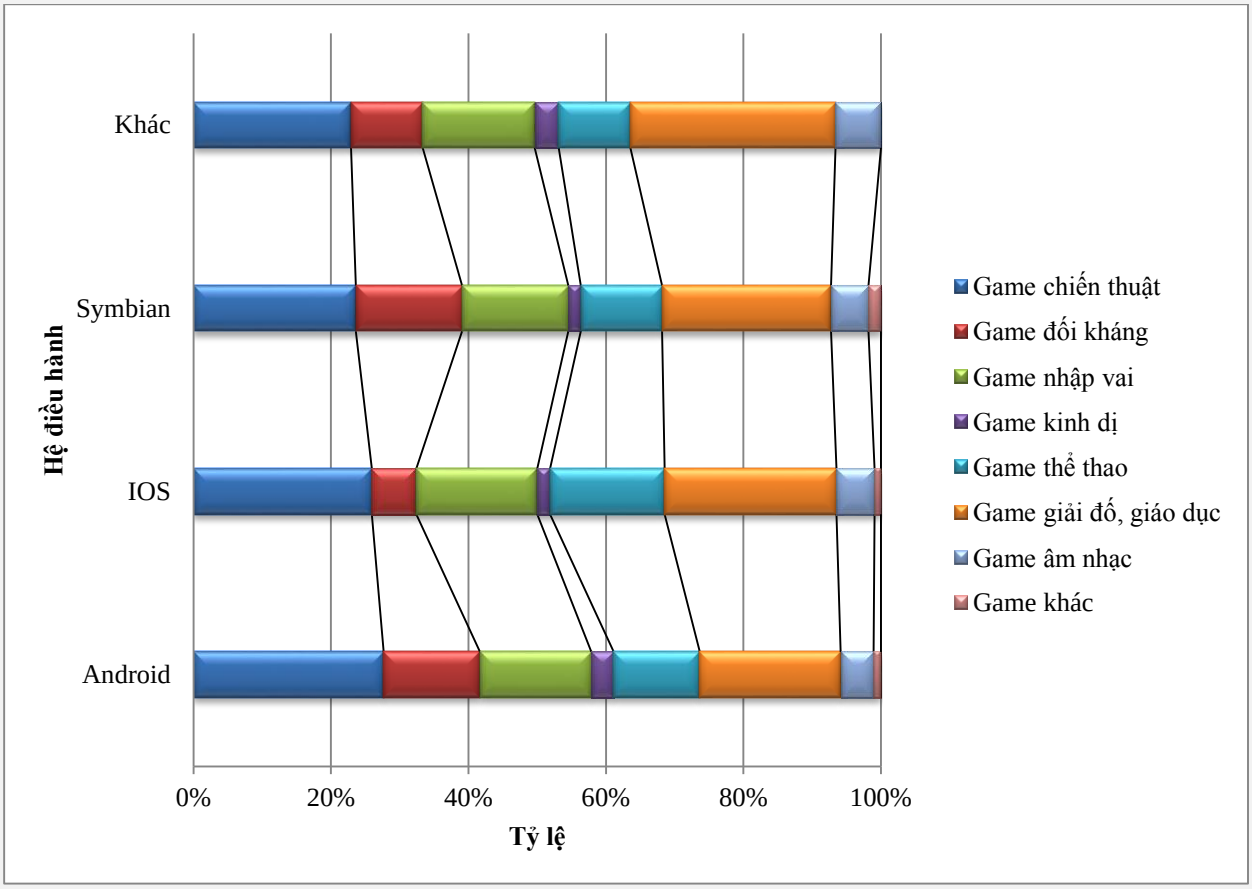
11. Dòng điện thoại và thể loại game

Nhìn chung không có sự khác biệt đáng kể về các thể loại game được chơi giữa hai nhóm người dùng điện thoại thường và smartphone. Game chiến thuật và game giải đố, giáo dục vẫn là hai thể loại game được chơi nhiều nhất ở cả hai dòng điện thoại.



12. Hệ điều hành sử dụng và thể loại game

Có thể thấy hệ điều hành sử dụng không có ảnh hưởng lớn đến thể loại game. Nhìn chung game chiến thuật và game giải đố, giáo dục vẫn là hai thể loại được chơi nhiều nhất.



Ứng dụng dựa trên kết quả nghiên cứu




Giới thiệu game không cụ thể, rõ ràng
Thời gian cho dùng thử quá ngắn
Phí tải game và phí dịch vụ cao, không rõ ràng
Thanh toán phức tạp, ít phương thức để lựa chọn
Lỗi mạng, download chậm
Game load về hay lỗi hoặc có virut
Khó khăn, bất cập khi sử dụng game mobile
Phải đăng ký tài khoản, phải thao tác qua nhiều bước phức tạp
Nhiều trung gian



Về InfoQ

- InfoQ VN là một trong những website hàng đầu Việt Nam về khảo sát thị trường trực tuyến.
- Chúng tôi vinh dự được tiếp nhận năng lực quản lý và hệ thống kỹ thuật tiên tiến từ Tập đoàn GMO Internet, Nhật Bản đồng thời có những cải tiến vượt trội để phù hợp với thị trường Việt Nam.

Liên hệ

- **Địa chỉ:** 118 Nguyễn Ngọc Nại, Thanh Xuân, Hà Nội
- **Điện thoại:** (04) 35668180
- **Hotline**: 01656 107 707
- **Email:** infoq@runsystem.net
  quynhdtx@runsystem.net
- **Website**: http://infoq.vn/