

# Spelutvecklarens syn på free to play modellen

En kvalitativ studie om spelutvecklarens syn på free to play genren och dess inkomstmodeller

Emil Körnung

Mikael Gustavsen

Institutionen för data-  
och systemvetenskap

Examensarbete 15 hp  
Data- och systemvetenskap  
Kandidatprogram i datorspelsutveckling (180 hp)  
Höst-/Vårterminen 2023  
Handledare: Oskar Juhlin  
English title: Game developers opinion of the free to play genre



Stockholms  
universitet

# Abstract

In free-to-play (F2P) games, development has rapidly progressed in recent years with the introduction of numerous new games as well as new revenue models. In 2014, a survey was conducted to understand how game developers themselves viewed the genre and its revenue models, but since then, there have been changes in the F2P model and the gaming industry. This survey aims to again examine how developers currently perceive the model and its evolution in recent years.

Among players, there has been a perceived sense of unfairness regarding the F2P model, and the revenue models have been perceived as intrusive and aggressive. Some of these revenue models have also been linked to problematic gaming behavior due to their design. The research question underlying this study is: *How do game developers view the current in-app purchase (IAP) model in mobile games? Is it possible to design it in a way that is not perceived as intrusive and unfair, while still serving as a viable revenue model for companies?* To answer this question, the study employed a qualitative approach, conducting several semi-structured interviews with individuals working in the gaming industry. The interviews were then subjected to thematic analysis to identify codes and themes.

The results indicate that developers generally have a positive attitude towards the F2P model. However, they do see issues with how some of the revenue models are implemented and presented to players. The interviewees expressed optimism about the future of F2P games, but they also believe that the revenue models may undergo changes.

## **Keywords**

Free to play, inkomstmodeller, battle pass, loot boxes, spelutveckling

# Synopsis

## Bakgrund

Utvecklingen inom free-to-play (F2P) spel och dess inkomstmodeller har gått snabbt, men hur ser utvecklarna på utvecklingen? 2014 gjordes den senaste undersökningen på vad spelutvecklarna själva tycker om modellen. Sedan dess har det hänt mycket inom genren, framförallt har nya inkomstmodeller gjort entré. Denna studie undersöker igen vad spelutvecklarna tycker om modellen och dess framtid.

## Problem

Dagens free-to-play modell upplevs ofta som orättvis och påträngande av användarna och ibland även problematisk då bland annat loot boxes (föremål i datorspel som kan köpas för riktiga pengar men som ger spelaren en randomiserad belöning av osäkert värde.) kan anspela på casinospel och i sin tur spelberoende. Tidigare har utvecklarna sett positivt på modellen och mycket har hänt på nästan tio år, både med modellen i sig och branschen i stort. Vad ser dagens spelutvecklare för framtid för F2P modellen?

## Frågeställning

*Hur ser spelutvecklarna på F2P-modellen och dess nuvarande inkomstmodeller?*

## Metod

Studien har använt sig av ett kvalitativ tillvägagångssätt där ett antal semistrukturerade intervjuer har genomförts med ett antal personer verksamma inom spelutveckling. De har sedan genomgått en tematisk analys.

## Resultat

Resultaten visar på en generellt positiv inställning till F2P modellen och dess inkomstmodeller, det de intervjuade snarare ser som ett problem är hur dessa inkomstmodeller implementeras och presenteras i spelen och eventuell problematik kopplad till dem. Resultaten visar att utvecklarna fortsatt ser ljus på framtiden för F2P men att inkomstmodellerna kan komma att förändras.

## Diskussion

Diskussionsdelen tar upp så kallad retention, conversion rates och framtida inkomstmodeller, som ett led i att få en större andel spelare att göra ett köp och därigenom utforma en inkomstmodell som upplevs som mindre påträngande.

# Tack

Tack till vår handledare Oskar Juhlin som guidat oss rätt i forskningsvärlden. Tack till alla klasskamrater och lärare på spelprogrammet som hjälpt oss att utvecklas de senaste tre åren och framförallt tack till våra familjer som stöttat oss under tre års studier.

# Innehållsförteckning

<b>Synopsis</b>	<b>3</b>
<b>1 Introduktion</b>	<b>6</b>
1.1 Bakgrund	6
1.2 Problem	7
1.3 Frågeställning	7
<b>2 Bakgrund</b>	<b>8</b>
<b>3 Metod</b>	<b>10</b>
3.1 Forskningsstrategier	10
3.2 Datainsamlingsmetod	10
3.3 Dataanalysmetod	11
3.4 Alternativ forskningsstrategi/datainsamlingsmetod	12
3.5 Forskningsetiska principer	12
<b>4 Resultat</b>	<b>13</b>
4.1 Användarupplevelse	13
4.1.1 Implementation	14
4.1.2 Gambling	14
4.2 Ekonomi	15
4.2.1 Reklam	15
4.2.2 Pay To Win	16
4.2.3 Battle Pass	16
4.2.4 Cosmetics	17
4.3 Framtiden	17
4.3.1 Inkomstkällor	17
4.3.2 Reglering	18
<b>5 Diskussion</b>	<b>19</b>
<b>Referenser</b>	<b>21</b>
<b>Bilaga 1 - Intervjuguide</b>	<b>23</b>

# 1 Introduktion

Denna studie avser att igen undersöka hur spelutvecklarna ser på framtiden för “In App Purchases” (IAP) inom mobilspel och hur dessa kan utformas för att användarna inte ska uppleva spelen och dess intäktsgenerering som påträngande eller orättvis men som samtidigt förblir inkomstbringande för utvecklarna. Förhoppningen är att studien bidrar med uppdaterad forskning om F2P utifrån spelutvecklarnas perspektiv. Dels för att se om branschens syn på modellen har förändrats och om F2P-modellen kan utformas på ett sätt som tillfredställer både spelarna och utvecklarna.

Det finns en rad olika forskningsområden som är av relevans för bakgrunden till denna studie. I detta avsnitt redogörs de fyra viktigaste. Först diskuteras hur det utbredda användandet av smartphones har etablerat en helt ny spelmarknad med IAPs som inkomstmodell. I bakgrunden presenteras tidigare forskning inom ämnet, framförallt hur spelutvecklarna själva ser på F2P-modellen. Studien diskuterar också utvecklingen av IAPs med loot boxes och battle passes. Battle pass är en form av inkomstmodell som baseras på olika nivåer, ju mer du spelar desto mer objekt kan du låsa upp i spelet genom battle passet. Vilka problem dessa inkomstmodeller eventuellt har medfört men också vilken kommersiell framgång de inneburit. Vidare så visar denna studie på hur F2P spelen med IAPs som inkomstmodell har blivit den klart dominerande affärsmodellen för spelutvecklarna samt hur IAPs blivit påverkade av de förändringar som skett.

## 1.1 Bakgrund

Globalt uppskattas antalet smartphoneanvändare 2023 till 6,8 miljarder, cirka 86% av världens befolkning (Statista, 2023). Mobiler har med sin smidighet och tillgänglighet blivit en populär spelplattform för mer avslappnat, och mindre tävlingsinriktat, spelande (Hsiao & Chen, 2016). Rapporten Gaming Spotlight (2022) menar att den mobila spelmarknaden möjliggjort en demokratisering av spelande där alla typer av spelare kan få tillgång till "sin" nisch.

Enligt Laperdrix et al. (2022) är mer än 95% av spelen på Google Play Store så kallade “Free To Play”(F2P). Spelen är alltså gratis att ladda ner och intäkter genereras genom andra medel exempelvis In App Purchases (IAP)/In Game Purchases (studien kommer använda IAP framöver) och annonser. IAP erbjuder användaren köp i applikationen. Dessa delas ofta upp i antingen kosmetiska köp – modifieringar och estetiska tillbehör som inte har någon inverkan på spelarens prestation i spelet – eller funktionella köp som kan förbättra spelarens prestationer och framsteg i spelet, ofta kallat “Pay to win” (Freeman et al. 2022). Denna affärsmodell används numera också i allt större utsträckning även till spel för stationära enheter, till exempel datorer och spelkonsoler.

Huruvida spelbranschen själva ser några problem med F2P undersöktes av Alha et al (2014). Genom intervjuer med 14 stycken professionella spelutvecklare genomförde de en kvalitativ studie för att undersöka hur utvecklarna själva ser på F2P-spel och affärsmodellen som den såg ut då. Slutsatsen som drogs var att F2P-modellen var något som de flesta utvecklare såg positivt på och de upplevde få problem. Det som sågs som problematiskt var kombinationen F2P och barn (Alha et al, 2014).

Sedan 2014 har branschen sett förändringar, framförallt har loot boxes och battle pass (båda två en form av IAP) slagit igenom vilket har lett till att stora speltitlar har valt att designa om sin inkomstmodell till F2P istället för engångsbetalningar (Alha et al. 2020; Joseph, 2021; Petrovskaya & Zendle, 2020). Det finns ny forskning på hur användarna ser på F2P-modellen (Freeman et al., 2022; Yokomitsu et al., 2021; Yoo, 2015; Zhao et al., 2022). Men såvitt vi kan hitta finns ingen ny forskning

som undersökt hur spelutvecklarna ser på affärsmodellen och dess framtid sen Alha et al. (2014) rapport.

Sammantaget så ser studien ett behov av att återigen undersöka hur spelutvecklarna ser på denna genre av spel och hur framtiden för inkomstmodellen ser ut, i likhet med Alha et al. (2014). Studien har undersökt hur spelutvecklare ser på IAPs idag och om åsikterna kring den har förändrats med tanke på den utvecklingen med framförallt loot boxes och battle pass som skett sedan Alha et al. rapport från 2014.

## **1.2 Problem**

Dagens F2P modell upplevs ofta som orättvis och påträngande av användarna och ibland även problematisk då paralleller dragits mellan loot boxes och casinospel vilket i förlängningen kan riskera leda till ett spelberoende. Tidigare forskning visar att utvecklarna sett positivt på modellen men branschen och F2P-modellen har sett stora förändringar sedan frågan undersöktes 2014.

## **1.3 Frågeställning**

Den senaste studien som undersökte hur spelutvecklarna ser på F2P modellen genomfördes av Alha et al. (2014). Sedan dess har inkomstmodellen för F2P genren förändrats, och de senaste åren har både loot boxes och battle pass slagit igenom och varit betydande inkomstkällor för spelutvecklarna. Eftersom det saknas studier som undersöker hur spelutvecklarna ser på den här utvecklingen och deras åsikter om F2P modellen och dess framtid ämnar den här uppsatsen att undersöka följande frågeställning:

*Hur ser spelutvecklarna på F2P-modellen och dess nuvarande inkomstmodeller?*

## 2 Bakgrund

Spelmarknaden växer i en enorm takt, och enligt beräkningar uppskattas den totala spelmarknaden till 222 miljarder dollar under 2022, vilket gör den till en större industri än film- och musikindustrin tillsammans. Den viktigaste drivkraften för tillväxt är segmentet mobilspel, som beräknas stå för 61 % av den totala marknaden. Under 2022 spåddes mobilmarknaden att överstiga 136 miljarder dollar. (Gaming Spotlight, 2022)

Sedan början på 2010-talet har marknaden för mobilspel förändrats, från att använda engångsbetalning för sina spel började spelbolagen anamma F2P modellen allt mer. Framförallt när "King" släppte "Candy Crush Saga" på smartphones 2012 och "Supercell" lanserade "Clash of Clans". Detta ledde till stora förändringar i hur spelföretagen söker sin inkomst. Inkomsterna från F2P spel gick inte bara om "premium"-mobilspelet utan alla digitala spel inklusive konsol- och datorspel. Framgången för dessa spel har lett till att en majoritet av spelen på App Store och Google Play Store idag använder IAP som inkomstmodell. (Alha, 2020)

Alha (ibid.) menar att framgången på de mobila plattformarna också ledde till att F2P modellen blev allt vanligare på stationära plattformar. 2012 valde spelföretaget Valve att göra om inkomstmodellen för det populära spelet "Team Fortress 2". Från att ha varit ett spel som följt den gängse inkomstmodellen där användaren betalar en engångssumma för spelet blev det nu gratis att spela. Spelet genomgick flertalet förändringar, Valve implementerade bland annat en "in-game store" där spelarna kunde göra olika typer av kosmetiska inköp. Utvecklarna implementerade detta för att börja vänja sina användare till att spendera mer pengar på spelet, då alla tidigare uppdateringar till spelet varit gratis. Förändringarna och skiftet till F2P ledde till en 12-faldig ökning av inkomsterna för Valve. Det finns även flertalet exempel i närtid som visar på att hela branschens inkomstmodell genomgått ett skifte där stora kommersiella spel som "StarCraft 2" och "Counter-Strike:Global Offensive" också blivit F2P-spel, där det förstnämnda blev ett F2P spel 2017 och det senare blev det 2018.

Vidare noterar Alha (2020) att flertalet kommersiellt stora titlar till exempel "League Of Legends" och "Counter-Strike:Global Offensive", spel som endast varit tillgängliga på dator eller konsol på senare år också släppts eller ska släppas på mobila plattformar, då de är de mest inkomstbringande plattformarna.

Under början på 2010-talet introducerades battle pass, och runt 2017 blev det en populär inkomstmodell inom F2P genren. Battle pass, är en form av IAP där spelaren köper möjligheten att få låsa upp olika föremål i spelet, ofta är dessa föremål låsta till dess att spelaren når en viss nivå eller gör specificerade framsteg. Ett grundfundament för battle pass, i en majoritet av titlarna, är den tidsbegränsade möjligheten att låsa upp de speciella föremålen. I många fall försvinner möjligheten att låsa upp dessa föremål när tiden för battle passet tar slut. (Petrovskaya & Zendle, 2020)

Battle pass introducerades först av spelet "Dota 2" 2013 men fick sitt stora genomslag när spelet "PlayerUnknown's Battleground" (PUBG) och framförallt "Fortnite" lanserades. Till skillnad från "PUBG" var "Fortnite" gratis att spela och hade endast IAPs som inkomstmodell. Detta ledde till stor kommersiell framgång och 1.8 miljarder dollar i intäkter under 2019 för "Fortnite". (Joseph, 2021)

Enligt Freeman et al. (2022) har en del spelutvecklare enbart fokuserat på kosmetiska köp i spelen medan andra utvecklare erbjuder IAP som ger spelaren som köper dem avsevärda fördelar i spelet jämfört med dem som inte gör det. Affärsmodellen med IAP har lett till en del farhågor, bland annat har branschen anklagats för att göra dessa IAP mycket lika casinospel, något som kan leda till beroendeproblematik för vissa användare (ibid.). Framför allt så gäller detta de så kallade loot boxes.

Yokomitsu et al. (2021) fann ett positivt samband mellan symptom relaterade till så kallad internet gaming disorder, spelberoende och köp av loot boxes. Deras studie visade att de som spenderar mycket pengar på loot boxes också uppvisar beteenden som kopplas till spelmissbruk.

Enligt en rapport från Swrve (Swrve Monetization Report, 2019) är det endast 1.6% av spelarna som gör ett IAP. Salehudin och Alpererts studie från 2022 analyserade orsaker till varför majoriteten av användare inte spenderar några pengar på IAPs och de fann att det delvis kan bero på att perceived aggressive monetization (upplevd aggressiv intäktsgenerering) och perceived fairness (upplevd rättvisa) fungerar som hinder för att få gratisanvändare att bli betalande användare. Salahuddin och Alpererts (2022) resultat visar på att upplevd rättvisa är viktigt för att få spelarna att bli betalande spelare också. De visade också att om utvecklarna använder en mindre aggressiv intäktsgenerering så kommer andelen betalande spelare att öka.

Hsiao och Chen (2016) genomförde en webbenkät av över 3000 mobilspelare där de undersökte vilka faktorer som påverkade deras beslut att göra IAP och kom fram till att lojalitet, prissättning och belöning var de faktorer som vägde tyngst.

Zendle et al. (2020) undersökte hur stor andel av de mest inkomstbringande spelen som innehöll loot boxes och hur många av dessa som riktade sig till barn och kom till slutsatsen att närmare 60% av spelen på Google Play och Apple App Store erbjöd loot boxes och över 90% av dessa spel ansågs lämpliga för barn.

Eftersom det skett många förändringar inom F2P genren sedan 2014, bland annat nya inkomstmodeller (Alha, 2020; Joseph, 2021; Petrovskaya & Zendle, 2020). Detta har lett till upptäckandet av likheter med spelmissbruk (Yokomitsu et al. 2021), men också ökade inkomster för företagen. Med bakgrund av detta har denna studie igen undersökt spelutvecklarens bild av genren och dess inkomstmodeller i likhet med Alha et al. (2014) för att undersöka om åsikterna har förändrats sedan dess.

# 3 Metod

I möjligaste mån har vi följt de metoder Alha et al. (2014) använde sig av i sin studie. Vi valde semistrukturerade intervjuer i syfte att undersöka spelutvecklarens syn och attityder gällande F2P. Ett antal spelutvecklare med varierande grad av erfarenhet och roller inom spelutveckling valdes ut. De hade i genomsnitt åtta år i branschen och de kom från spelföretag med olika inriktningar och samtliga hade någon form av erfarenhet av att jobba med F2P-modellen. Intervjuerna var i snitt en timme långa. Alla intervjuer spelades in och transkriberades. De transkriberade intervjuerna genomgick sedan en tematisk kvalitativ textanalys med målet att identifiera teman rörande frågeställningen och som ligger till grund för resultat och diskussionsdelen.

## 3.1 Forskningsstrategier

För att besvara frågeställningen valdes ett kvalitativt tillvägagångssätt. Då studien främst sökte svar på hur respondenterna ser på framtida inkomstmodeller för datorspel, en fråga som svårligen kan kvantifieras, fann studien den kvalitativa metoden mest lämplig. Justensen och Mik-Meyer (2011) menar att den kvalitativa metoden är lämplig att använda när en företeelse ska beskrivas i sitt sammanhang och därigenom framställa en tolkning som kan bidra till en ökad förståelse för denna företeelse.

En kvalitativ ansats utgår vanligen från en förhållandevis liten population med liknande egenskaper och erfarenheter, och till skillnad från en kvantitativ forskningsmetodik så eftersträvas inte en bredd utan ett djup i den insamlade datan (Bryman, 2008; Denscombe, 2009). Watt Boolsen (2007) menar att den kvalitativa metodens mål är att finna orsaker och samband vilket passar vår frågeställning väl.

## 3.2 Datainsamlingsmetod

För denna studie valde studien att genomföra semistrukturerade intervjuer med ett antal personer som idag jobbar inom spelbranschen. Johannesson & Perjons (2014) beskriver de semistrukturerade intervjuerna som att den svarande får svara på frågor från en förutbestämd grupp frågor men dessa frågor kan besvaras i vilken ordning som helst och den svarande tillåts svara fritt till skillnad från en strukturerad intervju där den svarande endast får välja svar från en förutbestämd lista av svar.

Då denna studie avsåg undersöka spelutvecklarens syn på F2P-modellen så skedde urvalet av respondenter med så kallad "Purposive Sampling" (ibid.) för att säkerställa att de intervjuade hade erforderlig kunskap om ämnet. De fem personer som valdes för intervjuerna hade olika roller inom sina respektive företag: game economy designer, creative director, associate producer, senior qa specialist och lead game designer. Respondenterna hade vid intervjutillfället i genomsnitt åtta år i datorspelsbranschen och de hade alla erfarenhet av att jobba med F2P-spel.

Intervjuerna genomfördes via Zoom med båda forskarna närvarande. En av forskarna ledde intervjun medan den andra observerade och tog anteckningar. Den antecknande forskaren kunde vid behov göra intervjudaren uppmärksam på om denna ville inflika med egna frågor. Alla de intervjuade fick i ett första skede läsa igenom och godkänna ett medgivandeformulär innan intervjun kunde påbörjas.

Den första delen av intervjun rörde deltagarnas bakgrund, hur länge de arbetat inom branschen och hur mycket erfarenhet de hade av att jobba med F2P-spel. Intervjun gick sedan vidare till att ställa frågor rörande utvecklarnas syn på F2P under de senaste tio åren. De olika inkomstmodellernas för- och nackdelar diskuterades och hur de förändrats genom åren. De intervjuade fick också svara på frågor om de såg några baksidor med F2P-modellen. I sista delen av intervjun fick respondenterna frågor om hur de såg på framtiden för F2P och de olika inkomstmodellerna.

Johannesson & Perjons (2014) menar på att semistrukturerade intervjuer passar bättre för mer komplexa ämnen där respondenten behöver ges tillåtelse att bre ut sig mer om ämnet i fråga. Detta passade studiens frågeställning då det fanns många olika infallsvinklar till ämnet och de svarande behövde frihet att utveckla sina svar. Frågeställningen var sådan att den behövde diskuteras på djupet och i detalj. De semistrukturerade intervjuerna har också en flexibilitet där svar från informanten kan leda till nya frågor. Just möjligheten att ställa följdfrågor med utgångspunkt i de svar som ges, är en av intervjuens största styrkor.

Denscombe (2014) pekar också på liknande styrkor för den semistrukturerade intervjun i det han kallar för "Depth of information", "Flexibility" och "Informants priorities". De genomförda intervjuerna gav detaljerade svar där informanterna tilläts gå på djupet och studien fick en djupare förståelse för de känslor och tankar som respondenterna hade inför frågan. Ibland så gavs svar som inte var förväntade och intervjuformatet gav möjlighet att enkelt följa upp den nya informationen på ett sätt som inte hade varit möjligt med exempelvis en enkät. Slutligen så gav intervjuerna informanterna möjlighet att expandera sina idéer och identifiera de delar i frågeställningen som de tyckte var avgörande.

En nackdel med att genomföra intervjuer är att de är tidskrävande i framförallt analysfasen då alla intervjuer måste transkriberas och genomgå en analys. Ytterligare finns det nackdelar med att forskarnas personliga åsikter och tankar kan påverka intervjun detta eftersom de tilläts ställa följdfrågor och då kan försöka styra svaren åt ett visst håll. (Johannesson & Perjons, 2022)

### 3.3 Dataanalysmetod

För att besvara frågeställningen genomfördes en tematisk analys av den insamlade datan. Braun och Clarke (2006) beskriver den tematiska analysen som en metod för att analysera och identifiera teman inom datan. De menar att dessa teman fångar något centralt i datan, i relation till forskningsfrågan, och att den representerar en nivå av mening inom datamängden.

Braun och Clarke (2006) menar att det inte finns några satta gränser för vad i den tematiska analysen som kan räknas som ett tema. Det är istället forskarna själva som avgör vad ett tema är. Det viktiga är inte antalet förekomster av ett ord eller sammanhang, utan hur olika teman fångar det intressanta i svaren som kan kopplas till forskningsfrågan och att analysen är konsekvent oavsett hur den genomförs (Braun och Clarke, 2006).

I den tematiska analysen av studiens data tillämpades ett induktivt tillvägagångssätt. Det innebär att de teman som identifierades var starkt kopplade till själva datan och den kodades för att i största möjliga mån undvika att passa in i en redan existerande kodningsram eller våra egna förutfattade meningar (ibid.). Thomas (2006) menar att det primära syftet med ett induktivt tillvägagångssätt är att tillåta forskningsfynd att komma ur de frekventa, dominerande eller betydande teman i rådatan.

Denna studie har valt att följa det av Braun och Clarke (2006) föreslagna arbetssättet att i ett antal steg genomföra den tematiska analysen. I det första steget efter datainsamlingen lästes alla intervjuer och transkriberades. Själva transkriberingen är, menar Riessman (1993), ett utmärkt sätt att bli familjär

med materialet. Lapadat & Lindsay (1999) menar att själva transkriberingen i sig är en tolkning av datan. I steg två skapades initiala koder för karakteristiska drag inom datan och studien sammanställde data relevant för varje kod, detta genomfördes i Google Docs initialt där. Sedan följde arbetet med att hitta teman genom en sammanställning av koderna till potentiella teman. I nästa fas utvärderades de funna teman i relation till den ursprungliga kodningen. I det sista skedet definierades och namngavs de teman som studien funnit, den sista fasen genomfördes i "Miro", ett whiteboard verktyg som ger en överskådlig blick över resultatet.

### **3.4 Alternativ forskningsstrategi/datainsamlingsmetod**

En alternativ datainsamlingsmetod för studien hade kunnat vara att använda sig av enkäter, att utforma ett formulär som sedan skickats till utvalda spelutvecklare. Johannesson och Perjons (2014) beskriver enkäter som bra för att samla in konkret information om ett ämne. Enkäter kan vara ett billigt sätt att nå stora mängder människor för datainsamling. Användandet av enkäter hade kunnat hjälpa studien att nå ett större antal respondenter och det hade möjligtvis kunnat vara bra att använda sig av både enkäter och intervjuer för att få ett bredare resultat.

Studien valde bort denna datainsamlingsmetod då det är svårt att med enkäter få det djup som eftersträvades för att kunna besvara frågeställningen. Studiens datainsamlingsmetod riktar sig mot personer som jobbar i spelbranschen och studien ansåg att intervjuer gjorde det lättare att säkerställa att respondenterna hade den rätta expertisen för att kunna besvara frågorna.

### **3.5 Forskningsetiska principer**

Studien har genomförts i linje med Vetenskapsrådets råd från rapporten "God Forskningssed" (2017). För denna studie har de intervjuade alla samtyckt till att delta genom ett godkännande av en samtyckesblankett med information om att deras deltagande är helt frivilligt och närsomhelst kan avslutas. De intervjuade gavs också möjligheten att höra inspelningen av deras intervju i efterhand och då igen få möjligheten att revidera sitt deltagande i studien.

I samtyckesblanketten gavs de deltagande också information om hur det inspelade materialet behandlas och lagras. Studien har säkerställt att endast ansvariga forskare har åtkomst till materialet och att det förvaras på ett säkert sätt i enlighet med Vetenskapsrådets (2017) rekommendationer. Studien har även anonymiserat alla personuppgifter och annan information som kan avslöja identiteten på någon av de deltagande.

# 4 Resultat

I detta kapitel presenteras resultaten från den tematiska analysen som genomförts på de intervjuer som studien gjort inom ramen för denna studie. Den tematiska analysen gav tre stycken övergripande teman med tillhörande underkategorier och koder. Den kvalitativa datan har erhållits genom ett antal semistrukturerade intervjuer med syftet att undersöka spelutvecklarens åsikter kring F2P-modellen, dess olika inkomstmodeller och framtid.

Tema	Kategori	Kod
Användarupplevelse	Implementation	Presentation Transparens Påträngande Retention
	Gambling	Beroendeframkallande Gambling Whales
Ekonomi	Reklam	Immersion Jämlikhet
	Pay To Win	Non Competitive Competitive
	Battle Pass	Conversion Ekonomiskt Fördelaktig
	Cosmetics	Moraliskt
Framtiden	Inkomstkällor	Premium Prenumeration Ekonomisk Risk
	Reglering	Lagstiftning

Tabell 1: Avkodning

Tabellen visar de teman, kategorier och koder som identifierades under den tematiska analysen av de transkriberade intervjuerna.

Alla namn är fingerade för att säkerställa anonymitet för de intervjuade.

## 4.1 Användarupplevelse

Temat användarupplevelse syftar till hur synen på de olika inkomstmodellerna kan vara negativ eller positiv beroende på hur modellen implementeras och hur den presenteras för användarna. Med mer

fokus på retention menade respondenterna att användarupplevelsen har förbättrats. Respondenterna lyfte också att användarupplevelsen kan bli problematisk då en del av modellerna kan kopplas till gambling och beroendeframkallande beteenden.

#### 4.1.1 Implementation

De intervjuade menade att de flesta inkomstmodeller i sig inte är problematiska utan att problematiken ligger i hur implementationen av dem har sett ut och hur de har presenterats för användarna. Spelutvecklarna menar på att transparens i modellens design är bra för att tydligt kommunicera till spelarna vad de kan förvänta sig av ett köp. Det fanns en relativ samsyn hos de intervjuade i att en transparent presentation av inkomstmodellen, gentemot användarna, var att föredra då acceptansen för modellen då ökade. Även loot boxes, som de flesta av respondenterna generellt såg som något negativt, ansågs som mindre problematiska och även vanligt förekommande när de implementerades på ett sätt som var enkelt för användarna att förstå.

*"[...]jag tycker ofta det är presentationen av de här sätten att få in pengar som är problematiska inte själva modellen i sig" - Johan*

Några av de svarande upplever en problematik när implementationen av inkomstmodellen blir allt för påträngande. Att annonser och andra påminnelser om IAP:s blir för många och kommer vid tillfällen då användarna inte anser det vara acceptabelt. Här menade en del av de svarande att det också finns regionala skillnader i vad användarna accepterar och föredrar. En respondent menade också på att battle passes, som utvecklarna generellt såg positivt på, kunde vara påträngande beroende på implementeringen av den.

*"[...]Jag tror vi håller på att nå kulmen på hur aggressiv man kan vara nästan för att många stora spel...de har kanske inte så mycket ads kanske men de har ads för sina IAP:s hela tiden...Det känns som att det har nått kulmen för det blir så otroligt jobbigt, det känns som om det borde komma någon backlash där..." - Axel*

Flertalet respondenter lyfte att F2P och dess inkomstmodeller i dagsläget fokuserar mer på retention, att behålla de spelare man har och få en större andel av dessa att göra ett köp, snarare än att fokusera på ett mindre antal som spenderar mer (whales/valar). Några pekade på vikten av att få fler spelare att göra ett första köp då det sen blir lättare att få dem att göra fler. Någon framförde också betydelsen av att monetarisera på nöjda spelare istället för frustrerade spelare. Att man undviker att erbjuda köp för att användaren ska slippa frustrationen av att inte komma vidare i spelet.

*"[...]fler men mindre spends och att det viktigaste är inte att någon köper en dyr grej utan att nån bara köper någonting första gången så att man får ner ribban..." - Max*

#### 4.1.2 Gambling

Denna underkategori rör problematiken kring utformningen av de olika F2P-modellerna och hur en del av dessa kan leda till beroende och att de ibland likställs med spelande om pengar. Kategorin inbegriper också att en stor del av många spels inkomster kommer från ett litet antal spelare som spenderar stora summor pengar, så kallade whales.

Ett antal av de intervjuade lyfter problematiken kring att designa system som utvecklarna är medvetna om riktar sig mot barn men ändå utformas för att skapa ett beroendeframkallande beteende.

*“Och det finns den här sidan av det som är ganska jobbig att man bygger system som man vet är beroendeframkallande och som man vet kommer spelas av barn och sen gömmer man sig bakom att vi är åldersmärkta sånt tycker... det är alltid svårt att reglera såna saker men ja, jag tycker att det fortfarande finns för mycket hemliga saker man kan göra så som jag gärna skulle se lite hårdare reglering kring” - Max*

De svarande hade olika åsikter om eventuella likheter med gambling där några menade att en del av inkomstmodellerna var mer problematiska än andra, att de kunde leda till spelproblem och att utvecklarna själva hade svårt för den typen av implementering. Framför allt så var loot boxes en inkomstmodell som av flertalet respondenter såg som en form av gambling.

*“loot boxes är ju verkligen en hel grej, det är ju bara gambling egentligen, jag har väldigt svårt för gambling personligen, jag tycker att reklam för gambling borde va olagligt till exempel...” - Johan*

Men det fanns också de som inte såg sambandet mellan IAPs och spelproblematik.

*“I don't actually think it has any resemblance to it because you are not getting any money out” - Erik*

Den intervjuade menar på att det inte finns ett samband i och med att du som spelare inte kan ta ut några pengar om du köper en loot box utan att det endast är inom spelet du kan behålla den saken du fått.

Det fanns också åsikter om att det finns problem med F2P ur ett utvecklingsperspektiv också. En av de intervjuade menade att det fanns problem med att de la väldigt mycket tid på att utveckla systemen för inkomstmodellerna, tid som den intervjuade ansåg bättre kunnat läggas på utvecklingen av spelet.

*“En stor nackdel med f2p är ju att du får lägga en stor del av tiden på att bygga allt runt detta för att det ska fungera överhuvudtaget och det kommer uppdateringar och saker förändras hela tiden, reklamnätverk, appstore eller google play och så där. Så det är ju jättemycket jobb.” - Axel*

Samtliga intervjuade såg en problematik i att ha ett fåtal spelare som står för en väldigt stor del av inkomsten och det fanns en konsensus om att det vore önskvärt med en större andel betalande spelare där var och en gör mindre köp.

## **4.2 Ekonomi**

Temat ekonomi rör de vanligaste inkomstmodellerna inom F2P och utvecklarnas syn på dem både från ett professionellt, men också personligt perspektiv. Det fanns en relativt bred samsyn kring de olika inkomstmodellerna och hur de utvecklats under de senaste åren.

### **4.2.1 Reklam**

Det fanns en samsyn från de svarande kring reklam i spel och hur det skapat en sorts jämlikhet rent ekonomiskt för spelare som inte har så mycket pengar. De kan fortfarande skaffa sig samma fördelar som en betalande spelare genom att kolla på reklam och detta sågs som något mycket positivt av samtliga svarande.

*“jag tycker själv att det är en väldigt bra och rättvis modell att såhär dom som kanske inte har den här heltids inkomsten får ändå ett sätt att liksom ta lite genvägar” - Johan*

Det fanns å andra sidan en samsyn kring det negativa med reklam i spel. De intervjuade ansåg att reklam i de flesta fall bröt immersionen i spelet och det sågs som tolerabelt bara om det inte bröt denna immersion.

*“Att man säljer annons i virtuella spacet att det finns cola burkar i den här leveln såna här grejer... Alltså jag tycker det är väldigt acceptabelt ur en spelare perspektiv tills det bryter fantasin av spelet” - Max*

Några av de svarande angav att det blivit svårare med reklam i spelen under senare år då hårdare regler medfört att det blivit svårare att rikta reklamen, genom så kallad tracking, och därigenom gjort den mindre attraktiv för annonsörerna.

#### **4.2.2 Pay To Win**

Utvecklarnas syn på pay to win som inkomstmodell kunde delas upp i två olika åsikter beroende på om spelet spelades tävlingsinriktat mot andra spelare eller om det var ett “single player”-spel. Om spelet tillhörde den senare kategorin såg utvecklarna inga större problem med pay to win även om det fanns en generell negativitet mot modellen som sådan.

*“Alltså det är väl okej sålänge man inte kompetar med någonting men liksom om du inte tävlar mot någon så är det är det väl okej med pay to win” - Kalle*

De intervjuades syn på pay to win som betalningsmodell i tävlingsinriktade multiplayer spel var nästan unisont negativ. Det ansågs skapa en obalans mellan spelarna och att modellen förstör själva tävlingsmomentet.

*“men om du har någon sorts competitiveness i ditt spel så förstör ju pay to win modellen då kommer ju den lilla procenten vinna över alla andra så länge dom kan spendera mer pengar och... då är det ingen competition längre, är du rik IRL perfekt you win the game” - Kalle*

Enligt några av de svarande så kan pay to win vara acceptabel även i tävlingsinriktade spel men bara om fördelen och balansen inte blir för snedfördelad eller om tröskeln för köpen är så låg att hela spelarbasen har råd.

#### **4.2.3 Battle Pass**

När spelutvecklarna diskuterade battle passes lyftes det framförallt positiva åsikter då de intervjuade menade att denna inkomstmodell hade många fördelar både för utvecklarna och för användarna. Från utvecklarnas håll så lyfte ett antal svarande att battle passes var den bästa conversion item i de spelen de jobbade på. En menade att battle passes fick de sista tveksamma spelarna att acceptera F2P-modellen.

*“Battle passes got the last reluctant types of gamers on to the f2p model” -Erik*

Spelutvecklarna menade också på att det fanns fördelar för spelaren med battle pass där framförallt innehållet kontra kostnaden lyftes av flertalet intervjuade.

*“[...]Jett skin kunde kosta 150 spänn, nu kan du köpa ett helt season pass för 150 spänn ish och du får mycket mer grejer. Så jag tror kanske att season passet har ökat kraven lite på vad man får för sina pengar... många season pass är en ganska bra deal egentligen.” - Johan*

En utvecklare menade att tidigare kunde ett IAP för en sak i ett spel kosta 150 kronor men i och med battle pass kan du nu få mycket mer saker för samma pris, men att det också ställt ökade krav på vad spelaren får för sina pengar.

#### **4.2.4 Cosmetics**

Samtliga svarande såg cosmetics som något positivt och som kändes moraliskt bra för dem som utvecklare. Bland de positiva egenskaperna som de intervjuade nämnde var att inkomstmodellen inte gav spelarna någon fördel och cosmetics sågs som något som kan tillföra något till spelet.

*“Sen såhär att lägga cosmetics på mig som utvecklare, it's the least scummy thing so that's good.” - Max*

En av respondenterna menade att användandet av cosmetics som inkomstmodell var den modell som fick utvecklaren att vara mest moraliskt tillfreds. Det sågs inte som orättvist eller påträngande.

En av de svarande ansåg att cosmetics var en effektiv inkomstmodell men menade samtidigt att det är mycket jobb med cosmetics och kräver mycket tid från utvecklarnas sida.

### **4.3 Framtiden**

Temat framtiden rör spelutvecklarnas syn på hur framtiden för F2P modellen ser ut och hur inkomstmodellerna kan komma att utvecklas men även vad utvecklarna själva anser är en inkomstmodell som de skulle föredra. Det intervjuade diskuterade också hur de ser på eventuell reglering och om det är nödvändig för att stävja eventuell problematik.

#### **4.3.1 Inkomstkällor**

De intervjuade ansåg att F2P i stort kommer växa men att premiumspelen också kommer att finnas kvar och att de också kommer öka i försäljning.

*“The traditional premium box market has not declined, it's growing” - Erik*

Några av de intervjuade tog upp prenumerationslösningar av olika slag som ett naturligt steg för spelbranschen då mycket annat idag betalas genom prenumerationer. Utvecklarna själva såg prenumerationslösningar som något de personligen föredrog framför en engångsbetalning eller F2P.

*“Alltså personligen vill jag nog hellre ha en månadskostnad tror jag liksom man börjar bli så van i att allt annat kostar i månaden... alltså betala 800 spänn och så va inte spelet så jävla roligt det är ju inte så najs men typ som World of Warcraft” - Kalle*

En av de intervjuade lyfte fördelar för prenumerationer ur ett utvecklarperspektiv då det ansågs att mer tid då kan läggas på att utveckla själva spelet och inte spendera tid på att bygga system för olika typer av inkomstmodeller.

*“Det hade ju varit jättetrevligt tycker jag, för då hade man kunnat ägna mer tid åt spelet än att bygga runt spelet.” - Axel*

När det gällde framtidens inkomstmodeller och nya sätt att ta betalt för sin produkt så ansåg några att det fanns en inställning hos de större företagen att inte ta några risker i sin inkomstmodell och att eventuella innovationer skulle komma från mindre bolag.

*“The bigger companies don't discuss these things because they wanna derisk everything. I mean they came late into f2p even and now that they feel that f2p is a known quantity they tend to not want to experiment around it” - Erik*

Här menar en av de svarande att de stora företagen var sena in i F2P-modellen och att de inte gärna vill experimentera med den då det kan innebära för stora ekonomiska risker.

### **4.3.2 Reglering**

De svarande hade olika åsikter om eventuell reglering när intervjun rörde frågan om loot boxes och problematiken som kopplas till den. Några utvecklare ansåg att lagstiftning var nödvändig då de inte tror att branschen klarar av att reglera sig själv.

*“Jag tycker definitivt inte att branschen ska göra det själv, haha, that's not gonna work” - Max*

Någon menade att lagstiftning inte behövs. En intervjuad ansåg att spel generellt är exploaterade mot folk som är impulsiva och inte att det var specifikt en inkomstmodell som triggade detta. Hen såg inte behovet av lagstiftning då denne inte upplevde att branschen hade så stora problem med gambling.

*“I think the Belgium legislation is not the correct assessment of what these things are - because if it were we would have much bigger problems with people gambling their lives away, which we don't.” - Erik*

En av de svarande uttryckte farhågor att om reglering och lagstiftning får sin egen utformning i olika länder kommer det medföra problem för utvecklarna som då skulle behöva utforma inkomstmodellerna för att passa en rad olika regler. Den intervjuade såg hellre en lösning där de stora plattformarna (Google Play, App Store och så vidare) gemensamt hittade ett gemensamt regelverk som sedan alla bolag var tvungna att följa för att kunna publicera sina spel på de plattformarna.

*“Ska du ha 300 marknader där du ska ändra på, beroende på marknad, hur det ska se ut. Det känns ohållbart men, då kanske det vore bättre om plattformsägarna kunde gå ihop och säga: det här är reglerna och att de verkligen synkar ihop sig där, de stora Apple och Google. Det låter smidigare och bättre än att varje land ska göra sina egna men...” - Axel*

# 5 Diskussion

Kopplat till forskningsfrågan - hur ser spelutvecklarna på F2P-modellen och dess nuvarande inkomstmodeller? - diskuteras de resultat denna studie identifierat och jämför med de resultat som framförallt Alho et al. (2014) studie på samma tema identifierade. Här diskuteras också hur utvecklarna ser på att inkomstmodellerna har upplevts som påträngande och om de går att utforma på ett sätt som är mer tillfredsställande för spelarna.

Resultaten från Alha et al. studie från 2014 visade att utvecklarna rent generellt hade en positiv syn på F2P-modellen, detta överensstämmer i stort med resultaten från denna studie. Många lyfte framför allt det faktum att F2P inneburit en "demokratisering" av spelandet där alla har råd att spela på lika villkor. Synen på F2P är i likhet med Alha et al. (ibid.) fortsatt positivt där de flesta av de utvecklare som intervjuats upplever att inkomstmodellerna, som används inom F2P-modellen, i sig inte är påträngande eller dåliga utan att det snarare är implementationen av dem som leder till att de kan upplevas som påträngande eller orättvisa av spelarna. Det fanns inte en generell negativitet mot F2P - de tveksamheter som uttrycktes rör främst hur vissa delar av inkomstmodellerna implementerats och i viss mån den problematik som kan uppstå när en del av modellerna tenderar att närma sig gambling.

Med bakgrund av det kan det antas att utvecklarna själva anser att det finns en problematik kring en viss typ av implementation av inkomstmodellerna i F2P-spel som ännu inte åtgärdats från varken branschen själva eller lagstiftaren. Denna studie har inte kunnat fastställa några definitiva orsaker till varför, men några av de svarande uttryckte visst missnöje med, vad de ansåg, ett alltför ensidigt fokuserande på pengar från företagets sida. Det kan finnas en ovilja från branschen att reglera sig själva då det potentiellt skulle kunna innebära en minskad inkomst.

De intervjuade i Alha et al. (2014) menar, i likhet med de intervjuade i denna studie, att en baksida av F2P modellen kan vara att det fokuseras för mycket på pengar och utformningen av betalssystem och för lite fokus sätts på att skapa bra spel. I denna studie framkom det att mycket utvecklingstid går åt till att bygga de olika betalssystemen - tid som de tillfrågade menar, bättre lagts på att utveckla själva spelet.

Många av de tillfrågade efterfrågade en inkomstmodell som skulle tillåta dem att fokusera mer på själva utvecklingen av spelet och inte betalssystemen runt det. Prenumerationslösningar av olika slag var bland det som nämndes. I intervjumaterialet kan det skönjas en kluvenhet bland de svarande, om inkomstmodeller som de själva tycks uppleva som påträngande eller orättvisa men som de inser är nödvändiga för att ha en fungerande affärsmodell.

I Alha et al. studie från 2014 menar utvecklarna att en av de största baksidorna med F2P är pay to win som inkomstmodell, detta överensstämmer med resultaten från denna studie med skillnaden att de intervjuade i denna studie ger en något mer nyanserad bild av pay to win. Samtliga ansåg att pay to win inte spelar någon större roll i spel som inte har ett tävlingsmoment mot andra spelare. Det finns en stark övertygelse om att spelen måste vara rättvisa och att spelarna ska tävla på lika villkor. En spelares ekonomiska förutsättningar ska inte påverka chanserna att göra bra ifrån sig i spel som innehåller tävlingsmoment mot andra spelare.

I likhet med Alha et al. (2014) ansåg utvecklarna också i denna studie att det finns en etisk problematik kring F2P och barn. Men där utvecklarna i studien från 2014 tyckte att spel med högre satta åldersgränser delvis adresserade de etiska problemen kring F2P och barn menade någon av de svarande i denna studie att spelföretagen medvetet designar system riktade mot barn för att sedan gömma sig bakom att spelets åldersgräns riktar sig mot vuxna.

Att de svarande kommer till något olika slutsatser i studierna kan delvis bero på rollen som de svarande haft på respektive företag och därmed har olika tankar kring vem som bär ansvaret för barns spelande men det kan också vara så att utvecklarna idag har en ökad förståelse för vilka som faktiskt spelar F2P spel och vilken typ av design som kan trigga problematiska beteenden.

Salahuddin och Alperets (2022) fann att en mindre aggressiv intäktsgenerering också ger fler köp från fler spelare. Detta återspeglas delvis i denna studie där många av de svarande trycker på vikten av att fokusera på att få fler spelare att göra ett första köp än att fokusera på den lilla del av spelare som gör den stora andelen av köpen. Förhoppningen bland utvecklarna i Alha et al.:s studie från 2014 var att ribban för IAP:s skulle sänkas så att en större andel spelare gör ett köp och att detta skulle kunna leda till en mindre påträngande design kring IAP:s. De svarande i denna studie menar på att battle passes till viss del bidragit till större conversion rates och mindre påträngande design.

Denna studie visar klart att utvecklarna idag har ett större fokus på att nå ut till fler spelare och få fler att göra ett första köp. Detta kan tyda på att det finns en ökad medvetenhet kring problematiken med att ett fåtal spelare, s.k. "whales", står för en stor del av inkomsterna. Om detta i förlängningen leder till att branschen ser en ökad andel betalande spelare är något som framtida forskning får påvisa.

I Alha et al. studie fanns det också från utvecklarnas perspektiv en upplevelse av negativa åsikter gentemot F2P från många av användarna, framför allt från den grupp som brukar benämnas "hard core gamers". Något som de menade skulle bli bättre över tid då spelande skulle bli mer och mer accepterat som hobby. Detta tycks bekräftas av de svarande i denna studie som menar på att utvecklingen inom F2P de senaste åren, och kanske främst genom införandet av battle passes, fått de sista motvilliga spelarna att acceptera F2P. F2P är inte längre, till största del, begränsad till mobiltelefoner - idag är även många av de största titlarna på stationära enheter också F2P.

Den huvudsakliga slutsatsen som drogs i Alha et al. (2014) studie var att spelutvecklarna hade en mestadels positiv syn på F2P-modellen. Detta överensstämmer till stora delar med resultaten från denna studie. Motiveringen att utföra denna studie var för att se om spelutvecklarnas syn på F2P-modellen har förändrats sedan införandet av loot boxes och battle passes. Denna studie visar att loot boxes och battle passes inte har förändrat utvecklarnas syn på F2P i någon nämnvärd form men åsikterna om de olika inkomstmodellerna har nyanserats. Huruvida spelutvecklarna idag har en positiv syn på F2P eller ej kanske inte längre har så stor relevans då marknaden så tydligt domineras av F2P-modellen. Majoriteten av spelstudios skulle antagligen inte existera utan utvecklingen av F2P. Idag rör åsikterna kring modellen främst hur de olika inkomstmodellerna inom F2P implementeras och tankar kring eventuell problematik kopplat till dem och inte kring modellens vara eller icke vara.

Datorspelebranschen är under ständig utveckling och denna studie visar att F2P-modellen kan komma att förändras mycket under kommande år. Framtida forskning kommer behövas för att utröna om spelarna själva ser en förbättring kring de olika modellerna som de tidigare upplevt som påträngande och orättvisa. Eftersom majoriteten av utvecklarna i denna studie ser ett behov av reglering kring modeller som kan kopplas till problematiskt spelande, så kan det behövas ytterligare forskning kring effekterna av eventuell reglering på området.

Utvecklarna ser fortsatt positivt på F2P-modellen även om viss problematik ses gällande vissa inkomstmodeller och likheter med gambling. Bilden av de olika inkomstmodellerna har nyanserats och utvecklarna anser att det sällan är inkomstmodellerna i sig som är problematiska utan hur de implementeras och presenteras för användaren.

# Referenser

Alha, K., Koskinen, E., Paavilainen, J., Hamari, J., & Kinnunen, J. (2014). Free-to-Play games: Professionals' perspective. *Proceedings of DiGRA Nordic 2014*.

Alha, K. (2020). The rise of free-to-play: How the revenue model changed games and playing.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.

Freeman, G., Wu, K., Nower, N., & Wohn, D. Y. (2022). Pay to Win or Pay to Cheat: How Players of Competitive Online Games Perceive Fairness of In-Game Purchases. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(CHI PLAY), 1-24.

Hsiao, K. L., & Chen, C. C. (2016). What drives in-app purchase intention for mobile games? An examination of perceived values and loyalty. *Electronic commerce research and applications*, 16, 18-29.

Johannesson, P., & Perjons, E. (2014). *An introduction to design science* (Vol. 10, pp. 978-3). Cham: Springer.

Joseph, D. (2021). Battle pass capitalism. *Journal of Consumer Culture*, 21(1), 68-83.

Kristianto, D. (25 maj 2022). *2022 Gaming Spotlight*. Data.AI.  
<https://www.data.ai/en/insights/mobile-gaming/2022-gaming-spotlight-report/>

Laperdrix, P., Mehanna, N., Durey, A., & Rudametkin, W. (2022, April). The Price to Play: a Privacy Analysis of Free and Paid Games in the Android Ecosystem. In *Proceedings of the ACM Web Conference 2022* (pp. 3440-3449).

Petrovskaya, E., & Zendle, D. (2020). The battle pass: A mixed-methods investigation into a growing type of video game monetisation. OSF Preprints, Sep.

Riessman, C. K. (1993). *Narrative analysis*. Newbury Park, CA: SAGE Publishings, Inc.

Salehudin, I., & Alpert, F. (2022). Perceived aggressive monetization: why some mobile gamers won't spend any money on in-app purchases. *Electronic Commerce Research*, 1-23.

Swrve. (2019) *Swrve 2019 Monetization Report*.  
[https://cdn2.hubspot.net/hubfs/5516657/Monetization%20Report\\_final.pdf](https://cdn2.hubspot.net/hubfs/5516657/Monetization%20Report_final.pdf)

Taylor, P. (30 mars 2023) *Number of smartphone mobile network subscriptions worldwide from 2016 to 2022, with forecasts from 2023 to 2028*. Statista.  
<https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>

Thomas, D. R. (2006). A general inductive approach for analyzing qualitative evaluation data. *American journal of evaluation*, 27(2), 237-246.

Lapadat, J. C., & Lindsay, A. C. (1999). Transcription in Research and Practice: From

Vetenskapsrådet. (2017). *God Forskningssed*.

[https://www.vr.se/download/18.2412c5311624176023d25b05/1555332112063/God-forsknings-sed\\_VR\\_2017.pdf](https://www.vr.se/download/18.2412c5311624176023d25b05/1555332112063/God-forsknings-sed_VR_2017.pdf)

Yokomitsu, K., Irie, T., Shinkawa, H., & Tanaka, M. (2021). Characteristics of gamers who purchase loot box: a systematic literature review. *Current Addiction Reports*, 8, 481-493.

Yoo, J. M. (2015). Perceived value of game items and purchase intention. *Indian journal of science and technology*, 8(19), 2-7.

Zendle, D., Meyer, R., Cairns, P., Waters, S., & Ballou, N. (2020). The prevalence of loot boxes in mobile and desktop games. *Addiction*, 115(9), 1768-1772.

Zhao, Y. C., Wu, D., Song, S., & Yao, X. (2022). Exploring Players' in-Game Purchase Intention in Freemium Open-World Games: The Role of Cognitive Absorption and Motivational Affordances. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1-17.

# Bilaga 1 - Intervjuguide

Hej, vi håller på att undersöka spelutvecklares syn på free to play modellen och dess framtid och vi tar avstamp i framförallt en studie från 2014 som gjorde samma sak. Men sen dess har det hänt en del, bland annat har loot boxes och battle pass kommit och varit stora inkomstkällor för företagen. Vi vill se om utvecklarnas syn på modellen har förändrats i ljuset av de studier som visar att många spelare upplever modellerna som orättvisa och påträngande.

Och det är på grund av dessa stora förändringar vi vill undersöka ämnet igen med denna frågeställning:

Hur ser spelutvecklarna på F2P-modellen och dess nuvarande inkomstmodeller?

Vi kommer ställa några frågor som du eventuellt inte kan eller vill svara på vilket vi är fullt medvetna om och det är helt okej att säga att du inte vill svara.

Nu ska du först få kolla och ta ställning till vår samtyckesblankett innan vi börjar intervjun..

 Samtycke/Informationsblankett

Några frågor?

Bra, då börjar vi med lite kortare frågor:

## **Intro**

Utbildning?

Vad har du för bakgrund innan spelbranschen om någon?

Hur länge har du jobbat i branschen?

Vilken roll har du på ditt företag?

Hur många anställda har det företaget du jobbar på?

Jobbar du för tillfället med ett F2P spel?

Alt. Jobbar du med ett spel som har någon form av IAPs?

Om nej: Har du tidigare jobbat med F2P/IAP?

Om ja: Hur lång erfarenhet har du av att jobba med IAP

- Hur ser er primära inkomstmodell ut? Och varför har ni valt den?
- (Om det inte kommer upp) Har du någon personlig preferens på inkomstmodell?
- Hur ser er arbetsprocess ut och involverar ni eran målgrupp i arbetet med era inkomstflöden?

Hur ser du på utvecklingen av IAPs och F2P modellen de senaste åren? Vilka förändringar har du sett i inkomstmodellen under de senaste 5-10 åren?

Annonsmodellen?

- Fördelar/Nackdelar

- Hur ser du på utvecklingen av annonsmodellen de senaste åren?
- Hur jobbar du/ni med avvägningen med antalet annonser så att spelarna inte upplever det som negativt?

#### In game currency/cosmetics (IAPs)

- Hur har dessa delar förändrats senaste åren?
- Fördelar/Nackdelar?

#### Battle Pass

- Tycker du battle pass förändrat F2P modellen, på vilket sätt?
- Finns det några fördelar med att använda sig av battle pass kontra andra inkomstkällor?
- Ser du några nackdelar med battle passes? Beroende på typ av spel?

#### Pay to win?

- Vad är din åsikt?
- Hur ser du på utvecklingen av pay to win de senaste åren?
- Går det att ha utan att stöta sig med spelarbasen?
- Hur jobbar ni med balansen av eran inkomstmodell för att den ej ska upplevas som orättvis?

#### Ser du några baksidor med F2P modellen och isåfall vilka?

- I Belgien har man förbjudit loot boxes. Hur ser du på det? Vad tycker du om den typen av reglering?

#### Framtiden?

- Hur tror du att framtidens inkomstmodell för F2P spel kommer se ut?
- Diskuterar/brainstormar ni alternativa lösningar?
- Tror du att engångsbetalning av spel har någon framtid?