

Saku Syngelmä

Steam-alustan kannattavuus pienien kehittäjien näkökulmasta



Tradenomi
Tietojenkäsittelyn koulutus
Kevät 2020

Tiivistelmä

Tekijä(t): Saku Syngelmä

Työn nimi: Steam-alustan kannattavuus pienien kehittäjien näkökulmasta

Tutkintonimike: Tradenomi

Asiasanat: Kannattavuus, indie-kehittäjä, julkaisualusta, peliala, kilpailija-analyysi

Tämän opinnäytetyön aiheena on pelien digitaalisen jakelu- ja julkaisualusta Steamin kannattavuus tänä päivänä pienien pelinkehittäjien näkökulmasta.

Työssä syvennytään Steamin historiaan ja kehitysvaiheisiin sekä erityisesti sen nykyiseen asemaan markkinoiden suurimpana PC-pelaamisen alustana. Sen lisäksi perehdytään myös sen suurimpiin kilpailijoihin ja niiden heikkouksiin ja vahvuuksiin Steamiin verrattuna. Näihin kilpailijoihin kuuluu muun muassa Epic Game Store, Origin, Good Old Games, Uplay sekä Itch.io. Joitain vähemmän merkittäviä kilpailijoita on myös otettu huomioon tässä tutkielmassa, mutta aiempiin verrattuna vähemmän yksityiskohtaisesti.

Tulokset paljastavat, että Steamilla ei ole enää nykypäivänä vastaavanlaista monopolia, joka sillä on aikanaan ollut. Steam oli vuosia selkeästi paras vaihtoehto pienille kehittäjille, mutta ajan myötä tämä tilanne on alkanut muuttumaan. Pelien määrän valtava kasvu Steam Directin myötä ja sen aiheuttamat näkyvyysongelmat ovat vaikuttaneet alustan kannattavuuteen monien kehittäjien silmissä. Kilpailu on myös aggressiivisempaa kuin koskaan ennen, ja suurimpana vaikuttajana tähän on ollut Epic Game Store, joka on onnistunut lyhyessä ajassa muuttamaan monien pelinkehittäjien näkemystä PC-pelien markkinoiden tilanteesta. Vaikka vuosien aikana on ollut monia muitakin kilpailijoita, ja kaikilla niillä on joitain omia vahvuuksia ja heikkouksia, niistä yksikään ei ole pystynyt samaan tapaan haastamaan Steamia.

Steamin kannattavuus julkaisualustana vaihtelee paljon kehittäjäkohtaisesti, mutta on selkeää, että se ei ole yhtä kannattava kuin ennen. Pelien määrän takia enemmistö pienistä julkaisuista hukkuu pelien massan joukkoon. Peleille, jotka onnistuvat tämän kynnyksen ylittämään, Steam tarjoaa selkeästi parhaan mahdollisuuden menestyä, koska se on ylivoimaisesti suurin alusta markkinoilla. Steam ei ole monille kehittäjille enää yhtä kannattava, ja heidän kannattaakin harkita muitakin vaihtoehtoja.

Abstract

Author(s): Surname First name & Surname First name

Title of the Publication: Steam Platforms Profitability from the Perspective of Small Developers

Degree Title: Bachelor of Business Administration

Keywords: Profitability, indie developer, release platform, game industry, competitor analysis

The subject of this Bachelor's thesis is the digital distribution and release platform, Steam, and its profitability from the perspective of small game developers.

In this thesis I delve into the history of Steam, its development phases and especially its status as the biggest PC-gaming platform on the market. Furthermore, I go through many of its biggest competitors, and their strengths and weaknesses compared to Steam. These competitors include the Epic Game Store, Origin, Good Old Games, Uplay, and Itch.io. Some less significant competitors have also been taken into account, but in slightly less detail compared to the previously listed.

The results suggest that Steam doesn't have the same type of monopoly it once had. For years they were the best option on the market for small developers, but this situation started to change over time. The massive increase in the amount of games due to Steam Direct, and the visibility issues caused by this have affected their profitability in the eyes of many developers. Competition is now more aggressive than ever, and the biggest influencer to this has been the Epic Game Store. Even though there have been many competitors over the years, each with their own strengths and weaknesses, none of them have been able to challenge Steam like Epic Game Store has.

In conclusion, I can say that the profitability of Steam varies a lot from one developer to another, but it's clear that it isn't as worthwhile as it used to be. For small developers, releasing one's game only on Steam isn't very profitable, if they haven't marketed the game extremely well before launch. Due to the amount of games, a majority of small releases end up drowning among the mass of games. For those more successful games, that manage to overcome this hurdle, Steam offers the best chance for success, because it's still by far the biggest platform on the market.

Sisällys

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Johdanto | 1 |
| 2 | Steam, sen asema pelikulttuurissa ja sen käyttäminen julkaisualustana..... | 3 |
| 2.1 | Historia | 3 |
| 2.1.1 | Valve ja Steam..... | 3 |
| 2.1.2 | Vaikutus pelialaan | 6 |
| 2.2 | Steam julkaisualustana vuonna 2019..... | 8 |
| 2.2.1 | Nykyinen asema markkinoilla | 8 |
| 2.2.2 | Käyttäjät ja pelit | 9 |
| 2.3 | Pelin julkaiseminen ja Steamworks..... | 10 |
| 2.3.1 | Pelin julkaiseminen Steamissa | 10 |
| 2.3.2 | Steamworks..... | 13 |
| 3 | Kilpailijat, niiden edut ja ominaisuudet..... | 17 |
| 3.1 | Epic Games store..... | 17 |
| 3.2 | Origin..... | 21 |
| 3.3 | Good Old Games & GOG Galaxy | 23 |
| 3.4 | Uplay | 25 |
| 3.5 | Itch.io..... | 27 |
| 3.6 | Muita kilpailijoita..... | 28 |
| 3.6.1 | Humble Bundle/Humble Store..... | 28 |
| 3.6.2 | Microsoft Store | 29 |
| 3.6.3 | Battle.net..... | 30 |
| 3.6.4 | Discord Store..... | 30 |
| 4 | Tutkimustulosten vertailu | 31 |
| 4.1 | Steamin vahvuuksia ja heikkouksia..... | 31 |
| 4.2 | Kilpailijoiden vahvuuksia ja heikkouksia | 33 |
| 5 | Steamin kannattavuus nykypäivänä | 36 |
| 6 | Yhteenveto | 38 |
| | Lähteet | 40 |

Symboliluettelo

| | |
|---------------------------|--|
| Cloud-tallennus | Pelien data tallentuu pelin/palvelun ylläpitäjien serverille, tallennukset ovat jaettavia koneiden välillä, eivätkä vain yhdellä laitteella. |
| Currator Connect | Steamworksin ominaisuus, jolla pelinkehittäjät voivat helposti olla yhteydessä alustalla toimiviin kuraattoreihin, ja he voivat sitä kautta myös jakaa pelinsä heille. |
| Digitaalinen kauppapaikka | Internetissä toimiva kauppapaikka, jossa kaikki tuotteet (tässä tapauksessa pelit) julkaistaan digitaalisesti. |
| Discord | Markkinoiden suosituin ilmainen videopeliyhteisöille suunniteltu VoIP (Voice over Internet Protocol) sovellus, jossa pelaajat voivat helposti keskustella toistensa kanssa |
| DRM | DRM (lyhenne sanoista Digital Rights Management) on käytäntö asettaa teknisiä rajoituksia, jotka hallitsevat, mitä käyttäjät voivat tehdä digitaalisen median kanssa. |
| Game Developer Conference | Jokavuotinen konferenssi, jossa pelinkehittäjät ympäri maailmaa kokoontuvat pitämään puheita alaa koskevista asioista. |
| Humble Bundle | Pelien digitaalinen kauppapaikka, joka lahjoittaa osan pelien myynneistä saaduista voitoista hyväntekeväisyyteen. |
| Indie-kehittäjä | Pelien kehittäjät, joilla ei ole minkäänlaista julkaisijaa tukemassa heidän projektiaan. |

| | |
|--------------------------------|--|
| Itch.io | Leaf Corcoranin julkaisema verkkosivu, johon kehittäjät voivat ilmaiseksi julkaista pelinsä, ja pelaajat voivat ladata niitä. |
| Julkaisualusta/jakelualusta | Kauppapaikka (usein jonkinlaisen sovelluksen yhteydessä), jossa kehittäjät voivat julkaista/jakaa omia pelejään. |
| PC-peli | Tietokoneella pelattavat pelit. |
| Päivitysprosessi | Pelien julkaisun jälkeisten päivitysten tekeminen ja kaikki siihen kuuluvat askeleet. |
| Steamworks | Joukko työkaluja ja palveluita, jotka auttavat pelien kehittäjiä julkaisemaan pelinsä ja saamaan kaiken hyödyn irti sen jakelusta Steamissa. |
| Steamworks dokumentaatio | Valven ilmaiseksi tarjoama ilmainen dokumentaatio, joka kertoo kuinka Steamworks toimii. |
| Steam Direct | Maksullinen prosessi, joka kehittäjien tulee tehdä, jos he haluavat tuoda pelinsä Steamiin ja saada käyttöoikeudet Steamworksiin |
| Tilauspalvelu | Maksullinen palvelu, jonka käyttäjät voivat tilata kuukausittaista maksua kohtaan, joka tarjoaa heille erilaisia pelejä ja ominaisuuksia. |
| Valve | Steamin perustajayritys sekä monien suosittujen PC-pelien ja laitteiden kehittäjä. |
| Yksinoikeus/yksinoikeussopimus | Sopimus, joka määrittää pelin julkaisun vain jossain tietyssä kauppapaikassa. Tämä yksinoikeus voi kestää vain tietyn määritellyn ajan, ja ajan päättyessä sen voi julkaista myös muualla. |

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön aiheena on digitaalisen pelien julkaisu/jakelualustan, Steamin, kannattavuus nykypäivänä pienien kehittäjien näkökulmasta. Tämä kattaa kaikki pienikokoiset yritykset ja varsinkin indie-kehittäjät, joilla ei ole julkaisijaa tukemassa heidän peliään. Viimeisen vuoden aikana alustan kannattavuudesta on tullut kiihkeä puheenaihe pelialalla, koska Steam on palveluna saanut enemmän kilpailua PC-markkinoilla kuin koskaan ennen, ja tämä on herättänyt paljon keskustelua peliyhteisöissä. Tätä aihetta voi tutkia monesta eri näkökulmasta, mutta haluan erityisesti painottaa tässä tutkielmassa pienien kehittäjien näkökulmaa. Olen itsekin käynyt pienenä kehittäjänä tämän Steamin julkaisuprosessin läpi, joten tämän tutkielman aihe kohdistuu myös minuun itseeni.

Tässä tutkielmassa perehdytään siihen mikä Steam itsessään on, miten se on päässyt nykyiseen asemaansa ja miksi useat kehittäjät ovat viime aikoina alkaneet siirtymään kilpailevien palveluiden puolelle. Tämän selventämiseksi käyn myös lävitse joitain Steamiin suurimpia kilpailijoita ja niiden tarjoamien palveluiden etuja sekä heikkouksia, jotta voin muodostaa tasapuolisen näkemys siitä, miksi kehittäjät valitsisivat jonkin näistä alustoista. Lopussa suoritan näiden eri alustojen vertailun, ja tavoitteena on sen avulla päästä puolueettomaan johtopäätökseen aiheesta.

Tietyillä osa-alueilla minulla on jonkin verran omaa kokemusta Steam-julkaisujen tekemisestä ja niiden menestymisestä nykymarkkinoilla. Kaikista tutkielmassa käsiteltävistä alustoista olen myös käyttänyt Steamia ylivoimaisesti pisimpään, mutta minulla on jonkin verran aiempaa kokemusta jokaisesta julkaisualustasta, jotka olen ottanut tähän mukaan. Olen tiimini kanssa vuoden 2019 aikana julkaissut kaksi peliä Steam-alustalle, ja valitettavasti näistä kumpikaan ei ole erityisemmin menestynyt. Tämän pohjalta minulla on siis jo jonkinlainen henkilökohtainen käytännön näkemys tähän tutkielman aiheeseen. Yritän kuitenkin pitää omat aiemmat mielipiteeni mahdollisimman kaukana tämän tutkielman johtopäätöksistä ja pysyä mahdollisimman puolueettomana.

Tämä tarkoittaa kuitenkin sitä, että olen perehtynyt hyvin jo ennen kirjoittamisen aloittamista siihen, miten Steamin julkaisuprosessi käytännössä tapahtuu, joten tämän osalta aihealue on jo entuudestaan tuttu. Pelin julkaisemisen osalta muut tässä tutkielmassa käsiteltävistä kauppapaikoista ovat vähemmän tuttuja, ja olen aiemmin käyttänyt niitä vain kuluttajana, mutta en kehittäjänä. Muista alustoista itch.io on ainoa, jossa olen julkaissut jotain aiemmin, mutta kaikki omat pelijulkaisuni siellä ovat olleet ilmaisia, joten en kutsu niitä kaupallisiksi julkaisuiksi.

Suurena haasteena tässä aiheessa on tiedon ajankohtaisuus ja luotettavuus. Koska tutkielmassa käsitellään julkaisualustan tämän hetkistä kannattavuutta, kaiken käytettävän tiedon tulee olla ajankohtaista, koska vanhentunut tieto voi olla rajusti väärässä. Joihinkin osa-alueisiin, joita tässä käsitellään, on jo tätä tutkielmaa kirjoittaessa tullut muutoksia, joita on pitänyt ottaa huomioon aihetta tutkiessa. Tästä syystä enemmistö käytettävistä lähteistä tulee olemaan erilaisia artikkeleita tai vastaavia julkaisuja, koska niissä oleva tieto on kaikista tuoreinta. Kirjojen puolelta ja tietokannoista ei löydy kovinkaan paljoa käyttökelpoista tietoa tämän aiheen osalta, julkaisualustojen historiaa koskevien asioiden ulkopuolelta. Käyttökelpoisia lähteitä valitessa tulee vain olla tarkkana, koska tämä on sellainen aihealue, jossa mielipiteisiin pohjautuvaa tietoa on liikkeellä paljon.

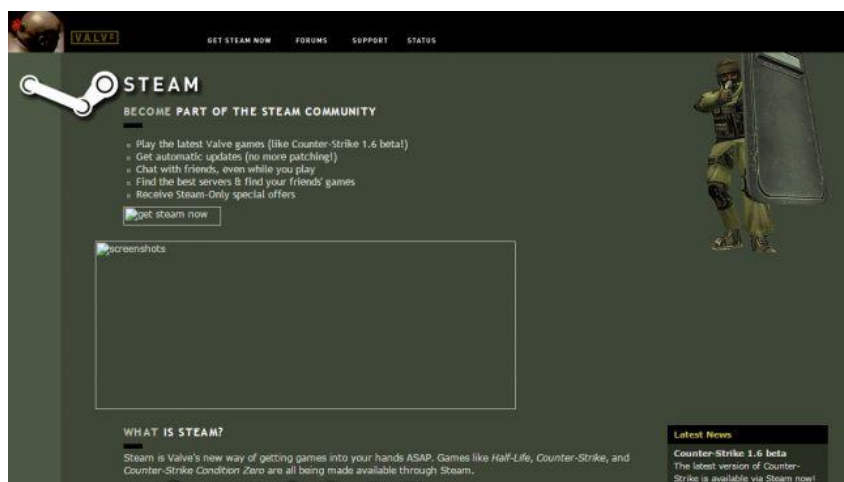
2 Steam, sen asema pelikulttuurissa ja sen käyttäminen julkaisualustana

Tämä tutkielma on jaettu kolmeen laajaan osa-alueeseen. Lyhyesti tiivistettynä nämä ovat Steam, sen kilpailijat ja tutkimustulosten vertailu. Näiden jälkeen on tavoitteena pystyä vastaamaan tutkielman suurimpaan kysymykseen eli Steamin kannattavuuteen nykypäivänä. Ensimmäisessä osiossa, eli Steamia koskevassa osiossa, käyn läpi sen historiaa, sen paikkaa pelikulttuurissa ennen ja tänä päivänä, siihen liittyvää dataa ja tilastoja sekä itse julkaisuprosessin rakennetta. Näihin perehtymällä saa selkeämmän kuvan siitä, miksi joku kehittäjä haluaisi vuonna 2019 valita Steamin pelinsä julkaisualustaksi.

2.1 Historia

2.1.1 Valve ja Steam

Valve, joka oli aiemmin tunnettu pc-pelien kehittäjänä (esimerkiksi Half-Life ja Counter-Strike), loi Steamin vuonna 2003. Alun perin Valve loi alustan omia pelejään varten, joista suurin vaikuttaja oli siihen aikaan Counter-Strike. Steamin tarkoitus oli mahdollistaa Valven pelien julkaiseminen yhdessä paikassa, ja sen piti helpottaa myös niiden päivitysprosessia. Tämän lisäksi sen oli tarkoitus helpottaa peleissä liikkuvien huijareiden kiinni saamista. Kokonaisuutena se oli enemmänkin suunnattu Valven omaan käyttöön, eikä samaan tapaan kaikille kehittäjille kuin tänä päivänä. Alla olevassa kuvassa näkyy, miltä Steamin alkuperäinen ulkoasu on näyttänyt. (Sayer & Wilde 2018.)

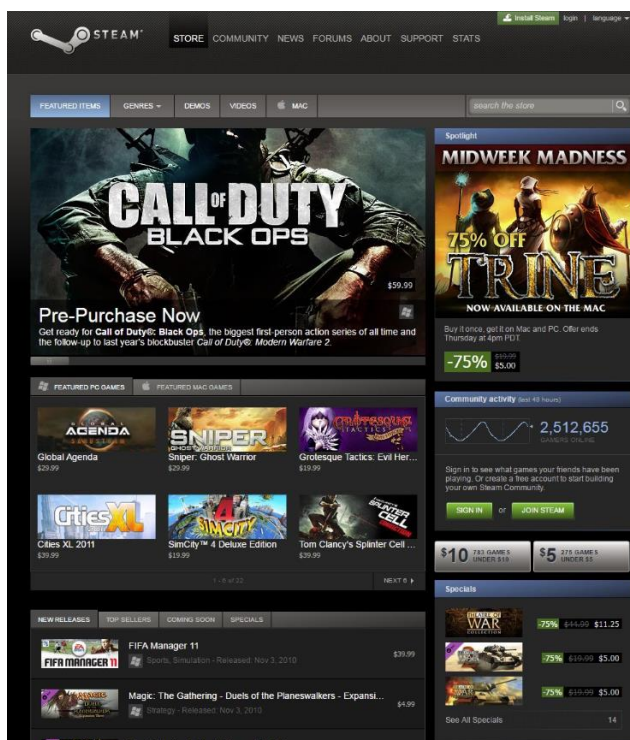


Kuva 1. Steamin alkuperäinen ulkoasu (Sayer & Wilde 2018)

Vuonna 2004 Valve julkaisi suurimman pelinsä, Half-life 2:n, ja tämän julkaisun yhteydessä he julkistivat, että tulevaisuudessa kaikki Valven PC-pelit julkaistaisiin vain Steamissa. Jos halusi päästä käsiksi yhteen odotetuimmista jatko-osista, täytyi ladata Steam sovellus. Siihen aikaan monet pelaajat sekä kehittäjät olivat tätä muutosta vastaan, koska Steam oli kankea alusta käyttää huonon käyttöliittymän takia. Tämän lisäksi siinä oli vielä paljon teknisiä ongelmia, kuten esimerkiksi jos palvelun serverit eivät toimineet oikein, pelaajat eivät päässeet peleihinsä käsiksi, koska Steam vaati silloin jatkuvan internetyhteyden. Se ei myöskään tarjonnut lähellekään yhtä paljon ominaisuuksia kuin tänä päivänä, joten sen käyttö oli myös rajoittavaa. (Sayer & Wilde 2018; Dunn 2013.)

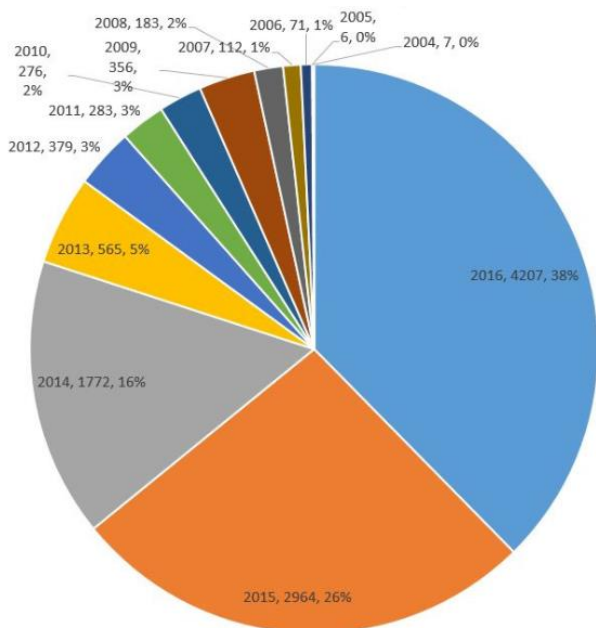
Vuosien 2005 ja 2009 välillä Steam alkoi muuttumaan enemmän nykyistä tyyliä päin. Käyttöliittymä sai paljon parannuksia, ja ominaisuuksien määrä kasvoi huomattavasti. Merkittävämpänä muutoksena Valve alkoi hyväksymään muiden kehittäjien pelejä alustalleen, ja tämä oli se suuri muutos, joka lähti tuomaan Steamia nykyiseen suuntaan. Vuonna 2005 Ragdoll Kung Fu ja Darwinia olivat kaksi ensimmäistä muiden kehittäjien peliä, jotka pääsivät kauppapaikalle myyntiin. Vuoden 2006 aikana pelien määrä oli saavuttanut yhteensä jo lähes sadan pelin rajan. Tuon vuoden aikana Steam alennukset alkoivat myös ensimmäistä kertaa, ja niistä muodostui perinne, joka on ollut yksi isoimpia vaikuttajia alustan suosion kasvamisessa. Monille pelaajille ne olivat yksi parhaimmista asioista, joita palvelu tarjosi, koska sieltä löytyi usein paljon halvempia tarjouksia verrattuna mihinkään muuhun kauppapaikkaan, ja ne tukivat myös pieniä kehittäjiä. Alennusten myötä pääsivät esille monet pienet pelit, joita pelaajat eivät olisi muuten koskaan saattaneet löytää. (Sayer & Wilde 2018; Dunn 2013.)

Vuonna 2010 Steam sai suuren ulkoasun päivityksen, joka uudisti lähes täysin koko palvelun tyylin. Vielä tänäkin päivänä jotkin elementit näyttävät lähes samalta kuin tuon päivityksen jälkeen, joten monet asiat tässä uudistetussa ulkoasussa ovat kestäneet aikaa hyvin. Tästä eteenpäin Valve on tiheään tuonut Steamiin uusia ominaisuuksia, joista monet ovat olleet suuria muutoksia ja osa selkeästi pienempiä. Monet muutoksista eivät päällepäin ole helposti huomattavissa, mutta kulissien takana asiat ovat muuttuneet aika paljon. Monet suurimmista muutoksista ovatkin tapahtuneet kauppapaikan ulkopuolella. Kuvassa 2 näkyy, miltä Steamin kaupan rakenne näytti tuolloin vuonna 2010.



Kuva 2. Steam-kauppapaikan ulkoasu ja rakenne vuonna 2010.

Steam Greenlight ja sen seuraaja Steam Direct ovat olleet joitain merkittävimmistä muutoksista joita alustalle on tapahtunut viime vuosikymmenen aikana. Greenlight otettiin käyttöön vuonna 2012, ja sen avulla kaikki kehittäjät pystyivät tuomaan pelinsä ilmaiseksi esille. Greenlightin keskeisenä ideana oli antaa pelaajille mahdollisuus äänestää, halusivatko he jonkin tietyn pelin Steamiin myyntiin. Tämä johti siihen, että myynnissä olevien pelien määrä lähti rajuun nousuun, kun tuhannet kehittäjät alkoivat laittamaan pelejään Greenlight sivulle. Monet olivat kuitenkin sitä mieltä, että Steam Greenlight aiheutti vahinkoa alustan kauppapaikalle, koska monet pelaajat äänestivät joitain pelejä vitsinä sinne ja se oli kehittäjille täysin ilmaista, joten myyntiin tuli paljon heikkolaatuisia pelejä. Kesäkuussa 2017 Greenlight poistettiin käytöstä, ja sen korvasi Steam Direct, joka on käytössä vielä tänäkin päivänä. Direct poisti pelien äänestyksen kokonaan ja nyt kehittäjät pystyivät täysin itse päättämään, halusivatko he tuoda pelinsä myyntiin, ilman että pelaajat pääsivät itse valitsemaan niitä mitenkään. Ainoana pakollisena vaatimuksena prosessin käynnistämiseen oli pieni maksu pelin kauppapaikalle tuomisesta. Kuvasta 3 näkyy, kuinka paljon Steamissa olevien pelien määrä on kasvanut vuosien aikana, ja siinä painotetaan erityisesti Greenlightin ja Directin aiheuttamia vaikutuksia. (Chalk 2017.)



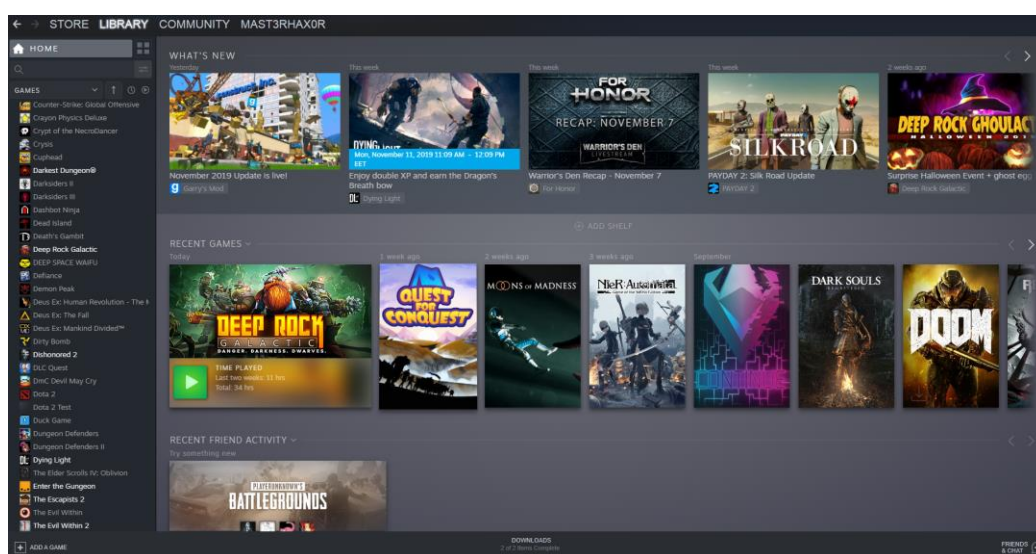
Kuva 3. Kuinka paljon Steamissa on julkaistu pelejä vuosien 2004 ja 2016 välillä (Steamspy 2016)

2.1.2 Vaikutus pelialaan

Valve loi käytännössä uuden kodin PC-pelaamiselle ja vuosien aikana muovasi rajusti PC-pelaamisen tulevaisuutta sekä toi sen takaisin koko alan keskiöön. 2000-luvun aikana puhuttiin monesti, että PC-pelaamisen tulevaisuus näyttää synkältä, ja tämä tilanne on kääntynyt täysin ympäri viimeisen vuosikymmenen aikana. Useat toiset firmat ovat yrittäneet luoda omia versioitaan Steamista, mutta puhtaan menestyksen puolesta yksikään niistä ei ole päässyt lähellekään Valven menestystä. Valve ei ole enää viime vuosina keskittynyt samalla tavalla pelien kehittämiseen kuin ennen. Sen sijasta se on panostanut enemmän muihin alueisiin, joista suurimpia ovat Steam, Steam OS käyttöjärjestelmä ja monet oheislaitteet PC:lle, kuten Steam Controller sekä Steam Index VR-laite. Tätä työtä kirjoittaessa Valve ilmoitti ensimmäistä kertaa vuosiin, että se on palannut työskentelemään uuden yksinpeliprojektin kanssa, ja aikoo julkaista sen vuoden 2020 aikana. On sinänsä ymmärrettävää, miksi he ovat siirtyneet ajan myötä koko ajan kauemmaksi pelinkehityksestä, kun he pääsevät helpolla, vaikka he eivät kehittäisi mitään, kun he silti saavat osan kaikista Steamissa myydyistä peleistä. On myös ymmärrettävää, miksi muut yhtiöt ovat halunneet lähteä kilpailemaan omien vastaavien alustojensa kanssa.

Steamin imago pelaajien ja kehittäjien silmissä on vuosien aikana muuttunut paljon siitä, mikä se oli silloin, kun se perustettiin. Alustan alkuaikoina monet näkivät sen uhkana PC-pelaamisen tulevaisuudelle, koska se vaati jatkuvan internetyhteyden aikana, jolloin tämä ei ollut vielä normaalia. Internetyhteyksien yleistymisen myötä tämä ongelma on kuitenkin ratkaissut itsensä, ja tämän lisäksi Steamissa on pystynyt pelaamaan pelejä ilman aktiivista internetyhteyttä jo vuosia. Ajan myötä Steam on muuttunut pelkästä PC-pelien alustasta ja kauppapaikasta sosiaaliseksi palveluksi, jossa voi olla helposti yhteydessä kavereihin pelkän pelaamisen ulkopuolellakin. Tämäkin on yksi iso syy siihen, miksi se on suosittu pelaajien keskuudessa. Jos kaikki kaverit löytyvät yhdeltä alustalta, niin toiselle vaihtaminen ei kuulosta kovin houkuttelevalta useimmille pelaajille.

Monien pelaajien sekä myös kehittäjien mielestä vuoden 2010 jälkeinen aika oli Steamille kulta-aikaa, kun kauppapaikalla tarjottiin selkeästi laadukkaita pelejä ja massiivinen pelien vyöry ei ollut vielä alkanut. Muita kilpailijoita ei ollut vielä paljoa, ja Steam tarjosi monia ominaisuuksia, joita kukaan muu ei PC-markkinoilla tarjonnut. Kehittäjien osalta tämän vuosikymmenen alussa Steamiin pääseminen oli suuri voitto monille. Siihen aikaan kilpailun määrä oli paljon pienempi, joten muiden joukosta erottuminen oli helpompaa ja pelaajat pääsivät helposti käsiksi kaikkiin uusiin julkaisuihin. Steam on kuitenkin menettänyt jonkin verran arvoaan vuosien aikana useiden kehittäjien silmissä, kun kilpailun määrä on noussut räjähdysmäisesti Greenlightin ja Directin myötä. Tässä on toisaalta isona vaikuttajana myös koko alan kasvaminen vuosien aikana, mutta tässäkin Steam on osittain ollut vaikuttajana, kun pelien saaminen myyntiin on helpottunut sen takia paljon, ja se on saanut useita Indie-kehittäjiä liikkeelle. Kuvasta 4 näkee, miltä Steamin päivitetty ulkoasu näyttää tänä päivänä.



Kuva 4. Steam kirjaston päivitetty ulkoasu vuonna 2019.

2.2 Steam julkaisualustana vuonna 2019

2.2.1 Nykyinen asema markkinoilla

Ajan myötä tilanne on kuitenkin muuttunut paljon. Viime vuosien aikana monet alustan käyttäjät ovat katsoneet pahalla sitä, jos muut firmat ovat yrittäneet lähteä kilpailemaan Steamin kanssa PC-markkinoilla. Koska Steam piti niin pitkään monopoliasemansa, siitä ehti muodostua standardi monille PC-pelaajille. Monille suurena kynnyksenä oli se, että heidän kaikki pelinsä olivat jo vuosien aikana kertyneet Steam-tilille, joten miksi kannattaisi käyttää toisen julkaisijan palvelua, jossa heidän pelikokoelmansa ei ole. PC-pelaajayhteisöjen jakautuminen on myös ollut monella huolenaiheena. Kun eri alustoja ja sovelluksia tulee koko ajan lisää, niin se jakaa pelaajayhteisöjä enemmän, ja tämän osalta tilanne onkin mennyt huonompaan suuntaan viime vuosina.

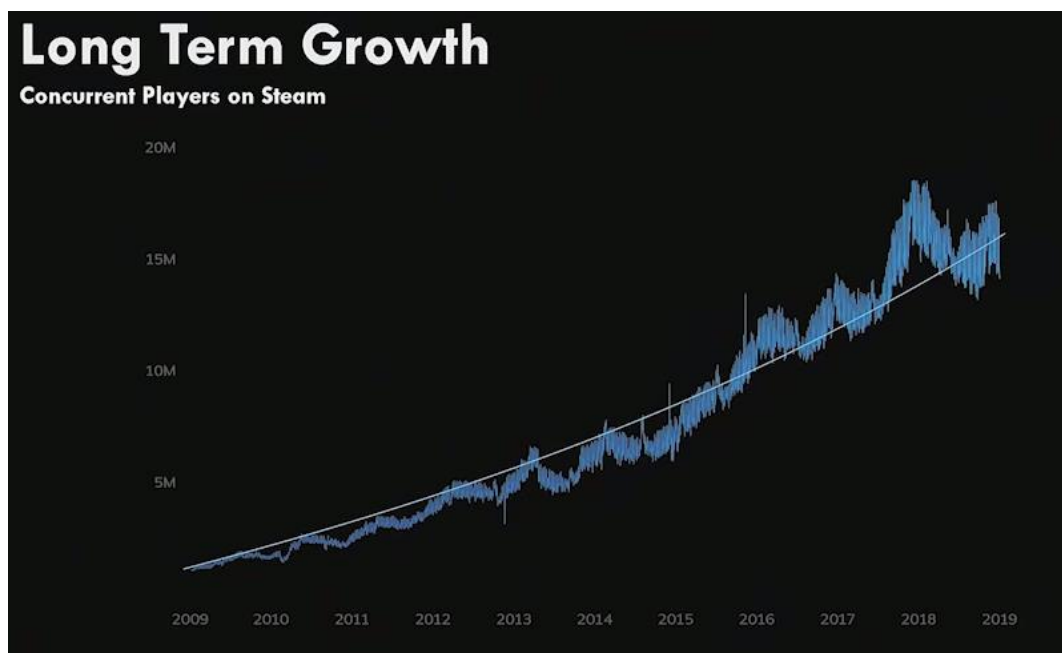
Vuosien aikana Valve sai monien pelaajien keskuudessa maineen ystävällisenä firmana, joka jakoi pelaajille hyviä pelejä halvalla ja julkaisi hyvän alustan, jossa voi helposti pelata ja olla muutenkin yhteydessä kavereiden kanssa. Valve on kuitenkin yritys ihan samaan tapaan kuten niiden kilpailijat, ja monet kuluttajat eivät ilmeisesti ymmärtäneet, että hekin ovat loppujen lopuksi aina voittojen perässä, sen sijaan että he tekisivät kaiken hyväsydämyytensä takia. Ihmiset ovat vuosien aikana alkaneet tajuamaan, että ehkä Valve ei olekaan firmana heidän ystävänsä, minkä ei realistisesti pitäisi tulla kenellekään yllätyksenä. Tuosta aiemmasta imagosta ei toisaalta voi syyttää Valvea itseään koska pelaajat olivat ne, jotka tällaisen kuvan heistä muodostivat mielessään.

Tänä päivänä Steam on maailman suurin digitaalinen jakelualusta PC-peleille. Vuonna 2017 se tienasi 4,3 miljardia dollaria, ja se oli rahallisesti paras vuosi mitä Valve/Steamilla oli ollut. Tämä tarkoittaa, että vuonna 2017 Steam tienasi 18 % kaikista PC-pelien tuloista. Tämän jälkeen tilanne on jokseenkin muuttunut. Kovaa kilpailua alkoi nousemaan ensimmäistä kertaa digitaalisten alustojen markkinoilla vuoden 2018 lopussa, ja monet suuret julkaisut ovat vuoden 2019 aikana olleet yksinoikeudella myynnissä toisissa kauppapaikoissa. Vaikka tilanne on nyt huonomman näköinen kuin viime vuosien aikana, Steamin kauppapaikan pelimyynnit kattavat siltikin lähes 95 % kaikista PC-alustalla myydyistä peleistä. (Bailey 2018)

Valve otti käyttöön uuden tasopohjaisen voitonjakojärjestelmän, joka tukee suuria pelijulkaisuja selkeästi enemmän. Valven suuntaan oli tullut paljon painostusta heidän voitonjakonsa suhteen (70/30), mutta tulleet muutokset eivät tyydyttäneet monia. Valve on tehnyt pieniä muutoksia tähän järjestelyyn, mutta sillä tavalla, että se tukee enemmän hyvin menestyviä pelejä antamalla heille suuremmat voittoprosentit tiettyjen tulorajojen ylittyessä. Tämän uuden voitonjakojärjestelyn mukaan, jos peli tienaa yli kymmenen miljoonaa dollaria, tätä prosenttia voidaan nostaa 75/25-jakoon. Jos peli tienaa yli 50 miljoonaa, silloin tuo nostettaisiin 80/20-jakoon. Tämän muutoksen myötä isommat firmat hyötyisivät enemmän Steamin tukemisesta ja siitä, että he laittaisivat pelinsä sinne myyntiin, kilpailevien kauppapaikkojen sijasta. Samanaikaisesti enemmistö pienistä kehittäjistä voi vain haaveilla tuollaisista luvuista, joten he jäävät helposti suurempien kehittäjien jalkoihin. Useat kehittäjät ovatkin olleet äänekkäästi näitä muutoksia vastaan, koska ne eivät millään tavalla tue jo valmiiksi vaikeassa tilanteessa olevia pienempiä kehittäjiä, vaan juuri päinvastoin. (Valentine 2018)

2.2.2 Käyttäjät ja pelit

Vuoden 2019 alussa Valve julkisti, että Steamissa on nykyään yli miljardi rekisteröitynyttä käyttäjää, joista yli 90 miljoonaa on kuukausittain aktiivisia käyttäjiä. Marraskuussa 2019 tämä luku on jo lähes 95 miljoonaa, ja se ei ole näyttänyt hidastumisen merkkejä. Käyttäjien määrä on vaikuttava, mutta on tärkeää muistaa, että osa noista on voi olla erilaisia huijaus tai bottikäyttäjiä. Päivittäisiä aktiivisia käyttäjiä Steamilla on keskimäärin noin 13 miljoonaa koko ajan. Molemmat noista luvuista ovat tasaisesti nousseet vuosien aikana. Viime vuoteen verrattuna kuukausittain aktiivisia käyttäjiä on nyt keskimäärin 23 miljoonaa enemmän. Isona vaikuttajana käyttäjämäärän nousuun on ollut alustan suosion kasvaminen Kiinassa muutaman viime vuoden aikana. Kuvasta 5 näkyy, kuinka paljon samaan aikaan aktiivisten pelaajien määrä on noussut vuodesta 2009 asti. (Lanier 2019)



Kuva 5. Steamissa samaan aikaan aktiivisten pelaajien määrän nousu vuosien aikana (Steamworks development 2019)

Vuoden 2019 alussa Steamspy julkisti, että Steamissa on julkaistu lähes 28 000 peliä, ja näistä peleistä 60 % on julkaistu viimeisen kahden vuoden sisällä. Tästä luvusta näkee selkeästi, kuinka räjähdysmäinen vaikutus Steam Directillä on ollut pelien määrään. Ennen Greenlightia ja Directiä pelejä julkaistiin keskimäärin 5 kappaletta päivässä. Greenlightin olemassaolon aikana päivittäin julkaistujen pelien määrä oli noin 70 päivässä, ja Directin myötä se on vain noussut rajusti ylöspäin. Tänä päivänä pelejä julkaistaan päivässä keskimäärin yli 180, ja jos Steam Directiin ei tule minkäänlaisia muutoksia tulevaisuudessa, tuo numero tulee todennäköisesti vain jatkamaan nousua. Vuoden 2019 edetessä Steamin pelikirjasto ylitti 30 000 pelin rajan. (Bolding 2019)

2.3 Pelin julkaiseminen ja Steamworks

2.3.1 Pelin julkaiseminen Steamissa

Steamin isoin ongelma monien kehittäjien silmissä on kauppapaikalla pelien massasta erottuminen, ja tämä on viime vuosina mennyt huonompaan suuntaan koko ajan. Tämä on yksi suurimpia syitä siihen, miksi ihmiset harkitsevat, ja ovatkin siirtyneet toisille alustoille. Vaikka Steam tarjoaa potentiaalisesti korkeimmat myyntitulot ylivoimaisesti suurimman käyttäjäkuntansa takia, joka

päivä julkaistavien pelien valtava määrä tekee menestymisen todennäköisyydestä pienen, jos kehittäjät eivät saa pelilleen heti julkaisun yhteydessä näkyvyyttä. Suurilla yrityksillä tämä ei ole ongelma, koska isot markkinointikampanjat tuovat kyseiset pelit näkyville joka tapauksessa, ja nämä yritykset ja kehittäjät saatetaan tietää pelkän nimen perusteella jo entuudestaan. Steam on yrittänyt vuosien aikana julkaista monia päivityksiä, jotka tekisivät näkyvyyden saamisesta kaupassa helpompaa, mutta mikään ratkaisu ei ole täysin toiminut pelien määrän valtavaan kasvuun verrattuna. Yksi suuri päivitys, jolla tätä ongelmaa yritettiin ratkaista, oli Steamin Discovery, jonka oli tarkoitus tuoda pelejä tasapuolisesti kaikkien nähtäväksi. Monien aiempien päivitysten tapaan tämä on kuitenkin tukenut enemmän jo aiemmin menestyneitä julkaisuja, samalla kun huomiota tarvitsevat ovat tallautuneet jälleen massan alle. (Steamworks development 2019; Brown 2019.)

Tilastollisesti on laskettu, että vuosi 2019 on ollut heikoin vuosi Steamille pitkään aikaan. Indie-pelien myynnit ovat laskeneet 70 % aiempaan verrattuna, ja keskimääräisesti kaikkien pelien tulot ovat laskeneet alustalla 47 % viime vuodesta. Nämä numerot tarkoittavat sitä, että Steamissa julkaistut pelit myyvät keskimäärin 1500 kappaletta ja tekevät voittoa noin 18 000 €. On tärkeää kuitenkin muistaa, että nuo numerot ovat kaikista myynnissä olevista peleistä, ei pelkästään pienistä indie-peleistä. Hyvin menestyneet pelit, jotka ovat myyneet miljoonia, muuttavat molempia noista luvuista selkeästi ylöspäin. Pelien hinnat ovat myös menneet alaspäin, niiden keskimääräinen hinta oli viime vuonna noin 12 €, ja tämä luku on nyt noin 10 €. Kaikista näistä listatuista luvuista näkee selvästi, että PC-markkinoilla tapahtuneet muutokset ovat vaikuttaneet Steamiin. Joka vuosi julkaistujen pelien määrä on vain kasvanut ja samaan aikaan pelien myynnit ovat keskimäärin selkeässä laskussa. Steam on aiemmin ollut iso vaikuttaja indie-pelien suosioon nousussa ja näin raju lasku näyttää heikolta monien pienien kehittäjien tulevaisuuden kannalta. Onkin siis ymmärrettävää, miksi monet indie-kehittäjät haluavat kokeilla onneaan muilla alustoilla. (Rose 2019)

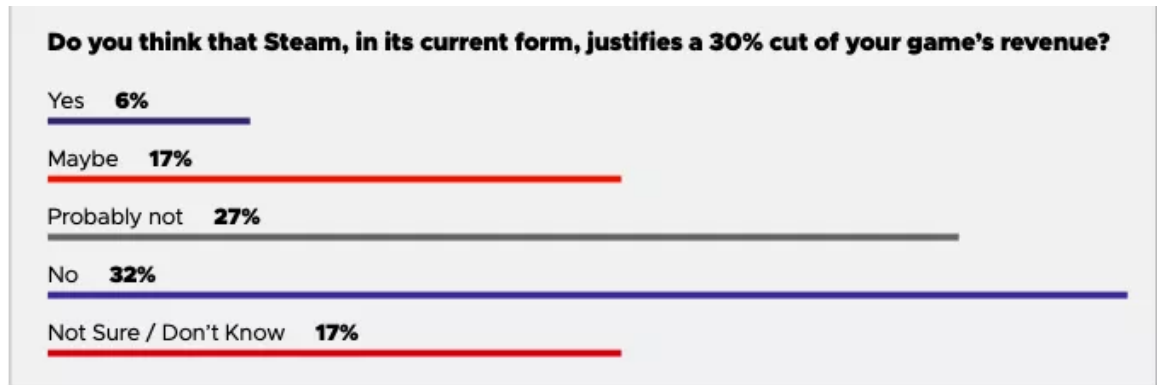
Jokaisesta pelistä, joka Steamissa myydään, Steam ottaa 30 % myyntituloista itselleen. Viimeisen vuoden aikana tästä prosentista on tullut suuri puheenaihe, koska Epic Games julkisti ottavansa käyttöön 12 % voitonjakoprosentin omalla kauppapaikallaan (tästä lisää tietoa myöhemmin tekstissä). Vaikka Steamin käyttämä prosentti on nyt joutunut kovan kritisoinnin alaiseksi, on kuitenkin muistettava, että 30 % on ollut standardi alalla jo pitkään ja monet muutkin kauppapaikat käyttävät sitä. Tässä tapauksessa kilpailutus on toiminut isona vaikuttajana tämän keskustelun yleistymisessä. Monet kehittäjät ovat myös olleet sitä mieltä, että tämä luku ei enää tänä päivänä realistisesti skaalaannu halvempien datansiirtokustannuksien kanssa, jotka olivat isona vaikutta-

jana tuon prosentin valitsemiseen silloin kun Steam perustettiin. Joka tapauksessa kilpailun nouseminen ja Epic Gamesin tarjoama, selkeästi kehittäjien osalta parempi voitonjako, on vaikuttanut monien kehittäjien mielipiteeseen tuosta aiemmasta standardista. Kuvassa 6 on nähtävissä, kuinka paljon eri alustat ja kauppapaikat ottavat itselleen kertyneistä voitoista. (Marks 2019)



Kuva 6. Kuinka paljon alustojen omistajat ottavat pelien myyntituloista itselleen (Marks 2019)

Tänä vuonna tästä aiheesta pidettiin kysely, jossa pelien kehittäjät pääsivät vastaamaan, ovatko he tyytyväisiä Steamin tällä hetkellä tarjoamaan voitonjakoon. Kyselyyn vastasi lähes 4000 kehittäjää, ja vuoden 2019 Game Developers Conference tapahtumassa tulokset julkistettiin, joista kävi ilmi, että vain 6 % vastanneista olivat täysin tyytyväisiä tähän nykyiseen voitonjakoon ja lähes kolmasosa vastanneista eivät olleet enää tyytyväisiä. On tärkeää kuitenkin huomioida, että tämän kyselyn suhteen ei julkistettu, millaisista firmoista nämä kehittäjät olivat, joten näistä ei voi tarkalleen sanoa, että minkälaisia kehittäjiä vastanneet edustivat. Monet vastanneista kehittäjistä toivovat, että Steam tukisi enemmän pieniä kehittäjiä tulevaisuudessa ja yrittäisi saada heille enemmän näkyvyyttä kauppapaikallaan. Tuosta voi olettaa, että ainakin suuri osa vastanneista on edustaneet pieniä kehittäjiä. Seuraavasta kuvasta näkyy, miten kyselyn tulokset tarkalleen jakautuivat. (Kuchera 2019)

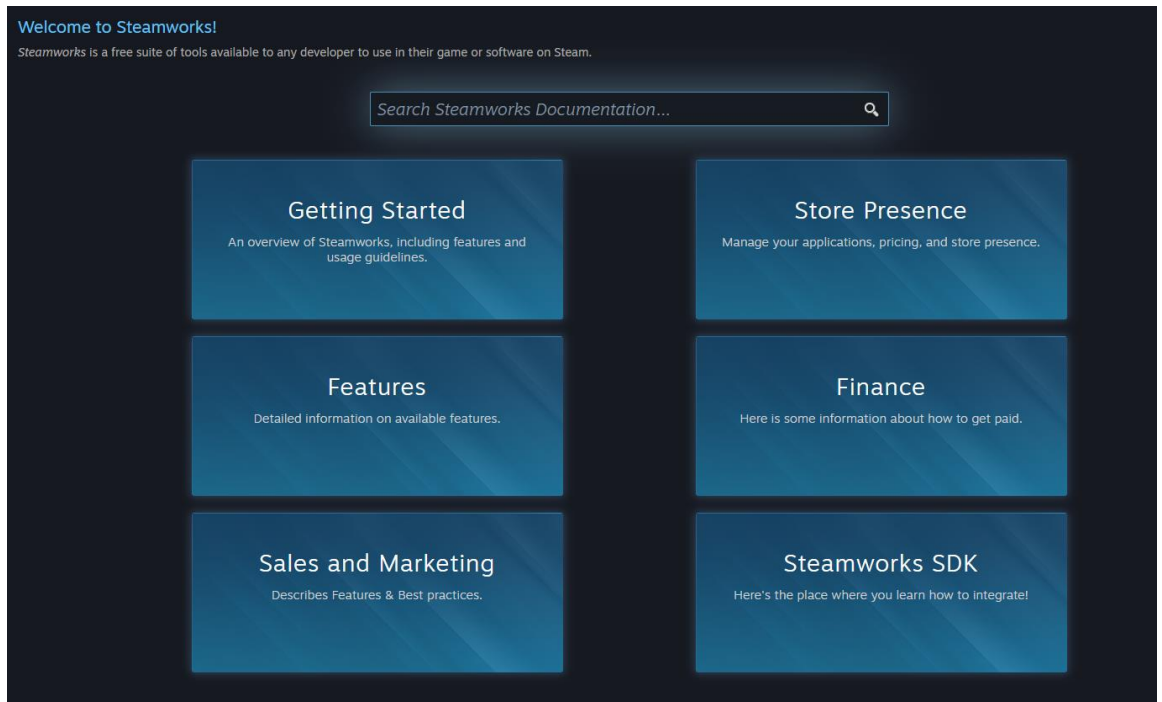


Kuva 7. Kyselyyn vastanneiden kehittäjien tyytyväisyys Steamin tällä hetkellä tarjoamaan 30 % voitonjakojärjestelmään. (Kuchera 2019)

2.3.2 Steamworks

Aiemmassa kohdassa katsottiin Steam julkaisua rahalliselta puolelta ja yleisen kannattavuuden osalta, mutta tässä osiossa syvennytään enemmän pelien julkaisun käytännön prosessiin ja siihen, miten se tapahtuu Steamworksia käyttäen. Miten pelin kehittäjä saa pelinsä Steamiin ja mitä kaikkea se vaatii? Tässä keskeisinä käsitteinä toimivat jo aiemmin mainittu Steam Direct ja Steamworks. Olen itse käyttänyt Steamworksia aktiivisesti kahden peliprojektin aikana viimeisen vuoden sisällä, ja se on tullut minulle jo tutuksi tänä aikana. Varsinkin julkaisuprosessi ja kaikki sen askeleet ovat tuttuja itselleni, ja kirjoitankin tässä kohdassa enimmäkseen omien kokemuksieni pohjalta, jotka ovat syntyneet Steamworksia aktiivisesti käyttäessä ja opiskellessa. Käytän tarvittaessa myös Valven itse tarjoamaa dokumentaatiota, joka on avoimesti saatavilla kaikkien käytettäväksi.

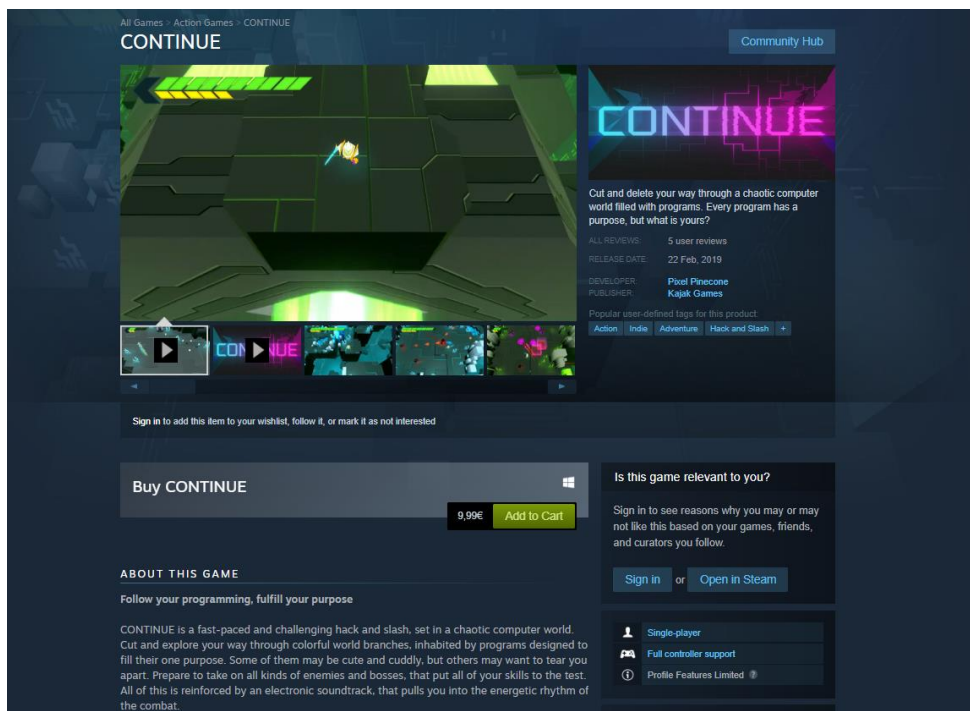
Steamworks on joukko työkaluja ja palveluita, jotka auttavat pelien kehittäjiä julkaisemaan pelinsä ja saamaan kaiken hyödyn irti sen jakelusta Steamissa. Se tarjoaa pelin kehittäjille kaiken mitä he tarvitsevat pelinsä julkaisua varten. Valve tarjoaa myös kattavat ohjeet Steamworksin käyttämisestä, joista tulee selväksi melkein kaikki suurimmat kysymykset, joita sen ympärillä pyöriävät. Julkaisemisen lisäksi Steamworksin kautta voi myös helposti päivittää peliään, testata tulevia ominaisuuksia, luoda erilaisia alennus- tai markkinointikampanjoita ja myös paljon muuta. Se on ominaisuuksien puolesta monipuolinen ja Valve on aktiivisesti lisännyt parannuksia siihen. Näistä viimeisin suuri lisäys oli Curator connect, joka helpotti yhteydenottoa eri kuraattoreihin kauppapaikalla. Kuvasta 8 näkyy, miltä Steamworks-dokumentaation etusivu näyttää.



Kuva 8. Steamworks-dokumentaation etusivu, josta pääsee helposti käsiksi kaikkeen Steamworks-siin liittyvään tietoon. (Steamworks documentation 2019)

Jotta pelinsä saa julkaistua täällä, ensin tulee saada käyttöoikeudet Steamworksisiin. Kehittäjät voivat luoda käyttäjäprofiilin yritykselle, tai sitten voi lisätä uusia käyttäjiä jo aiemmin luodun profiilin alle, mikä mahdollistaa, että useat eri Steam-käyttäjät pääsevät Steamworks-profiiliin käsiin. Käyttäjille voi myös määrittää erilaisia oikeuksia, jos sille on tarvetta. Käyttäjän luominen ei itsessään maksa mitään, mutta uuden pelin lisääminen menee Steam Directin kautta, ja se prosessi maksaa 100 € per peli. Kehittäjien tulee Steam Direct prosessin aikana myös allekirjoittaa digitaalisia dokumentteja, joissa kysytään kehittäjältä/firmalta tiettyjä tietoja, joista enemmistö liittyy heidän rahallisiin asioihinsa.

Peliä ei kuitenkaan voi julkaista, ennen kuin on päässyt läpi tietyistä tarkastuksista. Steamworksissä julkaisua edeltää kaksi merkittävää tarkastusta, jotka tulee suorittaa hyvissä ajoin ennen pelin julkaisua, koska molemmat niistä vievät vähintäänkin päiviä. Ensimmäiseksi pelin kauppasivun tulee täyttää tietyt kriteerit, ennen kuin sen julkaisukelpoisuutta voi edes harkita. Siellä pitää olla vaadittu määrä tietoa pelistä ja sen sisällöstä, ja sen lisäksi myös kuvia pelistä, ja myöskin jonkinlainen video tai traileri pelin sisällöstä. Kun kaikki vaadittavat asiat ovat sivulla, Valve suorittaa tarkastuksen, jossa menee muutama päivä, ja jos peli pääsee tarkastuksen läpi, niin sen jälkeen sen voi julkaista. Sivua voi vapaasti kuitenkin esikatsella ennen sen julkaisua. Kuvassa 9 on esimerkki valmiista kauppasivusta. (Steamworks Documentation 2019)



Kuva 9. Esimerkki valmiista, myyntiin julkaistun pelin kauppasivusta Steamissa.

Toisena pakollisena askeleena kehittäjän täytyy ladata Steamworksiiin testattavaksi pelistä sellainen versio, joka jokseenkin vastaa lopullista versiota. Sen ei kuitenkaan pidä olla valmis versio pelistä, mutta sen tulee sisältää kaikki suurimmat asiat ja ominaisuudet, joita pelin kauppasivulla on luvattu. Kehittäjien kannattaa tehdä tämä hyvissä ajoin, koska tässä voi mennä kolmesta viiteen päivää, ja pisimmillään se voi olla lähempänä viikkoa. Jos peli ei pääse tarkastuksesta läpi, saa takaisin listan asioista, joita tulee korjata ennen kuin laittaa pelin uudelleen tarkastukseen. Yleensä toinen tarkastus menee nopeammin läpi kuin ensimmäinen, mutta tuo riippuu laajalti siitä, kuinka paljon korjattavia asioita on ensimmäisen tarkastuskerran aikana löytynyt. Kun molemmat näistä tarkastuksista on mennyt hyväksytyksi läpi, pelin voi julkaista itse valittuna ajankohtana. Ennen tätä tarkastusta peliä voi vapaasti testauttaa myös Steamin kautta itse, siihen ei tarvita erillistä lupaa. Kuvassa 10 on listattuna kaikki nämä julkaisuun kuuluvat askeleet ja kuvaukset niistä. (Steamworks Documentation 2019)

| | | |
|---|---|--|
| <p>Prepare Your Store Presence</p> <p>Prepare your store and community pages for listing as "Coming Soon" or for full release.</p> <p><i>Note: Your store page will need to go through a quick review prior to posting. Please allow 2-3 business days.</i></p> <p>See checklist below</p> | <p>Prepare Your Game Build</p> <p>Prepare your game build and packages for release.</p> <p><i>Note: Your build will need to go through a quick review prior to posting. Please allow 3-5 business days.</i></p> <p>See checklist below</p> | <p>Release</p> <p>Once you've completed the following steps, your game will be ready for release:</p> <ul style="list-style-type: none"> Store page and game build have been reviewed and approved Store page has been visible as 'Coming Soon' for at least two weeks <p>Your earliest possible release is two weeks after your store page has been visible as 'Coming Soon'. Please plan accordingly.</p> |
|---|---|--|

Kuva 10. Steam-julkaisun vaatimukset, jotka pitää hyväksyttää ennen kuin voi julkaista pelinsä

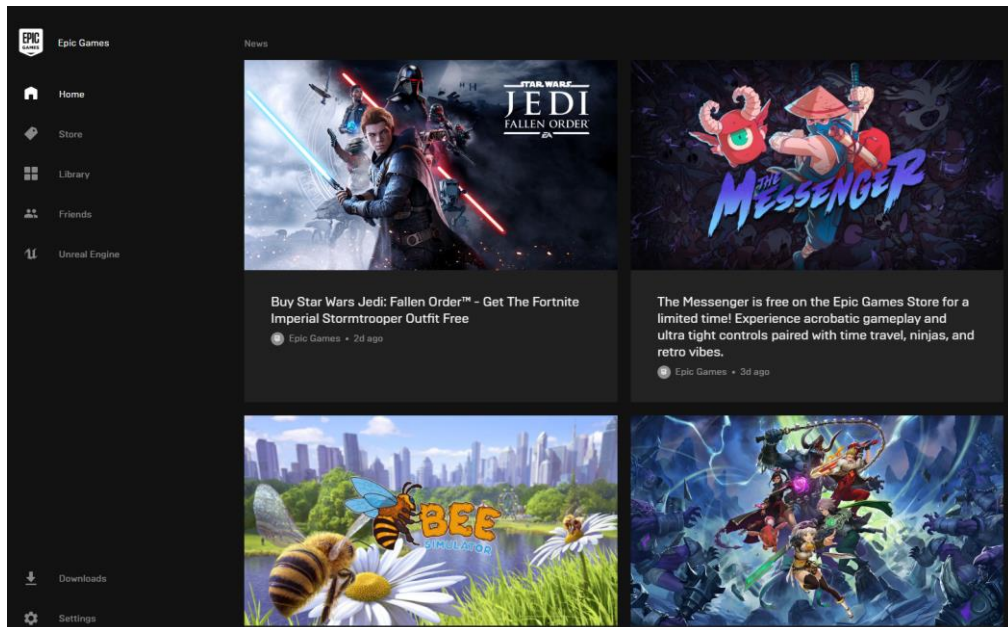
Steamworks on monella tapaa hyödyllinen työkalu pelinkehittäjälle, ja sen tarjoamat ominaisuudet ja mahdollisuudet ovat Steam-julkaisun isoimpia vahvuuksia. Kuten tekstissä aiemmin mainittiin, olen käynyt Steamworksia hyödyntäen pelin julkaisuprosessin kaksi kertaa läpi onnistuneesti, ja mitä enemmän sitä on käyttänyt, sitä helpommaksi ja sujuvammaksi oma toimintani on tullut. Prosessi on selkeä käydä läpi, ja jos jotain ongelmia löytyy niin vastauksia niihin löytää helposti Valven julkaisemasta dokumentaatiosta, ja jos sieltä ei löydy tarvittavaa tietoa, niin voi ottaa yhteyttä suoraan heidän tukipalveluunsa. He vastaavat kysymyksiin yleensä melko nopeasti, mutta tuo voi vaihdella tapauskohtaisesti. (Steamworks Documentation 2019)

3 Kilpailijat, niiden edut ja ominaisuudet

Tässä osiossa käyn läpi Steamin kilpailijat ja niiden taustoja. Käyn myös läpi nopeasti niiden historiaa ja kehitystä, ennen kuin siirryn niiden yksittäisiin ominaisuuksiin. Rajoitin kilpailijat tässä tapauksessa pelkästään PC-markkinoilla kilpaileviin alustoihin/firmoihin, vaikka luonnollisesti kaikki konsolit ovat periaatteessa myös Steamin kilpailijoita. Yleisesti katsottuna konsolit kilpailevat kuitenkin enemmän toistensa kanssa, ja tästä syystä niitä ei oteta millään tavalla huomioon tässä osuudessa.

3.1 Epic Games store

Epic Game Store on merkittävin vaikuttaja koko tämän tutkielman keskeisimmän kysymyksen osalta. Se nosti Steamin kannattavuuteen liittyvät kysymykset alan keskiöön vuoden 2018 lopussa. Ensimmäistä kertaa Steam on joutunut kokemaan kovaa kilpailua PC-markkinoilla tämän alustan takia. Epic Game Store ja sen vaikutukset ovat jakaneet pelaajien ja kehittäjien mielipiteitä laajasti, mutta minkä takia? Mitä Epic Games on tehnyt, johon muut kilpailijat eivät ole vastaavalla tavalla pystyneet? Kuvassa 11 on esillä Epic game storen etusivu.



Kuva 11. Epic Game Store kirjasto ja rakenne

Epic Game Store julkaistiin joulukuussa 2018, ja se toi mukanaan heti kauppapaikan (näkyvä yllä mainitussa kuvassa), ja myös erillisen sovelluksen, Epic Games Launcherin. Kuten nimestä voi päätellä, Epic Game Storen kehittäjänä toimi Epic Games, jonka suosio sekä menestyminen oli viime vuosien aikana noussut räjähdysmäisesti heidän Fortnite pelinsä takia. He nousivat nopeasti pelialan uutisten keskiöön, kun he julkistivat tämän kauppapaikkansa ja isoimpana tekijänä tässä oli heidän voitonjakonsa. He ilmoittivat ottavansa vain 12 % kaikista heidän kaupassaan myydyistä pelistä, joka tarkoitti sitä, että he antoivat kehittäjille huomattavasti kilpailijoitaan suuremmat voittoprosentit myydyistä peleistä. He halusivat kilpailuttaa muita tällä prosentilla, ja samanaikaisesti kuitenkin pitää sen sellaisena, että se on heille itselleenkin rahallisesti kannattavaa. Sen lisäksi he alkoivat tekemään yksinoikeussopimuksia monien kehittäjien kanssa, joista osa oli sellaisia, jotka olivat aiemmin jo ilmoittaneet, että heidän pelinsä julkaistaisiin Steamissa. Nämä olivat usein ajoitettuja yksinoikeussopimuksia, ja useat Epic storessa julkaistut pelit ovatkin myöhemmin löytäneet tiensä Steamiin, mutta kaikkien kanssa näin ei ole käynyt. Epic Gamesin toimitusjohtaja Tim Sweeney on kuitenkin sanonut, että jos Valve ottaisi käyttöön vastaavan 12 % voitonjaon itselleen, Epic Games olisi valmis muuttamaan omia yksinoikeuskäytänteitään, ja he voisivat myös potentiaalisesti tuoda omat pelinsä myöskin Steamiin myyntiin. (Kerr 2019; Horti 2018.)

Kaiken tämän näkyvyyden keskellä Epic Games Store ja Epic Games Launcher ovat myös saaneet paljon kritiikkiä ja negatiivista palautetta, niiden julkaisun yhteydessä ja sen jälkeenkin. Omasta näkökulmastaan riippuen heidän yksinoikeuskäytänteitään voi katsoa voittona tai tappiona PC-pelaamiselle. Sen hyvänä puolena on se, että se on lisännyt kilpailutusta alustojen välillä ja nostanut tämän puheenaiheen esille. Monet ovat kuitenkin nähneet Epicin tavan viedä pelejä omalle alustalleen epäreiluna, ja paikoittain törkeänä. Tämän vuoden alussa julkaistu Metro Exodus oli ensimmäinen peli, joka aiheutti paljon kohua sen siirtymisellä pois Steamista. Pelin ilmoitettiin tulevan PC:llä pelkästään Epic Game Storeen, vain kaksi viikkoa ennen sen merkittyä julkaisua Steamissa. Tämä on ollut kiihkeä keskustelun aihe, ja varsinkin pelaajat ovat usein ilmaisseet mielipiteensä tästä aggressiivisesti. (Grayson 2019)

Mikä tekee Epic Games Storen ja Steamin keskeisestä kamppailusta varsin mielenkiintoisen, on pelien kehittäjien asema näiden alustojen kilpailun keskellä. Monet pelaajat ovat olleet äänekäästi Epic Gamesia ja varsinkin heidän yksinoikeuskäytänteitään vastaan, mutta kehittäjille tätä on tapauskohtaisesti voinut katsoa voittona. Pienenä kehittäjänä pelin julkaisemisen mukana tulee aina se riski, että peli ei menesty ja kehittäjät eivät saa siitä rahojaan takaisin. Epic Games on tarjoutunut käytännössä kustantamaan tämän riskin, yksinoikeutta vastaan, ja varsinkin pienelle

kehittäjälle tämä tarjoaa loistavan mahdollisuuden ilman suuria rahallisia riskejä. He eivät suoranaisesti kustanna pelin kehitystä, mutta pelistä ja sen koosta riippuen summat ovat olleet suuria. Pienemmille kehittäjille he ovat kustantaneet summan, joka vastaa enemmänkin pelin myyneistä odotettua rahallista määrää. Tarkkoja lukuja on kuitenkin vaikea saada, koska nämä ovat vaihdelleet pelikohtaisesti, esimerkiksi he maksoivat suomalaiselle Remedy-firmalle 9,49 miljoonaa euroa Control-pelin yksinoikeudesta PC-markkinoilla. Noiden lisäksi Epicin tarjoama 12% on myös selkeästi parempi kehittäjiä kohtaan kuin kilpailijoiden tarjoamat voittoprosentit. (Ivan 2019)

Vaikka yksinoikeussopimuksen tekeminen voi kuulostaa noiden perusteella varsinkin hyvältä ajatukselta, vuoden aikana on myös ilmennyt monia tapauksia, jotka ovat näyttäneet synkempää puolta tässä asiassa. Valitettavasti monet suuret AAA-firmat sekä pienet indie-kehittäjät ovat saaneet pelaajien puolelta paikoittain rajua kritiikkiä, jos he ovat siirtyneet Epic Game Storeen muiden kauppapaikkojen sijasta. Eniten kritiikkiä on kohdistunut sellaisten pelien kohdalle, jotka ovat aiemmin ilmoittaneet tulevansa Steamiin. Aiemmin mainittu Metro Exodus sai jopa joitain pelaajia boikotoimaan pelin julkaisua. Pahimmillaan tilanne on mennyt niin pitkälle, että joillekin henkilöille on lähetetty tappouhkauksia tämän takia. Näin tapahtua tämän vuoden elokuussa, kun Ooblets-pelin kehittäjät ilmoittivat, että heidän pelinsä julkaistaan Epic Game Storella. Osittain näistä voi syyttää pelikulttuuria, jossa pelaajilla on usein tapana ylireagoida asioihin, mutta tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, etteikö syy olisi myös osittain kehittäjien puolella. Jos he ovat luvanneet jotain ja myöhemmin he muuttavat mitä olivat aikoneet tehdä ja samanaikaisesti peruvatkin julkaisun aiemmin luvatulle alustalle, on ymmärrettävää, miksi ihmiset saattavat katsoa tätä negatiivisesti. Epic Game Storen kohdalla tämän huonosti julkistaminen on osoittautunut hyväksyttäväksi tehdä vahinkoa omalle imagolleen kuluttajien, ja myös kehittäjien silmissä. Jotkut kehittäjät ovat jopa menneet niin pitkälle, että he ovat alkaneet käyttämään Epic Gamesin kanssa yhteistyöstä kieltäytymistä positiivisena markkinointina itselleen. (GameCentral 2019)

Epic Game Launcheria on kritisoitu paljon myös tärkeiden ominaisuuksien puutteen takia, ja niiden osalta se onkin vuosia jäljessä Steamia. Julkaisun yhteydessä se ei tarjonnut monia yksinkertaisia ja tärkeitä ominaisuuksia. Ajan myötä tilanne on parantunut, mutta alustana se on vieläkin paljon alkeellisempi verrattuna sen suurimpaan kilpailijaan. Pelaajayhteisöä ja käyttäjiä tukevia ominaisuuksia on paljon vähemmän, esimerkiksi Cloud-tallennus sekä foorumit puuttuvat kokonaan, ja minkäänlaisia pelinsisäisiä saavutuksia ei myöskään tueta vielä. Näitä eroavaisuuksia on paljon tämän aiheen osalta, ja niistä tarkempi vertailu näkyy taulukosta 1. (Wilde 2019)

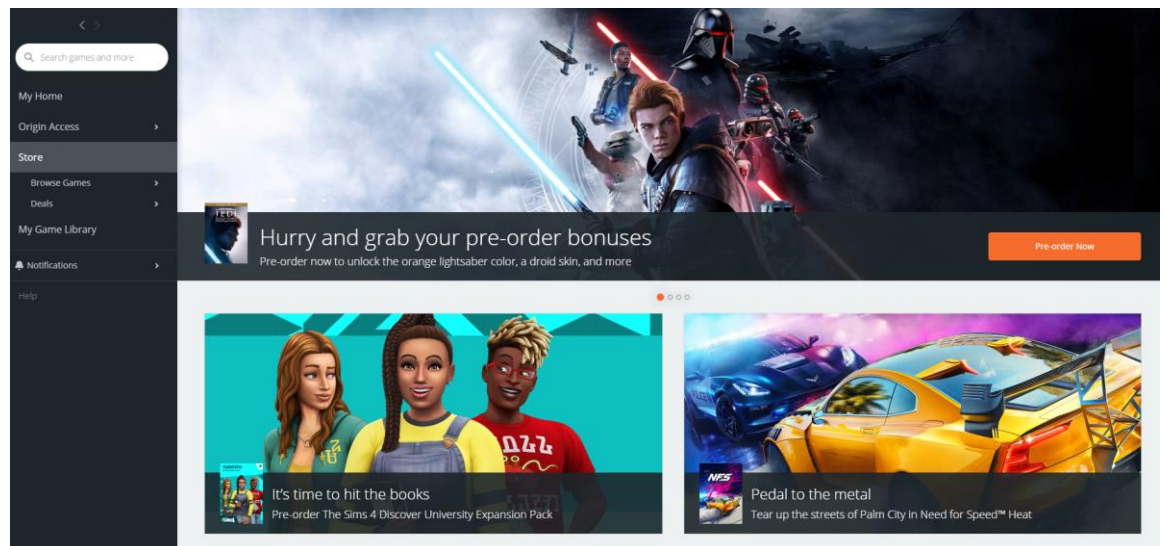
| Feature | Steam | Epic Games Store |
|----------------------------|-------------------------|------------------|
| Cloud saves | Yes | No |
| User profiles | Yes | No |
| User reviews | Yes | No |
| Forums | Yes | No |
| Mod distribution | Steam Workshop | No |
| Friends list and chat | Yes | Yes |
| Groups | Yes | No |
| Item trading | Steam Marketplace | No |
| Library sorting | Yes | No |
| Account sharing | Family Sharing | No |
| Streaming to other devices | Steam In-Home Streaming | No |
| Broadcasting | Yes | No |
| Screenshot capture/sharing | Yes | No |
| User-created guides | Yes | No |
| Wish lists | Yes | No |

Taulukko 1. Steamin ja Epic Game Storen merkittävien ominaisuuksien vertailu, vuoden 2019 alussa. (Wilde 2019)

Valitettavasti Epic games ei ole tähän päivään mennessä julkaissut Epic Game Storen tai Launcherin dataa yhtä avoimesti kuin Steam, joten tarkkoja arvioita pelien menestyksestä alustalla on vaikea sanoa. Jos pelien menestyminen on arvioitu heikoksi, niistä on harvoin kuulunut julkaisun jälkeen mitään. Niidenkin kohdalla, jotka ovat löytäneet laajaa menestystä alustalla, on usein ollut jotain muita tekijöitä taustalla, kuten aiempien pelien keräämä hyvä maine (esim Borderlands 3 ja Metro Exodus), joten niiden käyttäminen arvion tekemiseen ei anna täysin realistista kuvaa. Epic Games on kuitenkin ilmoittanut maaliskuussa heidän GDC-paneelinsa aikana, että heillä on rekisteröityjä käyttäjiä noin 85 miljoonaa. Aktiivisten käyttäjien määrää ei kuitenkaan ilmoitettu. Toinen asia, joka mahdollisesti vaikuttaa tuohon lukuun, on se, että Epic Games tarjoaa joka kuukausi uusia ilmaisia pelejä käyttäjilleen, ja monet käyvätkin hakemassa vain ne sieltä, eivätkä muuten käytä alustaa. Tätä ei voi kuitenkaan sanoa huonoksi asiaksi, koska se on viisas tapa saada ihmisiä kokeilemaan alustaa. Vaikka tuon käyttäjäluvun ympärillä on monia mysteerisiä tekijöitä, on siltikin vaikuttavaa, kuinka nopeasti se on noussut, ja tänä päivänä luku on todennäköisesti jo paljon suurempi. (Strickland 2019)

3.2 Origin

Origin on EA:n julkaisema palvelu, jonka tavoitteena oli kilpailla Steamin kanssa. Hyvin samaan tapaan se julkaistiin ensimmäisen kerran odotetun pelin rinnalla (Battlefield 3, 2011), ja PC-pelaajille pelkästään Originissa. Jos pelaajat halusivat pelata tätä aikanaan uutta hittipeliä, heidän täytyi luoda käyttäjä heidän palveluunsa. Origin on ominaisuuksien osalta monella tapaa hyvin lähellä Steamia. Kaikki perusominaisuudet löytyvät kummastakin, ja molemmissa on panostettu myös yhteisöön liittyviin ominaisuuksiin, joilla halutaan tehdä kavereiden löytämisestä ja heidän kanssaan pelaamisesta helppoa. Vaikka Origin keskittyy kauppapaikkansa osalta kaikista eniten EA:n pelien myymiseen, kaupasta voi myös ostaa joitain muiden osapuolien tekemiä pelejä. Nämä eivät rajoitu myöskään pelkkiin indie-peleihin, isompien kehittäjien pelejä löytyy kaupasta myös. Kuvasta 12 näkyy miltä kaupan etusivu näyttää tänä päivänä. (Resisinger 2011)



Kuva 12. Origin-kauppapaikka ja rakenne

Originin taival on monella tapaa ollut mielenkiintoinen. Vuosien aikana alustan maine on pysynyt melko negatiivisena, ja vaikka Origin on alustana ansainnut kritiikkinsä, suurimman osan huonosta palautteesta on ansainnut sen julkaisija, EA. Julkaisun yhteydessä asiaa ei myöskään edesauttanut se, että tähän aikaan Steamin maine oli vielä parhaimmillaan, ja kuluttajat eivät arvostaneet kilpailijoita. Monien pelaajien ja myös kehittäjien keskuudessa EA on pahamaineinen firma. Pelaajien keskuudessa firma on saanut maineen rahastajana, jotka välittävät vähemmän hyvien tuotteiden tekemisestä ja enemmän siitä, miten pelaajilta voidaan viedä enemmän rahaa. Kehittäjien keskuudessa, EA:n negatiivinen maine kohdistuu enemmän siihen, miten se on kohdellut useita studioitaan ja niiden alaisuudessa työskenteleviä kehittäjiä. Kokeneita studioita on

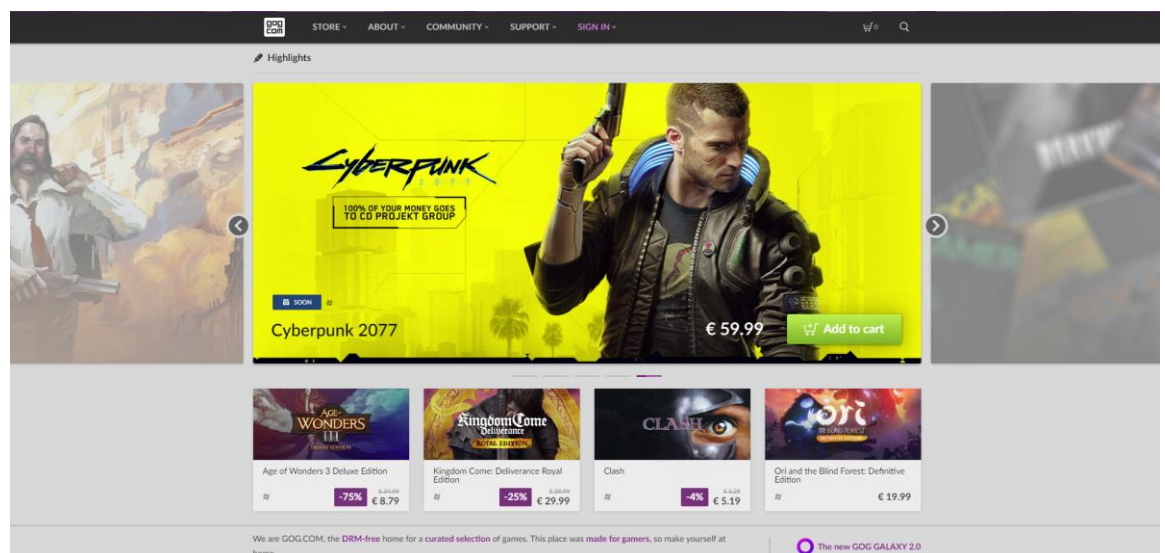
pakotettu tekemään pelejä mahdollisimman nopeasti, sen sijaan että niiden kehittämiseen annettaisiin tarvittava määrä aikaa. Tämän lisäksi monia studioita on pakotettu tekemään sellaisia pelejä, jotka selvästi eivät sovi niille, mutta koska rahaa liikkuu tietyillä markkinoilla, niin ne on pakotettu siihen rooliin. Tämä on usein johtanut epäonnistuneisiin projekteihin, ja tämän myötä monia vanhoja ja kuuluisia studioita on suljettu. EA on voittanut Amerikan huonoimman yhtiön tittelin vuosina 2012, 2013 ja 2017, ja sen imago ei ole parantunut paljoa noidenkaan vuosien jälkeen. EA on välillä yrittänyt ottaa pieniä askelia parempaan suuntaan, mutta usein se on palannut menneisyyden virheisiin nopeasti takaisin. (Tassi 2017; Gross 2017.)

Origin on selkeästi Steamia tiukempi pelien julkaisukäytänteiden suhteen. Jos haluaa saada pelinsä sinne myyntiin, täytyy onnistua tekemään sopimukset tästä EA:n kanssa. Tätä ei voi tehdä yhtä vapaasti kuin monissa muissa kaupoissa, ja jos ei jo ole aiempaa kokemusta pelijulkaisuista, tämä ei todennäköisesti ole realistinen vaihtoehto useimmille kehittäjille. EA ei ole yhtä avoin käyttäjä- ja myyntidatansa suhteen kuin Valve, joten niistä tiedon löytäminen on hankalaa. EA ei ole vuosien julkaisut isoja päivityksiä tämän suhteen, joten kaikki mahdolliset numerot käyttäjien määrästä ja pienien pelien myynneistä alustalla ovat puhdasta spekulatiota.

Tätä tutkielmaa kirjoittaessa Originin osalta on tapahtunut yksi suuri muutos. EA aikoo integroida alustansa Steamiin samalla tavalla, miten Uplay on siinä kiinni, eli tulevaisuudessa voit ostaa Steamia kautta jälleen EA:n pelejä, mutta tarvitset kuitenkin Originin käyttäjän niiden pelaamista varten. Tämä tarkoittaa, että yksi iso firma on palannut julkaisemaan omia pelejään alustalle, ja tässä on samaan aikaan selkeästi hyviä ja huonoja puolia. Kuluttajien puolesta tämän voi nähdä monista näkökulmista selkeänä voittona. Samaa ei välttämättä voi sanoa kehittäjien kannalta, koska nyt suuria kilpailijoita alustalla on taas yksi enemmän. Tässä vaiheessa ei kuitenkaan kenelläkään ole vielä dataa, jolla voisi puhua tämän muutoksen puolesta tai sitä vastaan. Tästä syystä on vielä vaikeaa sanoa, millaisia mahdollisia tulevaisuuden vaikutuksia tällä muutoksella on. (Sinclair 2019)

3.3 Good Old Games & GOG Galaxy

GOG (aiemmin tunnettu nimellä Good Old Games, tekstissä lyhennettynä vain GOG) on puolalaisen CD Projektin vuonna 2008 perustama, vanhoihin tietokonepeleihin erikoistunut digitaalinen pelikauppa. Tämä on kaikista Steamin kilpailijoista vanhimpia, jotka ovat vieläkin pystyssä vuosien jälkeen. Uusien pelien sijasta GOG keskittyy enemmänkin vanhojen klassikoiden ja pienien/indie-pelien julkaisuun, sekä myös CD Projektin omien pelien julkaisuun. Heillä ei kuitenkaan ole minikäänlaisia yksinoikeusjulkaisuja alustallaan, jokainen peli mitä heillä on myynnissä, löytyy myös toisista kauppapaikoista. Alun perin GOG toimi pelkästään GOG.com nettisivuna, mutta vuonna 2014 CD Projekt ilmoitti julkaisevansa GOG Galaxy-sovelluksen, joka toimisi vastaavana versiona Steamin-sovelluksesta. Sovellukseen on tulossa suuri GOG Galaxy 2.0 päivitys, joka tuo mukanaan monia ominaisuuksia, jotka tekisivät siitä verrattavan ja paikoittain mahdollisesti paremman verrattuna Steamin tarjontaan. Kuvassa 13 näkyy miltä GOG-kauppapaikka näyttää tänä päivänä.

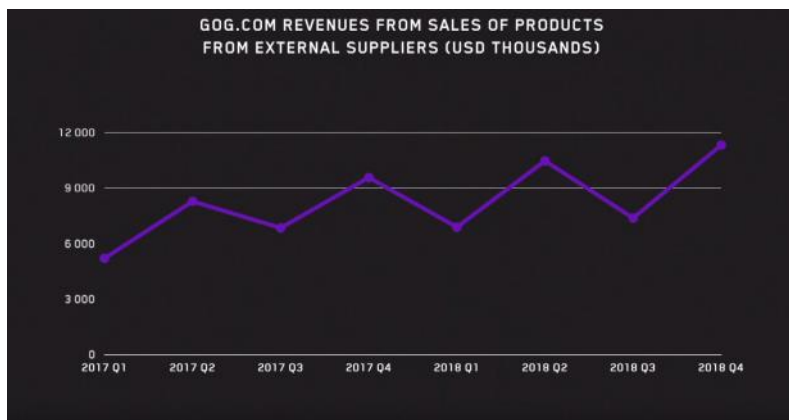


Kuva 13. Good Old Games-kauppapaikan etusivu ja rakenne

GOG ja Galaxy ovat molemmat saaneet vuosien aikana hyvän maineen CD Projektin DRM-vastaisen käytänteiden takia. He ovat alusta asti olleet kaikkia niitä vastaan, ja tämä erottaa heidät kaikista muista. Alustana tämä on muutenkin kuluttajaystävällisempi kuin kilpailijat. Aikanaan Valvea pidettiin niin sanottuna ystävällisenä firmana, mutta vuosien aikana tämä titteli on monien mielestä siirtynyt enemmänkin CD Projektille. Heidän asenteensa pelinkehityksessä sekä näiden alustojen kehityksessä, on alusta saakka pysynyt positiivisena, ja he tukevat myös pieniä kehittäjiä. Aiemmin mainitun GOG Galaxy 2.0 päivityksen on tarkoitus tuoda mukanaan ominaisuuksia, jotka tekisivät tästä alustasta käyttäjäystävällisemmän. Päivitys on vielä beta-vaiheessa, mutta yhtenä

suurena tavoitteena on, että sen myötä kaikki pelaajan omistuksessa olevat pelit voitaisiin tuoda yhdelle alustalle, josta ne olisivat helposti käytettävissä. Tämä eliminoisi aiemmin tekstissä mainitun pelaajayhteisöjen jakautumisongelman tämän alustan osalta täysin, joka on selkeä vahvuus alustan käyttäjien silmissä. (Edmonds 2017)

Suurimpana heikkoutena GOG:n kanssa on sen kilpailukyky koon puolesta. Vaikka voi kuulostaa siltä, että CD Projekt on tehnyt paljon asioita oikein tämän alustan kanssa, se ei tarkoita, että rahallisesti tämä olisi yhtä menestynyt kuin monet muut kilpailijat. CD Projekt on myös huomattavasti pienempi verrattuna moniin muihin alustojen ja kauppapaikkojen omistajiin (esim EA, Valve, Ubisoft), joten heillä ei ole ihan vastaavia rahasummia, joita he voivat helposti käyttää tällaista projektia ja sen päivittämistä varten. CD Projekt on ollut lähellä miinukselle joutumista tämän alustan tuottamien voittojen osalta. Jos heidän pelien kehityksestä vastaava puolensa (CD Projekt Red) ei olisi samanlainen jättimenestys kuin se on viime vuosina ollut, tämän alustan tilanne voisi olla huomattavasti heikompi verrattuna siihen millainen se on. Kuvassa 14 näkyy, kuinka paljon he ovat tehneet kaupallaan voittoa muiden kehittäjien siellä julkaisemilla peleillä.



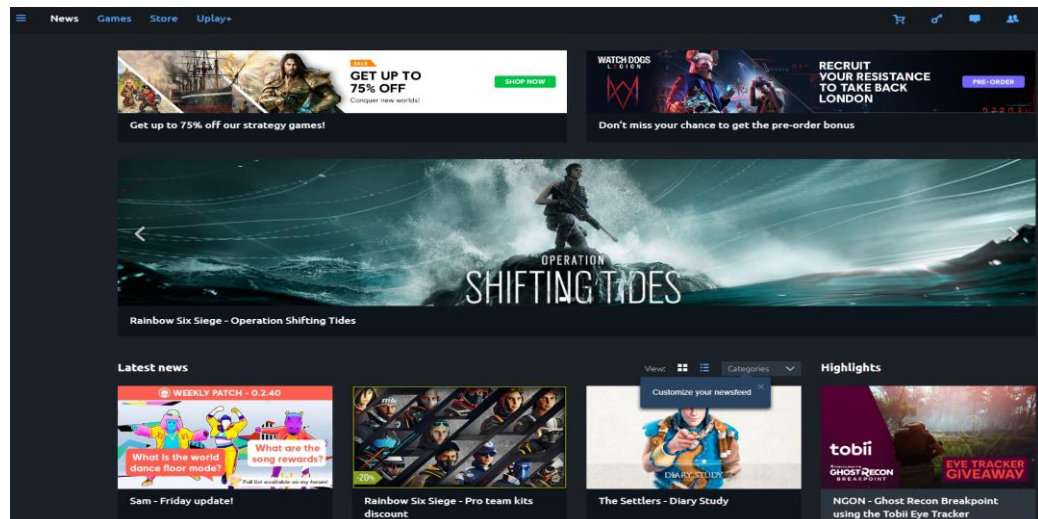
Kuva 14. Kuinka paljon GOG saanut voittoa vuosien aikana alustalla julkaistuista peleistä, jotka eivät ole heidän itse kehittämiään pelejä. (Strickland 2019)

Steamin ja monien muiden kilpailijoiden tapaan GOG ottaa myös 30 % jokaisesta kaupassa myydystä pelistä. Samaan tapaan kuin muillakin alustoilla ja kauppapaikoilla, jos kehittäjät haluavat saada oman pelinsä myyntiin, heidän täytyy laittaa se ensin arviointiprosessin läpi. Heillä on selkeästi tiukempi järjestelmä julkaisujen puolesta Steamiin verrattuna. Tähän vaadittavat kriteerit, jotka pelien tulee täyttää, ovat kokonaisuudessaan myös paljon epäselvemmät. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että kehittäjät eivät voisi saada omaa pientä peliään sinne myyntiin. Se vaatii mahdollisesti enemmän työtä kehittäjien puolelta Steamiin verrattuna, ja sen pitää olla laadullisesti sellainen, että se pääsee heidän arvioinnistaan läpi. Koska kauppapaikalla on huomattavasti

vähemmän kilpailua verrattuna Steamiin, on todennäköisempää, että pelaajat löytävät pelejä helpommin täältä. Alustalla on kuitenkin paljon vähemmän käyttäjiä, joten massiivisen menestyksen saavuttaminen voi teoriassa olla vaikeampaa, mutta pienien voittojen tekeminen helpompaa. Monet kehittäjät ovat tästä syystä julkaisseet pelinsä muillakin alustoilla samanaikaisesti tämän kanssa, maksimoidakseen mahdollisuutensa menestyä, ja se antaa pelaajille myös enemmän valinnanvaraa. Monet pelaajat arvostavat tämän alustan kuluttajaystävällisempiä käytänteitä, joten he saattavat tästä syystä mieluummin ostaa sen täältä. (GOG 2013)

3.4 Uplay

Uplay on monella tapaa hyvin samanlainen kuin Steam, ja se on käynyt hyvin vastaavanlaisen prosessin aikanaan läpi. Ubisoft julkisti vuonna 2009, että tulevaisuudessa kaikki heidän pelinsä tulisivat käyttämään Uplaytä. Vuonna 2012 Ubisoft julkaisi suuren päivityksen tähän ja samanaikaisesti myös virallisen Uplay sovelluksen, jonka oli ominaisuuksien suhteen tarkoitus kilpailla Steamin kanssa. Tämän alustan maine on kuitenkin ollut aina useista eri syistä enemmän negatiivinen kuin monilla sen kilpailijoilla. Monet näistä eivät suoranaisesti edes ole ongelmia alustan kanssa, vai enemmänkin ongelmat ovat alustan omistajien puolella. Kuvassa 15 näkyy, miltä Uplayn etusivu näyttää tänä päivänä.



Kuva 15. Uplay etusivun rakenne

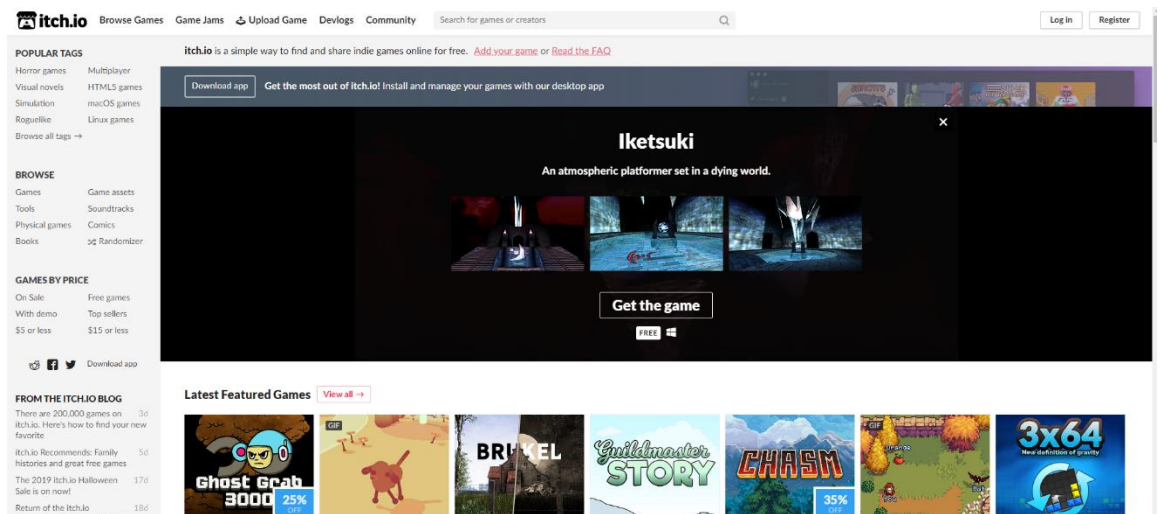
Merkittävä tekijä, joka erotti Uplayn monia vuosia muista vastaavista kilpailijoista, oli Ubisoftin tapa julkaista pelinsä myös Steamissa, vaikka he vaativat Uplay sovelluksen käyttöä pelien taustalla. Monilla kilpailijoilla (varsinkin kaikista suurimmilla niistä) oli tapana laittaa omat pelinsä yksinoikeutettuna vain omaan kauppapaikkaansa, mutta Ubisoft piti ne ennen useissa kauppapaikoissa. Vaikka heidän pelejään ostaisi jostain muualta, niiden pelaamista varten tarvitsee kuitenkin Uplay käyttäjätilin. Tämän osalta tilanne on kuitenkin tämän vuoden aikana kääntynyt ympäri, kun EA on alkanut tuomaan uusia pelejään takaisin Steamin kauppapaikalle, samaan aikaan kun Ubisoft siirsi uuden ison julkaisunsa Steamin sijasta Epic Game Storeen. Aiemmin tänä vuonna Ubisoftin edustaja oli haastattelussa selkeästi Steamin markkinakäytänteitä vastaan, ja hän kutsui niitä epärealistisiksi ja vanhentuneiksi markkinoiden nykytilanteessa. (Bailey 2019; Agnello 2012; Cox 2012.)

Uplay on vuosien aikana kerännyt monien pelaajien sekä kehittäjien silmissä heikon maineen. Julkaisun jälkeisinä vuosina palvelu kärsi useista teknisistä ongelmista. Koska Uplay-pelit vaativat jatkuvan internetyhteyden, jos palvelu oli alhaalla, pelaajat eivät pystynyt pelaamaan alustalla, edes yksinpelejä, jotka eivät käytä internetyhteyttä mihinkään. Tähän tuli kuitenkin muutos vuonna 2012, ja siitä eteenpäin ne eivät ole enää vaatineet aktiivista internetyhteyttä. Ubisoftin DRM-käytänteet ovat myös olleet monesti rajun kritisoinnin takana. Tämä alusta on pitänyt vähän negatiivisen maineensa melkein aina sen julkaisusta asti, ja vaikka sen tilanne on nykyään vakaampi ja parempi kuin ennen, niin yleinen näkemys ei erityisesti ole muuttunut. Tätä ei myöskään auta se, että alustan omistaja Ubisoft on myös kerännyt vuosien aikana negatiivisen maineen itselleen pelaajien keskuudessa. (Kuchera 2010)

Selkeä enemmistö Uplayssä olevista peleistä on Ubisoftin itse kehittämiä ja julkaisemia pelejä. He eivät ole samaan tapaan avanneet kauppaa kaikkien käytettäväksi, joten indie-kehittäjille tämä voi hyvinkin sulkea tämän kaupan vaihtoehtojen listalta. Jotkin harvat kolmannen osapuolen pelit ovat päässet myyntiin Uplayn kauppaan, mutta niiden määrä on pieni, ja ne eivät suoranaisesti käytä tätä alustaa, ja todennäköisesti ovat myös myynnissä muissa kauppapaikoissa. Uplay ei siis ole kovinkaan varteenotettava vaihtoehto useimmille kehittäjille, varsinkaan sellaisille, joiden kokemus julkaisuista on rajoittuneempi.

3.5 Itch.io

Itch.io (lyhennettynä pelkkä Itch tästä eteenpäin) ei teknisesti kilpaile Steamin kanssa samalla tavalla kuin nämä muut aiemmin mainitut kilpailijat. Sillä ei ole omaa sovellusta, jonka kautta pelaajat voivat pelata pelejä, eikä se myöskään ole minkään suuren firman omistuksessa. Vuonna 2013 sen julkaisi yksi henkilö, Leaf Corcoran. Tämä on siis ylivoimaisesti pienin julkaisualusta, jonka olen ottanut tähän tutkielmaan mukaan. Pelaajat voivat ladata sivustolta ilmaisia pelejä, niiden demoja ja myös maksullisia pelejä. Itchin etusivun rakenne on esillä kuvassa 16. (Ww 2014)



Kuva 16. Itch.io-kauppapaikan etusivu

Mutta jos Itch ei ole täysin verrattava kilpailija Steamin kanssa, miksi otin sen mukaan tähän listaan? Siihen on yksi hyvä syy, sen käyttämisen helppous. Itch ei vaadi kehittäjältä lähes minkäänlaista osaamista käyttämisen osalta. Halutessaan pelin voi ladata sivustolle minuuteissa ja sen ei pidä mennä erilaisten tarkistuksien läpi. Sen ei ole pakko olla edes valmis peli, useat kehittäjät ovat julkaisseet ilmaisia demoja ja testiversioita omista peleistään täällä. Peliä ladatessa voi itse päättää, haluaako pyytää siitä rahaa vai haluaako pitää sen ilmaisena. Selkeä enemmistö Itchissä löytyvistä peleistä onkin julkaistu ilmaisina ja julkaisun helppouden takia niitä onkin alustalla paljon. Helmikuussa 2018 tämä luku ylitti 100 000 rajan. Kehittäjät voivat myös itse päättää, että haluavatko he antaa maksullisten pelien voitoista osan takaisin sivustolle. Jos tähän ei halua tehdä mitään muutoksia, niin normaalisti sivusto saa 10 % myydyistä peleistä. Itchissä on myös mahdollista julkaista PC-pelien lisäksi mobiilipelejä, joka erottaa sen monista muista julkaisualustoista. (Maiberg 2015; Calvin 2018.)

On kuitenkin tärkeää muistaa, että jos aikoo rahallisesti menestyä julkaisunsa kanssa, ei kannata luottaa siihen, että Itchissä julkaisemalla onnistuu siinä. Koska se on niin helppo käyttää, sinne julkaistaan valtava määrä pelejä päivittäin. Massasta erottuminen voi olla vaikeaa, ja tämä ei myöskään ole yhtä tunnettu kauppapaikka suurempiin kilpailijoihin verrattuna. Isona vahvuutena Itch-julkaisun tekemisessä on sen riskittömyys. Kehittäjät eivät erityisesti menetä mitään, jos julkaiset jonkinlaisen version pelistä täällä, varsinkin jos he ovat aloittelevia kehittäjiä. Suuret firmat eivät hyödy käytännössä mitään Itchissä julkaisemisesta, mutta pieni indie-kehittäjä voi hyvinkin löytää innokkaita testajia täältä ja hyvällä tuurilla he voivat saavat huomiota pelilleen. Jos pelin julkaiseminen on kehittäjälle uusi prosessi, tämä voi hyvinkin toimia opettavaisena kokemuksena ilman mitään suurempia rahalliseen julkaisuun liittyviä riskejä, joita muiden julkaisualustojen kanssa voi kohdata.

3.6 Muita kilpailijoita

Haluan ottaa esille näiden aiemmin mainittujen kilpailijoiden lisäksi myös pienempiä markkinoilla olevia kilpailijoita, jotka ovat vaikuttaneet jollain tavalla digitaalisten jakelualustojen nykyiseen tilanteeseen ja sen ympärillä pyörivään keskusteluun. Monet näistä eivät suoranaisesti kilpaile tai ole jollain muulla tavalla täysin verrattavia Steamin kanssa ja osa on jopa sellaisia, että pienet kehittäjät eivät edes voi saada pelejään sinne myyntiin. Tästä syystä, en kuvaa näitä niin yksityiskohtaisesti kuin aiemmin mainittuja. Tämän kohdan tarkoituksena on antaa laajempaa kontekstia tämän käsiteltävän aiheen laajuudesta.

3.6.1 Humble Bundle/Humble Store

Kehittäjien ja myös pelaajien joukossa kaikista tunnetuin tällainen on Humble Bundle/Humble Store. Humble Bundle eroaa Steamista sen osalta, että heidän kauppapaikkaansa ei suoranaisesti julkaista mitään pelejä, joita ei olisi jo julkaistu jossain muualla. Alustan koko idea on, että sieltä ostettujen pelien tuloista osa menee aina hyväntekeväisyyteen. Jokaisesta myydystä pelistä kehittäjät saavat kuitenkin takaisin 65 %, hyväntekeväisyyskohde saa 20 %, ja Humble Bundle itsessään saa loput 15 %. Kesäkuussa 2019 he olivat saaneet kerättyä myytyjen pelien avulla 150 miljoonaa eri hyväntekeväisyyskohteisiin.

Tästä syystä he ovatkin saaneet hyvän maineen muiden vastaavien jakelualustojen joukossa. He tarjoavat myös joka kuukausi muutaman uuden pelin veloitusetta kuukausittaisille lahjoittajille. On myös mahdollista ostaa pienempiä pelikokoelmia, joista voi itse päättää kuinka paljon haluaa maksaa ja suuremmilla lahjoituksilla saa laajempia kokoelmia itselleen. Molemmat näistä vaihtoehdoista voivat toimia mahdollisuutena saada näkyvyyttä ja positiivista imagoa pelille sekä sen kehittäjillä. Pelkästään Humble Storessa julkaisu ei kuitenkaan ole rahallisessa mielessä paras paikka julkaista peliänsä, jos aikoo laittaa sen vain yhteen paikkaan myyntiin. Käyttäjämäärän puolesta se on selkeästi pienempi ja monet käyttäjät lunastavat sieltä kuukausittain saatavia ilmaisia pelejä, eivätkä muuten käytä kauppapaikkaa pelien hankkimiseen. On viisaampaa julkaista se myös jossain toisessa paikassa Humble Storen lisäksi ja jälkepäin tai samanaikaisesti tuoda se myös tähän kauppapaikkaan myyntiin.

3.6.2 Microsoft Store

Toinen kilpailija, jonka asema on vaihdellut paljon vuosien aikana, on Microsoft Store. Ennen he keskittyivät erilaisten sovellusten jakamiseen sen kautta, mutta Windows 10 käyttöjärjestelmän julkaisun myötä he yhdistivät monia kauppapaikkojaan ja siitä eteenpäin he alkoivat keskittymään laajalti myös pelien myyntiin siellä. Tämän jälkeen Microsoft julkaisi omia PC-pelejänsä lähes pelkästään oman kauppapaikkansa kautta, mutta ajan myötä tuo tilanne on jokseenkin muuttunut. Tänä päivänä Microsoft ei kilpaile enää samaan tapaan Steamin kanssa ja ne ovatkin tuoneet monia suuria julkaisujaan myyntiin myös Steamiin kauppapaikalle. Tämä kauppapaikka keskittyy muutenkin laajemmille osa-alueille eikä pelkästään pelipuoleen ja Microsoft panostaa enemmän heidän pelikonsolipuoleensa, PC-pelaamiseen verrattuna. Jos kehittäjät onnistuvat saamaan jonkinlaisen sopimuksen tehtyä Microsoftin kanssa, se on kuitenkin kannattavaa. Se tuki mitä noin suurelta firmalta voi saada voi potentiaalisesti nostaa pelin menestystä rajusti, mutta tuokaan ei ole kuitenkaan täysin varmaa. Tämä ei myöskään ole kovinkaan realistinen tavoite useimmille kehittäjille, varsinkaan pienille tai aloitteleville kehitystiimeille. Microsoft omistaa paljon eri pelinkehitys studioita, jotka vastaavat heidän pienempien peliensä kehityksestä, mutta nekin ovat aiemmin aloittaneet jokseenkin samasta pisteestä kuin muut, joten tämä ei tee mahdollisesta sopimuksen luomisesta kuitenkaan mahdotonta.

3.6.3 Battle.net

Battle.net on selkeästi kaikista vanhin näistä alustoista ja se edeltääkin Steamia monilla vuosilla. Se julkaistiin vuonna 1996, ja siitä asti Blizzard on julkaissut kaikki pelinsä pelkästään sinne. Se erottaakin tämän selkeästi kaikista näistä muista listatuista paikoista. Battle.netissä on tänä päivänä myynnissä vain 10 peliä ja niistä 8 on Blizzardin kehittämiä pelejä ja loput ovat niiden liikekumppaninsa Activisionin julkaisemia pelejä. Muille kehittäjille tänne pääseminen on tästä syystä mahdottomuus. Tämä on kuitenkin vanhimpia sekä tunnetuimpia Steamin tyyppisiä alustoja mitä markkinoilla on ja sen tilanne tuskin tulee muuttumaan tulevaisuudessa.

3.6.4 Discord Store

Discord julkaisi oman kauppapaikkansa, Discord Storen lokakuussa 2018. Heidän kauppapaikkansa onkin siis yksi tuoreimmista kilpailijoista. Yksi asia, josta he saivat kauppapaikalleen hyvän maineen kehittäjien joukossa kauppapaikan julkaisun aikaan, oli heidän kehittäjäystävällinen voittonjako prosenttinsa. Tämä oli kiihkeästi keskusteltu aihe juuri tuohon aikaan ja Discord ilmoitti, että he ottavat myytyjen pelien tuloista vain 10 % itselleen. Vaikka kaikki voi vielä kuulostaa hyvältä, Discord Storen kanssa on kuitenkin tullut vuoden aikana selkeitä ongelmia, joista suurin on heidän muutoksensa siihen, miten kauppapaikkaa mainostetaan, joka on ongelmiin pelien löytämisen kanssa. Discord laittaa esille huomattavasti enemmän heidän omaansa Discord Nitro tilauspalvelua, ja pelien löytämisestä sen ulkopuolelta on jostain syystä tehty vaikeaa. Sekä pelaajat ja kehittäjät ovat olleet pettyneitä tästä, joka on täysin ymmärrettävää. Vaikka Discord ohjelmisto on valtavan suosittu, sen kauppapaikka ei kuitenkaan ole samanlailla löytänyt menestystä, ja onkin selkeästi pienempi käyttäjäkuntansa puolesta. Kun pelien löytämisestä on tehty vaikeaa käyttäjille, kauppapaikan arvo pienille kehittäjille jää varsin mitättömäksi. Discord Storen tilanne onkin melkoinen kysymysmerkki tällä hetkellä, aiemmin sen tulevaisuus näytti lupaavalta, mutta tilanne on mennyt ajan myötä huonompaan suuntaan. Tästä syystä sitä on vaikeaa suositella tällä hetkellä, koska kukaan ei voi sanoa millainen tulevaisuus sillä on edessä. Sillä on potentiaalia, mutta se vaatii paljon muutoksia siihen, miten kauppapaikka toimii tällä hetkellä.

4 Tutkimustulosten vertailu

4.1 Steamin vahvuuksia ja heikkouksia

Steamin suurin vahvuus on helposti nähtävissä ja se on Steamin suosio muihin kilpailijoihin verrattuna sekä käyttäjien määrä. Käyttäjien määrä on paljon suurempi kuin millään kilpailijalla, mutta täysin tarkkojen käyttäjämäärien vertailu on vaikeaa, koska muut kilpailijat eivät ole jakanneet tästä aiheesta yhtä avoimesti dataa. Tiedämme kuitenkin, että Steamin tällä hetkellä suurimmalla kilpailijalla, Epic Games Storella on yli kymmenen kertaa vähemmän rekisteröityneitä käyttäjiä kuin Steamilla ja aktiivisia käyttäjiä voi olla vielä vähemmän. Potentiaalinen menestyksen katto on paljon korkeampi täällä kuin missään muualla PC-markkinoilla. Jos peli pääsee isoimman kynnyksen ylitse, joka on huomion saaminen muiden pelien joukosta, mahdollisia ostajia on täällä paljon enemmän.

Steamworks ja julkaisun helppous sekä sen prosessin yksinkertaisuus ovat molemmat myös selkeitä vahvuuksia Steamille. Se ei kehittäjien puolelta vaadi lähellekään niin paljon sopimusten luomista ja muuta byrokratiaa, vaan pelin julkaisun voi hoitaa melko vapaasti ja nopeasti ilman mitään monimutkaisuksia. Koko tämän julkaisuprosessin läpikäyminen vie vain muutaman viikon ja jos se on jo entuudestaan tuttua, voin moniin asioihin valmistautua jo hyvissä ajoin, kun tietää mitä kaikkea siihen vaaditaan. Steamworksin tarjoamat työkalut ovat myös selkeä vahvuus kokonaisuudessaan. Noiden työkalujen avulla pystyt helposti testauttamaan ja päivittämään peliäsi julkaisun jälkeen ja erilaisten Steamin tukemien ominaisuuksien lisääminen on myös tehty helpoksi (esimerkiksi pelinsisäiset palkinnot, keräilykortit ja muut yhteisöön liittyvät ominaisuudet). Kauppasivujen ja yhteisön ylläpitäminen on myös selkeää ja nopeaa Steamworksin avulla. Missään muussa näistä suuremmista kauppapaikoista, ei näiden hoitaminen ja muuttaminen onnistu yhtä helposti.

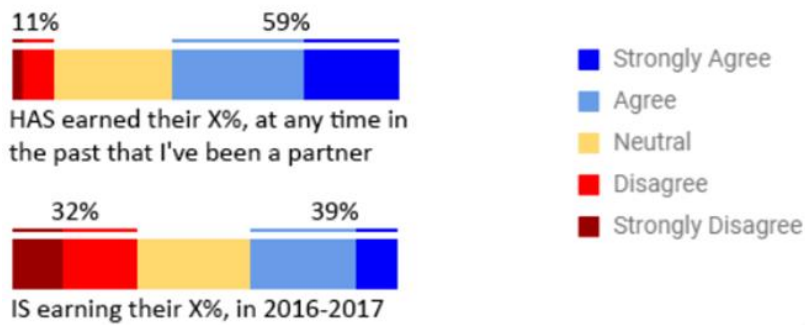
On ironista, että alustan koko ja pelien julkaisun helppouden mukana tulevat myös alustan suurimmat ongelmat. Nämä ovat jo useasti tekstissä aiemmin mainittu näkyvyys ja massasta erottuminen. Koska Steamissa pelin julkaiseminen on huomattavasti helpompaa kuin lähes kaikissa muissa kauppapaikoissa, siellä julkaistaan paljon pelejä päivittäin. Vaikka kehittäjät kuinka yrittäisivät ajoittaa julkaisun siten, että mitään suuria pelejä ei julkaistaisi lähellä heidän omaa peliään, joutuu kuitenkin kilpailemaan keskimäärin lähes 200 uutta peliä vastaan joka päivä. Jos peliään ei julkaisun yhteydessä saa nopeasti erottumaan tuosta massasta, menestymisen todennäköisyydet

tippuvat rajusti. Tämä on ylivoimaisesti suurin ongelma, jonka enemmistö pienistä kehittäjistä kohtaa Steam julkaisun yhteydessä. Kehittäjät, joilla on jo seuraajia ennestään, on valtava etulyöntiasema tässä, koska heidän pelinsä myyvät periaatteessa itsensä. Jos pelaajat tietävät ja pitävät jostain pelistä, he todennäköisesti levittävät siitä sanaa eteenpäin ja hyvällä tuurilla sana kiirii esimerkiksi suosituille Youtube tai Twitch-käyttäjille asti. Yksikin video oikealta käyttäjältä voi nostaa pelin mainetta räjähdysmäisesti, mutta negatiiviset vaikutukset ovat myös mahdolliset heidän reaktiostaan riippuen. Oikeiden ihmisten kiinni saaminen on tänä päivänä markkinoinnissa tärkeämpää kuin koskaan. Muutenkin markkinoinnin tärkeys on koko ajan noussut ylöspäin ja sosiaalisen media läsnäolon luominen pelin kehityksen aikana on käytännössä pakollista, jos haluaa että pelin julkaisu menestyy. (Valentine 2019)

Suuremmat firmat, joilla on satoja tuhansia tai jopa miljoonia varattuna pelkäävät pelien markkinointia varten, välttyvät tältä näkyvyys ongelmalta yleensä helposti. Ihmiset tietävät heistä jo ennestään ja heidän ei tarvitse samalla tavalla taistella näkyvyydestä. Kaikki näkyvyys on heille enemmänkin hyvää bonusta, mutta usein pelkkä firman nimikin pelin yhteydessä voi riittää menestymiseen, kunhan peli laadullisesti vastaa jokseenkin pelaajien odotuksia. Tällaiset pelit ovat yleensä niitä, jotka valtaavat Steamin etusivun suurimman osan ajasta, sillä aikaa kun pienemmän kehittäjät taistelevat vähäisestäkin näkyvyydestä etusivulla. Tämä vastaava ongelma voi tulla vastaan myös muissa kauppapaikoissa, mutta mihinkään muuhun ei julkaista yhtä paljon kilpailijoita päivittäin.

Steamin päätös tukea suurempia, hyvin menestyviä pelejä korkeammalla voitonjako prosentilla, oli myös sellainen päätös, jota vastaan monet pienemmät kehittäjät olivat. Monet olettivat, että Epic Gamesin 12 % julkistamisen jälkeen, Valve muuttaisi omaa järjestelmäänsä myös. Monet kuitenkin pettyivät Valven tekemiin muutoksiin, koska nämä muutokset eivät tukeneet pieniä kehittäjiä millään tavalla, vaan enemmänkin huononsivat tilannetta antamalla vielä enemmän tukea jo menestyville peleille. Valven aiempi 30 % käytäntö ei kuitenkaan ole erityisen korkea moniin muihin kilpailijoihin verrattuna, harvat alustat tarjoavat paremman prosentin kehittäjille. Kilpailutus on selkeästi suuri syy siinä, miksi monet ovat nyt niin selkeästi tätä vastaan ja miksi haluavat muutosta tähän järjestelmään. Vuonna 2017 pidettiin kysely, jossa kehittäjiltä kysyttiin, että uskovatko he Valven ansaitsevan tämän 30 %, jonka he ottavat jokaisesta myydystä pelistä. Vielä silloin ihmiset olivat enemmän sen puolella, kuten kuvassa 17 olevista tuloksista näkyy.

I agree/disagree that Valve...



Kuva 17. Olivatko kehittäjät tyytyväisiä Valven voitonjakoon vuonna 2017 (Doucet 2017)

Tänä päivänä nämä luvut ovat huomattavasti enemmän negatiiviset. Vain 6 % kehittäjistä oli vuonna 2019 sitä mieltä, että Valve on täysin ansainnut tuon prosentin ja 32 % kehittäjistä oli sitä mielipidettä vastaan. Enemmistö on kuitenkin vielä epävarmalla alueella, 17 % vastasi ”ehkä”, ja 27 % vastasi ”mahdollisesti ei”, ja loput 17 % eivät olleet varmoja. Noista luvuista näkee kuitenkin selvästi, että kehittäjät ovat paljon vähemmän tyytyväisiä nykypäivänä verrattuna siihen mikä tilanne oli muutama vuosi taaksepäin, joten Steam in imago on selvästi ottanut takaiskun kehittäjien silmissä. (Kuchera 2019)

4.2 Kilpailijoiden vahvuuksia ja heikkouksia

Kun katsoo kaikkia näitä listattuja kilpailijoita, on selkeää, että pienien kehittäjien kannalta Epic Games Store on monesta näkökulmasta turvallisin ja varmin korvike Steamille. Pelin saaminen sinne myyntiin ei ole ihan yhtä helppoa, mutta jos mahdollisuuden saa, menestymisen todennäköisyys on keskimäärin varmempaa ja jos menestystä löytyy, niin kaikista voitoista 88 % jää kehittäjille. Vaikka käyttäjiä on alustalla vielä paljon vähemmän, se tarjoaa varmemmin näkyvyyttä pelillesi, verrattuna Steamissa olevaan kilpailun määrään. Tämän lisäksi, se että Epic Games tekee sopimuksen kanssasi ja maksaa suoraan tiimille osan odotetuista tuloista jo ennen kuin yhtään kappaletta pelistä on myyty, vähentää kaikkia julkaisemisen tuomia riskejä heti huomattavasti kehitystiimin osalta. Heiltä saa myös tukea markkinoinnin osalta, joka tuo heti mahdollista näkyvyyttä enemmän, mutta riippuen siitä mitä on aiemmin luvannut pelin suhteen (esimerkiksi mahdollisia julkaisupaikkoja), tällä voi myös olla negatiivisia vaikutuksia. Kehittäjien tulee hoitaa tästä yhteistyöstä ilmoittaminen järkevästi ja asiallisesti, jos he haluavat välttää mahdolliset takaiskut pelaajien keskuudessa.

Tällä hetkellä Epic Games Store tukee näistä alustoista kaikista eniten pelien kehittäjiä, mutta periaatteessa se on vähemmän pelaajia ja alustan käyttäjiä kohtaan ystävällinen, vaikkakin tässä on otettu pieniä askelia vähän parempaan suuntaan. Tuokin riippuu jokseenkin omasta näkemyksestä, mutta monet pelaajat ovat vielä aggressiivisesti sitä vastaan, joten oman imagon kannalta kehittäjien tulee olla tarkkana, miten mahdollisesta Epic Gamesin kanssa sovitusta yhteistyöstä ilmoittaa. Tällä hetkellä, Epic Games Store on selkeästi suurin kilpailija Steamille, ja siitä voi potentiaalisesti tulevaisuudessa tulla vielä suurempi uhka alustalle, jos Epic Games saa parannettua sekä omaa, että heidän alustansa julkista imagoaan pelaajien keskuudessa. Sen julkistamisesta asti, se on vaikuttanut monien kehittäjien ja pelaajien näkemykseen Steamista, joten Valven rulee myös olla valmiina vastaamaan mahdollisiin tulevaisuuden haasteisiin. On tietenkin mahdollista, että jos Epic Game Store kasvaa paljon tulevaisuudessa, että sama pelien näkyvyys ongelma voi ilmetä myös siellä, mutta tällä hetkellä se on kuitenkin näkyvyyden suhteen Steamia varmempi, ja riskittömämpi vaihtoehto monille kehittäjille.

Origin ja Uplay jakavat useimmat omista heikkouksistaan ja vahvuuksistaan. Ominaisuuksien osalta ne ovat hyvin vastaavat ja monella osa-alueella myös lähellä Steamia omien sovellustensa osalta. Molemmat ovat vastaavaan tapaan kuitenkin pitäneet huonompaa mainetta niiden julkaisusta asti, ja kummatkin niistä rajoittavat mitä pelejä ottavat myyntiin. Heidän suurimpana tavoitteenaan on myydä omia pelejään ja tästä syystä indie-kehittäjien voikin olla vaikeaa saada pelejään niihin myyntiin. Näistä ei myöskään ole kovin avoimesti myyntidataa käytettävissä, joten on vaikeaa sanoa kuinka hyvin pienemmät pelit menestyvät kauppapaikoilla. Näistä syistä on vaikeaa suositella kumpaakaan näistä pienille kehittäjille.

GOG ja GOG Galaxy ovat myös molemmat harkitsemisen arvoisia vaihtoehtoja monien silmissä Steamin sijasta. GOG:in suurimpana haasteena on niiden paljon pienempi käyttäjäkunta suurempiin julkaisualustoihin verrattuna. Vaikka CD Projektilla on hyvä maine pelaajien keskuudessa kulluttajaystävällisten käytänteidensä takia ne eivät pysty kilpailemaan käyttäjämäärien tai myyntinumeroiden kanssa, mutta tässä on myös positiiviset puolensa pienille kehittäjille. Myynnissä olevia pelejä on paljon vähemmän ja niitä ei julkaista yhtä tiheään, joten joukosta erottuminen voi olla helpompaa. Pelin saaminen myyntiin ei myöskään ole ihan niin helppoa kuin joissain muissa vastaavissa kauppapaikoissa. Miten he valitsevat myyntiin pääsevät pelit, on prosessina paljon epäselvempi ja siihen ei ole mitään tarkkoja listattuja vaatimuksia, samaan tapaan kuten esimerkiksi Steamworksissä on. Kommunikaatio alustan ja kauppapaikan ylläpitäjien kanssa on ollut monilla kehittäjillä ongelmana, ja se, että julkaisuprosessista ei löydy kovin helposti tietoa, ei myöskään tee tästä yhtään selkeämpää. Näistä syistä, tälle voi antaa varovaisen suosituksen. Täällä

julkaiseminen jonkin toisen paikan rinnalla on todennäköisesti paras tapa hyödyntää tätä alustaa. Tuleva GOG Galaxy 2.0 päivitys voi myös tuoda alustalle uusia käyttäjiä tulevaisuudessa. Täällä julkaisemisella voi myös saada hyvää mainetta joidenkin pelaajayhteisöjen keskuudessa, koska tällä alustalla on oma käyttäjäkuntansa, joka erityisesti arvostavaa kehittäjiä, jotka laittavat pelinsä tänne myyntiin.

Itchin vahvuus kaikkiin näihin muihin verrattuna on sen käytön helppous, ja pelin julkaisemisen riskittömyys. Julkaisemisprosessi on helppo ja nopea, eikä vaadi isompia tarkastuksia, ja sen voi tehdä ilmaiseksi. Tämä tarkoittaa kuitenkin sitä, että se ei samaan tapaan ole markkinallisesti niin kannattava ainoana julkaisualustana. Itchissä enemmistö peleistä on ilmaisia, joka tarkoittaa myös sitä, että monet pelaajat eivät välttämättä etsi sieltä maksullisia pelejä ja jos sellaisella aikoo siellä menestyä, alustan kulttuuri voi olla sitä vastaan. Näistä syistä Itch toimii parhaiten esimerkiksi pelin testaus alustana, jos haluaa julkaista jonkinlaisen demon tai vastaavan, tai aloittelevalla pelinkehittäjälle se voi toimia ensimmäisenä julkaisupaikkana ja oppimiskokemuksena sen myötä.

5 Steaminn kannattavuus nykypäivänä

Steaminn kannattavuus vaihtelee tapauskohtaisesti ja riippuen siitä keneltä kysyy, vastaus siihen voi muuttua paljon. Monilla suurilla firmoilla se on yhäkin paras vaihtoehto, suurimman käyttäjäkunnan takia, mutta pienet kehittäjät murskautuvat helposti pelimassan alle. Monet indie-kehittäjät ovatkin päättäneet kiertää tämän ongelman sillä, että he ovat julkaisseet pelinsä omien nettisivujen kautta, jolloin he ovat myös saaneet lähes kaikki (esim Paypal ottaa kuitenkin 2,9 %) tuloista itselleen, ja silloin peli ei myöskään huku massan joukkoon. Jos näin tekee, täytyy kuitenkin hoitaa markkinoinnin puolesta asiat hyvin. Jos julkaisee pelinsä tähän tapaan itse, ilman että tautalla on jotain julkaisijaa, niin näkyvyyden saaminen vaatii enemmän työtä kehittäjiltä. Usein tällaisten pelien kohdalla pelaajat ovat julkaisun jälkeen itse pyytäneet Steam versiota, jolloin sekin itsessään on jo tuonut jotain näkyvyyttä, kun kysyntää on jo entuudestaan. (Horti 2018)

On kuitenkin tärkeää mainita, näiden aiemmin listattujen vaihtoehtojen ulkopuolelta konsolijulkaisut ovat myös hyvä mahdollinen tapa löytää näkyvyyttä, joka voi hyvinkin tukea pelin julkaisua Steamissa sekä muillakin alustoilla. Konsolipuolella saa usein markkinoinnin puolesta apua isommilta julkaisijoilta, joten jos heidän kanssaan saa sopimusta aikaiseksi, se voi hyvinkin johtaa menestymisiin. Konsoleilla kilpailu on myös kovaa, ja niillä markkinoilla menestyminen voi riippua paljonkin alustasta ja niiden suurimmista kohdeyleisöistä. Tämä on kuitenkin ihan oma aiheensa, josta voisi tehdä vastaavan opinnäytetyön kuin tämän, joten en syvenny niihin tätä enempää.

Steaminn päivät markkinoiden selkeästi parhaana alustana indie-peleille ovat todennäköisesti takana päin, ja vaikka tulevaisuudessa asiat menisivätkin parempaan suuntaan, ne tuskin tulevat koskaan palaamaan vastaavaan asemaan mikä heillä oli 2010-luvun alussa. Kilpailijoita todennäköisesti nousee vielä lisää tulevaisuudessa, varsinkin nyt kun Epic Game Store on nostanut tästä aiheesta keskustelun valokeilaan, ja samalla näyttänyt, että asiat voi tehdä toisillakin tavoin. On jo nyt ollut nähtävissä, että tämä on vaikuttanut Steamiin, kun Valve päätti ensimmäistä kertaa vuosiin tehdä muutoksia heidän voitonjakonsa toimivuuteen. Nämä muutokset eivät olleet kovin suuria, eivätkä sellaisia kuin useat kehittäjät olivat toivoneet, mutta ne olivat kuitenkin askelia uuteen suuntaan. Ensi vuodesta tulee mielenkiintoinen näiden alustojen tulevaisuuden kannalta. Tämä on omalta osaltani spekulatiota, mutta oletan että lähitulevaisuudessa Steam tulee muuttamaan miten Steam Direct toimii, mahdollisesti sen hintaa nostamalla, tai jollain muulla vastaavalla keinolla, joka vähentäisi päivittäin julkaistavien pelien määrää. Mahdolliset muutokset pelien suosittelu algoritmiin voisivat mahdollisesti myös auttaa näkyvyyden ongelmien kanssa. (Valentine 2019)

Voin omalta osaltani sanoa, että kumpikaan meidän tiimimme Steamissa julkaistuista peleistä, ei valitettavasti löytänyt menestystä alustalla. Julkaisut olivat oppimiskokemuksena hyödylliset, mutta rahallisessa mielessä molemmat niistä jäivät epäonnistumisiksi, vaikka toisen kohdalla olimme oppineet ensimmäisen kerran virheistä ja olimme panostaneet pelin markkinointiin enemmän. Näillä markkinoilla kilpailu on kovaa ja monet ajattelevat, että pelkällä kovalla työllä, ja laadukkaan pelin tekemisellä löytää tiensä menestymiseen, mutta usein asiat eivät kuitenkaan mene niin. Tästä syystä kaikkia omia, käytössä olevia vaihtoehtoja kannattaa miettiä tarkkaan jo projektia aloittaessa.

Onko Steam siis kannattava tänä päivänä? Vastaus on samanaikaisesti kyllä ja ei. Jos ei ole panostanut erityisemmin markkinointiin ja Steam on ainoa suunniteltu julkaisualusta pelille, menestymisen todennäköisyydet ovat silloin pienet. Jos pelaa korttinsa oikein ja on saanut hyvää näkyvyyttä ennen julkaisua, se voi hyvinkin riittää siihen, että peli löytää tiensä pelaajien käsiin saakka. Tänä päivänä siihen luottaminen on kuitenkin riski, joten jos julkaisusta saa tehtyä varmempaa, esimerkiksi julkaisijan tuella, tai julkaisulla jossain toisessa kauppapaikassa saman aikaisesti, niin se on suositeltavaa. Joskus voi myös olla puhdasta huonoa tuuria matkassa. Vaikka kehittäjät uskoisivat, että he ovat hoitaneet kaiken hyvin kehityksen aikana, niin se ei takaa julkaisun menestymistä millään tavalla.

Pitkään markkinat olivat sellaisessa tilanteessa, että pienemmille kehittäjille ei käytännössä ollut muita vartenotettavia vaihtoehtoja Steamin lisäksi, mutta nyt kun muitakin hyviä mahdollisuuksia löytyy, niin on ymmärrettävää miksi monet ovatkin vaihtaneet toisiin kauppapaikkoihin. Se että kehittäjät harkitsevat muita vaihtoehtoja, antaa Valveille selkeästi viestin siitä, että jotain muutoksia kannattaisi tehdä, jos he haluavat pitää valtaosan kehittäjistä alustallaan. Kilpailu näiden alustojen ja markkinapaikkojen välillä on tämän osalta hyvästä ja toivon mukaan tämän aktiivisen painostuksen myötä, vuoden päästä Steam on mennyt kehittäjien osalta parempaan suuntaan. Uskon että pienemmilläkin peleillä on vielä tulevaisuus Steamissa, mutta se vaatii, että Valve reagoi kaupan kanssa syntyneisiin ongelmiin, ja kokeilee parantaa tilannetta. Miten he sen tekevät, jää nähtäväksi.

6 Yhteenveto

Tutkielman alussa perehdyttiin siihen, mikä Steam itsessään on, ja mikä sen asema on pelikulttuurissa. Ensimmäisenä perehdyttiin Steamin, sekä sen ohessa myös Valven historiaan. Tässä tarkennettiin erityisesti merkittäviä tapahtumia joita alustan noin 15 vuoden elinkaaren aikana on tapahtunut. Steam kaupan kehittyminen vuosien aikana oli merkittävänä osana tätä, ja sen visuaalisen tyylin muuttuminen kuvastaakin hyvin koko alustan kehitystä ajan myötä. Steam on ollut koko pelialan merkittävimpiä elementtejä 2000-luvulla, ja sen vaikutus koko PC-pelaamiseen on ollut valtava.

Seuraavaksi käytiin läpi Steamin tilannetta nykypäivänä. Sen asema vuosien aikana on muuttunut paljon, alkuaikoina vihatusta sovelluksesta, syntyi vuosien aikana maailman suosituin alusta PC-pelaamiselle. Sen käyttäjämäärä on noussut tasaisesti, eikä se näytä mitään hidastumisen merkkejä. Steamilla on tänä päivänä yli miljardi rekisteröityneitä käyttäjiä. Pelien määrä on kokenut Steam Directin julkaisun myötä räjähdysmäisen nousun, ja niitä on kauppapaikalla myynnissä jo yli 30 000.

Steam julkaisuun keskittyvässä osiossa, käytiin läpi mikä Steamin asema on markkinoilla, ja milaista on julkaista peli Steamiin tänä päivänä. Tässä kohdassa ilmeni myös Steamin suurin ongelma, joka on pelien näkyvyys ja liiallinen määrä. Steam Directin myötä, Steamiin julkaistaan päivittäin yli 180 peliä, ja enemmistö hukkuukin tähän massaan. Tämä onkin johtanut siihen, että viime vuonna indie-pelejä myytiin Steamissa paljon normaalia vähemmän, ja pelien määrän vain kasvaessa tämä numero voi jatkaa putoamista. Tämän lisäksi käytiin myös läpi mikä Steamworks on. Se tarjoaa kehittäjille hyvät ja helppokäyttöiset työkalut pelin myyntiin tuomiseen, mutta vaikkakin ne ovat niin hyvät kuin ne ovat, se ei siltikään auta tämän ongelman kanssa.

Tämän jälkeen päästiin tutkielman toiseen merkittävään osioon, joka on Steamin kilpailijat. Näistä selkeästi suurin ja merkittävin on Epic Games Store, ja se on käytännössä isoin vaikuttaja koko tämän opinnäytetyön olemassaoloon. Steamiin verrattuna, se tukee monella tapaa enemmän kehittäjiä, mutta se on myös onnistunut suuttuttamaan monia pelaajia, sekä myös kehittäjiä aggressiivisilla metodeillaan. Epic games ottaa myydyistä peleistä vain 12 % itselleen, Steamin ja useimpien muiden alustojen käyttämään 30 % verrattuna ja tämä onkin vuoden 2019 aikana herättänyt paljon keskustelua. Heidän yksinoikeussopimuksensa ovat myös olleet kohua herättävä puheenaihe. Epic Games Launcher on sovelluksena vielä Steamia paljon alkeellisempi, ja siitä puuttuukin paljon merkittäviä ominaisuuksia. Monille pelaajille se onkin ollut merkittävä syy siinä, miksi he

eivät halua käyttää alustaa. Tämän lisäksi, pelaajayhteisön reaktio on kokonaisuutena ollut aika lapsellinen tämän Epic Games keskustelun ympärillä. Jotkin kehittäjät ovat saaneet uhkauksia sen takia koska he ovat vieneet pelinsä Epic Game Storeen myyntiin ja jotkin kehittäjät ovat alkaneet käyttämään kauppapaikasta kieltäytymistä markkinointi temppuna. Tällä voi siis olla suuriakin vaikutuksia oman pelinsä imagoon monien pelaajien silmissä, mutta reaktiot ovat vaihdelleet paljon sen mukaan, miten yhteistyöstä on ilmoittanut. Vaikka Epic Game Store on alustana nuori, sillä oli jo keväällä 85 miljoonaa rekisteröitynyttä käyttäjää, ja tuo luku on todennäköisesti nousut paljon vuoden aikana.

Muista kilpailijoista, Good Old Games on monien silmissä kuluttajaystävällisin alusta, ja ominaisuuksien puolesta GOG Galaxy on käytännön osalta kaikista lähimpänä Steamia näistä kilpailijoista. Sen isoimmaksi ongelmaksi kehittäjien osalta osoittautuu sen pieni käyttäjämäärä ja kommunikaatio henkilöstön kanssa. Se on kuitenkin myös ihan harkinnan arvoinen vaihtoehto, paljon vähäisemmän kilpailun takia. Origin ja Uplay ovat molemmat hyvin vastaavia, mutta kumpikaan niistä ei ole kovinkaan relevantti vaihtoehto useimmille pienille kehittäjille, koska ne rajoittavat paljon enemmän sitä mitä kauppoihinsa ottavat. Jotta pelinsä saa näihin myyntiin täytyy ensin onnistua tekemään sopimukset EA:n tai Ubisoftin kanssa ja tämä vaatii näihin muihin verrattuna selkeästi enemmän työtä. Itch.io voi hyvinkin toimia monien kehittäjien ensimmäisenä julkaisualustana. Se on helppo käyttää, ja täysin riskitön, mutta rahallisen menestyksen löytäminen sillä on lähes mahdotonta, joten sen arvo vaihtelee omasta käyttötarkoituksesta riippuen paljon.

Viimeisessä osiossa, käytiin läpi koko tutkielman aikana ilmenneitä asioita ja verrattiin kaikkien alustojen vahvuuksia sekä heikkouksia keskenään. Alustan näkyvyys ongelmien takia, pelkästään Steam julkaisuun panostaminen ei enemmistöllä pienistä kehittäjistä ole enää kannattavaa. Suurille kehittäjille ja peleille, jotka ovat (tavalla tai toisella) keränneet paljon huomiota jo ennen niiden julkaisua, tämä on valtavan käyttäjäkuntansa takia yhäkin PC-markkinoiden paras alusta. Pienemmille kehittäjille on siis suositeltavaa, että he julkaisevat pelinsä jossain muualla myös Steamin lisäksi, jos heillä ei ole jo entuudestaan paljon näkyvyyttä tai hyvää mainetta pelaajien keskuudessa. Tulevaisuudessa Valven täytyy alkaa aktiivisemmin reagoimaan näihin uusiin haasteisiin, joita Steam on kohdannut, jos he haluavat alustan pysyvän kannattavana kaikille kehittäjille, samaan tapaan kuin se joskus ennen oli ollut. Tuleeko näin käymään, jää vielä mysteeriksi ja vain aika voi näyttää mihin suuntaan he vievät Steamia tulevaisuudessa.

Lähteet

- Agnello, AJ. 2012. Ubisoft takes on Steam, EA Origin with Uplay. Haettu 15.10.2019, sivustolta Digitaltrends, internetosoite: <https://www.digitaltrends.com/gaming/ubisoft-gets-into-the-digital-distribution-game-with-uplay-pc/>
- Bailey, D. 2018. With \$4.3 billion in sales, 2017 was Steam's biggest year yet. Haettu 13.11.2019, sivustolta PCGamesN, internetosoite: <https://www.pcgamesn.com/steam-revenue-2017>
- Bailey, J. 2019. Fortnite Maker Wants to Sell More Games, and Build a Platform to Do It. Haettu 20.11.2019, sivustolta New York Times, internetosoite: <https://www.nytimes.com/2019/08/27/business/steam-epic-games-store.html>
- Bolding, J. 2019. Steam now has 30,000 games. Haettu 15.10.2019, sivustolta PC Gamer, internetosoite: <https://www.pcgamer.com/steam-now-has-30000-games/>
- Brown, F. 2019. Steam's Discovery update is making things worse for some indie developers. Haettu 9.11.2019, sivustolta PC Gamer, internetosoite: <https://www.pcgamer.com/steams-discovery-update-is-making-things-worse-for-some-indie-developers/>
- Calvin, A. 2018. Five years and 100,000 games later: Itch.io founder Leaf Corcoran tells us about the indie marketplace's evolution. Haettu 11.11.2019, sivustolta Gamesinsider, internetosoite: <https://www.pcgamesinsider.biz/feature/66894/five-years-and-100000-games-later-itchio-founder-leaf-corcoran-tells-us-about-the-indie-marketplaces-evolution/>
- Chalk, A. 2017. Steam Greenlight is closed, Steam Direct goes live next week. Haettu 13.10.2019, sivustolta PC Gamer, internetosoite: <https://www.pcgamer.com/steam-greenlight-is-closed-steam-direct-goes-live-next-week/>
- Cox, K. 2012. Ubisoft Launches Their Own PC Gaming Client. Haettu 14.11.2019, sivustolta Kotaku, internetosoite: <https://kotaku.com/ubisoft-launches-their-own-pc-gaming-client-and-is-sel-5935427>
- Doucet, L. 2017. The biggest issues with Steam in 2017, according to 230 developers. Haettu 27.11.2019, sivustolta PC Gamer, internetosoite: <https://www.pcgamer.com/the-biggest-issues-with-steam-in-2017-according-to-230-developers/>

- Dunn, J. 2019. Full Steam ahead: The History of Valve. Haettu 13.10.2019, sivustolta Gamesradar, internetosoite: <https://www.gamesradar.com/history-of-valve/>
- Edmonds, R. 2017. Why I'm switching from Steam to GOG for PC gaming. Haettu 15.10.2019, sivustolta Windowscentral, internetosoite: <https://www.windowscentral.com/why-im-switching-steam-gog-pc-gaming>
- GameCentral. 2019. Ooblets developer reveals shocking level of abuse over Epic Games Store exclusivity. Haettu 21.11.2019, sivustolta Metro.co.uk, internetosoite: <https://metro.co.uk/2019/08/07/ooblets-developer-reveals-shocking-level-abuse-epic-games-store-exclusivity-10533965/>
- GOG. 2013. PUTTING YOUR INDIE GAME ON GOG.COM MADE EASY. Haettu 10.11.2019, osoitteesta https://www.gog.com/news/say_hello_to_gogcomindie
- Grayson, N. 2019. Why People Are So Mad About The Epic Games Store. Haettu 21.11.2019, sivustolta Kotaku, internetosoite: <https://kotaku.com/why-people-are-so-mad-about-the-epic-games-store-1833848770>
- Gross, B. 2017. How EA Became the Most Hated Company On the Internet. Haettu 10.11.2019, sivustolta Business2community, internetosoite: <https://www.business2community.com/brand-views/qmarkets/ea-became-hated-company-internet-can-fix-01960437>
- Horti, S. 2018. Epic's Tim Sweeney reveals how the company lands exclusives for the Epic Store. Haettu 17.11.2019, sivustolta PC Gamer, internetosoite: <https://www.pcgamer.com/epics-tim-sweeney-reveals-how-the-company-lands-exclusives-for-the-epic-store/>
- Horti, S. 2018. Is it worth cutting out Steam to sell indie games direct? Haettu 28.11.2019, sivustolta PC Gamer, internetosoite: <https://www.pcgamer.com/is-it-worth-cutting-out-steam-to-sell-indie-games-direct/>
- Ivan, T. 2019. Epic reportedly paid over \$10 million for Control PC exclusivity. Haettu 17.11.2019, sivustolta Videogameschronicle, internetosoite: <https://www.videogameschronicle.com/news/epic-reportedly-paid-over-10-million-for-control-pc-exclusivity/>

Kerr, C. 2019. Here's why the Epic Games Store takes a 12 percent revenue cut from devs. Haettu 17.11.2019, sivustolta Gamasutra, internetosoite: https://www.gamasutra.com/view/news/341249/Heres_why_the_Epic_Games_Store_takes_a_12_percent_revenue_cut_from_devs.php

Kuchera, B. 2010. Official explanation of controversial Assassin's Creed 2 DRM. Haettu 14.11.2019, sivustolta Arstechnica, internetosoite: <https://arstechnica.com/gaming/2010/02/ubisoft-details-drm/>

Kurchera, B. 2019. Does Valve deserve Steam's 30 percent cut? Many developers say no. Haettu 17.11.2019, sivustolta Polygon, internetosoite: <https://www.polygon.com/2019/1/24/18196154/steam-developers-revenue-epic-games-store>

Lanier, L. 2019. Steam Now Has One Billion Accounts (And 90 Million Active Users). Haettu 8.11.2019, sivustolta Variety, internetosoite: <https://variety.com/2019/gaming/news/steam-one-billion-accounts-1203201159/>

Maiberg, W. 2015. Itch.io Is the Littlest Next Big Thing in Gaming. Haettu 11.11.2019, sivustolta Vice, internetosoite: https://www.vice.com/en_us/article/vvbkb8/itchio-is-the-littlest-next-big-thing-in-gaming

Marks, T. 2019. Steam's 30% cut is actually the industry standard. Haettu 9.11.2019, sivustolta Ign, internetosoite: <https://www.ign.com/articles/2019/10/07/report-steams-30-cut-is-actually-the-industry-standard>

Reisinger, D. 2011. EA launches Origin, takes aim at Steam. Haettu 11.11.2019, sivustolta Cnet, internetosoite: <https://www.cnet.com/news/ea-launches-origin-takes-aim-at-steam/>

Rose, M. (2019). How well are PC games selling in 2019? [PDF]. Haettu sivustolta Google Drive, internetosoite: https://drive.google.com/file/d/1W6lZir97bUU0KdvIGNIVWG00-_A3QrdN/view

Sayer, M., & Wilde, T. 2018. The 15-year evolution of Steam. Haettu 13.10.2019, sivustolta PC Gamer, Internetosoite: <https://www.pcgamer.com/steam-versions/>

Sinclair, B. 2019. EA Returns to Steam. Haettu 9.11.2019, sivustolta Gamesindustry, internetosoite: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2019-10-29-ea-returns-to-steam>

Strickland, B. 2019. GOG.com is barely making any profit. Haettu 9.11.2019, sivustolta Tweaktown, internetosoite: <https://www.tweaktown.com/news/65367/gog-com-barely-making-profit/index.html>

Strickland, D. 2019. Epic Store has 85 million users. Haettu 26.11.2019, sivustolta Tweaktown, internetosoite: <https://www.tweaktown.com/news/65310/epic-store-85-million-users/index.html>

Steamworks development. (29.3.2019). Steam Business Update / GDC 2019. Haettu osoitteesta: <https://www.youtube.com/watch?v=wrvr02SiHY4>

Steamworks Documentation. 2019. Steamworksin omat kotisivut ja ohjeet sen käyttämiseen. Haettu 11.11.2019, osoitteesta <https://partner.steamgames.com/doc/sdk>

Tassi, P. 2017. In 2017, EA Has Turned Into An Industry Punching Bag Once Again. Haettu 10.11.2019, sivustolta Forbes, internetosoite: <https://www.forbes.com/sites/insert-coin/2017/11/13/in-2017-ea-has-turned-into-an-industry-punching-bag-once-again/#57049411224d>

Valentine, R. 2018. Indie developers are unhappy with Steam's new revenue sharing tiers. Haettu 15.10.2019, sivustolta Gamesindustry, internetosoite: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2018-12-03-indie-developers-are-unhappy-with-steams-new-revenue-sharing-tiers>

Valentine, R. 2019. Indies on Steam are betting on discoverability. Haettu 2.12.2019, sivustolta Gameindustry.biz, internetosoite: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2019-07-19-steam-indies-and-betting-on-discoverability>

Wilde, T. 2019. How the Epic Games Store compares to Steam right now. Haettu 21.11.2019, sivustolta PC Gamer, internetosoite: <https://www.pcgamer.com/how-the-epic-games-store-compares-to-steam-right-now/>

Ww, T. 2014. Q&A: itch.io Interview with Leaf Corcoran. Haettu 11.11.2019, sivustolta Gamasutra, internetosoite: https://www.gamasutra.com/blogs/TimWw/20141201/231247/QA_itchio_Interview_with_Leaf_Corcoran.php