



Rosnące znaczenie przemysłu kreatywnego w Polsce na przykładzie rynku gier wideo

MAREK ZIĘTARSKI

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, ul. Gagarina 13a,
87-100 Toruń, Polska epsilonowy@gmail.com orcid.org/0000-0002-0528-9718

Abstrakt

Motywacja: Obecnie powstające gry wideo są coraz bardziej zaawansowane technologicznie, co przyczynia się do intensywnego rozwoju rynku gier wideo. Uzupełnienie specyfiki tego rynku i jego rozwoju oraz przedstawienie sytuacji finansowej przedsiębiorstwa CD Projekt działającego na tym rynku było głównym motywem wyboru tematu niniejszego artykułu.

Cel: Celem artykułu jest scharakteryzowanie rynku gier wideo w Polsce jako przykładu przemysłu kreatywnego, a także przedstawienie wyników finansowych CD Projekt na tle tego rynku.

Materiały i metody: W części teoretycznej wykorzystano analizę opisową, natomiast w części empirycznej analizę porównawczą. Materiał empiryczny stanowią raporty KPT, Newzoo oraz CD Projekt.

Wyniki: Na podstawie przeprowadzonych analiz wykazano nieznaczną zależność między sytuacją finansową CD Projekt a kształtowaniem się przychodów na rynku gier wideo w Polsce w 2015 roku. Charakterystyka rynku gier wideo w Polsce ukazała dużą popularność e-sportu oraz wysoki potencjał technologii rzeczywistości wirtualnej (*virtual reality*, VR) i rozszerzonej (*augmented reality*, AR).

Słowa kluczowe: rynek gier wideo; gry wideo; CD Projekt

JEL: L11; L82; L86

1. Wprowadzenie

Wartość sprzedaży gier wideo na całym świecie systematycznie wzrasta. Według danych Newzoo, instytucji zajmującej się badaniem tego rynku, w 2018 roku osiągnęła ona wartość 137,9 mld USD, a w najbliższych latach będzie następował ich systematyczny wzrost (Wijman, 2018). Rynek gier wideo w Polsce również rozwija się intensywnie. Jego przy-

chody w 2018 roku wyniosły 541 mln USD, a liderem działającym na tym rynku jest CD Projekt SA (dalej CD Projekt), zajmujące się produkcją oraz dystrybucją gier wideo (Newzoo, 2018b).

Duża popularność gier wideo wynika z faktu, że są one źródłem rozrywki, a także skuteczną metodą walki ze stresem. Ponadto, mają wpływ na poprawę logicznego myślenia oraz refleksu (Kid Crono, 2017; Mental Floss, 2019).

Celem artykułu jest scharakteryzowanie rynku gier wideo w Polsce jako przykładu przemysłu kreatywnego oraz porównanie przychodów ze sprzedaży i zysku netto CD Projekt na tle przychodów tego rynku.

Zakres czasowy stanowią lata 2014–2018. Wybór ten podyktowany dostępnością danych.

W sekcji 2. dokonano przeglądu literatury. W sekcji 3. scharakteryzowano wykorzystane metody badawcze. W sekcji 4. przedstawiono wyniki badania. W sekcji 5. zaprezentowano wnioski z przeprowadzonych analiz.

2. Przegląd literatury

W literaturze przedmiotu brakuje publikacji na temat rozwoju rynku gier wideo, gdyż jest to stosunkowo nowe zagadnienie.

E. Adams (2014), G. Lecky-Thompson (2008) oraz J. Newman (2004) przedstawili szczegóły odnośnie konstrukcji i projektowania gier. Opisać proces powstawania odpowiednich komponentów gier, które są dostępne na rynku, np. tworzenie świata wirtualnego oraz cyfrowych postaci. Zaprezentowali różne metody narracji fabuły, a także przedstawili wiele elementów interfejsu, rozgrywki oraz wykorzystywanych mechanik w grach wideo. Na podstawie tej literatury w sekcji 4.2. ukazano komponenty gier wideo oraz podzielono je pod względem gatunków, a także platform, na które zostały stworzone.

W raporcie opracowanym przez Krakowski Park Technologiczny (KPT, 2017) przedstawiono najnowsze trendy na rynku gier wideo w Polsce, a także opracowano sylwetkę polskiego gracza pod względem społeczno-demograficznym oraz ukazano informacje na temat polskich producentów gier wideo. Na podstawie tego raportu w sekcji 4.2. omówiono najnowsze technologie oraz elementy rynku wydawniczo-dystrybucyjnego gier wideo.

3. Materiały i metody

W niniejszym artykule użyto różnych metod badawczych. W części teoretycznej wykorzystano analizę opisową, natomiast w części empirycznej analizę porównawczą. Materiał empiryczny stanowią raporty: KPT (2017), Newzoo (2018a–2018c) oraz CD Projekt (2015–2018), które wykorzystano do analizy porównawczej przychodów ze sprzedaży oraz zysku (straty) netto CD Projekt na tle przychodów całego rynku gier wideo w Polsce.

4. Wyniki badania

4.1. Definicja przemysłu kreatywnego

Pojęcie przemysłu kreatywnego pojawiło się w latach 90. XX wieku, a rozpowszechniło się w 1997 roku za sprawą powołania Zespołu ds. Przemysłów Kreatywnych (*Creative Industries Taskforce*) w Wielkiej Brytanii. Przemysł kreatywny jest definiowany jako działania, które wynikają z indywidualnej kreatywności i talentu oraz przyczyniają się do tworzenia bogactwa i zwiększania zatrudnienia poprzez wytwarzanie i wykorzystywanie praw własności intelektualnych. Na podstawie tej definicji, w przemyśle kreatywnym wyróżnia się takie dziedziny, jak: reklama, film i wideo, architektura, muzyka, rynek sztuki i antyków, sztuki performatywne, gry komputerowe i wideo, rynek wydawniczy i rzemiosło, oprogramowanie, wzornictwo, radio i telewizja oraz projektowanie mody.

Przemysł kreatywny przyczynia się do przyspieszenia rozwoju gospodarczego przez tworzenia nowych miejsc pracy oraz wysokiej wartości dodanej. Przedsiębiorstwa działające w tym przemyśle cechuje wysoka jakość wytwarzanych produktów oraz przystosowanie do indywidualnych wymagań klientów. W przypadku poprawy innowacyjności, ważne są trzy właściwości produktu (Ratalewska, 2016, s. 492):

- niematerialność produktów kreatywnych, którymi najczęściej jest tekst, dźwięk lub obraz;

- wartość produktów kreatywnych bazuje na doświadczeniu użytkowników; czynniki estetyczne są kluczowe w przypadku oceny produktów kreatywnych.

Produkowane dobra w przemyśle kreatywnym mają charakter „doświadczalny”, a zatem są uwarunkowane czynnikami subiektywnymi, przez co pojawiają się problemy w prognozowaniu popytu na te produkty (Ratalewska, 2016, ss. 492–493).

4.2. Charakterystyka rynku gier wideo w Polsce

Rynek gier wideo powstał w 1972 roku za sprawą masowej produkcji automatów z grą *Pong*. Wzrost popularności gier wideo nastąpił za sprawą wysokich wyników sprzedaży. Sama definicja gier wideo nie jest do końca jednoznaczna ze względu na dużą ich różnorodność. Jak podaje E. Adams (2014, s. 2), gra to rodzaj czynności w wymyślonej rzeczywistości, w której uczestnik, bądź uczestnicy, stosując ustalone zasady, starają się osiągnąć zamierzony cel. Według J. Newmana (2004, s. 11), do komponentów gier wideo należą: grafika, dźwięk, interfejs, mechanika oraz fabuła.

Gry wideo mają duży wpływ na funkcjonowanie człowieka, zarówno pozytywny, jaki negatywny. Przykładem korzystnego wpływu mogą być następujące cechy (Anderson, 2016):

- uczenie wytrwałości w dążeniu do postawionych celów;
- zwiększenie umiejętności rozwiązywania problemów;
- utrzymanie aktywnego umysłu i pobudzenie go;
- poprawienie wyobraźni przestrzennej;
- zwiększenie szybkości przetwarzania informacji;
- poprawienie pamięci;
- zwiększenie umiejętności pracy wielozadaniowej.

Negatywnym skutkiem oddziaływania gier wideo na człowieka może być zwiększenie agresywności wobec innych, co potwierdza wynik eksperymentu przeprowadzonego

w Niemczech na siedemdziesięciu sześciu studentach (Bocian, 2010)¹.

Struktura gier wideo jest stworzona w taki sposób, aby nagradzać gracza za każdy postęp. Powoduje to, że gry wideo mogą uzależniać osoby w każdym wieku. Negatywnymi konsekwencjami gier wideo wśród najmłodszych są także niecierpliwość oraz problemy z koncentracją, gdyż jest przekazywana im coraz większa ilość treści multimedialnych do (Kid Crono, 2017).

Gatunkami gier wideo nazywa się kategorie, które je charakteryzują pod względem szczególnych rodzajów wyzwań (Adams, 2014, s. 67). Na polskim rynku wyróżnia się wiele gatunków gier wideo. Przykładowo są to (Adams, 2014, ss. 69–78):

- strzelanki;
- gry akcji i zręcznościowe;
- gry strategiczne;
- gry RPG (*role-playing game*);
- gry sportowe;
- gry symulujące wyścigi samochodowe;
- gry symulacyjne;
- gry przygodowe;
- gry logiczne i zagadkowe.

Obecnie coraz rzadziej produkuje się gry wideo należące wyłącznie do jednego gatunku, gdyż liczba konsumentów byłaby niewystarczająca. Zatem producenci łączą kilka gatunków w jednej grze, co zwiększa grupę odbiorców i zyski. Przykładem takiej gry jest *Tomb Raider*, w której zastosowano połączenie gry akcji, przygodowej, dodano elementy gry platformowej oraz RPG, a także możliwość eksplorowania dużego świata wirtualnego.

Gry wideo można podzielić również pod względem platform, na które zostały wyprodukowane. Platforma to system komputerowy, stworzony specjalnie dla gier wideo (Dictionary, 2018). Platformy wyróżniają się zastosowaną technologią i oprogramowaniem, a także ich ceną oraz mobilnością.

¹ Polegał on na tym, że podzielono uczestników na dwie grupy oraz przypisano do każdej jeden typ gry wideo. Pierwsza grupa studentów grała w kregle, natomiast druga w grę bokserską. Po 25 minutach następował kolejny etap badań, w którym uczestnicy testowali sos chili, jednak każdy przyrządzał wielkość próbki sosu dla innych uczestników. Studenci, którzy grali w agresywną grę (bokserską) zwiększali dawkę sosu dla innych, co świadczyło o podwyższonej skłonności do agresji.

Przenośnymi platformami do gier wideo są telefony komórkowe i smartfony. Początkowo, urządzenia te służyły jako narzędzie komunikacji. Postęp technologiczny sprawił jednak, że zaczęto je produkować z dodatkowymi funkcjami, np. żyroskop czy Wi-fi oraz większymi, dotykowymi ekranami LCD (*liquid-crystal display*). To doprowadziło do rozpowszechnienia gier wideo na tych platformach. Posiadanie telefonu zawsze przy sobie sprawia, że granie na nim jest proste i wygodne (Lecky-Thompson, 2008, ss. 80–81).

Platformami do gier wideo są także konsole przenośne. Różnica między telefonami i smartfonami a konsolami przenośnymi wiąże się z tym, że konsole przenośne są przeznaczone od początku ich istnienia do gier wideo, a możliwość grania na telefonach i smartfonach pojawiła się wraz z postępowaniem technologicznym. W obecnie produkowanych smartfonach, podzespoły są jednak lepsze niż w konsolach przenośnych, a to może przyczynić się do ich zniknięcia z rynku (Lecky-Thompson, 2008, s. 82).

Kolejnym typem platform do gier są konsole stacjonarne. Zbudowane są z wydajnych podzespołów, np. karty graficznej i procesora. Istnieje wiele typów konsol, które różnią się od siebie, chociaż można znaleźć cechy wspólne. Każda konsola wymaga podłączenia do telewizora lub monitora, od którego zależy jakość wyświetlanego obrazu. Kontroler jest również wymagany urządzeniem dla każdej konsoli, ponieważ umożliwia sterowanie i poruszanie się po wirtualnym świecie. Wraz z postępowaniem technologicznym powstają nowe, innowacyjne kontrolery, które np. przypominają oraz imitują grę na gitarze. Wymienić warto także *kinect*, tj. kontroler, za pomocą którego można sterować przebiegiem gry ruchami oraz gestami swojego ciała (Lecky-Thompson, 2008, ss. 84–85).

Następnym typem platform do gier wideo są komputery osobiste (*personal computer*, PC). Urządzenia te są bardzo popularne ze względu na swoje wszechstronne zastosowania. Zbudowane są z odpowiednich podzespołów, np. procesora, karty graficznej itp. W zależności od przeznaczenia, wykorzystuje się lepsze

komponenty, np. do grafiki komputerowej czy gier wideo wymagana jest dobra karta graficzna, natomiast do obliczeń naukowych lub programowania wymagany jest szybki procesor (Lecky-Thompson, 2008, s. 86).

Gry wideo można podzielić także ze względu na budżet przeznaczony na ich wyprodukowanie. Gry *triple-A* charakteryzują się wysokimi nakładami na produkcję oraz promocję gry, gdyż koszty kampanii reklamowej mogą przewyższać koszty wytworzenia takich gier. Oczekiwania wobec tych gier to wysoka sprzedaż oraz najlepsza jakość (KPT, 2017, s. 15). Przykładem gry *triple-A* jest *Destiny*, której nakłady finansowe wyniosły 500 mln USD. Zawarto w tym środki finansowe na jej produkcję, ale także stworzenie i zaprogramowanie silnika gry, zbudowanie odpowiedniej infrastruktury sieciowej, wydatki na marketing oraz długoterminowe inwestycje w rozwój marki. Powodem, dla którego przeznaczają się taki wysoki budżet na gry wideo jest fakt, że studia, które je produkują zatrudniają od 100 do 500 wykwalifikowanych pracowników, którzy zajmują się programowaniem silnika gry, tworzenia grafik 2D i 3D itp. Zatrudniani są także zawodowi aktorzy, którzy udostępniają głos wirtualnym postaciom, a także naśladują ruchy, które są potrzebne do produkcji animacji CGI (*computer-generated imagery*). Duże wydatki marketingowe przyczyniają się do powiększenia liczby konsumentów na całym świecie (The Economist, 2014). Najbardziej znanymi, polskimi grami *triple-A* są: *Wiedźmin 3: Dziki Gon*, *Dying Light*, *Lords of the Fallen*, *Sniper: Ghost Warrior 3*.

Gry rekreacyjne, niezależne i niskobudżetowe to mniej zaawansowane technologicznie gry wideo. Ich głównym celem jest dostarczenie graczom rozrywki. Ponadto, nie wymagają one z ich strony większego zaangażowania. Największy w Polsce sukces w ostatnich latach odniósł deweloper *T-Bull*, który stworzył 150 gier. Zostały one pobrane ok. 215 mln razy, co przyczyniło się do osiągnięcia w 2016 roku 5 mln PLN zysku (KPT, 2017, s. 60).

Gry *free-to-play* są to darmowe gry, które zaczęły się intensywnie rozwijać od 2000 roku, konkurując z grami *pay-to-play*, za które

użytkownik musiał opłacać miesięczną subskrypcję. Najpopularniejszą grą w modelu *pay-to-play* jest *World of Warcraft*. Rynek gier wideo został zrewolucjonizowany jednak przez gry *free-to-play*, gdyż za pomocą dystrybucji cyfrowej każda strona internetowa może je rozpowszechniać. Dodatkowo, granie z wykorzystaniem przeglądarki internetowej i smartfonów przyczyniło się do dużej popularności tego typu gier. Z powstaniem gier *free-to-play* wiązało się też pojawienie się kolejnych sposobów pozyskiwania środków pieniężnych od graczy, czyli mikropłatności. Jednak gracz tylko z własnej woli może dokonać mikropłatności i za to otrzymuje wirtualne zasoby z gry, np. specjalną walutę lub surowce, które ułatwiają grę (KPT, 2017, s. 18).

Obecnie, dużą popularność na rynku gier wideo zdobywają technologie rzeczywistości wirtualnej (*virtual reality*, VR) i rozszerzonej (*augmented reality*, AR). Rzeczywistość wirtualna to technologia komputerowa, która imituje obecność użytkownika w sztucznie wymyślonym lub innym, rzeczywistym otoczeniu. Umożliwia także interakcje użytkownika z nim. Najbardziej znanymi producentami sprzętu VR są: *Oculus*, *Sony Playstation VR* oraz *Samsung Gear VR*. Natomiast technologia rzeczywistości rozszerzonej polega na połączeniu świata rzeczywistego i wirtualnego. Różnica między tymi technologiami jest taka, że rzeczywistość wirtualna, poprzez różnego rodzaju okulary lub hełmy, odcina użytkownika od świata rzeczywistego. Natomiast rozszerzona rzeczywistość tylko nakłada na świat rzeczywisty warstwę cyfrową (KPT, 2017, s. 27).

Technologie VR i AR mają wiele zalet ze względu na swoje zastosowania. Poza ich wykorzystaniem w grach wideo mogą przyczynić się do wzrostu sprzedaży nieruchomości, np. dom aukcyjny *Sotheby's* w Nowym Jorku wprowadził usługę wirtualnego oprowadzania swoich klientów po luksusowych apartamentach. W amerykańskiej sieci hipermarketów *Lowe's* wydzielono specjalne pokoje, aby klienci mogli wirtualnie nakładać różne towary na plan swojego mieszkania. Natomiast australijski

Ebay otworzył pierwszy wirtualny sklep *online*. Rozpowszechnienie technologii VR i AR może zatem ułatwić handel detaliczny (KPT, 2017, s. 28).

Pojawiają się także pewne trudności w rozpowszechnianiu technologii VR i AR, gdyż brakuje aplikacji na nie, a producenci oprogramowania nie przeznaczają czasu na ich wytworzenie, ze względu na brak zadeklarowanej liczby odbiorców. Z kolei klienci prywatnie nie nabywają tego sprzętu, ponieważ brakuje oprogramowania. Wysoka cena tych urządzeń jest również pewną barierą w popularyzacji. Dodatkowym utrudnieniem jest *cybersickness* — choroba podobna do choroby lokomocyjnej (KPT, 2017, s. 28).

W ostatnich latach na światowym i polskim rynku gier wideo na popularności zyskuje sport elektroniczny (*e-sport*), który polega na rywalizacji w grach wideo. Szacowana wartość globalnego rynku *e-sportowego* dla 2019 roku to 1,1 mld USD (Pannekeet, 2019). Najbardziej znane gry *e-sportowe* to: *Counter Strike: Global Offensive* oraz *League of Legends*. Kluby piłkarskie inwestują w sekcje *e-sportowe*, np. klub Legia Warszawa wraz z *Electronic Sports League* (ESL), spółką, która organizuje międzynarodowe rozgrywki w najpopularniejsze gry wideo, przygotował dla kibiców i lokalnej społeczności turniej w grę *FIFA* (KPT, 2017, s. 30).

Polska zyskuje także sławę za sprawą *e-sportów*, zarówno pod względem organizacji turniejów, jak i drużynowej rywalizacji z innymi państwami. Polska sekcja z drużyny *Virtus.pro* pięć razy zdobywała mistrzostwo świata w grze *Counter Strike: Global Offensive*, a w czołówce utrzymują się od 10 lat. W Spodku w Katowicach organizowany jest od 5 lat także jeden z najbardziej prestiżowych turniejów, w którym udział biorą najlepsi gracze z całego świata — *Intel Extreme Masters* (IEM). W 2016 roku liczba oglądających te rozgrywki na miejscu wyniosła 173 tys. osób, natomiast internetowe transmisje śledziło 46 mln ludzi. Ze strony producentów pojawi się coraz większe zainteresowanie grami przeznaczonymi do rozgrywek *e-sportowych*, wymaga to jednak odpowiedniego balansu rozgrywki

oraz dodatkowych funkcji, np. trybu obserwatora (KPT, 2017, s. 31).

4.3. Przychody ze sprzedaży i zysk netto CD Projekt SA na tle rynku gier wideo w Polsce w latach 2014–2018

Największe przychody spółki CD Projekt odnotowywano ze sprzedaży gier wideo. Seria *Wiedźmin* jest jedną z najbardziej znanych na świecie. Stworzona została przez studio CD Projekt RED i należy do gatunku gier RPG. Jej akcja rozgrywa się w brutalnym świecie fantasy, który został wykreowany przez A. Sapkowskiego. Gracz utożsamia się w niej z wirtualnym bohaterem, wiedźminem, pogromcą potworów — Geraltem z Rivii. Cała seria gier wyróżnia się intrygującą, nieliniową fabułą oraz wyjątkową oprawą graficzną. Poszczególne części z serii zdobywały wiele nagród w różnych kategoriach na całym świecie, trzecia część zdobyła rekordową liczbę wyróżnień — 251 tytułów gry roku (*Gry Online*, 2018).

Następnie zostanie przedstawione porównanie wyników finansowych CD Projekt na tle przychodów rynku gier wideo w Polsce. Ma to na celu ukazać kondycję finansową, pozycję na rynku oraz możliwości ekonomiczne przedsiębiorstwa.

Na wykresie 1. przedstawiono porównanie przychodów ze sprzedaży CD Projekt z przychodami rynku gier wideo w latach 2014–2018. W 2014 roku spółka osiągnęła najniższe przychody ze sprzedaży (34 455 tys. PLN) w całym, analizowanym okresie, ponieważ nie wydała na rynek żadnej, nowej gry wideo, która mogłaby generować przychody, natomiast prace nad produkcją trzeciej części gry *Wiedźmin* były na końcowym etapie. Przychody całego rynku gier wideo w Polsce w tym roku również osiągnęły najniższy poziom (880 916 tys. PLN), gdyż żadna polska gra z 2014 roku nie odniosła większego, globalnego sukcesu. Natomiast w 2015 roku odnotowano najwyższe przychody ze sprzedaży CD Projekt (698 225 tys. PLN). Powodem tego była premiera gry *Wiedźmin 3: Dzikie Gon*, która osiągnęła bardzo dobre wyniki sprzedaży nie

tylko w Polsce, ale także na całym świecie oraz dodatku do tej gry, *Wiedźmin 3: Serca z Kamienia*. W 2015 roku przychody polskiego rynku gier wideo zwiększyły się niemal dwukrotnie (do 1 538 160 tys. PLN) w porównaniu do 2014 roku. Przyczyniła się do tego nie tylko premiera produkcji CD Projekt, ale także debiut nowej gry *Dying Light*, wyprodukowanej przez Techland, która także zyskała popularność na całym świecie. W 2016 roku przychody ze sprzedaży CD Projekt wyniosły 476 152 tys. PLN. Powodem tego była premiera kolejnego dodatku do gry, *Wiedźmin 3: Krew i Wino*. Rozszerzenie to nie wygenerowało jednak tyle przychodów, co podstawowa część gry. Natomiast przychody całego rynku gier wideo w 2016 roku wyniosły 1 812 400 tys. PLN. Przyczyniło się do tego kilka premier gier, które były kontynuacjami wcześniejszych hitów, m.in. *Dying Light: The Following* i *Shadow Warrior 2*. W 2017 roku przychody ze sprzedaży CD Projekt wyniosły 328 235 tys. PLN. Ich niższy poziom, w porównaniu do 2015 i 2016 roku, spowodowany był brakiem wydania nowych gier wideo, a tylko udostępnienia nowej gry *Gwint: Wiedźmińska gra karciana* w fazie otwartych beta testów. W 2018 roku odnotowano jeszcze niższe przychody ze sprzedaży CD Projekt niż w 2017 roku, Przyczyną tego było wydanie nowej gry *Wojna Krwi: Wiedźmińskie opowieści*, która nie została przyjęta i oceniana przez graczy. Ogólne przychody rynku w 2017 roku osiągnęły wartość 1 905 120 tys. PLN, a w 2018 roku największą wartość w analizowanym okresie (1 954 849 PLN).

Zysk (strata) netto CD Projekt oraz przychody rynku gier wideo w Polsce w latach 2014–2018 zostały przedstawione na wykresie 2. W 2014 roku spółka odniosła stratę (12 407 tys. PLN), a na rynku gier wideo w Polsce odnotowano najmniejsze przychody. W 2015 roku można dostrzec największy przyrost zysku netto CD Projekt i przychodów rynku gier wideo w stosunku do 2014 roku. Osiągnęły one wartości odpowiednio 336 200 tys. PLN i 1 538 160 tys. PLN. W następnych latach następował niewielki wzrost przychodów rynku gier wideo, które w 2018 roku osiągnęły

wartość 1 954 849 tys. PLN oraz spadek zysku netto CD Projekt do poziomu 109 451 tys. PLN. Przyczynami zmian tych wartości były wspomniane już wydarzenia.

5. Zakończenie

Przeprowadzona analiza pozwala na wyciągnięcie kilku wniosków. Po pierwsze, na podstawie analizy rynku gier wideo można uznać, że gry wideo, poza formą rozgrywki, mają również istotny, pozytywny wpływ na funkcjonowanie i życie człowieka. Jednak mogą stać się źródłem wielu negatywnych konsekwencji. Przyczyniają się do wzrostu agresji i przemocy u graczy w każdym wieku, a także niekorzystnie wpływają na cierpliwość i koncentrację u najmłodszych.

Po drugie, gry wideo przyczyniły się do zapoczątkowania zawodu, jakim jest gracz komputerowy. Bycie zawodowym graczem wiąże się z ciężką pracą każdego dnia, która polega na powtarzaniu tych samych rozgrywek przez kilka lub kilkanaście godzin w celu jak najlepszego opanowania umiejętności strategicznych, taktycznych oraz współpracy z drużyną w danej grze. Wyróżniający poziom tych cech przyciąga sponsorów oraz umożliwia udział w profesjonalnych turniejach lub rozgrywkach między graczami z całego świata. Zarobki zawodowego gracza komputerowego wynoszą od kliku do kilkunastu tys. PLN miesięcznie, a sumy nagród w niektórych turniejach sięgają poziomu kilkunastu mln USD (Zawodowe, 2019).

Po trzecie, przeprowadzona analiza porównawcza ukazała, że wystąpiło pewne powiązanie między przychodami rynku gier wideo i sytuacją finansową CD Projekt. W 2014 roku przychody rynku gier wideo w Polsce osiągnęły najmniejszą wartość w analizowanym okresie, natomiast w tym roku spółka CD Projekt odnotowała stratę. W 2015 roku przychody ze sprzedaży i zysk netto CD Projekt osiągnęły największą wartość. Ich udział w przychodach rynku gier, w przypadku których odnotowano największy przyrost dla tego roku, wyniósł odpowiednio 45,4% i 21,9%. W latach 2016–2018 wartość

przychodów ze sprzedaży CD Projekt i zysku netto systematycznie zmniejszała się, natomiast przyrost przychodów całego rynku gier wideo w tych latach w Polsce charakteryzował się niewielką dynamiką oraz udział omawianych wartości stopniowo się zmniejszał.

Bibliografia

- Adams, E. (2014). *Fundamentals of game design*. Thousand Oaks: New Riders.
- Anderson, R. (2016). *7 reasons to play computer games*. Pobrane 14.12.2018 z <http://psychology-today.com>.
- Bocian, K. (2010). *Wirtualna przemoc*. Pobrane 12.06.2018 z <http://badania.net>.
- CD Projekt. (2015–2019). *Sprawozdania finansowe CD Projekt za lata 2014–2018*. Pobrane 14.12.2018 z <https://www.cdprojekt.com>.
- Dictionary. (2018). Pobrane 14.12.2018 z <http://www.dictionary.com>.
- Gry Online. (2018). *Seria The Witcher: seria gier*. Pobrane 14.12.2018 z <https://www.gry-online.pl>.
- Kid Crono. (2017). *Advantages and disadvantages of video games*. Pobrane 10.08.2019 z <https://www.kidcrono.com>.
- KPT. (2017). *Kondycja polskiej branży gier '17*. Pobrane 14.12.2018 z <http://www.polishgamers.com>.
- Lecky-Thompson, G. (2008). *Video game design revealed*. Hingham: Cengage Learning.
- Mental Floss. (2019). *15 surprising benefits of playing video games*. Pobrane 18.08.2019 z <http://www.mentalfloss.com>.
- NBP. (2019). Pobrane 28.03.2019 z <http://www.nbp.pl>.
- Newman, J. (2004). *Videogames*. London: Routledge.
- Newzoo. (2018a). *Newzoo's top 100 countries by 2015 game revenues*. Pobrane 14.12. 2018 z <https://newzoo.com>.
- Newzoo. (2018b). *Top 100 countries/markets by game revenues*. Pobrane 14.12.2018 z <https://newzoo.com>.
- Newzoo. (2018c). *Top 100 countries represent 99.8% of \$81.5bn global games market*. Pobrane 14.12.2018 z <https://newzoo.com>.
- Pannekeet, J. (2019). *Newzoo: global esports economy will top \$1 billion for the first time in 2019*. Pobrane 16.03.2019 z <https://newzoo.com>.
- Ratalewska, M. (2016). *Rozwój sektora kreatywnego gier komputerowych w Polsce. Prace Naukowe UE we Wrocławiu*, 450. doi:10.15611/pn.2016.450.42.

- The Economist. (2014). *Why video games are so expensive to develop?* Pobrane 12.06.2018 z <https://www.economist.com>.
- Wijman, T. (2018). *Mobile revenues account for more than 50% of the global games market as it reaches \$137.9 billion in 2018*. Pobrane 14.12.2018 z <https://newzoo.com>.
- Zawodowe. (2019). Pobrane 16.03.2019 z <http://www.zawodowe.com>.
- Ziętarski, M. (2018). *Rozwój rynku gier wideo w Polsce a sytuacja finansowa CD Projekt SA w latach 2011–2017*. Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Toruń.

Informacje uzupełniające

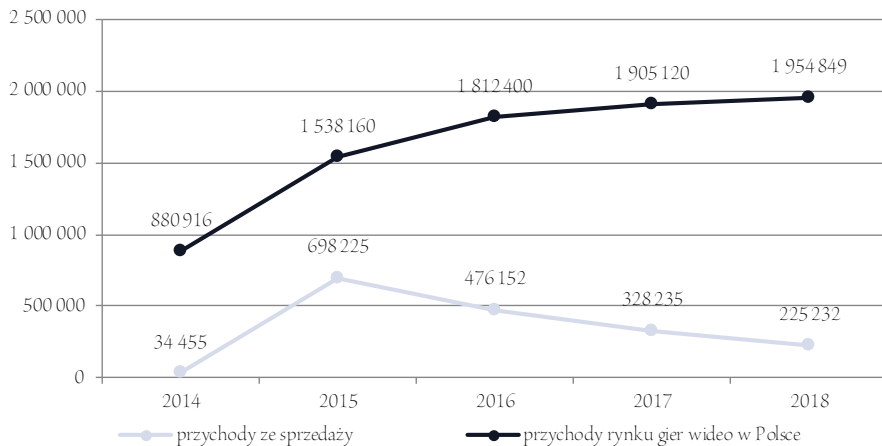
Wkład autorski: autor zaakceptował ostateczną wersję artykułu.

Źródła finansowania: artykuł został w całości sfinansowany ze środków własnych autora.

Uwagi: wyniki badania były zaprezentowane w innej formie, tj. pracy licencjackiej Ziętarski (2018).

Aneks

Wykres 1.
Przychody ze sprzedaży CD Projekt oraz przychody rynku gier wideo w Polsce w latach 2014–2018 (w tys. PLN)

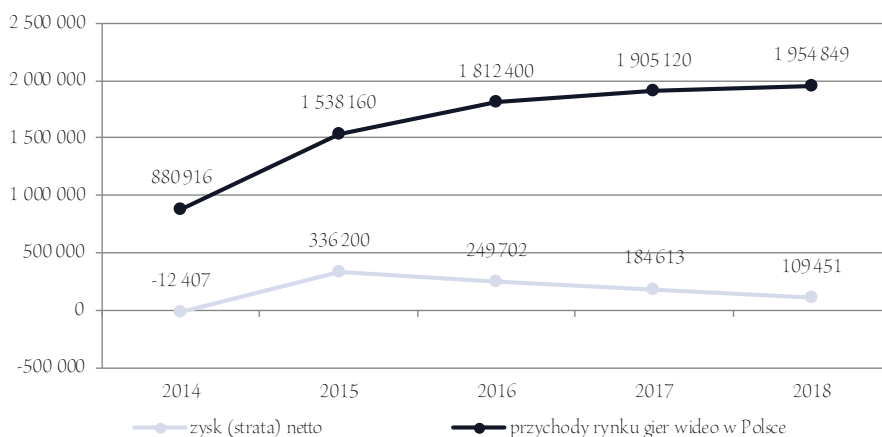


Uwagi:

Przychody rynku gier wideo w Polsce przeliczono po średniorocznym kursie USD/PLN dla poszczególnych lat, podawanym przez NBP (2019).

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CD Projekt (2015–2019), KPT (2017, s. 8, 10) i Newzoo (2018a–2018c).

Wykres 2.
Zysk (strata) netto CD Projekt i przychody rynku gier wideo w Polsce w latach 2014–2018 (w tys. PLN)



Uwagi:

Przychody rynku gier wideo w Polsce przeliczono po średniorocznym kursie USD/PLN dla poszczególnych lat, podawanym przez NBP (2019).

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CD Projekt (2015–2019), KPT (2017, s. 8, 10) i Newzoo (2018a–2018c).

The growing importance of the creative industry in Poland on the example of the video games market

Abstract

Motivation: Currently produced video games are becoming more and more technologically advanced, which contributes to the intensive development of the video games market. Supplementing the specificity of this market as well as presenting the financial situation of the CD Projekt company operating in this market were the main motive for choosing the subject of the article.

Aim: The aim of the article is to characterize the video games market in Poland as an example of the creative industry and compare the revenues of this market with financial results of CD Projekt.

Materials and methods: In the theoretical part descriptive analysis were used, while in the empirical part comparative analysis. The empirical material consists of KPT, Newzoo and CD Projekt reports.

Results: Based on the conducted analysis, it has been shown a small impact financial situation of CD Projekt on the results of video games market in Poland in 2015. The characteristics of the video games market in Poland has shown that the popularity of e-sport is growing and technologies virtual reality (VR) and augmented reality (AR) have high potential.

Keywords: *video games market; video games; CD Projekt*

JEL: *L11; L82; L86*