

OYUN

SEKTÖR RAPORU

2025



sistem
Global



ÖNSÖZ

Hayat bazen yorucu ve karmaşık olabilir. Günlük koşuşturmalar, belirsizlikler, kaygılar... İşte tam da bu noktada oyunlar devreye girer. Oyunlar yalnızca bir eğlence aracı değil; zihnimiz için bir sığınak, ruhumuz için bir nefes alanıdır. Bir karakterin hikâyesine dahil olmak, farklı dünyalara adım atmak, başarmanın ve yeniden denemenin verdiği o tatmin hissini tatmak bir başkadır...

Birkaç pikselin bir araya gelerek küresel bir ekonomi yaratmasına şahit olduğumuz bu nadir alanlardan biri, 1958'de "Tennis for Two" ve 1962'de "Spacewar" ile başladı. 70'lerde Atari'nin "Pong" oyunu ticari bir boyut kazandı. 80'lerde Nintendo ve Sega, 90'larda Sony, 2000'lerde Microsoft sahneye çıktı ve her yeni nesilde oyun dünyası daha da büyüdü. Bugün sadece bir eğlence aracı değil, milyarlarca dolarlık bir ekosistemin parçası haline geldi.

Ama oyunlar sadece ekonomi yaratmaz; bir karakterin hikâyesine dahil olmak, farklı dünyalara adım atmak, kaygılarımızdan uzaklaşıp yeni bir deneyime dalmak gibi fırsatlar elde etmemize de olanak tanır.

Oyunlar bizi bir araya getirir, zihnimizi meşgul eder, kaygılarımızı yatıştırır. Bazen tek başımıza bir hikâyeye dalar, bazen de hiç tanımadığımız insanlarla aynı hedef için mücadele ederiz. Kaybetme duygusuyla başa çıkmayı, sabretmeyi, en zor anda bile tekrar başlamayı öğretir oyunlar bize. Oyun oynarken sadece başka bir dünyaya adım atmıyoruz; kendimizi keşfediyor, başarıma hissini tadıyor ve en önemlisi, umut etmeye de devam ediyoruz.

Bugün oyunlar sosyalleşmenin, rekabetin ve hatta meslek edinmenin bir yolu haline geldi. E-spor turnuvaları milyonlarca izleyiciye ulaşırken, yapay zeka ve blokzincir teknolojileri de oyun dünyasını yeniden şekillendirmeye başladı. Türkiye'de de mobil oyun girişimleri, bağımsız stüdyolar ve yatırımcılar da bu değişime hızla ayak uyduruyor tabii ki...

Bu raporda Sistem Global ekibi olarak, oyun sektöründe faaliyet gösteren girişimcilere, yatırımcılara ve sektöre ilgi duyan herkese yol gösterecek bir rehber hazırlamayı amaçladık. Oyun dünyasının geçmişten bugüne kadar oluşan dinamiklerine, küresel trendlerden Türkiye'deki gelişmelere kadar geniş bir perspektif sunduğumuz bu çalışmanın, özellikle start-up'lar için bir harita olmasını ve sektörde büyüme yolculuğuna katkı sağlamasını diliyoruz.

Sektörü birlikte büyütme için oyun devam ediyor!



YÖNETİCİ ÖZETİ 4-7

Oyun Sektörüne Genel Bakış (Küresel ve Türkiye)
Kilit Noktalar ve Eğilimler: Küresel Oyun Trendleri
Türkiye'ye Özgü Oyun Trendleri
Piyasa Performans Özeti

GİRİŞ 9-10

Raporun Amacı
Analizin Kapsamı (Türkiye ve Küresel)
Metodoloji

PAZARA GENEL BAKIŞ 11-13

Küresel Oyun Sektörüne Genel Bakış
Pazar Büyüklüğü ve Büyüme Oranı
Büyümeye Katkıda Bulunan Başlıca Bölgeler
Türk Oyun Sektörüne Genel Bakış
Pazar Büyüklüğü ve Büyüme Oranı

PAZAR EĞİMLERİ VE İÇGÖRÜLER 14-16

Küresel Eğilimler
Bulut Oyunlar, AR/VR Gelişmeleri
Abonelik Modelleri ve Free-to-Play Etkisi
E-spor ve Yayıncılıkta Büyüme
Türkiye'ye Özgü Eğilimler

TÜKETİCİ DAVRANIŞI VE DEMOGRAFİ 17-19

Küresel Tüketici İçgörüler
Harcama Alışkanlıkları ve Platform Tercihleri
Türkiye Tüketici İçgörüler
Harcama Alışkanlıkları, Fiyat Duyarlılığı ve Mikro İşlemler

REKABET ORTAMI 22-24

Başlıca Küresel Oyun Şirketleri ve Pazar Payları
Ortaklıklar ve İşbirlikleri
Oyun Sektöründe Birleşme ve Satın Almalar
Türkiye'deki Rekabet Ortamı
Türkiye Pazarındaki Popüler Oyunlar

TEKNOLOJİ VE İNOVASYON 25-27

Küresel Teknolojik Gelişmeler
Grafik, VR/AR ve Blockchain Gelişmeleri
Bulut Oyun Platformları

PAZAR TAHMİNİ VE GELECEĞE BAKIŞ 28-29

Küresel Pazar Tahminleri
Türkiye Pazar Tahminleri
Yerel Oyun Geliştiricileri için Fırsatlar ve Türk Oyun Topluluğu için Gelişen Trendler

YATIRIM VE FİNANSMAN 30-31

Küresel Yatırım Eğilimleri
Oyunla İlgili Girişimler ve Oyun Teknolojisi Yatırımlarındaki Eğilimler

Yönetici Özeti

Oyun endüstrisi, eğlence ve teknoloji şirketlerinin öncülüğünde küresel ölçekte hızla büyüyen ve dönüşen dinamik bir sektördür. Günümüzde, sektörün toplam piyasa değeri 200 milyar doları aşmış olup, bu büyüme oyuncu sayısındaki istikrarlı artış, dijital dönüşümün hız kazanması ve mobil oyunların giderek daha fazla benimsenmesiyle desteklenmektedir.

Türkiye oyun sektörü de küresel eğilimlere paralel olarak güçlü bir gelişim göstermektedir. Ülkenin genç, teknolojiye adapte ve dijital tüketim alışkanlıkları yüksek nüfusu, oyun gelirlerinin istikrarlı bir şekilde artmasını sağlamaktadır. Ayrıca, yerel oyun geliştirme ekosistemi hızla güçlenmekte ve uluslararası arenada rekabet edebilir hale gelmektedir. Bu faktörler, Türkiye'yi oyun yatırımları açısından cazip bir pazar haline getirmektedir.

Oyun Sektörüne Genel Bakış (Küresel ve Türkiye)

Küresel Oyun Pazarı:

Oyun sektörü, dünya genelinde hızla büyümeye devam ederken, farklı bölgeler bu büyümeye yön veren kritik merkezler haline gelmiştir:

- Kuzey Amerika:** Microsoft ve Sony gibi dev şirketlerin yanı sıra çok sayıda bağımsız oyun stüdyosuna ev sahipliği yapan ABD ve Kanada, küresel oyun ekonomisinin en önemli aktörlerinden olmaya devam ediyor.
- Asya-Pasifik:** Çin, Japonya ve Güney Kore, büyük oyun pazarları olmanın ötesinde, özellikle mobil oyun ve e-spor alanlarında inovasyon merkezleri olarak dikkat çekiyor.
- Avrupa:** Ubisoft gibi büyük oyun şirketlerinin yanı sıra genişleyen bir oyuncu kitlesine de sahip olan Avrupa, oyun sektöründe önemli bir pazar konumunda.

Türkiye Oyun Pazarı:

Türkiye, hızla gelişen dinamik yapısıyla küresel oyun sektöründe yükselen pazarlardan biri haline gelmiştir. Türk oyun sektörü son 5 yılda 3 kat büyümüş olup, 2024 yılı itibarıyla Türkiye oyun pazarı yaklaşık 2 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır ve 2025 yılında pazarın büyümeye devam etmesi beklenmektedir. Ülkedeki oyuncu kitlesi büyük ölçüde 16-34 yaş aralığında yer alan 24 milyondan fazla kişiden oluşmakta ve bu kitlenin büyük bir bölümü mobil oyunları tercih etmektedir. Bununla birlikte, konsol ve bilgisayar oyunlarına olan ilgi de giderek artmaktadır.



Tüm hakları saklıdır.



Türkiye oyun sektöründeki temel eğilimler, aşağıda sıralanmış olan birkaç faktöre bağlanabilir:

- **E-sporun Yükselişi:** Türkiye’de e-spor ekosistemi, artan yerel turnuvalar, profesyonel oyuncu sayısındaki artış ve büyüyen bir hayran kitlesi ile gelişimini sürdürmektedir.
- **Güçlü Yerel Oyun Geliştirme Ekosistemi:** Türkiye, Peak Games’in Zynga tarafından satın alınması ve Gram Games’in uluslararası başarısı gibi örneklerle küresel oyun sahnesinde kendine sağlam bir yer edinme çabalarına başarıyla devam etmektedir.
- **Artan Yatırım Hacmi:** Hem yerel hem de uluslararası yatırımcılar, Türkiye’nin oyun sektörüne yönelik ilgisini artırarak, ülkenin küresel oyun ekonomisinde daha güçlü bir konuma ulaşmasını sağlamaktadır.

Kilit Noktalar ve Eğilimler: Küresel Oyun Trendleri

Küresel oyun endüstrisi, hızla değişen teknolojiler ve kullanıcı alışkanlıklarıyla birlikte sürekli evrim geçirmektedir. Bu süreçte, mobil oyunların yükselişi, bulut oyunlarının benimsenmesi, e-sporun popülerliği, artırılmış ve sanal gerçeklik gibi yeni teknolojilerin etkisi, oyun dünyasının şekillendiği temel eğilimler arasında yer almaktadır. Ayrıca, içerik üreticilerinin ve canlı yayın platformlarının oyun kültüründeki etkisi, oyunların sosyal ve kültürel boyutlarını güçlendirmektedir. Bu bağlamda, oyun endüstrisinin geleceğini şekillendiren kilit noktalar ve trendler, sektördeki oyuncular ve geliştiriciler için önemli fırsatlar ve meydan okumalar sunmaktadır.

- **Mobil Oyun Hakimiyeti:** Mobil oyunların hakimiyet alanı, yüksek akıllı telefon penetrasyonu ve uygulama mağazalarının artan erişilebilirliği sayesinde büyümeye devam ediyor. 5G teknolojisinin kullanılmaya başlanmasının mobil oyun deneyimlerini hızlandırması bekleniyor.
- **Bulut Oyunlar:** Google Stadia, Xbox Cloud Gaming ve NVIDIA GeForce Now gibi hizmetler büyümekte ve giderek artan sayıda oyuncu bulut oyunlarını geleneksel konsol ve bilgisayar oyunlarına uygun bir alternatif olarak benimsemektedir.
- **E-spor Patlaması:** E-spor, giderek artan sayıda turnuva, sponsorluk ve profesyonel lig ile ana akım bir eğlence mecrası haline geliyor. Küresel e-spor pazarının 2025 yılında 3 milyar doların üzerinde bir değere ulaşması ve önceki yıllara göre önemli bir artış göstermesi bekleniyor.
- **Canlı Yayın ve İçerik Oluşturma Fırtınası:** Twitch, YouTube ve TikTok gibi platformlar oyun kültürünün merkezinde yer almaktadır. İçerik oluşturucular ve yayıncılar oyun trendlerini etkilemekte ve oyunların pazarlanma ve oynanma şeklini şekillendirmektedir.
- **Çeşitlilik ve Kapsayıcılık:** Oyun topluluğu, hem oyun geliştirme hem de oyun kültüründe kadınların, azınlıkların ve yeterince temsil edilmeyen grupların artan temsiliyle daha çeşitli hale gelmektedir.

Türkiye'ye Özgü Oyun Trendleri Neler?

Mobil Oyunlarda Büyüme

PUBG Mobile, Clash Royale gibi mobil oyunlar ve Zula gibi yerel oyunlar Türkiye'de büyük başarı elde etmiştir. Bu segmentin mobil internet erişimi geliştikçe daha fazla oyuncuya ulaşarak büyümeye devam etmesi bekleniyor.

E-spor Ekosistemi

Türkiye'deki e-spor sektörü, organizasyonlar, turnuvalar ve sponsorluklarla hızlı bir büyüme yaşamaktadır. League of Legends, CS: GO ve Valorant özellikle popülerdir ve yerel e-spor takımları uluslararası alanda iz bırakmaktadır.

Devlet Desteği

Türkiye Cumhuriyeti yerel oyun ekosistemini desteklemekte ve oyun geliştiricilerine hibe ve teşvikler sunmaktadır. Bu tip destekler, sektörde yenilikçiliği ve girişimciliği teşvik etmektedir.

Oyun Geliştirme Yeteneği

Türkiye'nin oyun geliştiricileri küresel sahnede giderek artan bir başarı yakalıyor. Bağımsız oyun geliştiricilerinin ve daha köklü stüdyoların ortaya çıkmasıyla birlikte, Türk oyunları uluslararası alanda dikkat çekmekte ve devlet girişimleriyle sektör desteklenmeye çalışılmaktadır.

Dijital Oyun Ekonomisi

Uygulama içi satın alımlar, dijital ürünler ve mikro ödemeler Türkiye'nin oyun ekonomisinin ayrılmaz bir parçasıdır ve Türk oyuncular mobil ve PC oyunlarından para kazanma modellerine yüksek katılım göstermektedir.

Piyasa Performans Özeti

Küresel Pazar Performansı: Küresel oyun pazarı istikrarlı bir büyüme göstermiştir. 2023 ve 2024 yılları arasında pazar yaklaşık %3 oranında büyürken, bu büyümenin en büyük kısmını mobil oyunlar oluşturdu. E-sporların, bulut oyunlarının ve dijital abonelik modellerinin büyümesinin, 2025 yılına kadar bu yukarı yönlü gidişatı desteklemeye devam etmesi bekleniyor.

Gelir Dağılımı (2024):

- Mobil Oyunlar: %56
- Konsol Oyunları: %19
- Bilgisayar Oyunları: %19
- Bulut Oyunlar: %6

2025 yılında, mobil oyunların artan hakimiyeti, e-spor izleyiciliğinin genişlemesi ve oyun abonelik pazarındaki büyümenin devam etmesi nedeniyle küresel oyun gelirinin 225 milyar doları aşması bekleniyor.



Türkiye Pazar Performansı: Türkiye'nin dinamik oyun girişimlerinin çoğalması ve bu oyunları tüketme potansiyeli olan genç nüfus bakımından avantajlı olması, Türkiye'nin oyun pazarının büyümeye devam etmesi için uygun koşulları meydana getirmektedir.

İlgili koşullar ve küresel pazar tahminleri de göz önüne alındığında Türkiye'nin önümüzdeki iki yıl içerisinde pazar büyüklüğünün 3 milyar dolar seviyelerine çıkabileceği öngörülmektedir.

Bu büyüme tahmini temel olarak; hem mobil oyunların halk arasında yaygınlaşmasından, hem de yerel oyun geliştiricilerinin mobil oyun alanındaki atılımlarının ve aldıkları yatırımların artan miktarından ve öneminden kaynaklanmaktadır.

Gelir Dağılımı (2023)

Mobil Oyun: %56
Bilgisayar Oyunları: %20
Konsol Oyunları: %19
Diğer: %5

VS

Gelir Dağılımı Tahmini (2025)

Mobil Oyun: %60
Bilgisayar Oyunları: %18
Konsol Oyunları: %18
Diğer: %4

Türkiye oyun pazarında yatırımların artması ve yerel oyun stüdyoları ile birlikte e-spor aktivitelerinin ve içerik oluşturucuların sayılarının daha da artması, ileride daha çok çeşitlendirilmiş bir oyun ekonomisinin oluşmasına katkıda bulunacaktır.



Giriş

Raporun Amacı

Bu rapor, temel eğilimleri, pazar performansını ve büyüme beklentilerini vurgulayarak küresel oyun pazarının ve Türkiye'deki oyun sektörünün ayrıntılı bir analizini sunmayı amaçlamaktadır. Hem mevcut hem de gelecekteki gelişmelere odaklanarak içgörüler sunmaya hizmet etmektedir:

- **Pazara Genel Bakış:** Oyun sektörünün küresel ve Türkiye'deki mevcut durumunun anlaşılması.
- **Gelişen Trendler:** Önümüzdeki yıllarda (2025 ve sonrası) oyun dünyasını şekillendirecek önemli trendlerin belirlenmesi ve tartışılması.
- **Yatırım ve Fırsatlar:** Hem küresel hem de Türkiye pazarlarında potansiyel yatırım ve fırsat alanlarının araştırılması.
- **Yerel Bağlam ve Zorluklar:** Yerel oyun kültürü, düzenlemeler ve oyun geliştirmenin rolü dahil olmak üzere Türkiye'nin oyun pazarına özgü zorluklar ve fırsatlar hakkında içgörü sağlamak.

Bu raporun sonunda paydaşlar, küresel oyun pazarı dinamiklerinin yanı sıra Türkiye'nin küresel ekosistemde nasıl konumlandığını daha net bir şekilde anlayacaklardır.

Analizin Kapsamı (Türkiye ve Küresel)

Bu analizin kapsamı iki ana segmenti kapsamaktadır: küresel oyun pazarı ve Türkiye'deki oyun pazarı. Bu karşılaştırmalı yaklaşım, farklılıkları ve benzerlikleri vurgulamanın yanı sıra Türkiye'nin uluslararası ortamdaki rolüne ilişkin özel bilgiler de sunacaktır.

Küresel Pazar Kapsamı:

- **Coğrafya:** Bu bölüm Kuzey Amerika, Avrupa, Asya-Pasifik, Latin Amerika ve Orta Doğu dahil olmak üzere başlıca oyun bölgelerini kapsamaktadır. Özellikle kilit oyunculara, oyun trendlerine, gelir akışlarına ve platform kullanımına odaklanılacaktır.
- **Pazar Segmentleri:** Analiz, mobil oyun, konsol oyun, PC oyun, e-spor, bulut oyun ve diğer gelişmekte olan sektörlerdeki pazar paylarının bir dökümünü içermektedir.
- **Büyüme Etkenleri:** Teknolojik yenilikler, yeni oyun platformları ve artan oyuncu katılımı gibi faktörler incelenmiştir.



Türkiye Pazar Kapsamı:

- **Coğrafya:** Bu bölüm; bölgesel tercihleri, demografik eğilimleri ve yerel oyun kültürünü göz önünde bulundurarak Türkiye'deki oyun ekosistemini mercek altına almaktadır.
- **Pazar Segmentleri:** Türkiye'nin oyun pazarı mobil, konsol, bilgisayar oyunları ve e-sporlar açısından incelenmiştir. Raporda ayrıca büyüyen oyun geliştirme sektörü ve Türk oyun stüdyolarının ihracatına ilişkin veriler de yer almaktadır.

Bu ikili bakış açısı sayesinde rapor, Türkiye'nin küresel eğilimlerle nasıl karşılaştırılabileceği ve güçlü yönlerini hangi alanlarda kullanabileceği veya belirli zorlukları nasıl ele alabileceği konusunda içgörüler sunacaktır.

Metodoloji

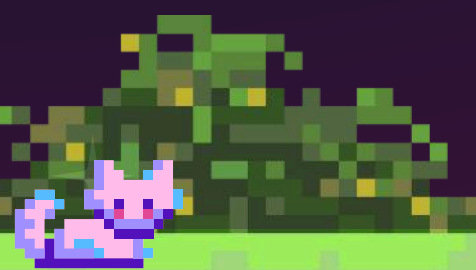
Bu raporun metodolojisi; ikincil araştırma, pazar veri analizi ve sektör raporlarından, akademik yayınlardan ve oyun sektöründeki güvenilir kaynaklardan toplanan nitel içgörülerin bir kombinasyonuna dayanmaktadır. Süreç aşağıdaki şekilde yapılandırılmıştır:

1. İkincil Araştırma:

- Pazar Raporları: Newzoo, Statista ve araştırma şirketlerinin verileri gibi çeşitli kaynaklardan önde gelen küresel ve bölgesel raporların incelenmesi
- Sektörel Yayınlar: Dergilerden, teknik incelemelerden ve özel oyun haber platformlarından toplanan veriler.
- Hükümet ve Düzenleyici Kuruluşlar: Özellikle Türkiye'de oyun sektörünü etkileyen hükümet yetkililerinin beyanları ve çeşitli kurumların açıklamış olduğu teşviklerin analizi.

2. Nicel ve Nitel Veriler, Analizler:

- **Pazar Büyüklüğü ve Büyüme Verileri:** 2023-2029 sektör raporları, gelir artışı, platforma göre pazar payı ve tüketici davranış kalıpları hakkında verilerin incelenmesini kapsar.
- **Tüketici Anketleri ve Eğilimleri:** Newzoo ve diğer oyun odaklı firmalar tarafından yürütülen anketlerden elde edilen veriler, oyuncu tercihleri, harcama alışkanlıkları ve platform kullanımına ilişkin bilgilerin sunulmasını kapsar.



Pazara Genel Bakış

Küresel Oyun Sektörüne Genel Bakış

Küresel oyun pazarı; yeni teknoloji, genişleyen mobil pazarlar ve e-spor ve dijital eğlencenin artan popülaritesinin etkisiyle son birkaç yılda istikrarlı bir büyüme ve dönüşüm yaşamış olup günümüzde de büyümeye devam etmektedir. Sektör, eğlence endüstrisindeki en büyük ve en etkili sektörlerden biri olarak giderek daha fazla kabul görmektedir.

Pazar Büyüklüğü ve Büyüme Oranı

2024 yılında küresel oyun pazarının değeri yaklaşık 221 milyar dolar seviyelerinde olarak belirtilirken, tahminler 2025 yılında 232 milyar dolar seviyelerine doğru istikrarlı bir büyüme eğilimine işaret etmektedir. Bu değerler, 2024'ten 2025'e kadar yaklaşık %5'lik bir yıllık bileşik büyüme oranını (CAGR) temsil ederken mobil oyun sektörünün pazar gelirine en büyük katkıyı sağladığı görülüyor.

İlgili büyümeyi yönlendiren temel faktörler ise aşağıda sıralanan maddeler ile ifade ediliyor:

- **Abonelik Modelleri:** Xbox Game Pass ve PlayStation Plus gibi platformlar önemli ölçüde benimsenerek konsol oyun pazarında sürdürülebilir büyümeye katkıda bulunuyor. Özellikle gelirlerinin düşük olması sebebiyle tekli oyun satın alımı gerçekleştirilemeyen gelir grubuna mensup oyuncular için en uygun seçeneklerden biri haline gelen bu model oldukça fazla kullanıcıya hitap ettiğinden belki de imkansız mümkün kılarak oyun pazarının büyümesine katkı sağlıyor.
- **E-spor:** 2024'te yaklaşık 2 milyar dolar seviyelerinde değere sahip olan e-spor pazarının, artan sponsorluklar ve anlaşmalar nedeniyle büyümeye devam etmesi ve dolayısıyla bağlantılı olduğu oyun pazarını da pozitif yönde etkilemesi bekleniyor.
- **Teknolojik Gelişmeler:** 5G teknolojisinin ve gelişmiş mobil cihazların giderek daha fazla benimsenmesi, oyun oynamayı daha erişilebilir hale getirmesi ve daha iyi kullanıcı deneyimleri sunması güçlü bir etken olarak kabul ediliyor.

Özetle, küresel oyun pazarı, mobil oyunların öncülüğünde güçlü bir büyüme göstermiştir ve sektörün geleceği, teknolojinin benimsenmesi, e-sporun yaygınlaşması ve çeşitli içerik dağıtımı nedeniyle olumlu olmaya devam etmektedir.

Büyümeye Katkıda Bulunan Başlıca Bölgeler

Asya-Pasifik: Çin, Japonya ve Güney Kore'nin başı çektiği en büyük ve en hızlı büyüyen bölge Asya-Pasifik bölgesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Çin'in tek başına 2025 yılında 50 milyar doların üzerinde oyun geliri elde etmesi ve küresel olarak en büyük oyun pazarı olması beklenmektedir. Honor of Kings ve PUBG Mobile gibi büyük oyunların başı çektiği mobil oyunlar bu pazara önemli bir katkıda bulunmaktadır.

Kuzey Amerika: ABD, konsol ve bilgisayar oyunlarının yanı sıra e-spordan elde ettiği önemli gelirle en büyük oyun pazarlarından biri olmaya devam etmektedir. Bölge aynı zamanda Activision Blizzard ve Electronic Arts gibi birçok büyük geliştirici ve yayıncıya da ev sahipliği yapmaktadır.

Avrupa: İngiltere, Almanya ve Fransa gibi ülkeler oyun pazarına önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır. Avrupa pazarı, yüksek düzeyde konsol oyunları ve büyüyen mobil oyun sektörü ile çeşitlilik göstermektedir.

Latin Amerika: Brezilya ve Meksika gibi ülkelerin önemli oyun merkezleri olarak ortaya çıkmasıyla Latin Amerika bölgesindeki pazar da hızlı bir şekilde büyümektedir. Bölge, Asya-Pasifik'te görülen trendlere benzer şekilde mobil oyunların benimsenmesi bakımından artış yaşamaktadır.

Sektör Yapısı: Yayıncılar, Geliştiriciler, Platformlar

Yayıncılar: Electronic Arts (EA), Activision Blizzard, Tencent ve Take-Two Interactive gibi büyük şirketler küreselde oyun sektörünün hakimi olarak görülmektedir. Çeşitli kitlelere ulaşmak için birden fazla platformdan (konsol, PC, mobil) ve abonelik modellerinden yararlanarak dünya çapında oyun dağıtımını yapmaktadırlar.

Geliştiriciler: Geliştiriciler, nispeten büyük oyun geliştiricisi AAA tipi oyun stüdyoları (Rockstar tarafından geliştirilen Grand Theft Auto V gibi büyük, yüksek bütçeli projeleri geliştiren oyun stüdyoları) ve bağımsız geliştiriciler (Hades ve Stardew Valley gibi oyunlarla öne çıkan daha küçük, bağımsız ekipler) olarak ikiye ayrılmaktadır. Yine de günümüzde birçok geliştirici artık sürekli içerik güncellemelerine odaklanan canlı hizmet modellerine geçiş yapmaktadır.

Oyun Oynan Platformlar:

- **Konsol:** Sony PlayStation, Microsoft Xbox ve Nintendo Switch tarafından domine edilmektedir.
- **PC:** Steam ve Epic Games Store baskın dijital dağıtım platformları tarafından domine edilmektedir.
- **Mobil:** Apple App Store ve Google Play Store, mobil oyunlar için en büyük platformlardır.
- **Bulut Oyunlar:** Google Stadia, Xbox Cloud Gaming ve NVIDIA GeForce Now gibi gelişmekte olan platformlar oyunların dağıtılma ve oynanma şeklini yeniden şekillendirmektedir.

Tüm bu büyük oyuncular göz korkutsa da market konsantrasyonu düşük olup yeni girişimlerin başarılı geliştirmeler yapması durumunda ani bir zıplama yapması da mümkündür.

Türk Oyun Sektörüne Genel Bakış

Türkiye'nin oyun sektörü, artan oyuncu sayısı ve dinamik oyun geliştirme ortamıyla dünyanın en çok gelecek vaat eden pazarlarından biri haline geldi. Ülkenin genç, teknoloji meraklısı nüfusu ve dijital altyapıya artan erişimi, oyun endüstrisinin gelişmesi için ideal bir ortam oluşturuyor.

Pazar Büyüklüğü ve Büyüme Oranı

2024 yılında Türkiye oyun pazarı yaklaşık 2 milyar dolar seviyelerinde bir değere ulaşırken, araştırmalar önümüzdeki iki yıl içerisinde bu değerini yaklaşık 3 milyar dolar seviyelerine ulaşabileceğini gösteriyor. Söz konusu artışın, Türkiye'deki oyun pazarının mobil oyun, e-spor ve yerli oyun geliştirme alanlarında yaşanacak artışlar ile destekleneceği öngörülmüyor.

Başlıca büyüme faktörleri ise aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- **Genç Demografi:** Türkiye'de 30 milyondan fazla oyuncu bulunmaktadır ve bunların büyük bir kısmı 16-34 yaş arasındadır. Bu yaş grubunun dijital eğlenceye olan ilgisi yüksektir.
- **Mobil Oyun:** Mobil oyunlar, birçok oyuncunun PUBG Mobile ve Mobile Legends gibi oyunları tercih etmesiyle açık ara en baskın segmenttir.
- **Oyun Geliştirme Girişimleri:** Peak Games (Zynga tarafından satın alındı) ve Gram Games gibi Türk oyun stüdyolarının başarısı, ülkeyi küresel oyun geliştirme açısından dünya haritasında iyi bir noktaya yerleştirmektedir.

Sektör Yapısı: Yerel Geliştiriciler, Küresel Varlık

Yerel Geliştiriciler: Peak Games, Gram Games ve Masomo gibi Türk geliştiriciler, özellikle mobil oyunları ile dünya çapında bilinirlik kazanmıştır. Peak Games'in 2020 yılında Zynga tarafından 1,8 milyar dolara satın alınması, Türk geliştiricilerin uluslararası potansiyelini gözler önüne sermiştir.

Küresel Varlık: Türkiye, çoğalan ve büyüyen yerli oyun geliştirme girişimleri ile tanınırken, Tencent, Sony ve Microsoft gibi uluslararası oyun devleri de ya oyun yayınlamak ya da bölgesel ofisler kurarak ülkeye yatırım yapmıştır.

Türk e-spor organizasyonlarının mensupları ise küresel yarışmalara katılımlarını artırmakta ve Türk oyuncular League of Legends, CS: GO ve Valorant gibi oyunlarda isim yapmaya başlamaktadır.

Özetle, Türk oyun sektörü hızla büyümekte ve hem bir tüketici pazarı hem de bir geliştirme merkezi olarak umut vaat etmektedir. Yerel oyun geliştirme topluluğu küresel pazara erişimini genişletirken, Türkiye'deki oyuncular mobil, PC ve e-spor deneyimleriyle pazara katılmaya devam etmektedir.

Pazar Eğilimleri ve İçgörüler

Küresel Eğilimler

Akıllı Telefon Penetrasyonu: Dünya genelinde 6,8 milyardan fazla akıllı telefon kullanıcısı bulunduğu belirtilirken mobil oyun, birincil kullanım alanı olarak karşımıza çıkıyor. Akıllı telefonlar daha uygun fiyatlı hale geldikçe gelişmekte olan pazarlarda bile mobil oyuncuların sayısı artmaya devam ediyor.

Sıradan Oyunlar: Mobil oyunlar, daha kısa ve daha erişilebilir oyun tiplerini tercih eden gündelik oyuncular da dahil olmak üzere daha geniş bir kitleye hitap ediyor. Candy Crush, Clash Royale ve PUBG Mobile gibi oyunlar ise bu oyunlar arasında popüler isimler haline geldi.

Teknolojik Gelişmeler: 5G ve gelişmiş mobil GPU'ların kullanıma sunulması, mobil oyun deneyimlerini geliştirerek daha sürükleyici ve ilgi çekici hale getirirken, bir zamanlar yalnızca konsollarda veya PC'lerde bulunan üst düzey mobil oyunlara da kapı açıyor.

Bulut Oyunlar, AR/VR Gelişmeleri

Bulut Oyunlar: Google Stadia, Xbox Cloud Gaming ve NVIDIA GeForce Now gibi hizmetler, oyuncuların pahalı donanımlara ihtiyaç duymadan yüksek kaliteli oyunlar oynamasına olanak tanıyarak oyun oynamayı daha erişilebilir hale getirmektedir. Bu trend, akıllı telefonlardan düşük kaliteli bilgisayarlara kadar çeşitli cihazlarda oyun oynamaya olanak tanıdığı için özellikle önemlidir.

Büyüme: Bulut oyun pazarının, 5G ağlarının giderek daha fazla benimsenmesi ve bulut platformlarında mevcut olan oyun kütüphanesinin büyümesiyle 2021'de 1,8 milyar dolar iken 2025'e kadar 4,9 milyar dolara ulaşması bekleniyor.

AR/VR: Hem artırılmış hem de sanal gerçekliğin giderek daha sürükleyici deneyimler sunmasıyla AR/VR segmenti de gelişmektedir. Daha uygun fiyatlı VR başlıklarının (örn. Meta Quest 2) geliştirilmesi ve akıllı telefonlardaki AR özelliklerinin iyileştirilmesi bu trendi ileriye taşımakta ve pazardaki payını büyütme anlamında potansiyelini gerçekleştirmesine yol açmaktadır.

Uygulamalar: Beat Saber (VR) ve Pokémon Go (AR) gibi oyunların büyük başarı elde etmesi, her iki teknolojinin de oyun alanındaki potansiyeline işaret etmektedir.

2025 Projeksiyonu: Oyun sektöründeki AR/VR pazarının 2025 yılına kadar 20 milyar doları aşması ve teknolojiler geliştikçe daha yaygın bir şekilde benimsenmesi bekleniyor.

Abonelik Modelleri ve Free-to-Play Etkisi

Abonelik Modelleri: Xbox Game Pass, PlayStation Plus ve EA Play gibi abonelik tabanlı oyun hizmetleri, aylık sabit bir ücret karşılığında geniş oyun kütüphanelerine erişim sunarak giderek daha popüler hale gelmektedir. Bu modellerin, özellikle tüketicilerin tek tek oyun satın almak yerine daha uygun fiyatlı bir alternatifi tercih ettiği pazarlarda önemli gelir elde etmesi beklenmektedir.

2025 Trendleri: Abonelik hizmetlerinin büyümesi ve gelirlerin yıllık %20-30 oranında artması beklenmektedir. Bulut oyunlarının yükselişi ise, oyuncuların belirli konsollara veya üst düzey bilgisayarlara sahip olmalarına gerek kalmadan oyunlara erişebilmeleri nedeniyle abonelikleri daha cazip hale getirmektedir.

Oynaması Ücretsiz ve Oyun İçi Satın Almalar: Oynaması ücretsiz (F2P) oyunlar, Fortnite ve League of Legends gibi oyunların öncülüğünde birçok mobil ve PC oyunu için standart model haline gelmiştir. Bu oyunlar öncelikle mikro işlemler, sezon geçişleri ve oyun içi satın alımlar yoluyla gelir elde etmektedir.

Gelir Etkisi: F2P oyunların, hem canlı hizmet oyunlarının başarısı hem de oyun içi içerik satışları sayesinde 2025 yılına kadar küresel oyun gelirlerinin 100 milyar dolardan fazlasını oluşturacağı tahmin edilmektedir.

E-spor ve Yayıncılıkta Büyüme

Pazar Büyümesi: Intel, Coca-Cola ve Riot Games gibi şirketlerin önemli yatırımlarıyla e-spor pazarının 2025 yılında 2 milyar doları aşması beklenmektedir.

Canlı Yayınlar: Twitch, YouTube Gaming ve Facebook Gaming gibi platformlar, taraftarların favori oyuncularını ve takımlarını canlı olarak izlemelerine olanak sağladıkları için e-sporun yükselişine önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır.

Profesyonel Ligler: League of Legends, Valorant ve Dota 2 gibi oyunların küresel e-spor ligleri milyonlarca izleyicinin ilgisini çekmekte ve ödül havuzları genellikle 1 milyon doları aşmaktadır.

E-sporla bağlantılı yayın ve sponsorluk anlaşmaları, hem geleneksel hem de dijital medya kanallarının ilgisini çeken küresel etkinlikler ve turnuvalarla birlikte katlanarak büyüyecek gibi görünüyor.



Türkiye'ye Özgü Eğilimler Neler?

Mobil ödemeler, Türkiye'nin oyun ekosisteminin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

Ön Ödemeli Kartlar ve Dijital Cüzdanlar: Papara, PayPal ve yerel mobil cüzdanlar gibi hizmetler oyun içi satın alımlar için yaygın olarak kullanılmaktadır.



Operatör Faturalandırması: Oyunlar için yapılan mobil ödemelerin önemli bir kısmı, oyuncuların satın alma işlemlerini doğrudan cep telefonu hesaplarından tahsil etmelerine olanak tanıyan operatör faturalandırması yoluyla yapılmaktadır; bu işlem, geleneksel bankacılık hizmetlerine erişimi olmayan oyuncular için popüler bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Trendler: Mobil oyunların popüleritesi arttıkça mobil ödeme çözümlerine olan güven de artıyor. Bu ödeme yöntemlerinin Türkiye'de, özellikle de genç ve dijital olarak yerli demografik grupta daha da yaygınlaşması beklenmektedir.



E-spor, hem rekabetçi oyunların hem de içerik üretiminin artmasıyla birlikte Türkiye'de giderek daha popüler hale geldi.

Türkiye'deki e-spor hayran kitlesi, yerel ve uluslararası turnuvalara katılan binlerce kişi ve Twitch gibi platformlar aracılığıyla çevrimiçi olarak izleyen milyonlarca kişi ile hızla genişlemektedir.



Türkiye, özellikle League of Legends, CS: GO ve Valorant gibi oyunlarda çok sayıda yüksek profilli e-spor turnuvasına ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye E-spor Federasyonu (TESFED), etkinliklerin düzenlenmesinde ve e-sporun ülke çapında tanıtılmasında kilit bir rol oynamaktadır.

Tüketici Davranışı ve Demografi

Küresel Tüketici İçgörürleri

Yaş, Cinsiyet ve Coğrafi Dağılım

Oyun demografisi giderek çeşitlenmekte ve artık her yaştan oyuncu oyunlara katılmaktadır. Bununla birlikte, oyuncuların çoğunluğu 18 ila 34 yaş arasındadır ve bu yaş aralığına mensup grup, küresel oyun nüfusunun yaklaşık %50'sini temsil etmektedir.

Y kuşağı ve Z kuşağı, oyun sektöründeki baskın tüketiciler olarak karşımıza çıkmaktadır. Oyun oynayan nüfus yaşlandıkça, 35-44 yaş arası oyuncuların varlığı da artmaktadır.

Oyun oynamak tarihsel olarak erkek oyuncularla ilişkilendirilmiştir, ancak bu durum günümüzde değişmektedir. Oyunlarda cinsiyet çeşitliliği, oyun karakterlerinde ve anlatı içeriğinde artan temsil ile desteklenmektedir.

2024 itibariyle küresel oyuncuların %45'i kadınlardan oluşmaktadır ve kadın oyuncular artık erkek oyuncularla benzer seviyelerde oyunlara katılmaktadır. Bu değişim, özellikle kadın oyuncuların %60'ının gündelik mobil oyunlar sınıfında belirgindir.

Coğrafi Dağılım

- Asya-Pasifik, hem oyuncu sayısı hem de gelir açısından en büyük pazar olmaya devam etmektedir ve Çin, Japonya ve Güney Kore kilit oyuncularlardır.
- Kuzey Amerika, özellikle premium oyunlar ve e-spor için yüksek değerli tüketiciler açısından bir diğer önemli bölgedir.
- İngiltere, Almanya ve Fransa'nın hem konsol hem de mobil oyunlar için kilit pazarlar olduğu Avrupa, bu ülkeleri yakından takip etmektedir.
- Latin Amerika ve Afrika'daki gelişmekte olan pazarlar, mobil oyunlar ve gelişmiş internet erişimi sayesinde hızlı bir büyüme kaydetmektedir.



sistem
Global

Tüm hakları saklıdır.

Harcama Alışkanlıkları ve Platform Tercihleri Nasıl Değişiyor?

Harcama Alışkanlıkları:

- **Mobil Oyun:** Mobil oyun pazarındaki oyuncular ortalama olarak daha az harcama yapma eğilimindedir, ancak oyuncuların büyük hacmi bunu yüksek gelirli bir segment haline getirmektedir. Mobil oyuncular genellikle mikro işlemlere ve uygulama içi satın alımlara katılmaktadır.
- **Konsol ve PC Oyunları:** Bu platformlardaki oyuncular genellikle oyunlara, donanım ve aksesuarlara yılda daha fazla harcama yapmaktadır. Xbox Game Pass ve PlayStation Plus gibi abonelik modelleri de popülerliğini artırmakta ve oyunculara aylık bir ücret karşılığında geniş bir oyun kütüphanesine erişim sunmaktadır.
- **E-spor ve Yayın:** E-spor meraklıları; biletli etkinlikler, ticari ürünler, Twitch ve YouTube Gaming gibi yayın platformlarına abonelikler için de harcama yapmaktadır.



Platform Tercihleri:

- **Mobil Cihazlar:** Akıllı telefonların gündelik oyuncular için birincil platform olmasıyla birlikte, mobil oyunlara yönelik küresel tercih artmıştır. Candy Crush ve PUBG Mobile gibi popüler oyunlar bu segmenti domine etmektedir.
- **Konsollar:** Ciddi ve sıkı oyuncular için PlayStation 5, Xbox Series X/S ve Nintendo Switch gibi platformlar en iyi seçeneklerdir. Bu oyuncular yüksek kaliteli grafikleri ve özel içerikleri tercih ediyor.
- **PC Oyuncululuğu:** Performans ve kişiselleştirme arayan oyuncular PC'leri tercih ediyor. Steam, Epic Games Store ve GOG gibi platformlar PC oyun alanını domine ederken, birçok kullanıcı da e-spor veya içerik oluşturma için üst düzey PC'lere yatırım yapıyor.
- **Bulut Oyun:** Google Stadia ve NVIDIA GeForce Now gibi gelişmekte olan hizmetler, oyunculara internet bağlantısı olan herhangi bir cihazda oynama esnekliği sunarak bulut oyunlarına doğru daha geniş bir geçişe katkıda bulunuyor.

Türkiye Tüketici İçgörürleri

Yaş, Cinsiyet ve Coğrafi Dağılım

Türkiye oyun pazarına özellikle 16-34 yaş aralığındaki genç demografik gruplar hakimdir. Türkiye'de 30 milyonun üzerinde oyuncu bulunmaktadır ve bunların önemli bir kısmı öğrenci ve genç profesyonellerden oluşmaktadır.

Türkiye'de mobil oyunlar özellikle gençler arasında popülerken, bilgisayar oyunları ve konsol oyunları daha çok 20'li yaşların ortalarından 30'lu yaşların başlarına kadar olan kesime hitap etmektedir.

Türkiye'deki cinsiyet dengesi, artan kadın oyuncu sayısı ile küresel eğilime benzerlik göstermektedir. Erkek oyuncuların oranı hâlâ daha yüksek olsa da, özellikle mobil ve sosyal oyun segmentlerinde kadın oyuncuların varlığı artmaktadır.

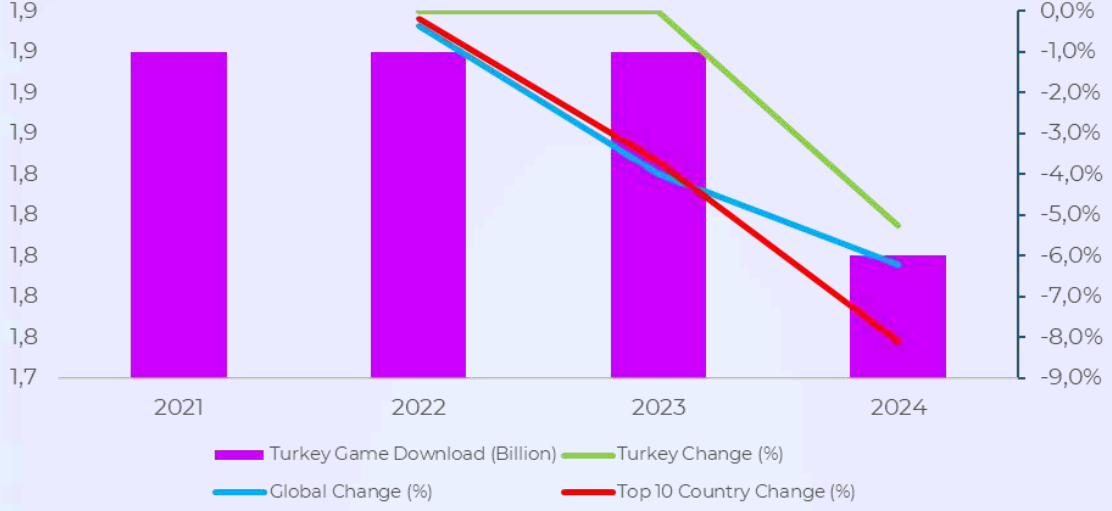
PUBG+Mobile, Zula ve League of Legends gibi oyunlar Türkiye'de son derece popüler oyunlardır. Ayrıca, yerel oyun geliştiricileri de Tavla 3D gibi oyunlarla mobil segmentte başarı kazanmaktadır.

Harcama Alışkanlıkları, Fiyat Duyarlılığı ve Mikro İşlemler

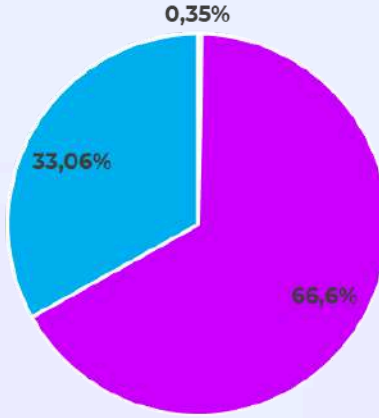
Türk oyuncuların özellikle mobil segmentte fiyat duyarlılığı yüksektir. Birçok oyuncu, isteğe bağlı mikro işlemler sunan oynaması ücretsiz oyunları tercih etmektedir. Bununla birlikte, özellikle Fortnite ve League of Legends gibi rekabetçi oyunlarda skin, battle pass ve ganimet kutuları gibi oyun içi satın alımlar için harcama yapma eğilimi giderek artmaktadır.

Mikro işlemler, özellikle mobil oyunlarda olmak üzere, Türkiye pazarında başlıca gelir kaynağıdır. Türk oyuncular, kozmetik ürünler de dahil olmak üzere sanal ürünler satın alma eğilimindedir ve abonelik tabanlı modellere olan talep, diğer bölgelere kıyasla daha yavaş olsa da artmaktadır.

Game Download



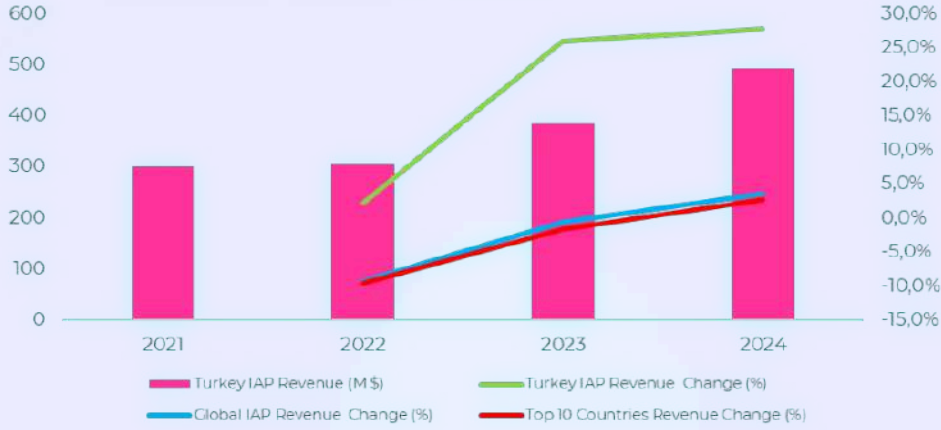
2021



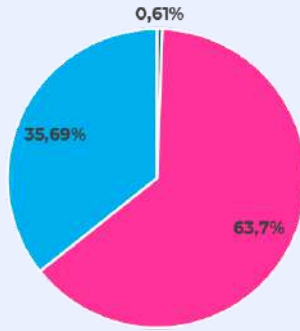
■ Turkey IAP Revenue Shares ■ Top 3 Countries (U.S/China/Japan) IAP Revenue Shares ■ Others

2024 yılında en çok indirme yapan 10 ülkenin indirme sayıları 2021 ve 2024 yılları arasında çok sert düşüş sergilerken, global piyasada düşüş 2023 ile 2024 yılları arasındaki geçişte yavaşlamıştır. Türkiye'deki indirme sayıları 2021 ile 2023 yılları arasında sabit kalırken, son yıl global piyasadaki ve en çok indirme yapılan 10 ülkeden ayrılarak daha ılıman bir düşüş yaşıyor.

IAP Revenue



2024



■ Turkey IAP Revenue Shares ■ Top 3 Countries (U.S./China/Japan) IAP Revenue Shares ■ Others

2024 yılındaki verilere göre; Çin, Japonya ve Amerika toplam oyun içi satın alma gelirlerinin 63,7%'sini oluşturmaktadır. En çok oyun içi satın alım yapan 10 ülkenin tüm pazardaki ağırlığı çok yüksek olduğu için 2021 ile 2023 yılları arasında oyun içi satın alımlardan elde edilen gelirlerdeki büyümede paralel ve azalarak yavaşlayan bir düşüş gözlemlenmektedir. Türkiye ise 2021 ile 2022 yılları arasında 2%, 2022 ile 2023 yılları arasında 26% ve 2023 ile 2024 yılları arasında 27%'lik bir büyüme sağlamıştır ve pastadaki payı yaklaşık 2 katına çıkmıştır.

Mobil oyunlar için oyun içi satın alımlar 2019 ile 2024 yılları arasında yaklaşık 31%'lik bir büyüme sergilerken, 2024 yılında uygulama içi satın alımlardan en büyük geliri elde eden 3 ülkenin toplam pastadaki payı 2021 yılına kıyasla 66,6%'dan 63,7%'ye düşmektedir. Türkiye ise bu dönemde payını 0,35%'den 0,61%'e çıkartmaktadır.

Rekabet Ortamı

Başlıca Küresel Oyun Şirketleri ve Pazar Payları

Küresel oyun endüstrisine, satın almalar, yenilikler ve stratejik ittifaklar nedeniyle pazar payları gelişen birkaç kilit oyuncu hakimdir. Bu oyuncuların daha önceki performansları baz alındığında 2025'te de pazar payına göre en büyük şirketler arasında yer almaları beklenmektedir.

Tencent: Çinli holding, %12'nin üzerinde pazar payıyla dünyanın en büyük oyun şirketidir. Tencent, Epic Games (Fortnite), Riot Games (League of Legends) ve Supercell (Clash of Clans) dahil olmak üzere birçok büyük oyun şirketinde hisseye sahiptir. Şirket hem mobil oyunlarda hem de PC oyunlarında önemli bir güçtür.

Sony Interactive Entertainment: Sony'e ait PlayStation markası, küresel oyun geliri açısından %25'lik güçlü bir pazar payı ile konsol pazarına hakim olmuştur. PlayStation'ın münhasırlık anlaşmaları ve yüksek kaliteli donanımı, onu konsol oyun sektöründe önemli bir rakip haline getirmiştir.

Microsoft: Xbox oyun konsolu ve Game Pass abonelik modeliyle Microsoft, oyun pazarının önemli bir bölümünü elinde tutmaktadır. Microsoft'un oyun gelirlerinin 2025 yılında 20 milyar doları aşması beklenmektedir. Bethesda'nın satın alınması ve Activision Blizzard'ın planlanan satın alınması Microsoft'un konumunu daha da sağlamlaştırmaktadır.

Nintendo: Nintendo, özellikle hibrit konsol pazarında başarılı olan Switch konsolu ile oyun dünyasında güçlü bir yer edinmiştir. Tahmini pazar payı %15 olan Nintendo'nun hem gündelik hem de hardcore oyunlara yönelik benzersiz yaklaşımı, uzun ömürlü olmasını sağlıyor.

Electronic Arts (EA), Activision Blizzard, Take-Two Interactive ve Ubisoft: Bu yayıncılar ve geliştiriciler aynı zamanda FIFA, Call of Duty, Grand Theft Auto ve Assassin's Creed gibi satış rekorları kıran oyunlara odaklanan kilit oyuncular olarak karşımıza çıkmaktadır. İlgili şirketlerin toplam pazar payının 2025 yılında %20 civarında olacağı tahmin edilmektedir.

Sıralanmış olan söz konusu şirketler, stratejileri oyun geliştirme, dijital dağıtım ve çevrimiçi hizmetler açısından farklılık gösterse de, öncelikle konsol oyunları, PC oyunları ve mobil oyunlar aracılığıyla pazar gelirin çoğunu kontrol etmektedir.



Tüm hakları saklıdır.



Ortaklıklar ve İşbirlikleri

Stratejik ortaklıklar ve işbirlikleri, oyun şirketlerinin rekabetçi konumlarını güçlendirmede etkili olmuştur:

- **Sony ve Epic Games:** Sony, Unreal Engine 5 gibi yeni nesil teknolojilerde işbirliği yapmak ve çevrimiçi ekosistemini genişletmek için Epic Games'e büyük yatırım yapmıştır.
- **Microsoft ve Bethesda:** Microsoft'un Bethesda'yı satın almasının ardından şirket, The Elder Scrolls ve Fallout gibi son derece popüler serilere erişim kazanarak kendisini hem tek oyunculu hem de RPG oyunlarında önemli bir oyuncu olarak konumlandırmıştır.
- **Tencent ve Riot Games:** Tencent'in Riot Games'teki etkisi ve Supercell'i satın alması, önde gelen mobil ve PC oyun şirketleriyle önemli bir ortaklık kurduğunu göstermekte ve Tencent'in birden fazla platforma hakim olmasını sağlamaktadır.
- **Mobil Oyun Geliştiricileri:** King (Candy Crush) ve Supercell (Clash Royale) gibi şirketler, oyun portföylerini genişletmek ve mobil oyunların büyümesini sağlamak için Tencent ve NetEase gibi şirketlerle uzun vadeli işbirlikleri kurmuştur.

Oyun Sektöründe Birleşme ve Satın Almalar

Birleşme ve satın almalar (M&A); içerik, teknoloji ve pazar payı üzerinde daha fazla kontrol sahibi olma arzusuyla hareket eden oyun endüstrisinde önemli bir eğilimdir.

Microsoft'un ZeniMax Media'yı (Bethesda) Satın Alması: 2021 yılında Microsoft, ZeniMax Media'yı 7,5 milyar dolara satın alarak The Elder Scrolls, Fallout ve Doom gibi büyük serilerin haklarını güvence altına aldı.

Activision Blizzard'ın Microsoft Tarafından Satın Alınması (2025): Microsoft'un 2025 yılında Activision Blizzard'ı 68,7 milyar dolara satın alması oyun sektörünü sarstı. Bu satın alma Microsoft'a Call of Duty, World of Warcraft ve Overwatch gibi gişe rekorları kıran serilerin kontrolünü verdi.

Take-Two ve Zynga Birleşmesi: 2022 yılında Take-Two Interactive (Grand Theft Auto), Zynga (FarmVille) ile birleşerek oyun devinin konsol uzmanlığını 'nın mobil oyun hakimiyetiyle birleştirdi.

Electronic Arts ve Codemasters: EA, 2021 yılında Codemasters'ı 1,2 milyar dolara satın alarak Formula 1 ve Dirt serileri de dahil olmak üzere yarış oyunlarındaki konumunu güçlendirdi.

Bu satın alma ve birleşmeler, hem geleneksel hem de gelişmekte olan oyun pazarlarındaki konumlarını sağlamlaştırarak küresel oyun alanına hakim olan daha güçlü şirketler yaratıyor.

Türkiye'deki Rekabet Ortamı

Önde Gelen Türk Oyun Geliştiricileri ve Yayıncıları

Türk oyun sektörü, birçok yerel şirketin uluslararası tanınırlık kazanmasıyla birlikte gelişmektedir.

- **Peak Games:** 2020'de Zynga tarafından 1,8 milyar dolara satın alınan Peak Games, Toon Blast ve Toy Blast gibi hit oyunları ile tanınan Türkiye'nin en büyük mobil oyun geliştiricilerinden biridir.
- **Gram Games:** Bir başka Türk mobil oyun geliştiricisi olan Gram Games, 1010! ve Merge Dragons gibi oyunlarla dünya çapında başarı kazanmıştır. Şirket 2018 yılında Zynga tarafından satın alınmıştır.
- **Alictus:** Gündelik mobil oyunlar geliştirmesiyle tanınan Alictus, Tower Run! ve Idle Life Sim gibi oyunlarla Türkiye'nin en hızlı büyüyen oyun stüdyolarından biridir.
- **MadByte Games:** Türkiye ve Latin Amerika'da popüler bir çevrimiçi FPS oyunu olan Zula'nın arkasındaki şirket. Zula'nın başarısı MadByte'in Türk oyun pazarında önemli bir oyuncu olmasına yardımcı olmuştur.

Söz konusu geliştiriciler, yerel oyun ekosistemine önemli ölçüde katkıda bulunmakta ve Türkiye'yi mobil ve gündelik oyunlarda rekabetçi bir oyuncu olarak konumlandırarak giderek daha fazla küresel tanınırlık kazanmaktadır.

Türkiye Pazarındaki Popüler Oyunlar

Zula: Yerli olarak geliştirilen bu birinci şahıs nişancı (FPS) oyunu Türkiye'de oldukça popülerdir ve Counter-Strike gibi küresel serilerle rekabet etmektedir. Türkiye pazarındaki başarısı yerel turnuvalar ve e-spor etkinlikleri ile desteklenmiştir.

PUBG Mobil: PlayerUnknown's Battlegrounds'un (PUBG) mobil versiyonu, Türkiye'de en çok oynanan oyunlardan biridir ve bölgede mobil oyunların artan popülaritesine katkıda bulunmaktadır.

League of Legends: Dünya çapında popüler olan bu MOBA oyunu Türkiye'de büyük bir takipçi kitlesine sahiptir ve birçok yerel takım bölgesel e-spor turnuvalarına katılmaktadır.

FIFA ve PES: FIFA ve Pro Evolution Soccer (PES) gibi futbol oyunları, özellikle Türkiye'nin tutkulu futbol kültürü göz önüne alındığında, sürekli olarak popülarliğini korumaktadır.

Bu oyunlar, yerel olarak geliştirilen oyunların ve uluslararası alanda tanınan oyunların bir kombinasyonunun Türk oyuncuların ilgisini çektiği Türkiye'deki çeşitli oyun tercihlerini temsil etmektedir ve pazarı tanıma açısından oldukça önemlidir.

Teknoloji ve İnovasyon

Küresel Teknolojik Gelişmeler

Oyunlarda Yapay Zeka ve Makine Öğrenimi:

Yapay zeka (AI) ve makine öğrenimi (ML), oyun deneyimini geliştirmeye devam ediyor. Yapay zeka güdümlü NPC'ler (Oyuncu Olmayan Karakterler) daha sofistike hale geliyor ve oyunculara dinamik, reaktif davranışlar sunuyor. Yapay zeka bir oyuncunun taktiklerini analiz edebildiğinden ve zorluk seviyesini gerçek zamanlı olarak ayarlayarak oyunları daha zorlu ve ilgi çekici hale getirebildiğinden oyun deneyiminde önemli bir yere sahip şekilde karşımıza çıkıyor.

Prosedürel içerik üretimi ise, yapay zekanın üstün olduğu bir başka alandır. Örneğin, No Man's Sky gibi oyunlar geniş ve prosedürel olarak oluşturulmuş dünyalar üretmek için yapay zekayı kullanmaktadır ve bu yolla oyunculara manuel tasarım olmadan sonsuz keşif olanakları sunmaktadır.

Makine öğrenimi, oyunların test süreçlerinde ve hata tespitlerinde de kullanılmaktadır. Geliştiriciler, kalite güvence süreçlerini otomatikleştirmek, hataları tespit etmek ve oyun performansını manuel testlerden daha hızlı ve daha verimli bir şekilde optimize etmek için de yapay zeka odaklı araçlar kullanmaktadır.

Makine öğrenimi algoritmaları, aynı zamanda oyun içi satın alımlar önermek veya oyuncu davranışlarına göre hikaye ve görevleri ayarlamak gibi kişiselleştirilmiş oyun deneyimleri sunmak için kullanılmaktadır.

Tüm bu uygulama alanlarına entegre olabilme kabiliyeti sayesinde yapay zeka ve makine öğreniminin daha gerçekçi, dinamik ve sürükleyici deneyimler yaratarak oyunların geleceğinde önemli bir rol oynamaya devam etmesi bekleniyor.



Grafik, VR/AR ve Blockchain Gelişmeleri

Grafikler:

PlayStation 5 ve Xbox Series X/S gibi yeni konsolların piyasaya sürülmesiyle birlikte grafik kalitesi, ışın izleme ve 4K çözünürlüğün sınırlarını zorlayarak daha önce görülmemiş seviyelere ulaştı. NVIDIA'nın RTX 30 serisi GPU'ları ve AMD'nin RDNA 2 mimarisi, video oyunlarında gerçek zamanlı ışın izleme ve gelişmiş görsel doğruluk sağlıyor.

Sanal Gerçeklik (VR) ve Artırılmış Gerçeklik (AR):

Oculus Quest ve PlayStation VR gibi platformların sürükleyici, interaktif oyun deneyimleri sunmasıyla sanal gerçeklik giderek daha fazla ilgi görüyor. Half-Life gibi başlıklar: Alyx gibi oyunlar VR'ın tamamen sürükleyici dünyalar yaratma potansiyelini ortaya koydu.

AR aynı zamanda Pokémon GO ve Harry Potter gibi oyunlarla oyunlara daha entegre hale geliyor: Wizards Unite gibi oyunlar dijital deneyimleri gerçek dünya ortamlarıyla harmanlama becerisini sergiliyor.

Blockchain Teknolojisi:

Blok zinciri, dijital sahiplik, NFT'ler (Değiştirilemez Jetonlar) ve oyna-kazan modelleri sunarak oyun dünyasına girdi. Oyuncular oyun içi varlıkları blok zinciri platformları aracılığıyla güvenli bir şekilde satın alabilir, satabilir ve takas edebilir.

Öte yandan; Axie Infinity ve Decentraland gibi oyunlar, oyuncuların oyun içi başarıları aracılığıyla gerçek dünya değeri kazanmalarına olanak tanıyarak yeni ekonomik fırsatlar sunuyor.

Blok zincirindeki akıllı sözleşmeler aynı zamanda oyun içi işlemler ve mülkiyet hakları için şeffaflık sağlayarak dijital oyun ekosistemlerinde de güveni artırabilir. Bu tip teknolojik yenilikler; oyunların geliştirilme, oynanma ve para kazanma biçimlerini yeniden şekillendirerek yeni iş modellerine ve oyun deneyimlerine de yol açıyor

Bulut Oyun Platformları

Bulut oyunları, oyunlara erişim ve oyun oynama biçiminde devrim yaratarak oyuncuların üst düzey donanıma ihtiyaç duymadan oyunları doğrudan herhangi bir cihaza aktarmasını sağlıyor. Google Stadia, Microsoft xCloud ve NVIDIA GeForce Now gibi büyük oyuncular bu konuda başı çekiyor.

xCloud (Xbox Game Pass Ultimate'in bir parçası), kullanıcıların Microsoft sunucularından akıllı telefonlara, tabletlere ve PC'lere oyun akışı yapmasına olanak tanıyarak oyunları daha erişilebilir ve taşınabilir hale getiriyor.

Google Stadia, kullanıcıların internet tarayıcıları üzerinden oyun oynamalarına olanak tanıyan bulut tabanlı bir oyun deneyimi sunarak yüksek kaliteli oyunları daha geniş bir kitle için erişilebilir hale getiriyor.

Bulut oyun platformları, geleneksel donanımı atlayarak geliştiricilerin oyunlarının konsol veya PC'ye özel sürümlerine ihtiyaç duymadan oyunculara ulaşmaları için yeni fırsatlar sunuyor. Bu da donanımın pahalı ya da elde edilmesinin zor olduğu bölgelerdeki oyuncular için oyunlara erişimi demokratikleştiriyor.

Pazar Tahmini ve Geleceğe Bakış

Küresel Pazar Tahminleri

Küresel Oyun Pazarında Öngörülen Büyüme Oranları

Birçok kaynağa göre, küresel oyun pazarı önümüzdeki yıllarda önemli bir büyüme göstermeye hazırlanıyor. Oyun pazarının 2025 yılında yaklaşık 232 milyar doları aşacağı ve 2024'ten 2028'e kadar %5'lik bir yıllık bileşik büyüme oranı (CAGR) ile büyüyeceği tahmin edilmektedir.

Mobil oyun sektörü, 2025 yılına kadar toplam pazarın yaklaşık %50'sini oluşturarak gelir artışı açısından liderliğini sürdürecektir. Aslında, mobil oyun gelirinin 2025 yılında küresel olarak 140 milyar doları aşması bekleniyor.

PC ve konsol oyunları da, bulut oyunlarının ve mobil öncelikli deneyimlerin artan popülaritesi nedeniyle mobil oyunlara kıyasla biraz daha yavaş bir hızda olsa da istikrarlı bir büyüme yaşayacağına dair olumlu sinyaller veriyor.

Büyümenin Temel Etkenleri

- Yapay Zeka (AI):** Yapay zeka, daha akıllı NPC (oyunamayan karakter) davranışları sunulmasında, prosedürel içerik üretimi ve gelişmiş oyun testlerinde, oyun içi ekonomilerin optimize edilmesinde, oyuncu deneyimlerinin kişiselleştirilmesinde ve oyuncu davranışlarına göre uyarlanabilir zorluk seviyeleri sunulmasında önemli olacaktır.
- Sanal Gerçeklik (VR) ve Artırılmış Gerçeklik (AR):** VR ve AR teknolojileri, özellikle donanımdaki gelişmeler (örneğin, Oculus Quest gibi daha uygun fiyatlı VR başlıkları) ve sürükleyici oyun deneyimlerinin yükselişi ile ivme kazanmaya devam edecektir. VR/AR'ın benimsenmesi, daha gerçekçi ve etkileşimli bir oyun deneyimi sunarak oyun ortamını önemli ölçüde geliştirecektir.
- 5G Teknolojisi:** 5G ağlarının küresel olarak yaygınlaştırılması, daha hızlı veri aktarımı, düşük gecikme süresi ve yüksek kaliteli akış sağlayarak oyun pazarı için önemli bir katalizör olacaktır. Bu da bulut oyun platformlarının (örn. Stadia, xCloud) mobil cihazlarda ve diğer bağlı ekranlarda kesintisiz, konsol benzeri deneyimler sunmasını sağlayacaktır.

Türkiye Pazar Tahminleri



Türkiye'de Büyüme ve Pazar Dinamikleri Tahmini

Türkiye Oyun Pazarında Büyüme: Türkiye oyun pazarının hızlı büyümesini sürdürmesi beklenmektedir; tahminler, mobil oyunların benimsenmesindeki artış ve büyüyen tüketici tabanı sayesinde pazar büyüklüğünün önümüzdeki iki yıl içerisinde yaklaşık 3 milyar dolara ulaşacağını göstermektedir.

Yerel raporlara göre, mobil oyunlar Türkiye'de 30 milyondan fazla aktif mobil oyuncuyla baskın platform konumunda. Özellikle kırsal bölgelerde internet penetrasyonu artmaya devam ettikçe, daha fazla kişi mobil oyunlara erişebilecek ve bu da büyümeyi daha da hızlandıracaktır.

Pazar Dinamikleri: Türkiye'nin dijital eğlenceye artan bir ilgi duyan genç ve teknoloji meraklısı nüfusu, pazar dinamiklerinin itici gücü olacaktır. Türkiye'deki oyuncuların yaş ortalaması nispeten düşüktür ve oyuncu tabanının büyük bir kısmı 30 yaşın altındadır; bu da Türkiye'yi küresel oyun geliştiricileri için cazip bir pazar haline getirmektedir.

Pazar; ayrıca ülkenin genişleyen e-spor sahnesinden, yerel oyun etkinliklerinden ve hem oyun içeriği hem de oyuncu katılımı için önemli platformlar olarak hizmet veren Twitch ve YouTube gibi yayın platformlarının büyümesinden de faydalanacaktır.

Yerel Oyun Geliştiricileri için Fırsatlar ve Türk Oyun Topluluğu için Gelişen Trendler

Yerel Oyun Geliştirme Büyümesi: Türkiye, mobil oyunları ile tanınan Peak Games (Zynga tarafından satın alındı) ve Masomo gibi birçok başarılı yerel oyun stüdyosunun yükselişine tanık oldu. Küresel oyun pazarı büyümeye devam ettikçe, Türk geliştiriciler için uluslararası pazarlara açılma fırsatı da artmaktadır.

Küresel Pazara Giriş: Küresel yayıncılık ortaklıklarının yükselişi, Türk oyun geliştiricilerine uluslararası pazarlara erişim imkanı sunuyor. Türk oyun endüstrisinin görünürlüğü, uluslararası yayıncılarla yapılan işbirlikleri sayesinde artıyor ve bu da yerel stüdyoların erişimlerini ve tanınırlıklarını genişletmelerine yardımcı oluyor.

Mobil Oyun ve Sıradan Oyunlar: Mobil oyunların Türkiye'deki oyun sahnesine hakim olmasıyla birlikte, gündelik oyunlar önemli bir trend olmaya devam ederken bulmaca veya battle royale oyunları gibi hareket halindeyken oynanabilen oyunlar geniş kitlelerin ilgisini çekmektedir.

Akış ve İçerik Oluşturma: Daha fazla Türk oyuncu Twitch ve YouTube gibi yayın platformlarıyla etkileşime geçtikçe, yerel topluluk içerik oluşturmaya daha fazla dahil oluyor. Bu durum, influencer'lar ve oyuncular için içeriklerinden para kazanma ve sektörde kariyer yapma konusunda yeni bir fırsat sunuyor.

Yatırım ve Finansman

Oyun sektöründeki yatırım ortamı, oyunla ilgili teknolojilere, girişimlere ve projelere akan büyük meblağlarla giderek daha cazip hale geldi. Hem küresel hem de Türkiye pazarları, sektörün geleceğini şekillendirmeye devam eden önemli yatırımlara sahne oluyor.

Küresel Yatırım Eğilimleri

Yatırım Fırsatları - VC Yatırımı, Birleşmeler, Halka Arzlar

1. Girişim Sermayesi (VC) Yatırımı:

Son birkaç yıldır girişim sermayesi yatırımları özellikle mobil oyun şirketlerine, bağımsız oyun geliştiricilerine ve oyun yayın platformlarına doğru akmaktadır. Yatırımcılar mobil oyunlar, bulut oyunları ve VR/AR teknolojisi gibi hızla büyüyen segmentlerde fırsatlar aradıkça bu durumun devam etmesi bekleniyor.

Yalnızca 2023 yılında, Innersloth (Among Us'ın yaratıcısı), Supercell (Clash of Clans'ın yaratıcısı) ve Hearthstone'un geliştiricisi Blizzard Entertainment da dahil olmak üzere, oyun girişimleri için birkaç büyük VC yatırım turu gerçekleşti ve bunlar küresel büyüme açısından lider olmaya devam etti.

Index Ventures, Sequoia Capital ve Accel Partners gibi oyun odaklı VC fonları, yenilikçi oyun mekanikleri ve kullanıcı katılımı stratejilerine güçlü bir şekilde odaklanarak oyun stüdyolarına yoğun bir şekilde yatırım yaptı.

2. Birleşme ve Devralmalar (M&As):

Oyun endüstrisi büyük bir konsolidasyon yaşadı ve birleşme ve satın alma ortamında çok sayıda yüksek profilli anlaşma gerçekleşti. Örneğin, 2022 yılında Microsoft'un Activision Blizzard'ı 68,7 milyar dolara satın alması, oyun sektörü tarihindeki en büyük anlaşmalardan biriydi ve oyun şirketlerinin daha geniş eğlence ve teknoloji sektörlerinde artan önemine işaret ediyordu.

Büyük oyuncular portföylerini çeşitlendirmek ve genişletmek istediklerinden mobil oyun stüdyoları, oyun yayın platformları ve hatta bulut oyun teknolojisi satın almaları yaygındır. Tencent ve Sony gibi şirketler daha küçük oyun stüdyolarını satın alma ve onları daha geniş ekosistemlerine entegre etme konusunda çok aktifler.



3. İlk Halka Arzlar (IPO'lar):

Başarılı oyun şirketlerinin yükselişi ve sermaye piyasalarına entegrasyonu da dikkate değer bir eğilimdir. Giderek artan sayıdaki oyun şirketleri, halka arz yoluyla kendilerine finansman sağlayarak genişleme imkanı buluyor.

Popüler Unity oyun motorunun geliştiricisi Unity Technologies 2020'de halka açıldı ve Roblox ve Skillz gibi diğer şirketler de bunu takip ederek oyunlarla ilgili halka arz trendini daha da teşvik etti.

Mobil oyunların, metaverse oyun platformlarının ve e-sporların artan popülaritesinin önümüzdeki yıllarda hem yatırımcıların hem de sermaye piyasalarının ilgisini çekmeye devam etmesi bekleniyor.

Oyunla İlgili Girişimler ve Oyun Teknolojisi Yatırımlarındaki Eğilimler

Oyun Sektöründeki Girişimler: Küresel oyun sektörü son yıllardaki oyun girişimleri sayesinde adeta patlama yaşadı. Bu girişimler; oyun geliştirme, oyun teknolojisi, e-spor ve oyun yayını gibi çeşitli alt sektörleri kapsıyor. Birçok yeni girişim yenilikçi oyunlara, NFT tabanlı oyunlara ve Web3 oyunlarına odaklanıyor.

Oyun Teknolojisi: Yatırımcılar, ölçeklenebilir ve verimli oyun geliştirmeyi sağlamak için oyun motorlarına, bulut oyun platformlarına ve oyun analiz araçlarına giderek daha fazla yatırım yapıyor.

Bulut Oyunlar: Google Stadia, Microsoft xCloud ve Nvidia GeForce Now gibi şirketlerin ön planda olduğu bulut oyunları, oyunculara üst düzey donanıma ihtiyaç duymadan akıllı telefonlardan dizüstü bilgisayarlara kadar her cihazda oyun oynama olanağı sunarak önemli yatırımlar çekmektedir.

Blok Zinciri: NFT'leri (değiştirilemeyen tokenler) ve kripto para birimlerini içeren blok zinciri tabanlı oyunlar, yatırımlar için sıcak bir alan haline geldi. Şirketler, blok zincirini oyun ekonomilerine entegre etmenin yollarını araştırıyor ve oyunculara oyun içi varlıkların gerçek sahipliğini veriyor.

AR/VR Teknolojileri: AR ve VR teknolojileri geliştikçe, sürükleyici oyun deneyimleri yaratmaya yönelik önemli yatırımlar yapılıyor. Sony'nin PlayStation VR'ı ve Meta'nın Oculus'u da dahil olmak üzere büyük oyuncular, VR oyunlarının yaygın olarak benimsenmesi için zemin hazırladılar.

Türkiye'de Yatırım Ortamı

Oyun Geliştirme Yatırımları: Geçtiğimiz birkaç yıl içinde, Türk oyun sektörü yatırım faaliyetlerinde bir artışa tanık oldu ve birçok başarılı yerel oyun geliştiricisi ve stüdyosu önemli miktarda fon çekti. Peak Games (Zynga tarafından satın alındı) ve Masomo (Stillfront Group tarafından satın alındı) uluslararası yatırımcıların dikkatini çeken Türk oyun stüdyolarının başlıca örnekleri olarak karşımıza çıktı.

Günümüzde hala birçok oyun girişimi yabancı yatırımcılardan yatırım almaya devam ederken bu girişimlerden en yenisi Grand Games olarak karşımıza çıkmaktadır. Grand Games, Ocak 2025'te aldığı 30 milyon dolar tutarındaki 'Seri A' yatırımı ile 2025'te Türkiye'deki oyun sektörünün büyümesine yönelik tahminleri güçlü şekilde destekledi.

Tıpkı örnekte de belirtildiği gibi; Türk oyun geliştirme girişimleri, özellikle hızla büyüyen mobil oyun sektörüne erişimlerini küresel pazarlara genişletmek için aktif olarak melek yatırımcılar, girişim sermayesi yatırımcıları ve stratejik ortaklıklar aramaktadır.

2024 yılında bu arayışlar oyun sektörü bazında olumlu bir şekilde karşılık bulmuştur. 2024 yılında en çok yatırım yapılan sektörler %13,4 pay ile 'Yazılım ve Bulut Teknolojileri' sektörü ve yine %13,4 pay ile 'Oyun ve Eğlence' sektörleri olmuştur. Bu durum, Türkiye'de oyun sektörüne halihazırda ilginin çok yüksek olduğunu ve Türkiye'nin oyun sektöründeki potansiyelini gerçekleştirme ihtimalinin de aynı seviyede olduğunu kanıtlar niteliktedir.



Türkiye'nin Oyun Sektöründe Yabancı Yatırımcılar İçin Fırsatlar

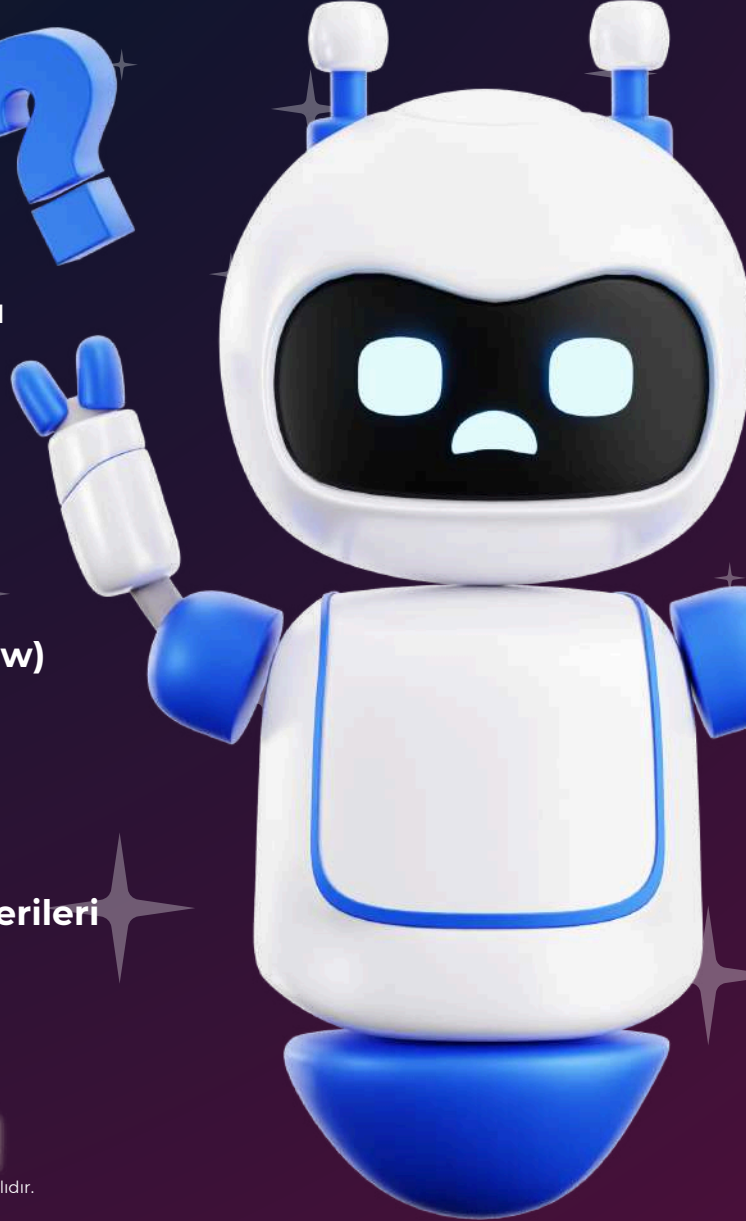
Mobil oyun ve yenilikçi oyun geliştirme alanında büyüyen bir merkez olan Türkiye, oyun sektöründe çok sayıda yatırım fırsatı sunuyor. Yabancı yatırımcılar da, yerel oyun stüdyolarıyla ortaklık kurmaya veya gelecek vaat eden oyun girişimlerine yatırım yapmaya giderek daha fazla ilgi gösteriyor.

Türkiye'nin Avrupa ve Orta Doğu arasındaki köprü konumu, ülkeyi uluslararası yatırımcılar için cazip bir yatırım noktası haline getirmektedir. Ülkenin genç nüfusu, artan mobil penetrasyon ve oyunlara artan ilgi, canlı ve kazançlı bir pazar yaratıyor.

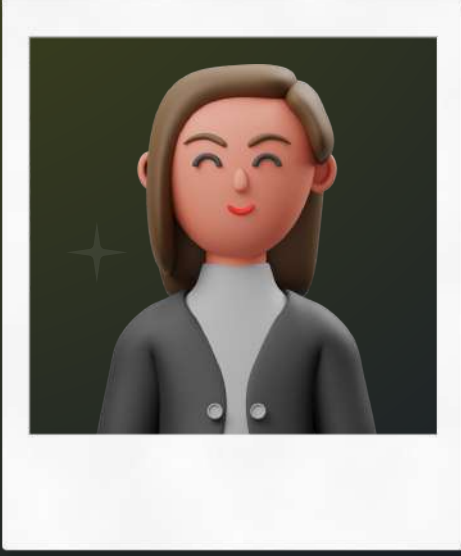
Yabancı yatırımcılar, yerel hükümet teşviklerinin yanı sıra ülkenin uygun işgücü maliyetlerinden ve Türkiye'yi küresel sahnede oyun geliştirme ve oyun teknolojisinde önemli bir oyuncu haline getiren iyi eğitilmiş işgücünden yararlanabiliyorlar.

REFERANSLAR

1. Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı
2. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Verileri
3. Türkiye Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
4. Gaming in Turkey (gaminginturkey.com) Raporu
5. Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi Raporu
6. Statista Verileri
7. Newzoo Raporları
8. SensorTower Raporları
9. Startups.watch Raporları
10. Adjoe Raporları
11. Digi-Capital
12. SuperData
13. Mordor Intelligence Raporları
14. Boston Consulting Verileri
15. We Are Social Raporları
16. Global Game Jam
17. HBR (Harvard Business Review)
18. ReportLinker Raporları
19. Invest in Türkiye Raporu
20. Sistem Global Danışmanlık Verileri

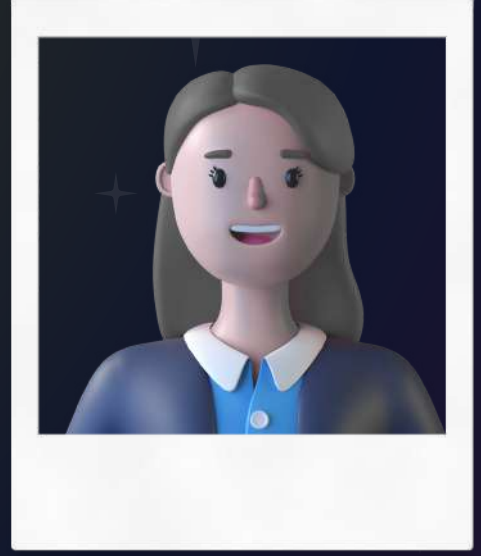


EKİBİMİZ



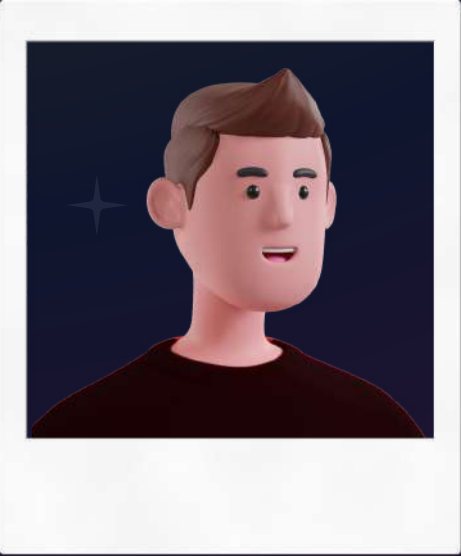
Merve Özdemir – Ortak

✉ merve.ozdemir@sistemglobal.com.tr



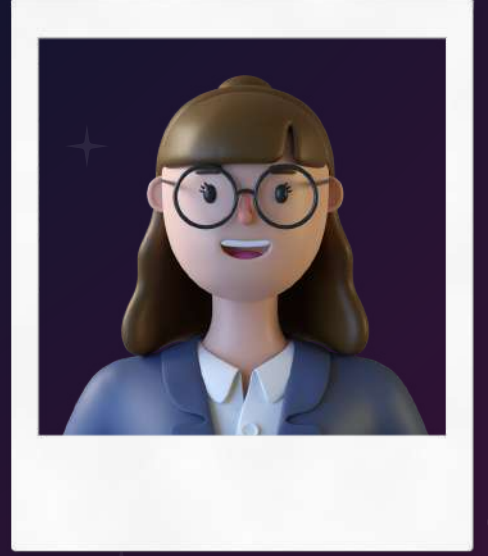
Dilara Aydın – Sektör Raporlama Uzmanı

✉ dilara.aydin@sistemglobal.com.tr



Emre Halıcı – Kurumsal Finansman Uzmanı

✉ emre.halici@sistemglobal.com.tr



Pelin Şimşek – Kurumsal Finansman Uzmanı

✉ pelin.simsek@sistemglobal.com.tr

E-posta

✉ info@sistemglobal.com.tr

WhatsApp

📞 +90 536 594 7255



Tüm hakları saklıdır.

YASAL UYARI VE SORUMLULUK REDDİ BEYANI

Bu rapor, Oyun Sektörü'ne yönelik olarak Sistem Global Danışmanlık A.Ş. tarafından hazırlanmış olup, içerdiği tüm yazılar, görseller, grafikler ve veriler Sistem Global Danışmanlık A.Ş.'nin mülkiyetindedir. İzin alınmaksızın bu içeriklerin kopyalanması, çoğaltılması, dağıtılması veya ticari amaçlarla kullanılması yasaktır.

Raporda sunulan bilgiler, yalnızca genel bilgilendirme ve oyun sektörü ile ilgili analiz amaçlıdır ve belirtilen tarihe kadar olan veriler ışığında hazırlanmıştır. Sistem Global Danışmanlık A.Ş., raporda yer alan bilgilerin doğru ve güncel olmasına yönelik her türlü çabayı göstermiş olsa da, söz konusu bilgilerin tamlığı, doğruluğu, güvenilirliği, eksiksizliği veya herhangi bir amaç için uygunluğu hakkında herhangi bir garanti vermemektedir. Ayrıca, bu raporda yer alan verilere dayanarak yapılacak herhangi bir yatırım kararı, ticari işlem veya stratejik planlama, tamamen kullanıcının sorumluluğundadır.

Bu rapor, yatırım tavsiyesi, mali danışmanlık, ticari tavsiye veya herhangi bir türdeki yönlendirme amacı taşımamaktadır. Rapor içeriğinde yer alan sektör bilgileri, piyasa trendleri ve oyun endüstrisine dair analizler, yalnızca mevcut piyasa koşulları ve veriler ışığında genel bir bakış sunmaktadır. Sistem Global Danışmanlık A.Ş., raporun kullanımı sonucunda doğabilecek herhangi bir doğrudan veya dolaylı zarardan sorumlu tutulamaz.

Raporun içeriği, yalnızca belirtilen tarih itibarıyla geçerlidir ve zaman içinde değişen piyasa dinamikleri veya sektörel koşullar nedeniyle güncel olamayabilir. Sistem Global Danışmanlık A.Ş., rapordaki bilgilerde herhangi bir değişiklik yapma veya düzeltme hakkını saklı tutmaktadır. Raporun herhangi bir şekilde yanlış anlaşılmasından veya yanlış yorumlanmasından dolayı Sistem Global Danışmanlık A.Ş. sorumlu tutulamaz.

Tüm hakları saklıdır.





www.sistemglobal.com.tr



Sistem_Global



SistemGlobalDanismanlik



sistemglobaldanismanlik



sistemglobaldanismanlik