

عنوان مقاله:

بررسی مدل های درآمدی در صنعت بازی های ویدئویی

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی دانشگاه های کارآفرین (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

محمدصابر محمدی مجد - دانشگاه رازی، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، گروه مدیریت و کارآفرینی

محمدجواد جمشیدی - دانشگاه رازی، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، عضو هیئت علمی گروه مدیریت و کارآفرینی

خلاصه مقاله:

اندازه و رشد صنعت بازی، طی ۲۵ سال گذشته از یک بازار تقریباً ناموجود به یک صنعت عظیم تبدیل شده است. پدیده دیگری که در دهه اخیر نیز رشد چشم گیری داشته است تجارت الکترونیکی، خرید و فروش محصولات و خدمات از طریق اینترنت است. بازی های ویدئویی به طور طبیعی به رایانه و اینترنت متصل هستند. این امر، به همراه این واقعیت که آنها محصولاتی دیجیتالی هستند، بازی های ویدئویی را برای تجارت الکترونیک ایده آل کرده و امکانات جالب توجهی را برای مدل های جدید تجاری فراهم می کند. در این مطالعه، محبوب ترین مدل های تجاری در صنعت بازی های ویدئویی از طریق یک مدل تحقیقاتی ساخته شده بر اساس ادبیات تجارت الکترونیک معرفی می شوند. سپس یک نظرسنجی با هدف آگاهی، تجربه و نگرش مصرف کنندگان نسبت به این مدل ها انجام شده است. در این مقاله، شش مدل اصلی کسب و کار برای بازی های ویدئویی ارائه شده است. این موارد عبارتند از: خرده فروشی، توزیع دیجیتال، اشتراک، تجارت بازیکن به بازیکن، معاملات خرد و تبلیغات.

کلمات کلیدی:

مدل های تجاری، تجارت الکترونیکی، تجارت الکترونیکی، محصولات دیجیتال، بازی های ویدئویی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1230887>

