

• بازی, رقابت

(عوامل رقابت پذیری صنعت بازی های رایانه ای
ایران)

یوسف خجیر

مقداد مهربابی

بهزاد توفیق فر



- سرشناسه : خجیر، یوسف، ۱۳۵۹ -
 عنوان و نام پدیدآور : بازی رقابت: عوامل رقابت‌پذیری صنعت بازی‌های رایانه‌ای ایران / یوسف خجیر، مقدار مهرابی، بهزاد توفیق‌فر.
 مشخصات نشر : تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۹.
 مشخصات ظاهری : ۱۵۵ ص. ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۴۵۲-۳۱۱-۰
 وضعیت فهرست نویسی : فیبا
 عنوان دیگر : عوامل رقابت‌پذیری صنعت بازی‌های رایانه‌ای ایران.
 موضوع : بازی‌های کامپیوتری -- ایران -- صنعت و تجارت
 موضوع : Computer games industry -- Iran
 موضوع : کالاهای فرهنگی -- ایران -- صنعت و تجارت
 موضوع : Cultural industries -- Iran
 شناسه افزوده : مهرابی، مقدار، ۱۳۵۰ -
 شناسه افزوده : توفیق‌فر، بهزاد، ۱۳۵۷ -
 شناسه افزوده : پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
 شناسه افزوده : Research Center for Culture, Art and Communication
 رده بندی کنگره : GV۱۴۶۹
 رده بندی دیسک : ۷۹۴/۸۰۹۵۵
 شماره کتابخانه ملی : ۷۵۰۵۹۶۵
 وضعیت رکورد :

www.ketab.ir



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
 وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
 عنوان: بازی رقابت (عوامل رقابت‌پذیری صنعت بازی‌های رایانه‌ای ایران)
 نویسنده: یوسف خجیر، مقدار مهرابی و بهزاد توفیق‌فر
 ویراستار: پروین حاجی‌پور
 طراح جلد: زهرا زاهدی
 صفحه‌آرا: حسین آذری
 نوبت چاپ: اول - زمستان ۱۳۹۹
 شمارگان: ۵۰۰ نسخه
 قیمت: ۲۰۰۰۰۰ ریال
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۵۲-۳۱۱-۰

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.
 در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولی عصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
 صندوق پستی: ۶۲۷۲-۱۴۱۵۵، تلفن: ۸۸۹۰۲۲۱۳، دورنگار: ۸۸۹۳۰۷۶، Email: nashr@ricac.ac.ir

فهرست مطالب

۱.....	سخن ناشر
۳.....	مقدمه

فصل نخست: چرا باید وارد این «بازی» شویم؟

۱۱.....	ضرورت مطالعات بازی
۱۴.....	تأثیر بر مخاطب
۱۷.....	گسترده‌گی مخاطب
۱۹.....	گردش مالی کلان
۲۱.....	رقابت
۲۱.....	رقابت پذیری
۲۲.....	مزیت رقابتی
۲۲.....	رسانه
۲۳.....	بازی رایانه‌ای
۲۳.....	مطالعات بازی

فصل دوم: بزرگان بازی چه می‌گویند؟

۲۸.....	نگاهی کوتاه به برخی مکتب‌ها و نظریه‌های رقابت
۳۶.....	نظریه مزیت پیش‌تاز بودن
۳۶.....	نظریه مزیت رقابتی

۳۸	مزیت رقابتی مبتنی بر منابع
۴۶	عواملی درونی (تولید)
۵۰	شرایط تقاضا
۵۱	ترکیب یا طبیعت نیازهای خریداران در تقاضای داخلی
۵۳	اندازه و الگوی رشد تقاضای داخلی
۵۴	بین‌المللی کردن تقاضای داخلی
۵۴	خریداران داخلی چندملیتی یا سیال
۵۴	تأثیر بر نیازهای خارجی
۵۵	صنایع مرتبط و حامی
۵۷	راهبرد، ساختار و رقابت
۶۰	رویداد
۶۰	اختراع
۶۰	جنگ‌ها
۶۱	دولت
۶۳	مدل دانینگ
۶۳	مدل راگمن
۶۵	مدل ۹ عاملی (جو، مون و کیم)

فصل سوم: بازی شروع می‌شود

۶۸	شناسایی زیرعامل‌ها
۶۹	کارگروه اول خبرگان
۷۱	کارگروه دوم خبرگان
۷۶	ماتریس عوامل
۷۷	عوامل حذف‌شده

فصل چهارم: سکه‌های بازی را به دست آورید

۸۲	عوامل رقابت‌پذیری صنعت بازی‌های رایانه‌ای ایران به ترتیب اولویت
۸۷	شرایط داخلی
۹۳	شرایط تقاضا
۹۸	صنایع مرتبط و حامی
۹۹	راهبرد، ساختار و رقابت
۱۰۳	رویداد
۱۰۴	دولت

فصل پنجم: قفل بازی شکسته می‌شود

۱۱۹	پیوست‌ها
-----	----------

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات با هدف رفع نیازهای پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نزدیک به دو دهه است که با رویکرد مسئله‌محوری به دنبال شناخت مشکلات حوزه فرهنگ و هنر، شناسایی قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها و ارائه راهبردها و راهکارهای مناسب برای حل مشکلات و نیز توسعه قابلیت‌ها در مسیر تعالی فرهنگی کشور است.

این پژوهشگاه، با سه پژوهشکده فرهنگ، پژوهشکده هنر و پژوهشکده ارتباطات در تعامل و همکاری با صاحب‌نظران و اندیشمندان حوزه فرهنگ و هنر، ضمن اجرا و نظارت بر طرح‌های پژوهشی مورد نیاز، اقدام به برگزاری نشست‌ها، همایش‌های علمی، جلسات نقد و گفتگو و نیز جشنواره پژوهش فرهنگی سال می‌نماید.

علاوه بر این، دفتر طرح‌های ملی پژوهشگاه نیز، به‌عنوان متولی انجام مطالعات فرهنگی و اجتماعی در سطح ملی، ضمن اجرای نظرسنجی‌های مورد نیاز، به اجرای پیمایش‌های ملی نظیر پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان؛ مصرف کالاهای فرهنگی؛ سواد رسانه‌ای؛ وضعیت فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی جامعه ایران و سنجش سرمایه اجتماعی کشور اقدام می‌نماید.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تلاش دارد تا مجموعه دستاوردهای

پژوهشی خود را با هدف تحقق عدالت فرهنگی و دسترسی همه پژوهشگران و سیاست‌گذاران فرهنگی کشور، منتشر نماید. از این رو انتشارات پژوهشگاه طی مدت فعالیت خود تاکنون، آثار پژوهشی متعدد و متنوعی را در قالب «کتاب»، «گزارش پژوهش»، «گزارش نظرسنجی» و «گزارش راهبردی» منتشر کرده است. پژوهشگاه همچنین، انتشار فصلنامه علمی پژوهشی «مطالعات فرهنگ ارتباطات» و نیز چاپ آثار برگزیده جشنواره فرهنگی سال را در کارنامه خود دارد.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ضمن استقبال، تعامل، همکاری و همفکری با استادان، نخبگان و پژوهشگران حوزه فرهنگ، هنر و رسانه، امیدوار است با انتشار دستاوردهای پژوهشی خود بتواند به «مرجع پژوهش» در حوزه فرهنگ و هنر ایران و نیز پایگاهی برای اندیشمندان و دلسوزان این عرصه تبدیل شود.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات