

УДК 004.9

Плотникова Вероника Сергеевна

Амурский государственный университет

г. Благовещенск, Россия

E-mail: veronikap031@gmail.com

Белова Ольга Сергеевна

Амурский государственный университет

г. Благовещенск, Россия

E-mail: olga.belova.04@mail.ru

Подгурская Ирина Геннадьевна

Амурский государственный университет

г. Благовещенск, Россия

E-mail: podgurskayairina@rambler.ru

Plotnikova Veronika Sergeevna

Amur State University

Blagoveshchensk, Russia

E-mail: veronikap031@gmail.com

Belova Olga Sergeevna

Amur State University

Blagoveshchensk, Russia

E-mail: olga.belova.04@mail.ru

Podgurskaya Irina Gennadievna

Amur State University

Blagoveshchensk, Russia

E-mail: podgurskayairina@rambler.ru

ВАРИАНТЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ ИГРЫ

OPTIONS FOR COMMERCIALIZATION OF A CAREER-ORIENTED GAME

Аннотация. Рассмотрена перспектива коммерциализации профориентационной игры, концепция которой описана в статье «Разработка профориентационной игры для электроэнергетической отрасли и Амурского государственного университета» за авторством Беловой О.С., Плотниковой В.С. опубликованной в сборнике «День науки»: материалы XXXIII научной конференции Амурского государственного университета (18 апреля 2024 г., Благовещенск).

Abstract. The article considers the prospects for commercialization of a career guidance game, the concept of which is described in the article “Development of a career-oriented game for

the electric power industry and Amur State University” by O.S. Belova, V.S. Plotnikova, published in the collection “Science Day”: materials of the XXXIII scientific conference of Amur State University (April 18, 2024, Blagoveshchensk).

Ключевые слова: профориентация, коммерция, компьютерная игра, стартап, студент, вуз, работодатель.

Key words: career guidance, commerce, computer game, startup, student, university, employer.

Деньги – важный ресурс для современного мира, поэтому вопрос возможности коммерциализации того или иного проекта часто становится решающим в его реализации. Именно поэтому стоит рассматривать подобные перспективы для своих проектов.

Чтобы решить, каким образом можно коммерциализировать данную игру, в первую очередь нужно понять целевую аудиторию, для которой проект был бы интересен и полезен. А также нужно убедиться, что потенциальный покупатель платежеспособен.

В нашем случае есть два потенциальных покупателя: 1) вузы, которые могли бы приобретать игру для своих факультетов; 2) работодатели, которые покупали бы игру для себя, чтобы привлекать будущих работников из школ и вузов.

Важно отметить, что обоих покупателей можно считать платежеспособными, поэтому при выборе способа коммерциализации стоит учитывать интересы обоих потребителей.

Ответив на вопрос, кто будет покупать, можно перейти к разбору вариантов форм продукта, который можно предложить нашим покупателям. Есть два оптимальных варианта реализации профориентационной игры.

1. Специальные сценарии – этот вариант подразумевает, что потребитель будет обращаться к продавцу и заказывать у него игру с адаптированным под его вуз или производство сценарием. В таком случае всю работу выполняют специальные люди, а по окончании работы заказчик получает готовую игру.

У этого варианта есть ряд преимуществ: не требует обучения в создании игры покупателей, так как заказчик получает ее уже готовую, проще создать сценарий, так как этим занимается работник, а не потребитель, заказчику легко внести правки в уже созданный сценарий.

К недостаткам стоит отнести длительность создания игры, так как тратится много времени на согласования; невозможность оперативно внести в сценарий изменения или исправить ошибки; довольно высокую цену итогового товара.

2. Игра-болванка, ожидается, что покупатель будет получать доступ к платформе, на которой сможет сам с помощью игрового конструктора создать сценарий игры, а после запускать его в работу. Это позволит удешевить итоговый продукт, а также даст доступ к быстрому внесению правок и изменений в сценарий. Недостаток этого варианта – необходимость самому создать сценарий, что может отразиться на его качестве.

Когда становятся ясны варианты коммерциализации игры, стоит понять, на каких

условиях продавец будет предоставлять свой товар. Варианты:

1) полная разовая оплата – целесообразно использовать для первого и варианта коммерциализации. Удобна и понятна как для заказчика, так и для продавца;

2) платный доступ к платформе – предполагается, что за плату будет предоставляться доступ к платформе, на базе которой создается игра, и взиматься плата будет ежемесячно. В случае непродления подписки доступ к платформе запрещается. Подобный способ стоит рассматривать для второго варианта коммерциализации. Он позволяет вносить разово значительно меньшую сумму, но на перспективу дает возможность продавцу рассчитывать на большее количество уплаченных ему денег.

Данная работа показывает, что у профориентационной игры, описанной в статье «Разработка профориентационной игры для электроэнергетической отрасли и Амурского государственного университета» (авторы О.С. Белова, В.С. Плотникова), опубликованной в сборнике «День науки»: материалы XXXIII научной конференции Амурского государственного университета (18 апреля 2024 г., Благовещенск), есть коммерческий потенциал.

1. «День науки»: материалы XXXIII научной конференции Амурского государственного университета (18 апреля 2024 г., Благовещенск). – Благовещенск: АмГУ, 2024. – 379 с. – С. 80-81.

2. Молодежь XXI века: шаг в будущее: материалы XXV регион. науч.-практ. конф. (Благовещенск, 22 мая 2024 г.): в 2 т. – Благовещенск: ФГБОУ ВО Амурская ГМА Минздрава России, 2024. – Т. 2: Биологические науки. Ветеринарные науки. Сельскохозяйственные науки. Медицинские науки. Физико-математические науки. Химические науки. Науки о Земле. Информационные технологии. Технические науки – 652 с. – С. 530-531.