
Title

Subtitle

Alvin Högdal
alvinhogdal@elev.ga.ntig.se



NTI Gymnasiet Umeå
Teknikprogrammet
Gymnasiearbete
Datum: 13 maj 2024
Handledare: Jens Andreasson

Contents

1 Abstract	3
2 Inledning	4
2.1 Syfte & frågeställning	4
2.1.1 Avgränsningar	4
3 Bakgrund	4
3.1 Datorspelen som innovations katalysator	4
3.2 Datorspelandets påverkan i vardagen	5
3.3 Försäljning av fysiska datorspel	5
4 Metod	6
4.1 Intervju	6
4.2 Andra perspektiv	7
5 Resultat	8
5.1 Distribuering via CD rom	8
5.2 Distribuering via CD-nyckel	8
5.3 Nedladdningsbart innehåll	8
5.4 Battle pass	9
5.5 Premium valutor	9
5.6 Loot-lådor	10
5.7 Vad kan detta nya sätt att konsumera digitala produkter innebära för mig som konsument?	10
5.8 Identifierbara digitala faror för mig som konsument	11
5.9 Intervju med en gamer	11

6	Diskussion	14
7	Referenser	16
8	Bilagor	17

1 Abstract

The methodology behind distributing video games to consumers has had a strong development during the twenty first century. It has changed from buying physical discs to purchasing it digitally and then downloading the video game. This study's aim is to figure out what consequences this development has for the consumer. The study uses an interview and relevant articles to achieve its aim. This study identifies two key indicators in this development. The first is the change brought forth by making games more accessible by distributing video games online. This means that the consumer has gotten greater access to a greater assortment of video games. In turn it has also led to consumers buying products that they potentially do not need. It has also led to an obfuscation of the true price for video games since additional content can be sold separately. The second is the impact video games have had on society as a place of great innovation. The development of video games has had a ripple effect in the technical development of society and smaller actors can distribute their products too.

2 Inledning

Jag tycker att datorspel är fantastiska. Varje datorspel är en unik värld med nya spännande upplevelser, karaktärer, berättelser, historier och så mycket mer. Utvecklingen har berört allt från grafik inom datorspel till möjligheter att interagera med datorspel. När jag växte upp så hade jag flera möjligheter till att spela datorspel. Spelen fanns på cd-skivor som laddades antingen in i datorn eller spelkonsolen. Nuförtiden så är de mest digitala kopior av datorspel. Att majoriteten av de spel som säljs idag har blivit mer avancerade och komplexa är uppenbart för mig som konsument. Möjligheterna inom dessa spelvärldar har ökat i takt med teknikutvecklingen. Även möjligheten att ta del av spelutvecklarens spel har också ökat exceptionellt på 2000 talet genom att spelen erbjudits till försäljning på fler sätt än i butik.

2.1 Syfte & frågeställning

Syftet med undersökningen är att se på de samband som finns mellan den digitala utvecklingen av spel och hur dessa påverkar mig som konsument utifrån dessa två frågor:

- På vilka sätt har spelindustrin utvecklat nya möjligheter att distribuera och sälja digitala datorspelprodukter till konsumenter under 2000-talet?
- Har denna utveckling inneburit en förändring för mig som konsument utifrån min roll som konsument av datorspel?

2.1.1 Avgränsningar

Detta är ett gymnasiearbete och den digitala spelvärlden är stor. Detta arbete kommer inte att innefatta arkadspel, spel för telefoner eller mindre enheter. Detta arbete utgår ifrån den klassiska typen av datorspel såsom Legend of Zelda, Call of duty eller liknande.

3 Bakgrund

3.1 Datorspelen som innovations katalysator

Funktionerna i ett datorspel och datorns hårdvara är beroende av varandra och kräver kompatibilitet som innebär att både datorer och datorspel utvecklas

hand i hand. Spelen omsätter stora belopp och har blivit både så populära och därmed lönsamma att de driver på utvecklingen av hårdvaran. En dator bör idag vara en bra speldator för att sälja.

På ett seminarium som hölls september 2023 i Sveriges riksdag lyftes av Björn Flintberg, forskare på RISE och ansvarig för RISE GameNode, som var inbjuden att tala, att dataspel står för 4 procent av Sveriges totala tjänsteexport och att svenska dataspelsföretag med dotterbolag i utlandet omsätter 58 miljarder per år. Han beskriver även dataspelsbranschen som en innovationskatalysator för samhället.

”Dataspelsbranschen utgör också en innovationskatalysator som har potential för hela Sveriges industri och näringsliv. Dataspelsbranschen är inte bara i framkant kring nya teknologier, som Artificiell Intelligens och Virtual Reality, utan också en viktig mötesplats mellan kreativ innovation och teknologi, säger Björn Flintberg, forskare på RISE och ansvarig för RISE GameNode.” (RISE 2023)

3.2 Datorspelandets påverkan i vardagen

Datorspel är något vi alla berörs av idag även om vi inte upplever att vi är aktiva spelare själva. Datorspel är inte längre något som kan ses som enskild underhållning utan datorspel är ett aktivt inslag i vårt vardagsliv. Tekniska museet i Stockholm har följt utvecklingen och skriver på sin hemsida att

”Dataspelens världar finns överallt; i vardagsrummen, på bussen, i tonårssrummen, i väntrum och på kontor – idag finns det knappt några gränser för när och var folk interagerar med digitala spel och med andra som spelar dessa spel.” ”Datorspel är idag Sveriges genom tiderna största kulturexport och spelen utgör även en grund för Sveriges största subkultur.” (Du Rietz 2021)

3.3 Försäljning av fysiska datorspel

Den fysiska försäljningen av datorspel har minskat till förmån för digital försäljning. Detta verifieras på ett flertal trovärdiga internetsidor och av trovärdiga nyhetskällor. En källa är webbplatsen Gamereactor som är en webbplats som skriver om datorspel och film. Webbplatsen har funnits i Sverige sedan 2002 och skribenten Jonas Mäki är även redaktör på den digitala nyhetsplattformen och har funnits med sedan starten. I en mycket nyligen publicerad artikel skriver han om spelförsäljningstrenden med nya siffror från i USA.

”Endast 5% av den amerikanska spelförsäljningen var fysisk förra året.

Det verkar som om vi rör oss mot en helt digital framtid i mycket hög hastighet och andelen fysiskt bara minskar... Vid det här laget var det väldigt många år sedan digital spelförsäljning passerade fysisk sådan, vilket lett till att allt fler titlar endast säljs digitalt, till och med storspel”

Hans analys i artikeln är följande

”Detta är naturligtvis en utveckling som tydligt förklarar varför det blir allt svårare att hitta spel i fysiska butiker, och väldigt lite tyder på att denna trend kommer att förändras - snarare tvärtom.” (Mäki 2024)

Datorspel i denna studie Att popularitet och därmed den konsumtion av digitala spel som då följer har en stor inverkan på teknikutveckling som en innovations katalysator gör detta ämne både intressant och aktuellt. Användandet av ordet datorspel eller termen digitala spel syftar detta i denna studie på kommersiella spel som säljs i syfte att få många spelare. Detta inkluderar även de spel som i dagligt tal kallas tv-spel.

ComputerSweden (2021) definition av att datorspel är spel som kräver någon form av dator. Detta inkluderar fler saker än bara spel på en dator. Denna definition inkluderar även spelkonsoler, arkadspel, vissa brädspel och mer.

4 Metod

För att belysa på vilket sätt spelindustrin utvecklat nya sätt att distribuera och sälja spel, gjordes en sammanställning för att se på de olika sätt spel idag distribueras vid en försäljning, till sina produktsystem, dator eller konsol.

Metoden som valdes är kvalitativ då den ansågs bäst utifrån syftet med studien. Studiens område handlade om att ge en bättre förståelse för vad konsumenter tycker i dessa frågor och även varför de tycker på det sättet.

De sätt som används är informationssökning via webbsidor. För att kunna genomföra denna studie har information inhämtats, via sökmotor, för artikel och information via nätet.

4.1 Intervju

En intervju har även gjorts med en spelkonsument utifrån ett intervjuformulär. Telefonintervjun spelades in för att sedan transkriberats och analyseras. Det relevantaste innehållet i intervjupersonens svar har sammanfattas i resultatet och kortas ner. För att se hela intervjun se bilaga 1. Den intervjuade personen benämns som han eller Gamern i resultatet. För intervjuformuläret se bilaga 2.

Intervjun genomfördes för att i den kvalitativa metod som används i denna studie borde låta någon dela med sig av personliga åsikter och erfarenheter. Val av intervjumetod har utgått från en metodguide för inkluderande intervjuer där semistrukturerad intervju ansågs som bäst för att fylla syftet med studien.

”I en semistrukturerad intervju utgår du ifrån ett antal övergripande frågeområden och anpassar fördjupningsfrågorna efter hand.” (PTS 2020)

Urvalet för denna studie, då det är ett gymnasiearbete, begränsades till en person. Det viktiga i urvalet var att intervjua någon person i ålder så att den personen varit med om senaste årens utveckling av konsumtion av datorspel. Att intervjupersonen identifierar sig själv som gamer och att personen representerade en uppskattningsvis genomsnittlig spelare. Eftersom män enligt Folkhälsomyndigheten är mer frekventa spelare valdes en passande man i medelåldern. Mannen som valdes var 51 år gammal, och intervjuformen var en telefonintervju.

Anledningen till att en man valdes och även i den åldern, är att det i sammanhanget ansågs mest representativt utifrån hur Folkhälsoinstitutet beskriver vilka som spelar datorspel.

”Nästan hälften av alla män (49 procent) och en dryg tredjedel av alla kvinnor (37 procent) i åldern 16–84 år har spelat datorspel under de senaste 12 månaderna, enligt Swelogs 2021. Cirka 13 procent har spelat datorspel dagligen, och män gör det i något högre utsträckning än kvinnor (15 procent jämfört med 10 procent).” (Folkhälsomyndigheten 2024)

4.2 Andra perspektiv

De fördelar datorspelsutvecklaren Microsoft beskriver med denna typ av nyare digital distribution, för dig som konsument presenteras i sin helhet, för att i resultatet kunna se kopplingar med intervjupersonens upplevelse av digital distribution.

De nackdelar denna studie uppmärksammar finns under rubriken ”Identifierbara digitala faror för mig som konsument” för att i resultatet kunna se kopplingar med intervjupersonens upplevelse av digital distribution.

5 Resultat

5.1 Distribuering via CD rom

Fysisk skiva som säljs i butik som innehåller ett datorspel. Denna skiva kräver en kompatibel dator med CD-läsare (skivspelare) eller en kompatibel spelkonsol. En svensk definitionen av en CD rom är följande:

””Compact disc - read-only memory”. System för permanent optisk lagring av data på kompaktskivor. Skivspelaren ansluts till dator, och skivornas innehåll kan inte ändras eller skrivas över.” (Karolinska Institutet 2024)

Fysiska dataspelsskivor kan köpas till spelkonsoler som Playstation, Nintendo och Xbox och även vissa spel till PC (persondator) Detta sätt att köpa ett spel innebär en engångskostnad för ditt spel.

”Vid mitten av 1990-talet slog CD-ROM igenom som lagringsmedium, vilket innebar att spelen kunde bli ordentligt mycket mer avancerade och utrymmeskrävande med bland annat fotorealism och filmsekvenser” (Tekniska Museet 2021)

5.2 Distribuering via CD-nyckel

Cd nyckel är en kod som läser upp ett spel för nedladdning på din dator eller spelkonsol.

”På Playgames.se säljer vi CD-nycklar som ska aktiveras och laddas ner via exempelvis Steam. Du får ingen fysisk produkt med posten. Du får en CD-nyckel via e-post och sedan du är redo att spela direkt. Håll koll på vårt sortiment eftersom det ständigt kommer nya spel för Mac på Playgames.se. Vi säljer spel för Mac via direkt nedladdning. Dvs inga fysiska produkter, bara en CD-nyckel som du aktiverar ditt nya Mac spel med och sedan är du redo att spela”(Playgames.se 2024)

Detta sätt att köpa ett spel innebär en engångskostnad för ditt spel.

5.3 Nedladdningsbart innehåll

Nedladdningsbart innehåll eller downloadable content (DLC) är innehåll till ett datorspel som utvecklaren och utgivaren av någon anledning vill hålla separat. Det kan vara en uppdatering som ändrar någonting, resurser som används i

spelet, kosmetiska ändringar, nya banor eller vapen. En DLC kan vara vad som helst. Det finns ingen gräns för hur mycket DLC ett datorspel kan ha och det finns inte heller någon gräns för hur mycket det kan kosta. Generellt sett så är priset för DLC lägre än vad själva spelet.

”Nedladdningsbart material kan vara allt från estetiska skillnader till en helt ny berättelse jämförbart med ett expansionspack. Ett DLC kan lägga till ett nytt spelsätt, objekt, nivåer, utmaningar, karaktärer eller andra verktyg till ett redan existerande spel.” (Wikipedia 2020)

5.4 Battle pass

Battle pass är ett system där du köper rätten till att få något innehåll i ett datorspel upplåst, så att du får tillgång till att använda detta i spelet. Medan du spelar spelet så läser du upp nya nivåer i battle passet men för att få tillgång till innehållet i den nivån måste du köpa och betala. En nivå är som en låda med något innehåll som hör till ett spel. Innan en person köper ett battle pass så går det oftast att se hur många nivåer det har och vad som finns i lådorna. Generellt sett så är battle pass och dess innehåll endast tillgängligt under en specifik tid. Oftast så kan gå det också betala för att låsa upp nästa nivå efter köpet av battle passet.

Att spel säljs med battle pass har blivit vanligare och vad du kommer att behöva betala för en bra spelupplevelse är inte lätt som konsument att veta på förhand. Disney med speltillverkaren Gameloft har nu i april månad fått stor kritik över att deras senaste spel Disney speedstorm som går spela på flertalet plattformar har battle pass som du måste köpa för pengar, om du vill vidare i spelet. Detta enligt en artikel av Myrén (2024) skribent på webbplatsen FZ.

5.5 Premium valutor

En premium valuta inom ett spel är en valuta som spelaren oftast inte kan få genom att spela spelet utan vanligtvis köper för vanliga pengar. Kan premium-valuta fås i spelet så är det oftast i små mängder. Det kan ses som en morot för ytterligare större köp och kritik finns mot systemet med premium valutor. Om det finns flera olika premium valutor så går det oftast att omvandla dem till andra valutor beroende på.

”Premium valuta är konceptet att få monetära förmåner när växelkursen mellan två valutor är till en fördel i en valuta. Inom spelvärlden sker detta utbyte mellan olika valutor inom ett visst spel eller mellan två olika spel” (bananatic 2024)

5.6 Loot-lådor

Loot-lådor är en form av ekonomisk transaktion där du köper en låda som ger dig någonting i ett spel.

”loot-lådor i data och TV-spel har blivit uppmärksammade den senaste tiden på grund av deras likhet med spel om pengar. En loot-låda kan innehålla någon form av virtuellt föremål som tas fram genom slumpen, till exempel en fotbollsspelare i ett fotbollsspel eller ett nytt sällsynt utseende till en spelkaraktär.” (Sverigesradio 2019)

Att köpa en lootlåda innebär att du köper någonting fast du vet inte vad det är. I en loot låda så finns det oftast väldigt många olika saker med olika chans att få dem. Sakerna som en spelare vill ha har oftast väldigt låg chans. Låt oss säga att du vill ha en specifik legendarisk sak. Det finns en 1% chans att få en legendarisk sak och det finns 5 olika. Alltså en 1/500 eller 0,2% chans att få det du vill. Detta system liknar spelmaskiner som finns på casinon med den största skillnaden att du får pengar på casinon och att du får saker inuti spelet från loot-lådorna.

”Lootlådor är en sorts hemlig låda i tv-spel som går att köpa för riktiga pengar. I den får spelaren slumpmässiga föremål och figurer som går att använda i spelvärlden, inte helt olik gamla tiders hockeykort. Sveriges konsumenter är kritiska, och liknar det vid lotterier. - Det är en väldigt aggressiv marknadsföring som ofta gränsar till att vara direkt vilseledande. Man använder sig av påhittade valutor som exempelvis diamanter och poäng i stället för att redovisa vad det faktiskt kostar, säger Sinan Akdag, digital expert på Sveriges konsumenter.” (Czinkozky 2022)

5.7 Vad kan detta nya sätt att konsumera digitala produkter innebära för mig som konsument?

Att äga sitt fysiska spel innebär att du med en kompatibel enhet alltid kan spela ditt spel. Det vill säga så länge din digitala skiva håller eller din digitala enhet. Microsoft (2024) som är ägare av företaget Xbox listar följande fördelar för dig som konsument med att konsumera digitala spelprodukter.

- ”Med digitala spel är det enkelt att gå från ett spel till ett annat utan att behöva byta skiva – eller hitta skivan om du har glömt var du har den.”
- ”Dina spel måste laddas ned till din enhet oberoende av om de är fysiska eller digitala, och de tar upp lika mycket utrymme. Men digitala spel ger dig mycket mer flexibilitet, som fjärrinstallation och förinläsning innan spelen startar.”

- ”Digitala spel kan delas med alla som loggar in på din hemma-Xbox. Det inkluderar spel som erbjuds via en Xbox Game Pass-prenumeration. Och du kan spela digitala spel som du äger var du än är inloggad. Ingen skiva krävs.”
- ”Genom att ge spel i present direkt från Microsoft Store till vänner och familj får du ett jättebra (och superenkelt) sätt att visa hur generös du är.”

5.8 Identifierbara digitala faror för mig som konsument

Det finns många kritiska röster mot spelbolagens sätt att tjäna pengar genom sina nya distributionssätt av spel eller innehåll till spel. Flera studier har gjorts och flera europeiska länder har tillsammans krävt förbättringar kring konsumentskydd inom detta område. Det finns tydliga indikationer på casino liknande försäljningsmetoder, som återfinns i spelen, kan leda till ekonomiskt spelmissbruk. Det finns en norsk studie ”Insert Coin” från 2022 som blivit uppmärksammas stort som handlar om de casino liknande sätt spelindustrin utnyttjar konsumenterna. Detta har lett till regeringskrav att se över regleringen runt spelindustrins försäljningsmetoder.

”Tillsammans med 19 andra europeiska konsumentorganisationer kräver Sveriges Konsumenter förbättringar av konsumentskyddet för europeiska gamers, särskilt för barn. Bakgrunden är en ny rapport där den norska konsumentorganisationen Forbrukerrådet har granskat spelindustrins oschyssta affärsmetoder.

- Påhittade valutor som döljer vad köpen i spelen verkligen kostar.
- Svårtydda och ibland vilseledande beskrivningar av sannolikheten att vinna.
- Speldesign som medvetet utnyttjar psykologiska sårbarheter och manipulerar spelare att spendera mer pengar.
- Aggressiva marknadsföringsmetoder, i vissa fall riktade mot barn” (Sveriges Konsumenter 2022)

5.9 Intervju med en gamer

På frågan om Gamern varit konsument av datorspel under perioden då spelförsäljningen har övergått till mer och mer digitala sätt att leverera spel så svarar han:

Ja, jag har ju varit en spelkonsument sedan 80-talet så absolut.

Om då det digitala sättet att leverera datorspel påverkat hur du konsumerar så svarar studiens Gamer

Ja, det har det ju absolut gjort

På frågan om hur digitala sättet att leverera datorspel har påverkat honom så svarar han:

Nu med det digitala så blir det mycket mer impulsköp av spel. Oo Det här ser ju spännande ut.

Han beskriver även hur reklam på nätet påverkar inköpen idag

Man ser liksom att det är en reklam på det. Eller någon som man klickar runt på Youtube eller Twitch. Det här såg ju spännande ut, det här kanske jag ska prova. Och så spontan köpande. Så absolut, det är inte lika planerat spel shoppande nu för tiden utan det är mycket mer impulsstyrd. Det är mycket mer tillgängligt.

På frågan om vad han tycker om utveckling att inte äga en fysisk kopia av ett spel så svarar Gamern

Ja, det där är ju en otroligt intressant fråga. Framförallt med tanke på att fler och fler plattformar säljer de inte ens äganderätten till spelet. De säljer ju i princip en rättighet att spela spelet men du äger ju ingenting.

Han beskriver också hur spelet kan försvinna om den servern, eller det spelet läggs ned.

Förr så kunde du ju ändå köpa ett spel, du kunde spela det och sen kunde du ju faktiskt sälja det vidare. Då hade du ju en fysisk kopia. Personligen så har jag aldrig sålt ett spel vidare på det sättet så jag tycker att det inte är ett problem överhuvudtaget. Men jag förstår att det är många som tycker det. Att man inte äger den vara man har köpt på något sätt.

Då denna studie berör sätt att konsumera dataspel idag så frågas Gamern om sin egen kännedom kring dessa nya leveranssätt. Det visar sig att Gamern har bra insikt om vad alla leveranssätt är och att de innebär lite olika saker, främst för sättet att konsumera. Utifrån svaren framgår även att Gamern använt dessa sätt för att konsumera spelprodukter.

Nedladdningsbart innehåll.

Det är ju extra material om man säger så. Tilläggsmaterial som släpps till spel. För att du släpper ett spel som innehåller. Om du jämför med en bok så släpper du en bok som innehåller tio kapitel. Men sen kan du

köpa till kapitel 11, 12 och 13 om du är nyfiken. Men det är ju liksom så att det är extra material som du kan betala för då. Framförallt. Och ladda ner. Alltså tilläggs innehåll i spelet.

Battle Pass

Det får vi ändå kalla för en prenumeration. På något sätt. På en online tjänst egentligen

Premium valutor.

Alltså pengar i spel. Du kan ju ha interna shoppar. Och de interna valutorna går ju givetvis att betala riktiga pengar för att få tag i. På nytt sätt med hjälp av mikrotransaktioner. Alltså att man kan köpa saker, bättre vapen, bättre rustningar. Snyggare framförallt kanske. Snyggare vapen, snyggare rustningar, coolare grejer. Det är liksom spelets egna pengar om man säger så. Men det kostar ju generellt vanliga pengar att få tag i de där interna pengarna.

Loot lådor.

Loot lådor, precis. Nu spelar jag faktiskt ganska lite spel som innehåller loot lådor som tur var. Men loot lådor är ju helt enkelt byte. Saker som bättre vapen och bättre rustningar och bättre, snyggare, coolare grejer. Men loot lådor är väl helt enkelt lådor som du köper specifikt då för riktiga pengar. Även om du kan köpa dem för låtsaspengar som du har köpt för riktiga pengar. Men som helt enkelt innehåller slumpartat innehåll. Jag vet att det finns vissa speltillverkare och vissa spel som fått rätt mycket kritik. För att de inte ens har öppet hur stor chans det är att få de här unika föremålen och hur stor sannolikhet du har på det. Men ja, du köper en skattlåda som kan innehålla slumpmässigt innehåll helt enkelt.

Kan du säga positiva konsekvenser för dig som konsument att spel levereras digitalt?

Ja, men absolut. Det är ju extremt tillgängligt. Man kan ju prova på väldigt, väldigt mycket. Det är ju lätt. Väldigt många spel kommer ju med speldemos som man kan prova på i förväg. Och det andra som jag personligen tycker är extremt positivt är ju att de här mindre spelföretagen som speltillverkarna. Får ju ut sin produkt. Jag menar indie spel. Typ exempel på så att det är små, små, små, små spelföretag. Som har en kanske helt genial spelidé. Som kanske har ett litet spel. Och sen så är det inte superdyrt

Gamern jämför tillgängligheten på spel idag med Spotify, att du nu kan hitta mycket mer innehåll och att inte bara stora tillverkare kan distribuera sin produkt

Det kanske inte är en speciellt grafikbaserad. Det kanske inte är så. Utan det är en sjukt bra spelidé. Och man kommer ju åt det. För de fanns ju inte förut. Vilket är ju fantastiskt. Och den typen av spel tilltalar ju mycket mer. Rent generellt. Så det är ju väldigt positivt.

Kan du se negativa konsekvenser för dig som konsument. Att spelen levereras digitalt?

Personligen egentligen inte. Jag har inga problem med att inte äga grejerna fysiskt. Jag ser ingen personlig vinning i att kunna sälja vidare och så vidare. Det som möjligen för mig är negativt är om man spontant shoppar lite för mycket spel. Som man nästan inte spelar i slutändan. För man bara, det här såg ju lite kul ut. Och så har man råkat köpa lite alltihop. För att det går så fort. Det är ju så mycket impulsshopping. Jag är en ganska effektiv impulshoppare. Så det är väl inte helt positivt för mig. Då är det bättre om jag var tvungen att tänka en stund ibland.

6 Diskussion

Studien visar på att utvecklingen av sätt att distribuera spel förändrats markant under 2000 talet. Att spelindustrin hittat flera olika vägar eller sätt att distribuera spelprodukter och att det gått från ett fysiskt fast köp av en spelprodukt till att du digitalt köper delar, prenumerationer, uppdateringar och kosmetiskt innehåll.

Detta innebär för konsumenten att det är svårt att veta på förhand vad du kommer att spendera på ett spel. Detta har fått konsumentorganisationer runt om i Europa att reagera och kräva förbättringar av konsumentskyddet.

Att som enskild konsument råka köpa fler spelprodukter än vad du planerat och tänkt från början bekräftas i intervjun med gamern. Han beskriver sin impulsshopping av spel som det enda problemet han ser med den digitala utvecklingen. Det hade varit bra att behöva tänka efter lite längre. Gamern beskriver upplevelsen av att inspireras genom reklam, tänka att det här såg ju lite kul ut och så fort "råkat köpa lite alltihop" vilket såklart kan få negativa ekonomiska konsekvenser för konsumenten.

Microsoft, utifrån deras position som utvecklare av datorspel, plattformar där det går att spela datorspel och utgivare av datorspel uttrycker att det endast varit en positiv utveckling för konsumenter. Det är lättare att hålla reda på sina spel och få tag på nya spel. Det finns inget problem med att behöva ladda ner ett spel eftersom slutanvändaren ändå behöver ladda ner uppdateringar för fysiska skivor.

Gamern delar bilden med Microsoft och upplever att utvecklingen är i det mesta positiv. Datorspel har blivit extremt mer tillgängliga att få tag i. Urvalet av spel som finns att köpa har ökat. Han tycker egentligen inte att något är negativt i utvecklingen. På grund av att han inte måste fara till en affär för att köpa ett spel utan kan göra det hemma så har det blivit mer impulsköp. Gamern kan förstå att andra kanske är oroliga för att de inte längre äger ett spel och att det inte längre finns möjlighet att sälja spelet vidare.

Det som gamern lyfter är möjligheten för mindre speltillverkare att komma ut med sin produkt. Eftersom urvalet av spel inte begränsas av vad som generellt kan säljas på en hylla i affären utan vad som säljer tillräckligt bra för att få tillbaka produktionskostnaderna från enskilda konsumenter i olika länder. Nu kan vem som helst med kunskap om att utveckla ett datorspel, med en bra idé, skapa ett dataspel och göra det tillgängligt för världens konsumenter .

Dataspel är en stark tillväxtbransch, omsätter miljardbelopp och att detta är en innovations katalysator i samhället kan ses som en mycket intressant faktor. Samtidigt med spelbolagens ökade möjligheter till inkomster har detta genererat något som definitivt har potential för hela Sveriges industri och näringsliv. Innovativ teknik som är här för att stanna och för att hela tiden vidareutvecklas.

Konsumentskyddet bör stärkas så att den enskilde inte luras till köp utan att konsumenten tydligt vet vad den köper och vad det kostar. Att detta är en bransch i ständig utveckling gör detta mycket intressant att fortsätta följa. En gamer idag är inte någon som sitter i sin ensamhet och spelar nördiga spel - en gamer är idag en del av den nya innovationen!

7 Referenser

- Sverigesradio (2 okt. 2019). *Försäljning av loot-lådor granskas av Konsumentverket*. URL: <https://sverigesradio.se/artikel/7313083>.
- PTS (2020). *Metodguide för intervjuer*.
- Wikipedia (24 okt. 2020). *Nedladdningsbart innehåll*. URL: https://sv.wikipedia.org/wiki/Nedladdningsbart_inneh%C3%A5ll.
- ComputerSweden (4 mars 2021). *datorspel*. URL: <https://it-ord.idg.se/ord/datorspel/>.
- Du Rietz, Peter (7 dec. 2021). *Dataspelens världar*. URL: <https://www.tekniskamuseet.se/samlingar/forskning/dataspelens-varldar/>.
- Tekniska Museet (7 dec. 2021). *Datorspel*. URL: url.
- Czinkozky, Zslot (1 juni 2022). "Sveriges konsumenter riktar hård kritik mot spelvärlden: "Oacceptabla affärsmetoder"". I: *SVT Nyheter*.
- Sveriges Konsumenter (31 maj 2022). *Insert coin en granskning av gamingindustrin*. URL: <https://www.sverigeskonsumenter.se/vad-vi-gor/digitala-rattigheter/insert-coin-en-granskning-av-gamingindustrin/>.
- RISE (2 okt. 2023). *Dataspelsbranschen i Sverige – en nyckel för tillväxt, innovation och konkurrenskraft*. URL: <https://www.ri.se/sv/nyheter/dataspelsbranschen-i-sverige-en-nyckel-for-tillvaxt-innovation-och-konkurrenskraft>.
- bananatic (13 maj 2024). *Premium Valuta*. URL: <https://www.bananatic.com/se/tag/premium-valuta>.
- Folkhälsomyndigheten (20 febr. 2024). *Samband mellan dataspel och spel om pengar*. URL: <https://www.folkhalsomyndigheten.se/spelprevention/om-spelproblem/dataspel/>.
- Karolinska Institutet (13 maj 2024). *CD-ROM*. URL: <https://mesh.kib.ki.se/term/D016251/cd-rom>.
- Mäki, Jonas (11 april 2024). *Endast 5 procent av den amerikanska spelförsäljningen var fysisk förra året*. URL: <https://www.gamereactor.se/endast-5-av-den-amerikanska-spelforsaljningen-var-fysisk-forra-aret-1329333/>.
- Microsoft (13 maj 2024). *Så här fungerar digitalt spelande*. URL: <https://support.xbox.com/sv-SE/help/games-apps/gaming-features/how-digital-gaming-works>.
- Myrén, Jonny (12 april 2024). *Disney Speedstorm låser battle passbakom betalvägg*. URL: <https://www.fz.se/nyhet/297128-disney-speedstorm-laser-battle-pass-bakom-betalvagg>.
- Playgames.se (13 maj 2024). URL: <https://www.playgames.se/filter?term=PC/MAC&filter=Platform>.

8 Bilagor

Bilaga 1 Intervju Google docks:

https://docs.google.com/document/d/1nByN3oeQF_L7ovyQnnqxedOGHqvrjdjynMLl-lG4JHtc/edit?usp=sharing

Bilaga 2 Intervju frågor Google docks:

<https://docs.google.com/document/d/1VFkDuqnWIKvRW52dyg0PwqD9qjtuxgVtOAzLFjBYSAl/edit?usp=sharing>