

Юлія В. Костинець¹, Юлія М. Неговська²

КІБЕРСПОРТИВНІ КЛУБИ ЯК СУБ'ЄКТИ БІЗНЕСУ

У статті розглядається розглянуто сутність кіберспортивних клубів як суб'єктів бізнесу, обумовлена значним зростанням індустрії кіберспорту та її фінансовими можливостями. Відзначено, що кіберспорт об'єднує мільйони людей по всьому світу, сприяючи розвитку соціальних зв'язків та взаємодії між різними групами населення. Проаналізовано сучасні дослідження, що стосуються підприємництва у сфері фізичної культури та спорту. Увага також приділена дослідженням українських науковців, які вивчають інтегрований розвиток кіберспортивних клубів.

У статті також розглянуто специфіку діяльності кіберспортивних клубів як суб'єктів бізнесу: організація змагань, тренування гравців, маркетинг та спонсорство, взаємодія з фанатами, використання медіа та стрімінгових платформ. Особлива увага приділена інтеграції кіберспорту з медіаплатформами та його впливу на інші сфери культури, такі як кіно, музика та мода. Визначено чинники, що сприяють розвитку кіберспорту як прибуткової індустрії у сфері розваг.

Ключові слова: кіберспорт, кіберспортивний клуб, кіберспортивний продукт, підприємництво, управління.

Лім. 10.

DOI: 10.32752/1993-6788-2024-1-272-171-176

Yulia Kostynets, Yulia Negovska

CYBER SPORTS CLUBS AS BUSINESS ENTITIES

The article examines the essence of e-sports clubs as business entities, due to the significant growth of the e-sports industry and its financial capabilities. It was noted that cyber unites millions of people around the world, contributing to the development of social ties and interaction between different population groups. Modern studies related to entrepreneurship in the field of physical education and sports are analyzed. Attention is also paid to the research of Ukrainian scientists studying the integrated development of e-sports clubs.

The article also examines the specifics of cyber clubs as business entities: organization of competitions, training of players, marketing and sponsorship, interaction with fans, use of media and streaming platforms. Special attention is paid to the integration of cyber with media platforms and its influence on other cultural spheres, such as cinema, music and fashion. The factors contributing to the development of cyber as a profitable industry in the field of entertainment are determined.

8965cyber, cyber club, cyber product, entrepreneurship, management.

Peer-reviewed, approved and placed: 15.02.2024.

Постановка проблеми. Актуальність вивчення кіберспортивних клубів як суб'єктів бізнесу зумовлена кількома ключовими факторами. Кіберспорт є швидкозростаючою індустрією з великими фінансовими можливостями, що об'єднує мільйони людей по всьому світу, створюючи великі спільноти фанатів та гравців. Це сприяє розвитку соціальних зв'язків та взаємодії між різними групами населення. Кіберспорт є глобальним явищем, що дозволяє клубам та гравцям взаємодіяти на міжнародному рівні, обмінюватися

¹ National Academy of Management. Ukraine.

² National Academy of Management. Ukraine.

досвідом та знаннями. Відповідно, дослідження кіберспортивних клубів як суб'єктів бізнесу в умовах цифрової економіки, набувають актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти підприємництва у сфері фізичної культури та спорту були детально розроблені в країнах з розвинутою ринковою економікою, зокрема в працях таких відомих зарубіжних учених, як К. Граттон, П. Тейлор, К. Гейнеманн, М. Гарднер, Х. Фішер, В. Андрефф, Ж. Нус, Дж. А. Годдард, С. М. Добсон та інших.

В цілому, кіберспорт як сектор економіки та сфера бізнесу є недостатньо дослідженим в Україні. Основи інтегрованого розвитку кіберспортивних клубів в Україні в своїх роботах розглядають Р.М. Маслиган та О.О. Маслиган [6], розвиток ринку кіберспорту досліджений у працях К. О. Горова, Д. А. Горовий [1], О. В. Кіпоренко [1] та інші.

Метою дослідження є сутності кіберспортивних клубів як суб'єктів бізнесу.

Основні результати дослідження. Спортивне підприємництво охоплює широкий спектр діяльності, пов'язаної з організацією, управлінням та розвитком спортивних заходів, команд та інфраструктури і є динамічною та різноманітною сферою, яка вимагає креативності, стратегічного мислення та здатності адаптуватися до змін.

В.І. Лукашук визначає спортивне підприємництво як «особливий вид бізнесу, що потребує певних знань та умінь від підприємця (в першу чергу, стосовно спорту та комерції). Спортивне підприємництво вимагає не тільки організаторських здібностей, але й глибокого знання складових спортивної науки — анатомії, біохімії, фізіології, раціонального харчування, спортивної медицини, психології й педагогіки спорту, спортивного менеджменту та маркетингу» [5].

До передумов розвитку підприємницької діяльності у сфері спорту сучасні дослідники включають:

- Різноманітність форм власності та видів господарювання, що є ключовою умовою для створення конкурентного середовища, яка впливає на якість послуг та професійний рівень персоналу.
- Необмежена кількість учасників конкуренції та вільний доступ на ринок, оскільки будь-яка спортивна організація може займатися підприємницькою діяльністю та отримувати прибуток.
- Рівний доступ до ресурсів: усі суб'єкти господарської діяльності повинні мати рівні можливості для використання природних ресурсів, придбання спортивного обладнання, отримання кредитів та залучення робочої сили, що створює рівні стартові можливості.
- Повний обсяг ринкової інформації для всіх учасників, що дозволяє споживачам робити обґрунтований вибір послуг.

Господарську діяльність, що базується на організації спорту вищих досягнень, деякі вітчизняні дослідники, зокрема Л.І. Заїченко [2], називають спортивним бізнесом. Вона включає організацію та проведення масових спортивних заходів, де самі змагання стають товаром, а масові заходи передбачають надання різноманітних послуг. Прибуток формується завдяки організації розважальних заходів, що супроводжуються наданням супутніх послуг та продажем відповідних товарів.

В Україні кіберспорт визнаний офіційним видом спорту, що відкриває нові можливості для підприємництва та інвестицій [7]. Загалом ринок кіберспорту має таких суб'єктів: розробник гри, кіберспортсмен, клуб, вболівальник, організатор змагань, стрімінгова платформа або телеканал, ЗМІ, фірма-спонсор, букмекер [8].

Кіберспорт набув величезної популярності з кількох причин:

1. Доступність та глобальність: Відеоігри доступні майже кожному, хто має комп'ютер або консоль, що дозволяє людям з усього світу брати участь у змаганнях та спостерігати за ними [3].

2. Розвиток технологій: З розвитком інтернету та стрімінгових платформ, таких як Twitch та YouTube, глядачі можуть легко дивитися змагання в реальному часі, що сприяє зростанню аудиторії [8].

3. Професіоналізація: Кіберспортсмени тренуються так само інтенсивно, як і спортсмени традиційних видів спорту. Вони мають тренерів, дієтологів та психологів, що допомагає їм досягати високих результатів.

4. Фінансові можливості: Призові фонди на великих турнірах можуть досягати мільйонів доларів, що робить кіберспорт привабливим для молодих гравців, які бачать у ньому можливість заробити.

5. Соціальний аспект: Кіберспорт об'єднує людей, створюючи спільноти навколо улюблених ігор та команд. Це сприяє розвитку соціальних зв'язків та взаємодії між гравцями та фанатами.

6. Підтримка з боку великих компаній: Багато великих брендів та спонсорів інвестують у кіберспорт, що сприяє його розвитку та популяризації.

Ці фактори разом створюють сприятливе середовище для зростання популярності кіберспорту.

Клуб як об'єднання за інтересами є добровільним зібранням людей, які мають спільні захоплення або інтереси в певній сфері, будь то громадські, технічні, літературні, музичні чи інші питання. Кіберспортивні клуби відіграють важливу роль у сучасній економіці, виступаючи як суб'єкти бізнесу. Вони не лише організовують та проводять змагання, але й створюють цілу екосистему, яка включає тренування, маркетинг, спонсорство та взаємодію з фанатами, займаються менеджментом кіберспортменів.

Прибуток надходить від спонсорів брендів, компенсації від розробників гри, процент від призових на змаганнях, продажів фанатського мерчендайзу, реклами букмекерів, ексклюзивність стрімінгових платформ.

Основні аспекти діяльності кіберспортивних клубів як бізнесу включають:

1. Організація змагань: Клуби проводять турніри та ліги, залучаючи як професійних гравців, так і аматорів. Це сприяє популяризації кіберспорту та залученню нових учасників [6].

2. Тренування та розвиток гравців: Клуби забезпечують тренувальні бази та професійних тренерів для розвитку навичок гравців. Це допомагає гравцям досягати високих результатів на міжнародній арені [6].

3. Маркетинг та спонсорство: Кіберспортивні клуби активно співпрацюють зі спонсорами та партнерами, що дозволяє їм отримувати фінансову підтримку та розширювати свою діяльність [7].

4. Взаємодія з фанатами: Клуби створюють спільноти навколо своїх команд, організовують фан-зустрічі та інші заходи, що сприяє зміцненню зв'язків з аудиторією [7].

5. Медіа та стрімінг: Клуби активно використовують медіа-платформи для трансляції змагань та взаємодії з фанатами, що дозволяє їм збільшувати свою популярність та залучати нових глядачів [8].

Ці аспекти роблять кіберспортивні клуби важливими гравцями на ринку кіберспорту та сприяють розвитку цієї індустрії в цілому.

Екосистема кіберспорту дозволяє монетизувати інтерес людей до ігор у кіберпросторі. Займаючись цим ринком під час свого становлення учасники екосистеми можуть впливати на траєкторію ринку. Будь-які інвестиції привертають увагу вболівальників, які шанують розвиток індустрії [9]. Найбільш прибутковим учасником ринку є розробник гри, оскільки кіберспорт в цілому просуває його продукт. Далі йдуть кіберспортивні клуби та організатори, так як мають найбільшу кількість шляхів капіталізації. Призові фонди на турнірах можуть досягати мільйонів доларів, а доходи від спонсорства, реклами та продажу квитків постійно зростають. Кіберспортивні клуби активно використовують новітні технології для покращення тренувального процесу, аналізу даних та взаємодії з фанатами. Це робить їх важливими гравцями у сфері інновацій.

Один із ключових факторів розвитку кіберспорту — це інтеграція з медіаплатформами, що дозволяють глядачам не лише стежити за матчами, але й активно взаємодіяти з гравцями та коментаторами. Від ніші кіберспорт почав рухатись до масової розваги, коли його почали транслювати на великих медіа-платформах, зокрема Twitch і YouTube Gaming. Це дало доступ до мільйонів потенційних глядачів.

Кіберспорт отримав великий прорив завдяки трансляціям на стрімінгових платформах. Twitch став головним майданчиком для кіберспортивних подій, збираючи тисячі глядачів на кожному матчі. Платформа дозволила не лише дивитися матчі, але й брати участь у дискусіях через чати, роблячи подію більш інтерактивною. YouTube Gaming також активно розвиває цей напрямок, підписуючи угоди з провідними гравцями та командами.

Із зростанням інтересу до кіберспорту, традиційні медіа також почали включати його до своїх програм. ESPN, BBC та інші телеканали почали транслювати кіберспортивні події, що значно розширило аудиторію. Це призвело до появи нових програм, присвячених кіберспорту, та підвищенню уваги до цієї сфери розваг.

Кіберспорт вийшов далеко за межі світу відеоігор і почав впливати на інші сфери культури, зокрема на кіно, музику та моду. В останні роки кіберспорт усе частіше з'являється у фільмах та серіалах, де події з життя геймерів стають частиною сюжетної лінії, що наголошує на популярності відеоігор та їх ролі в сучасному суспільстві.

Музика також активно інтегрується в кіберспорт. Відомі музиканти, як-от Imagine Dragons, записували саундтреки для великих кіберспортивних подій, таких як Чемпіонат світу з League of Legends. Ще один цікавий тренд —

співпраця кіберспортивних команд з модними брендами. Наприклад, Louis Vuitton створив ексклюзивні шкіни для гравців у League of Legends.

Цей симбіоз між кіберспортом і масовою культурою тільки зміцнюється, перетворюючи кіберспорт на важливу частину сучасного світу розваг.

Кіберспорт на сьогодні є однією з найбільш прибуткових індустрій у сфері розваг. Прямі прибутки від кіберспортивних турнірів постійно зростають завдяки великим спонсорським угодам та рекламі. Турніри типу The International або Чемпіонат світу з League of Legends залучають не лише мільйонні призові фонди, але й величезну кількість рекламодавців.

Висновки. Отже, бізнес у сфері спорту охоплює організацію, управління та розвиток спортивних заходів, команд та інфраструктури. Спортивне підприємництво як особливий вид бізнесу, що потребує глибоких знань у сфері спорту та комерції. Сучасні дослідники зазначають передумови розвитку підприємницької діяльності у сфері спорту, включаючи різноманітність форм власності, рівний доступ до ресурсів, та наявність повної ринкової інформації.

Кіберспортивні клуби стали важливими гравцями у сучасній економіці, виступаючи як суб'єкти бізнесу. Вони не лише організовують та проводять змагання, але й створюють цілу екосистему, яка включає тренування, маркетинг, спонсорство та взаємодію з фанатами. Основні джерела прибутку для кіберспортивних клубів включають спонсорські контракти, компенсації від розробників ігор, призові фонди на змаганнях, продаж фанатського мерчендайзу, рекламу та стрімінгові платформи.

Організація змагань, тренування гравців, маркетинг та спонсорство, взаємодія з фанатами та використання медіа-платформ є ключовими аспектами діяльності кіберспортивних клубів. Ці елементи дозволяють клубам ефективно монетизувати інтерес людей до кіберспорту, привертаючи увагу інвесторів та вболівальників.

Інтеграція кіберспорту з медіаплатформами, такими як Twitch і YouTube Gaming, сприяє зростанню популярності та розширенню аудиторії. Цей симбіоз між кіберспортом і масовою культурою зміцнює позиції кіберспорту як важливої частини сучасного світу розваг. Кіберспорт набуває великої популярності завдяки доступності, глобальності, професіоналізації та фінансовим можливостям, що робить його привабливим для молодих гравців та інвесторів.

1. Горова К. О., Горовий Д. А., Кіпоренко О. В. Основні тенденції розвитку ринку кіберспорту. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2016. № 4(2). С. 51-55

2. Заїченко Л.І. Спортивний клуб у системі координат організаційно-правових форм господарських організацій. Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». 2014. № 4 (19). С. 138-147

3. Кіберспорт в Україні — як розвивається віртуальний спорт і яке у нього майбутнє — Телеграф. URL: <https://telegraf.com.ua/ukr/sport-cat/2021-09-01/5682011-davno-ne-balovstvo-rochemu-v-ukraine-tak-stremitelno-razvivaetsya-kibersport-i-kak-on-stanovitsya-sportom-1>

4. Лукашук В. І. Особливості підприємницької діяльності у сфері спорту. Український соціум. 2012. № 3(42). С. 43-52

5. Лукашук В.І. Тенденції розвитку спорту в умовах ринкових перетворень: Автореф. дис..канд.соц.наук / Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. Х., 2006. 24 с.

6. Маслиган Р.М., Маслиган О.О. Основа інтегрованого розвитку кіберспортивних клубів в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2021. №24. С. 38-43
7. ФКЗУ - Федерація кіберспортивних заходів України. Ukrainian Cybersports Events Federation (UCEF). URL: <https://www.ucef.org.ua/>
8. Чайка, Є. В. Суб'єкти ринку кіберспорту та відносини між ними / Є. В. Чайка, О. В. Зозульов // Економічний вісник НТУУ «КПІ»: збірник наукових праць. 2019. № 16. С. 318–326.
9. Arkenberg C. Cyber graduates to the big leagues. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/4677_cyber/4677_cyber.pdf
10. Hunter S. Digital Natives: The Rise of Esport. URL: <https://www.parksassociates.com/bento/shop/samples/Parks%20Assoc%20Digital%20Natives%20Rise%20of%20Cyber%20TOC.pdf>

1. Horova K. O., Horovy D. A., Kiporenko O. V. Osnovni tendentsii rozvytku rynku kibersportu. Problemy i perspektivy rozvytku pidpriemnytstva. 2016. № 4(2). S. 51-55
2. Zaichenko L.I. Sportyvnyi klub u systemi koordynat orhanizatsiino-pravovykh form hospodarskykh orhanizatsii. Visnyk Natsionalnoho universytetu «Iurydychna akademiia Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho». 2014. № 4 (19). S. 138-147
3. Kibersport v Ukraini — yak rozvyvaietsia virtualnyi sport i yake u noho maibutnie — Telegraf. URL: <https://telegraf.com.ua/ukr/sport-cat/2021-09-01/5682011-davno-ne-balovstvo-pochemu-v-ukraine-tak-stremitelno-razvivaetsya-kibersport-i-kak-on-stanovitsya-sportom-1>
4. Lukashchuk V. I. Osoblyvosti pidpriemnytskoi diialnisty u sferi sportu. Ukrainskyi sotsium. 2012. № 3(42). S. 43-52
5. Lukashchuk V.I. Tendentsii rozvytku sportu v umovakh rynkovykh peretvoren: Avtoref. dys..kand.sots.nauk / Kharkivskyi natsionalnyi universytet imeni V. N. Karazyna. X., 2006. 24 s.
6. Maslyhan R.M., Maslyhan O.O. Osнова intehrovanoho rozvytku kibersportyvnykh klubiv v Ukraini. Investytsii: praktyka ta dosvid. 2021. №24. S. 38-43
7. FKZU - Federatsiia kibersportyvnykh zakhodiv Ukrainy. Ukrainian Cybersports Events Federation (UCEF). URL: <https://www.ucef.org.ua/>
8. Chaika, Ye. V. Subiekty rynku kibersportu ta vidnosyny mizh nymy / Ye. V. Chaika, O. V. Zozulov // Ekonomichnyi visnyk NTUU «KPI»: zbirnyk naukovykh prats. 2019. № 16. S. 318–326.
9. Arkenberg C. Cyber graduates to the big leagues. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/4677_cyber/4677_cyber.pdf
10. Hunter S. Digital Natives: The Rise of Esport. URL: <https://www.parksassociates.com/bento/shop/samples/Parks%20Assoc%20Digital%20Natives%20Rise%20of%20Cyber%20TOC.pdf>