

ИССЛЕДОВАНИЕ КИБЕРСПОРТИВНОГО РЫНКА РОССИИ

Р.Л. Смаглий¹, Л.А. Выборнова²

¹Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия

²Поволжский государственный университет сервиса, Самара, Россия

Обоснование. Технологический прогресс дал возможность каждому человеку пользоваться компьютером и Интернетом, посредством которых развивается сфера развлечений. На данный момент развитие этой сферы достигло того, что компьютерные игры официально имеют статус спорта со всеми вытекающими.

На крупнейшем турнире по игре Dota 2 команда Team Spirit одержала победу в финале и выиграла \$18,2 млн. Поскольку эта команда из России, еще больше вызвало интерес к чемпионату у людей, живущих в нашей стране.

Цели — анализ факторов, влияющих на развитие киберспортивного рынка в России.

Методы. Описание рынка киберспорта с помощью таких показателей, как спрос и предложение, выделение доли России в глобальном рынке киберспорта, изучение факторов, влияющих на развитие киберспортивного рынка в России.

Результаты. Спрос формирует целевая аудитория. Целевой аудиторией киберспорта являются мужчины в возрасте 18–35 лет с большим интересом к новым технологиям, автомобилям и цифровым развлечениям с высоким доходом [1].

Предложение на рынке киберспорта формируют производители игр, организаторы турниров, тематические ресурсы. Например, игроки могут платить за преобразование базового внешнего вида персонажа или определенного предмета в рамках компьютерной игры для того, чтобы выделяться на фоне других игроков. Согласно данным [2], доля России в глобальном рынке киберспорта в 2018 г. составляла 3 %.

Социальные: люди, интересующиеся киберспортом формируют сообщество. Их активность проявляется в том, что некоторые его члены участвуют в мероприятиях, организованных Федерацией компьютерного спорта России.

Эпидемиологические: вопреки подозрениям пандемия не разрушила индустрию, а только подогрела рынок и увеличила аудиторию зрителей и игроков.

Многие турниры и соревнования были отменены, отложены или вынуждены сменить формат связи с распространением коронавируса. Например, некоторые организаторы проводили соревнования на закрытой для посещения территории, транслируя их онлайн для зрителей.

Во время карантина люди стали чаще играть в компьютерные игры.

Образование: в наши дни организаторы мероприятий, посвященных компьютерному спорту, сталкиваются с недостатком качественных управленцев и работников по найму.

Они выделяют следующие проблемы:

- незнание основ и принципов киберспорта;
- рабочие инструменты плохо адаптированы под новую индустрию;
- отсутствие понимания целевой аудитории и отсутствие выстроенного диалога с ней.

Правительство планирует запустить программы по киберспорту в учебных заведениях к концу 2022 г.

Популяризация: в стране уже несколько лет подряд проводится Кубок России по киберспорту.

В 2021 г. впервые был проведен «Кубок губернатора по киберспорту» в разных городах нашей страны.

Большие бренды также занимаются организацией турниров. Например, международная сеть ресторанов KFC каждый год организует «KFC BATTLE».

Кроме того, поддержкой и организацией ивентов на территории России занимаются большие компании и операторы: Билайн, Yota, Riot Games, Игромир, Starladder.

Выводы. На основе приведенных данных мы доказали, что киберспорт в России растет из года в год, становясь очень популярным явлением. Сейчас — самое время зайти на рынок и занять нишу, чтобы «взрослеть» вместе с отраслью.

Повышение профессионализма в отрасли создает выгодные возможности для развития рынка киберспорта в России. Молодые люди рассматривают киберспорт в качестве профессиональной карьеры благодаря росту популярности игровых турниров, внушительным международным призовым фондам и спонсорской поддержке. Более того, в университетах и колледжах начинают разрабатывать специальные учебные программы по игровому спорту для подготовки квалифицированных специалистов.

Рассматривая киберспорт, мы можем сделать вывод, что он является отдельным научным направлением, требующем исследований, таких как психология, моделирование стратегий и т. д.

Ключевые слова: киберспорт; киберспортивный рынок; доля России в глобальном рынке киберспорта; игровая индустрия; компьютерные игры.

Список литературы

1. cyber.sports.ru [Электронный ресурс]. «Яндекс»: Киберспортивная аудитория больше интересуется кино, автозапчастями и политикой, чем в среднем в Рунете // cyber.sports.ru [дата обращения: 27.03.2022]. Доступ по ссылке: <https://cyber.sports.ru/lol/1075424695.html> ()
2. tedo.ru [Электронный ресурс]. Публикация Media Outlook. Медиainдустрия в 2019–2023, Ежегодный мировой обзор мировой и российской индустрии развлечений и медиа от компании PwC // Технология Доверия [дата обращения: 27.03.2022]. Доступ по ссылке: <https://www.pwc.ru/ru/publications/media-outlook/mediaindustriya-v-2019.pdf>

Сведения об авторах:

Родион Леонидович Смаглий — студент, группа 7212, институт экономики и управления; Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия. E-mail: rodion.smagliy@gmail.com

Любовь Алексеевна Выборнова — научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент, ректор; Поволжский государственный университет сервиса Самара, Россия. E-mail: rektor@tolgas.ru