

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ
УКРАЇНИ**

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Кафедра музейно-туристичної діяльності

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В
КІБЕРСПОРТИВНОМУ ТУРИЗМІ В УКРАЇНІ**

здобувача вищої освіти

другого (магістерського) рівня

зі спеціальності 242 Туризм і рекреація

освітньо-професійної програми «Туризмознавство»

БАЛАКІРСЬКА ОЛЕКСАНДРА ЮРІЙОВИЧА



Допущено до захисту:
Завідувач кафедри музейно-
туристичної діяльності,
доктор культурології, доцент



**ЩЕРБАНЬ
АНАТОЛІЙ
ЛЕОНІДОВИЧ**

Науковий керівник:
Старший викладач кафедри
музейно-туристичної діяльності,
кандидат культурології



**ЯРІКО
МИРОСЛАВА
ОЛЕКСІЇВНА**

Харків – 2023

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота містить 49 с., 43 джерела.

Об'єктом дослідження є кіберспортивний туризм, який передбачає організацію подорожей для вболівальників кіберспортивних змагань, і є різновидом спортивного туризму. Він є результатом поєднання кіберспорту, який визначається як конкурентне грати в комп'ютерні ігри на професійному рівні, та туризму, що передбачає подорожі та відпочинок.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що дослідження є одним із перших у вітчизняній науковій літературі, присвячених кіберспортивному туризму. Це дає можливість поповнити наукову базу знань про цей різновид туризму та його потенціал для розвитку в Україні. У роботі проаналізовані сучасні методи надання послуг у сфері кіберспортивного туризму. Це дозволило визначити тенденції розвитку цієї галузі та розробити рекомендації щодо підвищення якості послуг для кіберспортсменів та вболівальників.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження можуть бути використані для визначення пріоритетів розвитку кіберспортивного туризму в Україні, а також для розробки заходів щодо створення сприятливого середовища для його розвитку. Також кампанії можуть бути спрямовані на підвищення обізнаності про кіберспорт в Україні, а також на залучення туристів з інших країн.

У першому розділі роботи проаналізовано загальну інформацію про кібертуризм, та кіберспорт в світі. Другий присвячено підприємницькій діяльності в Україні, де були надані рекомендації щодо розвитку кіберспортивного ринку.

Ключові слова: кіберспортивний туризм, кіберспорт, підприємницька діяльність, спеціалізований туризм.

ABSTRACT

Qualification work contains 49 pages, 43 sources.

The object of the study is esports tourism, which involves organizing trips for esports fans and is a type of sports tourism. It is the result of the combination of esports, which is defined as competitive computer game playing at a professional level, and tourism, which involves travel and recreation.

The scientific novelty of the results obtained is that the study is one of the first in the Ukrainian scientific literature devoted to esports tourism. This makes it possible to expand the scientific knowledge base about this type of tourism and its potential for development in Ukraine. The paper analyzes modern methods of providing services in the field of esports tourism. This allowed to identify trends in the development of this industry and develop recommendations for improving the quality of services for esports athletes and fans.

The practical significance of the results obtained. The results of the study can be used to determine the priorities for the development of esports tourism in Ukraine, as well as to develop measures to create a favorable environment for its development. Campaigns can also be aimed at raising awareness of esports in Ukraine, as well as attracting tourists from other countries.

The first section of the work analyzes general information about esports tourism and esports in the world. The second section is devoted to entrepreneurial activity in Ukraine, where recommendations were given for the development of the esports market.

Keywords: esports tourism, esports, entrepreneurship, specialized tourism.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. КІБЕРСПОРТ ЯК СУЧАСНА ІННОВАЦІЙНА ФОРМА ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	8
1.1. Загальна характеристика кіберспортивного туризму	8
1.2. Світовий досвід підприємницької діяльності у кіберспортивному туризмі.	13
РОЗДІЛ 2. ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У КІБЕРСПОРТИВНОМУ ТУРИЗМІ В УКРАЇНІ	23
2.1. Загальна характеристика та особливості розвитку підприємницької діяльності в кіберспорті в Україні.	23
2.2. Загальна характеристика фірми PlayCarry.com.	34
2.3. Пропозиції щодо удосконалення державної кіберспортивної підтримки в Україні.	40
ВИСНОВКИ	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена зростанням інтересу до кібертуризму та кіберспортивних подій як в українському суспільстві, так в світі взагалі. Тема дослідження про кіберспортивний туризм є дуже актуальною, оскільки інтерес до кіберспорту та кібертуризму значно зросли в останні десятиліття. Кіберспорт, як і будь-який вид людської діяльності, постійно змінюється і вдосконалюються – цьому сприяють різні демографічні, економічні та культурні фактори. У сучасному світі туризм зміг проявитись з нового боку – від онлайн-ігор чи «модинг», «створення» онлайн світів, платформ. Як наслідок, з'явилися не лише нові конкурентні комп'ютерні ігри, але й «кіберспорт» та «кіберспортивний туризм», та стрімко стали як фундаментальним елементом молодіжної культури, так і однією з основних, нових мотивацій для подорожей. Водночас, кіберспортивний туризм практично не розглядається науковцями, тож дослідження цієї теми є цікавим як з суто наукової точки зору, так і з практичної. Кіберспорт став великим індустріальним сегментом розваг та спорту, залучаючи мільйони глядачів та гравців з усього світу. Захоплення цим видом діяльності розширюється, що призводить до більшого попиту на події та турніри, а постійний розвиток технологій віртуальної реальності та онлайн-трансляцій, кіберспортивних подій стають все більш доступними для глядачів з будь-якого куточку світу. Однак бажання взаємодії з світовими зірками підштовхує фанатів до участі в подіях особисто, як в ролі гравця так і гостя.

Мета і завдання дослідження. Мета кваліфікаційної роботи – проаналізувати сучасні тенденції розвитку кіберспортивного туризму в Україні та розробити рекомендації органам державної влади, впровадження яких прискорило б його розвиток.

Для досягнення поставленої мети були сформульовані дослідницькі завдання:

- описати основні тенденції розвитку кіберспортивного туризму в світі;
- проаналізувати сучасний стан кіберспорту в Україні та світі;
- дослідити методи підтримки та розвитку кіберспортивного туризму в країнах світу;
- дослідити кіберспортивний ринок України, та його вплив на туризм;
- проаналізувати діяльність фірми PlayCarry.com
- надати пропозиції щодо удосконалення державної кіберспортивною підтримки в Україні.

Об'єктом дослідження є кіберспортивний туризм.

Предметом дослідження є особливості підприємницької діяльності у кіберспортивному туризмі в Україні.

Методи дослідження. Дослідження базується на системному підході – в центрі уваги є аналіз кіберспортивної індустрії, її вплив на світ, суспільство та Україну з точки зору привабливості для туристичної діяльності. На теоретичному рівні дослідження використано такі традиційні методи пізнання як аналіз та синтез.

Аналіз джерел та літератури. Для української туризмології тема є новою, але також і закордоном можна побачити лише поодинокі публікації, присвячені різним аспектам теми. Тож в основі роботи було покладено аналіз статистичних даних кіберспорту, інтернет-ресурсів команд та ігор, форуми та новинні портали кіберспорту.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що:

- на сьогодні можна відмітити лише поодинокі дослідження, присвячені кіберспортивному туризму, в українській цей різновид туризму залишається поза увагою науковців, тож ця робота започатковує дослідження особливостей підприємницької діяльності у кіберспортивному туризмі в Україні;
- проаналізований ринок послуг для кіберспортсменів в Україні;

– доведено, що Україна має всі необхідні ресурси для залучення туристів з всього світу саме з метою відвідування кіберспортивних івентів.

Практичне значення отриманих результатів. Результати роботи сприятимуть подальшому поглибленому дослідженню кіберспорту в Україні. Запропоновані інновації можуть бути впроваджені у практиці підприємницької діяльності, а теоретичний матеріал допоможе удосконалити викладання дисциплін «Спеціалізований туризм», «Менеджмент в туризмі», «Організація підприємницької діяльності в туризмі».

Апробація результатів. Окремі положення роботи було презентовано під час Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку» 30 жовтня 2023 р. у м. Умань.

Публікації. Балакірев. О. Ю. Кіберспортивний туризм в Україні: особливості розвитку // Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: збірник матеріалів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф., 30 жовтня 2023 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2023, С. 66-67.

Структура магістерської роботи зумовлена потребами досягнення мети та реалізації завдань дослідження. Робота складається зі вступу, двох розділів, п'яти підрозділів, висновків та списку використаної літератури. Загальний обсяг 49 сторінок. Список використаних джерел містить сорок три різних найменування, з яких 27 – іноземними мовами.

РОЗДІЛ 1. КІБЕРСПОРТ ЯК СУЧАСНА ІННОВАЦІЙНА ФОРМА ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Загальна характеристика кіберспортивного туризму

Кіберспорт – це вид спорту, що відноситься до організованих змагань з відеоігор або різноманітних ігрових онлайн турнірів, які завершуються чемпіонатами на регіональному або міжнародному рівнях [41].

Завдяки формуванню кіберспорту я нового виду діяльності, люди з усіх куточків світу забезпечують собі існування, насамперед завдяки професійному геймінгу, отримуючи фінансування від різних призових фондів або корпоративних спонсорів [10]. Ринок кіберспорту стрімко розвивається, за рік, ринок виріс на 14.5% з яких 75% прибутку це реклама та ігрові транзакції, останні 25% це трансфери професійних гравців які належать клубам. В 2021 році ринок кіберспорту приніс прибутку понад 1,084 мільярда доларів США. Кількість глядачів, які регулярно стежать за індустрією постійно зростає і очікується, що кількість відвідувачів міжнародних змагань досягне 700-800 мільйонів до 2023 року [7; 23]. Але цей вид спорту є новим та мало звіданим, кількість статей розкриваючих суть цього виду спорту дуже мала, а тих які можуть повноцінно розповісти про всі аспекти зовсім мабуть не існує. Але мною були знайдені та обрацьовані роботи різних зарубіжних видань та всесітньо відомих компаній які займаються аналітикою, таких як:

- ESIC (Esports Integrity Commission): ESIC спеціалізується на аналізі інтегритету та етики в кіберспорті. Вони розслідують можливі випадки обману і порушень етики в кіберспорті та розробляють стратегії для їх запобігання [20].
- Nielsen — це світово-відома аналітична компанія, яка надає послуги в галузі медіа та ринкового дослідження. Вони також працюють у сфері

кіберспорту, аналізуючи дані та статистику про аудиторію та споживчі звички [27].

- Newzoo — це аналітична компанія, яка спеціалізується на ринкових дослідженнях у галузі ігор і кіберспорту. Вони надають детальну інформацію про розміри ринку, аудиторію та тенденції розвитку кіберспорту [28].
- Esports Charts спеціалізується на зборі та аналізі даних про онлайн-трансляції кіберспортивних подій. Вони надають інформацію про кількість глядачів, популярність команд та ігор на платформах для стрімінгу [20].
- Stratagem: Stratagem використовує штучний інтелект для прогнозування результатів кіберспортивних змагань. Вони аналізують статистику гравців, команд і ігор, щоб надати рекомендації для ставок та стратегій команд [34].

Завдяки всім цим компаніям та науковим роботам, я зміг дослідити глибокі аспекти кіберспорту, зрозуміти ринок, історію та становлення. Ця історія ігрової індустрії, почалися ще в далекому 1980 році з гри Space Invaders від Atari Championship, перша велика відеогра, змагання з якої зібрали понад 10 000 учасників змогли викликали жорстку конкуренцію навіть в простих аркадних іграх. Аркадні ігри – це дуже прості за розумінням відеоігри, такі як: пінбол, теніс але з використанням ігрових автоматів. Кінець 1970-х до 1980-х був золотим віком аркадних ігор. Вони користувалися популярністю напочатку 1990-х, та навіть зараз є дуже популярним видом ігрової діяльності серед поціновувачів старих відео ігор. Ці та інші подібні турніри змогли посіяти зерно того, що з часом стане називатись кіберспортом [41]. У ті часи ніхто не міг уявити що дружні змагання, та виклик один одного пограти в аркадні ігри зможе мотивувати людей поліпшувати свої навички та вигравати неймовірні призи на світових аренах.

В 90-ті роки, турніри з аркадних і консольних ігор стають все більш поширеними, оскільки спонсорують їх такі компанії, мастодонти сучасної ігрової індустрії, як Nintendo і Blockbuster [10]. Змагальні ігри в той момент були не дуже відомими, тому рекламодавці створювали різні іграшки, ляльки які були пов'язані з ігровою індустрією безпосередньо для дітей, щоб залучити молодь до ігрової індустрії, та виховати нове покоління фанатів.

У 1990-х роках відбувся підйом комп'ютерних ігор, і разом з цим було проведено перше кіберспортивне змагання Red Annihilation tournament, для шутеру від першої особи «Quake» [31]. Ця гра серед поціновувачів ігор вважається першим реальним прикладом кіберспорту, де змогли зібрати понад 2000 учасників. Переможець отримав Ferrari, авто яке раніше належало Джону Кармаку розробнику гри «Quake» [31]. Пізніше відбувся вперше турнір CPL. У наступному році він уже пропонував \$15 000 призових. У цей час більшість кіберспорту були зосереджені на шутерах від першої особи, спортивних іграх і ігри в аркадному стилі, але наприкінці 90-х також вийшла нова, проривна Real-Time Strategy «StarCraft: Brood War» [33]. У той час як шутери зосереджені на тактичних навичках та швидких рефlekсах, ігри RTS також потребують ретельне продумане і довгострокове планування і були порівняні з сучасною версією шахів. В цих іграх є асиметрично збалансовані раси, кожна зі своїми унікальними військами і здібностями, які пропонували безмежні стратегічні простори та потенціали для роздумів граців і це стало однією із рушійних сил.

Розквіт кіберспортивних змагань почався в 2000 роках з створення World Cyber Games і The Electronic Sports World Cups. Ці великі міжнародні турніри змогли заснувати нову епоху розвитку, та темп впровадження нових змагань. Обидва великі міжнародні турніри, які проводяться ще з тих часів, кожен рік, допомогли створити найвищі ліги ігрової індустрії, такі як: Major League Gaming (2002рік), Dreamhack (2010) [19]. Major League

Gaming є найбільшою і найбільш успішною лігою серед всіх кіберспортивних ліг, де представлені численні ігри в різних жанрах – від шутерів до RTS – і пропонують розкішні призові фонди, наприклад в 2013 році нагородили геймерів понад ста сімдесяти тисячами доларів призових. MLG також був першим турніром, який транслювався по телебаченню в Північній Америці. Сьогодні MLG, як і більшість кіберспортивних турнірів, переважно переглядається онлайн, хоча це тягне величезні фінансові витрати та прибутки компанії організатора. Весняний чемпіонат 2012 року приніс понад чотири мільйони глядачів по всьому світу, навіть обійшовши таку спортивну подію як NBA, змагання з баскетболу. Окрім MLG також з'являються і інші кіберспортивні турніри такі як Dreamhack, цей турнір зародився в Швеції і дуже швидко зміг здобути популярність прихильників з різних ігор, найбільшою з них є змагання з гри Counter-Strike: Global Offensive. Global StarCraft League також збирає відвідувачів з усього світу і створюючи південнокорейську лігу, яка вважається найпрестижнішою лігою по серії ігор StarCraft 2 [14; 16; 33]. З кожним роком ігрова індустрія подвоює кількість глядачів і наразі має понад п'ятдесят мільйонів глядачів по всьому світову. Озираючись на статистику останніх років, можна сказати, що вже в недалекому майбутньому ця цифра буде в два рази більше аніж зараз. І до цього спонукають не тільки яскраво організовані кіберспортивні події, але і гарно продумані та сформовані самі ігри, які стають частиною нашого життя кожен рік. Розробники, прикладають максимум зусиль щоб зробити гру привабливою для кіберспорту. Така політика ігрових компаній допомагає іграм постійно бути в тренді, а це означає постійне отримання прибутку компанією розробника, та отримання нового контенту для гравців, що дає змогу гравцям отримувати все більше нових емоцій в «старих» відео іграх, кіберспорт є цілою екосистемою, яка містить в собі: терміни, турніри, команди, клуби, бренди та їх рекламні

компанії, спонсорів, контент-кріейторів, стрімінгові платформи (Twith, YouTube) і т. д. [10,43].

Відеоігрова термінологія представляє собою набір слів, виразів та скорочень, які використовуються гравцями в різних відеоіграх для вираження своїх думок та дій в грі. Ці терміни можуть варіювати залежно від конкретної гри, конкретної ситуації, географічної локації на карті, ігрових об'єктів, назв предметів та безлічі інших ігрових аспектів. Оскільки багато ігор розробляються компаніями, що базуються в різних країнах, таких як Сполучені Штати, Європейські країни та Китай, гравцям часто доводиться використовувати іноземні слова, що об'єднують гравців з різних культур. Відеоігрова термінологія стала своєрідною спільною мовою для гравців із різних країн, які мають спільну пристрасть до відеоігор [9].

Наприклад, деякі слова і вирази, які я можу навести, включають:

- «Дамедж-ділер» – гравець, який спеціалізується на завданні шкоди ворогам.
- «Лутбокс» – спеціальний контейнер, який містить випадкові предмети або нагороди.
- «Сейв» – збережені ігрові дані.
- «Фармінг» – процес збирання ресурсів або здобуття досвіду для розвитку персонажа.
- «Гільдія» – група гравців, які об'єднуються для спільної гри та виконання завдань.
- «Мікротранзакції» – покупка внутрішньої валюти або предметів в грі за реальні гроші.
- «Рейтинговий бії» – змагання гравців за лідерство в онлайн-грі.
- «Згряя» – група ворогів або монстрів, яку гравцю потрібно подолати.
- «Мета-гра» – гра, яка відбувається на вищому рівні стратегії.

- «ПвЕ» та «ПвП» – скорочення для розподілення гравців (гра проти штучного інтелекту) і гравців проти гравців (гра проти людей).
- «Зони фарма» – конкретні місця в грі, де гравці збирають ресурси або воюють за них.
- «Ганк» – несподіваний напад гравця на іншого гравця, або групу.
- «Ігровий баланс» – рівновага між різними аспектами гри, такими як персонажі, зброя і геймплей.
- «Респаун» – процес відродження персонажа після смерті в грі.
- «Ачівмент» – внутрішня нагорода або досягнення в грі за виконання певних завдань чи досягнень.

Кількість таких термінів безмежна, і нові виникають щодня. Кожна група гравців може мати власні, унікальні терміни, або вони можуть бути загальноприйнятими. Ці терміни створюються гравцями, щоб легше пояснювати геймплей та особливості гри. Дивлячись на це, можна сказати, що кіберспорт, хоч і відмінний від традиційного спорту, все одно має спільне зв'язок зі спільними геймерськими виразами та термінами [9].

1.2. Світовий досвід підприємницької діяльності у кіберспортивному туризмі.

Кіберспорт – це галузь спортивної діяльності, в якій люди розвивають та тренують свої розумові та фізичні здібності, використовуючи інформаційно-комунікаційні технології. Що ще важливо, інвестиційні витрати на кіберспорт значно нижчі, ніж на традиційні спортивні команди, а також на будівництво та утримання спортивних арен і приваблення глядачів. Кіберспорті гравці можуть брати участь у кількох іграх на професійному рівні одночасно, що робить цю галузь більш гнучкою та доступною для учасників. Ці особливості допомагають людям швидко та легко стати частиною кіберспорту. Конкуrentні ігрові ліги з тисячами

прихильників по всьому світу та вражаючі призи призвели до стрімкого розвитку індустрії геймінгу. Кіберспорт є не лише частиною сектора відеоігор, а й інших секторів, включаючи засоби масової інформації, культуру, спорт, економічний сектор або освіту. У цій сфері бізнесу ключову роль відіграють наступні суб'єкти:

- Розробники гри, власники інтелектуальної власності, видавці ігор та ліцензіати – вони постачають контент для кіберспортивних змагань.
- Організатори ігрових заходів, такі як ліги та турніри, які ведуть гонку.
- Медіа-платформи, включаючи медіа-компанії та технологічні компанії, що транслюють та популяризують події.
- Комерційні бренди, які діють як спонсори та рекламодавці, підтримуючи кіберспортивні команди та події [10].
- Постачальники додаткових послуг, такі як навчальні заклади, тренери та коментатори/коментатори, які сприяють розвитку інфраструктури геймінгу.
- Постачальники та продавці обладнання та периферійних пристроїв, які задовольняють потреби геймерів.

Ці суб'єкти створюють екосистему, що підтримує кіберспортивну індустрію та робить її важливою галуззю розваг та бізнесу привертаючи до себе увагу різних компаній, які бажають прорекламувати свій продукт великій аудиторії. Зазвичай такі мастодонти як Coca-Cola, Red Bull, AMD, Intel та інші., компанії з великою радістю спонсують турніри, формуючи величезні призові фонди [8]. Як приклад можна навести чемпіонат який проводився в 2016 році з гри League of Legends, назва чемпіонату World Championship, це найбільш популярний турнір з кіберспорту, який зміг зібрати на арені більше 21 тисячі живих глядачів і ще понад 48 мільйонів гравців вдома перед моніторами та телевізорами [24; 42]. Саме під час цього турніру було використано багато реклами, яка спонукала придбати речі або

товар, які могли бути зовсім не пов'язані з ігровою індустрією, але приносили колосальні прибутки спонсорам. І зараз не можна уявити жоден турнір без різних рекламних інтеграцій. Спонсори помітили і почали інвестувати мільйони доларів у кіберспортивні команди, заходи та турніри [10]. У 2016 році 424 кіберспортивні змагання в усьому світі були проведені з призовими понад 5000\$. Загалом ці призи склали понад 93,3 мільйона доларів США збільшення на 50% в порівнянні з 2015 року.

Популярні жанри кіберспорту включають в себе:

- Файтинги (Street Fighter IV, Mortal Kombat 11, Tekken). Назвацьогожанрупішлавіданглійськогослова Fight, щоозначаєбійка [25; 35; 36]. Цей жанр імітує рукопашний бій між одним або декількома суперниками на спеціально зробленій арені;
- First-Person Shooter (FPS) ігри (Counter-Strike: Global Offensive, Rainbow Six Siege). Цекоманднийігровийжанр, якиймаєвидвідпершоїособи, процесгрунтуєтьсянабитвахзвикористаннямзброїзвидглядомвідпершоїособитакимчиномзанурюючигравцяватмосферу [16; 32];
- Real-Time Strategy (RTS) ігри (StarCraft II) [33]. По-шагові стратегії порівнюють з шахами, цей жанр пропонує учаснику стратегії в реальному часі маневрувати підрозділами та спорудами, захищати свої території та захоплювати нові;
- Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) (League of Legends, Dota2) [24]. В іграх жанру MOBA дві команди гравців змагаються одна з одною на симетричній карті для обох сторін. Кожен гравець обирає героя з певного списку, вони відрізняються характеристиками та здібностями. Основна задача протягом гри, посилювати свого персонажа, та подолати суперника;
- Спортивні відеоігри (SBVG) (FIFA 21). Це особливий жанр відеоігор, основою фішкою якого є відтворення реального або вигаданого виду спорту [22];

Через велику кількість різних типів відеоігор та її аудиторію яку потрібно постійно задовольняти цікавим контентом, були створені стрімінгові платформи. Стріми в кіберспортивній індустрії – це онлайн-трансляції живого відеоконтенту, які стосуються відеоігор та кіберспортивних змагань. Гравці та команди грають в ігри та змагаються між собою, а також взаємодіють з аудиторією через різні платформи для трансляцій, такі як Twitch, YouTube Gaming, Facebook Gaming і інші [38,43]. Головний принцип стрімінгу полягає в тому, що особа, яка веде стрім (стрімер), транслює свою діяльність в реальному часі, і глядачі можуть спостерігати за цією трансляцією та взаємодіяти зі стрімером через чат або коментарі. У кіберспортивній індустрії стрімінг є важливою частиною спільноти, а також джерелом доходу для багатьох геймерів та професійних стрімерів. Як здобути прибуток зі стрімінгу:

- Рекламні партнерства та спонсорство: Багато стрімерів укладають партнерські угоди з компаніями, що рекламують свої продукти або послуги під час трансляцій. Це може включати в себе відгуки про товари, демонстрацію брендованого обладнання або спонсорські гіперпосилання [10].
- Пожертвування та платформи мікроплатежів: Багато платформ для стрімінгу мають функцію, що дозволяє глядачам надсилати гроші або валюту в реальному часі. Це може включати в себе жертвування в обмін на спеціальні віртуальні предмети.
- Підписки: Деякі платформи стрімінгу пропонують можливість глядачам підписуватися на стрімерів за плату, отримуючи при цьому різні переваги, такі як ексклюзивний контент, іконки та емодзі.
- Партнерські програми та рекламні акції: Платформи для стрімінгу можуть пропонувати стрімерам можливість брати участь у партнерських програмах та рекламних акціях. Це може включати в себе призи та розіграші для глядачів.

- Продаж мерчендайзу: Деякі стрімери створюють свій власний мерчендайз, такий як футболки, ковдри, посуд тощо, та продають його своїм прихильникам.
- Афілійовані посилання: Стрімери можуть рекомендувати продукти та ігри через афілійовані посилання, і отримувати комісійну винагороду за продажі, здійснені за допомогою цих посилань.

Кількість глядачів стрімів в середньому може значно коливатися в залежності від багатьох факторів, таких як платформа для стрімінгу, жанр вмісту, популярність конкретного стрімера та час доби. Проте в цілому, стріми мають широку аудиторію та мільйони глядачів по всьому світу. Платформи для стрімінгу, такі як Twitch, YouTube Gaming, Facebook Gaming, мають мільйони активних користувачів щодня [38,43]. Найпопулярніші стрімери на цих платформах можуть привертати тисячі, а навіть мільйони глядачів одночасно під час своїх трансляцій. Але слід зазначити, що кількість глядачів на популярних стрімах може дорівнювати або перевищувати кількість глядачів телевізійних каналів у певні моменти. Бо стріми як розважальний контент мають дуже різноманітний зміст і можуть включати в себе кіберспортивні фестивалі, які стали дуже популярними та розповсюдженими. Ці заходи об'єднують гравців, глядачів, команди для святкування та відзначення кіберспортивних подій. Декілька прикладів таких фестивалів і огляд того, як вони організовуються:

- BlizzCon: Організований компанією Blizzard Entertainment, BlizzCon є одним із найвідоміших кіберспортивних фестивалів, це – щорічний фестиваль, який є однією з найбільших ігрових компаній в світі. Цей фестиваль присвячений іграм і продуктам Blizzard, таким як World of Warcraft, Overwatch, Hearthstone, Diablo, StarCraft та інші [33]. Під час BlizzCon Blizzard представляє нові відомості та оголошення стосовно своїх ігор та доповнень. Гравці можуть дізнатися про майбутні оновлення та контент, який буде доступний в іграх. BlizzCon включає в

себе професійні турніри з різних ігор Blizzard, де команди та гравці змагаються за призові місця та славу. Фестиваль включає в себе живі виступи від відомих музикантів та виступи спікерів, які розповідають про створення ігор та розробку. BlizzCon надає можливість фанам дізнатися більше про свої улюблені ігри через панельні обговорення та лекції з розробниками. Фестиваль також включає виставки, де гравці можуть дізнатися більше про гідні продукти та сувеніри [15].

- The International (TI): TI – це щорічний турнір з Dota 2, організований компанією Valve. Цей турнір має найбільший призовий фонд серед всіх кіберспортивних заходів. Під час TI відбувається фестивальна програма з різними подіями, включаючи концерти та прямі стріми на Twitch [17; 38].
- DreamHack: DreamHack – це серія кіберспортивних фестивалів, які проходять у різних містах світу. Ці фестивалі включають в себе турніри з різних ігор, конкурси, виступи гуртів і багато іншого. Прямі трансляції фестивалів DreamHack доступні для глядачів онлайн [14; 19].
- IEM Katowice: IEM (Intel Extreme Masters) – це серія кіберспортивних турнірів, організованих компанією ESL. Турнір в Катовіце, Польща, вважається найбільшим у цій серії та має вражаючу сцену та програму з музичними виступами. Трансляція IEM Katowice також доступна онлайн [8].

Організація цих фестивалів вимагає співпраці з багатьма партнерами, спонсорами, медіа-платформами та командами. Професійне обладнання для стрімінгу, коментатори та команда для ведення трансляції грають важливу роль у забезпеченні якісного контенту. Також важливо мати добре підготовлену програму подій та комфортне середовище для гостей та глядачів на місці проведення фестивалю. Але у світі кіберспорту важливо не лише вміти організувати заходи, але також вирощувати нових кіберспортсменів, діяльність яких призводить до захоплення та

зацікавлення людей по всьому світу. Виховання та розвиток молодих гравців є важливим елементом кіберспортивної індустрії, оскільки це сприяє зміцненню спортивних команд, підвищенню рівня конкурентоспроможності та сприяє росту популярності кіберспорту у всьому світі. Такі молоді таланти стають прикладом для інших та надихають нових гравців до досягнень у цій захоплюючій галузі спорту. Кіберспортивні школи та організації є важливою складовою кіберспортивної екосистеми та геймерської спільноти. Вони надають можливість гравцям отримувати професійну підготовку, підвищувати свої навички та брати участь у змаганнях.

Кіберспортивні школи можуть бути комерційними або не комерційними. Комерційні школи надають платні послуги, які можуть включати в себе розширені навчальні програми, тренування з відомими гравцями та доступ до спеціалізованого обладнання [37]. З іншого боку, існують безкоштовні кіберспортивні програми, які пропонують курси зі спеціальних навичок, тренування для команд та теоретичні заняття. Крім шкіл, існують кіберспортивні організації. Некомерційні організації спонсорують та підтримують як професійні, так і аматорські кіберспортивні команди, надаючи фінансову підтримку, доступ до тренувань та можливість участі в турнірах [41]. Професійні команди кіберспорту, навпаки, є комерційними організаціями, спрямованими на виступи в турнірах та заробіток. Вони можуть мати контракти з гравцями, спонсорами та головними партнерами. Також, організатори турнірів, які включають ESL, DreamHack, Riot Games (для League of Legends) та інші, відповідають за проведення професійних кіберспортивних змагань [24]. Вони організовують та спонсорують турніри, що сприяє розцвіту кіберспорту. Кіберспортивні школи та організації відіграють важливу роль у підтримці розвитку кіберспорту та підготовці молодих гравців, допомагаючи їм розвивати навички та покращувати спортивну етику для подальшого

успіху [37]. Взагалі, використання відеоігор може бути застосовано не тільки з точки зору кіберспорту, а ще для вивчення історії, відеоігри є ефективним інструментом, який допомагає зрозуміти та запам'ятати історичні події та історичних діячів. Деякі історичні відеоігри базуються на реальних подіях, таких як Друга світова війна, Середньовіччя, Давній Єгипет і так далі. Це дає можливість пережити історичні події з персональної перспективи гравця, відеоігри, такі як «Civilization» або «Europa Universalis», дозволяють гравцеві керувати країною або цивілізацією протягом певного історичного періоду. Це дозволяє гравцю досліджувати історичні процеси, взаємодіяти з історичними діячами та керувати подіями, що впливають на історію. Гравець може відчувати себе як герой, який живе в цьому періоді і досліджує світ за межами підручників. Це може спонукати гравця до самостійного вивчення історії та додаткових досліджень. Важливо зазначити, що використання відеоігор для вивчення історії повинно бути доповнене іншими джерелами інформації, такими як підручники, статті та академічні дослідження. Однак, відеоігри можуть бути захопливою і цікавою формою навчання, яка зацікавить інтереси учнів та студентів. Як приклад можна навести статтю «The Interactive Museum: Video Games as History Lessons through Lore and Affective Design» в якій автор розглядає використання відеоігор у музейних експозиціях як інструмент для вивчення історії за допомогою уявного світу гри та емоційного дизайну [39]. У статті автор розглядає які відеоігри можуть бути використані для ефективного передавання історичних фактів і подій, а також для спонукання глядачів до емоційного сприйняття історії. Він вказує на те, що в інтерактивних музеях глядачі мають можливість більш активно взаємодіяти з виставками та отримувати більш особистий досвід, ніж у звичайних музейних приміщеннях. Один із прикладів, що наводить автор, – використання відеоігор у музеї Голокосту. Він зазначає, що граючи у відповідну відеоігру, глядачі можуть краще усвідомити жахи, які

переживали люди в таборах смерті, і побачити цю історію з більш глибокого й емоційного ракурсу. Далі автор звертає увагу на значення «лору» відеоігор. Він стверджує, що розгорнута в ігровому світі історія може стати основою для вивчення реальної історії та стимулювати інтерес глядачів до деталей та контексту подій. Використовуючи лор відеоігри, музей може створювати навчальні експозиції, які сприяють продуктивному навчанню і збагачують досвід глядачів. В заключенні автор статті підкреслює, наскільки важливим є створення музейних виставок, які зацікавлюють сучасних глядачів та залучають їх до вивчення історії. Він закликає музеї до використання потужності відеоігор для створення незабутніх та ефективних навчальних досвідів.

Висновки до РОЗДІЛУ 1.

Кіберспорт є не від'ємною частиною сучасного світу, а від того і туризму, люди із всього світу збираються разом для того, щоб спостерігати, як формується історія нового віртуального виду спорту. Цей вид спорту молодий, але вже б'є всі можливі рекорди, як по зростанню аудиторії, так і за кількістю прибутку від нього. Кіберспорт став взірцем для мільйонів людей, які готові посвячувати своє життя цьому захоплюючому ділу. Основним фактором, що сприяє включенню кіберспорту в туристичну сферу, є його глобальна природа. Турніри та чемпіонати проводяться у різних куточках світу, створюючи унікальну можливість для шанувальників подорожувати та відвідувати заходи, які їх цікавлять. Популярність кіберспорту вже виганяє кількість туристів, які обирають подорожі саме через ексклюзивні події цього спортивного напрямку. Окрім того, кіберспорт об'єднує людей незалежно від їхньої національності, мови чи культури. Така глобальна спільнота стає своєрідним новим сполученням між різними країнами та континентами, стимулюючи культурний обмін і взаєморозуміння між гравцями. За останні роки кіберспорт визнаний не

лише як розважальна галузь, але й як серйозний вид спорту з великою фан-базою, та сервісами. Ця еволюція створює підґрунтя для подальшого росту кіберспорту в туризмі. Люди будуть все частіше обирати подорожі, щоб особисто відчувати атмосферу напружених боїв і стрімкого розвитку цього захоплюючого виду спорту. Таким чином, можна впевнено стверджувати, що кіберспорт не лише зайняв своє місце в туристичній сфері, але й має всі шанси стати однією з ключових привабливостей для подорожуючих у майбутньому.

РОЗДІЛ 2. ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У КІБЕРСПОРТИВНОМУ ТУРИЗМІ В УКРАЇНІ

2.1. Загальна характеристика та особливості розвитку підприємницької діяльності в кіберспорті в Україні.

До повномасштабного вторгнення росії в Україну, підприємницька діяльність в Україні відзначалась значним розвитком та різноманітністю. Україна є країною, де існують умови для розвитку бізнесу, але також має багато нюансів та ключових аспектів підприємницької діяльності, серед них є як плюси так і мінуси. Незважаючи на ці особливості, підприємницька діяльність у кіберспорті в Україні має великий потенціал [3]. У міру розвитку галузі, ці особливості будуть поступово долатися, що призведе до зростання попиту на послуги та товари для кіберспорту.

Кіберспорт не зміг оминати нас, бо цей вид спорту розвивається дуже швидко по всьому світу. Це відбувається завдяки законодавчій підтримці держави, на бізнес-рівні та підтримці суспільства. Кіберспорт як і будь-який вид спорту має велике значення для суспільства, а отже має стрімкий розвиток вже зараз, та буде мати в найближчі десять років, і наша держава може стати однією з провідних у ігровій індустрії. В Україні вже визнали кіберспорт офіційним видом спорту, а це є важливим кроком на шляху для вдосконалення цієї розважальної сфери людської діяльності, яка здатна впроваджувати зміни в суспільстві [4]. До війни в Україні проводилась велика кількість всесвітньо відомих кіберспортивних змагань які висвітлювались WePlay Espots по Dota 2 та CS:GO [40; 41; 17]. До повномасштабного вторгнення ці змагання збирали велику кількість прихильників з усього світу, люди приїжджали до нашої країни щоб подивитись виступи улюблених команд. В Україні є велика кількість власних команд, які базуються в різних куточках нашої держави, та прославляють нашу країну по всьому світу. Але є одна команда яку знають

гравці усього світу, це – Natus Vincere (NaVi), «Народжені перемагати» . Natus Vincere – українська кіберспортивна організація, яка є однією з найуспішніших у світі. Компанія була заснована в 2009 році і за цей час завоювала понад 200 перемог на різних турнірах, вигравши призи на загальну суму понад 30 мільйонів доларів. NAVI має командиз різних ігор, включаючи Counter-Strike: Global Offensive, Dota 2, League of Legends, PUBG, Valorant, Brawl Stars, Clash of Clans, Rocket League та Halo Infinite [16; 24; 30]. Команда NAVI з Counter-Strike: Global Offensive є однією з найуспішніших у світі, вигравши 10 мейджорів, більше, ніж будь-яка інша команда [2]. Команда NAVI з Dota 2 також є однією з найуспішніших у світі, вигравши The International 2011 року, найбільший турнір з Dota 2 у світі [5]. NAVI є однією з найпопулярніших кіберспортивних організацій у світі.

Компанія має понад 10 мільйонів підписників у соціальних мережах і є партнером таких компаній, як Intel, Logitech, ASUS та інші. NAVI відіграє важливу роль у розвитку кіберспорту в Україні.

Компанія сприяє популяризації кіберспорту в Україні, а також створює можливість для молодих кіберспортсменів. NAVI під час війни в Україні продовжить свою діяльність, але зосередиться на гуманітарних заходах та підтримці Збройних Сил України. Компанія вже зробила ряд пожертв на підтримку України, а також надала допомогу своїм співробітникам та їхнім сім'ям. NAVI також запустила кампанію зі збору коштів для допомоги постраждалим від війни [2; 26]. Ось деякі конкретні заходи, які NAVI вживає під час війни:

- Надає гуманітарну допомогу постраждалим від війни. Компанія жертвує кошти, продукти харчування, одяг та інші необхідні товари.
- Підтримує Збройні Сили України. Компанія надає гроші, обладнання, та автомобілі.

– Надає допомогу своїм співробітникам та їхнім сім'ям. Компанія надає фінансову допомогу, житло, медичну допомогу або інші види допомог.

Компанія NAVI є однією з найуспішніших кіберспортивних організацій у світі, яка на своєму прикладі доводить наскільки може бути корисною кіберспортивна організація, не лише для іміджу країни, але і на практиці. Компанія має значні ресурси, які вона використовує для допомоги Україні під час війни. Але, все це було б не можливо без підтримки з боку держави [2; 6].

По-перше, Україна має відносно просту процедуру реєстрації бізнесу, існують різні форми підприємницької діяльності, такі як індивідуальне підприємництво, Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), акціонерне товариство (АТ) та інші. Також для спрощення процедури реєстрації бізнесу в Україні, був створений додаток на смартфони під назвою «Дія», який надає можливість виконувати адміністративні послуги онлайн [1]. В цьому додатку, залежно від типу підприємства, можливо вирішувати різні питання пов'язані із бізнес структурами та державними службами. Цей застосунок дуже легкий для використання, в декілька кліків можливо реєструвати новий бізнес, закрити старий та сплатити податки. Щодо податкової системи, Україна має різні податки для бізнесу, включаючи податок на прибуток, ПДВ, акцизний податок тощо. Для спрощення оподаткування для малих підприємств існує система спрощеної системи оподаткування. Звільнення від сплати податків може стосуватися певних видів благодійної та гуманітарної діяльності, особливих проєктів, пов'язаних з оборонною справою, тощо. Деякі з цих пільг зараз встановлені тимчасово на період війни.

По-друге, Україна має розвинену фінансову систему, вона включає в себе різноманітні фінансові установи, зокрема банки, страхові компанії, інвестиційні фонди, пенсійні фонди, фондовий ринок та інші фінансові посередники. Банки є однією з найважливіших частин цієї системи.

Національний банк України є центральним банком країни і відповідає за формування та реалізацію грошової політики. Він також регулює банківську систему, випускає грошові одиниці та веде резервні операції. Комерційні банки в Україні поділяються на декілька категорій, включаючи універсальні банки, спеціалізовані банки та банки з іноземними капіталовкладеннями. Універсальні банки надають повний спектр фінансових послуг, включаючи рахунки, кредити, депозити, інвестиційні послуги тощо. Комерційні банки з іноземним капіталом, це банки, у яких іноземні інвестори мають значний внесок в капітал банку. Вони надають схожі фінансові послуги, але часто спеціалізуються на обслуговуванні клієнтів з іноземними фінансовими потребами. Також є велика кількість спеціалізованих банків, які спеціалізуються на певних видах фінансових послуг, таких як аграрний, іпотечний, експортно-імпортний банки тощо. Регіональні банки в Україні мають філії та відділення в різних регіонах країни. Вони надають місцеві фінансові послуги та підтримують регіональний розвиток. Проте доступ до фінансування може бути складним завданням для деяких підприємців, особливо для малих підприємств. Тому для цього в Україні є банки для малих та середніх підприємств, вони спеціалізуються на обслуговуванні малих та середніх підприємств, надаючи їм спеціальні кредитні умови та послуги для розвитку бізнесу. Взагалі можна сказати, що фінансова система України є складною та розвинутою, і банки в її складі грають важливу роль у підтримці фінансової стабільності, кредитуванні бізнесу та індивідів, а також в інших аспектах економіки країни [12].

По-третє, Україна має велику робочу силу, що робить її привабливою для компаній, що шукають дешеву робочу силу. Однак проблеми з низькими зарплатами та дефіцитом кваліфікованих працівників можуть стати викликами, особливо під час війни, коли велика кількість людей покинули країну, або пішли її захищати. Також не можливо забути про

рівень бюрократії та корупції в країні. Бюрократичні процедури та корупція дуже сильно ускладнюють підприємницьку діяльність в Україні. Постійно проводяться спроби реформувати систему для полегшення бізнесу та боротьби з корупцією, прикладом такої праці є додаток «Дія» про який я писав раніше [1]. Взагалі Україна має потенціал для розвитку підприємництва, але існують певні виклики та ризики, які підприємцям варто враховувати. Для успішної підприємницької діяльності в Україні важливо бути озброєними необхідними знаннями та ресурсами, а також слідкувати за змінами в законодавстві та бізнес-середовищі. Підприємницька діяльність в кібертуризмі в Україні має свої особливості через специфіку цієї галузі та через її сучасні тенденції. Здебільшого ця діяльність використовує онлайн-платформи та інтернет-ресурси, більшість кібертуристичних підприємств базують свою діяльність на веб-сайтах і мобільних додатках, де клієнти можуть замовити подорожі, готелі, екскурсії та інші послуги пов'язані із кібертуризмом та івентами. Розвиток та ефективне управління такими онлайн-ресурсами є ключовим для успіху в цій галузі. Для цього успішні підприємства України в кібертуризмі активно використовують цифровий маркетинг, включаючи соціальні мережі, пошукову оптимізацію (SEO), контекстну рекламу та штучний інтелект, віртуальна реальність та інші, допомагають підприємствам покращувати якість послуг та залучати більше нових клієнтів. Такі дії можливі завдяки тому що кібертуризм є дуже різноманітним, як і вся кіберспортивна індустрія в цілому. Кіберспорт і туризм це дуже вдале поєднання яке може продати клієнту будьякий товар чи послугу, бо гравців, які цікавляться подорожами та відвідуванням івентів і змагань у світі дуже багато. Найбільш поширенішими видами послуг є:

- Організація геймерських турнірів та змагань [41]. Такі послуги надають підприємства щоб допомогти гравцям брати участь у міжнародних геймерських змаганнях, відстежувати розклад і реєструватися на

турніри. Такі послуги передбачають відвідування великих геймерських івентів, такі як E3, Gamescom, PAX, ESL One, або світові фінали чемпіонатів з відеоігор (наприклад, League of Legends Worlds) [24]. До таких послуг входять так звані «пакети», які включають в себе квитки на івенти, бронювання готелів, транспорт і можливість відвідати місцеві геймерські споти, кафе та магазини, шоуруми та афтограф зони із зірками. Також до цього виду входить і організація фестивалей, де турист може взяти участь у турнірах, зустрічах з відомими геймерами і багато інших розвагах.

- Відвідування студій і розробників ігор. Компанія займається організацією екскурсії у студії розробників відеоігор, що є цікавою та захопливою послугою для гравців, де вони можуть побачити, як створюються їхні улюблені ігри. Здебільшого пакети таких послуг дуже різні, бо екскурсії різняться для різних категорій гравців та компаній які роблять відео ігри. Кожна екскурсія є результатом плідної співпраці компанії яка продає таку послугу і розробниками, задача полягає в тому щоб підготувати цікаву та інформативну програму для гостей яка обов'язково має включати відвідування студії, демонстрацію розробки гри, бесіди з командою розробників тощо.
- Підтримка під час подорожі. Надання послуг бронювання готелів, перевезення, допомога з документами, рекомендації щодо розваг. Ці послуги є дуже потрібними для людей які не хочуть витратити свій час на волокіту із документами, а хочуть одразу поринути у подорож, і вже самостійно і одразу вивчати кіберспортивні івенти.
- Віртуальні ігрові заняття та навчання [39]. Такі послуги допомагають гравцям покращувати свої навички в відео іграх, організовуючи віртуальні заняття з професійними геймерами. Такі люди є експертами в конкретних іграх, вони є постійними гравцями різних кіберспортивних команд, ці люди заробляють собі на життя саме тим що віграють світові

турніри із відео ігор. Заняття можуть як Індивідуальні так і групові. Підчас таких уроків гравці можуть отримати персоналізовані рекомендації і поради з покращення своїх навичок, що допоможе покращити навички в конкретних областях, таких як стратегія, стрільба, будівництво тощо, тим самим мотивуючи гравця брати участь в міжнародних турнірах і подорожувати задля участі.

Масштабні ігрові івенти створюють різні компанії, як великі, так і невеликі. Серед найбільших компаній, які спеціалізуються на організації ігрових заходів, можна виділити такі:

- ESL – німецька компанія, яка є одним із найбільших організаторів ігрових змагань у світі. ESL проводить турніри різних ігор, включаючи Counter-Strike: Global Offensive, Dota 2, League of Legends та інші [16; 24].
- DreamHack – шведська компанія, яка також є одним із найбільших організаторів ігрових змагань у світі. DreamHack проводить турніри з різних ігор, а також фестивалі, які включають концерти, конкурси та інші заходи [14; 18].
- Riot Games – американська компанія, яка є розробником і видавцем гри League of Legends. Riot Games проводить щорічний чемпіонат світу з League of Legends [24].
- Valve – американська компанія, яка є розробником і видавцем гри Dota 2. Valve проводить щорічний чемпіонат світу з Dota 2, який також є одним із найбільших ігрових заходів у світі.
- Blizzard Entertainment – американська компанія, яка є розробником і видавцем таких ігор, як World of Warcraft, Overwatch та Hearthstone. Blizzard Entertainment проводить щорічний чемпіонат світу з World of Warcraft [15].

Крім цих великих компаній, масштабні ігрові івенти також створюють невеликі компанії, які спеціалізуються на організації спеціальних заходів для певних ігор або для певної аудиторії. Наприклад,

компанія Major League Gaming (MLG) спеціалізується на організації турнірів з ігор, які популярні в Північній Америці, а компанія Beyond the Summit (BTS) спеціалізується на організації турнірів з ігор, які популярні в Азії. Масштабні ігрові івенти можуть мати різні формати. Вони можуть бути як одноденними, так і багатоденними. Вони можуть проходити як в онлайн-форматі, так і в офлайн-форматі. Івенти є важливим фактором у розвитку кіберспорту. Вони сприяють популяризації кіберспорту, збільшують аудиторію кіберспорту та створюють нові можливості для кіберспортсменів та інших учасників кіберспортивної індустрії [3]. Всі ці послуги вже допомагають гравцям поєднати свою пристрасть до відеоігор і бажання подорожувати на івенти та змагання у галузі геймінгу. При цьому забезпечують якісне планування та організацію подорожей, щоб гравці могли максимально насолоджуватися. Для збору інформації було проведено опитування серед 100 учасників кіберспортивних подій, які також можуть бути потенційними туристами. Ці особи були взяті із онлайн відеоігор та спільнот гравців з Discord. Збір даних включав в себе використання онлайн-опитувальника, доступного протягом двох місяців, що сприяло більш глибокому аналізу думок гравців, потенційних туристів. Основні результати показали що, існує чотири ключові показники, які впливають на імідж країни та та місце проведення заходу. До них входить компетентність персоналу, атмосфера події, рівень гостинності та позитивні емоції, пов'язані з участю в події в особистому присутності і ці фактори повинні бути ретельно враховані при створенні насиченого кіберспортивного досвіду для інтеграції в туристичне сериовище України. Важливо, що опитані висловили бажання повернутися в місто, країну у майбутньому. Взагалі, за останні кілька років різні компанії та інститути збирають дані про ігри та кіберспорт, але послідовний аналіз ринку виявляється складним через кілька причин.

По-перше, часто бракує надійної інформації, оскільки багато зацікавлених сторін в індустрії кіберспорту тримають свої цифри в суворій таємниці з причин конкуренції. Крім того, доступність даних сильно різниться від країни до країни. Наприклад, бракує представницьких загальноєвропейських опитувань та порівнянь. Більше того, мізерне державне фінансування багатьох країн, незалежно від того, чи вирішуєте ви враховувати його чи виключати, не каталогізується централізовано. В результаті багато показників потрібно, або взагалі не брати до уваги, або переоцінювати.

Крім того, кожна установа, яка збирає дані в цих областях, ґрунтується на своєму визначенні кіберспорту та предмета інтересу. Деякі визначення є дуже вузькими і стосуються лише подієвої сторони, тоді як інші є ширшими. Ситуація посилюється тим, що кіберспорт, як частина ігрової індустрії, не можна просто розглядати в ізоляції. Навіть доходи видавців від кіберспорту не можна легко відокремити від інших, неконкурентних доходів від ігор видавця. В результаті деякі установи не включають певних зацікавлених сторін у свої розрахунки. Інші потоки доходів, наприклад, дохід від створення контенту, NFT тощо, взагалі не відображаються в даних. NFT – це унікальні цифрові активи, які неможливо замінити іншими. Вони зазвичай використовуються для представлення цифрового мистецтва, відео, музики та інших творів. NFT зберігаються на блокчейні, що забезпечує їхню унікальність та автентичність. NFT можна придбати на спеціальних маркетплейсах, таких як OpenSea або Rarible. Ціни на NFT можуть варіюватися від декількох доларів до мільйонів. NFT стали популярними в останні роки, оскільки вони пропонують новий спосіб власності на цифрові активи. NFT також можуть використовуватися для створення нових форм цифрового мистецтва та розваг.

Крім того, деякі компанії оцінюють кіберспорт як одну галузь, тоді як інші оцінюють його на основі окремих назв кіберспорту. Більше того, деякі

установи використовують показники, взяті з традиційного спорту. Однак кіберспорт є самостійним явищем, навіть з точки зору його розвитку. Як приклад хочу навести українську медіа компанію Maincast, яка спеціалізується на виробництві та трансляції кіберспортивного контенту. Компанія була заснована у 2018 році Віталієм Волочаєм, Андрієм Григор'євим та Дмитром Орловським, та стала відома на весь світ. Ця компанія сплачує податки в бюджет країни, допомагає армії, та проводить прямі трансляції кіберспортивних івентів. У перші роки свого існування Maincast швидко зростала. Компанія отримала права на трансляцію кількох провідних кіберспортивних турнірів, включаючи The International, Dota 2 Majors та CS:GO Majors. Maincast також стала однією з найпопулярніших кіберспортивних студій у світі, зібравши мільйони глядачів на своїх трансляціях. За 2020 рік, компанія змогла заробити 10 320 700 грн, в 2021 році цей прибуток збільшився до 14 793 500 грн. По прогнозам прибуток у 2022 році мав бути ще вище, але, російське вторгнення в Україну у 2022 році призвело до серйозних потрясінь для Maincast. Компанія була вимушена призупинити роботу своєї студії в Києві та перенести свої операції за кордон. Maincast також зіткнулася зі значним падінням доходів, оскільки війна негативно вплинула на ринок кіберспорту в Україні. Незважаючи на ці виклики, Maincast продовжує працювати та підтримувати український кіберспорт. Компанія взяла на себе відповідальність за трансляцію благодійного телемарафону «Save Ukraine – Stop War», який зібрав понад 100 мільйонів доларів для допомоги Україні. Maincast також продовжують підтримувати українську кіберспортивну спільноту, надаючи фінансову та моральну допомогу. У 2023 році Maincast розпочала новий етап розвитку. Компанія оголосила про відкриття нової студії в Києві та про плани розширити свою присутність у Європі та Азії. Maincast також заявила про намір продовжувати підтримувати український кіберспорт та допомагати Україні в її боротьбі за свободу. Через Російське вторгнення,

прибуток компанії в 2022 році склав 8 723 300 грн, що майже в півтора рази менше аніж у 2021 році. Але не дивлячись на це, в 2023 році, Maincast регулярно проводить благодійні акції та збирає кошти для підтримки Збройних Сил України. Велику кількість коштів компанія використовує для закупівлі зброї, обладнання та медикаментів для українських військових. Maincast також надає військовим матеріальну допомогу, включаючи бронезилети, каски, аптечки та інші необхідні речі [11,26]. Компанія також допомагає військовим із відновленням їхнього житла, яке було пошкоджено або зруйноване внаслідок війни. Ось деякі конкретні приклади того, як Maincast допомагає військовим:

- У 2022 році Maincast пожертвувала 10 мільйонів гривень для закупівлі бронезилетів для українських військових.
- Компанія також надала військовим 1000 касок та 500 аптечок.
- Maincast допомогла відновити житло для 100 українських військових, які втратили свої домівки внаслідок війни.
- Компанія також надає військовим психологічну допомогу через свій проект «Cyberhelp».
- Maincast співпрацює з міжнародними ЗМІ, щоб поширювати інформацію про війну в Україні.

Окрім цього, як будь-яка юридична особа, що працює в Україні, Maincast сплачує податки до бюджету країни. Компанія сплачує податки на прибуток, податки на додану вартість (ПДВ), податки на доходи фізичних осіб (ПДФО) та інші податки та збори. Сума податків, які сплачує Maincast, залежить від її доходів і витрат. У 2022 році компанія сплатила в бюджет України понад 100 мільйонів гривень податків. Maincast є відповідальною компанією, яка сплачує всі податки, які передбачені законодавством України. Кіберспортивні компанії, такі як Maincast, грають важливу роль у розвитку кіберспорту в Україні [11]. Вони створюють контент, який популяризує кіберспорт серед широкої аудиторії, і допомагають

створювати можливості для молодих людей, які хочуть зробити кар'єру в кіберспорті. Кіберспортивні компанії також сплачують податки до бюджету України, що сприяє розвитку економіки країни. Тому важливо підтримувати і розвивати кіберспортивний бізнес в Україні в усіх напрямках, будь-то медіа, кіберспортивні компанії і так далі. За підтримки держави і громадськості кіберспорт має всі шанси стати однією з найбільших галузей економіки України [12].

2.2. Загальна характеристика фірми PlayCarry.com.

PlayCarry – це компанія, яка допомагає грацям покращити свої навички в онлайн іграх. Такі послуги підвищують інтерес до відео ігор, кіберспорту та культури геймінгу в цілому [29]. Компанія надає гравцям доступ до знань, навичок та досвіду професійних гравців і тренерів різних команд світу. Отримані знання допомагають покращити свою гру, досягти вищих рангів і рейтингів в кіберспорті. Компанія також проводить освітні кампанії, які спрямовані на підвищення обізнаності про відеоігри та кіберспорт, а також допомагає популяризувати кіберспорт як професійний вид спорту та форму розваг, через співпрацю з кіберспортивними організаціями, щоб розвивати кіберспортивну індустрію. Компанія допомагає кіберспортивним організаціям організувати змагання, залучати спонсорів та розвивати свою аудиторію. Завдяки цьому відеоігри стають все більш популярними та соціально прийнятими. Кіберспорт стає все більш професійним та організованим, а культура геймінгу в цілому розвивається та збагачується. Компанія була заснована у 2019 році в Харкові, але наразі має штаб-квартиру в Лондоні через початок широкомасштабних військових дій у 2022 році. За сучасними мірками, компаніє є невеличкою, персонал налічує всього 11 осіб, зокрема:

– 2 програмісти: розробляють та підтримують програмне забезпечення компанії, яке допомагає гравцям навчатися та тренуватися. Виправляють

помилки та вдосконалюють існуюче програмне забезпечення, та підтримують програмне забезпечення, щоб воно працювало безперебійно.

– Піар менеджер: відповідає за просування компанії та її послуг. Організовує прес-конференції та інші заходи, щоб підвищити обізнаність про компанію.

– 3 менеджери по роботі з клієнтами: надають підтримку клієнтам компанії та допомагають їм вибрати та отримати доступ до послуг компанії. Відповідають на запитання клієнтів щодо послуг компанії. Надають допомогу клієнтам у виборі та отриманні доступу до послуг, та розв'язують проблеми клієнтів.

– Менеджер по роботі із бустерами: відповідає за співпрацю з бустерами, які допомагають гравцям досягти вищих рейтингів. Він шукає та відбирає бустерів, які відповідають стандартам компанії. Надає підтримку бустерам у роботі з клієнтами і забезпечує дотримання бустерами правил компанії.

– Івент-менеджер: відповідає за організацію та проведення кіберспортивних заходів та турнірів.

– Контент-менеджмен: створює контент для компанії, який популяризує відеоігри та кіберспорт.

– SEO: відповідає за просування веб-сайту компанії в пошукових системах. Створює та просуває контент, який допомагає підвищити рейтинг веб-сайту в пошукових системах.

– Бухгалтер: засновник компанії, відповідає за фінансові операції компанії.

Команда працює для того, щоб підготувати гравців до професійної кар'єри в кіберспорті, допомогти гравцям досягти певного рівня майстерності або рейтингу, надаючи свої послуги в таких іграх, як: LoL, Counter-Strike, Dota 2, Valorant, RainbowSixSiege, Fortnite, CallofDuty:

Warzone, PUBG [16; 24; 30; 32]. Ці ігри є одними з найпопулярніших у світі, і мають велику професійну кіберспортивну сцену. Компанія навчає основам гри, стратегії, тактики, психології та інших аспектів, необхідних для успіху. Такі дії підвищують зацікавленість, та популяризують кіберспорт, допомагають залучати нових гравців і глядачів. Для цього використовується кіберспортивна програма навчання, яка складається з комплекс заходів, спрямованих на підвищення майстерності гравців у відеоіграх [39]. Програма включає в себе індивідуальне онлайн заняття, на яких визначаються, аналізуються та розбираються основи гри, такі як керування, геймплей, персонажі, карти та інші аспекти. Проводиться аналіз всіх можливих стратегій і тактик, вивчення необхідних для успіху в грі, та принципи їх застосування. Також, значна увага приділяється психології кіберспорту, вивчення психологічних аспектів кіберспорту, таких як мотивація, стрес-менеджмент. Розвиток цієї галузі є дуже популярним та приносить постійно зростаючий прибуток. З 1 січня по 7 грудня, компанія заробила один мільйон і двісті тисяч долларів США. Наприклад: «Рисунок

1.1 – Прибуток компанії PlayCarry.com за 12 місяців».

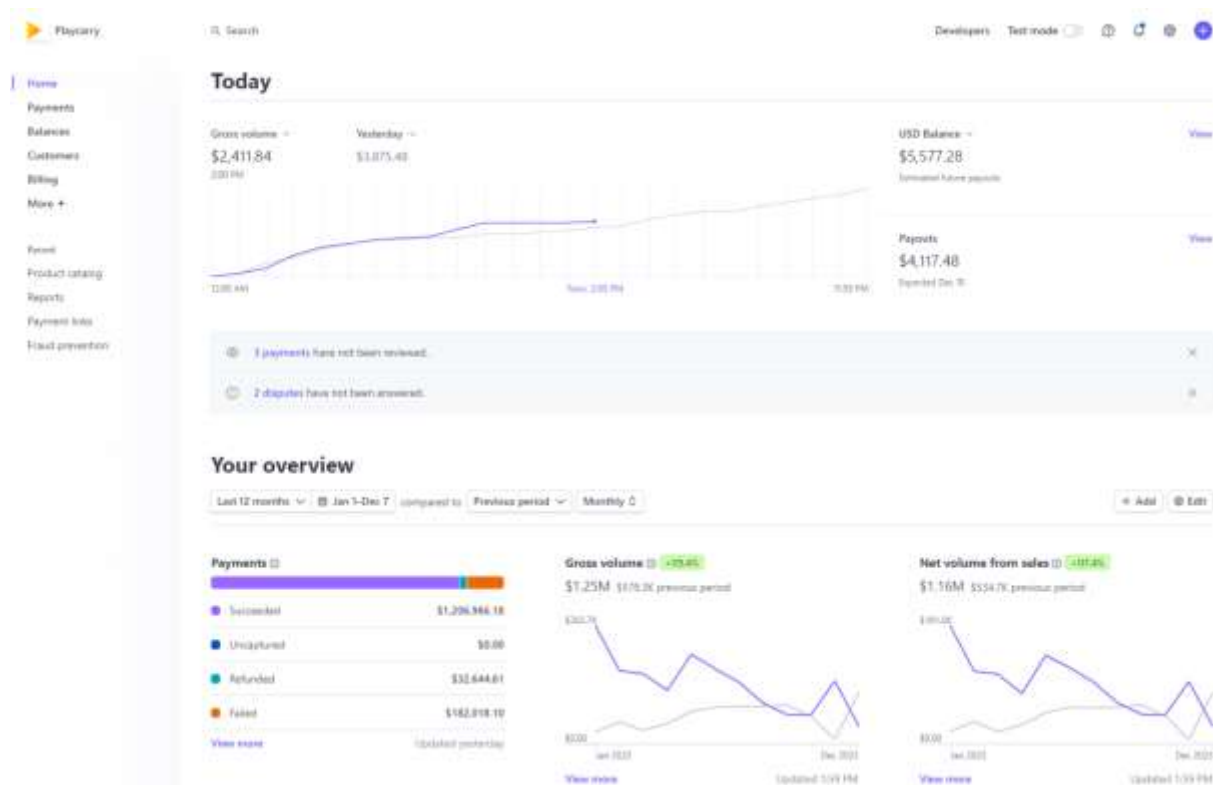


Рисунок 1.1 – Прибуток компанії PlayCarry.com за 12 місяців

В цілому кожен місяць компанія отримує прибуток в розмірі ста тисяч доларів. Наприклад: «Рисунок 1.2 – Прибуток компанії PlayCarry.com з 3 грудня по 3 січня».

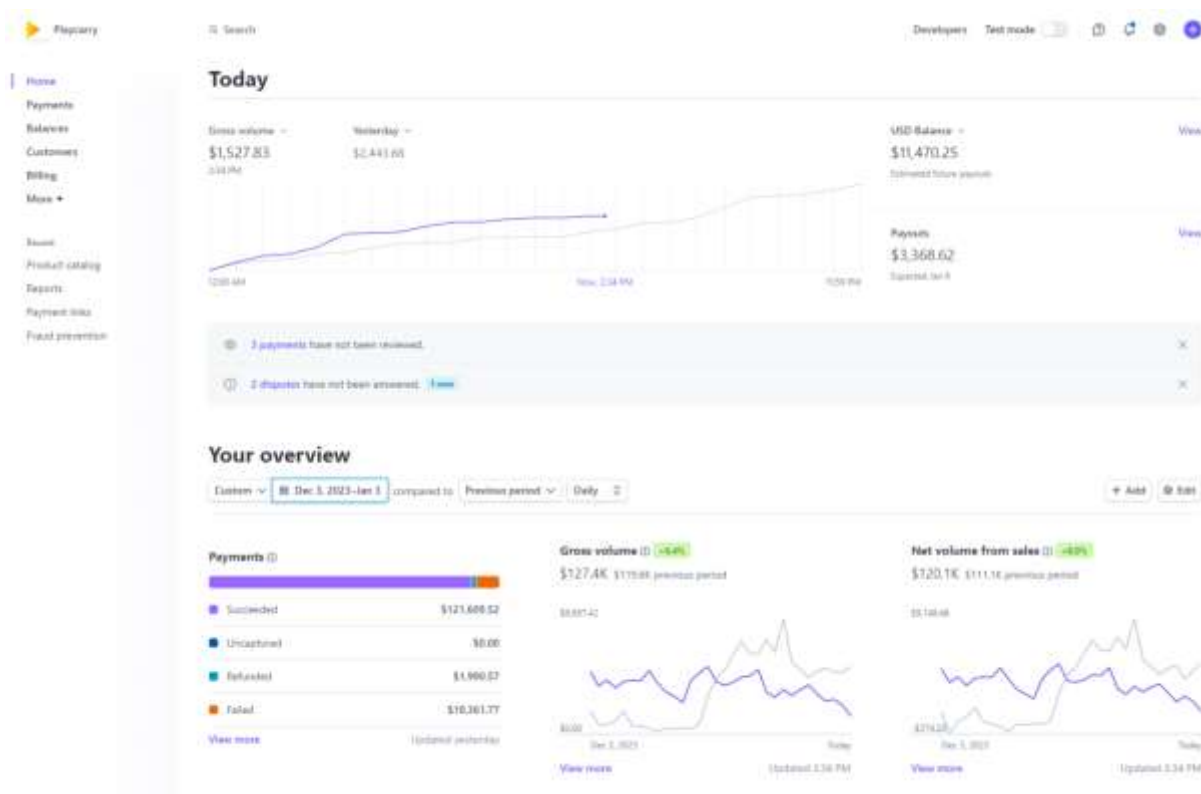


Рисунок 1.2 – Прибуток компанії PlayCarry.com з 3 грудня по 3 січня

Орієнтовно 50% прибутку компанії ідуть на виплати заробітних плат, 19% відсотків ідуть на сплатення податків в Великобританії, інші активи компанії використовуються для потреб у сфері маркетингу, та подальшої реалізації грошей в будь-яких аспектах. Компанія є прикладом невеличкої фірми, яка змогла сформуватись за короткий проміжок часу. Вона швидко зростає і розвивається, і маючи амбітні плани на майбутнє, зокрема – повернутися до України, як тільки це стане можливим. Кіберспорт має великий потенціал для розвитку в Україні, і компанія прагне допомогти розвивати цю галузь. Але кіберспорт в Україні повільно набирає оберти, бо держава не надає кіберспортивній галузі фінансової підтримки, а також не створює сприятливих умов для її розвитку, таких як податкові пільги чи гранти. Також проблемою є те що, в Україні не вистачає спеціалізованих кіберспортивних арен і студій, де можна проводити змагання та трансляції. Це також обмежує розвиток кіберспорту. Взагалі Недостатня співпраця з міжнародними компаніями з розвитку кіберспорту

є ще одним фактором, який гальмує розвиток кіберспорту в Україні. Міжнародні компанії мають значний досвід і ресурси, які можуть бути використані для розвитку кіберспорту в Україні.

2.3. Пропозиції щодо удосконалення державної кіберспортивної підтримки в Україні.

Організація та державна підтримка компаній у сфері кіберспорту та відеоігор у всьому світі значно відрізняється залежно від країни та регіону. Але, у багатьох країнах є концентровані центри для компаній у сфері кібербезпеки та відеоігор, що сприяють співпраці та обміну знаннями, як приклад можна навести: Кремнієву долину в США, Бангалуру в Індії та Монреаль у Канаді. Ці штати, регіони, вони спеціалізуються на конкретних сферах у сфері кіберспорту та ігор. За даними 2023 року, лідерами у галузі відеоігор є США, Китай та Японія. Ці країни мають значний внутрішній ринок і є домом для багатьох великих компаній-розробників ігор, таких як Activision Blizzard, Tencent та Nintendo. США є найбільшим ринком відеоігор у світі, з доходами у 69,3 мільярда доларів у 2022 році [15]. Американська ігрова індустрія відома своїми інноваціями та творчістю, а також своїми масштабними іграми для консолей та персональних комп'ютерів. Китай є другим за величиною ринком відеоігор у світі, з доходами у 58,5 мільярда доларів у 2022 році. Китайська ігрова індустрія швидко зростає, і вона відома своїми популярними мобільними іграми. Японія є третім за величиною ринком відеоігор у світі, з доходами у 29,5 мільярда доларів у 2022 році. Японська ігрова індустрія відома своїми аніме-стилізованими іграми, такими як «Final Fantasy» та «Pokémon». Інші країни, які є важливими гравцями в галузі відеоігор, включають Велику Британію, Німеччину, Корею та Францію [23].

За даними Global Esports Federation, кіберспорт генерує понад 1,1 мільярда доларів доходу від туризму щороку [20]. Цей дохід включає витрати глядачів на проїзд, проживання, харчування та розваги під час відвідування кіберспортивних подій. У 2022 році найбільший дохід від туризму завдяки кіберспорту отримали США, Китай та Японія. США отримали 440 мільйонів доларів доходу від туризму завдяки кіберспорту.

Цей дохід був створений глядачами, які відвідали такі події, як TheInternational 10, LeagueofLegendsWorldChampionship та CallofDutyLeagueChampionship [24; 42]. Китай отримав 320 мільйонів доларів доходу від туризму завдяки кіберспорту. Цей дохід був створений глядачами, які відвідали такі події, як Dota 2 Supermajor, League of Legends Mid-Season Invitational та PUBG Mobile World Championship [24; 30; 42]. Японія отримала 160 мільйонів доларів доходу від туризму завдяки кіберспорту. Цей дохід був створений глядачами, які відвідали такі події, як Capcom Cup, Tekken World Tour Finals та Super Smash Bros. Ultimate Summit [36]. Велика Британія отримала 120 мільйонів доларів доходу від туризму завдяки кіберспорту в 2022 році, а Німеччина отримала 100 мільйонів доларів. Кіберспорт є швидко зростаючою галуззю, і очікується, що дохід від туризму завдяки кіберспорту буде продовжувати зростати [21; 42].

В Україні є все для того щоб розвивати кібеспортивну індустрію, але ми робимо все дуже повільно, бо тільки у 2020 році Міністерство молоді та спорту України визнало кіберспорт офіційним видом спорту. У 2021 році Україна прийняла Закон «Про електронний спорт», який регулює сферу кіберспорту в Україні. Але цього замало, потрібно організувати фінансові стимули, які проваджені в усіх інших країнах, де уряди пропонують різноманітні гранти, податкові пільги та позики для заохочення інновацій та зростання в секторах кібербезпеки та відеоігор [13]. Потрібно інвестувати у будівництво високошвидкісних Інтернет-мереж, залучати міжнародні кібеспортивні організації, Україна повинна розвивати власні продукти та послуги в маркетинговій та ігрових сферах, це допоможе створити нові робочі місця та стимулювати економічне зростання. Уряд країни може зробити багато для розвитку кіберспорту. Ось деякі конкретні заходи, які можна вжити:

- Сприяти створенню сприятливого правового середовища для кіберспорту. Це включає в себе розробку та затвердження законодавчих

актів, які регулюють кіберспортивну діяльність, а також захист прав та інтересів учасників кіберспортивних змагань.

- Надавати фінансову підтримку кіберспортивним організаціям та подіям. Це може бути у вигляді грантів, пільг або інших форм державної допомоги.
- Пропагувати кіберспорт серед молоді та населення країни. Це можна робити через освітні програми, спортивні заходи та інші заходи.

Щодо конкретних тактичних кроків, то можна запропонувати наступні:

- Створити Національний комітет з кіберспорту України. Цей комітет буде відповідальним за розробку та реалізацію державної політики в галузі кіберспорту.
- Створити систему ліцензування кіберспортивних організацій. Це допоможе забезпечити прозорість і відповідальність у кіберспортивній діяльності.
- Впровадити систему оподаткування кіберспортивних доходів. Це допоможе залучити додаткові фінансові ресурси для розвитку кіберспорту.
- Створити національну команду з кіберспорту. Це допоможе підвищити міжнародний престиж України в галузі кіберспорту.

Впровадження цих заходів допоможе Україні стати одним із провідних центрів кіберспорту в Європі та світі.

Ось деякі додаткові заходи, які можна вжити:

- Сприяти розвитку кіберспортивної інфраструктури. Це включає в себе будівництво кіберспортивних арен, створення кіберспортивних навчальних закладів та забезпечення доступу до високошвидкісного інтернету.

- Співпрацювати з міжнародними організаціями з кіберспорту. Це допоможе Україні бути в курсі останніх тенденцій у галузі кіберспорту та брати участь у міжнародних кіберспортивних подіях.

Розвиток кіберспорту є важливим завданням для України. Кіберспорт має потенціал стати потужним драйвером економічного зростання та розвитку країни.

Висновки до РОЗДІЛУ 2.

Кіберспорт забезпечує постійне економічне зростання країн, які проводять змагання, оскільки він має конкурентний аспект і постійно захоплює глядачів. Всі демократичні країни займаються розвитком цієї галузі, постійно створюють, поліпшують та змінюють нормативно-правової бази, які регулюють кіберспортивну діяльність, що допомагає захистити права кіберспортсменів, кіберспортивних організацій та глядачів. Займаються створенням спеціальних кіберспортивних зон що допомагає забезпечити кращі умови для проведення змагань та розвитку кіберспортивної індустрії. Створюють навчальні програми з кіберспорту. І все це потрібно імплементувати в нашу країну, бо за даними дослідження, проведеного Федерацією кіберспорту України у 2023 році, кіберспортом в Україні займається понад 2 мільйони осіб, а кожен сьомий українець є глядачем кіберспортивних турнірів. 2023 році українські команди здобули перемоги на кількох престижних кіберспортивних турнірах, зокрема на чемпіонаті світу з Dota 2 та чемпіонаті світу з Counter-Strike: Global Offensive. Кіберспорт в Україні має великий потенціал для подальшого розвитку. Цей вид спорту є популярним серед молоді, а також є перспективним джерелом доходів для економіки країни. Компанія PlayCarry є одним із прикладів успішного бізнесу в галузі кіберспорту. Компанія пропонує послуги, які допомагають гравцям покращити свої

навички в іграх, що підвищує інтерес до відеоігор, кіберспорту та культури геймінгу в цілому.

Держава має підтримувати такі бізнеси з кількох причин. По-перше, вони сприяють популяризації кіберспорту, що може призвести до зростання кількості гравців і глядачів які відвідують кіберспортивні івенти з всього світу. По-друге, вони створюють робочі місця та підвищують економічне зростання. По-третє, вони допомагають розвивати кіберспортивну індустрію, яка може стати важливим джерелом доходів для країни.

ВИСНОВКИ

Кіберспортивний туризм – явище настільки нове, що його часто не помічають під час класифікацій видів туристичної діяльності. Натомість, популярність і вплив кіберспорту постійно зростають, а разом із цим з'являються нові можливості для подорожей та дозвілля. Кіберспортивний туризм спрямований на гравців, фанатів та інших зацікавлених осіб, які бажають власноруч долучитися до культури кіберспорту та геймінгу. Сучасний світ давно помітив цю стрімку тенденцію і почав активно розвивати та підтримувати кіберспорт у його становленні, що допомогло дуже швидко його популяризувати. А кількість та якість кіберспортивних змагань сприяють стрімкому розвитку кіберспортивного туризму.

Аналіз сучасного стану кіберспорту в Україні та світі дозволив визначити ключові тенденції, проблеми та можливості розвитку цієї галузі. У результаті проведеного дослідження стану кіберспортивного туризму та його взаємодії з туризмом загалом, вдалось розкрити важливі аспекти цього новаторського напрямку. Зазначені принципи кіберспортивного туризму стають фундаментом для розуміння його ролі в сучасному світі та формування стратегій подальшого розвитку.

Аналіз історії становлення кіберспортивної діяльності дозволив виявити виникнення та еволюцію цього явища, визначити ключові етапи та вплив на культуру геймінгу. Опис основних термінів кіберспорту став важливим кроком у систематизації знань про цей вид діяльності, що полегшить спілкування та взаєморозуміння в галузі. Акцент на сучасному стані кіберспорту в Україні та світі визначив реальні виклики та можливості, з якими стикається галузь. З'явилося розуміння важливості розвитку та підтримки цього напрямку, який вже став не лише розважальним, а й серйозним економічним та культурним явищем. Дослідження ринку кіберспортивних-туристичних послуг виявило

перспективи для розвитку нових форм подорожей та взаємодії з геймерською спільнотою.

Сучасні методи надання кіберспортивних послуг в туризмі, такі як геймерські екскурсії та турніри, підкреслили актуальність інновацій у цьому напрямку. Вивчення методів підтримки та розвитку кіберспортивного туризму у світі вказало на різноманіття підходів та важливість державної підтримки для стимулювання цього сегменту.

Аналіз ринку України визначив його потенціал та вплив на розвиток туризму в країні. Запропоновані конкретні заходи для удосконалення державної кіберспортивної підтримки в Україні мають на меті не лише підняти привабливість країни для геймерів, а й створити сприятливі умови для інвестицій та інновацій в цьому секторі. В цілому, кваліфікаційна робота привертає увагу до кіберспортивного туризму та необхідності його комплексного розвитку в Україні, враховуючи сучасні тенденції та міжнародний досвід.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДІА. URL: <https://diia.gov.ua> (дата звернення: 19.10.2023)
2. Історія створення, організації Української кіберспортивної команди Navi. URL: <https://navi.gg/ua/company/history> (дата звернення: 30.12.2023)
3. Крот О. У нас дуже багато кіберспортсменів, які не просто вийшли на світовий рівень, вони – найкращі на світовому рівні. Новини Українського кіберспорту. URL: <https://techiiia.com/ua/news/oleg-krot-u-nas-duzhe-bagato-kibersportsmeniv-yaki-ne-prosto-vijshli-na-svitovij-riven-voni-krashi-na-svitovomu-rivni> (дата звернення: 09.09.2023)
4. Кіберспорт визнали офіційним видом спорту в Україні. Новини Українського кіберспорту. URL: <https://novynarnia.com/2020/09/07/kibersport-vyznaly-oficzijnym-vydom-sportu-v-ukrayini/> (дата звернення: 11.10.2023)
5. Найпотужніший рік для українського кіберспорту. URL: <https://ain.ua/2021/12/29/2021-dlya-kibersportu/> (дата звернення: 17.11.2023)
6. Новини кіберспорту: Simple пожертвував гроші на армію. TRIBUNA.COM URL: <https://ua.tribuna.com/cybersport/1107265159-simple-pozhertvoval-ukraine-pochti-1-million-griven.html> (дата звернення: 27.03.2023)
7. Ринок кіберспорту – статистика та факти URL: <https://www.statista.com/topics/3121/esports-market/#dossierKeyfigures> (дата звернення: 21.11.2023)
8. Світові бренди пішли в кіберспорт — на що чекати! URL: <https://www.epravda.com.ua/projects/techiiia/2020/03/18/658041/> (дата звернення: 07.10.2023)

9. Словник термінів кіберспортсменів.
URL:<https://tsn.ua/cybersport/slovnik-terminiv-kibersportsmena-1715254.html> (дата звернення: 20.09.2023)
10. Спонсорство в кіберспорті: відмінності світового та українського ринків. URL: https://games.24tv.ua/sponsorstvo-kibersporti-vidminnosti-svitovogo-ukrayinskogo-rinkiv_n1493560 (дата звернення: 13.12.2023)
11. ТОВ «МЕЙНКАСТ». URL: <https://opendatabot.ua/c/42259830> (дата звернення: 20.12.2023)
12. Трекер економіки України під час війни. URL: <https://ces.org.ua/tracker-economy-during-the-war/>
13. Українська федерація кіберспорту URL: <https://esports.ua> (дата звернення: 11.11.2023)
14. Astralis зіграє в одній групі з G2 у рамках DREAMHACK OPEN FALL та інші результати жеребкування Cyber.pressball.by URL: <https://cyber.pressball.by/anonsirovaniy-gruppy-na-dreamhack-open-fall/> (дата звернення: 25.10.2023)
15. Blizzcon. URL: <https://blizzcon.com/en-us/> (дата звернення: 25.10.2023)
16. Counter Strike: Global Offensive. URL: <https://blog.counter-strike.net> (дата звернення: 24.11.2023)
17. Counter-Strike, Dota і букмекери. URL: <https://forbes.ua> (дата звернення: 07.11.2023)
18. Dota 2. URL: <https://www.dota2.com/home> (дата звернення: 24.11.2023)
19. Dreamhack URL: <https://dreamhack.com> (дата звернення: 17.12.2023)
20. Esports Integrity Commission URL: <https://esic.gg> (дата звернення: 24.11.2023)
21. Esports Tournaments – Statistics and Analytics URL: <https://escharts.com/tournaments> (дата звернення: 25.11.2023)

22. FIFA-21. URL: <https://www.ea.com/games/fifa/fifa-21> (дата звернення: 27.12.2023)
23. Globalesports Events. URL: <https://www.globalesports.org> (дата звернення: 23.10.2023)
24. League of Legends. URL: <https://www.leagueoflegends.com> (дата звернення: 25.10.2023)
25. Mortalkombat. URL: <https://mortalkombat.com> (дата звернення: 25.11.2023)
26. NAVI x UNITED24. URL: <https://navi.gg/ua/publications/navi-x-united24> (дата звернення: 17.10.2023)
27. Nielsen URL: <https://niensports.com> (дата звернення: 22.11.2023)
28. PC & Console Gaming Report 2023 | Free market and industry report URL: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/pc-console-gaming-report-2023> (дата звернення: 26.11.2023)
29. PlayCarry. URL: <https://playcarry.com> (дата звернення: 12.12.2023)
30. PUBG. URL: <https://na.battlegrounds.pubg.com> (дата звернення: 23.10.2023)
31. Quake URL: <https://quake.bethesda.net> (дата звернення: 24.11.2023)
32. Rainbow-six Siege. URL: <https://www.ubisoft.com/game/rainbow-six/siege> (дата звернення: 18.11.2023)
33. Starcraft URL: <https://us.shop.battle.net/en-us/product/starcraft> (дата звернення: 25.10.2023)
34. StratagemgroupNEWS&BLOGURL: https://www.stratagemgroup.com/news/?_blog_categories=public-events (дата звернення: 29.10.2023)
35. Street Fighter IV. URL: <https://www.streetfighter.com/6/buckler/> (дата звернення: 24.11.2023)
36. Tekken. URL: <https://en.bandainamcoent.eu/tekken/tekken-8> (дата звернення: 17.11.2023)

37. The first campus dedicated to the video games industry URL: <https://gamingcampus.com> (дата звернення: 04.12.2023)
38. Twitch. URL: <https://twitchtracker.com> (дата звернення: 28.11.2023)
39. University Hospital Regensburg, Interactive Museum: Video Games as History Lessons through Lore and Affective Design. URL: https://www.researchgate.net/publication/331626512_The_interactive_museum_Video_games_as_history_lessons_through_lore_and_affective_design (дата звернення: 05.12.2023)
40. WePlay Espots. URL: <https://weplay.tv/uk> (дата звернення: 21.11.2023)
41. Wiki Esports Tournaments MAJOR LEAGUE GAMING. URL: <https://www.esports.net/wiki/tournaments/major-league-gaming/> (дата звернення: 30.12.2023)
42. World Championship League of Legends. URL: <https://lolesports.com> (дата звернення: 17.10.2023)
43. YouTube. URL: <https://www.youtube.com> (дата звернення: 28.11.2023)