



УДК 685.31

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РОЗРОБКА МАТЕМАТИЧНОГО І ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ КІБЕРСПОРТИВНОГО ІНВЕНТАРЯ

Студ. Дячук М. Р. МгІТ-2-18

Наук. керівник доц. Колиско О.З.

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Метою даного сервісу є створення максимально інформативної системи збору і аналітики даних кіберспорту. Завдання полягає у наданні актуальної інформації для аналізу трендів розвитку ігрової індустрії та ринку в цілому.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження є ринок ігрової індустрії. Предмет дослідження - характерні особливості, ціни, закономірності й тенденції ринку кіберспорту.

Результати дослідження.

Перш ніж детально розглянути стан кіберспортивної інформаційної сфери, варто окреслити ключове поняття наукової статті – кіберспорт. На науковому рівні його закріпили у 2016 р. науковці Національного університету Тампере (Фінляндія) М. Чоблом та Ю. Хамарі. За останні роки кіберспорт став одним із найбільш швидко зростаючих форм нових медіа завдяки прогресу сфери онлайн-ігор та технологій прямофірного мовлення в Інтернеті.

Розробка програмного додатку передбачала кілька напрямів. Якісний аналіз застосовувався під час розгляду аналогічних систем. Кількісний аналіз застосовувався на стадії збору інформації про обсяги дій на кожному окремому порталі: до аналізу зібрано інформацію як про загальну їх кількість за певний період часу, так і про кількість дій на більш вузьку тематику, наприклад, пов'язану тільки з однією з кіберспортивних дисциплін. Пошук подібних і відмінних рис у функціонуванні допоміг у формуванні розуміння актуальної ситуації з висвітленням тенденцій кіберспорту та, в результаті, виявити проблеми кожного окремого електронного ресурсу, який досліджувався.

В результаті дослідження було виявлено основні перспективи розвитку кіберспортивного ринку, недоліки, можливості для подальшого збільшення числа зацікавлених у інвестуванні та популяризації.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Ринок кіберспорту абсолютно нова складова спортивного маркетингу сформована під дією науково-технічного прогресу. Сьогодні його обсяг складає 748 млн. дол. США, а перспективи його розширення сягають 1 млрд. дол. США в кінці 2017 року. Діюча цільова аудиторія сягає 190 млн. чоловік більшість з яких чоловіки віком від 18 до 24 років, які здатні витратити на проведення якісних турнірів понад 20 млн. дол. США щомісяця завдяки системі краудфандінгу. Транслявання цих подій проходить через стримінгові платформи, які можуть стати альтернативою телебаченню у недалекому майбутньому. Ринок кіберспорту налічує багато інвесторів, оскільки вони хочуть зайняти найвигіднішу позицію у конкурентній боротьбі на ще не сформованому ринку.

Ключові слова: кіберспорт, спортивний маркетинг, краудфандінг, кіберспортивний ринок, стрім, web-services, Laravel, Docker, SQL, PHP, MVC, design patterns.

ЛІТЕРАТУРА

1. Hamari J. What is eSports and why do people watch it? / J. Hamari, M. Sjöblom // Internet Research. – 2017. – № 27. – С. 211–232.
2. Коробчинський М. В. Особливості прогнозування результатів матчів у кіберспорті / М. В. Коробчинський, Л. Б. Чирун, В. А. Висоцька, М. О. Нич // Радіоелектроніка, інформатика, управління. – 2017. – № 3. – С. 95–105.
3. Ottey T. Do eSports Journalists Exist? (PartI) [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://div3rse.com/2011/10/26/do-esports-journalists-exist-part-i> (дата звернення: 08.04.2019)