

УДК 336.012.23

## РИНОК ВІДЕОІГРОВОЇ ІНДУСТРІЇ ЯК СКЛАДОВА СВІТОВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РИНКУ

**О. Шолудько**, к. е. н., доцент  
ORCID ID: 0000-0003-2264-5638

**О. Грицина**, к. е. н., доцент  
ORCID ID: 0000-0002-1304-0250

**Р. Данилишин**, магістр  
ORCID ID: 0000-0001-8576-0866

Львівський національний університет природокористування

© О. Шолудько, О. Грицина, Р. Данилишин, 2022

<https://doi.org/10.31734/agrarecon2022.03-04.130>

---

### **Шолудько О., Грицина О., Данилишин Р. Ринок відеоігрової індустрії як складова світового економічного ринку**

Викладено результати дослідження ролі та значення відеоігрової індустрії як новітнього та одного з найактивніших секторів економіки. Ринок відеоігрової індустрії охоплює сферу розробки ігрової продукції, віртуальну реальність, комп'ютерну інженерію, ІТ-складову, кібердисципліни, геймінг – і це лише частина механізму ігрового сектору. Уточнено, що йдеться про відеоігровий досвід (геймінг), а не про азартний (карткові ігри, ставки тощо).

Розглянуто початковий етап ігрової індустрії у період економічної кризи 80-90-х років; досліджено основні проблеми застою та занепаду ринку в цей період і проаналізовано його адаптивні можливості. Спростовано твердження про те, що ігрова продукція (відеоігри) – це «економічні бульбашки» на ринку цифрових товарів і послуг.

Продемонстровано сучасний стан ринку, його основні аспекти та перспективи. Порівняно відеоігрову індустрію з іншими медійними сферами (кіно та музика); розглянуто найбільш прибуткові компанії. Визначено особливості такого феномена популярності індустрії.

За допомогою SWOT-аналізу встановлено основні сильні сторони ринку, слабкі елементи індустрії, які простежуються останніми роками, та притаманні саме вітчизняному ринку. Визначено основні можливості та перспективи розвитку цього ринку, а також можливі загрози його сповільнення.

Завдяки цифровій аналітичній платформі «NewZoo» досліджено фінансовий стан ринку загалом та у розрізі відповідних ігрових платформ: мобільний геймінг, комп'ютерний, приставки тощо. Визначено найбільш дохідні світові регіони. Висвітлено основні джерела доходів ігрових студій.

Вагомим елементом дослідження стало визначення основних аспектів і перспектив проведення кіберспортивних дисциплін, зокрема на українському ринку, і те, як це допоможе економіці у післявоєнний період. Установлено вплив відеоігор на формування та розвиток фінансової грамотності за допомогою економічних, стратегічних ігор і симуляторів, в основу яких покладено внутрішньоігрову економіку.

**Ключові слова:** інновації, страхова компанія, діджиталізація, страхування, ефективність, сучасні технології.

### **Sholudko O., Hrytsyna O., Danylyshyn R. Video game industry market as a component of the global economic market**

The results of the study of the role and significance of the video game industry as the newest and one of the most active sectors of the economy are presented. The video game industry market includes development of Game products, virtual reality, computer engineering, the IT component, cyber disciplines, gaming. It is only a part of the entire mechanism of the gaming sector. It is clarified that the research deals with video game experience (gaming), and not gambling (card games, betting, etc.).

The initial stage of the gaming industry development during the economic crisis of the 80s and 90s is considered; the main problems of stagnation and decline of the market during this period and how it managed

---

to «survive» are investigated. At the same time, the thesis that gaming products (video games) are “economic bubbles” in the market of digital goods and services is refuted.

The current conditions of this market, its main aspects and prospects are demonstrated. A comparison of the video game industry and other media (cinematograph and music) is made; the most profitable companies are considered. The features of this phenomenon of industry popularity are determined.

SWOT analysis was used to determine the main strengths of the market, weaknesses of the industry that have been traced in the recent years, and are significantly inherent in the domestic market. The main opportunities and prospects for development of this market and possible threats that contribute to its slowdown are also identified.

Using the digital analytical platform “NewZoo”, the financial conditions of the market as a whole and in the context of relevant gaming platforms was studied: mobile gaming, computer gaming, console gaming, etc. The most profitable regions of the world are identified. In this paper, the authors describe the main methods of earning money for Game Studios.

A significant element of the study is to identify the main aspects and prospects of conducting e-sport disciplines, in particular in the Ukrainian market and how this will help the economy in the post war period. The influence of video games on the formation and development of financial literacy through economic strategy games and simulators based on the in-game economy is established.

**Key words:** video gaming industry, video game market, Newzoo, gaming, financial literacy, e-sports, developer, gaming companies.

---

**П**остановка проблеми. З огляду на пришвидшений технологічний і ментальний розвиток світу виникає потреба в пошуку нових тенденцій розвитку економічних процесів на основі глобальної комп'ютеризації.

Одними з основних рушіїв такої тенденції є свіжий погляд молодого покоління на відеоігрову сферу та кіберспортивні дисципліни; вплив цих явищ на економіку окремих країн чи на світову економіку загалом; можливість розвитку фінансової грамотності на основі ігрових економічних процесів. Загалом економічна діяльність ігрової індустрії є більш значущою та випереджаючою, ніж кінематограф і музична сфера разом. Ринок ігрової індустрії є найбільшим сегментом світового ринку у сфері цифрового контенту (Ризики та загрози..., 2021).

Щорічно на основі високого попиту на товари та послуги, які пропонуються, на цьому ринку генеруються мільярдні доходи. Темпи росту глобального ринку відеоігор випереджають прогнози багатьох експертів, оскільки є багато внутрішніх чинників, які зможуть зумовити своєрідний «економічний бум» у цій сфері.

Геймінг і весь сектор ігрової індустрії – це недооцінена частина глобального ринку економіки та сучасних технологій у багатьох країнах, які не приділяють значної уваги його законодавчому чи економічному

регулюванню. Тому це дослідження необхідне, щоб показати відеоігри не як частину розважальної сфери, а як складову національної та світової економіки. Окрім цього, слід відрізнити ігрову індустрію (відеогеймінг) від «ігрового бізнесу», що переважно охоплює азартні/карткові ігри, а відеоігрова індустрія не охоплює «прямі» азартні ігри.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вітчизняних досліджень на цю тематику майже немає. А у тих, що є, питання відеоігор та індустрії розглянуто у соціальних аспектах, із точки зору психіки, філософії, психології. Економічні виміри розвитку цього ринку не розглядаються, оскільки це нова та специфічна тема, яка популярна серед молоді. Старше покоління науковців не обізнане у цьому питанні. Серед українських науковців, роботи яких були використані для виконання дослідження, такі: О. Легкий («Економічні бульбашки» на ринку..., 2016), А. В. Гречко, Н. В. Захаров, М. О. Фалько (Analysis of the dynamics..., 2021). Автори використовують теоретичні та прикладні методи аналізу тенденцій розвитку відеоігрової індустрії. Кожен із них по-різному ставиться до товарів та послуг, які надаються на цьому ринку цифрової продукції. Так, для прикладу, О. Легкий розглядає ігри як специфічний товар, який він порівнює із «економічною бульбашкою», особливо у період

80-90-х років. У цей час розробники втратили значні кошти, коли випущена ігрова продукція не зазнала ажіотажу на ринку. Автор це сприйняв як «економічну бульбашку», оперуючи тлумаченням: «торгівля великими обсягами товару за цінами, що істотно відрізняються від істинних цін». Однак категорично не можна погодитись із твердженням. Будь-яка ігрова продукція, як і будь-який інший фізичний товар чи надання послуги, складається із певних витрат (собівартості), які можна економічно вирахувати, на відміну від того ж Bitcoin, який сформував свою вартість лиш на основі довіри користувачів та впливу людей, які вклали у криптовалюту значну суму. Інші дослідники визначають перспективні напрями розвитку цього ринку: визначають тенденцію росту глобального ринку відеоігор, розглядають різні методи дохідності компаній у цій сфері (Легкий, 2016).

**Постановка завдання.** Завдання нашого дослідження – визначення основних засад і переваг функціонування відеоігрової індустрії на світовому ринку в умовах соціально-економічного розвитку. Відповідно до мети визначено перелік питань, які потрібно розглянути: сутність і роль відеоігор на макро-, мікро- та соціальному рівнях; вплив розвитку кіберспортивних змагань на економіку країни; вплив відеоігор на формування та розвиток фінансової грамотності.

*Методика досліджень та матеріали.* У дослідженні використано емпіричний (спостереження та опис) і теоретичний (аналіз, синтез, індукція) методи дослідження. Тобто аналіз теми здебільшого ґрунтувався на власних спостереженнях, знаннях у цій сфері та практичному/експериментальному досвіді.

**Виклад основного матеріалу.** Ігрова індустрія – нова галузь світового ринку, яка посідає значне місце у сфері новітніх та інноваційних технологій, бізнесу, фінансів та інвестицій. Поняття індустрії відеоігор у сучасних умовах розуміють як сектор економіки, пов'язаний із розробкою, просуванням (постачанням і реалізацією) комп'ютерних і відеоігор.

Масштаби цієї індустрії співзвіставні з кінематографією, а виручка та інвестиційні показники за останні кілька років указують на її перспективність та актуальність. Як і будь-який інший сектор економіки, відеоігрова індустрія охоплюється різними ризиковими категоріями: проблемами, бар'єрами, економічними та соціальними змінами.

Мовлячи про поняття індустрії комп'ютерних ігор, ми говоримо про безліч аспектів, які входять у неї. Під індустрією комп'ютерних ігор розуміємо сукупність різних компаній, спільнот і особистостей, а також технологій і процесів, які разом утворюють повний цикл виробництва (розробка, продаж, просування, споживання) комп'ютерних ігор. Водночас це сектор економіки, який пов'язаний з розробкою, продажем і просуванням комп'ютерних ігор, що дозволяє працювати в цій сфері величезній кількості людей з різними спеціальностями – від гейм-дизайнерів і художників до програмістів і менеджерів.

Однією з найперших компаній, яка здійснила величезний вплив на зародження ігрової індустрії як перспективної сфери економіки, була «Atari». Численні покупки компаній більш успішними корпораціями і виникнення десятків нових, перша криза 1983 року, яка максимально спричинила спад доходу від 3,2 млрд доларів до 100 млн доларів у 1985 році, призвели до переривання життєвого циклу другого покоління ігрових консолей у Північній Америці. Криза майже знищила індустрію і спричинила банкрутство безлічі компаній-виробників домашніх комп'ютерів та ігрових приставок, зокрема «Atari». Однією з головних причин кризи стало перенасичення ринку величезною кількістю ігор посередньої якості, що спровокувало втрату споживчої довіри. Але кризу подолали завдяки роботі таких компаній, як «Atari» та «Nintendo». Незабаром ігрова індустрія почала набирати нових обертів, але цього разу вжили заходів щодо захисту індустрії від чергової кризи. Ігри знову зайняли свою нішу в економіці країн, але тепер більш обережно оперуючи своїми ресурсами.

Тобто, повертаючись до твердження дослідника О. Легкого (2016) про «економічні бульбашки» у сфері відеоігор, можна сказати, що період 80-х був складним для індустрії через загальні проблеми економічної кризи та погану якість продукції. Тобто прямих ознак «економічної бульбашки» в іграх немає.

Під час технологічного прогресу комп'ютерні складові у плані технічного та програмного забезпечення також покращуються, що дає змогу створювати нові та якісні товари на ринку, які влаштовують значну частину покупців. Діаграма (рис. 1) дає нам підстави стверджувати, що світовий ринок

відеоігор має пряму тенденцію до росту, а загальна сума цього ринку у 1,7–2,6 разів більша, ніж оборот на ринку кінематографу та музики разом (Легкий, 2016; Newzoo Infographics..., 2022).

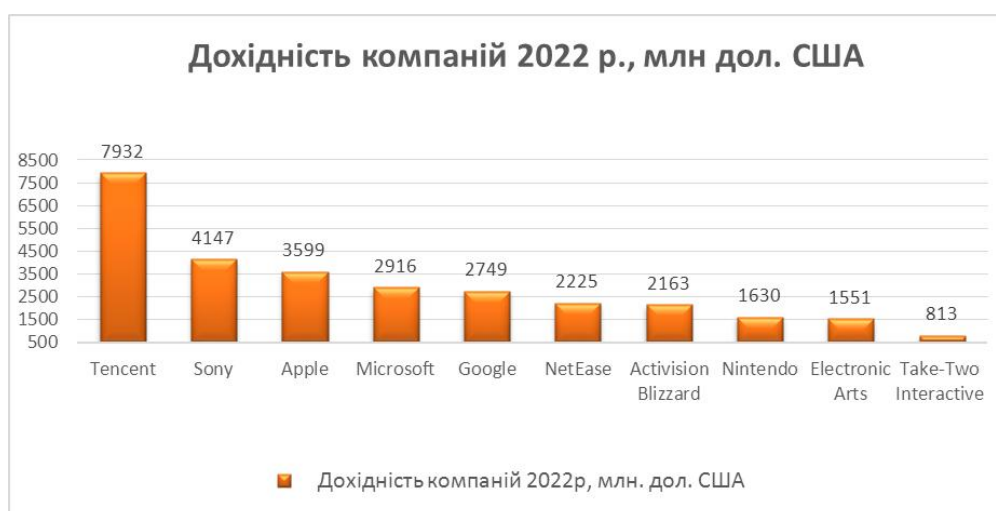
Найбільш прибутковими компаніями за доходами упродовж кількох років є: «Tencent», «Sony», «Apple», «Microsoft», «Google», «NetEase», «Activision», «Blizzard», «Nintendo», «Electronic Arts», «Take-Two Interactive» (рис. 2). Саме ці компанії показують удалі економічні, інвестиційні, управлінські та конкурентні рішення, яких не завжди можуть досягнути виробники та постачальники звичних для нас товарів і послуг (Top Public Video Game..., 2022).

### Динаміка світового ринку відеоігор, млрд \$



**Рис. 1. Динаміка світового ринку медіаіндустрії**

\*Сформовано авторами на основі (Легкий, 2016; Newzoo Infographics..., 2022)



**Рис. 2. Дохідність ігрових компаній 2022 р., млн дол. США**

\*Сформовано авторами на основі (Top Public Video Game..., 2022)

Китайська холдингова група «Tencent» найбільш прибуткова з огляду на її об'єднання та кооперації з багатьма ігровими студіями. Окрім цього, компанія займається інвестуванням і дистрибуцією ігрової продукції, що дає змогу в разі збільшувати свої активи. Водночас корпорація розробляє високотехнологічне оснащення, зокрема у галузі приладів віртуальної (доповненої) реальності, що почали знаходити своє місце в ігровій індустрії також.

Основною причиною такого явища є колосальний попит на продукцію з боку покупців різної вікової категорії, різноматність ігрової продукції, цінова політика, регіональні ціни у більшості країн, велика кількість супутніх послуг (зокрема DLC/донат/колекційні видання/pre-order).

Розглядаючи ринок відеоігрової індустрії, слід визначити його основні переваги та недоліки, можливості та загрози. Для цього виконано SWOT-аналіз (рис. 3).

<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>	<i>Можливості</i>	<i>Загрози</i>
масштабна кількість учасників ринку; значний попит; велика кількість інвестицій та доходів; довіра споживачів; велика кількість товарів і послуг/пропозиція (у розрізі відеоігор); стійкість до деяких типів загроз	обмеженість послуг (лише відеоігри та послуги щодо них); неконкурентність (роздільність між ігровими платформами, що не завжди дає привід для здорової конкуренції); надмірне захоплення трендами суспільства; відсутність світових регіональних цін	технологічний прогрес (якість продукції, графіка, новизна); розвиток приладів віртуальної реальності; співпраця з іншими ринками	піратство; заборона товарів на ринках деяких країн; санкції; швидка зміна технологій

Рис. 3. SWOT-аналіз ігрового ринку та індустрії\*

\*Сформоване авторами.

У світі до кінця 2021 року налічували близько 3 млрд комп'ютерних гравців, це на 5,3 % більше порівняно з 2020 роком. 55 % активних користувачів припадає на Азіатсько-тихоокеанський регіон, куди входять Індія та Китай. Користувачі цих країн проявляють найбільшу активність у комп'ютерних іграх. За нашим аналізом даних, розроблених через статистичну систему «NewZoo», досліджено, що найбільш дохідною платформою є мобільні гаджети (\$11,7 млрд – планшетні комп'ютери, \$81,5 млрд – смартфони), їх користувачі витратили \$93,2 млрд, що на 7,3 % більше, ніж у 2020 році. На ігрові консолі у 2021 році витрачено \$50,4 млрд, на персональні комп'ютери – \$36,7 млрд (\$2,6 млрд – браузерні ігри, \$34,1 млрд – ігри в коробках і цифрові копії) (Індустрія відеоігор..., 2022).

Дохідність розробників і компаній, які реалізують відеоігри, залежить від моделі, яку вони обрали, що напряду пов'язана із

жанровою класифікацією гри, видом своєї діяльності, фінансовою можливістю компанії, попиту (ажіотажу) на гру та платформи, на якій була випущена гра. У більшості сучасних ігор застосовується гібридний підхід до монетизації – разом способи утворюють гнучку модель, де недоліки одного способу монетизації можуть забезпечувати переваги для іншого. Розглянемо найбільш популярні методи надходження:

- **Продажі фізичних і цифрових копій.** Класична модель монетизації (Pay2Play). За певну плату користувач отримує доступ до ігрового контенту та ігрового процесу. Реалізація таких товарів відбувається у магазинах-ретейлерах через продаж кодів, дисків чи на цифрових майданчиках дистрибуції.

- **Модель мікротранзакцій.** Доволі популярними стають моделі низького входу (розмір платежу не перевищує 5\$) або нульової вартості доступу з подальшим продажем персоналізованих продуктів (Free2Play, F2P).

Такий підхід дає змогу гравцям ознайомитися з грою і оцінити якість продукту. Після залучення в гру видавець починає заробляти на мікротранзакціях. Зокрема гравцеві пропонують заплатити за комфорт (наприклад, вимкнення спливаючої реклами) і можливість змінити внутрішньоігровий статус: преміум-акаунти з різними привілеями, купівля ігрових товарів/послуг.

- **DLC (контент завантаження).** На перший погляд, така модель видається менш витратним способом порівняно з одноразовим випуском комп'ютерної гри. Але фактично використання такої моделі пов'язане з низкою труднощів. Зокрема необхідно постійно підтримувати інтерес гравців і заповнювати неігровим контентом перерви між виходом епізод, а це затратно. Проте чимало інді-студій використовують або готові впровадити таку модель. Як порівняно успішний приклад великої компанії можна вказати епізодний проєкт американської Valve: «Half-Life 2» (2004), «Half-Life 2: Episode One» (2006) і «Half-Life 2: Episode Two» (2007).

- **Внутрішньоігрова реклама і партнерство.** Ігрові компанії також отримують дохід за рахунок торгівлі особистими даними користувачів і реклами (банерна, повноекранна реклама або перегляд відео з винагородою, що передбачає бонуси всередині гри). При цьому, як ми зазначали, зазвичай передбачена платна опція скасування показу рекламних роликів.

- **Передплата (часова, місячна, річна).** Плата може стягуватися за ігровий час, доступ до бібліотеки ігор, ексклюзивних знижок і новинок за тиждень до прем'єри, власний сервер як послуга та ін. При цьому спостерігається гнучкість підходів до встановлення термінів дії сервісу. Так, це може бути не обов'язково річний або місячний період оплати, а пакет із 24 годин, які можна витратити в будь-який час, або, наприклад, ліміт до наступної поразки.

- **Модинг і продаж користувацького контенту.** Сьогодні важливою складовою ігрових усесвітів стає користувацький контент, який перетворюється на затребуваний товар. Процес створення контенту користувачі сприймають як гру, а вбудовані інстру-

менти для модифікування ігор (модингу) дозволяють ефективно утримувати цільову аудиторію. Крім того, модинг, на думку розробників, є своєрідною кузнею ідей і кадрми для ігрової індустрії (Alconost. Ігрова економіка..., 2022).

Отже, ігрова індустрія – це яскравий приклад здорової конкуренції та новітнього підходу до інвестицій. Цей ринок розвиває конкуренцію як явище у правильному напрямі, вказуючи, як потрібно боротись за кожного споживача. Наразі найбільшими конкурентами цього ринку є «Sony» (Playstation) та «Microsoft» (XBox). Кожна із них володіє своїми основними ігровими платформами та сервісами дистрибуції. Безперечним лідером цієї конкуренції протягом багатьох років є «Sony». Значна частина учасників ринку володіє платформою та ігровим забезпеченням саме цієї компанії. Проте у кінці 2020 року із виходом нового дев'ятого покоління консолей «Microsoft» здивувала світ у технічному процесі та підході до своїх споживачів, відтак захоплює ринок упродовж цього року. Компанія-підрозділ «Xbox» інвестує на коротко- та довготривалу перспективу скуповуванням та інтеграцією різних ігрових студій під свою власність, відтак утверджуючись на ринку, гарантуючи першість та ексклюзивність майбутнього товару-послуги. За результатами фінансової звітності за I квартал 2022 фінансового року, виторг компанії «Microsoft», завдяки підрозділу «Xbox», зріс на 42 % (The Games Market..., 2022).

Загальний інвестиційний аналіз довів (рис. 4), що обсяг інвестицій та публічних розміщень акцій за останні дев'ять місяців становить \$57,7 млрд, що на 72 % більше, ніж минулого року. Найбільш поширеними операціями є приватні інвестиції – 57 %, злиття або поглинання компаній – 34 %, вихід на фондовий ринок – 9 % (3 січня по вересень в ігровій індустрії..., 2022).

Світовий ринок відеоігор у 2021 порівняно з 2020 роком зріс на 1,4 % і досяг обсягу в \$180,3 млрд. Усе це завдяки мобільному сегменту, який зріс на 7,3 % і становив \$93 млрд. А ось комп'ютерний ринок звузився на 0,8 % (до \$36,7 млрд). Найбільше постраждали консолі-мінус 6,6 % (до \$50,4 млрд) (рис. 4) (Newzoo Infographics ..., 2022).

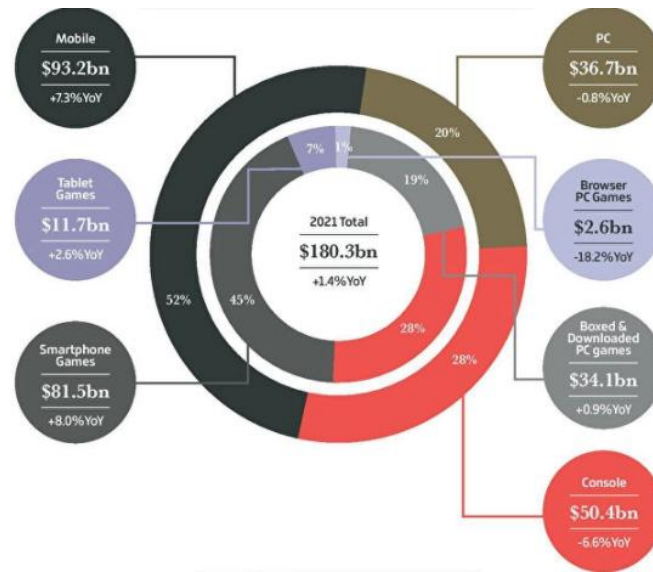


Рис. 4. Склад дохідності світового ринку відеоігор\*  
 \*Сформовано авторами на основі (Newzoo Infographics ..., 2022).

Як і всі сфери економіки, ігрова індустрія також зазнала негативного впливу COVID-19. У 2020 р., за попередніми оцінками, обсяг світового ринку комп'ютерних ігор міг зрости на 18 %, до \$170–180 млрд. Але пандемія внесла свої корективи. У цьому можна зауважити як негативні, так і позитивні аспекти, але однозначної оцінки ситуації наразі немає. Новий вірус виявився своєрідним драйвером ігрового ринку. Люди, сидячи вдома, шукали доступні розваги. За оцінками аналітичної групи «Nielsen», середній ігровий час зріс на 30–40 %. У Китаї, приміром, масовий карантин спровокував активне зростання національного ігрового ринку: +25,2 % порівняно з четвертим кварталом 2019 р., до \$10,3 млрд. Причому рушієм зростання виступив саме мобільний сегмент.

Коронавірусна криза хоч і зачепила всі сектори економіки, проте ігровий ринок постраждав найменше. Адже велика кількість населення тривалий час перебувала в умовах повного локдауну і кожен шукав свої способи провести вільний час. Отож, кількість гравців зросла на 26–43 %, дохідність вітчизняного ринку відеоігор – також. Річний дохід українського відеоігрового ринку у 2019 році (початок пандемії) становив \$203 млн. Наступного року він зріс на 13 %, тобто на \$26,39 млн. У 2021 році показник продемон-

стрував трішки більший приріст – +14,4 %, і на кінець 2021 (календарного) року наш ринок налічував понад \$260 млн. За нашими прогнозами, а також за оцінкою експертної групи агенції Newzoo, український ринок цього-наступного року може отримати близько \$320 млн. Це можна пояснити стабільним щорічним приростом фінансових показників, а також розвитком українського геймдеву, який запропонує світові довгоочікуваний ігровий продукт «S.T.A.L.K.E.R. 2» (Штука, 2019); (4 кроки, щоб Україна стала..., 2022); (The Games Market and Beyond..., 2021).

Частиною відеоігрового сегменту є проведення кіберспортивних національних чи міжнародних змагань. Такі заходи доволі вигідні для країни та регіону, в якому безпосередньо проводяться турніри. В умовах післявоєнного часу це має бути необхідністю:

по-перше, це, безумовно, потік грошових коштів, який буде спрямований в Україну. Витрати іноземних організаторів: оренда платформи та будівлі для проведення заходу, замовлення рекламної продукції та бюджету на просування заходу, забезпечення місцем проживання та харчування команд і гостей, забезпечення необхідним обладнанням. Це доходи у державний та місцеві бюджети;

по-друге, важливу роль виконує можливість активізації туристичної діяльності. Наприклад, приплив потенційних туристів може досягати декількох десятків тисяч осіб. Основні позитивні аспекти: заповнення готельного фонду, активізація відвідувань культурних заходів, які не пов'язані з головною метою приїзду, харчування, відвідування торгово-розважальних центрів, реалізація сувенірної продукції та мерчендайз-товарів. Окрім того, можна навести і чимало інших позитивних аспектів вживання таких заходів (табл.).

Ігрова продукція – це не тільки спосіб заповнити вільний час, розважитись у компанії, а й чудовий інструмент, завдяки якому можна розвивати фінансову грамотність гравця. Досить велика частка відеоігор – еконо-

мічні стратегії, симулятори, RPG/ММО – мають економічне підґрунтя, тобто в основі або важливим елементом цих ігор є економічні відносини, фінансова взаємодія, торговельні операції між гравцями або між гравцем і комп'ютером. Гравцеві надають можливість правильно розпоряджатися своїми ресурсами та активами для подальшого розвитку свого персонажа/поселення/групи. Невдалий розподіл ресурсів чи марнотратство призведе до програшу або унеможливило подальший ігровий розвиток. Кожна економічно-стратегічна гра, в основі якої є ресурси та котра має свої особливості у «внутрішній ігровій економіці» та балансі, може сформувати різні навички у сфері фінансів, страхування та у інвестиціях/капіталізації (Як відеоігри допомагають..., 2019).

*Таблиця*

**Основні аспекти розвитку та проведення кіберспорту в Україні**

Збільшення надходжень до місцевих бюджетів за рахунок іноземних інвестицій, орендних платежів, розміщення реклами тощо
Підвищення інвестиційної привабливості, розвиток міжнародної співпраці, інноваційна та технічна модернізація
Зростання кількості туристів
Створення нових постійних або тимчасових робочих місць
Розвиток інфраструктури, оновлення міст і районів, оновлення транспорту для естетичної привабливості
Підвищення рівня молодіжної культури, створення центрів дозвілля для підлітків, які цікавляться кіберспортивними дисциплінами, з метою підготовки нових потенційних світових спортсменів

*Сформоване авторами на основі (Ризики та загрози ..., 2022); (Harbuzova, 2021).*

Розглянемо приклад фінансової грамотності, яка поєднує інвестування та розумне вкладання грошей, на прикладі комп'ютерної гри «DOTA 2», в основу якої покладено власну ігрову економіку.

Залежно від обраної ролі, для подальшого розвитку героя та його екіпування, щоб у майбутньому здобути перемогу, гравець має заробляти золото. Для цього є стартовий капітал, який зазвичай витрачають на предмети, найбільш необхідні на початковому етапі гри. Згодом, накопичивши необхідну суму ігрової валюти, гравець купує дорожчий предмет, який допоможе йому прискорити акумуляцію золота. Непродуманий хід,

невдала битва, неправильне інвестування зароблених коштів можуть призвести до сповільнення темпів гри або й поразки загалом через неправильний розподіл пріоритетів і ресурсів (Jat, 2022).

Отже, ігри – це не тільки товар, який приносить дохід, чи засіб розваги, а й елемент культури та навчання, за допомогою якого можна провести навчання, розглядати певні ситуаційні економічні проблеми. Ігри та ігровий ринок – це новий етап у розвитку соціальних та економічних питань суспільства та світу. Це новий сектор економіки, який, зокрема в Україні, набирає обертів, спроможний забезпечити велику частку зростання



ВВП і розвиток культури. Це інструмент впливу на фінансову грамотність людей різної вікової категорії.

**Висновки.** Відеоігрова індустрія – це не лише про «ігри, молодь і залежність». Це та сфера сучасної економіки, яка здатна надати новий поштовх до розвитку технологічних, інформаційних, економічних показників різних країн світу. Ця величезна складова світового економічного ринку може конкурувати з іншими секторами економіки, у розрізі масштабів грошових потоків, прибутків, акцій, кон'юнктури та інших макро- чи мікропоказників. У багатьох західних державах, як-от США, Японія, Китай, ринок відеоігор – це важлива ланка, яка дає змогу збільшити ВВП країни, прибутки корпорації. Окрім цього, це перспективи для багатьох потенційних працівників у галузі ІТ, графічного дизайну, економіки та фінансів, тобто це нові робочі місця.

Для України ігровий сегмент не є новинкою, проте він малорозвинений у значенні законодавчого регулювання та можливості форсованої інтеграції у цю галузь. Наша держава найбільш просунута у питанні оволодіння цифровими технологіями, що дозволить

багатьом швидко вникнути у поняття та структуру цього «молодіжного» ринку. Також розвиток ігрової індустрії в Україні у поствоєнний період допоможе країні швидше відновитися економічно. Українському геймдеву бракує великої частки інвестицій через негативний інвестиційний клімат, який супроводжується неграмотною політикою загалом, відсутністю необхідного законодавства щодо ігрової індустрії, піратством тощо. Окрім розробки відеоігор, Україна може стати однією із країн проведення турнірів та чемпіонатів з ігрових дисциплін (кіберспорт).

Дослідження такого ринку продемонструвало його стійкість у форс-мажорних і стресових ситуаціях. Прикладом цього став світовий економічний спад у період COVID-19, поки ігровий ринок продовжував функціонувати та приносити прибутки девелоперам, дистриб'юторам та акціонерам.

Отже, на нашу думку, ігри – це доволі нестандартна продукція світового явища. Поверхнева думка, нав'язувана певними категоріями громадян, упереджена лише тому, що це явище нове для соціального та фінансово-економічного розвитку, зокрема в нашій країні.

### СПИСОК ПОСИЛАНЬ

«З січня по вересень в ігровій індустрії було проведено угод на \$57,7 млрд», *app2top.ru*. [online] Доступно: <https://app2top.ru/investitsii/s-yanvary-po-sentyabr-v-igrovoj-industrii-by-loprovedeno-sdelok-na-57-7-mlrd-e-to-v-2-5-raza-bol-she-chem-godom-ranee-193008.html> [Дата звернення 06 листопада 2022].

*Індустрія відеоігор у сучасній галузевій економіці* [online] Доступно: <https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-videoigr-v-sovremennoy-otraslevoy-ekonomike/viewer> [Дата звернення 03 листопада 2022].

Кудинов, К. С., 2015. Промисловість ігор як частина сучасної світової економіки. *Студентські наукові дослідження*, 9, с. 40–42.

Легкий, О. А., 2016. «Економічні бульбашки» на ринку віртуальних товарів. *Журнал європейської економіки*, 15 (2), с. 183–193.

*Ризики та загрози, що супроводжують розвиток індустрії кіберспорту та геймінгу - Науково-технічний центр ФГУП «ГРЧЦ» (НТЦ)* [online] Доступно: <https://rdc.grfc.ru/2021/05/cybersport-and-gaming/> [Дата звернення 06 листопада 2022].

Штука, Н. Українська ігрова індустрія у 2019 році досягне \$203 млн – Newzoo. The Page [online] Доступно: <https://thepage.ua/ua/news/ukrayinska-igrova-industriya-u-2019-roci-dosyagne-dollar203-mln--newzoo> [Дата звернення 07 листопада 2022].

*Як відеоігри допомагають підвищити економічну грамотність?* Електронний періодичний науковий журнал SCI-ARTICLE.RU [online] Доступно: <https://sci-article.ru/stat.php?i=1547479564> [Дата звернення 04 листопада 2022].

«4 кроки, щоб Україна стала світовим центром розробки цифрових ігор» [online] Доступно: [https://protocol.ua/ru/4\\_shaga\\_chtobi\\_ukraina\\_stala\\_mirovim\\_tsentrom\\_po\\_razrobotke\\_tsifrovih\\_igr/](https://protocol.ua/ru/4_shaga_chtobi_ukraina_stala_mirovim_tsentrom_po_razrobotke_tsifrovih_igr/) [Дата звернення 08 листопада 2022].

*Alconost. Ігрова економіка: ігри «free-to-play». Хабр.* [online] Доступно: <https://habr.com/ru/company/alconost/blog/557866/> [Дата звернення 08 листопада 2022].

Grechko, A., Zaharov, N. and Falko, M. ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF THE VIDEO GAME MARKET DEVELOPMENT, SOURCES OF ITS FINANCING, AND FEATURES OF PRODUCT MONETIZATION IN THIS AREA. *Efektivna ekonomika*, 2021, 5 [online] Available at: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.5.2> [Дата звернення 08 November 2022].

Harbuzova, A. *Що чекає на ігрову індустрію: прогнози й дослідження Google. ДОУ.* [online] Доступно: <https://gamedev.dou.ua/news/global-game-industry-google-report-2021/> [Accessed 08 November 2022].

Jat, J. *Best Finance Video Games to Improve Your Financial Skills. CASH 1 Loans* [online] Available at: <https://www.cash1loans.com/blog-news/best-finance-video-games-improve-your-financial-skills.aspx> [Accessed 08 November 2022].

*Newzoo Infographics. Newzoo* [online] Available at: <https://newzoo.com/insights/infographics/> [Accessed 08 November 2022].

*The Games Market and Beyond in 2021: The Year in Numbers | Newzoo. Newzoo* [online] Available at: <https://newzoo.com/insights/articles/the-games-market-in-2021-the-year-in-numbers-esports-cloud-gaming> [Accessed 08 November 2022].

*Top Public Video Game Companies | By Revenue | Newzoo. Newzoo* [online] Available at: <https://newzoo.com/insights/rankings/top-25-companies-game-revenues/> [Accessed 08 November 2022].

Стаття надійшла 11.11.2022

