

НУБІП України

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

12.05 – МКР. 1915 “С” 2022.12.29. 019 ПЗ

**ШТЕЛЬМАШУКА ОЛЕКСАНДРА
СЕРГІЙОВИЧА**

2023 р.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Факультет аграрного менеджменту

УДК 005.511(083.92)004

ПОГОДЖЕНО

Декан факультету аграрного
менеджменту

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО
ЗАХИСТУ

В.о. завідувача кафедри
виробничого та інвестиційного
менеджменту

Анатолій ОСТАПЧУК

(підпис)

(ПІБ)

2023 р.

Тетяна ВЛАСЕНКО

(підпис)

(ПІБ)

2023 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему «БІЗНЕС-ПЛАН ВІДКРИТТЯ КОМП'ЮТЕРНОГО КЛУБУ»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми

д.е.н., професор

Лідія ШИНКАРУК

(підпис)

(ПІБ)

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

к.е.н., доцент

Тетяна ЛОБУНЄЩЬ

(підпис)

(ПІБ)

Виконав

Олександр ШТЕЛЬМАШУК

(підпис)

(ПІБ студента)

КИЇВ – 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Факультет аграрного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри виробничого та
інвестиційного менеджменту

д.е.н., професор

Марина ДІСЛИН

(підпис)

2022 року

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
СТУДЕНТУ

Штельмашуку Олександр Сергійовичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

Спеціальність 073 «Менеджмент»

(код і назва)

Освітня програма «Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами»

(назва)

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

(освітньо-професійна або освітньо-наукова)

Тема магістерської кваліфікаційної роботи «Бізнес-план відкриття комп'ютерного клубу»

затверджена наказом ректора НУБіП України від 29 грудня 2022 р. №1915 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру 10 листопада 2023 р.

(рік, місяць, число)

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: закони та нормативно-правові акти України; словникові та довідникові джерела; електронні джерела; вітчизняні та іноземні джерела

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Теоретичні та практичні аспекти розвитку комп'ютерного бізнесу.
2. Бізнес-план відкриття комп'ютерного клубу.
3. Пропозиції в реалізації бізнес-плану.

Дата видачі завдання “30” грудня 2022 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи _____

(підпис)

Тетяна ЛОБУНЕЦЬ

(прізвище та ініціали)

Завдання прийняв до виконання _____

(підпис)

Олександр ШТЕЛЬМАШУК

(прізвище та ініціали студента)

РЕФЕРАТ

магістерської кваліфікаційної роботи

Штельмашука Олександра Сергійовича

на тему: «Бізнес-план відкриття комп'ютерного клубу»

Структура дипломної роботи магістра включає: титульну сторінку, зміст, вступ, три розділи та список використаних джерел. У роботі міститься 14 ілюстративних матеріалів (10 таблиць та 4 рисунки). У списку використаних джерел 37 назв. Загальний обсяг роботи 70 сторінок.

Актуальність теми роботи полягає у дослідженні специфіки функціонування ринку комп'ютерних клубів, обґрунтуванні економічної ефективності діяльності комп'ютерного клубу та розробці пропозицій по розвитку клубу.

Мета дослідження полягає у теоретичному та аналітичному дослідженні планування та організації бізнес-діяльності, виявлення шляхів та реалізації планової діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є процес планування та реалізації бізнес-плану розробки проекту відкриття комп'ютерного клубу.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти планування та організації бізнес-діяльності.

Основні завдання роботи: дослідити розвиток ринку комп'ютерного бізнесу; розробити бізнес-план відкриття комп'ютерного клубу; обґрунтувати пропозиції з реалізації бізнес-плану.

Наукова новизна дослідження: полягає у визначенні основних теоретичних підходів і практичних рекомендацій з розробки бізнес-плану діяльності комп'ютерного клубу.

Практична значущість проекту полягає у формулюванні практичних рекомендацій щодо організації діяльності комп'ютерного клубу.

У першому розділі відображено розглянуто особливості розвитку світового ринку ігрової індустрії; досліджено сучасний стан та перспективи комп'ютерного бізнесу в Україні та соціальну складову діяльності комп'ютерного клубу.

У другому розділі розкрито загальну характеристику бізнесу; виявлено основні конкурентні переваги проекту та побудовано бізнес-модель. Проведено розрахунок необхідної кількості інвестицій та розподілено відповідно до виокремлених статей за джерелами фінансування. Складено організаційно-виробничий план. Зроблено аналіз цільового ринку. Розраховано фінансову і економічну оцінку проекту. Виявлено можливі ризики та запропоновано шляхи їх нейтралізації.

У третьому розділі на основі зібраної інформації, запропоновано шляхи реалізації бізнес-плану та подальшого розвитку бізнесу.

Ключові слова: комп'ютер-клуб, бізнес-план, планування, управління.

ЗМІСТ

НУБІП України

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ

КОМП'ЮТЕРНОГО БІЗНЕСУ 8

1.1. Особливості розвитку світового ринку ігрової індустрії.....	8
1.2. Сучасний стан та перспективи комп'ютерного бізнесу в Україні.....	13
1.3. Соціальна складова діяльності комп'ютерного клубу.....	20

РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН ВІДКРИТТЯ КОМП'ЮТЕРНОГО КЛУБУ 30

2.1. Резюме проекту.....	30
2.2. Загальна характеристика бізнесу.....	31
2.3. Аналіз ринку і конкуренції. Особливості цільової аудиторії.....	34
2.4. Маркетингова стратегія.....	35

2.5. Організаційно-виробничий план.....	40
2.6. Фінансова оцінка проекту.....	45
2.7. Джерела фінансування проекту.....	50
2.8. Управління ризиками проекту.....	51

РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ З РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ 54

ВИСНОВКИ.....	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	64
ДОДАТКИ.....	68

НУБІП України

НУБІП України

ВСТУП

НУБІП України

Актуальність теми. У світі активно розвивається індустрія комп'ютерних клубів і останніми роками звичайні інтернет-кафе перетворюються у заклади із повноцінними барами та ресторанами, а також із магазинами ігрової атрибутики.

НУБІП України

Експерти прогнозують найближчим часом зростання цього ринку і в Україні. Комп'ютерні ігри стають все більш популярними серед різних вікових груп. Існує великий попит на доступ до сучасних ігрових платформ та мережевих ігор, що створює потенційну базу клієнтів для комп'ютерних клубів. Відкриття

НУБІП України

комп'ютерного клубу може надати можливості для тренувань та участі в кіберспортивних змаганнях, що приверне інтерес і розвиток цього сегменту ринку. Крім того, комп'ютерні клуби можуть створити сприятливе середовище для соціальної взаємодії, спілкування та обміну інтересами серед клієнтів. Отже,

НУБІП України

тема відкриття сучасного комп'ютерного клубу заслуговує на детальне дослідження, адже для успіху не достатньо лише знайти приміщення, встановити комп'ютери, парочку консолей і програму управління комп'ютерним клубом.

НУБІП України

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання створення і функціонування комп'ютерного клубу розкриті в наукових працях М. Алексеєва, В. Блонська, А. Вовчак, Т. Діброва та ін. Необхідність теоретичних засад розроблення бізнес-планів з відкриття комп'ютерного клубу з врахуванням світового досвіду та особливостей економіки України зумовлюють актуальність теми курсової роботи.

НУБІП України

Мета дослідження – теоретичне та аналітичне дослідження планування та організації бізнес-діяльності, виявлення шляхів та реалізації планової діяльності підприємства.

НУБІП України

Реалізація поставленої мети зумовила потребу у розв'язанні таких завдань дослідження:

НУБІП України

- розглянути особливості розвитку світового ринку ігрової індустрії;
- описати сучасний стан комп'ютерного бізнесу в Україні;
- дослідити соціальну складову діяльності комп'ютерного клубу;

екласти бізнес-план відкриття комп'ютерного клубу;

надати пропозиції щодо реалізації бізнес-плану

Об'єктом дослідження є процес планування та реалізації бізнес-плану розробки проекту відкриття комп'ютерного клубу.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти планування та організації бізнес-діяльності.

В процесі написання роботи було використано сукупність загальноприйнятих методів і прийомів наукового пізнання. Теоретичною і методичною основою досліджень стали наукові праці вітчизняних вчених з

проблем теорії і практики планування та організації бізнес-діяльності, законодавчі та нормативні акти.

У процесі дослідження використані такі методи економічних досліджень: абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення і формування висновків), статистико-економічний (сучасний стан та перспективи комп'ютерного бізнесу в Україні), розрахунково-конструктивний та експериментальний (бізнес-план відкриття комп'ютерного клубу) та інші.

Результати магістерського дослідження доповідалися та обговорювалися на VI Міжнародній науково-практичній конференції (17-18 листопада 2022 р.)

“Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору”, що підтверджено тезами.

Інформаційною базою дослідження були законодавчі та нормативні акти Верховної Ради та Уряду України, наукові літературні джерела.

Обсяг і структура магістерської роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 70 сторінки комп'ютерного тексту, в тому числі 4 рисунків, 10 таблиць, 37 джерел використаної літератури.

РОЗДІЛ 1

ТОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ
КОМП'ЮТЕРНОГО БІЗНЕСУ

1.1. Особливості розвитку світового ринку ігрової індустрії

Ідея заробітку на комп'ютерах, що надають доступ в інтернет та інші послуги, давно не нова – але актуальна вже 40 років. Перше онлайн-кафе з'явилося в Сеулі в 1988 році і складалося всього з двох 16-бітних комп'ютерів, підключених до мережі. Сьогодні інтернет-клуби різних форматів можна знайти по всьому світу. Якщо раніше це були місця для перевірки пошти або друку документа, то зараз це центри багатомільйонної кіберспортивної індустрії. Основна причина в тому, що сучасні комп'ютерні ігри стають все більш вимогливими до технічних характеристик ПК. Системні блоки і периферія стають все краще і дорожче, тому мало хто з геймерів може дозволити собі регулярно оновлювати ігрове залізо. Сучасні комп'ютерні клуби просто заробляють гроші, надаючи високоякісне обладнання та останні версії ігор любителям кіберспорту. Залежно від місця розташування і бізнес-моделі в клубах можна знайти ПК, консолі, класичні відеоігри, шоломи віртуальної реальності. Часто клуби організують покази кіберспортивних змагань на великих екранах або виступають організаторами турнірів з якоїсь дисципліни [33].

Індустрія комп'ютерного клубу відноситься до креативних індустрій. На відміну від традиційних секторів економіки, креативні індустрії характеризуються низькою капіталоемністю, що, в поєднанні з неоднорідністю ринку, створює низькі бар'єри для входу на ринок товарів і послуг та стимулює стартапи [21].

В сучасному середовищі відеогра ототожнюється з електронною грою, в якій гравець використовує інтерфейс користувача, щоб отримати зворотну

інформацію з відеоприсрою. Нерідко відеоігри в повсякденному житті та пресі називають комп'ютерними іграми.

Проте розробники та дослідники таких ігор послуговуються терміном «відеогра», виходячи з її специфіки та місця в ієрархії ігор загалом. Продуктами креативності (творчості) індустрії відеоігр є: ігри для приставок із запатентованим програмним забезпеченням, комп'ютерні ігри на різних носіях, які можна грати на будь-якому персональному комп'ютері або мобільному пристрої, онлайн-ігри, ігрові платформи.

Світовий ринок відеоігор зростає з кожним роком. Сьогодні, індустрія знаходиться під впливом приставок Sony і її серії PlayStation, відродження Nintendo з її Wii і приставки Xbox 360, що підтримується маркетингом Microsoft. Найбільшими розробниками ігор продовжують залишатися американці, корейці та японці. Обсяг українського ринку відеоігор у 2013 р. став найбільшим за всю історію, склавши 300 млн.дол. Однак, більша частина прибутків перепадає зарубіжним видавцям. Деякі видання називають відеоігри головним культурним експортом України на Захід [21].

У структурі сучасної ігрової індустрії можна виділити такі рівні: компанії з розроблення відеоігор, платформ, ігрових рушіїв, ігрові студії, інтернет-кафе, кіберарени, видавничі центри і оператори ринку відеоігор, а також сервіси маркетингових компаній, технічних служб і інформаційної підтримки та просування.

Комп'ютерні ігри сьогодні користуються дуже великою популярністю і попитом, вони стали більш деталізованими, цікавими і захоплюючими. Проблема тільки лише в тому, що вдома не завжди є можливість насолодитися ігровим процесом, набагато простіше відвідати спеціальний комп'ютерний клуб і вже там отримати задоволення від нього. Купівля дорогого комп'ютера або приставки не є доцільним рішенням, тим більше, якщо мова йде про VR контент. Саме тому спеціальні комп'ютерні клуби користуються такою великою популярністю [25].

Комп'ютерний клуб – компанія споживчого ринку сфери послуг. Це означає, що діяльність комп'ютерного клубу можна охарактеризувати як обслуговування населення. У комп'ютерному клубі у певному приміщенні розміщено певна кількість комп'ютерів, об'єднаних у локальну мережу, які використовуються для надання комп'ютерних послуг за схемою: «заплатив – сів на певний час за комп'ютер – пішов, коли час вийшов».

Основною послугою у комп'ютерному клубі є надання комп'ютерів і програмного забезпечення в оренду індивідуальним користувачам. Залежно від мети користувача (клієнта) характер послуги може дещо відрізнятись. Це комп'ютерні ігри, отримання інформації з «всесвітньої павутини», розсилання електронних листів, спілкування в реальному часі з іншими людьми через Інтернет (чат, ICQ, MSN Messenger) тощо.

Бум комп'ютерних клубів відбувся 20 років тому. Сьогодні звичайні дворові інтернет-кафе трансформувалися в кіберарени і Esport-бари з повноцінними ресторанами і магазинами ігрової атрибутики. Геймери нового покоління йдуть грати в Esport-бари, створюючи свої мікроком'юніті за інтересами.

Зростанню індустрії комп'ютерних клубів сприяють світові тренди:

- капіталізація ігрової галузі в 2021 році перевищила показники кіноіндустрії – 138 проти 136 мільярдів доларів;

- ринок внутрішньоігрових покупок вище світового бокс-офісу кінематографу – 50 проти 41 мільярда доларів;

- за наступні 10 років ринок відеоігор зросте вдвічі, що зробить його домінацією в індустрії розваг і зовсім недосяжною;

- з'явилася нова індустрія Esportainment (eSports + entertainment).

Клуби все більше зливаються з HoReCa-сферою. Бар в клубі може приносити 30-40%. Не менш популярний продаж кіберспортивних товарів і атрибутики: мишки, килимки, рюкзаки, футболки з символікою, плюшеві іграшки у вигляді героїв з улюбленої комп'ютерної гри.

Світ комп'ютерних клубів сьогодні дуже різноманітний і має свої особливості в кожній країні.

Існують три найпопулярніших типу закладів:

– Великі комп'ютерні клуби. Кіберарени, великі мережі клубів, франшизи із кіберспортивними шоу і турнірами. Кількість комп'ютерів у деяких значних комп'ютерних клубів у великих містах сягає 120-160. Такі кіберарени працюють цілодобово, мають у своєму складі кафе або бар і вміщують в собі інші напрямки комп'ютерної індустрії та індустрії розваг: комп'ютерні магазини, більярдні зали, дискотеки тощо. Такі клуби, як правило, мають власні Інтернет-сайти та можуть надавати послуги провайдера. Розраховані вони на величезну кількість поточних відвідувачів і часто нагадують систему «Мак-Доналдз» – масово, якісно, дешево, швидко, зручно.

– Середні комп'ютерні клуби. Кількість комп'ютерів 10-30, як правило – Інтернет, може бути невеличкий бар, або, принаймні, холодильник із пивом, прохолоджувальними напоями. Такі клуби мають дуже якісні комп'ютери, але з лімітованою кількістю ПК і декількома клубами в мережі. Такі клуби намагаються створити власний стиль в інтер'єрі, клубній політиці, ставленні до відвідувачів. Це робиться з орієнтацією на коло постійних клієнтів (100-300 чоловік), чим такі подібні комп'ютерні клуби дуже нагадують невеличкі та середні бари, де відвідувачі мають змогу відпочивати себе «як у дома». Середні клуби часто диференціюють напрямки роботи – переважно Інтернет, або переважно ігровий напрямок. Це проявляється в деталях інтер'єру та технічних особливостях комп'ютерів: під Інтернет немає потреби ставити потужні, а отже дорогі комп'ютери, водночас, користувачі Інтернету полюбляють тихі кабінки, де можна розкласти записну книжку, документи, необхідні для роботи, та інше. В ігрових же клубах інтер'єр робочого місця не займає чільного місця серед потреб клієнтів, тут потребують потужних комп'ютерів із якісним графічним зображенням та звуком.

– Маленькі комп'ютерні клуби. Інтернет-кафе на кілька ПК і копіювальні центри. Кількість комп'ютерів 4-5. Їх можна назвати «квартирними

клубами», оскільки вони часто розташовані в приміщеннях студентських гуртожитків, помешканнях, у вільних приміщеннях офісів або крамниць. Віртуальний клуб може бути створений шляхом поєднання кількох комп'ютерів, які стоять у різних квартирах одного будинку, їхніми власниками для проведення вільного часу. Маленькі клуби нечасто приєднані до Інтернету, і взагалі, часто створюються не задля потужної комерційної діяльності, а задля перспективою розвитку, а задля можливості підзаробити та проводити час із друзями.

Перший тип клубів розвивається і затребуваний більше інших. Наприклад, в Європі популярні коктейль і диско-бари, в яких є зал для танців і зал ігрових ПК. Одна з найвідоміших мереж – Meldown, франшиза вже налічує 22 клуби в Європі і постійно поповнюється новими відкриттями.

Великі мережі і франшизи на 50-100 клубів приваблюють великих спонсорів як Nvidia і Logitech, і роблять ставку на змагання і кооперацію із кіберспортивними організаціями.

Новий і досить своєрідний ринок – це eSports-факультети, які масово відкривають у багатьох західних університетах, і яким необхідно адмініструвати свої комп'ютерні клуби. І сьогодні деякі з них тестують SENET для ефективного управління комп'ютерними класами.

Найцікавіший ринок для ENESTECH – це Південно-Східна Азія, де культура комп'ютерних клубів унікальна і розвивалася інтенсивніше і довше за все. Стандартний функціонал не зможе охопити одночасно і легендарні корейські PC bangs, і японські «кафе для бездомних», тому для успіху на цьому ринку продукт збираються модифікувати.

Незабаром комп'ютерні клуби навіть складуть конкуренцію кінотеатрам. Експерти оцінюють кількість глядачів кіберспортивних заходів в 394,6 млн осіб.

Нещодавно до мережі кінотеатрів Multiplex додався власний комп'ютерний клуб в якості пілотного проекту, який з часом переросте в мережу. Це логічно, коли у підлітка 50 грн на дрібні витрати, то на кіно йому не вистачить, а на пару годин в гейм-центрі вистачить [23].

1.2. Сучасний стан та перспективи комп'ютерного бізнесу в Україні

Розвиток інформаційних технологій сьогодні значною мірою визначає напрям наукового прогресу. Від здобутків в IT-сфері залежать швидкість обробки і передачі інформації, аналітичні можливості людства, обсяги виробництва та якість продукції, а також побут та сфера розваг. Інформаційні технології, поруч із використанням в традиційних і життєво важливих процесах та галузях, забезпечують формування нових секторів економіки та суспільного життя, в яких їхня роль є визначальною. До таких сфер належить і кіберспорт.

Кіберспорт – це ігрові змагання, засновані на використанні комп'ютерних технологій, які проходять у віртуальному просторі. Сьогодні кіберспорт – це глобальна індустрія, розмір якої перевищує оборот в 150 млрд дол. США, а загальна кількість учасників і прихильників – 2,5 млрд осіб.

Він поєднує в собі характеристики традиційного спорту (змагальна складова), сфери розваг (емоційна складова) та IT-сфери (технологічна складова). Таке поєднання охоплює як унікальні, так і споріднені риси кожної сфери. Аналогічно із традиційним спортом, кіберсфера передбачає проведення змагань, існування команд, гравців, правил турніру і прагнення до перемоги. Це забезпечує високий рівень залученості рядових прихильників до процесу. Так же, як індустрія розваг, кіберспорт робить ставку на емоційній складовій, що дозволяє приваблювати велику кількість прихильників і становить інтерес для медіа. З точки зору спорідненості з IT-сферою, в кіберспорті ключові події відбуваються у віртуальному середовищі, що обумовлює потребу у спеціальних технологіях і програмному забезпеченні. У 2018 році ємність ринку кіберспорту становила \$655 млн, у 2020 року досяг \$865 млн. За прогнозами Newzoo у 2021 році ринок виросте до відмітки \$1,096 млрд. (рис. 1.1).

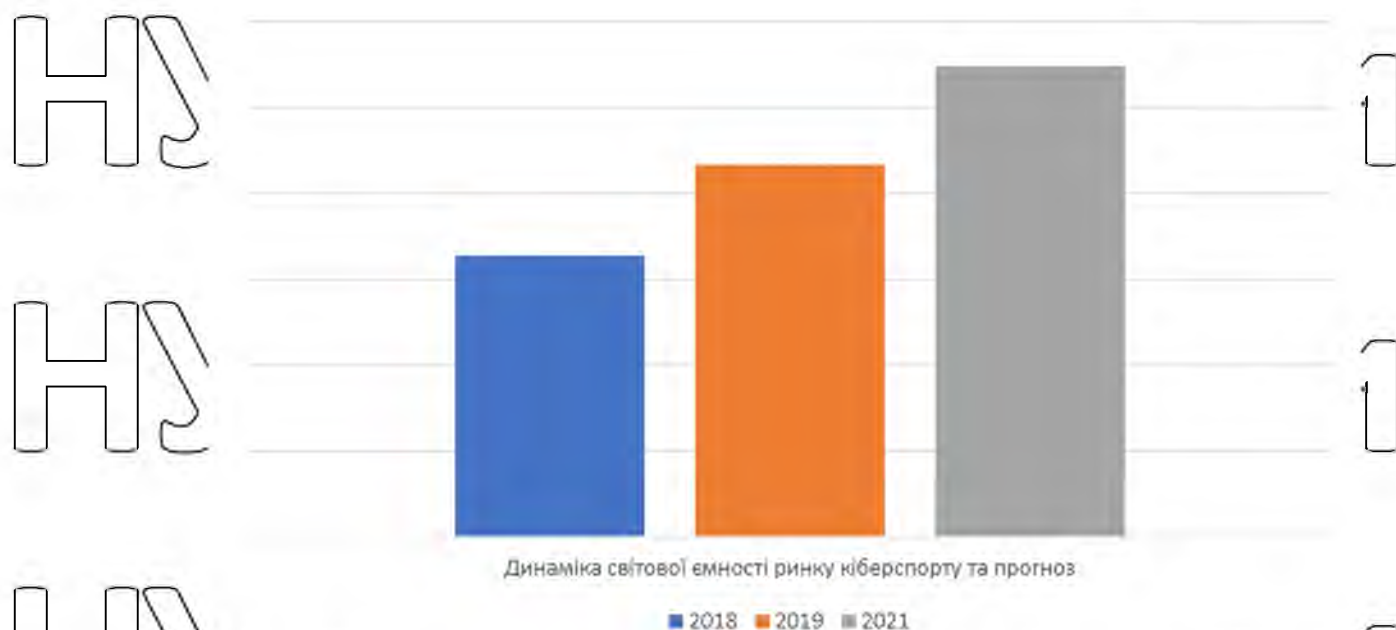


Рис. 1.1. Динаміка світової ємності ринку кіберспорту та прогноз, млн. дол. США

Джерело: сформовано на основі [29]

Зважаючи на специфіку кіберспорту, традиційні підходи і методи аналізу джерел його фінансування мають суттєві обмеження по застосуванню. Так, методи, які застосовуються для аналізу джерел доходів промислового підприємства чи фінансової установи, що передбачають володіння інформацією про структуру балансу та фінансові результати, в нашому випадку не можуть бути використані через відсутність офіційних даних про діяльність кіберспортивних організацій. В окремих аспектах, можна запозичити методіку дослідження з інших сфер спортивної діяльності, наприклад із футболу. В даному випадку, згідно даних Football Money League [30], основні джерела доходів футбольних клубів Європи – це виручка в день матчу (продаж квитків, сувенірної продукції, харчування і напоїв), комерційна діяльність протягом року (включаючи купівлю-продаж гравців) а також продаж прав на телевізійну трансляцію матчів [30]. Зазначені джерела доходів також характерні для кіберспорту, проте, їхня частка є досить незнанною. Відмічається, що ланцюг формування вартості в кіберспорті в цілому схожий з класичними спортивними

видами. Так, спочатку з'являється якісний продукт (гра, команда, подія), вона збирає аудиторію (підписників, глядачів, улюбівальників). Ця аудиторія стає цікавою засобам масової інформації, спонсорам та інвесторам. В сукупності, взаємодія названих суб'єктів пр зводить до формування цінностей і збільшення вартості в сегменті кіберспорту.

В ретроспективі перші ініціативи в сфері комерціалізації кіберспорту належали виробникам комп'ютерного обладнання. Проте, коли чисельність залученої аудиторії почала стрімко зростати, кіберспорт став привабливим також і для світових брендів із інших сфер економіки. Зважаючи на невизначений

статус кіберспорту в Україні і пов'язану із цим відсутність адаптованих статистичних даних щодо його функціонування, в роботі ми використаємо доступні для вільного користування дані аналітичної компанії NewZoo [29].

Вони дозволяють проаналізувати структуру ринку і визначити, яка саме продукція забезпечує головні фінансові надходження у галузь.

Таблиця 1.1
Товарна структура ринку кіберспорту

Продукція	Дохід, млрд. дол	Частка у структурі доходів, %
Ігри для смартфонів	54,9	36,1
Консолі	47,9	31,5
Завантажені ігри для ПК	54,9	36,1
Планшети	13,6	8,9
Браузерні ігри для ПК	3,5	2,3
Всього	152,1	100,0

Джерело: сформовано на основі [31]

Як бачимо, основні надходження в галузь забезпечують ігри для смартфонів і консолі. В сукупності вони дають дохід в 102,8 млрд. дол і загальну частку, рівну 67,6 %. Дуже низькі показники фінансового результату притаманні

браузерним іграм для ПК – всього 3,5 млрд. дол і 2,3 % частки ринку. Поступово

знижується доля ігор, завантажених на ПК (21,2 %). Частка ринку планшетів – 8,9 %. Завдяки розвитку мобільних технологій, ринок отримує більш

характеристики мобільності. В даному випадку розвиток технологій корегує його структуру і в значній мірі впливає на фінансово-економічні процеси.



Рис. 1.2. Структура доходів кіберспорту за джерелами

Джерело: сформовано на основі [31]

Як бачимо, традиційні для футбольних команд Європи джерела доходу – сувеніри і квитки, ліцензійні збори і медіаправа формують у кіберспорті тільки 41 % доходів. Ще 17 % доходів надходять через залучення реклами. Проте, найбільша частка надходить на даний час (42 %) забезпечується спонсорами. Така структура доходів є досить хиткою з позиції традиційних ринків. Залежність від спонсорів є дуже ризикованою. Проте, потрібно розуміти специфіку ринку.

На сьогодні ринок кіберспорту є одним із найдинамічніших. Кількість гравців та глядачів постійно зростає, як і їх купівельна спроможність.

Відповідно до цього, вкладання ресурсів у ринок із такими характеристиками є досить раціональним. Спонсорські кошти дозволяють пришвидшувати розвиток галузі і збільшують місткість ринку. Тому, можна з певною впевненістю стверджувати, що спонсори – це далеко не самотруїсти і їхні вкладення, по-суті, є нічим іншим, як інвестиціями, що забезпечують швидкий ріст ринку. Відповідно до цього, ми застерігаємо від однобічного трантування

структури доходів кіберспорту як нерациональної. Такий підхід може сформувати некоректну базу для фінансового аналізу і формування маркетингових стратегій. Тому, спробуємо розглянути джерела надходження фінансових і матеріальних ресурсів в кіберспортивній організації більш детально.

Аналіз фінансових процесів в українських і світових кіберспортивних організаціях дозволив виділити дев'ять ключових джерел отримання ресурсів. Ці джерела не виступають окремими суб'єктами, а утворюють певні групи.

Виділяють дев'ять основних джерел отримання економічних ресурсів, які об'єднуються у три групи (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Основні джерела надходження фінансових і матеріальних ресурсів в кіберспортивній організації

Основні комерційні надходження включає медіаправа, спонсорство, участь у змаганнях, приватні інвестиції та кредитування.

Продукція у формі ігор, змагань, подій та інформації є головним елементом ринку кіберспорту. Навколо неї відбуваються усі інші процеси, починаючи від купівлі-продажу, до розміщення логотипу спонсора і т.д. По суті, створений і запропонований на ринку продукт повинен мати цінність серед своїх споживачів і мотивувати їх до покупки. Все інше – супровідні процеси, які дозволяють покращувати фінансовий результат.

Зважаючи на неоднозначність продукту в досліджуваній сфері, він може мати різну форму і по-різному сприйматися споживачами. В першому випадку,

продукт – це відеогра, навколо якої будується індустрія кіберспорту. Вона повинна відповідати потребам гравців і мати високий рівень залученості учасників. В іншому випадку – це змагання чи інші події, які фокусують інтерес учасників і глядачів до яскравого і цікавого видовища. В даному випадку потрібно добитися максимального задоволення емоційних потреб споживачів.

Онлайнова форма кіберспорту має свою специфіку щодо комерційної складової. Вона передбачає особливу форму взаємовідносин з приводу оплати за користування продукцією, послугами чи подіями. На відміну від офлайнного кіберспорту, в онлайн режимі оплата здійснюється за час користування продукцією чи перегляд події. Ця особливість може бути використана для продажу частини часу рекламодавцям і спонсорам. Кошти, залучені за рахунок цього становлять вагомую частку у загальній структурі доходів.

Продаж ефірного часу чи інших комунікаційних можливостей спонсорам і рекламодавцям – формує взаємну вигоду для обох сторін. Кіберспортивні організації отримують додаткові ресурси, а рекламодавці – доступ до аудиторії. Особливістю спонсорства в даному контексті є те, що цільова аудиторія є досить монолітною і саме в цьому форматі може реагувати на сигнали, закодовані у рекламі.

Відмітимо, що раніше головними спонсорами змагань в кіберспорту були виробники комп'ютерного обладнання – Acer, Asus, Intel, HP та інші. Тепер більшість спонсорських контрактів укладається з компаніями – далекими до ігрової індустрії - Mercedes-Benz, MediaMarkt, Visa, Qiwi, PepsiCo, Red Bull, KFC

[26].

До цього ж групи доходів можна віднести збір членських внесків від учасників різних асоціацій, федерацій та клубів. За рахунок цих внесків відбувається проведення змагань, формуються призові фонди, проводяться інші заходи.

Реалізація заходів в межах групи комерційної діяльності є досить комплексною і прямо пов'язана із підприємницькою діяльністю. Вона передбачає дослідження ринку і проведення маркетингового аналізу, стратегічне

управління, формування конкурентоспроможної пропозиції, гнучкої цінової політики, формування системи маркетингової комунікації і дистрибуції. Успіх у даній групі доходів підвищує економічну самостійність і привабливість кіберспорту [28].

Не менш важливим для кіберспортивних організацій є продаж медійних та ліцензійних прав. Цей інструмент потребує наявності великої лояльної аудиторії, але дозволяє отримувати значні ресурси. Разом із продажем прав на висвітлення подій та змагань кіберспортивна організація повністю або частково реалізує рекламні права, що формує взаємовигідну основу для співпраці із медійними

компаніями та стрімерами. Участь у змаганнях слугувати джерелом доходів для високопрофесійних і успішних гравців чи команд. У випадку перемоги чи досягнення іншого високого результату вони можуть претендувати на отримання призового фонду. Його розмір залежить від статусу турніру і рівня ефективності

комерційної складової. Ця група має найвищу актуальність змагальної складової і по-суті формує індустрію кіберспорту. Кожна команда і кожен гравець приймає участь у змаганнях для того, щоб перемогти. Заробітки від участі в кіберспортивних турнірів суттєво відрізняються для різних дисциплін, країн, ліг та команд. На даний час, найбільш висооплачуваними є Dota 2, CS:GO, Fortnite.

У випадку з змаганнями в League of legends і Overwatch, розробник гри використовує франшизну систему. Купуючи місце в лізі такого типу, кіберспортивна організація може отримати прибуток за перерахунок її ціни у наступних сезонах, при медійній успішності змагань [28].

Надходження від приватних інвесторів – це інвестиції фізичних та юридичних осіб, включаючи власників кіберспортивних організації та інвесторів, залучених ззовні. Їхня основна мета – досягнення економічного ефекту за рахунок ресурсів, вкладених у бізнес. Цей тип суб'єктів ринку може долучатися до процесу як фінансово, так і матеріально – за рахунок купівлі,

продажу та оренди нерухомості, спеціального обладнання. Зазвичай, ресурси інвесторів відіграють ключову роль на початкових стадіях розвитку кіберспортивних проєктів.

Кредитування виступає важливим джерелом залучення фінансових ресурсів у кіберспорт. Його основу складають фінансово-кредитні установи – банки, кредитні спілки тощо. Їх відмінність полягає у тому, що вони не беруть участі у проекті, а тільки позичають кошти на визначений період часу з метою отримання економічної вигоди у формі відсотку за користування кредитом.

В цілому, варто відмітити, що кіберспорт як бізнес-напрямок розвивається значно швидше, ніж як вид спорту або інституційне поняття. В багатьох країнах він створює цінність і додану вартість навіть в умовах без офіційного визнання.

В цьому контексті його привабливість як бізнесу забезпечує притік фінансового та інтелектуального капіталу, який часто реалізується у формі консалтингових компаній. Ці компанії забезпечують вищий рівень організації ринку і підвищують рівень його керованості [28].

Нині, комп'ютерних клубів в Україні не так вже й багато, ця ніша низькоконкурентна, і почати в ній бізнес набагато простіше і дешевше, ніж відкрити кав'ярню або барбершоп. У той же час, Україна стабільно входить в світовий топ-10 країн за досягненнями кіберспортсменів. Розвиток і створення нових арен неминучий, і протягом декількох років прогрес в цьому напрямку має відбутися, що вже можна спостерігати на прикладі країн зі схожою ситуацією і станом ринку в цій сфері. Оновлені арени створюють сцени на кілька сотень людей з великими екранами для турнірів. Якщо додати сюди комп'ютери і монітори для гравців, стає зрозуміло, що всім цим бізнесом необхідно правильно керувати.

1.3. Соціальна складова діяльності комп'ютерного клубу

В умовах сучасного інформаційного простору споживач може отримати доступ до комп'ютерних ігор завдяки он-лайн режиму в мережі Інтернет, завантажити гру за допомогою спеціальних програм з відповідного веб-сайту, а також придбати ліцензійну копію гри в спеціалізованих магазинах. Особливостями он-лайн режиму гри є те, що:

1. гравець може самостійно проходити етапи гри без допомоги інших гравців;

2. якщо гравець призупиняє процес комп'ютерної гри, то подальше продовження неможливе, доведеться розпочинати нову гру;

3. гравці можуть грати групою.

За результатами соціологічного опитування батьків підлітків встановлено, що діти більшу частину вільного часу присвячують перегляду телепередач, а кожен третій підліток – комп'ютерним іграм.

Психологи стверджують, що пристрастю до гри «уражено» близько 10% людей у світі. У зв'язку з цим, Всесвітня організація охорони здоров'я офіційно визнала ігроманію хворобою XXI століття.

Разом з тим, комп'ютерні ігри можуть провокувати агресивну поведінку у дітей та підлітків. Психіатри вже дали назву такому явищу як «комп'ютерна істерія».

Ігроманія (ігрова залежність, лудоманія, гемблінг) – захворювання, яке характеризується великою і невтомною патологічною тягою до азартних ігор.

Комп'ютерна ігроманія – психічний розлад, по важкості і наслідкам порівняне з алкогольною та наркотичною залежністю. У міру розвитку хвороби людина поступово деградує і всі сфери її життя деформуються. При цьому сам залежний заперечує наявність проблем.

Комп'ютерна залежність на відміну від лудоманії (залежність від азартних ігор) офіційно не визнається за хворобу. Лудоманія – це хвороба (офіційний медичний діагноз), яка внесена в DSM IV – Міжнародний довідник класифікації захворювань. З 2009 р. в Україні з лудоманією почали «боротися» – Верховна Рада прийняла Закон «Про заборону грального бізнесу в Україні». Як наслідок всі казино були зачинені, проте гравців це не зупинило і всі вони подалися до комп'ютерів, де й досі процвітають азартні ігри. Інтернет покер на Pokerstars.com кожного дня збирає 100000 гравців он-лайн. Так до армії українських комп'ютеро-залежних приєдналися ще й лудомани.

Дослідження свідчать, що наприкінці 90-х рр. минулого століття тільки

одна із шести ігор у світі містила, в тій чи іншій мірі, непристойності, третя частина комп'ютерних ігор мала сексуальні сцени. На теперішній час концентрація сексуального контексту збільшилася на 80%, а насильства на 46%.

В різних країнах світу діють закони, згідно з якими вводяться суворі обмеження на використання комп'ютерних ігор з елементами насильства та/або зброї. На думку законодавців, ці заходи покликані запобігти формуванню у громадян (насамперед у дітей і молоді) схильності до агресії.

Однак, на території нашої країни розповсюдження комп'ютерних ігор не врегульовано та не регламентовано з точки зору чинного законодавства, оскільки:

- не розроблені критерії відбору і маркування комп'ютерних ігор в залежності від вікової аудиторії осіб, на яку вони розраховані;

- не розроблена система класифікації комп'ютерних ігор в залежності від віку осіб, починаючи з якого було б максимально безпечним для дитячої психіки гра в такі ігри;

- не упорядкований процес розповсюдження та реалізації комп'ютерних ігор з елементами насильства та жорстокості (еротики).

Вплив комп'ютерних ігор на моральне та психічне здоров'я людини вивчено посередньо

Найбільшу частку становлять ігри, які містять елемент боротьби та дають можливість проявити агресію. Важливим показником рольової гри є дотримання

декількох принципів, основним з яких є принцип трьох «В»: «вкрасти, вбити, вмовити». Створення персонажів такої гри часто містить дискримінаційний гендерний елемент – перевага віддається героям-чоловікам або особам чоловічої статі з яскраво вираженими чоловічими фізичними особливостями та манерами.

У розробників відеоігор із різних держав різний підхід до розуміння естетики та припустимого. Наприклад, японські розробники використовують теми, символи та сакральні елементи різних релігій, зокрема християнства та японського синтоїзму. Через це вже неодноразово були проблеми з продажем такої продукції у країнах, де богохульство та насмішка над релігією не

схвалюється. Наприклад, у США, усі відеоігри, які надходять з Японії попередньо ретельно перевіряють і, у випадку порушень, не допускаються на ринок. Загалом, для розробників відеоігор є звичайною практикою використовувати у якості прототипів Авраама, Бога та представників Римо-католицької церкви.

Популяризація насилля у відеоіграх стає причиною стурбованості у багатьох державах. Багато хто із гравців протягом гри обмінюється з іншими учасниками віртуальних боїв расистськими, гомофобними та антисемітськими образами так часто, що під тиском громадськості виробники змушені вживати

заходів для пом'якшення риторики аватарів. Наприклад, мають місце схвальні висловлювання щодо місії Гітлера у винищенні євреїв, сприйнятті як норми гвалтувань, захват від масштабності атомного бомбардування Японії. Частиною є й образи на адресу гомосексуалістів, азіатів, латиноамериканців та жінок.

Відеоігри поділяються на 24 типи. Аналіз одного з найпопулярніших в Україні Інтернет-сайтів з ігровою продукцією «Мультимедійний портал GoldenBank», показав, що відеоігри представлені так: дії (action) – 645; аркади (arcade) – 152; автомобілі (cars) – 145; боротьба (combat) – 19; консолі (console) – 152; польоти (fighting) – 56; боротьба під час польотів (flight combat) – 36; ігри для дорослих (for adults) – 38; ігри для дітей (for kids) – 39; симулювання історичного процесу (god sim) – 40; логічні (logic) – 196; пошук предметів (quest) – 34; гонки (racing) – 198; гра в карти (wargame) – 32; ролюва розважальна гра (Role-playing game (RPG)) – 266; так звана «стрілялка» (shooter) – 421; симулятор (simulator) – 190; спорт (sport) – 127; стратегія (strategy) – 559; тактика (tactical) – 51; пригоди (adventure) – 229; настільні, наприклад, шахи (board) – 6; перші примітивні ігри (classic) – 10; навчальні (educational) – 13.

Розподіл відеоігор за жанрами на «Мультимедійному порталі GoldenBank» показаний на рис. 1.4.

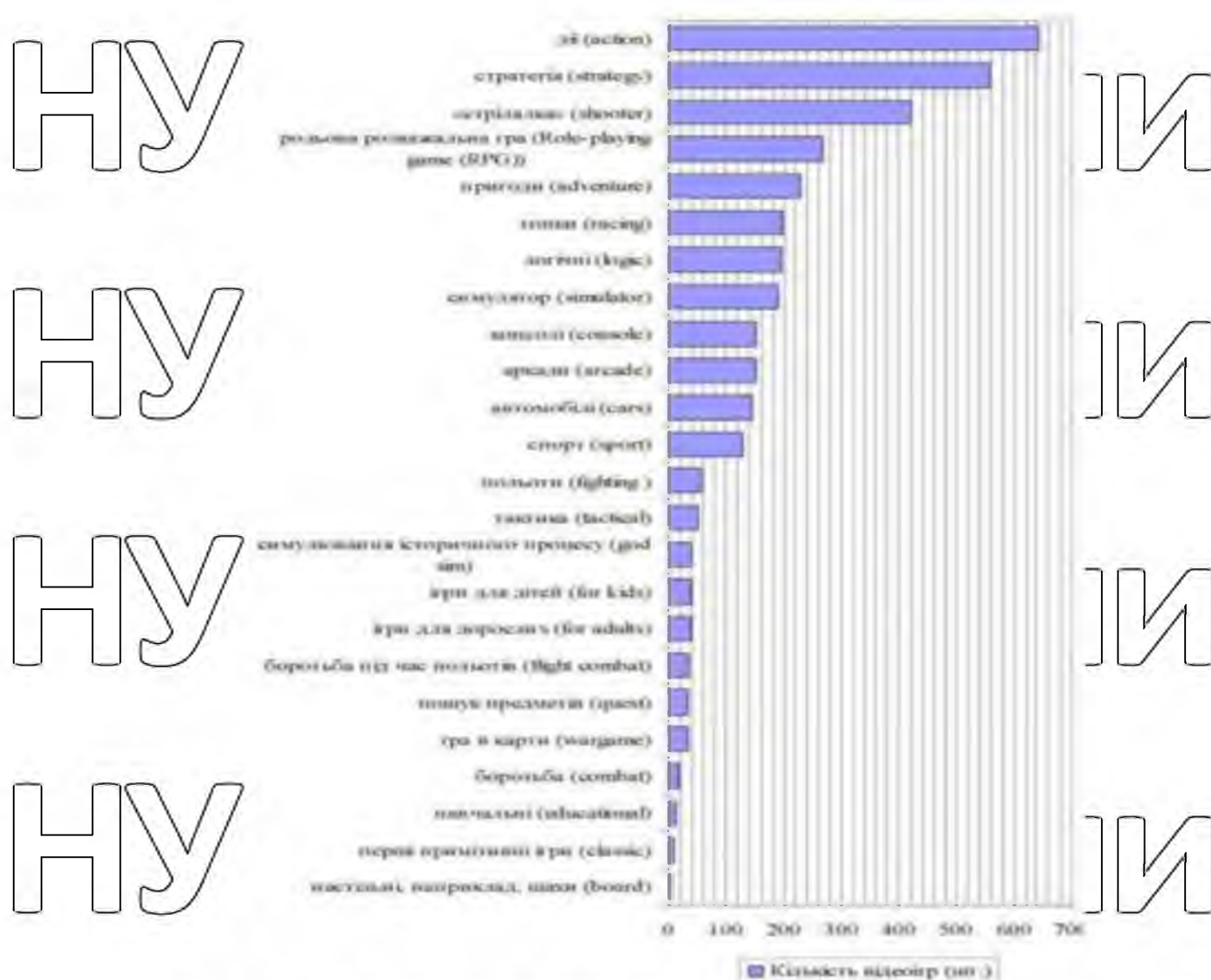


Рис. 1.4. Розподіл відеоігор за жанрами на «Мультимедійному порталі GoldenBank»

Джерело: сформовано на основі [27]

Безпосереднє відношення до проблем захисту суспільної моралі у сфері, що розглядається, має Закон України «Про захист суспільної моралі», а також ряд наступних нормативно-правових актів.

Зокрема Закон України «Про розповсюдження примірників аудіовізуальних творів та фонограм», Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 23.12.1993 № 3792-III, який охороняє авторське право (права авторів та їх правонаступників, пов'язані із створенням та використанням творів науки, літератури і мистецтва), і права виробників фонограм і відеограм (суміжні

права). Комп'ютерна програма є об'єктом авторського права й охороняється як літературний твір у відповідності до чинного законодавства.

Існує ряд нормативних документів затверджених постановами Кабінету Міністрів України, наказами Міністерства освіти і науки України («Про затвердження форм документів щодо питань видачі контрольних марок імпортерам, експортерам та відтворювачам примірників аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних та інструкцій по здійсненню державного контролю за дотриманням законодавства у сфері інтелектуальної власності», «Про утворення Реєстру комп'ютерних програм»,

який визначає процедуру реєстрації комп'ютерних програм, форму Реєстру, порядок його формування та ведення з метою збору, систематизації і зберігання на загальнодержавному рівні даних про комп'ютерні програми та забезпечення

можливості надання органам державної влади відповідної інформації, «Правила використання комп'ютерних програм у навчальних закладах») та Міністерства охорони здоров'я України (Державні санітарні норми і правила влаштування, утримання, обладнання та організації роботи закладів, які надають послуги з комп'ютерної ігрової діяльності дітям, методичні рекомендації «Методика гігієнічної оцінки комп'ютерних ігор»), які визначають певні вимоги при

виробництві та розповсюдженні комп'ютерних ігор [27].

Розглянемо міжнародний досвід державного контролю та регулювання розповсюдження комп'ютерних ігор.

Interactive Software Федерації Європи (ISFE) була створена в 1998 році для представлення інтересів Європейського союзу та міжнародних організацій. У 2002 році об'єднала компанії, що представляють галузь виробників програмного забезпечення в 27 державах. Нею була розроблена європейська рейтингова система відеоігор та іншого розважального програмного продукту – Pan European Game Information (скорочено PEGI), яка вступила в силу в квітні 2003 року. Ця система замінила багато національних систем позначок та маркування продукції на єдину європейську.

Натомість в Швейцарії, Італії та інших державах у даній сфері присутні

суттєві обмеження.

Так, у Швейцарії згідно із національним законодавством, відеопродукція або інформація на електронних носіях повинна проходити процедуру обов'язкового маркування з урахуванням вікових обмежень для користувачів, за наслідками якого, наприклад, комп'ютерні ігри, які мають вікове обмеження (з 16 або 18 років) продаються виключно за умови пред'явлення документів.

У Греції запроваджено систему PEGI з метою захисту суспільної моралі комп'ютерні та відеоігри підлягають спеціальному маркуванню, а також контролю в процесі їх обігу.

У 2011 р. UNICEF було організовано Міжнародний Форум у Люксембурзі, щодо безпечного використання Інтернету неповнолітніми користувачами та його зв'язок з освітою.

У Нідерландах є Медіа-закон, який визначив, що фільми, телепрограми, відео-продукція та комп'ютерні ігри на електронних носіях підпадатимуть під самостійний контроль, який здійснюватимуть дистриб'ютори цієї продукції. Вважається, що з цього моменту в Нідерландах зникла цензура з медійного простору. Статті Карного кодексу Нідерландів були приведені у відповідність до нових норм Медіа-закону, зокрема, введено штрафи. В цілому контроль за медіа-продукцією покладалася на дорослу аудиторію, тобто батьків.

В Австрії обов'язкових вікових обмежень для ігор немає, ігри лише маркуються позначкою «Панєвропейська інформація про гру», яка містить вікові рекомендації.

Латвійська Республіка захищає права дітей шляхом заборони демонстрації, продажу, дарування, давання на прокат і пропагування комп'ютерних ігор, в яких пропагується жорстока поведінка, насильство, еротика, порнографія, що загрожує духовному розвитку дитини.

Комісія з контролю відеоносіїв Франції здійснює контроль за електронними іграми. Законодавством передбачена така адміністративна процедура: якщо документ «представляє небезпеку для молоді через свій порнографічний характер або мієне, відведені злочину, насильству, расовий

дискримінації або ненависті, підбурюванню до вживання, зберігання або перевезення наркотичних речовин», адміністративний орган може обґрунтованою постановою та після консультації з компетентною адміністративною комісією заборонити його використання і розповсюдження [27].

У Німеччині існує Федеральне відомство з перевірки матеріалів, шкідливих для молоді, яке розглядає питання про включення до спеціального списку матеріалів, шкідливих для молоді. До списку внесено комп'ютерні ігри, що вихваляють війну чи расизм.

У Словаччині загальний нагляд за дотриманням прав неповнолітніх дітей здійснюють на регіональному та місцевому рівнях управління праці, соціальних питань та сім'ї. Створено Центр міжнародно-правового захисту дітей та молоді, який забезпечує виконання положень відповідних міжнародних договорів Словацької Республіки та норм ЄС у цій сфері.

Слід зазначити, що у Великій Британії головними ініціаторами кампаній із захисту суспільної моралі виступають здебільшого благодійні та громадські організації, які на замовлення уряду проводять дослідження та передають рекомендації для подальшого аналізу державним Інститутам сім'ї та батьківства.

Відповідно до законів Литви, відповідальні особи, які надають послуги доступу до публічних комп'ютерних мереж в ЛР, зобов'язані забезпечити впровадження та функціонування засобів фільтрації, апробовані Комітетом з розвитку інформаційного суспільства при Уряді Литовської Республіки, які блокують доступ до такого Інтернет-ресурсу, що може спричинити негативний вплив на неповнолітніх. За поданням Комітету з розвитку інформаційного суспільства уряд Литви визначає порядок використання обов'язкових засобів фільтрації в місцях доступу до Інтернету. Виробники, або розповсюджувачі комп'ютерних ігор зобов'язані позначати свою продукцію відповідно до вікового цензу споживачів у встановленому урядом порядку. Щороку такий порядок маркування розробляє та затверджує Комітет з розвитку інформаційного суспільства [27].

Відповідно до Закону «Про захист неповнолітніх від негативної інформації» литовська влада уповноважувалась ввести цензуру на будь-які матеріали в ЗМІ, фільми, комп'ютерні ігри та рекламу, де є згадка про гомо-, бі- або транссексуальні стосунки. Закон був покликаний захистити дітей і підлітків від «інформації еротичного спрямування, яка може спонукати їх до статевих контактів до досягнення повноліття» (18 років). Крім того, документ вводить обмеження на поширення інформації, у якій «нехтуються традиційні сімейні цінності». Депутати парламенту Литви визнали, що подібна інформація може зашкодити психічному здоров'ю, а також фізичному, інтелектуальному і моральному розвитку неповнолітніх.

Влада Китаю зобов'язала ігрові сайти відключити від гри тих, хто провів перед монітором більше п'яти годин поспіль, поступово знижуючи здібності їх персонажей. Китайська влада вирішила переглянути закон, який забороняє ігри на території країни, через 13 років після його прийняття.

Приклад Китаю застосувала влада Республіки Корея, заборонивши школярам грати в мережеві ігри у ночі, а також зобов'язала провайдерів знижувати швидкість Інтернету для загравашихся дорослих, оскільки випадки вбивств ворогів по грі відбувалися у реальному житті у Кореї [27].

Отже, комп'ютерні ігри з елементами насильства та жорстокості наповнено деструктивними, руйнівними формами поведінки, що може спричинити неадекватне ставлення до вибору стратегій поведінки в реальному житті та негативно впливати на свідомість особи.

Неконтрольоване поширення комп'ютерних ігор та їх доступність може:

- негативно впливати на стан фізичного та духовного розвитку молодого покоління, розбещувати свідомість неповнолітніх;
- призводити до скоєння суспільно небезпечних діянь жорстокого, зухвалого характеру неповнолітніми особами, що свідчить про подальше загострення кризи моралі та культури, особливо серед молоді;
- сприяти зростанню злочинності серед підлітків;
- стимулювати не тільки виховання жорстокості, агресії, але й

зомбувати психіку людини.

Нині, чинне законодавство України не містить чітких нормативно визначених критеріїв віднесення аудіовізуальних творів та комп'ютерних програм до таких, що пропагують культ насильства і жорстокості.

На сьогодні в Україні відсутні фахівці та інститути, які займалися б дослідженнями в зазначеному напрямку. З одного боку молодому поколінню нав'язують таку продукцію, з іншого, в Україні відсутній дієвий механізм запобігання формуванню у громадян (насамперед у дітей і молоді) схильності до агресії внаслідок використання комп'ютерних ігор з елементами насильства та жорстокості. Розповсюдження комп'ютерних ігор на території нашої країни є не врегульованим та не регламентованим з точки зору захисту суспільної моралі.

Отже, комп'ютерні ігри сьогодні користуються дуже великою популярністю і попитом, вони стали більш деталізованими, цікавими і захоплюючими. Комп'ютерний клуб – компанія споживчого ринку сфери послуг. Це означає, що діяльність комп'ютерного клубу можна охарактеризувати як обслуговування населення. У комп'ютерному клубі у певному приміщенні розміщено певна кількість комп'ютерів, об'єднаних у локальну мережу.

Сучасні комп'ютерні клуби просто заробляють гроші, надаючи високоякісне обладнання та останні версії ігор любителям кіберспорту. Залежно від місця розташування і бізнес-моделі в клубах можна знайти ПК, консолі, класичні відеоігри, шоломи віртуальної реальності. Часто клуби організують покази кіберспортивних змагань на великих екранах або виступають організаторами турнірів з якоїсь дисципліни.

Нині комп'ютерних клубів в Україні не так вже й багато, ця ніша низькоконкурентна, і почати в ній бізнес набагато простіше і дешевше, ніж відкрити кав'ярню або барбершоп. У той же час, Україна стабільно входить в світовий топ-10 країн за досягненнями кіберспортсменів. Розвиток і створення нових арен неминучий, і протягом декількох років прогрес в цьому напрямку має відбутися, що вже можна спостерігати на прикладі країн зі схожою ситуацією і станом ринку в цій сфері..

РОЗДІЛ 2

БІЗНЕС-ПЛАН ВІДКРИТТЯ КОМП'ЮТЕРНОГО КЛУБУ

2.1. Резюме проекту

Назва проекту: «Відкриття комп'ютерного клубу «Фантом»».

Таблиця 2.1

Показники ефективності проекту

Показники основної діяльності	Середні значення за проектом
Середній обсяг реалізації продукції, грн/міс.	192 795
Середній обсяг поточних витрат, грн/міс.	159 760
EBITDA, грн/міс.	33 035
Чистий прибуток, грн/міс.	20 945
Грошовий потік, грн/міс.	42 411
Показники продаж	Значення за проектом
Точка беззбитковості, % реалізації продукції	87%
Точка беззбитковості, грн реалізації продукції	10 116 530
Точка беззбитковості, грн в середньому на міс.	168 609
Величина операційного важеля	91%
Показники рентабельності	Середні значення за проектом
Рентабельність реалізації продукції по чистому прибутку	7%
Рентабельність реалізації продукції по EBITDA	10%
Рентабельність активів	5,2%
Показники оборотності	Середні значення за проектом
Оборотність	0,47
Інвестиційні показники	Значення за проектом
Термін прогнозу, міс.	36
Ставка дисконтування	15,0%
IRR (Внутрішня норма доходності), % на рік	18,0%
Загальний обсяг фінансування проекту	1 412 000
Чистий грошовий потік	1 315 673
NPV (Чистий дисконтований дохід)	1 058 686
NPV (Чистий дисконтований дохід з урахуванням вартості бізнесу)	2 826 923
Термінальна вартість бізнесу	1 768 239
PВ (Простий термін окупності), роки	0,3
DPV (Дисконтований термін окупності), роки	0,3
PI (Індекс доходності за проектом)	00,74

Джерело: сформовано автором

Мета проекту є створення і успішне функціонування сучасного комп'ютерного клубу «Фантом», що надає зручний, безпечний та інноваційний простір для інтернет-гри, розвитку навичок у сфері ІТ та комп'ютерних технологій, а також забезпечує спілкування та співпрацю серед інтересуючоїся молоді.

Місія проекту – створити безпечну та комфортну атмосферу для фанатів кіберспорту, надає їм майданчик для спілкування, обміну досвідом, підвищення кваліфікації;

– змінити ставлення суспільства до змагального геймінгу, дати можливість розвивати кар'єру професійного кіберспортсмена, змагаючись на офіційних турнірних майданчиках;

– знайомити місцевих ентузіастів кіберспорту зі світовою культурою кіберспорту, транслюючи міжнародні матчі та знайомлячи їх з діяльністю найбільших кіберспортивних організацій, команд та організаторів змагань.

Комп'ютерні гри, інтернет та інформаційні технології зараз є невід'ємною частиною життя сучасної молоді. Комп'ютерні клуби є важливими місцями для розвитку їхніх навичок, забезпечуючи можливість відпочинку, спілкування та навчання. Клуб «Фантом» буде сучасним, добре обладнаним простором з широким асортиментом ігрової техніки та програмного забезпечення.

2.2. Загальна характеристика бізнесу

Організаційно-правовою формою реалізації проекту стане неюридична особа, приватне підприємство. Приватний підприємець є платником єдиного податку.

Комп'ютерний клуб – суб'єкт підприємницької діяльності – юридична особа надає послуги (інтернет-послуги, комп'ютерні ігри тощо).

Концепція бізнес-проекту – відкриття комп'ютерного клубу з метою розширення можливостей доступу до комп'ютерів та інтернету, надання

інформаційних та освітніх послуг, створення спільноти любителів комп'ютерних ігор та інтернет-технологій.

«Фантом» є бізнес-проєктом, який спрямований на створення спеціалізованого комп'ютерного клубу, який надає можливість доступу до сучасних комп'ютерних технологій та послуг. Основна мета полягає в розширенні можливостей доступу до комп'ютерів та Інтернету, а також наданні інформаційних та освітніх послуг.

Основні цілі та завдання проєкту включають:

1. Розширення доступу до комп'ютерів та Інтернету клієнтів клубу, особливо студентів і тих, хто не має власного комп'ютера або стабільного Інтернет-з'єднання, з можливістю отримати доступ до потужних комп'ютерів та високошвидкісного Інтернету.

2. Надання інформаційних та освітніх послуг, тренінгових програм, щоб допомогти клієнтам клубу розвивати їхні навички в галузі комп'ютерних технологій, програмування, дизайну та кібербезпеки.

3. Створення спільноти: клуб це простір, де люди, зацікавлені в комп'ютерних іграх та інтернет-технологіях, можуть збиратися, спілкуватися, обмінюватися досвідом та відчувати приналежність до спільноти однодумців.

4. Надання клієнтам послуг підтримки, консультації та підтримку з питань, пов'язаних з комп'ютерними технологіями. Фахівці будуть готові допомогти вирішити технічні проблеми та відповісти на запитання.

5. Фінансова стабільність та прибутковість проєкту шляхом розумного ціноутворення послуга, ефективного управління витратами та залученням достатньої кількості клієнтів.

Ціннісною пропозицією бізнес-проєкту буде створення комп'ютерного клубу, який буде відрізнятися від інших:

– доступними цінами на послуги, що дозволить більш широкому колу людей скористатися нашими можливостями;

– високоякісне комп'ютерне обладнання та швидке Інтернет-з'єднання (комп'ютери мають достатню потужність для запуску сучасних ігор, зручні крісла та надійна мережа Wi-Fi);

– широкий спектр послуг, що включає доступ до комп'ютерів та Інтернету, ігровий зал, освітні та тренінгові програми, консультації, спільноту та розважальні події.

Основні завдання проекту:

– створення детального бізнес-плану, який включатиме аналіз ринку, конкурентного середовища, визначення цільової аудиторії, фінансові прогнози та стратегію маркетингу;

– вибір відповідного приміщення для комп'ютерного клубу, яке буде зручним для клієнтів і матиме достатню площу для ігрового залу, кафе, зони відпочинку та інших потреб;

– закупівля обладнання, встановлення потужних комп'ютерів з високоякісними процесорами, великими моніторами, високошвидкісним Інтернет-з'єднанням та необхідним програмним забезпеченням для ігор та роботи;

– створення комфортного середовища для клієнтів, включаючи зручні крісла, освітлення, клімат-контроль та інші фактори, які забезпечують комфорт під час гри та навчання;

– розробка різноманітні програми та послуги, такі як тренінги, освітні курси, турніри з комп'ютерних ігор, консультації з технічних питань тощо;

– просування комп'ютерного клубу серед цільової аудиторії (використання соціальних мереж, рекламних кампаній, співпрацю з місцевими школами та інституціями, а також організацію промоакцій).

Ключові партнери комп'ютерного клубу:

1. Компанії, які постачають комп'ютери, монітори, периферійні пристрої та інше обладнання необхідне для роботи клубу. Співпраця з надійними постачальниками може забезпечити доступ до якісного обладнання за конкурентоспроможними цінами.

2. Співпраця з розробниками програмного забезпечення та ігор дозволить отримати доступ до нових програмних продуктів та оновлення, отримання ліцензій на популярні ігри, участь в бета-тестуванні нових продуктів або організацію турнірів з підтримкою розробників.

2.3. Аналіз ринку і конкуренції. Особливості цільової аудиторії

Переважно відвідувачами комп'ютерного клубу «Фантом» будуть підлітки та молодь у віці 12-25 років. Школярі цікавляться виключно іграми, а студенти полюбилися і погравитись, і посидіти в Інтернеті. Основних відвідувачів клубу можливо поділити на:

1. Шанувальників Інтернету. Інтернет використовуються відвідувачами комп'ютерних клубів або для пошуку інформації будь-якого напрямку, або для спілкування. Причому, за кількістю використаного клубного часу друга категорія шанувальників Інтернету явно переважає. Сучасне суспільство не дає можливості для повноцінного безпосереднього спілкування молоді, часто обмежуючи молоду людину занадто вузьким колом псевдодрузів, змушуючи шукати якусь альтернативу. Інтернет-простір надає можливість спілкування з величезною кількістю людей в різних закамарках світу. До того ж, непрямий віртуальний контакт призводить, з одного боку, до повного розкриття людини в спілкуванні, не обмежуючи її в словах та виразах. Класичний приклад цього явища – молода (бувала) дівчина (вже не дуже), тендітна (товста), синьоока (кароока), скромна (нахабна) і інтелігентна (інколи просто тупа) в буденному житті, у чат-просторі криє співрозмовника багатоповірливою нецензурщиною, отримуючи задоволення від того, що може викинути свої емоції повністю і без обмежень. З іншого боку, непрямий віртуальний контакт дає можливість фантазувати, описуючи співрозмовнику той образ, ким хотілось би бути, таким чином, мрія людини стає реальністю принаймні у віртуальній Інтернет-спільноті. Загалом тематика Інтернет-чатів та форумів найрізноманітніша, і часто навколо

певного чата збирається коло людей, що які постійно відвідують його, створюючи віртуальні клуби: фан-клуб поп-зірки, науковий гурток та інші. Людину, яка заходить до комп'ютерного клубу лише задля того, щоб «посидіти в чаті», можна віднести до субкультури комп'ютерного клубу лише умовно, адже вона є пасивним суб'єктом у клубних відносинах, для неї клуб – лише засіб отримати доступ до Інтернету і вона, принаймні спочатку, майже не спілкується з іншими відвідувачами клубу.

Шанувальники комп'ютерних ігор. Це ядро відвідувачів будь-якого ігрового клубу, а отже – осердя даної субкультури, – субкультури з власною ієрархією, законами, ба навіть іменами. Життєдіяльність даної субкультури в середовищі комп'ютерного клубу називається «ігровий рух» і базується на комп'ютерних іграх. Комп'ютерних ігор дуже багато, сьогодні їх класифікують, використовуючи різноманітні методи, беручи за основу такі чинники й параметри, як, наприклад, тип зображення, кількість учасників, графічна основа, технічна база, першоджерело гри тощо. Загальний поділ ігор за кількістю гравців, які беруть участь у грі, та їхніми ігровими взаємовідносинами. За цим принципом ігри поділяються на дві групи: singleplayer синглеер та multiplayer малтіплеер – один гравець або декілька гравців.

2.4. Маркетингова стратегія

Важливим аспектом успішного відкриття комп'ютерного клубу є розробка ефективної маркетингової стратегії та рекламних заходів. Це може включати розробку логотипу та бренду, створення веб-сайту, використання соціальних мереж, рекламних кампаній, співпрацю з місцевими школами та організаціями, участь у виставках та інші маркетингові заходи.

Після аналізу ринку необхідно провести позиціювання та виокремлення клубу «Фантом», яке полягає у здійсненні унікальної пропозиції для клієнтів. Необхідно ідентифікувати особливості та переваги, які роблять клуб відмінним від інших комп'ютерних клубів у місті. Необхідно розуміти потреби та інтереси

цільової аудиторії клубу. Націлити послуги і акції таким чином, щоб задовольнити їхні вимоги та розваги. Наприклад, якщо ваша аудиторія складається з молодих геймерів, клуб може спеціалізуватися на проведенні ігрових турнірів і забезпечувати потужне обладнання для відеоігор. Якщо інші клуби мають обмежений час роботи, клуб «Фантом» може працювати довше, щоб забезпечити більше зручності для клієнтів. Або якщо інші клуби зосереджені на певних типах ігор, клуб може мати більш різноманітну колекцію ігор для різних смаків.

У подальшому необхідно розробити короткий і чіткий слоган або ключове повідомлення, яке передає унікальність та переваги клубу «Фантом». Це повідомлення повинно бути легко запам'ятовуваним і передавати основні переваги вашого клубу «Фантом» у порівнянні з конкурентами.

Необхідно також забезпечити, щоб позиціонування було чітко видно в усіх аспектах бренду, від логотипу та дизайну клубу до рекламних матеріалів і веб-сайту. Використовувати його в усіх комунікаціях і просуванні, щоб усвідомлення бренду зростало серед цільової аудиторії клубу. Позиціонування повинно бути стійким і дотримуватися протягом тривалого часу. Не варто змінювати його радикально без належного обґрунтування, оскільки це може збити з пантелику

цільову аудиторію і створити плутанину в уявленні про клуб. ○ ○

Загальна ідея полягає в тому, щоб зробити клуб «Фантом» унікальним і привабливим для ваших клієнтів, надаючи їм чітке уявлення про те, що робить ваш клуб особливим порівняно з іншими клубами у вашому регіоні. Це допоможе залучити нових клієнтів, збільшити лояльність та стійкий імідж клубу. Коли позиціонування є чітким та унікальним, воно допомагає клубу зайняти своє особливе місце у свідомості клієнтів і стати першим вибором для їхніх потреб.

Далі необхідно розробити продуктову стратегію – це план, який визначає широкий спектр продуктів та послуг, які клуб «Фантом» пропонує своїм клієнтам. Метою продуктової стратегії є задоволення потреб та очікувань вашої цільової аудиторії, забезпечення конкурентоспроможності клубу та залучення

нових клієнтів. Ось деякі ключові аспекти продуктової стратегії для комп'ютерного клубу «Фантом»:

1. Клуб повинен пропонувати широкий спектр послуг та активностей, які задовольняють різні потреби цільової аудиторії. Це може включати гри, турніри, навчальні курси, воркшопи, лекції, соціальні заходи тощо. Акцент на різноманітність, щоб привернути як нових, так і постійних клієнтів.

2. Необхідно забезпечити клуб сучасним та високоякісним обладнанням для гри, навчання та інших діяльностей. Також слід постійно оновлювати програмне забезпечення, щоб відповідати останнім технологічним тенденціям.

3. Запровадження навчальних курсів та тренінгів з комп'ютерних тематик для різних рівнів знань професійними інструкторами, які зможуть передати знання та навички клієнтам.

4. Організація регулярних ігор та турнірів з різних ігрових жанрів, які зацікавлять вашу аудиторію.

5. Надання клієнтам можливість вибирати і персоналізувати послуги, щоб задовольняти їхні індивідуальні потреби.

6. Створення активної спільноти клієнтів, де вони можуть обмінюватися досвідом, взаємодіяти та спілкуватися. Використання соціальних мереж, форуму та інших засобів зв'язку для залучення і утримання клієнтів у спільноті.

7. Надання можливості клієнтам залишати відгуки та рекомендації про клуб. Позитивні відгуки є потужним інструментом для залучення нових клієнтів і підтримки лояльності вже існуючих.

Ці аспекти продуктової стратегії допоможуть клубу «Фантом» збільшити свою привабливість для клієнтів і стати невід'ємною частиною їхнього комп'ютерного досвіду.

Формування цін на послуги комп'ютерного клубу є важливим аспектом фінансового планування. Визначення адекватних та конкурентоспроможних цін на послуги допоможе забезпечити прибутковість проєкту та залучити клієнтів.

Таблиця 2.2

Церелік послуг та ціи комп'ютерного клубу «Фантом»

Послуга/гра	Середня вартість, грн./ 2 год.
<i>Elden Ring</i>	300,00
<i>Horizon Forbidden West</i>	200,00
<i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild 2</i>	350,00
<i>Gran Turismo 7</i>	200,00
<i>Stray</i>	200,00
<i>Sifu</i>	200,00
<i>S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl</i>	350,00
<i>Gotham Knights</i>	200,00
<i>Hogwarts Legacy</i>	200,00
<i>The Lord of The Rings: Gollum</i>	350,00
<i>God of War Ragnarok</i>	200,00
<i>Marvel's Midnight Suns</i>	300,00
<i>Starfield</i>	200,00
<i>Hanoi</i>	50,00
<i>Снеки</i>	50,00

Джерело: сформовано автором

Запланування вірного ціноутворення є важливим аспектом бізнесу, оскільки це впливає на прибутковість клубу «Фантом» і сприйняття ціи і послуг цільової аудиторії. Аналіз ціи на послуги, які надають конкуренти та розуміння які саме пакети та ціи пропонують інші комп'ютерні клуби, і які додаткові переваги вони можуть надавати своїм клієнтам. Це допоможе визначити оптимальний діапазон ціи. На основі аналізу ринку та вартості послуг визначається конкурентоспроможні ціи. Варто запровадити різні пакети або програми зі знижками для постійних клієнтів. Це дозволить залучати нових клієнтів та стимулювати лояльність і повторні відвідування. Такі пакети можуть включати різні послуги або доступ до ігор та курсів на різний період часу. Щоб привернути увагу нових клієнтів та стимулювати повторні відвідування, варто запроваджувати акції та спеціальні пропозиції на певні послуги або періоди часу. Такі пропозиції можуть бути обмеженими за кількістю місць або періодом дії, що створить попит більшої цінності для клієнтів.

При встановленні ціи на послуги комп'ютерного клубу важливо

враховувати наступні аспекти:

1. розрахувати всі витрати, пов'язані зі здійсненням послуг: витрати на оренду приміщення, комунальні послуги, оплата персоналу, обслуговування обладнання, програмне забезпечення, маркетинг і рекламу, страхування тощо;

2. дослідити ринок та цінування послуг схожих комп'ютерних клубів у регіоні. Врахувати ціни конкурентів, та з'ясувати, які додаткові послуги або переваги можливо надавати своїм клієнтам для встановлення конкурентоспроможних цін;

3. цінність послуги: якість обладнання, рівень обслуговування, доступ до унікальних програм або ігор, освітні можливості, зручність розташування тощо. Визначення цін на основі цінності для клієнта допоможе впевнитися, що вони готові платити за послуги клубу;

4. можливість пропонувати різні пакети або тарифні плани залежно від потреб клієнтів, різні цінові пакети залежно від тривалості користування.

5. проведення періодичних акцій та знижок, які стимулюватимуть клієнтів до використання послуг клубу. Наприклад, знижка на годину гри або спеціальна пропозиція для нових клієнтів. Це дозволить привернути увагу та залучити нових клієнтів;

6. постійний моніторинг та аналіз реакції клієнтів на встановлені ціни, конкуренції та вимог ринку. При потребі коригувати ціни, щоб забезпечити оптимальний баланс між конкурентоспроможністю та прибутковістю.

Загалом, формування цін на послуги комп'ютерного клубу вимагає збалансованого підходу, який враховує витрати, конкуренцію, цінність для клієнта та гнучкість.

Продаж та реклама – це ключові компоненти маркетингової стратегії, які допоможуть залучити нових клієнтів та підтримувати лояльність інших.

Ефективна комбінація продажних методів та рекламних кампаній допоможе зростити обіг клубу «Фантом»:

1. Використовування цифрового маркетингу для привертання нових клієнтів. Створення привабливого інтернет-сайту, де будуть розміщені всі

послуги та актуальні інформація про клуб. Використання соціальних мереж для залучення уваги і взаємодії з вашою цільовою аудиторією. Запуск електронних розсилок та контент-маркетингових кампаній, щоб взаємодіяти зі своїми клієнтами.

2. Співпраця з блогерами з галузі комп'ютерних технологій або інфлюенсерами в геймінгу, які мають велику аудиторію. Просування клубу через їх канали може допомогти залучити нових клієнтів і підвищити усвідомлення про бренд.

3. Проведення спеціальних промо-заходів, де нові клієнти можуть скористатися безкоштовним відвідуванням клубу або отримати знижку на послуги. Такі заходи можуть залучити більше уваги і спонукати клієнтів до першого відвідування.

4. Встановлення партнерства з іншим підприємствами або організаціями, що мають спільну цільову аудиторію. Наприклад, співпраця з місцевими школами або організація спільних івентів з іншими розважальними закладами.

Добре сплановані стратегії продажів та реклами допоможуть привернути більше клієнтів до клубу «Фантом» і створити сильний бренд, який буде привабливим для вашої цільової аудиторії.

2.5. Організаційно-виробничий план

Виробничий процес комп'ютерного клубу включає такі етапи:

- придбання або оренда приміщення;
- придбання та налаштування комп'ютерного обладнання;
- розміщення обладнання та створення робочих місць для клієнтів;
- розробка та запуск програм та послуг, таких як ігровий зал, освітні курси, тренінги тощо;
- організація графіку роботи та прийому клієнтів;

– забезпечення підтримки та консультацій для клієнтів;

організація рекламної кампанії та маркетингових заходів.

Одним з ключових ресурсів у відкритті будь-якого закладу є його місце розташування. Для комп'ютерного клубу потрібне відповідне приміщення, яке забезпечить достатню площу для розташування комп'ютерів, ігрових зон, кафе та зони відпочинку. Важливо враховувати аспекти комфорту клієнтів, безпеки та доступності для осіб з обмеженими можливостями. Планується взяти в оренду приміщення під 300 м². Оренда такого приміщення коштує уявно 50 тис.грн. на місяць.

Послуги, які планується надавати у комп'ютерному клубі «Фантом»:

1. Надання доступу до потужних комп'ютерів з високошвидкісним Інтернетом. Це може бути особливо корисно для студентів, які потребують комп'ютерів для навчання, а також для тих, хто не має власного комп'ютера або потужного Інтернет-з'єднання вдома.

2. Ігровий зал для любителів комп'ютерних ігор. Він буде обладнаний новітніми ігровими консолями, комп'ютерами та аксесуарами. У доступі будуть різноманітні ігри, включаючи популярні онлайн-ігри та мультіплеєрні ігри для гри з друзями.

3. Впровадження освітніх та тренінгових програм з комп'ютерних технологій, програмування, дизайну, кібербезпеки та інших сучасних тем. Це дозволить клієнтам клубу розвивати свої навички та отримувати нові знання в галузі інформаційної безпеки та технологій.

4. Фахівці клубу будуть надавати консультації та допомогати вирішувати проблеми клієнтів. Клуб допоможе з встановленням програмного забезпечення, налаштуванням мережі, ремонтом комп'ютерів та вирішенням інших технічних питань.

5. Буде створено спільноту любителів комп'ютерних ігор та інтернет-технологій, організовуватись регулярні турніри, зустрічі, лекції та інші події. Це дозволить клієнтам клубу спілкуватися, обмінюватися досвідом та відчувати приналежність до однодумців.

6. У комп'ютерному клубі «Фантом» також буде кафе, де клієнти зможуть насолоджуватися свіжими напоями та перекусити. Також буде створено зручну зону відпочинку, де клієнти зможуть розслабитися між сеансами гри або тренінгами.

7. Оренда приміщень клубу для проведення інших подій, таких як семінари, тренінги, презентації або вечірки.

Технологія включає в себе використання сучасного комп'ютерного обладнання та програмного забезпечення. Клуб повинен мати надійні комп'ютери з високошвидкісним інтернет-з'єднанням, а також розроблені програми для ігор, освітніх курсів та інших послуг. Технологічний аспект також включає в себе налаштування безпеки мережі та даних клієнтів.

Для ефективного функціонування комп'ютерного клубу потрібний відповідний персонал. Це можуть бути адміністратори, технічні спеціалісти, інструктори, та інші працівники. Важливо забезпечити достатню кількість та якість персоналу для обслуговування клієнтів та забезпечення ефективної роботи клубу. Для привернення відповідних кандидатів на роботу необхідно використовувати різні канали, такі як рекламні дошки, соціальні медіа, спеціалізовані веб-сайти, рекомендації від існуючих працівників тощо.

Проводити процес підбору, інтерв'ю та відбір кандидатів, забезпечуючи, щоб вони відповідали вимогам клубу.

Місячний фонд заробітної плати персоналу комп'ютерного клубу «Фантом» буде складати 151765 грн. (табл. 2.3).

У комп'ютерному клубі буде використовуватися лінійна організаційна структура. Для неї характерна вертикаль: вищий керівник – лінійний керівник – виконавці. Є тільки вертикальні зв'язки.

Таблиця 2.3

Персонал комп'ютерного клубу «Фантом»

Посада	Заробітна плата чиста	Заробітна плата із податком	Кількість працівників	Оплата праці, всього	ЄСВ
Директор	30 000	35 850	1	35 850	7887
Бухгалтер	12 000	14 340	1	14 340	3154,8
Адміністратор залу	10 000	11 950	1	11 950	2629
Оператор комп'ютерного залу	15 000	17 925	3	53 775	11830,5
Охоронник	10 000	11 950	2	23 900	5258
Прибиральниця	10 000	11 950	1	11 950	2629
Разом:	67 000	80 065	9	151 765	25501,30

Джерело: сформовано автором

Розрахуємо загальну потребу в інвестиціях для відкриття комп'ютерного клубу «Фантом» (табл. 2.4).

Для успішного функціонування комп'ютерного клубу необхідні наступні ресурси:

- комп'ютерне обладнання: потужні комп'ютери, монітори, клавіатури, миші та інші периферійні пристрої;

- інтернет-з'єднання: швидке та стабільне інтернет-підключення для всіх комп'ютерів у клубі;

- програмне забезпечення: ліцензійне програмне забезпечення для ігор, навчальних курсів, а також програми для адміністрування та безпеки

- меблі та обладнання для облаштування клубу.

Таблиця 2.4

Початкові інвестиції комп'ютерного клубу «Фантом»

<i>Стаття видатків</i>	<i>Сума, грн</i>
Капітальні витрати разом	630 000
В тому числі на: Ремонт приміщення	100 000
Комп'ютерна техніка	300 000
Звукова техніка	70 000
Меблів та устаткування для залу	140 000
Кондиціонер	20 000
Чайник, кавомашина	20 000
Програмне забезпечення, ігри	100 000

Джерело: сформовано автором

Таблиця 2.5

<i>Стаття витрат</i>	<i>Сума, грн</i>
Щомісячні витрати до проекту	256 266
Оренда приміщення	50 000,0
Комунальні послуги	5 000,0
Інтернет, мобільний зв'язок	3 000,0
Реклама	3 000,0
Обплата праці (з податками)	151 765,0
Інші витрати	1 000,0
ЄСВ	25 501,3
Амортизація (порахувати окремо для засобів із таблиці 2.2.)	14 722,2

Джерело: сформовано автором

Для розрахунку амортизації обладнання і устаткування, використовуємо метод лінійної амортизації. Припустимо, що термін служби цього обладнання - 3 рок. Порахуємо річну амортизацію:

$$\text{Річна амортизація} = (\text{Вартість обладнання}) / (\text{Термін служби})$$

$$\text{Річна амортизація} = 530000 / 3 = 176666,7 \text{ грн}$$

$$\text{Амортизація на 1 міс.} = 176666,7 / 12 = 14722,2 \text{ грн}$$

Отже, річна амортизація для капітальних витрат складає 176666,7 грн, а амортизація у місяць буде складати 14722,2 грн.

НУБІП України

Таблиця 2.6

Інвестиції, необхідні для відкриття комп'ютерного клубу «Фантом»

Спрямування інвестиційних вкладень	Разом	1 рік	2 рік	3 рік
Ремонт приміщення	696 000	640 000	28 000	28 000
Комп'ютерна техніка	100 000	100 000	0	0
Звукова техніка	350 000	310 000	20 000	20 000
Меблів та устаткування для залу	80 000	70 000	5 000	5 000
Кондиціонер	146 000	140 000	3 000	3 000
Чайник, кавомашинка	20 000	20 000	0	0
Програмне забезпечення, ігри	20 000	20 000	0	0
Всього	1 412 000	1 300 000	56 000	56 000

Джерело: сформовано автором

НУБІП України

Необхідні розміри інвестицій для комп'ютерного клубу «Фантом» пов'язані з запуском проекту, орендою приміщення, закупівля обладнання, рекламну компанію тощо. Для відкриття комп'ютерного клубу «Фантом» будуть потрібні інвестиції в розмірі 1 300 000 грн.

НУБІП України

2.6. Фінансова оцінка проекту

НУБІП України

Витрати на утримання і експлуатацію обладнання та приміщення включають амортизаційні відрахування від вартості обладнання, амортизаційні відрахування від вартості приміщення, витрати на ремонт та утримання обладнання. При врахуванні амортизаційних відрахувань у розрахунку

НУБІП України

результатів варто мати на увазі таке. По-перше, вони є «негрошовою» позицією в складі притоку коштів проекту, за ними не стоять які-небудь реальні грошові угоди – це усього лише відбиток в розрахунку процесу зниження вартості

довгострокових видів активів. Необхідно виключити амортизаційні відрахування з операційного відтоку – вони вважаються врахованими в складі початкових інвестиційних витрат.

Таблиця 2.7

Прогноз витрат для відкриття комп'ютерного клубу «Фантом»

Статті витрат	Разом	1 рік	2 рік	3 рік
Змінні витрати	1080000	240000	420000	420000
<i>Elden Ring</i>	60000	12 000	24 000	24 000
<i>Horizon Forbidden West</i>	60000	12 000	24 000	24 000
<i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild 2</i>	96000	24 000	36 000	36 000
<i>Gran Turismo 7</i>	60000	12 000	24 000	24 000
<i>Stray</i>	60000	12 000	24 000	24 000
<i>Sifu</i>	60000	12 000	24 000	24 000
<i>S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl</i>	96000	24 000	36 000	36 000
<i>Gotham Knights</i>	60000	12 000	24 000	24 000
<i>Hogwarts Legacy</i>	60000	12 000	24 000	24 000
<i>The Lord of The Rings: Gollum</i>	96000	24 000	36 000	36 000
<i>God of War Ragnarock</i>	60000	12 000	24 000	24 000
<i>Marvel's Midnight Suns</i>	60000	12 000	24 000	24 000
<i>Starfield</i>	60000	12 000	24 000	24 000
<i>Hanoi</i>	96000	24 000	36 000	36 000
<i>Снеки</i>	96000	24 000	36 000	36 000
Постійні витрати	8505587	2 835 196	2 835 196	2 835 196
Оренда приміщення (з комунальними послугами)	1800000	600 000	600 000	600 000
Реклама	180000	60 000	60 000	60 000
Інтернет, мобільний зв'язок	108000	36 000	36 000	36 000
Оплата праці (з податками)	5463540	1 821 180	1 821 180	1 821 180
Інші витрати	36000	12 000	12 000	12 000
ЄСВ	918047	306 016	306 016	306 016
Амортизація	529999	176 666	176 666	176 666
Всього	9585587	3 075 196	3 255 196	3 255 196
Всього з урахуванням амортизації	10115586	3 251 862	3 431 862	3 431 862
Змінні витрати	1080000	240000	420000	420000

Джерело: сформовано автором

Точні витрати і амортизація відкриття комп'ютерного клубу «Фантом» будуть залежати від багатьох факторів, таких як розмір клубу, кількості

відвідувачів, ціни на програмне забезпечення, ігри та обладнання, заробітні плати працівників тощо. З урахуванням цих особливостей термін окупності відкриття закладу комп'ютерного клубу біля 2 років.

Проаналізуємо план доходів майбутнього клубу.

Таблиця 2.8

План грошових надходжень комп'ютерного клубу «Фантом»

Стаття доходів	Разом	1 рік	2 рік	3 рік
<i>Elden Ring</i>	8 262 634	2 696 117	2 685 959	2 880 558
<i>Horizon Forbidden West</i>	5 901 882	1 925 798	1 918 542	2 057 541
<i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild 2</i>	13 220 215	4 313 788	4 297 534	4 608 892
<i>Gran Turismo 7</i>	5 901 882	1 925 798	1 918 542	2 057 541
<i>Stray</i>	5 901 882	1 925 798	1 918 542	2 057 541
<i>Sifu</i>	5 901 882	1 925 798	1 918 542	2 057 541
<i>S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl</i>	15 108 817	4 930 043	4 911 468	5 267 306
<i>Gotham Knights</i>	4 721 505	1 540 639	1 534 834	1 646 033
<i>Hogwarts Legacy</i>	5 901 882	1 925 798	1 918 542	2 057 541
<i>The Lord of The Rings: Gollum</i>	9 443 010	3 081 277	3 069 667	3 292 066
<i>God of War Ragnarok</i>	5 901 882	1 925 798	1 918 542	2 057 541
<i>Marvel's Midnight Suns</i>	11 567 688	3 774 564	3 760 342	4 032 781
<i>Starfield</i>	4 721 505	1 540 639	1 534 834	1 646 033
<i>Hanoi</i>	7 082 258	2 310 958	2 302 250	2 469 050
<i>Снеки</i>	7 082 258	2 310 958	2 302 250	2 469 050
<i>Всього</i>	116 621 179	38 053 772	37 910 392	40 657 015

Джерело: сформовано автором

Для гарантування надійної роботи комп'ютерного клубу «Фантом» рекомендується врахувати наступні аспекти:

1. Закупівля високоякісного комп'ютерного обладнання, яке відповідає потребам клубу. Забезпечення регулярного технічного обслуговування, оновлення програмного забезпечення та антивірусного захисту для запобігання можливим поломкам або вірусним атакам.

2. Забезпечення стабільного та швидкого інтернет-підключення для клієнтів. Ретельно прорахована потужність мережі, щоб вона витримувала навантаження, особливо в часи пікового попиту.

3. Регулярне створення резервних копій всіх важливих даних, таких як користувачські файли та налаштування, щоб запобігти їх втраті у разі випадкового видалення, поломки обладнання або інших непередбачуваних ситуацій.

4. Встановлення антивірусного програмного забезпечення та брандмауер для захисту комп'ютерів та мережі від шкідливих програм та несанкціонованого доступу. Захист клієнтських даних та конфіденційної інформації шляхом використання надійних методів шифрування та обмежень доступу.

Розглянемо ефективність проекту відкриття комп'ютерного клубу «Фантом». Основні показники, які наведені у табл. 2.7, дозволяють оцінити фінансову продуктивність проекту.

Середній обсяг реалізації продукції грн/міс. вказує на середній обсяг продажів у гривнях за місяць. Проект відкриття комп'ютерного клубу «Фантом» має середній обсяг реалізації продукції в розмірі 192 795 гривень на місяць.

Середній обсяг поточних витрат складає 159 760 гривень на місяць.

ЕВІТДА (прибуток до оплати відсотків, оподаткування, амортизації і амортизації) вказує на зиск проекту перед врахуванням витрат на фінансування, оподаткування та інших непрямих витрат. У проекті відкриття комп'ютерного клубу «Фантом» ЕВІТДА становить 33 035 гривень на місяць. Чистий прибуток після врахування всіх витрат і податків становить 20 945 гривень на місяць. Сума грошових коштів, які надходять або витрачаються протягом місяця становить 42 411 гривень на місяць.

Точка беззбитковості реалізації продукції вказує на відсоток обсягу реалізації/продукції, при якому досягається точка беззбитковості – коли витрати дорівнюють доходам і немає ні прибутку, ні збитків. У пропонованому проекті відкриття комп'ютерного клубу «Фантом» точка беззбитковості досягається при

87% реалізації продукції або при реалізації продукції на суму 10 116 530 гривень.

НУБІП УКРАЇНИ

Таблиця 2.9

Показники ефективності проекту	
Показник	Значення
Норма дисконту	15,0%
Ставка дисконту % на міс.	1,2%
PВ (Простий термін окупності), міс.	3
PВ (Простий термін окупності), роки	0,3
DPВ (Дисконтований термін окупності), міс.	3
DPВ (Дисконтований термін окупності), роки	0,3
PI (Індекс доходності за проектом)	1,74
Доходність за проектом	0,74
IRR (Внутрішня норма доходності), % на міс.	-10,99%
IRR (Внутрішня норма доходності) % на рік	18,0%
NPV (Чистий дисконтований дохід)	1 058 686
NPV (Чистий дисконтований дохід) з урахув. вартості бізнесу	2 826 925
Термінальна вартість бізнесу	
Чистий грошовий потік, рік	390 839
Довготерміновий темп росту	1,0%
Термінальна вартість бізнесу	1 768 289
NPV (Чистий дисконтований дохід) з урахув. продажу бізнесу	2 826 925

Джерело: сформовано автором

Точка безбитковості в середньому на місяць вказує на середній грошовий обсяг реалізації продукції, при якому досягається точка безбитковості впродовж місяця. Для проекту комп'ютерного клубу «Фантом» цей показник становить 168 609 гривень на місяць.

Величина операційного важеля вказує, наскільки змінюється прибуток компанії відносно зміни обсягу реалізації продукції. Величина операційного важеля запропонованого проекту відкриття комп'ютерного клубу

«Фантом» складає 91%.

Показники рентабельності реалізації продукції по чистому прибутку та EBITDA вказують на відсоток прибутку, який відноситься до відповідного показника – чистого прибутку (7%) або EBITDA (10%).

Показник оборотності вказує на ефективність використання активів у комп'ютерному клубі. У нашому випадку оборотність складає 0,47.

Важливо зазначити, що оцінка ефективності бізнес-проекту відкриття комп'ютерного клубу «Фантом» повинна базуватись на комплексному аналізі, включаючи ринкові умови, конкуренцію, маркетингову стратегію, фінансові показники та інші фактори. Зазначені показники є важливими, але їх слід розглядати в контексті всієї ситуації та ринкових умов.

2.7. Джерела фінансування проекту

Проаналізуємо потребу та джерела фінансування проекту комп'ютерного клубу «Фантом». Згідно табл. 2.10, загальна потреба в фінансуванні становить 1 412 000 грн, з яких 1 000 000 грн будуть позичені.

Таблиця 2.10

Джерела фінансування проекту

Загальна потреба в фінансуванні	1 412 000
Позичені гроші	1 000 000
Власні кошти інвестора	412 000

Джерело: сформовано автором

Таким чином, для реалізації проекту потрібно знайти додатково 412 000 грн. Цю суму можна спробувати залучити через інші джерела фінансування, такі як інвестори, гранти, краудфандинг або спонсорські угоди. Також можливо розглянути можливість збільшення власних коштів, якщо це можливо.

Плануючи залучення додаткового фінансування, варто ретельно прорахувати бізнес-план та впевнитися в ефективності та стабільності проекту.

2.8. Управління ризиками проекту

Управління ризиками проекту є важливою частиною його успішної реалізації. Ризик - це можливість того, що небажані події, проблеми або невдачі можуть вплинути на проект та його цілі. Якщо ризики не враховані та не керуються, вони можуть призвести до перешкод у реалізації проекту, затримок та збільшення витрат. Управляти ризиками проекту можливо шляхом:

1. Ідентифікація ризиків: спільно з командою проекту проведіть аналіз потенційних ризиків, які можуть вплинути на проект. Розгляньте всі аспекти, включаючи технічні, фінансові, організаційні та зовнішні чинники.

2. Оцінка ризиків – ймовірність та вплив кожного ризику на проект. Розгляньте, наскільки сильно ризик може вплинути на виконання проекту та його результати.

3. Розробка плану управління ризиками, в якому зазначено, як будуть керуватися та контролюватися ризики протягом життєвого циклу проекту. Визначення відповідальних осіб за кожний ризик та виробить стратегії мінімізації ризиків.

4. Моніторинг та контроль ризиків та змін в їх характеристиках. Вчасно реагувати на негативні зміни та виконувати заплановані заходи по управлінню ризиками.

5. Після завершення проекту проведення аналіз використання стратегій управління ризиками. Вивчення, які ризики вдалося уникнути, а які можливо було б обробити краще. Це допоможе покращити підхід до управління ризиками у майбутніх проектах.

6. Важливо взаємодіяти з усіма стейкхолдерами проекту та повідомляти їх про потенційні ризики та заходи, що здійснюються для їх управління.

Управління ризиками – це постійний процес, який вимагає уваги та планування. Це допоможе знизити ймовірність негативних наслідків та забезпечить успішну реалізацію вашого проекту комп'ютерного клубу «Фантом».

Отже, концепція бізнес-проекту – відкриття комп'ютерного клубу з метою розширення можливостей доступу до комп'ютерів та інтернету, надання інформаційних та освітніх послуг, створення спільноти любителів комп'ютерних ігор та інтернет-технологій. «Фантом» є бізнес-проектом, який спрямований на створення спеціалізованого комп'ютерного клубу, який надає можливість доступу до сучасних комп'ютерних технологій та послуг. Основна мета полягає в розширенні можливостей доступу до комп'ютерів та Інтернету, а також наданні інформаційних та освітніх послуг.

Виробничий процес комп'ютерного клубу включає такі етапи: придбання або оренда приміщення; придбання та налаштування комп'ютерного обладнання; розміщення обладнання та створення робочих місць для клієнтів; розробка та запуск програм та послуг, таких як ігровий зал, освітні курси, тренінги тощо; організація графіку роботи та прийому клієнтів; забезпечення підтримки та консультацій для клієнтів; організація рекламної кампанії та маркетингових заходів. Для відкриття комп'ютерного клубу «Фантом» будуть потрібні інвестиції в розмірі 869 266 грн.

Точні витрати і амортизація відкриття комп'ютерного клубу «Фантом» будуть залежати від багатьох факторів, таких як розмір клубу, кількості відвідувачів, ціни на програмне забезпечення, ігри та обладнання, заробітні плати працівників тощо. З урахуванням цих особливостей термін окупності відкриття закладу комп'ютерного клубу біля 2 років. Важливим аспектом успішного відкриття комп'ютерного клубу є розробка ефективної маркетингової стратегії та рекламних заходів. Це може включати розробку логотипу та бренду,

створення веб-сайту, використання соціальних мереж, рекламних кампаній, співпрацю з місцевими школами та організаціями, участь у виставках та інших маркетингові заходи.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 3 ПРОПОЗИЦІЇ З РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ

У багатьох українців комп'ютерні клуби асоціюються з місцями з середини нульових, де можна було перевірити пошту, зробити ксерокопію та трохи пограти. Власники не завжди слідкували за якістю обладнання, адміністратори закривали проблеми вручну. А для хоч якогось керування використовували безкоштовний або піратський софт.

Але в останні роки бізнес комп'ютерних клубів стрімко трансформується і знову стає привабливим. Головна причина – популяризація кіберспорту. Нині ж в Україні відкривають не тільки нові комп'ютерні клуби, а й великі кіберспортивні арени. Нещодавно кіберспорт визнали офіційним видом спорту в Україні, тож запит на такі простори лише зростатиме.

Типова арена – хаб на десятки і сотні комп'ютерів, де можна тренуватися з командою, обмінюватися досвідом, разом проводити та дивитися чемпіонати з Dota 2 та Counter-Strike, спілкуватися і просто відпочивати. Окрім оренди обладнання, надання доступу до інтернету, ігор і консолей, потужностей клубу може вистачити на додаткові послуги та сервіси.

Додаткові послуги – це супутні послуги, які можливі в межах населеного пункту з використанням наявних ресурсів для основної діяльності. Наприклад це може бути:

- закуски та напої (бар/кафе);
- копіцентр (друк і сканування документів);
- фотозйомка на документи, друк фото на місці;
- доступ тематичних подій (трансляція міжнародних матчів);
- відокремлена зона для настільних ігор (асортимент офлайн-ігор: настільні ігри, настільний футбол, дартс та ін.);
- навчальні табори для тренування навичок у грі;
- ізольовані кабінки для стрімінгу;
- продаж мерча кіберспортивних команд і організацій;

- оренда місць для роботи (коворкінг);
оренда конференц-залів або інших типів приватних приміщень для проведення ділових заходів.

Отже, комп'ютерному клубу «Фантом» з метою збільшення середнього чеку або часу перебування в клубі, варто запропонувати відвідувачам

асортимент закусок і напоїв. Оскільки, студенти та школярі – найперспективніша група, яку можуть зацікавити комп'ютерні клуби, тому варто звернути увагу на напрямки поп-культури та ігрової культури, якими захоплюються діти. Можливо

організувати кіберспортивну школу з тренерами, впроваджувати ігрові стратегії,

організувати шкільну лігу в Dota2, CS:GO, League of Legends з можливістю

кар'єрного росту. Клуб «Фантом» може стати центром трансляції кіберспортивних матчів і продавати квитки на покази. І, можливо, відвідувачам

клубу буде цікаво купувати мерч у популярних команд – відкриття точки продажу брендового мерчу.

Однією з головних тенденцій у бізнесі комп'ютерних клубів є необхідність пропонувати послуги, які сприяють соціалізації та відпочинку. Клубу «Фантом» для того щоб виділятися на тлі конкурентів, має обов'язково проявити креативність і пропонувати послуги, які створюють унікальну атмосферу. Як

правило, додаткові послуги здебільшого не вимагають серйозних змін у закладі, тому можливо легко додавати та тестувати різні речі, які можуть сподобатися аудиторії клубу.

Варто зауважити, що у бізнесі комп'ютерного клубу є те, що він може отримати вигоду від рекомендацій. Дуже обмежена кількість підприємств може

значною мірою покладатися на сарафанне радіо так, як це роблять комп'ютерні клуби, тому це серйозна перевага. Все, що потрібно зробити, це придумати систему винагород для відвідувачів, надаючи їм бонуси за те, що вони приведуть друзів або членів сім'ї у клуб.

Гарною ідеєю є надання гнучких цін для клієнтів, орієнтуючись на різні сегменти аудиторії клубу. Багато кіберклубів пропонують різні ціни в залежності від того, скільки годин людина проводить у закладі, який сьогодні день тижня,

як часто людина приходить пограти в ігри. Необхідно пропонувати спеціальні пропозиції для нових відвідувачів, щоб заохотити їх відвідати заклад, одночасно впроваджуючи знижки для постійних клієнтів, щоб вони мали мотивацію продовжувати повертатися. Комп'ютерний клуб «Фантом» може створити унікальну систему винагород і бонусів і зробити її невід'ємною частиною ціноутворення клубу.

Необхідною складовою бізнес-плану, який пропонується, є регулярне оновлення обладнання. Швидкі і потужні комп'ютери – одна з головних причин відвідування інтернет-клубів. Щоб бути в курсі останніх тенденцій кіберспорту, у комп'ютерному клубі «Фантом» доведеться оновлювати своє обладнання кожні 2-3 роки. Якщо процесори і відеокарти у клубі не підтримують нові ігри, або периферія вже повністю зносилася через постійне використання, клуб ризикує втратити відвідувачів.

Важливо слідкувати за наповненням бібліотеки ігор – клубі завжди мають бути і новинки ігрового світу, і найпопулярніші бренди. Крім того, важливим моментом є також забезпечення відвідувачам можливості грати в ліцензійні продукти, щоб вони могли брати участь в турнірах і отримувати досягнення.

Домогтися цього можна не купуючи ліцензію на кожен комп'ютер, а скориставшись системою їх розподілу.

Для ефективного управління таким бізнесом дуже важливо обрати програмне забезпечення, яке дозволить адміністратору включати і вимикати комп'ютери і консолі, бухгалтеру – бачити надходження та витрачання, а власнику – в будь-який момент визначати, як йдуть справи, і на що слід звернути увагу. В ідеалі програма для комп'ютерних клубів повинна підтримувати гарне статистичне ядро, яке допоможе з'ясувати, які ігрові зони і в який час користуються популярністю або простоюють, а які ігри з бібліотеки пора видалити.

Комп'ютерний клуб є одним із тих видів бізнесу, які вимагають від власника постійного зв'язку зі своїми співробітниками, щоб контролювати всі робочі процеси. На території закладу завжди є ймовірність форс-мажорних

ситуацій, і обладнання клубу потребуватиме постійного нагляду з боку системних адміністраторів. Щоб керувати такою складною інфраструктурою, вже не вистачить Excel-таблиць або софту, який просто вимикає комп'ютер за таймером. Більшість власників бізнесу вирішують ці проблеми за допомогою програмного забезпечення. Програмне забезпечення для керування ігровими клубами автоматизує більшу частину роботи, усуваючи великий шматок рутини і дозволяючи власникам бачити більшість процесів онлайн.

Тому у комп'ютерному клубі «Фантом» пропонуємо використовувати популярну нині в Україні та світі багатофункціональну менеджмент-платформу Senet. Сьогодні Senet вже працює в понад 60 країнах світу. В Україні цим софтом користуються і маленькі простори, і величезні арени на кшталт Force Arena в Луцьку або Windigo у Дніпрі. У 2020 році платформа стала фіналістом міжнародного конкурсу The SaaS Awards [33].

За допомогою Senet власник може повністю дистанційно керувати клубом. У реальному часі можливо бачити динаміку відвідування закладу, статистику, за якими комп'ютерами користувачі проводять більше часу та в які ігри більш охоче грають. Так можна контролювати завантаженість, налаштовувати тарифні плани, створювати індивідуальні програми лояльності для гравців, розраховувати ефективність роботи персоналу. Система контролю транзакцій у реальному часі фіксує доходи і витрати клубу.

Відвідувачі охоче повертаються до клубів знову завдяки гнучким абонементам та програмам лояльності. Senet дозволяє їм бронювати комп'ютер дистанційно, в один клік. Також прямо зі свого місця гравці можуть замовити їжу, напої, та інші товари через магазин, вбудований в інтерфейс програми.

Адміністратори також не відволікаються на рутину. Для більш легкого керування ПК існує адмін-панель SENET Boot частину функціоналу, яка раніше була доступна в SAP. Тепер у адміністраторів з'явилася можливість віддаленого доступу до ПК без використання TeamViewer і переключання в SAP. Нова адмін-панель дозволяє:

бачити статус комп'ютерів клубу (Online/Offline)

– вмикати, вимикати та перезавантажувати комп'ютери
 дивитись всю інформацію про обраний ПК (MAC, IP, Hostname, NIC
 Info, chip name, і т.д.)

– мати віддалений доступ до ПК і повноцінно їм керувати не
 використовуючи TeamViewer [34].

Наприклад, найновіша функція одночасного оновлення ігор на всіх ПК
 економить час і кошти. «Game Update» це аддон від Senet, який оптимізує роботу
 по оновленню ігрового контенту в комп'ютерних клубах завдяки таким
 функціям:

– можливість запускати оновлення ігор на всіх ПК клубу за пару кліків;
 надсилає сповіщення про нові версії ігор;
 має функцію налаштування швидкості інтернету для оновлень;

– під час оновлення певної гри, геймери можуть користуватись ПК та
 грати в інші ігри [34].

Можливо вибрати автоматичне оновлення вмісту для всіх доданих офісів
 або вручну ініціювати оновлення за потреби. Автоматичні оновлення можна
 ввімкнути, увімкнувши «Автоматичні» оновлення програм у настройках
 організації та зберігши зміни. Якщо є необхідність обробляти оновлення вручну,
 варто вимкнути параметр автоматичного оновлення.

Senet дає можливість встановити фонovi зображення для всіх робочих
 станцій одночасно або завантажити окреме зображення для кожної зони.
 Зображення повинно відповідати дозволу дисплея, не перевищувати 10 Мб і бути
 в форматі JPG / JPEG / PNG.

А якщо необхідно залучити нових клієнтів та вручну заявити про клуб,
 достатньо організувати кіберспортивне змагання на базі Senet.

Платформа працює як хмарний сервіс SaaS (software as a service, тобто
 програмне забезпечення на вимогу) і постійно отримує нові функції. Клієнтська
 підтримка кількома мовами на зв'язку 24/7. Клієнт платить гнучку підписку на
 щомісячній основі саме за необхідні функції. При цьому середня місячна
 вартість – \$100-\$150 – доступна навіть невеликим клубам [33].

Крім того, платформа Senet допомагає вирішити проблему зношеності обладнання. У клубі будуть активно використовуватися комп'ютери та консолі, а це означає, що іноді виникатимуть проблеми з підключенням або потреба ремонту. Доведеться міняти ігрове обладнання кожні кілька років залежно від його зносу, тоді як комп'ютерна периферія може потребувати заміни через місяць. Системні адміністратори готові забезпечити регулярне технічне обслуговування. Крім того, той самий софт для керування, який допомагає контролювати повсякденні бізнес-операції, також може надати велику допомогу для перевірки продуктивності обладнання. Senet має вбудовану функцію моніторингу температури GPU/CPU, адже перегрів є перевіреним способом помітити, що з обладнанням щось не так.

Важливим також є підбір команди комп'ютерного клубу «Фантом». Важливо, щоб команда складалася зі спеціалістів різних областей. Це дозволить забезпечити комплексний підхід до завдань та більш ефективно вирішувати проблеми. Командні навички є ключовими. Люди повинні бути здатні ефективно спілкуватися, ділитися ідеями та працювати разом над проектами. Оскільки індустрія кіберспорту все ще знаходиться на ранній стадії, необхідність її просування та популяризації стає ще більш значною, враховуючи зростаюча конкуренція між компаніями в цій сфері. PR-фахівці та менеджер з маркетингу відіграють життєво важливу роль у створенні позитивного сприйняття та зміцненні репутації комп'ютерного клубу. Вони працюють над покращенням іміджу клубу за допомогою різних стратегій, включаючи рекламу, націлювання на конкретну аудиторію та використання таких засобів, як соціальні медіа, радіо і телебачення. Глибоке розуміння індустрії кіберспорту має вирішальне значення в цій унікальній галузі. Люди зі здатністю думати творчо та приносити нові ідеї можуть допомогти клубу розвиватися та інноваційно працювати.

У перспективі, як тільки клуб почне отримувати прибуток планується розвиток бізнесу. Навіть з технологіями останнього покоління клуб залишиться на колишньому рівні прибутковості за умови, що сфера кіберспорту стане популярнішою, а аудиторія зростатиме. Потрібно буде відкривати мережу

кілька клубів або працювати по власній франшизі, інакше з однієї точки буде дуже складно збільшити капітал.

Отже, комп'ютерному клубу «Фантом» з метою збільшення середнього чеку або часу перебування в клубі, варто запропонувати відвідувачам асортимент закусок і напоїв. Можливо організувати кіберспортивну школу з тренерами, впроваджувати ігрові стратегії, організувати шкільну лігу в Dota2, CS:GO, League of Legends з можливістю кар'єрного росту. Клуб «Фантом» може стати центром трансляції кіберспортивних матчів і продавати квитки на покази. Відвідувачам клубу буде цікаво купувати мерч у популярних команд – відкриття точки продажу брендового мерчу.

З метою ефективного керування діяльністю комп'ютерного клубу «Фантом» запропоновано використовувати багатфункціональну менеджмент-платформу Senet. За допомогою Senet є можливість повністю дистанційно керувати клубом. У реальному часі можливо бачити динаміку відвідування закладу, статистику, за якими комп'ютерами користувачі проводять більше часу та в які ігри більш охоче грають. Так можна контролювати завантаженість, налаштовувати тарифні плани, створювати індивідуальні програми лояльності для гравців, розраховувати ефективність роботи персоналу. Система контролю транзакцій у реальному часі фіксує доходи і витрати клубу. Senet дозволяє відвідувачам бронювати комп'ютер дистанційно. Також прямо зі свого місця гравці можуть замовити їжу, напої, та інші товари через магазин, вбудований в інтерфейс програми.

У перспективі, як тільки клуб почне отримувати прибуток планується розвиток бізнесу. Навіть з технологіями останнього покоління клуб залишиться на колишньому рівні прибутковості за умови, що сфера кіберспорту стане популярнішою, а аудиторія зростатиме. Потрібно буде відкривати мережу ще кілька клубів або працювати по власній франшизі, інакше з однієї точки буде дуже складно збільшити капітал.

ВИСНОВКИ

НУБІП України

За результатами матеріалу викладеному у дипломній роботі можливо зробити наступні висновки:

1. Комп'ютерні ігри сьогодні користуються дуже великою популярністю і попитом, вони стали більш деталізованими, цікавими і захоплюючими. Комп'ютерний клуб – компанія споживчого ринку сфери послуг. Це означає, що діяльність комп'ютерного клубу можна охарактеризувати як обслуговування населення. У комп'ютерному клубі у певному приміщенні розміщено певна кількість комп'ютерів, об'єднаних у локальну мережу.

НУБІП України

2. Нині комп'ютерних клубів в Україні не так вже й багато, ця ніша низькоконкурентна, і почати в ній бізнес набагато простіше і дешевше, ніж відкрити кав'ярню або барбершоп. У той же час, Україна стабільно входить в світовий топ-10 країн за досягненнями кіберспортсменів. Розвиток і створення нових арен неминучий, і протягом декількох років прогрес в цьому напрямку має відбутися, що вже можна спостерігати на прикладі країн зі схожою ситуацією і станом ринку в цій сфері.

НУБІП України

3. Концепція бізнес-проекту – відкриття комп'ютерного клубу з метою розширення можливостей доступу до комп'ютерів та інтернету, надання інформаційних та освітніх послуг, створення спільноти любителів комп'ютерних ігор та інтернет-технологій. «Фантом» є бізнес-проектом, який спрямований на створення спеціалізованого комп'ютерного клубу, який надає можливість доступу до сучасних комп'ютерних технологій та послуг. Основна мета полягає в розширенні можливостей доступу до комп'ютерів та Інтернету, а також наданні інформаційних та освітніх послуг.

НУБІП України

4. Виробничий процес комп'ютерного клубу включає такі етапи: придбання або оренда приміщення; придбання та налаштування комп'ютерного обладнання; розміщення обладнання та створення робочих місць для клієнтів; розробка та запуск програм та послуг, таких як ігровий зал, освітні курси, тренінги тощо; організація графіку роботи та прийому клієнтів; забезпечення

підтримки та консультацій для клієнтів; організація рекламної кампанії та маркетингових заходів. Для відкриття комп'ютерного клубу «Фантом» будуть потрібні інвестиції в розмірі 869 266 грн.

5. Точні витрати і амортизація відкриття комп'ютерного клубу «Фантом» будуть залежати від багатьох факторів, таких як розмір клубу, кількості відвідувачів, ціни на програмне забезпечення, ігри та обладнання, заробітні плати працівників тощо. З урахуванням цих особливостей термін окупності відкриття закладу комп'ютерного клубу біля 2 років. Важливим аспектом успішного відкриття комп'ютерного клубу є розробка ефективної маркетингової стратегії та рекламних заходів. Це може включати розробку логотипу та бренду, створення веб-сайту, використання соціальних мереж, рекламних кампаній, співпрацю з місцевими школами та організаціями, участь у виставках та інші маркетингові заходи.

6. Формування цін на послуги комп'ютерного клубу є важливим аспектом фінансового планування. Визначення адекватних та конкурентоспроможних цін на послуги допоможе забезпечити прибутковість проекту та залучити клієнтів. При встановленні цін важливо враховувати наступні аспекти: розрахувати всі витрати, пов'язані зі здійсненням послуг; врахувати ціни конкурентів; цінність послуги; можливість пропонувати різні пакети або тарифні плани; проведення періодичних акцій та знижок.

7. Середній обсяг реалізації продукції вказує на середній обсяг продажів у гривнях за місяць. Проект відкриття комп'ютерного клубу «Фантом» має середній обсяг реалізації продукції в розмірі 326 612 гривень на місяць. Середній обсяг поточних витрат складає 224 048 гривень на місяць. Оцінка ефективності бізнес-проекту відкриття комп'ютерного клубу «Фантом» повинна базуватись на комплексному аналізі, включаючи ринкові умови, конкуренцію, маркетингову стратегію, фінансові показники та інші фактори. Зазначені показники є важливими, але їх слід розглядати в контексті всієї ситуації та ринкових умов.

8. Комп'ютерному клубу «Фантом» з метою збільшення середнього чеку або часу перебування в клубі, варто запропонувати відвідувачам асортимент закусок і напоїв. Можливо організувати кіберспортивну школу з тренерами, впроваджувати ігрові стратегії, організувати шкільну лігу в Dota2, CS:GO, League of Legends з можливістю кар'єрного росту. Клуб «Фантом» можете стати центром трансляції кіберспортивних матчів і продавати квитки на покази. Відвідувачам клубу буде цікаво купувати мерч у популярних команд – відкриття точки продажу брендового мерчу.

9. З метою ефективного керування діяльністю комп'ютерного клубу «Фантом» запропоновано використовувати багатфункціональну менеджмент-платформу Senet. За допомогою Senet є можливість повністю дистанційно керувати клубом. У реальному часі можливо бачити динаміку відвідування закладу, статистику, за якими комп'ютерами користувачі проводять більше часу та в які ігри більш охоче грають. Так можна контролювати завантаженість, налаштовувати тарифні плани, створювати індивідуальні програми лояльності для гравців, розраховувати ефективність роботи персоналу. Система контролю транзакцій у реальному часі фіксує доходи і витрати клубу. Senet дозволяє відвідувачам бронювати комп'ютер дистанційно. Також прямо зі свого місця гравці можуть замовити їжу, напої, та інші товари через магазин, вбудований в інтерфейс програми.

10. У перспективі, як тільки клуб почне отримувати прибуток планується розвиток бізнесу. Навіть з технологіями останнього покоління клуб залишиться на колишньому рівні прибутковості за умови, що сфера кіберспорту стане популярнішою, а аудиторія зростатиме. Потрібно буде відкривати мережу ще кілька клубів або працювати по власній франшизі, інакше з однієї точки буде дуже складно збільшити капітал

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы: навч. метод. посібник. К.: Фінанси і статистика, 2011. 248 с.
2. Блонська В.І. Обґрунтування та інвестиційне забезпечення проекту розвитку підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2011. Вип. 21.1. С. 159-165.
3. Бовтік А. Бізнес-план як інструмент стратегічного управління. Круглий стіл, 2004. № 3 (16). с. 9-14.
4. Бовчак А.В., Камишніков Р.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація. Маркетинг в Україні. 2005. №2. С. 50-53.
5. Губені Ю.Е. Основи підприємництва та агробізнесу. Навчальний посібник. Львів: Українські технології, 2002. 256 с.
6. Дудка І.О. Розробка наукових основ промислового грибівництва та їх практична реалізація в аграрному комплексі України. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Достигнення, проблеми и перспективы культивирования грибов. Современные технологии». Донецьк. 2006. С. 3-16.
7. Іванюга В. Ф. Сучасні теоретичні положення щодо розвитку підприємництва в Україні: Європейські орієнтири. Матеріали за 44-та міжнародна научна практична конференція, [«Динамика исследования»], 16-31 июля 2008. Т. 6 : Икономики. София : «Бял.ГРАД-БГ» ООД, 2008. С. 7-11.
8. Коротич О. Б. Підприємництво як соціально-економічне явище. Теорія та практика державного управління. 2010. Вип. 4 С. 211-216.
9. Коротич О. Б. Спільне підприємництво: навч. посіб. Х.: УкрДАЗТ, 2004. 117 с.
10. Краус Н.М. Інноваційна економіка в глобалізованому світі: інституціональний базис формування та траєкторія розвитку: монографія. К.: Аграр Медіа Груп, 2019.

11. Краус Н.М., Краус К.М. Сучасні цифрові інформаційно-інноваційні технології в сфері фінансів, управління і адміністрування. Економічна стратегія та політика реалізації європейського вектору розвитку України: концептуальні засади, виклики та протиріччя: монографія. К. : Київський національний університет ім. Т. Шевченка; НДС “Центр економічних досліджень”; ТОВ “СІК ГРУП УКРАЇНА”. 2018. С. 469-487.

12. Лаврів Л.А. Бізнес-планування у діяльності організації: базові процедури та основні методичні підходи. Інноваційна економіка. 2013. № 48. С. 109–110.

13. Лещенко Е.В. Организация адаптивного управления конкурентоспособностью предприятия. Финансово-кредитная деятельность: проблемы теории та практики. 2014. Вып. 1. С. 153-159.

14. Лещик І. Аграрне підприємство як об’єкт управління та виробничо-господарської діяльності. Галицький економічний вісник. 2011. № 3(32). С. 87–93.

15. Линенко А.В., Халтобіна Н.В. Особливості складання бізнес-плану. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво, 2007. № 2. с. 148-150.

16. Макаренко С.М. Бізнес планування: навчально-методичний посібник. Херсон: СТАР ЛТД, 2017. 224 с.

17. Манжура О.В., Краус Н.М., Краус К.М. Професії майбутнього у віртуальній реальності інноваційно-цифрового простору. БІЗНЕС ІНФОРМ, 1, 2019. С. 132–138.

18. Масловська М.В., Перевозчикова Н.О. Особливості процесу бізнес-планування в сучасних умовах розвитку України. Ефективна економіка. 2013. № 11. С. 1–3. URL: file:///C:/Users/user/Downloads/efek_2013_11_29.pdf (дата звернення: 03.10.2023).

19. Прохорова Т.П., Приличенко Т.І. Маркетингове обґрунтування бізнес-плану підприємства. Вісник НТУ «ХПІ». 2014. № 34. С. 31.

20. Різник В.В., Різник Н.А. Базові процедури, методологія бізнес-планування та його роль у стратегічному управлінні діяльністю підприємства.

21. Свінцицька О.М., Ткачук В.Є. Креативна економіка та креативні індустрії навч. посібн. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 218 с. URL: <https://www.academia.edu> (дата звернення: 03.10.2023)..

22. Синицина Г.А., Ранкован О.Д. Основи бізнесу та підприємницької діяльності: конспект лекцій. Харків: ХДУХТ, 2019. 93 с.

23. Як керувати комп'ютерним клубом: історія українського SaaS-сервісу, який підкорив 30 країн. URL: <https://techiia.com/ua/news/vak-keruvati-kompyuternim-klubom-istoriya-ukrayinskogo-saas-servisu-vak-i-pidkoriv-30-krain> (дата звернення: 17.05.2023).

24. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 03.10.2023).

25. Офіційний сайт клубу VRATA. URL: <https://vrata.club/page/komputernyi-klub-odessa> (дата звернення: 03.10.2023)..

26. Горова К.О., Горовий Д.А., Кіпоренко О.В. Основні тенденції розвитку ринку кіберспорту. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2016. №4(2). С. 51-55. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2016_4%282%29_12 (дата звернення: 17.05.2023).

27. Про дотримання законодавства у сфері захисту суспільної моралі при обігу комп'ютерних ігор. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vr001623-13#Text> (дата звернення: 17.05.2023).

28. Чайка Є.С., Зозульов О.В. Фінансово-еконмічні аспекти функціонування ринку кіберспорту. URL: https://eja.kpi.ua/bitstream/123456789/33534/1/Finansovo-ekonom_aspekty.pdf (дата звернення: 03.10.2023)..

29. Global Game Market Report (Free version), NewZoo. URL: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-esports-market-report-2019-light-version> (дата звернення 05.06.2023).

30. Football Money League. Deloitte Sports Business Group. January 2019. URL: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/consumer-business/articles/deloitte-football-money-league.html> (дата звернення 05.06.2023).

31. NewZoo Global Esports Market Report 2019. URL: <https://strivesponsorship.com/2019/06/18/newzoo-global-esports-market-report-2019/> (дата звернення 07.07.2023).

32. <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/p0039697-02#Text>

33. Senet – серце комп'ютерної арени. URL: <https://itukraine.org.ua/senet-%E2%80%94-sercze-kompyuterno%D1%97-areni.html> (дата звернення 09.08.2023).

34. Оновлення SENET за липень 2023: нові можливості SENET Boot, новини про "Game Update" аддон для дискових клубів та багато іншого. URL: <https://senet.cloud/blog/onovlennya-senet-za-lipen-2023-novi-mozhливosti-senet-boot-novini-pro-game-update-addon-dlya-diskovih-klubiv-ta-bagato-inshogo> (дата звернення 09.08.2023).

35. Як керувати комп'ютерним клубом: історія українського SaaS-сервісу, який підкорив 30 країн. Сайт URL: <https://techia.com/ua/news/yak-keruvati-kompyuternim-klubom-istoriya-ukrayinskogo-saas-servisu-yakij-pidkoriv-30-krayin> (дата звернення 14.11.2022)

36. 5 речей, на які слід звернути увагу, створюючи комп'ютерний клуб з нуля. URL: <https://senet.cloud/blog/5-things-to-orne-cyber-club> (дата звернення 14.07.2023)

37. Інтернет-клуб: портрет цільової аудиторії. URL: <https://senet.cloud/blog/cyberclub-gamers> (дата звернення 03.06.2023)

ДОДАТКИ

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України