

Можно проследить, что интенсивность рекламных объявлений Турции и Болгарии в газете «Ва-Банк» практически одинакова, за исключением сентября, поскольку в Турции более продолжительный туристический сезон, чем в Болгарии. Реклама туристической дестинации «Крым» в июле и августе в газете «Ва-Банк» представлена в большем объеме, что свидетельствует о большей востребованности данного направления по сравнению с другими дестинациями.

Объем рекламы туристической дестинации «Румыния» значительно уступает ближайшему конкуренту по региону – Болгарии. Факт низкой рекламной активности по туристической дестинации «Румыния», с одной стороны, свидетельствует о существующем низком спросе на дестинацию, а с другой, о слабом ее продвижении. Для увеличения спроса на дестинацию «Румыния» туристическим компаниям можно предложить активнее ее рекламировать, а также, чтобы повысить информированность потребителей о регионе, размещать информацию о стране и ее особенностях в других печатных изданиях.

По результатам исследования можно сделать вывод о том, что рекламная информация по дестинациям размещена неравномерно. Она зависит от сезонности в регионе, а также от потребительского спроса на дестинацию. Также исследования показывают, что метод «анализ информационной доступности дестинации» является простым, доступным, информативным и подходит для использования на начальных этапах исследования по маркетингу туристических дестинаций.

1. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций: учеб. пособие / Л. Г. Кирьянова; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 264 с.
2. Визгалов, Д. В. Маркетинг города / Д. В. Визгалов. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2008. – 144 с.

ИСТОРИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КИБЕРСПОРТА В СТРАНАХ СНГ HISTORY AND TRENDS OF ESPORTS IN CIS

Куцаренко К., Колтаченко А., Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры, Республика Беларусь
Kutsarenko K., Koltachenko A., Institute of Tourism of Belarusian State University of Physical Culture, The Republic of Belarus
Научный руководитель: Колтаченко А.И.

В статье изучается история киберспорта, определяются основные тенденции, проблемы и предпосылки развития данного явления в странах СНГ и в Республике Беларусь в частности, а также рассматривается связь данного вида спорта с туристической деятельностью.

Ни для кого не секрет, что XXI век – это век развития высоких компьютерных технологий. Сегодня сложно представить производство или науку без сверхмощных компьютеров, искусственного интеллекта. Но и индустрия развлечений не осталась позади! Существует такой сектор экономики, как индустрия компьютерных игр, связан он с разработкой, продвижением и продажей компьютерных игр. В этом секторе работают тысячи человек по всему миру, он, просуществовав более пятидесяти лет, имеет сложившуюся историю и традиции [4]. Интерактивные развлечения занимают немалую часть жизни многих людей. Кто хоть раз не играл в Mario или Pac-Man'a? Кому не хотелось хотя бы ненадолго окунуться в другую реальность и побывать в роли исследователя, первооткрывателя или супергероя? Игровая вселенная XXI века дает такую возможность. Ведь игрой мы не заменяем свою реальную жизнь, а «проживаем» еще одну. Данная статья посвящена такому виду деятельности, как соревнования по компьютерным видеоиграм, иначе называемым киберспортом.

История киберспорта началась с игры Doom 2, которая имела режим сетевой игры через локальную вычислительную сеть. Благодаря популярности игры Quake, в 1997 году в США появилась первая лига киберспортсменов [3]. Как видно, история киберспорта насчитывает всего лишь 16 лет, однако это не помешало ему стать источником больших доходов и приобрести огромную популярность по всему миру. В XXI веке этот вид спорта развивается очень стремительно, ведь на новый уровень вышла не только компьютерная техника, но и интернет. Стало возможным то, о чем в 90-е годы можно было лишь мечтать: проведение трансляций чемпионатов по всему миру, высокоскоростной интернет, возможность осуществления переговоров среди игроков во время игры с помощью таких программ как RaidCall и Skype, наличие мощных игровых компьютеров и многое другое [2].

Многие крупные организации, например «Intel core», незамедлительно воспользовались этой тенденцией и начали спонсировать проведение чемпионатов по различным киберспортивным дисциплинам. На данный момент существует множество соревнований по всему миру, среди которых: World Cyber Games, The CPL, ESWC, IEM, ESL Pro Series, ECG, KODE5.

Наиболее крупным турниром по кибериграм является World Cyber Games (всемирные компьютерные игры), проводимый ежегодно с 2000 года. Первый турнир был проведен в Южной Корее, однако каждый год место проведения финала меняется, так WCG проходил в Кельне, Сан-Франциско, Лос-Анджелесе, Сизтле, Сингапуре и других городах мира. Турнир организуют при поддержке Samsung и Microsoft. Число участников увеличивается с каждым годом, и недавно уж перешло за 800. WCG – это крупнейшее игровое состязание в мире, аналог Олимпийских игр для спортсменов [3].

Весьма популярными являются и другие соревнования. Например, в финале второго сезона по игре League of Legends, которой проходил в Лос-Анджелесе в 2012 году, призовой фонд составил 1.000 000 \$. Nokia Theatre, в котором и проводилось мероприятие, рассчитанный на 7100 человек, был полностью заполнен, а всего трансляцию финальных матчей смотрело более 10 миллионов человек по всему миру [1].

Для проведения киберсоревнований необходимо наличие специального места, где смогут разместиться не только игроки, но и публика, наблюдающая за ходом игры. Конечно, можно проводить чемпионаты и через интернет, однако тут есть ряд проблем. Например:

- 1) у игроков могут быть разные задержки передачи информации через сеть в связи с неоднородностью структуры глобальной сети;
- 2) при игре через интернет сложно обнаружить жульничество;
- 3) атмосфера, когда все участники находятся в одном помещении, никогда не сравнится с интернет-игрой.

Таким образом, лучшим вариантом проведения соревнований по киберспорту является наличие большого помещения, в котором все участники будут объединены в локальную сеть, а зрители смогут наблюдать за ходом игры на большом экране, где транслируются изображения с экранов игроков. В Южной Корее, например, поединки проводят на стадионах. Менее же масштабные соревнования проводятся в компьютерных клубах и интернет-кафе [3].

Если говорить о развитии киберспорта в странах СНГ – то ситуация весьма плачевна. Организации, развивающие данное направление, не существуют длительное время и постоянно меняются, то тормозит развитие. Примером может служить одна из крупнейших киберспортивных организаций России – Национальная Профессиональная Киберспортивная Лига (НПКЛ), которая была создана в 2004 году и занималась проведением соревнований по киберспорту среди профессиональных геймеров. НПКЛ впервые в России применила шоу-формат проведения матчей по киберспорту, создала профессиональный киберспортивный клуб (уже закрытый) и запустила регулярный чемпионат, организованный по принципу крупнейших спортивных лиг и ассоциаций. В настоящее время лига прекратила свое существование.

Другим примером, может быть крупнейший турнир в странах СНГ – ASUS Open, проводящийся раз в квартал с 2003 года. Призовые фонды одни из самых больших среди чемпионатов СНГ – до 1 миллиона российских рублей. Существует множество других организаций, которые на добровольных началах проводят множество как он-лайн так и офф-лайн турниров по самым известным и популярным играм. Множество киберспортивных порталов проводят он-лайн чемпионаты, но в большинстве своем они нерегулярны или не могут в достаточной мере мотивировать игроков на развитие [3]. Но отсутствие материальной поддержки убивает все возможности для развития и остается надеяться только на энтузиазм организаторов.

Из-за подобных проблем многие белорусские игроки вынуждены выступать под флагом другой страны и искать себе спонсора за пределами Республики Беларусь. Если же они выступают под флагом своей страны, то не могут достичь весомых результатов. И проблема не только в недостаточном финансировании, но и в отсутствии хорошей тренировочной базы. Решением данной проблемы может служить строительство киберспортивного комплекса, в котором будут располагаться не только помещения для проведения соревнований и тренировок, но и музеи, выставки, комнаты игровых автоматов, кафе и многое другое. Такой комплекс может стать объектом туризма и вложить свою долю в развитие туристической индустрии Республики Беларусь.

1. Финал второго сезона: где и как состоятся матчи [Электронный ресурс] / lol-game.ru, 2009-2012 ©. – Режим доступа: <http://lol-game.ru/threads/final-vtorogo-sezona-gde-i-kak-sostojatsja-matchi.92231/>. – Дата доступа: 08.11.2012.

2. История развития компьютерных и видео игр [Электронный ресурс] / Pro-Gamer.org, 2009–2013 ©. – Режим доступа: <http://pro-gamer.org/blog/47.html>. – Дата доступа: 08.01.2013.

3. Киберспорт [Электронный ресурс] / Википедия – свободная энциклопедия, 2001-2013 ©. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Киберспорт>. – Дата доступа: 12.02.2013.

4. Индустрия компьютерных игр [Электронный ресурс] / Википедия – свободная энциклопедия, 2001-2013 ©. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Индустрия_компьютерных_игр. – Дата доступа: 12.02.2013.