



можно зарабатывать уже сейчас», — уверен Михаил Калашников.

Киберспорт довольно быстро интегрируется в шоу-бизнес. В апреле Уилл Смит и его партнеры инвестировали \$46 млн в южнокорейский киберспортивный клуб Gen.G. Чуть позже, в мае, о стратегических инвестициях в американскую Fade 2 Karma (объединяет игроков и стримеров в Hearthstone и Magic: The Gathering Arena) объявил Майк Тайсон. На привлеченные средства организация планирует построить новую стриминговую базу в калифорнийском городе Эль-Сегундо рядом с Лос-Анджелесом, где компания Тайсона Tyson Ranch выращивает марихуану. А около года назад участником инвестраунда на \$26 млн в материнскую компанию киберспортивной организации Team Liquid стал Майкл Джордан. Эти суммы, впрочем, меркнут перед теми, что вливают в eSports китайский издатель игр NetEase (более \$710 млн в строительство киберспортивного комплекса в пригороде Шанхая) и Microsoft (\$1 млрд от нее получила компания OpenAI, известная своими AI-ботами для Dota 2).

Goldman Sachs, PwC, Citi, Newzoo, Nielsen в один голос называют киберспорт драйвером индустрии медиа и развлечений, а в Netflix считают своим основным конкурентом игру Fortnite, а не HBO. «Конечно, это привлекает инвесторов, очень многие из которых представляют либо традиционный спорт, либо шоу-бизнес, что говорит само за себя», — рассуждает Ярослав Мешалкин из ESforce. — Когда в тебя верят конкуренты за внимание зрителя — это лучший показатель перспективности».

Новая ступень эволюции

Рауль Сууд называет киберспорт «естественной ступенью» в эволюции спортивных развлекательных соревнований: по его словам, он доступен, глобален, привлекателен и распространен повсеместно в постиндустриальных культурах: «Единственная причина, по которой он не пришел раньше, — технологические ограничения, связанные с воспроизведением, трансляцией и загрузкой игрового контента».

Участники рынка констатируют: киберспорт — всемирное явление, а его российский сегмент — неотъемлемая, пусть и несколько обособленная в силу языка, часть общего рынка, притом уже делающая в него весомый вклад. Поэтому, говоря о российских турнирах, командах и контентных продуктах, стоит иметь в виду, что их аудитория — весь мир. «Москва несколько раз в год принимает престижные международные соревнования; российские клубы последние несколько лет входят в тридцатку самых успешных мультигеймингов в мире; русскоязычные трансляции киберспортивных событий занимают лидирующие позиции в статистических рейтингах», — перечисляет руководитель киберспортивного направления МТС Ирина Семенова.

За июньским турниром Epicenter Major, прошедшем в Москве на «ЦСКА Арене», следили 15,5 млн человек — и почти половину от этого числа составили зрители трансляций на других языках, которые велись на 21 языке по всему миру. Другой пример: около 800 тыс. подписчиков соцсетей российского клуба Virtus.pro — болельщики из Европы, США, Юго-Восточ-

ной Азии, а с открытием аккаунта клуба в китайской соцсети Weibo — еще и из Поднебесной. Такие команды, как Virtus.pro, Team Empire и Gambit Esports, являются постоянными ключевыми участниками и неоднократными победителями крупнейших мировых киберспортивных турниров. Суммарные призовые, выигранные пятью лучшими российскими командами, превышают \$15 млн.

Сейчас мировой рынок киберспорта отличается крайне высокой концентрацией — 95% выручки всей отрасли приходится всего на 10 стран, лидеры — США (37%), Китай (19%) и Южная Корея (6%), напоминает оценки PwC продюсер киберспортивного направления My.Games Иван Возняк. Доля России в общих доходах за 2018 год составляет уже около 5%, что делает ее рынок крупнейшим в Европе. Одними из самых высоких в мире остаются и темпы роста отечественного рынка — в среднем в период с 2018 по 2023 год они могут достигнуть 19,8%, прогнозирует PwC.

По версии PayPal и SuperData, российский рынок киберспорта можно оценить в \$45 млн, тогда как исследование PwC приводит оценку общего объема выручки в \$12,7 млн. В МТС также убеждены, что российский рынок растет быстрее мирового — на 20% ежегодно, причем в этом году он достигнет \$55 млн, а в 2023 году превысит \$100 млн. «Правда где-то посередине — по моим оценкам, объем российского рынка киберспорта составляет около \$20–25 млн», — полагает господин Возняк. По его словам, интересная особенность нашего рынка в том, что высокие темпы развития регистрируются вопреки относительно низкому уровню развитию инфра-

структуры. Это выражается и в краткосрочности планирования, и в отсутствии стабильных годовых стратегий.

Крупнейшим российским киберспортивным турниром остается Epicenter по Dota 2 — один из девяти мировых мейджоров. Призовой фонд турнира в 2019 году составил \$1 млн. Помимо этого в России проходит множество турниров с более скромными призовыми фондами. Среди ключевых дисциплин — Dota 2, CS GO, Warface, PUBG и многие другие. На покупку игроков уже в нашей стране тратятся десятки и сотни тысяч долларов. Отдельно стоит отметить зарплаты киберспортсменов, которые они получают на регулярной основе, отдельно от призовых. «Лучшие игроки вполне способны получать \$10–15 тыс. в месяц», — говорит Иван Возняк. Поэтому результаты соцопросов уже не удивляют. Так, компания Limelight Networks опросила 4,5 тыс. человек старше 18 лет из 9 стран, играющих в игры как минимум раз в неделю. Выяснилось, что 36% геймеров готовы бросить свою работу, если они смогут зарабатывать как профессиональные игроки, а в возрастной категории от 18 до 35 лет 56% геймеров хотят построить киберспортивную карьеру.

Инвестиционные перспективы

По данным опубликованного в октябре 2018 года отчета Goldman Sachs, за неполный прошлый год объем инвестиций в киберспорт составил \$1,4 млрд, показав рост на 90% по сравнению со всем 2017-м. Всего же с 2013 года в стартапы этой индустрии было вложено \$3,3 млрд. «Судя по сделкам 2019 года и растущим темпам государственного инвестирования, особенно в Китае, скоро будут взята новая планка привлеченного финансирования», — считает Ярослав Мешалкин.

Несмотря на высокие темпы роста, индустрия живет еще стихийно. Отрасль в ее классическом понимании развивается пока не за счет венчурных, а за счет корпоративных инвестиций, продолжает Ирина Семенова из МТС: «Венчур, несмотря на то что оценивает рынок привлекательным, остается в стороне». К слову, МТС зашла на этот рынок как стратегический игрок и планирует дальше углублять свою экспертизу на рынке, который «имеет потенциал для бизнеса, но за счет более глубокой интеграции в ин-