

**ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V PRAZE**

**MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDIÍ**



**DIPLOMOVÁ PRÁCE**

**Prognóza vývoje esportu ve vybraných  
teritoriích**

**Prognosis of the Development of Esports in  
Selected Territories**

**2024**

**Bc. Bogdan Varlamov**

**Studijní program:** Projektové řízení inovací

**Studijní obor:** Finanční management

**Vedoucí práce:** Ing. Jiří Zmatlík, Ph.D.



# ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

## I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení: **Varlamov** Jméno: **Bogdan** Osobní číslo: **519670**  
Fakulta/ústav: **Masarykův ústav vyšších studií**  
Zadávající katedra/ústav: **Institut ekonomických studií**  
Studijní program: **Projektové řízení inovací**  
Specializace: **Finanční management**

## II. ÚDAJE K DIPLOMOVÉ PRÁCI

Název diplomové práce:

**Prognóza vývoje esportu ve vybraných teritoriích**

Název diplomové práce anglicky:

**Prognosis of the Development of Esports in Selected Territories**

Pokyny pro vypracování:

Cílem diplomové práce je komplexní analýza a předpověď vývoje trhu esportu ve čtyřech klíčových teritoriích a jejich komparace – Čína, USA, Evropa a zbytek světa (ROW) - v průběhu let 2017 až 2030. Realizované výzkumy identifikují klíčové faktory ovlivňující trh esportu v jednotlivých teritoriích, analýzy trendů představují východiska pro odhady a prognózy vývoje trhu esportu v dalších letech. Řešení diplomové práce je založeno na kvalitativních a kvantitativních analýzách relevantních dat a jejich prognózách v požadovaném časovém horizontu.

Seznam doporučené literatury:

1. ARLT, Josef, ARLTOVÁ, Markéta a RUBÍKOVÁ, Eva. Analýza ekonomických časových řad s příklady. 2. Vyd. Praha: Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0777-3
2. NARAIN, M. L., HAYDUK, I. T., & DOYLE, J. P. (Eds.). The routledge handbook of digital sport management. Taylor & Francis Group, 2022. ISBN 978-0-367-54355-6 (pbk). ProQuest Ebook Central. Dostupné z: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=7119787>
3. SCHOLZ, T. M. eSports is business. London, UK: Cham: Palgrave Pivot, 2019. ISBN 978-3-030-11198-4
4. SCHMIDT, SL (ed.). 21st Century Sports: How Technologies Will Change Sports in the Digital Age. Springer International Publishing AG, 2020. ProQuest Ebook Central. Dostupné z: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=6348894>
5. STRÖH, Julian Heinz Anton. The eSports Market and eSports Sponsoring. Tectum Verlag, 2017. ProQuest Ebook Central. Dostupné z: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=4804749>
6. ŠTĚDRŮ, Bohumír, PALÍŠKOVÁ, Marcela, SOUČEK, Zdeněk, DVOŘÁK, Antonín a TILINGER, Pavel. Prognostika. V Praze: C.H. Beck, 2019. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-746-0

Jméno a pracoviště vedoucí(ho) diplomové práce:

**Ing. Jiří Zmatlík, Ph.D. Masarykův ústav vyšších studií ČVUT v Praze**

Jméno a pracoviště druhé(ho) vedoucí(ho) nebo konzultanta(ky) diplomové práce:

Datum zadání diplomové práce: **08.12.2023**

Termín odevzdání diplomové práce: **25.04.2024**

Platnost zadání diplomové práce: \_\_\_\_\_

Ing. Jiří Zmatlík, Ph.D.  
podpis vedoucí(ho) práce

Mgr. František Hřebík, Ph.D.  
podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry

prof. PhDr. Vladimíra Dvořáková, CSC.  
podpis děkana(ky)



### III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

Diplomant bere na vědomí, že je povinen vypracovat diplomovou práci samostatně, bez cizí pomoci, s výjimkou poskytnutých konzultací. Seznam použité literatury, jiných pramenů a jmen konzultantů je třeba uvést v diplomové práci.

\_\_\_\_\_  
Datum převzetí zadání

\_\_\_\_\_  
Podpis studenta



Varlamov, Bogdan. *Prognóza vývoje esportu ve vybraných teritoriích*. Praha: ČVUT 2024.  
Diplomová práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV  
VYŠŠÍCH STUDIÍ  
ČVUT V PRAZE**



## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem svou diplomovou práci vypracoval samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citoval a uvádím je v přiloženém seznamu použité literatury.

Nemám závažný důvod proti zpřístupňování této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 20. 04. 2024

Podpis:



## **Poděkování**

Rád bych touto cestou poděkoval mému vedoucímu, kterým byl pan Ing. Jiří Zmatlík, Ph.D. za vedení této práce a jeho věcné komentáře během jejího zpracování.



## **Abstrakt**

Tato diplomová práce se zaměřuje na analýzu a prognózu vývoje trhu elektronického sportu (esportu) ve čtyřech klíčových teritoriích – Číně, USA, Evropě a zbytku světa. Práce identifikuje hlavní faktory ovlivňující trh esportu v těchto regionech a poskytuje komparativní analýzu vývoje mezi nimi. Důraz je kladen na rostoucí ekonomický vliv esportu a jeho schopnost přizpůsobit se a rozvíjet i v době během pandemie Covid-19. A také to, jak se trh vyvíjel předtím a jak se bude vyvíjet potom. Výzkum zdůrazňuje obrovský potenciál tohoto trhu a jeho schopnost přilákat jak hráče, tak investory. Klíčovými aktéry v odvětví jsou sponzoři, hráče všech druhů, vývojáře a vydavatelé her, diváci esportu, návštěvníci turnaje, fanoušci týmů, streameři a profesionální herní vysílací studia. Výsledky analýzy, která byla provedena pomocí kvantitativních prognostických metod, poskytují důležité informace pro strategické plánování a investice v oblasti esportu a předpovídají růst trhu a jeho ekonomický dopad v nadcházejících letech. Celkově lze říct, že esport je dynamickým a rostoucím segmentem zábavního průmyslu, který si získává stále větší pozornost a přilákává nové zájemce po celém světě.

## **Klíčová slova**

analýza časových řad, CAGR, elektronický sport, esport, esportové události, gaming, prognostické metody, prognostika, trh esportu, videohry.

## **Abstract**

This master's thesis focuses on the analysis and forecast of the electronic sports (esports) market development in four key territories - China, USA, Europe, and the rest of the world. The thesis identifies the main factors influencing the esports market in these regions and provides a comparative analysis of their development. Emphasis is placed on the growing economic impact of esports and its ability to adapt and develop even during the Covid-19 pandemic. It also examines how the market evolved before and how it will evolve afterward. The research highlights the enormous potential of this market and its ability to attract both players and investors. Key players in the industry include sponsors, players of all kinds, game developers and publishers, esports viewers, tournament attendees, team fans, streamers, and professional gaming broadcasting studios. The results of the analysis, conducted using quantitative forecasting methods, provide important information for strategic planning and investment in the esports industry and predict market growth and its economic impact in the coming years. Overall, esports are dynamic and growing segment of the entertainment industry that is gaining increasing attention and attracting new enthusiasts worldwide.

## **Keywords**

CAGR, electronic sports, esports events, esports market, eSports, forecasting methods, forecasting, gaming, time series analysis, video games.



# Obsah

Úvod .....	11
<b>1 Definice a historie videoher .....</b>	<b>14</b>
1.1 Spacewar! .....	14
1.2 Arkádové a domácí konzole, popularizace her .....	15
1.3 Video game crashes .....	15
1.4 Japonsko, Nintendo .....	16
1.5 Rozvoj PC her .....	16
1.6 3D .....	16
1.7 Modely distribuce videoher .....	17
1.8 Současnost .....	17
<b>2 Globální videoherní trh .....</b>	<b>18</b>
2.1 Segmentace podle různých herních platforem .....	18
2.2 Segmentace podle regionů .....	19
2.3 Publikum .....	19
2.4 Mezinárodní herní společnosti .....	20
<b>3 Esport .....</b>	<b>21</b>
3.1 Definice esportu .....	21
3.2 Subjekty odvětví, struktura esportu .....	21
3.3 Hráči, týmy, organizace .....	23
3.4 Hry .....	24
3.4.1 Big Five .....	25
3.4.2 Nejpopulárnější esport hry podle prize money .....	25
3.5 Esport eventy .....	26
3.5.1 Turnaje .....	26
3.5.2 Ligy a organizátoři .....	28
3.6 Streamovací platformy .....	29
3.6.1 Twitch.tv .....	29
3.6.2 Konkurence: YouTube Gaming, Mixer, Fb.gg .....	30
3.6.3 Diváci .....	30
3.6.4 Esports broadcasting .....	31
3.7 Co vytváří příjmy na trhu esportu? .....	31
<b>4 Prognostické metody .....</b>	<b>32</b>
4.1 Kvalitativní prognostické metody .....	32
4.2 Kvantitativní prognostické metody .....	32



4.2.1	Analýza časových řad	32
4.2.2	Problémy časových řad	33
4.2.3	Analýza vývoje časových řad	33
4.3	<b>Metoda nejmenších čtverců</b>	<b>35</b>
5	<b>Metodika výzkumu .....</b>	<b>37</b>
5.1	<b>Zdroje dat</b>	<b>37</b>
5.2	<b>Výsledné prognózy</b>	<b>38</b>
6	<b>Analýza a prognóza globálního herního trhu.....</b>	<b>39</b>
6.1	<b>Celkový globální videoherní trh</b>	<b>39</b>
6.1.1	Prognóza vývoje globálního videoherního trhu	40
6.2	<b>Počet hráčů videoher po celém světě</b>	<b>41</b>
6.3	<b>Roční přehled počtu sledovaných hodin na Twitch.tv</b>	<b>42</b>
6.4	<b>Největší vydavatelé videoher</b>	<b>43</b>
6.4.1	Activision Blizzard (USA)	43
6.4.2	Electronic Arts (USA)	44
6.4.3	Tencent (Čína)	45
7	<b>Analýza a prognóza trhu esportu.....</b>	<b>46</b>
7.1	<b>Celkové tržby esportu</b>	<b>46</b>
7.2	<b>Celková statistika esportu</b>	<b>48</b>
7.3	<b>Vyvoj TOP 5 her podle prize money, počtu diváků a počtu turnajů.</b>	<b>50</b>
7.4	<b>Počet diváků (celkem)</b>	<b>53</b>
7.5	<b>Genderové a věkové rozdělení</b>	<b>55</b>
8	<b>Analýza a prognóza jednotlivých teritorií .....</b>	<b>56</b>
8.1	<b>Globální srovnání příjmů</b>	<b>56</b>
8.1.1	Počet uživatelů internetu podle regionu	58
8.2	<b>Čína</b>	<b>59</b>
8.2.1	Prognóza vývoje velikosti tržeb v Číně	60
8.2.2	Demografie Číny	60
8.2.3	Publikum esportu v Číně	61
8.2.4	HDP na obyvatele (PPP) v Číně	62
8.2.5	Prognóza počtu profesionálních hráčů v Číně	63
8.3	<b>USA</b>	<b>64</b>
8.3.1	Prognóza vývoje velikosti tržeb v USA	64
8.3.2	Demografie USA	64
8.3.3	Publikum esportu v USA	65
8.3.4	HDP na obyvatele (PPP) v USA	66



8.3.5	Prognóza počtu profesionálních hráčů v USA	67
<b>8.4</b>	<b>Evropa</b>	<b>67</b>
8.4.1	Prognóza vývoje velikosti tržeb v Evropě	67
8.4.2	Demografie Evropy	68
8.4.3	Publikum esportu v Evropě	69
8.4.4	HDP na obyvatele (PPP) v Evropě	70
8.4.5	Prognóza počtu profesionálních hráčů v Evropě	70
<b>8.5</b>	<b>Zbytek světa (ROW – Rest of the World)</b>	<b>71</b>
8.5.1	Prognóza vývoje velikosti tržeb ROW	71
8.5.2	Demografie ROW (Celosvětově bez Číny, USA, Evropy)	71
8.5.3	HDP na obyvatele (PPP) ve zbytku světa	72
8.5.4	Prognóza počtu profesionálních hráčů ve zbytku světa (ROW)	73
<b>Závěr.....</b>		<b>74</b>
<b>Seznam použité literatury.....</b>		<b>76</b>
<b>Seznam obrázků.....</b>		<b>79</b>
<b>Seznam tabulek.....</b>		<b>81</b>



# Úvod

V současné době je relativně nový fenomén elektronického sportu (tzv. esport nebo kybersport) jedním z nejdynamičtěji rostoucích odvětví zábavního průmyslu a jeho rozvoj probíhá souběžně s růstem globálního trhu videoher, ale jsou to 2 různé věci, k hráčům videoher patří každý člověk, který hraje videohry, zatímco představitel esportu (profesionální hráč), ten, kdo soutěží na jiné úrovni hraní. To je srovnatelné s profesionální hrou v tradičním sportu, profesionální hráč tráví veškerý čas zdokonalováním jak své osobní dovednosti, tzv. hard skills, v případě e-sportů sem patří: rychlost reakce, přesnost kliknutí, znalost herní mechaniky, rozbor soupeřových týmů a různých situací ve hře a v případě týmových her zlepšení komunikace, práce s psychologií, střízlivé posuzování situace, ovládání emocí, vyrovnávání se s porážkami atd., to vše můžeme nazvat jako soft skills (jemné dovednosti). V podstatě každý hráč videoher umí mačkat tlačítka a klávesy, ale jen málokdo může soutěžit a dosáhnout úspěchu, a jak víme, člověk je tvor usilující o konkurenci a zlepšování, proto tato oblast přitahuje obrovské množství hráčů po celém světě jako jeden z příležitostí realizovat se nebo sledovat, jak soutěží nejlepší zástupci různých disciplín (her, žánrů).

Moderní technologie a jejich zařízení dnes pronikly do domácností velkého množství lidí, vytvořily obrovský trh s internetovými technologiemi, jehož součástí jsou videohry, které se zase za posledních 50 velmi rychle rozvíjely a často výrazně změnily celý odvětví za jednu dekádu, kolem kterého se formují nové specifické trhy, jedním z nich je esport. Pro velké množství lidí na celém světě se to již stalo nedílnou součástí života, ve kterém žijí, pracují a rostou.

Za prvé, aby člověk mohl hrát videohry, musí mít k tomu doma potřebné zařízení, ať už je to osobní počítač, mobilní telefon, tablet nebo konzole. Je známo, že tato moderní zařízení nejsou nejlevnější záležitostí, to znamená, že například ve vyspělejších zemích je to běžnější než v zemích chudších, o tom bude také prozkoumáno v této práci. Pokud si vezmeme esporty, bavíme se o stabilním internetu s nízkou latencí, dobrém počítači nebo jiném zařízení, monitor k němu v případě potřeby a další periferie.

Nezapomeneme také, že vývoj trhu s videohrami a šíření globálního internetu neprobíhaly rovnoměrně před nějakými 15-20 lety, rychlost a možnosti internetu např. na východě Ruska (Sibiř a Dálný Východ) byly tak slabé, že esport byl na velmi slabé úrovni, jen zřídka se konaly lokální turnaje metodou LAN, jejichž účastníky byli hráči z okolních měst. A často neměli možnost tomuto procesu věnovat tolik času, kolik moderní hráč tráví, ať už kvůli nedostatku počítače doma, museli být v počítačových klubech, které vyžadují finanční prostředky a jelikož se jedná o veřejnost místo, kde by mohla být fronta na použití. Regiony s nedostatečně rozvinutým internetem a nedostatečným přístupem k domácímu počítači dnes stále existují, což z nich činí potenciální místa, kde by se trh s videohrami a esporty mohl rozšířit. Zatímco evropská část Ruska i Evropa samotná se rychle rozvíjely, pořádalo se obrovské množství turnajů, tehdejší finanční možnosti a rychlost internetu umožňovaly lidem trénovat a soutěžit na dobré úrovni. I když stojí za to připomenout, že výše prize money v tehdejších turnajích byla ve srovnání s dneškem tak malá, že to mnoho lidí považovalo za příjemný bonus, a ne za způsob, jak vydělat peníze. To se změnilo po prvním velkém turnaji za 1 milion dolarů The International 2011 o hru Dota 2 od Valve Corporation, který se mimochodem konal v Evropě, konkrétně ve městě Kolín nad Rýnem na herní akci GamesCom. Živé vysílání z turnajů se také vyvíjely s tím, jak se zlepšovaly možnosti počítače a internetu, což umožnilo provozovat hru a současně vysílat na jednom zařízení, stabilně a bez ztráty kvality.

Konzolové hraní bylo zaměřeno pouze na příběhové hry pro jednoho hráče a trh mobilních videoher byl na vstupní úrovni, příliš slabé technologie neumožňovaly tomuto



segmentu být součástí esportu. Úroveň „skillu“ byla také omezena, pouze na to málo, co občas přicházelo z centrální části země, ve formě časopisů nebo fórům o hře, i když je zřejmé, že dnes už to není žádný problém, internet je plný nejrůznějších zařízení pro získávání těchto nebo jiných informací. Z technického hlediska byly hry primitivnější a nevyžadovaly po hráčích pamatování obrovského množství informací a obecně lidé nebyli ve hrách tak zkušení, bylo málo znalostí, málo konkurence a malý celkový počet hráčů. Rozvoj IT technologií umožňuje profesionálním hráčům nejen zábavnější hru, ve které mohou soutěžit, ale také vytváří velké množství doplňků, jako je software pro analýzu zápasů, shromažďování kompletních statistik všeho, co se stalo v předchozích zápasech, prohlížení záznamů (replays) se stal nejen možným a snadno dostupným a stal se nedílnou součástí tréninku a přípravy na soupeře nebo analýzy vlastních chyb.

S příchodem digitální éry a rozmachem technologií se esport stal nejen populárním zábavním formátem, ale i globálním fenoménem, který zaujímá významné místo ve světě sportu a zábavy. Zvýšená pozornost věnovaná elektronickému sportu byla zaznamenána během pandemie Covid-19, kdy přilákal velké množství diváků po celém světě, ačkoli to mělo i negativní dopad na offline (LAN) turnaje. Tato diplomová práce se zaměřuje na analýzu a prognózu vývoje trhu esportu ve čtyřech klíčových teritoriích – Číně, USA, Evropě a zbytku světa. Cílem práce je poskytnout ucelený pohled na současný stav a budoucí perspektivy esportového průmyslu v těchto regionech, s důrazem na kvantitativní prognostické metody.

Esportový trh v Číně, USA, Evropě a zbytku světa je velmi dynamický a proměnlivý. Průvodním jevem tohoto růstu je nejen zvýšená popularita esportu jako zábavy, ale i jeho komerčního potenciálu, který přitahuje jak hráče, tak investory. Právě analýza současného stavu a prognózy budoucího vývoje trhu esportu v těchto klíčových regionech poskytne důležité informace pro podnikatele, investory, hráče i fanoušky.

Tato práce se dále zaměří na identifikaci klíčových faktorů ovlivňujících trh esportu v každém z těchto regionů a provede komparativní analýzu jejich vývoje. Prognózy budou založeny na kvantitativních metodách, které umožní odhadnout budoucí trend růstu esportu a jeho ekonomického dopadu v jednotlivých regionech. Díky tomu bude možné poskytnout přesné a relevantní informace pro strategické rozhodování a investiční plánování v oblasti esportu.

Soutěže v elektronickém sportu probíhají na všech herních platformách po celém světě v různých formátech, jako jsou off-line, on-line nebo hybridní, a přitahují desítky tisíc hráčů každý den. Tyto soutěže mají jasná pravidla a oslovují jak amatérské, tak profesionální hráče. Klíčovými aktéry v ekonomice elektronického sportu jsou sponzoři, kteří investují finanční prostředky a pomáhají prosazovat tento směr. Také klíčovou roli pro diváky hrají streameři a profesionální herní vysílací studia, která vysílají, analyzují a komentují turnajové zápasy.

V závěru práce budou shrnuty hlavní zjištění a doporučení pro aktéry trhu esportu v Číně, USA, Evropě a zbytku světa, které budou sloužit jako podklad pro formulaci strategií a rozhodnutí v oblasti esportového podnikání a investic do tohoto dynamického odvětví zábavního průmyslu.



# **TEORETICKÁ ČÁST**



# 1 Definice a historie videoher

Definice uvedená v Oxfordském slovníku:

- Jakákoli z různých interaktivních her, které se hrají pomocí specializovaného elektronického herního zařízení nebo počítače či mobilního zařízení a televize nebo jiného displeje, spolu s prostředkem k ovládání grafických obrazů.
- Jakákoli z různých her, které se hrají pomocí zařízení řízeného mikročipem, jako je arkádový automat nebo kapesní hračka.

Ve své knize Video Games autorka [**Loh-Hagan, 2021**] píše: Videohry jsou elektronické hry. Jsou to počítačové programy. Gameři jsou hráči. Interagují s pohyblivými obrazy na obrazovce. Používají různé platformy k hraní. Hráči dříve používali arkádové automaty. Arkádové automaty jsou herní automaty, které potřebují mince k provozu. Dnes hráči používají herní konzole. Konzole jsou speciální počítače používané k hraní her. Hráči používají počítače nebo tablety. Používají také své telefony. Existuje mnoho druhů videoher. Videohry jsou vzrušující. Mají zvukové efekty. Mají vizuální efekty. Některé mají příběhy. Hráči berou hraní videoher vážně. Rádi hrají. Rádi vyhrávají. Získávají velkou radost z hraní. Každý den jsou vynalézány nové způsoby hraní.

Zábava je nedílnou součástí života každého člověka. Každý člověk má činnosti, které přinášejí potěšení, pomáhají rozptýlit a uvolnit se. A každý takový proces má jednu zajímavou vlastnost – může se stát užitečným ve vývoji člověka. Pouhé sbírání známek či mincí vede k poznání historie různých zemí, sledování filmů zase k možnosti zajímat se o různé kultury a koníčky. Morální výchova nám pomáhá stát se lepšími lidmi. Hra je skvělým příkladem růstu prostřednictvím zábavy a existuje v každém aspektu našeho života. V práci, studiu, tvůrčí činnosti atd. Videohry se neobjevily před 100 nebo 200 lety, jako kino nebo populární literatura, je jim maximálně a s velkými úpravami 70 let, což se rovná průměrné délce života člověka. A během této doby hry dokázaly přejít od teček na obrazovce k obrázku, který lze snadno splést se skutečným světem. V jádru je to **fenomén**.

## 1.1 Spacewar!

V roce 1962 skupina programátorů a zaměstnanců různých prestižních univerzit, podobných Harvardu, a bývalých studentů Massachusettského technologického institutu, na tehdejší nejnovější stroji DEC PDP-1, vytvořila hru „Spacewar!“, počítačovou hru, která je považována za „první“. Tým, který se nazýval Hingham Institute, díky „Spacewar!“ dokonce pronikl do dalších prestižních společností a institucí, jako je například Stanford University a samotná společnost DEC. Tímto způsobem rozšířili hru mimo počítačovou místnost na MIT. Také se jí přičítá titul první díky dědictví, které zanechala průmyslu. Byla nejpobulárnější hrou své doby, běžící na všech dostupných systémech v té době, včetně všech počítačů PDP. Pojem portování hry z jednoho systému na druhý vznikl, když se „Spacewar!“ začala masově šířit. Samozřejmě, hlavně programátoři projevovali zájem o hru, protože rozuměli fungování počítače a měli přístup k systémům s monitory. Právě na základě této hry byl v roce 1972 uspořádán první turnaj v počítačových hrách, a to „Intergalactic Spacewar! Olympics“, který byl prvním svého druhu v historii.

Po úspěchu hry Spacewar! se stalo stále více programátorů, kteří začali vyvíjet různé projekty, ať už šlo o vzdělávací projekty nebo jen jednoduché hry pro zábavu studentů. Důležitou roli v práci studentů hrála systém PLATO (Programmed Logic for Automated Teaching Operations). Jedná se o první systém elektronického vzdělávání v historii. Uměl umožňovat studentům provádět jednoduché seminární práce, výzkumy a poskytoval jim přístup ke všem jeho funkcím a možnostem. Například počítače s



systémem PLATO mohly být propojeny do jedné sítě, což nadšencům dávalo některé nápady pro herní projekty. Počítač PLATO IV, vydaný v roce 1972, byl plnohodnotný mini počítač, který měl monitor, vstupní zařízení v podobě klávesnice a měl také řadu funkcí, jako např.: oranžový plazmový panel (hry z toho éry se na tomto systému jasně odlišovaly od jiných projektů), měl 512x512bitový displej, uměl kreslit vektorovou grafiku, a navíc měl schopnost pracovat s rastrovými obrázky. Původním účelem systému bylo učit a rozvíjet hudební dovednosti. Systém obsahoval programy pro hodnocení rychlosti a barvy her, hudební diktáty a interaktivní software. Lidé však našli i jiné využití funkcí tohoto systému. Hry se začaly objevovat na sálových počítačích. Takže již v roce 1972 se na PLATO objevily šachy a později se začaly objevovat nové projekty založené na stolních hrách na hrdiny, zejména D&D. Projekty jako **D&D** (1974), **pedit5** (1975), **Dungeon** (1975) mohly dát vzniknout žánru počítačových her na hrdiny (RPG). Nechyběly ani taktické projekty, první 4x strategické hry, jako **Empire** (1977), první adventury, jako **Colossal Cave Adventure** (1976). Hry byly čím dál složitější, začaly se rozdělovat do žánrů, vytvářely se pro ně různé mechaniky atd. Všechny tyto projekty nenašly velkou oblibu a byly zábavou pro programátory a počítačové nadšence, kteří se nebáli porozumět obrovským hromadám textu.

## 1.2 Arkádové a domácí konzole, popularizace her

Na počátku 70. let herní průmysl neexistoval. Vše, co předcházelo, byly jen začátky, experimenty mladých studentů a vědců zaměřené na studium schopností počítače. Masová elektronická zábava má zase kořeny v elektromechanických automatech, jako jsou automaty Pachinko. V 60. letech začaly objevovat elektromechanické arkádové automaty. Jedním z nich byl hrací automat od SEGA – **Periscope** (1966). Na rozdíl od jiných elektromechanických strojů, podobných závodním simulátorům (v těch letech nejrozšířenější formát pro takové stroje), stejných ponorkových simulátorů, „Periscope“ nabízel díky zavádění nových technologií více simulační model. Různé publikace těch let popisovaly hru jako nový žánr „realistické“ a „audiovizuální“ zábavy. Výsledkem bylo, že stroj od Namco a SEGA oživil zájem o stroje a přiměl některé podnikavé lidi k revoluci.

„Pong“ je ikonická arkádová hra, která patří k průkopníkům videoherního průmyslu. Vytvořena byla firmou Atari a poprvé uvedena na trh v roce 1972. „Pong“ je jednoduchá, avšak nesmírně zábavná hra, která se stala jedním z prvních masově populárních videoherních titulů. „Pong“ sehrál důležitou roli v popularizaci videoher jako formy zábavy. Jeho úspěch inspiroval mnoho dalších vývojářů k tvorbě nových her a pomohl ustavit základy pro budoucí rozvoj videoherního průmyslu. Další významné hry ve videoherním průmyslu: **Maze War** (1973), **Spasim** (1974), **Tank** (1974).

## 1.3 Video game crashes

Krach videoher v roce 1977 je jedním z prvních případů, kdy se videoherní průmysl „zhroutil“. Tato událost je většinou připisována domácím herním konzolím Pong-podobných. Mnoho videoherních společností při tomto krachu zkrachovalo, protože musely zlevnit své herní konzole kvůli vysokému počtu souběžných produktů. Po něm následuje krach videohry v roce 1983. Krach videoher v roce 1983 (v Japonsku známý jako Atari shock) byl rozsáhlou recesí ve videoherním průmyslu, ke které došlo v letech 1983 až 1985, především ve Spojených státech. Pád byl přičítán několika faktorům, včetně nasycení trhu v počtu herních konzolí a dostupných her, z nichž mnohé byly nekvalitní. Svou roli sehrál i slábnoucí zájem o konzolové hry ve prospěch osobních počítačů. Tržby z domácích videoher dosáhly vrcholu v roce 1983 kolem 3,2 miliardy dolarů, poté klesly do roku 1985 na zhruba 100 milionů dolarů (pokles o téměř 97 procent). Krach náhle ukončil to, co je zpětně považováno za druhou generaci konzolových videoher v Severní



Americe. V menší míře se také oslabil trh s arkádovými videohrami, když skončila zlatá éra arkádových videoher.

Pokud v 60. a na počátku 70. let nebyly počítače příliš běžné, pak na počátku 80. let již existovaly dostupné možnosti od IBM, Apple, Commodore atd. Měly více paměti, výkonnější hardware a mohly také běžet a pracovat s více aplikacemi, nejen s hrami. Samotné hry byly jednodušší a levnější na distribuci na nových médiích – disketách. V podstatě pohodlí, funkce a cenová dostupnost přesvědčily zbývající hráče konzole, aby přešli na PC.

## **1.4 Japonsko, Nintendo**

Na začátku 80. let společnost Nintendo uvedla na trh automaty Donkey Kong a Donkey Kong Jr. a o něco později – Mario Bros. Ve stejném období společnost přišla s myšlenkou vydat novou konzoli, která se lišila od jejích „konkurentů“. Za tímto účelem bylo rozhodnuto vytvořit produkt, který běží na vyměnitelné kazety. Zároveň, abychom proces psaní her usnadnili, a tedy zefektivnili, přišli s jednoduchým a elegantním řešením. Dříve se často stávalo, že pro příjem informací musely cartridge požádat o ověření a kompletně se nahrát do RAM set-top boxu. Nintendo zajistilo, že tyto kroky jednoduše nebyly nutné. Díky tomu bylo načítání téměř okamžité, což také umožnilo vylepšenou grafiku, zvuk, animace a další aspekty a také to velmi ovlivnilo cenu, a proto byla zařízení také levná na výrobu. Nová konzole byla vydána v roce 1983, ale kvůli chybě ve výrobě vyvolala jen malé vzrušení. Po svém znovuvvedení v roce 1984 zažilo Nintendo vlnu popularity, nová konzole Famicom stala nejprodávanější konzolí v Japonsku (prodalo se více než 2,5 milionu kopií).

Po ohromujícím úspěchu společnost přemýšlela o vstupu na severoamerický trh. Po roce příprav společnost Nintendo na CES (Consumer Electronics Show) 1985 oznámila Nintendo Entertainment System, nebo jednoduše NES. Nejprodávanější konzole generace, která vydala desítky, ne-li stovky her, které se rozrostly do velkých franšíz. Mnohé z nich daly vzniknout společnostem, které se tak či onak zapsaly do herní historie, praotce celého hudebního žánru a také hlavním impulsem pro společnost na cestě k videohernímu Olympu.

## **1.5 Rozvoj PC her**

Na počátku 90. let se osobní počítače staly ještě běžnějšími a myšlenka vydávat hry přímo pro osobní počítače se již nezdála tak beznadějná. Je zajímavé, že na konci 80. let bylo vydáno mnoho kultovních strategií a questů. Takže v roce 1989 byly vydány první SimCity a Populous. SimCity je simulátor městského plánování, ve skutečnosti první populární hra tohoto žánru, která stanovila základní principy a mechanismy tohoto typu her. S příchodem 90. let se prosadil další žánr her – střílečky. V roce 1992 vyšel známý Wolfenstein 3D, který představil na svou dobu revoluční grafiku a dynamickou hratelnost, a také první Doom, který posunul úspěchy Wolfensteina ještě dále.

## **1.6 3D**

Trojrozměrná grafika je poměrně novým fenoménem, její masové rozšíření začalo až v druhé polovině 90. let a standardem se prosadila v 00. letech, kdy téměř všechny hry vstupující na trh byly trojrozměrné. Lidské vidění je navrženo tak, že člověk vidí dva nezávislé obrazy, které nám umožňují vnímat svět ve třech rozměrech. Právě díky tomu můžeme vidět trojrozměrné objekty a určit, jak jsou vůči sobě v prostoru posunuté a jak daleko od nás jsou. Maze War z roku 1973 je jednou z prvních „stříleček z pohledu první osoby“. Za prvé, hra byla multiplayerová, což znamená, že jak my, tak ostatní hráči jsme



byli očima. Za druhé, hra se pokusila vytvořit iluzi trojrozměrnosti prostřednictvím obvyklé hry s perspektivou, v podstatě ukazující „slide show“ obrázků, pohrávajících si s vnímáním hráče.

## 1.7 Modely distribuce videoher

**B2P** (Buy-to-play). U tohoto modelu musí hráči hru zakoupit před tím, než mohou začít hrát. Po zakoupení hry hráči nemusí platit žádné další poplatky za hraní. Nicméně, mohou být k dispozici dodatky nebo další obsah, který je možné zakoupit za samostatnou cenu. Model přináší vývojářům příjem v prvních letech po prodeji produktu s postupným poklesem v důsledku nasycení trhu touto hrou. Firmy proto stály před otázkou monetizace hry na delší dobu. S rozvojem internetu se začal masově využívat stahovatelný obsah (DLC). Tento koncept umožnil společnostem získat další zisk z toho, že uvolňují další obsah pro již vydanou hru. Spotřebitelé však tento koncept kritizovali, protože se domnívali, že společnosti úmyslně nezahrnuly část obsahu, aby mohl být prodáván samostatně.

**F2P** (Free-to-Play). Model umožňuje hráčům zdarma stáhnout a hrát hry. Hráči však mohou vnitroherní předměty, vylepšení nebo funkce zakoupit za reálné peníze. Mikrotransakce jsou často součástí tohoto modelu, což umožňuje hráčům nakupovat drobné předměty za malé částky peněz.

**Freemium**. Model kombinuje prvky "free-to-play" a "premium (B2P)". Hra je zdarma ke stažení a hráči mohou hrát základní verzi hry bezplatně. A jsou k dispozici také prémiové funkce, obsah nebo vylepšení, které jsou k dispozici za poplatek. Hráči tak mají možnost investovat do hry podle svých preferencí a finančních možností.

**P2P** (Pay-to-Play). Model vyžaduje, aby hráči pravidelně platili měsíční nebo roční poplatky, aby měli přístup k hře a někdy i za další obsah nebo výhody v rámci hry.

**Play-to-Earn**. Zcela nový model, který umožňuje hráčům vydělávat reálné peníze hraním her. Hráči získávají digitální aktiva nebo kryptoměny, které mohou být následně prodány nebo vyměněny za reálné peníze. Model je populární zejména v hrách, využívajících technologie NFT a blockchain. Existuje však fenomén zvaný Real Money Trade (RMT), vyskytuje se pouze v online hrách, který umožňuje lidem vydělávat peníze ve hrách bez blockchainu a NFT, ale je téměř všemi vývojáři zakázán, protože přímo ovlivňuje jejich výdělků.

## 1.8 Současnost

Rozšíření širokopásmového internetu umožnilo rozvoj online multiplayer her. Hry jako World of Warcraft, Counter-Strike a Call of Duty se staly symbolem online herního zážitku a vytvořily velké komunity hráčů. Vznikly různé online platformy, jako je Steam od Valve Corporation, které hráčům umožnily jednoduše zakoupit a stahovat digitální kopie her. Steam se stal jedním z hlavních distribučních kanálů pro PC hry a nabízel také sociální funkce a služby jako automatické aktualizace her. Herní průmysl zažíval období rychlé expanze a ziskovosti. Velké herní společnosti investovaly do rozvoje AAA titulů s vysokým rozpočtem a efektními prezentacemi na herních veletrzích, jako je E3 (Electronic Entertainment Expo). S nástupem chytrých telefonů se mobilní hry staly stále populárnějšími. Aplikační obchody, jako je App Store od Apple nebo Google Play Store, umožnily snadný přístup k široké škále her pro mobilní zařízení. Všechny tyto faktory vedly k tomu, že dnes jsou hry nedílnou součástí života obrovského množství lidí po celém světě, ať už jde o vývojáře, vydavatele nebo spotřebitele. Také se nadále technologicky rozvíjejí a také rozšiřují své publikum, čímž rozšiřují svůj potenciál a počet zdrojů (lidských i materiálních) zapojených do průmyslu.



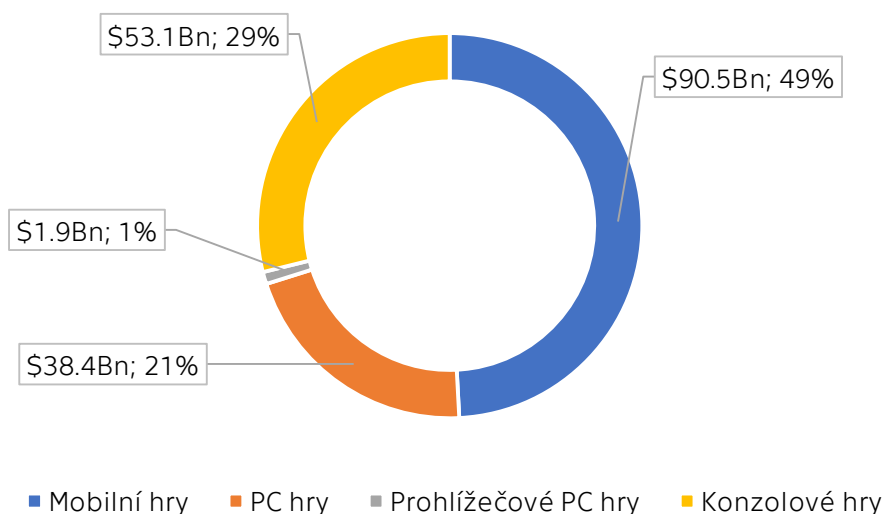
## 2 Globální videoherní trh

Globální herní trh zahrnuje veškerou činnost spojenou s vývojem, vydáváním, distribucí a prodejem videoher a herních produktů na celém světě. Globální herní trh může být rozdělen na různé regiony a platformy, přičemž klíčovými regiony jsou Asie a Amerika, které zahrnují země jako Čína a Spojené státy, generující největší příjmy.

### 2.1 Segmentace podle různých herních platform

OBRÁZEK 1 : GLOBÁLNÍ HERNÍ TRH PODLE TYPU PLATFORMY ZA ROK 2023.

ZDROJ: NEWZOO, 2024.



Zatímco rok 2022 byl pro herní trh nápravným rokem po vysoké angažovanosti a výši příjmů v pandemických letech, v roce 2023 začal trh opět růst. Podle aktualizace Global Games Market Report od Newzoo z ledna 2024 dosáhl celosvětový trh v roce 2023 celkových příjmů **184,0 miliard dolarů**, s meziročním nárůstem +0,6 %. To je pozitivní, i když minimální korekce kurzu po poklesu o -5,1 % v roce 2022. Příjmy z mobilních her tvořily 49 % celosvětového trhu s meziročním poklesem o -1,6 %, přičemž nejvyšší nárůst zaznamenaly stažené a krabicové PC hry. Stažené a krabicové počítačové hry představovaly pouze 21 % celkových příjmů, meziročně vzrostly o +5,3 % a vygenerovaly 38,4 miliardy dolarů. Prohlížečové počítačové hry zaznamenaly největší meziroční pokles příjmů o -16,9 %.

Herní konzole, jako je PlayStation od Sony, Xbox od Microsoftu a Nintendo Switch, jsou populární mezi hráči po celém světě a představují důležitý segment globálního herního trhu. Herní počítače jsou tradiční platformou pro hráče, zejména pro milovníky strategických her, střílečku, RPG a multiplayerových her. Digitální distribuce přes platformy jako Steam od Valve Corporation, Epic Games Store, Origin od Electronic Arts, Battle.net od Activision-Blizzard posiluje postavení herního trhu na PC. App Store od společnosti Apple a Google Play od společnosti Google jsou dvě hlavní platformy pro distribuci mobilních her a aplikací. Tyto obchody poskytují herním vývojářům a vydavatelům prostředí k distribuci jejich produktů a dosažení širokého publika mobilních uživatelů po celém světě. Google Play aktuálně nabízí 2 996 686 mobilních aplikací a 433 615 mobilních her. App Store mezitím nabízí 1 664 028 aplikací a 222 479 her. Herní

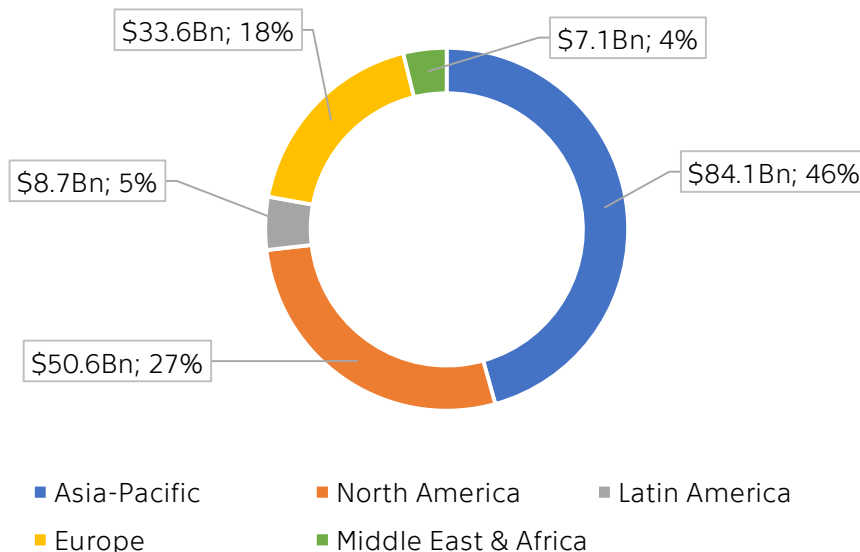


hry pro prohlížeč jsou populární formou zábavy, která umožňuje hráčům hrát hry přímo ve svém internetovém prohlížeči, aniž by museli instalovat speciální software nebo aplikace. Tyto hry jsou často zdarma a přístupné širokému publiku, což je dělá atraktivní pro hráče všech věkových kategorií.

## 2.2 Segmentace podle regionů

OBRÁZEK 2: GLOBÁLNÍ HERNÍ TRH PODLE REGIONŮ ZA ROK 2023.

ZDROJ: NEWZOO, 2024.



Mnoho regionů zaznamenalo v roce 2023 růst, přičemž USA a Čína dohromady představují 49 % všech spotřebitelských výdajů za hry. USA utratily za hry celkem 47,3 miliardy dolarů a těsně za nimi následovala Čína s příjmy 43,6 miliardy dolarů. Zatímco na Středním východě a v Africe připadá 4,7 % podíl na celkových tržbách v celosvětovém měřítku, trh vykázal působivý růst (meziročně +4,7 %). Asie a Tichomoří představovaly 46 % celkových tržeb z her, ale meziročně klesly o -0,8 %.

## 2.3 Publikum

Neustále rostoucí herní publikum má značný vliv na rozvoj herního trhu. V roce 2023 dosáhla tato populace čísla 3,3 miliardy lidí, což ukazuje na obrovský potenciál tohoto odvětví. S rostoucím počtem hráčů se zvyšuje i celkový obrat herního průmyslu. Větší hráčská základna znamená více potenciálních zákazníků pro herní společnosti, což vede k vyšším tržbám a ziskům. Rostoucí poptávka po hrách stimuluje inovace a technologický rozvoj v herním průmyslu. Herní společnosti se snaží přinášet nové a atraktivní produkty, které osloví široké publikum a udrží hráče zapojené. Otevírá nové trhy a příležitosti pro herní společnosti. Rozvíjející se regiony jako Čína, Indie a Brazílie se Rozšiřování herního publikum má také společenský vliv. Videohry se stávají stále běžnější formou zábavy a komunikace, což má důsledky pro kulturu a chování lidí. Rostoucí herní publikum je jedním z hlavních hnacích sil rozvoje herního průmyslu. Je důležité sledovat tuto dynamiku a přizpůsobovat strategie a produkty podle potřeb a preferencí rostoucího počtu hráčů po celém světě.

Stejně jako u tržeb je snadno dostupný žánr mobilních her také nejoblíbenější z hlediska publika – aktuální čísla odhadují asi 1,7 miliardy mobilních hráčů po celém světě.



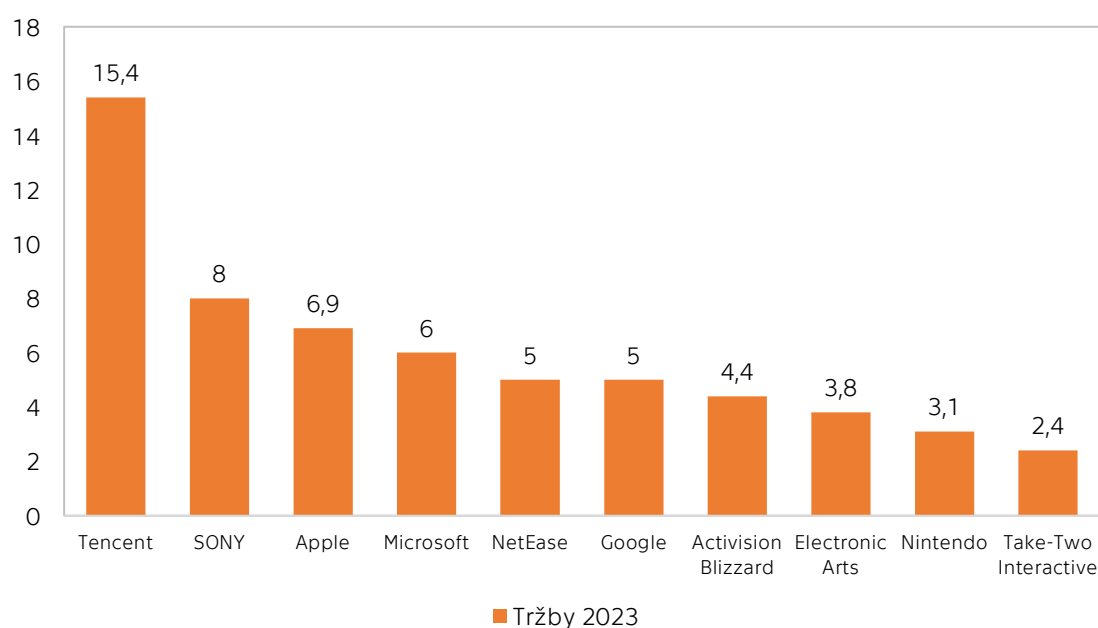
Síla mobilů se odráží i v jiných ohledech – trhy s prvními mobilními zařízeními, jako jsou Filipíny, Thajsko, Indonésie a Vietnam, jsou na prvním místě v žebříčku celosvětové penetrace videoher, protože na těchto trzích hraje videohry více než 93 procent uživatelů internetu. Globální průzkum z roku 2021 zjistil, že více než osm z deseti uživatelů internetu ve věku 16 až 44 let hraje videohry na jakémkoli zařízení, přičemž muži to dělají o něco častěji. Během průzkumu více než 68 procent uživatelů internetu uvedlo, že hrají videohry na chytrých telefonech, což z nich dělá nejoblíbenější herní zařízení mezi globálním herním publikem. Počítače byly na druhém místě s 36,8 procenty hráčů, kteří uvedli, že na zařízení hrají hry. Preference hráčů se mohou značně lišit napříč věkovými skupinami, pohlavími a regiony – naštěstí existuje zdánlivě nekonečná škála her, ze kterých si můžete vybrat. Průzkum mezi hráči po celém světě odhalil, že střílečky a akční adventury byly nejhranějšími herními žánry u většiny věkových skupin, přičemž z hlediska obecné popularity následovaly simulační a závodní hry. U mladších hráčů byla pravděpodobnější, že budou hrát battle royale tituly, zatímco hráči puzzle a kasina vyčnívali nad starším herním publikem.

## 2.4 Mezinárodní herní společnosti

Velké mezinárodní společnosti hrají klíčovou roli na herním trhu, často určují trendy, regulují různé procesy a mají vliv na celý trh jako celek. Tyto společnosti mají často dostatečné finanční prostředky a zdroje na vývoj a propagaci nových herních konceptů a technologií. Jejich produkty a strategie často stanovují trendy v odvětví a ovlivňují chování ostatních hráčů na trhu. Herní společnosti mohou mít vliv na různé aspekty herního průmyslu, včetně distribuce, marketingu a pravidel pro vývojáře. Mohou prosazovat standardy kvality a bezpečnosti, které ovlivňují celé odvětví. Finanční síla těchto společností může mít vliv na cenovou konkurenci a podmínky na trhu. Mohou investovat do akvizic, marketingu a vývoje nových produktů, což může změnit dynamiku trhu a vytvořit nové příležitosti pro další hráče. Mají často globální působnost a distribuční síť, což jim umožňuje dosáhnout širokého publiku po celém světě.

OBRÁZEK 3: NEJLEPŠÍ VEŘEJNÉ SPOLEČNOSTI PODLE VELIKOSTI TRŽEB V MILIARDÁCH DOLARŮ.

ZDROJ: NEWZOO, 2023.





## 3 Esport

### 3.1 Definice esportu

*Esport* můžeme definovat jako soutěžní hraní videoher na profesionální úrovni, kde se hráči závodí ve více hráčských týmech či individuálně. Tento fenomén začal nabývat na popularitě od počátku 21. století, a to díky technologickému pokroku, který umožnil online herní platformy, rychlejší internetové připojení a výkonnější počítačovou techniku. [Newzoo, 2024] definuje *esport* jako „profesionální nebo poloprofesionální soutěžní hraní v organizovaném formátu (turnaj nebo liga) s konkrétním cílem/cenou, jako je získání mistrovského titulu nebo peněžní odměny.“

Zábavní průmysl, který si relativně nedávno v některých zemích ani nečinil nárok být nazýván samostatným odvětvím ekonomiky, dnes pokračuje ve svém rychlém rozvoji a vytváří v sobě nové nezávislé směry. Kromě médií a internetových zdrojů, filmový a hudební průmysl, který již posílil své pozice, přitahuje stále větší pozornost investorů profesionální sport, zejména sportovní kluby a velké soutěže. Komerční úspěch v těchto oblastech je navíc způsoben především rostoucími náklady na televizní vysílací práva. Na pomezí sportu a zábavy nabírá na síle e-sport, který není považován za součást sportovního průmyslu, ale za samostatný směr v rámci zábavního sektoru. Jedním ze základních faktorů, proč se lidé stávají profesionálními hráči, tvoří týmy a začínají soutěžit, je, že neexistují žádná omezení vstupu, jakékoliv hráč, potenciálně může být „pro“, každý, kdo má počítač a přístup na internet schopný začít hrát, trénovat a rozvíjet se v jakoukoli hru, která mu vyhovuje a se líbí nejvíce. [Solntsev, 2018]

Věk rychlého rozvoje informačních technologií, formování informační společnosti a také nový typ takzvaného „informačního“ člověka, tedy člověka zaměřeného na neustálou interakci s vnějším světem prostřednictvím začlenění virtuální reality, předurčil vznik nového typu sportovní disciplíny, a to počítačových sportů. Postupné uznání tohoto sportu se zdá být naprosto logické, protože v současnosti dosáhla počítačová technika extrémně vysokého stupně rozvoje, a co je nejdůležitější, hluboce pronikla do všech oblastí lidského života. První nejznámější počítačovou hrou byla „Spacewar!“, vyvinutá již v roce 1962. Následně se počítačové hry dočkaly širokého masového uznání a rozvíjely se jak po grafické, tak technologické stránce. Možnost hrát online přes lokální síť jako první poskytla hra „DOOM 2“, což znamenalo možnost hrát nejen s algoritmem určeným vývojáři, ale také se skutečnými protivníky v reálném čase, tedy prvkem soutěžní sporty vznikly v počítačových hrách. [Buyanova, 2017]

Existují čtyři faktory (které budeme nazývat faktory **SCAR**), které poháněly vzestup konkurenčního hraní:

- Skill (Dovednost) – Talent a čas potřebný k zvládnutí hry.
- Community (Komunita) – Podpora, kterou hra dostává od svých tvůrců a fanoušků.
- Accessibility (Dostupnost) – překážky nákupu a učení se hry.
- Reward (Odměna) – výhody za zdokonalování se ve hře. [Collis, 2020]

### 3.2 Subjekty odvětví, struktura esportu

Samotný esport by nebyl možný bez herních vývojářů. Průmysl však nevzniká jen proto, že lidé hrají hry. Rychlý rozvoj umožnil další subjekt – streamovací platformy (Twitch, YouTube), které vysílají hry online, což následně dalo impuls k pořádání velkých turnajů, které již dnes v oblíbě konkurují „tradičním“ sportovním soutěžím. Dalším důležitým předmětem jsou e-sportové týmy, které se také příliš neliší od například fotbalových týmů. Vlastní uniforma, sponzoři, trenéři, tréninkové kempy a samozřejmě fanoušci. A pak jsou tu zainteresovaní investoři. Dohody se uzavírají i o přestupech hráčů.



Například na začátku roku 2017 přestoupil bosenský hráč z evropského do amerického týmu. Částka transakce byla 225 tisíc dolarů. Tímto způsobem se realizuje již klasický hodnotový řetězec pro sport: vznik vysoce kvalitního produktu (týmu), který nejprve shromáždí určité publikum (předplatitele). Toto publikum se zase stává předmětem zájmu médií, sponzorů a investorů.

Historicky byli hlavními inzerenty turnajů eSports výrobci počítačového vybavení: myši, klávesnice, sluchátka. S rostoucí sledovaností a počtem soutěží však jejich počet začal narůstat a jejich oborová příslušnost se začala rozšiřovat. V říjnu 2013 společnost Coca-Cola (jeden z největších hráčů na trhu sportovního sponzoringu) oznámila partnerství s Riot Games, vydavatelem jedné z nejpobulárnějších esportovních her, League of Legends. Mezi sponzory turnaje jsou také společnosti jako Audi a Mercedes. Stále aktivnější roli začínají hrát sázkové kanceláře, které nabízejí širokou škálu sázek na výsledky různých turnajů. [Solntsev, 2018]

EEE (Entire Esports Ecosystem) mapuje každý esportovní podnik do jedné ze šesti hlavních kategorií:

- **Vydavatelé a hry** – Společnosti, které vyvíjejí, vyrábějí a prodávají esport.
- **Ligy a turnaje** – Organizace, jejichž prostřednictvím hráči soutěží a vyhrávají ceny. Ty mohou být specifické pro hru, jako je OWL, ale existují také turnajové platformy, které slouží k samostatnému podávání více titulů. Tyto multi-herní ligy mají tendenci mít demografickou specializaci, jako je zaměření CSL na vysokoškolské esporty.
- **Streamovací a mediální platformy** – Prostředky, kterými fanoušci sledují esportovní události. Této kategorii dominuje největší streamovací platforma Twitch
- **Týmy a profesionálové** – Do značné míry analogické tradičním sportovním týmům, hráčským organizacím, které soutěží v esportovních turnajích.
- **Digitální herní nástroje** – Digitální nástroje, které usnadňují hraní. Jsou rozděleny do čtyř podkategorií: školení (pomáhá hráčům zlepšovat se), propojování (pomáhá hráčům při interakci), sázení (sázení na hry) a obsah (herní videa, zprávy a průvodci).
- **Fyzické herní produkty** – Spotřebitelsky balené zboží prodávané fanouškům esportu po celém světě. Fyzické herní produkty jsou seskupeny do podkategorií: PC a periferní zařízení (herní počítače) a produkty životního stylu a oblečení (jerseys). [Collis, 2020]

Lidé, kteří se podílejí na esportu, se velmi zaměřují na stanovení cílů. Týmy například chtějí být nejlepší v konkrétní hře nebo poskytnout co nejlepší zážitek pro své fanoušky a jejich diváky. Proto neustále hledají nové nápady a koncepty za účelem zlepšení. Jejich úsilí se neomezuje na radikální inovace, ale zahrnuje i drobné inovace procesů. Každá změna k lepšímu je využita a lze ji využít k přiblížení se k těmto ambiciózním cílům.

Orientace trhu je skutečně glocal (kombinace global and local). Glocal odkazuje na myšlenku, že společnost myslí globálně a jedná lokálně. Tato charakteristika může být překvapivá vzhledem k tomu, že esport původně začal jako virtuální produkt, ale esportové události zaplňují celé stadiony, jako je Madison Square Garden v New Yorku a Wembley Arena v Londýně. Souběžně mohou stovky tisíc nebo dokonce miliony lidí sledovat turnaj živě na internetu. Esportové společnosti jsou umístěny v obou světech a zdá se, že se to vyplácí.

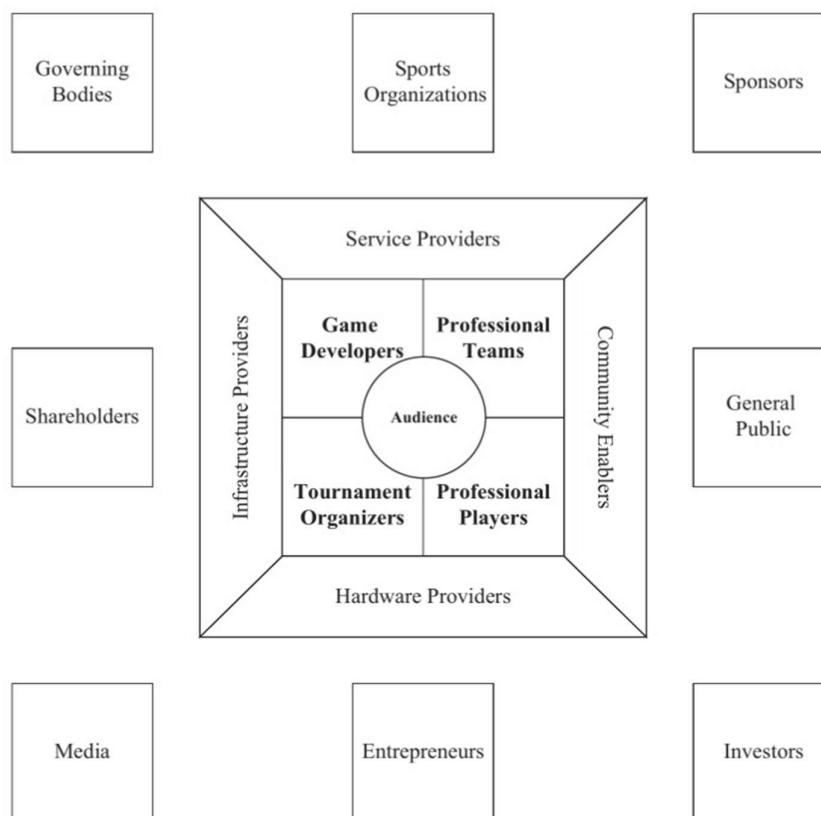
Odvětví eSports je vysoce nestálé a v procesu exponenciálního růstu; nicméně začíná být jasné, že obecné chápání ovlivňuje odvětví esportu. Důraz je kladen na integraci hodnot s publikem a podnikání kolem tohoto publika. Kromě toho existují tři existující pravidla: spolupráce, sdílený osud a konvergence. Tato pravidla znamenají zvýšené propojení mezi zúčastněnými stranami a vedou k vytvoření husté sítě obchodních modelů. Se vstupem nových organizací do sítě obchodních modelů však mohou v síti obchodních modelů vzniknout neshody a tento vývoj může v budoucnu vést



ke změnám v síti obchodního modelu odvětví esportu, což v konečném důsledku změní převládající pravidla spolupráce, sdílený osud a konvergence. [Scholz, 2019]

FIGURA 1: PRIMÁRNÍ A SEKUNDÁRNÍ STAKEHOLDERY (ZAJINTERESOVANÉ STRANY) V ODVĚTVĚ ESPORTU.

ZDROJ: SCHOLZ, 2019.



### 3.3 Hráči, týmy, organizace

Hráči a týmy jsou základními stavebními kameny esportového odvětví. Tito profesionální hráči a organizace hrají klíčovou roli v tom, jak esport funguje, jak se rozvíjí a jak je vnímán fanoušky po celém světě. Hráči jsou základními aktéry v esportu. Jsou to jedinci, kteří soutěží v různých hrách na profesionální úrovni. Jejich role je zásadní pro úspěch týmu a celé esportové komunity.

Esportové týmy jsou organizace, které sdružují profesionální hráče a poskytují jim podporu, trénink, finanční prostředky a strategické vedení. Týmy mají obvykle hierarchickou strukturu, která zahrnuje manažery, trenéry, analytiky a další členy, např. streamery.

- Manažeři jsou zodpovědní za vedení týmu, jednání s hráči, sponzory a organizátory turnajů. Jsou to ti, kteří zajišťují, aby tým fungoval efektivně a dosahoval svých cílů.
- Trenéři mají za úkol trénovat hráče, vyvíjet strategie a taktiky a pomáhat jim zdokonalovat své herní dovednosti. Jsou klíčovými členy týmu, kteří pomáhají hráčům dosáhnout jejich maximálního potenciálu.
- Analytici sledují výkony hráčů a týmů, analyzují herní statistiky a poskytují cenné informace a rady pro zlepšení výkonu týmu.
- Další možné členy týmu jsou psychologové, tvůrce obsahu a kuchaře.



Úspěch organizace (týmu) a hráčů se obvykle měří počtem titulů a jejich prestiží a také výší vyhraných prize money. Týmy mohou být zastoupeny v jedné nebo více disciplínách (hrách) a mohou mít také několik týmů nebo náhradních hráčů. Týmy jsou také rozděleny podle regionů (toto rozdělení se může lišit v závislosti na vývojáři nebo provozovateli turnaje, ale obecně je založeno na geografickém rozložení), je to kvůli snížení pingů, protože i malé zpoždění může ovlivnit výsledek, ale např. nikdo nezakazuje hrát evropské kvalifikace ze Severní Ameriky, toto rozhodnutí zůstává na hráči, kde je pro něj výhodnější hrát.

TABULKA 1: NEJVYŠŠÍ CELKOVÉ TÝMOVÉ VÝDĚLKY Z TURNAJŮ, VŠECHNY HRY.

ZDROJ: ESPORTSEARNINGS.COM, 2024.

Název	Počet vyhraných peněz	Počet odehraných turnajů	Region
Team Liquid	\$ 48 614 919,95	2 736	Evropa
OG Esports	\$ 38 172 732,44	179	Evropa
Team Spirit	\$ 29 660 277,40	238	Evropa (Rusko)
Evil Geniuses	\$ 28 555 329,56	1 009	USA
Natus Vincere	\$ 21 175 282,19	745	Evropa (Ukrajina)

5 nejlepších hráčů podle výše prize money:

- Johan "NOTail" Sundstein, Denmark, Dota 2 player, \$ 7 184 163,05
- Jesse "JerAx" Vainikka, Finland, Dota 2 player, \$ 6 486 623,98
- Anathan "ana" Pham, Australia, Dota 2 player, \$ 6 024 411,96
- Sébastien "Ceb" Debs, France, Dota 2 player, \$ 5 900 842,73
- Topias "Topson" Taavitsainen, Finland, Dota 2 player, \$ 5 726 841,20

### 3.4 Hry

Některé hry se stávají obzvláště populárními v esportovém prostředí díky svému vzrušujícímu hernímu stylu, dobře navrženému systému soutěže a silné komunitě hráčů a fanoušků. Tyto hry jsou často více zaměřeny na kompetitivní hraní a poskytují hráčům platformu pro závodění na nejvyšší úrovni. Úspěch her v esportovém prostředí často přitahuje pozornost organizátorů turnajů, sponzorů a médií, což vede k rozvoji profesionální herní scény. Velké esportové události, jako jsou mistrovství světa a major turnaje, jsou důležitými událostmi v kalendáři esportových událostí a přitahují tisíce diváků a fanoušků. Hry jsou globálním fenoménem, který přitahuje hráče a fanoušky z celého světa. Díky online hraní a streamování jsou hry v esportu přístupné pro každého, bez ohledu na geografickou polohu, což vede k rozmanitosti a bohatství esportové komunity. Hry se liší i počtem lidí v týmu, např. ve fotbalovém simulátoru FIFA se zápasu účastní pouze 1 hráč, ale např. ve hrách DOTA a CS tvoří tým 5 hráčů.

Navzdory rozšířené distribuci počítačových her je vývoj e-sportů poměrně pomalý. Hlavním důvodem tohoto jevu je dvojitý vnímání videoher samotnou společností.

Studium teoretických aspektů vývoje e-sportu nám umožňuje podmíněně rozdělit historii vzniku e-sportu do čtyř nezávislých etap:

- První etapa „Arcade“, která se vyznačuje počátkem veřejného uznání herního průmyslu v souvislosti s objevením automatů Sega v roce 1966;
- Druhá etapa „Unix“ je spojena se soutěží ve hře Netrek z roku 1988, která byla směsí týmové strategie a střílečky v reálném čase. Tato hra byla později uznána jako první online sportovní hra časopisem Wired v roce 1993;



- o Třetí etapa raných osobních počítačů (dále jen PC) je ve světové komunitě spojena s vydáním hry DOOM v roce 1993, jejímž hlavním rysem je její **soutěživost**.
- o Čtvrtá etapa je fáze globálních turnajů sahá do roku 2001, kdy vznikl turnaj World Cyber Games, jehož počet účastníků byl více než 400 lidí z více než 25 měst.

Je také nutné dbát na to, že e-sport neznamená využívání všech kategorií počítačových her. Předmětem disciplíny eSports může být hra, která splňuje řadu kritérií: přítomnost soutěžního prvku, tedy schopnost soutěžit s jiným účastníkem v reálném čase; za sportovní disciplínu nelze považovat přítomnost prvku dovednosti, tedy hru, ve které převažuje prvek náhody. [Buyanova, 2017]

### 3.4.1 Big Five

Stejně jako existují desítky žánrů sportu, od mainstreamové (fotbal) přes méně populární (volejbal) až po obskurní (curling), existuje podobně mnoho žánrů esportů. I když existují desítky typů esportů, dnes tomuto odvětví dominují žánry „velké pětky“: střílečky z první osoby, battle royales, MOBA, sběratelské karetní hry a bojové hry.

1. Střílečky z pohledu první osoby (FPS – First Person Shooters) jsou tituly založené na zbraních, které kladou důraz na přesnost a reflexy. Jsou to modernizované verze klasik jako Doom a Wolfenstein, ale mnohem obtížnější je hrát kvůli jejich rychlému, 360stupňovému zaměřování a týmové taktice.
2. Battle royales jsou podobné FPS, ale obsahují chaotické souboje každý sám za sebe, hrané buď z pohledu první nebo třetí osoby, v rozsáhlé, ale neustále se zmenšující bojové aréně. Jedna z nejpobulárnějších her na světě – Fortnite – je příkladem tohoto žánru.
3. Online bitevní arény pro více hráčů (MOBA – Multiplayer Online Battle Arena) zahrnují týmy pěti hráčů, z nichž každý ovládá jednu postavu z 3D izometrického pohledu a pečlivě sekvenuje své schopnosti zničit nepřátelské síly a přemoci opevněnou základnu nepřátelského týmu.
4. Sběratelské karetní hry jsou čistě strategické tituly, kde se sekvence virtuálních předmětů (obvykle karet) hraje na digitální desku. Každý objekt má různé síly a související náklady, což vyžaduje pečlivé plánování a sekvenování, aby byla maximalizována jejich účinnost.
5. Bojové hry jsou modernizované verze původního arkádového hitu Street Fighter. Představují dva hráče, kteří bojují v bojových uměních ve 2D nebo 3D rovině. Ze všech žánrů esportů se bojovníci od počátků hraní změnili nejméně. [Collis, 2020]

Existují další následující typy počítačových her, které patří k disciplínám e-sportu:

- Strategické hry v reálném čase (RTS – Real Time Strategy),
- Krok za krokem (tahové) strategie,
- Technické simulátory,
- Sportovní simulátory,
- Hry na hrdiny (RPG – Role Play Game).

### 3.4.2 Nejpopulárnější esport hry podle prize money

TABULKA 2: NEJLEPŠÍ HRY PODLE VELIKOSTI FINANČNÍ ODMĚNY.

ZDROJ: ESPORTSEARNINGS.COM, 2024.

Název	Celkové prize money	Počet hráčů	Počet turnajů	Model distribuce
Dota 2	\$ 345 269 431,04	4 874	1 888	F2P
Fortnite	\$ 179 823 910,57	9 221	2 162	F2P



Counter-Strike: GO + Counter-Strike 2	\$ 162 310 621,33 + \$ 7 601 719,88	16 433 (+2 015)	6 975+215	B2P -> F2P
League of Legends	\$ 108 072 120,11	9 379	2 937	F2P
Arena of Valor	\$ 89 642 099,50	2 111	169	F2P
PlayerUnknown's Battlegrounds Mobile	\$ 80 510 528,40	4 079	315	F2P
PlayerUnknown's Battlegrounds	\$ 60 516 089,61	3 874	605	Early access beta -> F2P
Rainbow Six Siege	\$ 44 490 379,29	3 019	557	P2P nebo B2P
StarCraft II	\$ 41 200 281,71	2 269	7 383	B2P -> F2P
Rocket League	\$ 37 270 281,46	5 418	4 007	B2P -> F2P

### 3.5 Esport eventy

Esportovní eventy se liší od online videoher, které můžete hrát s přáteli. Nejsou to neformální akce, kde si lidé hrají pro zábavu. Jsou pečlivě naplánované a organizované. Většinu času musí hráči prokázat, že se mohou zúčastnit. [Gregory, 2020]

#### 3.5.1 Turnaje

Turnaje jsou základním stavebním kamenem esportového světa. Tyto soutěže představují vrcholné události, které přitahují pozornost milionů fanoušků po celém světě. V této kapitole se podíváme na různé aspekty esportových turnajů, od jejich organizace a struktury po jejich vliv na herní komunitu. Esportové turnaje mohou být rozděleny do několika kategorií podle jejich úrovně prestiže, velikosti prize pool, formátu a herního žánru. Mezi nejčastěji se vyskytující typy patří Major, Minor, Premier a Online nebo Tier 1, 2, 3, 4. Esportové eventy mají značný vliv na herní komunitu, přitahují pozornost nových hráčů, poskytují profesionálům platformu k prezentaci svých dovedností a přispívají k růstu esportového průmyslu. Turnaje také pomáhají budovat komunitní vztahy mezi hráči, fanoušky a sponzory.

Existuje několik způsobů klasifikace esportových turnajů, ale jeden z nejpopulárnějších a nejjednodušších je prostřednictvím služby Liquipedia. Tier 1, Tier 2, Tier 3 a Tier 4 jsou úrovně pro nejdůležitější turnaje na této wiki. Jsou klasifikovány následovně:





















- Tier 1, dříve Premier, nabízejí vynikající prize pool, jsou téměř výhradně hrány offline a účastní se jich nejlepší týmy z celého světa.
- Tier 2, dříve Major, mají velký prize pool a dobrý počet špičkových týmů.
- Tier 3, dříve Minor, nabízejí menší prize pool a méně prestiže než turnaje Tier 2, ale stále přitahují vysokou úroveň konkurence.
- Tier 4 jsou nejnižší úrovně událostí, na kterých se neúčastní žádné špičkové týmy.

Na příkladu hry Dota 2 v roce 2023 proběhlo 10 Tier 1 turnajů a 30 Tier 2 turnajů. Tier 3 a 4 turnajů se koná obrovské množství během roku. Velké a významné turnaje mají také kvalifikační systém (otevřený i uzavřený) a účastníci mohou být zvaní i přímo od organizátorů (na základě předchozích nebo aktuálních zásluh v sezóně).



TABULKA 3: VŠECHNY TIER 1 TURNAJE DOTA 2 V ROCE 2023.

ZDROJ: LIQUIPEDIA, 2024.

Serie	Tournament	Date	Prize Pool	Location	P#	Winner	Organizer
	ESL One Kuala Lumpur 2023	Dec 11–17, 2023	\$ 1 000 000	Kuala Lumpur	12	Azure Ray 	ESL
	The International 2023	Oct 12–29, 2023	\$ 3 380 455	Seattle	20	Team Spirit 	Valve, PGL
	DreamLeague Season 21	Sep 18–24, 2023	\$ 1 000 000	Europe	12	Team Spirit 	ESL
	BetBoom Dacha 2023	Sep 10–16, 2023	\$ 250 000	Yerevan	8	Gaimin Gladiators 	FISSURE, BetBoom Esports
	Riyadh Masters 2023	Jul 19–30, 2023	\$ 15 000 000	Riyadh	20	Team Spirit 	Saudi Esports Federation, ESL
	Bali Major 2023	Jun 29–Jul 9, 2023	\$ 500 000	Bali	18	Gaimin Gladiators 	IO Esports, Epulze
	DreamLeague Season 20	Jun 11–25, 2023	\$ 1 000 000	Europe	16	Gaimin Gladiators 	ESL
	ESL One Berlin Major 2023	Apr 26 – May 7, 2023	\$ 500 000	Berlin	18	Gaimin Gladiators 	ESL
	DreamLeague Season 19	Apr 9–23, 2023	\$ 1 000 000	Europe	16	Gaimin Gladiators 	ESL
	Lima Major 2023	Feb 22–Mar 5, 2023	\$ 500 000	Lima	18	Gaimin Gladiators 	4D Esports, Epulze



Největší esportové soutěže jsou skutečně masivní akce. Přitahují obrovské davy fanoušků. Například v roce 2019 se akce ESL Intel Extreme Masters World Championship zúčastnilo asi 174 000 lidí. Celé stadiony se mohou vyprodat během několika minut na vysoce očekávané turnaje. A pak jsou tu miliony lidí, kteří sledují z domova na streamovacích službách, jako je Twitch. Jednou z nejpopulárnějších každoročních událostí v esportu je International, šampionát Dota 2 pořádaný vývojáři hry, společností Valve Corporation. Turnaj se koná každoročně od roku 2011. K účasti je pozváno pouze 18 týmů. Jsou vybíráni na základě jejich výkonu v jiných akcích Dota 2 konaných dříve v roce. International je každým rokem větší a větší a obvykle je vysílán živě v celostátní televizi.

Podobně populární je každoroční mistrovství světa League of Legends pořádané Riot Games. Stejně jako International se tato soutěž koná každý rok od roku 2011. Týmy pocházejí z celého světa a událost přitahuje pozoruhodně velké publikum. Turnaj v roce 2018 lámal rekordy, když si ho na streamovacích službách naladilo téměř 100 milionů lidí. Téměř tolik lidí si každý rok naladí Super Bowl. Pro fanoušky bojových her je série Evolution Championship Series nejdůležitější soutěží roku. Mezi fanoušky, známý jako jednoduše „Evo“, začal v roce 1996 a koná se každoročně od roku 2000. Evo je otevřené pro každého, kdo se chce zúčastnit. To znamená, že dříve neznámý hráč se může objevit a vyhrát, i když nikdy předtím nehrál na profesionální akci. Tisíce hráčů bojových her z celého světa každoročně cestují do Evo, aby se zapsali do komunity esportů.

V roce 2019 uspořádaly Epic Games první mistrovství světa ve Fortnite. Okamžitě se stala jednou z největších událostí v esportu. Stejně jako Evo to byl otevřený turnaj, kterého se mohl zúčastnit kdokoli. První kola se konají online. Nejlepší hráči z těchto týdenních soutěží jsou zváni, aby se zúčastnili finále: masivní živé akce konané na stadionu. V roce 2019 se přihlásilo více než 40 milionů lidí a snažili se ze všech sil vyhrát místo ve finále. Budoucnost vypadá pro esporty jasně. Každý den se tvoří další ligy a týmy. Události jsou stále větší a větší. Do zábavy se neustále připojují noví fanoušci. Ať se stane cokoli, bude to určitě úžasné. [Gregory, 2020]

### **3.5.2 Ligy a organizátoři**

Mnoho profesionálních esportových soutěží je dohlíženo organizacemi nazývanými ligy. Pokud sledujete tradiční sporty, pravděpodobně máte představu o tom, co je liga. Typická liga je organizace, která dohlíží na skupinu týmů nebo hráčů. Týmy nebo jednotlivci v této skupině se pravidelně utkávají v sérii zápasů nazývané sezóna. Na konci sezóny se hráči s nejlepšími výsledky utkají ve finální sadě play-off zápasů, aby určili, kdo se stane mistrem. Týmy v lize obvykle mají určitou míru nezávislosti. Mají možnost rekrutovat hráče a plánovat strategie podle svých potřeb, ale musí dodržovat pravidla stanovená ligou. Liga také plánuje zápasy a provádí mnoho dalších úkolů nezbytných pro uspořádání profesionálního esportového eventu. Za každou událostí stojí mnoho práce. Esportové organizace mají mnoho činností, které se odehrávají za scénou. Nejprve musí rozhodnout, kdy a kde se bude konat turnaj. Musí najít vhodné místo, které bude schopno pojmout počet diváků, zajistit potřebné vybavení a zvážit náklady na pronájem místa. Organizátoři také musí najmout personál, který jim pomůže s průběhem události. K profesionálnímu esportovému zápasu obvykle patří komentátoři, kteří vysvětlují akci fanouškům a dodávají zápasům napětí. Technici se starají o to, aby všechny počítače a další technické vybavení fungovaly správně. Často jsou na místě odborníci, kteří dohlížejí na dodržování pravidel a prevenci podvádění během zápasů.

Mnoho povinností esportové organizace se točí kolem peněz. Organizátoři musí zajistit, že mají dostatek finančních prostředků na pokrytí nákladů spojených s uspořádáním události. Náklady spojené s provozem velkého turnaje se mohou rychle nashromáždit. Většina událostí slibuje vítězům velké finanční odměny. A samozřejmě, cílem organizátorů je pravděpodobně vydělat na své události. To znamená, že musí najít



způsoby, jak získat více peněz a zároveň udržet náklady co nejnižší. Stanovují ceny vstupenek pro lidi, kteří přijdou na událost osobně. Mohou také prodávat zboží, jako jsou trička. Hodně peněz přichází z reklamy a sponzorství. Všechny druhy společností platí esportovým organizátorům za zobrazení loga svých produktů na událostech. Pokud vše půjde podle plánu, událost proběhne hladce. Všichni se budou dobře bavit a organizátoři se mohou pustit do plánování své další soutěže. [Gregory, 2020]

V dnešní době existuje mnoho různých esportových lig a organizací. Některé jsou malé, jiné jsou masivní mezinárodní společnosti s fanoušky po celém světě. Jednou z největších a nejstarších esports organizací je Electronic Sports League (ESL). Vznikla v Německu v roce 2000. Dnes je to víc než jen liga. ESL pořádá turnaje, mistrovské ligy a řadu dalších soutěží po celém světě. Na akcích ESL se hrají všechny druhy her a neustále se mění v závislosti na tom, co je populární v komunitě esportů.

Major League Gaming (MLG) je dalším velkým hráčem na scéně moderního esportu. Stejně jako ESL existuje již nějakou dobu. MLG byla založena v roce 2002 v New Yorku. Zpočátku se MLG soustředila více na konzolové hraní než jiné esportovní organizace, které se obvykle soustředily na PC hry. MLG hostila soutěže pro střílečky, jako jsou série **Halo** a **Call of Duty**. MLG také pořádalo profesionální akce pro bojové hry, jako jsou **Tekken** a **Super Smash Bros**. V roce 2015 organizaci koupila společnost Activision Blizzard, jedna z největších světových herních vydavatelských společností. MLG se nyní zaměřuje výhradně na hry Activision Blizzard, včetně World of Warcraft, StarCraft a Call of Duty. [Gregory, 2020]

Jedna organizace, která dělá věci trochu jinak, je Overwatch League (OWL). OWL byla založena v roce 2017 společností Activision Blizzard a je provozována jako součást MLG. Ale na rozdíl od většiny esportových soutěží je nastavena téměř přesně jako tradiční sportovní liga. Hráči soutěží pouze v jedné hře: **Overwatch**. Týmy se nacházejí v různých městech po celém světě. Každý z nich má svou domovskou arénu a týmy cestují, aby hrály proti sobě. Soutěží v plánovaných zápasech v průběhu základní sezóny. Poté se utkají nejlepší týmy v zápasech play-off o mistrovství. Nicméně v listopadu 2023 Activision Blizzard po 6 sezonách oznámil, že přestane podporovat OWL a odstoupí od projektu.

## 3.6 Streamovací platformy

### 3.6.1 Twitch.tv

Co kdybyste mohli vysílat celý svůj život online? Takový byl původní koncept Justin.tv, který byl spuštěn v roce 2007. Vyzbrojený speciálně navrženým batohem a baseballovou čepicí, titulární Justin Kan z Justin.tv pokračoval v přímém přenosu celého svého života, 24/7. Inspirování médii jako The Truman Show, Justin a spoluzakladatelé Kyle Vogt, Michael Seibel a Emmett Shear si představili svět, kde by se kdokoli mohl vysílat online. Zatímco Justin jednotlivě přitahoval velkou pozornost médií pro svůj neobvyklý koncept, trakce pro Justin.tv zůstala vzácná, i když se jeho platforma otevřela dalším „livecasterům“. Asi rok po spuštění měl Justin.tv konečně dostatek uživatelů, že mělo smysl zavádět filtry, třídit obsah livecasterů podle kategorií. Většina kategorií obsahu na Justin.tv byla bombardována. Sledovat, jak neodborník neustále mluví o tématech, jako jsou aktuální události a technologie, se ukázalo přinejmenším nudné. Ale jedna kategorie filtrů okamžitě zaujala zvláštní publikum: **hry**.

Diváci rádi sledovali ostatní, jak hrají hry, zejména ty, kteří byli dobří ve hrách, které hráli. A co je možná důležitější, bylo mnohem snazší vysílat přímo ze stacionárního PC než řídit přenosné živé vysílání, jako to udělal Justin. Herní kategorie explodovala. V roce 2011 se streamovací hry na Justin.tv staly tak populárními, že kategorie vznikla jako vlastní webová stránka: Twitch.tv. V roce 2014 se Justin.tv téměř zastavil, protože se sloučil do



nově pokřtěné mateřské společnosti Twitch Interactive. A Twitch rostl tak rychle, že se stal jedním z nejrychleji rostoucích mediálních podniků všech dob. Přišel věk streamera.

Velký byznys si toho všiml. Google se ujal vedení a v roce 2014 přijal řadu eskalujících – a neuvěřitelně konkurenčních – nabídek na odkoupení firmy. Google viděl potenciál pro nový kanál uživatelsky řízených médií, zejména pokud by se spojil se svou stávající video službou YouTube, 14. července bylo široce hlášeno, že Google koupil Twitch za 1 miliardu dolarů. Ale na poslední chvíli Jeff Bezos a Amazon ukradli dohodu a koupili web za 970 milionů dolarů v hotovosti. Mírně nižší cenovka je možná pochopitelná, vzhledem k tomu, že strategická vize Amazonu pro společnost byla údajně více v souladu s vizí jejích zakladatelů. Spíše než sloučení s existující službou, jako je YouTube, Amazon viděl Twitch jako samostatný podnik. Úspěch Twitch se urychlil díky přístupu do hlubokých kapes a strategické sítě Amazonu. Do roku 2017 Twitch na svém webu hlásil celkem 355 miliard zhlédnutých minut. Překvapivě se toto číslo v roce 2018 zvýšilo o 58 procent a dosáhlo 560 miliard sledovaných minut. [Collis, 2020]

### 3.6.2 Konkurence: YouTube Gaming, Mixer, Fb.gg

Obrovský úspěch Twitch přivedl pozornost gigantů Silicon Valley na tento fenomén. Facebook vstoupil do boje spuštěním Fb.gg, služby pro přímé přenosy, která je přímo integrována do osobních stránek a umožňuje každému sdílet své hry se svými přáteli. Díky těsnému partnerství s Blizzardem se Facebook stal prvním streamovacím řešením, které nabízí plynulou a přímou integraci s hrami. Vedle Fb.gg také YouTube prosazoval přímé přenosy pod značkou YouTube Gaming, a nakonec uzavřel svou vlastní exkluzivní smlouvu s Blizzardem. A Microsoft zakoupil Beam, přejmenoval ho na Mixer, aby urychlil tvorbu obsahu pro Xbox Live. Následovala společnost Fox, která získala velké investice do rizikového startupu jménem Caffeine. V důsledku toho byli streamující přesvědčeni, aby přešli, uzavírali stále výhodnější dohody a hráli proti sobě na konkurenčních platformách. Dokonce i Ninja, nejpopulárnější streamer, opustil Twitch kvůli Mixeru na konci roku 2019. Nabídka od Microsoftu byla příliš dobrá, aby ji odmítl.

A e-sport měl všechny ingredience potřebné k explozi. Všechny čtyři faktory **SCAR** (Skill, Community, Accessibility, Reward) se objevily. Hry dosáhly ohromné úrovně složitosti, vyžadující hluboké dovednosti k ovládnutí. Kolem her se vytvořily bohaté online sítě, které přispívají k rozvoji digitálního společenství a soutěže. Hry a herní platformy se integrovaly do každodenního života díky dostupným konzolím a všudypřítomným domácím počítačům, vytvářejícím skutečnou dostupnost. A protože Twitch, Mixer a další streamovací platformy přinesly jak slávu, tak mnohamilionové odměny, stát se profesionálním hráčem stálo za vynaložený čas. Podobně jako Petriho miska pro profesionální hry, faktory **SCAR** byly připraveny katalyzovat růst e-sportu. [Collis, 2020]

### 3.6.3 Diváci

Díky příchodu COVID-19 se změnil charakter esportu. Hranice mezi esportem a živými vysíláními se staly rozmazané. Pandemie vedla k prudkému nárůstu sledovanosti na všech platformách živých vysílání. Lidé byli během karantény nuceni trávit čas doma, a tak se obrátili k živým vysíláním, aby si zkrátili čas. I když trh esportu v této době čelil problémům, také výrazně vzrostl a rozšířil se na trhy, kde byla dříve nízká aktivita. Nicméně odvětví utrpělo v důsledku zrušení mnoha osobních událostí a některé mezinárodní události byly nahrazeny regionálními soutěžemi. Od roku 2016 byl pozorován významný nárůst diváků esportu – jak příležitostných, tak nadšených, tedy těch, kteří jej pravidelně sledují. V období mezi lety 2018 a 2019 tento nárůst činil 12,3 %. Podle upravených údajů Newzoo za rok 2019 bylo zaznamenáno 200,8 milionů



příležitostných diváků a 197 milionů nadšenců esportu, což představuje celkovou diváckou základnu 397,8 milionů. [Geyser. 2024]

### 3.6.4 Esports broadcasting

Esport vysílání zahrnuje poskytování živého komentáře a analýzy esportových událostí publiku. Stejně jako tradiční sportovní vysílání je cílem esportového vysílání zaujmout diváky, zlepšit jejich porozumění hře a vytvořit pohlcující zážitek. Ať už jde o profesionální turnaj nebo neformální online zápas, provozovatelé esportovního vysílání hrají klíčovou roli při oživování akce. [Yellowbrick. 2024]

Existuje velké množství studií, která vysílá esport turnaje pro diváky, v podstatě si provozovatel turnaje vybírá, kdo bude jeho turnaj vysílat (především na Twitch.tv). Každá samostatná studio má svůj tým zaměstnanců, komentátory, analytiku, moderátory, technický personál a další. Všechny studia bojují o média práva, kupují je, vyjednávají, rozvíjejí se a soutěží mezi sebou. Existují však turnaje, které jsou přímo pořádány vývojářem, na tyto události sami vývojáři pozvou talenty z různých studií nebo lidi spojené s esportem, ať už jsou to bývalí profesionální hráči nebo současní hráči, kteří neprošli kvalifikací. I když také to mohou dělat turnajoví operátoři, pokud to finanční prostředky dovolují, sami pozvou a vytvoří si svůj vlastní vysílací tým, aniž by se uchýlovali k samostatným specializovaným studiím pro živé vysílání. Existují i komunitní casteři, to jsou obyčejná fanouškovská vysílání, často neprofesionální, i když v dnešní době narostly rozpočty i kvalita, u takových vysílání je kladen důraz na osobnost moderátora vysílání (streamer) a jeho hostů. Příklady některých studií, která vysílá ve hře Dota 2: **RuHub**, **Beyond the Summit**, **Fired Cast**, **FISSURE** a **Paragon**. Mezi nejpopulárnější komunitní casteři patří: **Nix**, **NS**, **Gorgc**, **Qojqva**.

## 3.7 Co vytváří příjmy na trhu esportu?

Příjmy z esportu se skládají takto: sponzorství, mediální práva, poplatky vydavatelům her, merchandise, vstupenky a reklama. Příjmy ze sázení nejsou uvedeny v tabulkách a výpočtech, vzhledem k relevantním údajům je tato oblast v mnoha zemích zakázána a nelze spolehlivě spočítat, kolik tento segment přináší, nicméně sázkové společnosti se velmi často stávají sponzory e-sport týmů, takže je možné, že bude prezentována v trochu jiné podobě. I přes to, že sponzorské příjmy tvoří zjevně základní pilíř příjmů esportu, očekává se, že příjmy z prodeje vstupenek se dále zotaví z omezení způsobených COVID-19, a organizátoři a týmy esportu budou pokračovat v rozšiřování svých zdrojů příjmů.



## 4 Prognostické metody

Diplomová práce zkoumá současnou situaci na trhu s videohrami a esportem a následně využívá prognostické metody k předpovědi budoucího vývoje. Prognóza je založena na analýze minulých událostí a předpovídá budoucí jevy. Existují dva hlavní přístupy k prognózám – kvalitativní a kvantitativní, které se v praxi mohou kombinovat. Kvalitativní metody vycházejí z odborných znalostí a zkušeností, zatímco kvantitativní metody se opírají o analýzu statistických údajů a historických dat. V této práci jsou použity pouze kvantitativní prognostické metody.

### 4.1 Kvalitativní prognostické metody

*Kvalitativní metody*, někdy též nazývané subjektivní či úvahové, jsou v prvním případě uplatněny tehdy, pokud historická data, týkající se k předpovídané události, jsou nedostačující nebo nejsou k dispozici a ve druhém případě, pokud předpovídané události nelze postihnout kvantifikovatelnými informacemi či se jedná o technologické změny. Případně sem můžeme řadit tzv. *předběžné prognózy*, odvozené intuicí a zkušenostmi. Základní užití postupy v kvalitativních metodách vychází ze zkušeností, úvah či názorů expertů. Kvalitativní procedury jsou buď výzkumné anebo normativní. Výzkumné metody vychází z informací o minulosti a přítomnosti, aplikují heuristické přístupy směrem do budoucnosti (často sledováním všech možných scénářů) tak, aby výsledná předpověď odpověděla na otázku, co a kdy by mělo v budoucnosti nastat. Naproti tomu normativní předpověď zahazuje budoucími cíli a od nich se vrací do přítomnosti zjišťováním s jakými zdroji a technologiemi jsou tyto cíle dosažitelné a jaká omezení přitom musí být eliminována. [Buřita, 2003]

### 4.2 Kvantitativní prognostické metody

#### 4.2.1 Analýza časových řad

Mezi nejznámější kvantitativní metody zařadíme analýzu časových řad. Časové řady jsou chronologicky uspořádané hodnoty zkoumaného jevu, ze kterých jsme schopni vyvodit další vývoj do budoucna. [Hindls, 2006] ve své knize definuje časové řady jako: „posloupnost věcně a prostorově srovnatelných pozorování (dat), která jsou jednoznačně uspořádaná z hlediska času ve směru minulost – přítomnost. Analýzou (a podle potřeby případně i prognózou) časových řad se pak rozumí soubor metod, které slouží k popisu těchto řad (a případně k předvídání jejich budoucího chování).“ Časové řady můžeme klasifikovat dle různých kritérií. [Štědroň, 2012] v závislosti na náhodnosti či nenáhodnosti dělí časové řady na *stochastické* a *deterministické*.

*Deterministické* časové řady jsou ty, které neobsahují žádné náhodné prvky a lze je předpovídat s absolutní přesností. Avšak ve skutečnosti je obtížné tyto řady nalézt, a proto většina časových řad je *stochastická*, mohou obsahovat náhodné prvky. Zvažují pravděpodobnost různých výsledků a poskytují různé možné výsledky. Prvním krokem při analýze časové řady je výběr vhodného matematického modelu (nebo třídy modelů) pro data. Aby byla možná nepředvídatelná povaha budoucích pozorování, je přirozené předpokládat, že každé pozorování  $x_t$  je realizovaná hodnota určité náhodné veličiny  $X_t$ . Časová řada  $\{x_t, t \in T_0\}$  je pak realizací rodiny náhodných proměnných  $\{X_t, t \in T_0\}$ . Tyto úvahy navrhuje modelovat data jako realizaci (nebo část realizace) stochastického procesu  $\{X_t, t \in T\}$ , kde  $T \supseteq T_0$ . [Brockwell, 2009]



Hodnoty v časových řadách se dělí na absolutní a relativní. Absolutní hodnoty jsou původní měřené nebo pozorované jednotky, zatímco relativní hodnoty jsou vypočtené nebo odhadnuté z absolutních hodnot.

Dalším rozdělením časových řad je podle vztahu hodnot k času. Existují intervalové časové řady, které zahrnují hodnoty z určitého časového rozmezí, na druhou stranu, okamžikové časové řady obsahují data, která jsou zaznamenána v konkrétních bodech času nebo událostech. Tyto řady mohou být užitečné k zaznamenání jednorázových událostí nebo změn, které se vyskytují v určitou dobu, například počet diváků na jednotlivém zápase. [Štědroň, 2012]

#### 4.2.2 Problémy časových řad

Časové řady jsou specifickou formou záznamu sledovaných dat a mají i své specifické problémy.

Prvním problémem je určení optimálního rozsahu časové řady. Příliš velký nebo příliš malý počet pozorování může přinést výpočetní obtíže. Je zde nutné nalézt rovnováhu mezi dostatečným množstvím dat pro analýzu a snahou minimalizovat výpočetní náročnost.

Druhým běžným problémem je vztah ke kalendářnímu roku. Tento aspekt se projevuje zejména při analýze měsíčních dat, kde svátky a víkendy každý rok padají na jiné dny. Při ročních agregacích je tento vliv ještě patrnější, zejména kvůli existenci přestupných roků.

Třetím problémem je délka časové řady. Při volbě dlouhodobého horizontu, jako jsou období desetiletí či století, existuje vysoká pravděpodobnost, že během tohoto časového úseku došlo k podstatným změnám, které mohou významně ovlivnit hodnoty v analýze, čímž se snižuje komparabilita dat. [Štědroň, 2012]

#### 4.2.3 Analýza vývoje časových řad

Hlavním cílem analýzy časových řad je pochopit principy, které utvářejí hodnoty konkrétní časové řady. Tyto snahy jsou motivovány očekáváním, že na základě znalosti výše uvedených principů bude možné odhadnout budoucí hodnotu časové řady nebo předpovědět její budoucí vývoj. Na základě výsledků analýzy je možné do určité míry předvídat budoucí chování systému reprezentovaného časovou řadou. V některých případech mohou výsledky analýzy umožnit řízení nebo optimalizaci systému, například výběrem vhodných vstupních parametrů a počátečních podmínek. Tento princip generování hodnot časových řad se nazývá model časových řad. Model zobrazuje (ekonomickou) hypotézu o vztahu mezi vysvětlovanými a vysvětlujícími proměnnými. [Štědroň, 2012]

Existují různé modely a přístupy k analýze časových řad. Výběr vhodné metody a modelu závisí na typu časové řady, účelu analýzy a dovednostech analytika. Mezi nejčastěji používané techniky analýzy časových řad patří:

- Dekompozice časové řady.
- Box-Jenkinsová metodologie.
- Lineární dynamické modely.
- Spektrální analýza časových řad.

*Dekompoziční metoda* rozkládá časovou řadu na trendovou, cyklickou, sezónní a nesystematickou složku a zabývá se identifikací i modelováním zejména systematických složek, především trendové a sezónní složky.



*Boxova-Jenkinsova* metodologie bere v úvahu při konstrukci modelu časové řady reziduální složku, která může být tvořena korelovanými (závislými) náhodnými veličinami. Boxova – Jenkinsova metodologie tedy nejen může zpracovávat časové řady s navzájem závislými pozorováními, ale dokonce těžiště jejich postupů spočívá právě ve vyšetřování těchto závislostí neboli tzv. korelační analýze. Kombinují se autoregresivní modely  $AR(p)$  s modely klouzavých průměrů reziduální složky  $MA(q)$ . V případě nestacionární časové řady se provádí stacionarizace např. diferencováním a zjišťuje se řád s parametrem  $d$ . Výsledný model se potom označuje jako  $ARIMA(p,d,q)$ , v případě sezónních vlivů  $SARIMA$  modely.

*Lineární dynamické modely* jsou zpravidla příčinné (kauzální) modely, kde je vysvětlovaná proměnná  $y_t$  vysvětlována vývoje svých zpožděných hodnot či dalších vysvětlujících faktorů. Rozdíl od modelu Box-Jenkinse spočívá v tom, že zde kromě popisované časové řady a bílého šumu vystupují ještě další časové řady – příčinné faktory.

*Spektrální analýza časových řad* má na rozdíl od předcházejících tří případů odlišný přístup spočívající v tom, že se zkoumaná časová řada považuje za směs sinusových a kosinusových křivek s různými amplitudami a frekvencemi. Často se rovněž hovoří o tzv. fourierovské analýze. Pomocí speciálních statistických nástrojů se zjišťuje obraz o intenzitě zastoupení jednotlivých frekvencí v časové řadě (tzv. spektrum řady). [Hančlová, 2003]

#### 4.2.3.1 Dekompozice časové řady

Tato metoda je založena na předpokladu, že náhodný proces, který generuje danou časovou řadu, je závislý pouze na čase. Nezávislý tedy na žádných dalších ovlivňujících proměnných. Metoda předpokládá, že časovou řadu je možno rozložit (dekomponovat) na několik nezávislých složek. Komponenty rozkladu jsou následující:

- Trendová složka ( $T_t$ ).
- Sezonní složka ( $S_t$ ).
- Cyklická složka ( $C_t$ ).
- Reziduální (zbytková, náhodná, iregulární) složka ( $E_t$ ).

*Trend* vyjadřuje obecnou tendenci vývoje zkoumaného jevu za dlouhé období. Je výsledkem dlouhodobých a stálých procesů. Trend může být rostoucí, klesající nebo může existovat řada bez trendu. Trendová složka se většinou modeluje pomocí matematických křivek.

*Sezónní složka* je pravidelně se opakující odchylka od trendové složky. Perioda této složky je menší než celková velikost sledovaného období. Rovněž se tato složka může měnit svůj charakter.

*Cyklická složka* udává kolísání okolo trendu v důsledku dlouhodobého cyklického vývoje, kdy dochází ke střídání fází růstu a poklesu. Jednotlivé cykly se vytvářejí za zpravidla období delší než jeden rok a mohou mít nepravidelný charakter tzn. různou amplitudu. Cykly jsou v ekonomických časových řadách způsobeny ekonomickými i neekonomickými faktory a často jsou obtížně pozorovatelné. V posledních letech se věnuje pozornost zejména technologickým, inovačním či demografickým cyklům. Obrázek 6 zobrazuje vývoj cyklické složky pro hrubý národní produkt v USA.

*Reziduální (zbytková, náhodná, iregulární) složka* je poslední složkou dekompozice časové řady. Vyskytuje se v každé časové řadě. Je tvořena náhodnými nesystematickými výkyvy, které jsou vyvolány nepředvídatelnými okolnostmi. Předpokládá se, že náhodná složka je tvořena tzv. **bílým šumem** s normálním



rozdělením. Pod pojmem bílý šum rozumíme nekorelované (vzájemně nezávislé) náhodné veličiny s nulovou střední hodnotou a konstantním rozptylem. [Hančlová, 2003]

#### 4.2.3.2 Aditivní a multiplikativní dekompozice

Aditivní neboli součtová dekompozice je založena na rozkladu časové řady na součet jednotlivých složek. V tomto případě jsou jednotlivé složky vyjádřeny v jednotkách původní časové řady. Má tvar:

$$y_t = T_t + C_t + S_t + E_t$$

Multiplikativní dekompozice je založena na rozkladu řady na součin jednotlivých složek. V tomto případě je trendová složka vyjádřena v jednotkách původní řady a ostatní složky jsou bezrozměrné (v relativních hodnotách vůči trendu). Má tvar:

$$y_t = T_t \cdot C_t \cdot S_t \cdot E_t$$

Na jedné straně kladou dekompoziční metody pozornost zejména na systematické složky časové řady a předpokládá se, že jednotlivá pozorování jsou navzájem nekorelována. V tomto případě je matematickým nástrojem v dekompozičních metodách zejména regresní analýza.

#### Analýza trendu

Trend v časových řadách je možné popsat pomocí *trendových funkcí* a *klouzavých průměrů*. Modelování trendu pomocí trendových funkcí se používá v případě, kdy trend odpovídá určité funkci např. lineární, kvadratické, exponenciální, S-křivky apod. Modelování trendu pomocí klouzavých průměrů se používá, jestliže je vývoj časové řady v důsledku silného vlivu nesystematické složky nerovnoměrný nebo má extrémní hodnoty. [Hančlová, 2003]

Při modelování trendu pomocí *trendových funkcí* se vychází z následujících předpokladů:

- Časová řada  $y_t$  je pro  $t = 1, 2, \dots, n$  uspořádaná posloupnost hodnot v čase  $t$ , které získáme měřením určitého ukazatele ve stejně dlouhých časových intervalech.
- Časovou řadu  $y_t$  je možné zapsat ve tvaru  $y_t = Y_t + E_t$ , kde  $Y_t$  představuje teoretický model systematické složky vývoje ekonomického ukazatele  $Y$  v čase  $t$  a  $E_t$  vyjadřuje nesystematickou složku. Tato nesystematická složka má charakter *bílého šumu* (nulová střední hodnota, konstantní rozptyl, vzájemná lineární nezávislost), který se navíc řídí *normálním rozdělením*.
- V analýze časových řad lze vyjádřit  $Y_t = f(t)$ . Pokud se jedná pouze o časovou řadu s trendovou složkou, potom funkce  $f$  je trendová funkce. Je-li v časové řadě rovněž sezónní složka nebo cyklická složka, potom je  $Y_t$  kompozicí modelů těchto složek.

### 4.3 Metoda nejmenších čtverců

Metoda nejmenších čtverců (MNČ) slouží k aproximaci statistických dat pomocí vhodné analytické funkce. Při analýze časových řad se využívá především k vyrovnaní časové řady, resp. K extrapolaci jejího trendu. Spočívá v odhadu parametrů funkce, kterou data vyrovnaváme. Pomocí MNČ se určí takové hodnoty parametrů dané funkce, aby se funkční hodnoty co nejvíce přibližovaly hodnotám původní řady. Podmínkou je, aby uvedená funkce byla lineární z hlediska parametrů nebo byla převoditelná na tvar lineární z hlediska funkčních parametrů. Metoda je založena na dvou základních podmínkách:

- Součet odchylek skutečných a vyrovnaných hodnot musí být roven nule.
- Součet druhých mocnin (čtverců) odchylek skutečných a vyrovnaných hodnot musí být minimální. [Štědroň, 2012]



# **PRAKTICKÁ ČÁST**



## 5 Metodika výzkumu

V této části diplomové práce je stručně popsán průběh práce, včetně identifikace zkoumaného předmětu, zdrojů dat a použitých metod sběru informací. Dále jsou uvedeny metody použité pro tvorbu prognóz.

Diplomová práce se zaměřuje na historický vývoj a prognózu budoucího stavu elektronického sportu. V rámci této analýzy a prognózy jsou zkoumány čtyři vybraná teritoria: Čína, USA, Evropa a zbytek světa. Sleduje a porovnává trendy v těchto oblastech, analyzuje faktory ovlivňující trh s videohrami a esportem a predikuje jejich budoucí vývoj v těchto regionech.

### 5.1 Zdroje dat

Informace používané v této diplomové práci pocházejí z důvěryhodných internetových zdrojů, které jsou recenzované a ověřené. Mezi tyto zdroje patří webové stránky jako Newzoo.com, Statista.com a Deloitte.com. Newzoo je lídrem v oblasti videoher a dat pro hráče. Poskytují panoramatický pohled na to, jak a proč se lidé zapojují do her. Jsou hrdí na to, že mají klientskou základnu, která je stejně jako samotný herní průmysl skutečně globální. V rámci společnosti mají více než 30 národností, které přispívají k jejich úspěchu, a sídlí ve městech po celém světě. [Newzoo.com, 2024] Statista je globální platforma pro data a business intelligence s rozsáhlou sbírkou statistik, zpráv a náhledů na více než 80 000 témat z 22 500 zdrojů ve 170 odvětvích. Společnost Statista byla založena v Německu v roce 2007 a působí na 13 místech po celém světě a zaměstnává přibližně 1 100 odborníků. Jejich snaha o znalosti a inovace nás vede k tomu, abychom byli myšlenkovými lídry v oboru. Jako průkopníci v utváření budoucnosti datové ekonomiky je jejich konečným cílem vytvořit svět, který je transparentnější, spolehlivější a důvěryhodnější. Usilují o posílení rozhodování založeného na faktech, které má pozitivní dopad na společnost. [Statista.com, 2024] „Deloitte“ je značkou, která celosvětově sdružuje téměř 415 000 zkušených odborníků spolupracujících v nezávislých společnostech při poskytování služeb v oblasti auditu a jiných ověřovacích služeb, podnikového a finančního poradenství, poradenství v oblasti rizik, jakož i daňových a souvisejících služeb vybraným klientům. [Deloitte.com, 2024]

K analýze a výpočtům byly využity i doplňkové webové služby TwitchTracker.com a EsportEarnings.com, které nejsou zcela oficiální a mohou obsahovat drobné nepřesnosti, ale celkový obrázek se blíží realitě, neboť data vycházejí z databáze otevřených datových zdrojů. TwitchTracker je webová služba, která poskytuje užitečné nástroje a analýzy pro streamery a fanoušky platformy Twitch.tv. Tato služba sleduje a analyzuje aktivity na Twitch.tv, včetně sledování statistik kanálů, sledování trendů, sledování populárních her a streamů, sledování sledovanosti streamů a dalších metrik. [TwitchTracker.com, 2024] EsportsEarnings je komunitně řízený zdroj konkurenčních her založený na volně dostupných veřejných informacích. Přesnost tohoto webu závisí na přispěvcích uživatelů. [EsportsEarnings.com, 2024]

A další komerční webové služby pro sledování a sběr statistických údajů esportu, jako například Esports Charts (escharts.com) je víceúčelová agentura pro těžbu velkých dat a analytickou agenturu pro esporty, tradiční sporty a zábavu. Je to jeden z největších veřejných zdrojů analýzy streamování na světě. Agentura shromažďuje, zkoumá, zpracovává a analyzuje data a statistiky živých turnajů, událostí ve hře v reálném čase, výkonů hráčů/týmů, a dokonce i reakce diváků a emocionální kontexty. Statistiky žebříčků esportů činí esporty čestnějšími a přehlednějšími a pomáhají sponzorům, organizátorům a divákům zjistit stupeň popularity jakéhokoli vysílání a esportovní události. Streams



Charts (streamscharts.com), nová platforma pro analýzu streamování od Esports Charts, poskytuje komplexní pohled na trh streamování tím, že zvýrazňuje data pro prakticky všechny kanály, streamy a hry na nejpopulárnějších vysílacích platformách. Streams Charts pracuje s hlubokou a rozsáhlou databází zahrnující prakticky všechny kanály na dnešních nejpopulárnějších vysílacích platformách a poskytuje bezkonkurenční analytické schopnosti. Jak se trh se streamováním vyvíjí a mění, data Streams Charts vám pomohou zůstat informováni a připraveni na složitá rozhodnutí. [escharts.com, 2024]

## 5.2 Výsledné prognózy

Prognózy byly vytvořeny na základě prognostických metod. Tyto metody umožňují identifikovat vzory, trendy a sezónní vlivy v datech, což poskytuje hlubší porozumění a cenné informace pro plánování budoucích akcí a investic. Vzhledem k tomu, že většina dat byla roční, byla tato metoda považována za vhodnou pro analýzu a predikci dlouhodobých trendů a sezónních vlivů. I když esportové turnaje probíhají po celý rok, existují určité sezónní trendy a vzory v esportové aktivitě. Například některé velké turnaje a ligy mohou mít své vrcholy v určitých obdobích, což může být spojeno s dovolenými, školními prázdninami nebo obdobími nižší aktivity v jiných oblastech. Ačkoli esport nemá tradiční sezónu jako sporty jako fotbal nebo basketbal, stále existují určité cykly a vzory, které mohou ovlivnit jeho sezónnost. Hlavním nástrojem pro prognostickou analýzu byly časové řady, přičemž k jejich zkoumání a vizualizaci byly využity softwarové nástroje Microsoft Office Excel a IBM SPSS Statistics.

Matematické modely nabízejí řadu jednoduchých algoritmů pro prognózu budoucnosti. Například výsledky získané metodou lineární a exponenciální regrese jsou v podstatě hraničními křivkami. Exponenciální funkce za delší časovou dobu dává nereálně vysoké odhady, zatímco lineární trend představuje pesimistické scénáře. Možné řešení je zprůměrnování obou extrapolací. [Štědroň, 2012] Při výběru regresní funkce se řídíme metodou nejmenších čtverců, tzn. hledáme funkci, která leží nejbližší hodnotám námi zadaných dat a poté analyzujeme statistické vlastnosti přímky vybrané touto metodou.

Compound annual growth rate neboli CAGR je průměrná roční míra růstu investice za určité časové období delší než jeden rok. Představuje jeden z nejpřesnějších způsobů, jak vypočítat a určit výnosy pro jednotlivá aktiva, investiční portfolia a vše, co může v čase stoupat nebo klesat na hodnotě.

CAGR je matematický vzorec, který poskytuje „vyhlazenou“ míru návratnosti. Je to skutečně proforma číslo, které vám říká, jaké výnosy investice přináší na ročním složeném základě – což investorům ukazuje, co skutečně mají na konci investičního období.

$$CAGR = \left( \left[ \frac{EV}{BV} \right]^{\frac{1}{n}} - 1 \right) * 100$$

Kde:

- EV – Ending value (Konečná hodnota)
- BV – Beginning value (Počáteční hodnota)
- n – Number of compounding periods (Počet složených období)



## 6 Analýza a prognóza globálního herního trhu

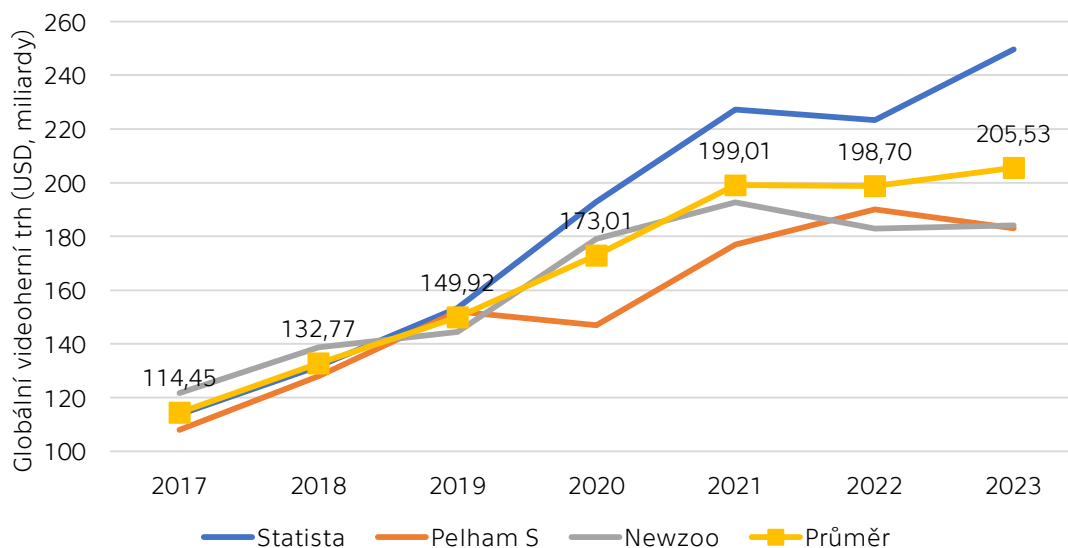
V této kapitole byla provedena hloubková analýza globálního trhu videoher, aby bylo možné lépe porozumět jeho aktuálnímu stavu a budoucím trendům. Za tímto účelem byly zkoumány různé aspekty trhu a použité grafy k vizualizaci klíčových dat a trendů.

### 6.1 Celkový globální videoherní trh

Data pocházejí z různých zdrojů, které se od sebe mírně liší, protože mají různé přístupy k výpočtu toho, co se počítá a co ne, takže průměrná data byla použita pro zjednodušení představy o celém trhu videoher.

OBRÁZEK 4: VÝVOJ GLOBÁLNÍHO TRHU VIDEOHER.

ZDROJ: PELHAM SMITHERS, NEWZOO, STATISTA, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.



Tyto údaje nám dávají představu o vývoji globálního trhu za posledních 6 let. Data zahrnují všechny digitální kanály, které generuje tržby v tomto odvětví. Jsou to mobilní hry, počítačové (včetně hry v prohlížeče) hry, konzolové hry, cloud gaming, arkádové hry, hry pro ruční zařízení a hry ve virtuální realitě. COVID-19 měl pozitivní dopad na videoherní trh, výrazně zvýšil příjmy herních studií, přilákal nové investice a také motivoval mnoho vývojářů k vytváření nových her.

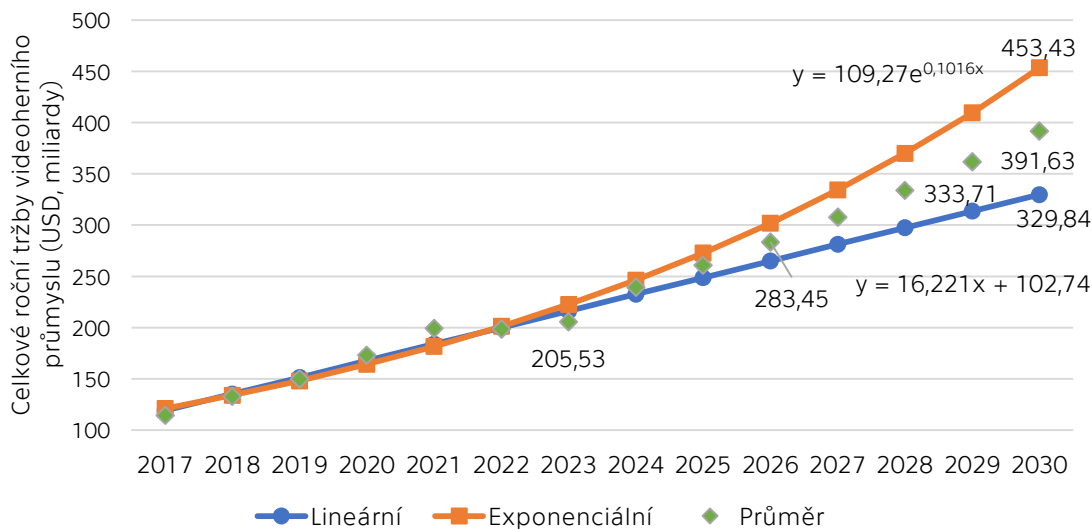
Nejvyšší tempo růstu bylo zaznamenáno v roce 2018 a činilo 16 %, výrazný růst byl pozorován také v letech 2020 a 2021, asi 15 % ročně. Po mírném záporu v roce 2022, který upravil rychlý růst z předchozích let způsobený COVID-19, se tempo růstu trhu vrátilo do kladné hodnoty a v roce 2023 dosáhlo zhruba 3,5 % ve srovnání s předchozím rokem. Růst mezi lety 2017 a 2023 byl v průměru asi 80 % neboli 91 miliard dolarů. Což je velmi dobrý ukazatel pro nový a rozvíjející se trh. K rozvoji trhu jako celku také přispívá vývoj nových technologií, jako je umělá inteligence, zkvalitňování internetového připojení (kabelové, Wi-Fi, satelit), cloudové hraní, virtuální a rozšířená realita.



### 6.1.1 Prognóza vývoje globálního videoherního trhu

OBRÁZEK 5: PROGNOZA VÝVOJE GLOBÁLNÍHO VIDEOHERNÍHO TRHU DO ROKU 2030.

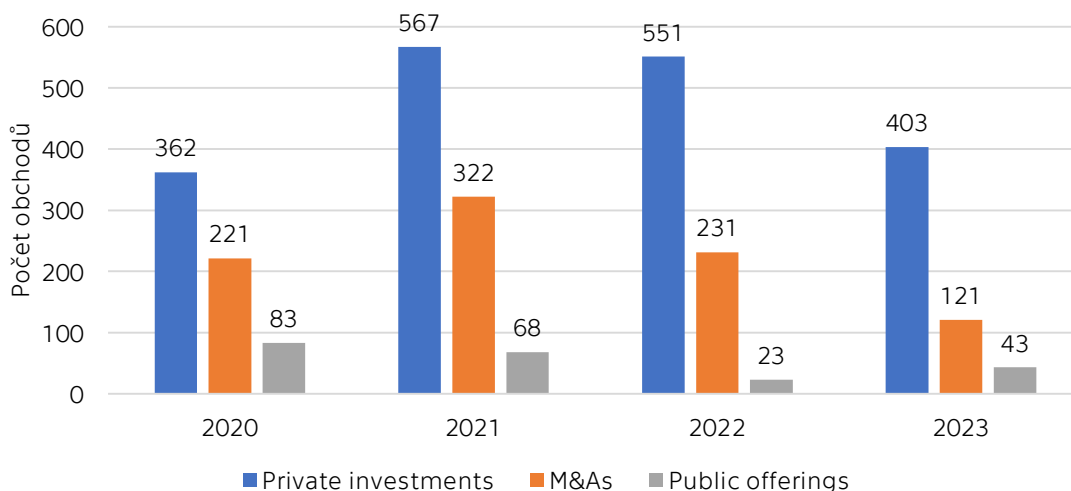
ZDROJ: PELHAM SMITHERS, NEWZOO, STATISTA, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.



Z obrázku 5 je vidět rychlý a stálý růst ročních tržeb v tomto odvětví, a proto se jednotlivé regresní křivky od sebe neliší. Průměrná hodnota tržeb v roce 2026 je téměř 240 miliard dolarů, což je velice reálná, protože růst globálního trhu s videohrami je poháněn technologickým pokrokem, změnami v chování spotřebitelů a rostoucím zájmem o interaktivní zábavu. S nadcházejícími inovacemi a pokračující globalizací se očekává, že trh s videohrami bude i nadále prosperovat a nabízet nové příležitosti pro hráče, vývojáře a investory po celém světě. Některé nové trhy, zejména v rozvíjejících se regionech, zažívají rychlý ekonomický růst a zvyšující se kupní sílu. To znamená, že lidé mají více finančních prostředků na nákup her, souvisejících služeb a herního vybavení.

OBRÁZEK 6: ROČNÍ POČET OBCHODŮ S VIDEOHERNÍM PRŮMYSEM PO CELÉM SVĚTĚ 2020-2023, PODLE TYPU.

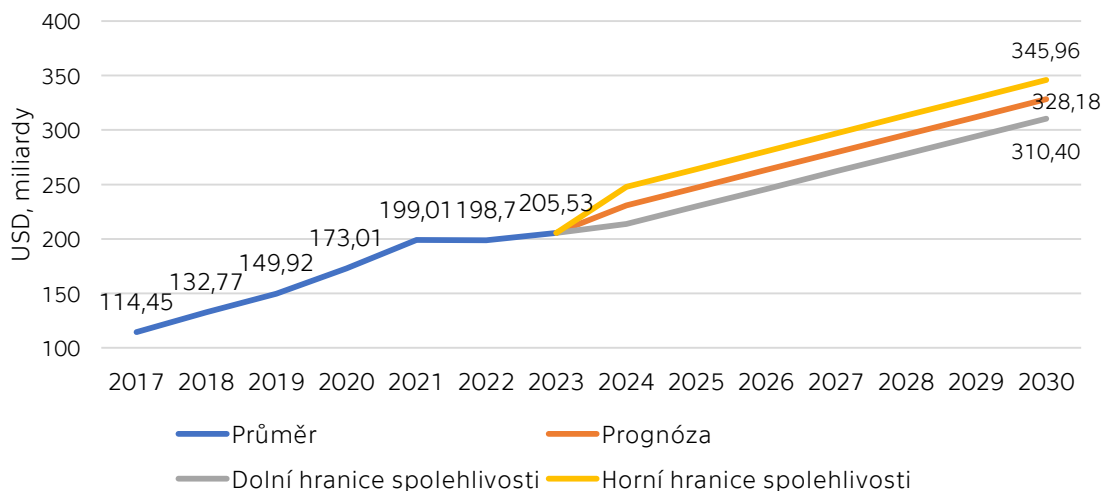
ZDROJ: GAMEWORLDOBSERVER.COM, STATISTA.COM, 2024.





OBRÁZEK 7: PROGNÓZA GLOBÁLNÍHO VIDEOHERNÍHO TRHU V OBDOBÍ 2017-2030.

ZDROJ: PELHAM SMITHERS, NEWZOO, STATISTA, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.

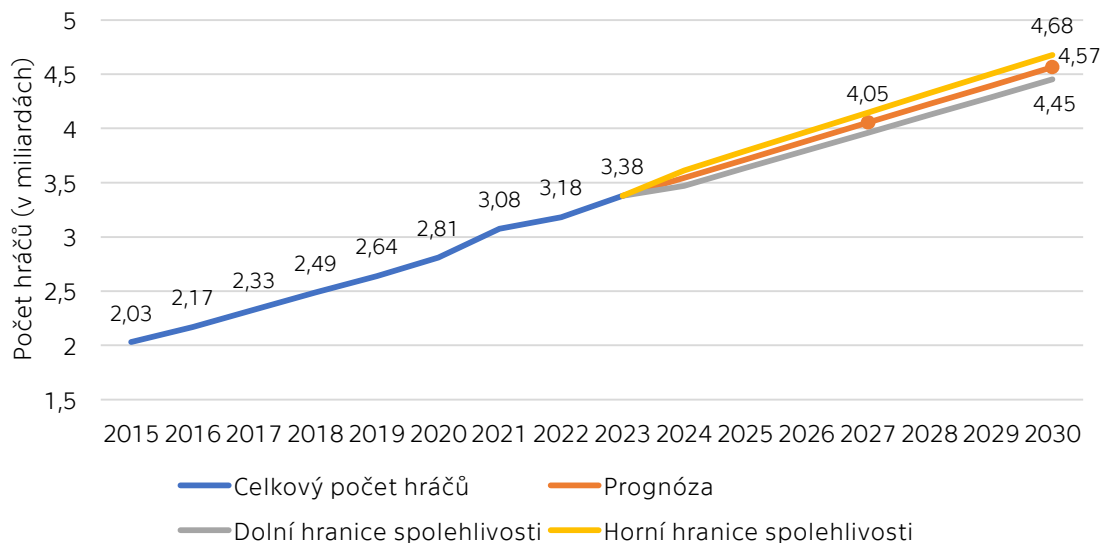


Na obrázku 7 je predikce za použití dolní a horní hranice spolehlivosti. Ta byla stanovena na 95 %, protože použitá data pro tuto předpověď byla z velmi spolehlivých zdrojů. Z grafu je patrné, že trh do roku 2030 bude mít tendenci k růstu. V optimistickém případě bude velikost trhu 345,96 miliardy dolarů amerických, což je velmi pravděpodobné. Naopak v pesimistickém případě hodnota dosáhne pouze 310,4 miliard dolarů. Základní predikce předpovídá hodnotu kolem 328,18 miliardy a zde vychází CAGR (Compound Annual Growth Rate) = 6,02 %. Lze s velkou přesností říct, že globální trh videoher bude i v následujících letech růst a může dosáhnout trochu méně než trojnásobné hodnoty oproti roku 2017.

## 6.2 Počet hráčů videoher po celém světě

OBRÁZEK 8: PROGNÓZA VÝVOJE POČTU HRÁČŮ VIDEOHER PO CELÉM SVĚTĚ V OBDOBÍ 2015-2030.

ZDROJ: NEWZOO, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.





Role her se rychle vyvinula v něco významnějšího než zábavní médium. Hry se staly jakýmsi rozšířením našeho světa: klíčovým místem pro společenská setkání a prostředkem k oslavě životních událostí. Herní světy, které jsou zalidněny digitálními avatary jako vyjádření sebe sama, umožňují komunitám hostit množství sociálních a lidských zážitků, které jsou nedosažitelné prostřednictvím jiných médií, říká **[Newzoo, 2021]**. Tento růst online virtuálních světů a aktivit v nich vedl k vlnám pozornosti a investic kolem toho, čemu se běžně říká metaverse.

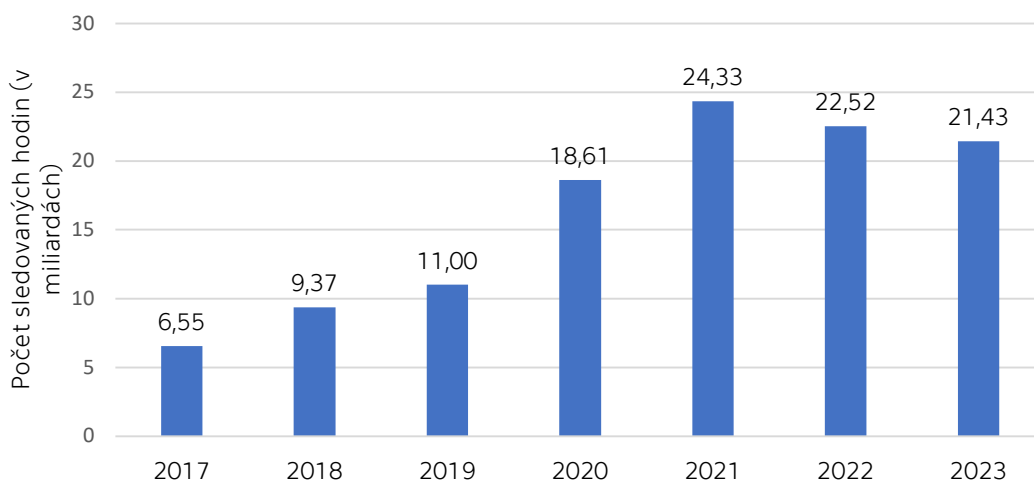
Na základě údajů z Newzoo byla udělaná prognóza s použitím stejné metody jako v předpovědi vývoje globálního trhu videoher, interval spolehlivosti stanoven na 95 %. V roce 2027 se na celém světě očekává o něco více než 4 miliardy aktivních online hráčů a v roce 2030 bude následovat nárůst na 4,57 miliardy lidí. Optimistické a pesimistické varianty jsou prakticky stejné, je to způsobeno tím, že poroste i celková populace planety a rozvojové země mohou také zvětšit velikost trhu.

CAGR mezi rokem 2015 a 2023 činil 6,58 % a dnes celkový počet hráčů videoher odpovídá 42 % celkové světové populace (8,073 miliardy na začátku roku 2024). A CAGR mezi rokem 2023 a 2030 se rovná 3,84 %, podle prognóz demografů dosáhne v roce 2030 světová populace 8,5 miliardy, což znamená, že globální počet hráčů videoher již dosáhne 54 % z celkového počtu.

## 6.3 Roční přehled počtu sledovaných hodin na Twitch.tv

OBRÁZEK 9: VÝVOJ POČTU SLEDOVANÝCH HODIN NA TWITCH.TV.

ZDROJ: TWITCHTRACKER.COM, 2024.



Graf ukazuje hodiny sledované živého vysílání všech streamů na platformě Twitch.tv, včetně herních streamů a streamů v reálném životě, takže neodráží celý obraz „herního“ průmyslu, ale tyto kategorie jdou velmi blízko a často jde o různé hry. a hry se mohou překrývat na stejném streamovacím kanálu a různých typech obsahu, počet hodin sledovaných v roce 2023 je více než trojnásobný ve srovnání s rokem 2017.

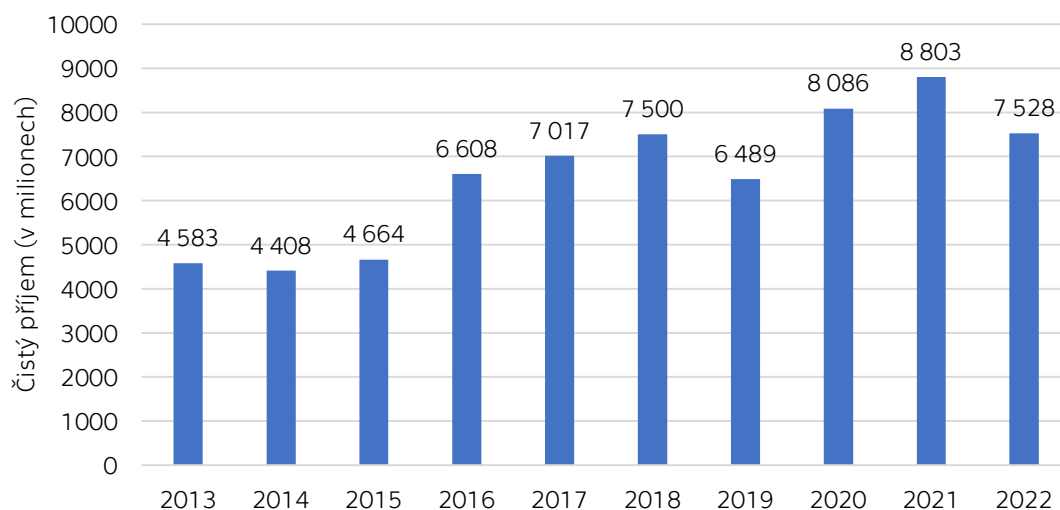


## 6.4 Největší vydavatelé videoher

### 6.4.1 Activision Blizzard (USA)

OBRÁZEK 10: ČISTÝ PŘÍJEM GENEROVANÝ ACTIVISION BLIZZARD OD ROKU 2013 DO ROKU 2022.

ZDROJ: STATISTA.COM, 2023.



V roce 2022 činily roční příjmy Activision Blizzard 7,53 miliardy amerických dolarů. Activision Blizzard vydává hry jako Call of Duty, Guitar Hero, StarCraft a World of Warcraft. Vedle WoW, které nadále úspěšně prodává nové rozšiřující balíčky pro tuto hru, je Call of Duty dalším ziskovým titulem společnosti Activision. Tato franšíza za svou dlouhou životnost prodala miliony kopií. Pokud jde o samotný Activision Blizzard, společnosti se v roce 2021 podařilo zajistit místo v žebříčku předních světových společností na základě příjmů z her.

18. ledna 2022 Microsoft oznámil svůj záměr získat Activision Blizzard za 68,7 miliardy dolarů. Transakce byla uzavřena 13. října 2023 s celkovými náklady na akvizici ve výši 75,4 miliardy dolarů. Podle podmínek smlouvy Microsoft převedl Activision Blizzard pod svou obchodní jednotku Microsoft Gaming jako sourozeneckou divizi Xbox Game Studios a ZeniMax Media. Díky tomu Microsoft získal vlastnictví několika franšíz pod Activision, Blizzard Entertainment a King, včetně Call of Duty, Crash Bandicoot, Spyro, Warcraft, StarCraft, Diablo, Overwatch a Candy Crush. Od roku 2023 je akvizice největší akvizicí videoher z hlediska transakční hodnoty v historii. Dohoda mezi Microsoftem a Activision Blizzard umístila tyto společnosti na 2. místo v žebříčku z hlediska zisku mezi všemi mezinárodními videoherními společnostmi.

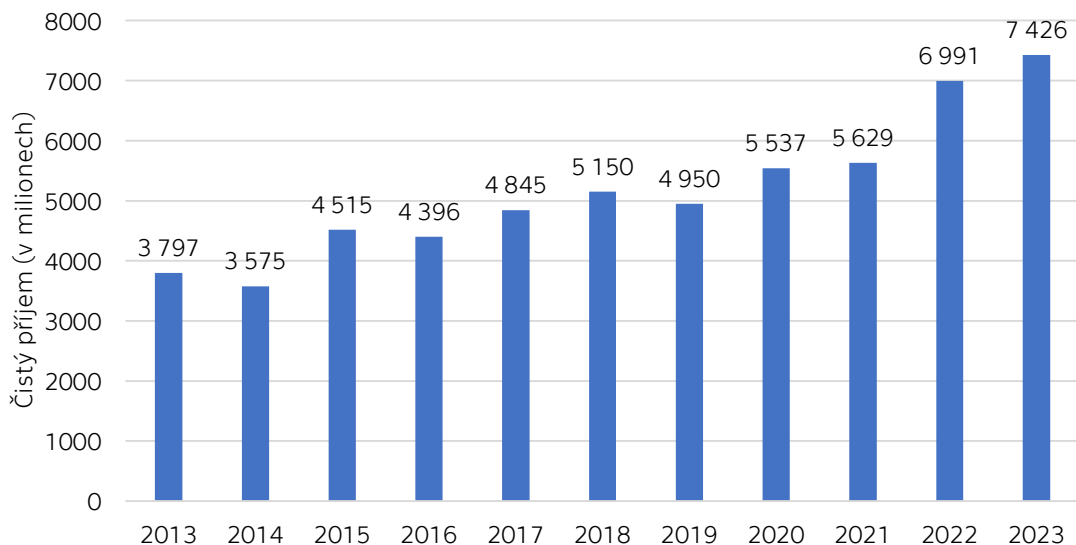
Po schválení akvizice akcionáři byla fúze přezkoumána několika národními antimonopolními orgány, přičemž brzký souhlas mimo jiné udělila Evropská komise a Čínská státní správa pro tržní regulaci (SAMR). Federální obchodní komise Spojených států (FTC) a Úřad pro hospodářskou soutěž a trhy Spojeného království (CMA) podaly formální námitky proti akvizici. Sony také kritizovalo fúzi, protože se obávalo, že Microsoft učiní lukrativní franšízu Call of Duty exkluzivní pro platformu Xbox, ačkoli se Microsoft zavázal k ne exkluzivitě do roku 2033. FTC stáhla svou žádost poté, co soudy neshledaly, že jejich antimonopolní opatření by bylo přesvědčivé zablokovat fúze, zatímco Microsoft nabídl, že přenesení svou podporu cloudových her pro hry Activision Blizzard na deset let Ubisoftu, aby uklidnil CMA.



## 6.4.2 Electronic Arts (USA)

OBRÁZEK 11: ČISTÝ PŘÍJEM GENEROVANÝ ELECTRONIC ARTS OD ROKU 2013 DO ROKU 2023.

ZDROJ: STATISTA.COM, 2024.



Videoherní gigant Electronic Arts vygeneroval ve svém fiskálním roce 2023 čisté příjmy ve výši 7,4 miliardy amerických dolarů. To znamená šestiprocentní nárůst tržeb oproti předchozímu roku a je to vůbec nejlepší roční výsledek společnosti, především díky meziročnímu nárůstu počtu stažení plných her.

Společnost EA byla založena v roce 1982 a byla jednou z prvních společností, které prozkoumaly myšlenku domácích počítačových her, a v následujících desetiletích byla zodpovědná za legendární herní franšízy jako FIFA, Madden NFL a The Sims. Vzhledem k tomu, že sídlí v Kalifornii, není překvapivé, že velká část značných příjmů EA pochází v Severní Americe. Navzdory neustálé se měnícímu hernímu trhu se společnost držela blízko svých kořenů a stále generuje většinu svých příjmů z hraní na konzolách. Vzestup mobilních her však způsobil, že příjmy EA v tomto segmentu se v letech 2014 až 2023 více než zdvojnásobily.

Jedním z klenotů koruny EA je mnoho franšíz sportovních her. Její fotbalová nabídka, FIFA (také disciplína esport), nevykazuje žádné známky poklesu popularity navzdory tomu, že první hra v sérii vyšla již v roce 1993. Nejnovější verze této franšízy, FIFA 22, je populární hra na Twitch.tv, v průměru 35,7 tis. diváků za měsíc na streamovací platformě. Série také výrazně figuruje na seznamu celosvětově nejprodávanějších videoher pro PlayStation 4.

EA také vlastní a provozuje velká herní studia, jako je EA Orlando v Orlando, EA Vancouver v Burnaby, EA Romania v Bukurešti, DICE ve Stockholmu a Los Angeles, BioWare v Edmontonu a Austinu a Respawn Entertainment v Los Angeles a Vancouveru. Společnost Respawn jsou vývojáři disciplíny esportu Apex Legends, počítačová hra v žánru multiplayerové hrdinské střílečky z pohledu první osoby a battle royale.

Apex Legends Global Series (ALGS) je globální soutěžní turnajová série esportů pro videohru Apex Legends provozovaná Electronic Arts a Respawn Entertainment. Série používá systém postupu a sestupu během každé sezóny, která vyvrcholí v ALGS Championship.

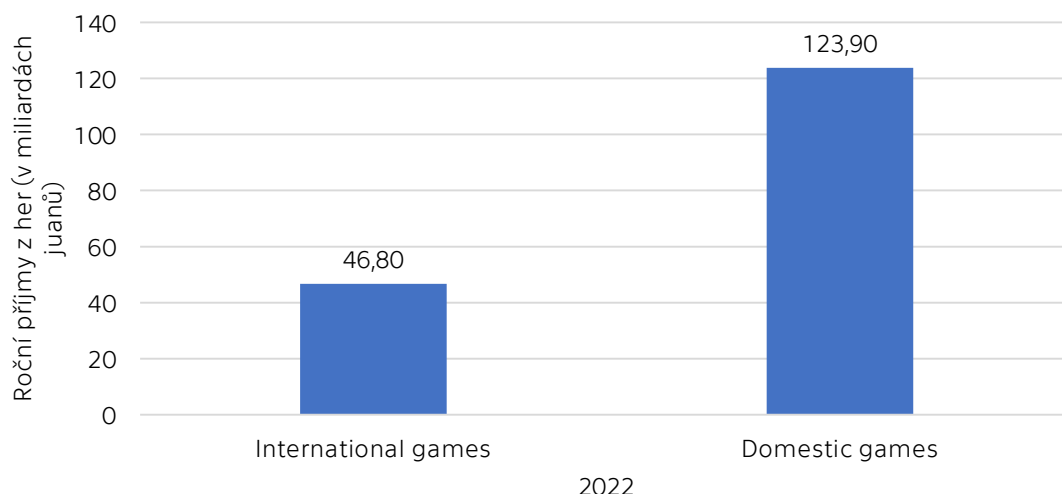


ALGS má zajímavý formát odlišný od jiných lig. Od sezóny 2021–22 se formát sezóny ALGS skládá ze tří fází: Split One, Split Two a ALGS Championship. Každý split se skládá z pravidelné sezóny nazývané Pro League a play-off. Každý split se skládá z regionální pravidelné sezóny Pro League v každém z jeho pěti regionů: Severní Amerika, EMEA (Europe, Middle East, Africa), APAC South (Southeast Asia, South Asia, Oceania), APAC North (Northeast Asia) a Jižní Amerika. Celkem 40 týmů v každém regionu soutěží ve své regionální Pro League, přičemž týmy pocházejí z online kvalifikací a přímých pozvánek na základě předchozího výkonu. Celkem 40 týmů z Pro League pak postupuje do děleného play off. Po uzavření play-off Split Two postoupí nejúspěšnější týmy z play-off spolu s týmy, které postoupí přes turnaje „Last Chance Qualifier“, do zápasu ALGS Championship.

### 6.4.3 Tencent (Čína)

OBRÁZEK 12: ROČNÍ TRŽBY Z HER TENCENT 2022, PODLE REGIONU.

ZDROJ: STATISTA.COM, 2023.



Čínský zábavní konglomerát Tencent ohlásil v roce 2022 tříprocentní nárůst svých příjmů ze zámořských her. Tuzemské hry tvořily více než 70 procent prodeje her společnosti. Taktická střílečka z pohledu první osoby Valorant a MOBA hra League of Legends, kterou vyvinula společnost Riot Games vlastněná společností Tencent, jsou mezi mezinárodními hráči nadále oblíbené.

V roce 2012 odkoupil 40 % podíl v Epic Games, studiu, které vyvíjí Fortnite. V roce 2015 se stal vlastníkem Riot Games. V roce 2017 odkoupil 11,5 % podíl v Bluehole, studiu, které vyvíjí PlayerUnknown's Battlegrounds. V herním studiu Supercell, které vyvíjí mobilní hry (Clash of Clans, apod.) vlastní podíl 84,3 %.

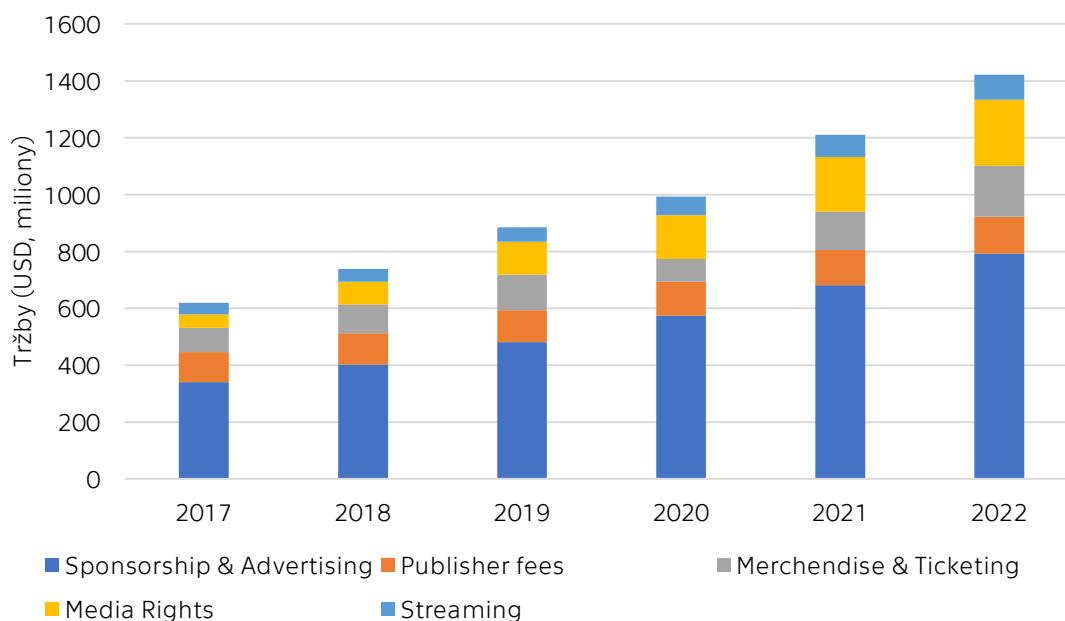


# 7 Analýza a prognóza trhu esportu

## 7.1 Celkové tržby esportu

OBRÁZEK 13: TRŽBY Z ESPORTOVÉHO TRHU PO CELÉM SVĚTĚ V OBDOBÍ 2017-2022.

ZDROJ: STATISTA.COM, 2022.



V roce 2022 byl globální esportový trh oceněn na 1,42 miliardy amerických dolarů. Asie a Severní Amerika v současnosti představují největší trhy esportu z hlediska příjmů, přičemž samotná Čína představuje téměř pětinu trhu. Největší podíl příjmů na trhu esportu pocházel ze sponzorství a reklamy. Celkem činily celosvětové příjmy z esportového trhu ze sponzorství a reklamy v roce 2022 celkem 791,9 milionů amerických dolarů. Dalším nejvyšším zdrojem příjmů byla naproti tomu mediální práva na úrovni 233,3 milionů amerických dolarů.

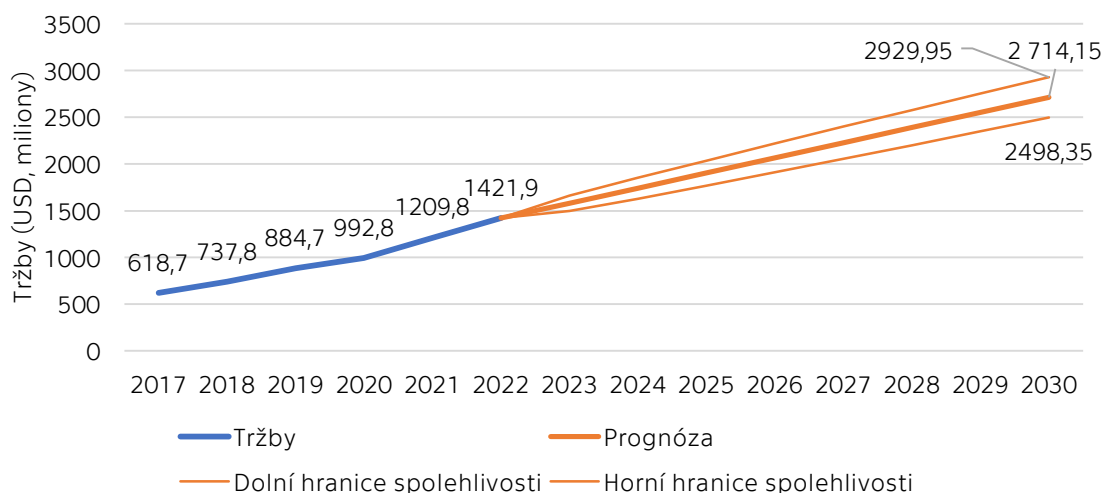
6 hlavních trendů:

- **Live streaming** – Trh živého vysílání zaznamenává v posledních letech vysoký růst a na trh vstupují také nové platformy, jako je Kick.
- **Game investments** – V minulých letech došlo k mnoha investicím a fúzím, které poháněly trh novými koncepty, hrami a nápady. Nové investice vedou k novým a vylepšeným hrám pro soutěžní účely.
- **Rising viewership** – Rostoucí popularita živého vysílání mezi uživateli také pohání trh Esportu, protože stále více uživatelů navštěvuje streamovací platformy, jako je Twitch.
- **Ticket sales** – Prodeje vstupenek a ceny se zvyšují, zejména poté, co pandemie COVID-19 diváci dychtivě sledují události.
- **Engagement** (angažovanost) – Díky rostoucím možnostem zapojení, jako jsou živé chaty, zapojení fanoušků nebo tvorba obsahu, jsou esporty pro uživatele dostupnější, a proto vedou k rostoucímu trhu.
- **Tournaments** – Roste poptávka po turnajové infrastruktuře, protože diváci mají velký zájem vidět soutěžní turnaje, které se vysílají po celém světě a mají obrovské prize pooly.



OBRÁZEK 14: PROGNOZA VÝVOJE TRŽEB GLOBÁLNÍHO ESPORTOVÉHO TRHU DO ROKU 2030 (DOLNÍ A HORNÍ HRANICE SPOLEHLIVOSTI).

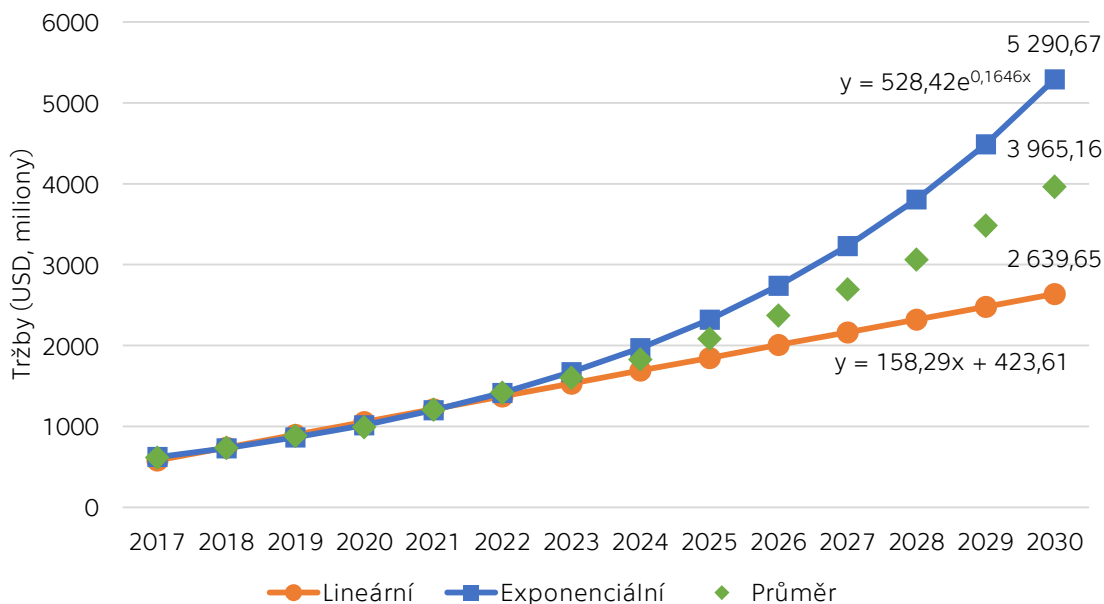
ZDROJ: STATISTA.COM, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.



Graf (viz obrázek 14) znázorňuje prognózu vývoje tržeb globálního trhu esportu do roku 2030. Na obrázku je vidět 95 % interval spolehlivosti, která vyjadřuje velikost, ve které se mohou pohybovat hodnoty. Na grafu je také vidět, že tržby budou rostoucí a v roce 2030 budou dosahovat 2,7 miliard amerických dolarů.

OBRÁZEK 15: PROGNOZA VÝVOJE TRŽEB GLOBÁLNÍHO ESPORTOVÉHO TRHU DO ROKU 2030 (REGRESNÍ METODA).

ZDROJ: STATISTA.COM, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.



Graf na obrázku 15 zachycuje prognózu vývoje tržeb trhu esportu. Lze identifikovat mírný rozdíl v obou regresích. Data pro prognózu jsou zprůměrována, protože 2 funkce ukazují velmi optimistické nebo velmi pesimistické scénáře.



## 7.2 Celková statistika esportu

TABULKA 4: ESPORT STATISTIKA V OBDOBÍ 2015-2023.

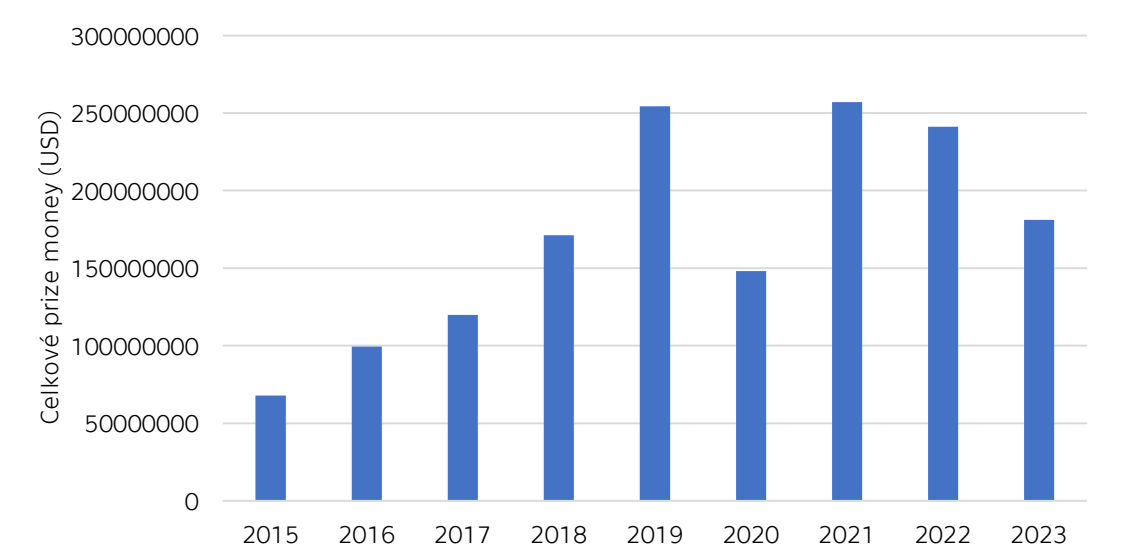
ZDROJ: ESPORTSEARNINGS.COM, 2024.

Year	Total active players	Avg prize pool	Median prize pool	Avg earnings per player	Median earnings per player
2015	14 321	\$ 12 779,71	\$ 410	\$ 4 739,41	\$ 228,10
2016	16 850	\$ 20 204,12	\$ 513	\$ 5 906,56	\$ 300,00
2017	20 340	\$ 23 398,55	\$ 750	\$ 5 895,65	\$ 391,58
2018	24 852	\$ 33 653,09	\$ 1 500	\$ 6 891,22	\$ 600,00
2019	32 202	\$ 40 165,05	\$ 1 400,06	\$ 7 901,55	\$ 700,00
2020	30 976	\$ 24 777,92	\$ 1 650,87	\$ 4 783,44	\$ 710,09
2021	32 759	\$ 41 118,02	\$ 1 569,85	\$ 7 849,81	\$ 833,33
2022	32 265	\$ 43 197,23	\$ 2 500	\$ 7 471,99	\$ 897,00
2023	24 482	\$ 49 946,33	\$ 3 840,68	\$ 7 399,53	\$ 888,89

Po stabilním růstu se celkový počet aktivních profesionálních hráčů výrazně snížil, ale vzhledem k nárůstu průměrné hodnoty prize money esportových turnajů se průměrná hodnota peněz vydělaných na jednoho hráče zachovala svůj potenciál k růstu. CAGR průměrných prize poolů se rovná 16,4 %. Díky tomu je vidět dobrý trend pro přilákání nových profesionálních hráčů a další rozvoj odvětví. Mediána peněžních odměn turnajů má významný růst. Mediána příjmu hráčů za výherní umístění také udržuje růst bez výrazných odchylek.

OBRÁZEK 16: CELKOVÉ PRIZE MONEY TRHU ESPORTU V OBDOBÍ 2015-2023.

ZDROJ: ESPORTSEARNINGS.COM, 2024.

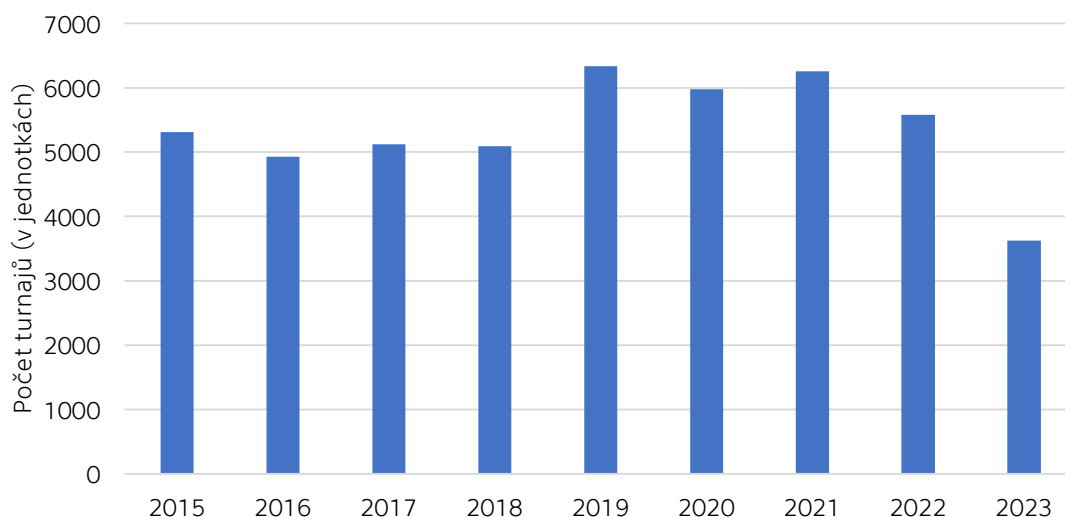




V roce 2020 čelil esport, stejně jako mnoho dalších odvětví, pandemii COVID-19. Se zrušením offline akcí a omezením veřejných shromáždění bylo zrušeno mnoho turnajů nebo se konalo online. To výrazně ovlivnilo objem prize money, který se oproti loňskému roku propadl o 58 %.

OBRÁZEK 17: CELKOVÝ POČET TURNAJŮ V OBDOBÍ 2015-2023.

ZDROJ: ESPORTSEARNINGS.COM, 2024.



„V letech 2022–2023 počet velkých turnajů nadále rostl, přičemž významnou roli hrála Saúdská Arábie. Místní esportová scéna se začala rychle rozvíjet a Rijád byl neoficiálně nazýván novým hlavním městem digitální zábavy. V Saúdské Arábii byl zahájen festival Gamers8, který zahrnoval řadu velkých turnajů v různých disciplínách: celkový prize pool všech událostí Gamers8 v roce 2023 činil 45 milionů USD. Z nich pouze Riyadh Masters měl prize pool 15 milionů USD. Celkem se v rámci Gamers8 v roce 2023 konalo osm turnajů s prize money 1 milion USD a vyšší,“ uvedl Esports Charts ve své zprávě.

V letech 2018-2019 měly Dota 2 a Fortnite nejvíce milionových turnajů. Jediní hry, které se v té době utkaly, byly CS:GO Majors a League of Legends World Championships, které se mohly pochlubit takovými částkami. Počet turnajů s prize pooly v rozmezí od 500 000 USD do 1 000 000 USD se během období také zvýšil s maximy o 40 %.

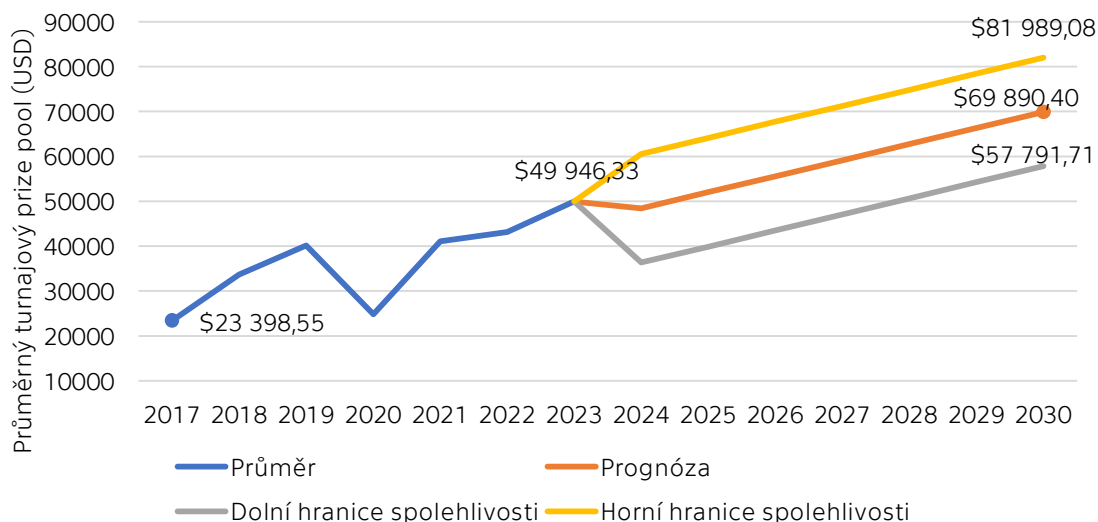
Tento růst následuje po době turbulencí, kdy si pandemie koronaviru vybrala daň na esportových soutěžích a živých akcích na místě, jak dokazuje pokles turnajů s velkými částkami. V roce 2020 mělo pouze 16 turnajů alespoň 1 milion USD a více, zatímco se konalo pouze 36 turnajů s 500 000 USD až 1 000 000 USD.

„Během tohoto náročného období se průmysl musel rychle přizpůsobit okolnostem – namísto velkých mezinárodních turnajů začali organizátoři pořádat četná místní online mistrovství v jednotlivých zemích nebo regionech. Například místo ESL One Los Angeles 2020 Major se konalo pět regionálních turnajů. Turnaje jako Dota Summit, OGA Dota PIT a další série také přešly do online formátu. V této disciplíně se objevilo mnoho nových online lig, zejména ve východní Evropě – místní bookmakeři začali aktivně investovat do esportových projektů, protože tradiční sporty byly v té době kvůli koronaviru „přerušeny“, poznamenal Esports Charts.



OBRÁZEK 18: PROGNOZA VÝVOJE PRŮMĚRNÉHO TURNAJOVÉHO PRIZE POOLU V OBDOBÍ 2017-2030.

ZDROJ: ESPORTSEARNINGS.COM, 2024, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.

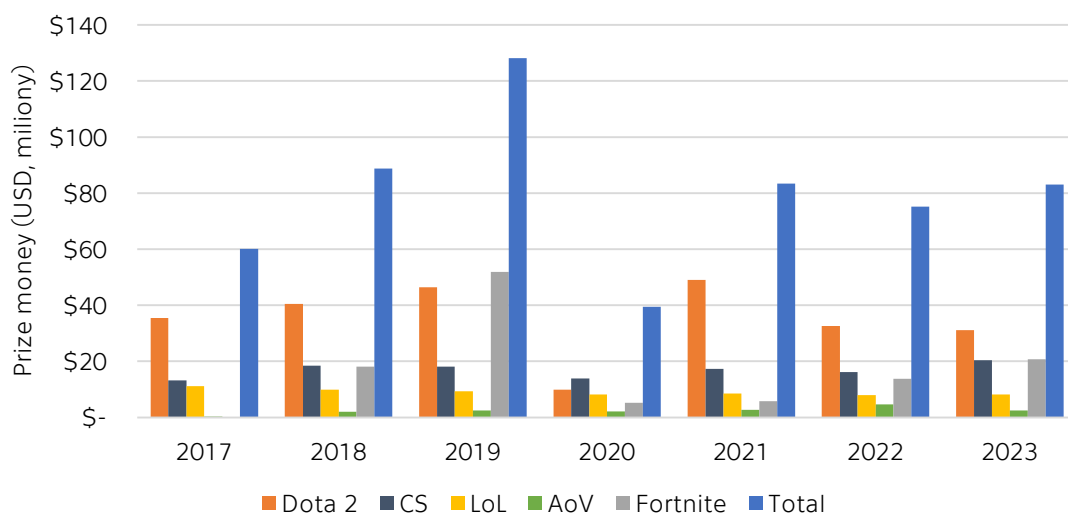


Na základě údajů z předchozích let lze konstatovat, že počet turnajů a aktivních profesionálních hráčů má na průměrné prize money obecně menší vliv než kvalita a prestiž pořádaných turnajů, což nám umožňuje provést prognózu vývoje příštích 7 let. V roce 2030 se při optimistickém scénáři očekává průměrně téměř 82 tisíc dolarů na 1 turnaj a u pesimistického scénáře přibližně 58 tisíc dolarů v průměru na 1 turnaj.

### 7.3 Vyvoj TOP 5 her podle prize money, počtu diváků a počtu turnajů.

OBRÁZEK 19: VÝVOJ PRIZE MONEY PODLE JEDNOTLIVÝCH HER.

ZDROJ: ESCHARTS.COM, 2024.



Obrázek 19 ukazuje 5 nejlepších her podle velikosti prize money. Dota 2, vyvinutá společností Valve Corporation, zaujímá první místo díky svým každoročním turnajům The

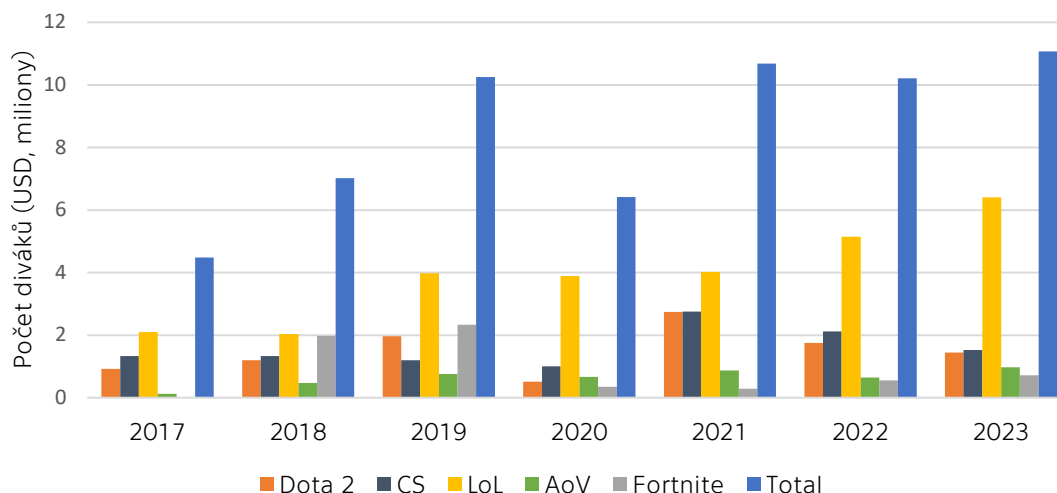


International s obrovskými finančními odměnami. Counter-Strike: Global Offensive a nyní Counter-Strike 2, vyvinutý stejnou společností Valve Corporation, je také populární mezi profesionálními hráči a má pravidelné turnaje s vysokými prize pooly, i když je na druhém místě, téměř 2krát za prvním místem. Fortnite od Epic Games, známý svými battle royale hrami a obrovskou online komunitou, se umístil na třetím místě s téměř stejným množstvím prize money jako hra na druhém místě. League of Legends, vytvořená Riot Games, je čtvrtá na seznamu. Arena of Valor, vyvinutá a publikovaná společností Tencent Games pro iOS, Android a Nintendo Switch pro trhy mimo Čínu, je také jedinou mobilní hrou z této pětice, která díky svým globálním ligám a turnajům završila první pětku.

Mezi lety 2017 a 2019 nabral růst prize money v esportu nebývalé úrovně a dosáhl svého vrcholu na konci roku 2019, celková výše prize money činila neuvěřitelných 128 milionů dolarů, z nichž většinu tvořily 2 velké turnaje: **The International 2019** a **Fortnite World Cup Finals** (Solo, Duos, Creative, Pro-Am). Top turnaje v oblíbených disciplínách přilákaly miliony diváků online i offline. Mistrovství světa byly organizovány s tak obrovskými prize pooly, že přitahovaly stále větší pozornost jak profesionálních hráčů, tak fanoušků esportu. Růst zájmu o esportu byl také doprovázen nárůstem investic a sponzorských smluv. Velké značky a organizace začaly aktivně investovat do profesionálních týmů, turnajů a jejich vysílání, vidí esport jako efektivní způsob, jak oslovit mladé publikum. Tento boom esportu měl významný dopad na rozvoj videoherního průmyslu jako celku a potvrdil jeho status globální zábavní a soutěžní formy sportu.

OBRAZEK 20: VÝVOJ POČTU DIVÁKŮ PODLE JEDNOTLIVÝCH HER.

ZDROJ: ESCHARTS.COM, 2024.



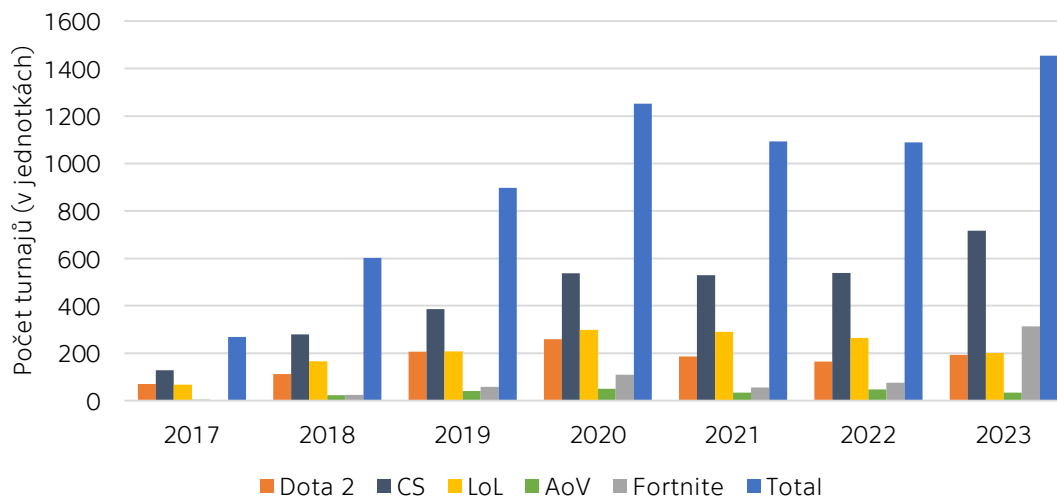
Graf na obrázku 20 demonstruje vývoj špičkových hodnot sledovanosti esportových turnajů v jednotlivých hrách. League of Legends si nadále jistě drží prvenství po celou dobu. Je také zřejmé, že celkový vrchol sledovanosti klesl v roce 2020, což bylo způsobeno zrušením mnoha velkých turnajů v důsledku omezení souvisejících s COVID-19. Nicméně v roce 2021 již byly překonány rekordy předchozích let, a to s následným růstem v roce 2023. Počet diváků sledujících finále turnaje **2023 World Championship (Worlds 2023)** ve hře League of Legends dosáhl neuvěřitelných hodnot, konkrétně 6 402 760 současně sledujících diváků.

Je také důležité brát v úvahu obrovské množství obsahu, který se generuje kolem velkých turnajů, z nichž většina je publikována mimo oficiální živé vysílání, a jsou to články na webech, rozhovory, podcasty, diskuze na sociálních sítích, videa na YouTube atd.



OBRÁZEK 21: POČET TURNAJŮ PODLE JEDNOTLIVÝCH HER.

ZDROJ: ESCHARTS.COM, 2024.

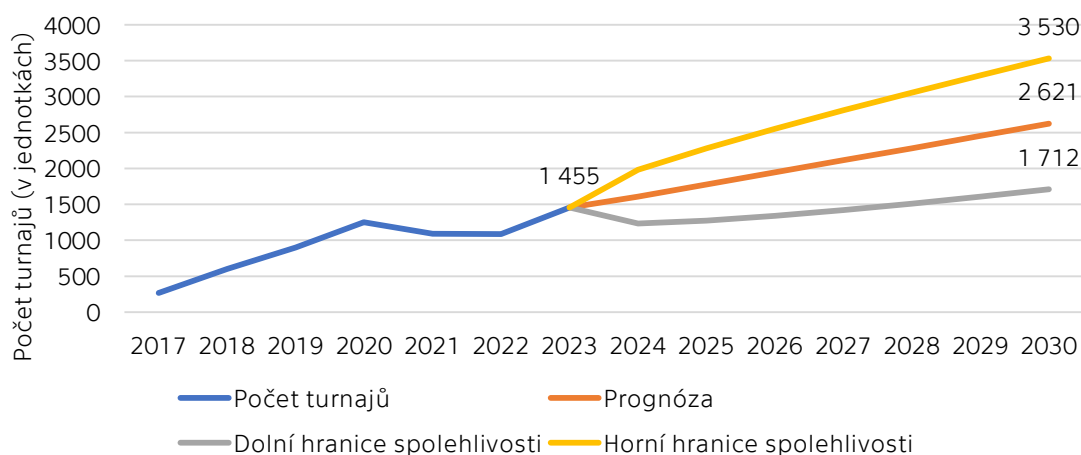


Pokud jde o počet turnajů, je důležité zvážit nejen kvantitu, ale také kvalitu a rozsah každé soutěže. Porovnání počtu turnajů pro každou z těchto her umožňuje pochopit, které hry jsou v centru pozornosti komunity esportu a jaké trendy převládají v různých soutěžních scénách. Je důležité poznamenat, že počet turnajů ne vždy odráží kvalitu nebo míru konkurenceschopnosti, ale je klíčovým faktorem pro udržení zájmu o hry a růst odvětví esportu. Analýza struktury a formátu turnajů umožňuje lépe porozumět organizaci esportových akcí a také posoudit jejich význam a dopad na profesionální scénu a společnost.

Na obrázku 21 je jednou ze zajímavých věcí, které je třeba poznamenat, obrovský nárůst turnajů pořádaných v roce 2020 oproti roku 2019, kdy celý svět čelil pandemii, to byl důvod, proč byly velké turnaje zrušeny a organizátoři přešli na pořádání velkého množství online turnajů, takže očekávaný pokles můžeme vidět v letech 2021 a 2022, kdy se trh ještě vzpamatoval z následků, nicméně v roce 2023 počet pořádaných turnajů přesáhl 1 400 ročně.

OBRÁZEK 22: PROGNOZA VÝVOJE POČTU TURNAJŮ V OBDOBÍ 2017-2030.

ZDROJ: ESCHARTS.COM, 2024, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.





Předvídání budoucího počtu esportových turnajů je klíčové pro plánování a strategická rozhodnutí v této dynamické oblasti. Počet turnajů v budoucnosti je ovlivněn mnoha faktory, včetně rostoucí popularity esportů, zvýšeného sponzorství a investic do esportových organizací. Nárůst zájmu diváků o esporty by mohl vést ke zvýšené poptávce po turnajích, což by mohlo podpořit růst odvětví a zvýšit počet pořádaných soutěží. Stejně tak zvýšená sponzorská účast a investice do esportových organizací mohou vést k větší finanční podpoře a motivovat více turnajů.

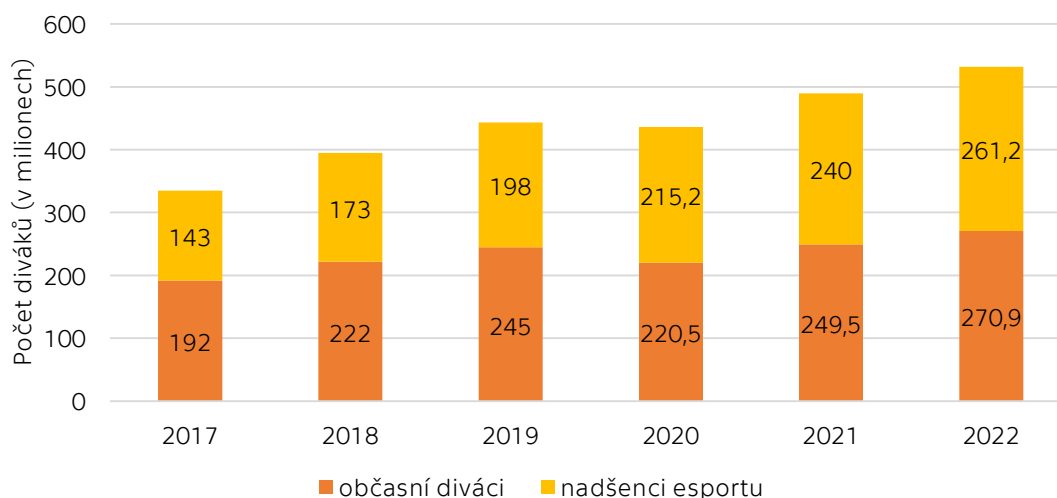
Kvalitní a prestižní turnaje přitahují pozornost hráčů, fanoušků a sponzorů, zvyšují úroveň soutěživosti a profesionality v odvětví. Motivují hráče a týmy k lepšímu výkonu a konkurenceschopnosti a poskytují příležitosti pro talentované hráče získat uznání a prestiž. Pro sponzory a investory jsou atraktivní a mohou přinést vyšší příjmy. Je tedy důležité sledovat nejen kvantitu, ale i kvalitu esportových turnajů a jejich vliv na průmysl.

Obrázek 22 ukazuje možný růst počtu turnajů pro 5 největších her za posledních 5-6 let. Je možné, že do roku 2030 budou vynalezeny a vytvořeny nové hry, které vytlačí současné giganty nebo publikum stávajících her poroste ještě více, ale jedno je zřejmé, počet a kvalita turnajů poroste velmi rychlým tempem.

## 7.4 Počet diváků (celkem)

OBRÁZEK 23: VELIKOST PUBLIKA ESPORTU PO CELÉM SVĚTĚ V OBDOBÍ 2017-2022 PODLE TYPU DIVÁKŮ.

ZDROJ: NEWZOO, 2023.



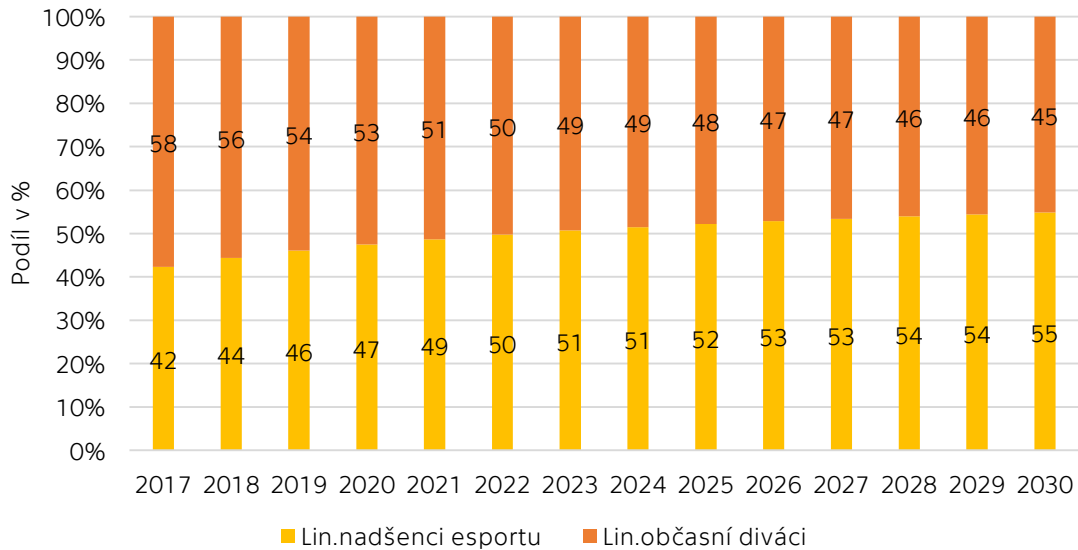
Občasnými diváky jsou ti, kteří sledují esportovní události nepravidelně a často mohou být omezeni na velké turnaje nebo specifické události. Naopak, nadšenci esportu jsou diváci, kteří sledují esport pravidelně, mají hlubší znalosti o hrách, týmech a hráčích a jsou zapojeni do komunit esportovních fanoušků. Tito nadšenci jsou často loajální k určitým hrám nebo týmům a sledují širokou škálu esportovních událostí, nejen ty největší. Diváci esportu mají významný dopad na celkový trh s esportem. Jejich zájem o sledování soutěží a streamování přenosů ovlivňuje popularitu jednotlivých her a týmů, což může ovlivnit sponzorské a reklamní příjmy. Díky rozvoji technologií streamování a sociálních médií se rozšiřuje publikum esportu a zvyšuje se jeho dostupnost. Rostoucí sledovanost esportovních událostí, nárůst streamovacích platform jako Twitch.tv a YouTube a zvýšený zájem médií a sponzorů o toto odvětví ukazují na rozvoj trhu vysílání esportu. S narůstajícím počtem diváků roste také hodnota reklamních a sponzorských příjmů, což dále podporuje rozvoj esportovního průmyslu.



Na obrázku 23 je vidět meziroční růst (CAGR 2017-2022) činil 5,91 % pro občasní diváci a 10,56 % pro nadšenci esportu. Celkový počet diváků esportu v roce 2022 sestavil 532,1 milionů.

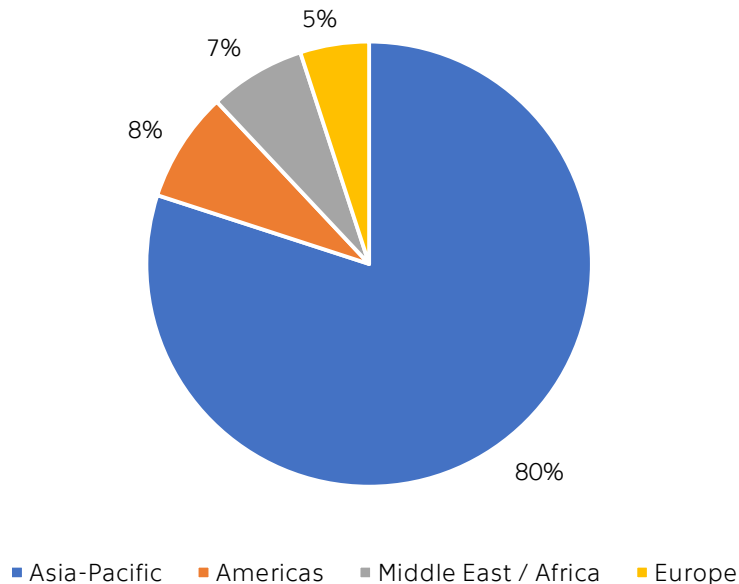
OBRÁZEK 24: PROGNOZA PODÍLU NADŠENCŮ ESPORTU NA CELKOVÉ SLEDOVATELNOSTI ESPORTU.

ZDROJ: STATISTA.COM, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.



OBRÁZEK 25: GLOBÁLNÍ DISTRIBUCE FANOUŠKŮ ESPORTU PODLE REGIONŮ.

ZDROJ: YOUTOGOV, 2023.



Údaje ukazují, že osm z deseti (80 %) světových fanoušků esportu žije v Asii a Tichomoří. Fanoušci esportu v Americe tvoří 8 % celosvětové fanouškovské základny, zatímco Střední východ/Afrika a Evropa přispívají 7 % a 5 %.



Každý pátý obyvatel v Číně (20 %) a na Filipínách (20 %) uvádí, že pravidelně sleduje esporty, což jsou dva největší trhy na světě s nejvyšším podílem sledujících esporty. Tři další trhy v Asii a Tichomoří uzavírají prvních pět – Indonésie (16 %), Vietnam (16 %) a Tchaj-wan (16 %) – kde každý šestý obyvatel sleduje esporty.

Mezi trhy v regionu Středního východu/Afriky má největší podíl fanoušků esportu Jižní Afrika (14 %), před Saudskou Arábií (9 %) a Marokem (9 %).

V Evropě má největší podíl esportů Maďarsko (7 %), následuje Bulharsko (6 %) a Rumunsko (6 %), zatímco v Americe mají největší podíl Brazílie (6 %) a Mexiko (5 %) sledující esporty.

Mezitím 5 % obyvatel Singapuru – hostitele zahajovacího olympijského týdne esportů – uvádí, že pravidelně sledují esporty. [YouGov, 2023]

## 7.5 Genderové a věkové rozdělení

Více než šest z deseti uživatelů internetu sledujících esporty je ve věku 16 až 35 let. Průměrný věk tradičních sportovních fanoušků je asi 50 let – u esportu je to 26 let. Fanoušci esportů jsou také z velké části muži, i když roste i ženské publikum.

Profesionalita v esportu nelze podceňovat. Lze jej srovnat s profesionálními sportovci a týmy v tradičních sportech. V esportu teoreticky neexistuje pohled, který by byl proti rovné platbě a smíšené soutěži mezi muži a ženami. Tradiční sporty jsou převážně charakterizovány genderovou segregací. V esportu fyzické vlastnosti, jako je výška, vytrvalost nebo síla, nemají významný vliv, který by mohl způsobit rozdíly ve výkonnosti mezi muži a ženami nebo vyhlídky na úspěch. Z biologického hlediska neexistují rozdíly mezi pohlavími v reakčním čase nebo jemné motorice, což jsou nejdůležitější fyzické vlastnosti v esportu. Hlavním argumentem používaným k vysvětlení genderové nerovnosti v odměňování v tradičních sportech nemá v esportu smysl: domnělá vyšší atraktivita mužského sportu kvůli vyšším fyzickým ukazatelům, což by vedlo ke zvýšení příjmů z média práv, sponzorství a merchandisingu, a tak by ospravedlnilo nerovné platby.

Přestože existují biologicky rovnocenné předpoklady, v esportu je značný nedostatek profesionálních žen profesionálů. To se zřetelně projevuje na podílu žen na příjmech z esportu. S ohledem na rovnocenný výchozí postoj mužů a žen vzniká otázka, jaké důvody brání ženám v dosažení profesionální úrovně hry. Jednoduchou odpovědí na tuto otázku by byl obecný nedostatek zájmu žen o esport. To však nelze jednoznačně určit. Zájem žen se zdá být hluboký, protože podíl ženského publika je již významný. Na globálním trhu například v roce 2002 tvořily ženy 37 % esportového publika. S ohledem na vysoký podíl žen, které hrají videohry, lze očekávat, že počet žen diváků bude mít růst. Takže zdánlivě jsou příčiny hlubší.

V některých člancích se tvrdí, že v herním průmyslu a esportu je vytvářena nepřátelská atmosféra pro ženy. Tento prostor je plný sexismu, obtěžování, šikany a kulturních předsudků. Domnívá se, že to souvisí s neopodstatněným přesvědčením, že ženy v esportu hrají hůře než muži. Dalším důvodem může být skutečnost, že tendence žen zapojovat se do her a esportu se objevila v posledních letech a jde ruku v ruce s obecným vývojem společnosti směrem ke genderové neutralitě. Hráči (muži), kteří nyní dosahují úspěchu v esportu, pravděpodobně začali hrát v mladém věku, kdy hry stále byly považovány převážně za činnost určenou pro chlapce. Takže pravděpodobně měli výhodu na cestě k tomu, aby se stali profesionálním hráčem. Proto je docela možné, že postavení žen se změní v příštích letech, když ženy, které vyrůstaly s hrami, dosáhnou vyššího věku. Nakonec, kvůli současné nedostatečné zastoupenosti žen v esportu chybí vzory, které by ženy motivovaly k zapojení do esportu. [Lais-Jansen, 2023]

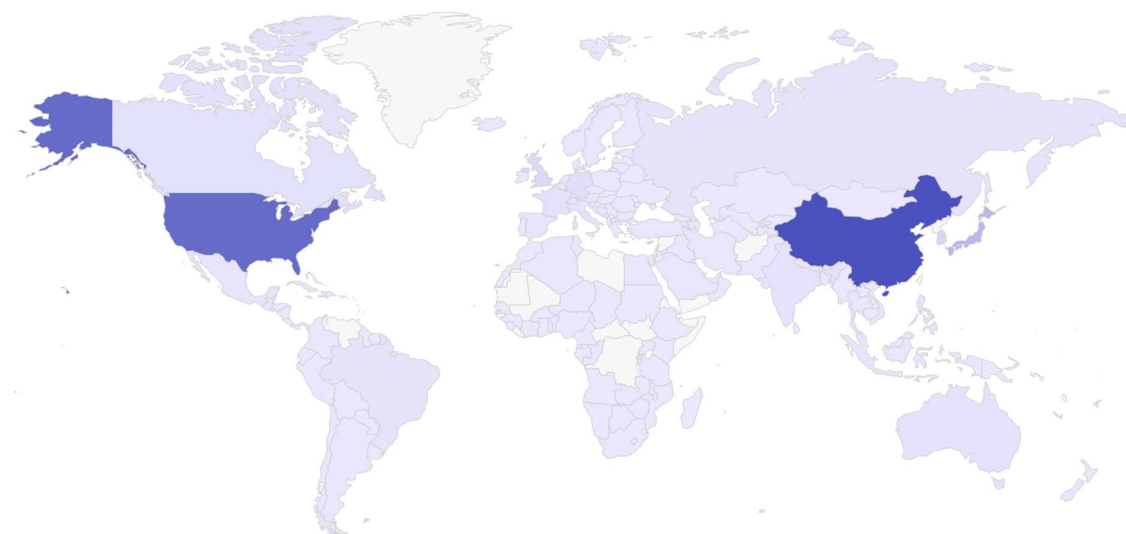


## 8 Analýza a prognóza jednotlivých teritorií

### 8.1 Globální srovnání příjmů

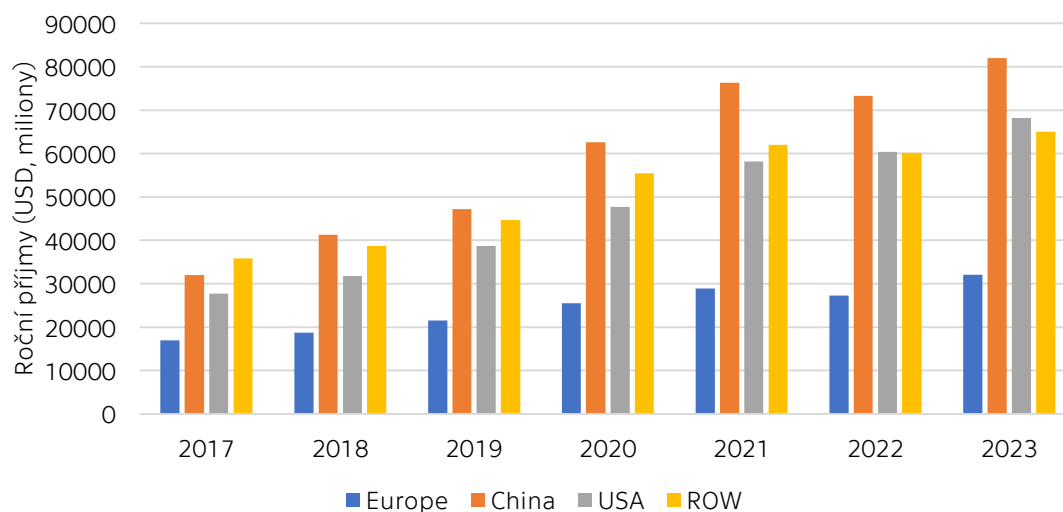
OBRÁZEK 26: DISTRIBUCE PŘÍJMŮ Z VIDEOHER NA MAPĚ SVĚTA OZNAČENÉ SYTOSTÍ BAREV V ROCE 2023.

ZDROJ: STATISTA.COM, 2024.



OBRÁZEK 27: GLOBÁLNÍ SROVNÁNÍ PŘÍJMŮ Z TRHU VIDEOHER PODLE 4 TERITORIÍ V OBDOBÍ 2017-2023.

ZDROJ: STATISTA.COM, 2024, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.



Na základě získaných dat byl globální trh rozdělen na 4 teritoria, jelikož největší 2 země Čína a USA mají obrovský podíl na trhu videoher, třetím teritoriím bude Evropa, a to z důvodu ekonomických, geografických a politických faktorů, čtvrté teritorium je ROW



(zbytek světa), zahrnuje všechny ostatní země, aby bylo srovnání relevantnější (hlavními hráči v tomto regionu jsou především Japonsko, Jižní Korea a nový geografický region pro trh videoher a esportu MENA – Middle East and North Africa). Území zbytku světa nezahrnuje všechny země na světě, které existují, ale většinu zemí, kde je volný přístup k internetu.

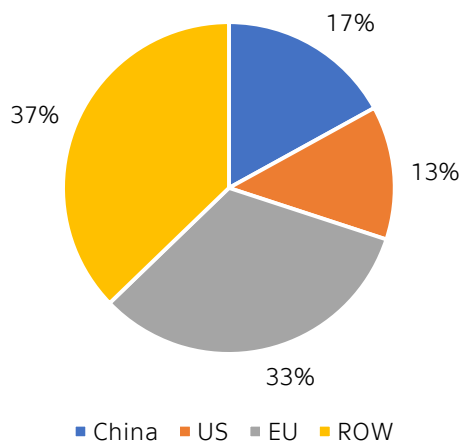
Veškeré online hraní je velmi závislé na internetovém ping, to je jeden z důvodů, proč jsou online turnaje rozděleny do regionů a většina organizátorů pořádá LAN (offline) turnaje, aby eliminovali faktor latence ve hrách (ping). Také další důležité ukazatele, které v prognózování použity, jsou především ekonomické, jako je HDP země, demografie, výše investic, ale i další ukazatele, například počet profesionálních hráčů podle země původu.

#### **Evropa (44 zemí):**

Albania,	Denmark,	Lithuania,	Russian
Armenia,	Estonia,	Luxembourg,	Federation,
Austria,	Finland,	Malta,	Serbia,
Azerbaijan,	France,	Moldova,	Slovakia,
Belarus,	Georgia,	Montenegro,	Slovenia,
Belgium,	Germany,	Netherlands,	Spain,
Bosnia and	Greece,	North	Sweden,
Herzegovina,	Hungary,	Macedonia,	Switzerland,
Bulgaria,	Iceland,	Norway,	Turkey,
Croatia,	Ireland,	Poland,	Ukraine,
Cyprus,	Italy,	Portugal,	United Kingdom.
Czech Republic,	Latvia,	Romania,	

OBRAZEK 28: PODÍL VŠECH PENĚZ VYHRANÝCH PROFESIONÁLNÍMI HRÁČI ROZDĚLENÝ PODLE ZEMĚ PŮVODU HRÁČE V ROCE 2023.

ZDROJ: ESPORTSEARNINGS.COM, 2023.



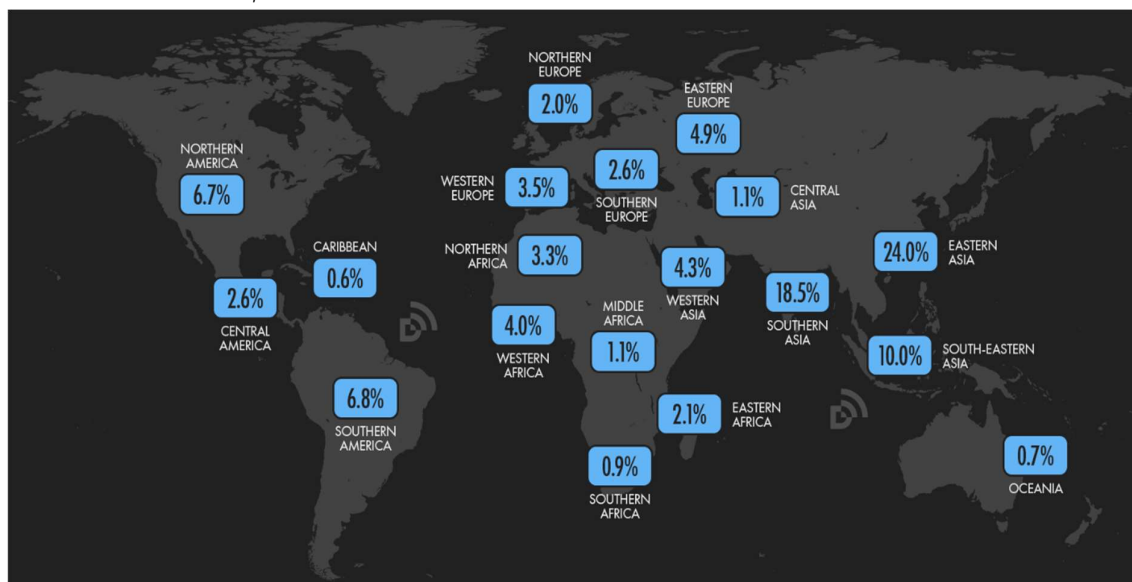
Celková výše prize money (finančních odměn) udělených za všechny esportové turnaje v roce 2023 činila 222 481 754 amerických dolarů. Koláčový graf ukazuje 4 klíčové teritorii, přestože Evropa nemá nejsilnější pozici na celkovém trhu videoher, produkuje velké množství velmi silných hráčů a v mnoha hrách je nejsilnějším regionem, většina top esportových klubů sídlí v Evropě. V procentech je to znázorněno na obrázku 28, Evropa představuje 33 %, což je více než Čína a USA dohromady a o něco méně než zbytek světa.



### 8.1.1 Počet uživatelů internetu podle regionu

OBRÁZEK 29: PODÍL GLOBÁLNÍCH UŽIVATELŮ INTERNETU PODLE REGIONŮ V LEDNU ROKU 2023.

ZDROJ: DATAREPORTAL, 2023.



TABULKA 5: NEJVĚTŠÍ NEPŘIPOJENÁ POPULACE V LEDNU ROKU 2023.

ZDROJ: DATAREPORTAL, 2023.

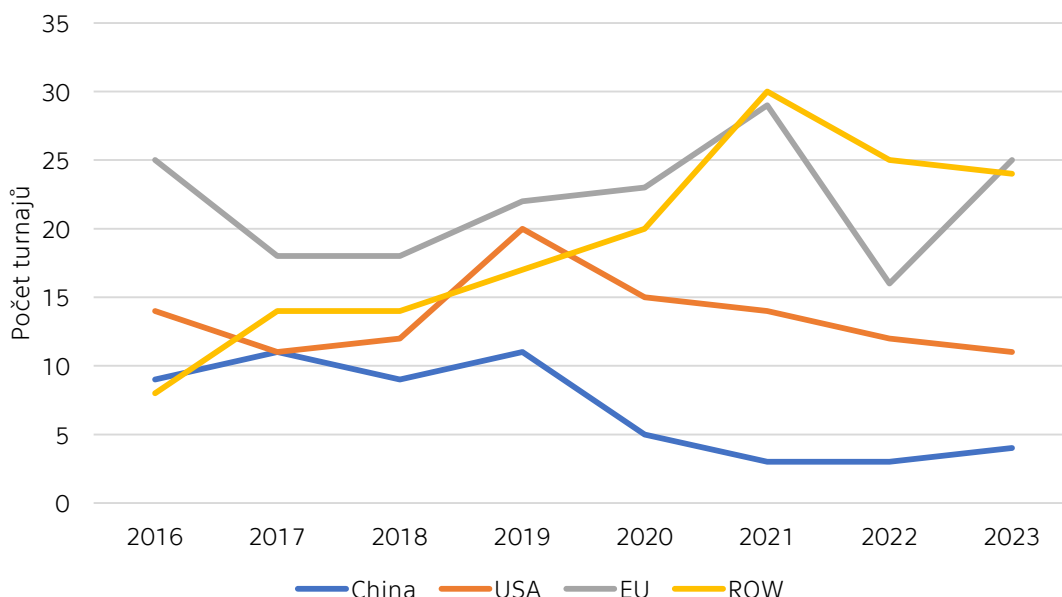
#	Země	Absolutní	Relativní
1	India	730 027 000	51,3 %
2	Čína	374 709 000	26,3 %
3	Pákistán	150 779 000	63,3 %
4	Bangladéš	105 138 000	61,1 %
5	Etiopie	104 073 000	83,3 %
6	Nigérie	98 635 000	44,6 %
7	Dem. Rep. Kongo	77 568 000	77,1 %
8	Indonésie	63 514 000	23,0 %
9	Tanzanie	45 456 000	68,4 %
10	Keňa	36 699 000	67,3 %

Přestože region Severní Ameriky má tak malý podíl, pouze 6,7 % na celosvětovém trhu, má významný dopad na celý trh, zejména na trh e-sportu, ale obrázek také ukazuje růstový potenciál trhu v jiných regionech. Také Čína, přestože je součástí regionu s největším podílem uživatelů internetu v poměru k počtu obyvatel, má přibližně 25 % obyvatel, kteří nemají přístup k internetu, tyto lidé jsou také potenciálními uživateli herního průmyslu pro rozvoj regionu. Nejlidnatější země Indie má zhruba 50 % obyvatel, kteří nemají přístup k internetu, s rostoucí životní úrovní v tomto regionu je potenciálně velmi perspektivní zemí pro rozvoj herního průmyslu, včetně e-sportu.



OBRÁZEK 30: POČET POŘÁDANÝCH TIER 1 A TIER 5 TURNAJŮ BIG FIVE, PODLE VYBRANÝCH TERITORIÍ V OBDOBÍ 2016-2023.

ZDROJ: LIQUIPEDIA, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.



Mezi města, ve kterých se esportové turnaje nejčastěji konají, patří: v USA (Los Angeles, Seattle, Las Vegas), v Číně (Shanghai, Chongqing, Peking), v Evropě (Berlín, Londýn, Katovice, Stockholm, Kodaň), ve zbytku světa (Soul, Rio de Janeiro, Bangkok, Kuala Lumpur, Rijád, Abu Dhabi, Dubaj, Taipei).

## 8.2 Čína

V roce 2022 na území Číny se v různých místech uskutečnilo celkem 108 akcí, což je méně než v roce 2021. Pokud jde o formáty hostingu, v důsledku faktorů, jako je epidemie, se 69 % esportových událostí koná online nebo v kombinaci online a offline a pouze 31 % je čistě offline.

Když se podíváme na distribuci měst, kde se konají offline události, Šanghaj je městem, které hostí nejvíce esportových událostí, což představuje 22,39 % celkových událostí v zemi. Hangzhou, Chengdu a Shenzhen představují více než 5 % esportových událostí v zemi, což z nich v roce 2022 dělá důležitá města pořádající esportovní události.

Guangdong, Šanghaji a Jiangsu jsou regiony s nejvyšší koncentrací esportových společností: 17,31 %, 9,72 % a 8,42 %. Počet esportových společností v Hainanu, Hunanu, Pekingu, Če-ťiang a dalších regionech je také více než 5 %.

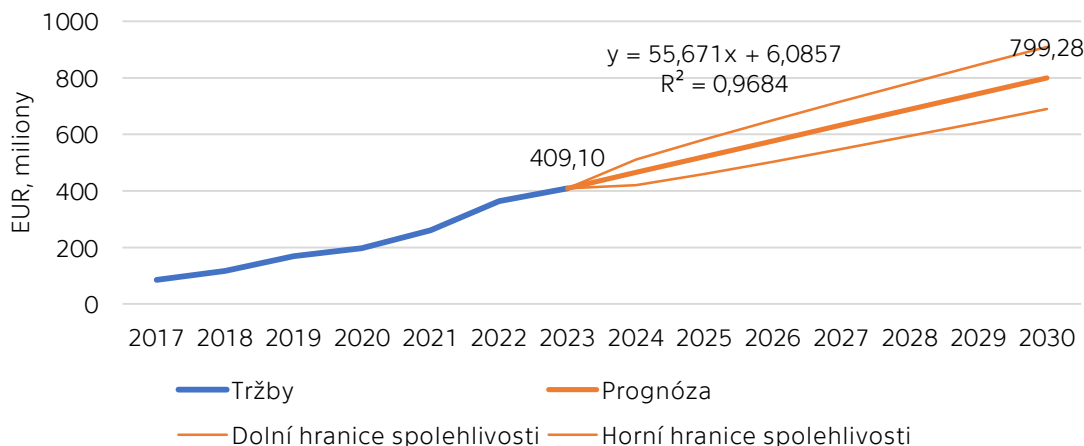
V současnosti jsou hlavními aktivitami tuzemských esportových společností především výzkum a vývoj esportových her, provoz zařízení a eventové služby, které představují 23,32 %, 23,09 % a 22,23 %.



## 8.2.1 Prognóza vývoje velikosti tržeb v Číně

OBRÁZEK 31: PROGNÓZA VÝVOJE VELIKOSTI TRŽEB ESPORTU V ČÍNĚ DO ROKU 2030.

ZDROJ: STATISTA.COM, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.

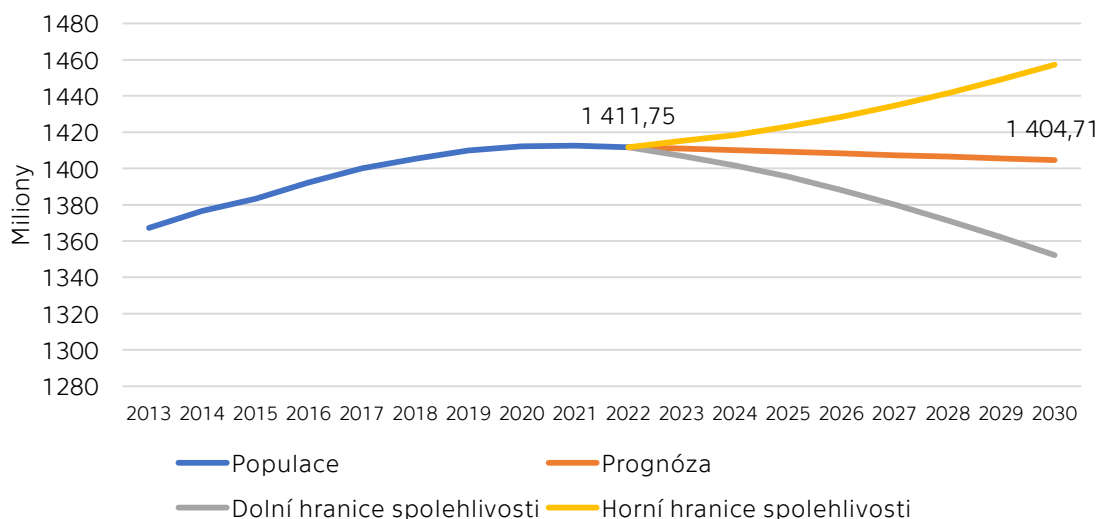


Prognóza vývoje velikosti tržeb esportu v Číně do roku 2030 je založena na analýze současných trendů a faktorů ovlivňujících trh s esportem v této zemi. S ohledem na rychlý růst popularity esportu v Číně a rostoucí investice do tohoto odvětví je pravděpodobné, že tržby budou i nadále strmě stoupat. Očekává se, že se trh s esportem v Číně stane ještě větším a významnějším, přičemž se očekává nárůst v příjmech z reklamy, sponzorství, prodeje vstupenek na živé události a prodeje esportovního vybavení. Prognóza do roku 2030 by mohla poskytnout odhadované číselné hodnoty tržeb s ohledem na současný růstový trend a očekávaný vývoj infrastruktury a investic do esportu v Číně. Velikost tržeb v roce 2030 bude činit necelých 800 milionů EUR, CAGR pro 2023-2030 je 8,73 %. Index determinace je  $R^2=0,9684$ , což je velmi přesná predikce.

## 8.2.2 Demografie Číny

OBRÁZEK 32: PROGNÓZA VÝVOJE POČTU OBYVATELE V ČÍNĚ DO ROKU 2030.

ZDROJ: STATISTA.COM, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.





Podle údajů zveřejněných Národním statistickým úřadem Číny v lednu 2024 se čínská populace v roce 2023 snížila o 2,08 milionu lidí na přibližně 1,41 miliardy. To byl silnější pokles, než očekával MMF, který podcenil úbytek čínské populace již v roce 2022. Čína dosáhla bodu obratu svého populačního růstu dříve, než mnozí pozorovatelé očekávali, a současné odhady MMF pro celkovou populaci do roku 2028 bude velmi pravděpodobně nutné upravit směrem dolů.

Čína byla dlouhou dobu zemí s největším počtem obyvatel na světě, ale podle odhadů OSN ji v roce 2023 předběhla Indie. Vzhledem k tomu, že populace v Indii stále roste, je velmi pravděpodobné, že země zůstane v blízké budoucnosti domovem největší populace na světě. Kvůli několika mechanismům zavedeným čínskou vládou a také měnícím se okolnostem v pracovním a sociálním prostředí čínského lidu se populační růst v posledních desetiletích zmírnil a v roce 2023 vykazoval roční tempo růstu populace -0,15 procenta. Nicméně ve srovnání s celkovou světovou populací měla Čína v roce 2022 podíl asi 18 procent na celkové světové populaci.

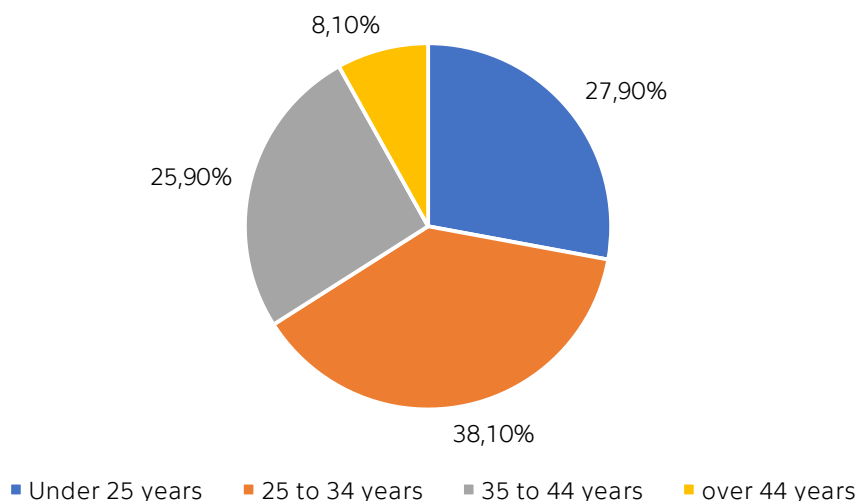
Pokud jde o demografický vývoj, úsilí čínské vlády o kontrolu porodnosti mělo značný vliv na demografickou pyramidu v Číně. Při bližším zkoumání věkového rozložení je patrný jasný trend stárnutí populace. Aby omezila negativní dopady stárnutí populace, čínská vláda v roce 2015 zrušila politiku jednoho dítěte, která platila od roku 1979, a v květnu 2021 zavedla politiku tří dětí.

Mnoho čínských rodičů se však v dnešní době zdráhá mít druhé nebo třetí dítě, jako je tomu ve většině vyspělých zemí světa. Počet narozených dětí v Číně se v letech následujících po zrušení politiky jednoho dítěte měnil, ale výrazně se nezvýšil. Mezi nejvýraznější důvody, proč rodiče nemají více dětí, patří rostoucí životní náklady a náklady na péči o děti, rostoucí pracovní tlak, rostoucí trend k seberealizaci a individualismu a měnící se sociální chování.

### 8.2.3 Publikum esportu v Číně

OBRÁZEK 33: PODÍL UŽIVATELŮ ESPORTU V ČÍNĚ V ROCE 2022 PODLE VĚKOVÝCH SKUPIN.

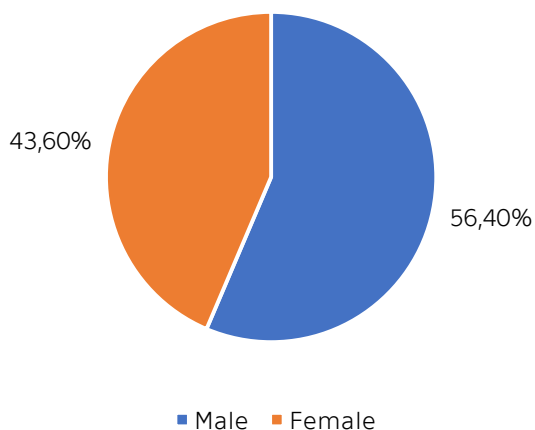
ZDROJ: STATISTA.COM





OBRÁZEK 34: PODÍL PUBLIKA ESPORTU V ČÍNĚ V ROCE 2022 PODLE POHLAVÍ.

ZDROJ: STATISTA.COM



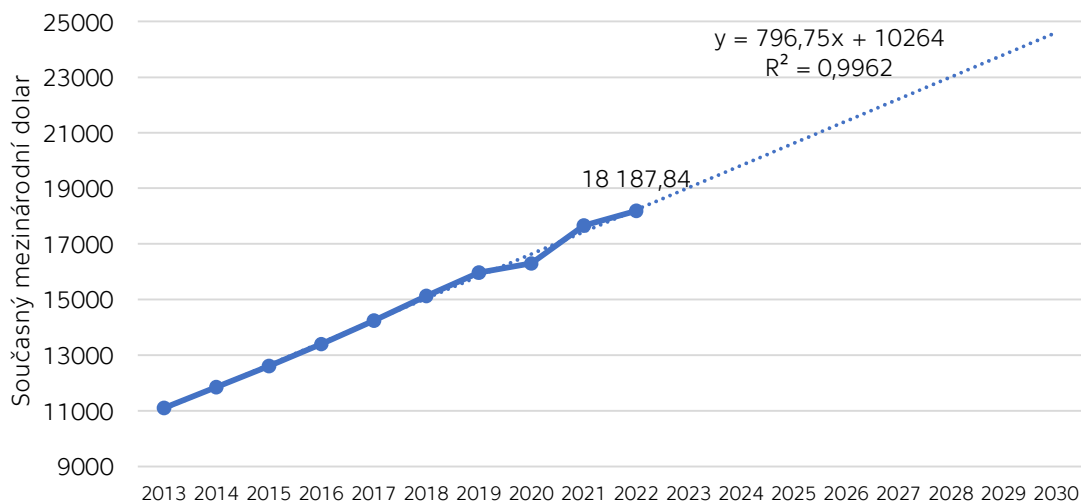
Muži tvoří 56,40 % a ženy 43,60 %. V současné době existuje jasný trend ke zvýšení počtu uživatelů.

Věk uživatelů je relativně koncentrovaný v rozmezí 25–34 let, tvoří 38,10 %; nejmenší věková skupina je 45 let a více, což je pouze 8,10 %. Vzhledem k trendu stárnoucí společnosti by však esportovní události odpovídající věku měly v budoucnu také přitahovat náležitou pozornost odvětví a pořádat více turnajů pro různé věkové kategorie. Je rozhodně znát, že průměrný věk fanouška esportu poroste, protože odvětví samotné je mladé a ti, kteří ho začali sledovat zhruba před 10 lety, jsou dnes již staří lidé, postupem času bude průměrný věk jen růst a přibližovat se průměru věku sportovního fanouška, a to se očekává zejména v tak technologicky vyspělé a rychle stárnoucí zemi, jako je Čína.

## 8.2.4 HDP na obyvatele (PPP) v Číně

OBRÁZEK 35: PROGNOZA HDP NA OBYVATELE V PARITĚ KUPNÍ SÍLY (PPP) V ČÍNĚ DO ROKU 2030.

ZDROJ: WORLD BANK, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.





HDP na obyvatele (PPP) v roce 2030 na území Číny se bude rovnat 24640,93 současných mezinárodních dolarů. CAGR pro období 2013-2022 je 5,06 %. CAGR pro období 2022-2030 je 3,43 %. HDP na obyvatele v roce 2030 téměř zdvojnásobí oproti roku 2015. Graf zobrazuje lineární trend s hodnotou  $R^2=0,9962$ , což je velmi přesná predikce. Stabílní růst kupní síly zajišťuje růst všech odvětví ve státu, a to včetně trhu esportu, zejména segmentu prodeje zboží (merchandise) a vstupenek. Poptávku po zboží však ovlivňuje i počet turnajů pořádaných v zemi a také přítomnost silných týmů v regionu (nebo alespoň někteří zástupci z domovské země se musí být trvalými účastníky Tier 1 turnajů).

Pro posouzení vhodnosti vybrané analytické regresní funkce pro vyrovnání empirických dat proveden F-test modelu jako celku.

$H_0$ : model není statisticky významný,

$H_1$ : model je statisticky významný;

$\alpha=0,05$ ;

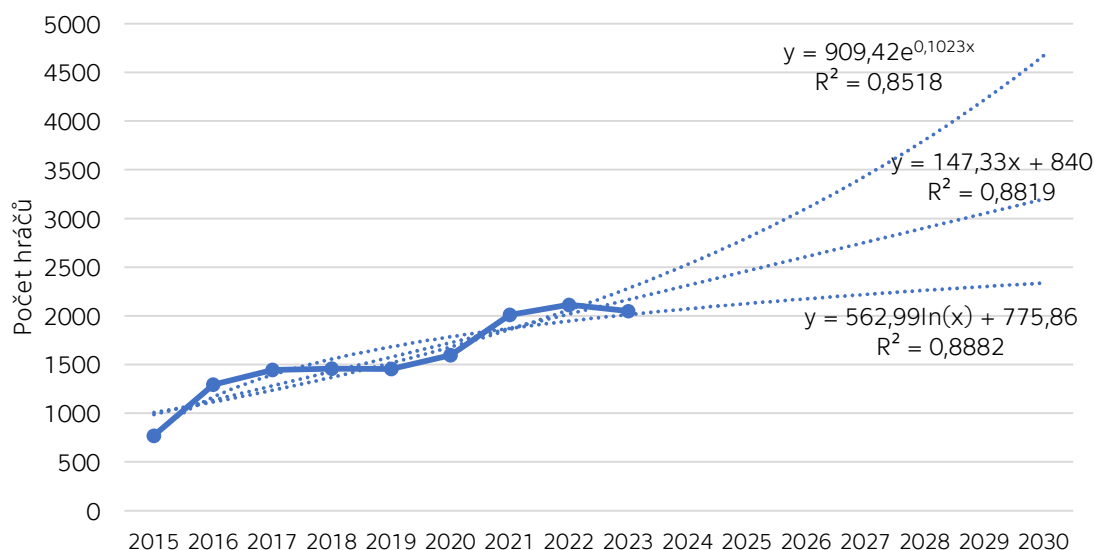
F-test,  $F=2\,084,653$ ,  $p=0,001$ ;

$p < \alpha$ ,  $H_0$  zamítáme, model je statisticky významný.

## 8.2.5 Prognóza počtu profesionálních hráčů v Číně

OBRAZEK 36: PROGNOZA POČTU PROFESIONÁLNÍCH HRÁČŮ V ČÍNĚ DO ROKU 2030.

ZDROJ: ESPORTSEARNINGS.COM, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.



Pro dosažení přesnější predikce tato čísla analyzována pomocí metody částečných součtů. Tato metoda bere v úvahu, že počet hráčů nemůže neustále růst a že omezením je celková populace na světě. Pro tuto analýzu jsme použili logistickou regresní analýzu, která je blízká jedné, což naznačuje, že růst počtu hráčů videoher se bude postupně zpomalovat. Pomocí této metody vyšly značně reálnější predikce. Na obrázku je také vidět, že logaritmický trend má nejvyšší index determinace  $R^2=0,8882$ .

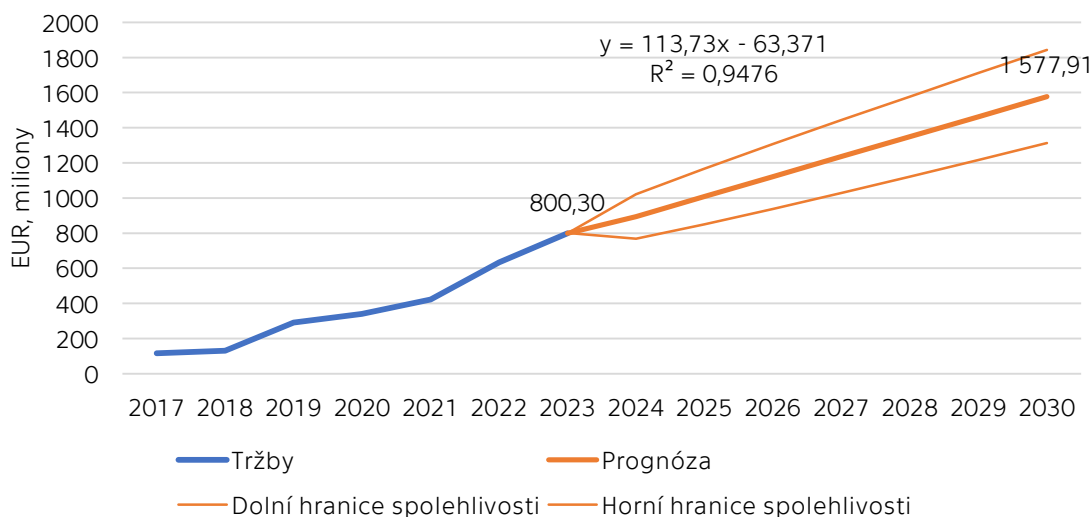


## 8.3 USA

### 8.3.1 Prognóza vývoje velikosti tržeb v USA

OBRAZEK 37: PROGNOZA VÝVOJE VELIKOSTI TRŽEB ESPORTU V USA DO ROKU 2030.

ZDROJ: STATISTA.COM, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.

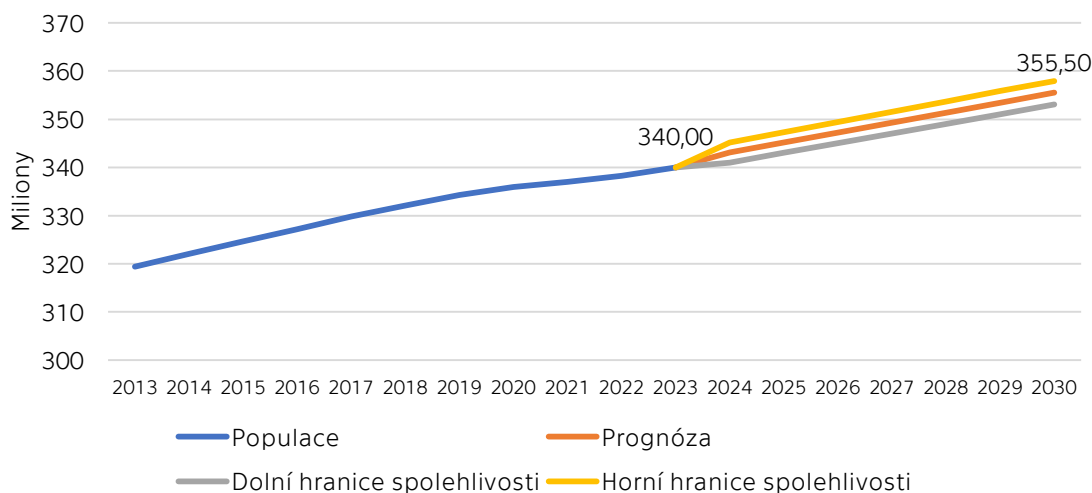


Odhad vývoje tržeb esportu v USA do roku 2030 je pozitivní, s očekávaným dalším růstem zájmu a popularitou. Prognózy naznačují, že trh s esporty v USA bude nadále expandovat, s očekávaným nárůstem příjmů z reklamy, sponzorství, prodeje vstupenek na živé události a prodeje esportovního vybavení. Očekává se, že tržby dosáhnou nových vrcholů, což odráží růstový trend a investice v tomto odvětví. Hodnota tržeb v roce 2030 téměř zdvojnásobí oproti roku 2023. CAGR 2023-2030 je 8,86 %.  $R^2=0,9476$ .

### 8.3.2 Demografie USA

OBRAZEK 38: PROGNOZA VÝVOJE POČTU OBYVATELE V ČÍNĚ DO ROKU 2030.

ZDROJ: MACROTRENDS.COM, STATISTA.COM, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.

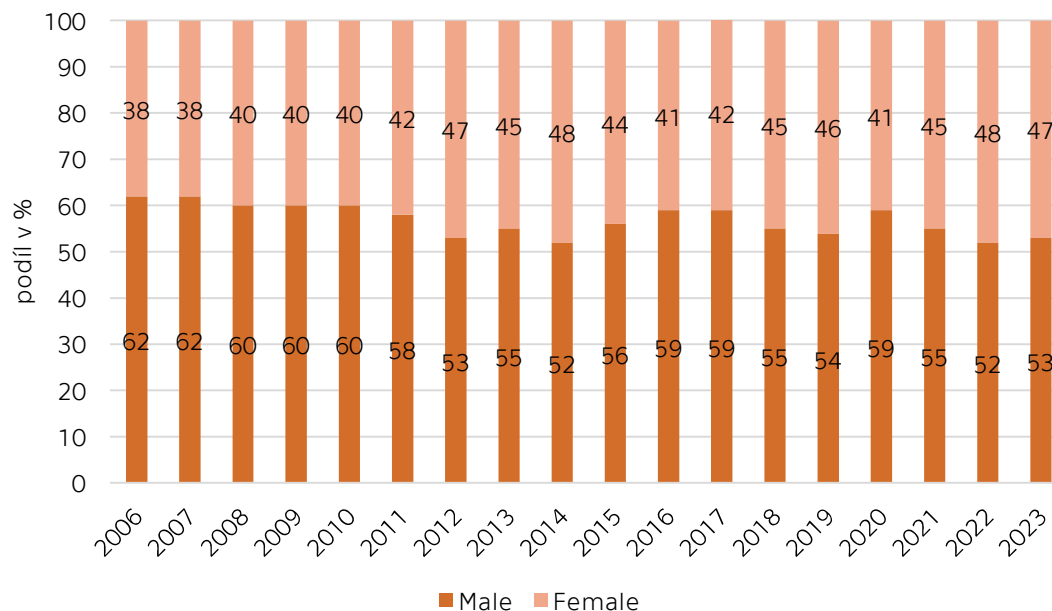




### 8.3.3 Publikum esportu v USA

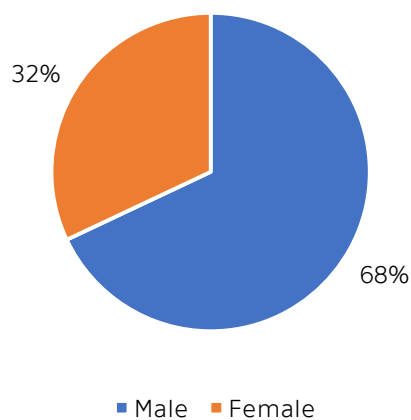
OBRÁZEK 39: DISTRIBUCE HRÁČŮ VIDEOHER VE SPOJENÝCH STÁTECH OD ROKU 2006 DO ROKU 2023 PODLE POHLAVÍ.

ZDROJ: STATISTA.COM, ENTERTAINMENT SOFTWARE ASSOCIATION, 2024.



OBRÁZEK 40: PODÍL DIVÁKŮ ESPORTU VE SPOJENÝCH STÁTECH V ROCE 2022 PODLE POHLAVÍ.

ZDROJ: ACTIVATE, STATISTA.COM, 2022.

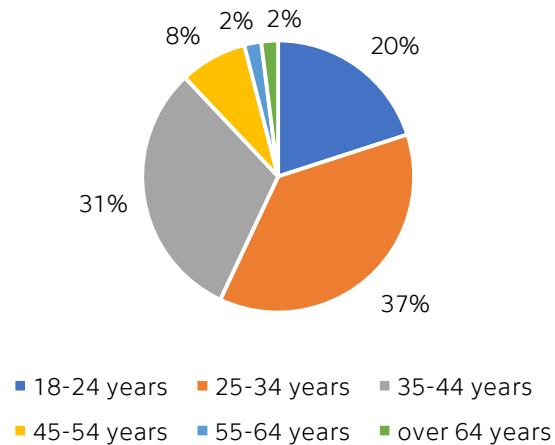


Navzdory skutečnosti, že rozdělení mužů a žen mezi hráče videoher je téměř stejné, existuje výrazný rozdíl v rozdělení mezi fanoušky esportu ve Spojených státech, což je však také vynikající příležitost ke zvýšení popularity a následnému rozvoji trhu v zemi.



OBRÁZEK 41: PODÍL FANOUŠKŮ ESPORTU V USA V ROCE 2022 PODLE VĚKOVÝCH SKUPIN.

ZDROJ: ELEVENT.CO, STATISTA.COM, 2022.

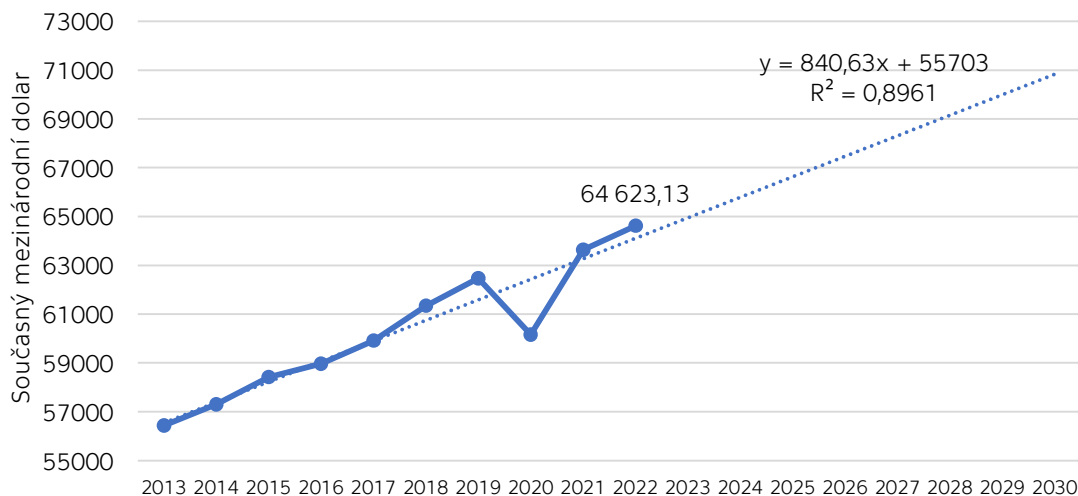


Americký průzkum z roku 2022 zjistil, že pětina fanoušků esportu v zemi je ve věku 18 až 24 let. Mezitím byla pouze dvě procenta fanoušků esportu ve věku 65 let nebo starších.

### 8.3.4 HDP na obyvatele (PPP) v USA

OBRÁZEK 42: PROGNOZA HDP NA OBYVATELE V PARITĚ KUPNÍ SÍLY (PPP) V USA DO ROKU 2030.

ZDROJ: WORLD BANK, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.



Na grafu lineární trend předpovídá hodnotu HDP na obyvatele v paritě kupní síly v roce 2030 na úrovni 70 834,39 současných mezinárodních dolarů. V roce 2020 je vidět výrazný pokles kvůli COVID-19, ale v roce 2021 je vše zpět do doby před Covidem. Hodnota spolehlivosti  $R^2=0,8961$ . CAGR v období 2022-2030 je 2,54 %.

Pro posouzení vhodnosti vybrané analytické regresní funkce pro vyrovnání empirických dat proveden F-test modelu jako celku.

$H_0$ : model není statisticky významný,

$H_1$ : model je statisticky významný;



$\alpha=0,05$ ;

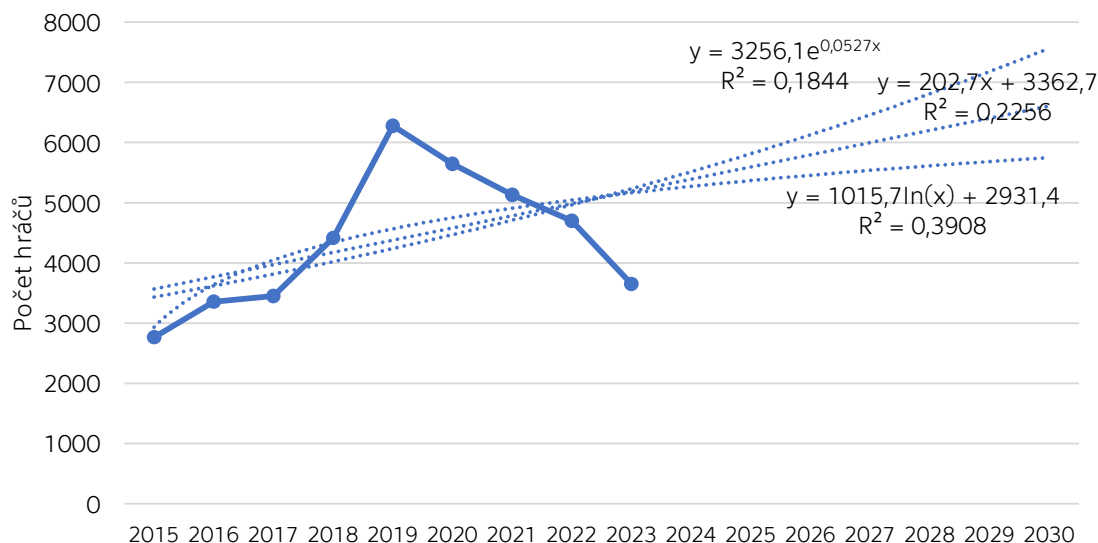
F-test,  $F=69,015$ ,  $p=0,001$ ;

$p < \alpha$ ,  $H_0$  zamítáme, model je statisticky významný.

### 8.3.5 Prognóza počtu profesionálních hráčů v USA

OBRÁZEK 43: PROGNOZA POČTU PROFESIONÁLNÍCH HRÁČŮ V USA DO ROKU 2030.

ZDROJ: ESPORTSEARNINGS.COM, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.



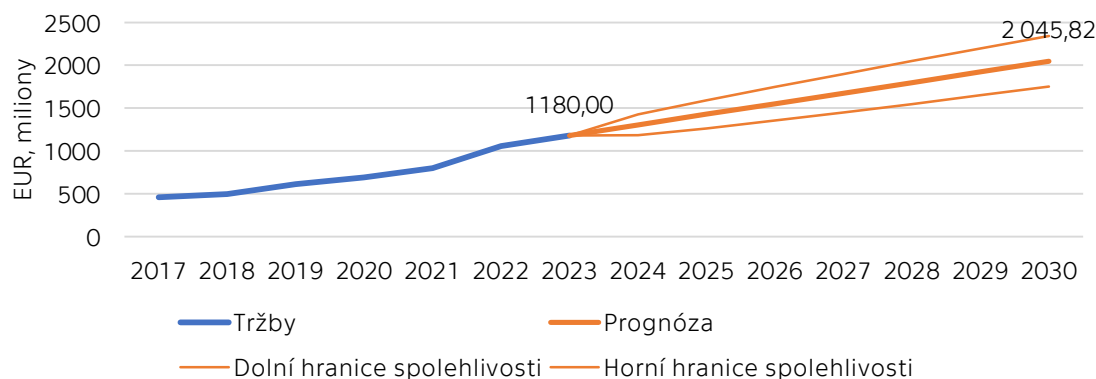
Jak je vidět modely nejsou moc kvalitní, použité lineární, exponenciální a logaritmické funkce, nejvyšší hodnota spolehlivosti  $R^2$  těchto logistických funkcí je 0,3908. Čím blíže je tato hodnota číslu 1, tím přesnější funkce je, proto se na tuto předpověď nelze příliš spoléhat.

## 8.4 Evropa

### 8.4.1 Prognóza vývoje velikosti tržeb v Evropě

OBRÁZEK 44: PROGNOZA VÝVOJE VELIKOSTI TRŽEB ESPORTU V EVROPĚ DO ROKU 2030.

ZDROJ: STATISTA.COM, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.



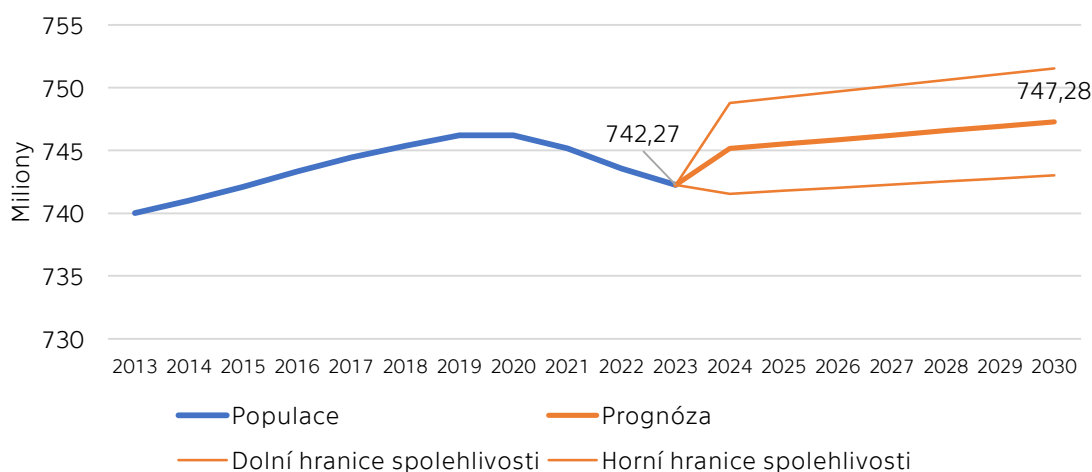


Předpověď vývoje tržeb esportu v Evropě do roku 2030 naznačuje pokračující růst v této oblasti digitálního průmyslu. S ohledem na aktuální trendy a zvyšující se popularitu esportu je očekáváno, že tržby budou nadále stoupat a v roce 2030 budou činit 2 045,82 milionů EUR. CAGR pro období 2023-2030 je 7,12 %. Evropa se stává stále významnějším trhem pro esportové události, s rostoucím počtem soutěží, profesionálních hráčů a diváků. Tento trend by mohl být posílen investicemi do esportových infrastruktur, novými technologiemi a rostoucím zájmem sponzorů a mediálních partnerů. Dochází k větší integraci esportu do hlavního proudu zábavního průmyslu, což přispívá k jeho dalšímu růstu a rozvoji v Evropě. Prognóza do roku 2030 ukazuje, že esport bude nadále hrát klíčovou roli ve světě digitálního zábavního průmyslu a může se stát ještě významnějším faktorem ve společnosti a ekonomice Evropy.

## 8.4.2 Demografie Evropy

OBRAZEK 45: PROGNOZA VÝVOJE POČTU OBYVATELE V EVROPĚ DO ROKU 2030.

ZDROJ: STATISTA.COM, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.



Populace Evropy v roce 2023 činila 742,2 milionu, což představuje nárůst přibližně o 2,2 milionu ve srovnání s rokem 2013.

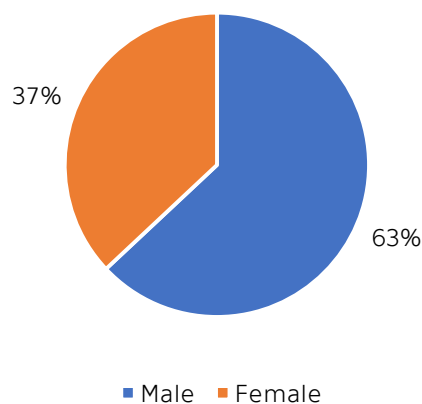
V roce 2022 byla populace Ruska na úrovni přibližně 144,2 milionu a bylo zdaleka největší zemí Evropy z hlediska populace, s Tureckem jako druhou největší zemí s více než 85 miliony. Tyto dvě země mají své území částečně v Evropě, avšak většina jejich rozlohy se nachází v Asii. Pokud jde o země, které se nacházejí zcela na evropském kontinentu, Německo mělo nejvyšší populaci s 83,9 miliony, následované Spojeným královstvím a Francií s 68,2 miliony a 65,4 miliony obyvatel.



### 8.4.3 Publikum esportu v Evropě

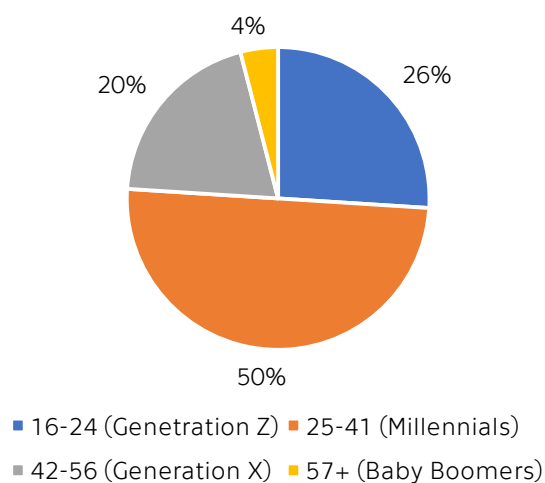
OBRÁZEK 46: PODÍL PUBLIKA ESPORTU V EVROPĚ K ČERVNU 2022 PODLE POHLAVÍ.

ZDROJ: STATISTA.COM, DELOITTE.COM, 2023.



OBRÁZEK 47: PODÍL FANOUŠKŮ ESPORTU V EVROPĚ V ROCE 2022 PODLE VĚKOVÝCH SKUPIN.

ZDROJ: STATISTA.COM, DELOITTE.COM, 2023.



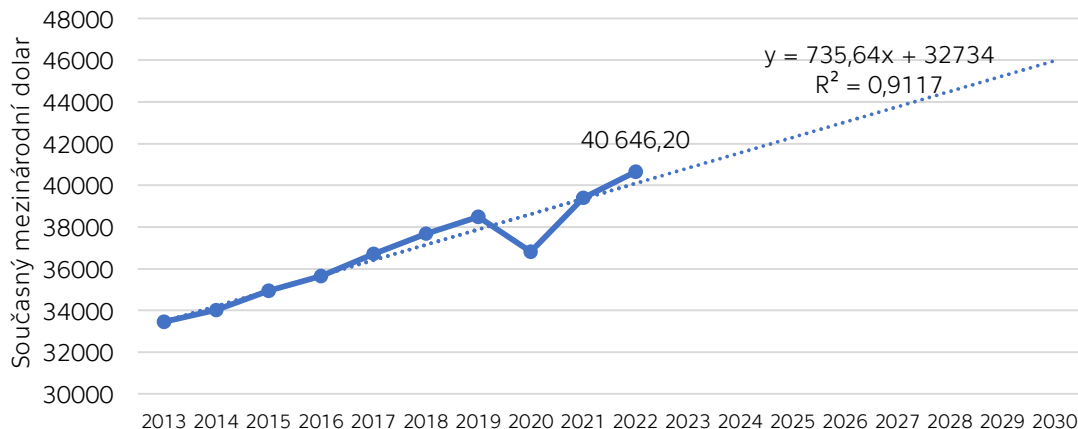
Nejčastějšími konzumenty esportu v Evropě jsou muži a věkové skupiny Millennial nebo Generation Z. Kromě toho mohou být diváci esportu charakterizováni nadprůměrným vzděláním i příjmem, podle Deloitte analýze.



#### 8.4.4 HDP na obyvatele (PPP) v Evropě

OBRÁZEK 48: PROGNOZA HDP NA OBYVATELE V PARITĚ KUPNÍ SÍLY (PPP) V EVROPĚ DO ROKU 2030.

ZDROJ: WORLD BANK, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.



V roce 2030 se očekává HDP na obyvatele (PPP) v hodnotě téměř 46 000 současných mezinárodních dolarů. CAGR v období 2022-2030 je 3,59 %.  $R^2=0,9117$ .

Pro posouzení vhodnosti vybrané analytické regresní funkce pro vyrovnání empirických dat proveden F-test modelu jako celku.

$H_0$ : model není statisticky významný,

$H_1$ : model je statisticky významný;

$\alpha=0,05$ ;

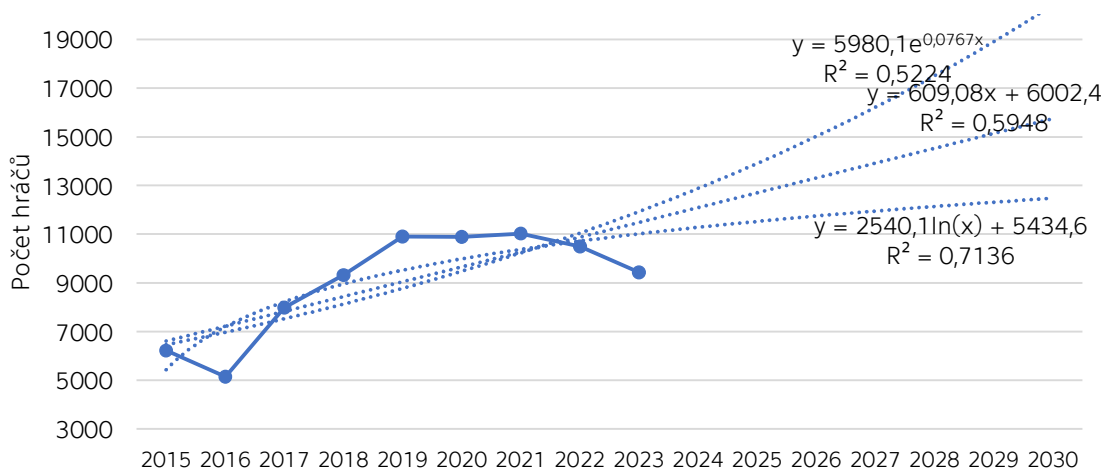
F-test,  $F=82,636$ ,  $p=0,001$ ;

$p < \alpha$ ,  $H_0$  zamítáme, model je statisticky významný.

#### 8.4.5 Prognóza počtu profesionálních hráčů v Evropě

OBRÁZEK 49: PROGNOZA POČTU PROFESIONÁLNÍCH HRÁČŮ V EVROPĚ DO ROKU 2030.

ZDROJ: ESPORTSEARNINGS.COM, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.





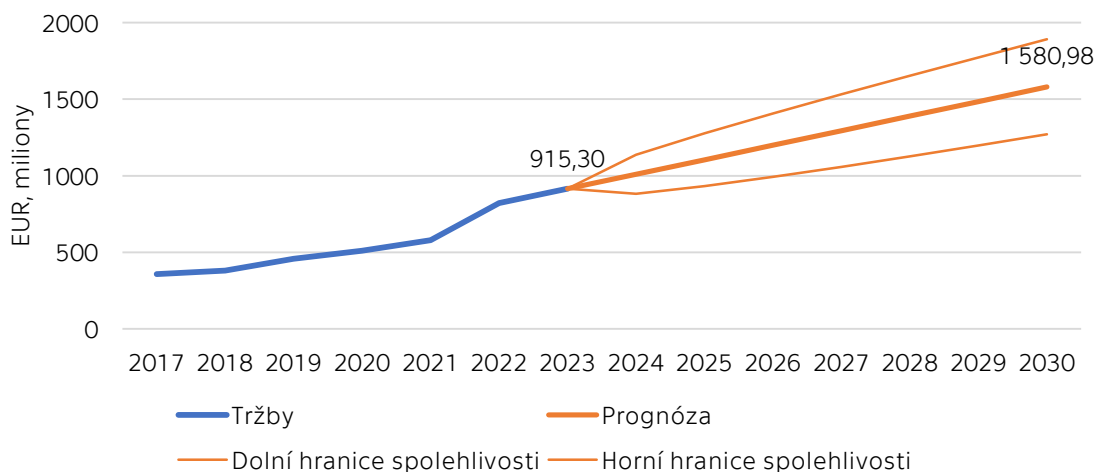
Prognóza na obrázku 49 udělaná stejnou metodou jako předchozí prognózy počtu profesionálních hráčů. Graf znázorňuje, že logaritmické trend má hodnot spolehlivosti  $R^2=0,7136$ , což je vyšší než lineární a exponenciální, a také je blízko k 1, ale nedostatečně, abychom mohli na ní silně spoléhat, i když je realističtější. Předpokládá se, že v Evropě v roce 2030 bude necelých 13 tisíc aktivních profesionálních hráčů esportu.

## 8.5 Zbytek světa (ROW – Rest of the World)

### 8.5.1 Prognóza vývoje velikosti tržeb ROW

OBRÁZEK 50: PROGNÓZA VÝVOJE VELIKOSTI TRŽEB ESPORTU VE ZBYTKU SVĚTA DO ROKU 2030.

ZDROJ: STATISTA.COM, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.

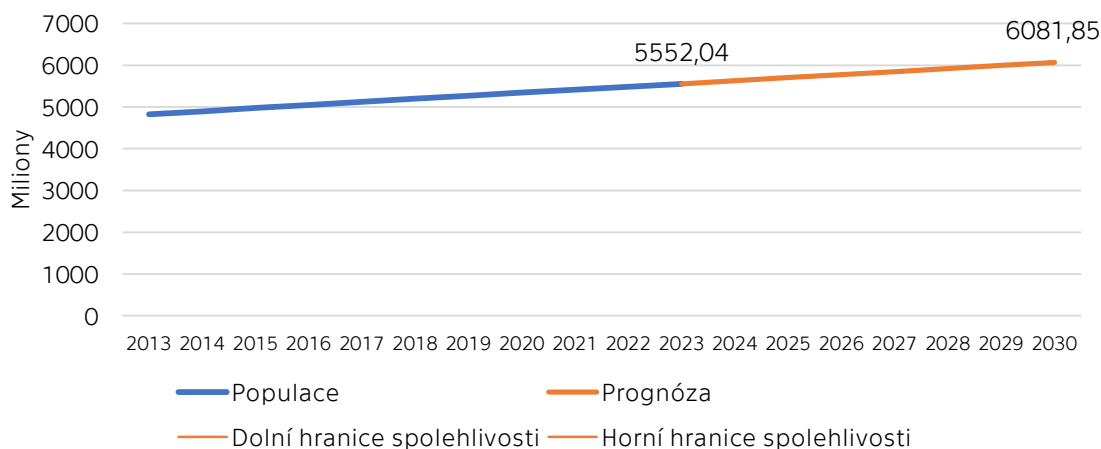


Odhadovaná hodnota velikosti tržeb pro rok 2030 je 1 580 milionů EUR. CAGR 2023-2030 je 7,07 %. Regiony: APAC (Asia-Pacific bez Číny), MENA (Middle East and North Africa) a LATAM (Latin America).

### 8.5.2 Demografie ROW (Celosvětově bez Číny, USA, Evropy)

OBRÁZEK 51: PROGNÓZA VÝVOJE POČTU OBYVATELE VE ZBYTKU SVĚTA DO ROKU 2030.

ZDROJ: STATISTA.COM, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.





Odhad populace planety mimo Čínu, USA a Evropu v roce 2030 činí 6,08 miliardy, což znamená nárůst o přibližně 1,26 miliardy ve srovnání s rokem 2013. Očekává se, že tento trend bude pokračovat i do budoucna, přičemž populace se bude zvyšovat spíše lineárně než exponenciálně.

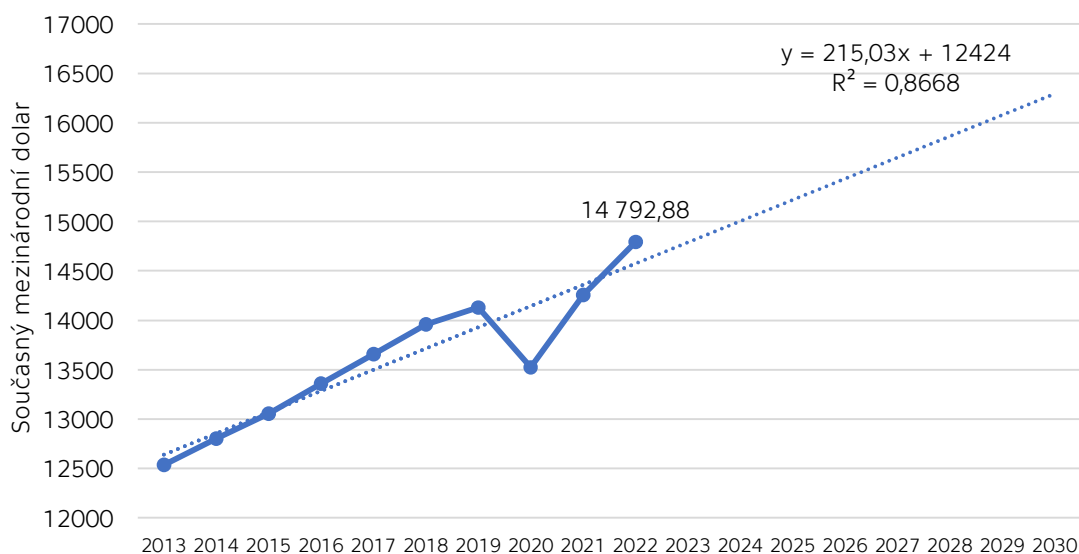
Vliv růstu populace na trh esportu je pravděpodobně pozitivní. S rostoucím počtem obyvatel se zvyšuje i počet potenciálních diváků esportových událostí. To znamená, že se může zvýšit i sledovanost online přenosů a účast na živých akcích. S růstem zájmu o esporty se pravděpodobně zvýší i investice do tohoto odvětví, což by mohlo vést k dalšímu rozvoji profesionálních týmů, herních událostí a infrastruktury esportu.

Je však důležité si uvědomit, že růst populace může mít i negativní dopady na trh esportu. Pokud se populace v těchto regionech stane více zastaralou, může to vést k menšímu zájmu o nové technologie a digitální zábavu. Navíc ekonomické a sociální faktory mohou ovlivnit kupní sílu a volný čas obyvatelstva, což by mohlo mít dopad na reklamní a sponzorské příjmy v esportovém průmyslu.

### 8.5.3 HDP na obyvatele (PPP) ve zbytku světa

OBRÁZEK 52: PROGNOZA HDP NA OBYVATELE V PARITĚ KUPNÍ SÍLY (PPP) VE ZBYTKU SVĚTA DO ROKU 2030.

ZDROJ: WORLDBANK, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.



Prognóza je založena na průměrných hodnotách HDP na obyvatele podle parity kupní síly zbývajících zemí (nezahrnuje rozvojové země), konkrétně MENA (Střední východ a severní Afrika), Latinské Ameriky a země karibského moře, východní Asie a Tichomoří, jižní Asie. HDP na obyvatele (PPP) v roce 2030 se bude rovnat 16 295 současných mezinárodních dolarů. Hodnota  $R^2=0,8668$ , je na horní střední úrovni, znamená dobrou přesnost predikci. CAGR v období 2022-2030 je 1,86 %.

Pro posouzení vhodnosti vybrané analytické regresní funkce pro vyrovnání empirických dat proveden F-test modelu jako celku.

$H_0$ : model není statisticky významný,

$H_1$ : model je statisticky významný;

$\alpha=0,05$ ;



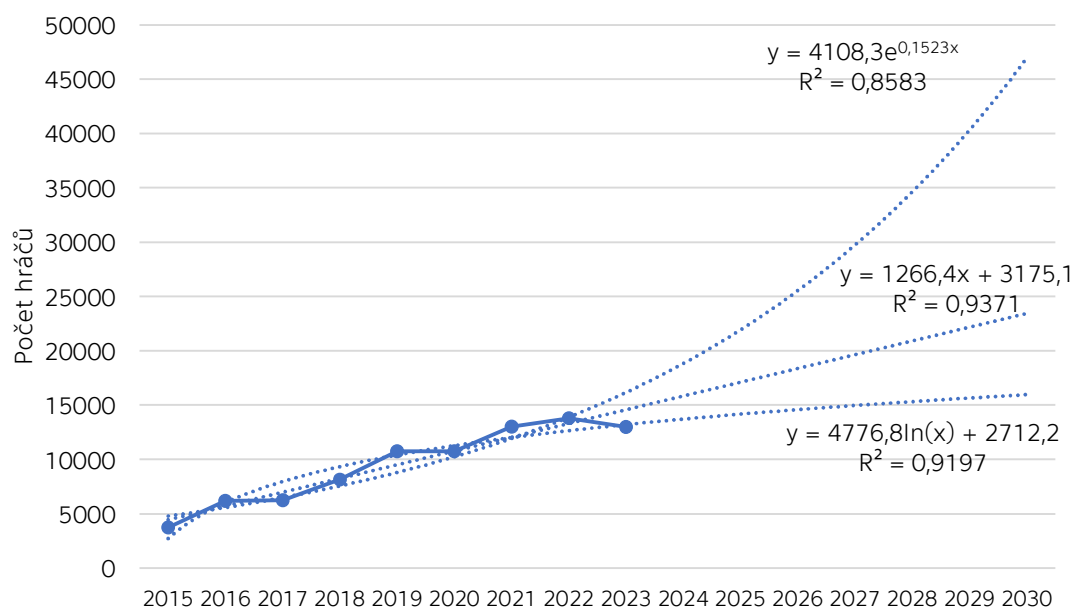
F-test,  $F=52,057$ ,  $p=0,001$ ;

$p < \alpha$ ,  $H_0$  zamítáme, model je statisticky významný.

### 8.5.4 Prognóza počtu profesionálních hráčů ve zbytku světa (ROW)

OBRÁZEK 53: PROGNOZA POČTU PROFESIONÁLNÍCH HRÁČŮ VE ZBYTKU SVĚTA DO ROKU 2030.

ZDROJ: ESPORTSEARNINGS.COM, VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ



Prognóza vývoje počtu profesionálních hráčů ve zbytku světa je přesnější, lineární a logaritmické trendy mají hodnoty vyšší než 0,9, což je dobrý ukazatel pro pravděpodobnější scénář.



# Závěr

Odvětví esportu je velmi složité prostředí, které se neustále vyvíjí. Na základě této inovativnosti dochází zhruba každých pět let k revolučním změnám, které mění odvětví. Kromě toho mnoho externích zainteresovaných stran investuje do esportu, což vytváří potenciální bublinu kvůli přehřátému trhu. Tento vývoj se může změnit v korekci nebo krizi, ale zdůrazňuje důležitost vytvoření obchodního modelu pro monetizaci publika. Kromě rizika, že nebudou mít silný obchodní model, musí esportovní organizace řídit rizika spojená s budoucím vývojem spojeným s franšízingem, novými trhy, novými hrami a pokračující fragmentací odvětví esportu. Celé odvětví bude nadále růst, bez ohledu na to, co se stane, i když se složení zainteresovaných stran může změnit.

Provedeny analýza současného stavu a prognózy vývoje trhu esportu ve čtyřech klíčových teritoriích – Čína, USA, Evropa a zbytek světa. Závěrečná práce ukázala, že esport má obrovský potenciál a je vnímán nejen jako zábava, ale také jako důležitý ekonomický faktor s rostoucím komerčním vlivem.

Zvýšená popularita esportu během pandemie Covid-19 ukázala jeho odolnost a schopnost přizpůsobit se novým podmínkám. Esportovní soutěže přitahují stále více hráčů a diváků po celém světě, což potvrzuje jejich rostoucí vliv a důležitost.

Analýza byla zaměřena na současný stav trhu videoher jako celku a trhu esportu zvlášť, a to jak globálně, tak i lokálně. Na základě vybraných faktorů byla také vytvořena prognóza dalšího vývoje obou trhů. Výsledky ukázaly, že výše příjmů poroste na trzích po celé planetě. A také se bude zvyšovat podíl žen v esportu (mezi diváky) po celém světě, zejména v asijských a evropských regionech, i když v arabském světě je to málo pravděpodobné. Trendem je, že podíl žen na trhu videoher je již téměř stejná, ale na trhu esportu je viditelná výrazná mezera. Nicméně počet profesionálních hráčů mezi ženskou populací se v budoucnosti nezvýší.

Byly identifikovány jednotlivé faktory, které přispívají k rozvoji trhu: zvýšení počtu profesionálních hráčů, růst populace, zlepšení kvality života, rozšíření přístupu k širokopásmovému internetu, HDP na obyvatele v paritě kupní síly a postupné stárnutí společnosti. V současné době tento druh zábavy týká především mladší generace, ale postupem času tito lidé nepřestanou oblast sledovat (za jinak stejných podmínek), stejně jako v tradičních sportech.

Z analýzy trhu vyplývá, že téměř všechny videohry, kde je silný a rozvinutý e-sport, mají distribuční model F2P, což rozhodně pomáhá přilákat publikum vzhledem k tomu, že začít hrát a soutěžit může prakticky kdokoli a zisky již bude generovat vše, co se kolem nich děje. Například u herních periférií a samotného zařízení, ze kterého hrají, je známo, že existují různé cenové relace přímo související s technickými vlastnostmi, nicméně aby bylo možné začít soutěžit nebo alespoň hrát se stabilní změnou snímků za sekundu (FPS – Frames per second) s hodnotou 60, stačí mít průměrný počítač podle moderních příjmových standardů evropské společnosti. Ale opět, stejně jako tradiční sporty, v esportu chce mít každý lepší zařízení, myš, klávesnici, podložku, sluchátka, monitor a mikrofon. To vše umožňuje lepší ponoření do hry a má obrovský dopad na možný výkon profesionálního hráče a v některých případech má také mikro výhodu (například hodnota Hz monitoru ve střílečce z pohledu první osoby). Existuje obrovské množství modelů herních myší, které se liší tvarem, velikostí, počtem přídavných tlačítek, odolností proti opotřebení, cenou a kvalitou výroby. Totéž se děje s ostatními perifériemi, klávesnice mohou být membránové, mechanické, magnetické atd., kromě vzhledu mají různé principy fungování, technické vlastnosti, cenu, flexibilitu nastavení, velikosti, počet tlačítek (100 %, 80 %, 75 %, 65 %, 60 %, 40 %) a další parametry, které mohou také ovlivnit výsledky. Důležitost zvuku hraje velkou roli i u stříleček z pohledu první osoby, a tak jsou



kvalitní a pohodlná sluchátka nedílnou součástí výbavy profesionálního hráče. Na turnajích pořadatelé poskytují monitory a samotná zařízení (například počítače), jejichž počet snímků za sekundu se může lišit od domácího počítače, což má kromě nervozity a tlaku při soutěžích také vliv na hratelnost. Hráči nosí zbytek periferií, jako jsou myši, podložky pod myš a klávesnice, s sebou a používají je na turnajích. To vše přímo souvisí s ekonomickými schopnostmi země a regionu jako celku, protože přítomnost nebo absence dobrých počítačů a vynikajících periferií ovlivňuje jak vznik nových hráčů, tak zlepšení života stávajících profesionálních hráčů.

Za zmínku stojí, že LAN turnaje se odehrávají na jevišti stadionu před velkým počtem diváků, hluk a vibrace jsou nevyhnutelnou složkou profesionálního zápasu, což může ovlivnit pozitivně i negativně.

Analýza může poskytnout důležité informace pro podnikatele, investory, hráče a fanoušky. Klíčovými hráči v tomto odvětví jsou sponzoři, nadšenci esportu, profesionální hráči, streameri a profesionální herní vysílací studia, kteří hrají důležitou roli v jeho ekonomickém rozvoji. Je zde také zajímavý trend, z analýzy je známo, že 1/3 podíl příjmů v esportu pochází z reklamy a sponzoringu, lze si však všimnout, že kromě běžné reklamy herních zařízení v tomto odvětví se takoví giganti jako Mercedes a Audi se snaží vstoupit na trh, a co je důležitější, velký kus trhu dnes je obsazen sázkovými společnostmi, téměř všechny týmové dresy mají loga těchto společností, ale část příjmů, který tyto společnosti získaly, ne byly použity ve výpočtech prognóz, pouze nepřímo jako inzerenti.

Nakonec se můžeme zamyslet nad možnou budoucností trhu, esport v roce 2024 uznávají na státní úrovni pouze některé země, a to: Jižní Korea, Čína, Rusko, USA, Malajsie, Japonsko a Francie. Stejně tak velké množství zástupců na esportové aréně je právě z těchto zemí, stejně jako většina turnajů se koná na území těchto zemí, jedinou výjimkou jsou ostatní země Evropy, zde se pořádá obrovské množství turnajů, a tato část světa je domovem obrovského množství současných nejlepších hráčů na esportovní scéně. Jakmile se esport stane uznávaným v jiných částech planety, zvýší se podpora ze strany států, což bude mít také pozitivní dopad na vývoj trhu, a to jak globálně, tak lokálně.

Jedním z problémů esportu, konkrétně sledování e-sport turnajů, je, že vzhledem k počáteční složitosti her (vysoký vstupní práh, obrovské množství informací, změť herních mechanismů) a na rozdíl od tradičních sportů neustálé aktualizace hry vede k tomu, že náhodný divák nechápe, co se děje na monitoru, jak dobrý to byl herní moment, co se obecně děje v zápase, i když se jedná o hry stejného žánru, hráč Dota 2 málo rozumí tomu, co se děje ve hře League of Legends, cíle a herní mechanismy jsou podobné, ale ekonomika ve hře, postavy a jejich schopnosti se velmi liší. Aby se divák dobře orientoval, musí mít bohaté herní zkušenosti z minulosti této konkrétní hry a často ne více než pár let, i když v tomto případě budou základy jasné, ale některé věci již zůstávají mimo chápání. To vše vytváří obtíže, které zpomalují rozvoj trhu, který by se teoreticky již mohl vyrovnat tradičním sportům. Jedinými snadno srozumitelnými hrami pro náhodného diváka jsou střílečky z pohledu první osoby, zde obecně není těžké určit, jak dobře hráč střílí a pohybuje, nicméně při přidávání dalších mechanik, jako jsou schopnosti postavy, začnou vyvstávat další otázky.



# Seznam použité literatury

## Knihy:

1. **ARLT, Josef, ARLTOVÁ, Markéta a RUBLÍKOVÁ, Eva.** 2004. *Analýza ekonomických časových řad s příklady*. 2. Vyd. Praha: Oeconomica. ISBN 80-245-0777-3.
2. **BROCKWELL, P. J., & DAVIS, R. A.** 2009. *Time series: Theory and methods*. Springer. ISBN 978-1-4419-0319-8.
3. **COLLIS, William.** 2020. *The Book of Esports: The Definitive Guide to Competitive Video Games*. RosettaBooks. ISBN-13: 978-1948122573.
4. **GREGORY, Josh.** 2020. *Professional Esports Leagues*, Cherry Lake Publishing, ProQuest Ebook Central. Dostupné z: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cvut/detail.action?docID=6202610>.
5. **HANČLOVÁ, J., TVRDÝ, L.** 2003. *Úvod do analýzy časových řad*. VŠB – Technická univerzita Ostrava.
6. **HINDLS, Richard a HRONOVÁ, Stanislava a SEGER, Jan a FISCHER, Jakub.** 2006. *Statistika pro ekonomy*. Professional Publishing. ISBN 80-86946-16-9.
7. **LOH-HAGAN, Virginia.** 2021. *Video Games*. Ann Arbor: Cherry Lake Publishing. ISBN 1-5341-8135-0.
8. **SCHOLZ, T. M.** 2019. *eSports is business*. London, UK: Cham: Palgrave Pivot. ISBN 978-3-030-11198-4.
9. **STRÖH, Julian Heinz Anton.** 2017. *The eSports Market and eSports Sponsoring*. Tectum Verlag. ProQuest Ebook Central. Dostupné z: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=4804749>.
10. **ŠTĚDRŮŇ, Bohumír, PALÍŠKOVÁ, Marcela, SOUČEK, Zdeněk, DVOŘÁK, Antonín a TILINGER, Pavel.** 2019. *Prognostika*. V Praze: C.H. Beck. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-746-0.
11. **ŠTĚDRŮŇ, Bohumír.** 2012. *Prognostické metody a jejich aplikace*. V Praze: C.H. Beck. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7179-174-4.

## Články:

1. **BUŘITA, Ladislav.** 2003. Prognostické metody a jejich využití v resortu obrany. *Obrana a strategie*.
2. **BUYANOVA, Anastasia V. a Viktoriya KOZILINA,** 2017. Esports: the history of formation, current state and prospects of development. *Sociopolitical Sciences*. 1(5), 77-80. ISSN 2310-7065 (online).
3. **CARPENTER, Nicole.** 2016. Esports "God" Faker's new SK Telecom T1 contract estimated by insider to be worth \$2.5 million. *The Esport Observer* [online].



Dostupné z: <https://archive.esportsobserver.com/fakers-new-sk-telecom-t1-contract/>

4. **HALLMANN, Kirstin a GIEL, Thomas.** 2018. Competitive sports or recreational activity? *Sport Management Review*. Dostupné z: DOI: [10.1016/j.smr.2017.07.011](https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.07.011)
5. **KORDYAKA, Bastian & PUMPLUN, Luisa & BRUNNHOFER, Marlies & KRUSE, Björn & LAATO, Samuli.** 2023. Gender disparities in esports – An explanatory mixed-methods approach. *Computers in Human Behavior*. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107956>
6. **LEDNEV, V.A. a SOLNTSEV, I.V.** 2021. ENTREPRENEURSHIP IN SPORTS INDUSTRY: DIRECTIONS, INNOVATIONS AND SUPPORT. *Strategic decisions and risk management*;12(3):252-261. ISSN 2618-947X (Print) 2618-9984 (Online). Dostupné z: DOI: <https://doi.org/10.17747/2618-947X-2021-3-252-261>
7. **SOLNTSEV, Ilia V.** 2018. ECONOMICS OF CYBERSPORT. *Innovations*. **5**(235), str. 62-67. ISSN 2071-3010.
8. **SOLODNIKOV, V.V. a TIMOFEEVA, V.I.** 2020. ESports in Russia as a Marketing Object and Social Phenomenon. *Sociologicheskaja nauka i social'naja praktika*. Vol. 8. No. 1. str. 167-187. Dostupné z: DOI: <https://doi.org/10.19181/snsp.2020.8.1.7102>
9. **WERDER, Karl.** 2022. Esport. *Bus Inf Syst Eng* **64**, str. 393–399. Dostupné z: DOI: <https://doi.org/10.1007/s12599-022-00748-w>

Elektronické zdroje:

1. **CADPA.** 2023. Dostupné z: <http://m.cadpa.org.cn/3271/202302/41576.html>
2. **CLEMENT, J.** 2021. *Number of monthly active users on gaming platform Steam worldwide from 2017 to 2020* [online]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/733277/number-stream-dau-mau/>
3. **DATAREPORTAL.** 2024. Dostupné z: <https://datareportal.com/>
4. **DELOITTE.** 2024. Dostupné z: <https://www2.deloitte.com/cz/cs.html>
5. **DELOITTE.** 2022. *Let's Play! 2022: Esport a gaming v Česku* [online]. Dostupné z: <https://www2.deloitte.com/cz/cs/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/lets-play.html>
6. **DELOITTE.** 2022. *The European esports market: Let's Play! 2022* [online]. Dostupné z: <https://www2.deloitte.com/de/de/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/european-esports-market.html>
7. **DOTA 2.** 2023. [online]. Dostupné z: <https://www.dota2.com/home>
8. **ESA.** 2021. *Essential Facts About the Video Game Industry*. Dostupné z: <https://www.theesa.com/resource/2021-essential-facts-about-the-video-game-industry/>



9. **ESCHARTS**. 2024. Dostupné z: <https://escharts.com/>.
10. **ESPORTSEARNINGS**. 2024. Dostupné z: <https://www.esportsearnings.com/>.
11. **GOUGH, Christina**. 2022. *eSports audience size worldwide from 2020 to 2025, by type of viewers (in millions)* [online]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/490480/global-esports-audience-size-viewer-type/>.
12. **LIQUIPEDIA**. 2024. Dostupné z: <https://liquipedia.net/>.
13. **NEWZOO**. 2024. Dostupné z: <https://newzoo.com/>.
14. **NEWZOO**. 2024. *Newzoo's games market revenue estimates and forecasts by region and segment for 2023* [online]. Dostupné z: <https://newzoo.com/resources/blog/games-market-estimates-and-forecasts-2023>.
15. **STATISTA**. 2023. *Esport – Europe* [online]. Dostupné z: <https://www.statista.com/outlook/amo/esports/europe>.
16. **STATISTA**. 2024. Dostupné z: <https://www.statista.com/>.
17. **STOPGAME**. 2021. *Historie videoher*. Dostupné z: [https://stopgame.ru/blogs/topic/109336/istoriya\\_\\_videoigr\\_\\_chast\\_\\_1](https://stopgame.ru/blogs/topic/109336/istoriya__videoigr__chast__1).
18. **TECHNOPEDIA**. 2024. *70+ Video Game Statistics You Need to Know in 2024: Market Growth, Emerging Trends, and More*. Dostupné z: <https://www.techopedia.com/video-game-statistics>.
19. **TWITCHTRACKER**. 2024. Dostupné z: <https://twitchtracker.com/statistics>.
20. **VISUALCAPITALIST**. 2023. *50 Years of Video Game Industry Revenues, by Platform*. Dostupné z: <https://www.visualcapitalist.com/video-game-industry-revenues-by-platform/>.
21. **WORLD BANK**. 2024. Dostupné z: <https://data.worldbank.org/>.
22. **YELLOWBRICK**. 2023. *The Evolution of Esports Broadcasting*. Dostupné z: <https://www.yellowbrick.co/blog/sports/the-evolution-of-esports-broadcasting/>.
23. **YUGOV**. 2024. Dostupné z: <https://business.yougov.com/>.



# Seznam obrázků

Obrázek 1 : Globální herní trh podle typu platformy za rok 2023.....	18
Obrázek 2: Globální herní trh podle regionů za rok 2023.....	19
Obrázek 3: Nejlepší veřejné společnosti podle velikosti tržeb v miliardách dolarů.....	20
Obrázek 4: Vývoj globálního trhu videoher.....	39
Obrázek 5: Prognóza vývoje globálního videoherního trhu do roku 2030.....	40
Obrázek 6: Roční počet obchodů s videoherním průmyslem po celém světě 2020-2023, podle typu.....	40
Obrázek 7: Prognóza globálního videoherního trhu v období 2017-2030.....	41
Obrázek 8: Prognóza vývoje počtu hráčů videoher po celém světě v období 2015-2030.....	41
Obrázek 9: Vývoj počtu sledovaných hodin na twitch.tv.....	42
Obrázek 10: Čistý příjem generovaný Activision Blizzard od roku 2013 do roku 2022.....	43
Obrázek 11: Čistý příjem generovaný Electronic Arts od roku 2013 do roku 2023.....	44
Obrázek 12: Roční tržby z her Tencent 2022, podle regionu.....	45
Obrázek 13: Tržby z esportového trhu po celém světě v období 2017-2022.....	46
Obrázek 14: Prognóza vývoje tržeb globálního esportového trhu do roku 2030 (dolní a horní hranice spolehlivosti).....	47
Obrázek 15: Prognóza vývoje tržeb globálního esportového trhu do roku 2030 (regresní metoda).....	47
Obrázek 16: Celkové prize money trhu esportu v období 2015-2023.....	48
Obrázek 17: Celkový počet turnajů v období 2015-2023.....	49
Obrázek 18: Prognóza vývoje průměrného turnajového prize poolu v období 2017-2030.....	50
Obrázek 19: Vývoj prize money podle jednotlivých her.....	50
Obrázek 20: Vývoj počtu diváků podle jednotlivých her.....	51
Obrázek 21: Počet turnajů podle jednotlivých her.....	52
Obrázek 22: Prognóza vývoje počtu turnajů v období 2017-2030.....	52
Obrázek 23: Velikost publika esportu po celém světě v období 2017-2022 podle typu diváků.....	53
Obrázek 24: Prognóza podílu nadšenců esportu na celkové sledovatelnosti esportu.....	54
Obrázek 25: Globální distribuce fanoušků esportu podle regionů.....	54
Obrázek 26: Distribuce příjmů z videoher na mapě světa označené sytostí barev v roce 2023.....	56
Obrázek 27: Globální srovnání příjmů z trhu videoher podle 4 teritorií v období 2017-2023.....	56
Obrázek 28: Podíl všech peněz vyhraných profesionálními hráči rozdělený podle země původu hráče v roce 2023.....	57
Obrázek 29: Podíl globálních uživatelů internetu podle regionů v lednu roku 2023.....	58
Obrázek 30: Počet pořádaných tier 1 a tier S turnajů Big Five, podle vybraných teritorií v období 2016-2023.....	59
Obrázek 31: Prognóza vývoje velikosti tržeb esportu v Číně do roku 2030.....	60
Obrázek 32: Prognóza vývoje počtu obyvatele v Číně do roku 2030.....	60
Obrázek 33: Podíl uživatelů esportu v Číně v roce 2022 podle věkových skupin.....	61
Obrázek 34: Podíl publika esportu v Číně v roce 2022 podle pohlaví.....	62
Obrázek 35: Prognóza HDP na obyvatele v paritě kupní síly (PPP) v Číně do roku 2030.....	62
Obrázek 36: Prognóza počtu profesionálních hráčů v Číně do roku 2030.....	63
Obrázek 37: Prognóza vývoje velikosti tržeb esportu v USA do roku 2030.....	64
Obrázek 38: Prognóza vývoje počtu obyvatele v Číně do roku 2030.....	64
Obrázek 39: Distribuce hráčů videoher ve Spojených státech od roku 2006 do roku 2023 podle pohlaví.....	65



Obrázek 40: Podíl diváků esportu ve Spojených státech v roce 2022 podle pohlaví.....	65
Obrázek 41: Podíl fanoušků esportu v USA v roce 2022 podle věkových skupin.....	66
Obrázek 42: Prognóza HDP na obyvatele v paritě kupní síly (PPP) v USA do roku 2030....	66
Obrázek 43: Prognóza počtu profesionálních hráčů v USA do roku 2030.....	67
Obrázek 44: Prognóza vývoje velikosti tržeb esportu v Evropě do roku 2030. ....	67
Obrázek 45: Prognóza vývoje počtu obyvatele v Evropě do roku 2030.....	68
Obrázek 46: Podíl publika esportu v Evropě k červnu 2022 podle pohlaví. ....	69
Obrázek 47: Podíl fanoušků esportu v Evropě v roce 2022 podle věkových skupin.....	69
Obrázek 48: Prognóza HDP na obyvatele v paritě kupní síly (PPP) v Evropě do roku 2030. .....	70
Obrázek 49: Prognóza počtu profesionálních hráčů v Evropě do roku 2030.....	70
Obrázek 50: Prognóza vývoje velikosti tržeb esportu ve zbytku světa do roku 2030.....	71
Obrázek 51: Prognóza vývoje počtu obyvatele ve zbytku světa do roku 2030. ....	71
Obrázek 52: Prognóza HDP na obyvatele v paritě kupní síly (PPP) ve zbytku světa do roku 2030.....	72
Obrázek 53: Prognóza počtu profesionálních hráčů ve zbytku světa do roku 2030. ....	73



# Seznam tabulek

Tabulka 1: Nejvyšší celkové týmové výdělky z turnajů, všechny hry.....	24
Tabulka 2: Nejlepší hry podle velikosti finanční odměny.....	25
Tabulka 3: Všechny tier 1 turnaje Dota 2 v roce 2023.....	27
Tabulka 4: Esport statistika v období 2015-2023. ....	48
Tabulka 5: Největší nepřipojená populace v lednu roku 2023.....	58