

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Уханова І.О.

“ ____ ” _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини
за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини»

**НА ТЕМУ: «ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ
ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІЗ ПРОДАЖУ
ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В IGAMING (НА ПРИКЛАДІ
EVERYMATRIX S.R.L.)»**

Виконавець:

студентка ФМЕ, гр. 43

Пустомельник Валерія Андріївна


/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

Заєць Микола Артемович

/підпис/

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ПРОДАЖІВ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	7
1.1 Поняття зовнішньоторговельної діяльності підприємства.....	7
1.2. Особливості зовнішньоторговельної діяльності у сфері продажів програмного забезпечення	14
1.3. Фактори розвитку зовнішньої торгівлі в індустрії iGaming	22
Висновки до розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З ПРОДАЖУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ IGAMING EVERYMATRIX SRL IGAMING	28
2.1 Організаційно-економічна характеристика EveryMatrix SRL як суб'єкта зовнішньоторговельної діяльності	28
2.2. Аналіз особливостей організації зовнішньоторговельної діяльності з продажу програмного забезпечення iGaming EveryMatrix SRL	37
2.3. Фактори, що впливають на діяльність зовнішньоторговельної діяльності EveryMatrix SRL	47
Висновки до розділу 2	52
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІЗ ПРОДАЖУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В IGAMING EVERYMATRIX S.R.L.....	56
3.1. Напрямки географічної диверсифікації діяльності	53
3.2. Напрямки підвищення інтенсивності продажів.....	60
3.3 Можливості удосконалення процесів.	65
Висновки до розділу 3.....	74
Висновки	72
Список використаних джерел:	77
Додатки:	84

ВСТУП

Актуальність кваліфікаційної роботи. Інформаційні технології є однією із найбільш розвинутих галузей економіки багатьох країн, причому особливо швидкими темпами розвиваються індустрія і ринок програмного забезпечення. Значну частку в цьому секторі займає розробка програмного забезпечення на замовлення та експорт готових продуктів або аутсорсинг програмного забезпечення.

За статистичними даними, інформаційні технології та програмне забезпечення посідають третє місце за рівнем експортних валютних надходжень, поступаючись таким сферам, як агробізнес та металургія. Технології все більше поширюються на різні галузі, адже вони дозволяють автоматизувати виробничі процеси, підвищити продуктивність, знизити витрати та загалом збільшити ефективність бізнесу. Інформаційні технології провідними країнами світу використовуються в різних галузях національної економіки.

Наразі, особливу увагу привертає організація зовнішньоторговельної діяльності із продажу програмного забезпечення. Правильна та ефективна організація цієї діяльності сприятиме стабільному зростанню доходів країни від експортних операцій та посилюватиме частку країни на зовнішньому ринку ІТ-послуг.

Зважаючи на швидке зростання ринку ІТ, включно із розробкою програмного забезпечення, навіть в умовах війни, цей сектор залишається перспективним для розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Вивчення досвіду світових компаній, які успішно здійснюють експорт ПЗ, є важливим для створення стратегій, що дозволять ефективно інтегрувати український ІТ-сектор у глобальний ринок.

Дослідженню питань експорту програмного забезпечення та його організації присвячено праці багатьох вчених науковців, серед них: Омельченко

А. В. [1], Колешня Я. О. [2], Літошенко А. В. [3], Самоходський І. [4], Янчук Ю. [5], Тищенко Ю.Ю. [6], Нікіфорова Л. О. [7], Мешко Н.П. [8], Тернова І.А. [9] та ін.

Значна частина питань можливих перспектив розвитку організації зовнішньоторговельної діяльності із продажу програмного забезпечення українських ІТ-компаній залишається актуальною і потребує подальших досліджень через швидкі зміни на світовому ринку та появу нових лідерів.

Метою кваліфікаційної роботи бакалавра є дослідження особливостей організації зовнішньоторговельної діяльності із продажу програмного забезпечення в iGaming (на прикладі EveryMatrix S.R.L.) та пошуку шляхів її удосконалення.

Для досягнення поставленої мети необхідним є виконання низки **завдань**:

- дослідити поняття зовнішньоторговельної діяльності підприємства;
- узагальнити особливості зовнішньоторговельної діяльності у сфері продажів програмного забезпечення;
- дослідити фактори розвитку зовнішньої торгівлі в індустрії iGaming;
- надати організаційно-економічну характеристику EveryMatrix S.R.L. як суб'єкту зовнішньоторговельної діяльності;
- проаналізувати особливості організації зовнішньоторговельної діяльності із продажу програмного забезпечення iGaming EveryMatrix S.R.L.;
- проаналізувати чинники, що впливають на діяльність зовнішньоторговельну діяльність EveryMatrix S.R.L.;
- сформулювати пропозиції з удосконалення зовнішньоторговельної діяльності із продажу програмного забезпечення iGaming EveryMatrix S.R.L.

Об'єктом дослідження є зовнішньоторговельна діяльність EveryMatrix S.R.L. із продажу програмного забезпечення в iGaming.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні підходи до удосконалення зовнішньоторговельної діяльності EveryMatrix S.R.L. із продажу програмного забезпечення в iGaming.

Для досягнення визначеної мети та поставлених завдань у кваліфікаційній роботі використано сукупність загальнонаукових та спеціальних **методів дослідження**, а саме: теоретичного узагальнення та системного підходу – для узагальнення та дослідження поняття «зовнішньоторговельна діяльність», «графічного аналізу – для систематизації результатів у вигляді діаграм географічної структури імпорту EveryMatrix S.R.L

Інформаційною базою дослідження слугували: законодавчі акти у сфері регулювання та здійснення зовнішньоекономічної діяльності, Інтернет–джерела, офіційні сайти підприємств ІТ–сфери, статистичні дані міжнародних економічних організацій, науково–періодична література в контексті проблем організації зовнішньоторговельної діяльності із продажу програмного забезпечення в iGaming.

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано тези:

Заєць М.А., Пустомельник В.А. РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ПРОГРАМНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ. Збірка наукових робіт кафедри МЕВ Одеського національного економічного університету «World economy and International economic relation». Одеса. 2024 (у друці).

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (60 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 88 сторінок. Основний зміст викладено на 80 сторінках. Робота містить 13 таблиць, 23 рисунки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ПРОДАЖІВ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1.1 Поняття зовнішньоторговельної діяльності підприємства

Економічні взаємозв'язки світового господарства як єдиної системи ґрунтуються на розвитку міжнародних економічних відносин, які є матеріальною основою мирного співіснування, спілкування і взаємопереплетення інтересів різних держав. Зовнішні економічні відносини (ЗЕВ) – це система відносин, що виникають між суб'єктами з різних країн із приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання товарів, послуг, капіталу, технологій в умовах обмеженості ресурсів й міжнародного поділу праці в рамках світового господарства. Вони являють внутрішню організацію світового господарства, законів його розвитку та функціонування, притаманних як світовому господарству загалом, так і окремим формам МЕВ [67].

Сучасні зовнішньоекономічні відносини є системою економічних зв'язків, які характеризуються:

- виходом за межі національних господарств;
- взаємодією фізичних і юридичних осіб, держав і міжнародних організацій;
- визначеністю форм;
- різними рівнями глибини існування, функціонування, здійснення.

У зв'язку із сферою розповсюдження дії зовнішніх економічних відносин, їх поділяють на три основні рівні: мікрорівень, макрорівень та наднаціональний рівень (табл. 1.1)

Таблиця 1.1.

Рівні системи МЕВ

Рівень	Характеристика
Мікрорівень	міжнародні зв'язки, які здійснюють окремі громадяни, підприємства чи фірми через проведення зовнішньоекономічних операцій.
Макрорівень	розташовані безпосередньо державні та міждержавні міжнародні процеси національного господарства, які здійснюють і регулюють зовнішньоекономічну діяльність
Наднаціональний рівень	сукупність міжнародних зв'язків галузевого чи регіонального значення.

Джерело: сформовано на основі [34]

У сучасному світі однією з основних рушійних сил економічного розвитку виступає зовнішня торгівля, яка є сферою міжнародних економічних відносин і являє собою сукупність зовнішньої торгівлі товарами, послугами, продукцією інтелектуальної праці всіх країн світу.

Міжнародна торгівля — це первинна форма міжнародних економічних зв'язків, що являє собою обмін товарами, послугами між державно оформленими національними господарствами, тобто між державами [53].

Для національного господарства участь у міжнародній торгівлі набуває форми зовнішньої торгівлі. Зовнішня торгівля — це торгівля однієї країни з іншими, яка передбачає оплачуване вивезення (експорт) та ввезення (імпорт) товарів і послуг. У своїй сукупності зовнішня торгівля різних країн утворює міжнародну торгівлю, яка до того ж є складною соціальноекономічною категорією, її можна розглядати з двох позицій — операційної та державно-політичної (рис.1.1) [36].

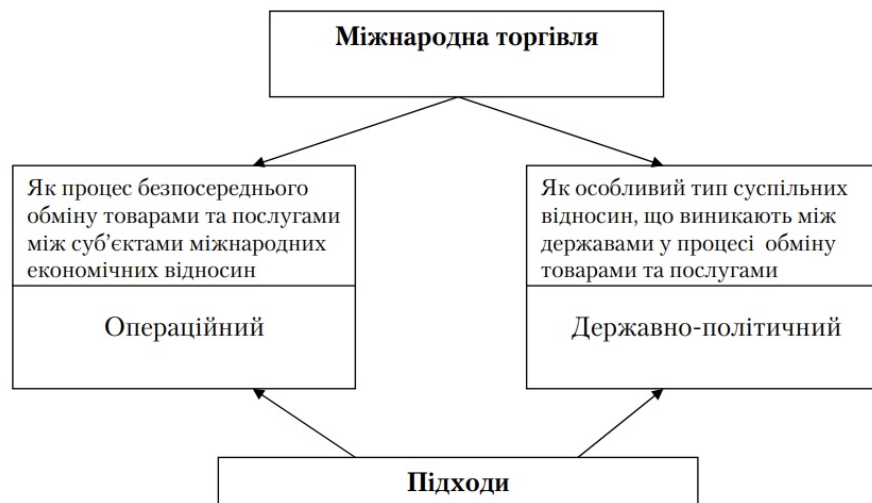


Рис. 1.1. Підходи до трактування категорії «міжнародна торгівля»

Джерело: [53]

Зовнішньоторговельна діяльність є важливою складовою товарного обігу, зовнішньоекономічної діяльності, економічної та зовнішньої безпеки держави.

Як відомо, зовнішньоторговельна діяльність - діяльність по складанню домовленості у сфері зовнішньої торгівлі товарами, послугами, інтелектуальною власністю та інформацією. До зовнішньої торгівлі товарами відноситься імпорт і (або) експорт товарів [52].

В процесі нашого дослідження ми виявили, що в національному законодавстві України відсутнє визначення поняття «зовнішньоторговельна діяльність». В законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» термін «зовнішньоекономічна діяльність» розглядається як «діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами» [55].

У ст. 82 Митного кодексу України зазначено, що експорт (остаточне вивезення) – це митний режим, відповідно до якого українські товари випускаються для вільного обігу за межами митної території України без зобов'язань щодо їх зворотного ввезення [44].

Цікавою є думка Міхеєвої О.Г., яка зазначає, що «зовнішньоторговельна діяльність – це будьякі операції, що передбачають передачу права власності на товари та/або послуги та передбачають перетин ними митного кордону держави» [45].

Експортні та імпорتنі операції є складовими частинами зовнішньоекономічної діяльності країни. Тому вважаємо за доцільне, провести аналіз сутності понять «експорт» та «імпорт».

Термін «імпорт» широко використовується в економічній та правовій теорії та практиці. У найпростішому варіанті під імпортом розуміється ввезення країною іноземних товарів, послуг, капіталів. Імпорт (від лат. *importare* – ввозити) – ввезення товарів, робіт, послуг, результатів інтелектуальної діяльності, в тому числі виключних прав на них, на митну територію країни з-за кордону без зобов'язання про зворотній вивіз [62]. Цікавим є визначення дефініції «імпорт» В.Є. Новицького, який визначає імпорт як завезення на територію країни товарної маси за відповідно оформленою купівельною операцією із іншої країни для продажу і споживання продукції на теренах країни-імпортера» [47]. На думку К. Решетняка імпортом є ввезення на територію імпортуєчої країни продукції, що виготовлена або підлягає реалізації на території країни-контрагента з метою її використання чи перепродажу» [57]. Відповідно до ст. 1 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», імпорт (імпорт товарів) – це купівля (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів з ввезенням або без ввезення цих товарів на територію України,

включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами [55].

На думку Циганкової Т.М., експорт (від. лат. *exportare* – вивозити) – вивіз товарів, робіт, послуг, результатів інтелектуальної діяльності, в тому числі виключних прав на них, з митної території країни за кордон без зобов'язання їх зворотного ввозу.

Омельченко зазначає, що експорт - це продаж товарів та послуг, вироблених в одній країні, іншим країнам з метою отримання економічної вигоди. Він є важливою складовою зовнішньоекономічної діяльності, що сприяє розвитку національної економіки, збільшенню валютних надходжень та покращенню міжнародних торгових відносин.

Зовнішня торгівля, як особлива сфера міжнародної економіки має ряд специфічних рис, які відрізняють її від внутрішньонаціональної торгівлі: урядове регулювання міжнародної торгівлі; самостійна національна економічна політика; соціально-культурні відмінності країн; фінансові та комерційні ризики. Кожна країна функціонує в своїй правовому середовищі. Її уряд активно втручається і піддає жорсткому контролю зовнішньоторговельні відносини і, пов'язані з торговими операціями, валютно-фінансові відносини. Значення міжнародної торгівлі в системі міжнародної економіки обумовлено тим, що в її основі лежать важливі чинники і доцільність міжнародного обміну товарами і послугами.

До факторів та переваг, які зумовлюють необхідність міжнародної торгівлі, відносяться (Рис.1.1):

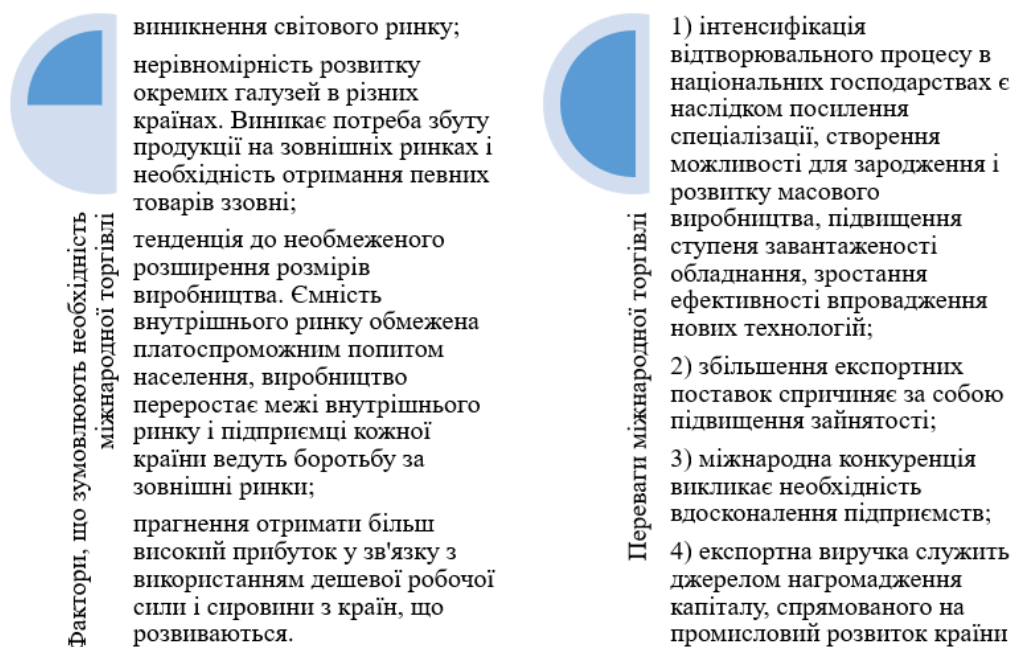


Рис.1.1. Фактори розвитку міжнародної торгівлі та переваги від її здійснення

Джерело: складено за [38].

Розвиток міжнародної торгівлі не тільки забезпечує зростання ВВП країни та рентабельності вітчизняних товаровиробників, а й відображає ставлення міжнародної спільноти до якості вітчизняної продукції та її статус у світовому товарообігу та послугах. виробники продукції та загальна економічна конкурентоспроможність. Зовнішня торгівля є джерелом грошового забезпечення національної економіки та одним із ключових напрямків економічного розвитку [35].

Розвиток міжнародної торгівлі має важливе значення не тільки для економіки країни загалом, але й для окремих підприємств. Для підприємств, які займаються зовнішньою торгівлею, вона забезпечує ряд вагомих переваг. Міжнародна торгівля відкриває доступ до нових ринків, дозволяючи підприємствам збільшувати обсяги продажів і зменшувати залежність від внутрішнього ринку. Вихід на міжнародні ринки змушує підприємства

підвищувати якість своєї продукції, впроваджувати новітні технології та стандарти, що підвищує їхню конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Міжнародна торгівля дозволяє підприємствам знаходити постачальників сировини та компонентів за вигіднішими цінами, знижуючи виробничі витрати та підвищуючи рентабельність. Вихід на міжнародні ринки дозволяє підприємствам диверсифікувати ризики, пов'язані з економічною нестабільністю та змінами попиту на внутрішньому ринку.

Міжнародна торгівля сприяє обміну досвідом, технологіями та інноваціями між країнами, що стимулює підприємства до впровадження новітніх розробок і підвищення продуктивності. Успішна діяльність на міжнародних ринках підвищує репутацію підприємства, зміцнює його бренд і сприяє залученню нових клієнтів та партнерів. Таким чином, міжнародна торгівля є важливим інструментом розвитку для підприємств, забезпечуючи їм доступ до нових ринків, підвищення конкурентоспроможності, оптимізацію витрат, диверсифікацію ризиків, розвиток інновацій та зміцнення бренду.

Отже, можна констатувати, що зовнішньоторговельна діяльність являє собою комплекс системоутворюючих факторів, покладених в основу єдиного технологічного процесу виробництва і реалізації експортної продукції у відповідності з обраною суб'єктом господарювання зовнішньоекономічною стратегією, а також формами і методами роботи на зарубіжних ринках.

Проаналізувавши дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених, спробуємо дати узагальнююче визначення сутності експорту та імпорту. Вважаємо, експорт – це вивезення вітчизняних товарів на закордонні ринки, через митний кордон держави, з метою їх реалізації. Під імпортом пропонуємо розуміти процес купівлі українськими суб'єктами господарювання товарів, які вироблені на території іноземних суб'єктів.

Підсумувавши, можна зазначити, що експорт – це вивезення вітчизняних товарів на закордонні ринки, через митний кордон держави, з метою їх реалізації. Під імпортом пропонуємо розуміти процес купівлі українськими суб'єктами господарювання товарів, які вироблені на території іноземних суб'єктів.

Зовнішньоторговельну діяльність підприємства можна визначити як сукупність економічних, організаційних та правових заходів, спрямованих на здійснення операцій з купівлі-продажу товарів, послуг та технологій між суб'єктами господарювання різних країн, з метою задоволення потреб внутрішнього та зовнішнього ринків, підвищення конкурентоспроможності підприємства, оптимізації витрат та збільшення прибутковості.

1.2. Особливості зовнішньоторговельної діяльності у сфері продажів програмного забезпечення

Зовнішня торгівля програмним забезпеченням належить до сфери міжнародної торгівлі послугами, тому її чинники та особливості слід розглядати саме в цьому контексті. Торгівля послугами на міжнародному рівні має певні відмінності порівняно із традиційною торгівлею товарами:

На відміну від товарів, послуги продукуються і споживаються майже одночасно, і їх результати не можуть бути збережені або повернені. Через це у сфері послуг посередницька діяльність поширена менше.

Торгівля послугами завжди взаємопов'язана з торгівлею товарами, які суттєво впливають на неї. Постачання товару на ринок супроводжується різноманітними супутніми послугами – від аналізу ринків збуту до технічного обслуговування реалізованої продукції. Таким чином, торгівля послугами пов'язана як із рухом капіталу, так і з рухом робочої сили.

Сфера послуг зазвичай більше захищена державою від зовнішньої конкуренції, ніж сфера виробництва товарів. Більше того, галузі, такі як наука,

зв'язок, транспорт, освіта та охорона здоров'я, у багатьох країнах знаходяться або в повній, або частковій державній власності або під певним контролем держави.

Послуги, на відміну від товарів, здебільшого придатні для повного залучення у сферу міжнародної торгівлі.

Зростання міжнародної торгівлі послугами підсилює потребу в її міжнародному регулюванні, яке відбувається в різних формах. По-перше, у вигляді двосторонніх угод, як галузевих (наприклад, транспорт), так і торгово-економічних. По-друге, у вигляді багатостороннього регулювання в межах інтеграційних угруповань. По-третє, в рамках міжнародних організацій.

Цифрова економіка сьогодні пронизує підприємництво в усіх сферах економічної та господарської діяльності, не тільки в інформаційних секторах та телекомунікаційному просторі, але й у всіх базових промислових галузях, будівництві, сільському господарстві тощо. Вона охоплює всі сектори: державні та приватні; матеріальні, невиробничі та фінансові; сектори переробки та сфери надання послуг. Сьогодні цифрові тренди визначають розвиток суто цифрових технологій.

Ключовими об'єктами цифрових трендів сьогодення вважаються :

- інформаційні дані, що є джерелом формування конкурентоспроможності; – internet of things (IoT);
- цифрові процеси трансформації як окремих видів підприємництва, так і цілих підприємницьких секторів;
- sharing economy;
- повна віртуалізація усіх інфраструктурних ІТ-систем; – artificial intelligence (AI);
- формування та використання цифрових платформ.

Для розповсюдження програмної продукції часто використовуються ліцензійні та субліцензійні договори, договори поставки примірників

комп'ютерних програм, договори про надання інформаційних послуг, агентські договори тощо.

Для успішної реалізації програмного забезпечення необхідно розуміти різницю між найпоширенішими договорами, які використовуються для дистрибуції комп'ютерних програм та баз даних: ліцензійним договором та договором поставки.

Різниця між цими договорами полягає в предметі договору. За договором поставки користувачу передається у власність екземпляр програми.

Предметом ліцензійного договору є надання прав на використання комп'ютерної програми. В ліцензійному договорі важливо визначити, які права надаються ліцензіату, способи використання програмного продукту, територію та строк, на які надаються права. Тобто, об'єктом реалізації в даному випадку є право, а не річ.

У схемі дистрибуції програмного забезпечення також широко використовується субліцензування.

Різниця між ліцензійним та субліцензійним договором полягає в суб'єктному складі. У ліцензійному договорі ліцензіаром є безпосередньо правовласник об'єкту ліцензії, а в субліцензійному договорі – особа, яка раніше отримала право використання цього об'єкту за ліцензійним договором. В субліцензійному договорі обсяг наданих прав обмежений рамками ліцензійного договору, оскільки не можна передати більше прав, ніж маєш сам. Для укладення субліцензійного договору потрібна згода правовласника.

У процесі розповсюдження програмного забезпечення також використовуються агентські договори. Метою таких договорів є просування на ринку певного продукту. Предметом такого договору, як правило, є надання послуг з пошуку клієнтів, розповсюдження інформації про продукцію, повідомлення унікальних кодів ідентифікації тощо.

Іноді зустрічаються договори про надання інформаційних послуг, які мають посередницький характер. Згідно з ними, користувачу програмного забезпечення надається код доступу, необхідний для роботи з програмою. Користування програмою відбувається на основі ліцензії, з якою він повинен погодитись.

Під час вибору схеми розповсюдження програмної продукції завжди необхідно враховувати вимоги законодавства держави про інтелектуальну власність, на території якої програми будуть розповсюджуватися, а також вимоги податкового законодавства.

Надалі розглянемо основні тенденції розвитку зовнішньоторговельної діяльності в галузі програмного забезпечення. Програмне забезпечення є комплексом програм/програмних документів, які, з використанням ПК, забезпечують реалізацію різних задач. По мірі свого розвитку світовий ринок ІТ-послуг набуває все більшої географічну диференціацію. З кожним роком все більше країн втягується в процес надання ІТ-послуг, а для деяких учасників ринку ця галузь вже встигла стати галуззю спеціалізації країни в світовому господарстві. Технології постійно розвиваються та вдосконалюються, сучасний світ активно переходить в режим онлайн, пристосовуючись до нових реалій [32].

Головною особливістю експорту програмного забезпечення є те, що через майже безмежні можливості світової мережі Інтернет світові ІТ-компанії витрачають порівняно малі кошти на фізичне виготовлення продукції. Тому витрати компанії значно зменшуються, а прибутки зазвичай більше ніж у подібних компаній, що реалізують продукцією в такому ж ціновому сегменті, але вимушені виготовляти її за власні кошти.

Поряд з тим, абсолютна частка проданої продукції не має фізичної форми, програма існує тільки в електронному вигляді і розміщується на сайті-магазині компанії. Як результат, зразу відпадають видатки на транспортування партій товару в місця продажу або доставки покупки прямо в руки клієнта [50].

Розглянемо стан сучасного ринку програмного забезпечення. За даними дослідження Gartner, обсяг європейського ринку ІТ-товарів у 2023 році склав 1,4 трильйона доларів США. Це на 6,5% більше, ніж 2022 року. Зростання ринку зумовлене зростанням попиту на ІТ-обладнання, програмне забезпечення та послуги в різних галузях економіки, включно з охороною здоров'я, освітою, виробництвом і торгівлею. У структурі європейського ринку ІТ-товарів найбільшу частку займає програмне забезпечення, на яке припадає близько 50% ринку. Далі йдуть ІТ-обладнання (25%) і послуги (25%) [48]. (рис 1.2).

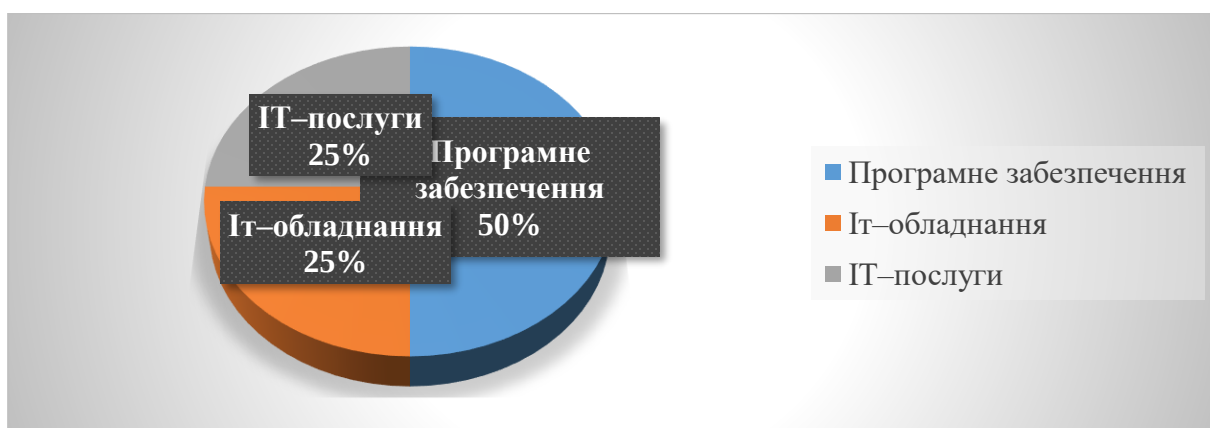


Рис. 1.2 Структура європейського ринку ІТ-товарів у 2023 році, %

Джерело: [48]

Лідерами європейського ринку програмного забезпечення є такі країни (рис. 1.3) як: Німеччина (30%), Велика Британія (20%), Франція (15%), Італія (10%), Іспанія (5%).

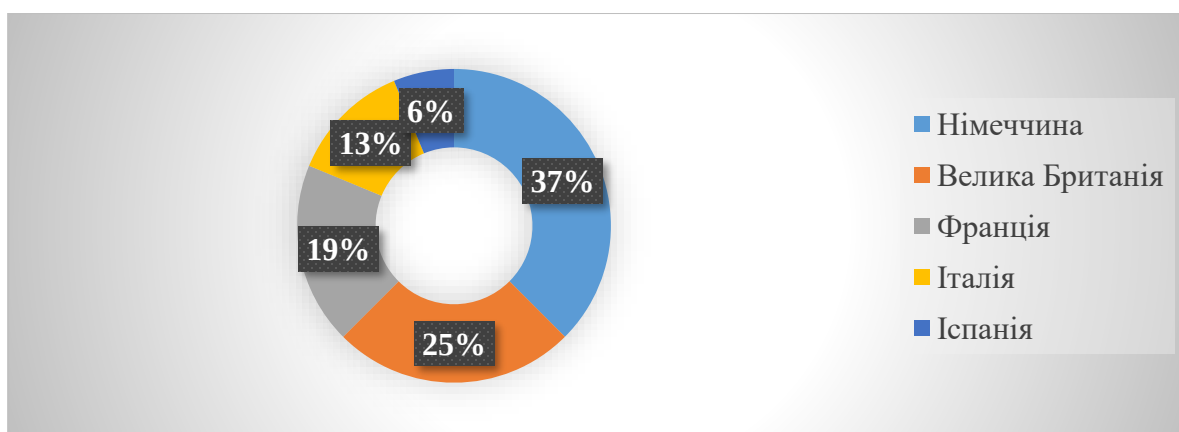


Рис. 1.3. Лідери європейського ринку програмного забезпечення у 2023 році, %

Джерело: [48]

Очікується, що зростання європейського ринку програмного забезпечення збережеться і в найближчі роки. За прогнозами Gartner, обсяг ринку 2024 року становитиме 1,5 трильйона доларів США.

Ринок розробки програмного забезпечення займає провідне місце і в Україні. Наші IT-фахівці є затребуваними не лише у вітчизняній, але й у світовій економіці. Головними замовниками українських IT послуг є Сполучені Штати. Американські компанії купують близько 81% програмного забезпечення, яке виробляється в Україні. Останніми роками британські та німецькі компанії збільшили аутсорсинг українського програмного забезпечення. Експерти прогнозують, що замовлень від іноземних компаній буде ще більше. Головні аргументи - висока якість українського продукту, дешевизна у порівнянні з місцевими виробниками, а також географічна та культурна наближеність [56].

Представники галузі говорять, для того щоб зростав попит, потрібно рекламувати власний продукт, і якщо для роботи з невеликими іноземними компаніями достатньо хороших рекомендацій та позитивного іміджу українського партнера, то великі корпорації хочуть мати гарантії стабільної державної політики у цьому секторі. За словами експертів, для представників іноземних компанії важливе ставлення української влади до цього сегмента

економіки, і те, на скільки вони свідомі проблем і готові їх вирішувати. На сьогодні, ключовими проблемами називають бюрократичні бар'єри співпраці та корупцію.

У 2022 році ІТ стала єдиною галуззю в Україні, що зростала попри війну: асоціація IT Ukraine зазначила, що частка програмного забезпечення в експорті становить майже половину (47%), а сама галузь нараховує майже 309 тисяч фахівців. У 2023 найм ІТ-фахівців зменшився на 13%, але компанії продовжують залучати спеціалістів

Обсяг експорту програмного забезпечення в Україні зростає щороку. Але у 2022-му зростання становило лише 5,9%. Від 2001 до 2009 року експорт швидко збільшувався — приблизно на 40% щороку. Зростання сповільнилося лише у кризовий 2009 рік (+8%), а також через початок війни з росією (+16% у 2014-му та +11% у 2015-му). Проте з 2016 року темпи зростання в ІТ знову пришвидшилися і сягнули 30% у 2019-му. Їх дещо зменшила пандемія COVID-19 — зростання становило 20% за 2020 рік. У 2021 році зафіксували рекордне зростання обсягу експорту програмного забезпечення за останні 10 років — +38%. Попри повномасштабну війну, обсяг українського експорту програмного забезпечення постійно збільшувався, а торік сягнув \$7,3 млрд (рис. 1.4) [54].

Отже, найбільше зростання спостерігалось у 2013 році, коли приріст склав 37,9%, та у 2021 році, коли приріст склав 38,1%.

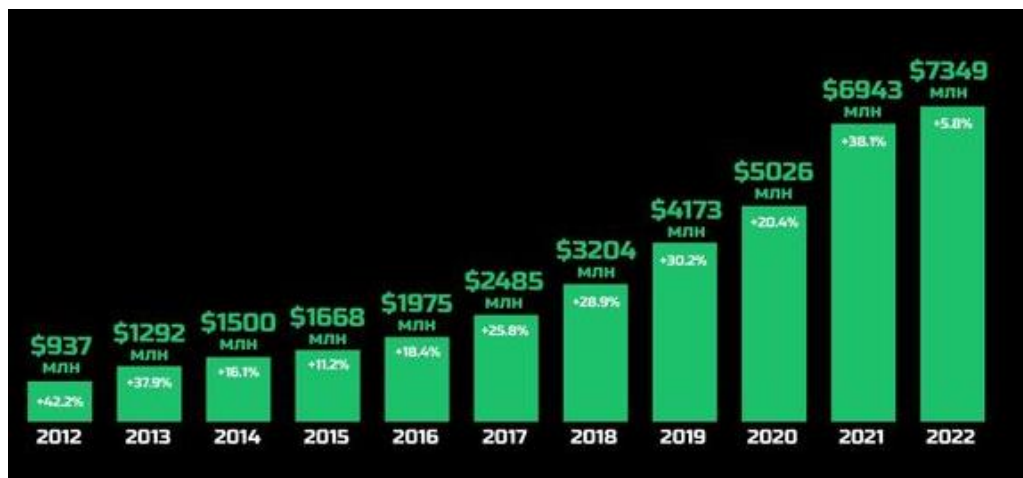


Рис. 1.4. Річний обсяг експорту програмного забезпечення в Україні за 2012-2022 рр., млн. дол. США

Джерело: [54]

У 2021 році зростання ІТ-експорту було особливо стрімким. Другий та третій квартали 2021-го показали приріст на 11% кожен, а четвертий — на 17,6% і мав рекордний показник за всі часи — \$ 2,1 млрд. Перший квартал 2022 року зберіг високий рівень ІТ-експорту — на 38% більше, ніж було у першому кварталі попереднього року. У першому кварталі 2023-го обсяг ІТ-експорту становив \$1,6 млрд. Це менше, ніж у будь-якому кварталі торік, і на 16% менше, ніж у першому кварталі 2022-го. Хоча цей показник більший, ніж у першому кварталі 2021 року [54] (рис. 1.5.)

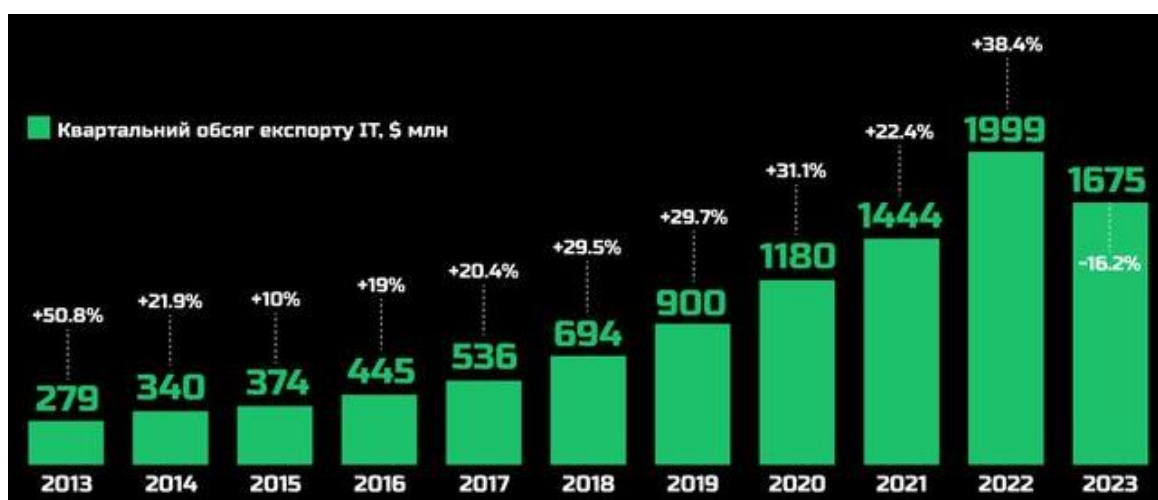


Рис. 1.5. Порівняння обсягу експорту програмного забезпечення перших кварталів та його динаміка протягом 2013-2023 років, млн дол США.

Джерело: [54]

Через початок повномасштабного вторгнення частка країн у доході з експорту програмного забезпечення значно не змінилася. США завжди були найбільшим імпортером наших ІТ-послуг, і кількісно обсяг експорту в Штати зростав постійно. А 2022 року була рекордною — 40,5%, або майже \$3 млрд.

Частка Великої Британії, другого найбільшого імпортера наших ІТ-послуг, роками трималася на рівні 6-10%. У 2022 році становила 9,4%, або \$693 млн.

У 2013-2014 роках почала відчутно зростати частка Мальти і у 2022-му сягнула 7,9% — \$581 млн.

Частка Ізраїлю з роками значно не змінювалась і торік становила 4,7% — \$347 млн. А ось частка Швейцарії, п'ятої за обсягом ІТ-експорту країни, була найбільшою у 2013-2014 роках — 8,7%. Відтоді поступово знижувалася, сягнувши 2,2% у кризовий 2020-й, але торік становила вже 4,5%.

Отже, чимало менеджерів та керівників ІТ-компаній визнають, що 2022 рік був важким, але 2023-й очікують ще важчим. Це пов'язано з тим, що українська ІТ-індустрія потрапила в «ідеальний шторм», спричинений багатьма несприятливими обставинами. Зокрема, війною, високими обліковими ставками та рецесією після зростання під час ковіду, здатністю ШІ кодувати. Виходом учасники ринку називають розвиток власних продуктів та miltech. За збереженні нинішніх трендів за результатами 2023 року обсяг експортного доходу від програмного забезпечення буде на рівні \$7,2-7,4 млрд.

1.3. Фактори розвитку зовнішньої торгівлі в індустрії iGaming

Нелегальність казино в деяких країнах та регіонах, а також останні обмеження у зв'язку з глобальною пандемією викликали хвилю появи онлайн-казино. Спочатку це були веб-сайти, на які потрібно було переказати певну суму грошей, щоб отримати можливість грати. Але технології не стоять на місці, й кожна ніша розвивається разом із ними. Онлайн-казино постійно змінюється під впливом прогресу. Люди не завжди мають можливість постійно перебувати за комп'ютером, а значить індустрія втрачає безліч клієнтів й доходів, а тому додатки для онлайн казино стали такими популярними. Вони дають користувачеві можливість постійно знаходитись онлайн й продовжувати грати практично безперервно. До того ж додаток дозволяє прив'язати банківську картку користувача, зробивши процес внесення грошей максимально швидким та

простим. iGaming (ігорна індустрія) — галузь, пов’язана з ігорним бізнесом в Інтернеті. Включає різноманітні азартні ігри, такі як слоти, покер, рулетка, блекджек, а також спортивні ставки та інші види ігор, доступні через Інтернет [64].

Якщо бути лаконічним, то iGaming це все, що стосується онлайн-ставок. І це формулювання не змінювалося з 1994 року, себто з самого початку існування індустрії. Коротка історія iGaming у Північній Америці виглядає так (Рис.1.7):

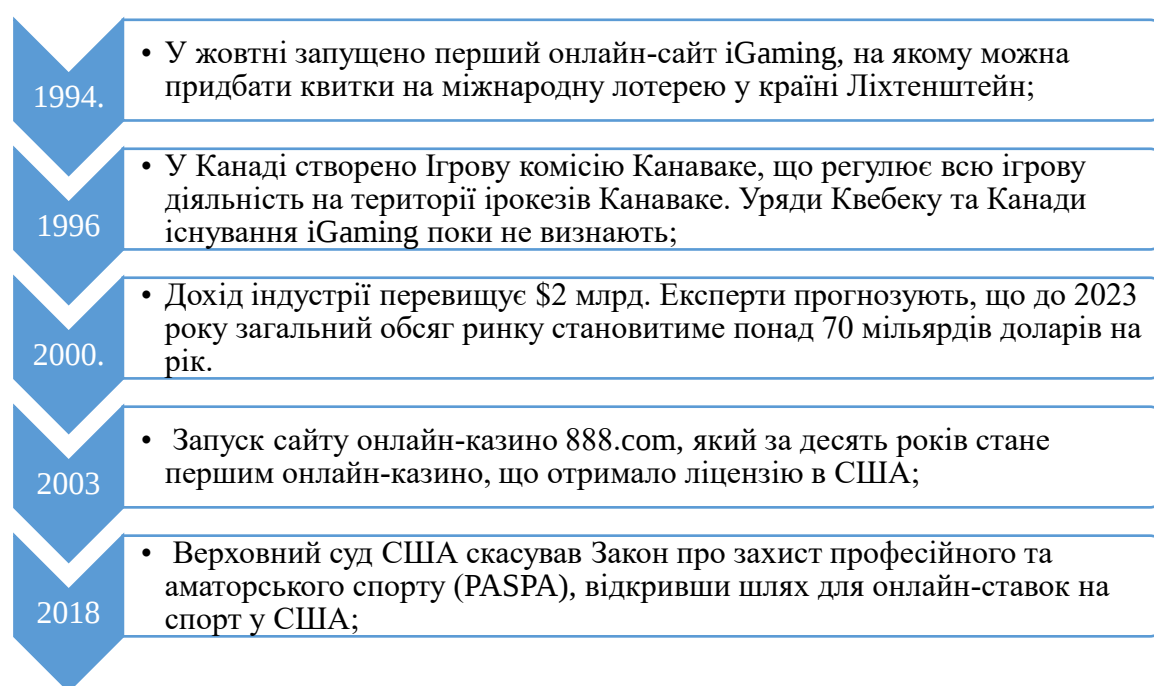


Рис.1.7. Коротка історія iGaming у Північній Америці

Джерело: складено за [64]

Слід відзначити, що за даними Mordor Intelligence, у 2023 році об’єм ринку онлайн-гемблінгу склав 60.63 млрд. Прогноз на 2028 рік складає 103.74 млрд доларів.

Зокрема сегмент iGaming — один з найбільш швидкозростаючих на ринку гемблінга, на який припадає майже 12% частки ринку. Одним з найбільш прибуткових регіонів серед азартних ігор є Австралія, яка почала дерегулювати

галузь ще в 1980-х роках. До речі, втрати від ставок на одного дорослого в Австралії в минулому році склали 990 доларів. За даними H2G, це на 40 відсотків вище, ніж у Сінгапура, який посів друге місце, і приблизно вдвічі вище середнього показника в інших західних країнах, таких як Ірландія і Фінляндія. Обороти мерчанта, який добре себе зарекомендував, в середньому досягають 90-120 мільйонів доларів США на місяць (за словами тієї ж дослідницької групи H2G). У той же самий час, його дохід може бути в рази вище, якщо він також керує фізичними торговими точками і приймає як альтернативні методи оплати, так і традиційні [63].

З ростом індустрії розваг поступово розширюється ринок праці в сфері iGaming. Кількість брендів, що пропонують гейміфікований продукт, тільки збільшується. І всі ці проекти потребують live-дилерів, розробників, тестувальників, креативних маркетологів, райтерів та фахівців техпідтримки. У 2022 році індустрія iGaming у багатьох європейських GEO піддалася більш суворій регуляції з боку державних інституцій. Багато хто з операторів вже переміщує частину продуктів або планує це зробити у 2023 році не такі популярні локації, розраховуючи на хоч і менш платоспроможну аудиторію, але на її більшу кількість. Як приклад таких нових GEO для гемблінгу можна навести країни Африки, Латинської Америки, Філіппіни, Індонезію. Крім того, у частині штатів США ведуться активні дискусії щодо видачі ліцензій новим операторам, що дає надії багатьом афілейтам [66].

Цифрові технології повністю змінили світ азартних ігор. Сьогодні користувачі мають доступ до гри з будь-якої точки світу, можливість вибрати надійні та безпечні майданчики, величезний асортимент ігор. Розробники слотів не втомлюються змагатися один з одним у винахідливості, щоб привернути увагу гравців і здивувати їх. На фоні останніх подій навколо грального бізнесу в Україні та зсуву з мертвої точки закону про легалізацію ігрового бізнесу з'явилося чимало протиріч і дискусій про те, що чекає найближчим часом цей

сегмент ринку. Легальні українські оператори постійно вдосконалюють свої сервіси, впроваджують практики найбільших європейських платформ. Незважаючи на повномасштабну війну, галузь продовжує активно розвиватися. Зручна платіжна система, можливість за лічені хвилини вивести кошти, ігри від найкращих світових провайдерів, прозорість – все це стало доступним завдяки легалізації азартних ігор в Україні та сучасним ІТ-технологіям.

Український iGaming нічим не відрізняється від світового. Він має все і навіть більше. Найпопулярніші серед українців ігри – від провайдерів з Лондону, Мальти. А великі ігрові оператори, такі як COSMOLOT, отримують українську ліцензію, забезпечують доступ до тисяч популярних ігор, платять податки та гарантують безпечну гру [65].

iGaming прискорив розвиток штучного інтелекту, технологій доповненої та віртуальної реальності. Разом зі швидким зростанням остаточно сформувалась і культура онлайн-казино. iGaming – сучасні та технологічні розваги, а виграш – приємний бонус, тобто iGaming – розваги, а не спосіб заробітку. Гравець має отримати задоволення від гри, і саме за це він платить. Якщо оператор хоче працювати в Україні – має отримати ліцензію. Це гарантія, що з таким оператором працювати безпечно. Він відповідає всім вимогам, платить податки в Україні, а ще сплатив дорогу ліцензію. Грати з таким оператором – підтримувати українську економіку. Звісно, є оператори, які пропонують свої послуги українцям без української ліцензії. Але ці оператори порушують українське законодавство та нерідко мають російське коріння.

Ринок буде рости, навіть попри низку військових конфліктів, які ширяться світом наприкінці 2023 року, що можна пояснити такими причинами (Рис. 1.8):

Технологічні інновації.

- Поширення технологій віртуальної та доповненої реальності призведе до того, що ігрові платформи ставатимуть дедалі більш захоплюючими та привабливими;

Регуляторні зміни.

- Посилення моніторингу з боку урядів та компетентних органів підвищує довіру до iGaming. На відміну від ринку криптовалют;

Зручність мобільних платформ.

Рис.1.8. Причини зростання ринку iGaming в Україні

Джерело: складено за [65]

Таким чином, незважаючи на повномасштабну війну, гральна сфера не стоїть на місці. Технології розвиваються, українці за допомогою локальних операторів отримують можливість користуватися останніми досягненнями iGaming, а український бюджет наповнюється завдяки податкам та зборам від українських операторів. Розробка додатків для гемблінгу - вигідне вкладення, яке безсумнівно приносить своїм власникам швидкий та суттєвий прибуток.

Висновки до розділу 1

Зовнішня торгівля — це торгівля однієї країни з іншими, яка передбачає оплачуване вивезення (експорт) та ввезення (імпорт) товарів і послуг. У своїй сукупності зовнішня торгівля різних країн утворює міжнародну торгівлю, яка до того ж є складною соціальноекономічною категорією, її можна розглядати з двох позицій — операційної та державно-політичної. Зовнішньоторговельна діяльність є важливою складовою товарного обігу, зовнішньоекономічної діяльності, економічної та зовнішньої безпеки держави.

Зовнішня торгівля, як особлива сфера міжнародної економіки має ряд специфічних рис, які відрізняють її від внутрішньонаціональної торгівлі: урядове регулювання міжнародної торгівлі; самостійна національна економічна політика;

соціально-культурні відмінності країн; фінансові та комерційні ризики. Кожна країна функціонує в своїй правовому середовищі. Її уряд активно втручається і піддає жорсткому контролю зовнішньоторговельні відносини і, пов'язані з торговими операціями, валютно-фінансові відносини. Значення міжнародної торгівлі в системі міжнародної економіки обумовлено тим, що в її основі лежать важливі чинники і доцільність міжнародного обміну товарами і послугами.

На відміну від товарів, послуги продукуються і споживаються майже одночасно, і їх результати не можуть бути збережені або повернені. Лідерами європейського ринку програмного забезпечення є такі країни як: Німеччина (30%), Велика Британія (20%), Франція (15%), Італія (10%), Іспанія (5%). сегмент IGaming — один з найбільш швидкозростаючих на ринку гемблінга, на який припадає майже 12% частки ринку.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З ПРОДАЖУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ EVERYMATRIX SRL

2.1 Організаційно-економічна характеристика EveryMatrix SRL як суб'єкта зовнішньоторговельної діяльності

EveryMatrix – це компанія, що надає програмне забезпечення для B2B iGaming, заснована в 2008 році зі штаб-квартирою на Мальті. EveryMatrix є розробником ігор для азартних онлайн-ігор і створює слоти з моменту свого запуску в 2008 році. Центральний офіс компанії знаходиться в Бухаресті, Румунія, а штаб-квартира знаходиться в Лондоні, а офіси розташовані ще в шести країнах [30].

EveryMatrix постачає ігрові онлайн- платформи, продукти та програмне забезпечення для онлайн-казино, операторів спортивних точок, а також державних і приватних лотерей.

EveryMatrix є членом Європейської асоціації лотерей [The European state] та Всесвітньої лотерейної асоціації (WLA) [The World Lottery Association]. У вересні 2023 року компанія стала першим постачальником iGaming, який отримав сертифікат WLA Safer Gambling Certification.

Перша версія спортивної книги EveryMatrix була запущена в 2009 році, продукт для казино з'явився в 2012 році, платформа для управління партнерами та агентами повернулася як незалежний продукт у 2016 році, а платіжна платформа стала повністю сертифікованою та функціонувала в 2017 році.

У 2011 році компанія відкрила новий офіс на Мальті та отримала мальтійську ліцензію B2B (тип 2) на ставки з фіксованими коефіцієнтами , включаючи ставки live. Згодом EveryMartrix відкрив нові офіси розробки у Львові, Україна (2013), Єревані , Вірменія (2015) та новий бізнес-комерційний центр у Скі, Норвегія (2018).

У листопаді 2019 року EveryMatrix оголосила про запуск Spearhead Studios, сформованої досвідченою командою, яка була придбана у Gaming Innovation Group . Базується в Марбельї , Іспанія .

У 2020 році EveryMatrix розширює свою пропозицію Esports під час всесвітньої заборони на проведення реальних спортивних подій. До травня 2020 року висвітлення кіберспортивних подій у прямому ефірі перевищило 50 000 щомісячних подій у 19 кіберспортивних змаганнях за допомогою кіберспортивних послуг OddsMatrix. Вибір віртуальних видів спорту також став доступним для операторів через пряму інтеграцію API CasinoEngine.

У серпні 2020 року EveryMatrix залучила керівника онлайн-ігор Еріка Наймана до складу своєї команди керівництва, щоб стимулювати експансію компанії на ринку США і відкрити перший офіс компанії в США.

У жовтні 2020 року кількість співробітників у всьому світі досягла 500 осіб, оскільки EveryMatrix відкрила новий офіс у Чіангмаї , Таїланд , після того, як група придбала TOTOIT, компанію з веб-розробки в Таїланді.

У 2021 році EveryMatrix відкрила Armadillo Studios, щоб оголосити про свою першу інвестицію в розвиток iGaming у Сполучених Штатах. Armadillo Studios є частиною EveryMatrix Group і розташована в штаб-квартирі компанії в Маямі, штат Флорида. Armadillo Studios збирається розробляти ігри для онлайн-казино на основі вподобань гравців на ринку США.

У травні 2022 року було оголошено, що EveryMatrix придбала Leapbit, розробника B2B спортивних ставок зі штаб-квартирою в Загребі, за нерозголошену суму.

У 2023 році, охоплюючи 200 клієнтів у всьому світі, EveryMatrix забезпечує рекордні фінансові показники за 15-річну історію.

Детально історія становлення компанії EveryMatrix наведена в додатку А

EveryMatrix надає програмне забезпечення iGaming, рішення, контент і послуги для казино, спортивних ставок, платежів і партнерського менеджменту глобальним операторам рівня 1, а також новим брендам.

Платформа є високомодульною, масштабованою та сумісною, що дозволяє операторам вибирати оптимальне рішення EveryMatrix і поєднувати його з технологіями та можливостями сторонніх і власних виробників.

EveryMatrix дає клієнтам змогу втілювати сміливі ідеї та забезпечувати винятковий досвід гравців на регульованих ринках.

Компанія налічує понад 900 співробітників у 13 країнах і обслуговує понад 300 клієнтів у всьому світі, включаючи регульований ринок США [51].

EveryMatrix є приватною компанією, в якій зараз працює понад 720 співробітників у десяти офісах у Європі, Азії та Сполучених Штатах. Компанія працює в секторі iGaming як постачальник програмного забезпечення для бізнесу.

EveryMatrix є співзасновниками Ebbe Groes і Stian Hornsletten. Компанію очолює Еббе Гроес, головний виконавчий директор групи. EveryMatrix призначив Боббі Лонгхерста комерційним директором.

У 2017 році EveryMatrix завершила раунд приватних стратегічних інвестицій на суму 4,3 мільйона євро (4,7 мільйона доларів США) і розширила базу своїх акціонерів.

Після інвестиційного раунду Норберт Тойфельбергер (колишній генеральний директор Bwin) призначений головою правління, приєднавшись до двох співзасновників, Еббе Гроса та Стіана Горнслеттена, та інших членів компанії в раді компанії (рис. 2.1).

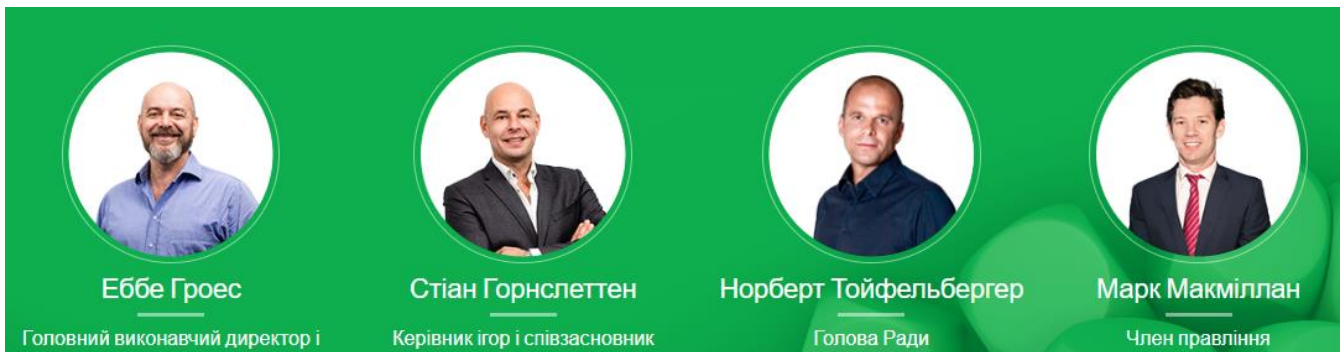


Рис. 2.1 Члени правління EveryMatrix

Джерело: [51]

Кожна продуктова вертикаль має власний бізнес-підрозділ, орієнтований на домен, який керує розробкою продукту з власним керівництвом (генеральний директор, технічний директор, розробка, операції, підтримка). Бізнес-підрозділи відповідають за роботу з продуктами та розвиток, тоді як Група відповідає за керівництво та допомогу цим підрозділам.

EveryMatrix включає такі підрозділи та напрямки своєї діяльності [51]:

- платформа;
- казино;
- ставки на спорт;
- платежі;
- партнерське програмне забезпечення.

Допомога операторам у виході на нові юрисдикції є ключовою метою довгострокових планів EveryMatrix. Компанія завжди прагне вийти на регульовані ринки та довести, що технологію можна ефективно адаптувати відповідно до конкретних нормативних вимог.

Компанія EveryMatrix Software Limited ліцензована та регулюється у Великій Британії Комісією з азартних ігор під номером рахунку 39383 та Управлінням ігор Мальти, номер ліцензії MGA/B2B/201/2011 (додаток Б) [26].

Загалом компанія нараховує всього 68 ліцензій, виданих в різних регіонах світу на провадження різних видів бізнесу (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Ліцензії за видом діяльності компанії EveryMatrix Software Limited в різних країнах світу

Вид діяльності	Кількість ліцензій	Країни
Казино	20	Румунія Норвегія Сербія США (Пенсільванія) США (Західна Вірджинія) – в процесі PAGCOR Іспанія США (Мічиган) – в процесі Македонія Швеція США (Нью-Джерсі) – в процесі Об'єднане Королівство
Ставки на спорт	12	Румунія Сербія США (Пенсільванія) – в процесі США (Західна Вірджинія) – в процесі США (Мічиган) – в процесі США (Нью-Джерсі) – в процесі Польща Об'єднане Королівство
Ігри	22	Нідерланди – в процесі Румунія Швейцарія США (Коннектикут) – в процесі США (Пенсільванія) – в процесі США (Західна Вірджинія) – в процесі США (Нью-Джерсі) – в процесі Іспанія Швеція

		Об'єднане Королівство
Платформа	13	Румунія США (Пенсільванія) – в процесі США (Західна Вірджинія) – в процесі США (Нью-Джерсі) – в процесі PAGCOR Польща Швеція Україна Об'єднане Королівство

Джерело: складено автором на основі [51]

У 2019 році компанія EveryMatrix отримала схвалення для роботи своєї платформи CasinoEngine на іспанському ринку [8] від Генеральної дирекції ордену дій (DGOJ).

У 2020 році EveryMatrix подала заявку на отримання ліцензії США в Нью-Джерсі [5].

У травні 2022 року EveryMatrix оголосила, що організація отримала ліцензію від лотерейної комісії в Західній Вірджинії після того, як подала заявку в грудні 2021 року. Компанія планує надавати контент, розроблений її двома власними студіями Spearhead Studios і Armadillo Studios, операторам у штаті та буде досягнуто за допомогою інтеграційної платформи EveryMatrix для казино під назвою CasinoEngine [7].

На сьогоднішній день компанія EveryMatrix пропонує для продажу наступні продукти (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Основні продукти продажу EveryMatrix

Назва	Характеристика	Переваги
Інтеграційна платформа казино CasinoEngine	CasinoEngine є модульним продуктом, який не залежить від платформи, і його можна інтегрувати зі сторонніми платформами/гаманцями або	Збільшує дохід, роботу та пропозицію ігор.

	повністю обслуговувати з платформи керування іграми GamMatrix.	Підвищує задоволеність клієнтів. Ліцензовано та сертифіковано в кількох юрисдикціях. Постійне керування постачальниками. Інтегрується зі сторонніми платформами та ін.
Дозвіл для ставок на порт OddsMatrix	забезпечує охоплення конкурентних видів спорту та кіберспорту, надійні дані про ставки в реальному часі, неперевершену кількість ринків і провідну в галузі точність.	Інтернет, роздрібна торгівля та багатоканальне рішення Індивідуальні рішення для ставок на спорт для кожного ринку API спортивних даних у реальному часі та канали даних. Цілодобова технічна та торгова підтримка
Платформа управління іграми GamMatrix	Оператори, які використовують GamMatrix, отримують повний огляд дій клієнтів, транзакцій, балансу та всі необхідні інструменти для створення бази лояльних клієнтів.	Швидко керує гравцями та гаманцями. Інтегрує CRM сторонніх розробників. Підтримує функціональні можливості та докладну звітність.
Партнерська та агентська система PartnerMatrix	Партнерське програмне забезпечення PartnerMatrix дає повний контроль над вашим онлайн- і офлайн-каналом і стратегією маркетингу.	Завдяки звітам у реальному часі, інструментам боротьби з шахрайством, спеціалізованому

		управлінню обліковими записами та інтегрований функції DeepCI можна збільшити трафік, продажі та розширити охоплення казино та платформи ставок на спорт/кіберспорт.
Система бонусів між продуктами BonusEngine	BonusEngine надає широкий спектр типів бонусів і функцій для платформи інтеграції CasinoEngine, OddsMatrix Sportsbook, а також для сторонніх ігрових платформ	Міжпродуктове бонусування та складені бонуси. Безпроблемні ставки на бонусні та реальні гаманці Програми з декількома тригерами для депозиту, реєстрації, входу в систему, вимоги, ставок, програшів Глибока конфігурація кваліфікованих ставок у казино та на спорт. Глибока звітність про бонуси
Система управління джекпотом JackpotEngine	JackpotEngine — це рішення для гейміфікації, яке дозволяє створювати власні джекпоти для всього портфоліо ігрового контенту та для будь-якого сегменту гравців.	Повністю інтегрований із усією бібліотекою вмісту CasinoEngine або SlotMatrix, включаючи 155+ інтеграцій від 300+ ігрових студій у різних галузях.
Агрегація ігор SlotMatrix	SlotMatrix дозволяє миттєво збільшити дохід, операції та ігрові пропозиції.	Пропонує операторам релевантний ігровий контент без комісії за платформу. SlotMatrix можна інтегрувати з

		будь-якою ігровою платформою на ринку.
Обробка платежів MoneyMatrix	Пропонуючи широкий спектр варіантів оплати, шахрайства та рішень KYC, MoneyMatrix робить обробку платежів простою та доступною	300+ варіантів оплати, 250+ країн, 150+ валют, рішення для управління ризиками та перевірки KYC
Конкурентна розвідка DeerCI	DeerCI допоможе вам знайти найкращих партнерів і отримати максимальну користь від існуючих.	Пропонує революційне відстеження даних SEO та PPC на кожній сторінці афілійованого видавця.

Джерело: сформовано автором за даними [51]

Оскільки на сьогоднішній день ринок iGaming стрімко розвивається, то відповідно, кількість конкурентних компаній на ньому поступово збільшується.

Основними конкурентами компанії EveryMatrix є:

1) Bet365 – це британська азартна компанія, заснована в 2000 році. Її продукти включають ставки на спорт, онлайн-казино, онлайн-покер і онлайн-бінго. Бізнес-операції ведуться зі штаб-квартири в Сток-он-Трент, а також із супутникового офісу на Мальті [1].

2) Parimatch Tech — міжнародна продуктова компанія, яка розробляє та надає технічні та маркетингові рішення для індустрії ігор і розваг. Штаб-квартира компанії розташована на Кіпрі, але ми працюємо по всьому світу. Компанія має центри досліджень та розробок, розташовані у чотирьох країнах, найбільший з яких — в Україні [20].

3) Playtech PLC компанія з розробки програмного забезпечення для азартних ігор, заснованої в 1999 році. Компанія надає програмне забезпечення для інтернет-казино, онлайн покер-кімнат, онлайн-бінго ігор, онлайн-ставок на

спорт , скретч ігор, мобільних ігор , ігор в реальному масштабі часу та аркадних ігор онлайн [21].

Незважаючи на сильну конкуренцію та стрімкий розвиток даного ринку компанія EveryMatrix продовжує заповнювати ринок та збільшувати ефективність і прибутковість своєї діяльності. Так, 6 лютого 2024 року компанія EveryMatrix оголосила про свої найсильніші фінансові результати за свою 16-річну історію, встановивши рекордні темпи зростання та прибутковості, включаючи 56% квартальної норми прибутку за 4 квартал 2023 року – третій квартал поспіль вище 50%.

Таким чином, EveryMatrix залишається основним прихильником до безпечніших азартних ігор і захисту гравців, одночасно створюючи провідні ігрові рішення.

2.2. Аналіз особливостей організації зовнішньоторговельної діяльності з продажу програмного забезпечення iGaming EveryMatrix SRL

Важливим аспектом є дослідження особливостей організації зовнішньоторговельної діяльності з продажу програмного забезпечення iGaming EveryMatrix.

Як зазначалося вище, компанія EveryMatrix пропонує кілька основних високорозвинених програмних рішень, які задовольняють потреби кількох різних типів операторів iGaming і казино EveryMatrix [30]:

- OddsMatrix, спортивна книга, яка пропонує ставки на понад 25 000 подій у прямому ефірі на місяць;
- CasinoEngine, найбільший агрегатор контенту для ігор онлайн-казино, що містить понад 5000 ігор від понад 120 розробників;
- GamMatrix, поглиблена платформа управління іграми;

- MoneyMatrix, яка фокусується на спрощенні процесу оплати;
- PartnerMatrix, афілійована та маркетингова система.

Розглянемо основних клієнтів компанії на зовнішньому ринку.

У 2017 році Tipico , найбільший оператор спортивних ставок у Німеччині, підписав контракт з EveryMatrix [29] , щоб розвивати свою пропозицію казино.

Завдяки угоді з EveryMatrix Tipico отримує переваги від платформи CasinoEngine і великого вибору ігор, що надаються через CasinoEngine, що значно розширює пропозицію ігрових веб-сайтів за допомогою більшої кількості RNG-ігор і преміального живого казино. Крім того, Tipico використовує ринкову стрічку OddsMatrix, повне рішення, яке надає коефіцієнти ставок, статистику та результати, поєднуючи дані про події в прямому ефірі та в прямому ефірі в одній із найбільших букмекерських контор у галузі.

У 2017 році EveryMatrix виграв публічний тендер на закупівлю Norsk Tipping інтеграційної платформи iGaming [Gratulerer! EveryMatrix]. Після річного процесу відбору, в якому брали участь не менше десяти інших галузевих постачальників. EveryMatrix було обрано для надання послуг, платформи та інтеграції для кількох брендів казино, включаючи IGT, NetEnt, Quickspin, Novomatic, Magnet Gaming і Scientific Games через платформу CasinoEngine.

Norsk Tipping — це норвезька державна лотерея, яка зберігає національну монополію на азартні онлайн-ігри в країні. Оскільки компанія належить уряду Норвегії та керується Міністерством культури Норвегії, вона пропонує широкий вибір лотерей, спорту та миттєвих ігор на норвезькому ринку.

У 2019 році глобальний постачальник спортивних ставок, ігор і розваг Flutter Entertainment приєднався до списку клієнтів EveryMatrix зі своїм брендом Betfair. Згідно з угодою [11] EveryMatrix було обрано для надання своєї інтеграційної платформи CasinoEngine iGaming і вибору ринкових постачальників ігор в Іспанії.

Гральний оператор Flutter Entertainment plc, зареєстрований на біржі Великобританії, обслуговує понад шість мільйонів гравців-ентузіастів по всьому світу та керує рядом провідних брендів, зокрема Paddy Power, Betfair, Sportsbet, FanDuel, TVG і Adjarabet.

Наразі EveryMatrix надає інтеграційну платформу CasinoEngine іGaming на регульованому ринку в Іспанії. Завдяки партнерству betfair.es отримує доступ до широкого вибору постачальників ігор для певного ринку. Рішення CasinoEngine Direct було вибрано через його здатність відповідати суворим вимогам Paddy Power Betfair щодо забезпечення єдиного досвіду для гравців усіх постачальників.

У 2020 році EveryMatrix виграв тендер казино ОРАР на надання послуг казино, платформи та інтерфейсу, а також RNG та живого ігрового контенту для колишньої державної гральної монополії Греції. CasinoEngine від EveryMatrix, платформа інтеграції та підвищення продуктивності іGaming і BonusEngine від EveryMatrix були підключені до внутрішнього гаманця ОРАР [51].



Рис. 2.2. Структура доходів за реалізованими продуктами

Джерело: складено за [51]

В 2021 році CasinoEngine займало найбільшу частку доходів компанії EveryMatrix, становлячи 35.7% від загальних доходів. OddsMatrix є другим за обсягом доходів продуктом з часткою 21.4%. MoneyMatrix та GamMatrix також роблять значний внесок, забезпечуючи відповідно 14.3% та 17.9% доходів. PartnerMatrix, BonusEngine та RGS Matrix разом забезпечують 17.9% доходів, з найбільшою часткою в цьому сегменті у PartnerMatrix (10.7%). Загалом, найбільшу частку доходів формують продукти, пов'язані з казино та беттінгом, що вказує на основні напрямки діяльності EveryMatrix.

У червні 2022 року постачальник програмного забезпечення iGaming EveryMatrix і National Lottery plc, дочірня компанія IZI Group plc, підписали угоду з постачальником про надання онлайн-ігор для Національної лотереї Мальти. [6]

У жовтні 2022 року постачальник технологій B2B iGaming EveryMatrix виграв публічний тендер на надання контенту для фінської державної ігрової та лотерейної монополії Veikkaus [4].

Сьогодні Veikkaus управляє всіма азартними іграми, які пропонуються у Фінляндії. Маючи понад 2 мільйони постійних клієнтів, фінська монополія Veikkaus є членом Всесвітньої лотерейної асоціації (WLA).

Шестирічна угода передбачає, що Veikkaus інтегрує рішення постачальника CasinoEngine і каталог із 65 постачальників ігор, які будуть додані в найближчі роки. EveryMatrix також розповсюджує власний контент від своїх ігрових студій, Spearhead Studios і Armadillo Studios, а також контент від своїх ексклюзивних партнерів SlotMatrix, серед інших найкращих студій преміум-класу.

У січні 2023 року EveryMatrix виграла тендер угорської лотереї на платформу онлайн-букмекерських ігор та послуги. Угорська національна лотерейна компанія, Szerencsejáték Private Held Company Limited, стає шостим глобальним лотерейним клієнтом EveryMatrix і збігається із запуском в країні регулювання онлайн-ставок на спорт [9].

Отже, вищенаведені клієнти були набуті компанією протягом останніх років. Весь перелік клієнтів компанії наведено на рис. 2.3.

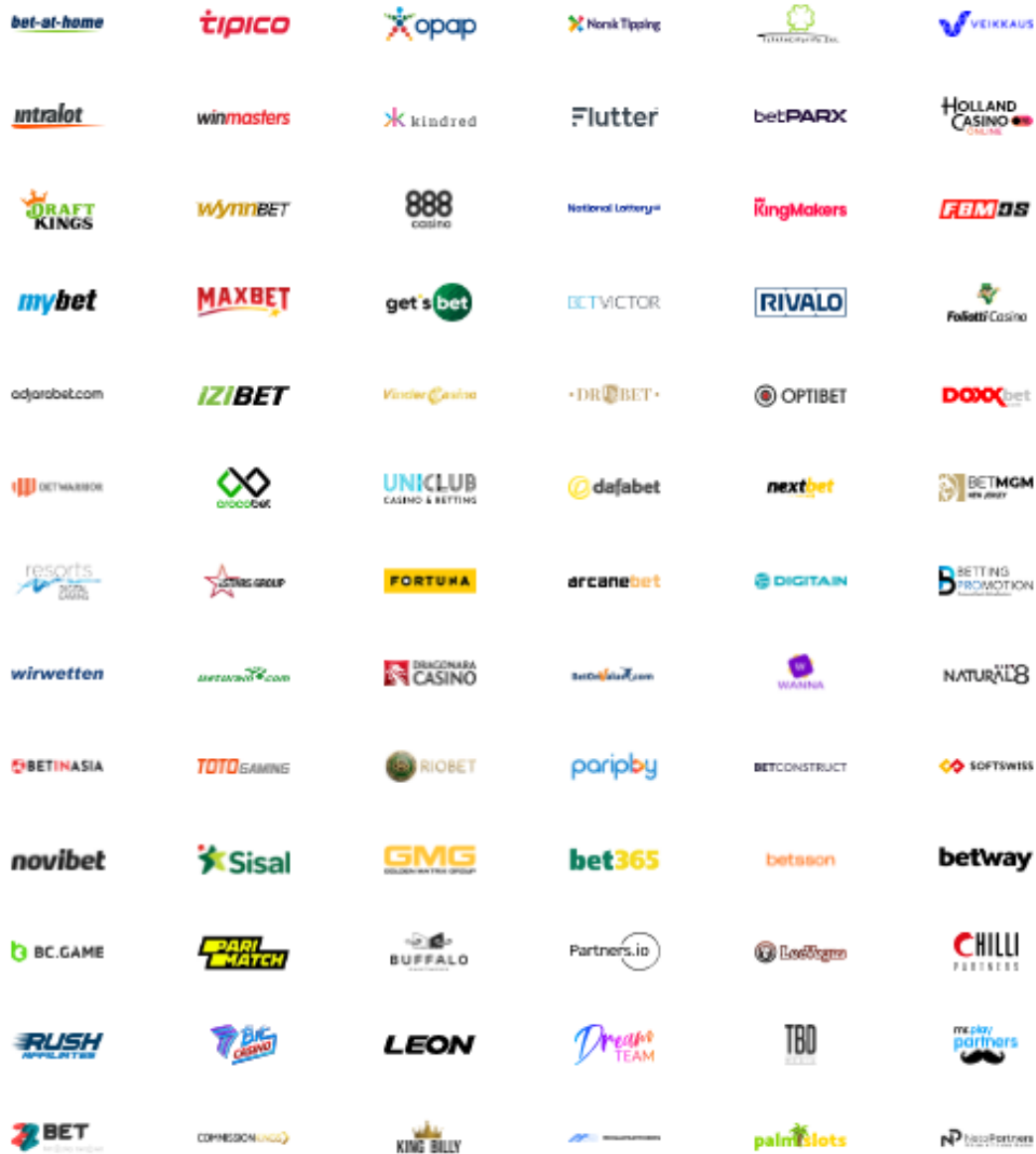


Рис. 2.3. Зовнішньоекономічні клієнти компанії EveryMatrix

Джерело: [51]

Як бачимо з вищенаведеного рисунку, клієнти компанії є різноманітні та знаходяться в багатьох регіонах світу. Загалом продукція EveryMatrix

експортується в такі країни як Румунія, США, Швеція, Швейцарія, Польща, Словачія, Німеччина, Норвегія та ін.

Розглянемо показники зовнішньої торгівлі основних продуктів EveryMatrix за останні роки (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Показники зовнішньої торгівлі основних продуктів EveryMatrix за 2022–2023 рр., млн євро

Джерело: сформовано автором за даними [51]

З даних вищенаведеної діаграми бачимо можна констатувати, що щоквартальний валовий дохід від ігор (GGR) EveryMatrix для партнерів-операторів у бізнес-підрозділі Casino склав 588 мільйонів євро в четвертому кварталі 2023 року, що на 89% більше, ніж за аналогічний період 2022 року. За весь рік GGR склав 1,9 мільярда євро, що на 83% більше YoY.

Квартальний чистий дохід казино зріс до 17,9 млн євро, що на 101% більше, ніж у минулому році, а показник EBITDA досяг 11,4 млн євро, що відображає зростання на 212% у порівнянні з минулим роком. Чистий дохід за весь рік сягнув 54,7 млн євро, збільшившись на 86%, а EBITDA зросла на 162% до 32,3 млн євро.

Спортивний підрозділ OddsMatrix мав найкращий показник за весь рік , встановивши рекорд зростання, прибутковості та рекордну кількість ставок для клієнтів рівня 1. Чистий дохід за четвертий квартал зріс на 69% порівняно з аналогічним періодом минулого року до 9,1 млн. євро, а показник EBITDA досяг 4,9 млн. євро, що на 178% більше, ніж за попередній рік. GGR спорту у четвертому кварталі зріс до 74 мільйонів євро, що на 210% більше, ніж у минулому році, а річний GGR зріс на 85% до 190 мільйонів євро.

Завдяки серії великих запусків першого рівня OddsMatrix збільшив загальну суму ставок на 75% порівняно з минулим роком зі 109 мільйонів до 183 мільйонів з 2022 по 2023 рік, а також на 95% збільшення ставок у четвертому кварталі 2023 року порівняно з аналогічним періодом минулого року.

У грудні 2023 року бізнес-підрозділ встановив свій другий найвищий місячний GGR для клієнтів на рівні 44,4 мільйона євро після рекордного місяця всього чотирма тижнями раніше в листопаді 2023 року (48,5 мільйона євро).

У четвертому кварталі 2023 року чистий дохід платформи досяг 7,9 млн євро, що на 91% більше, ніж у минулому році, а EBITDA досягла 4,0 млн євро, що на 283% більше, ніж у минулому році.

Підрозділ партнерської платформи, включаючи PartnerMatrix і DeepCI , збільшив чистий дохід до 1,3 мільйона євро, що на 39% порівняно з минулим роком, а показник EBITDA знизився на 21% порівняно з попереднім роком завдяки прискореному інвестуванню в продукт.

Розглянемо структуру доходів за реалізованими продуктами компанії у зовнішньоторговельній діяльності за 2023 рік (рис. 2.5)

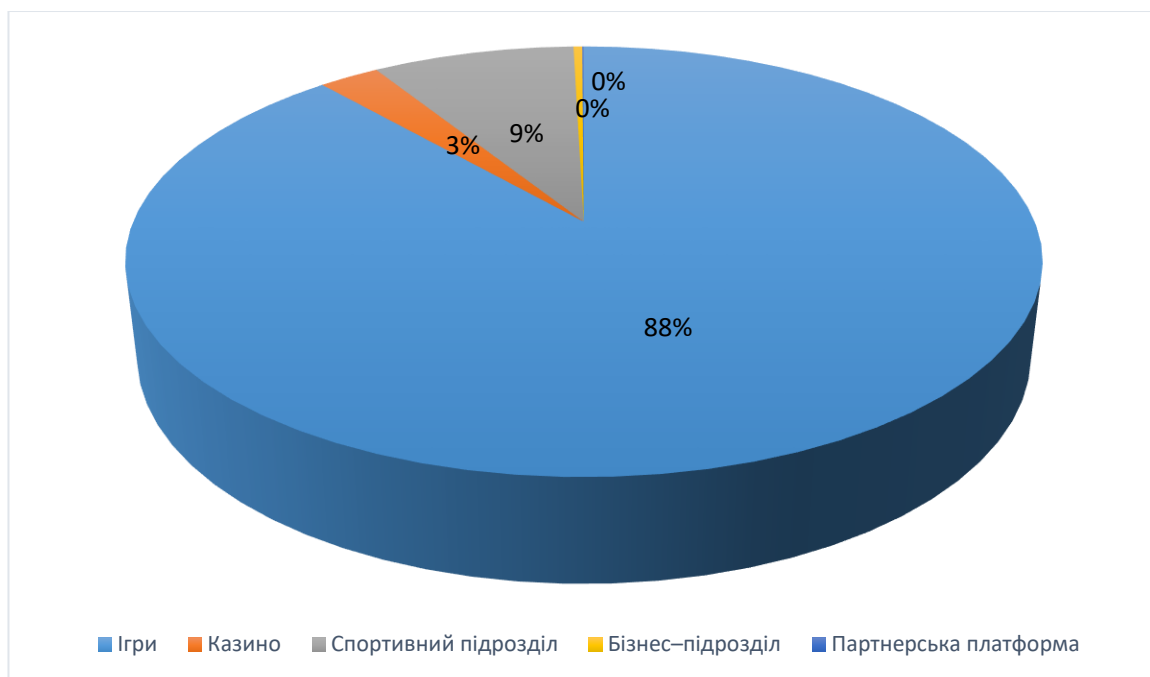


Рис. 2.5 Структура доходів EveryMatrix за реалізованими продуктами компанії у зовнішньоторговельній діяльності за 2023 рік

Як бачимо, найбільшу питому вагу у доходах підприємства від зовнішньої торгівлі продуктами у 2023 році займають ігри, а саме 88%, спортивний підрозділ OddsMatrix – 9% та казино – 3%.

EveryMatrix зареєструвала найсильніші фінансові результати за своєю 16-річну історію, встановивши рекорд зростання та прибутковості, включаючи 56% квартальної норми прибутку за 4 квартал 2023 року – третій квартал поспіль вище 50%.

Оголошуючи фінансові результати за четвертий квартал/повний 2023 рік, найшвидше зростаючий у галузі постачальник технологій iGaming встановив рекорд річного чистого доходу в розмірі 114 мільйонів євро від усіх продуктів, що на 75% більше, ніж у 2022 році (65 мільйонів євро), і більш ніж у чотири рази більше, ніж у 2019 році (євро). 28м).

Підприємство зафіксувало значне зростання в усіх бізнес-сегментах у четвертому кварталі з рекордним квартальним чистим доходом у розмірі 36

мільйонів євро, що на 87% більше порівняно з аналогічним періодом минулого року .

Річний показник EBITDA зріс до 60 млн євро за весь рік, що на 155% більше, ніж у 2022 році, і на 20 млн євро за квартал, що на 194% більше в порівнянні з аналогічним періодом минулого року завдяки високій маржі спортивної торгівлі та значному зростанню в сегменті казино.

Рекордні фінансові показники EveryMatrix у 2023 році були зумовлені безперервною передовою технологією та наданням послуг реєстру з 300+ глобальних клієнтів, що швидко зростає, включаючи дві найбільші запуски платформ під ключ на сьогоднішній день: державну лотерею Угорщини, Szerencsejáték Zrt і Bet-at-home. в Німеччині. Наприкінці 2023 року обидва бренди почали працювати з готовою платформою постачальника та рішеннями для спортивних книг і досягли вражаючих результатів.

Бізнес також розширив свій афілійований підрозділ завдяки придбанняу DeerpCI, провідної інтелектуальної платформи iGaming, яка пропонує кардинальне відстеження даних на мільйонах сторінок афілійованих видавців. PartnerMatrix інтегрував DeerpCI у четвертому кварталі 2023 року, дозволяючи своїм клієнтам отримувати невикористані можливості, покращувати вплив свого бренду та максимізувати ефективність і прибутки.

Для ефективного продажу програм у зовнішній торгівлі дуже важливою є роль менеджерів по роботі з клієнтами та менеджерів з продажу.

Взагалі менеджери програмного забезпечення в компанії EveryMatrix здійснює управління даними продуктами від початку розробки і вже після продажу (експлуатація, заміна товару) з головною метою максимізації вартості бізнесу.

Вони займаються водночас маркетингом, продажами, інженерною частиною, фінансами, якістю виготовлення і монтажу, щоб всі продукти компанії мали успіх і приносили прибутки.

Менеджери визначають, що робити і як це зробити. Вони затверджують план і зміст роботи, визначають: в розробці якого нового програмного продукту існує потреба, в який спосіб його краще розробляти, кого залучити для цього.

Менеджери несуть відповідальність за весь ланцюжок життєвого циклу продукту. Тому в їх завдання також входить визначити, даний товар уже не підходить для ринку, і потрібно щось змінювати.

Менеджери з продажу компанії EveryMatrix відіграють ключову роль у встановленні та підтримці відносин з клієнтами. Вони є основним контактним пунктом між компанією та її клієнтами, що означає, що він має бути відповідальним за забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів і розв'язання будь-яких проблем, які виникають у процесі взаємодії.

По-друге, менеджери з продажу є «очима і вухами» компанії на ринку. Вони збирають цінну інформацію про те, що відбувається на ринку, про конкурентів, а також про потреби та побажання клієнтів. Ця інформація може бути використана для вдосконалення продуктів або послуг компанії, розробки нових стратегій продажу та збільшення конкурентоспроможності.

По-третє, менеджери з продажу виступають важливим елементом в процесі розробки та впровадження маркетингових стратегій. Вони можуть допомогти в ідентифікації цільової аудиторії, визначенні найефективніших каналів комунікації з клієнтами та впровадженні інноваційних методів продажу.

Крім того, менеджери з продажу часто беруть участь у процесі формування ціноутворення та розрахунку прибутковості продуктів або послуг. Вони може допомогти встановити оптимальні ціни, які відповідають якості продукту та очікуванням ринку.

Отже, основним завданням менеджерів по роботі з клієнтами та менеджерів з продажу компанії EveryMatrix є закріплення партнерства з покупцями та сприяння до заключення контрактів.

2.3. Фактори, що впливають на діяльність зовнішньоторговельної діяльності EveryMatrix SRL

Індустрія гемблінгу є складником світового ринку розваг, і саме тому її розвиток невіддільно пов'язаний із розвитком інших підгалузей розважального ринку, а також бізнес-царин, дотичних до процесу надання послуг споживачам.

Формування та управління конкурентоспроможністю є життєво необхідною умовою для розвитку підприємства. Для організації управління конкурентоспроможністю необхідно забезпечити можливість кількісної оцінки на рівні всіх послуг та продуктів підприємства з урахуванням усіх факторів впливу на провадження діяльності.

Найбільш доцільним шляхом оцінки факторів, що впливають на діяльність зовнішньоторговельної діяльності EveryMatrix розглядається метод SWOT-аналізу.

В процесі SWOT-аналізу перераховуються сильні і слабкі сторони, пов'язані з підприємством, його продукцією, а також можливості і загрози. Останні є зовнішніми чинниками, які знаходяться поза сферою впливу компанії. Можливості і загрози не лише впливають на положення компанії на ринку, але і вказують на необхідність стратегічних змін.

SWOT-аналіз припускає усвідомлення і розгляд сильних і слабких сторін організації, визначення ситуацій, що представляють загрозу для бізнесу, і сприятливих ринкових можливостей.

Загострення конкурентної боротьби (за збут своєї продукції, за місце на ринку) поміж підприємствами змушує їх шукати нові засоби впливу на рішення споживачів. Одним з таких шляхів є створення нових видів продукції, які є актуальними в сучасний час.

Передовий досвід EveryMatrix свідчить, що якість, безперечно, є найбільш ваговою складовою конкурентоспроможності, але разом з тим, можливості

реалізації послуг та продуктів, крім якості, визначаються значним числом умов, більшість з яких розповсюджується не тільки на продукти компанії, але й на компанію в цілому.

Визначення факторів, що впливають на діяльність зовнішньоторговельної діяльності EveryMatrix є початковим моментом планування діяльності та формування стратегії подальшого розвитку підприємства.

Враховуючи фактори зовнішнього та внутрішнього середовища EveryMatrix, ми можемо визначити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози підприємства.

Для більш детального дослідження EveryMatrix проведемо SWOT-аналіз компанії (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз підприємства EveryMatrix

Сильні сторони	Слабкі сторони
Позитивна репутація серед споживачів та партнерів. Кваліфіковані спеціалісти з менеджменту міжнародного рівня. Масштабна співпраця з великою кількістю розробників ігор для казино та іншими сторонніми компаніями Налагоджені зовнішні зв'язки. Технологічне обладнання сучасних зразків. Лідерська позиція на ринку Постійний розвиток та удосконалення. Актуальність та розвинутість продукції і послуг	Не створює власних ігор, чим поступається конкурентам на ринку. Цінова політика— на деякі продукти вищі ціни ніж у конкурентів. Залежність від законодавчих норм різних країн.
Можливості	Загрози
Розширення спектру надання послуг Розробка цінової політики орієнтуючись на різних партнерів.	Висока конкуренція з боку компаній виробників гемблінгу. Нестабільність політичних та економічних відносин між країнами світу.

Впровадження програм лояльності для постійних партнерів Виробництво власних ігор на ринку.	Збій у функціонування платформ. Кібер–атаки.
---	---

Джерело: розроблено автором

Установлення зв'язків між найбільш впливовими слабкими і сильними сторонами компанії, загрозами і можливостями зовнішнього середовища – заключний етап процесу SWOT-аналізу. Для встановлення взаємозв'язків EveryMatrix побудуємо матрицю SWOT-аналізу (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Матриця SWOT-аналізу компанії EveryMatrix

Сильні сторони та можливості	Сильні сторони та загрози
1. Можливість розширити спектр надання послуг та видів продуктів враховуючи позитивну репутацію та кваліфікацію працівників компанії. 2. Можливість впровадити програми лояльності для постійних партнерів за допомогою розробки правильного бюджетування 3. Можливість розробити власні ігри та продукти за рахунок застосування технологічного обладнання сучасних зразків та лідерської позиції на ринку	1. Технічне обладнання сучасного зразка дозволяє виготовляти продукцію, яка не буде поступатися конкурентам. 2. Масштабна співпраця з великою кількістю розробників ігор для казино та іншими сторонніми компаніями, дозволить успішно протистояти кібер–атакам та контролювати роботу платформ.
Слабкі сторони та можливості	Слабкі сторони та загрози
1. Створення власної продукції ігор зміцнить конкурентну стратегію компанії на ринку. 2. Розробка цінової політики орієнтуючись на різних партнерів та впровадження програм лояльності для постійних партнерів дозволить врегулювати цінову політику та бути сильнішими в галузі.	1. Варто звернути увагу на виготовлення власних продуктів, що дасть змогу конкурувати масштабніше із виробниками гемблінгу. 2. Необхідно посилювати свою присутність на ринках різних країн та активно рекламувати свої товари, що надасть перевагу та стійкість від впливу несприятливих політичних та економічних змін

Джерело: розроблено автором

Наступним етапом визначення факторів впливу на компанію є проведення PEST-аналізу .

За допомогою PEST-аналізу здійснюється аналіз макросередовища підприємства, що значною мірою дозволяє розробити фінансову стратегію, яка була б адекватною до умов макросередовища.

PEST-аналіз певною мірою виступає як складова SWOT-аналізу, що належить до встановлення факторів зовнішнього середовища непрямого впливу, які впливають на формування можливостей та загроз для підприємства.

При проведенні PEST-аналізу необхідно проаналізувати можливий вплив на діяльність підприємства чотирьох основних факторів макроекономічного середовища: Political політичний; Economic економічний; Social соціальний; Technological технологічний [58].

У табл. 2.5 наведено основні ключові фактори впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства EveryMatrix.

Таблиця 2.5

Оцінка факторів макросередовища компанії EveryMatrix.

Група факторів	Фактор	Тенденція до зміни фактора*	Характер впливу фактора на діяльність підприємства (+,-)	Оцінка рівня впливу фактора на діяльність підприємства, бали**
Політичні	Рівень політичної нестабільності суспільства	↓	—	8
	Закони, що регулюють діяльність підприємства	=	—	4
Економічні	Рівень економічного розвитку	↑	+	9
	Рівень попиту	↑	+	7

	Темп інфляції.	↑	–	8
	Рівень безробіття.	↑	–	5
	Рівень доходів населення (середня зарплата).	↓	–	8
Технологічні	Інновації в технології.	↑	+	10
	Інновації в менеджменті.	↑	+	9
	Інновації в маркетингу	↑	+	9
Соціо–культурні	Чисельність працездатного населення	↓	–	4
	Зміна доходів населення	↓	–	8

**Оцінка тенденції до зміни: - зниження, - підвищення, = - без змін*

***Для якісної оцінки рівня впливу факторів можна скористатись шкалою: вплив відсутній – 0, вплив слабкий – 0-2, вплив помірний – 2-4, вплив сильний – 5-8, вплив дуже сильний – 8-10*

Джерело: розроблено автором

Сформуємо всі наведені фактори впливу на діяльність компанії у таблиці PEST-аналізу (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

PEST-аналіз для компанії EveryMatrix

Політичні	Оцінка впливу	Економічні	Оцінка впливу
1. Закони, що регулюють діяльність підприємства	–4	1. Рівень економічного розвитку	+9
2. Рівень політичної нестабільності суспільства	–8	2. Рівень попиту	+7
		3. Рівень безробіття	–5
		4. Рівень доходів	–8
		5. Темп інфляції	–8
Соціальні		Технологічні	
1. Чисельність працездатного населення	–4	1. Інновації в технології.	+10
2. Зміна доходів населення	–8	2. Інновації в менеджменті	+9
		3. Інновації в маркетингу	+9

Джерело: розроблено автором

Розглянувши узагальнюючу матрицю PEST-аналізу можна зробити висновок, що найбільш впливовими для компанії є економічні фактори, а саме рівень економічного розвитку, попит на продукти, а також технологічні фактори, що проявляються у інноваціях, які є ключовим аспектом діяльності компанії EveryMatrix.

Отже, провівши SWOT-аналіз та PEST-аналіз можна зробити висновок, що на ринку гемблінгу, компанія EveryMatrix має позитивну тенденцію до зміцнення своїх позицій. Підприємство є одним із найкращих та гідно конкурує з іншими виробниками як за якістю продукції так і за ціновим сегментом.

Висновки до розділу 2

EveryMatrix – це компанія, що надає програмне забезпечення для B2B iGaming, заснована в 2008 році зі штаб-квартирою на Мальті. В 2021 році CasinoEngine займало найбільшу частку доходів компанії EveryMatrix, становлячи 35.7% від загальних доходів. Загалом, найбільшу частку доходів формують продукти, пов'язані з казино та беттінгом, що вказує на основні напрямки діяльності EveryMatrix.

Щоквартальний валовий дохід від ігор (GGR) EveryMatrix для партнерів-операторів у бізнес-підрозділі Casino склав 588 мільйонів євро в четвертому кварталі 2023 року, що на 89% більше, ніж за аналогічний період 2022 року. За весь рік GGR склав 1,9 мільярда євро, що на 83% більше YoY. Як бачимо, найбільшу питому вагу у доходах підприємства від зовнішньої торгівлі продуктами у 2023 році займають ігри, а саме 88%, спортивний підрозділ OddsMatrix – 9% та казино – 3%.

Провівши SWOT-аналіз та PEST-аналіз можна зробити висновок, що на ринку гемблінгу, компанія EveryMatrix має позитивну тенденцію до зміцнення своїх позицій. Підприємство є одним із найкращих та гідно конкурує з іншими виробниками як за якістю продукції так і за ціновим сегментом.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІЗ ПРОДАЖУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В IGAMING EVERYMATRIX S.R.L

3.1. Напрямки географічної диверсифікації діяльності

Розширення географічної присутності є критичним компонентом стратегії зростання EveryMatrix. Для успішного виходу на нові ринки необхідно враховувати численні фактори, включаючи законодавчу базу, економічні умови, конкурентне середовище та попит на продукти.

EveryMatrix вже має значну присутність на багатьох ринках, проте існують регіони, де компанія ще не представлена або має обмежену діяльність. Так, наприклад в Індії існує великий потенційний ринок з високим рівнем інтернет-проникнення та зростанням попиту на онлайн-ігри.

Однак законодавство щодо онлайн-гемблінгу залишається неоднозначним. Ринок онлайн-гемблінгу в Індії оцінюють на 1,36 млрд доларів станом на 2023 рік, він є одним з найдинамічніших ринків у світі. [3]

Очікується, що річний темп зростання доходів (CAGR 2024-2029 рр.) становитиме 6,00%, що призведе до прогнозованого обсягу ринку в 3,88 млрд доларів США до 2029 року. Прогнозований обсяг ринку онлайн-ставок на спорт у 2024 році складе 1,97 млрд доларів США.

Очікується, що до 2029 року кількість користувачів на ринку онлайн-гемблінгу складе 15,1 млн користувачів. Проникнення користувачів на ринку онлайн-гемблінгу становитиме 0,8% у 2024 році.

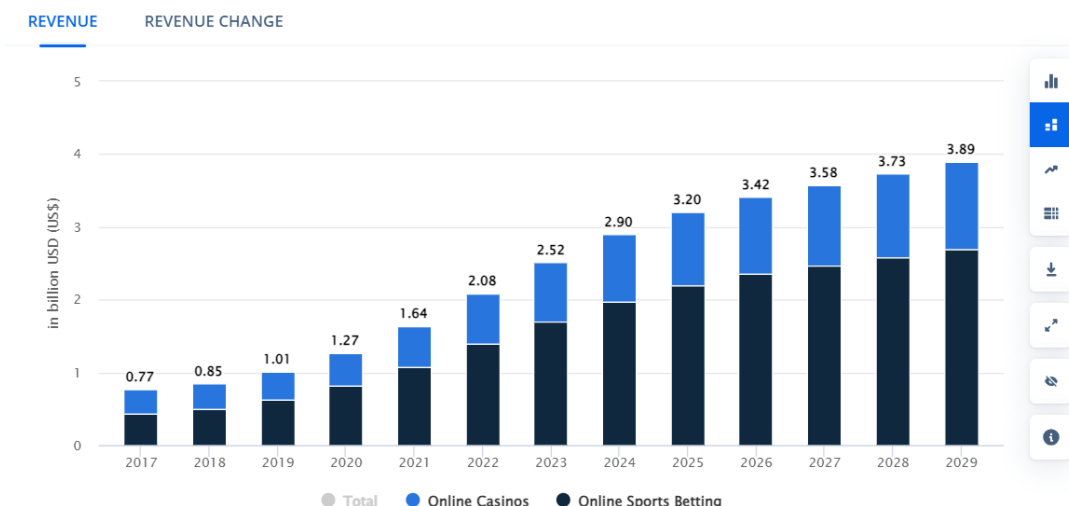


Рис. 3.1. Ринок гемблінгу в Індії (млрд. дол.) [Online gambling - India]

Джерело: [3]

Історія азартних ігор вказує на те, звідки зародилися традиційні азартні ігри. У "Ріг-Веді", давній індійській літературі, написаній між 1700 та 1100 роками до н.е., вона описується як пісня в Індії. Ви можете здивуватися, дізнавшись, що чіткі, детальні пояснення феноменології азартних ігор містять реальні підказки.

Державні лотереї, кінні перегони, настільні ігри, слоти, карткові ігри в руммі та казино - це лише деякі з різноманітних видів азартних ігор, які зараз доступні як онлайн, так і офлайн. В Індії є 17 штатів, де лотереї заборонені, в той час як є 12 штатів і 5 союзних територій, де люди можуть вільно насолоджуватися азартними іграми. В цій країні є багато можливостей робити ставки, як офіційно, так і нелегально, під час фестивалів та ярмарків.

Наприклад, крикет є процвітаючим видом спорту в Індії, навіть якщо мова йде про сайти спортивних ставок. У 2016 році на матч з крикету між Індією та Вест-Індією було зроблено ставок на загальну суму близько 2500 рупій.

Гравці в фентезі-спорт стимулюють популярність ігор казино та букмекерських сайтів, таких як Dream 11 і MPL. З 2023 по 2028 рік в Індії спостерігатиметься щорічне зростання онлайн-ставок на 29%. Широке

використання смартфонів зробило азартні ігри простими і вимагає лише кількох кліків.

Щоб обмежити цей нерегульований сектор беттінгу, Верховний суд Індії скликав засідання колегії в тому ж році. Метою обговорення з Індійською юридичною комісією було запропонувати найкращий спосіб дій щодо азартних ігор. Ефективне регулювання цієї діяльності залишається єдиним практичним рішенням, оскільки повністю запобігти їй неможливо.

Оскільки в Індії азартні ігри визнані державною темою, кожен штат може вільно приймати законодавство, що регулює діяльність, пов'язану з азартними іграми, у межах своїх кордонів. Гоа та Сіккім виконали директиви та постанови урядів своїх окремих штатів, які дозволили проведення азартних ігор та беттінг. [25]

У цих двох штатах дозволено працювати численним реальним і віртуальним казино. Багато шанувальників азартних ігор приїжджають туди, щоб задовольнити свою пристрасть до азартних ігор. З іншого боку, кожен, хто відвідує територію казино, повинен заплатити за вхід. Що стосується витрат на реєстрацію, то онлайн-казино задовольняють цю потребу.

Китай є одним з найбільших світових ринків, але суворі регуляції щодо онлайн-гемблінгу обмежують можливості для входу. Згідно з нещодавно опублікованим звітом Управління ООН з наркотиків та злочинності (УНЗ ООН), у Китаї процвітає чорний ринок гемблінгу та підпільних казино. Цей незаконний бізнес, за оцінками, залучає близько п'яти мільйонів людей, а щорічні втрати Китаю через нього сягають 157 мільярдів доларів. [16]

За організацією незаконного грального бізнесу стоять місцеві злочинні синдикати, які використовують сучасні технології, такі як штучний інтелект та блокчейн, щоб обійти діючі заборони та охопити широку аудиторію, зосереджену в основному на китайських користувачах.

УНЗ ООН висловлює глибоке занепокоєння з приводу ситуації, що склалася, та закликає владу Китаю переглянути свою політику щодо онлайн-покеру та маджонгу. Організація вважає, що репресивні заходи не є ефективним способом боротьби з гемблінгом, а лише стимулюють розвиток чорного ринку, який несе в собі значні ризики для суспільства. [2]

Слід також розглянути Японію. Високий рівень доходів та інтерес до технологій робить цей ринок привабливим. Ринок Японії оцінюється в 6,7 мільярдів доларів та є одним з найбільших в Азії загалом. Законодавчі обмеження на гемблінг можуть створювати перешкоди, але зміни в законодавстві можуть відкрити нові можливості. [69]

З країн Латинської Америки слід звернути увагу на Бразилію. Зростаючий ринок з великим населенням і високим рівнем інтернет-проникнення. Законодавчі зміни можуть відкрити нові можливості для онлайн-гемблінгу.

За прогнозами, у 2024 році дохід на ринку онлайн-гемблінгу досягне US\$1,97 млрд. Очікується, що річний темп зростання (CAGR 2024-2029 рр.) складе 15,39%, що призведе до прогнозованого обсягу ринку в 4,03 млрд доларів США до 2029 року.

Прогнозований обсяг ринку онлайн-казино у 2024 році становитиме 1,11 млрд доларів США.

Очікується, що до 2029 року кількість користувачів на ринку онлайн-гемблінгу складе 2,7 млн користувачів.

Проникнення користувачів на ринку онлайн-гемблінгу становитиме 1,1% у 2024 році. [19]

Також цікавою є Аргентина. Ринок з великим потенціалом, проте економічна нестабільність та інфляція можуть створювати ризики. За прогнозами, дохід на ринку онлайн-гемблінгу досягне €1,27 млрд у 2024 році.

Очікується, що річний темп зростання доходів (CAGR 2024-2028 рр.) складе 8,81%, в результаті чого прогнозований обсяг ринку до 2028 року досягне

€1,78 млрд. Прогнозований обсяг ринку онлайн-ставок на спорт у 2024 році складе 0,54 млрд євро.

Очікується, що до 2028 року кількість користувачів на ринку онлайн-гемблінгу складе 5,1 млн користувачів. Проникнення користувачів на ринку онлайн-гемблінгу складе 9,2% у 2024 році. [17]

Аргентина організована за федеральною моделлю, в якій повноваження з регулювання азартних ігор та азартних ігор належать місцевим органам влади. В Аргентині 23 провінції та місто Буенос-Айрес (яке має автономний статус, подібний до статусу провінцій) мають повноваження щодо регулювання азартних ігор та грального бізнесу.

В Аргентині існує понад 3200 муніципалітетів із вторинним рівнем компетенції у цій сфері. Компетенція муніципалітетів загалом обмежується видачею дозволів на діяльність наземних об'єктів (схвалення відкриття об'єкта на певній території в межах географічної юрисдикції муніципалітету), перевіркою дотримання вимог безпеки та гігієни, рекламою (в межах географічної юрисдикції муніципалітету) тощо.

Обсяг повноважень муніципалітетів визначається законодавчими органами кожної провінції. У місті Буенос-Айрес немає муніципального рівня управління.

На відміну від інших юрисдикцій, в Аргентині немає загальних визначень, пов'язаних з азартними іграми та гемблінгом. Натомість кожна провінція та місто Буенос-Айрес ухвалили власні нормативні акти щодо ігор та азартних ігор, які не мають однорідного підходу до цього питання.

Цивільний та комерційний кодекс Аргентини прямо виключає застосування його положень до регульованих державою ігор та ставок, які підлягають регулюванню відповідно до норм, викладених у правилах, що санкціонують їхню пропозицію.

Загалом, нормативно-правові акти, що діють у провінціях та місті Буенос-Айрес, встановлюють широкі визначення азартних ігор та ігор і не стосуються конкретних форм ставок або беттінгових продуктів. [12]

Звісно ж, не слід обходити стороною такий заможний ринок з високими доходами, як Об'єднані Арабські Емірати. Країна має дуже високий рівень доходів і інтерес до передових технологій, проте законодавчі обмеження стосовно азартних ігор можуть знижувати можливості для входу.

Створення у вересні 2023 року в Об'єднаних Арабських Еміратах (ОАЕ) федерального регулятора азартних ігор є наступним кроком на шляху до легального ринку казино в країні.

Хоча поки що незрозуміло, як виглядатимуть остаточні правила, оператори вже роблять кроки, щоб підготуватися до запуску в регіоні. Однією з таких компаній є Wynn Resorts. Її генеральний директор Крейг Біллінгс назвав ОАЕ найцікавішим новим ринком, що відкрився за останні десятиліття. Однак створення GCGRA - це наступне доміно, яке впаде на шляху до регульованого ринку азартних ігор в ОАЕ.

Ще одним спірним питанням є те, чи будуть регулюватися GCGRA дві існуючі в ОАЕ лотереї - Emirates Draw і Mahzooz. ОАЕ планують встановити 25% податок на прибуток від масових азартних ігор. Азартні ігри преміум-класу будуть обкладатися податком у розмірі 8%. [22]

Для успішного виходу на нові ринки необхідно враховувати потенційні законодавчі та регуляторні перешкоди. Тому пропонуємо розглянути ключові ринки з урахуванням законодавчих обмежень:

1. Китай: Суворі регуляції щодо онлайн-гемблінгу роблять цей ринок неприйнятним для EveryMatrix у найближчій перспективі.
2. Індія: Незважаючи на великий потенціал, неоднозначність законодавства щодо онлайн-гемблінгу робить цей ринок ризикованим для входу.

Враховуючи потенціал зростання та сприятливе законодавче середовище, деякі ринки виглядають особливо перспективними, на мій погляд. Так, Бразилія має зростаючий ринок з великим населенням та високим рівнем інтернет-проникнення, а потенційні законодавчі зміни можуть сприяти розвитку онлайн-гемблінгу, так як країна є досить ліберальною і слідує світовим тенденціям.

Також перспективним мені здається ринок Японії, де громадяни мають високий дохід та неабиякий інтерес до технологій. Хоча Японія не є відомим міжнародним центром азартного туризму, країна має багатомільярдну внутрішню ігрову індустрію. Сторонні спостерігачі не помиляться, якщо подумають, що азартні ігри фактично повсюдно поширені в японському суспільстві.

Ну і, звісно ж, ОАЕ – найперспективніша, на мій погляд країна для входу. Неймовірна простота в законодавчому регулюванні, адже країна всіма силами стимулює розвиток бізнесу і приток іноземного капіталу, а також громадяни та туристи з високим рівнем доходу роблять цю країну однією з найпривабливіших для розвитку бізнесу.

Для успішного виходу на нові ринки EveryMatrix може використовувати кілька стратегій:

- Партнерство з місцевими компаніями: Співпраця з місцевими операторами може допомогти подолати законодавчі перешкоди та адаптувати продукти до місцевих умов.
- Адаптація продуктів: Врахування культурних та регуляторних особливостей ринків для адаптації продуктів та послуг.
- Інвестиції в маркетинг та локалізацію: Розробка локалізованих маркетингових стратегій та інвестиції в рекламу для залучення місцевих користувачів.

Отже, географічна диверсифікація є важливим напрямком розвитку EveryMatrix. Врахування законодавчих, економічних та культурних факторів дозволить компанії успішно вийти на нові ринки та зміцнити свої позиції на глобальному ринку. Ринки, такі як Бразилія, ОАЕ та Японія, виглядають особливо перспективними для подальшого розширення діяльності EveryMatrix.

3.2. Напрямки підвищення інтенсивності продажів

Багато розробників вважають, що прямі продажі - це єдиний спосіб отримати дохід від своїх ігор. Преміум-релізи - це швидка і проста стратегія продажів, але це не завжди найефективніший метод монетизації.

Так, існують методи підвищення інтенсивності продажів, які дозволяють залучати нових клієнтів та максимізувати прибуток компанії. Так, попередні замовлення є одним з корисних інструментів. Проведення кампанії попередніх замовлень дає розробникам можливість оцінити попит на гру, поекспериментувати з різними маркетинговими інструментами, спробувати різні способи представлення проекту громадськості та почати будувати спільноту ще до запуску. [23]

Це також чудова можливість отримати фінансування на ранній стадії, яке допоможе просунути розробку вперед. Інді-розробники досягають більшого успіху в кампаніях попереднього замовлення, якщо використовують можливість створити якомога більше галасу. Створення ажіотажу та залучення фанатів на ранній стадії збільшує шанси на успішний запуск.

Перш ніж зануритися в конкретні стратегії, важливо зрозуміти важливість таргетингу в маркетингу ігор, особливо в сфері гемблінгу. Маючи таку широку та різноманітну аудиторію, розробникам вкрай важливо визначити та зрозуміти своїх ідеальних гравців. Звузивши цільову аудиторію, розробники можуть

створювати точніші та цікавіші маркетингові кампанії, які резонують з їхніми потенційними гравцями.

Платформи соціальних мереж стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя, і мільярди людей активно ними користуються. Використання маркетингових стратегій у соціальних мережах може стати вирішальним фактором для розробників ігор. [23]

Необхідно визначити найпопулярніші соціальні медіа-платформи серед цільової аудиторії компанії. Наступним кроком є створення цікавого контенту. Зрозуміло, що реклама гемблінгу та розробки азартних ігор не буде присутня на найпопулярніших платформах у прямому вигляді.

Проте контекстна і прихована реклама іноді може дати навіть більше результату. Також гарним інструментом є перегін трафіку в інші соціальні мережі, наприклад, такі як Telegram, де обмежень для рекламодавців взагалі практично не існує. Згідно з нещодавнім опитуванням, 78% геймерів відкривають для себе нові ігри через соціальні мережі, що робить їх потужним каналом для ігрового маркетингу.

Партнерство з інфлюенсерами, які мають значну кількість прихильників в ігровій спільноті, може значно збільшити охоплення вашої гри. Інфлюенсери мають можливість впливати на рішення про покупку та підвищувати інтерес до певних ігор.

При цьому важливо підібрати інфлюенсера, який би відповідав жанру, стилю цільової аудиторії, в нашому випадку, конкретно в сфері гемблінгу. Таким в Україні є, наприклад, Олександр Слобоженко, власник та засновник компанії Traffic Devils, основним видом діяльності якої є арбітраж трафіку на існуючі гемблінг сайти та додатки.

Дослідження показує, що 40% міленіалів, приймаючи рішення про покупку, перебувають під впливом особистостей з соціальних мереж, що робить

партнерство з інфлюенсерами ефективною маркетинговою стратегією для охоплення цільової аудиторії.

Створення активної та зацікавленої спільноти навколо ігор може створити лояльну фан-базу, яка виступатиме адвокатом бренду. Дослідження показало, що 54% геймерів вважають онлайн-спільноти важливим фактором при прийнятті рішення грати в нову гру, що підкреслює важливість стратегій залучення спільноти. Простими словами, коли гравець знає, що даною грою користуються його знайомі, підписники, в нього виникає ще більший інтерес та залучення до даної гри. [15]

З мільйонами мобільних ігор, доступних в магазинах додатків, оптимізація видимості гри є також надзвичайно важливою. Оптимізація магазинів додатків (ASO) зосереджена на покращенні видимості вашої гри в результатах пошуку в магазинах додатків.

Охоплення цільової аудиторії вимагає комплексного маркетингового підходу, який поєднує в собі силу соціальних мереж, партнерства з інфлюенсерами, залучення спільнот та оптимізацію магазинів додатків.

Монетизація відіграє вирішальну роль у підтримці бізнесу з розробки ігор. Отримання доходу не лише допомагає покрити витрати на розробку, але й дозволяє продовжувати створювати високоякісні ігри, які резонують з цільовою аудиторією.

Монетизація допомагає фінансувати майбутні проекти з розробки ігор. Стабільний потік доходів забезпечує стійкість бізнесу. Ефективні стратегії монетизації приваблюють інвесторів та потенційних партнерів, а диверсифікація джерел доходу зменшує залежність від однієї моделі монетизації.

Розширення потоків доходу за межами самої гри - чудовий спосіб максимізувати прибуток. Створення супутніх товарів, таких як одяг або предмети колекціонування, а також ліцензування інтелектуальної власності (ІВ) гри може відкрити нові можливості для отримання доходу.

Вивчення різних моделей монетизації є важливим, але не менш важливим є забезпечення позитивного користувацького досвіду. Баланс між генеруванням прибутку та задоволенням гравців - ключ до довгострокового успіху.

Зважаючи на слабкі сторони компанії EveryMatrix, варто розглянути конкретні заходи з підвищення інтенсивності продажів та розширення бізнесу.

Важливо розробити та впровадити ефективні маркетингові стратегії, спрямовані на залучення нових клієнтів та збільшення продажів. Це може включати розробку іміджу бренду, цілеспрямовану рекламну кампанію в онлайн та офлайн середовищах, а також використання контент-маркетингу та соціальних медіа для привернення уваги.

Поліпшення користувацького досвіду на платформі гри може стати ключовим фактором у привабленні нових клієнтів. Це може включати розробку зручного та інтуїтивно зрозумілого інтерфейсу, оптимізацію швидкості завантаження сторінок та ігор, а також вдосконалення мобільних додатків для зручності користувачів.

Проведення аналізу ринків та їх потенціалу допоможе визначити нові ринки для розширення діяльності. При цьому важливо враховувати законодавчі обмеження та ризики, пов'язані з введенням нових регуляторних норм у галузі гемблінгу.

Зосередження на розробці нових ігор, вдосконаленні існуючих продуктів та послуг може привернути увагу нових клієнтів та зміцнити лояльність існуючих. Це може бути досягнуто через постійне оновлення та підвищення якості гри, впровадження нових технологій та функцій, а також реакцію на зміни вимог та потреб клієнтів. Ці заходи можуть допомогти EveryMatrix привернути нових клієнтів, збільшити обсяги продажів та зміцнити свою позицію на ринку гемблінгу.

Також для підвищення інтенсивності продажів можна запровадити програму стимулювання. Основна мета такої програми полягає в тому, щоб

надихати та мотивувати менеджерів з продажу досягати ще вищих результатів та винагороджувати їх за досягнення поставлених цілей. Це можуть бути фінансові стимули, такі як бонуси, премії, подарункові сертифікати, або інші матеріальні винагороди.

Однак, важливо також враховувати нематеріальні аспекти, такі як визнання за досягнення, лідерство в рейтингах, можливості кар'єрного зростання або участь у спеціальних навчальних програмах.

Наприклад, компанія може розробити систему бонусів за успішне закриття певного відсотка угод. Якщо фахівець перевищує цей показник, то отримує додаткове грошове винагородження. Крім того, проведення конкурсів серед колег із призами за кращі результати в продажах також сприятиме підвищенню мотивації.

Важливо, щоб програма стимулювання продажів була справедливою, прозорою та відповідала конкретним цілям компанії. Співвідношення матеріальних і нематеріальних стимулів повинно бути збалансованим, а система винагородження має мотивувати всіх членів команди.

Продажі – мабуть, один з найважливіших аспектів у досягненні фінансового успіху компанії. Тому необхідно проводити коучинг команди менеджерів з продажу. Сесії коучингу не лише сприяють у підвищенні індивідуальних навичок менеджерів з продажу, але й сприяють формуванню єдиної команди, готової працювати як один механізм.

Припустимо, під час коучингу команда продажів фокусується на конкретних взаємодіях з клієнтами. Вони можуть аналізувати успішні угоди та обговорювати труднощі, що виникають на шляху до укладення договору. Кожен учасник може поділитися своїм підходом, викладенням найефективніших методів та обговоренням особистих викликів.

Крім того, сесії коучингу можуть включати рольові ігри, обговорення стратегій управління часом, аналіз ефективності комунікації з клієнтами та

розвиток навичок переговорів. В результаті команда стає більш компетентною в справі продажів.

Ну і, звісно ж, необхідно слідкувати за аналітикою продажів. Наприклад, шляхом відстеження аналітики продажів компанія може аналізувати такі показники, як конверсія клієнтів, середня сума угоди, причини відмов та частота повторних звернень.

Детальне дослідження цих даних дозволяє виявляти слабкі сторони у ланцюгу продажів, тенденції та закономірності в поведінці споживачів, показники відмов та інші аспекти, які вимагають уваги та оптимізації.

Водночас важливо не просто збирати дані, але й правильно їх інтерпретувати та використовувати для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

3.3 Можливості удосконалення процесів

Хоча гру не так легко розбити на менші цикли розробки, як інші програмні проекти, ітеративну розробку все ж можна використовувати для покращення результатів роботи команди та зменшення ризиків для проекту.

Під час ітеративної розробки команда проходить повний життєвий цикл розробки програмного забезпечення (SDLC) - збір вимог, аналіз, проектування, реалізацію, тестування та фінальну доставку - лише на невеликій підмножині загального проекту. Для гри це може бути розробка одного рівня за раз, однієї ділянки мапи або однієї частини історії.

Розбиття розробки на ці невеликі етапи скорочує часовий графік SDLC для кожного етапу, а це означає, що команди отримуватимуть зворотній зв'язок про свій реліз швидше і кілька разів - а не один раз наприкінці великого проекту.

Цей зворотній зв'язок дозволяє команді скоригувати курс на ранній стадії, а майбутні фази можуть включати ці зміни під час початкового планування вимог

і дизайну, замість того, щоб повертатися назад і змінювати щось, якщо весь продукт був спроектований заздалегідь.

Оскільки поняття "задоволення" є дуже суб'єктивним, ітеративна розробка дає командам багато можливостей протестувати свої ідеї та переконатися, що гра все ще залишається цікавою.

Звісно, весь цей ітеративний зворотній зв'язок може призвести до зміни вимог або появи нових ідей, які з'являться на цьому шляху. Якщо деякі частини гри заплутані або просто нецікаві для користувачів, вимоги можуть бути усунені, що може спричинити хвильовий ефект змін в інших частинах гри. Тому визначення пріоритетів та управління вимогами стає важливою частиною доведення гри до фінішу.

Наявність чіткого бачення гри є першим кроком до створення чітких пріоритетів, оскільки всі вимоги повинні певним чином сприяти цьому баченню. Бачення повинно включати не лише те, про що гра та досвід гравця, але й бізнес-цілі компанії, а також те, як студія визначає якість та користувацький досвід для гри.

Чітке розуміння цілей високого рівня дозволяє командам оцінювати, як вимоги сприяють досягненню цих цілей, і приймати рішення щодо розстановки пріоритетів на основі їх аналізу.

Вимоги - це не єдине, що змінюється під час розробки. Іноді те, що на папері звучить як чудова ідея, нелегко - або навіть неможливо - реалізувати. У таких випадках усім може знадобитися переглянути, як буде працювати ця частина гри, і внести зміни так, щоб вимоги були технічно досяжними.

На початковому етапі може бути легко впоратися з цими вимогами, що змінюються, за допомогою короткої розмови або зустрічі та внесення змін до планових документів, але в міру того, як проект просувається і стає складнішим, важливо запровадити процес управління змінами.

Процеси контролю змін підвищують видимість змін і включають інструкції з документування, щоб кожен знав, що змінилося і чому, а також міг оцінити вплив змін на свої ділянки.

Сфера перевірки якості сильно змінилася за останні роки завдяки впровадженню тестової розробки, бета-версій та пре-релізів ігор, а тепер ще й завдяки інструментам зі штучним інтелектом, які дають поради, як покращити ваш код.

Незмінним залишається той факт, що чим пізніше виявляється проблема, тим дорожче її виправити, тому важливо виявляти проблеми на ранній стадії. Наявність чітко визначених цілей якості та повторюваного процесу тестування і отримання зворотного зв'язку від користувачів також полегшує перевірку і відстеження якості.

Штучний інтелект в іграх - це захоплююча сфера, яка обертається навколо інтеграції інтелектуальних алгоритмів і систем у відеоігри. Ці ШІ-агенти покликані імітувати людську поведінку, надаючи віртуальному середовищу новий рівень реалістичності та занурення.

Ці агенти мають здатність вчитися на діях гравців, адаптувати свої стратегії та динамічно взаємодіяти з гравцями. Впроваджуючи ШІ в ігри, розробники можуть створювати більш складних супротивників, динамічні сюжетні лінії та реалістичні симуляції людської поведінки, покращуючи загальний ігровий досвід.

Одним із ключових аспектів застосування штучного інтелекту в іграх є здатність цих агентів навчатися та адаптуватися. Завдяки методам машинного навчання агенти ШІ можуть аналізувати поведінку гравців і приймати обґрунтовані рішення на основі закономірностей і тенденцій. Це дозволяє їм надавати гравцям реалістичні виклики, гарантуючи, що ігровий процес залишатиметься цікавим і захоплюючим.

Крім того, AI-агенти можуть взаємодіяти з гравцями, реагуючи на їхні дії та створюючи відчуття занурення у віртуальний світ. Будь то дружній неігровий персонаж, який пропонує корисну пораду, або хитрий ворог, який коригує свою тактику в режимі реального часу, ШІ в іграх вдихає життя у віртуальне середовище і створює більш динамічний та інтерактивний досвід для гравців.

Імітуючи процеси прийняття рішень, подібні до людських, штучний інтелект зробив революцію у світі ігор, підвищивши динаміку ігрового процесу. Ігрові персонажі зі штучним інтелектом тепер можуть приймати складні рішення на основі різноманітних факторів, таких як навколишнє середовище, поведінка гравців і заздалегідь визначені цілі.

Це додає грі елемент непередбачуваності та реалістичності, роблячи її більш захопливою та складною для гравців. Незалежно від того, чи це стратегія у військовій грі, чи прийняття рішень за долі секунди в гонках, ШІ забезпечує рівень інтелекту та адаптивності, який імітує гравців-людей, гарантуючи, що кожен ігровий досвід буде унікальним і динамічним.

Використання ШІ в іграх також дозволяє розробникам створювати більш захоплюючі та реалістичні віртуальні світи. Алгоритми ШІ можуть генерувати реалістичну поведінку та взаємодію між персонажами, роблячи ігрове середовище більш живим.

Наприклад, NPC (неігрові персонажі), керовані штучним інтелектом, можуть мати власні характери, вподобання та цілі, які впливають на їхні дії та взаємодію з гравцями. Це створює відчуття глибини і реалізму, оскільки гравці можуть взаємодіяти з ігровими персонажами, які розумно і реалістично реагують на їх вибір і дії.

Завдяки ШІ геймери тепер можуть насолоджуватися більш складним і захоплюючим ігровим процесом, розширюючи межі можливого у світі ігор.

В сфері гемблінгу, можна представити ШІ у вигляді круп'є (NPC, який буде роздавати карти гравцям та вести з ними комунікацію). Ще краще буде

оснастити його голосом та реалістичною зовнішністю для повного абстрагування від навколишнього світу та поринення в гру).

ШІ в іграх функціонує завдяки двом основним компонентам: алгоритмам і даним. Розробники створюють алгоритми, які керують поведінкою та прийняттям рішень неігрових персонажів (NPC) в ігровому світі. Ці алгоритми діють як набір правил або інструкцій, які визначають, як NPC реагують на різні ігрові ситуації та взаємодіють з гравцем. [14]

Загалом, поєднання алгоритмів і даних дозволяє ШІ в іграх імітувати розумну поведінку і створювати захопливий та інтерактивний досвід для гравців.

Ще один ключовий аспект якості - це те, наскільки "веселою" є гра. Важливо залишатися на зв'язку з гравцями протягом усього життєвого циклу розробки, щоб отримати зворотній зв'язок і переконатися, що розважальна цінність гри відповідає вашим очікуванням. Чим раніше компанія почне тестування, тим легше зможе внести будь-які корективи, необхідні для забезпечення цікавої фінальної гри.

Алгоритми штучного інтелекту здійснили революцію в ігровій індустрії, представивши абсолютно новий рівень креативності та динамізму. Завдяки здатності генерувати безмежні можливості для ігрових сценаріїв, ці алгоритми проклали шлях до більшої реграбельності.

Використовуючи методи машинного навчання, алгоритми ШІ можуть адаптуватися і реагувати на поведінку гравця, створюючи унікальний і непередбачуваний ігровий досвід. [14]

Це не тільки утримує гравців у грі, але й усуває повторюваність традиційного ігрового дизайну. Завдяки контенту, створеному штучним інтелектом, гравці можуть досліджувати нові виклики, знаходити приховані шляхи і стикатися з несподіваними поворотами, що робить кожне проходження гри свіжим і захопливим.

Потенціал для інновацій безмежний, що дає розробникам ігор свободу постійно розширювати і розвивати свої творіння, гарантуючи, що гравці ніколи не вичерпають захопливий досвід.

Аналітика штучного інтелекту відіграє ключову роль у сфері ігор, сприяючи швидкому виявленню помилок і оптимізації продуктивності, що в кінцевому підсумку забезпечує більш плавний ігровий досвід для гравців.

Завдяки алгоритмам машинного навчання та аналізу даних штучний інтелект може прочісувати величезні обсяги ігрових даних, щоб виявити та позначити потенційні помилки або збої. Це дає змогу розробникам швидко вирішувати та виправляти ці проблеми, мінімізуючи збої та розчарування геймерів. [27]

Крім того, ШІ-аналітика може постійно контролювати й оптимізувати продуктивність гри, аналізуючи поведінку гравців, дані про продуктивність системи та мережеві умови. Виявляючи вузькі місця та оптимізуючи розподіл ресурсів, штучний інтелект допомагає створити безперебійний і захоплюючий ігровий процес, підвищуючи задоволеність гравців.

З появою інструментів на основі штучного інтелекту розробники ігор можуть створювати реалістичних і унікальних персонажів за меншу частину часу, ніж це робилося б традиційним способом. Це дозволяє їм спрямовувати більше ресурсів на інші аспекти розробки ігор.

Крім того, алгоритми штучного інтелекту можуть аналізувати величезні обсяги даних і створювати дизайн персонажів відповідно до вподобань і стилю гри гравця. Такий рівень кастомізації посилює занурення та залучення гравця, роблячи ігровий досвід більш персоналізованим і приємним.

Отже, штучний інтелект став незамінним інструментом для розробників ігор, революціонізувавши ігровий ландшафт. Від створення різноманітних ігрових сценаріїв до надання аналітики в реальному часі - технологія ШІ

пропонує безпрецедентні можливості для створення захопливого ігрового досвіду.

Використовуючи можливості штучного інтелекту, розробники можуть розширити межі творчості та запропонувати гравцям справді незабутні пригоди у віртуальних світах. [27]

Оскільки ігрова індустрія продовжує розвиватися, штучний інтелект, безсумнівно, відіграватиме життєво важливу роль у формуванні майбутнього розробки ігор.

Питання про те, що ШІ замінить людську творчість і робочі місця, є поширеним. У контексті розробки ігор штучний інтелект - це не заміна розробникам, а потужний інструмент, який розширює їхні можливості. Він бере на себе повторювані, трудомісткі завдання, дозволяючи творцям ігор зосередитися на більш творчих аспектах ігрового дизайну.

Варто також розуміти, що чітка та ефективна комунікація є наріжним каменем успішної розробки ігор. Вона гарантує, що члени команди знаходяться на одній хвилі, сприяє співпраці та мінімізує непорозуміння, які можуть призвести до затримок або помилок. Ось кілька ідей про те, як команда розробників ігор може налагодити чудову комунікацію:

- Підтримувати відкриті канали комунікації: використовуйте командні платформи обміну повідомленнями, такі як Slack або Microsoft Teams, щоб швидко обмінюватися інформацією в режимі реального часу.
- Заохочувати регулярні зустрічі команди: запланувати регулярні зустрічі команди, щоб сприяти співпраці та тримати всіх в курсі оновлень проекту.
- Визначити чіткі ролі та обов'язки: визначити ролі та обов'язки так, щоб кожен розумів свої завдання і знав, до кого звертатися, якщо у нього виникнуть запитання щодо певної сфери.
- Документувати важливі обговорення та рішення.

Висновки до розділу 3

На основі проведеного аналізу сформульовано конкретні пропозиції щодо удосконалення зовнішньоторговельної діяльності EveryMatrix S.R.L. з продажу програмного забезпечення iGaming. Ці пропозиції включають оптимізацію логістичних процесів, вдосконалення маркетингових стратегій, розширення ринкових сегментів та підвищення якості обслуговування клієнтів.

Таким чином, робота показує, що правильна організація зовнішньоторговельної діяльності із продажу програмного забезпечення може суттєво вплинути на стабільне зростання доходів підприємства та підвищення його конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Рекомендації, викладені в дослідженні, можуть бути корисними для інших компаній, що прагнуть успішно інтегруватися в глобальний IT-ринок.

ВИСНОВКИ

Зовнішня торгівля — це торгівля однієї країни з іншими, яка передбачає оплачуване вивезення (експорт) та ввезення (імпорт) товарів і послуг. У своїй сукупності зовнішня торгівля різних країн утворює міжнародну торгівлю, яка до того ж є складною соціальноекономічною категорією, її можна розглядати з двох позицій — операційної та державно-політичної. Зовнішньоторговельна діяльність є важливою складовою товарного обігу, зовнішньоекономічної діяльності, економічної та зовнішньої безпеки держави.

Зовнішня торгівля, як особлива сфера міжнародної економіки має ряд специфічних рис, які відрізняють її від внутрішньонаціональної торгівлі: урядове регулювання міжнародної торгівлі; самостійна національна економічна політика; соціально-культурні відмінності країн; фінансові та комерційні ризики. Кожна країна функціонує в своїй правовому середовищі. Її уряд активно втручається і піддає жорсткому контролю зовнішньоторговельні відносини і, пов'язані з торговими операціями, валютно-фінансові відносини. Значення міжнародної торгівлі в системі міжнародної економіки обумовлено тим, що в її основі лежать важливі чинники і доцільність міжнародного обміну товарами і послугами.

Зовнішня торгівля програмним забезпеченням належить до сфери міжнародної торгівлі послугами, тому її чинники та особливості слід розглядати саме в цьому контексті. Торгівля послугами на міжнародному рівні має певні відмінності порівняно із традиційною торгівлею товарами: На відміну від товарів, послуги продукуються і споживаються майже одночасно, і їх результати не можуть бути збережені або повернені.

Лідерами європейського ринку програмного забезпечення є такі країни як: Німеччина (30%), Велика Британія (20%), Франція (15%), Італія (10%), Іспанія (5%). сегмент IGaming — один з найбільш швидкозростаючих на ринку гемблінга, на який припадає майже 12% частки ринку.

EveryMatrix – це компанія, що надає програмне забезпечення для B2B iGaming, заснована в 2008 році зі штаб-квартирою на Мальті. EveryMatrix постачає ігрові онлайн-платформи, продукти та програмне забезпечення для онлайн-казино, операторів спортивних точок, а також державних і приватних лотерей. EveryMatrix надає програмне забезпечення iGaming, рішення, контент і послуги для казино, спортивних ставок, платежів і партнерського менеджменту глобальним операторам рівня 1, а також новим брендам. EveryMatrix є приватною компанією, в якій зараз працює понад 720 співробітників у десяти офісах у Європі, Азії та Сполучених Штатах. Компанія працює в секторі iGaming як постачальник програмного забезпечення для бізнесу.

Незважаючи на сильну конкуренцію та стрімкий розвиток даного ринку компанія EveryMatrix продовжує заповнювати ринок та збільшувати ефективність і прибутковість своєї діяльності. Так, 6 лютого 2024 року компанія EveryMatrix оголосила про свої найсильніші фінансові результати за свою 16-річну історію, встановивши рекордні темпи зростання та прибутковості, включаючи 56% квартальної норми прибутку за 4 квартал 2023 року – третій квартал поспіль вище 50%.

В 2021 році CasinoEngine займало найбільшу частку доходів компанії EveryMatrix, становлячи 35.7% від загальних доходів. OddsMatrix є другим за обсягом доходів продуктом з часткою 21.4%. MoneyMatrix та GamMatrix також роблять значний внесок, забезпечуючи відповідно 14.3% та 17.9% доходів. PartnerMatrix, BonusEngine та RGS Matrix разом забезпечують 17.9% доходів, з найбільшою часткою в цьому сегменті у PartnerMatrix (10.7%). Загалом, найбільшу частку доходів формують продукти, пов'язані з казино та беттінгом, що вказує на основні напрямки діяльності EveryMatrix.

Можна констатувати, що щоквартальний валовий дохід від ігор (GGR) EveryMatrix для партнерів-операторів у бізнес-підрозділі Casino склав 588 мільйонів євро в четвертому кварталі 2023 року, що на 89% більше, ніж за

аналогічний період 2022 року. За весь рік GGR склав 1,9 мільярда євро, що на 83% більше YoY. Найбільшу питому вагу у доходах підприємства від зовнішньої торгівлі продуктами у 2023 році займають ігри, а саме 88%, спортивний підрозділ OddsMatrix – 9% та казино – 3%.

Розширення географічної присутності є критичним компонентом стратегії зростання EveryMatrix. Для успішного виходу на нові ринки необхідно враховувати численні фактори, включаючи законодавчу базу, економічні умови, конкурентне середовище та попит на продукти.

EveryMatrix вже має значну присутність на багатьох ринках, проте існують регіони, де компанія ще не представлена або має обмежену діяльність. Так, наприклад в Індії існує великий потенційний ринок з високим рівнем інтернет-проникнення та зростанням попиту на онлайн-ігри. З країн Латинської Америки слід звернути увагу на Бразилію. Зростаючий ринок з великим населенням і високим рівнем інтернет-проникнення. Законодавчі зміни можуть відкрити нові можливості для онлайн-гемблінгу. Створення у вересні 2023 року в Об'єднаних Арабських Еміратах (ОАЕ) федерального регулятора азартних ігор є наступним кроком на шляху до легального ринку казино в країні.

Існують методи підвищення інтенсивності продажів, які дозволять залучати нових клієнтів та максимізувати прибуток компанії. Так, попередні замовлення є одним з корисних інструментів. Проведення кампанії попередніх замовлень дає розробникам можливість оцінити попит на гру, поекспериментувати з різними маркетинговими інструментами, спробувати різні способи представлення проекту громадськості та почати будувати спільноту ще до запуску. Необхідно визначити найпопулярніші соціальні медіа-платформи серед цільової аудиторії компанії. Наступним кроком є створення цікавого контенту. Зрозуміло, що реклама гемблінгу та розробки азартних ігор не буде присутня на найпопулярніших платформах у прямому вигляді.

Контекстна і прихована реклама іноді може дати навіть більше результату. Також гарним інструментом є перегін трафіку в інші соціальні мережі, наприклад, такі як Telegram, де обмежень для рекламодавців взагалі практично не існує. Згідно з нещодавнім опитуванням, 78% геймерів відкривають для себе нові ігри через соціальні мережі, що робить їх потужним каналом для ігрового маркетингу.

.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bet365. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Bet365>
2. Casinos, Money Laundering, Underground Banking, and Transnational Organized Crime in East and Southeast Asia: A Hidden and Accelerating Threat. UNODC, 2024. URL: https://www.unodc.org/roseap/uploads/documents/Publications/2024/Casino_Underground_Banking_Report_2024.pdf.
3. EGF | E-Gaming Federation for Responsible Play. egf.weaddo.com. URL: <https://www.egf.org.in> (date of access: 16.05.2024).
4. EveryMatrix agrees six-year public tender with Veikkaus. URL: <https://casinobeats.com/2022/10/03/everymatrix-public-tender-with-veikkaus/>
5. EveryMatrix applies for New Jersey gaming licence. URL: <https://igamingbusiness.com/legal-compliance/licensing/everymatrix-applies-for-new-jersey-gaming-licence/>
6. EveryMatrix chosen as online provider for Maltese National Lottery. URL: <https://www.gamblinginsider.com/news/17003/everymatrix-chosen-as-online-provider-for-maltese-national-lottery>
7. EveryMatrix Locks in License for West Virginia. URL: <https://www.gamblingnews.com/news/everymatrix-locks-in-license-for-west-virginia/>
8. EveryMatrix secures Spanish approval for CasinoEngine. URL: <https://igamingbusiness.com/casino-games/everymatrix-secures-spanish-approval-for-casinoengine/>
9. EveryMatrix wins Hungarian lottery tender for online sportsbook platform and services. URL: <https://igamingbusiness.com/company-news/everymatrix-wins-hungarian-lottery-tender-for-online-sportsbook-platform-and-services/>
10. EveryMatrix. Вікіпедія. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/EveryMatrix>

11. Flutter strengthens igaming offering with CasinoEngine. URL: <https://sbcnews.co.uk/igaming/2019/12/17/flutter-strengthens-igaming-offering-with-casinoengine/>
12. Garcia Botta. A general introduction to gambling law in Argentina. Lexology. URL: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=5b97ec47-10c3-4513-b0b5-fe91acd4c6e0> (date of access: 14.05.2024).
13. Gratulerer! EveryMatrix wins Norsk Tipping ‘Gaming Platform’ tender. URL: <https://sbcnews.co.uk/europe/2017/02/03/gratulerer-everymatrix-wins-norsk-tipping-gaming-platform-tender/>
14. How to use AI in Game Development for Immersive Worlds. iLogos Game Studios -. URL: <https://www.ilogos.biz/the-role-of-ai-in-game-development/#:~:text=AI%20systems%20can%20simulate%20thousands,before%20they%20reach%20the%20player.> (date of access: 12.05.2024).
15. Lucido Inc. Why Game Development is Crucial for Marketing and Competitive Edge in Sri Lankan Business Context. LinkedIn: Log In or Sign Up. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/why-game-development-crucial-marketing-competitive-edge-sri-mpx8c> (date of access: 15.05.2024).
16. News and analysis about casinos | South China Morning Post. South China Morning Post. URL: <https://www.scmp.com/topics/casinos> (date of access: 18.05.2024).
17. Online Gambling - Argentina | Statista Market Forecast. Statista. URL: <https://es.statista.com/outlook/dmo/eservices/online-gambling/argentina> (date of access: 15.05.2024).
18. Online Gambling - Brazil | Statista Market Forecast. Statista. URL: <https://www.statista.com/outlook/amo/online-gambling/brazil> (date of access: 19.05.2024).

19. Online Gambling - India | Statista Market Forecast. Statista. URL: <https://www.statista.com/outlook/amo/online-gambling/india#revenue> (date of access: 15.05.2024).
20. Parimatch Tech. URL: <https://companies.devby.io/parimatch-tech>
21. Playtech. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Playtech>
22. Road to ICE 2024: UAE a potentially huge casino market. iGB. URL: <https://igamingbusiness.com/casino/road-to-ice-2024-uae-potentially-huge-casino-market/> (date of access: 16.05.2024).
23. Ryzhkov A. Boost Your Game Dev Company's Sales & Profit!. Excel Financial Model, Business Plan Templates - FinModelsLab. URL: <https://finmodelslab.com/blogs/sales-strategy/video-game-development-company-sales-profit-strategy> (date of access: 12.05.2024).
24. The European State Lotteries and Toto Association. URL: <https://www.european-lotteries.org/about-el>
25. The Future Of Gambling India: Examine This Success Roadmap - SMSKI. SMSKI. URL: <https://smski.net/the-future-of-gambling-india-examine-this-success-roadmap/> (date of access: 11.05.2024).
26. The Open Database Of The Corporate World. URL: <https://opencorporates.com/statements/443028233>
27. The Power of Artificial Intelligence in Game Development. Command the Data Center Cloud: Multicloud, Bare Metal, Colocation. URL: <https://www.datacenters.com/news/the-power-of-artificial-intelligence-in-game-development> (date of access: 14.05.2024).
28. The World Lottery Association Serving the lottery industry worldwide. URL: <https://www.world-lotteries.org/>

29. Tipico signs up to EveryMatrix CasinoEngine Direct. URL: <https://igamingbusiness.com/casino-games/tipico-signs-up-to-everymatrix-casinoengine-direct/>
30. UK EveryMatrix Casinos. URL: <https://gamblescope.com/casino/software-providers/everymatrix.html>
31. Білоган О. Еволюція теорій міжнародної торгівлі щодо оптимізації її структури. Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини. 2011. Вип. 28. С. 194-206.
32. Важливість використання ПЗ у сучасному бізнес-світі. URL: <https://armedsoft.com/ua/blog/vazhlyvist-vykorystannya-pz-u-suchasnomu-biznes-sviti>
33. Голіков А. П. Міжнародні економічні відносини: підручник. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2014. 602 с.
34. Дергачова В. В. Міжнародні економічні відносини: конспект лекцій для студентів галузі знань 0306, напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент» професійного спрямування «Менеджмент організацій і адміністрування», «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», «Менеджмент інноваційної діяльності». Верхоляд. Київ: НТУУ «КПІ», 2012.
35. Дуляба Н. І., Далик В. П. Розвиток зовнішньої торгівлі України в умовах глобальної нестабільності. Ефективна економіка. 2020. № 11.
36. Завидівська О. І. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Міжнародні економічні відносини» для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент». Львів. 2020. 83 с.
37. Зовнішня торгівля товарами України у 2023 році. Офіційни сайт Міністерства економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/> Кальченко Т. В. Глобальна економіка : навчальний посібник. К. : КНЕУ, 2009. 364 с.
38. Кого потребує ІТ-індустрія у 2023 році. URL: <https://itcluster.lviv.ua/kogo-potrebuye-it-industriya-u-2023-rocz/>

39. Козак Ю. Г. Міжнародна економіка: в питаннях та відповідях підруч. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 228 с
40. Колешня Я. О. Локалізація додатків як один із напрямків диверсифікації бізнесу. 120«Економічний вісник НТУУ "Київський політехнічний інститут". 2022. №23. С. 118–121
41. Літошенко А. В. Аналіз проблем та перспектив розвитку галузі ІТ–аутсорингу в Україні. Ефективна економіка. 2017. №2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5448>
42. Мешко Н.П. Перспективи розвитку сфери ІТ як провідної інноваційної галузі України. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій. Дніпропетровськ : ДНУ імені Олеся Гончара, Випуск 4, 2015 С. 71-77.
43. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 4495-VI. Законодавство України: сайт. URL: [https:// zakon. rada.gov.ua/laws/show/4495-17#n2269](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#n2269)
44. Міхєєва О.Г. Роль міжнародного права у здійсненні митно-тарифного регулювання зовнішньоторговельної діяльності України [Текст] : автореф. дис... на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук спец.: 12.00.11; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. К., 2003. 19 с.
45. Нікіфорова Л. О. Оптимізація маркетингової діяльності у сфері «business to business». Вісник Хмельницького національного університету. Хмельницький: ХНУ, 2013 № 2.
46. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник. К.: КНЕУ, 2003. 948 с.
47. Обсяг європейського ринку ІТ-товарів у 2023 році склав 1,4 трильйона доларів США. URL: <https://serversolutions.com.ua/blogs/news>
48. Омельченко А. В. Стан та перспективи розвитку законодавства України у сфері цифрової економіки та цифрового суспільства. Київський часопис права. 2021. № 2. С. 66-71.

49. Особливості експорту продуктів інтелектуальної власності. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/04fa9d8b-35df-46fb-914a-09cf2decbb2b/content>
50. Офіційний сайт компанії EveryMatrix. URL: <https://everymatrix.com/>
51. П'янькова О.В. Зовнішня торгівля України: проблематика структурних змін та пріоритетів. ПЕкономіка і суспільство. 2016. №5 С. 65-71
52. Павленко І. І., Варяниченко О. В., Навроцька Н. А. Міжнародна торгівля та інвестиції. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 256 с.
53. Присяжнюк Н. Як війна та світовий ринок впливають на ІТ-експорт України. 2023. URL: <https://speka.media/yak-viina-ta-svitovii-rinok-vplivayut-na-it-eksport-ukrayini-9ejjxr>
54. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 р. № 959-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>
55. Продаж програмного забезпечення та послуг може стати головною галуззю національного експорту. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/24679697.html>
56. Решетняк К.Е. Експортно-імпортні операції як основа зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Управління розвитком. 2012. №3(124). С.30 -32
57. Рибінцев В. О. Особливості стратегічного аналізу зовнішнього середовища виноробних підприємств України в ринкових умовах. Проблеми системного підходу в економіці. 2012. № 1. URL: <http://www.nbu.gov.ua>
58. Самоходський І. Регулювання ринку розробки програмного забезпечення. 2017. URL: https://cdn.regulation.gov.ua/af/2a/db/8b/regulation.gov.ua_Green%20Book_Software%20Development%20Market_BRDO.pdf
59. Тернова І.А. Роль ІТ-сектора у розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна. 2016. С. 69–76.

60. Тищенко Ю.Ю. Проблеми експорту ІТ послуг в Україні. Національний університет «Львівська політехніка», Львів. 2019. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/144.pdf>
61. Циганкова Т.М. Міжнародна торгівля: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2003. 256 с.
62. Через терни до IGaming: перспективи розвитку індустрії. URL: <https://platon.ua/ru/news/cherez-terni-do-igaming-perspektivi-rozvitku.html>
63. ЩО TAKE IGAMING В АРБИТРАЖІ ТРАФІКУ? URL: <https://affhub.media/ua/shho-take-igaming-v-arbitrazhi-trafiku-2/>
64. Ябчук А. Як влаштований iGaming в Україні: розкажуємо про технології, особливості та перспективи разом з експертом COSMOLOT. 2023. URL: <https://hub.obozrevatel.com/ukr/yak-vlashtovaniy-igaming-v-ukraini-rozkazuemo-pro-tehnologii-osoblivosti-ta-perspektivi-razom-z-ekspertom-cosmolot.htm>
65. Як лити на гемблінг у 2023 році. URL: <https://cpadok.media/yak-lyty-na-gembling-u-2023-roczy-shho-dumayut-solo-komandy-ta-partnerky/>
66. Якубовський С. О. Міжнародні економічні відносини: навчальний посібник. Одеса: «Одеський національний університет імені І. І. Мечникова», 2015. 305 с.
67. Янчук Ю. Авторсько-правова охорона програмного забезпечення в Україні. Інформаційне право. 2016. №9. С. 105-108.
68. 協会概要 – 一般社団法人 日本オンラインゲーム協会. 一般社団法人 日本オンラインゲーム協会. URL: https://japanonlinegame.org/about_joga/about-joga/?lang=en (дата звернення: 16.05.2024).

ДОДАТКИ

Історія становлення компанії EveryMatrix

Рік	Події
2008 р.	EveryMatrix засновано та відкриває свої перші офіси в Лондоні, Бухаресті та Чанші.
2009 р.	Виходить перша версія букмекерської контори OddsMatrix
2010 р.	GamMatrix запущено. EveryMatrix отримує визнання в галузі – нагороду EGR за інновації в ставках на спорт.
2011 р.	Створено офіс на Мальті та отримано ліцензію B2B на Мальті
2012 р.	CasinoEngine запущено – першу версію казино-продукту, створеного з безперебійним гаманцем для роботи з багатьма постачальниками казино
2013 р.	Створено представництво у Львові
2015 р.	Створено офіс у Єревані. EveryMatrix отримала британську ліцензію на програмне забезпечення
2016.	PartnerMatrix запущено - платформа керування афілійованими особами та агентами. Запущена нова версія CasinoEngine - нова версія CasinoEngine має абсолютно новий інтерфейс бек-офісу і оновлену архітектуру. EveryMatrix виграла контракт на інтеграційну платформу Norsk Tipping iGaming
2017 р.	MoneyMatrix починає працювати. Платформа EM Community вперше представлена клієнтам компанії. Друге покоління єдиної системи бонусів запущено. EveryMatrix підписує угоду з Tipico. Tipico підписує угоду, щоб збільшити ігрову пропозицію великим вибором ігор від EveryMatrix. EveryMatrix завершує раунд стратегічних інвестицій. EveryMatrix отримала румунську ліцензію. Запущено сервіси OddsMatrix Sport Data.
2018 р.	Створено офіс у Скі (Норвегія) як бізнес-комерційний центр для нашого підрозділу CasinoEngine та місцевого управління обліковими записами. Офіс на Мальті відкрито як головний комерційний офіс, і компанія налічує понад 400 співробітників по всьому світу. EveryMatrix представляє унікальну технологію спортивного агрегування. CasinoEngine досягає 1 мільярда ігрових раундів на місяць і більше ніж на 230% зростання GGR порівняно з минулим роком завдяки

	поточній пропозиції казино з понад 8000 ігор від 140 постачальників і субвендорів.
2019 р.	Запущено сервіси кіберспорту (150+ турнірів, 2200+ подій на місяць у 17+ популярних іграх, включаючи CS:GO, DOTA 2, LOL, Overwatch, StarCraft: Brood War і StarCraft 2). EveryMatrix обслуговує понад 120 операторів з різних юрисдикцій. EveryMatrix починає розробку ігор разом із Spearhead Studios. CasinoEngine отримує технічну сертифікацію для Іспанії та включає Paddy Power Betfair. EveryMatrix запускає RGS Matrix.
2020 р.	EveryMatrix покращує Esports і Virtual Sports під час спортивного блокування. BonusEngine перезапущено як окреме рішення. Загальна кількість співробітників компанії досягає 500, оскільки EveryMatrix відкриває 8-й офіс. EveryMatrix подає заявку на отримання ігрової ліцензії Нью-Джерсі.
2021 р.	EveryMatrix розширює глобальний вплив завдяки новому офісу в Маямі. EveryMatrix розширює охоплення та підтримку для клієнтів на нових регульованих ринках, таких як Греція, Кіпр і Мексика. EveryMatrix відкриває Armadillo Studios. EveryMatrix подає заявку на отримання нових ліцензій у Західній Вірджинії та Мічигані. EveryMatrix оголошує про запуск підрозділу керованих послуг.
2022 р.	Ставки OddsMatrix Sportsbook перевищують позначку в 100 мільйонів євро на місяць у 4 кварталі 2021 року. EveryMatrix представляє SlotMatrix. EveryMatrix запускає JackpotEngine. EveryMatrix купує постачальника ставок на спорт Leapbit. OddsMatrix б'є рекорд обороту в 1 мільярд євро за рік. EveryMatrix живе в Нью-Джерсі.
2023 р.	Охоплюючи 200 клієнтів у всьому світі, EveryMatrix забезпечує рекордні фінансові показники за 15-річну історію. EveryMatrix виграв тендер у лотерею Угорщини на платформу та послуги онлайн-букмекерських ігор. Bet-at-home працює з платформою спортивних ставок EveryMatrix і готовим рішенням. EveryMatrix купує DeepCI. EveryMatrix погоджується на угоду з Kindred щодо даних спортивних книг.

	EveryMatrix отримав стандарт безпеки Всесвітньої лотерейної асоціації та сертифікат Safer Gambling. Угорська лотерея починає працювати зі спортивними ставками OddsMatrix і послугами платформи. EveryMatrix розширює присутність у США в кількох штатах.
2024 р.	PartnerMatrix інтегрує DeepCI для аналізу даних афілійованого маркетингу. EveryMatrix оголошує рекордні фінансові результати.

Джерело: складено автором на основі [4; 5]

Додаток Б

Ліцензія номер 39383 для EveryMatrix Software Limited (Мальта) на діяльність у Великобританії

This is a licence (number 39383) for EveryMatrix Software Limited (Malta) to operate in United Kingdom

Jurisdiction Of Licence United Kingdom

Licence Holder	Entity Properties	Name	EveryMatrix Software Limited
		Alternative Names	Company Name Jetbull
			Type trading

Jurisdiction Malta

Website

dragonaraonline.com
m.casinofloor.com
m.casinoluck.com
m.dragonaraonline.com
m.favourit.com
m.flamantis.com
m.nextcasino.com
m.noxwin.com
m.playhippo.com
m.spinson.com

m.superlenny.com
www.CasinoLuck.com
www.NoxWin.com
www.PlayHippo.com
www.Superlenny.com
www.casinocruise.com
www.casinofloor.com
www.favourit.com
www.flamantis.com
www.m.casinocruise.com
www.nextcasino.com
www.spinson.com
www.viks.com
m.jetbull.com
www.jetbull.com
www.sportingindex.com
www.BeanBagSports.com
www.Slotobank.com

Headquarters Address	Street Address	Portomaso Business Tower Level 4 Suite 10
	Locality	St Julians
	Postal Code	STJ 1081
	Country	Malta

Entity Type	unknown
--------------------	---------

Licence Issuer	Name	Gambling Commission
	Jurisdiction	United Kingdom
	Website	http://www.gamblingcommission.gov.uk/

Permissions	Activity Name	Casino - R	
	Permission Type	operating	
	Other Attributes	Id	17148
		Account No	39383
		Remote Status	Remote
		Department	Casino
		Attribute Name	Fee Category
		Status	Granted
	Activity Name	General Betting Standard - Real Event - R	
	Permission Type	operating	
	Other Attributes	Id	17149
		Account No	39383
		Remote Status	Remote
		Department	Betting
		Attribute Name	Fee Category
		Status	Granted
	Activity Name	Gambling Software - R	
	Permission Type	operating	
	Other Attributes	Id	17150
		Account No	39383
		Remote Status	Remote
		Department	B2B Supply
		Attribute Name	Fee Category
		Status	Granted
Licence Number	39383		
Other Attributes	Licence Account	39383	