

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC TỰ NHIÊN
KHOA TOÁN - CƠ - TIN HỌC**



TIỂU LUẬN TRỰC QUAN HÓA DỮ LIỆU
Sự phát triển của thể thao điện tử

Giảng viên hướng dẫn: TS. Nguyễn Thị Bích Thủy

Nhóm sinh viên:
Trịnh Đình Phú - 21002166
Nguyễn Hữu Trung Kiên - 21002152
Nguyễn Mạnh Tuấn - 21002179

Hà Nội - 2024

Mục lục

ĐẶT VẤN ĐỀ.....	3
Danh sách từ viết tắt.....	4
Danh sách biểu đồ.....	5
I. Giới thiệu về eSports.....	6
1. Định nghĩa.....	6
2. Một số thể loại.....	6
II. Thu thập dữ liệu.....	7
1. Nguồn dữ liệu trên internet.....	7
2. Nguồn dữ liệu từ khảo sát trực tuyến.....	7
III. Phân tích và đánh giá sự phát triển của thể thao điện tử.....	8
1. Ngành công nghiệp tỷ đô.....	8
a. Lợi nhuận và quy mô thị trường.....	8
2. Khán giả.....	10
3. Số lượng người chơi.....	12
4. So sánh với chủ đề giải trí khác trong cùng 1 khoảng thời gian.....	14
a. Mức độ quan tâm theo thời gian.....	14
b. Thông tin chi tiết so sánh theo vùng.....	15
IV. Sức hút của thể thao điện tử.....	16
1. Tính cạnh tranh cao.....	16
2. Khả năng tương tác và tính xã hội hóa.....	16
3. Sự phát triển của công nghệ.....	17
4. Tiềm năng tài chính và cơ hội nghề nghiệp.....	17
V. Những rào cản phát triển.....	20
1. Tính bảo mật, chính xác trong các giao dịch.....	20
2. Công bằng giữa các trò chơi.....	21
3. Vấn đề người chơi.....	22
4. Vấn đề nhà phát triển trò chơi và nhà tổ chức.....	23
VI. Kết luận.....	24

ĐẶT VẤN ĐỀ

Thể thao điện tử (eSports) đã trải qua một hành trình phát triển đáng kinh ngạc trong hai thập kỷ qua, từ những giải đấu nhỏ lẻ tại các quán game đến những sự kiện tầm cỡ quốc tế thu hút hàng triệu khán giả theo dõi. Từ một hoạt động giải trí đơn thuần, eSports đã dần khẳng định vị thế của mình như một ngành công nghiệp tỷ đô, với hệ sinh thái phức tạp bao gồm các đội tuyển chuyên nghiệp, nhà tài trợ lớn, và cộng đồng người hâm mộ đông đảo trên toàn cầu. Sự phát triển này không chỉ thể hiện qua giá trị kinh tế mà còn được minh chứng qua việc nhiều quốc gia đã công nhận eSports là một môn thể thao chính thức, mở ra một kỷ nguyên mới cho ngành công nghiệp giải trí số.

Liệu rằng, eSports có thực sự là một cơn sốt về giải trí, và những giá trị kinh tế nó đem lại thực sự xứng đáng để được gọi là ngành công nghiệp tỷ đô? Đây có thực sự là “miền đất hứa” đối với các nhà đầu tư hay không? Đó chính là nhiệm vụ của nhóm phân tích.

Danh sách từ viết tắt

eSports	Electronic Sports
MOBA	Multiplayer Online Battle Arena
FPS	First-person shooter
LMHT	Liên Minh Huyền Thoại

Danh sách biểu đồ

Hình 1: Doanh thu thị trường eSports qua các năm	08
Hình 2: Chi tiết lợi nhuận của eSports trong năm 2022	09
Hình 3: Lợi nhuận của eSports qua các năm	09
Hình 4: Tỷ lệ khán của eSports	10
Hình 5: Sự tăng trưởng khán giả của 5 tựa game tiêu biểu	11
Hình 6: Tỷ lệ giới tính của khán giả eSports qua khảo sát	11
Hình 7: Phân bố độ tuổi của khán giả	12
Hình 8: Số lượng người chơi của 5 game tiêu biểu	12
Hình 9: Sự tăng trưởng người chơi của 5 game tiêu biểu	13
Hình 10: Mức độ quan tâm của mọi người đối với eSports qua Web	14
Hình 11: Mức độ quan tâm của mọi người đối với eSports qua Youtube	14
Hình 12: Mức độ quan tâm của mọi người với eSports theo vùng trên thế giới	15
Hình 13: Sức hút của thể thao điện tử theo khảo sát	17
Hình 14: Thống kê các nền tảng theo khảo sát	18
Hình 15: Các nhà tài trợ của Giải vô địch thế giới LMHT(2018-2024)	19
Hình 16: Số lượng giải đấu được tổ chức	22

I. Giới thiệu về eSports

1. Định nghĩa

Thể thao điện tử là thuật ngữ để chỉ những nội dung thể thao sử dụng kịch bản trò chơi điện tử hoặc kịch bản mô phỏng các môn thể thao truyền thống, thi đấu trên môi trường kỹ thuật số mang tính chất đối kháng mà tại đó xuất phát điểm của các vận động viên là như nhau, có luật thi đấu để xác định thành tích thi đấu.

2. Một số thể loại

Các thể loại trò chơi video phổ biến nhất liên quan đến thể thao điện tử là cuộc chiến đấu trực tuyến với sự tham gia của nhiều người chơi, trò chơi chiến đấu sử dụng chiến lược thời gian thực (MOBA), và thể loại trò chơi điện tử bắn súng góc nhìn người thứ nhất (FPS), nhưng thể loại FPS chỉ được gọi là đặc trưng của eSport khi chưa phát triển, khi các thể loại MOBA lên ngôi thì FPS không còn nằm trong danh mục được đăng ký tham gia eSport. Tính đến năm 2021 đã có rất nhiều nội dung thể thao điện tử xuất hiện.

Một số thể loại và nội dung phổ biến:

- Đối kháng: Street Fighter, Super Smash Bros, Marvel vs. Capcom, Tekken, Killer Instinct,...
- Bắn súng góc nhìn thứ nhất: Counter-Strike, Overwatch, Valorant, Rainbow Six: Siege,...
- Đấu trường trực tuyến nhiều người chơi: Liên minh huyền thoại, Dota 2, Liên quân Mobile, Mobile Legends: Bang Bang...

Các thể loại game eSport ngày càng đa dạng và phong phú, phản ánh sự phát triển nhanh chóng của ngành công nghiệp này. Các game thủ chuyên nghiệp cạnh tranh ở rất nhiều lĩnh vực, từ đối đầu một-một cho đến các cuộc chiến đội nhóm quy mô lớn.

II. Thu thập dữ liệu

1. Nguồn dữ liệu trên internet

Dữ liệu nhóm thu thập phần lớn từ Statista, nền tảng dữ liệu và thông tin kinh doanh toàn cầu với bộ sưu tập số liệu thống kê, báo cáo và thông tin chuyên sâu về hơn 80.000 chủ đề từ 22.500 nguồn trong 170 ngành, bao gồm cả eSport. Ngoài ra, nhóm còn sử dụng một số bộ dữ liệu từ Google Xu hướng(Google Trends), trang thông tin chuyên sâu Esports Charts, dịch vụ phân tích độc lập cung cấp số liệu toàn diện về các chương trình phát sóng và phát trực tiếp thể thao điện tử.

2. Nguồn dữ liệu từ khảo sát trực tuyến

Ngoài bộ dữ liệu được thu thập trên internet, nhóm đã tiến hành một khảo sát nhỏ về độ phổ biến của eSport với 90 phiếu phản hồi ngẫu nhiên trên Threads và Facebook. Khảo sát của nhóm nhằm thu thập thông tin về thói quen theo dõi, mức độ quan tâm và đánh giá của công chúng đối với các hoạt động của eSport, từ đó xây dựng góc nhìn khách quan hơn cho đề tài.

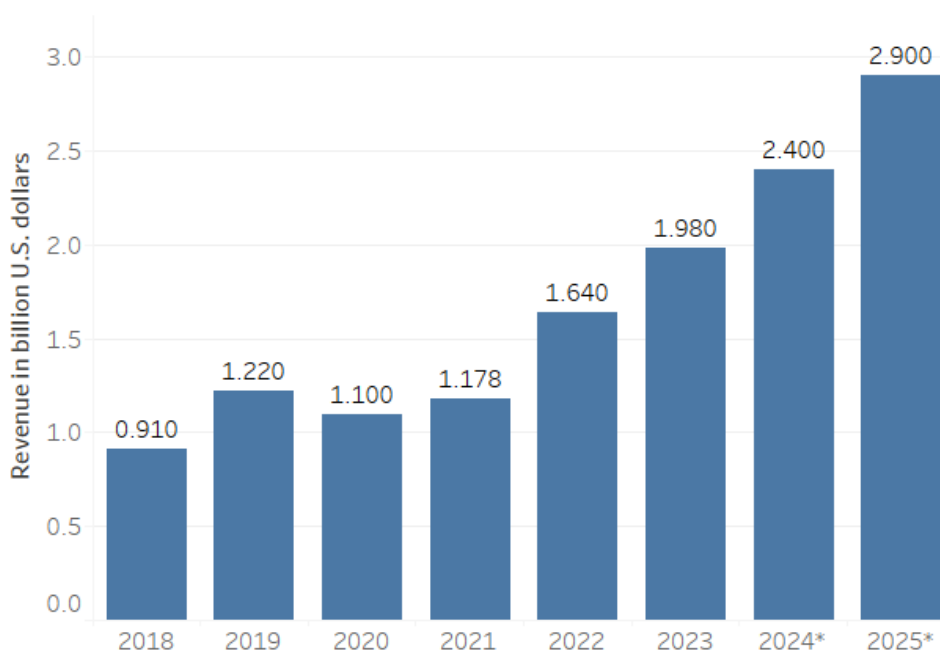
III. Phân tích và đánh giá sự phát triển của thể thao điện tử

1. Ngành công nghiệp tỷ đô

a. Lợi nhuận và quy mô thị trường

Với sự phát triển của internet như ngày nay thì việc các trò chơi điện tử đã trở nên phổ biến hơn với tất cả mọi người. Thể thao điện tử (eSports) hiện đang tạo ra dư địa khổng lồ để phát triển kinh tế, trở thành ngành công nghiệp với sự đầu tư nghiêm túc, bài bản. Giống như các bộ môn thể thao khác, eSports đem lại giá trị kinh tế lớn, thậm chí còn vượt xa các môn thể thao truyền thống. Và thực tế, eSports đã mang lại nguồn doanh thu khổng lồ với trên 1 tỷ đô la kể từ năm 2019.

eSports market size worldwide from 2018 to 2023, with a forecast to 2025

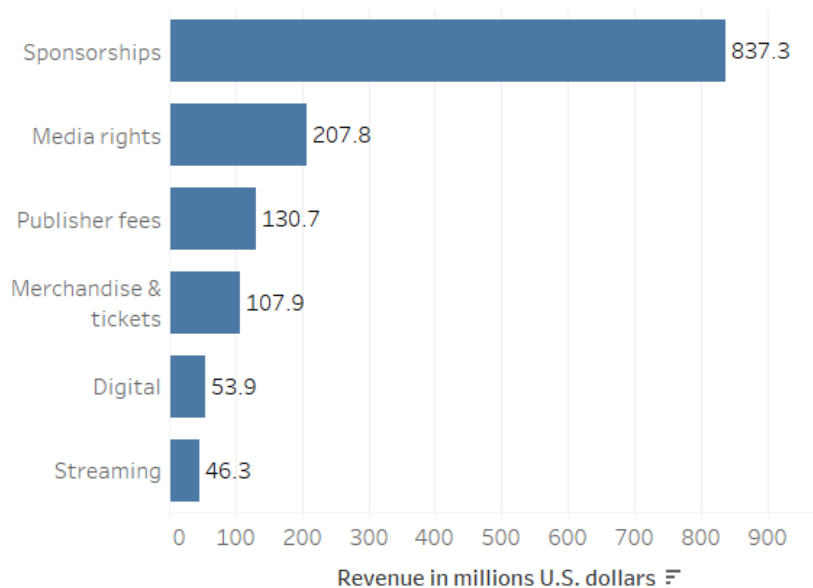


Hình 1: Doanh thu thị trường eSports qua các năm

Nhìn vào biểu đồ trên, chúng ta có thể thấy rằng từ năm 2018, thị trường thể thao điện tử đã đạt con số gần 1 tỷ đô, và từ năm 2019 đã chạm mốc hơn 1 tỷ đô la. Nhưng vào năm 2020, 2021, doanh số từ eSports mang lại đã bị giảm một phần và ít hơn so với năm 2019. Đây là một điều tất yếu vì hai năm này, thế giới trải qua đại dịch Covid - 19 nên việc tổ chức các giải đấu thể thao điện tử bị hạn chế rất nhiều. Trải qua thời kỳ đại dịch, bắt đầu từ năm 2022, ngành công nghiệp này đã trở nên bùng nổ với doanh thu toàn cầu đạt con số hơn 1,6 tỷ đô và tiếp tục tăng mạnh trong năm 2023. Dự đoán từ năm 2024, doanh số của ngành công nghiệp này sẽ đạt hơn 2 tỷ đô và sẽ gần chạm mốc 3 tỷ đô vào năm 2025.

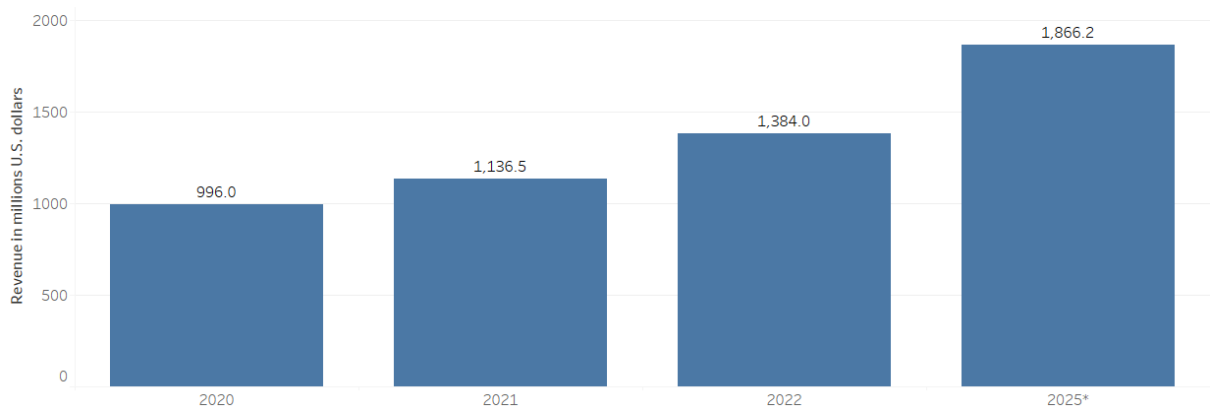
Về chi tiết lợi nhuận của thị trường thể thao điện tử, nhóm xét năm 2022 làm ví dụ. Trong năm này, nguồn thu của eSports đến chủ yếu là từ các nhà tài trợ, họ đã đầu tư tiền vào ngành công nghiệp này đến gần 60% tổng doanh thu toàn bộ trên toàn cầu của eSports. Tiếp đến là bản quyền truyền thông bán cho các đối tác trên toàn cầu, phí xuất bản, bán vé và các quà tặng, các nền tảng điện tử, Các nguồn thu này mang lại gần một nửa tổng nguồn doanh thu của eSports toàn cầu năm 2022.

eSports market revenue worldwide in 2022, by segment *(in million U.S. dollars)*



Hình 2: Chi tiết lợi nhuận của eSports trong năm 2022

eSports market revenue worldwide from 2020 to 2025



Hình 3: Lợi nhuận của eSports qua các năm

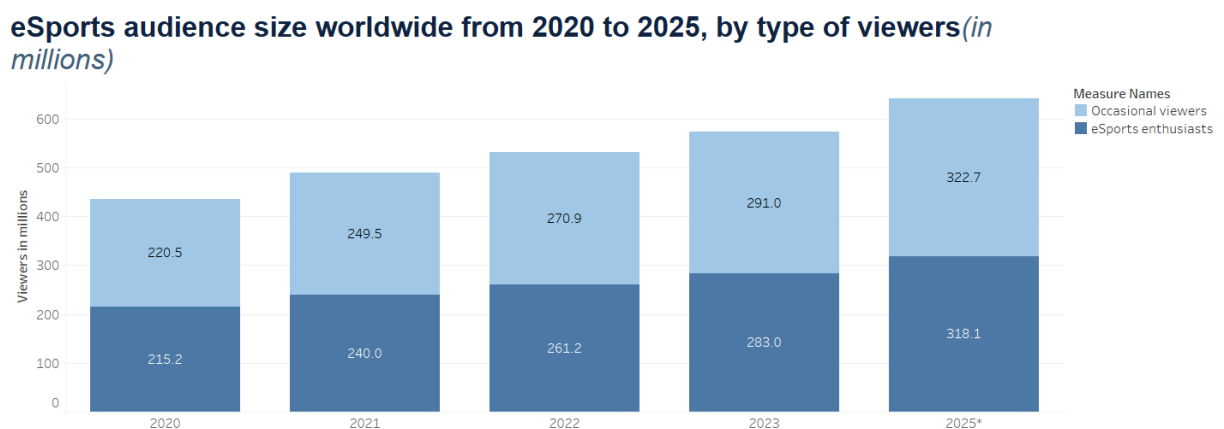
Với việc có tổng doanh thu khổng lồ thì lợi nhuận sau cùng của eSports là rất lớn. Với năm 2020, lợi nhuận đã gần 1 tỷ đô. Sang năm 2021, lợi nhuận đã

cán mốc hơn 1 tỷ đô và lợi nhuận hàng năm vẫn tiếp tục tăng vào các năm tiếp đó. Lợi nhuận từ ngành công nghiệp này dự đoán sẽ chạm mốc 1,8 tỷ đô vào năm 2025.

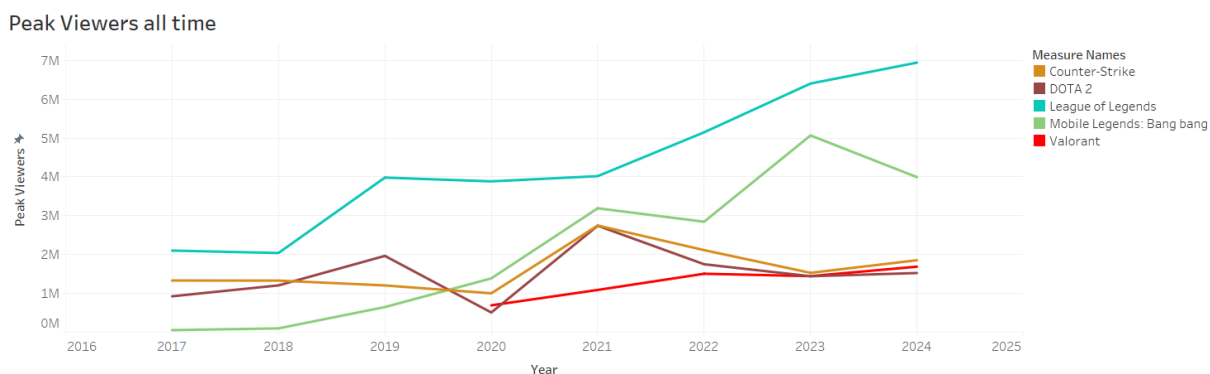
Sự phổ biến của thể thao điện tử giúp cho các công ty sẵn sàng đổ tiền vào ngành công nghiệp này và người chơi lại có nhiều tựa game hay hơn. Và khi các tựa game này phổ biến, tiền lại đổ về túi các nhà kinh doanh. Một vòng tuần hoàn đẻ ra tiền đã được thiết lập.

2. Khán giả

Để eSports trở nên phát triển mạnh mẽ, mang lại nguồn doanh thu khổng lồ thì khán giả chắc chắn là một điều không thể thiếu. Theo biểu đồ số lượng khán giả theo loại ở phía dưới, chúng ta nhận thấy có 2 loại khán giả chính mà ảnh hưởng trực tiếp đến eSports: Khán giả trung thành (màu xanh đậm) và khán giả thỉnh thoảng (màu xanh nhạt). Số lượng khán giả của mỗi loại đều tăng trưởng đều theo từng năm và mỗi loại khán giả đều có số lượng khá tương đồng nhau trong tổng số lượng khán giả. Dự đoán vào năm 2025 sẽ có hơn 600 triệu khán giả cho eSports trên toàn thế giới.



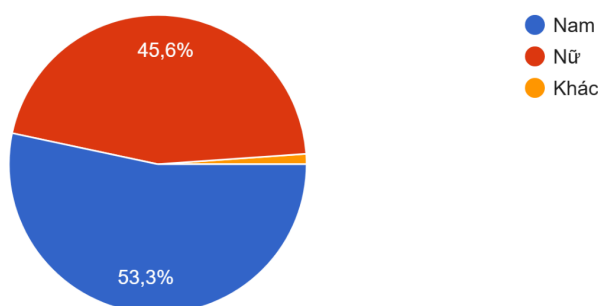
Hình 4: Tỷ lệ khán giả của eSports



Hình 5: Sự tăng trưởng khán giả của 5 tựa game tiêu biểu

Hình trên là biểu đồ đường về số lượng khán giả của 5 tựa game khá nổi tiếng bao gồm: Counter - Strike, DOTA 2, League of Legends, Mobile Legends: Bang Bang, Valorant. Chúng ta có thể thấy, xu hướng tăng lên của số lượng khán giả so với năm trước, ngoại trừ trường hợp đặc biệt của Mobile Legends: Bang Bang. Tựa game Liên Minh Huyền Thoại có số lượng khán giả đông nhất, tăng trưởng ấn tượng nhất vì đây là một tựa game ra đời từ lâu, tạo danh tiếng tốt, thu hút cả người chơi và người xem. Ngoài ra, Valorant dù mới phát hành từ năm 2020 nhưng cũng đã có lượng khán giả tốt, có xu hướng tăng đều qua các năm nhờ những chiến dịch quảng cáo tốt và trải nghiệm game tích cực.

Giới tính
90 câu trả lời

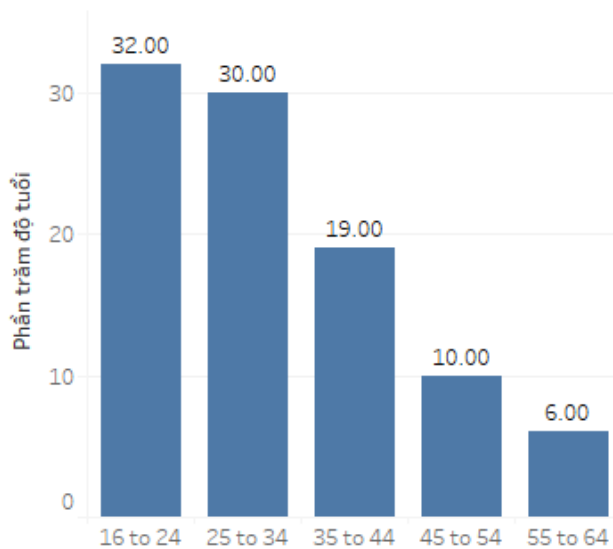


Hình 6: Tỷ lệ giới tính của khán giả eSports qua khảo sát

Mọi người sẽ thường nghĩ rằng thể thao điện tử chỉ thu hút nam giới, tuy nhiên nó cũng thu hút cả nữ giới. Như có thể thấy trong biểu đồ trên, trong số 90 phản hồi, với 100% số người đều biết tới esports thì có khoảng 46% số người trả lời là nữ, 54% còn lại là nam.

Bên cạnh đó, theo GlobalWebIndex(2019), **khán giả eSports chủ yếu tập trung ở các nhóm tuổi trẻ (16-34)**, trong khi người xem lớn tuổi chiếm tỷ lệ ít hơn.

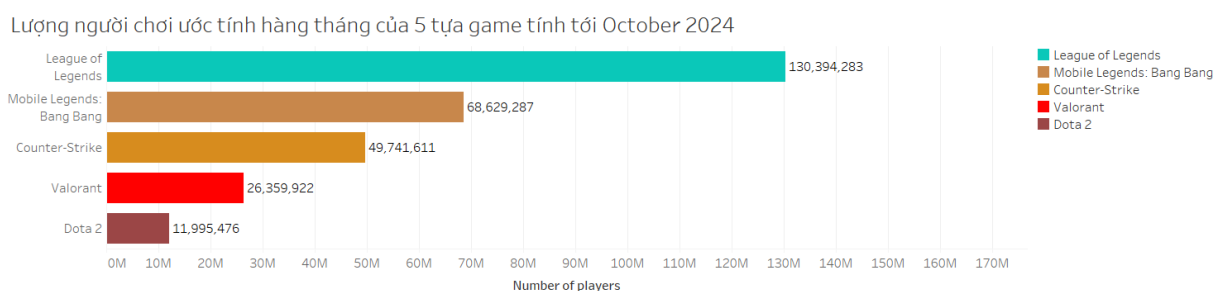
Biểu đồ thể hiện sự phân bố độ tuổi của khán giả xem thể thao điện tử



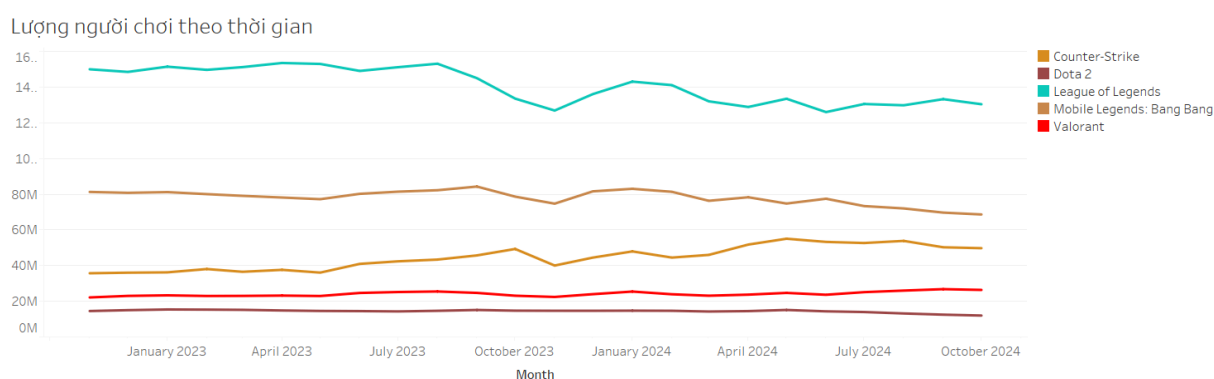
Hình 7: Phân bố độ tuổi của khán giả

- **Nhóm tuổi 16-24** chiếm tỷ lệ cao nhất với **32%**. Điều này cho thấy người xem eSports chủ yếu là những người trẻ tuổi, là học sinh, sinh viên hoặc những người mới đi làm. Đây là độ tuổi có xu hướng yêu thích công nghệ, dễ tiếp cận và quan tâm đến các nội dung số như eSports.
- **Nhóm tuổi 25-34** cũng chiếm tỷ lệ khá cao, **30%**. Đây là độ tuổi mà nhiều người đã ổn định công việc, nhưng vẫn giữ sở thích với eSports. Nhóm này có thể là những người từng chơi game từ trẻ và giờ tiếp tục theo dõi eSports như một sở thích.
- **Nhóm tuổi 35-44** giảm xuống còn **19%**. Điều này cho thấy sự quan tâm tới eSports giảm dần khi độ tuổi tăng lên.
- **Nhóm tuổi 45-54** và **55-64** có tỷ lệ thấp hơn, lần lượt là **10%** và **6%**. Các nhóm tuổi này có xu hướng ít theo dõi eSports hơn.

3. Số lượng người chơi



Hình 8: Số lượng người chơi của 5 game tiêu biểu



Hình 9: Sự tăng trưởng người chơi của 5 game tiêu biểu

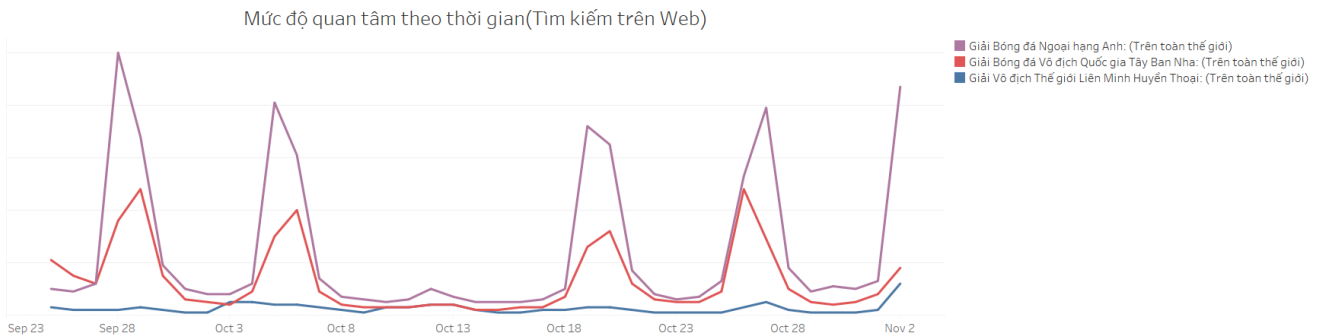
Giống như sự phát triển của biểu đồ của khán giả, biểu đồ của sự phát triển của người chơi qua 5 game: Counter - Strike, DOTA 2, League of Legends, Mobile Legends: Bang Bang, Valorant thì League of Legends vẫn duy trì được lượng người chơi lớn nhất nhờ vào sự ổn định và phát triển lâu dài của trò chơi. Những cải tiến liên tục về gameplay, nội dung, và trải nghiệm người dùng đã giúp giữ chân được cộng đồng game thủ trung thành. Đây là một minh chứng cho sức sống dai dẳng của những tựa game có nền tảng vững chắc và lịch sử phát triển lâu đời.

Bên cạnh đó, Valorant - tựa game FPS mới ra mắt - đang chứng tỏ được sức hút đáng kể của mình trong thời gian gần đây. Số lượng người chơi liên tục tăng từ đầu năm 2023 cho đến nay, cho thấy tiềm năng lớn của tựa game này. Điều này có thể được giải thích bởi sự sáng tạo, đổi mới trong thiết kế lối chơi, cũng như quá trình phát triển và cập nhật liên tục của nhà phát triển.

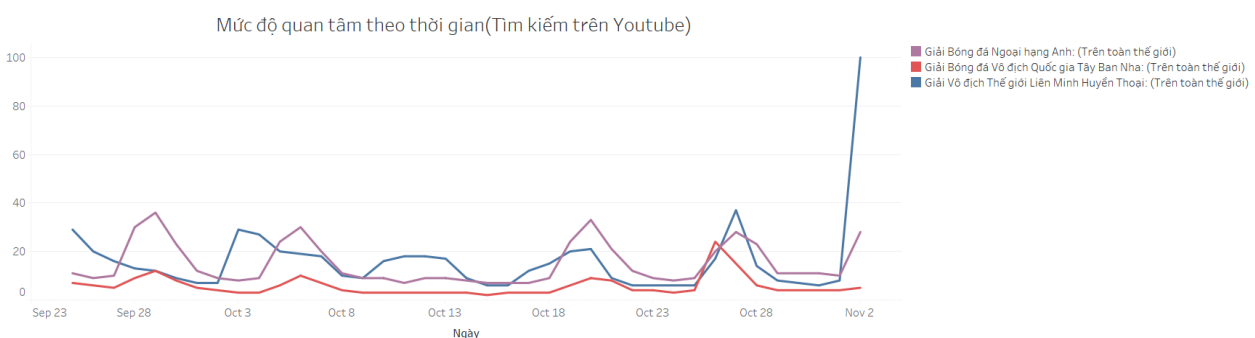
Nhìn chung, mỗi tựa game đều có những đặc điểm riêng và hướng tiếp cận khác nhau để thu hút và duy trì người chơi. Sự thành công của một tựa game phụ thuộc vào khả năng đáp ứng nhu cầu và sở thích của người chơi, cũng như sự kiên định trong chiến lược phát triển lâu dài.

4. So sánh với chủ đề giải trí khác trong cùng 1 khoảng thời gian

a. Mức độ quan tâm theo thời gian



Hình 10: Mức độ quan tâm đối với eSports qua Web



Hình 11: Mức độ quan tâm đối với eSports qua Youtube

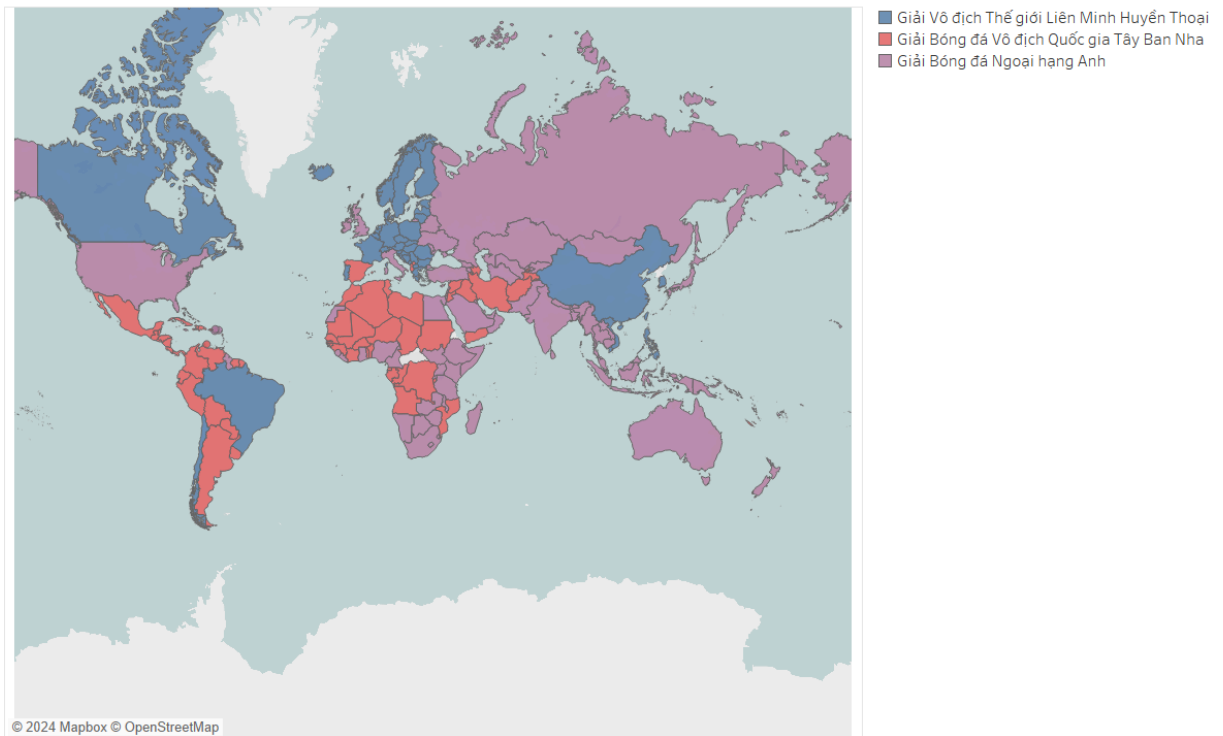
Hai biểu đồ trên thể hiện mức độ quan tâm của mọi người đối với eSports qua hai cách là tìm kiếm trên Web hoặc tìm kiếm qua Youtube.

Các con số ở trục Ox thể hiện mức độ quan tâm trong hoạt động tìm kiếm có liên quan đến điểm cao nhất trên biểu đồ trong khoảng thời gian và khu vực đã cho. Giá trị 100 biểu thị mức độ phổ biến cao nhất cho cụm từ đó. Giá trị 50 nghĩa là cụm từ đó có độ phổ biến chỉ bằng một nửa. Điểm 0 nghĩa là không có đủ dữ liệu cho cụm từ này.

Chúng ta có thể thấy thể thao điện tử được tìm kiếm nhiều hơn trên Youtube thay vì trên web cho thấy các nền tảng phát trực tiếp thu hút được nhiều người xem hơn so với các trang web khác. Điều này cũng dễ hiểu vì trước hết, các nền tảng stream có khả năng truyền tải nội dung trực tiếp và đa phương tiện một cách thuận lợi. Người xem có thể theo dõi các trận đấu, cũng như những chia sẻ, bình luận trực tiếp từ các game thủ chuyên nghiệp và bình luận viên. Điều này tạo nên một trải nghiệm tương tác và sống động hơn so với việc chỉ đọc tin tức trên các trang mạng thông thường.

Bên cạnh đó, các nền tảng phát trực tiếp cũng có các tính năng như chat, chia sẻ clip, tương tác với streamer... Những tính năng này giúp cho cộng đồng game thủ và người hâm mộ eSports có thể kết nối, trao đổi và chia sẻ niềm đam mê của mình một cách dễ dàng hơn.

b. Thông tin chi tiết so sánh theo vùng



Hình 12: Mức độ quan tâm của mọi người đối với eSports theo từng vùng trên thế giới

So sánh với 2 giải bóng đá lớn trong cùng một khoảng thời gian từ ngày 25/9 tới ngày 2/11/2024, có thể thấy một số điểm chính như sau:

- Tìm kiếm về LMHT xuất hiện đặc biệt phổ biến ở Trung Quốc, một phần của Đông Nam Á, khu vực các nước Euro, Canada và một phần của Nam Mỹ
- Các tìm kiếm liên quan bóng đá Tây Ban Nha chiếm ưu thế ở châu Phi, Mexico và chính Tây Ban Nha
- Tìm kiếm Ngoại hạng Anh phổ biến ở Nga, Úc, một phần của Châu Phi và Hoa Kỳ

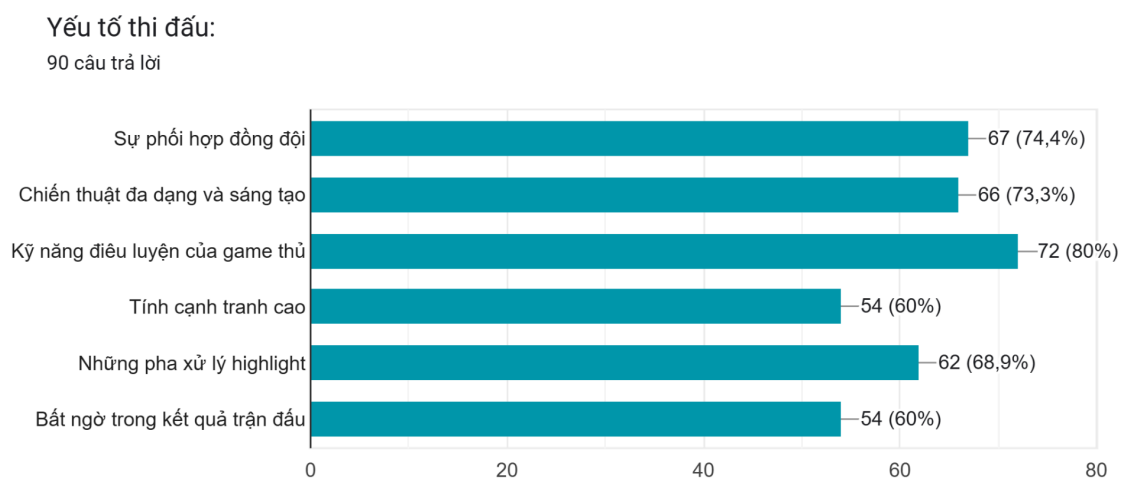
Biểu đồ đã cho thấy một mức độ quan tâm khá lớn đối với thể thao điện tử nói chung và giải đấu Liên minh huyền thoại nói riêng, khi đặt chung với các giải đấu thể thao truyền thống khác. Mức độ phổ biến của giải đấu LMHT trong cùng khoảng thời gian với hai giải bóng đá lớn cho thấy eSports ngày càng trở thành một hình thức giải trí phổ biến và có sức cạnh tranh mạnh mẽ với các môn thể thao truyền thống.

IV. Sức hút của thể thao điện tử

Sức hút của thể thao điện tử (eSports) bắt nguồn từ nhiều yếu tố đặc trưng và sự thay đổi trong cách tiếp cận giải trí, công nghệ, và văn hóa toàn cầu.

1. Tính cạnh tranh cao

Thể thao điện tử thu hút vì những trận đấu căng thẳng và tính cạnh tranh cao, tương tự như các môn thể thao truyền thống. Những trò chơi như *LMHT*, *Dota 2*, *Counter-Strike*, và *Fortnite* không chỉ đòi hỏi kỹ năng, mà còn yêu cầu tư duy chiến thuật, phản xạ nhanh và sự phối hợp đồng đội chặt chẽ.

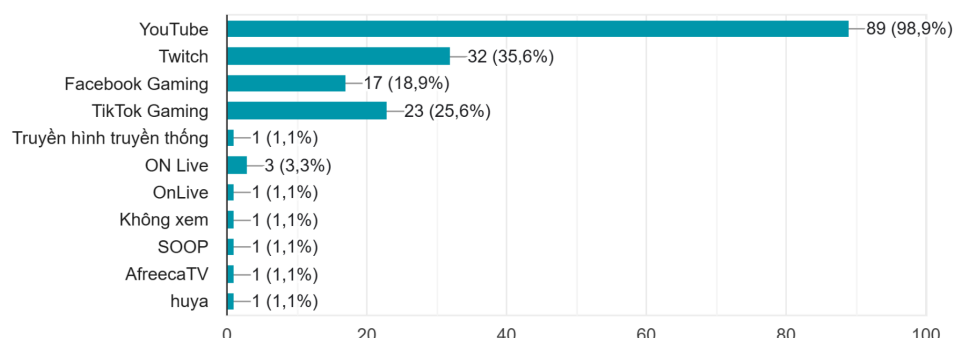


Hình 13: Sức hút của thể thao điện tử theo khảo sát

2. Khả năng tương tác và tính xã hội hóa

eSports cho phép người chơi tương tác trực tiếp với người khác, không chỉ là bạn bè mà còn cả những người từ khắp nơi trên thế giới.

Nền tảng bạn thường xem Esport (có thể chọn nhiều đáp án, nếu không vui lòng bỏ qua):
90 câu trả lời



Hình 14: Thống kê các nền tảng theo khảo sát

Biểu đồ từ khảo sát cho thấy rõ ràng rằng các nền tảng kỹ thuật số hiện đại như YouTube, Twitch, và TikTok Gaming đang dẫn đầu trong việc tạo ra trải nghiệm xã hội hóa và tương tác cho người hâm mộ eSports. Những nền tảng này không chỉ phát sóng mà còn cho phép xây dựng các cộng đồng trực tuyến, nơi người xem có thể chia sẻ niềm đam mê, thảo luận, và kết nối với nhau, từ đó làm tăng sức hút của thể thao điện tử.

3. Sự phát triển của công nghệ

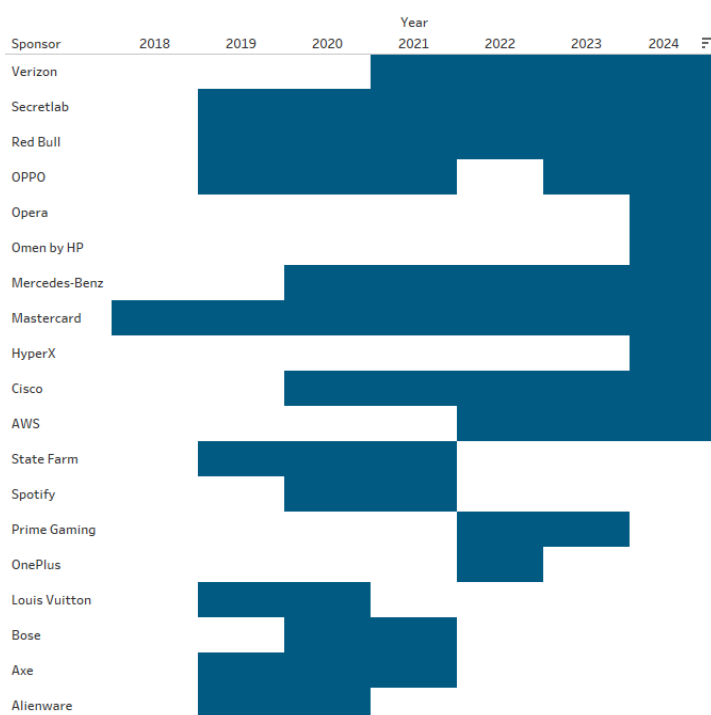
Với sự cải tiến không ngừng của công nghệ, đặc biệt là về đường truyền internet, phần cứng và phần mềm, thể thao điện tử ngày càng phát triển mạnh mẽ. Những công nghệ như thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR), và đồ họa chất lượng cao làm cho trò chơi trở nên sống động và hấp dẫn hơn bao giờ hết.

4. Tiềm năng tài chính và cơ hội nghề nghiệp

Như đã đề cập ở trên, eSports không còn chỉ là hoạt động giải trí mà đã trở thành một ngành công nghiệp khổng lồ với giải thưởng lên đến hàng triệu đô la. Điều này không chỉ thu hút những người chơi chuyên nghiệp mà còn cả các nhà đầu tư, nhà tài trợ, và các doanh nghiệp lớn tham gia.

Theo nguồn dữ liệu từ Esport Charts, lấy ví dụ với *Giải vô địch thế giới LMHT*, trong khoảng thời gian từ năm 2018 đến 2024, đã có rất nhiều các nhãn hàng, thương hiệu lớn tham gia đầu tư và tài trợ cho giải đấu, tiêu biểu như *Red Bull*, *Mastercard*, *Mercedes-Benz*, *OPPO*,...

Nhà tài trợ qua các năm, Giải vô địch thể giới Liên Minh Huyền Thoại



Hình 15: Các nhà tài trợ qua từng năm của Giải vô địch thể giới LMHT(2018-2024)

Không chỉ vậy, họ còn có thể tạo thu nhập từ việc phát sóng trực tiếp (livestream) trên các nền tảng như Twitch, YouTube Gaming hay Facebook Gaming. Ở Việt Nam, theo trang thống kê Social Blade, mỗi tháng kênh YouTube của Độ Mixi thường xuyên phát trực tiếp về game có thể thu về 9,9k - 158,2k USD (tương đương 232 triệu - 3,7 tỷ đồng). Tuy nhiên, tính toán này chỉ là ước đoán, có biên độ dao động cực kì lớn. Ngoài ra cũng theo Social Blade ước tính, mỗi tháng kênh của streamer PewPew - một youtuber khác cũng làm về game có thể mang về thu nhập từ 192 USD đến 3.100 USD (từ 4,5 triệu tới 72 triệu đồng). Số tiền hàng năm kênh có thể thu về là 2.300 đến 36.900 USD (tương đương khoảng 54 triệu tới hơn 867 triệu đồng). Đây chỉ là 2 ví dụ điển hình về việc eSports có thể mang lại một nguồn thu khổng lồ dành cho những người làm việc cho thị trường này.

Bên cạnh đó, sự phát triển của ngành công nghiệp game đã tạo ra nhiều vị trí việc làm mới như: lập trình viên game, họa sĩ thiết kế game, chuyên gia marketing game, quản lý đội tuyển esports, bình luận viên game... Những công việc này không chỉ mang lại thu nhập ổn định mà còn được xã hội công nhận như những nghề nghiệp chính thống. Ví dụ như trong Sea Games 32, đội tuyển Việt Nam đã giành được 7 tấm huy chương (1 HCV, 2 HCB và 4 HCD), giúp cho đoàn Việt Nam đứng thứ 4 về số huy chương eSports. Việc đưa eSports vào thi đấu trong Sea Games cho thấy được sự ghi nhận của mọi người, xem thể thao

điện tử cũng là một môn thể thao có thể cạnh tranh, mang lại vinh quang cho đất nước như những môn thể thao truyền thống khác.

V. Những rào cản phát triển

Thể thao điện tử là một trong những lĩnh vực trị giá hàng tỷ đô la, không ngừng cải thiện theo thời gian nhưng cũng phải đối mặt với một số thách thức. Hệ sinh thái trò chơi Esport về cơ bản bao gồm khán giả, nhà tổ chức, nhà phát triển trò chơi. Với mức độ thương mại hóa mạnh mẽ, ngày càng có nhiều thách thức mang lại sự thụt lùi cho ngành này, đặc biệt là đối với người chơi và nhà phát triển trò chơi.

1. Tính bảo mật, chính xác trong các giao dịch

Một trong những lợi nhuận chính của ngành công nghiệp thể thao điện tử đến từ việc bán các sản phẩm trong game hoặc liên quan đến game. Mục đích của việc quảng bá, quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng, chung quy lại là để bán được các sản phẩm này. “Năm 2019, con số này đạt hơn 100 triệu USD” theo GenK. Và ngoài việc bán trong các cửa hàng vật lý thì việc mở rộng trên các sàn thương mại điện tử giúp tối ưu lợi nhuận. Đảm bảo được sự uy tín trong các giao dịch trực tuyến là chìa khóa để thu hút nguồn tiền này.

Một nhóm các chuyên gia giàu kinh nghiệm trong lĩnh vực này đã cùng nhau đưa ra một giải pháp lâu dài nhằm thúc đẩy sự tăng trưởng và công bằng trong ngành thể thao điện tử. Từ đó, ATTN ra đời như một nền sinh thái cung cấp giải pháp toàn diện, đảm bảo một môi trường thể thao điện tử tích cực cho tất cả người dùng.



ATTN là tổ chức trò chơi điện tử hàng đầu có trụ sở tại Đông Nam Á, hoạt động trên nhiều tầng khác nhau trong chuỗi giá trị trò chơi. Từ việc xây dựng, tổ chức esports lớn nhất trong khu vực, với lượng người theo dõi tích lũy trên mạng xã hội là 18 triệu, đến đại diện cho hơn 600 người sáng tạo nội dung với hơn 200 triệu người đăng ký và đã xây dựng một số cộng đồng trò chơi lớn nhất ở SEA. ATTN đã tự khẳng định mình là đối tác tiếp cận thị trường hàng đầu Đông Nam Á cho tất cả các nhà phát triển trò chơi lớn như Netease, Tencent và Riot. Công ty cũng sẽ ra

mất nền tảng xuất bản của riêng mình để nâng cao trải nghiệm chơi trò chơi cho tất cả game thủ ở Đông Nam Á.



EVOS is most successful and influential esports organization in SEA, with the most extensive social media presence and highest amount of tournament championships in the region.



WHIM is the largest creator network in Southeast Asia connecting creators with all major streaming platforms.



NOCTUA is building towards becoming the leading player-focused game solution and game publisher in the region.

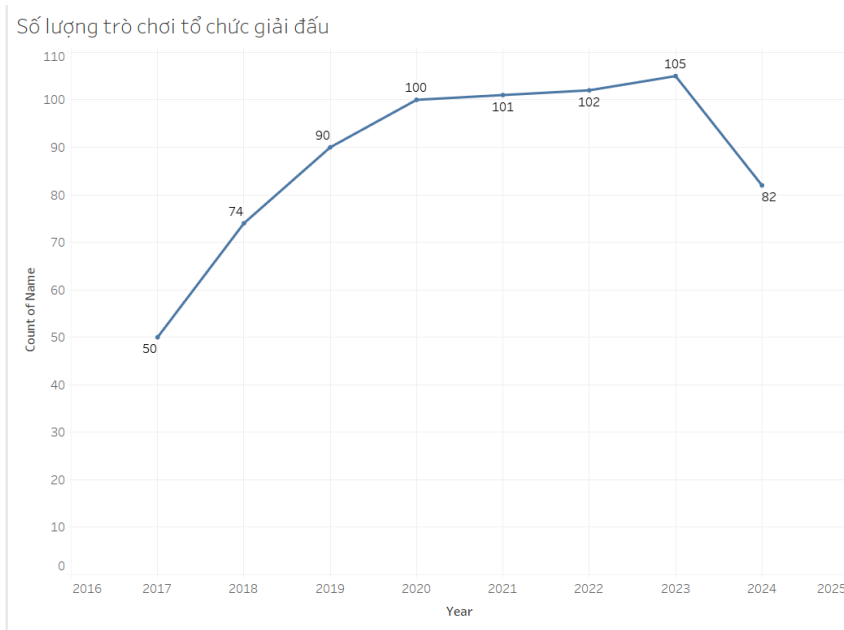
ATTN mang đến một bình minh mới cho thể thao điện tử, nó kết hợp thể thao điện tử và công nghệ blockchain để tạo ra một nền tảng thể thao điện tử tuyệt vời nhằm duy trì tính minh bạch.

Tích hợp blockchain trong nền tảng trò chơi cho phép người dùng tận hưởng sự tin cậy, minh bạch và nhận được tiền điện tử có giá trị thực để chơi trò chơi. Công nghệ blockchain giúp hệ thống chơi game trở nên dễ dàng hơn bằng cách cung cấp tốc độ và thanh toán tức thì cho những người chơi, khuyến khích họ tài trợ nhiều hơn.

2. Công bằng giữa các trò chơi

Ngoài ra, để một trò chơi đạt đủ tiêu chuẩn được tổ chức giải đấu, cần đạt được một số lượng người chơi truy cập nhất định cũng trở thành một “con ác mộng” đối với các nhà tổ chức.

Nền tảng ATTN sàng lọc các trò chơi dựa trên chất lượng và phân phối cho người chơi trò chơi. Các nhà phát triển trò chơi nhỏ với trò chơi chất lượng sẽ có cơ hội vượt trội trong việc tiếp cận được người chơi, không giống như các hệ thống truyền thông truyền thống chỉ tập trung vào những trò chơi lớn. Điều này mang lại mô hình phân phối lợi nhuận gần như hoàn hảo trong lĩnh vực trò chơi điện tử, đảm bảo việc các trò chơi được phổ biến rộng rãi bất kể thể loại hay dòng game nào. Chính vì điều này nên các số lượng game được tổ chức giải đấu tăng lên đáng kể, đa dạng trong thể loại và hình thức.



Hình 16: Số lượng giải đấu được tổ chức

3. Vấn đề người chơi

Các mối quan tâm về sức khỏe thể chất như dành hàng giờ trước màn hình có thể dẫn đến nhiều vấn đề sức khỏe khác nhau như mỏi mắt, hội chứng ống cổ tay và các chấn thương do căng thẳng lặp đi lặp lại khác. Lối sống ít vận động của các game thủ cũng có thể góp phần gây ra béo phì và các vấn đề sức khỏe liên quan khác. Áp lực phải thể hiện ở mức cao, cùng với tính chất thường xuyên chơi game đơn độc, có thể gây tổn hại nguy hiểm đến sức khỏe tinh thần của game thủ. Những vấn đề như kiệt sức, lo lắng và trầm cảm không phải là hiếm ở các game thủ chuyên nghiệp. Giống như bất kỳ hình thức giải trí nào, chơi game đều có khả năng gây nghiện. Chơi game quá mức có thể dẫn đến xao lãng trách nhiệm, các mối quan hệ căng thẳng và có triệu chứng cai nghiện khi không chơi.

Đối mặt với vấn đề này, ATTN đã phát triển nền tảng chống nghiện. Đây là một nền tảng được xây dựng với các tính năng mở để cho phép công ty trò chơi hợp pháp ghi lại hồ sơ của người dùng trực tuyến, quy trình ghi chép của nó rất nghiêm ngặt, chính xác và kiểm soát hợp lý vì lợi ích tốt nhất của người dùng:

- Tính năng giới hạn thời gian chơi: Cung cấp công cụ để giới hạn số giờ chơi hàng ngày hoặc hàng tuần, giúp người dùng kiểm soát thời gian họ dành cho trò chơi.
- Thông báo nhắc nhở: Tạo ra các thông báo định kỳ để cảnh báo người dùng về thời gian chơi đã kéo dài quá mức và khuyến khích họ nghỉ ngơi.

- Phân tích hành vi người dùng: Sử dụng công nghệ phân tích dữ liệu để theo dõi và nhận diện các hành vi chơi game quá mức, từ đó đưa ra các cảnh báo sớm cho người dùng hoặc gia đình.
- Công cụ hỗ trợ cộng đồng: Tích hợp các diễn đàn hoặc nhóm hỗ trợ để người chơi có thể chia sẻ kinh nghiệm, thảo luận về các vấn đề liên quan đến nghiện game và nhận được sự hỗ trợ từ cộng đồng hoặc chuyên gia.

4. Vấn đề nhà phát triển trò chơi và nhà tổ chức

Các nhà phát triển có tạo ra những trò chơi thu hút được sự chú ý của người chơi, đảm bảo được tính hấp dẫn, trải nghiệm người chơi mượt mà:

- Đồ họa và âm thanh chất lượng cao: Sử dụng công nghệ hiện đại để nâng cao trải nghiệm thị giác và thính giác.
- Cốt truyện cuốn hút: Xây dựng cốt truyện hấp dẫn giúp người chơi kết nối sâu sắc hơn với game.
- Lối chơi cân bằng và cập nhật thường xuyên: Đảm bảo lối chơi công bằng và cập nhật nội dung mới để giữ sự thú vị và tính cạnh tranh.
- Chế độ chơi đa dạng: Tích hợp các chế độ chơi khác nhau, từ chơi đơn đến chơi trực tuyến nhiều người, để đáp ứng nhu cầu đa dạng của người chơi.
- Tính năng tùy chỉnh: Cho phép người chơi cá nhân hóa nhân vật và trải nghiệm của mình thông qua việc mua và mở khóa các tính năng.

Các sự kiện, giải đấu thu hút người xem:

- Giải đấu Esports: Tổ chức các giải đấu lớn với giải thưởng hấp dẫn và phát trực tiếp trên các nền tảng phổ biến như Tiktok, YouTube Gaming.
- Sự kiện trực tiếp: Đưa các sự kiện offline hoặc hybrid để tăng cường sự kết nối giữa người chơi và người hâm mộ.
- Chiến dịch quảng bá sáng tạo: Sử dụng quảng cáo, trailer chất lượng cao, và sự kiện đặc biệt để thu hút người chơi mới và giữ chân khán giả hiện tại.
- Phần thưởng trong game: Cung cấp phần thưởng hấp dẫn như vật phẩm độc quyền, nhân vật mới, và thăng hạng trong bảng xếp hạng.
- Event theo mùa: Tổ chức các sự kiện theo mùa với chủ đề đặc biệt để tạo sự mới mẻ và lôi cuốn người chơi.

VI. Kết luận

Với những dữ liệu đã được phân tích trên, không có lý do gì để ngờ vực về ngành thể thao giải trí này. Esports thực sự là một lĩnh vực hấp dẫn, liên tục phát triển không ngừng, thu hút lượng lớn khán giả trên toàn cầu. Sự phát triển của ngành công nghiệp thể thao điện tử mang đến một cơ hội hấp dẫn cho các nhà đầu tư. Được thúc đẩy bởi sự mở rộng nhanh chóng của cơ sở hạ tầng kỹ thuật số, kết nối toàn cầu ngày càng tăng và sự phổ biến mạnh mẽ trong các nhóm đối tượng trẻ, thể thao điện tử đã chuyển mình từ một hình thức giải trí ngách thành một lĩnh vực chính thống. Với một hệ sinh thái vững chắc bao gồm các đội chuyên nghiệp, nền tảng phát trực tuyến, tài trợ và hàng hóa, ngành công nghiệp này đang được định hướng để tiếp tục phát triển.

Dự báo thị trường cho thấy doanh thu từ thể thao điện tử dự kiến sẽ tăng, được hỗ trợ bởi sự mở rộng lượng khán giả, các chiến lược kiếm tiền hiệu quả hơn và sự gia tăng các mối quan hệ đối tác thương hiệu. Ngoài ra, việc áp dụng các tiến bộ công nghệ như thực tế tăng cường (AR), thực tế ảo (VR) và tích hợp blockchain được kỳ vọng sẽ mở ra các nguồn doanh thu mới và nâng cao sự tương tác với người hâm mộ.

Tuy nhiên, mặc dù tiềm năng lợi nhuận cao là đáng kể, các nhà đầu tư nên lưu ý đến những thách thức có thể gặp phải như thay đổi quy định, bão hòa thị trường ở một số phân khúc và môi trường cạnh tranh khốc liệt. Việc cân nhắc cẩn trọng và định vị chiến lược là điều cần thiết để tận dụng đà phát triển trong lĩnh vực này.

Tổng thể, với cách tiếp cận đúng đắn, đầu tư mạnh vào ngành thể thao điện tử có thể mang lại lợi ích đáng kể, được hỗ trợ bởi sự phát triển không ngừng và khả năng thích ứng trong một thế giới ngày càng số hóa.