

МЕНЕДЖМЕНТ

DOI: [10.26565/2311-2379-2023-105-05](https://doi.org/10.26565/2311-2379-2023-105-05)

УДК 316.77:374.024

О. П. КРУПСЬКИЙ *

кандидат психологічних наук, доцент,

доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1086-9274>, e-mail: krupskyy71@gmail.com**Ю. М. СТАСЮК ***

старший викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4378-3351>, e-mail: stasiuk@ef.dnu.edu.ua**А. В. ЛЕВЕНЕЦЬ ***

здобувач першого рівня вищої освіти, спеціальність 073 «Менеджмент»

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-3392-6960>, e-mail: andrey.levenez@gmail.com*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара,
пр. Дмитра Яворницького, 35, м. Дніпро, 49010, Україна

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІГРОВИМИ СПІЛЬНОТАМИ НА ПРИКЛАДІ MINECRAFT КЛАНІВ

У роботі глибоко аналізуються та висвітлюються не лише особливості управління ігровими спільнотами в Minecraft, а й їхні стратегії в умовах постійної конкуренції. Автори детально описують методи, якими користуються ці спільноти для досягнення своїх цілей у віртуальному середовищі, враховуючи потреби та відмінності такого типу колективних структур. Особлива увага приділяється вивченню того, як взаємодіють нові члени клану та який вплив вони мають на управління всередині клану. Висвітлення переваг, які отримує гравець при вступі до клану, становить важливу частину аналізу, що відкриває нові підходи до розуміння мотивації гравців у виборі певних ігрових груп. Досліджується не тільки ефективність управління гравцями, а й способи, якими адміністрація серверів сприяє цій взаємодії та отримує доходи. Автори розкривають конкретні приклади ігрових можливостей, які власники серверів використовують для комерційних цілей, а також розглядають стратегії формування кланів та їх потенційні розміри. Новаторським вважається підхід до визначення ролей гравців у ігрових спільнотах, що збагачує розуміння їхніх функцій та сприяє поглибленню аналізу в цьому напрямку. Ця робота наразі є актуальною в контексті розширення геймінгової культури, оскільки вона виводить на передній план ключові аспекти ігрових спільнот та може слугувати цінним джерелом інформації для гравців, керівників ігрових команд, адміністрації серверів та дослідників, які вивчають цю унікальну сферу.

Ключові слова: **управління, ігрові спільноти, ігрові клани, конкуренція, Minecraft, дохід адміністрації, монетизація.**

JEL Classification: D83, L82, L86, M31.

Постановка проблеми. У сучасну епоху стрімкого розвитку цифрових технологій та всеосяжної доступності персональних комп'ютерів для значної частини населення, відеоігри набувають дедалі більшої популярності та впливу на суспільство (Shliakhovchuk, & Miňoz, 2020). Зазначене явище сприяє створенню ігрових спільнот – специфічних соціальних формувань, у яких гравці об'єднують свої зусилля для досягнення спільних цілей в межах конкретної відеоігри (Burger-Helmchen, & Cohendet, 2011). Вони активно обговорюють ігровий процес, обмінюються досвідом та навичками, а також змагаються з іншими гравцями. Це все не можливо без прийняття ефективних управлінських рішень, та відповідних навичок і комунікаційних вмінь. Але «важливість прийняття ефективних управлінських рішень легко зрозуміти, проте важко досягнути, оскільки подібна мета вимагає реформ, що змінюють як ... менеджмент, так і стилі прийняття рішень, що ним застосовуються» (Krupskyy, 2014), і ці реформи надважливі під час віртуалізації бізнес-процесів під час пандемії COVID-19 (Feng, Park, & Feng, 2023).

Враховуючи особливості цих ігрових спільнот, важливо зазначити, що їх управління відрізняється від традиційного соціального керівництва через унікальність взаємодії між їх учасниками. Головною особливістю є те, що більшість комунікацій відбувається віртуально, в мережі Інтернет, і часто гравці не мають реального обличчя один для одного (Prikhodko et al., 2020). Це створює низку унікальних викликів та можливостей для керівництва ігровими спільнотами, такі як необхідність в ефективній організації віртуальних зустрічей та комунікації, а також вирішення конфліктів і сприяння співпраці між гравцями (Волкова та ін, 2021). Крім того, ефективність управління ігровими спільнотами залежить і від економічної культури особистості (Крупський, & Стасюк, 2010), тому що під час гри доводиться вирішати конкретні економічні завдання, а саме: управління обмеженими ігровими ресурсами, торгівля на аукціоні (біржі), управління віртуальним бізнесом (починаючи від кустарного і закінчуючи віртуальними підприємствами («Cities: Skylines») або містами («SimCity»), формування тимчасових ігрових економік (обмін ресурсами між гравцями або всередині ігрового клану), соціальна внутрішньоігрова взаємодія та лідерство в ігрових спільнотах.

Поряд із цим, управління ігровими спільнотами вимагає розуміння психологічних та соціальних аспектів відносин між гравцями. Важливо, щоб представники спільноти залишалися в грі, отримували позитивні емоції та приносили користь клану. Час, який людина витрачає на ігровий процес та власний розвиток від новачка до «цікавого» гравця, є безповоротним ресурсом. Однак «організатори» гри чітко розуміють, що цей час можна максимально використати, підтримуючи зацікавленість гравців та сприяючи їхньому постійному зростанню та розвитку у грі. Зацікавленість гравців підтримують шляхом постійного оновлення інтерфейсу гри, введення нових завдань і викликів, а також створення унікальних історій та сценаріїв. Додатковою можливістю надають внутрішньоігрові клани, які приймають участь в організації змагань, подій і комунітетів (груп гравців, які об'єднуються навколо спільних інтересів, мають спільні цінності, цікавляться та діляться однаковими звичками та цілями у контексті гри), які залучають гравців до активної спільноти і сприяють ігровій соціалізації та взаємодії. Тому існує постійна необхідність у розробці стратегії для підтримання позитивної атмосфери в клані та сприяння ігрової спільноті в досягненні її цілей (Prima, & Bielova, 2021).

Ігрові спільноти, часто відомі також як клани, на сьогоднішній день є важливою частиною ландшафту онлайн-ігор (Reer, & Krämer, 2020). Участь у таких спільнотах може надавати гравцям як переваги, так і обов'язки, в порівнянні з грою наодинці. Це обумовлено тим, що спільна гра в складі клану дозволяє гравцям здійснювати більш швидкий розвиток своїх персонажів, вчитися від інших членів спільноти, а також отримувати підтримку в складних ситуаціях, що може значно полегшити геймплей.

Для ефективного створення й керівництва власною ігровою спільнотою слід мати глибоке розуміння основних аспектів створення та управління ігровими кланами. Необхідно визначити цілі та завдання спільноти, розробити структуру та правила її функціонування. Важливо також враховувати психологічні та соціальні аспекти взаємодії між учасниками, сприяти співпраці та комунікації, а також вирішувати чисельні конфлікти. Підтримка та розвиток спільноти вимагає постійного зусилля та адаптації до змін в ігровому середовищі та потреб учасників (Burger-Helmchen, & Cohendet, 2011).

Створення і управління власною ігровою спільнотою є складним завданням, яке вимагає часу, мотивації, знань, вмінь, навичок та відданості. Але це може стати важливим елементом успішного геймінгу та розвитку гравця в онлайн іграх (Vanuyt et al., 2020).

Дослідження ігрових спільнот не лише розкривають особливості соціальної динаміки в онлайн-середовищі, але й сприяють більш глибокому розумінню того, як індивіди взаємодіють через Інтернет, перебуваючи на фізичній відстані один від одного (Hobbs et al., 2019). Вже наприкінці ХХ ст. існувала велика кількість досліджень, яка стверджувала що під час відеоігрових сесій гравців розвиватися (в залежності від специфіки гри) такі здібності та навички, як просторове сприйняття та розпізнавання, розвиток зорового розрізнення та розподілу зорової уваги, розвиток індуктивної логіки, когнітивний розвиток у наукових та/або технічних аспектах, розвиток комплексних навичок (комунікативних, рефлексивних, креативних тощо), просторове уявлення, індуктивне відкриття, побудова іконічного коду, гендерне конструювання (De Aguilera, & Mendiz, 2003). Враховуючи сучасні тенденції до розвитку дистанційного навчання та віддаленої роботи, важливо визнати, що віддалена взаємодія стала необхідною складовою сучасного соціуму (Kniffin et al., 2021; Nugroho et al., 2021).

Слід відзначити, що динаміка взаємодії гравців у ігрових спільнотах може слугувати моделлю для аналізу та розробки стратегій віддаленої комунікації в інших аспектах життя. Розуміння принципів, якими керуються ігрові спільноти, може бути корисним для покращення організації віртуальних комунікаційних платформ у навчальних та професійних сферах (Левенець, & Стасюк, 2023). Це може включати в себе створення зручних інтерфейсів, підтримку активної співпраці, стимулювання взаємодії та побудову відносин в умовах віддаленого спілкування.

Поняття управління та лідерства, можуть також знайти своє застосування в управлінні реальними колективами та організаціями, які працюють в умовах дистанційного спілкування (Narayan-Chen, Jayappavar, & Hockenmaier, 2019). Управлінські навички, такі як координація завдань, мотивація команди, розв'язання конфліктів та прийняття стратегічних рішень, можуть бути адаптовані для застосування в різних галузях життя та сферах діяльності.

Отже, дослідження ігрових спільнот не лише сприяють кращому розумінню взаємодії в онлайн-середовищі, але й можуть служити джерелом інсайтів для покращення організації віддаленої взаємодії в реальному житті та оптимізації процесів управління колективами у віртуальному і фізичному просторах.

Мета та завдання. Стаття має на меті дослідити структуру та особливості ігрових спільнот в онлайн іграх, їхні цінності та взаємодію, щоб зрозуміти динаміку групової взаємодії та вплив цих спільнот на гравців. Для досягнення цієї мети поставлено такі завдання: (1) дослідити організацію та ієрархію групових структур в онлайн іграх; (2) визначити спільні цінності, інтереси та звички, які об'єднують учасників ігрових спільнот; (3) вивчити способи комунікації та взаємодії між гравцями у спільнотах, враховуючи особливості онлайн середовища; (4) встановити вплив ігрових спільнот на учасників гри та їхнє сприйняття ігрового досвіду; (5) проаналізувати поведінку гравців на прикладі Minecraft кланів та (6) визначити особливості управління таким кланами.

Основні результати дослідження. Повноцінні дослідження ігрових спільнот з точки зору менеджменту ігрових кланів почались з роботи Н. Lowood, в якій досліджувались ігрові фільми як засоби творчого самовираження гравців World of Warcraft (WoW), які мали різну «історію» в залежності від клану (Lowood, 2006). Через рік, у 2007 році, з'явилась стаття V. Berry, в якій піднімалися питання неформального навчання в Інтернеті на прикладі емпіричного дослідження віртуального світу та спільнот онлайн-геймерів світу Dark Age of Camelot (Berry, 2007). В той же час С. L. Hsu та Н. P. Lu дослідили мотивацію гравців у спільнотах онлайн-ігор (Hsu, & Lu, 2007). А ще через рік J. Alberti написав статтю про вплив відеоігор на розвиток грамотності (Alberti, 2008). В 2019 році О. Клочко визначив освітній потенціал онлайн ігор та наголосив на актуальності серед підлітків таких ігор, як Minecraft, Throne Rush та Clash of Clans (Клочко, 2019). О. Марковець дослідив роль ком'юніті-менеджера у веб-спільнотах (Марковець, 2020). В 2021 році Y. Du з колегами дослідили механізми комунікації в Minecraft і Roblox для дітей та підлітків (Du, et al., 2021); F. Afi та S. Ouiddad написали статтю про те, як гравці формують спільні цінності, будучи учасниками однієї ігрової спільноти (Afi, Ouiddad, 2021). Спорідненість кіберспортивних спільнот проаналізував і I. Чизмар (Чизмар, 2021). Питанню конкуренції та соціалізації в цифрових іграх також були присвячені дослідження N. Waechter та M. Meschik, наголосивши, що гравцям притаманні індивідуалістичні цінності (Waechter, & Meschik, 2023). А. Magrantay дослідив таке джерело ігрової інформації як Fandom, де фани збирають детальну інформацію про свої улюблені ігри та фільми (Magrantay, 2022).

Всі дослідження про ігрові спільноти були сконцентровані на гравцях та взаємодії між ними і намагались розв'язати питання:

- структури та організації ігрових кланів (Lowood, 2006; Afi, & Ouiddad, 2021; Waechter, & Meschik, 2023);
- комунікація та спілкування в ігрових кланах (Lowood, 2006; Berry, 2007; Клочко, 2019; Du et al., 2021; Afi, & Ouiddad, 2021);
- лідерство і прийняття рішень в ігрових кланах (Lowood, 2006; Berry, 2007; Марковець, 2020; Waechter, & Meschik, 2023);
- соціальні відносини та спільні цінності (Lowood, 2006; Berry, 2007; Hsu & Lu, 2007; Чизмар, 2021; Waechter, & Meschik, 2023);
- управління конфліктами в ігрових спільнотах (Hsu & Lu, 2007; 19 Марковець, 2020; Afi, & Ouiddad, 2021);

- вивчення ігрових досягнень (Lowood, 2006; Berry, 2007; Hsu & Lu, 2007; Afi, & Ouiddad, 2021);
- вивчення ігрового процесу (Lowood, 2006; Hsu & Lu, 2007; Ключко, 2019; Afi, & Ouiddad, 2021);
- ефективність та результативність ігрового клану/процесу (Lowood, 2006; Berry, 2007; Hsu & Lu, 2007; Ключко, 2019; Afi, & Ouiddad, 2021);
- вплив інтернет-залежності (Lu & Wang, 2008).

Навіть при наявності обширних наукових робіт за темою дослідження важливо відзначити, що багато теоретичних та практичних аспектів управління Minecraft-кланами залишаються недостатньо дослідженими. Отже, ця стаття ставить за мету поглиблення розуміння таких аспектів і пропонує шляхи подальшого розвитку досліджень в цьому напрямку.

У сучасних комп'ютерних онлайн-іграх відзначається наявність та поширеність ігрових спільнот, таких як клани, які надають гравцям численні вигоди та можливості для оптимізації їхнього геймплею. Дослідження динаміки таких ігрових спільнот виявляє важливі аспекти взаємодії між учасниками та впливу таких об'єднань на ігровий процес.

Об'єктом дослідження є гра Minecraft (дата випуску: 18 листопада 2011 р.), активними користувачами якої в усьому світі станом на 2023 рік є близько 163 млн осіб (Sharma, 2023). Близькими за принципом є такі ігри як Roblox (вийшла у світ 1 вересня 2006 року), станом на 2023 рік зафіксовано близько 214,1 млн гравців (Ruby, 2013); Terraria (вийшла у світ 16 травня 2011 року), зафіксовано близько 60 тис. гравців (Steam Charts, n.d.) та інші. Minecraft виокремлює наступні особливості:

- ігровий всесвіт складається з блоків, які можна видобувати та потім будувати з них те, що забажає гравець;
- з блоків можна створювати більш складні предмети (механізми, побутові речі, броню, зброю, їжу тощо);
- гра в режимі пісочниці, тобто гравець не прив'язаний до виконання завдань, має повну свободу дій у грі (може щось будувати, досліджувати ігровий світ, виживати тощо);
- існує одиночний та багатокористувацький типи гри (в даному дослідженні розглядатиметься багатокористувацький тип);
- для багатокористувацького типу гри існують наступні два режими: виживання (блоки треба видобувати, персонаж може померти; гра їде проти інших гравців (PVP)) та творчий (можна отримувати необмежену кількість блоків, персонаж безсмертний, може літати; підходить для будівництва).

На багатьох серверах, призначених для гри в інтернет-ігри, адміністрація, як правило, забезпечує себе стабільними джерелами доходу (Fang et al., 2019). Зокрема, на прикладі серверів гри Minecraft можна виявити різноманітні механізми, які використовуються адміністраторами для генерації прибутку (Freeman et al., 2022). Найпоширеніші з них:

- можливість розширення приватів (територій);
- спеціальні повідомлення – статуси у чаті;
- розмір рюкзака;
- особливі можливості для приватів (режим PVP, змінити погоду тощо);
- особливі здібності (політ, телепортація тощо).

Доступ до можливостей гравця визначається його рангом на сервері. Власне ранги і продає адміністрація. Порівняння рангів за можливостями, що вони надають, та їх вартістю наведено в табл. 1.

Крім того, адміністрація таких серверів продає ігрову валюту гравцям (Rolfes & Passig, 2019). Ця ігрова валюта може бути витрачена на придбання різноманітних ресурсів, що сприяють прискоренню та поліпшенню ігрового процесу. Бажання гравців придбати ігрову валюту або ранги на сервері Minecraft напряму залежить від його популярності, а остання, у свою чергу, безпосередньо визначається кількістю активних гравців та ігрових подій.

Необхідність вивчення ігрової спільноти адміністрацією обумовлена прагненням отримати дохід з притоку активних гравців. Важливим фактором, що впливає на кількість користувачів серверу, є наявність та активність ігрових спільнот (Rospigliosi, 2022). Ці спільноти визначають, на яких серверах гратимуть їх учасники, тому адміністраторам серверів важливо вивчати та розуміти особливості ігрових спільнот. Здатність ефективно взаємодіяти з цими спільнотами стає ключовим аспектом забезпечення популярності серверу та, відповідно, отримання

доходу. Загалом, ігрові сервери є складними соціально-технічними системами, де питання управління і взаємодії з гравцями та ігровими спільнотами вимагає глибокого розуміння психологічних, соціальних та економічних аспектів (Garcia-Fernandez & Medeiros, 2019).

Розробка та вдосконалення стратегій для підтримання популярності серверу та забезпечення стійкого доходу є важливими завданнями для адміністрації таких ігрових платформ.

Таблиця 1 – Ранги на сервері Minecraft.in.ua
Table 1 – Ranks on the Minecraft.in.ua server

Ранг	Можливості	Вартість
Звичайний гравець	Привати = 2 шт по 500 тис блоків кожний Розмір Рюкзака = 1X (9 місць). Рюкзак і весь його вміст не втрачається після смерті. Можливості для Приватів: (ON/OFF режим PVP для вбивства гравців)	Звичайний гравець (без доната)
Villager	Привати = 3 шт по 500 тис блоків кожний Розмір Рюкзака /BACPACK = 1X (9місць).	Ціна: \$500 тисяч гральних грошей
Pillager	Автоматичний збір дропу до інвентаря Привати = 4 шт по 500 тис блоків кожний Розмір Рюкзака = 2X (18 місць) Спеціальні повідомлення-статуси у чаті. Можливості для Приватів: (ON/OFF іншим гравцям підбирати дроп)	Ціна в донатних коїнах: 20 (1 коїн = 1грн)
Enderman	Політ гравця, як у режимі Креативу (Флай) Привати = 5 шт по 500 тис блоків кожний Розмір Рюкзака = 3X (27 місць) Подивитися, які гравці знаходяться поблизу Миттєва телепортація Подивитися, коли гравець був онлайн останній раз	Ціна в донатних коїнах: 30
Wither	Привати = 10 шт по 500 тис блоків кожний Розмір Рюкзака = 4X (36 місць) Можна повністю грати без їжі. Змінити погоду спеціально для Вас. Можливості для Приватів: (ON/OFF фіксовану погоду - rain або clear)	Ціна в донатних коїнах: 50
Warden	Привати = 15 шт по 500 тис блоків кожний Розмір Рюкзака /BACPACK = 5X (45 місць). Миттєве лікування та усунення голоду. Змінити час дня персонально для Вас. Нічне бачення. Можливості для Приватів: (ON/OFF сповіщення якщо хтось зайшов у приват)	Ціна в донатних коїнах: 100
Dragon	Привати = 20 шт по 500 тис блоків кожний Розмір Рюкзака /BACPACK = 6X (54 місця). Режим невидимості від гравців та мобів. Збереження рівня досвіду після загибелі.	Ціна в донатних коїнах: 250
Herobrine	Привати = 50 шт по 500 тис блоків кожний Розмір Рюкзака = 6X (54 місця), Можливості для Приватів: (ON/OFF вхід інших гравців у приват) (ON/OFF спавн мобів)	Ціна в донатних коїнах: 500

Джерело: складено авторами на основі (Minecraft.in.UA., n.d.)

На серверах гравці об'єднуються в ігрові спільноти або клани з наступних причин:

- першою за пріоритетністю є потреба в спілкуванні, обговоренні ігрових моментів. В клані гравці можуть брати участь у різних ігрових подіях та активностях, таких як кланові заходи, збори, міні-ігри. Це сприяє розвитку соціальних навичок гравців і формує позитивні відносини між ними;

- другою за пріоритетністю є потреба в безпеці. Клани надають своїм членам захист від нападів інших гравців та ігрових об'єднань;

- третьою за пріоритетністю є можливість обмінювати та отримувати ресурси від клану. Це сприяє значному прискоренню прогресу «зростання» гравців у грі.

Безумовно, структура і привілеї, які надаються учасникам ігрових спільнот, можуть значно відрізнитися від клану до клану. Проте загальний висновок полягає в тому, що бути частиною ігрової спільноти є більш вигідним та захопливим для гравця, ніж гра наодинці. Наприклад, в конституції клану «Організація Взаємодопомоги» (ОВ) (176 гравців, найбільший на сервері Minecrafter.in.ua) зазначені наступні переваги: «створення єдиного простору для взаємодопомоги (створення спільних проєктів, допомога з ресурсами, відновленням проєкту у разі гріфу (знищення іншими гравцями), існування спільного складу з ресурсами), комунікації між гравцями та розвиток єдиного культурного кола на сервері».

У сфері формування ігрових кланів можна виокремити наступні сценарії:

1) Клан формують вже знайомі між собою гравці. Учасники одразу мають засоби для комунікації, такі як спільні чати в месенджерах, таких як Discord, Telegram, або інші комунікаційні платформи (Левенець & Стасюк, 2023). Це дозволяє гравцям вже на початковому етапі забезпечити ефективну внутрішню організацію клану та легко додавати нових учасників до групи.

2) Клан формується стихійно. В такому випадку більшість учасників незнайомі між собою та систему комунікації ще належить створити.

3) Клан формується під виконання конкретного завдання, наприклад, протидія іншому клану. Для нього характерний агресивний рекрутинг та швидкий розвиток.

4) Клан є представництвом ігрової спільноти, що є популярною на інших серверах. Розвивається за рахунок залучення представників ігрової спільноти з іншого серверу та активного набору нових.

У контексті ігрових кланів, як організованих груп, важливо зазначити, що їхні структури та функціонування можуть суттєво відрізнитися в залежності від розміру та мети спільноти. Зазвичай, розмір клану від 1 до 200 осіб. Керуються клани невеликою групою гравців, що налічує від 2 до 10 осіб. Ці гравці виявляють активність та постійно спілкуються між собою, обговорюючи питання, що стосуються ігрової спільноти, її розвитку, стратегії та ідеї. Вони ж відповідають за проведення набору нових учасників, організацію кланових заходів, а також за встановлення правил для спільноти.

Для Minecraft характерні такі розміри клану:

- малий (від 1 до 10 гравців), керівна група складається з 1-2 осіб;
- середній (від 10-40 гравців), керівна група приблизно 5-10 осіб;
- великий (більше 40 гравців), керівна група більше 10 осіб.

У великих кланах функції керівної групи можуть бути розподілені між іншими гравцями, і в таких випадках можуть створюватися окремі департаменти або комітети для вирішення конкретних завдань, таких як набір нових членів, інтеграція гравців у спільноту, організація різноманітних ігрових заходів. Наприклад, клан «Організація взаємодопомоги» визначає такі відділи як:

- ПЕР (Парламентська Економічна Рада) – внутрішня структура «Організації Взаємодопомоги», відповідальна за активність всередині клану, ферми, надання роботи учасникам, які її потребують, рекрутинг та інтеграцією новачків у клан а також кланові фінанси;

- ПБР (Парламентська Будівельна Рада) – внутрішня структура «Організації Взаємодопомоги», відповідальна за надання ліцензій на будівництво в різних містах ОВ (аби зберігати єдиний архітектурний стиль усіх міст), виділення ресурсів на будівництво/запити на потрібні матеріали, зобов'язана співпрацювати з мерами міст/затверджувати створення нових міст;

- ПРБ (Парламентська Рада Безпеки) – внутрішня структура «Організації Взаємодопомоги», відповідальна за розслідування гріфів (псування будівель) в межах клану, проведення розслідувань/розвідки, встановлення дипломатичних відносин з іншими

організаціями, запровадження санкцій або винесення вироку порушникам статутів/конституції ОВ.

Щодо організаційної структури кланів, можна виокремити посаду голови клану, який є лідером і, зазвичай, ініціатором створення спільноти. Голова клану має найвищий авторитет та приймає ключові стратегічні рішення для клану. Також можуть існувати радники голови, зазвичай обмежена кількість, наприклад, 2-3 особи. Вони співпрацюють з так званним «активом» клану - це гравці, які відзначаються активністю та регулярною участю в ігрових подіях та діяльності спільноти. Ці активні гравці доповнюють керівну групу та виконують важливі функції у підтримці життєздатності клану та його розвитку.

Важливим аспектом для стійкого і успішного існування і розвитку ігрового клану є постійний притік нових гравців (Reer, & Krämer, 2020). Старі учасники, незалежно від їхнього досвіду та внеску в клан, зазвичай втрачають ініціативу з часом. Тому постійний процес набору нових членів стає необхідністю для збереження та підвищення активності в клані. Клан з низьким рівнем активності може стати менш привабливим для потенційних новачків, і недостатня кількість активних гравців може призвести до природного відходу кланових гравців до більш активних ігрових спільнот.

Важливо зазначити, що під час процесу набору нових гравців в спільноту можуть приєднатися і пасивні, і навіть агресивні або несумісні особи. Однак важливим є те, що активність в наборі новачків, є корисною стратегією для забезпечення сталого потоку нових гравців. Гравці, які не дотримуються правил клану або виявляють негативну активність, можуть бути вилучені з клану на більш пізніх етапах. В той час як неактивні гравці не перешкоджають активному розвитку спільноти, а кожен новий прихід відкриває можливість залучити активного учасника, який зробить позитивний внесок у клан.

Зокрема, якщо сервер, на якому діє клан, втрачає активну аудиторію і на ньому грають обмежена кількість людей (менше 10 одночасно), розглядається перехід клану на інший сервер разом із активними гравцями. Це стратегічне рішення може або зберегти активність та інтерес до клану в умовах, коли популярність конкретного сервера падає, або повністю знищити клан. Ємність серверу залежить від технічних можливостей комп'ютера на якому він підтримується, проте максимальна кількість гравців онлайн значно менша за об'єм серверу загалом. Наприклад, ємність серверу [Minecraft.in.ua](https://www.minecraft.net/en-us/help/server/players) 777 гравців, а грає одночасно приблизно 46 ([Minecraft.in.ua](https://www.minecraft.net/en-us/help/server/players), n.d.).

Необхідність постійного притоку нових гравців спонукає до виникнення явища, відомого як конкуренція між ігровими спільнотами. Спільноти, які «населяють» конкретний сервер, можуть демонструвати різні рівні активності та конкурентоспроможності. В умовах пасивності та відсутності активних дій кланів на сервері конкуренція, власне кажучи, є мінімальною, проте такий сервер, відповідно, може втратити привабливість для більшості гравців.

З іншого боку, на серверах, де клани виявляють активність та розвиваються, спостерігається значна конкуренція між ними. Ця конкуренція виявляється на різних рівнях:

- перший рівень – конкуренція за гравців;
- другий рівень – конкуренція за кількістю та якістю кланових послуг;
- третій рівень – конкуренція за кількістю та якістю кланових заходів;
- четвертий рівень – конкуренція за таланти (лідерів, шпигунів тощо).

В цілому, конкуренція між ігровими кланами сприяє їхньому розвитку та покращенню, спонукаючи їх вдосконалювати стратегії агітації, управління територіями та організацію заходів для гравців. Цей процес допомагає зробити ігрові спільноти більш привабливими для новачків і забезпечує живучість ігрового середовища на серверах.

У конкурентному середовищі ігрових спільнот важливу роль відіграє шпигунство. Отримання інформації про конкурентів має вирішальне значення, оскільки відсутність відомостей про опонентів може бути важкою перешкодою у досягненні стратегічної переваги. Тому ігрові спільноти часто вдаються до відправки шпигунів у конкуруючі клани з метою збору цінної інформації.

Здійснення шпигунських операцій в ігрових середовищах зазвичай виявляється відносно простим завданням, оскільки інші гравці не мають можливості ідентифікувати особисту інформацію та справжню особу гравця, обмежуючись тільки ігровим нікнеймом та обміном повідомленнями в чатах. Набути довіри та отримати стратегічно важливу інформацію може бути доволі важким завданням. Це вимагає тривалого перебування в конкурентному клані та

активної участі у грі. У разі, якщо шпигун відіграє роль звичайного учасника клану, він може не мати доступу до деталей стратегій конкурента, але все одно може здобувати цінну інформацію, таку як анонси подій, відносини між гравцями, розташування та кількість ресурсів, а також особливості економічної діяльності клану тощо.

Зазвичай, шпигунами стають представники верхівки клану, які користуються довірою голови спільноти. Вони підтримують постійний зв'язок з головою, передаючи отриману інформацію та допомагаючи в обміні важливими даними. Шпигунство стає важливим інструментом в конкурентному середовищі ігрових спільнот, допомагаючи кланам визначити стратегічні переваги та підвищити їхню ефективність в ігрових середовищах.

Важливим і необхідним аспектом управління ігровим кланом є ефективна комунікація з адміністрацією серверу, яка може суттєво вплинути на якість ігрового процесу та забезпечити оптимальні умови для гравців. Наприклад, на серверах, що працюють на платформі Minecraft, адміністратор сервера має можливість виконувати різноманітні функції, які впливають на ігровий досвід. Він може відновлювати пошкоджені об'єкти у грі, або аналізувати логи сервера для виявлення порушників та визначення відповідальних гравців за зруйнування. Крім того, адміністрація сервера може накладати обмеження на доступ гравців, включаючи тимчасові або постійні блокування (бани).

Якщо відбувається неефективна взаємодія між ігровим кланом і адміністрацією сервера, це може призвести до негативного впливу на гравців. Якщо гравці зіткнуться з непрозорими або несправедливими діями адміністрації, це може вплинути на їхній ігровий досвід, оскільки вони можуть не отримати необхідної підтримки та інформації.

Великі ігрові спільноти та клани, які мають значну кількість активних гравців, мають більший ступінь впливу на адміністрацію сервера порівняно з меншими кланами. Голови великих ігрових спільнот можуть вимагати від адміністрації серверу адекватної поведінки та обслуговування гравців. Вони можуть навіть розглядати можливість переходу свого клану на конкурентний сервер, що може суттєво вплинути на активність і доходи даного серверу. Цей підхід зазвичай є ефективним лише для великих кланів, оскільки вони представляють значну частину гравців на сервері та мають вагомий вплив на його стабільність.

У випадку менших кланів, вони часто змушені адаптуватися до умов серверу, враховуючи його обмеження та адаптуючи свої дії. Іноді вони розглядають навіть можливість зміни сервера для створення оптимальних умов для гри. У таких ситуаціях ефективна комунікація з адміністрацією серверу може стати критично важливою для вирішення конфліктів та забезпечення позитивного ігрового середовища для всіх учасників.

Висновки. Дослідження динаміки цих ігрових спільнот має потенційно важливе значення для розуміння взаємодії в онлайн-середовищі та може надати важливі вказівки для розвитку інших форм віртуальної спільноти та організації комунікації у реальному житті. Ігрові спільноти, взаємодіючи в онлайн-середовищі, відкривають нові горизонти для соціального управління та вимагають від клан-лідерів високого рівня компетентності в адаптації до цих особливостей для досягнення успішного керівництва та досягнення спільних цілей гравців та очільників клану.

Конкуренція між ігровими спільнотами є важливою складовою їхнього існування. Ця конкуренція спонукає клани до постійного вдосконалення та залучення нових гравців. Клани активно застосовують різноманітні стратегії та заходи для залучення гравців, надаючи їм різні переваги та послуги. Однак конкуренція також стимулює ігрові спільноти до розвитку, створюючи більше можливостей для гравців та сприяючи їхній активності. Клани проводять різноманітні заходи та надають кланові послуги, такі як допомога в реалізації проєктів, надання ресурсів, захист від інших кланів тощо. Вони можуть формуватися стихійно або між вже знайомими гравцями, з можливою метою від просто розвитку до протидії конкретному клану. В конкуренції між кланами активно застосовується шпигунство, що дозволяє конкурентам знати сильні та слабкі сторони своїх противників. Шпигуни відіграють важливу роль у стратегічному плануванні та адаптації кланів до конкурентної боротьби.

Важливу роль відіграє адміністрація серверів. Вони встановлюють правила та продають ранги. Кожен наступний ранг надає гравцю особливі можливості, а адміністрації дохід. Лідерам кланів важливо вміти взаємодіяти з власниками серверів. В той час як очільники великих спільнот мають важелі впливу на адміністрацію, лідери невеликих кланів та окремі гравці не мають такого впливу. Власникам серверу теж вигідно заохочувати розвиток ігрових спільнот, адже чим більше активних гравців грає на сервері тим більше дохід адміністрації.

Загалом, процес управління ігровими спільнотами виявляється складною соціально-організаційною діяльністю, де розмір та структура клану, адміністрація та конкурентні клани можуть суттєво впливати на ефективність спільної гри та соціальну взаємодію між гравцями. Він вимагає від лідерів кланів та гравців великої компетентності, стратегічного мислення та здатності адаптуватися до умов, що постійно змінюються.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Волкова Н. П., Іванова Г. І., Лаврентьєва О. О. Моделювання компетентнісної професійної освіти в контексті євроінтеграції. 2021. 356 с. URL: elibrary.kdpu.edu.ua/bitstream/123456789/4690/3/Моделювання_compressed.pdf
2. Клочко О. Освітньо-профілактичний потенціал мережевих ігор. *Молодий вчений*. 2019. № 2 (66). С. 546-549. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-2-66-117>
3. Крупський О. П., Стасюк Ю. М. Особистість у просторі економічної культури. *Особистість у просторі культури*: Матеріали II Севастопольського Міжнародного науково-практичного симпозиуму 23 вересня 2010 р. Севастополь: Рібест, 2010. С. 45-46.
4. Левенець А. В., Стасюк Ю. М. Застосування месенджерів в управлінні ігровими спільнотами. *Виклики та проблеми сучасної науки*: Всеукраїнська науково-практична конференція з науково-педагогічним стажуванням для освітян, 31 травня 2023 року. Дніпро, 2023. URL: <https://fti.dp.ua/conf/2023/05287-2005/>.
5. Марковець О. В. Організація посилення комунікаційних зв'язків у веб-спільнотах. *International scientific and practical conference «Science, engineering and technology: global trends, problems and solutions»*: Conference proceedings, September 25–26, 2020. Prague: Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2020. P. 56-58. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-79-2-1.13>
6. Чизмар І. І. Систематика розвитку спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот в Україні. *Агроевіт*. 2021. № 4. С. 57–64. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.4.57>
7. Afi F. E., Ouiddad S. Consumer engagement in value co-creation within virtual video game communities. *Management & Marketing*. 2021. № 16(4). DOI: <https://doi.org/10.2478/mmcks-2021-0022>
8. Alberti J. The Game of Reading and Writing: How Video Games Reframe Our Understanding of Literacy. *Computers and Composition*. 2008. №25(3). P. 258–269. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2008.04.004>
9. Banyai F., Zsila A., Griffiths M. D., Demetrovics Z., Király O. Career as a professional gamer: Gaming motives as predictors of career plans to become a professional esports player. *Frontiers in Psychology*. 2020. № 11. P. 1866. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01866>
10. Berry V. The Guilds of players in the world of Dark Age of Camelot: learning and passing on knowledge in a virtual world. *Revue Française de Pédagogie*. 2007. № 160. P. 75–86. DOI: <https://doi.org/10.4000/rfp.738>
11. Burger-Helmchen T., Cohendet P. User communities and social software in the video game industry. *Long Range Planning*. 2011. T. 44. №. 5-6. P. 317–343. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2011.09.003>
12. De Aguilera M., Mendiz A. Video games and education: (Education in the Face of a “Parallel School”). *Computers in Entertainment (CIE)*. 2003. № 1(1). P. 1–10. DOI: <https://doi.org/10.1145/950566.950583>
13. Du Y., Grace T. D., Jagannath K., Salen-Tekinbas K. Connected play in virtual worlds: communication and control mechanisms in virtual worlds for children and adolescents. *Multimodal Technologies and Interaction*. 2021. № 5(5). P. 27. DOI: <https://doi.org/10.3390/mti5050027>
14. Fang B., Zheng Z., Ye Q., Goes P. B. Social influence and monetization of freemium social games. *Journal of Management Information Systems*. 2019. № 36(3). P. 730–754. DOI: <https://doi.org/10.1080/07421222.2019.1628878>
15. Feng Y., Park J., Feng M. What is holding back business process virtualization in the post-COVID-19 era? Based on process virtualization theory (PVT). *Frontiers in Psychology*. 2023. T. 14. P. 1084180. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1084180>.

16. Freeman G., Wu K., Nower N., Wohn D. Y. Pay to Win or Pay to Cheat: How Players of Competitive Online Games Perceive Fairness of In-Game Purchases. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(CHI PLAY). 2022. P. 1–24. DOI: <https://doi.org/10.1145/3549510>
17. Garcia-Fernandez J., Medeiros L. Cultural heritage and communication through simulation videogames—A validation of Minecraft. *Heritage*. 2019. T. 2. № 3. P. 2262–2274. DOI: <https://doi.org/10.3390/heritage2030138>
18. Hobbs L., Stevens C., Hartley J., Hartley C. Science Hunters: an inclusive approach to engaging with science through Minecraft. *Journal of Science Communication*. 2019. № 18(2). N01. DOI: <https://doi.org/10.22323/2.18020801>
19. Hsu C. L., Lu H. P. Consumer behavior in online game communities: A motivational factor perspective. *Computers in Human Behavior*. 2007. T. 23. № 3. P. 1642–1659. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2005.09.001>
20. Kniffin K. M. et al. COVID-19 and the workplace: Implications, issues, and insights for future research and action. *American psychologist*. 2021. T. 76. № 1. P. 63–77. DOI: <https://doi.org/10.1037/amp0000716>
21. Krupskyy A. Modern Methods of Management Decision-Making and Their Connection with Organizational Culture of the Tourism Enterprises in Ukraine. *Economic Annals-XXI*. 2014. № 7–8(1). P. 95–98. URL: <https://philpapers.org/rec/KRUMMO>
22. Lowood H. Storyline, Dance/Music, or PvP? *Games and Culture*. 2006. № 1(4). P. 362–382. DOI: <https://doi.org/10.1177/1555412006292617>
23. Lu H., Wang S. The role of Internet addiction in online game loyalty: an exploratory study. *Internet Research*. 2008. № 18(5). P. 499–519. DOI: <https://doi.org/10.1108/10662240810912756>
24. Magpantay A. Fandom.com and fan-made histories. *Transformative Works and Cultures, Estados Unidos da América*. 2022. T. 37. DOI: <https://doi.org/10.3983/twc.2022.2121>
25. Minecrafter.in.UA. Донат на сервері Minecrafter.in.ua. URL: https://minecrafter.in.ua/donate_vanillaplus/#tab-11681
26. Narayan-Chen A., Jayannavar P., Hockenmaier J. Collaborative dialogue in Minecraft. In *Proceedings of the 57th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics*. 2019. P. 5405–5415. URL: <https://aclanthology.org/P19-1537/>
27. Nugroho I. et al. Higher education leadership and uncertainty during the COVID-19 pandemic. *Journal of Socioeconomics and Development*. 2021. T. 4. № 1. P. 1–7. DOI: <https://doi.org/10.31328/jсед.v4i1.2274>
28. Prikhodko O. V. et al. Ways of expressing emotions in social networks: essential features, problems and features of manifestation in internet communication. *Online Journal of Communication and Media Technologies*. 2020. T. 10. № 2. P. e202010. DOI: <https://doi.org/10.29333/ojcm/7931>
29. Prima A., Bielova O. Xbox: the ultimate strategic management and marketing survival tools. *Business, Economics, Sustainability, Leadership and Innovation*. 2021. № 6-7. C. 126–132. DOI: <https://doi.org/10.37659/2663-5070-2021-6-7-126-132>
30. Reer F., Krämer N. C. Investigating psychological causes and consequences of playing in online gaming communities: The roles of offline and clan-based need satisfaction. *Journal of Gaming & Virtual Worlds*. 2020. T. 12. № 2. C. 201–212. DOI: https://doi.org/10.1386/jgvw_00014_1
31. Rolfes L., Passig K. The proto-governance of minecraft servers. *Journal For Virtual Worlds Research*. 2019. T. 12. № 3. DOI: <https://doi.org/10.4101/jvwr.v12i3.7365>
32. Rospigliosi P. A. Metaverse or Simulacra? Roblox, Minecraft, Meta and the turn to virtual reality for education, socialisation and work. *Interactive Learning Environments*. 2022. T. 30. № 1. P. 1–3. DOI: <https://doi.org/10.1080/10494820.2022.2022899>
33. Ruby D. (2023). Roblox Statistics 2023. *Demand Sage*. URL: <https://www.demandsage.com/how-many-people-play-roblox/>
34. Sharma A. How many people play Minecraft? 2023 player count. *CharlieIntel*, Sep 15, 2023. URL: <https://www.charlieintel.com/minecraft/how-many-people-play-minecraft-2022-player-count-195437/>
35. Shliakhovchuk E., Muñoz García A. Intercultural Perspective on Impact of Video Games on Players: Insights from a Systematic Review of Recent Literature. *Educational Sciences: Theory and Practice*. 2020. T. 20. № 1. P. 40–58. DOI: <https://doi.org/10.12738/jestp.2020.1.004>
36. Steam Charts. An ongoing analysis of Steam's concurrent players (Terraria). URL: <https://steamcharts.com/app/105600>

37. Waechter N., Meschik M. Peer socialization of male adolescents in digital games: Achievement, competition, and harassment. *Communications*. 2023. № 0. DOI: <https://doi.org/10.1515/commun-2021-0079>

Стаття надійшла до редакції 05.10.2023

Стаття рекомендована до друку 14.11.2023

REFERENCES

1. Volkova, N.P., Ivanova, H.I., & Lavrentieva, O.O. (2021). Modelling competence-based vocational education in the context of European integration. Retrieved from elibrary.kdpu.edu.ua/bitstream/123456789/4690/3/Моделювання_compressed.pdf (in Ukrainian)
2. Klochko, O. (2019). Educational and preventive potential of network games. *Molodyi vchenyi*, 2 (66), 546-549. doi: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-2-66-117> (in Ukrainian)
3. Krupskiy, O., Stasiuk, Y. (2010). Personality in the space of economic culture. *Personality in the space of culture: Proceedings of the II Sevastopol International Scientific and Practical Symposium*, 23 September 2010. P. 45-46. (in Ukrainian)
4. Levenets, A., Stasiuk, Y. (2023). Application of messengers in the management of gaming communities. *Challenges and problems of modern science: All-Ukrainian scientific and practical conference with scientific and pedagogical internship for educators*, 31 May 2023. Retrieved from <https://fti.dp.ua/conf/2023/05287-2005/>. (in Ukrainian)
5. Markovets, O.V. (2020). Organisation of strengthening communication links in web communities. *International scientific and practical conference «Science, engineering and technology: global trends, problems and solutions»*: Conference proceedings, September 25-26, 2020. Prague: Izdaveniciba «Baltija Publishing», 56-58. doi: <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-79-2-1.13> (in Ukrainian)
6. Chyzmar, I.I. (2021). Systematics of the development of affinity of esports organisations and communities in Ukraine. *Agrosvit*, (4), 57-64. doi: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.4.57> (in Ukrainian)
7. Afi, F. E., & Ouiddad, S. (2021). Consumer engagement in value co-creation within virtual video game communities. *Management & Marketing*, 16(4). doi: <https://doi.org/10.2478/mmcks-2021-0022>
8. Alberti, J. (2008). The Game of Reading and Writing: How Video Games Reframe Our Understanding of Literacy. *Computers and Composition*, 25(3), 258-269. doi: <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2008.04.004>
9. Banyai, F., Zsila, A., Griffiths, M.D., Demetrovics, Z., & Király, O. (2020). Career as a professional gamer: Gaming motives as predictors of career plans to become a professional esports player. *Frontiers in Psychology*, 11, 1866. doi: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01866>
10. Berry, V. (2007). The Guilds of players in the world of Dark Age of Camelot: learning and passing on knowledge in a virtual world. *Revue Française de Pédagogie*, 160, 75-86. doi: <https://doi.org/10.4000/rfp.738>
11. Burger-Helmchen, T., & Cohendet, P. (2011). User communities and social software in the video game industry. *Long Range Planning*, 44 (5-6), 317-343. doi: <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2011.09.003>
12. De Aguilera, M., & Mendiz, A. (2003). Video games and education: (Education in the Face of a "Parallel School"). *Computers in Entertainment (CIE)*, 1(1), 1-10. doi: <https://doi.org/10.1145/950566.950583>
13. Du, Y., Grace, T. D., Jagannath, K., & Salen-Tekinbas, K. (2021). Connected play in virtual worlds: communication and control mechanisms in virtual worlds for children and adolescents. *Multimodal Technologies and Interaction*, 5(5), 27. doi: <https://doi.org/10.3390/mti5050027>
14. Fang, B., Zheng, Z., Ye, Q., & Goes, P.B. (2019). Social influence and monetization of freemium social games. *Journal of Management Information Systems*, 36(3), 730-754. doi: <https://doi.org/10.1080/07421222.2019.1628878>
15. Feng, Y., Park, J., & Feng, M. (2023). What is holding back business process virtualization in the post-COVID-19 era? Based on process virtualization theory (PVT). *Frontiers in Psychology*, 14, 1084180. doi: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1084180>.

16. Freeman, G., Wu, K., Nower, N., & Wohn, D.Y. (2022). Pay to Win or Pay to Cheat: How Players of Competitive Online Games Perceive Fairness of In-Game Purchases. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(CHI PLAY), 1-24. doi: <https://doi.org/10.1145/3549510>
17. Garcia-Fernandez, J., & Medeiros, L. (2019). Cultural heritage and communication through simulation videogames—A validation of Minecraft. *Heritage*, 2(3), 2262-2274. doi: <https://doi.org/10.3390/heritage2030138>
18. Hobbs, L., Stevens, C., Hartley, J., & Hartley, C. (2019). Science Hunters: an inclusive approach to engaging with science through Minecraft. *Journal of Science Communication*, 18(2), N01. doi: <https://doi.org/10.22323/2.18020801>
19. Hsu, C.L., & Lu, H.P. (2007). Consumer behavior in online game communities: A motivational factor perspective. *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1642-1659. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2005.09.001>
20. Kniffin K.M. et al. (2021). COVID-19 and the workplace: Implications, issues, and insights for future research and action. *American psychologist*, 76(1), 63-77. doi: <https://doi.org/10.1037/amp0000716>.
21. Krupskyy, A. (2014). Modern Methods of Management Decision-Making and Their Connection with Organizational Culture of the Tourism Enterprises in Ukraine. *Economic Annals-XXI*, 7-8(1), 95-98. URL: <https://philpapers.org/rec/KRUMMO>.
22. Lowood, H. (2006). Storyline, Dance/Music, or PvP? *Games and Culture*, 1(4), 362–382. doi: <https://doi.org/10.1177/1555412006292617>
23. Lu, H., & Wang, S. (2008). The role of Internet addiction in online game loyalty: an exploratory study. *Internet Research*, 18(5), 499–519. doi: <https://doi.org/10.1108/10662240810912756>
24. Magpantay, A. (2022). Fandom.com and fan-made histories. *Transformative Works and Cultures, Estados Unidos da América*, 37. doi: <https://doi.org/10.3983/twc.2022.2121>
25. Minecrafter.in.UA. (n.d.) Donate on the Minecrafter.in.ua server. Retrieved from https://minecrafter.in.ua/donate_vanillaplus/#tab-11681
26. Narayan-Chen, A., Jayannavar, P., & Hockenmaier, J. (2019, July). Collaborative dialogue in Minecraft. In *Proceedings of the 57th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics*, 5405-5415. Retrieved from <https://aclanthology.org/P19-1537/>.
27. Nugroho, I., Paramita, N., Mengistie, B. T., & Krupskyy, O. P. (2021). Higher education leadership and uncertainty during the COVID-19 pandemic. *Journal of Socioeconomics and Development*, 4(1), 1-7. doi: <https://doi.org/10.31328/jсед.v4i1.2274>.
28. Prikhodko, O.V., Cherdymova, E.I., Lopanova, E.V., Galchenko, N.A., Ikonnikov, A.I., Mechkovskaya, O.A., & Karamova, O.V. (2020). Ways of expressing emotions in social networks: essential features, problems and features of manifestation in internet communication. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 10(2), e202010. doi: <https://doi.org/10.29333/ojcm/7931>
29. Prima, A., & Bielova, O. (2021). Xbox: the ultimate strategic management and marketing survival tools. *Business, Economics, Sustainability, Leadership and Innovation*, 6-7, 126-132. doi: <https://doi.org/10.37659/2663-5070-2021-6-7-126-132>
30. Reer, F., & Krämer, N.C. (2020). Investigating psychological causes and consequences of playing in online gaming communities: The roles of offline and clan-based need satisfaction. *Journal of Gaming & Virtual Worlds*, 12(2), 201-212. doi: https://doi.org/10.1386/jgvw_00014_1
31. Rolfes, L., & Passig, K. (2019). The proto-governance of minecraft servers. *Journal For Virtual Worlds Research*, 12(3). doi: <https://doi.org/10.4101/jvwr.v12i3.7365>
32. Rospigliosi, P.A. (2022). Metaverse or Simulacra? Roblox, Minecraft, Meta and the turn to virtual reality for education, socialisation and work. *Interactive Learning Environments*, 30(1), 1-3. <https://doi.org/10.1080/10494820.2022.2022899>
33. Ruby D. Roblox Statistics 2023. *Demand Sage*. Retrieved from <https://www.demandsage.com/how-many-people-play-roblox/>
34. Sharma, A. (Sep 15, 2023). How many people play Minecraft? 2023 player count. *CharlieIntel*. Retrieved from <https://www.charlieintel.com/minecraft/how-many-people-play-minecraft-2022-player-count-195437/>
35. Shliakhovchuk, E., & Muñoz García, A. (2020). Intercultural Perspective on Impact of Video Games on Players: Insights from a Systematic Review of Recent Literature. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 20(1), 40-58. doi: <https://doi.org/10.12738/iestp.2020.1.004>

36. Steam Charts (n.d.) An ongoing analysis of Steam's concurrent players (Terraria). Retrieved from <https://steamcharts.com/app/105600>

37. Waechter, N., & Meschik, M. (2023). Peer socialization of male adolescents in digital games: Achievement, competition, and harassment. *Communications*, (0). doi: <https://doi.org/10.1515/commun-2021-0079>

The article was received by the editors 05.10.2023
The article is recommended for printing 14.11.2023

O. KRUPSKIY*, Ph.D. (Psychology), Associate Professor, Associate Professor of Department of Marketing and International Management

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1086-9274>, e-mail: krupskyy71@gmail.com,

YU. STASIUK*, Senior Lecturer of Department of Marketing and International Management

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4378-3351>, e-mail: stasiuk@ef.dnu.edu.ua

A. LEVENETS*, First-level higher education applicant, specialty 073 "Management"

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-3392-6960>, e-mail: andrey.levenetz@gmail.com

*Oles Honchar Dnipro National University, 35 Dmytro Yavornytskyi Ave, Dnipro, 49010, Ukraine

PECULIARITIES OF MANAGING GAMING COMMUNITIES ON THE EXAMPLE OF MINECRAFT CLANS

The paper analyses in depth and highlights not only the peculiarities of managing gaming communities in Minecraft, but also their strategies in the face of constant competition. The authors describe in detail the methods used by these communities to achieve their goals in the virtual environment, taking into account the needs and differences of this type of collective structures. Special focus is directed towards examining how new members interact and the impact they have on the management dynamics within the clan. Highlighting the benefits that a player receives when joining a clan is an important part of the analysis, which opens up new approaches to understanding the motivation of players in choosing certain gaming groups. Not only the effectiveness of player management is investigated, but also the ways in which server administrators facilitate this interaction and generate revenue. The authors reveal specific examples of gaming features that server owners use for commercial purposes, as well as consider strategies for forming clans and their potential sizes. The approach to defining the roles of players in gaming communities is considered to be innovative, enriching the understanding of their functions and contributing to deepening the analysis in this area. This work is currently relevant in the context of the expansion of gaming culture, as it brings to the fore key aspects of gaming communities and can serve as a valuable source of information for players, game team leaders, server administrators, and researchers studying this unique field.

Keywords: **management, gaming communities, gaming clans, competition, Minecraft, administration revenue, monetisation.**

JEL Classification: D83, L82, L86, M31.

Як цитувати: Крупський О.П., Стасюк Ю.М., & Левенець А.В. (2023). Особливості управління ігровими спільнотами на прикладі Minecraft кланів. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна серія «Економічна»*, (105), 44-56. <https://doi.org/10.26565/2311-2379-2023-105-05>

In cites: Krupskiy O., Stasiuk Yu., & Levenets A. (2023). Peculiarities of managing gaming communities on the example of Minecraft clans. *Bulletin of V. N. Karazin Kharkiv National University Economic Series*, (105), 44-56. <https://doi.org/10.26565/2311-2379-2023-105-05> (in Ukrainian)