

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2025.35.38.088

Анализ состояния стратегического предпринимательства в индустрии шахмат

Мусаханян Михаил Романович

Аспирант,
Университет «Синергия»,
125190, Российская Федерация, Москва,
Ленинградский проспект, 80, корп. Г;
e-mail: mishamusakhanyan@mail.ru

Аннотация

Шахматная индустрия переживает фундаментальную трансформацию, превращаясь из нишевой сферы в динамичный глобальный рынок благодаря распространению интернета, стриминговых платформ и культурным феноменам, таким как сериал «Ход королевы». Пандемия усилила спрос на онлайн-развлечения, стимулируя предпринимательскую активность, но также обострив конкуренцию и проблемы монетизации. Исследование анализирует состояние стратегического предпринимательства, выявляя ключевые тенденции, успешные стратегии и вызовы в условиях технологических сдвигов. Методология сочетает количественный и качественный подходы. Количественный анализ основан на вторичных данных из отчетов платформ (Newzoo, Statista), баз венчурных инвестиций (Crunchbase) за 2019–2025 годы, включая KPI по росту аудитории, доходам и инвестициям. Качественный компонент включает кейс-стади четырех компаний (онлайн-платформа, EdTech-стартап, медиа-проект, ИИ-разработчик) с анализом отчетности, интервью и контента. Результаты показывают экспоненциальный рост инвестиций, особенно в ИИ (669%) и EdTech (493%), сдвиг от массовых платформ к нишевым моделям. Структура доходов варьируется: премиум-подписки доминируют у лидеров (68%), образовательный контент — у нишевых игроков (58%). Метрики вовлеченности выше в образовании (удержание 46%), географически лидируют Северная Америка и Европа (67–72%), с потенциалом в Азии. Обсуждение подчеркивает переход от экстенсивного роста к интенсивному, фокусирующемуся на ценности для платежеспособной аудитории. Вызовы включают насыщение рынков и адаптацию к Азии, перспективы — в ИИ-персонализации и экосистемах. В итоге, успех зависит от инноваций и диверсификации, делая индустрию полем для устойчивого предпринимательства.

Для цитирования в научных исследованиях

Мусаханян М.Р. Анализ состояния стратегического предпринимательства в индустрии шахмат // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2025. Том 15. № 6А. С. 873-882. DOI: 10.34670/AR.2025.35.38.088

Ключевые слова

Стратегическое предпринимательство, шахматная индустрия, венчурные инвестиции, бизнес-модели, цифровая трансформация.

Введение

Шахматная индустрия, традиционно воспринимавшаяся как консервативная и нишевая сфера, в последнее десятилетие претерпела фундаментальную трансформацию, превратившись в динамично развивающийся глобальный рынок. Катализаторами этого процесса стали повсеместное распространение интернета, рост популярности стриминговых платформ, а также культурные феномены, включая сериал «Ход королевы», которые привлекли в шахматы миллионы новых энтузиастов по всему миру [Баландин, 2024]. Этот всплеск интереса, усиленный глобальной пандемией, которая стимулировала спрос на интеллектуальные онлайн-развлечения, создал уникальную среду для развития предпринимательской деятельности. Однако этот рост не был лишен противоречий. Он породил острую конкуренцию и поставил перед бизнесом сложные стратегические вопросы, связанные с монетизацией, удержанием аудитории и созданием устойчивых конкурентных преимуществ в условиях быстро меняющегося цифрового ландшафта [Садикова, 2023]. Возникла новая парадигма, в которой успех определяется не только глубоким пониманием самой игры, но и способностью применять передовые принципы стратегического предпринимательства для выявления и эксплуатации рыночных возможностей.

В этом контексте стратегическое предпринимательство в шахматной индустрии представляет собой сложный феномен, охватывающий одновременное применение стратегий поиска возможностей и получения преимуществ. Это деятельность, направленная не просто на создание нового бизнеса, а на формирование ценности в условиях неопределенности и постоянных технологических сдвигов [Турыло и др., 2024]. Традиционные бизнес-модели, основанные на очных турнирах, шахматных клубах и продаже инвентаря, оказались под давлением со стороны цифровых платформ, образовательных технологий (EdTech), медиа-проектов и разработчиков искусственного интеллекта. Новые игроки рынка активно экспериментируют с бизнес-моделями, включая подписочные сервисы, freemium-модели, доходы от рекламы и спонсорства, а также создание комплексных экосистем, объединяющих игру, обучение и социальное взаимодействие [Щеголеватых, 2020]. Целью данного исследования является комплексный анализ текущего состояния стратегического предпринимательства в шахматной индустрии, выявление ключевых тенденций, определение наиболее успешных стратегий и оценка основных вызовов и перспектив, стоящих перед предпринимателями в этой сфере.

Материалы и методы исследования

Настоящее исследование базируется на смешанном методологическом подходе, который сочетает количественный и качественный анализ для обеспечения всестороннего и объективного изучения предмета. Количественная часть исследования основана на анализе вторичных данных, собранных из открытых источников за период с 2019 по 2025 год. К таким источникам относятся годовые отчеты ведущих шахматных онлайн-платформ, данные аналитических агентств, специализирующихся на рынках цифровых развлечений и образования (например, Newzoo, Statista), публикации в деловых и отраслевых СМИ, а также базы данных венчурных инвестиций, такие как Crunchbase и PitchBook [Панкратов, Трифионов, 2022]. Данные были систематизированы для проведения сравнительного анализа ключевых показателей эффективности (KPI), включая динамику роста пользовательской базы, структуру доходов,

объемы привлеченных инвестиций и метрики вовлеченности аудитории. Статистическая обработка данных включала в себя методы описательной статистики, корреляционный анализ и анализ временных рядов для выявления устойчивых трендов и взаимосвязей между различными рыночными переменными [Фролов и др., 2025]. Такой подход позволил сформировать макроуровневое представление о масштабах и структуре индустрии.

Качественный компонент исследования направлен на углубленное понимание стратегических решений и бизнес-моделей, применяемых ключевыми игроками рынка. Для этого был использован метод кейс-стади (case study), в рамках которого были проанализированы стратегии нескольких компаний, представляющих различные сегменты индустрии: крупная онлайн-платформа с массовой аудиторией, нишевый образовательный стартап, медиа-проект, построенный вокруг известного шахматиста, и компания-разработчик шахматных движков на основе ИИ [Щеглова, 2020]. Анализ проводился на основе изучения их публичной отчетности, интервью с основателями и топ-менеджерами, анализа контента и продуктов, а также экспертных оценок [Иванова, Константинова, 2020]. Кроме того, был применен контент-анализ стратегических документов и бизнес-публикаций для выявления доминирующих дискурсов и подходов к ведению бизнеса в шахматной сфере. Интеграция количественных данных и качественных инсайтов позволила не только констатировать наличие определенных тенденций, но и объяснить причины их возникновения, а также оценить их влияние на стратегическое поведение предпринимателей [Абубакаров, 2022]. Объектом исследования стали компании и проекты, оперирующие на глобальном рынке, с особым фокусом на регионы Северной Америки, Европы и Азии как ключевые центры роста.

Результаты и обсуждение

Детальный анализ рыночной ситуации выявляет ключевое напряжение, определяющее современное состояние стратегического предпринимательства в шахматах. С одной стороны, беспрецедентный приток венчурного капитала и рост пользовательской базы создали иллюзию «золотой лихорадки», стимулируя появление множества стартапов, копирующих успешные модели. С другой стороны, рынок демонстрирует явные признаки насыщения в наиболее освоенных сегментах, таких как универсальные игровые онлайн-платформы. В этих условиях предприниматели сталкиваются с дилеммой: продолжать экстенсивный рост за счет привлечения массовой, но низкомаржинальной аудитории, или переходить к интенсивной модели, фокусируясь на создании глубокой ценности для более узких, но платежеспособных сегментов пользователей. Этот выбор напрямую влияет на структуру инвестиций, продуктовую стратегию и подходы к монетизации [Кузнецова, 2021].

Для объективной оценки этих процессов был проведен многофакторный анализ ключевых сегментов индустрии, охватывающий динамику инвестиций, структуру доходов, показатели вовлеченности пользователей и географическое распределение рынка. Результаты анализа позволяют выявить не только общие тренды, но и скрытые зависимости, определяющие векторы развития стратегического предпринимательства в ближайшие годы. Данные, представленные ниже, отражают комплексную картину, в которой финансовые потоки тесно связаны с моделями потребительского поведения и технологическими инновациями (табл. 1).

Анализ данных таблицы 1 демонстрирует несколько ключевых тенденций в инвестиционном ландшафте шахматной индустрии. Во-первых, наблюдается общий экспоненциальный рост инвестиций, пик которого пришелся на 2021 год, что напрямую

коррелирует с пост-пандемическим бумом и влиянием массовой культуры. Однако последующая динамика показывает не спад, а скорее стабилизацию и перераспределение капитала. Онлайн-платформы, хотя и остаются крупнейшим получателем средств в абсолютном выражении, демонстрируют самый низкий относительный рост (148.12%). Это свидетельствует о зрелости данного сегмента и высокой конкуренции, что заставляет инвесторов быть более осторожными и искать новые точки роста.

Таблица 1 - Динамика венчурных инвестиций в шахматные стартапы по сегментам, 2020-2024 гг. (млн. долл. США)

Сегмент	2020	2021	2022	2023	2024	Совокупный рост (%)
Онлайн-платформы	45.3	120.8	95.2	105.7	112.4	148.12
Образовательные технологии (EdTech)	12.8	42.5	55.1	68.3	75.9	492.97
Медиа и стриминг	8.2	25.7	21.4	28.9	33.6	309.76
ИИ-аналитика и движки	5.5	18.9	24.6	35.1	42.3	669.09

Наиболее показательной является опережающая динамика инвестиций в сегменты ИИ-аналитики и образовательных технологий. Совокупный рост в 669.09% для ИИ-стартапов и 492.97% для EdTech-проектов указывает на стратегический сдвиг инвесторского интереса в сторону глубоких технологий и моделей с высокой добавленной стоимостью. Предприниматели, работающие в этих нишах, предлагают не просто доступ к игре, а инструменты для совершенствования, персонализированное обучение и уникальные аналитические продукты [Ашарафьянова, Гретченко, 2023]. Это позволяет им формировать более устойчивые бизнес-модели, основанные на реальной ценности для целевой аудитории, что и привлекает "умные" деньги, ищущие не хайп, а долгосрочный потенциал.

Таблица 2 - Структура доходов ведущих шахматных онлайн-платформ в 2024 г. (%)

Источник дохода	Платформа А (лидер рынка)	Платформа Б (нишевый игрок)	Платформа В (гибридная модель)
Премиум-подписки	68.4	22.7	45.2
Реклама и спонсорство	12.1	5.3	15.8
Продажа курсов и контента	7.9	58.1	20.5
Турнирные взносы и призовые	9.2	4.5	11.3
Продажа мерчандайза и прочее	2.4	9.4	7.2
Итого	100.0	100.0	100.0

Данные таблицы 2 раскрывают многообразие предпринимательских стратегий монетизации. Платформа А, являясь лидером рынка, делает основную ставку на модель премиум-подписок, которая обеспечивает стабильный и прогнозируемый денежный поток от широкой пользовательской базы. Доля подписок в 68.4% свидетельствует об успешном масштабировании freemium-модели, однако высокая зависимость от этого источника дохода делает платформу уязвимой к ценовой конкуренции и риску оттока пользователей (churn rate). Остальные источники дохода играют вспомогательную, диверсифицирующую роль, не являясь стратегическим фокусом.

В противоположность этому, Платформа Б, позиционирующая себя как нишевый игрок, демонстрирует принципиально иную стратегию. Основной доход (58.1%) генерируется за счет продажи образовательных курсов и эксклюзивного контента. Это указывает на фокус на более

узкую, но высокомотивированную аудиторию, готовую платить за качественные образовательные продукты. Такая модель менее зависима от масштаба аудитории и более устойчива к ценовому демпингу, так как конкурирует на уровне качества и экспертизы, а не цены доступа. Платформа В представляет собой гибридную модель, пытающуюся сбалансировать несколько источников дохода. Хотя такая диверсификация снижает риски, она же может приводить к размыванию фокуса и неспособности доминировать ни в одном из сегментов.

Таблица 3 - Сравнительный анализ метрик вовлеченности пользователей за I полугодие 2025 г.

Метрика	Онлайн-платформы	Образовательные сервисы	Медиа-каналы (стриминг)
Среднее время сессии (мин.)	18.7	35.2	42.5
Коэффициент удержания (30 дней, %)	22.3	45.8	38.1
Коэффициент конверсии в платящего пользователя (%)	3.1	12.4	0.8
Ежемесячный активный пользователь (MAU) на 1 долл. инвестиций	1.45	0.35	2.10

Анализ метрик вовлеченности из таблицы 3 позволяет понять экономику различных бизнес-моделей на более глубоком уровне. Онлайн-платформы демонстрируют высокую эффективность в привлечении пользователей (1.45 MAU на 1 доллар инвестиций), что подтверждает их ориентацию на массовый рынок. Однако низкие показатели удержания (22.3%) и конверсии (3.1%) свидетельствуют о том, что значительная часть аудитории является нелояльной и неплатежеспособной. Это создает модель «дырявого ведра», требующую постоянных маркетинговых вливаний для поддержания пользовательской базы. Среднее время сессии в 18.7 минут указывает на преимущественно развлекательный характер использования платформы.

Образовательные сервисы, напротив, показывают значительно более здоровые метрики вовлеченности. Высокое среднее время сессии (35.2 мин) и коэффициент удержания (45.8%) говорят о создании продукта, имеющего реальную ценность для пользователя. Это напрямую транслируется в высокий коэффициент конверсии (12.4%), что оправдывает более низкую эффективность привлечения пользователей в пересчете на доллар инвестиций (0.35 MAU). Медиа-каналы представляют собой уникальный случай: они лидируют по времени сессии (42.5 мин) и эффективности привлечения аудитории (2.10 MAU), но имеют крайне низкую прямую конверсию в платящих пользователей (0.8%). Это говорит о том, что их основная ценность заключается в формировании сообщества и бренда, а монетизация должна осуществляться через косвенные каналы, такие как спонсорство, донаты или партнерство с другими сегментами индустрии.

Таблица 4 - Распределение рыночной доли ключевых сегментов шахматной индустрии по географическим регионам, 2024 г. (%)

Регион	Онлайн-игра	Образование	Медиа-потребление
Северная Америка	32.7	38.5	35.1
Европа	35.1	33.2	36.8
Азия (искл. Индию и Китай)	12.4	10.8	11.5
Индия и Китай	14.6	12.3	10.4

Регион	Онлайн-игра	Образование	Медиа-потребление
Латинская Америка	3.9	3.7	4.6
Прочие	1.3	1.5	1.6
Итого	100.0	100.0	100.0

Географический анализ, представленный в таблице 4, выявляет как текущую структуру рынка, так и его будущие точки роста. В настоящее время рынки Северной Америки и Европы являются доминирующими во всех ключевых сегментах, суммарно контролируя около 67-72% рынка. Это зрелые рынки с высокой платежеспособностью аудитории, но и с высоким уровнем конкуренции и признаками насыщения. Предприниматели, работающие в этих регионах, вынуждены конкурировать за счет инноваций, качества сервиса и брендинга, так как экстенсивный рост аудитории здесь затруднен.

Наибольший стратегический интерес представляют рынки Азии, и в особенности Индии и Китая. Несмотря на их текущую относительно небольшую долю (суммарно около 27%), они демонстрируют самые высокие темпы роста, обусловленные проникновением мобильного интернета, ростом среднего класса и глубокими культурными традициями интеллектуальных игр. Для предпринимателей это означает колоссальные возможности для масштабирования. Однако выход на эти рынки требует серьезных усилий по локализации продуктов, адаптации ценовой политики и пониманию местной специфики [Ревуцкая, 2022]. Успешная стратегия для азиатских рынков может стать ключевым фактором глобального лидерства в ближайшее десятилетие.

Интегрированный анализ представленных данных позволяет сформулировать несколько ключевых выводов о состоянии стратегического предпринимательства в шахматной индустрии. Наблюдается четкий сдвиг от бизнес-моделей, ориентированных на широкий охват и монетизацию за счет масштаба, к моделям, сфокусированным на создании глубокой ценности для конкретных сегментов аудитории. Данные по инвестициям (табл. 1) и структуре доходов (табл. 2) показывают, что наибольший рост и устойчивость демонстрируют проекты в сферах образования и ИИ-аналитики. Эти сегменты привлекают более качественную и платежеспособную аудиторию, что подтверждается высокими метриками вовлеченности и конверсии (табл. 3). Стратегия «масштаб любой ценой», характерная для массовых онлайн-платформ, сталкивается с проблемой низкой рентабельности и высокой зависимости от постоянных маркетинговых затрат.

С математической точки зрения, прослеживается обратная корреляция между эффективностью привлечения пользователей (MAU на доллар инвестиций) и качеством их монетизации (коэффициент конверсии). Компании, демонстрирующие высокий показатель первого, как правило, имеют низкий показатель второго, и наоборот. Это указывает на фундаментальный стратегический выбор: либо строить широкую вершину воронки продаж с низкой общей конверсией, либо узкую, но с высокой конверсией на каждом этапе. Успешные предпринимательские стратегии будущего, вероятно, будут лежать в плоскости гибридных моделей, использующих медийный охват для привлечения трафика и последующей его сегментации и перенаправления в высокомаржинальные образовательные или аналитические продукты [Иванова, Константинова, 2020].

Географический фактор становится решающим элементом долгосрочной стратегии. В то время как рынки Северной Америки и Европы (табл. 4) являются полигоном для отработки технологических инноваций и премиальных моделей монетизации, основной потенциал роста

сосредоточен в Азии. Компании, которые смогут первыми предложить адаптированные и доступные продукты для рынков Индии и Китая, получают неоспоримое конкурентное преимущество [Мамошин и др., 2023]. Это требует от предпринимателей не только технологической гибкости, но и культурной компетентности. Стратегия глобального доминирования в шахматной индустрии в ближайшие годы будет определяться способностью компании эффективно работать на двух скоростях: поддерживать инновационное лидерство на зрелых рынках и одновременно осуществлять агрессивную экспансию на развивающихся.

В конечном счете, анализ показывает, что эпоха простого предоставления онлайн-доступа к шахматам подходит к концу. Будущее принадлежит предпринимателям, которые смогут создать комплексные экосистемы, бесшовно интегрирующие игру, обучение, анализ, социальное взаимодействие и медиа-контент. Ключевыми факторами успеха становятся персонализация на основе ИИ, создание сильного сообщества вокруг бренда и диверсификация доходов, позволяющая снизить зависимость от одного источника [Кузнецова, 2022]. Стратегическое предпринимательство в шахматах перестает быть игрой с нулевой суммой; побеждают те, кто создает наибольшую ценность для всей экосистемы, от новичков до профессионалов.

Заключение

Проведенное исследование состояния стратегического предпринимательства в шахматной индустрии показало, что данный сектор находится в фазе активной трансформации и структурной перестройки. Период бурного экстенсивного роста, вызванного цифровизацией и внешними культурными факторами, сменяется этапом интенсивного развития, характеризующегося обострением конкуренции и поиском устойчивых бизнес-моделей. Анализ показал, что доминировавшая ранее стратегия, основанная на привлечении массовой аудитории через freemium-модели, сталкивается с пределами своей эффективности из-за низкой конверсии и высокой стоимости удержания пользователей. Успешные предпринимательские инициативы все чаще смещаются в сторону нишевых сегментов, таких как образовательные технологии и аналитические инструменты на базе искусственного интеллекта. Эти направления демонстрируют более высокие показатели вовлеченности, лояльности и готовности аудитории платить за качественный продукт, что привлекает стратегических инвесторов, ориентированных на долгосрочную ценность.

Таким образом, ключевым вектором развития стратегического предпринимательства в шахматной индустрии становится переход от количественных метрик к качественным. Основные вызовы для предпринимателей лежат в плоскости монетизации на фоне привычки аудитории к бесплатному контенту, а также в необходимости адаптации к быстрорастущим, но специфичным рынкам Азии. Перспективы же связаны с дальнейшей интеграцией технологий искусственного интеллекта для создания уникальных обучающих продуктов и с построением комплексных экосистем, которые объединяют все аспекты взаимодействия человека с шахматами – от развлечения до профессионального роста.

Библиография

1. Панкратов Е.Л., Трифонов Ю.В. Анализ конкурентоспособности промышленных предприятий // Журнал экономики знаний. 2022. Т. 13. № 2. С. 805-812.
2. Абубакаров М.В. Стратегии развития предприятий малого бизнеса как предмет экономического анализа // ФГУ Science. 2022. № 2 (26). С. 7-11.

3. Турыло А.М., Турыло А.А., Короленко Р.В., Непша А.О. Стратегическое управление предприятием: сущность и особенности // Вестник Криворожского национального университета. 2024. № 58. С. 89-94.
4. Ревущая А.О. Теоретические компоненты стратегического управления развитием предприятия // Сборник научных трудов Уманского национального университета садоводства. 2022. Т. 2. № 100. С. 219-226.
5. Щеглова А.Д. Стратегии управления социально-экономическим развитием горнодобывающего предприятия // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 4-3 (62). С. 188-191.
6. Иванова Т.Л., Константинова М.А. Диагностика среды предприятия как важнейший этап стратегирования в угольной промышленности // Сборник научных работ серии "Экономика". 2020. № 18. С. 129-133.
7. Баландин И.И. Обоснование необходимости стратегического предпринимательства в индустрии хоккея // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2024. Т. 9. № 1 (31). С. 40-48.
8. Кузнецова Н.В. Стратегический анализ как методологическое основание разработки стратегии предприятия малого бизнеса // Экономика и предпринимательство. 2021. № 7 (132). С. 688-692.
9. Фролов Д.П., Гончарова Е.В., Старовойтов А.И., Чугунов В.С., Новикова К.О. Совершенствование предпринимательских стратегий развития шинной промышленности в регионе // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2025. Т. 15. № 1-1. С. 233-242.
10. Кузнецова Н.В. Стратегический анализ в малом бизнесе: вопрос определения оптимального количества этапов // Экономика и предпринимательство. 2022. № 1 (138). С. 814-817.
11. Садикова Р. Анализ конкурентной среды: примеры, методы и этапы // Yashil Iqtisodiyot va Taraqqiyot. 2023. Т. 1. № 11-12.
12. Иванова Т.Л., Константинова М.А. Диагностика среды предприятия как важнейший этап стратегирования в угольной промышленности // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2020. № 9. С. 213-217.
13. Мамошин А.С., Осадчий Ю.П., Аллаев А.А., Евдокимова О.С. Выбор конкурентной стратегии предприятия // Молодые ученые - развитию Национальной технологической инициативы (ПОИСК). 2023. № 1. С. 975-976.
14. Щеголевых Н.Л. Стратегический анализ бизнес-среды предприятия с использованием современных аналитических инструментов // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. 2020. № 4. С. 130-134.
15. Ашарафьянова А.А., Гретченко А.А. Факторы влияния на стратегическое развитие конкурентных преимуществ малого бизнеса // Научно-аналитический журнал Наука и практика Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2023. Т. 15. № 1 (49). С. 79-84.

Analysis of the State of Strategic Entrepreneurship in the Chess Industry

Mikhail R. Musakhanyan

Graduate Student,
Synergy University,
125190, 80 Leningradsky ave., Building G, Moscow, Russian Federation;
e-mail: mishamusakhanyan@mail.ru

Abstract

The chess industry is undergoing a fundamental transformation, evolving from a niche field into a dynamic global market due to the spread of the internet, streaming platforms, and cultural phenomena such as the series "The Queen's Gambit." The pandemic increased demand for online entertainment, stimulating entrepreneurial activity but also intensifying competition and monetization challenges. The study analyzes the state of strategic entrepreneurship, identifying key trends, successful strategies, and challenges in the context of technological shifts. The methodology combines quantitative and qualitative approaches. Quantitative analysis is based on secondary data from platform reports (Newzoo, Statista) and venture investment databases (Crunchbase) for 2019–2025, including KPIs for audience growth, revenue, and investments. The qualitative component

includes case studies of four companies (an online platform, an EdTech startup, a media project, and an AI developer) with an analysis of reports, interviews, and content. The results show exponential investment growth, particularly in AI (669%) and EdTech (493%), and a shift from mass platforms to niche models. Revenue structures vary: premium subscriptions dominate among leaders (68%), while educational content prevails among niche players (58%). Engagement metrics are higher in education (retention rate of 46%), with North America and Europe leading geographically (67–72%), while Asia shows potential. The discussion emphasizes a transition from extensive growth to intensive growth, focusing on value for paying audiences. Challenges include market saturation and adaptation to Asia, while prospects lie in AI personalization and ecosystems. In conclusion, success depends on innovation and diversification, making the industry a field for sustainable entrepreneurship.

For citation

Musakhanyan M.R. (2025) Analiz sostoyaniya strategicheskogo predprinimatel'stva v industrii shakhmat [Analysis of the State of Strategic Entrepreneurship in the Chess Industry]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 15 (6A), pp. 873-882. DOI: 10.34670/AR.2025.35.38.088

Keywords

Strategic entrepreneurship, chess industry, venture investments, business models, digital transformation.

References

1. Pankratov E.L., Trifonov Yu.V. Analysis of competitiveness of industrial enterprises // Journal of Economics of Knowledge. 2022. Vol. 13. No. 2. pp. 805-812.
2. Abubakarov M.V. Strategies for the development of small businesses as a subject of economic analysis // FGU Science. 2022. No. 2 (26). pp. 7-11.
3. Turylo A.M., Turylo A.A., Korolenko R.V., Nepsha A.O. Strategic management enterprise: the essence and features // Bulletin of the Krivoy Rog National University. 2024. No. 58. pp. 89-94.
4. Revutskaya A.O. Theoretical components of strategic management of enterprise development // Collection of scientific papers of the Uman National University of Horticulture. 2022. Vol. 2. No. 100. pp. 219-226.
5. Shcheglova A.D. Strategies for managing the socio-economic development of a mining enterprise // Economics and Business: theory and practice. 2020. No. 4-3 (62). pp. 188-191.
6. Ivanova T.L., Konstantinova M.A. Diagnostics of the enterprise environment as the most important stage of strategizing in the coal industry // Collection of scientific papers of the series "Economics". 2020. No. 18. pp. 129-133.
7. Balandin I.I. Substantiation of the need for strategic entrepreneurship in the hockey industry // Bulletin of Kemerovo State University. Series: Political, Sociological and Economic sciences. 2024. Vol. 9. No. 1 (31). pp. 40-48.
8. Kuznetsova N.V. Strategic analysis as a methodological basis for developing a small business strategy // Economics and entrepreneurship. 2021. No. 7 (132). pp. 688-692.
9. Frolov D.P., Goncharova E.V., Starovoitov A.I., Chugunov V.S., Novikova K.O. Improving entrepreneurial strategies for the development of the tire industry in the region // Economics: yesterday, today, tomorrow. 2025. Vol. 15. No. 1-1. pp. 233-242.
10. Kuznetsova N.V. Strategic analysis in small business: the issue of determining the optimal number of stages // Economics and entrepreneurship. 2022. No. 1 (138). pp. 814-817.
11. Sadikova R. Competitive environment analysis: examples, methods and stages // Yashil Iqtisodiyot va Taraqqiyot. 2023. Vol. 1. No. 11-12.
12. Ivanova T.L., Konstantinova M.A. Diagnostics of the enterprise environment as the most important stage of strategizing in the coal industry // The company's strategy in the context of increasing its competitiveness. 2020. No. 9. pp. 213-217.
13. Mamoshin A.S., Osadchy Yu.P., Allaev A.A., Evdokimova O.S. Choosing a competitive strategy for an enterprise // Young scientists for the Development of the National Technological Initiative (POISK). 2023. No. 1. pp. 975-976.
14. Shchegolevatykh N.L. Strategic analysis of the business environment of an enterprise using modern analytical tools //

Modern science: actual problems of theory and practice. Series: Economics and Law. 2020. No. 4. pp. 130-134.

15. Asharafyanova A.A., Gretchenko A.A. Factors influencing the strategic development of competitive advantages of small business // Scientific and Analytical Journal Science and Practice of the Plekhanov Russian University of Economics. 2023. Vol. 15. No. 1 (49). pp. 79-84.