

Povezanost trgovanja financijskih instrumenata i virtualnih dobara

Alač, Franko

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The Polytechnic of Rijeka / Veleučilište u Rijeci**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:125:459237>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-17**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Rijeka Digital Repository - DR PolyRi](#)



VELEUČILIŠTE U RIJECI

Franko Alač

POVEZANOSTI TRGOVANJA FINANCIJSKIH INSTRUMENATA I VIRTUALNIH DOBARA

(specijalistički završni rad)

Rijeka, 2020.

VELEUČILIŠTE U RIJECI

Poslovni odjel

Specijalistički diplomski stručni studij Poduzetništvo

POVEZANOSTI TRGOVANJA FINANCIJSKIH INSTRUMENATA I VIRTUALNIH DOBARA

(specijalistički završni rad)

MENTOR:

Dr.sc. Denis Buterin

STUDENT:

Franko Alač

MBS: 2423000124/18

Rijeka, rujan 2020.

VELEUČILIŠTE U RIJECI

Poslovni odjel

Rijeka, 1.4.2020.

ZADATAK
za specijalistički završni rad

Pristupniku Franku Alaču

MBS: 2423000124/18

Studentu specijalističkog diplomskog stručnog studija Poduzetništvo izdaje se zadatak za specijalistički završni rad – tema specijalističkog završnog rada pod nazivom:

Povezanost trgovanja financijskih instrumenata i virtualnih dobara

Sadržaj zadatka:

Analizirati bitne karakteristike financijskih tržišta s posebnim osvrtom na segment raznih financijskih instrumenata. Istražiti značajke tržišta virtualnih dobara kao posebnog i ubrzano rastućeg dijela financijskog tržišta. Uzimajući u obzir propulzivnost trgovanja virtualnim dobrima, istražiti i predvidjeti buduća kretanja na financijskom tržištu. Rezultate istraživanja sustavno prikazati u zaključku.

Rad obraditi sukladno odredbama Pravilnika o završnom radu Veleučilišta u Rijeci.

Zadano: 1.4.2020.


Predati do: 15.9.2020.

Mentor:

Pročelnica odjela:

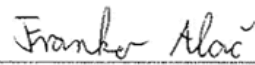


Dr. sc. Denis Buterin



Mr. sc. Anita Stilin

Zadatak primio dana: 1.4.2020.



Franko Alač

Dostavlja se:

- mentoru
- pristupniku

IZJAVA

Izjavljujem da sam specijalistički završni rad pod naslovom Povezanosti trgovanja finansijskih instrumenata i virtualnih dobara, izradio samostalno pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora dr.sc. Denis Buterin.

Ime i prezime

Franko Alač

Franko Alač

SAŽETAK

U ovom radu obraditi će se povezanosti trgovanja financijskih instrumenata i virtualnih dobara. Njihove karakteristike, sličnosti i razlike. Tržište kapitala kao dio šireg financijskog tržišta podrazumijeva trgovanje financijskim instrumentima, koje bitno utječe na rast i razvoj nacionalnog gospodarstva. Osim što na ovom tržištu poduzeća imaju priliku za ekonomskim rastom, također povećavaju mogućnost stvaranja prilika za investicije koje pridonose rastu cijelog sustava. U Hrvatskoj se trguje na Zagrebačkoj burzi tako da se u posredništvu brokera kupuju ili prodaju vrijednosni papiri. Cilj same burze je zadovoljavanje potrebe dioničara, ulagatelja, izdavatelja, članova i svih zainteresiranih strana. Jedno od glavnih dijelova ovog rada svakako je objasniti jedinstven način na koji je Valve stvorio virtualnu ekonomiju. Na virtualnom tržištu se trguje virtualnim dobrima koja su po svojoj definiciji imovina te se njihova vrijednost određuje isključivo onim što su korisnici spremni platiti za njih. Svakodnevno se obavljaju tisuće transakcije virtualnih dobara i ovim radom će se analizirati neki od primjera koje će pomoći s donošenjem odluke vezano za hipotezu rada.

Ključne riječi: financijski instrument, virtualno dobro, Steam, CS:GO, tržište

SADRŽAJ

1. UVOD	
1.1. Problem i predmet istraživanja	1
1.2. Svrha i ciljevi istraživanja	2
1.3. Znanstvene metode.....	2
1.4. Struktura rada.....	2
2. TRGOVANJE FINACIJSKIM INSTRUMENTIMA NA FINACIJSKIM TRŽIŠTIMA.....	4
2.1. Pojam financijskih tržišta	4
2.2. Tržište kapitala.....	5
2.3. HANFA	6
2.4. Trgovanje na ZSE	7
2.5. Financijski instrumenti	9
3. TRŽIŠTE VIRTUALNIH DOBARA	12
3.1. Valve – Steam.....	12
3.2. Counter Strike: Global Offensive	17
3.3. Steam Community Market.....	20
3.4. Kako koristiti SCM	23
3.5. Ekonomija u CS:GO-u	26
4. ANALIZA TRGOVANJA NA OTC TRŽIŠTIMA.....	33
4.1. Definicija OTC tržišta	33
4.2. Primjeri OTC tržišta SCM-a.....	34
4.2.1. Buff163	34
4.2.2. CS.money.....	35
4.2.3. Skinport.....	37
4.2.4. Skinbaron	38
4.3. Analiza primjera trgovanja i ulaganja virtualnih dobara.....	39
5. PERSPEKTIVA I BUDUĆNOST VIRTUALNIH DOBARA CS:GO-A.....	44
6. ZAKLJUČAK	49

1. UVOD

1.1. Problem i predmet istraživanja

Od početka igranje video igara ljudi su smatrali kao izvor zabave i opuštanja te su ga gledali kao hobi. S vremenom sve više i više ljudi se opuštalo u virtualne avanture te su na taj način provodili svoje slobodno vrijeme. Kako je vrijeme prolazilo industrija video igara je rasla i počeli su se stvarati dodatni izvori prihoda unutar igre. Nije više samo prihod bio prodajom igre nego i drugim stvarima.

Razvojem tehnologije i pojavom interneta rasla je i gaming industrija koja ima veliku zainteresiranost publike. Nove generacije većinu svojeg slobodno vremena provodi ispred ekrana te potreba za virtualnim dobrima je počela dolaziti do izražaja. Korisnici su željni pažnje, prestiža i zadovoljstva koje dobivaju igrajući video igre. Tržište virtualnih dobra je stvoreno na kojemu susreću ponuda i potražnja te se formira cijena item-a.

Problem istraživanja je isplativost trgovanja i ulaganja virtualnih dobra ili item-a.

Predmet istraživanja su virtualna dobra ili item-i; točnije – trgovanje virtualnim dobrima ili item-ima na SCM-u i OTC tržištima.

Iz definiranog problema i predmeta istraživanja, postavljena je radna hipoteza; sustavnim proučavanjem moguće je ostvariti spoznaje o povezanosti trgovanjem virtualnim dobrima i financijskim instrumentima.

Zbog širine i opsežnosti rada, zadane su i tri (3.) pomoćne hipoteze koje su direktno vezane za glavnu pretpostavku:

- P.H.1.: novim spoznajama o trgovanju virtualnim dobrima moguće je predložiti da ulaganje u isto je profitabilna investicija,
- P.H.2.: sustavnom analizom i sintezom trgovanje virtualnim dobrima moguće je ostvariti zaradu.

1.2. Svrha i ciljevi istraživanja

Svrha i ciljevi ovog istraživačkog rada su istražiti i analizirati trgovanje virtualnim dobrima na SCM-u te ujedno i na OTC tržištima te mogu li se virtualna dobra usporediti ili smatrati financijskim instrumentima.

U skladu s navedenom svrhom i ciljevima istraživanja, ovaj rad daje odgovore na sljedeća pitanja:

- Što je Valve?
- Koliko igra je moguće posjedovati na platformi Steam?
- Koji su glavni elementi financijskog tržišta?
- Što je CS:GO i koji je cilj u igri?
- Kako koristiti SCM?
- Na koje sve načine je moguće zaraditi putem trgovanja?
- Koje su prednosti i nedostaci virtualnih dobara?

1.3. Znanstvene metode

Pri istraživanju i formiranju rezultata istraživanja, korištene su sljedeće znanstvene metode: metoda analize i sinteze, metoda generalizacije i specijalizacije, metoda klasifikacije, metoda deskripcije, komparativna metoda i metoda dokazivanja te metode stručne i znanstvene literature.

1.4. Struktura rada

Rezultati istraživanja podijeljeni su u pet međusobno povezanih dijelova.

U *Uvodu* su navedeni problem, predmet istraživanja, radna i pomoćne hipoteze, svrha i cilj istraživanja, znanstvene metode kao i struktura rada.

Naslov drugog poglavlja rada je *Trgovanje financijskim instrumentima na financijskim tržištima*. Iznosi se definicije za financijska tržišta, tržište kapitala te nadzorno tijelo koje nadzire trgovanje financijskim instrumentima na tržištu kako bi „utakmica“ bila pravedna.

Tržište virtualnih dobara je naziv trećeg poglavlja u kojem se iznose povijesne činjenice i statistike korporacije Valve, njihovih proizvoda te primjer trgovanja na SCM-u. Poblje opisana igra CS:GO te ekonomija unutar iste.

Analiza trgovanja na OTC tržištima je naziv četvrtog poglavlja rada u kojemu se opisuje trgovanje na istom, definira pojam te se iznose primjeri OTC tržišta.

Naslov petog dijela rada je *Perspektiva i budućnost virtualnih item-a CS:GO-a* u kojem su navedene osnovne informacije o potrošnji korisnika, vrijednosti tržišta te budućnost virtualnih dobara CS:GO-a. Također su analizirani prednosti i nedostaci virtualnih dobara.

U *Zaključku*, kao posljednjem poglavlju, dana je sinteza rada i rezultata istraživanja u kojem je dokazivana radna hipoteza.

2. TRGOVANJE FINACIJSKIM INSTRUMENTIMA NA FINACIJSKIM TRŽIŠTIMA

Trgovanjem financijskim instrumentima na financijskom tržištu je zahtjevan posao. Svakodnevno trgovanje i praćenje situacije na tržištu zahtjeva puno vremena i truda. To je posao na kojemu morate biti stalno prisutni. Na tržištu se susreću ponuda i potražnja te se na taj način formira cijena određenih instrumenata koji mogu biti primarni i sekundarni.

2.1 Pojam financijskih tržišta

Na financijskim tržištima se trguje mnogobrojnim financijskim instrumentima te financijski sustav svake države je zrcalo gospodarskog dostignuća. Svaka zdrava ekonomija unutar države zahtijeva efikasan financijski sustav koji usmjerava financijska sredstva prema ekonomski opravdanim investicijama. Pri tome financijska tržišta, financijske institucije i financijski instrumenti predstavljaju sastavni dio djelovanja financijskog sustava, ali i cjelokupne nacionalne ekonomije. Njihova međuovisnost i međusobna uvjetovanost dolazi do izražaja u kompleksnim tržišnim odnosima ponude i potražnje. Razvoju tržišta sa strane potražnje doprinose financijske institucije, financijski posrednici, individualci i kompanije koje veliki dio novca ulažu u financijske instrumente. Istovremeno kao ponudu na financijskom tržištu se nalazi raznoliki broj i raznovrsni financijski instrumenti. Svi korisnici trguju radi povećanja zarade, radi rasta kompanije te kako bi se ekonomija razvijala.

Globalni pojam tržišta predstavlja susretanje ponude i potražnje koje dovodi do formiranja cijene i do razmjene predmeta trgovanja uz tu cijenu. Predmeti razmjene na tržištu mogu biti: stvarna dobra, razne usluge, valute, devize, krediti, radna snaga i sl. (Ristić, 2015.). Financijska tržišta predstavljaju najznačajniji i najosjetljiviji dio ukupnog ekonomskog i financijskog sistema svake zemlje. Financijska tržišta omogućavaju normalno i nesmetano funkcioniranje ekonomije svake države. Na njima se prikazuju posljedice zbivanja događaja unutar društvenog stvaranja. Predstavljaju presliku ekonomije jedne države i u kojemu se smjeru razvija s obzirom na svakodnevne promjene i utjecaje na tržište.

Financijska tržišta postoje svugdje gdje se obavljaju financijske transakcije. Pod financijskim tržištima podrazumijevaju se mjesta na kojima se trguje financijskim instrumentima. To je tržište koje se može sagledati kao organizirano mjesto na kojima se susreću ponuda i potražnja za različitim oblicima financijskih instrumenata. Financijska tržišta privlače sredstva od ulagača i usmjeravaju ih prema korporacijama te na taj način omogućavaju korporacijama da financiraju svoje poslovanje i postignu rast.

Financijsko tržište olakšavaju povezivanje subjekata koje raspolažu s viškovima financijskih sredstava i subjekata kojima nedostaju financijska sredstva. Ukratko povezuju štednju i investicije. Na nivou nacionalne ekonomije ukupan obujam štednje jednak je ukupnom obujmu investicija u određenom vremenskom periodu. Ova pojava se naziva štedno-investicijski ciklus (Ristić, 2015.). Financijska tržišta su mjesto gdje se kreiraju financijska potraživanja i izražava ponuda za određenim financijskim instrumentima. Na financijskim tržištima se financijski instrumenti mogu pretvoriti u gotov novac, kada su njihovim vlasnicima potrebna likvidna sredstva.

Glavni elementi financijskog tržišnog sistema su (Ristić, 2015.):

- financijska štednja kao sadržaj, odnosno kao predmet transferiranja;
- glavni tokovi transferiranja financijske štednje;
- financijski instrumenti (ili aktiva) kojima se štednja transferira;
- financijske institucije koje sudjeluju u transferiranju štednje,
- financijska tržišta na kojima se ostvaruje promet odgovarajućih instrumenata.

2.2 Tržište kapitala

Tržište kapitala je dio financijskog tržišta, a obuhvaća trgovinu financijskim instrumentima na uređenom tržištu i izvan njega. To je mjesto na kojemu se susreću ponuda i potražnja gdje prodavatelj nudi robu na prodaju, a kupac traži robu za kupnju. Najčešće se na tržištu kapitala trguje dionicima i obveznicama s rokom dospijeca dužim od godine dana. Dionice su vlasnički vrijednosni papiri, koji predstavljaju udio u vlasništvu dioničkog društva.

Obveznice su dužnički vrijednosni papiri, koji predstavljaju dugovanje određenog novčanog iznosa uvećanog za kamatu. Vrijednosni papiri mogu biti kratkoročni ili dugoročni ovisno o tome dospijeću duga i je li on kraći ili duži od godine dana.

Na tržištu kapitala je ključna transparentnost a ona podrazumijeva da su svi podaci jednaki i dostupni svima vezani za investicijske odluke te s tom informacijom tržišna utakmica će biti pravedna za sve sudionike na tržištu kapitala. Tržište kapitala dio je šireg, financijskog tržišta i sastoji se od trgovine financijskim instrumentima na uređenom tržištu (popularno nazivanom burza) i izvan njega.

Sudionici tržišta kapitala u Hrvatskoj su (Hanfa 1):

- ulagatelji u financijske instrumente (građani, trgovačka društva, investicijski i mirovinski fondovi, društva za osiguranje, kreditne institucije (banke) i dr.)
- posrednici u trgovini - investicijska društva, kreditne institucije i ostali
- izdavatelji financijskih instrumenata (kompanije koje nude financijske instrumente radi trgovanja)
- Središnje klirinško depozitarno društvo d.d. Zagreb (SKDD)
- Zagrebačka burza d.d. Zagreb.

2.3. HANFA

Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (Hanfa) nadzorno je tijelo koje provodi nadzor nebankarskog financijskog sektora s ciljem promicanja i očuvanja njegove stabilnosti (Hanfa 2). Hanfa je osnovana 2005. godine spajanjem triju postojećih nadzornih institucija: Komisije za vrijednosne papire, Agencije za nadzor mirovinskih fondova i osiguranja te Direkcije za nadzor društava za osiguranje.

Nebankarski financijski sektor obuhvaća tržište kapitala, osiguranja, leasinga i faktoringa, investicijske fondove te drugi i treći stup mirovinskog osiguranja. Pravne i fizičke osobe koje na tim tržištima pružaju financijske usluge Hanfina su subjekti nadzora, a zadaća je

Hanfe osigurati da oni posluju u skladu s propisima koji se odnose na navedena područja. S obzirom na to da je Hanfa nadzorno tijelo, eventualni sporovi s Hanfinim subjektima nadzora rješavaju nadležna sudska tijela, a Hanfa nije ovlaštena arbitrirati u takvim imovinsko-pravnim pitanjima. Također Hanfa ne može davati savjete ili preporuke u vezi s financijskim uslugama koje koristite ili namjeravate koristiti.

Hanfa provodi nadzor nad poslovanjem burzi i uređenih javnih tržišta, investicijskih društava i izdavatelja vrijednosnih papira, brokera i investicijskih savjetnika, vezanih zastupnika, središnjeg klirinškog depozitarnog društva, društava za osiguranje i reosiguranje, zastupnika i posrednika u osiguranju i reosiguranju, društava za upravljanje investicijskim i mirovinskim fondovima, mirovinskih osiguravajućih društava, investicijskih i mirovinskih fondova, središnjeg registra osiguranika, Fonda hrvatskih branitelja iz Domovinskog rata i članova njihovih obitelji, Umirovljeničkog fonda i pravnih osoba koje se bave poslovima leasinga i faktoringa, osim ako ih banke obavljaju unutar svoje registrirane djelatnosti (Hanfa 3).

2.4. Trgovanje na ZSE

Zagrebačka burza utemeljena je 1907. u sklopu Trgovačkog doma (današnje Gospodarske komore) kao Sekcija za robu i vrednote, i kao takva funkcionirala je do 1911. Nakon 1. svjetskog rata, Zagrebačka burza ponovno je otvorena 1919. pod nazivom Zagrebačka burza za robu i vrednote, uživajući povjerenje klijenata iz inozemstva, posebice Beča i Praga, te su se brojne novčane transakcije odvijale upravo preko nje, čineći osnovu snažnog zagrebačkog bankarstva i novčarstva onoga vremena. Godine 1945., dolaskom socijalističkog režima na vlast, Zagrebačka burza ponovno je zatvorena (ZSE 1).

Obnova burze u Hrvatskoj uslijedila je tek 1991. godine, kada je 25 banaka i 2 osiguravajuća društva utemeljilo Zagrebačku burzu kao centralno mjesto trgovine vrijednosnim papirima u Republici Hrvatskoj. Koliko se brzo razvijalo dioničarstvo i burzovna trgovina u nas najbolje je vidljivo iz podatka da je u prvih pet godina nakon uvođenja elektroničkog sustava trgovanja, dakle od 1995. pa do 2000. godine, vrijednost tržišta Zagrebačke burze narasla gotovo 10 puta (ZSE 2).

Trgovinski sustav Xetra sustav je Deutsche Börse, za koji je Bečka burza distributer i operater za ovaj dio Europe. Uz Zagrebačku i Bečku, trgovinski sustav Xetra te druge usluge Bečke burze koriste još i brojne druge burze, kao i Ljubljanska burza, koja je u vlasništvu Zagrebačke burze.

Trgovinski sustav Xetra služi za:

- sklapanje transakcija unutar knjige ponuda,
- sklapanje transakcija izvan knjige ponuda.

Trgovinski sustav dopušta sljedeće modalitete trgovine:

1. modalitet kontinuirane trgovine,
2. modalitet trgovine za nisko likvidne dionice,
3. modalitet kontinuiranih dražbi (za strukturirane proizvode).

Trgovina predstavlja razdoblje unutar trgovinskog dana u kojem se nalozi odnosno ponude na kupnju i prodaju mogu unositi u trgovinski sustav i transakcije mogu biti sklopljene putem trgovinskog sustava.

Tablica br. 1: *Vrijeme odvijanja pojedinih faza trgovine u modalitetu kontinuiranih dražbi*

<i>Faza</i>	<i>Trajanje</i>
<i>Pred-trgovanje</i>	08:00 - 09:00
<i>Glavna faza:</i>	09:00 - 16:00
<i>Post-trgovanje</i>	16:00 - 16:25

Izvor: <https://zse.hr/>, (13.04.2020.)

2.5. Financijski instrumenti

Financijski instrument ima više značenja i svrha koje obuhvaćaju čitav niz različitih instrumenata. Oni predstavljaju imovinu ili imovinski paket kojima se može trgovati na tržištu kapitala. Ima različitih vrsta financijskih instrumenata koji se razlikuju s obzirom koja prava daju, vrstu i rok dospjeća.

Financijske instrumente možemo podijeliti u četiri skupine (Hanfa 4):

1. prenosivi vrijednosni papiri (npr. dionice i obveznice)
2. instrumenti tržišta novca
3. jedinice u subjektima za zajednička ulaganja
4. izvedenice

Dionice su zapravo vlasnički vrijednosni papiri koji predstavljaju udio u vlasništvu dioničkog društva. Osim dionica, na tržištu kapitala u Hrvatskoj najčešće se trguje i obveznicama, dužničkim vrijednosnim papirima koji su uglavnom manje rizični i predstavljaju dugovanje (države ili tvrtke) određenog novčanog iznosa uvećanog za kamatu.

Investicijski fond predstavlja jedinice u subjektima za zajednička ulaganja, tj. ulaganje u skup različitih financijskih instrumenata kojima se upravlja unutar jednog fonda. Što se tiče ulaganja u investicijski fond ključna je diverzifikacija. To je raspodjela rizika unutar fonda na način da se investira u više različitih financijskih instrumenata. Izvedenice ili derivati financijski su instrumenti koji svoju vrijednost izvode iz vrijednosti nekog drugog instrumenta (dionice, obveznice, indeksa, valute, robe...), tzv. temeljnog instrumenta. Izvedenice su, primjerice, opcije, budućnosnice, zamjene, financijski ugovori za razlike i drugo. Izvedenice se koriste za zaštitu od rizika, u svrhu špekulacije ili radi ulaganja u njih te stvaranje zarade.

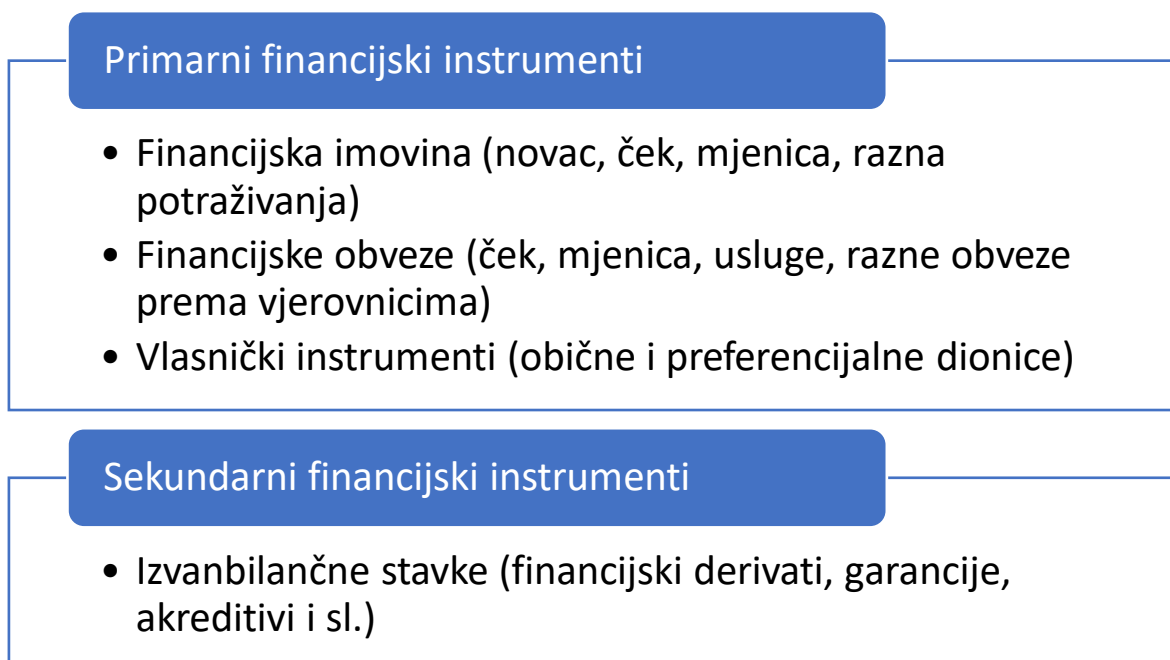
Na Zagrebačkoj burzi osim dionicama, obveznicama i komercijalnim zapisima može se trgovati i certifikatima. Financijski certifikat je vezan uz vrijednost nekog drugog vrijednosnog papira, indeksa ili robe. Potrebno je naglasiti da su certifikati kompleksni financijski instrumenti i ulaganje u njih povezano je s većim rizicima.

Financijski instrumenti sastavljeni su u pisanom obliku te predstavljaju specifične isprave koje koriste sve financijske institucije. Obuhvaćaju novac, njegove surrogate te sve vrste vrijednosnih papira. Financijski instrumenti predstavljaju zamjenu za gotovinsko plaćanje te služe kao obećanje da će gotovinsko plaćanje uslijediti nakon određenog vremena (Klačmer Čalopa, Cingula, 2012.).

Financijski instrumenti pružaju investitorima mogućnost alokacije viška gotovine u financijske instrumente koji mogu ostvariti veći prinos u odnosu na prinos koji se ostvari držanjem gotovine na bankovnom računu (Klačmer Čalopa, Cingula, 2012.).

Između trenutka izdavanja i dospjeća financijskog instrumenta postoji određeno vremensko razdoblje te se za to razdoblje plaća kamata koja predstavlja cijenu korištenja novca. Za imatelja financijskog instrumenta predstavlja mogućnost potraživanja prema imovini ili zaradi drugog subjekta, dok za izdavatelja predstavlja obvezu plaćanja (Klačmer Čalopa, Cingula, 2012.).

Tablica br. 2: *Podjela financijskih instrumenata*



Izvor: M. Klačmer Čalopa i M. Cingula, Financijske institucije i tržište kapitala, Varaždin, Fakultet organizacije i informatike Varaždin, 2012., str. 4.

Dionice, obveznice i drugi financijski instrumenti spadaju na tzv. primarnom ili emisijskom tržištu. To je onaj segment tržišta na kojemu izdavatelj dionice ili obveznice dolazi do kapitala, odnosno do određenoga novčanog iznosa koji mu je potreban za financiranje investicijskog projekta ili druge poslovne aktivnosti. Prvo izdavanje dionica na burzi, odnosno engl. IPO (Initial Public Offering) prilično je složen i zahtjevan proces koji se planira mjesecima unaprijed a nekad i godinama. Prvom javnom ponudom poduzeće izlazi na tržište kapitala po prvi puta u povijesti. Banke, odnosno njihovi odjeli za investicijsko bankarstvo najčešće odrađuju posao od ideje do realizacije izlaska na tržište kapitala.

Nakon što su prvi put prodani, vrijednosni papiri se dalje nastavljaju trgovati na tzv. sekundarnom ili transakcijskom tržištu. Za razliku od primarnog tržišta, gdje izdavatelj pribavlja novčana sredstva, na sekundarnom se tržištu mijenja vlasnik vrijednosnice. S obzirom na to da se na sekundarnom tržištu preprodaju vrijednosnice takvo tržište je izrazito važno i na njemu trguju velik broj korisnika. Na sekundarnom tržištu kapitala investitor može prodati svoj vrijednosni papir po određenoj cijeni i tako steći zaradu ili gubitak ovisno o tome po kojoj je cijeni kupio isto. Bitna stvar kod trgovanja vrijednosnih papira jest ta što je vrlo mobilno i likvidno te se u kratkom roku dolazi do novčanih sredstava.

3. TRŽIŠTE VIRTUALNIH DOBARA

Svaki izdavač igara treba prodavati svoje proizvode na platformi kako bi došla do većeg broja korisnika. Svaka video igra zahtjeva platformu na kojoj će korisnik imati svoj online račun ili profil putem kojeg će pokretati kupljene video igrice. Platforma ima dosta u ponudi a najpopularnija je pod nazivom Steam koju će se ujedno u radu i objasniti. Steam je digitalna distribucijska platforma koja broji više od 30 tisuća video igrica i više od 100 milijuna korisnika na mjesečnoj bazi.

3.1. Valve – Steam

Valve Corporation, poznata i kao Valve Software ili jednostavno Valve, američka je kompanija koja se bavi razvojem video igara, izdavač istog te kompanija za digitalnu distribuciju sa sjedištem u Bellevue-u, Washington. Korporacija je isprogramirala te ujedno i platforma za distribuciju softvera Steam, Half-Life, Counter-Strike, Portal, Day of Defeat, Team Fortress, Left 4 Dead i Dota.

Valve su 1996. godine osnovali bivši Microsoft-ovi zaposlenici Gabe Newell i Mike Harrington. Njihov debitantski proizvod je bio PC video igra pod nazivom Half-Life koja je bila objavljena je 1998. godine. To je pucačina u prvom licu te u početku je prošla s odličnom kritikom i komercijalnim uspjehom. U rujnu 2003. godine Valve je pokrenuo Steam, koji je 2011. prodao oko polovinu ukupne prodaje digitalnih PC igara. Do 2012. godine Valve je zapošljavao oko 250 ljudi i navodno je vrijedio više od 3 milijarde američkih dolara, što ga čini najprofitabilnijom kompanijom po zaposleniku u Sjedinjenim Američkim Državama (Makuch 2012.)

Valve-ov prvi proizvod bio je Half-Life, pucač prve osobe (engl. FPS) s elementima horor žanra. Razvoj je pomogao pristup pogonu igre od Quake-a. Nakon toga su modificirali u svoj GoldSrc pogon igre. Kupili su TF Software i zajedno sa skupinom programera napravili Team Fortress Classic koji je objavljen 1999. godine. Tvrtka je objavila softver s razvojnim alatom (engl. SDK) za GoldSrc pogon igre, olakšavajući brojne modove unutar igre kreirane od strane korisnika. Modovi su izmjene unutar video igre koje se rade uz pomoć pogona igre

koji je u ovom slučaju SDK. Jedan od modova Counter-Strike je postao jedan od najpopularnijih, a Valve je iskoristio napravljeno sa strane korisnika, angažirao svoje programere te izradili samostalnu igru Counter-Strike. Nakon uspjeha firme i zadovoljstvom korisnika Harrington napušta tvrtku.

Nakon uspjeha Half-Life video igre, tim je radio na modovima, spin-off-u i nastavcima, uključujući Half-Life 2, koristeći novi Source pogon igre koja je bila unaprijeđena verzija GoldSrc pogona igre. Team Fortress 2 je bila prepravljena verzija Team Fortress Classic razvijena u Source pogonu igre. Kako bi se proširio na Half-Life 2, Valve je planirao objaviti treći nastavak popularne video igre Half-Life. U siječnju 2008. Valve je najavio kupnju Turtle Rock Studios koji će se preimenovati u Valve South. Turtle Rock Studios je razvio Left 4 Dead i Left 4 Dead 2. Obje video igre su horor žanra u kojoj je svrha preživjeti.

Između 2014. i 2019. godine Valve je razvio samo jednu igru, Artifact. Artifact je digitalna kolekcionarska kartaška igra koja je fokusirana na borbe igrača, a temelji se na svemiru Dota 2. No, Valve je također radio i na drugih projektima koja su uključivala konzole Steam Machine i razvijajući hardver za virtualnu stvarnost u suradnji s HTC-om. Valve je napravio prelazak s programiranja video igara na pružatelja usluga radi ekonomije u Steam-u za koju su procjenjivali da će donijeti više prihoda nego od prodaje Valve-ove vlastite igre.

Steam je digitalna distribucijska platforma koju je razvila tvrtka Valve Corporation koja nudi upravljanje digitalnim pravima, multiplayer i virtualne igre, video streaming i usluge društvenog umrežavanja. Steam omogućuje korisniku instalaciju i automatsko ažuriranje igara i značajke zajednice kao što su popisi prijatelja i grupe, spremanje na „oblaku“ i funkcionalnost glasa i chata u igri.

Steam je značajno porastao od svog predstavljanja 2003. godine. Dok je usluga započela sa sedam igara 2004. godine, do 2019. imala ih je više od 30.000, a dodatni proizvodi za igre, kao što su softver za kreiranje, DLC i videozapisi, dosegli su više od 20.000 (Bolding, 2019.).

Softver pruža slobodno dostupno programsko sučelje (API) nazvano Steamworks, koje programeri mogu koristiti za integriranje mnogih Steam-ovih funkcija u svoje proizvode, uključujući dostignuća u igri, mikro transakcije i podršku za sadržaj stvoren od strane korisnika kroz Steamworks. U početku je bio razvijen za upotrebu u operacijskim sustavima Microsoft Windows, macOS i Linux. U 2010. godini su objavljene i mobilne aplikacije za iOS, Android i Windows Phone. Platforma također nudi mali izbor ostalog sadržaja, uključujući softver za dizajn, hardver, zvučne zapise za igre, anime i filmove.

Steam platforma smatra se najvećom digitalnom distribucijskom platformom za računalne igre. Screen Digest procjenjuje da Steam ima oko 75 % tržišnog prostora u listopadu 2013. godine (Edwards, 2013.).

U 2015. godini korisnici koji kupuju naslove putem Steam-a ili putem Steam-ovih kodova od dobavljača treće strane su ukupno potrošili oko 3,5 milijarda dolara, što predstavlja 15 % globalne prodaje PC igara za godinu dana, prema procjenama Steam Spy web stranice za praćenje (Hall, 2015.).

Do 2019. platforma je imala preko 34.000 igara s preko 95 milijuna aktivnih korisnika mjesečno. Uspjeh Steam-a doveo je do razvoja linije mikro konzola Steam Machine, koja uključuju SteamOS operativni sustav i Steam Controllers.

Steam-ov razvoj započeo je 2002. godine, a radna imena za platformu bila su "Grid" i "Gazelle". To je javno objavljeno na Game Developers Conference 22. ožujka 2002, a pušteno je na beta testiranje istog dana. Između 80.000 i 300.000 igrača sudjelovalo je u beta testu prije službenog izdanja klijenta 12. rujna 2003. Valve-ov Half-Life 2 je bila prva igra koja je zahtijevala instalaciju Steam klijenta za reprodukciju. Od 2005. godine, Valve je počeo pregovarati s nekoliko izdavača treće strane kako bi na Steamu prodavali svoje video igre, poput Rag Doll Kung Fu-a i Darwinia. Veći izdavači poput id Software-a, Eidos Interactive i Capcom počeli su distribuirati svoje igre na Steam 2007. godine. Do svibnja te iste godine stvoreno je 13 milijuna računa, a 150 igara je bilo na prodaji na platformi. Do 2014. godine ukupna godišnja prodaja video igara na Steam-u procijenjena je na oko 1,5 milijardi USD (Sayer, Wilde, 2018.).

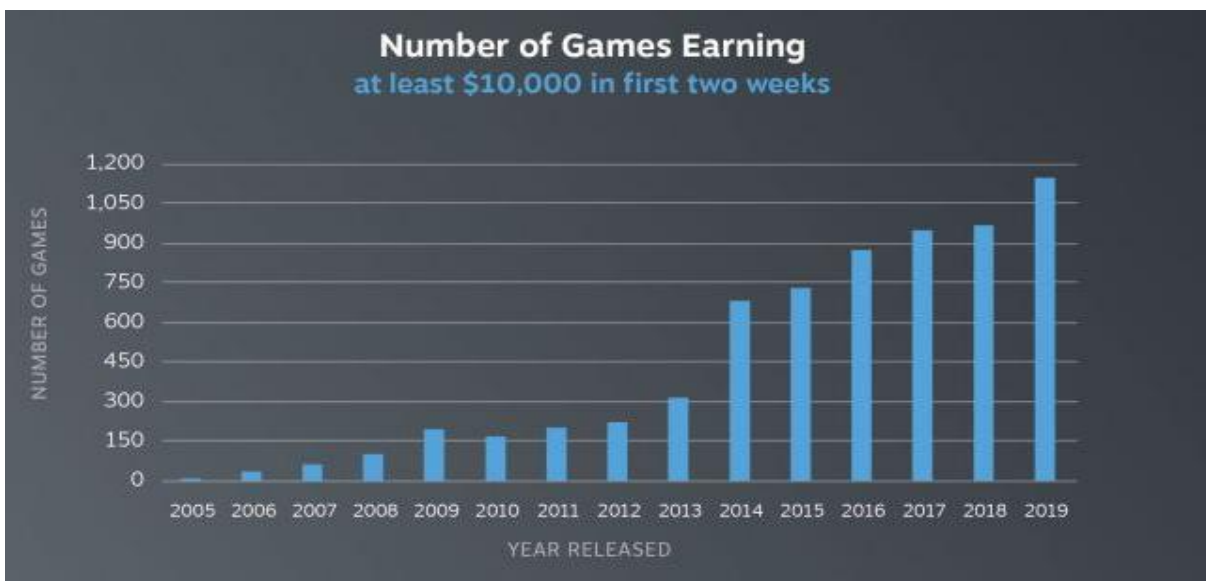
Zbog nadzora nad podacima prodaje, Valve je teško sastaviti koliko tržišnog udjela ima Steam na tržištu videoigara. Međutim, Stardock, prethodni vlasnik konkurentske platforme Impulse, procijenio je da je od 2009. godine Steam imao 70% udjela na tržištu digitalne distribucije za video igre (Graft, 2009.). Početkom 2011. godine, Forbes je izvijestio da Steam prodaja čini 50-70% američkog tržišta za PC igre i da je Steam proizvođačima igara ponudio bruto maržu od 70% kupoprodajne cijene, u usporedbi s 30% u maloprodaji. Steam-ov uspjeh doveo je do nekih kritika zbog digitalnih prava i mjera tehnološke zaštite (engl. DRM) i zbog učinkovitog monopola (Smith, 2010.).

Valve, kao privatna tvrtka, ne mora otkriti svoju zaradu, upravljanje ili mnogo drugih informacija o vlastitom radu. Srećom, tu analitičke tvrtke trećih strana poput SteamSpy-a popunjavaju prazninu. Prema Sergeju Galyonkinu, tvrtka koja je postala poznata radi igra poput Half-Life i Team Fortress 2, a koja sada kontrolira ogromnu većinu prostora za digitalni prijenos s računala je u 2017. godine zaradila ogromnih 4,3 milijarde američkih dolara, 800 milijuna dolara više od je 3,5 milijarde dolara koje je zaradio u istom razdoblju 2016. godine (Nunneley, 2018.). Iako podaci SteamSpy-a ne mogu dati svaki dio prihoda koji je Valve mogao zaraditi, podaci koji nedostaju iz DLC-a i mikro transakcija samo podcjenjuju pravu veličinu Valve-ovog giganta.

Takvi podatci ukazuju na razvoj gaming industrije i sve veće potražnje za video igricama te 2017. godine najprodavanija igra je bila PlayerUnknown's Battlegrounds koja je ostvarila 600 milijuna dolara prihoda. Druga najprodavanija je CS:GO s ostvarenim prihodom od 120 milijuna dolara. GTA V bio je na trećem mjestu, s 83 milijuna dolara, a Call of Duty: WWII zauzeo je četvrto mjesto, s 41 milijuna dolara zarade i 840.000 prodanih primjeraka (Nunneley, 2018.).

Steam tim u Valve-u objavio je podatke o zaradi na platformi kako bi prikazao kako se trendovi zarade na digitalnoj distribucijskoj platformi mijenjaju tijekom godina, na kraju se može primijetiti kako se uspješna prodaja povećavaju za 18 posto u odnosu na godinu ranije. To je Valve-ova definicija uspjeha koja je prikazana na grafikonu broj kopija igara koje zarađuju preko 10000 dolara na Steam-u u roku od dva tjedna od njenog objavljivanja.

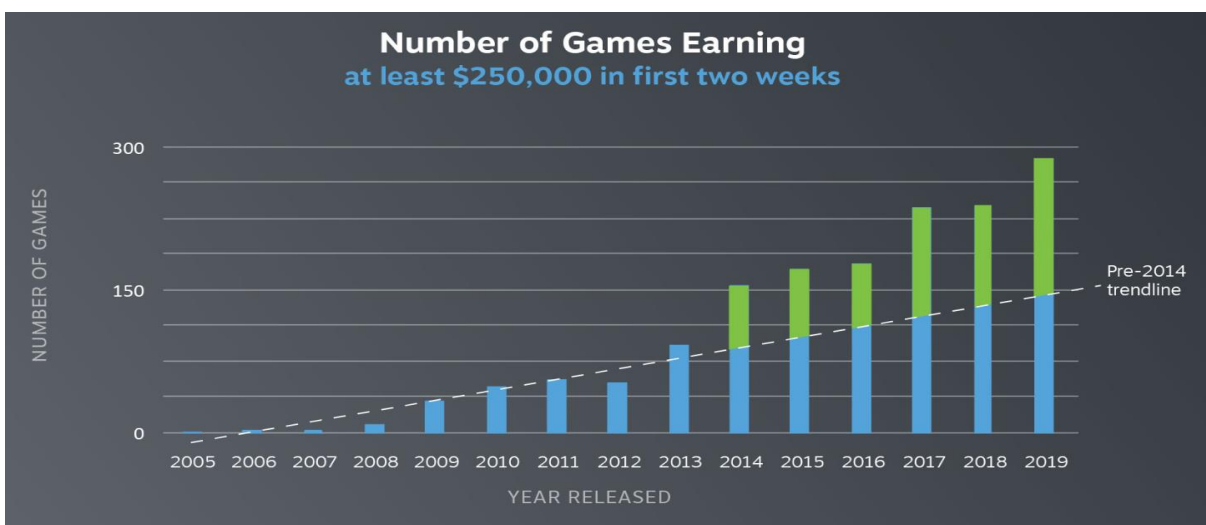
Grafikon br. 1: Broj prodaja kopija video igra s zaradom većom od 10000 dolara unutar 2 tjedna od objavljivanja



Izvor: https://partner.steamgames.com/doc/blog/2020/new_releases. (05.05.2020.)

Iz grafikon br. 1 možemo vidjeti kako prodaja raste iz godine u godinu te da je 2013. godine prodano nešto više od 300 kopija video igra koje su zaradile najmanje 10000 dolara unutar dva tjedna od objavljivanja dok 2019. godine možemo vidjeti da je nešto manje od 1200 kopija video igra koje su zaradile najmanje 10000 dolara unutar dva tjedna od objavljivanja, što je nešto manje od 1.000 u odnosu na godinu ranije.

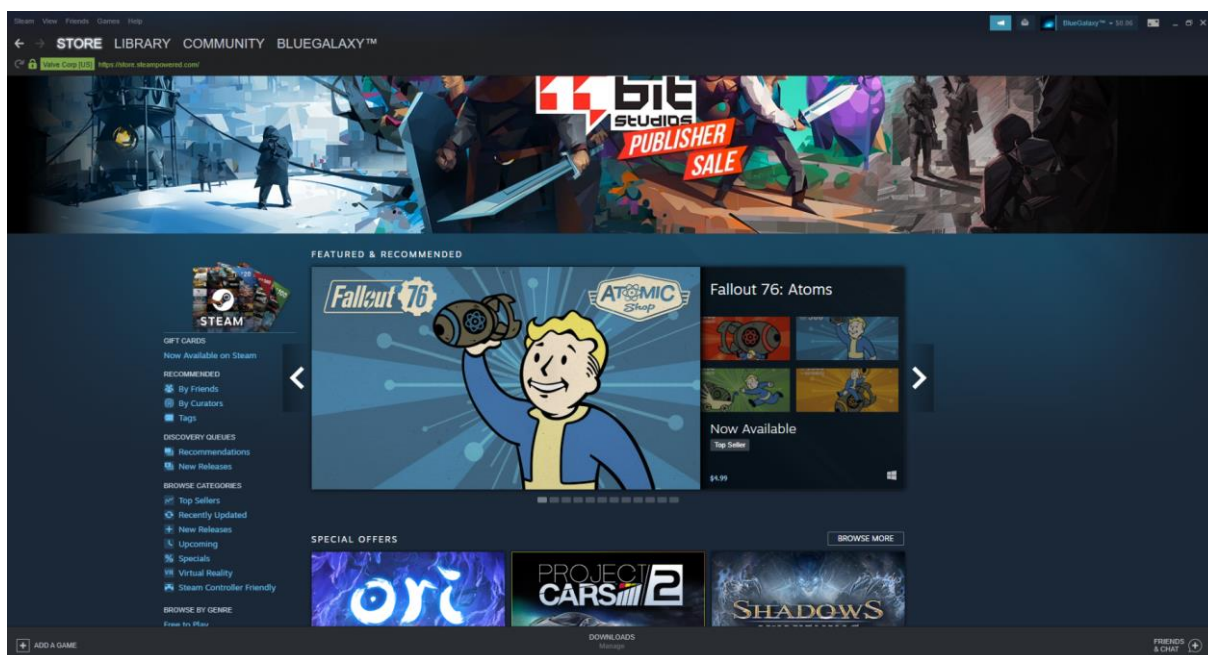
Grafikon br. 2: Broj prodaja kopija video igra s zaradom većom od 10000 dolara unutar 2 tjedna od objavljivanja



Izvor: https://partner.steamgames.com/doc/blog/2020/new_releases. (05.05.2020.)

Iz grafikona br. 2 možemo vidjeti da nešto manje od 300 video igra je bilo prodano u svoja su prva dva tjedna na Steam-u te su zaradili 250.000 dolara, što je u odnosu na nešto više od 225 u 2018. i 2017. godini. Isto tako možemo uzet u obzir da je trend pozitivan iako nadmašuje sva očekivanja.

Fotografija br. 1: Početna stranica Steam-a



Izvor: <https://www.store.steampowered.com/>, (07.05.2020.)

Na fotografiji br. 1 prikazana je početna stranica Steam-a na kojoj se nalaze video igre različitih kategorija koje se mogu kupiti u bilo kojem trenutku po zadanoj cijeni. Video igre se mogu razvrstati po cijeni, žanru, popularnosti i s obzirom za koji softver su namijenjene. Postoji i tražilica putem koje se tražena igra može pronaći na najbrži način. Kupnja video igara vrši se putem Steam Wallet-a.

3.2. Counter Strike: Global Offensive

Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO) je mrežna pucačina u prvom licu koju su napravili Hidden Path Entertainment i Valve Corporation. To je četvrta igra u Counter-Strike serijalu. Counter-Strike: Global Offensive izašao je 21.8.2012. za Microsoft Windows i OS X na Steamu, Xbox Live Arcade i PlayStation Network-u. Linux verzija je izašla rujna 2014.

godine. Ima klasičan sadržaj kao ponovo napravljene starije mape i nove mape, likovi unutar igre i modovi u igri. PSN verzija daje mogućnost igranja DualShock 3 kontrolerom, PlayStation Move palicom ili USB tipkovnicom i mišem.

Unutar igre dvije ekipe jedna protiv druge: teroristi i anti teroristi. Obje strane imaju zadatak eliminirati drugu, a istovremeno ostvaruju zasebne ciljeve. Teroristi, ovisno o načinu igre, moraju ili podmetnuti bombu ili braniti taoce, dok anti teroristi moraju ili spriječiti da bomba bude podmetnuta, uništiti je ili spasiti taoce. Postoji devet modova igre, koji svi imaju različite karakteristike specifične za taj način rada.

Postoji pet kategorija oružja za nabavu, od kojih su četiri oružje, a na kraju su pomoćna sredstva: puške, kratka strojica (SMG), teške puške, pištolji i granate. Sva oružja imaju različita svojstva i sve vrste granata imaju različite efekte u igri. Ručna bomba (HE) nanosi štetu u malom polumjeru, dimna granata privremeno postavlja dimni ekran, granata mamac oponaša primarni pištolj igrača, flashbang privremeno zasljepljuje igrače koji gledaju prema njemu kad eksplodira, a molotovljev koktel i zapaljiva granata na kratko vrijeme zapali mali dio površine. Pored svih glavnih oružja može se kupiti i Zeus x27, koji služi kao taser.

Od početnog izdanja CS:GO-a, Valve je nastavio ažurirati igru uvođenjem novih mapa i oružja, načina igre i promjena oružja kako bi igra bila uravnotežena. Jedan od glavnih dodataka nakon izdanja igre bilo je ažuriranje "Arms Deal". Objavljeno 13. kolovoza 2013., u igru se dodala opcija da oružja s kojima igrate imaju skin-eve. Oni su se mogli dobiti putem otvaranja kutija s ključevima unutar igre koji su dostupni samo mikro transakcijama unutar iste. Skin-ovi se također mogu dobiti na slične načine kao u stankama Team Fortress 2 i Dota 2 u smislu da se oni nasumično dodijele igračima tijekom igranja. Također za vrijeme turnira gledatelji imaju priliku dobiti nagradu u kojoj se nalazi određeni skin za to što podupiru igru kao takvu i profesionalne igrače ili omiljene timove.

CS:GO ima podršku za Steam Workshop, omogućavajući korisnicima da učitaju sadržaj kreiran od korisnika, kao što su mape, skin-ove za oružja i modovi unutar igre i sl.. Neke od najpopularnijih korisničkih skin-ova dodaju se u igru i postaju dostupni svima. Kreatori skin-ova dobivaju novčanu nagradu za njihov trud te zahvalu od zajednice. Radi velike

zajednice, velike potražnje i raznovrsnih skin-ova uvelike je pomoglo oblikovati virtualnu ekonomiju za CS:GO, što je dovelo do stvaranja mjesta za kockanje, klađenje i trgovanje.

U rujnu 2017. godine tvrtka Valve surađivala je s izdavačem Perfect World na izdavanju CS:GO u kontinentalnoj Kini (Villanueva, 2017.). Kineski građani, uz potvrdu identiteta, mogu besplatno dobiti igru i zaraditi status Prime matchmaking. Igra se putem pokretača Perfect World i sadrži brojne ekskluzivne promjene u igri, uključujući cenzuru lubanja i drugih simbola. Na nekim mapama bile su i neke druge promjene u kozmetici, na primjer, uklonjen je čekić i srp na Cache-u i Train-u. U pripremi za izdanje, više gradova u Kini proslavili su i žestoko promovirali svoje nadolazeće izdanje. Korisnici koji su igrali igru tijekom njenog lansiranja dobili su besplatnu promotivnu kozmetiku. U skladu s kineskim zakonom, Valve je također morao otkriti svoje postotke za mogućnosti dobivanja različite kvalitete skin-ova za oružja (Scott-Jones, 2017.).

Ažuriranje objavljeno 6. prosinca 2018. godine učinilo je igru potpuno besplatnom za igranje od tog trenutka nadalje. Korisnici koji su kupili igru prije ove točke dobili su poseban "Prime" status koji im omogućava da unutar igre igrači sudjeluju u igrama gdje su ozbiljniji sudionici te također unutar igre postoji mogućnost da dobiju ekskluzivne skin-ove za razliku od „Non-Prime“ statusa igrača. Novi korisnici imaju mogućnost kupnje ovog statusa.

Profesionalna scena CS:GO-a sastoji se od turnira poput DreamHack, ESL Pro League, BLAST Premier, ESL One, Intel Extreme Masters i CS:GO Major Championship. Postoje manji i veći turniri a tako i nagradni fondovi koji se kreću od 50 tisuća dolara pa sve do 1 milijuna dolara iako je najavljeno da će 2020. godine fond za ESL One u Rio de Janeiro-u iznositi vrtoglavih 2 milijuna dolara. MLG Columbus 2016 imao je prvi fond od 1 milijun dolara (Lahti, 2016.).

Kako su video igra i scena poprimali popularnost, tvrtke, uključujući WME / IMG i Turner Broadcasting, počele su televizijski prenositi profesionalne igre CS:GO, a prva je bila ELEAGUE Major 2017, održana u kazalištu Fox i emitirana na američkoj kablovskoj televizijskoj mreži TBS u 2016. godini. 22. kolovoza 2018. godine, Turner najavio je svoje

daljnje programiranje CS:GO-a s ELEAGUE-ovim Esports 101: CSGO i ELEAGUE CS:GO Premier 2018 dokumentarnim serijama na TBS mreži (Frederick, 2018.).

Grafikon br. 3: Broj igrača video igre CS:GO



Izvor: <https://steamdb.info/app/730/graphs/>, (12.05.2020.)

Iz grafikona br. 3 možemo vidjeti kretanje broja igrača video igre CS:GO. Igra u počecima je brojala oko 50 tisuća do 100 tisuća regularnih igrača. Nakon što je postala popularnija vidimo da od 2015. godine do 2019. godine broj igrača je padao i rastao između 500 tisuća i 750 tisuća igrača. Porast broja igrača u većini slučajeva se događa radi održavanja turnira koji su jako medijski pokriveni dok u 2020. godini vidimo nagli porast igrača do vrtočlavih 1,3 milijuna uzrokovano radi COVID-a 19.

3.3. Steam Community Market

Steam Community Market (SCM) je proširenje Steam zajednice koja omogućuje kupnju i prodaju item-a iz igre, trgovinskih kartica Steam i još mnogo toga. Transakcije prolaze kroz vaš Steam novčanik, tako da novac koji zarađujete od prodaje predmeta u igri možete koristiti za kupnju različitih predmeta u igri ili čak potpuno nove Steam igre.

SCM digitalno je tržište koje korisnicima omogućuje kupnju i prodaju određenih predmeta u igri, osim digitalnih trgovačkih kartica, emote-a, pozadina profila i drugih stvari koje su dizajnirane za upotrebu sa Steam-om.

Ne podržavaju sve igre tržište Steam zajednice, a nisu svi item-i iz igre dostupni. Ako nešto nije tržišno, to znači da ga ne možete kupiti ili prodati na Steam Community Market-u. Takve stavke se nalaze u Steam inventaru te su označene kao neutržive i takvi item-i se mogu koristiti unutar igre ili su mogući za zamjenu između drugih Steam korisnika.

Sva prodaja na Steam Community Market-u prolazi kroz vaš Steam novčanik, to je jednosmjerni digitalni novčanik koji možete koristiti za kupovinu na Steam-u. Novčaniku se mogu dodavati sredstva putem metoda kao što su PayPal, kreditne kartice i putem Steam poklon kartice. Budući da je novčanik jednosmjernan, ne možete ukloniti sredstva iz njega ili prenijeti ih na drugi novčanik.

Jedini način da se novac potroši iz Steam novčanika jest kupovina predmeta na tržištu Steam Community Market ili kupovina igre iz uobičajene trgovine Steam.

Fotografija br. 2: Prikaz Steam Community Market-a

The screenshot displays the Steam Community Market interface. At the top, there are three tabs: 'Popular Items' (selected), 'Newly Listed', and 'Recently Sold'. Below the tabs is a table of items with columns for 'NAME', 'QUANTITY', and 'PRICE'. The items listed include 'Planet 4546B Postcard', 'Glove Case', 'Clutch Case', 'Prisma 2 Case', 'Mann Co. Supply Crate Key', 'Shattered Web Case', 'Spectrum Case', 'Operation Breakout Weapon Case', and 'Gamma 2 Case'. To the right of the table is a sidebar with a search bar, a 'Show advanced options...' dropdown, and a 'Browse by Game' section listing various games like Counter-Strike: Global Offensive, Dota 2, and Team Fortress 2. At the bottom of the sidebar, there are links for 'Read about security requirements' and 'Read the Community Market FAQ'.

NAME	QUANTITY	PRICE
Planet 4546B Postcard Subnautica	39.974	Starting at: 1,11€
Glove Case Counter-Strike: Global Offensive	67.389	Starting at: 0,49€
Clutch Case Counter-Strike: Global Offensive	432.180	Starting at: 0,13€
Prisma 2 Case Counter-Strike: Global Offensive	191.209	Starting at: 0,29€
Mann Co. Supply Crate Key Team Fortress 2	5.301	Starting at: 2,16€
Shattered Web Case Counter-Strike: Global Offensive	63.252	Starting at: 1,42€
Spectrum Case Counter-Strike: Global Offensive	134.245	Starting at: 0,17€
Operation Breakout Weapon Case Counter-Strike: Global Offensive	117.475	Starting at: 0,65€
Gamma 2 Case Counter-Strike: Global Offensive	201.044	Starting at: 0,11€

Izvor: <https://steamcommunity.com/market/>, (19.05.2020.)

Grafikon br. 5: Kretanje cijena Operation Bravo Case



Izvor: <https://steamcommunity.com/market/>, (19.05.2020.)

Na grafikonu br. 5 prikazana je krivulja kretanja cijena item-a pod nazivom Operation Bravo Case. Iz prikazane fotografije možemo uočiti da je trend rasta. Također iz krivulje se mogu iščitati dobiveni podatci koji nam prikazuju količinu prodaje i medijan cijene na određeni datum. 29.8.2015. godine Operation Bravo Case je imao promet od 9163,7 eura, dok 12.1. 2020. imao promet od 7365,64 eura s tim da je vrijednost istog narasla za 300%.

3.4. Kako koristiti SCM

Prije nego što je moguće prodavati item-e na Steam Community Market-u, potreban je neograničen Steam račun koji je Steam Guard zaštitio najmanje 15 dana i najmanje jedan predmet koji se može prodati. Naj kvalificiraniji item-i su iz igara poput CS:GO, Team Fortress 2, DOTA 2 i Playerunknown's Battlegrounds koje je moguće prodavati drugim igračima.

Druga kategorija item-a koji se mogu prodati uključuju trgovinske kartice, emocije za Steam Chat i pozadine profila koje se dobivaju besplatno samo igranjem konkurentskih igara.

Ako imate kvalificirani item u igri ili stavku poput trgovačke kartice ili emote-a, može je prodati na Steam Community Market-u. Novac koji je zarađen prodajom istog se može iskoristiti za kupnju drugih item-a u igri, trgovačkih kartica, emote-a ili raznoraznih Steam igara.

Fotografija br. 3: Ponuda i potražnja virtualnog item-a igre CS:GO

2794 for sale starting at 1,51€		21994 requests to buy at 1,40€ or lower	
Buy...		Sell...	
Price	Quantity	Price	Quantity
1,51€	5	1,40€	2
1,52€	2	1,39€	19
1,53€	22	1,38€	356
1,54€	31	1,35€	10
1,55€	25	1,33€	8
1,56€ or more	2709	1,32€ or less	21599

Izvor: <https://steamcommunity.com/market/>, (19.05.2020.)

Iz zadane fotografije br. 3 se prikazuje ukupna ponuda i potražnja za određeni item igre CS:GO. S lijeve strane sustav pokazuje koliko ljudi pokušava prodati item te koliko novca želi. S desne strane se prikazuje koliko ljudi pokušava kupiti item i koliko su spremni platiti. Možemo iščitati da potražnja za item-om kreće od 1,40 eura za ukupno 2 komada, a nakon toga slijedi potražnja od 1,39 eura za ukupno 19 komada. Što se tiče ponude item-a je po cijeni od 1,51 euro za 5 komada istog item-a. Sveukupna ponuda item-a je 2794 komada.

Ako kupac želi odmah kupiti ili prodati item, usklađuje željenu kupnju ili prodajnu cijenu s brojevima koje se mogu iščitati na ovom popisu.

Ako kupac želi pričekati s nešto boljom ponudom, postoji opcija unosa narudžbe za kupnju niže od trenutne cijene ili nalog za prodaju više od trenutne cijene. Ako se kretanja cijena povećaju ili smanje u skladu s narudžbom, transakcija će se izvršiti automatski.

Kada Steam račun ispunjava sve željene uvjete i zahtjeve onda je korisnik u mogućnosti kupiti ili prodati item na SCM-u.

Kupnja Steam item-a:

1. Otvorite Steam,
2. Otvorite SCM unutar Steam-a,

3. Kliknite stavku na popisu popularnih stavki, igru na popisu s desne strane ili upotrijebite okvir za pretraživanje,
4. Kliknite kupi,
5. Unesite cijenu koju ste spremni platiti, potvrdite okvir da biste naznačili da prihvaćate pravila i ugovor o pretplatnicima te kliknite narudžba,
6. Ako je vaša kupovina uspješna, vidjet ćete poruku da se nalazi item u Steam inventaru,
7. Ako artikl koji pokušavate kupiti nije dostupan za ponuđeni iznos, Steam će pohraniti vašu narudžbu. Ako je i kada je stavka dostupna za taj iznos ili manji, sustav će automatski kupiti predmet i poslati vam e-poštu.

Prodaja Steam item-a:

1. Otvorite Steam,
2. Otvorite Steam inventar,
3. Kliknite stavku koju želite prodati, a zatim kliknite prodaj,
4. Unesite cijenu koju ste spremni prihvatiti, potvrdite okvir da biste naznačili da prihvaćate pravila i ugovor o pretplatnicima, a zatim kliknite u redu i stavite ga na prodaju,
5. Provjerite jeste li unijeli ispravan iznos i kliknite OK,
6. Vaš je artikl spreman za prodaju, ali to morate potvrditi putem Steam Guard-a. Kliknite u redu, a zatim otvorite svoju e-poštu ili aplikaciju Steam Guard,
7. Potražite e-poštu od Steam Guard-a i kliknite priloženu vezu ili otvorite aplikaciju Steam Guard. Ako imate aplikaciju Steam Guard, otvorite Potvrde, dodirnite okvir pored stavke i dodirnite potvrdi odabrano.
8. Vaš će se artikl predstaviti na web lokaciji Steam Community Market. Kad se proda, dobit ćete e-poštu, a novac od prodaje pojavit će se u vašem Steam novčaniku

Opcija kupnje i prodaje virtualnih dobara na Steam Community Market-u je vrlo jednostavna i brza. Svaki kupljeni item će se nalaziti u Steam inventaru istog trenutka kada je kupljen te će biti dostupan na korištenje unutar igre.

3.5. Ekonomija u CS:GO-u

Dobro iskustvo unutar igre pružaju drugi igrači. Potaknuti igrače dodavanjem dodatne vrijednosti unutar igre, a zatim dodavanjem vrijednosti jedni drugima. Tim dodavanjem dodatne vrijednosti unutar igre i među igračima se stvara ekonomija igre. Nije cilj dodati ekonomiju nego je to jedan od ciljeva jer se s tim postiže bolja kvaliteta igre te se može pratiti vrijeme igranja ujedno i količina broja igrača. Ako ljudima paše to će se opet vraćati i dolaziti će novi igrači a u slučaju da to nije istina bila bi obrnuta priča.

Sve se razvilo radi prijašnjih Valve-ovih igara TF2 i Dota 2 jer su igrači bili jako zadovoljni s tom promjenom. Postoje više načina da se dobije in-game item tako da igrač sudjeluje u igri i putem istog se nagradi. Takav sistem se pokazao učinkovitim. Što više ljudi igra to je veća zabava a ujedno i bitna stvar jest ta da se ekonomija razvija i jača iz dana u dan. Nisu svi item-i dostupni na iste načine i po tome se razlikuje njihova vrijednost i broj dostupan na tržištu. Jako je teško definirati njihovu vrijednost jer kupci ili igrači nisu bili strogo definirani što traže od igre i od in-game item-a.

S vremenom putem SCM-a se cijena formirala radi ponude i potražnje. Što veća potražnja to je ujedno i cijena određenog item-a i obrnuto. Na SCM-u se trguje stvarnim iznosom valute i igrači su dobili predodžbu vrijednosti item-a. Oni su stavljali i kupovali item-e te isti item-i i ponuda item-a dolazi od samih igrača, što znači; što više igrača je što veća ponuda. Ujedno i potražnja dolazi sa strane igrača, kupuju se item-i koji im se sviđaju po određenoj cijeni koju su spremni platiti. Tržište je zahtijevalo puno item-i i Steam im je to morao omogućiti i zadovoljiti njihove potrebe.

Većinu stvari unutar igre su radili i sami igrači gdje su stavljali svoje ideje te neke od najboljih ideja su bile odobrene i stavljene u igru. Stvorila se zajednica koja je marila za takvih stvarima i svakog dana je rasla. Zajednica je stvarala nove item-e za igru te Steam im je to omogućio i ujedno zaradio. Takav slučaj je win-win situacija gdje su igrači zadovoljni sa strane igre a Steam s financijske strane.

Sve se temeljilo na zabavi i raznolikosti item-a. Ekonomija je zabavnija kada su ljudi, u ovom slučaju igrači uključeni u istu. Ujedno je i puno veća zabava kada ima puno item-a unutar igre koje je moguće usporediti i puno načina na kojih se može usporediti. Steam je u tom trenutku htio ponuditi item-e koji su mogli biti cijenjeni na više načina jer postoje više vrsta igrača te svaki igrač nema iste prioritete. Određeni igrači cijene neke aspekte item-a više od drugih igrača te su spremni platiti više za isto.

Steam je imao puno opcija kako poboljšati igru i neke od njih su bile promjene na in-game karakteru, dodati nova oružja, uvesti dodatke za oružja ili dodati skin na oružje. Svaka opcija je zahtijevala puno resursa, dosta rizika a vrijednost koja bi se dobila s tim promjenama ne bi bila velika osim kod jedne. Ta opcija je bila uvesti skin na oružja. Postoji jako veliko tržište za skin-ove i to su iskoristili. Rizik te opcije nije bio velik s obzirom na druge opcije, jedino što je utjecalo jest promjene boja oružja koja bi utjecala na njihovu raspoznatljivost ili manju vidljivost što bi utjecalo na konkurentnost igrača.

Steam je imao zamisao da svi skin-ovi imaju određenu vrijednost i oštećenje boja unutar igre kako bi igrači vrednovali skin-ove na različite načine. Oštećenost/nosivost skin-ova bi bila unutar 0.000 i 0,999, gdje se 0,999 odnosi na jako oštećeni skin, a 0,000 na jako neoštećeni skin. Što je broj oštećenosti manji, to je virtualno dobro unutar igre manje oštećeno.

Oštećenost skin-ova ili njihova nosivost se može podijeliti u 4 skupine: Tvornički novo, Minimalna korištenost, Ispitano na terenu i Istrošen u bitkama. Također postoji i skupina po nazivom Dobro istrošen item koji se nalazi između Ispitano na terenu i Istrošen u bitkama.

Fotografija br. 4: *Tvornički novo*



Izvor: <https://csgotash.com/skin/422/AWP-Dragon-Lore>, (19.06.2020.)

Fotografija br. 5: *Minimalna korištenost*



Izvor: <https://csgotash.com/skin/422/AWP-Dragon-Lore>, (19.06.2020.)

Fotografija br. 6: *Testirano na terenu*



Izvor: <https://csgostash.com/skin/422/AWP-Dragon-Lore>, (19.06.2020.)

Fotografija br. 7: *Istrošen u bitkama*



Izvor: <https://csgostash.com/skin/422/AWP-Dragon-Lore>, (19.06.2020.)

Na fotografijama br. 4, br. 5, br. 6 i br. 7 vidimo primjera skin-a vidimo te njihovu razliku i istrošenost. Radi njihove razlike u izgledu jest i razlika vrijednosti itema i njihov broj u opticaju. Kod većine skin-ova jest najčišći skin i najskuplji a ujedno ga i ima najmanje na tržištu pa ga se smatra rijetkim i potražnja od igrača za takvim item-ima je visoka.

Također velika uloga u vrijednosti itema su uzorci istih. Kod određenih skinova su neki uzorci toliko rijetki da cijena može doseći više od 500% originalne vrijednosti skin-a. Najbolji primjer skin-a jest „Case hardened“. Svaki skin unutar igre ima tisuću kombinacija i neke od kombinacija vrijede više od ostalih radi boljeg izgleda i rijetkosti.

Fotografija br. 8: *Karambit Case Hardened 463 pattern*



Izvor: https://broskins.com/index.php?pages/case_hardened/, (24.06.2020.)

Fotografija br. 9: Karambit Case Hardened 442 pattern



Izvor: https://broskins.com/index.php?pages/case_hardened/, (24.06.2020.)

Na fotografiji br. 8 se može vidjeti primjer uzorka skin-a „Case hardened“ pod brojem 463 te za njega igrači su spremni platiti 2500\$ do 5500\$ više od originalne cijene skin-a. Takvi uzorci su posebni i rijetki. Trenutno ih ima 8 komada na tržištu.

Na fotografiji br. 9 se može vidjeti primjer uzorka skin-a „Case hardened“ pod brojem 442 te za njega igrači su spremni platiti 9000\$ do 11000\$ više od originalne cijene skin-a. Trenutno ih ima 3 komada na tržištu.

Igrači su spremni platiti ogromne svote novca kako bi njihov in-game item bio poseban te kako bi se isticali od drugih igrača. Na primjerima fotografija br. 8 i 9 možemo vidjeti fotografije dva uzorka 463 i 442. Lijeva slika item-a pokazuje stranu koju igrač vidi dok igra a desna slika item-a pokazuje stranu item-a koju igrač ne vidi. Uzorci su vrlo slični ali postoji velik broj igrača koji teže perfekciji i spremni su platiti više od uobičajene cijene. Razlika između uzorka 463 i 442 jest ta da strana item-a koja se vidi dok igrate ima veći postotak plavoga na sebi za 3-5% i radi te razlike igrači su spremni platiti duplo više uzorak 442 za razliku od uzorka 463.

Jedan od faktora koji utječe na vrijednost item-a je njegova korištenost. Unutar igre oružja koja se najviše koriste su AK-47, AWP, M4A1-S i M4A4. Vrijednost takvih skin-eva za item-e je puno više za razliku od item-a za oružja FAMAS, GALIL, SCAR-20, itd. Oružja koja se više koriste imaju automatski višu potražnju za skin-ove za razliku od drugih.

4. ANALIZA TRGOVANJA NA OTC TRŽIŠTIMA

4.1. Definicija OTC tržišta

OTC (engl. Over the counter) tržište se smatra tržištem na kojem sudionici direktno trguju i razmjenjuju instrumente koje posjeduju. Kada se trguje prenosivim instrumentima koji nisu vezani uz kupca, nije potrebno trgovati preko ovlaštene burze, ali time niti držati se svih strogih regulacija. Takvi instrumenti su obveznice, valute i razni derivati, dok su dionice teže za trgovati radi raznih prava, udjela itd.. Pretpostavlja se da je preko 40% ukupne trgovine u Americi u 2014. godini obavljeno mimo burzi i reguliranih tržišta (Horvatić, 2015.).

Izvan burzovno tržište (OTC) nema fiksno sjedište, poput Londonske burze vrijednosnih papira (LSE) koja se nalazi u velikoj zgradi u središnjem Londonu. Dileri kontroliraju OTC tržište, jer oni određuju cijenu po kojoj žele kupiti i prodati. Trgovanje se ne obavlja putem fizičkog pulta, već trgovci kupuju i prodaju putem telefona, e-maila ili čak usluga slanja istovremenih poruka. Postoje dvije vrste OTC trgovanja. Jedna vrsta uključuje dilere koji trguju s drugim dilerima, dok druga uključuje dilere koji trguju sa svojim klijentima. Cijena koju će diler odrediti za drugog dilera može se znatno razlikovati od one koju određuje za klijenta. Dionice koje trguju preko OTC-a obično su manje tvrtke koje ne mogu udovoljiti zahtjevima formalnih burza.

Obilježja OTC tržišta (Horvatić, 2015.):

1. Na OTC tržištu se trguje vrijednosnim papirima za tvrtke koje nisu kotirane na službenoj razmjeni,
2. Vrijednosnim papirima kojima se trguje na OTC-u se trguje putem dilerske mreže, za razliku od centralizirane razmjene,
3. OTC trgovanje pomaže promicanju kapitalnih i financijskih instrumenata koje ulagačima inače ne bi bili dostupni,
4. Tvrtke s dionicama OTC-a mogu prikupljati kapital prodajom dionica.

4.2. Primjeri OTC tržišta SCM-a

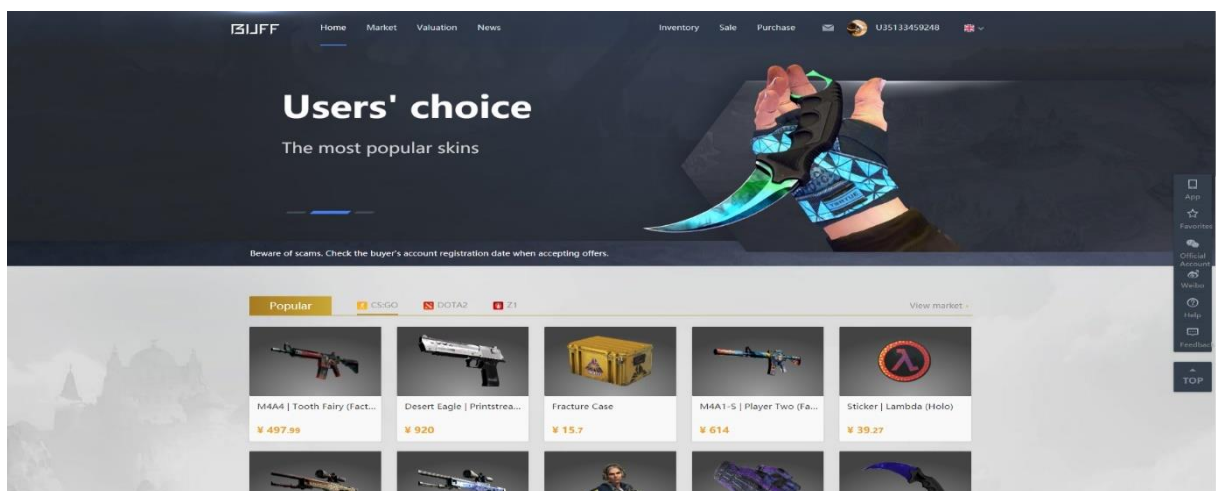
Kako postoje OTC tržišta vezano za vrijednosne papire tako postoje i OTC tržišta za virtualna dobra. Virtualna dobra po svojoj definiciji su imovina kojom se može trgovati poput financijskih instrumenata. Njihova vrijednost određuje isključivo onim što su korisnici spremni platiti za njih. Najveći broj transakcija je u igrama Team Fortress 2, DOTA 2 i Playerunknown's Battlegrounds te Z1 Battle Royale. Neki od primjera OTC tržišta su Buff163, CS.money, Skinport i Skinbaron koji će se opisati dalje u radu.

4.2.1. Buff163

Buff163 je primjer OTC tržišta na kojem se mogu kupovati i prodavati virtualna dobra video igara poput CS:GO-a i Dota 2. Virtualna dobra su Stranica je namijenjena za kineske potrošače ali se u zadnje vrijeme stranica počela prilagođavati i ostalim korisnicima kako bi obuhvatila veće tržište. Buff163 također ima i mobilnu aplikaciju koju je moguće skinuti na Google Play-u i App Store-u. Aplikacija uvelike olakšava trgovanje virtualnih dobara putem tableta ili smartphone-a.

Na Buff163 se može početi trgovati nakon što se izvrši prijava putem Steam računa i mobilnom potvrdom kako bi ste zaštitili račun od mogućih provala. Nažalost uplate i isplate na račun su nemoguće ako niste stanovnik Kine i ne posjedujete račun u kineskoj banci ili Alipay račun. No postoji način da se napuni saldo bez uplate tako da se proda virtualno dobro sa Steam računa na stranici. S tim saldom jedina mogućnost jest ta da potrošite na drugo virtualno dobro.

Fotografija br. 10: Početna stranica Buff163



Izvor: <https://buff.163.com>. (06.07.2020.)

Stranica sama po sebi je namijenjena za kinesko tržište te ostali korisnici su zakinuti na nekoliko načina. Valuta je u Kineskim juan-ima, stranica nije u potpunosti prevedena na engleski jezik i nemogućnost uplate i isplate za korisnike koji nemaju Kinesko državljanstvo. Buff163 je jedina stranica na kojoj se može ponuditi cijena za određeno virtualno dobro koje je na prodaji te osoba koja prodaje isto može biti spremna prihvatiti ili odbiti ponudu.

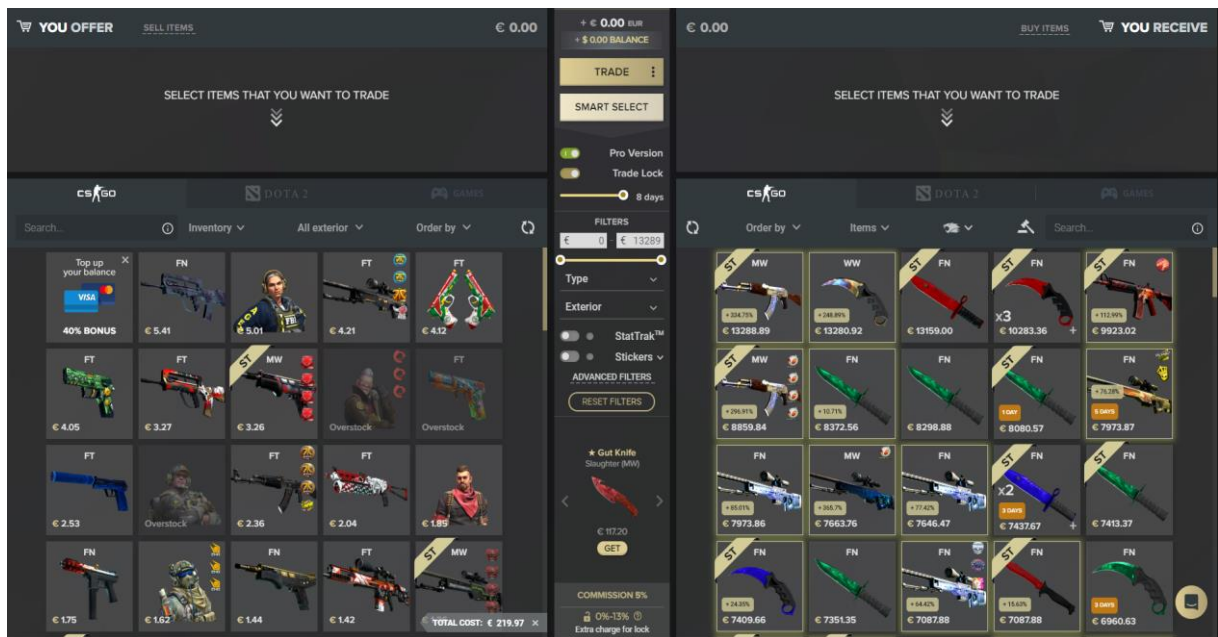
Na Buff163 koristi se naloga za kupnju ili prodaju virtualnih dobara isto kao i na SCM-u. Odabire se cijena po kojoj je korisnik spreman kupiti ili prodati te količina istog. Na stranici korisnik može samostalno vidjeti naloge za kupnju i naloge za prodaju koji su trenutno aktivni na stranici što mu omogućuje lakše određivanje naloga. Prikazuje se ukupna ponuda i potražnja za određeno virtualno dobro.

Tržište na kojem se trguju virtualna dobra je visoko likvidno, dobra se mogu instantno prodati ako je odgovarajuća cijena i za njih dobiti određeni novčani iznos. U slučaju da je cijena dobra malo viša, do prodaje se može čekati do nekoliko dana, možda tjedana, a isplata novca se izvršava u roku jednog radnog dana.

4.2.2. CS.money

Cs.money je primjer OTC tržišta na kojemu se mogu virtualna dobra prodavati, kupovati a ujedno i mijenjati za drugo virtualno dobro. Ako korisnik više nije zadovoljan sa svojim virtualnim dobrom postoji mogućnost prodaje istog ili mijenjanje za drugo virtualno dobro u istoj protuvrijednosti umanjenog za proviziju od stranice. Web stranica broji više od 4 milijuna mjesečnih posjeta, 5 tisuća svakodnevno novih korisnika stranice i preko 90 milijuna uspješnih zamjena virtualnih dobara (CS.money).

Fotografija br. 11: Početna stranica CS.money



Izvor: <https://cs.money>. (10.07.2020.)

Na fotografija br. 11 se može vidjeti na lijevoj strani inventar od korisnika a s desne strane se nalaze virtualna dobra koja su spremna za zamjenu i nalaze se na stranici. Virtualna dobra se mogu mijenjati u istoj protuvrijednosti virtualnih dobara ili kupnjom istog. Sve zamjene virtualnih dobara idu preko stanice. Ponekad će virtualna dobra biti označena kao „nedostupna“ ili „višak robe“.

Kada su dobra označena kao „nedostupna“ to znači da se ta dobra ne mogu staviti trenutno u promet radi slabog prometa istog ili prevelike oscilacije cijena. Kada su dobra označena kao „višak robe“ znači da postoji velika količina takvih vrsta virtualnih dobara na web stranici te treba pričekati da ih korisnici otkupe sa stranice kako ne bi tržište bilo prezasićeno istim virtualnim dobrom. Obično je potreban dan ili dva da se riješi višak dobara.

Nakon što odaberete željena dobra, jednim klikom će se stvoriti Steam ponuda od Cs.money bot-a koji isporučuje traženo dobro. Provjera podataka je nužna te ako je sve po zahtjevima korisnika razmjena se može obaviti.

4.2.3. Skinport

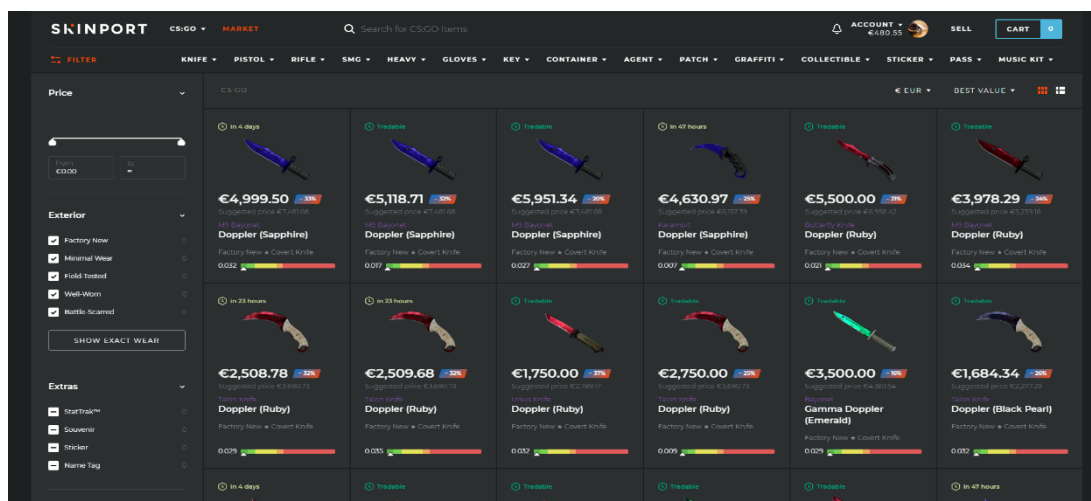
Skinport je web stranica na kojem se korisnici mogu prijaviti svojim Steam računom i početi se baviti trgovanjem virtualnih dobara. Sva virtualna dobra imaju vrijednost koja se plaća novcem u različitim valutama, a sva CS:GO virtualna dobra su dobile stvarnu svjetsku cijenu na temelju rijetkosti i stanja u kojem se nalaze.

Trgovanje virtualnim dobrima u CS:GO-u je vrlo aktualan način zarade od kako je Valve omogućio korisnicima da izmjenjuju svoja dobra za druga ili novac. Ako korisnik želi izvršiti brze transakcije uz malu naknadu, postoje web stranice koje nude brzu kupnju i prodaju CS:GO virtualnih dobara. Jedan od najboljih elemenata web stranica jest da ima izuzetnu radnu brzinu. To je uvelike važno s obzirom na to da bi usluge trebale ponuditi brze i jednostavne transakcije svojim korisnicima.

Izmjena dobara se odvija u nekoliko sekundi, automatski dobivate ponudu od web stranice koju šalje bot na Steam-u, a razmjena na web stranici odvija se odmah. Sustav je brz, transparentan i nema nedostataka.

Neka od OTC tržišta poput SkinBaron-a uzimaju 15% provizije od prodanog iznosa virtualnog dobra. Provizije prodavača na Skinport-u su zadane samo 10% i mogu se čak spustiti na 5% uporabom „skinport.com“ u Steam imenu. U takvom slučaju korisnik stranice i prodavač su u dobitku jer za korisnika znači veća zarada, a za prodavača znači promocija.

Fotografija br. 12: Početna stranica Skinport



Izvor: <https://skinport.com>, (14.07.2020.)

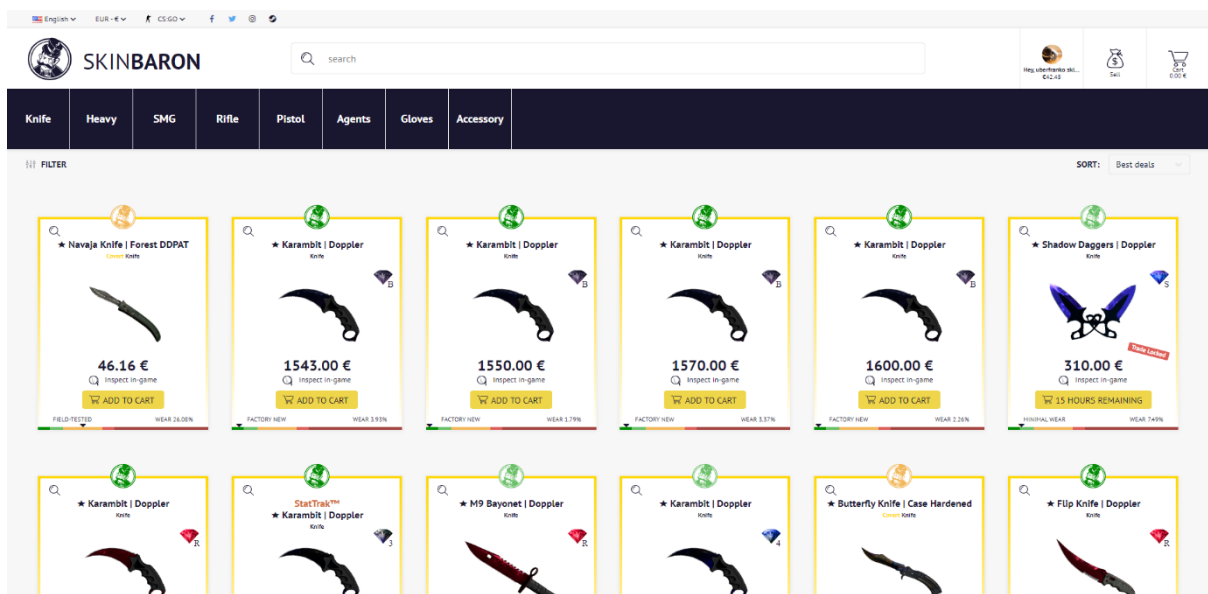
Na fotografija br. 12 se nalazi web stranica Skinport-a koja je vrlo prijazna za korisnike i lako su čitljive specifikacije za virtualna dobra. Stranica je na crno-bijelu temu koja ga čini lako prepoznatljivim. Virtualna dobra na web stranici dolaze s puno informacija o njihovoj dostupnosti, naljepnicama, istrošenosti i još mnogo toga. Filter nudi sve mogućnosti koje su potrebne da bi korisnik stranice pronašao bilo koje željeno dobro te njegove karakteristike.

4.2.4. SkinBaron

Kombinirajući najbolju tehnologiju i jednostavnost stranice nastao je SkinBaron. To je web stranica na kojoj se stvorio ugodan ekosistem s poznatim okruženjem za sve korisnike i na taj način uklonili barijere između prodavača i kupaca. Trguje se anonimno između ljudi koji se nikad nisu međusobno upoznali.

Platforma nudi i njemačke mogućnosti plaćanja, poput Sofort, SEPA-IBAN, Paysafecard i naravno PayPal. Isplate na SkinBaronu su brze i besplatne te se putem PayPala odvijaju u roku od 24 sata ili bankovnim prijenosom u roku od nekoliko dana. Osim toga, stranica je također na njemačkom, iako se može promijeniti na engleski, francuski i poljski. Sve cijene su u eurima i zato nude visoku razinu transparentnosti. Osim toga sve informacije potrebne za donošenje u odluke o ulaganju dostupne su svima na jednak način. Unutar svih prodajnih cijena je uključen porez.

Fotografija br. 13: Početna stranica SkinBaron



Izvor: <https://skinbaron.de>. (17.07.2020.)

Web mjesto ima vrlo čisto i jednostavno za korištenje sučelje i na mobilnim i na računalnim uređajima. Osim toga, stranica ima funkciju pretraživanja i filtriranja koja se ažurira odmah tijekom pretraživanja i tako precizno prikazuje željene rezultate izravno korisniku. Korisnici sve potrebne informacije imaju pod odjeljkom FAQ, a za specifičnija pitanja vezano za trgovanje imaju na raspolaganju online podršku koja je dostupna kroz svih 24 sata. Također se stranica može koristiti za kupnju i prodaju virtualnih dobara drugih igara osim CSGO-a koji uključujući Dota 2, Team Fortress 2, H1Z1 i Rust.

Svaki primjer OTC tržišta gdje se prodaju virtualna dobra video igara su posebna na specifičan način. Razlikuju se proviziji, izgledu, načinima uplate/isplate itd. te iz tih razloga korisnici OTC tržišta imaju izbor birati najbolju stranicu po njihovim prosudbama na kojoj će trgovati.

4.3. Analiza primjera trgovanja i ulaganja virtualnih dobara

Ljudi ulaze u virtualne ekonomije radi rekreacije i zabave, a ne nužnosti, što znači da virtualnoj ekonomiji nedostaju aspekti stvarne ekonomije koji se ne smatraju zabavnim kao što su kupovanje hrane da bi osoba preživjela te ostale biološke potrebe. Međutim, neki ljudi trguju

na virtualnim tržištima radi "stvarne" ekonomske koristi. Svako virtualno dobro ima monetarnu vrijednost po kojoj se trguje na tržištu. Njena vrijednost proizlazi od vjerovanja korisnika koliko su spremni platiti.

Tablice br. 3: Popis 10 najvrjednijih inventara

USERNAME	INVENTORY VALUE
Megalodon888	\$228,747.31
Prince Zuko	\$141,853.93
gui4tw	\$124,569.84
Oger	\$103,285.85
Path	\$102,344.56
1989	\$92,568.39
シモロ	\$90,775.09
Senpai Chckeeey	\$89,284.22
EVELONE	\$85,961.71
小白杂货铺小心	\$85,766.70

Izvor: <https://csgo.steamanalyst.com>, (12.08.2020.)

Tablica br. 3 prikazuje vrijednosti inventara u kojima se nalaze virtualna dobra iz video igre CS:GO. Popis se sastoji od 10 investitora čija vrijednost investicije nije manja od 500 tisuća kuna. Na prvom mjestu kao investitor s najviše uloženim sredstvima se nalazi korisnik pod nazivom „Megalodon888“ čiji inventar iznosi nešto više od 1,4 milijuna kuna. Fotografija ukazuje da na tržištu postoje investitori koji vjeruju da ulaganje u virtualnu ekonomiju je dobra odluka te da se na njoj može zaraditi što je ujedno i pokazivač zdravog tržišta.

Tablica br. 4: *Investicija virtualnih dobra CS:GO-a u drugom mjesecu*

Naziv	Količina	Cijena po komadu (2. mjesec)	Ukupna cijena nabave	Cijena po komadu (8. mjesec)	Ukupna vrijednost v.d.	Razlika u cijeni
Shattered Web Case	100	0,65	65	1,4	140	75
Danger Zone Case	100	0,03	3	0,07	7	4
Vanguard Case	50	0,23	11,5	0,38	19	7,5
Breakout Weapon Case	200	0,66	132	0,82	164	32
Sticker Gold Web	25	0,16	4	0,38	9,5	5,5
Sticker Web Stuck	25	0,13	3,25	0,27	6,75	3,5
Maximus Sabre	5	0,75	3,75	0,81	4,05	0,3
Enforcer Phoenix	5	0,39	1,95	0,47	2,35	0,4
Berlin 2019 Legends	50	0,35	17,5	1,33	66,5	49
Berlin 2019 Challengers	50	0,32	16	1,15	57,5	41,5

Izvor: autor rada

Na tablici br. 4 prikazano je 10 primjera investicija u virtualna dobra. Sve navedene cijene su u eurima. Dobra su kupljena u 2. mjesecu 2020. godine, a njihova vrijednost se uspoređuje s trenutnom tržišnom vrijednosti u 8. mjesecu 2020. godine. Nakon 6. mjeseci od ulaganja u virtualna dobra možemo vidjeti da svih 10 primjera su financijski isplative. Najisplativija investicija je pod nazivom „Berlin 2019 Legends“ čija je tržišna cijena narasla sa 0,35 eura na 1,33 eura po jednom dobru te je zarada iznosila 0,98 eura po komadu što je porast od 280% nabavne vrijednosti. Dok najmanje isplativa investicija je pod nazivom „Maximus Sabre“ čija je tržišna cijena narasla sa 0,75 euro na 0,81 euro po jednom komadu te je zarada iznosila 0,3 eura po dobru što je porast od samo 8% nabavne vrijednosti.

Iz tablice br. 4 možemo vidjeti da je ukupna cijena nabave za virtualna dobra iznosila 257,95 eura, a nakon razdoblja od 6. mjeseci ukupna tržišna vrijednost virtualnih dobara je iznosila 476,65 eura što je porast od 85%. Iz navedenog primjera možemo zaključiti i potvrditi prvu pomoćnu hipotezu rada da su ulaganja u virtualna dobra profitabilna investicija.

Tablica br. 5: Trgovanje virtualnim dobrima CS:GO-a

Naziv	Kvaliteta	Količina	Datum kupnje	Datum prodaje	Kupovna cijena	Prodajna cijena	Profit
CZ75-Auto Posion Dart	MW	1	15.2.2020	15.2.2020	0,59	0,85	0,26
AK 47 The Empress	FN	1	15.2.2020	21.2.2020	69,26	77,89	8,63
Operation Phoenix Case	x	65	24.2.2020	25.2.2020	16,25	24,7	8,45
R8 Revolver Survivalist	BS	1	25.2.2020	28.2.2020	0,04	0,06	0,02
Shattered Web Case	x	1	2.3.2020	4.3.2020	0,53	0,75	0,22
Agent FBI	x	1	28.3.2020	1.4.2020	6,5	8,45	1,95
AK-47 Redline	FT	1	3.3.2020	6.4.2020	23,51	27,5	3,99
M4A1-S Master Piece	WW	1	11.4.2020	12.4.2020	19,4	36,09	16,69
M4A1-S Icarus Fell	FN	1	16.4.2020	17.4.2020	62,45	75,99	13,54
AWP Worm God	FN	1	4.4.2020	19.4.2020	5	5,88	0,88
USP-S Orion	MW	1	14.4.2020	22.4.2020	9	9,96	0,96
M4A4 The Emperor	MW	1	18.4.2020	26.4.2020	100	131,85	31,85
M9 Bayonet Fade	FN	1	24.5.2020	2.6.2020	307,57	427,02	119,45
USP-S Guardian	FN	1	11.6.2020	17.6.2020	5,21	12,15	6,94
AWP Asiimov	FT	1	18.6.2020	22.6.2020	34,82	45,1	10,28

Izvor: autor rada

Iz tablice br. 5 mogu se vidjeti primjeri trgovanja virtualnim dobrima igre CS:GO. Sve navedene cijene su u eurima. U tablici se nalaze 15 primjera kupoprodaje. U prvom stupcu se nalaze nazivi dobara kojim se trgovalo na OTC tržištu. U drugom stupcu su naznačene kvalitete

dobara koje mogu biti BS, WW, FT, MW ili FN, gdje BS označuje najlošiju kvalitetu, a FN označuje najbolju. Također kvaliteta dobra može biti označena s x-om za ona dobra koja nemaju različitu kvalitetu jer su sva na jednakoj razini. Stupac Datum kupnje označuje dan kada se virtualno dobro kupilo, a stupac Datum prodaje označuje dan kada se virtualno dobro prodalo. Cijena po kojoj je virtualno dobro kupljeno se nalazi u stupcu pod nazivom Kupovna cijena dok cijena po kojoj je virtualno dobro kupljeno se nalazi u stupcu pod nazivom Prodajna cijena. Razlika u cijeni između kupovne i prodajne cijene se nalazi u zadnjem stupcu pod nazivom Profit, u tom stupcu je prikazana zarada po određenoj transakciji virtualnih dobara.

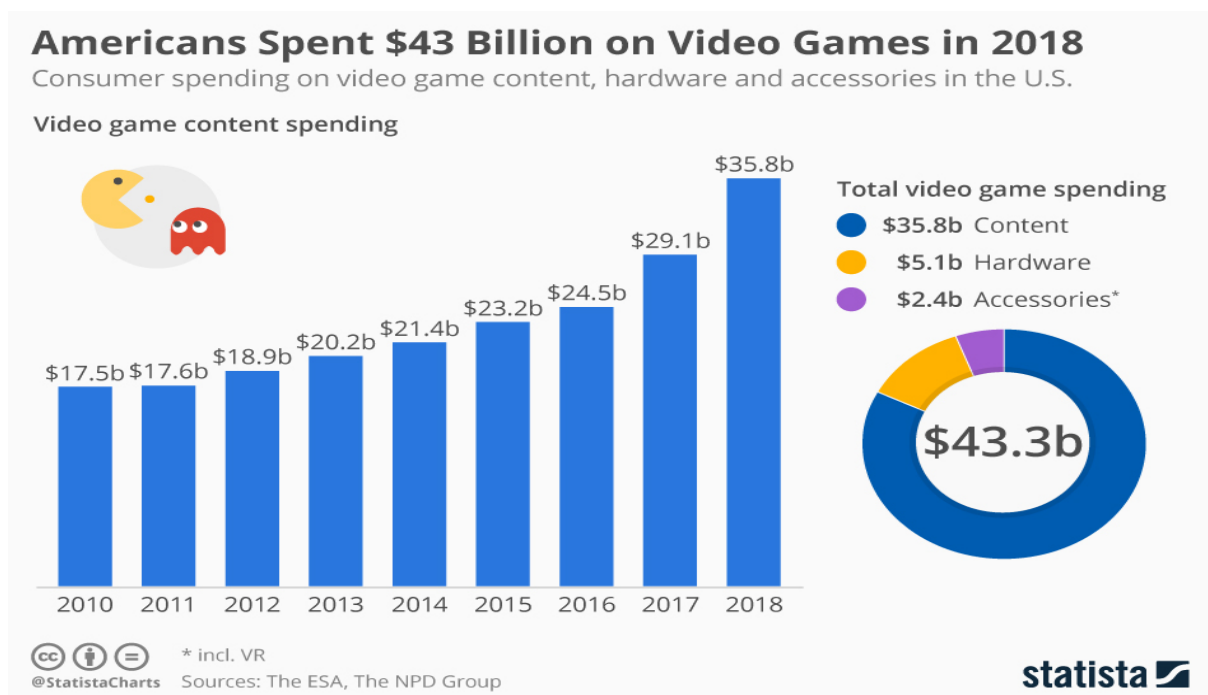
Trgovanjem virtualnog dobra pod nazivom „M9 Bayonet Fade“ donijelo je najveću zaradu od svega 119,45 eura dok najmanja zarada je ostvarena od „R8 Revolver Survivalist“ u iznosu od 0,02 eura. Također moguća je arbitraža virtualnih dobara, jedno dobro može biti kupljeno sa jednog OTC tržišta i biti prodano na drugom tržištu te na taj način zaraditi na razlici u cijeni. Iz navedenog primjera možemo zaključiti da trgovanjem virtualnih dobara moguće je ostvariti zaradu što potvrđuje drugu pomoću hipotezu rada.

5. PERSPEKTIVA I BUDUĆNOST VIRTUALNIH DOBARA SCM-A I CS:GO-A

Sve moderne igrice imaju više načina da generiraju prihode. No postoje nekoliko efikasnih načina da se podigne profit od igrica. Igrači imaju tendenciju da troše više novca na igrice koje imaju razvijenu socijalnu povezanost. Gdje je izraženija komunikacija među igračima a automatski i konkurentnost veća tko će biti bolji, a tko lošiji. Također će igrači trošiti više novca na igricu u kojoj imaju prijatelja. Kako bi se dokazali da su bolji od svojih suigrača.

Pro igrači, njihovi autogrami, izgled virtualnih dobara također utječu na odluke kupaca jer većina ljudi koje prate određene profesionalce žele biti poput njih. To zadovoljava njihov ego, bolje se osjećaju i misle da im pomaže u igrici. Isto tako i pro momčadi imaju utjecaj na kupnju jer navijači žele pokazati podršku najdražima. Radi izgleda jer je estetski bolje, neki čak i pomažu igri ali su rijetki i vrlo često izmijenjeni kako bi igra bili pravedna. Ljudi žele biti prepoznatljivi i stvoriti virtualni „karakter“ po njima kako bi sebe prezentirali svijetu u najboljem pogledu.

Grafikon br. 6: *Potrošnja Amerikanca na video igre*



Izvor: <https://www.statista.com>, (01.08.2020.)

Iz grafikona br. 6 možemo iščitati da su Amerikanci potrošili 43,3 milijarde dolara na video igre u 2018. To uključuje 35,8 milijardi dolara na softver (igre, mikro transakcije itd.), 5,1 milijardi dolara na hardversku opremu (konzole i komponente računala) i 2,4 milijarde dolara na dodatnu opremu (kontroleri, slušalice itd.). Prema studiji tržišta za 2018. godinu koju je napravila Statista, u Americi ima 199,87 milijuna igrača. Kada se stave u omjer ukupni iznos novca koji se troši na video igre i podijelimo ga s brojem igrača, dobit ćemo iznos novca koji potroši prosječni američki igrač godišnje što iznosi 216,64 dolara ($43,3 \text{ milijarde} / 199,87 \text{ milijuna}$).

To označava ukupno 18 posto rasta prihoda u odnosu na 36,9 milijardi dolara ukupnog prihoda ostvarenog u 2017. godini. Prihod od hardvera, koji uključuje periferne uređaje i prihod od softvera za sve platforme, u 2018. godini bilježi rast od 15% u odnosu na prethodnu godinu. Prihodi od prodaje softvera, koji uključuju fizičku i digitalnu prodaju, mikro transakcije i pretplate, bilježe rast od 18% s 30,4 milijarde dolara u 2017. godini na 35,8 milijardi dolara 2018. godine.

Osim gledanja serija, filmova i ostalih televizijskih sadržaja, igranje video igara jedna je od rijetkih aktivnosti savršeno pogodna za provoditi svoje slobodno vrijeme. Video igre nude prijeko potrebno odvratanje od teške stvarnosti, omogućuje igračima interakciju s prijateljima i upoznavanju novih ljudi bez napuštanja svojih domova. Ljudi ulaze u virtualni svijet gdje provode sve više i više vremena te stvaraju pogodno okruženje u kojemu se osjećaju sretno i zadovoljno.

Bitne karakteristike potrošača (Pairitz Morris, 2020.):

- Mlađe osobe, pogotovo u dobi od 18 do 24 godine, imaju veću vjerojatnost da će kupiti video igre od starijih pojedinaca,
- Muškarci imaju više od tri puta veće kupnje od video igara od žena,
- Ljudi koji zarađuju više od 90 tisuća dolara imaju manje vjerojatnosti da će kupiti igre od svojih kolega s nižom zaradom,
- Ljudi imaju manju vjerojatnost za kupnju video igara što više vremena prođe nakon što su diplomirali.

Ovo je tržište na kojem igrač može sakupljati svoja virtualna dobra i trgovati ih za druga dobra ili prodati na SCM-u, a sa stečenim sredstvima na Steam novčaniku korisnik ima opciju kupiti virtualna dobra ili druge video igre. Također korisnik može unovčiti za svoja virtualna dobra na OTC tržištima koja su prije navedena u radu.

Investicija u video igru se događa kada korisnik nešto uloži u proizvod ili uslugu kao što su vrijeme, napor ili novac. Postoje korisnici koji uživaju ulagati svoje vrijeme igrajući igru kako bi se poboljšali radi postizanja uspjeha unutar istog i poboljšavali svoje vještine. Takav tip igrača je motiviran unutarnjim faktorima.

Za razliku od igrača koji ciljaju na to da budu uspješni u igri, postoje igrači koji vole neku dodatnu vrijednost unutar igre u kojoj provode dosta svog slobodnog vremena. Za takve igrače ulaganje u virtualna dobra koja imaju stvarnu novčanu vrijednost je idealna motivacija. Takav tip faktora je vanjski koji motivira ljude putem tržišne vrijednosti u samoj igri.

Ukratko, većina ljudi koji igraju video igre igrat će radi uživanja i njene konkurentnosti, ali uvijek postoje korisnici kojima je potreban novčani ili estetski utjecaj da bi bili zaintrigirani proizvodom u ovom slučaju video igrom.

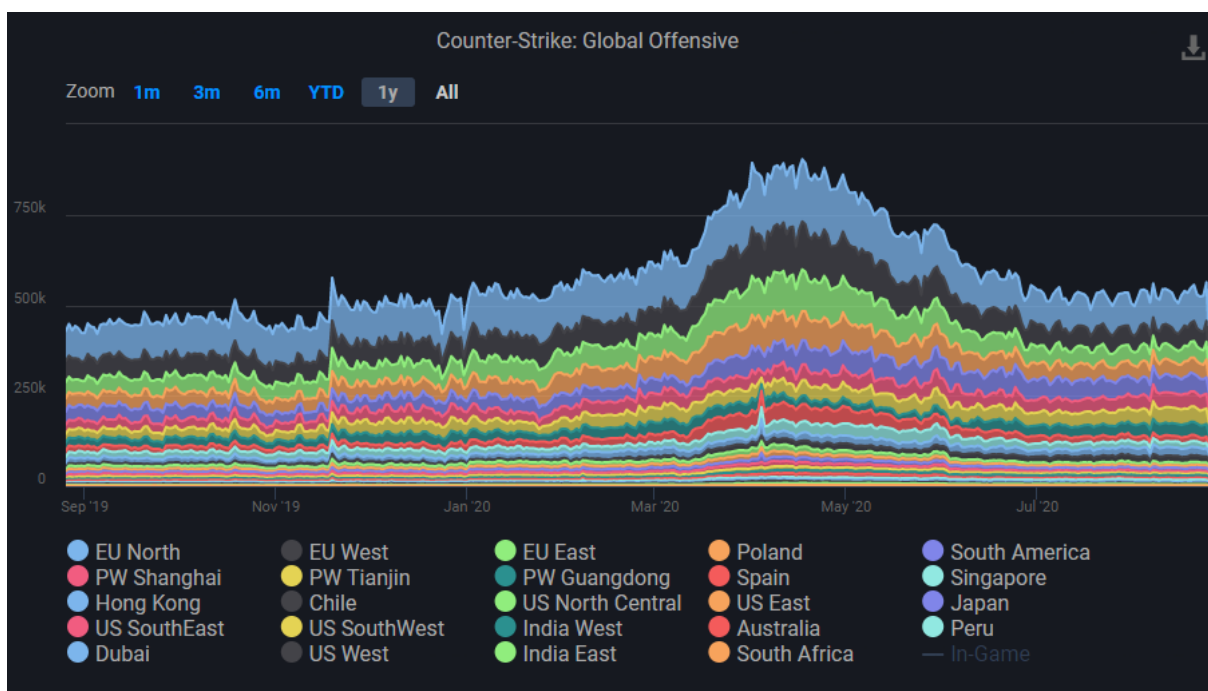
CS:GO je svoje probleme vezano za broj stalnih igrača riješio umetanjem vanjskih motivatora, što je dovelo do toga da se igrači franšize ponovo okušaju u igri. Postepeno se broj igrača povećao, svakim danom igra je brojila sve veći broj novih igrača. Većina igrača, od natjecateljskih do povremenih im se sviđala privlačnost izgleda virtualnog dobra koji je na neki način poseban i tako su igrači istodobno uživali u dobru i pokazivali svoje ulaganje.

Igrači su dobivali osjećaj hvalisanja, što je dovelo do toga da i drugi igrači potroše novac na virtualno dobro kako bi i oni postali prihvatljivi u zajednici. Zajednica se proširila što je dovelo do veće potražnje i automatski viših cijena virtualnih dobara. Svi faktori uvelike su utjecali na popularnost igre što je dovelo do kreiranja virtualne ekonomije, nastale su ponuda i potražnja i počela je trgovina virtualnim dobrima.

Mnogo je igrača, mladih i starih koji ne shvaćaju u potpunosti vrijednosti virtualnih dobra koje posjeduju i podložni su korištenju svojih vrijednih dobra za klađenje u profesionalnim utakmicama ili jednostavno u virtualnim igrama na sreću. Najveći razlog za zabrinutost je što ne postoji mnogo načina sprječavanja da maloljetni igrači sudjeluju.

Isto tako dobiveno ili kupljeno virtualno dobro se može trgovati ili se može smatrati kao investicija. Virtualno dobro se može mijenjati za drugo radi špekuliranja da će cijena određenog dobra narasti u velikom postotku u odnosu na drugo. Ponuda i potražnja se formiraju međusobno između igrača i s određenim znanjem i iskustvom postoji mogućnost zarade.

Grafikon br. 7: Broj igrača CS:GO-a na kompetitivnoj razini



Izvor: <https://steamdb.info/servers/>, (05.08.2020.)

Zbog situacije s COVID-om CS:GO video igra je postala još popularnija kao što vidimo iz grafikona br. 7. Prije nekoliko godina, ova pucačina prvog lica imala je u prosjeku oko 500 tisuća igrača unutar jednog dana. Međutim, trenutna statistika sugerira nešto sasvim drugačije. Otprilike oko 900 tisuća aktivno igra CS:GO za vrijeme COVID-a.

Povrh svega, CS:GO je postavio novi rekord od 1.305.714 istodobnih igrača (Steamdb). Iz grafa se može iščitati da je broj igrača nakon smirivanja COVID-a opao, no nakon toga opet počinje pozitivan trend te brojka prelazi preko 550 tisuća svakodnevnih igrača.

Dok druge video igre poput Fortnite-a, PUBG-a i Apex Legends dostigle sulude brojke od njihovog objavljivanja, CS:GO je i dalje uspio zadržati većinu svojih natjecateljskih i povremenih igrača. Stoga gledano u suštini CS:GO i dalje djeluje relativno dobro te broj igrača se povećava. Iz dobivenih rezultate možemo jasno vidjeti da je CS:GO najpopularnija igra na Steam-u.

Video igra je starija od 8 godina te svake godine sve više i više jača te privlači pozornost publike iz cijelog svijeta. Još jedan faktor koji pridonosi njenoj popularnosti su turniri koji se održavaju iz mjeseca u mjesec. Turniri imaju sulude gledatelje, dosežući više od 1 milijuna istodobnih gledatelja na svim platformama za emitiranje te nagradnim fondom od 1 milijuna dolara za dobitnu momčad.

Takvim tempom i postepenim rastom CS:GO i SCM očekuje svijetla budućnost ili je to samo primjer investicijskog balona baš kao i bitcoin. Bitcoin je kriptovaluta koja je izazvala veliku turbulenciju na tržištu. Kriptovaluta predstavlja digitalni ekvivalent novca, a karakterizira ga nepostojanje središnje institucije koja ga izdaje ili njime upravlja (Buterin, Janković, Klaus, 2018.). To se može povezati da balon na tržištu može rasti u nedogled, što prisiljava sve trgovce da obave kupnju, unatoč činjenici da je samo pitanje vremena kad će balon puknuti, jer balon nema stvarnih temelja (Buterin, Janković, Klaus, 2020.). Potražnja za virtualnim dobrima nikad nije bila veća što ujedno znači i viša cijena istog. No, nitko ne garantira da će se tržište razvijati bez prestanka te možda baš 2021. godina bude prijelomna za SCM i CS:GO.

6. ZAKLJUČAK

Općenito život ljudi počinje biti sve digitalniji. Digitalizacija je oslonac u našem svakodnevnom životu, a za neke od nas veliki dio u kojem provodimo svoje vrijeme. Često za zadovoljavanje naših potreba za zabavom, provodimo na video igrama, videozapisima, glazbom ili na društvenim mrežama. Stoga ne čudi da se naše ponašanje trgovanja, prodaje i kupovine s ciljem poboljšanja vlastitog statusa i blagostanja, događa i u svijetu koji smo stvorili na mreži. U početku su se stvarni predmeti prodavali, poput knjiga ili odjeće, ali tu se nisu zaustavili. Za mnoge ljude, video igre poput CS:GO postaju sve više i više stvarnim životom, tako da je korak kupnje predmeta u „novom“ stvorenom životu sasvim normalna odluka. Ako većinu dana provodite u tom svijetu, zašto ne povećati svoje zadovoljstvo kupnjom virtualnih dobara kojima svijetu dodate svoj osobni stil.

Dobro iskustvo unutar igre pružaju drugi igrači. Potaknuti igrače dodavanjem dodatne vrijednosti unutar igre, a zatim dodavanjem vrijednosti jedni drugima je ključno kako bi jedna video igre uspjela u zajednici. Takva dodatna vrijednost unutar igre bila su virtualna dobra. Zajednica se proširila što je dovelo do veće potražnje i automatski viših cijena virtualnih dobara. Svi faktori uvelike su utjecali na popularnost igre što je dovelo do kreiranja virtualne ekonomije, nastale su ponuda i potražnja i počela je trgovina virtualnim dobrima.

Trgovanjem financijskim instrumentima na financijskom tržištu je zahtjevan posao. Svakodnevno trgovanje i praćenje situacije na tržištu zahtjeva puno vremena i truda. To je posao na kojemu morate biti stalno prisutni. Isto tako i trgovanje virtualnim dobrima koja imaju monetarnu vrijednost jer u kratkom periodu cijena se može dignuti ili spustiti te takva promjena će imati utjecaj na investiciju.

Kako postoje OTC tržišta vezano za vrijednosne papire tako postoje i OTC tržišta za video igre. Unutar video igara postoje virtualna dobra te se njihova vrijednost određuje isključivo onim što su korisnici spremni platiti za njih.

Imovina poput bankarskih depozita, potraživanja i dugoročna ulaganja u obveznice i dionice nemaju fizičku suštinu, ali se ne klasificiraju kao nematerijalna imovina. Navedena imovina su financijski instrumenti i dobivaju njihovu vrijednost iz prava ili zahtjeva za

primanjem novca ili novčanih ekvivalenata u budućnosti. Ono što taj papir predstavlja, je vlasništvo nad subjektom, poput javnog poduzeća ili ugovorno pravo na isplate, npr. prihod od kamata od obveznica. To je bitna karakteristika u kojoj se virtualna dobra i financijski instrumenti razlikuju te virtualna dobra se ne mogu smatrati financijskim instrumentom ali imaju nekoliko zajedničkih karakteristika koju su spomenute unutar rada.

Sustavnim proučavanjem moguće je ostvariti spoznaje o povezanosti trgovanjem virtualnim dobrima i financijskim instrumentima. Oba navedena pojma su imovina koja ima monetarnu vrijednost te se njome može trgovati na tržištu s ljudima koje nikad niste upoznali. Također trgovanjem virtualnih dobara moguće je ostvariti zaradu i mogu se smatrati kao profitabilna investicija.

Stoga gledano u suštini CS:GO i dalje djeluje relativno dobro te broj igrača se povećava. Iz dobivenih rezultate unutar rada možemo zaključiti da je CS:GO najpopularnija igra na Steam-u. Ali nije jedino popularnost što CS:GO ima, ima i jednu od najvećih virtualnih ekonomija svijeta internetskih igara. Video igra je starija od 8 godina te svake godine sve više i više jača te privlači pažnju publike iz cijelog svijeta. Takvim tempom i postepenim rastom CS:GO i SCM očekuje svijetla budućnost. Potražnja za virtualnim dobrima nikad nije bila veća što ujedno znači i viša cijena istog. No, nitko ne garantira da će se tržište razvijati bez prestanka te možda baš 2021. godina bude prijelomna za SCM i CS:GO.

POPIS LITERATURE

KNJIGE I ČLANCI

1. Ristić, Ž. (2015.), Globalni financijski menadžment, Ekonomski fakultet Banja Luka, str. 3-7.
2. Klačmer Čalopa, M., i Cingula, M., (2012.), Financijske institucije i tržište kapitala, Varaždin, Fakultet organizacije i informatike Varaždin, str. 3-8.
3. Buterin, D., Janković, S. & Klaus, S. (2018.), Je li vrijeme za kratku prodaju bitcoina?, Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, Vol. 9, No. 1, str. 12-21.
4. Buterin, D., Janković, S. & Klaus, S. (2020.), Cryptocurrencies, bitcoin and market bubbles, Zbornik radova, Smart Governments, Regions and Cities, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, str. 303-315.

INTERNETSKI IZVORI

1. Službena stranica HANFE, <https://www.hanfa.hr/getfile.ashx/?fileId=42497>, (10.04.2020.)
2. Službena stranica Zagrebačke burze, <https://zse.hr/default.aspx?id=64271>, (13.04.2020.)
3. Makuch, E., (2012.), Valve worth \$3 billion report, Gamespot, <https://www.gamespot.com/articles/valve-worth-3-billion-report/1100-6365049/>, (20.04.2020.)
4. Bolding, J., (2019.), Steam now has 30,000 games, PCgamer, <https://www.pcgamer.com/steam-now-has-30000-games/>, (25.04.2020.)
5. Edwards, C., (2013.), Valve lines up console partners in challenge to Microsoft, Sony, Bloomberg, <https://www.bloomberg.com/news/articles/2013-11-04/valve-lines-up-console-partners-in-challenge-to-microsoft-sony>, (28.04.2020.)
6. Hall, C., (2016.), Report: Paid Steam games market estimated at over \$3.5 billion in 2015, Polygon, <https://www.polygon.com/2016/1/4/10710184/report-paid-steam-games-market-estimated-at-over-3-5-billion-in-2015>, (28.04.2020.)
7. Sayer, M., Wilde, T., (2018.), The 15-year evolution of Steam, PCgamer, <https://www.pcgamer.com/steam-versions/>, (30.04.2020.)

8. Graft, K., (2009.), Stardock reveals impulse, Steam market share estimates, Gamasutra, https://www.gamasutra.com/php-bin/news_index.php?story=26158, (01.05.2020.)
9. Smith, M., (2010.), Steam: A monopoly in the making, Editor's choice, https://v1.escapistmagazine.com/articles/view/video-games/issues/issue_245/7285-Steam-A-Monopoly-In-the-Making, (05.05.2020.)
10. Nunneley, S., (2018.), Half of Steam's \$4.3 billion in revenue for 2017 was generated by just 100 games, VG24/7, <https://www.vg247.com/2018/03/24/steam-4-3-billion-revenue-2017/>, (05.05.2020.)
11. Službena stranica Steamworks, https://partner.steamgames.com/doc/blog/2020/new_releases, (05.05.2020.)
12. Službena stranica Steam, <https://www.store.steampowered.com/>, (07.05.2020.)
13. Villanueva, J., (2017.), CS:GO officially released in China through Perfect World, DOTesports, <https://dotesports.com/counter-strike/news/csgo-released-in-china-perfect-world-17402>, (11.05.2020.)
14. Scott-Jones, R., (2017.), Here are CS:GO's loot box odds, PCGamesn, <https://www.pcgamesn.com/counter-strike-global-offensive/csgo-case-odds>, (11.05.2020.)
15. Lahti, E., (2016.), Valve puts in \$1 million for all future major CS:GO tournaments, PCgamer, <https://www.pcgamer.com/valve-all-major-csgo-tournaments-will-be-1-million/>, (11.05.2020.)
16. Frederick, B., (2018.), ELEAGUE announces CS:go premier TV plans, Esports 101 special, Fansided, <https://fansided.com/2018/08/22/eleague-announces-csgo-premier-tv-plans-esports-101-special/>, (11.05.2020.)
17. Službena stranica Steam Database, <https://steamdb.info/app/730/graphs/>, (12.05.2020.)
18. Službena stranica Steam Community Market, <https://steamcommunity.com/market/>, (19.05.2020.)
19. Službena stranica CS:GO stash, <https://csgostash.com/skin/422/AWP-Dragon-Lore>, (19.06.2020.)
20. Službena stranica Broskins, https://broskins.com/index.php?pages/case_hardened/, (24.06.2020.)

21. Horvatić, H., (2015.), Najveće svjetske burze i banke, Finance.hr, <http://finance.hr/tournament/najvece-svjetske-burze-i-banke/>, (03.07.2020.)
22. Murphy, C., (2020.), Over-The- Counter (OTC), Investopedia, <https://www.investopedia.com/terms/o/otc.asp>, (03.07.2020.)
23. Službena stranica Buff163, <https://buff.163.com>, (06.07.2020.)
24. Službena stranica Cs.money, <https://cs.money>, (10.07.2020.)
25. Službena stranica Skinport, <https://skinport.com>, (14.07.2020.)
26. Službena stranica Skinbaron, <https://skinbaron.de>, (17.07.2020.)
27. Službena stranica CS:GO analyst, <https://csgo.steamanalyst.com>, (12.08.2020.)
28. Službena stranica Statista, <https://www.statista.com>, (01.08.2020.)
29. Pairitz Morris, C., (2020.), Video Game Demographics, Earnest, <https://www.earnest.com/blog/the-demographics-of-video-gaming/>, (01.08.2020.)
30. Službena stranica Steam Database, <https://steamdb.info/servers/>, (05.08.2020.)

POPIS ILUSTRACIJA

Grafikoni

1. Grafikon br. 1: Broj prodaja kopija video igra s zaradom većom od 10000 dolara unutar 2 tjedna od objavljivanja
2. Grafikon br. 2: Broj prodaja kopija video igra s zaradom većom od 10000 dolara unutar 2 tjedna od objavljivanja
3. Grafikon br. 3: Broj igrača video igre CS:GO
4. Grafikon br. 4: Ponuda i potražnja Operation Bravo Case
5. Grafikon br. 5: Kretanje cijena Operation Bravo Case
6. Grafikon br. 6: Potrošnja Amerikanca na video igre
7. Grafikon br. 7: Broj igrača CS:GO-a na kompetitivnoj razini

Tablice

1. Tablica br. 1: Vrijeme odvijanja pojedinih faza trgovine u modalitetu kontinuiranih dražbi
2. Tablica br. 2: Podjela financijskih instrumenata
3. Tablice br. 3: Popis 10 najvrjednijih inventara
4. Tablica br. 4: Investicija virtualnih dobra CS:GO-a u drugom mjesecu
5. Tablica br. 5: Trgovanje virtualnim dobrima CS:GO-a

Fotografije

1. Fotografija br. 1: Početna stranica Steam-a
2. Fotografija br. 2: Prikaz Steam Community Market-a
3. Fotografija br. 3: Ponuda i potražnja virtualnog item-a igre CS:GO
4. Fotografija br. 4: Tvornički novo
5. Fotografija br. 5: Minimalna korištenost
6. Fotografija br. 6: Testirano na terenu
7. Fotografija br. 7: Istrošen u bitkama
8. Fotografija br. 8: Karambit Case Hardened 463 pattern
9. Fotografija br. 9: Karambit Case Hardened 442 pattern
10. Fotografija br. 10: Početna stranica Buff163
11. Fotografija br. 11: Početna stranica CS.money
12. Fotografija br. 12: Početna stranica Skinport
13. Fotografija br. 13: Početna stranica SkinBaron