

**Цибровський А., ст. викл.,**  
*Державний торговельно-економічний університет,*  
*м. Київ, Україна*  
ORCID: 0000-0002-5715-9077

**Войтюк А., студ.,**  
*Державний торговельно-економічний університет,*  
*м. Київ, Україна*

## **ІННОВАЦІЇ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

У сучасних умовах конкуренція між спортивними організаціями стає дедалі жорсткішою. Щоб вижити і розвиватися, спортивні організації повинні швидко реагувати на зміни в суспільстві та спорті, впроваджувати новітні технології та управляти своїми спортивними організаціями з інноваційним підходом. Одним із ключових інструментів досягнення успіху є інноваційний менеджмент.

Інноваційний менеджмент – це систематичний процес розробки та впровадження нових ідей, продуктів, послуг або технологій в діяльність організації з метою збільшення її ефективності та конкурентоспроможності на ринку. Інновації мають вирішальне значення для успіху будь-якої організації, включно зі спортивними. Здатність до інновацій та адаптації до мінливих обставин – це те, що відрізняє успішні організації від їхніх конкурентів [1].

Існують різні типи інновацій та їхній вплив на спортивні організації. Основними типами інновацій є:

– Технологічні інновації: пов’язані з розробкою нових технологій або вдосконаленням існуючих технологій. У спортивних організаціях такі інновації можуть призвести до покращення якості тренувань, підвищення медичної ефективності, покращення умов для змагань тощо.

– Організаційні інновації: пов’язані з оновленням процесів управління, структур та організації спортивних організацій. Такі інновації можуть забезпечити ефективне використання ресурсів, покращити комунікацію та співпрацю між працівниками організації.

– Маркетингові інновації стосуються покращення стратегій маркетингу та продажу продуктів чи послуг спортивної організації.

– Соціальні інновації: стосуються покращення взаємодії між спортивною організацією та суспільством і підвищення соціальної відповідальності. Ці інновації можуть покращити репутацію організації.

Інноваційний менеджмент відіграє важливу роль у розвитку спортивних організацій. Він дозволяє створювати та впроваджувати нові ідеї, продукти та послуги.

Роль інноваційного менеджменту полягає в розробці та впровадженні нових ідей та стратегій, що дозволяють забезпечити успішну діяльність організації в умовах змінного ринку та конкуренції. Інноваційний менеджмент також забезпечує відкритість та співпрацю з зовнішніми партнерами та створює ефективні механізми для впровадження нових ідей та технологій в діяльність організації. Спортивна індустрія переживає період швидких змін, зумовлених прогресом технологій, зміною споживчих уподобань і зростанням конкуренції. Щоб залишатися конкурентоспроможними, спортивні організації повинні сприймати інновації та бути готовими йти на ризик [2].

Для того, щоб реалізувати ефективність інноваційного менеджменту в спортивних клубах, необхідно зробити кілька кроків:

1. Розробити чітку стратегію. Спортивні організації повинні мати чіткий план на майбутнє, щоб зосередитися на ключових цілях і визначити, які інновації необхідні для досягнення цих цілей.

2. Підтримувати культуру інновацій. Для того, щоб інновації працювали в організації, необхідно створити культуру, яка підтримує її розвиток. Цього можна досягти, створивши інноваційне середовище, де вільно обговорюються нові ідеї та заохочується їх реалізація.

3. Визначте ключові потреби клієнтів. Важливо визначити потреби та очікування клієнтів, оскільки інновації мають бути спрямовані на вирішення проблем та задоволення потреб клієнтів.

4. Залучити команду експертів. Для впровадження інновацій потрібні люди з відповідними знаннями та навичками.

5. Визначте критерії успіху. Для оцінки ефективності інноваційного менеджменту необхідно визначити критерії успіху та систему моніторингу й оцінки реалізації інноваційних проектів.

6. Навчитися використовувати дані. Аналіз даних може допомогти виявити проблемні зони.

Клуби, які успішно впроваджують інновації, можуть отримати конкурентну перевагу, збільшити доходи та залучити більше вболівальників і спонсорів.

Спортивний клуб сьогодні – це вузол об'єктивно-віртуальних та асоціативно-емоційних складових бренду. В свою чергу, кожна

складова бренду постійно переплетена з іншим зацікавленими сторонами: уболівальниками, стейкголдерами, ЗМІ, членами клубу, державними чи регіональними органами влади, акціонерами. [3]

Тому досягнення ефективності інноваційного менеджменту є важливим фактором забезпечення успіху спортивних організацій у сучасних умовах.

### **Список використаних джерел**

1. Лабрадор, Е. Дж., Управління спортивними інноваціями, 2017 р.
2. Джонсон, Д. Т., Інновації в спорті: ключ до випередження, 2019 р.
3. Fayvishenko D. & Sidielnikov D. (2023) Media transformation of socially responsible projects. *Scientia fructuosa – Scientific journal*, 2 (148), 48–59. <http://journals.knute.edu.ua/scientia-fructuosa/article/view/1797/1696> (дата звернення 05.05.2023).