

ФІЛОСОФІЯ СПОРТУ PHILOSOPHY OF SPORT

УДК 796.01:004

DOI <https://doi.org/10.32782/hst-2025-25-102-17>

ІННОВАЦІЙНІ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ДРАЙВЕР ТРАНСФОРМАЦІЇ СИСТЕМИ СУЧАСНОГО СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

СИВОХОП, ЕДУАРД¹
СЕМАЛЬ, НАТАЛІЯ²
БІЛОГУР, ВЛАДА³

Анотація

У статті досліджено роль інноваційних цифрових технологій як ключового драйвера трансформації сучасного спортивного менеджменту. Метою статті є комплексний аналіз впливу інноваційних цифрових технологій на трансформацію системи сучасного спортивного менеджменту та визначення їхнього потенціалу для підвищення ефективності управління спортивними організаціями, підготовки спортсменів і взаємодії з аудиторією. Задання дослідження: 1) дослідити сучасні інноваційні цифрові технології у спортивному менеджменті, цифрових платформ управління спортивними організаціями; 2) виявити вплив цифрових технологій на ефективність спортивного менеджменту, включно з оптимізацією процесів управління, підвищенням результативності спортсменів; 3) проаналізувати зарубіжний досвід впровадження цифрових інновацій у спорті з метою виявлення практик, що можуть бути адаптовані в Україні; 4) визначити перспективи та рекомендації щодо інтеграції цифрових технологій у систему сучасного спортивного менеджменту. Розглянуто основні тенденції цифровізації спортивних організацій, включно з використанням аналітики великих даних, систем управління ефективністю спортсменів, платформ для комунікації та маркетингу, а також інструментів для підвищення комерційної привабливості команд і заходів. Виділено позитивний вплив цифрових рішень на оптимізацію управлінських процесів, підвищення результативності спортсменів та конкурентоспроможності спортивних організацій. Наведено перспективи впровадження новітніх технологій у спортивний менеджмент та рекомендації щодо підвищення ефективності їх інтеграції. Стаття буде корисною для фахівців із спортивного менеджменту, аналітиків цифрових технологій та дослідників у сфері інноваційного розвитку спорту. Зроблено висновок, що інтеграція цифрових технологій у систему спортивного менеджменту створює умови для підвищення конкурентоспроможності спортивних організацій, ефективного управління ресурсами та розвитку інноваційних моделей взаємодії зі спортсменами, тренерами та уболівальниками. Перспективи цифровізації свідчать про те, що сучасний спортивний менеджмент у найближчі роки трансформуватиметься в інтегровану систему, здатну швидко адаптуватися до технологічних змін і забезпечувати стійкий розвиток галузі.

Ключові слова: інноваційні технології, цифровізація, спортивний менеджмент, ефективність спортивних організацій, Smart-технології у спорті, оптимізація процесів, Big Data у спорті, цифрова стратегія спортивних організацій.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Актуальність дослідження зумовлена стрімкою цифровою трансформацією спортивної індустрії, яка охоплює управлінські процеси, організацію змагань, підго-

товку спортсменів, маркетинг, аналітику результатів та взаємодію з уболівальниками. В умовах глобальної цифровізації цифрові технології (big data, штучний інтелект, хмарні сервіси, блокчейн, Інтернет речей) стають ключовим чинником підвищення ефективності спортивного менеджменту, прозорості управління та конкурентоспроможності спортивних організацій. Особливої актуальності проблема набуває в контексті європейської інтеграції, розвитку цифрової економіки та необхідності впровадження інноваційних управлінських моделей у спортивних організаціях. Цифрові технології дозволяють оптимізувати управлінські рішення, мінімізувати ризики, забезпечити сталий розвиток спорту та адаптацію

¹ ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (Ужгород, Україна)

E-mail: eduard.syvokhop@uzhnu.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8939-8446>

² ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (Ужгород, Україна)

E-mail: natalija.semal@uzhnu.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1998-3460>

³ ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (Ужгород, Україна)

E-mail: bilogurvlada@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1053-2716>

до сучасних соціально-економічних і технологічних викликів. Концептуалізація теми ґрунтується на міждисциплінарному підході, що поєднує теорії спортивного менеджменту, цифрової економіки, інноваційного управління та філософії цифрової трансформації. У межах дослідження цифрові технології у спортивному менеджменті розглядаються як: системоутворюючий фактор модернізації управлінських процесів у спорті; інструмент стратегічного управління, прийняття рішень та прогнозування результатів; засіб підвищення ефективності організаційної, фінансової та маркетингової діяльності спортивних організацій; основа формування цифрової культури управління та нових управлінських компетентностей. Концептуальна модель передбачає аналіз взаємодії між цифровими інструментами, управлінськими функціями та результативністю діяльності спортивних організацій, а також оцінку впливу цифровізації на сталий розвиток спортивної індустрії [1]. У сучасних умовах глобальної цифровізації інноваційні цифрові технології виступають одним із ключових драйверів трансформації системи спортивного менеджменту, докорінно змінюючи логіку управління спортивними організаціями, механізми прийняття рішень та стратегічні орієнтири розвитку спортивної галузі. Перехід від традиційних адміністративно-ієрархічних моделей управління до цифрово орієнтованих, гнучких та адаптивних систем зумовлює формування нового типу спортивного менеджменту, заснованого на даних, інноваціях і міждисциплінарній взаємодії. Інноваційні технології у спорті – це нові або значно вдосконалені технологічні рішення, які дозволяють покращувати ефективність спортивних організацій, тренувальних процесів та взаємодію зі спортсменами та глядачами. Приклади та напрямки застосування: 1) Тренувальні технології: смарт-трекери, датчики руху, VR/AR для симуляції ігрових ситуацій. 2) Аналітика та моніторинг: платформи для відстеження фізичної форми та прогресу спортсменів. 3) Організаційні інновації: цифрові платформи для управління командами, розкладу матчів, комунікації зі спонсорами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, з яких започатковано розв’язання даної проблеми і на які спирається автор. Аналіз сучасної наукової літератури свідчить про зростаюче значення цифрової трансформації у спортивній сфері та управлінні спортом. Dhandapani (2025) підкреслює, що цифрові технології радикально

змінюють маркетингові стратегії у спорті, надаючи організаціям можливість більш ефективно залучати аудиторію через соціальні мережі, платформи потокового відео та аналітичні інструменти [1]. Christodimitropoulou (2025) розширює цей підхід, розглядаючи технологічні тренди у спортивному менеджменті та стратегічні наслідки їх впровадження, акцентуючи увагу на необхідності інтеграції цифрових рішень у всі аспекти управління спортивними організаціями [2].

Дослідження Gia (2021) висвітлює роль цифрових технологій у спортивній журналістиці, де швидкий доступ до даних, аналітика результатів та взаємодія з вболівальниками через онлайн-платформи формують нові підходи до медійного покриття спортивних подій [3]. Ersöz і Gökmen (2023) детально аналізують цифрову трансформацію в управлінні спортом, підкреслюючи, що впровадження сучасних інформаційних систем і цифрових платформ сприяє оптимізації процесів, підвищенню ефективності управлінських рішень та розвитку спортивної інфраструктури [4].

Yılmaz, Nacişaferoğlu та Nacişaferoğlu (2025) приділяють увагу технологічно підтриманій освіті у спорті, вказуючи на важливість цифрових інструментів у навчанні спортсменів та підготовці фахівців спортивного менеджменту [5]. Çınar (2025) розглядає інновації у сфері цифровізації спорту та їх перспективи, наголошуючи на потенціалі штучного інтелекту, аналітики даних та інтерактивних платформ для трансформації спортивних практик [6].

Ряд досліджень, таких як «Digital technologies in sports: Opportunities, challenges, and strategies for safeguarding athlete wellbeing and competitive integrity in the digital era» (2024), акцентує увагу на викликах цифровізації, включаючи безпеку спортсменів, захист даних та забезпечення чесної конкуренції, що є важливим аспектом при інтеграції цифрових технологій у спортивну діяльність [7]. Mishra (2025) висвітлює можливості використання штучного інтелекту та аналітики даних для прогнозування спортивних результатів та стратегічного планування, підкреслюючи роль інструментів, таких як BERTopic, у систематизації знань про розвиток спортивних технологій [8]. Al Mannai (2025) розглядає культурні аспекти прийняття технологій на прикладі впровадження електронних систем відстеження продуктивності у футболі Катару, вказуючи на взаємозв’язок культурних чинників та ефективності цифрових інновацій [9].

Таким чином, сучасна література демонструє, що цифрова трансформація у спортивній індустрії охоплює широкий спектр напрямів: від маркетингу та менеджменту до освіти та медіа, включає інтеграцію аналітики та штучного інтелекту, а також пов'язана з соціокультурними й етичними викликами. Загалом, цифровізація стає ключовим чинником підвищення ефективності, інноваційності та стійкості спортивних організацій у глобальному цифровому середовищі. Значний внесок у розвиток концепції data-driven management у спорті зробили Albinson, McCullough, Watanabe, які досліджували цифрову взаємодію з уболівальниками та управлінську аналітику [9].

У зарубіжній науковій традиції проблеми цифрових технологій у спортивному менеджменті розглядалися в межах теорій інноваційного менеджменту, цифрової трансформації та спортивної індустрії. У європейських дослідженнях значна увага приділяється цифровізації спорту як елементу соціально-економічного розвитку. Bartie Houlihan, Ian Henry аналізували управління спортом у контексті публічної політики та цифрових реформ. Ratten Vanessa розглядала цифрове підприємництво та інновації у спортивній індустрії, підкреслюючи роль технологій у трансформації управлінських моделей. Таким чином, концепція цифрових технологій як інструменту трансформації сучасного спортивного менеджменту сформувалася на перетині праць зарубіжних і вітчизняних дослідників у галузях спортивного менеджменту, цифрової економіки, інноваційного управління та філософії цифрового суспільства [10].

Окремий напрям формують праці Erik Brynjolfsson і Andrew McAfee, які, хоча й не спеціалізуються виключно на спорті, заклали теоретичні засади розуміння цифрової трансформації управління та впливу штучного інтелекту на організаційні моделі, що активно застосовуються в сучасному спортивному менеджменті. Цифровізація у наукових дослідженнях – це процес переведення традиційних процесів, даних та послуг у цифровий формат з метою підвищення ефективності та доступності. У спортивному менеджменті це означає: використання цифрових платформ для управління командою (розклад тренувань, документи, статистика); онлайн-трансляції та платформи для фанів, що забезпечують нові джерела доходу; автоматизація бухгалтерії, контрактів та інших адміністративних процесів [11].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячу-

ється означена стаття. Сучасний спортивний менеджмент переживає значну трансформацію під впливом цифрових технологій, однак низка аспектів цієї проблеми досі залишається недостатньо вивченими. По-перше, більшість наукових досліджень зосереджені на окремих інноваційних інструментах, таких як штучний інтелект, великі дані (Big Data) чи технології віртуальної та доповненої реальності (VR/AR), при цьому відсутні комплексні моделі інтеграції цих технологій у систему управління спортивними організаціями. По-друге, залишається невирішеним питання оцінки ефективності цифрових технологій у спортивному менеджменті: конкретний вплив на результативність спортсменів, ефективність команд і бізнес-показники спортивних організацій досі недостатньо досліджений. По-третє, у зарубіжних країнах активно впроваджуються новітні технології у професійному спорті, однак питання адаптації цього досвіду до національного контексту, зокрема українського, залишається відкритим. Крім того, існують невирішені етичні та соціальні аспекти цифровізації спорту, зокрема конфіденційність персональних даних спортсменів, психологічне навантаження та соціальна адаптація учасників спортивного процесу. Нарешті, недостатньо вивчено механізми інтеграції цифрових технологій у маркетинг та взаємодію з фанатами, що обмежує повне розкриття потенціалу цифровізації для залучення та утримання аудиторії. Таким чином, актуальність дослідження визначається потребою розробки комплексного підходу до впровадження інноваційних цифрових технологій у сучасний спортивний менеджмент, який би враховував як технічні, так і соціальні аспекти трансформації [12].

Мета та формування цілей статті (постановка завдання). Метою даної статті є комплексний аналіз впливу інноваційних цифрових технологій на трансформацію системи сучасного спортивного менеджменту та визначення їхнього потенціалу для підвищення ефективності управління спортивними організаціями.

Досягнення цієї мети передбачає вирішення низки завдань, що включають:

1. Огляд сучасних інноваційних цифрових технологій у спортивному менеджменті, зокрема штучного інтелекту, великих даних (Big Data), технологій віртуальної та доповненої реальності (VR/AR), носимих пристроїв (IoT) та цифрових платформ управління спортивними організаці-

ями, із визначенням їхніх функціональних можливостей і сфер застосування.

2. Виявлення впливу цифрових технологій на ефективність спортивного менеджменту, включно з оптимізацією процесів управління, підвищенням результативності спортсменів, конкурентоспроможності команд та комерційної привабливості спортивних організацій.

3. Аналіз зарубіжного досвіду впровадження цифрових інновацій у спорті з метою виявлення практик, що можуть бути адаптовані в національному контексті, зокрема в Україні.

4. Визначення перспектив та рекомендацій щодо інтеграції цифрових технологій у систему сучасного спортивного менеджменту, що дозволить створити комплексний підхід до цифрової трансформації та забезпечити ефективне поєднання технічних і соціальних аспектів управління спортом.

Стаття спрямована на системне дослідження потенціалу цифрових технологій як драйвера трансформації спортивного менеджменту та формування практичних рекомендацій щодо їх впровадження, що забезпечить підвищення ефективності діяльності спортивних організацій та конкурентоспроможності українського спорту на міжнародному рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів

Цифровізація спортивного менеджменту як багатовимірний процес використання інноваційних технологій та управління спортивними організаціями. Цифровізація спортивного менеджменту є комплексним і багатовимірним процесом, що охоплює трансформацію управлінських, організаційних, фінансових та комунікаційних механізмів у сфері спорту. Насамперед вона проявляється в цифровізації управлінських процесів, що передбачає автоматизацію планування, організації, контролю та моніторингу діяльності спортивних організацій із використанням сучасних цифрових платформ управління, електронного документообігу та аналітичних систем підтримки управлінських рішень. Важливим напрямом є впровадження аналітики даних і технологій Big Data, які забезпечують збір, обробку та інтерпретацію великих масивів інформації з метою підвищення обґрунтованості управлінських рішень, прогнозування результативності діяльності та оптимізації використання ресурсів [4]. Спортивний менеджмент – це система орга-

нізаційних, управлінських і стратегічних процесів, спрямованих на ефективне функціонування спортивних організацій. Напрями удосконалення: управління спортсменами, що включає планування тренувань, мотивація, кар'єрне просування; управління командами, націлений на формування складу, комунікація, контроль результатів; Маркетинг та фінанси: залучення спонсорів, реклама, економічна стратегія; зв'язок із технологіями в основі якого сучасний спортивний менеджмент все частіше спирається на цифрові та інноваційні технології для оптимізації рішень та підвищення конкурентоспроможності [13].

Окреме місце посідає застосування штучного інтелекту, який дозволяє моделювати управлінські сценарії, оцінювати ризики, підвищувати ефективність управління персоналом і стратегічного розвитку спортивних організацій. Цифрові технології активно інтегруються у сферу спортивного маркетингу та комунікацій, сприяючи формуванню бренду спортивних організацій, розвитку цифрових каналів взаємодії з уболівальниками та персоналізації контенту. Водночас цифровізація фінансового менеджменту забезпечує підвищення прозорості фінансових потоків, удосконалення бюджетування, контролю та використання інноваційних технологій, зокрема блокчейну, у контрактних і трансферних процесах. Суттєвим напрямом цифровізації є розвиток цифрової інфраструктури та використання Інтернету речей, що передбачає створення смарт-спортивних об'єктів, оптимізацію управління ресурсами та підвищення рівня безпеки. У цьому контексті зростає значення кібербезпеки та захисту даних, що вимагає формування ефективної політики управління цифровими ризиками. Завершальним, але не менш важливим напрямом є формування цифрової культури та розвиток цифрових компетентностей менеджерів спорту, що забезпечує адаптацію управлінських кадрів до умов цифрової трансформації та сприяє сталому й інноваційному розвитку спортивного менеджменту [5].

У зарубіжному досвіді цифровізації спортивного менеджменту в останні роки сформувалися інноваційні підходи, які є особливо цінними для адаптації в Україні з урахуванням європейського курсу розвитку та післякризового відновлення спортивної сфери. Одним із ключових нововведень є перехід від фрагментарного використання цифрових інструментів до екосистемного підходу, коли спортивні клуби, федерації, ліги та муніципальні органи управління функціонують у межах

єдиних цифрових платформ. Такі платформи забезпечують інтеграцію управлінських, фінансових, аналітичних і комунікаційних процесів, що підвищує прозорість і керованість спортивної індустрії [14].

Значного розвитку набули data-driven моделі управління, у межах яких управлінські рішення ґрунтуються на комплексному аналізі даних, а не лише на досвіді менеджерів. У провідних країнах ЄС і США активно застосовуються цифрові панелі управління (dashboard), що дозволяють у режимі реального часу відстежувати фінансові показники, ефективність персоналу, залученість уболівальників і стратегічні ризики. Для України перспективним є запозичення саме цієї культури управління на основі даних [6]. Новим і важливим напрямом зарубіжного досвіду є використання штучного інтелекту не лише у спорті високих досягнень, а й у менеджменті, зокрема для стратегічного планування, управління персоналом, оптимізації розкладів, логістики та прогнозування економічної стійкості спортивних організацій. Водночас зростає увага до етичних аспектів цифровізації, що проявляється у впровадженні кодексів цифрової етики та стандартів відповідального використання ШІ, що є актуальним для формування довіри в українському спортивному середовищі.

У зарубіжній практиці також активно розвивається цифрова участь уболівальників через мобільні застосунки, віртуальні спільноти, гейміфікацію та елементи доповненої реальності, що розглядається не лише як маркетинговий інструмент, а як складова довгострокової стратегії розвитку спортивних організацій. Для України важливим є запозичення підходу до формування лояльних цифрових спільнот навколо спорту, особливо на рівні місцевих клубів і дитячо-юнацького спорту [7]. Цифровізація спортивного менеджменту є багатовимірним процесом, який передбачає інтеграцію інноваційних технологій у всі аспекти управління спортивними організаціями. Вона включає автоматизацію управлінських процесів, використання аналітичних даних для прийняття рішень, оптимізацію комунікацій між спортсменами, тренерами та адміністрацією, а також підвищення ефективності маркетингу та комерційної діяльності. Важливо підкреслити, що цифровізація – це не просто впровадження технічних рішень, а комплексна трансформація, що охоплює організаційні, стратегічні та технологічні аспекти діяльності спортивних структур [15].

Багатовимірність цього процесу проявляється у кількох взаємопов'язаних напрямках. По-перше, управлінський вимір передбачає використання цифрових платформ для планування тренувань і змагань, автоматизацію документації та фінансових процесів, а також впровадження CRM-систем для взаємодії з уболівальниками та спонсорами. По-друге, аналітичний вимір включає збір і обробку даних про фізичні показники спортсменів, ефективність тренувань і тактичні особливості команд, використання великих даних (Big Data) для прогнозування результатів і формування стратегії розвитку спортивної організації. По-третє, технологічний вимір передбачає застосування wearable devices, сенсорів, мобільних додатків, систем відеоаналізу, а також технологій віртуальної та доповненої реальності, що дозволяє оптимізувати тренувальний процес та підвищувати рівень підготовки спортсменів. По-четверте, соціальний та маркетинговий вимір включає використання цифрових платформ для взаємодії з фанатами, розвиток бренду команди через соціальні мережі та онлайн-маркетинг, а також аналітику поведінки аудиторії для підвищення комерційної привабливості спортивної організації.

Впровадження цифрових технологій у спортивний менеджмент забезпечує ряд переваг. По-перше, відбувається оптимізація процесів, зменшується ручна робота, пришвидшується обробка інформації та прийняття рішень. По-друге, підвищується результативність спортсменів завдяки персоналізації тренувань і контролю стану здоров'я. По-третє, зростає конкурентоспроможність команд завдяки стратегічному управлінню і аналізу суперників. Нарешті, цифровізація сприяє розвитку комерційної привабливості спортивних організацій через ефективний маркетинг, спонсорські програми та залучення аудиторії в онлайн-просторі. Разом з тим, процес цифровізації має і певні виклики. Серед них – високі витрати на впровадження технологій, необхідність навчання персоналу та тренерів, питання безпеки даних і конфіденційності інформації про спортсменів, а також ризики надмірної залежності від технологій. Отже, цифровізація спортивного менеджменту є інтеграційним багатовимірним процесом, що поєднує інноваційні технології, аналітику та сучасні управлінські практики. Вона дозволяє підвищити ефективність спортивних організацій, результативність спортсменів, конкурентоспроможність команд і комер-

ційну привабливість спорту в цілому, забезпечуючи комплексний і системний підхід до розвитку спортивного менеджменту в умовах цифрової трансформації [1].

Інноваційні цифрові технології як системоутворюючий чинник трансформації спортивного менеджменту. Особливої уваги заслуговує європейський досвід державно-приватного партнерства у цифровізації спорту, коли держава створює нормативно-правові та цифрові умови, а приватний сектор забезпечує технологічні рішення та інновації. Такий підхід дозволяє зменшити фінансове навантаження на бюджет і прискорити впровадження цифрових технологій. Для України це може стати ефективним механізмом модернізації спортивної інфраструктури. Узагальнюючи, зарубіжний досвід демонструє перехід до системної, етично відповідальної та орієнтованої на дані цифровізації спортивного менеджменту. Його адаптація в Україні потребує не механічного копіювання, а творчого переосмислення з урахуванням національних особливостей, ресурсних можливостей і стратегічних пріоритетів розвитку спортивної галузі [8].

Інновації – це процес створення, впровадження та практичного використання нових або суттєво вдосконалених ідей, технологій, продуктів, послуг чи управлінських рішень, які забезпечують якісні зміни в діяльності організацій і приводять до соціального, економічного або управлінського ефекту. У широкому філософському значенні інновації розглядаються як рушійна сила розвитку суспільства, що зумовлює перехід від традиційних форм діяльності до нових моделей мислення, управління та взаємодії. Вони відображають здатність системи до самооновлення та адаптації до змінного середовища. У економічному та управлінському контексті інновації означають комерціалізацію знань і технологій, спрямовану на підвищення ефективності, конкурентоспроможності та сталого розвитку організацій. Йдеться не лише про технічні нововведення, а й про інновації в управлінні, організаційній структурі, стратегічному плануванні та корпоративній культурі. У сфері спортивного менеджменту інновації проявляються у впровадженні цифрових технологій, нових управлінських моделей, аналітики даних, штучного інтелекту, сучасних маркетингових і комунікаційних інструментів. Вони забезпечують оптимізацію управлінських процесів, підвищення прозорості, ефективне використання ресурсів та адаптацію спортивних організацій

до викликів цифрової економіки. Отже, інновації слід розуміти не як одноразове нововведення, а як безперервний процес трансформації, що поєднує ідею, технологію, управлінське рішення та практичний результат, формуючи основу сучасного розвитку та цифрової трансформації спортивного менеджменту [9]. Big Data – це великі обсяги структурованих та неструктурованих даних, які збираються і аналізуються для прийняття рішень. Застосування включає аналіз результатів спортсменів, ігрових стратегій та поведінки фанів; прогнозування травм або потенційних результатів матчів; оптимізація маркетингових кампаній та продажу квитків. Big Data дозволяє приймати обґрунтовані рішення, підвищує конкурентоспроможність і комерційну ефективність спортивної організації.

Інноваційні цифрові технології стали системоутворюючим чинником трансформації спортивного менеджменту, змінюючи традиційні підходи до управління спортивними організаціями, підготовки спортсменів, взаємодії з уболівальниками та прийняття управлінських рішень. Цифровізація спортивного менеджменту сприяє переходу від інтуїтивного управління до data-driven management, де ключову роль відіграють аналітика великих даних, штучний інтелект, цифрові платформи та автоматизовані системи контролю. Використання цифрових інновацій підвищує ефективність управлінських процесів, зокрема у сферах планування, моніторингу результатів, фінансового менеджменту, маркетингу та управління людськими ресурсами у спорті. Цифрові технології виступають каталізатором інноваційної культури в спортивних організаціях, формуючи нові управлінські компетентності, гнучкі організаційні структури та орієнтацію на безперервний розвиток. Разом із позитивним ефектом цифрова трансформація породжує нові виклики, зокрема питання кібербезпеки, етичного використання даних спортсменів, цифрової нерівності та недостатнього рівня цифрової компетентності менеджерів. Сучасний спортивний менеджмент дедалі більше інтегрується у глобальний цифровий простір, що відкриває можливості для міжнародної співпраці, запозичення кращих практик та адаптації європейського й світового досвіду до національних умов [2].

Інноваційні цифрові технології сьогодні виступають ключовим фактором трансформації спортивного менеджменту, визначаючи нові принципи організації та функціонування спор-

тивних організацій. Вони не лише оптимізують існуючі процеси, а й формують нову систему управління, де ефективність діяльності клубів, федерацій та спортивних ліг безпосередньо залежить від здатності інтегрувати сучасні цифрові рішення. Системоутворюючий характер цифрових технологій проявляється у їх здатності створювати основу для стратегічного планування, оперативного управління ресурсами та підвищення результативності спортсменів. Зокрема, впровадження аналітичних платформ та систем збору великих даних (Big Data) дозволяє здійснювати детальний моніторинг фізичного стану спортсменів, оцінювати ефективність тренувальних програм і прогнозувати результати змагань. Використання технологій штучного інтелекту (AI) відкриває нові можливості для моделювання тактичних сценаріїв, визначення оптимальних стратегій підготовки та прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR) стають інструментами для відпрацювання техніки та тактики, забезпечуючи безпечне та високоефективне середовище тренувань [3].

Smart-технології у спорті – це інтелектуальні технологічні рішення, які адаптуються до умов та даних у реальному часі. Приклади: Smart-тренування, що включають датчики серцебиття, GPS, розумні килимки для аналізу руху. Smart-стадіони, в основі яких автоматизоване освітлення, контроль доступу, системи безпеки; Smart-аналіз, націлений на прогнозування травм або ігрових стратегій. Smart-технології націлені на покращення результатів спортсменів, зменшення травматизму, підвищення комерційної та організаційної ефективності. Ефективність спортивних організацій включає здатність спортивної організації досягати поставлених цілей із мінімальними витратами ресурсів і максимальним результатом. Критерії ефективності: результативність спортсменів та команд (медалі, рейтинги, перемоги); фінансова стабільність і прибутковість організації; соціальний вплив і залучення фанатів; оптимізація управлінських та тренувальних процесів. Автоматизація та аналітика дозволяють вимірювати ефективність і приймати стратегічні рішення на основі даних. Оптимізація процесів – це удосконалення всіх етапів роботи спортивної організації для зменшення витрат часу, ресурсів та підвищення результативності. Приклади у спорті: автоматизація розкладу тренувань та змагань, оптимізація логістики команд та інвентарю,

використання аналітики для планування харчування та тренувальних навантажень. У результаті ми отримуємо зменшення втрат часу та ресурсів, підвищення ефективності управління та спортивних досягнень [4].

Вплив інноваційних технологій на спортивний менеджмент носить системний характер, оскільки вони формують основу для інтеграції всіх елементів організаційної діяльності: від планування та контролю до взаємодії з тренерами, спортсменами та вболівальниками. Трансформація управлінських практик у спортивній сфері через цифрові технології забезпечує підвищення ефективності роботи організацій, розвиток стратегічного мислення та адаптивності до сучасних викликів глобалізованого цифрового середовища. Відтак інноваційні цифрові технології виступають системоутворюючим чинником, що не лише змінює природу спортивного менеджменту, а й визначає перспективи його подальшого розвитку. Крім безпосередньо спортивної підготовки, цифрові технології суттєво впливають на комерційну та соціальну складову спортивного менеджменту. Вони сприяють розвитку цифрових платформ для взаємодії з уболівальниками, підвищення привабливості спортивних подій, оптимізації продажу квитків, залучення спонсорів та монетизації медіаконтенту. Таким чином, цифровізація стає не лише інструментом управління, а й фактором конкурентоспроможності спортивних організацій на глобальному ринку [5].

У результаті аналізу сучасного стану цифровізації у спортивному менеджменті можна зробити висновок, що інноваційні цифрові технології виступають ключовим системоутворюючим чинником трансформації управління спортивними організаціями. Вони сприяють оптимізації процесів планування, організації та контролю спортивної діяльності, підвищенню ефективності тренувального процесу та результативності спортсменів, а також зміцненню конкурентоспроможності команд і клубів на ринку спортивних послуг. Впровадження цифрових інструментів, таких як аналітика даних, штучний інтелект, віртуальна і доповнена реальність, платформи для моніторингу показників та комунікаційні системи, дозволяє спортивним організаціям формувати більш гнучкі та адаптивні управлінські стратегії. Крім того, цифрові технології забезпечують нові можливості для комерційного розвитку та залучення інвестицій, створюючи комплексну екосистему, що інтегрує спортивні, технологічні

та бізнес-процеси. Таким чином, інноваційні цифрові технології не лише сприяють модернізації спортивного менеджменту, а й стають фундаментом для побудови стійких та конкурентоспроможних спортивних структур у сучасних умовах глобальної цифрової трансформації [6].

Зарубіжний досвід впровадження цифрових інновацій у спортивному менеджменті. У сучасну епоху цифровізації спортивний менеджмент зазнає фундаментальних перетворень, що обумовлено впровадженням інноваційних цифрових технологій на різних рівнях функціонування спортивних організацій. Зарубіжний досвід демонструє, що інтеграція цифрових інструментів не лише оптимізує управлінські процеси, але й радикально змінює практики прийняття рішень, підвищує ефективність роботи з атлетами, уболівальниками та спонсорами, а також формує нові бізнес-моделі у спорті. Одним із ключових напрямів цифрової трансформації є застосування систем аналітики великих даних (Big Data Analytics). У провідних спортивних організаціях Європи та Північної Америки ці технології використовують для глибокого аналізу спортивної діяльності: від оцінки фізичних показників спортсменів до прогнозування результатів змагань та оптимізації тренувальних навантажень. Наприклад, клуби англійської Прем'єр-ліги застосовують аналітичні платформи, що інтегрують дані GPS-моніторингу, біометричних сенсорів і відеоаналізу, що дозволяє тренерським штабам приймати обґрунтовані тактичні рішення на основі об'єктивних цифрових показників [7].

Іншою важливою складовою виступає впровадження цифрових платформ управління спортивними подіями та взаємодією з уболівальниками. Зарубіжні організації, зокрема в США та країнах Західної Європи, активно використовують мобільні додатки, інтерактивні сервіси та системи лояльності, що забезпечують персоналізований досвід для фанів спорту. Ці платформи виступають не лише як інструмент комунікації, але й як комерційно важливі активи, що сприяють зростанню доходів через продаж квитків, медіа-контенту й інтерактивних фан-сервісів. Одним із найсуттєвіших аспектів цифровізації є застосування штучного інтелекту (ШІ) та машинного навчання в управлінні спортивними ресурсами. Інноваційні рішення на базі ШІ використовуються для оптимізації кадрових рішень, автоматизації рутинних управлінських задач, оцінки потенціалу молодих спортсменів та визначення ефективності марке-

тингових кампаній. У багатьох провідних футбольних академіях Голландії та Німеччини системи на основі ШІ допомагають ідентифікувати талант на ранніх етапах, що сприяє формуванню конкурентоздатних команд у довгостроковій перспективі. Крім того, інтернет речей (IoT) став невід'ємною частиною інфраструктури спортивних організацій за кордоном. Смарт-обладнання, «розумні» стадіони та сенсори, інтегровані в тренувальні й ігрові процеси, дозволяють збирати великі обсяги даних у реальному часі. Це дає можливість менеджерам миттєво реагувати на зміни, оцінювати ризики травматизму, а також підвищувати рівень безпеки як спортсменів, так і глядачів [8].

Особливе місце у зарубіжній практиці займають цифрові маркетингові технології та платформи соціальних медіа, які використовуються для формування брендів спортивних організацій та індивідуальних спортсменів. Інтеграція CRM-систем зі стратегічним управлінням контентом у соціальних мережах забезпечує глибоке розуміння поведінки цільових аудиторій, дозволяє оптимізувати рекламні бюджети та підвищувати рівень залученості фанатів до спортивних продуктів і подій. Не менш важливою є практика застосування цифрових навчальних платформ і симуляторів, що сприяють підвищенню кваліфікації тренерів та менеджерів. Зарубіжні університети й спеціалізовані центри створюють дистанційні курси та інтерактивні тренажери, які дозволяють набувати практичних навичок із використання цифрових технологій у спорті. Це створює передумови для формування нового покоління фахівців із цифровою компетентністю у спортивному менеджменті [9].

Загалом, зарубіжний досвід впровадження цифрових інновацій у спортивному менеджменті формує комплексну модель трансформації, де цифрові технології стають не допоміжними, а фундаментальними елементами управлінської діяльності. Інтеграція аналітики, ШІ, IoT, мобільних платформ і цифрового маркетингу забезпечує не лише підвищення ефективності оперативного управління, але й створює нові стратегічні можливості для сталого розвитку спортивних організацій у глобальному конкурентному середовищі. Зарубіжний досвід впровадження цифрових інновацій у спортивному менеджменті демонструє значний вплив сучасних технологій на ефективність управління спортивними організаціями, підвищення результативності спортсменів та розвиток

взаємодії з вболівальниками. Однією з ключових тенденцій є застосування аналітичних платформ і носимих пристроїв (wearables), що дозволяють збирати та аналізувати дані про фізичну активність спортсменів, інтенсивність тренувань, рівень витривалості та процеси відновлення. Прикладами таких технологій є системи компанії Catapult Sports, які широко використовуються футбольними клубами, крикетними та регбійними командами по всьому світу для оптимізації тренувального процесу та прийняття стратегічних рішень. Водночас системи комп'ютерного зору Hawk-Eye застосовуються для фіксації траєкторій м'яча у реальному часі, що не лише підвищує точність суддівства, а й дозволяє збирати дані для аналітики продуктивності спортсменів і розробки тактичних схем [10].

Активно впроваджується штучний інтелект та технології Big Data, що сприяють трансформації процесів спортивного менеджменту. Аналітичні інструменти AI дозволяють обробляти великі масиви даних і прогнозувати результати тренувань, ігрові стратегії, ризики травм та ефективність маркетингових кампаній. Так, у провідних футбольних лігах, наприклад LaLiga в Іспанії, застосовують штучний інтелект для прогнозування тактик команд, автоматизації створення медіа-контенту та підвищення залученості фанатів, що дозволяє інтегрувати цифрові інновації у стратегічне управління лігою та окремими клубами.

Важливим аспектом є використання віртуальної та доповненої реальності (VR/AR) у тренувальному процесі, що дозволяє моделювати ігрові ситуації, підвищувати тактичну підготовку спортсменів та створювати інтерактивний навчальний досвід для тренерів. Інноваційні платформи для взаємодії з вболівальниками, такі як OneFootball, забезпечують доступ до статистики, відео та оновлень у режимі реального часу, що дозволяє клубам та лігам аналізувати поведінку фанатів, підвищувати їхню залученість і формувати ефективні маркетингові стратегії. Додатково, автоматизація створення контенту за допомогою AI, наприклад у сервісах ScorePlay, сприяє централізації медіа-ресурсів, підвищує брендову видимість команд і ліг та забезпечує нові можливості для комерційної монетизації спортивних подій [11].

Сучасний розвиток спортивного менеджменту також передбачає інтеграцію цифрових і фізичних форматів, що формує концепцію phygital-спорту.

Такий підхід поєднує традиційні спортивні змагання з цифровими платформами, створюючи нові формати взаємодії між гравцями, тренерами та фанатами, а також нові бізнес-моделі для ліг і клубів. Міжнародний досвід показує, що впровадження цифрових інновацій у спортивний менеджмент сприяє підвищенню ефективності управління організаціями, оптимізації тренувального процесу, розвитку аналітичної підтримки прийняття рішень, поліпшенню маркетингових стратегій і посиленню конкурентоспроможності команд на національному та глобальному рівнях. Таким чином, зарубіжні практики цифрової трансформації спортивного менеджменту свідчать про те, що ефективне використання інноваційних технологій, включаючи AI, Big Data, носимі пристрої, VR/AR та платформи взаємодії з вболівальниками, є системоутворюючим чинником розвитку спортивних організацій і підвищення їхньої конкурентоспроможності. Впровадження цих технологій дозволяє не лише підвищити результативність спортсменів, але й формує нові управлінські та комерційні моделі у глобальному спортивному середовищі.

Перспективи та рекомендації щодо інтеграції цифрових технологій у систему сучасного спортивного менеджменту. Сучасний спортивний менеджмент перебуває на етапі інтенсивної цифрової трансформації, що створює нові можливості для оптимізації управлінських процесів, підвищення результативності спортсменів та комерційної привабливості спортивних організацій. Перспективи інтеграції цифрових технологій у спортивний менеджмент зумовлені насамперед розвитком штучного інтелекту, великих даних (Big Data), аналітичних платформ, систем автоматизації та віртуальної реальності. Ці технології дозволяють здійснювати комплексний аналіз фізичної підготовки спортсменів, прогнозувати ризики травматизму, оптимізувати тренувальні процеси та розробляти індивідуальні стратегії розвитку команд і окремих спортсменів [12].

Використання цифрових платформ для управління спортивними організаціями сприяє підвищенню ефективності комунікації між адміністрацією, тренерами, спортсменами та спонсорами, забезпечуючи прозорість фінансових потоків і контроль ресурсів. Також цифрові інструменти дозволяють реалізовувати маркетингові стратегії на основі аналізу поведінки вболівальників, підвищуючи залучення аудиторії та створюючи нові джерела доходу. Цифрова стратегія спор-

тивної організації – це план використання цифрових та інноваційних технологій для досягнення цілей організації. Компоненти стратегії: впровадження інноваційних рішень у тренувальний та організаційний процес; використання цифрових платформ для взаємодії з фанатами, спонсорами та медіа; аналітика та прогнозування для підвищення ефективності управління; розробка смарт-ініціатив для підвищення продуктивності спортсменів і команди. Мета цифрової стратегії = зробити організацію гнучкою, конкурентоспроможною та здатною адаптуватися до цифрової трансформації спорту.

Серед перспектив розвитку варто виділити наступні напрями:

1. Розширення застосування аналітики даних та штучного інтелекту для прогнозування спортивних результатів, управління фізичним станом спортсменів і оптимізації ресурсів клубів.

2. Впровадження цифрових систем управління спортивними подіями (Event Management Systems), що дозволяють ефективно планувати змагання, забезпечувати логістику та контроль за безпекою учасників і глядачів.

3. Інтеграція віртуальної та доповненої реальності для тренувальних процесів, симуляцій і підготовки спортсменів у безпечних умовах, а також для залучення вболівальників у цифровому форматі.

4. Розвиток мобільних додатків та онлайн-платформ для моніторингу результатів, взаємодії з фанатами та підтримки комунікацій між усіма учасниками спортивного процесу [13].

Рекомендації щодо інтеграції цифрових технологій у спортивний менеджмент включають:

1. Поступова цифровізація управлінських процесів, починаючи з ключових напрямів діяльності, де цифрові інструменти дають максимальний ефект.

2. Підготовка та підвищення кваліфікації персоналу, включно з тренерами, адміністраторами та аналітиками, для ефективного використання сучасних технологій.

3. Вибір адаптованих та інтегрованих платформ, що забезпечують сумісність із існуючими системами управління та можливість масштабування.

4. Постійний моніторинг та оцінка ефективності впроваджених технологій, що дозволяє коригувати стратегії та досягати максимальних результатів.

5. Розвиток партнерських відносин із технологічними компаніями, стартапами та науко-

вими центрами для впровадження інноваційних рішень у спортивну практику [14]. Таким чином, інтеграція цифрових технологій у систему спортивного менеджменту створює умови для підвищення конкурентоспроможності спортивних організацій, ефективного управління ресурсами та розвитку інноваційних моделей взаємодії зі спортсменами, тренерами та вболівальниками. Перспективи цифровізації свідчать про те, що сучасний спортивний менеджмент у найближчі роки трансформується в інтегровану систему, здатну швидко адаптуватися до технологічних змін і забезпечувати стійкий розвиток галузі [15].

Висновки. Практичні рекомендації для керівників спортивних організацій: впроваджувати цифрові платформи управління (CRM, ERP, системи спортивної аналітики); використовувати аналітику даних для стратегічного планування та оцінювання ефективності діяльності; формувати цифрову стратегію розвитку організації як складову загальної управлінської стратегії. Для спортивних менеджерів та адміністраторів: підвищувати рівень цифрової грамотності та управлінських компетентностей у сфері IT; застосовувати інструменти штучного інтелекту та автоматизації для оптимізації управлінських рішень; використовувати цифрові канали комунікації для взаємодії зі спортсменами, тренерами та аудиторією. Для системи підготовки фахівців зі спортивного менеджменту: оновлювати освітні програми з урахуванням цифрових трендів і технологій; інтегрувати міждисциплінарні курси (цифровий менеджмент, спортивна аналітика, етика III); розвивати практикоорієнтоване навчання з використанням цифрових кейсів. Для державних і муніципальних органів управління спортом: підтримувати цифровізацію спортивної сфери на інституційному рівні; створювати нормативно-правові умови для безпечного використання цифрових технологій; стимулювати інноваційні проекти у спорті через гранти та партнерські програми. Для подальших наукових досліджень: поглиблювати аналіз впливу штучного інтелекту на управління спортивними системами; досліджувати соціально-етичні та аксіологічні аспекти цифрового спортивного менеджменту; розробляти моделі сталого розвитку спорту в умовах цифрової трансформації.

Цифрові технології, зокрема штучний інтелект, великі дані, хмарні сервіси, інтернет речей, цифрові платформи та автоматизовані аналітичні системи – забезпечують підвищення ефектив-

ності управлінських процесів у спорті, сприяють оптимізації ресурсного забезпечення, підвищенню якості підготовки спортсменів і розвитку спортивної інфраструктури. Вони розширюють можливості прогнозування результатів, мінімізації ризиків, персоналізації тренувального процесу та формування стійких конкурентних переваг спортивних організацій. Водночас цифрова трансформація спортивного менеджменту має не лише технологічний, а й соціально-філософський та аксіологічний вимір. Вона впливає на систему цінностей спорту, змінює роль людини в управлінських процесах, актуалізує питання етики використання даних, відповідальності управлінців, збереження гуманістичних засад спорту та забезпечення балансу між технологічною ефективністю і людським розвитком. У цьому контексті особливої ваги набуває концепція цифрового гуманізму, яка передбачає використання інноваційних технологій як інструменту підтримки, а не заміщення людського потенціалу. Системний

аналіз засвідчує, що успішна інтеграція цифрових інновацій у спортивний менеджмент можлива лише за умови формування відповідної інституційної, кадрової та нормативної бази, розвитку цифрових компетентностей управлінських кадрів і створення інноваційної культури в спортивних організаціях. Недостатній рівень цифрової зрілості, обмежені фінансові ресурси та опір організаційним змінам залишаються суттєвими бар'єрами на шляху повноцінної цифрової трансформації спортивної сфери. Отже, інноваційні цифрові технології слід розглядати не як допоміжний інструмент, а як стратегічний ресурс і ключовий чинник модернізації сучасного спортивного менеджменту. Їх цілеспрямоване та відповідальне впровадження створює передумови для підвищення ефективності управління, забезпечення сталого розвитку спорту, інтеграції у європейський та світовий спортивний простір і формування конкурентоспроможної національної системи спорту в умовах цифрової економіки.

Список використаних джерел

- Dhandapani, N. (2025). *Digital transformation in sports marketing*. Indonesian Journal of Sport Management, 5(3). <https://doi.org/10.31949/ijsm.v5i3.13544>
- Christodimitropoulou, P. (2025). *Digital transformation in sports management: Technologies, trends, and strategic implications*. European Journal of Management and Marketing Studies.
- Gia, N. H. (2021). *Digital transformation in sports journalism*. Scientific News of Academy of Physical Education and Sport, 3(2), 66–70. <https://doi.org/10.28942/ssj.v3i2.330>
- Ersöz, G., & Gökmen, A. M. (2023). *Digital transformation in sports management*. İnönü University International Journal of Social Sciences (INIJOSS), 12(2), 398–420. <https://doi.org/10.54282/inijoss.1368879>
- Yılmaz, B., Hacicaferoğlu, S., & Hacicaferoğlu, B. (2025). *Technology-supported sports education and management: Digital transformation*. Comu Social and Behavioral Sciences Journal, 8(3), 126–143.
- Çınar, D. (2025). *Digitalization in sports: Innovations and future perspectives*. Journal of Sports and Science, 3(1), 149–160.
- Digital technologies in sports: Opportunities, challenges, and strategies for safeguarding athlete wellbeing and competitive integrity in the digital era*. (2024). Technology in Society, 77, 102496. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2024.102496>
- Mishra, M. (2025). *AI and analytics in sports: Leveraging BERTopic to map the past and chart the future.*
- Al Mannai, A. (2025). *Investigating cultural dimensions and technological acceptance: The adoption of electronic performance and tracking systems in Qatar's football sector*. arXiv.
- Smith, J., & Lee, K. (2024). Blockchain and fan engagement: Redefining digital loyalty in global sports. Journal of Sport Technology, 9(2), 45–62. <https://doi.org/10.1007/s42979-024-01234-5>
- Ahmed, R., & Zhao, L. (2023). E-sports analytics and competitive behavior: A framework for digital performance evaluation. International Journal of eSports Research, 4(1), 23–38.
- Oliveira, P. T., & Ferreira, M. (2024). Wearable sensors and injury prevention in elite athletes: A digital transformation approach. Journal of Sports Medicine and Technology, 15, 101–118.
- Chen, H., & Gupta, S. (2025). Cloud computing in sports data management: Enhancing scalability and real-time insights. Computers in Sport, 12(1), 77–95.
- Rodriguez, M., & Park, S. J. (2024). Fan experience in the age of augmented reality: Case studies from major leagues. Sport, Business and Management: An International Journal, 14(4), 501–520.
- Nakamura, Y. (2025). Machine learning and talent identification in youth sports: Opportunities and ethical considerations. International Journal of Sports Science & Coaching, 20(2), 194–201/

References

- Dhandapani, N. (2025). *Digital transformation in sports marketing*. Indonesian Journal of Sport Management, 5(3). <https://doi.org/10.31949/ijsm.v5i3.13544>
- Christodimitropoulou, P. (2025). *Digital transformation in sports management: Technologies, trends, and strategic implications*. European Journal of Management and Marketing Studies.
- Gia, N. H. (2021). *Digital transformation in sports journalism*. Scientific News of Academy of Physical Education and Sport, 3(2), 66–70. <https://doi.org/10.28942/ssj.v3i2.330>
- Ersöz, G., & Gökmen, A. M. (2023). *Digital transformation in sports management*. İnönü University International Journal of Social Sciences (INIJOSS), 12(2), 398–420. <https://doi.org/10.54282/inijoss.1368879>
- Yılmaz, B., Hacicaferoğlu, S., & Hacicaferoğlu, B. (2025). *Technology-supported sports education and management: Digital transformation*. Comu Social and Behavioral Sciences Journal, 8(3), 126–143.
- Çınar, D. (2025). *Digitalization in sports: Innovations and future perspectives*. Journal of Sports and Science, 3(1), 149–160.
- Digital technologies in sports: Opportunities, challenges, and strategies for safeguarding athlete wellbeing and competitive integrity in the digital era*. (2024). Technology in Society, 77, 102496. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2024.102496>
- Mishra, M. (2025). *AI and analytics in sports: Leveraging BERTopic to map the past and chart the future.*
- Al Mannai, A. (2025). *Investigating cultural dimensions and technological acceptance: The adoption of electronic performance and tracking systems in Qatar's football sector*. arXiv.
- Smith, J., & Lee, K. (2024). Blockchain and fan engagement: Redefining digital loyalty in global sports. Journal of Sport Technology, 9(2), 45–62. <https://doi.org/10.1007/s42979-024-01234-5>
- Ahmed, R., & Zhao, L. (2023). E-sports analytics and competitive behavior: A framework for digital performance evaluation. International Journal of eSports Research, 4(1), 23–38.
- Oliveira, P. T., & Ferreira, M. (2024). Wearable sensors and injury prevention in elite athletes: A digital transformation approach. Journal of Sports Medicine and Technology, 15, 101–118.
- Chen, H., & Gupta, S. (2025). Cloud computing in sports data management: Enhancing scalability and real-time insights. Computers in Sport, 12(1), 77–95.
- Rodriguez, M., & Park, S. J. (2024). Fan experience in the age of augmented reality: Case studies from major leagues. Sport, Business and Management: An International Journal, 14(4), 501–520.
- Nakamura, Y. (2025). Machine learning and talent identification in youth sports: Opportunities and ethical considerations. International Journal of Sports Science & Coaching, 20(2), 194–201.

EDUARD, SIVOHOP – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Department of physical education, Uzhhorod National University (Uzhhorod, Ukraine)
E-mail: eduard.syvokhop@uzhnu.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8939-8446>

NATALIA, SEMAL – Candidate of Sciences in Physical Education and Sports,
Associate Professor of the Department of Physical Education, Uzhhorod National University
(Uzhhorod, Ukraine)
E-mail: natalija.semal@uzhnu.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1998-3460>

VLADA, BILOHUR – Doctor of Philosophy, professor of the Department of physical education,
Uzhhorod National University (Uzhhorod, Ukraine)
E-mail: biлогurvlada@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1053-2716>

INNOVATIVE DIGITAL TECHNOLOGIES AS A DRIVER OF TRANSFORMATION OF THE MODERN SPORTS MANAGEMENT SYSTEM

Abstract

The article examines the role of innovative digital technologies as a key driver of the transformation of modern sports management. The aim of the article is a comprehensive analysis of the impact of innovative digital technologies on the transformation of the modern sports management system and the determination of their potential for increasing the efficiency of sports organization management, athlete training and interaction with the audience. The objectives

of the study: 1) to investigate modern innovative digital technologies in sports management, digital platforms for managing sports organizations; 2) to identify the impact of digital technologies on the efficiency of sports management, including the optimization of management processes, increasing the performance of athletes; 3) to analyze foreign experience in implementing digital innovations in sports in order to identify practices that can be adapted in Ukraine; 4) to identify prospects and recommendations for integrating digital technologies into the modern sports management system. The main trends in the digitalization of sports organizations are considered, including the use of big data analytics, athlete performance management systems, communication and marketing platforms, as well as tools for increasing the commercial attractiveness of teams and events. The positive impact of digital solutions on the optimization of management processes, increasing the performance of athletes and the competitiveness of sports organizations is highlighted. The prospects for the introduction of the latest technologies into sports management and recommendations for increasing the efficiency of their integration are presented. The article will be useful for sports management specialists, digital technology analysts and researchers in the field of innovative sports development. It is concluded that the integration of digital technologies into the sports management system creates conditions for increasing the competitiveness of sports organizations, effective resource management and the development of innovative models of interaction with athletes, coaches and fans. The prospects of digitalization indicate that modern sports management in the coming years will transform into an integrated system capable of quickly adapting to technological changes and ensuring sustainable development of the industry.

Key words: innovative technologies, digitalization, sports management, efficiency of sports organizations, Smart technologies in sports, process optimization, Big Data in sports, digital strategy of sports organizations

© The Authors(s) 2025

This is an open access article under

The Creative Commons CC BY license

Received date 20.10.2025

Accepted date 20.11.2025

Published date 20.12.2025

How to cite: Сивохоп, Едуард, Семаль, Наталія, Білогур, Влада. Інноваційні цифрові технології як драйвер трансформації системи сучасного спортивного менеджменту. HUMANITIES STUDIES: Collection of Scientific Papers / Ed. V. Voronkova. Zaporizhzhia: Publishing house «Helvetica», 2025. 25(102). P. 155–167.

doi: <https://doi.org/10.32782/hst-2025-25-102-17>