

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ СПОРТИВНИХ ФЕДЕРАЦІЙ
ЯК НАПРЯМ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇDIGITIZATION OF THE SPORTS FEDERATIONS ACTIVITIES
AS A MARKETING STRATEGY DIRECTION

Стаття присвячена дослідженню впливу цифровізації на діяльність спортивних федерацій на прикладі ГО «Федерація Армрестлінгу України», зокрема в контексті формування та реалізації маркетингової стратегії. У статті визначено, як цифрові технології можуть сприяти підвищенню ефективності управління, оптимізації тренувальних процесів, а також популяризації спорту серед різних категорій населення. На прикладі ГО «Федерації Армрестлінгу України» проаналізовано ключові цифрові інструменти, такі як вебсайти, соціальні мережі, аналітичні інструменти, програмне забезпечення для обліку членів організації, які сприяють вдосконаленню комунікації зі споживачами спортивного контенту. Стаття підкреслює необхідність інтеграції цифрових технологій у стратегічне планування спортивних федерацій з метою забезпечення їхньої конкурентоспроможності на глобальному ринку.

Ключові слова: спортивні федерації, армрестлінг, цифрові технології, маркетингові комунікації, маркетингова стратегія, вебсайт, соціальні мережі.

In today's conditions of rapid development of digital technologies, sports federations are forced to implement innovative solutions to strengthen interaction with the audience and increase the effectiveness of marketing strategies, which makes digitalization of their activities extremely important for successful competition in the market. The article is devoted to the study of the influence of digitalization on the activities of sports federations using the example of the NGO "Armrestling Federation of Ukraine", in particular, in the context of the formation and implementation of a marketing strategy. The article defines how digital technologies can contribute to the management efficiency improvement, training processes optimization, as well as the popularization of sports among different categories of the population. The role of digital technologies in the development and promotion of sports organizations, as well as their impact on increasing the involvement of fans and sponsors, is considered. On the example of the NGO "Armrestling Federation of Ukraine", key digital tools such as websites, social networks, analytical tools, software for accounting for members of the organization, which contribute to improving communication with consumers of sports content, were analyzed. The article emphasizes the need to integrate digital technologies into the strategic planning of sports federations in order to ensure their competitiveness on the global market. On the example of the NGO "Armrestling Federation of Ukraine", it is substantiated that after the implementation of digitalization in the marketing strategy, significant results were achieved: the number of participants at the events increased, the number of athletes practicing in the sections increased, and the number of views of online broadcasts also increased. In addition, the results on the international arena have become more successful thanks to better training of athletes. Digitization made it possible to make the federation more attractive for new partners and sponsors, which ensured stable funding and expanded opportunities for the development of arm wrestling in Ukraine. The results of the study can be practically used by other sports federations to implement digital tools in their marketing strategies.

Key words: sports federations, arm wrestling, digital technologies, marketing communications, marketing strategy, website, social networks.

УДК 658.8:339.138:796

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.89-29>

Кулиняк І.Я.

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту організації, Національний університет «Львівська політехніка»

Іваницький Н.Б.

аспірант кафедри менеджменту організації, Національний університет «Львівська політехніка»

Kulyniak Ihor

Lviv Polytechnic National University

Ivanytskyi Nazarii

Lviv Polytechnic National University

Постановка проблеми. Розвиток різних видів спорту є важливим елементом суспільного життя, адже це сприяє фізичному здоров'ю населення, вихованню командного духу та забезпеченню активного дозвілля. Спорт допомагає соціалізації, формуванню дисципліни та розвитку особистих якостей, тому є важливою складовою виховання дітей та молоді.

В Україні розвитком спорту займаються національні федерації з відповідного виду спорту. Це громадські організації, які визнані державою та їм присвоєно статус «національні», фінансуються частково з державного бюджету. Їхнє завдання надзвичайно важливе, оскільки вони забезпечують координацію та розвиток спортивного життя в країні. Вони будують довгострокову стратегію розвитку свого виду спорту, сприяють розвитку спорту в регіонах (створюють осередки), залучають нових учасників, а також підвищують рівень

майстерності спортсменів. Крім того, вони проводять всеукраїнські та міжнародні заходи, формують збірні команди країни для участі в міжнародних турнірах, освоюють та розподіляють бюджетні кошти. Сучасний світ вимагає від них адаптації, що включає перевід процесів у цифрову форму, впровадження новітніх технологій, використання соціальних мереж і цифрових платформ для комунікації та залучення аудиторії. Для залучення спонсорів та партнерів, а також виходу на комерційний рівень, необхідні зміни, що дозволять зробити спортивні федерації більш привабливими для інвесторів. Оскільки державне фінансування мізерне, саме партнерські відносини та підтримка спонсорів є ключем до стабільного розвитку та успіху. Тільки ті федерації, які швидко адаптуються до цифрових змін, зможуть зберегти свою актуальність і забезпечити сталий розвиток спорту в умовах високої конкуренції.

Рівень технологічного розвитку настільки високий, що залучення дітей і молоді до занять спортом стає дедалі складнішим завданням. Гаджети, соціальні мережі та відеоігри конкурують із традиційними формами активного відпочинку, що ускладнює завдання спортивних організацій у популяризації фізичної активності, і старі методи маркетингових комунікацій вже не діють. Для того, щоб залишатися конкурентоспроможними та ефективно залучати молодь до занять спортом, спортивним організаціям необхідно шукати нові методи залучення та взаємодії з аудиторією. Ті спортивні організації, які першими адаптуються до нових умов та впровадять цифрові інструменти, матимуть більше шансів на успіх у залученні нових учасників та підвищенні своєї популярності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У наукових дослідженнях питання цифровізації спортивних організацій активно розглядається як важлива складова їх розвитку в умовах сучасних викликів (І. Гуца, Н. Крупко [1], Л. Кургузенкова, О. Лук'яненко [2], А. Кочарян [3]). Одним із важливих прикладів є дослідження європейського досвіду цифрової трансформації в контексті спеціалізованої освіти, яке висвітлює впровадження сучасних технологій, таких як хмарні технології, Інтернет речей, штучний інтелект, блокчейн та кібербезпека. Згідно з дослідженням науковця А. Кочаряна [3], головним пріоритетом є підвищення цифрових навичок і компетенцій учасників освітнього процесу для забезпечення сталого розвитку та адаптації до технологічних змін. Застосування цифрових технологій сприяє створенню високоефективних екосистем освіти та забезпечує можливість здобувачам отримувати сучасні знання та навички для вирішення професійних і повсякденних завдань. Цей підхід може бути корисним для спортивних федерацій, оскільки вони також потребують цифрових рішень для приваблення молоді до занять спортом.

Дослідники С. Лисенко, А. Кравченко та І. Шпитун [4] зазначають, що цифровізація також має значний вплив на формування соціокультурних компетенцій спортсменів, таких як співпраця, комунікативні навички, психологічна стійкість та інші важливі якості. Дослідження підкреслює, що цифровізація спортивної індустрії сприяє створенню позитивного спортивного середовища та підтримці сталого розвитку галузі.

Науковці В. Білогур, Е. Сивохоп та Н. Семаль [5] аналізують впровадження цифрових технологій у спортивну індустрію та їх вплив на підвищення ефективності тренувальних процесів, оптимізацію управління спортивними подіями, а також аналіз і прогнозування результатів. Автори розглядають можливості та виклики, пов'язані з цифровізацією, зокрема необхідність адаптації до нових технологій, забезпечення кібербезпеки, а також етичні

питання щодо використання даних спортсменів. Дослідження підкреслює, що спортивні організації повинні інтегрувати технології для підвищення своєї конкурентоспроможності та забезпечення сталого розвитку в умовах цифрової ери.

Окрім цього, науковці активно досліджують вплив цифровізації на ефективність маркетингових стратегій та комунікацій, зокрема у сфері спорту (С. Криштанович, В. Холявка [6], Н. Якубовська, Р. Стрільчук, С. Хомич [7]). Вони аналізують, як цифрові технології трансформують способи взаємодії спортивних федерацій з аудиторією, підвищують залученість фанатів і оптимізують процеси управління.

Аналіз наукових публікацій свідчить про те, що цифровізація є важливим елементом розвитку спортивних федерацій. Використання сучасних цифрових технологій, сприяє не лише покращенню взаємодії з цільовою аудиторією, а й підвищенню ефективності управління, оптимізації тренувальних процесів та популяризації спорту серед населення. Цифрові технології також мають значний вплив на формування соціокультурних компетенцій спортсменів, таких як співпраця, комунікативні навички та психологічна стійкість.

Постановка завдання. Метою цієї статті є дослідження впливу цифровізації на діяльність спортивних федерацій на прикладі ГО «Федерація Армрестлінгу України», зокрема в контексті формування та реалізації маркетингової стратегії. Ця робота має на меті визначити, як цифрові технології можуть сприяти підвищенню ефективності управління, оптимізації тренувальних процесів, а також популяризації спорту серед різних категорій населення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Впровадження цифрових технологій дає можливість спортивним федераціям розширити свої можливості з маркетингової точки зору, посилити свою присутність у цифровому просторі та ефективно залучати молодь і дітей, які надають перевагу цифровим розвагам. Спортивні федерації можуть використовувати цифрові інструменти для створення сучасних маркетингових кампаній, побудови довірливих відносин із потенційними учасниками та підтримання постійного зв'язку з ними через різні цифрові платформи. Цифровізація дає змогу значно покращити комунікацію зі спортсменами, вболівальниками та іншими зацікавленими сторонами, що створює нові можливості для розвитку спорту та його популяризації [8].

Сучасні спортивні федерації, на жаль, не поспішають адаптувати новітні цифрові технології до своєї діяльності. Це часто пояснюється браком фінансування, недостатньою кваліфікацією кадрів та певною інерційністю управлінських структур, що не завжди готові до прийняття

нових викликів, пов'язаних із цифровізацією. Це зумовлює серйозні труднощі для спортивних федерацій, адже нові виклики потребують швидкої адаптації та активного використання новітніх технологій. Натомість застарілі управлінські підходи та супротив змінам можуть стати причиною значних втрат можливостей для розвитку, що, у свою чергу, позначається на конкурентоспроможності федерацій. Необхідність впровадження цифрових технологій вимагає також перегляду підходів до управління, підвищення кваліфікації кадрів і підготовки нових фахівців, які здатні ефективно реалізувати інноваційні проекти. Успішні спортивні федерації вже впроваджують цифрові інструменти, що забезпечує їм перевагу та полегшує вихід на комерційний рівень завдяки залученню нових партнерів і спонсорів, які все більше орієнтуються на сучасні технології і цифрові можливості. Відсутність цифрових рішень в управлінні спортивними організаціями ускладнює їхню конкурентоспроможність, адже вони не здатні забезпечити якісну взаємодію з аудиторією, ефективно управління процесами та створення сучасних маркетингових кампаній. На відміну від федерацій, які вже використовують цифрові технології, такі як мобільні додатки, платформи для онлайн-реєстрації та соціальні мережі, «не цифрові» організації залишаються позаду в умовах зростаючої конкуренції не тільки з інших видів спорту, а із сфери цифрових розваг.

В Україні існують спортивні федерації олімпійських і неолімпійських видів спорту. Олімпійські види спорту мають значно більше бюджетне фінансування, тоді як неолімпійські отримують дуже мало або взагалі не мають державної підтримки. Проведений аналіз дозволив виявити, що велике бюджетне фінансування не завжди є позитивним чинником. Федерації неолімпійських видів спорту в умовах недофінансування змушені були швидше проводити цифровізацію, впроваджувати новітні інструменти та адаптуватися до змін. Натомість олімпійські федерації часто затримуються із впровадженням інновацій та залишаються відсталими від сучасних реалій. Це призвело до того, що масовість залучення дітей та молоді до олімпійських видів спорту зменшилася, тоді як популярність неолімпійських видів зросла, що підтверджується збільшенням кількості їхніх учасників та високим рівнем інтересу з боку молоді.

Для того, щоб спортивні федерації могли залучати більше спортсменів, підтримувати інтерес до свого виду спорту та забезпечити ефективне управління, їм необхідно активно інтегрувати новітні технології в усі процеси – від тренувань до управління змаганнями. Тільки ті федерації, які здатні швидко адаптуватися до змін та впроваджувати інновації, мають шанс зберегти свою актуальність і забезпечити довготривалий успіх.

У 2020 році в національній федерації ГО «Федерація Армрестлінгу України» [9] відбулися зміни в керівництві, і було запропоновано впровадити нову маркетингову стратегію, яка б у своїй основі включала цифровізацію. Основна мета цієї стратегії полягала в підвищенні ефективності управління, популяризації спорту серед молоді та залученні нових спонсорів. Було запропоновано такі основні складові цифровізації:

1. Створення сучасного сайту. Сайт повинен стати головним інформаційним ресурсом федерації, який надає повну інформацію про заходи, результати змагань, а також можливість реєстрації спортсменів та подання заявок на участь у турнірах. Це дозволило створити зручну платформу для взаємодії як з учасниками, так і з глядачами.

2. Присутність у соціальних мережах. Було створено офіційні сторінки федерації у соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram та YouTube, і закріплено SMM-менеджера, відповідального за контент. Це дало змогу регулярно інформувати аудиторію про останні новини, тренування та заходи, а також активно взаємодіяти з уболівальниками та молоддю, що суттєво підвищило рівень популярності федерації.

3. Організація заходів з якісною підтримкою. Всі заходи тепер мають афішу, сцену, світло, онлайн-трансляцію та якісну атрибутику. Це забезпечило візуальну привабливість змагань та сприяло залученню більшої кількості глядачів і спонсорів. Онлайн-трансляції дозволили глядачам з усього світу долучитися до подій, що значно підвищило інтерес до заходів.

4. Реклама заходів. Була розроблена та впроваджена рекламна кампанія для популяризації заходів. Використання таргетованої реклами в соціальних мережах та на тематичних вебсайтах дало змогу залучити нових учасників і розширити глядацьку аудиторію.

5. Розроблення програмного забезпечення для проведення та обліку членів організації. Впроваджено програмне забезпечення "ArmRec", яке дозволило ефективно організувати змагання та вести облік членів організації. Основні функції включають створення цифрових паспортів спортсменів, реєстрацію учасників, автоматизацію підрахунку командних результатів, візуалізацію інформації про змагання та інтеграцію з онлайн-трансляціями.

6. Впровадження аналітичних інструментів. Для аналізу ефективності заходів та маркетингових кампаній було впроваджено інструменти для збору та аналізу даних. Це дозволяє оцінювати залученість аудиторії, рівень інтересу до подій, а також вносити корективи до стратегії розвитку федерації на основі зібраних даних.

Завдяки реалізації цих складових, ГО «Федерація Армрестлінгу України» досягла значних успіхів за останні три роки. Зокрема, значно

зросла популярність цього виду спорту: кількість учасників на заходах зросла на 50 %, а кількість спортсменів, які займаються у секціях, збільшилася на 30 %. Також суттєво збільшилася аудиторія, яка переглядає онлайн-трансляції, що демонструє високий рівень інтересу до змагань. Окрім цього, результати на міжнародній арені стали більш успішними, адже федерація змогла залучити більше ресурсів для підготовки спортсменів та організації тренувальних зборів. Якість організації заходів також значно покращилася завдяки використанню новітніх цифрових технологій для візуалізації та автоматизації процесів. Завдяки цифровізації федерація стала не лише сучаснішою, але й привабливою для нових партнерів та спонсорів, що дозволило забезпечити стабільне фінансування та розширити можливості для розвитку армрестлінгу в Україні.

Висновки. Проведене дослідження підтверджує, що цифровізація є невід'ємним елементом успішного розвитку спортивних федерацій в сучасних умовах. Впровадження цифрових технологій, таких як створення сучасного сайту, активна присутність у соціальних мережах, організація якісних заходів з підтримкою онлайн-трансляцій, таргетована реклама, використання програмного забезпечення для проведення та обліку членів організації, а також застосування аналітичних інструментів, дозволяє спортивним федераціям значно підвищити свою ефективність і популярність.

На прикладі ГО «Федерація Армрестлінгу України» обґрунтовано, що після впровадження напряду цифровізації у маркетингову стратегію було досягнуто значних результатів: кількість учасників на заходах зросла, збільшилася кількість спортсменів, що займаються у секціях, а також зросла кількість переглядів онлайн-трансляцій. Крім того, результати на міжнародній арені стали більш успішними завдяки кращій підготовці спортсменів.

Цифровізація дозволила зробити федерацію привабливішою для нових партнерів та спонсорів, що забезпечило стабільне фінансування і розширило можливості для розвитку армрестлінгу в Україні. Якість організації заходів значно покращилася завдяки використанню новітніх цифрових технологій для візуалізації та автоматизації процесів, що сприяло залученню ширшої аудиторії та підвищенню рівня інтересу до змагань.

Таким чином, спортивним федераціям необхідно активно впроваджувати цифрові інструменти для забезпечення сталого розвитку, підвищення ефективності управління, залучення нових учасників і створення сучасного позитивного іміджу. Тільки ті федерації, які адаптуються до нових умов і використовують цифрові технології, зможуть зберегти свою актуальність та забезпечити успішний розвиток у майбутньому.

Подальші дослідження можуть зосередитися на тому, як впровадження різних цифрових інструментів (мобільні додатки, CRM-системи, соціальні мережі, платформи для вболівальників) впливає на залучення аудиторії та прибутковість спортивних федерацій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гуца І.О., Крупко Н.В. Нагальна важливість цифровізації діяльності закладів фізкультури і спорту України. *Ефективна економіка*. 2023. № 6. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1718>.
2. Кургузенкова Л.А., Лук'яненко О.І. Цифрова трансформація в сфері спорту. *Економіка і управління*. 2021. № 3. С. 132–139.
3. Кочарян А.Б. Європейський досвід цифрової трансформації в контексті спеціалізованої освіти наукового спрямування України. *Інноваційна педагогіка*. 2023. Випуск 62. Том 2. С. 151–158.
4. Лисенко С., Кравченко А., Шпитун І. Вплив цифровізації на формування соціокультурних компетенцій у сфері фізичної культури і спорту. *Humanities Studies*. 2023. Випуск 17 (94). С. 30–42.
5. Білогур В., Сивохоп Е., Семаль Н. Цифровізація спортивної індустрії як чинник удосконалення спортивних досягнень: можливості, виклики, ризики. *Humanities Studies*. 2024. Випуск 20 (97). С. 156–170.
6. Криштанович С., Холявка В. Менеджмент і маркетинг у фізичній культурі і спорті : навч. посіб. Львів : ЛДУФК, 2018. 176 с.
7. Якубовська Н.В., Стрільчук Р.М., Хомич С.В. Реалізація маркетингових інструментів у трендах цифровізації спорту та індустрії фітнесу. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 69. С. 141–145.
8. Кулиняк І.Я., Іваницький Н.Б. Тенденції розвитку маркетингових комунікацій туристичних підприємств в умовах цифровізації. *Механізм регулювання економіки*. 2023. Вип. 4(102). С. 29–34.
9. ГО «Федерація Армрестлінгу України». Офіційний вебсайт. URL: <https://armwrestlingua.com>.

REFERENCES:

1. Hushcha I.O., Krupko N.V. (2023). Nahalna vazhlyvist tsyfrovizatsii diialnosti zakladiv fizkultury i sportu Ukrainy [Urgent importance of digitalization of physical education and sports institutions of Ukraine]. *Efektivna ekonomika*, no. 6. Available at: <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1718>.
2. Kurhuzenkova L.A., Lukianenko O.I. (2021). Tsyfrova transformatsiia v sferi sportu [Digital transformation in the field of sports]. *Ekonomika i upravlinnia*, no. 3, pp. 132–139.
3. Kocharian A.B. (2023). Yevropeyskyi dosvid tsyfrovoyi transformatsii v konteksti spetsializovanoi osvity naukovooho spriamuvannia Ukrainy [European experience of digital transformation in the context of specialized education of the scientific direction of Ukraine]. *Innovatsiina pedahohika*, vol. 62(2), pp. 151–158.
4. Lysenko S., Kravchenko A., Shpytun I. (2023). Vplyv tsyfrovizatsii na formuvannia sotsiokulturnykh

kompetentsii u sferi fizychnoi kultury i sportu [The impact of digitalization on the formation of sociocultural competencies in the field of physical culture and sports]. *Humanities Studies*, vol. 17(94), pp. 30–42.

5. Bilohur V., Syvokhop E., Semal N. (2024). Tsyfrovizatsiia sportyvnoi industrii yak chynnyk udoskonalennia sportyvnykh dosiahnen: mozhlyvosti, vyklyky, ryzyky [Digitization of the sports industry as a factor in improving sports achievements: opportunities, challenges, risks]. *Humanities Studies*, vol. 20(97), pp. 156–170.

6. Kryshtanovych S., Kholiavka V. (2018). Menedzhment i marketynh u fizychnii kulturi i sporti [Management and marketing in physical culture and sports]. Lviv: LDUFK, 176 p.

7. Yakubovska N.V., Strilchuk R.M., Khomych S.V. (2022). Realizatsiia marketynhovykh instrumentiv u trendakh tsyfrovizatsii sportu ta industrii fitnesu [Implementation of marketing tools in the trends of digitalization of sports and fitness industry]. *Infrastruktura rynku*, no. 69, pp. 141–145.

8. Kulyniak I.Ya., Ivanytskyi N.B. (2023). Tendentsii rozvytku marketynhovykh komunikatsii turystychnykh pidpriemstv v umovakh tsyfrovizatsii [Trends in the marketing communications development of tourist enterprises in the conditions of digitalization]. *Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky*, vol. 4(102), pp. 29–34.

9. ГО “Federatsiia Armrestlinhu Ukrainy” [NGO “Armrestling Federation of Ukraine”]. Ofitsiinyi vebсайт. Available at: <https://armwrestlingua.com>.