



# ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НАУКОВОЇ ДУМКИ В МЕНЕДЖМЕНТІ, ГАЛУЗЯХ СПОРТУ, ОБСЛУГОВУВАННЯ ТА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

*Тези доповідей  
III Міжнародної студентської наукової конференції  
(26-27 вересня 2024 року, м. Львів)*

*За загальною редакцією  
Наталії ПАВЛЕНЧИК*

**Львів -2024**

УДК: 005.3:796.332

## **РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТУ В РОЗВИТКУ МАЛИХ ФУТБОЛЬНИХ КЛУБІВ**

**Максим ТКАЧ**

студент

*Науковий керівник* – **Вікторія ГУЦУЛЯК**

кандидат економічних наук, доцент

Львівський державний університет фізичної культури  
імені Івана Боберського (Україна)

Футбол є не лише одним із найпопулярніших видів спорту в Україні, але й важливим елементом соціального та економічного життя, що впливає на розвиток громад і формування соціальних зв'язків. Малі футбольні клуби, попри їхню важливу роль у розвитку регіональних спортивних ініціатив, часто стикаються з численними викликами, серед яких — обмежені фінансові, кадрові та ресурсні можливості. В умовах глобальної конкуренції і зростання впливу великих клубів малі футбольні команди змушені шукати нові шляхи до досягнення успіху, використовуючи інноваційні підходи й ефективний менеджмент.

Одним із головних чинників успіху малих футбольних клубів є якість їхнього управління. Менеджмент відіграє вирішальну роль у формуванні стратегії розвитку, забезпеченні стабільного функціонування клубу й залученні ресурсів.

Малі футбольні клуби стикаються з численними проблемами, зокрема фінансовою нестабільністю, кадровими обмеженнями та втратою підтримки місцевих уболівальників через зростання популярності великих клубів. Основними джерелами доходу для таких клубів є продаж квитків, спонсорська підтримка місцевих компаній і внески членів клубу. Проте для стабільного розвитку цього часто недостатньо, особливо на тлі конкуренції з великими клубами, що мають значно більші фінансові ресурси й маркетингові можливості [1].

Кадрові обмеження також відіграють важливу роль, оскільки малі клуби часто покладаються на місцевих спортсменів і аматорів, що обмежує їхній

потенціал для розвитку. У сучасному спортивному світі клуби змушені адаптувати свої стратегії до глобальних змін, зокрема комерціалізації та цифрової трансформації [1].

Малі футбольні клуби потребують ефективної стратегії розвитку, яка враховує обмежені ресурси й пріоритетні напрями. Довгострокове планування дає змогу клубам адаптуватися до ринку, зосереджуючи зусилля на аспектах, які можуть забезпечити їм конкурентні переваги. Як зазначено в дослідженні *Dolles & Söderman*, правильно побудована стратегія допомагає малим клубам використовувати свої сильні сторони на тлі обмежених ресурсів [1].

Фінансовий менеджмент є одним із головних компонентів успіху клубу. Малі клуби можуть застосовувати креативні підходи для залучення додаткових ресурсів, зокрема через партнерства з місцевими компаніями, організацію регіональних спортивних заходів та активну участь у локальних ініціативах. Важливу роль відіграє прозоре управління фінансовими потоками, яке підвищує довіру з боку спонсорів і вболівальників [2].

Застосування маркетингових стратегій, особливо через цифрові канали, є важливим інструментом для залучення нових прихильників і спонсорів. Для малих клубів важливо створити унікальний бренд і активно взаємодіяти з громадою. За результатами дослідження, ефективний маркетинг допомагає малим клубам не лише зберігати наявних уболівальників, а й залучати нових, що сприяє зростанню доходів і підтримці клубу [3].

Малі клуби можуть отримати конкурентні переваги завдяки впровадженню інноваційних підходів в управлінні. Використання аналітичних інструментів для оцінювання ефективності гравців і тренерських стратегій дає змогу приймати більш обґрунтовані управлінські рішення. Інновації також сприяють оптимізації процесів тренувань і взаємодії з фанатами, що допомагає підвищити загальну ефективність клубу [3].

Менеджмент відіграє провідну роль у розвитку малих футбольних клубів. Ефективне стратегічне планування, фінансове управління, маркетинг

і впровадження інноваційних підходів є основними чинниками, що дають змогу таким клубам конкурувати на ринку спортивних послуг. В умовах зростання конкуренції та обмежених ресурсів малі футбольні клуби змушені адаптувати свої стратегії, зосереджуючи зусилля на розвитку унікальних аспектів своєї діяльності, таких як місцеві зв'язки й репутація клубу. Використання інноваційних підходів у фінансовому менеджменті, маркетингу та взаємодії з громадою допомагає таким клубам залишатися конкурентоспроможними й забезпечувати стабільний розвиток навіть у складних умовах.

#### **Список використаних джерел:**

1. Dolles H., Söderman S. The network of value captures in football club management: A framework to develop and analyze competitive advantage in professional team sports / H. Dolles, S. Söderman. Handbook of Research on Sport and Business / eds. S. Söderman, H. Dolles. Cheltenham : Edward Elgar, 2012. P. 356–374.
2. Lawrence I. Football Club Management: Insights from the Field / I. Lawrence. London : Routledge, 2019. 176 p.
3. Zülch H., Palme M. Jost S.P. Management quality of professional football clubs: the Football Management (FoMa) Q-Score 2018. *Sport, Business and Management*. 2020. Vol. 10 No. 5. P. 567-598. <https://doi.org/10.1108/SBM-10-2019-0092>