

СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНДУСТРІЇ СПОРТУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

THE ESSENCE, CHARACTERISTICS AND PROSPECTS OF THE SPORTS INDUSTRY IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Іванов Роман Вячеславович

доктор економічних наук, професор,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2086-5004>

Іванов Кирило Романович

магістр,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-8935-5897>

Базик Олександр Вікторович

головний інженер,
Corezoid. Inc
ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-4279-1460>

Ivanov Roman, Ivanov Kyrylo

Oles Honchar Dnipro National University

Bazyk Oleksandr

Corezoid. Inc

Стаття присвячена дослідженню сутності, особливостей та перспектив індустрії спорту в контексті сталого розвитку. Відзначено, що спортивне підприємництво передбачає залучення не лише технологічних інновацій, але й застосування сучасних інструментів менеджменту та маркетингу, цілеспрямованої розробки політики, розуміння основних соціальних та економічних факторів. Відзначено, що більшість з досліджень підприємництва в сфері спорту так чи інакше торкаються або концепції сталого розвитку в цілому, або її складових. Відзначено, що у спортивній індустрії підприємництво та інновації є ключовими елементами для підтримки конкурентоспроможності в цьому секторі, а однією з рушійних сил інноваційного розвитку індустрії спорту в контексті сталого розвитку є система цифрової економіки. Подальші дослідження мають ґрунтуватись на кількісному аналізі та сучасних методах економіко-математичного моделювання.

Ключові слова: індустрія спорту, сталий розвиток, підприємництво, інновації, цифрова економіка.

The article is devoted to the study of the essence, features and prospects of the sports industry in the context of sustainable development. It was noted that sports entrepreneurship is a dynamic and interactive environment, which involves the involvement of not only technological innovations, but also the use of modern management and marketing tools. At the same time, purposeful development of policy, understanding of the main social and economic factors that encourage sports entrepreneurship is necessary. The conceptual directions of entrepreneurship research in the field of sports are systematized and their features are noted. It was noted that most of the listed directions in one way or another touch on the concept of sustainable development as a whole, or its components, such as social, ecological and economic. At the same time, sustainable entrepreneurship in the sports industry can be considered as a unique perspective that combines the creation of economic, social and environmental value. Emphasizing the importance of applying sustainable innovations in work, it was noted that in the sports industry, entrepreneurship and innovation are key elements for maintaining competitiveness in this sector. One of the driving forces of the innovative development of the sports industry in the context of sustainable development in modern conditions is the digital economy system. At the same time, the influence of the level of development of

the digital economy on the development of the sports industry shows non-linear characteristics. In addition, when analyzing the involvement of digital economy tools in the sports industry, adaptive features of the socio-economic system as a response to crisis situations should be taken into account. The development of the sports industry in the context of sustainable development requires the accelerated formation of digital infrastructure, the development of research in sports science and technology, as well as the development of regional strategies that take into account sustainability and inclusiveness. Further research should be based on quantitative analysis using modern methods of economic and mathematical modeling. In addition, there is still a need to analyze the contextual factors of sustainable entrepreneurship or innovation in sports.

Keywords: sports industry, sustainable development, entrepreneurship, innovation, digital economy.

Постановка проблеми. За останнє десятиліття нова тема стала широко популярною в сфері підприємництва, породжуючи певну підсферу дослідження в рамках так званого стійкого підприємництва [1].

Це явище привернуло увагу з боку політичної, економічної та академічної сфер, оскільки інтерес в соціальних і екологічних питаннях останнім часом зростає [2].

Насправді сучасні дослідження свідчать, що стійке підприємництво є новою і не до кінця розвиненою тенденцією досліджень [3; 4].

Цей тип підприємництва можна визначити як реалізацію стійких інновацій, які спрямовані на забезпечення ринкових відносин і користь суспільству [5]. Таким чином, стійке підприємництво сприяє істотно переходу до стійкої економіки. А вирішення цього завдання можна вважати актуальною науково-практичною задачею.

У спортивному секторі підприємство, інновації та соціальна корпоративна відповідальність викликають зростаючий інтерес протягом останніх років. Завдяки цій ситуації стійке підприємство і інновації досліджуються в сфері спорту, отримуючи індивідуальну увагу з боку науковців і практиків. Проте мало що відомо про еволюцію цієї нової галузі досліджень. Таким чином, стійке підприємство та інновації в спорті можна вважати нерозвиненою, але багатообіцяючою сферою для майбутнього спортивної індустрії [6].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Менталітет короткострокової прибутковості та відповідні стратегії, політика та дії окремих осіб і компаній можуть спричинити глобальні економічні, екологічні та етичні кризи

Таким чином, для досягнення цілей Порядку денного сталого розвитку до 2030 року [7] деякі суб'єкти приватного сектору почали відходити від звичайних моделей бізнесу, приймаючи стандарти стійкості

Крім того, у спортивній індустрії, в якій має місце підприємство, стійкість привертає увагу науковці вже кілька років [8], і це вважа-

ється життєво важливим аспектом для майбутнього цієї галузі.

Значний внесок у дослідженні сучасних тенденцій в спортивній індустрії в контексті сталого розвитку та стійкого підприємництва зробили такі науковці, як М. Волкер, Ж. Занг, А. Корнійчук, А. Ларсон, К. Міллер, М. Мінченко, М. Парех, Т. Пімоненко, В. Раттен, П. Свенсон, Н. Шуленкорф, С. Хонг та інші.

Так, в статті [9] проведено структурування галузі «спортивного підприємництва» та відзначено, що технологічних інновацій впливають на спортивну індустрію, а технологічний прогрес у спорті має сприяти поширенню спортивного підприємництва та формування умов його стійкості.

Провівши аналіз сучасних тенденцій розвитку підприємництва в спорті в статті [10] автор робить висновок про існування потреби у перегляді механізму функціонування підприємницьких структур у сфері спорту і, зокрема, про участь держави у фінансуванні спортивних організацій, що відіграє значну роль у розвитку досліджуваної галузі.

Говорячи про маркетингові аспекти спортивної індустрії автори [11] наголошують, що використання маркетингу в спортивній індустрії дозволяє забезпечити комерціалізаційну, комунікативну, просвітницьку та соціальні функції, які можна вважати елементами концепції сталого розвитку.

Стаття [12] присвячена ролі цифрової економіки в розвитку спортивної індустрії для досягнення сталого розвитку.

При цьому кількість досліджень на цю тему не можна вважати достатньою, що показує відносну дефіцитність досліджень, які вивчають стійку бізнес-поведінку.

Цей факт можна пояснити тим, що, згідно з [13], визнання та впровадження сталого розвитку є більш складним для підприємця, ніж визнання нежиттєздатності бізнесу.

Крім того, це може бути пов'язано з тим, що спортивне підприємство є відносно новою, але зростаючою сферою дослідження.

Метою дослідження є визначення сутності, особливостей та перспектив індустрії спорту в контексті сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Слід погодитись з тим [9], що спортивне підприємництво можна охарактеризувати, як динамічне та інтерактивне середовище, що передбачає залучення не лише технологічних інновацій, але й застосування сучасних інструментів менеджменту та маркетингу, що має сприяти кращій продуктивності на індивідуальному рівні та на рівні фірми.

Спортивне підприємництво – це загальний термін, який описує інновації, ризик і проактивну поведінку в спортивному контексті. При цьому необхідна цілеспрямована розробка політики, розуміння основних соціальних та економічних факторів, які заохочують спортивне підприємництво.

Щодо державної підтримки та фінансування спортивної індустрії в статті [10] відзначається «потреба у визначенні пріоритетності

та оптимальності розміру коштів, наданих для фінансування діяльності спортивних організацій. Щодо визначення ефективності діяльності організацій у сфері спорту, доцільно їх розмежовувати на ті, метою яких є отримання соціального ефекту, а фінансовий ресурс необхідний для здійснення поточної діяльності, і ті, метою яких є отримання прибутку і досягнення соціального ефекту». Крім того, там же [10] наголошується, що «важливим для підвищення темпів розвитку підприємництва в індустрії спорту є ділова співпраця прибуткових і неприбуткових організацій, а також залучення інвестицій суб'єктів господарювання інших сфер бізнесу».

В таблиці 1 узагальнено концептуальні напрямки досліджень підприємництва в сфері спорту та відзначено їх особливості.

Звернемо увагу на те, що більшість з перелічених напрямків (див. таблицю 1) так чи інакше торкаються або концепції сталого розвитку в цілому, або таких її складових, як соціальна, екологічна та економічна.

Таблиця 1

Концептуальні напрямки досліджень підприємництва у сфері спорту (використано матеріали [6])

№ п/п	Класифікаційна ознака напрямку	Особливості напрямку та приклади реалізації
1	Соціальні інновації та підприємництво у спортивному бізнесі	Застосування незвичайних підходів у спортивній індустрії для вирішення розбірностей в соціальних або екологічних проблемах, досягнення соціальних переваг [14]
2	Туризм, відпочинок, спорт	Важливість екологічної відповідальності спортивних підприємців, які запускають сценарії здорового способу життя [15]
3	Спортивний менеджмент, задоволення якістю, технології	Стратегічне планування спортивної індустрії, стійкий менеджмент, здатний покращити потенціал спорту [16], стале управління для трансформації технологій, продуктів і ринків [17]
4	Стійкість, спонсорство та відповідальність	Стійкість спортивних брендів, як непрямий показник лояльності до бренду [18]
5	Інновації, дизайн продуктів і споживачі	Стійка екологічна політика при розбудові спортивних споруд [19]
6	Навколишнє середовище, професійний спорт та державна політика	Організації і спортивні ліги, які використовують екологічну стійкість [20]
7	Сталий розвиток, інновації та освіта	Спортивна освіта як джерело розвитку стійких інновацій у галузі спорту [21]
8	Корпоративна соціальна відповідальність, політика, технології, бізнес і ринок	Гібридна організації, які можуть забезпечити кращі можливості для досягнення соціального впливу та організаційну стійкість [22]
9	Спортивні мегаподії, спільні інновації та дизайнерське мислення	Важливість стійкості при створенні спортивних мегаподій [23].

Нагадаємо, що виникнення концепції сталого розвитку, як напряму економічного аналізу пов'язують з доповіддю 1972 «Межі зростання» [24], основна ідея якої полягала в оцінці природних та екологічних меж розвитку світового господарства та розвитку суспільства. При цьому лише 1987 року концепція сталого розвитку набула статусу наукового феномена.

Погодимось з визначенням [25], що сталий розвиток передбачає задоволення потреб суб'єкта в поточному циклі без шкоди для задоволення потреб у наступному циклі.

Отже, стійке підприємництво, зокрема в індустрії спорту, можна розглядати як унікальну перспективу, яка поєднує створення економічної, соціальної та екологічної цінності із загальною турботою про благополуччя майбутніх поколінь [26].

В останні роки також зріс інтерес до стійких інновацій, які визначаються як [27]: «інтеграція збереження та розвитку, що гарантує, що зміни планети справді забезпечують виживання та добробут усіх людей».

Це явище виникає тому, що у світі, що стає дедалі більш конкурентоспроможним, який спонукає швидкі зміни, компанії стикаються з проблемою досягнення сталого розвитку через інновації.

Таким чином, стійкі інноваційні є специфічним викликом для компаній, порівняно з

іншими видами інновацій, адже забезпечують суспільне благо шляхом зменшення негативного впливу на навколишнє середовище, зовнішні ефекти, а його зв'язок із конкурентною перевагою ще більш вагомий, ніж від інших інновацій [28].

З іншого боку, необхідно зазначити, що у спортивній індустрії підприємництво [29] та інновації [30] є ключовими елементами для підтримки конкурентоспроможності в цьому секторі.

Підприємництво у сфері спорту в Україні відноситься до коду КВЕД 93.1 «Діяльність у сфері спорту» [31] (див. таблицю 2), який включає всі види діяльності, які забезпечують виготовлення товарів, необхідних для занять спортом і діяльність, яка забезпечує заняття спортом [32], що передбачає необхідність досліджень за усіма напрямками, наведеними в таблиці 1.

У той час як спортивний бізнес можна визначити як отримання прибутку від створення спортивних послуг або товарів, останнім часом у цій галузі спостерігається зростання інтересу до етичних питань, таких як корпоративна соціальна відповідальність та управління навколишнім середовищем, що призвело до додаткових досліджень спортивної етики, зосереджених на ініціативах сталого розвитку, які зараз є більш стратегічно важливі для спортивних організацій [33].

Таблиця 2

Види діяльності відповідно КВЕД 93.1 «Діяльність у сфері спорту» (згідно [31])

Код	Назва класу	Включає
93.11	Функціонування спортивних споруд.	Функціонування закритих і відкритих об'єктів із проведення спортивних заходів (відкритих і закритих, із сидіннями для глядачів чи без них); організацію та проведення спортивних заходів простонеба й у приміщеннях для професіоналів або аматорів
93.12	Діяльність спортивних клубів	Діяльність спортивних клубів, професійних, напівпрофесійних або аматорських і які надають своїм членам можливість брати участь у спортивних заходах.
93.13.	Діяльність фітнес-центрів	Діяльність клубів фітнесу та бодібілдингу.
93.19	Інша діяльність у сфері спорту	Діяльність зі сприяння та підготовки спортивних заходів при наявності або відсутності спортивних споруд; діяльність самостійних спортсменів і атлетів, суддів, хронометражистів тощо; діяльність спортивних ліг і регулюючих органів; діяльність, яка стосується проведення спортивних заходів; діяльність стаєнь для утримання скакових і бігових коней, псарень для утримання бігових собак і гаражів для спортивних гоночних автомобілів; мисливство як вид спорту або відпочинку та надання пов'язаних із ним послуг; діяльність заповідників для спортивного рибальства; послуги гірських провідників; допоміжну діяльність зі спортивного рибальства та мисливства.

У сфері спорту корпоративна соціальна відповідальність стає все більш важливою у формуванні бізнесу, економіки, політики, екології, а соціальна політика на глобальному ринку, а також глобалізація та технологічний прогрес значно розширюють бізнес-можливості для спортивних організацій, спеціалістів з маркетингу і спортивних підприємців [34].

Протягом останніх років наголос на навколишньому середовищі та сталому розвитку підвищили зацікавленість спортивних організацій, оскільки споживачі приділяють більше уваги екологічності програм та є більш активними у їхньому залученні [35].

З цих причин останнім часом у спортивних організаціях з'явилися ініціативи сталого розвитку, пріоритету, який передбачає взаємодію суспільства з навколишнім середовищем [36].

З іншого боку, інновації є невід'ємною частиною підприємництва [37]. Успіх спортивних організацій залежить від їх здатності адаптуватися до швидко мінливого середовища. Розширення інновацій має життєво важливе значення для відхилення від традиційних практик і лідерства організації. Інновації в спорті відбуваються багатьма способами, включаючи спорт команди, спортивні організації та спортсмени.

Стійкі інновації можна визначити як процес, де міркування сталого розвитку (екологічні, соціальні, фінансові) інтегровані в системи фірми від створення ідей до дослідження та розвитку і комерціалізацію [6]. Цей процес застосовується до продуктів, послуг і технологій, а також до нових бізнес- та організаційних моделей.

Однією з рушійних сил інноваційного розвитку індустрії спорту в контексті сталого розвитку на думку авторів [12] є система цифрової економіки. Результати цього дослідження свідчать про те, що цифрова економіка не тільки безпосередньо та значно сприяє розвитку спортивної індустрії, але й опосередковано сприяє цьому через трансформаційні ефекти технологічних інновацій. Крім того, дослідження [12] показує, що вплив рівня розвитку цифрової економіки на високоякісний розвиток спортивної індустрії демонструє нелінійні характеристики, з початковим періодом швидкого зростання, за яким слідує зниження темпів зростання та просторові побічні ефекти.

При цьому при аналізі залучення інструментів цифрової економіки в індустрії спорту слід враховувати адаптивні особливості соці-

ально-економічної системи як реакції на кризові ситуації. Так, в Україні чітко прослідковуються кореляція між динамікою показників електронної комерції на початку російського вторгнення у 2022 році (мінімум у березні 2022 року) [38] та відповідною активністю користувачі інформаційної підтримки індустрії спорту в пошукових системах та соціальних мережах [39].

Врахування таких динамічних ефектів дає можливість зацікавленим сторонам розробляти ефективні стратегії та розподіляти ресурси для досягнення цілей сталого розвитку. При цьому розвиток спортивної індустрії у такий спосіб вимагає прискореного формування цифрової інфраструктури, розвитку дослідження у спортивній науці та технологіях, а також розробки регіональних стратегій, які враховують сталість та інклюзивність.

Висновки. В статті досліджено сутність, особливості та перспективи індустрії спорту в контексті сталого розвитку. Зокрема, можна стверджувати, що з огляду на концепцію сталого підприємництва та інновацій у спорті суттєвим є напрямок розвитку мегаспортивних подій та стійкості, а забезпечення стійкості в управлінні масштабними спортивними заходами в останні роки набуло великого значення та форму тренду.

Слід також підкреслити важливість інновацій у спорті, як інструменту вирішення соціальних проблем, екологічних проблем, а також для забезпечення інклюзивності спортивної діяльності, що потребує додаткових досліджень для аналізу потенціалу спорту в контексті соціального впливу на інклюзивні можливості суспільства та впливу інновацій на навколишнє середовище.

Суттєвим є залучення в індустрії спорту інструментів цифрової економіки, що дозволяє не лише активізувати системну комунікацію, а й підвищити ефективність управління спортом, формувати соціальну відповідальність.

З огляду на те, що більшість відомих авторам досліджень є теоретичними або базуються на тематичних дослідженнях з незначною кількістю емпіричних досліджень, подальші дослідження в цій галузі мають ґрунтуватись на кількісному аналізі з використання сучасних методів економіко-математичного моделювання. Крім того, залишається потреба в аналізі контекстуальних факторів сталого підприємництва чи інновацій у спорті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Muñoz, P., Janssen, F., Nicolopoulou, K., & Hockerts, K. (2018). Advancing sustainable entrepreneurship through substantive research. *Int. J. Entrep. Behav. Res.*, 24, 322–332.
2. Shepherd, D.A., & Patzelt, H. (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: Studying entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed”. *Entrep. Theory Pract.*, 35, 137–163.
3. Demirel, P., Li, Q.C., Rentocchini, F. & Tamvada, J.P. (2019). Born to be green: New insights into the economics and management of green entrepreneurship. *Small Bus. Econ.*, 52, 759–771.
4. Sarango-Lalangui, P., Santos, J.L.S., & Hormiga, E. (2018). The development of sustainable entrepreneurship research field. *Sustainability*, 10, 2005.
5. Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: Categories and interactions. *Bus. Strategy Environ.*, 20, 222–237.
6. González-Serrano, M. H., Añó Sanz, V., & González-García, R. J. (2020). Sustainable sport entrepreneurship and innovation: A bibliometric analysis of this emerging field of research. *Sustainability*, 12(12), 5209.
7. Rosa, W. (Ed.). (2017). Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development. *In A New Era in Global Health; Springer Publishing Company: New York, NY, USA.*
8. Ratten, V. (2011). International sports management: Current trends and future developments. *Thunderbird Int. Bus. Rev.*, 53, 679–686.
9. Ratten, V. (2012). Sport entrepreneurship: challenges and directions for future research. *International journal of entrepreneurial venturing*, 4(1), 65-76.
10. Корнійчук, А. А. (2019). Сучасні тенденції розвитку підприємництва в індустрії спорту. *Економіка, управління та адміністрування*, 3 (89), 153-157.
11. Мінченко, М.Г., Бойко, А.О., Доценко, А.В., & Мінченко М.В. (2022). Розвиток спортивної індустрії: маркетингові аспекти, *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*, № 4, 329-336.
12. : Wei, X., Zhang, J., Lyulyov, O. & Pimonenko, T. (2023). The Role of Digital Economy in Enhancing the Sports Industry to Attain Sustainable Development. *Sustainability*, 15, 12009. doi: 10.3390/ su151512009
13. Patzelt, H., & Shepherd, D.A. (2011). Recognizing opportunities for sustainable development. *Entrep. Theory Pract.*, 35, 631–652.
14. Lettice, F., & Parekh, M. (2010). The social innovation process: Themes, challenges and implications for practice. *Int. J. Technol. Manag.*, 51, 139–158.
15. Salome, L.R., van Bottenburg, M., & van den Heuvel, M. (2013). ‘We are as green as possible’: Environmental responsibility in commercial artificial settings for lifestyle sports. *Leis. Stud.*, 32, 173–190.
16. Schulenkorf, N. (2017). Managing sport-for-development: Reflections and outlook. *Sport Manag. Rev.*, 20, 243–251.
17. Larson, A.L. (2000). Sustainable innovation through an entrepreneurship lens. *Bus. Strategy Environ.*, 9, 304–317.
18. Choi, H., Ko, E., Kim, E.Y., & Mattila, P. (2015). The role of fashion brand authenticity in product management: A holistic marketing approach. *J. Prod. Innov. Manag.*, 32, 233–242.
19. Kellison, T.B., & Hong, S. (2015). The adoption and diffusion of pro-environmental stadium design. *Eur. Sport Manag. Q.*, 15, 249–269.
20. McCullough, B.P., Pfahl, M.E., & Nguyen, S.N. (2016). The green waves of environmental sustainability in sport. *Sport Soc.*, 19, 1040–1065.
21. Walker, M. (2013). Does green management matter for donation intentions? The influence of environmental consciousness and environmental importance. *Manag. Decis.*, 51, 1716–1732.
22. Svensson, P.G., & Seifried, C.S. (2017). Navigating plurality in hybrid organizing: The case of sport for development and peace entrepreneurs. *J. Sport Manag.*, 31, 176–190.
23. Hayes, G., & Horne, J. (2011). Sustainable development, shock and awe? London 2012 and civil society. *Sociology*, 45, 749–764.
24. Meadows, D.L. et al. (1972). *The Limits to Growth: A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*. New York: Universe Books, 1972. 205 p.
25. Brundtland, G. H. (1987). Our common future – Call for action. *Environmental Conservation*, 14(4), 291–294.
26. Nicolopoulou, K. (2014). Social entrepreneurship between cross-currents: Toward a framework for theoretical restructuring of the field. *J. Small Bus. Manag.*, 52, 678–702.
27. Dresner, S. (2008). *The Principles of Sustainability*; Earthscan: London, UK.
28. Delmas, M., Hoffmann, V.H., & Kuss, M. (2011). Under the tip of the iceberg: Absorptive capacity, environmental strategy, and competitive advantage. *Bus. Soc.*, 50, 116–154.

29. González-Serrano, M.H., Crespo, J., Pérez-Campos, C., & Calabuig, F. (2017). The importance of developing the entrepreneurial capacities in sport sciences university students. *Int. J. Sport Policy Politics*, 9, 625–640.
30. Ratten, V. (2016). Sport innovation management: Towards a research agenda. *Innovation*, 18, 238–250.
31. КВЕД-2010: Грына 93.1 URL: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/93/KVED10_93_1.html
32. CPA Definition of Sport-Version 2.0 (“Vilnius Definition 2.0”) According to CPA 20. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/documents/6921402/0/Vilnius+Definition+Sport+CPA2008+official+2013_09_19.pdf/30838d11-01ea-431f-8112-50786e187c1c
33. Ratten, V. (2018). *Sport Entrepreneurship: Developing and Sustaining an Entrepreneurial Sports Culture*; Springer: Basel, Switzerland.
34. Ratten, V., & Ratten, H. (2011). International sport marketing: Practical and future research implications. *J. Bus. Ind. Mark.*, 26, 614–620.
35. Falt, E. (2006). Sport and the Environment. *Environ. Health Perspect.*, 114, 268–269.
36. Ratten, V. (2010). Developing a theory of sport-based entrepreneurship. *J. Manag. Organ.*, 16, 557–565.
37. Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M., & Sexton, D.L. (2001). Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strateg. Manag. J.*, 22, 479–491.
38. EVO Company. URL: <https://evo.business/category/news/>
39. GoogleTrends. URL: <https://trends.google.com.ua/trends/explore?date=today%205y&geo=UA&hl=ru>

REFERENCES:

1. Muñoz, P., Janssen, F., Nicolopoulou, K., & Hockerts, K. (2018). Advancing sustainable entrepreneurship through substantive research. *Int. J. Entrep. Behav. Res.*, 24, 322–332.
2. Shepherd, D.A., & Patzelt, H. (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: Studying entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed”. *Entrep. Theory Pract.*, 35, 137–163.
3. Demirel, P., Li, Q.C., Rentocchini, F. & Tamvada, J.P. (2019). Born to be green: New insights into the economics and management of green entrepreneurship. *Small Bus. Econ.*, 52, 759–771.
4. Sarango-Lalangui, P., Santos, J.L.S., & Hormiga, E. (2018). The development of sustainable entrepreneurship research field. *Sustainability*, 10, 2005.
5. Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: Categories and interactions. *Bus. Strategy Environ.*, 20, 222–237.
6. González-Serrano, M. H., Añó Sanz, V., & González-García, R. J. (2020). Sustainable sport entrepreneurship and innovation: A bibliometric analysis of this emerging field of research. *Sustainability*, 12(12), 5209.
7. Rosa, W. (Ed.). (2017). Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development. *In A New Era in Global Health; Springer Publishing Company: New York, NY, USA.*
8. Ratten, V. (2011). International sports management: Current trends and future developments. *Thunderbird Int. Bus. Rev.*, 53, 679–686.
9. Ratten, V. (2012). Sport entrepreneurship: challenges and directions for future research. *International journal of entrepreneurial venturing*, 4(1), 65–76.
10. Kornichuk, A. A. (2019). Suchasni tendentsii rozvytku pidpriemnytstva v industrii sportu [Modern trends in the development of entrepreneurship in the sports industry]. *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, vol. 3 (89), pp. 153–157. [in Ukrainian]
11. Minchenko, M.H., Boiko, A.O., Dotsenko, A.V., & Minchenko M.V. (2022). Rozvytok sportyvnoi industrii: marketynhovi aspekty [Development of the sports industry: marketing aspects]. *Visnyk SumDU. Serii «Ekonomika»*, no. 4, pp. 329–336. [in Ukrainian]
12. Wei, X., Zhang, J., Lyulyov, O. & Pimonenko, T. (2023). The Role of Digital Economy in Enhancing the Sports Industry to Attain Sustainable Development. *Sustainability*, 15, 12009. doi: 10.3390/su151512009
13. Patzelt, H., & Shepherd, D.A. (2011). Recognizing opportunities for sustainable development. *Entrep. Theory Pract.*, 35, 631–652.
14. Lettice, F., & Parekh, M. (2010). The social innovation process: Themes, challenges and implications for practice. *Int. J. Technol. Manag.*, 51, 139–158.
15. Salome, L.R., van Bottenburg, M., & van den Heuvel, M. (2013). ‘We are as green as possible’: Environmental responsibility in commercial artificial settings for lifestyle sports. *Leis. Stud.*, 32, 173–190.
16. Schulenkorf, N. (2017). Managing sport-for-development: Reflections and outlook. *Sport Manag. Rev.*, 20, 243–251.
17. Larson, A.L. (2000). Sustainable innovation through an entrepreneurship lens. *Bus. Strategy Environ.*, 9, 304–317.

18. Choi, H., Ko, E., Kim, E.Y., & Mattila, P. (2015). The role of fashion brand authenticity in product management: A holistic marketing approach. *J. Prod. Innov. Manag.*, 32, 233–242.
19. Kellison, T.B., & Hong, S. (2015). The adoption and diffusion of pro-environmental stadium design. *Eur. Sport Manag. Q.*, 15, 249–269.
20. McCullough, B.P., Pfahl, M.E., & Nguyen, S.N. (2016). The green waves of environmental sustainability in sport. *Sport Soc.*, 19, 1040–1065.
21. Walker, M. (2013). Does green management matter for donation intentions? The influence of environmental consciousness and environmental importance. *Manag. Decis.*, 51, 1716–1732.
22. Svensson, P.G., & Seifried, C.S. (2017). Navigating plurality in hybrid organizing: The case of sport for development and peace entrepreneurs. *J. Sport Manag.*, 31, 176–190.
23. Hayes, G., & Horne, J. (2011). Sustainable development, shock and awe? London 2012 and civil society. *Sociology*, 45, 749–764.
24. Meadows, D.L. et al. (1972). *The Limits to Growth: A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*. New York: Universe Books, 205 p.
25. Brundtland, G. H. (1987). Our common future – Call for action. *Environmental Conservation*, 14(4), 291–294.
26. Nicolopoulou, K. (2014). Social entrepreneurship between cross-currents: Toward a framework for theoretical restructuring of the field. *J. Small Bus. Manag.*, 52, 678–702.
27. Dresner, S. (2008). *The Principles of Sustainability*; Earthscan: London, UK.
28. Delmas, M., Hoffmann, V.H., & Kuss, M. (2011). Under the tip of the iceberg: Absorptive capacity, environmental strategy, and competitive advantage. *Bus. Soc.*, 50, 116–154.
29. González-Serrano, M.H., Crespo, J., Pérez-Campos, C., & Calabuig, F. (2017). The importance of developing the entrepreneurial capacities in sport sciences university students. *Int. J. Sport Policy Politics*, 9, 625–640.
30. Ratten, V. (2016). Sport innovation management: Towards a research agenda. *Innovation*, 18, 238–250.
31. KVED-2010: Hrupa 93.1 [Classifier of Types of Economic Activity-2010: group 93.1]. Retrieved from http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/93/KVED10_93_1.html
32. CPA Definition of Sport-Version 2.0 ("Vilnius Definition 2.0") According to CPA 20. Retrieved from https://ec.europa.eu/eurostat/documents/6921402/0/Vilnius+Definition+Sport+CPA2008+official+2013_09_19.pdf/30838d11-01ea-431f-8112-50786e187c1c
33. Ratten, V. (2018). *Sport Entrepreneurship: Developing and Sustaining an Entrepreneurial Sports Culture*; Springer: Basel, Switzerland.
34. Ratten, V., & Ratten, H. (2011). International sport marketing: Practical and future research implications. *J. Bus. Ind. Mark.*, 26, 614–620.
35. Falt, E. (2006). Sport and the Environment. *Environ. Health Perspect.*, 114, 268–269.
36. Ratten, V. (2010). Developing a theory of sport-based entrepreneurship. *J. Manag. Organ.*, 16, 557–565.
37. Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M., & Sexton, D.L. (2001). Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strateg. Manag. J.*, 22, 479–491.
38. EVO Company. Retrieved from <https://evo.business/category/news/>
39. GoogleTrends. Retrieved from <https://trends.google.com.ua/trends/explore?date=today%205y&geo=UA&hl=ru>