

УДК 796.012.2:615.851.1

Кокарева С.М.¹, Трилевич А.Є.²

¹ канд. фіз.вих., доц НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. БАД-313 НУ «Запорізька політехніка»

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ ВБОЛІВАЛЬНИКІВ У СПОРТІ: РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Вступ. У світі спорту, де конкуренція за увагу вболівальників є вирішальною для успіху, розробка та впровадження інноваційних стратегій залучення стає необхідністю. Використання штучного інтелекту (ШІ) в цій галузі відкриває безліч можливостей для покращення взаємодії з вболівальниками та збільшення їхньої зацікавленості.

Дослідження ролі штучного інтелекту в розробці та використанні інноваційних стратегій для залучення вболівальників у спортивні події є дуже актуальною. Різні аспекти використання ШІ, включаючи аналіз даних, персоналізовані рекомендації, віртуальну реальність та інтерактивність, які допомагають створювати захоплюючий та залучаючий досвід для вболівальників.

Вивчення цих інноваційних стратегій дозволить краще зрозуміти, як штучний інтелект може сприяти збільшенню зацікавленості вболівальників у спорті, а також виявити можливості та виклики, що стоять перед цим напрямком розвитку [1, 2].

Постановка проблеми. У сучасному спортивному середовищі залучення та утримання вболівальників стає критично важливим завданням для спортивних організацій. Однак, з розвитком технологій та зміною споживчих уподобань, традиційні методи привертання уваги аудиторії можуть виявитися неефективними. У зв'язку з цим виникає потреба у розробці та впровадженні інноваційних стратегій залучення вболівальників, які б враховували сучасні

технологічні можливості та вимоги аудиторії. Одним з потенційних рішень цієї проблеми є використання штучного інтелекту, проте необхідно провести детальний аналіз можливостей, викликів та етичних аспектів використання цієї технології в спортивній індустрії. Таким чином, ця стаття має на меті дослідити роль штучного інтелекту в розвитку інноваційних стратегій залучення вболівальників у спорті та визначити перспективи та виклики його використання в цій галузі [3, 4].

Обговорення. Одним з ключових напрямків застосування штучного інтелекту є аналіз даних вболівальників. Завдяки розвитку технологій обробки великих обсягів даних (Big Data), стає можливим збирати та аналізувати інформацію про поведінку та інтереси вболівальників. Це дозволяє спортивним організаціям розробляти персоналізовані стратегії взаємодії з аудиторією та надавати індивідуальні пропозиції.

Ще одним важливим аспектом застосування штучного інтелекту є використання віртуальної реальності (VR) та розширеної реальності (AR) для покращення відтворення спортивних подій. Завдяки цим технологіям вболівальники можуть переживати матчі та змагання у найреалістичніших умовах, що підвищує їхню зацікавленість та відчуття присутності.

Штучний інтелект також використовується для створення та підтримки спільнот вболівальників у соціальних медіа. Алгоритми машинного навчання допомагають адаптувати контент до інтересів користувачів, а інтерактивні медіа-платформи створюють можливості для взаємодії з аудиторією в режимі реального часу [2, 4].

Важливо враховувати етичні та соціальні аспекти використання штучного інтелекту у спортивній індустрії. Потрібно забезпечити конфіденційність та безпеку даних вболівальників, а також уникати ситуацій, які можуть порушити етичні стандарти.

Зростаюча роль штучного інтелекту у спортивній індустрії відкриває широкі перспективи для подальшого розвитку. Однак, на шляху впровадження інноваційних стратегій залучення вболівальників існують і виклики, такі як технологічні обмеження та супроводження змін у споживчих уподобаннях [1, 3].

Висновки. Отже, застосування штучного інтелекту в спортивній індустрії виявляється дієвим інструментом для створення персоналізованих стратегій взаємодії з аудиторією та покращення користувацького досвіду.

Аналіз даних вболівальників за допомогою штучного інтелекту дозволяє спортивним організаціям краще розуміти інтереси та потреби своєї аудиторії та відповідно розробляти персоналізовані стратегії залучення. Використання віртуальної реальності та розширеної реальності підвищує відтворення спортивних подій та робить їх більш захопливими для вболівальників.

Крім того, штучний інтелект відіграє важливу роль у створенні та підтримці спільнот вболівальників у соціальних медіа, сприяючи взаємодії та обміну думками серед шанувальників спорту.

Проте, разом з потенціалом штучного інтелекту приходять і виклики. Необхідно вирішувати питання етики та конфіденційності даних, а також забезпечувати доступність та інклюзивність нових технологій для різних груп вболівальників.

Загалом, інноваційні стратегії залучення вболівальників у спорті за допомогою штучного інтелекту відкривають нові можливості для покращення взаємодії між спортивними організаціями та їхніми прихильниками. Розуміння та використання цих можливостей стане ключовим фактором успіху в майбутньому спортивному середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Huang R. & Sarigöllü E. How brand awareness relates to market outcome, brand equity, and the marketing mix. *Journal of Business Research*, 2012. 65(1), 92-99.
2. Zhu F. & Zhang X. Impact of online consumer reviews on sales: The moderating role of product and consumer characteristics. *Journal of Marketing*, 2010. 74(2), 133-148.
3. Hair Jr J. F., Black W. C., Babin B. J., & Anderson R. E. *Multivariate data analysis: A global perspective* Upper Saddle River, NJ: Pearson. 2010. Vol. 7.
4. Kwon K. N. & Wen Y. An approach to understanding mobile banking adoption in the US: A modified technology acceptance model. *Journal of Systems and Information Technology*, 2010. 12(3), 213-231.