

United Nations. (2025). *Key statistics and trends in international trade 2024: Trade growth amid volatility and ongoing uncertainties*. [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab2025d2\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab2025d2_en.pdf)

Zadoia A. O. (2023). *Struktura tovarnoho eksportu Ukrainy: otsinka elastychnosti dynamiky tovarnykh hrup* [Structure of commodity exports of Ukraine: assessment of the elasticity of the dynamics of com-

modity groups]. *Yevropeyskyi vektor ekonomichnoho rozvytku*, 1, 6–20.

<https://doi.org/10.32342/2074-5362-2023-1-34-1>

Стаття надійшла до редакції / Received: 03.03.2026  
Статтю прийнято до публікації / Accepted: 17.03.2026  
Оприлюднено / Published: 30.04.2026

УДК 339.5:796.062:519.86(100)

JEL: C53; F14; L83; O18

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2026-3-97-104>

## СПОРТИВНА ІНДУСТРІЯ У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ: ТОРГОВЕЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОГНОЗ ІМПОРТУ СПОРТИВНИХ ТОВАРІВ

©2026 НЕУХАЦЬКА С. О.

УДК 339.5:796.062:519.86(100)

JEL: C53; F14; L83; O18

### Неухацька С. О. Спортивна індустрія у глобальній економіці: торговельні тенденції та прогноз імпорту спортивних товарів

У статті досліджено роль спортивної індустрії у глобальній економіці та її вплив на міжнародну торгівлю, зокрема на динаміку імпорту спортивних товарів. Метою дослідження є виявлення ключових тенденцій розвитку глобального ринку спортивних товарів, оцінка впливу торговельних, кризових і технологічних чинників на його функціонування, а також формування прогностичних висновків щодо подальшого розвитку галузі. Методологічну основу становлять методи порівняльного, структурного, статистичного та економетричного аналізу, що дозволяють комплексно оцінити динаміку та структурні зміни ринку. Інформаційною базою дослідження є статистичні дані Світової організації торгівлі за 2017–2022 рр. У роботі проаналізовано регіональну структуру імпорту спортивних товарів, визначено основні товарні групи та виявлено циклічні коливання ринку під впливом глобальних факторів, зокрема пандемії COVID-19 та змін у споживчій поведінці. Встановлено домінування Америки, Європи та Азії у світовому імпорті спортивних товарів. Проведений трендовий аналіз і економетричне моделювання дозволили здійснити прогноз розвитку імпорту спортивних товарів на середньострокову перспективу та оцінити потенційні ринкові ризики. Наукова новизна полягає у виявленні відсутності прямої залежності між рівнем тарифного навантаження та обсягами імпорту, а також у обґрунтуванні визначальної ролі ємності ринку та споживчого попиту у формуванні торговельних потоків. Практичне значення отриманих результатів полягає в можливості їх використання для формування ефективної торговельної політики, стратегій розвитку бізнесу у сфері спортивної індустрії та прогнозування динаміки глобального ринку. Доведено, що сучасна спортивна індустрія трансформується у високотехнологічний, глобалізований і комерціалізований сектор економіки, ключовими драйверами якого є цифровізація, зміна споживчої поведінки, інтеграція в суміжні сфери, зокрема health, entertainment та sustainability, а також активне впровадження інноваційних технологій у виробництво та сервісну складову.

**Ключові слова:** глобальна економіка; імпорт спортивних товарів; спортивна індустрія; WTO; часові ряди; прогнозування.

**Рис.: 2. Табл.: 1. Бібл.: 15.**

**Неухацька Світлана Олександрівна** – аспірантка кафедри міжнародного менеджменту, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (просп. Берестейський, 54/1, Київ, 03057, Україна)

**E-mail:** [t0506936968@gmail.com](mailto:t0506936968@gmail.com)

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0003-4780-7426>

UDC 339.5:796.062:519.86(100)

JEL: C53; F14; L83; O18

### Neukhatska S. O. *The Sports Industry in the Global Economy: Trade Trends and Forecasts for Sports Goods Imports*

This article examines the role of the sports industry in the global economy and its impact on international trade, particularly on the dynamics of sports goods imports. The study aims to identify key trends in the development of the global sports goods market, assess the influence of trade, crisis, and technological factors on its functioning, and provide predictive insights into the sector's future development. The methodological basis includes comparative, structural, statistical, and econometric analysis, enabling a comprehensive evaluation of market dynamics and structural changes. The research relies on statistical data from the World Trade Organization for 2017–2022. The study analyzes the regional structure of sports goods imports, identifies major product categories, and reveals cyclical market fluctuations under the influence of global factors, including the COVID-19 pandemic and changes in consumer behavior. It was found that America, Europe, and Asia dominate global sports goods imports. The carried out trend analysis and econometric modeling allowed forecasting of import development in the medium term and assessing potential market risks. The scientific novelty lies in identifying the absence of a direct relationship between tariff levels and import volumes, as well as substantiating the decisive role of market capacity and consumer demand in shaping trade flows. The practical significance of the obtained results lies in their applicability for formulating efficient trade policies, business development strategies in the sports industry, and predicting global market dynamics. It is demonstrated that the contemporary sports industry is transforming into a high-tech, globalized, and commercialized economic sector, with key drivers including digitalization, changes in consumer behavior, integration into related spheres such as health, entertainment, and sustainability, and the active introduction of innovative technologies into production and service components.

**Keywords:** global economy; imports of sporting goods; sports industry; WTO; time series; forecasting.

**Fig.: 2. Tabl.: 1. Bibl.: 15.**

У сучасних умовах трансформації глобальної економіки спортивна індустрія перетворилася на один із динамічних сегментів світового ринку, що формує значні торговельні потоки та впливає на структуру міжнародної торгівлі. Зростання попиту на спортивні товари, цифровізація каналів збуту, глобалізація ланцюгів доданої вартості, а також наслідки пандемічних і геоекономічних шоків суттєво змінюють обсяги та напрями міжнародного імпорту спортивної продукції. Попри зростаючу роль спортивної індустрії у глобальній економіці, у науковій літературі спостерігається недостатня увага до комплексного аналізу торговельних тенденцій на ринку спортивних товарів у поєднанні з кількісним прогнозуванням імпортих потоків. Більшість досліджень зосереджується на маркетингових або соціально-культурних аспектах спорту, залишаючи поза увагою його макроекономічний і торговельний виміри.

У цьому контексті особливої актуальності набуває аналіз динаміки глобального імпорту спортивних товарів і розроблення прогнозів його подальшого розвитку, що дозволяє оцінити стійкість міжнародних торговельних зв'язків, визначити ключові країни-імпортери та виявити структурні зрушення у світовій спортивній індустрії. Результати дослідження мають важливе практичне значення для формування торговельної політики, стратегій міжнародного бізнесу та прогнозування розвитку світового ринку спортивних товарів в умовах зростаючої економічної невизначеності.

Динамічне зростання попиту на спортивні товари, їхня диверсифікація та зростаюча роль міжнародних ринків зумовлюють необхідність системного аналізу структури та тенденцій розвитку глобального ринку. Вивчення обсягів імпорту спортивної продукції дає змогу виявити закономірності його функціонування, оцінити вплив зовнішніх факторів та визначити потенційні напрями зростання індустрії спорту у світовій економіці.

**Метою** статті є здійснення аналізу та прогнозування обсягів глобального імпорту спортивних товарів у контексті розвитку індустрії спорту як складової сучасної світової економіки. Стаття спрямована на висвітлення ключових закономірностей розвитку глобального ринку спортивних товарів, що сприятиме глибшому розумінню його впливу на економічне зростання та міжнародну торгівлю.

**Аналіз останніх джерел і публікацій.** У сучасних економічних дослідженнях спортивна індустрія розглядається як важливий сектор глобальної економіки, що поєднує виробництво спортивних товарів, організацію спортивних подій, медіаіндустрію та інфраструктуру. Науковці відзначають, що розвиток спортивного ринку тісно пов'язаний із процесами глобалізації, зростанням доходів населення та популяризацією здорового способу життя [1; 2]. Дослідження показують, що спортивна індустрія формує значні економічні потоки та має мультиплікативний ефект для суміжних галузей економіки, включно з виробництвом спортивного одягу, обладнання, туристичними послугами та медіаконтентом. Зокрема, оцінки економістів свідчать, що спортивна індустрія становить значну частину національних економік і може генерувати десятки мільярдів доларів щорічних доходів лише в окремих країнах, таких як США [3].

Значна частина досліджень присвячена розвитку світового ринку спортивних товарів. У роботах з економіки спорту зазначається, що попит на спортивні товари формується під впливом таких факторів, як рівень доходів населення, мода, інновації у спортивному обладнанні та рівень спортивної активності населення [4]. Дослідники також підкреслюють, що ринок спортивних товарів характеризується високим рівнем глобальної конкуренції та домінуванням транснаціональних корпорацій, які формують основні торговельні потоки у світі [5]. Крім того, зростання участі населення у спортивних активностях стимулює збільшення витрат домогосподарств на спортивні товари та послуги, що сприяє розширенню відповідних ринків [6–8]. У сучасних умовах важливу роль у розвитку спортивної індустрії відіграють цифрові технології, електронна комерція та нові бізнес-моделі, які змінюють структуру попиту та міжнародні торговельні потоки [9].

Таким чином, аналіз наукових публікацій свідчить про зростання ролі спортивної індустрії у світовій економіці та посилення значення ринку спортивних товарів як важливого сегмента глобальної торгівлі. Окремі дослідження наголошують, що великі міжнародні спортивні події, такі як Олімпійські ігри чи чемпіонати світу, також мають значний вплив на розширення попиту

на спортивну продукцію та формування нових ринкових можливостей для виробників [10]. Останні наукові роботи акцентують увагу на трансформації ринку спортивних товарів під впливом цифровізації економіки. Розвиток електронної комерції, цифрових платформ і соціальних медіа суттєво змінює канали збуту спортивної продукції, сприяє зростанню глобальної конкуренції та розширює доступ споживачів до міжнародних ринків [11].

Разом із тим аналіз наукових публікацій свідчить, що більшість досліджень у сфері економіки спорту зосереджена на соціальних, маркетингових або управлінських аспектах розвитку спортивної індустрії. Значно менше уваги приділяється аналізу міжнародної торгівлі спортивними товарами та прогнозуванню динаміки їх імпорту в глобальному масштабі. Наявні дослідження переважно розглядають спортивні товари як частину ширших товарних груп у структурі міжнародної торгівлі, що обмежує можливості комплексного аналізу розвитку цього сегмента ринку. У зв'язку з цим виникає необхідність поглибленого дослідження торговельних тенденцій на світовому ринку спортивних товарів, а також застосування сучасних методів статистичного аналізу та прогнозування для оцінювання перспектив розвитку імпортних потоків спортивної продукції.

У підсумку, попри наявні дані про світову торгівлю спортивними товарами, систематичні академічні дослідження про торговельні тенденції саме імпорту спортивних товарів із використанням сучасних економетричних моделей залишаються обмеженими, що обґрунтовує потребу подальшого наукового аналізу та прогнозування на основі комплексних джерел даних.

**І**ндустрія спорту є одним зі зростаючих секторів сучасної світової економіки, який охоплює широкий спектр товарів і послуг – від виробництва спортивного інвентарю та одягу до організації міжнародних спортивних подій. Її розвиток безпосередньо впливає на зайнятість, обсяги інвестицій, міжнародну торгівлю та загальну конкурентоспроможність національних економік. У сучасних умовах глобалізації та структурної трансформації світової економіки спортивна індустрія перетворилася на один із динамічних і швидкозростаючих сегментів міжнародного ринку. Вона охоплює широкий спектр економічної діяльності, включно з виробництвом та обігом спортивних товарів, послуг, інфраструктури та цифрових продуктів, формуючи значну частку глобальних торговельних потоків. Зростання популярності здорового способу життя, професійного та масового спорту, а також розвиток спортивних технологій і платформ сти-

мулюють сталий попит на спортивну продукцію в усьому світі.

Сучасна спортивна індустрія характеризується комплексною трансформацією під впливом цифровізації, глобалізації та зміни споживчих моделей: активне впровадження технологій (big data, штучний інтелект, wearable devices) формує data-driven підхід до управління спортом, тоді як комерціалізація та розвиток міжнародних ринків сприяють зростанню доходів від медіавправ, спонсорства та спортивного маркетингу; паралельно розширюється ринок спортивних товарів, зокрема сегмент athleisure та e-commerce, що інтегрує спорт у повсякденне життя споживачів; важливою тенденцією є посилення ролі fan engagement через цифрові платформи, персоналізацію контенту та інструменти на кшталт фан-токенів, а також стрімкий розвиток кіберспорту як окремого сегмента; водночас індустрія дедалі більше орієнтується на принципи сталого розвитку (ESG), інклюзію та популяризацію здорового способу життя, що розширює її соціально-економічну функцію, перетворюючи спорт на інтегровану частину глобальної економіки та індустрії розваг.

Сучасна спортивна індустрія трансформується у високотехнологічний, глобалізований і комерціалізований сектор економіки, де ключовими драйверами виступають цифровізація, зміна споживчої поведінки та інтеграція у broader economy (health, entertainment, sustainability).

**М**іжнародна торгівля спортивними товарами зазнає суттєвих змін під впливом цифровізації, трансформації глобальних ланцюгів постачання, зміни споживчих уподобань і посилення гео економічної нестабільності. Пандемічні кризи, торговельні обмеження та регіональні конфлікти актуалізували питання стійкості імпортних потоків і перегляду торговельних стратегій ключових країн-імпортерів. У цих умовах аналіз торговельних тенденцій та прогнозування обсягів глобального імпорту спортивних товарів набувають особливої наукової та практичної значущості.

Попри зростаючу увагу до спортивної індустрії в економічних дослідженнях, більшість наукових праць зосереджується на соціальних, культурних або маркетингових аспектах спорту, тоді як торговельний вимір і прогнозування імпортних потоків залишаються недостатньо систематизованими. Це зумовлює необхідність комплексного дослідження динаміки світового імпорту спортивних товарів із урахуванням сучасних глобальних тенденцій.

З огляду на зазначене, дослідження спрямоване на аналіз місця спортивної індустрії у структурі глобальної економіки, виявлення ключових торго-

вельних тенденцій та формування прогнозних оцінок розвитку імпорту спортивних товарів. Отримані результати можуть бути використані для обґрунтування рішень у сфері торговельної політики, міжнародного бізнесу та стратегічного планування розвитку спортивної індустрії в умовах глобальної економічної невизначеності.

**З**ростання попиту на спортивні товари, диверсифікація їх асортименту, активізація глобальної торгівлі та формування нових ланцюгів постачання зумовлюють потребу в системному аналізі ринкових тенденцій і прогнозуванні подальшого розвитку галузі. Особливої актуальності це питання набуває в контексті глобалізації, коли спортивна індустрія стає важливим драйвером міжнародної економічної взаємодії, а обсяги імпорту спортивних товарів – одним із ключових показників її розвитку. Аналіз динаміки та структури світового імпорту дає змогу виявити закономірності функціонування ринку, оцінити вплив глобальних кризових факторів (зокрема, пандемії COVID-19) та визначити стратегічні напрями зростання. Світовий ринок спортивних товарів демонструє стійку тенденцію до зростання, що зумовлено зростанням споживчого попиту, розширенням асортименту продукції та зміною способу життя населення. Різні категорії споживачів – від поціновувачів активного способу життя та фітнесу до професійних спортсменів і учасників міжнародних змагань – формують стабільний попит на спортивні товари, що стимулює розвиток світової торгівлі в цьому сегменті.

Класичні дослідження глобальної торгівлі спортивними товарами вказують на географічні зрушення глобальної спеціалізації: основні експортери включають Китай, Гонконг, США та Францію, тоді як США, Японія та країни ЄС є великими імпортерами спортивної продукції, що відображає зміни в розподілі виробництва та торгівлі між регіонами світової економіки [12]. Сучасні аналітичні джерела, зокрема дані Eurostat щодо 2024 року, показують, що імпорт спортивних товарів із Китаю сягає значної частки у структурі торговельних потоків ЄС, при цьому спортивне взуття та обладнання для гімнастики та плавання мають найвищу вагу серед імпортованих категорій [13]. Індустріальні звіти також свідчать про те, що глобальний ринок спортивних товарів продовжує зростати, з прогнозованим середньорічним темпом близько 6–7% до 2029 року, хоча темпи зростання дещо сповільнюються під впливом макроекономічних чинників і змін у споживанні [14].

За останні три десятиліття глобальні обсяги імпорту спортивної продукції зросли в декілька

разів. Якщо у 1996 р. їхній річний обсяг становив близько 15 млрд дол. США, то у 2022 р. цей показник досяг майже 64 млрд дол. США, що свідчить про більш ніж трикратне зростання. Таке збільшення відображає не лише загальну тенденцію до інтенсифікації міжнародної торгівлі, але й зміни у споживчих пріоритетах, пов'язані з поширенням здорового способу життя та комерціалізацією спорту. Важливою характеристикою сучасного етапу розвитку ринку є зміна його гео економічної структури. Китай став провідним експортером спортивних товарів у світі, а основними імпортерами виступають країни Європейського Союзу та Сполучені Штати Америки. У 2022 році на регіони Америки та Європи припадало майже 75% глобального імпорту спортивних товарів, що підтверджує домінування розвинених економік на цьому ринку.

За регіональною структурою імпорту лідирує Америка з показником 26,2 млрд дол. США, проте для цього ринку характерна найвища середня тарифна ставка – 19,9%. На другому місці перебуває Європа з обсягом імпорту 19,8 млрд дол. США та більш сприятливими тарифними умовами (у середньому 9,9%). Азійський регіон займає третю позицію з імпортом близько 15 млрд дол. США, водночас маючи найнижчу середню тарифну ставку – лише 7,2% (табл. 1).

Таблиця 1

**Загальний обсяг імпорту спортивних товарів (млрд дол. США) та середні тарифні ставки (у відсотках) за континентами, 2022 р.**

Регіон	Обсяг імпорту, млрд дол. США	Середні тарифні ставки, %
Океанія	2,1	6,5
Африка	0,8	21,1
Америка	26,2	19,9
Азія	15	7,2
Європа	19,8	9,9

Джерело: складено за [15].

**М**ожемо відмітити суттєву диференціацію між континентами як за обсягами імпорту спортивних товарів, так і за рівнем тарифного регулювання у 2022 році. Найбільший обсяг імпорту спостерігається в Америці (26,2 млрд дол. США), що становить приблизно 41% від загального обсягу серед досліджуваних регіонів. Значні показники також демонструють Європа (19,8 млрд дол. США) та Азія (15 млрд дол. США), що свідчить про їхню провідну роль у глобальному ринку спортивних товарів. Натомість Океанія (2,1 млрд дол. США) та особливо Африка (0,8 млрд дол. США) характеризуються низькими обсягами

імпорту, що відображає як меншу ємність ринку, так і обмежену інтеграцію у світову торгівлю.

Аналіз тарифних ставок показує значну варіацію торговельної політики між регіонами. Найвищий рівень тарифного захисту характерний для Африки (21,1%) та Америки (19,9%), тоді як найнижчі ставки спостерігаються в Океанії (6,5%) й Азії (7,2%). Європа займає проміжну позицію із середнім рівнем тарифів (9,9%), що відповідає моделі регульованої відкритості.

Порівняння обсягів імпорту та тарифних ставок дозволяє зробити висновок про відсутність прямої залежності між рівнем тарифного захисту та масштабами імпорту. Зокрема, Америка поєднує високі тарифні ставки з найбільшими обсягами імпорту, що пояснюється значною ємністю внутрішнього ринку. Водночас в Африці високі тарифи супроводжуються низьким рівнем імпорту, що свідчить про стримувальний ефект протекціонізму в умовах менш розвинених економік.

Таким чином, ключовим фактором, що визначає обсяги імпорту спортивних товарів, виступає не лише тарифна політика, а, передусім, масштаб економіки та рівень платоспроможного попиту. Найбільш ефективними з точки зору інтеграції у світову торгівлю є моделі з помірним або низьким тарифним навантаженням, характерні для Європи та Азії.

Зростання світового імпорту спортивних товарів зумовлене як підвищенням глобального попиту та зміною поведінки споживачів, так і розви-

тком міжнародної торгівлі, логістичних мереж і виробничих ланцюгів. Ці тенденції створюють умови для подальшого розширення ринку та зростання ролі спортивної індустрії у структурі глобальної економіки.

Глобальний імпорт спортивних товарів демонстрував стале зростання протягом 1996–2022 рр., що свідчить про поступове розширення світового ринку спортивної продукції та зростання попиту на неї (рис. 1). Динаміка мала лише два помітні винятки. Перший – суттєве скорочення імпорту у 2009 р., яке можна пов'язати з наслідками світової фінансової кризи 2008 р., коли глобальна торгівля сповільнилася майже в усіх секторах економіки. Другий – різке зростання у 2021 р., що стало результатом активного відновлення попиту після пандемії COVID-19. Обмеження, запроваджені урядами під час пандемії, стимулювали підвищений інтерес до спорту та здорового способу життя, а повторне відкриття спортивних центрів і клубів призвело до безпрецедентного зростання обсягів імпорту спортивного обладнання.

Аналіз динаміки за окремими товарними категоріями свідчить про неоднорідність темпів розвитку ринку. Найбільш суттєве зростання продемонстрували товари для водних видів спорту (+73%), обладнання для гольфу (+54%), спортивні товари та інвентар загального призначення (+46%) і товари для ракеткових видів спорту (+36%).

Особливо показовим є збільшення імпорту в категорії «товари та обладнання», яке продовжу-

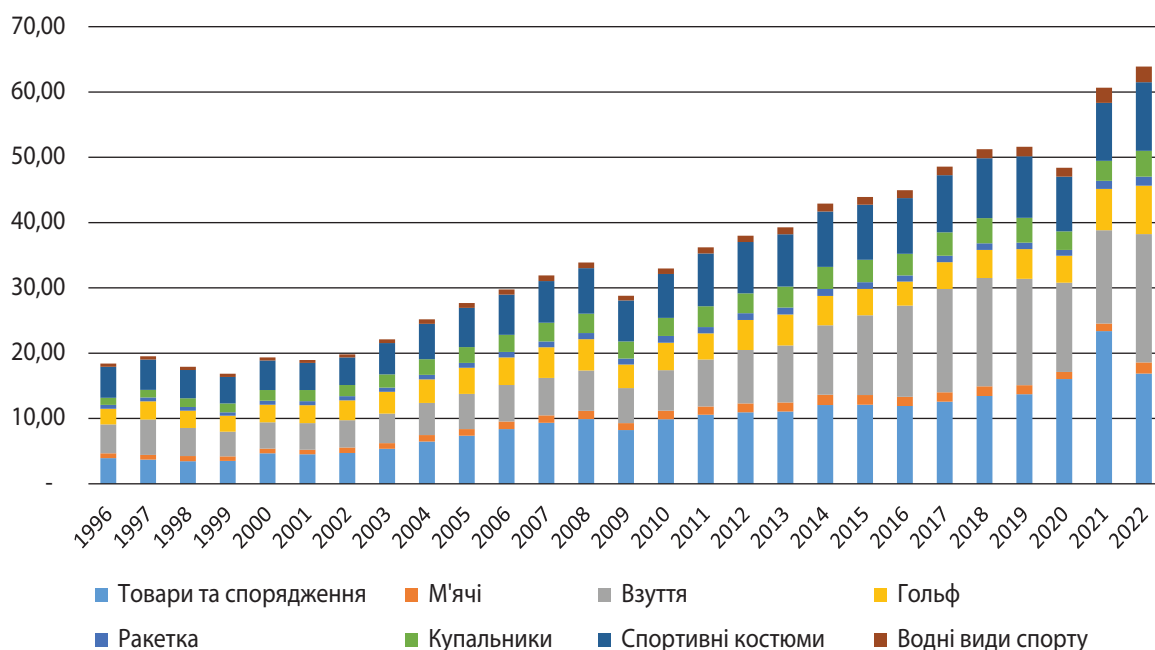


Рис. 1. Глобальний імпорт спортивних товарів за категоріями, 1996–2022 рр. (млрд дол. США)

Джерело: складено за [15].

валося навіть між 2019 і 2020 рр. – періодом, коли більшість інших сегментів ринку зазнали спаду. Це свідчить про зміну споживчих пріоритетів і зростання ролі спорту як ключового елемента способу життя навіть у кризових умовах.

Обсяги імпорту спортивних товарів у світі протягом 2017–2022 рр. демонструють загальну тенденцію до зростання, що свідчить про поступове зміцнення цього сегмента глобальної економіки та підвищення попиту на спортивну продукцію. У 2017 р. обсяг імпорту становив 48,57 млрд дол. США, що відображає стабільний рівень розвитку галузі на початковому етапі аналізованого періоду. У 2018 р. цей показник збільшився до 51,25 млрд дол., а у 2019 р. – до 51,61 млрд дол., що свідчить про сталий приріст і підвищення глобального попиту на спортивні товари. У 2020 р. зафіксоване незначне зниження до 48,39 млрд дол., що пов'язано з наслідками пандемії COVID-19 і глобальним скороченням торгівлі. Проте вже у 2021 р. ринок продемонстрував суттєве відновлення, коли імпорт зріс до 60,67 млрд дол., що пояснюється зростанням споживчої активності та відновленням міжнародної логістики. Ця позитивна динаміка збереглася й у 2022 р., коли обсяг імпорту досяг історичного максимуму – 63,89 млрд дол. США. Отже, за аналізований період імпорт спортивних товарів збільшився більш ніж на 31%, що свідчить про стійке зростання галузі, її високу адаптивність до кризових явищ і перспективність подальшого розвитку в умовах зростання глобального попиту на спортивну продукцію.

У цілому спостерігається позитивний тренд: починаючи з базового рівня близько 3,3–3,5 млрд доларів, показник поступово зростає, перевищуючи 7 млрд доларів у фінальних періодах спостереження. Часовий ряд має чітко виражену циклічність: спостерігаються регулярні підйоми та спади, що можуть бути пов'язані із сезонністю попиту на спортивні товари (наприклад, перед літнім сезоном чи великими спортивними подіями). Крім

того, наявні окремі короточасні зниження, які можуть бути зумовлені зовнішніми економічними чинниками або кризовими подіями.

Загалом динаміка є стабільною, що дозволяє застосувати методи прогнозування часових рядів для оцінки майбутніх значень. Для прогнозування динаміки глобального імпорту спортивних товарів використано методи аналізу часових рядів, зокрема ARIMA-моделювання та метод експоненційного згладжування Хольта. Отримані результати свідчать про подальше зростання глобального імпорту спортивної продукції в середньостроковій перспективі (рис. 2).

Результати прогнозування глобального імпорту спортивних товарів свідчать про стійку тенденцію до зростання світового ринку спортивної продукції. На основі аналізу часових рядів було застосовано дві моделі прогнозування (ARIMA та метод експоненційного згладжування Хольта), що дозволяє оцінити динаміку показника з урахуванням трендової складової та короткострокових коливань. Отримані результати демонструють, що в середньостроковій перспективі очікується подальше зростання обсягів міжнародної торгівлі спортивними товарами. Прогнозні оцінки, отримані за допомогою моделі ARIMA, відображають поступове збільшення імпорту, що відповідає довгостроковому тренду розвитку спортивної індустрії. Подібні результати демонструє і модель експоненційного згладжування, яка також фіксує стабільну позитивну динаміку показника.

Стійке зростання глобального імпорту спортивних товарів пояснюється низкою структурних факторів. *По-перше*, спостерігається зростання популярності здорового способу життя та фізичної активності, що стимулює попит на спортивне обладнання, одяг і аксесуари. *По-друге*, важливу роль відіграє розвиток інноваційних технологій у виробництві спортивної продукції, зокрема використання нових матеріалів, цифрових сенсорів та wearable-технологій. *По-третє*, суттєвий вплив

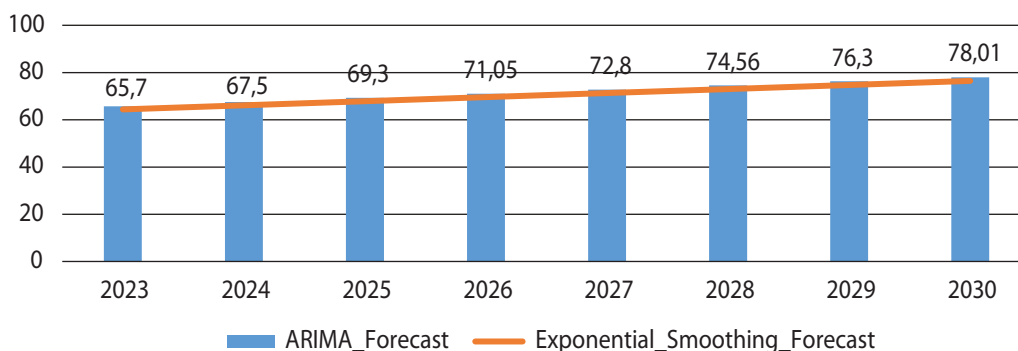


Рис. 2. Прогноз глобального імпорту спортивних товарів, млрд дол.

має розширення електронної комерції, що полегшує доступ споживачів до глобальних ринків спортивних товарів.

Крім того, значну роль у формуванні попиту на спортивні товари відіграють міжнародні спортивні події та глобальні маркетингові кампанії провідних брендів спортивної індустрії. У результаті відбувається активне розширення світових торговельних потоків, що сприяє інтеграції ринку спортивних товарів у систему глобальної економіки.

Таким чином, результати проведеного прогнозування підтверджують, що ринок спортивних товарів має стійку тенденцію до зростання, а міжнародна торгівля в цьому сегменті продовжить розширюватися в найближчі роки. Отримані результати можуть бути використані для оцінювання перспектив розвитку спортивної індустрії та формування стратегій міжнародної торгівлі спортивною продукцією.

## ВИСНОВКИ

Проведений аналіз показав, що індустрія спорту є не лише соціально значущим, а й стратегічно важливим сектором глобальної економіки. Динаміка світового імпорту спортивних товарів свідчить про стійке зростання попиту, що зумовлене зміною стилю життя населення, популяризацією здоров'я, розвитком спортивної інфраструктури та активізацією міжнародної торгівлі. Значні структурні зміни відбулися в географії торгівлі: Китай посилив свої позиції як провідний експортер, тоді як основними імпортерами залишаються Європейський Союз і США. Аналіз за товарними категоріями показав, що найшвидше зростають сегменти, пов'язані з водними видами спорту, гольфом і спеціалізованим обладнанням. Важливим чинником розвитку ринку стали наслідки пандемії COVID-19, які стимулювали попит на товари для активного способу життя.

Прогнозні розрахунки підтверджують збереження позитивної динаміки в короткостроковій перспективі. Це створює сприятливі умови для формування ефективних стратегій розвитку зовнішньої торгівлі, розширення асортименту продукції та залучення інвестицій у спортивну галузь. Отримані результати можуть бути використані як аналітична основа для прийняття рішень державними органами, бізнес-структурами та міжнародними організаціями у сфері торговельної політики. ■

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Andreff W., Szymański S. (Eds.) *Handbook on the Economics of Sport*. Cheltenham (GB) : Edward Elgar Publishing, 2007. 848 p.

2. Downward P., Frick B., Humphreys B. R. et al. (Eds.). *The SAGE Handbook of Sports Economics*. London : SAGE Publications Ltd, 2019. 610 p.
3. Humphreys B., Ruseski J. *The Size and Scope of the Sports Industry in the United States*. Spain, 2008.
4. Andreff W. *The Sports Goods Industries*. In: Andreff W., Szymanski S. (Eds.). *Handbook on the Economics of Sport*. Edward Elgar Publishing, 2006. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781847204073.00009>
5. Rodríguez P., Késenne S., Koning R. H. (Eds.). *The Economics of Competitive Sports*. Cheltenham, UK ; Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing; 2015. 240 p.
6. Scheerder J., Vos S. Social stratification in adults' sports participation from a time-trend perspective Results from a 40-year household study. *European Journal for Sport and Society*. 2011. Vol. 8. Iss. 1–2. P. 31–44. DOI: <https://doi.org/10.1080/16138171.2011.11687868>
7. Kokolakis T., Gratton C., Grohall G. The Economic Value of Sport. *The SAGE Handbook of Sports Economics*. London : SAGE Publications Ltd, 2019. P. 18–30. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781526470447.n3>
8. Thibaut E, Vos S., Scheerder J. Hurdles for sports consumption? The determining factors of household sports expenditures. *Sport Management Review*. 2014. Vol. 17. Iss. 4. P. 444–454. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.smr.2013.12.001>
9. Leonov Ya. Current trends in the sports industry and their influence on the development of organizations. *Economics, Finance and Management Review*. 2020. Iss. 4. P. 89–96. DOI: <https://doi.org/10.36690/2674-5208-2020-4-89>
10. Ball D. W. Olympic Games Competition: Structural Correlates of National Success. *International Journal of Comparative Sociology*. 1972. Vol. 13. P. 186–200. DOI: <https://doi.org/10.1177/002071527201300302>
11. Ratten V., Ferreira J. J. (Eds.). *Sport Entrepreneurship and Innovation*. London : Routledge, 2016. 284 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315393384>
12. Andreff M., Andreff W. Global Trade in Sports Goods: International Specialisation of Major Trading Countries. *European Sport Management Quarterly*. 2009. Vol. 9. Iss. 3. P. 259–294. DOI: <https://doi.org/10.1080/16184740903024029>
13. International trade in sporting goods. 2025. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/SEPDF/cache/44954.pdf>
14. Sporting Goods 2025 – The new balancing act: Turning uncertainty into opportunity. *McKinsey & Company*. March 4, 2025. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/sporting-goods-industry-trends>
15. Gonciarz T., Verbeet Th., Santana R. Sports goods trade sees threefold growth over past 30 years. *World Trade Organization*. 2024. URL: <https://ttd.wto.org/en/news-blog/voluptatem-nemo-quasiste-exercitationem-dolores-en>

**REFERENCES**

- Andreff W. (2006). *The Sports Goods Industries. Handbook on the Economics of Sport*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781847204073.00009>
- Andreff W. & Szymański S. (2007). *Handbook on the Economics of Sport*. Cheltenham (GB): Edward Elgar Publishing.
- Andreff M. & Andreff W. (2009). Global Trade in Sports Goods: International Specialisation of Major Trading Countries. *European Sport Management Quarterly*, 3(9), 259–294. <https://doi.org/10.1080/16184740903024029>
- Ball D.W. (1972). Olympic Games Competition: Structural Correlates of National Success. *International Journal of Comparative Sociology*, 13, 186–200. <https://doi.org/10.1177/002071527201300302>
- Downward P., Frick B. & Humphreys B.R. (2019). *The SAGE Handbook of Sports Economics*. London: SAGE Publications Ltd.
- Gonciarz T., Verbeet Th. & Santana R. (2024). Sports goods trade sees threefold growth over past 30 years. *World Trade Organization*. <https://ttd.wto.org/en/news-blog/voluptatem-nemo-quas-iste-exercitationem-dolores-en>
- International trade in sporting goods. (2025). <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/SEPDF/cache/44954.pdf>
- Humphreys B. & Ruseski J. (2008). *The Size and Scope of the Sports Industry in the United States*. Spain.
- Kokolakakis T., Gratton C. & Grohall G. (2019). The Economic Value of Sport. *The SAGE Handbook of Sports Economics* (p. 18–30). London: SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781526470447.n3>
- Leonov Ya. (2020). Current trends in the sports industry and their influence on the development of organizations. *Economics, Finance and Management Review*, 4, 89–96. <https://doi.org/10.36690/2674-5208-2020-4-89>
- McKinsey & Company. (2025, March 4). *Sporting Goods 2025 – The new balancing act: Turning uncertainty into opportunity*. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/sporting-goods-industry-trends>
- Ratten V. & Ferreira J.J. (2016). *Sport Entrepreneurship and Innovation*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315393384>
- Rodríguez P., Késenne S. & Koning R.H. (2015). *The Economics of Competitive Sports*. Cheltenham, UK ; Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing.
- Scheerder J. & Vos S. (2011). Social stratification in adults' sports participation from a time-trend perspective Results from a 40-year household study. *European Journal for Sport and Society*, 1–2(8), 31–44. <https://doi.org/10.1080/16138171.2011.11687868>
- Thibaut E., Vos S. & Scheerder J. (2014). Hurdles for sports consumption? The determining factors of household sports expenditures. *Sport Management Review*, 4(17), 444–454. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2013.12.001>
- Стаття надійшла до редакції / Received: 20.02.2026  
Статтю прийнято до публікації / Accepted: 05.03.2026  
Оприлюднено / Published: 30.04.2026