

DERLEME

Spor Yönetiminde İnovasyon

¹Erhan BUYRUKOĞLU^{ORCID}, ²Hacı Murat ŞAHİN^{ORCID}¹Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Spor Yönetimi Abd, Aydın, Türkiye.²Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Aydın, Türkiye.

Özet: Alan yazın akademik çalışmalarda yer alan yeni birçok kavram yer almaktadır. Bunlar dan bir tanesi de inovasyon kavramıdır. İnovasyon'un TDK karşılığı yeniliktir. İnovasyonun spor içerisindeki sınıflanması hizmetsel, pazarlama odaklı, organizasyonel, süreçsel ve ürünel olarak literatür içerisinde yer almaktadır. Bunun yanı sıra yönetsel olarak inovasyon alan yazında incelendiğinde az sayıda çalışmaların olduğu görülmüştür. Araştırmamızın amacı spor yönetiminde inovasyon kavramını açıklamak ve alan yazındaki çalışmaları inceleyerek bir derleme çalışması oluşturmaktır. Spor yönetiminde inovasyon çalışmalarının çeşitliliği ve artırılması yönünde önerileri de bulunmuş, Türk spor yönetimi alanındaki uygulamalar sınıflandırılmıştır. Sınıflandırmalar genel olarak yönetsel, eğitim ve ekonomik alanlar üzerinedir. Genel olarak alan yazın incelendiğinde görülen spor yönetiminin de inovasyon örgüt kültürü içerisinde yer alması, örgüt bireylerinin aidiyet duygusunun var olması bakımından inovasyonun önemi vurgulanmaktadır.

Anahtar kelimeler: Spor, Yönetim, İnovasyon

Innovation in Sports Management

Abstract: There are many new concepts in academic studies in the literature. One of these is the concept of innovation. The TDK equivalent of innovation is innovation. The classification of innovation in sports takes place in the literature as service, marketing-oriented, organizational, process and product. In addition, when managerial innovation is examined in the literature, it is seen that there are few studies. The aim of our research is to explain the concept of innovation in sports management and to create a compilation study by examining the studies in the literature. Suggestions were made for the diversity and increase of innovation studies in sports management, and applications in the field of Turkish sports management were classified. Classifications are generally on administrative, educational and economic fields. In general, when the literature is examined, the importance of innovation is emphasized in terms of the fact that sports management is also included in the innovation organizational culture and that the members of the organization have a sense of belonging.

Keywords: Sports, Management, Innovation.

Giriş

Alan yazın incelendiğinde inovasyon ile genel olarak yenilik, farklı amaçların var olması, planlamanın bir parçası olması, farklılık yaratmak ve güncel takip etmek olarak karşımıza çıkmaktadır (Philipp, 2008). Ayrıca inovasyonun bir süreçten ibaret olduğu literatür de yer almaktadır. İnovasyon'un bir süreç olması beraberinde sportif organizasyonlarda yenilikleri beraberinde getirmektedir. İnovasyon kendi içerisinde organizasyon, pazarlama, hizmet, süreç ve ürün olarak yer almaktadır (Elçi, 2006). İnovasyon'un sportif organizasyonlar içerisinde yer alması spor alanının içerisinde bulunan ve gündelik yapılan işlerden kurulmayı beraberinde getirerek tüm

bireyler için bir motive kaynağı olmaktadır. İnovasyon ayrıca ekonomik bir kaynak olarak da karşımıza çıkmaktadır. Yabancı kaynaklar incelendiğinde inovasyon bir sonraki adım ve/veya yarına yatırım olarak karşımıza çıkmaktadır. Modern hayatın getirmiş olduğu inovasyonel yeniliklerin etkisi spor içerisinde etkisini anında göstermiştir (Özgenç, 2009). Yabancı kaynaklar ve Türkçe kaynaklar içerisindeki ortak kanı inovasyonun büyüyen bir kartopu olduğu yönündedir. 2009 yılında Avrupa Birliği Komisyonu tarafından inovasyon yılı olarak ilan edilmiş, toplumsal, bireysel, ekonomik olarak inovasyonel farkındalık sağlanmıştır (Cowell ve ark., 2007). Spor yönetiminin yönetim mekanizmalarından bir tanesi olması, yönetsel

✉ E, Buyrukoğlu, e.mail: erhanbuyrukoglu@gmail.com

Geliş Tarihi: 12 Kasım 2022 – Kabul Tarihi: 18 Aralık 2022 – Yayınlanma Tarihi: 31 Aralık 2022

Atıf için: Buyrukoğlu, E., Şahin, H.M., (2022). Spor Yönetiminde İnovasyon. *Ulus Kinesyol Derg.* 3(2), 56-59. DOI: 10.5281/zenodo.7481803

olarak insan ilişkileri, organizasyonel bütünlük olarak karşımıza çıkmaktadır. Spor ve inovasyonel yönetimde ortak kanı inovasyonel olumsuzlukları yönetsel olarak pozitif yöne çekmek ve süreci uzun süreli etkin kılmaktır. İnovasyon bir süreç olduğundan bu süreçte yönetim alanına büyük sorumluluk düşmektedir. İnovasyonun kültürel, ekonomik, sportif, sosyal vb gibi birçok alana etki ettiği bilinmektedir. Ülkelerin spor alanında inovasyonel olarak kendilerini geliştirmeleri ve bu süreci iyi bir spor yöneticisinin sürdürmesi ülke sporunda büyük bir ivme kazanılmasına sebebiyet vermektedir (Elçi, 2006). Spor alanı içerisinde bulunan spor alanlarına ve/veya sportif organizasyonlara ev sahipliği yapan ülkeler, federasyonlar, olimpiyat komiteleri, spor bakanlıkları vb. kurum ve/veya kuruluşlar inovasyonel olarak yönetim alanına öncelik vermektedirler. Spor yönetimi alanının inovasyonel yaklaşımları takip etmesi ve inovasyonel olarak bulunmuş olduğu örgütü her türlü inovasyonel organizasyondan veya inovasyondan haberdar edip gerekli görüldüğünde hem eğitim almalı hem de eğitim vermelidir. Spor yöneticilerinin inovasyonu takip etmeleri ve uygulamaya geçirmeleri ülke sporu açısından hayati öneme sahiptir. İnovasyonel spor organizasyonlarının ülke ekonomisine büyük bir gelir sağladığı yapılan araştırmalarda görülmektedir (Ofner, 2015). Araştırmamızda ise spor yönetimi alanında ve inovasyon ele alınacaktır.

Spor ve İnovasyon

İnsanoğlu yaşamının her alanında inovasyon ile karşılaşmaktadır. Spor ve inovasyon iç içe bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Bunun sebebi olarak inovasyonun yenilik sporun ise sosyalleşme, var olan dışında farklı bir alanda yer olarak değerlendirilmeleridir. Spor alanında yapılan yeni tesisler, sahalar, sahaların içerisindeki çeşitlilikler sporda inovasyon olarak gösterilmektedir. Sebep olarak ise geçmiş yıllarda tesislerin tek amaçlı bir organizasyonda kullanılmış olması, sahaların tek boyutlu olması lakin inovasyonel yapılan eylemler ile birçok spor tesisinin çeşitli sportif organizasyonlar için kullanılması, spor sahalarının ise spor dışında konser, bayram kutlamaları vb toplum için gerekli olan eylemlerde kullanılmaktadır. Sporda inovasyon gerek ülkemize gerekse diğer ülkelerde önemli bir tutmaktadır (Cowell ve ark., 2007). Sporun bir fabrika olduğu ve bu fabrikanın farklı kollarının olduğu ve inovasyon gerektirdiği ve bu inovasyonun yönetsel alanlarla desteklenmesi gerektiği bilinmektedir (Elçi,2006). Spor içerisindeki tüm branşlarda inovasyona gidilmektedir. Spor yönetim

alanında çalışan bireyler ise bu inovasyonları takip etmektedirler. Dünyanın en büyük sportif organizasyonu olarak değerlendirilen olimpiyatlar ülkelerin inovasyona en fazla yer verdikleri yerlerdir. Olimpiyatlarda inovasyonellikleri ülkeler göz önünde bulundurarak gerek ülke içerisinde yer alan spor organizasyonlarında gerekse uluslararası spor organizasyonlarında yapılan çalışmalarda örnek olarak değerlendirilerek faaliyete konulmaktadır (Cowell ve ark., 2007). Olimpiyatlardaki inovasyonel ülke tanıtımında da önemli bir yer tutmaktadır. Olimpiyatlardaki spor tesisleri ve organizasyonel kullanılan malzemelerin inovasyonel olması da spor organizasyonlarında büyük bir ivme sağlamaktadır (Cowell ve ark., 2007).

Hizmet İnovasyonu

Hizmet alanının spor ile birleşmesi ile beraber sporda hizmet anlamında inovasyonel yenilikler olmuştur ve olmaya devam etmektedir (Ofner, 2015). Modern hayat içerisindeki yenilikler ve teknolojinin insanoğlunun bir bütünü haline gelmesi ile beraber spor alanında hizmet anlayışında değişiklikler meydana gelmiştir. Bu değişiklikler hizmet inovasyonu olarak tanımlanmaktadır (Elçi, 2006).

Ürün İnovasyonu

Spor alanında hizmet inovasyonunun dışında ürün inovasyonunun da yapılan faaliyetler spora inovasyonellik getirmiştir. Ürünlerin farklı ve çeşitli olması günden güne inovasyon anlamında spora katkı sağlamaktadır. Modern dünyanın getirmiş olduğu inovasyon anlayışı spor ürünlerinde etkili bir şekilde etkisini göstermiştir. Teknolojinin gelişmesi ve gündelik hayatın bir parçası olması ile beraber inovasyonel ürünlerde artış görülmüştür (Banger, 2017).

Ürün inovasyonu spor alanında farklılıkların olması arz ve talebe göre büyük firmaların inovasyonel olarak hareket etmesine sebebiyet vermiştir. Spor içerisinde ürünler sportif organizasyonlar açısından büyük öneme sahiptir (Müller, 2008). Ürün inovasyonunun spor içerisinde yer alması spora katılım oranının artması ile beraber spor alanında yer alan bireyleri iki gruba ayırmıştır. Bu guruplar aktif veya pasif katılımcı ve spor ürününe talep eden bireyler olarak değerlendirilmektedir (Schlepper, 2014). Spor ürünlerindeki inovasyonelliklere talep gün geçtikçe artmaktadır. Son zamanlarda ürün inovasyonunda kalori ölçen saatler, yürüme mesafe gösteren ürünler, kalp atımı vb. ölçümler yapan ürünler yer almaktadır (Eldem, 2017).

Organizasyonel İnovasyon

Sportif olarak yapılan en üst seviyedeki spor organizasyonlarından en alt seviyedeki spor organizasyonlarına kadar inovasyon gerçekleşmiş ve gerçekleşmeye devam etmektedir. Organizasyondaki inovasyonellikler talep oranını da artırmaktadır. Spor içerisindeki aktif ve pasif olan birey organizasyonel inovasyonlar ile sosyalleşmekte ve toplum içerisinde kendisine yer edinmektedir (Schlepper, 2014).

Pazarlama İnovasyonu

Sportif ürünlerin pazarda etkili bir alana hakim olması pazarlama alanında da inovasyonu beraberinde getirmektedir (Schröer, 2016). Pazar hâkimiyetin farklı pazar anlayışı spor ürünlerinin pazardaki yeri inovasyon ile daha etkili bir alana hâkimiyet sağlamıştır (Kracht, 2015). Spor pazarlamasında pazarlama anlayışı farklılıklar göstermektedir. Bu pazarlama anlayışı gerek web siteleri aracılığı ile gerekse sponsorluk ve reklam araçları yapılmaktadır (Oslo Manual, 2005). İnovasyonel anlamında pazarlama içerisinde yer alan ve pazarlamanın ilk önceliği olan arz talep ilişkisi ve ürün kalitesi inovasyonel olarak pazarda hâkimiyet sağlamadaki etkenlerden birtanesidir (Drossou ve Krempel, 2006). Pazarlama inovasyonu içerisinde yer alan dijital pazarlama anlayışında son zamanlarda yapılan alan taramaları incelendiğinde inovasyon pazarlama anlayışı olarak karşımıza çıkmaktadır (Smith, 2016).

Süreç İnovasyonu

Genel tanımlar göz önüne alındığında süreç inovasyonu pazarlama, organizasyon, ürün, hizmetin içerisinde yer aldığı bir bütün olarak karşımıza çıkmaktadır (Ofner, 2015). Modern dünyada teknolojinin gelişmesi ve insan hayatının önemli bir yerinde teknolojinin olması süreç inovasyonunun çağdan çağa geçişi olarak tanımlanmaktadır (Hauschildt, 2010). Süreç inovasyonunda amaç süreci tekili hale getirerek belirli bir ürün, organizasyon, eğitim vb. durumları inovasyonel akış halinde etkin kılmaktır (Zollenkop, 2006). Süreç inovasyonu genellikle ekonomik, sosyolojik ve sosyokültürel bağların belirli bir süreç dahilinde inovasyonel olarak etkin kılınması olarak alan yazın içerisindeki çalışmalarda yer almaktadır (Beleckiene ve ark., 2008).

İnovasyon Uygulamaları ve Spor Yönetimi

Türkiye'de ilk olarak TİCİ (Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakı) spor yönetimi alanında faaliyete başlamıştır. Sonraki yıllarda ise Türk Spor Kurumu 1936'da kurulmuş yine aynı yılda Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü Başbakanlığa bağlı olarak 3530 sayılı kanunla kurulmuş birçok isim ve teşkilat farklılıkları ile spor yönetim alanları kurum ve kuruluşlar farklı isimler ile beraber günümüze kadar varlığını devam ettirmiştir. 1986 yılında ise anayasa kanunları ile beraber (58. ve 59. madde) sporcu koruma ve sporu yayma politikası izlenmiş aynı yıl içerisinde yine Gençlik Spor Genel Müdürlüğü ve belediyeler bünyesinde spor yönetimi alanın bulunduğu rekreatif alanlar ve belediye kulüpleri kurulmuştur (Sunay, 2009). İlk olarak spor yönetiminde bağımsız olarak karşımıza çıkan TMOK (Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi) yer almaktadır. 1911 yılında Uluslar Arası Olimpiyat Komitesi (IOC) 1908 yılında Selim Sırrı Tarcan tarafından kurulan günümüzde Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi olarak isimlendirilen geçmişte Osmanlı Milli Olimpiyat Komitesi olarak adlandırılan komiteyi kabul etmiştir. Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi (TMOK) 1962 yılında bağımsız olmuştur. 1980 yılında ise Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi tarafından Türkiye'nin Olimpiyata katılması daha aktif hale gelmiştir (Sunay, 2009). Türk spor yönetim alanında yer alan futbol federasyonunun özerk olması ve federasyonlardaki yönetim anlayışı federasyon çeşitliliği, bakanlık bünyesinde yer alan alt kolların olması inovasyonel olarak değerlendirilebilmektedir. Dünya genelinde 2006 da spor yönetimi alanında Türk Spor Kurumu Kanunu tasarısı yer alarak, Türkiye'de köklü inovasyonellerin yer alması, Gençlik Spor Bakanlığı içerisinde Spor Yüksek Kurumunun sporun tesisleşme, il ve ilçedeki spor organizasyonları, personel eksiklerinin giderilmesi bakımından inovasyonellik olarak değerlendirilmektedir. Spor yönetimi alanında sporda şike olayları ve bu olaylara yönelik kanun ve tekliflerin kabul edilmesi inovasyonel olarak değerlendirilmektedir (Karakullukçu ve ark., 2008).

Sonuç

Spor yönetim alanında yapılan inovasyonelliklerin spor ve örgüt kültürü açısından genel tanımlamalara bakıldığında yönetim alanındaki inovasyonun önemli olduğu görülmüştür. Yapılan organizasyonlar içerisinde yer alan inovasyonellikler hem bir sonraki organizasyon için hem de farklı ve/veya aynı organizasyonların düzen ve işleyişi bakımından örnek teşkil etmektedir (Tekin ve Karakuş, 2018). Ürün, organizasyon, pazarlama ve süreç içerisinde inovasyonun yer alması spor alanı içerisinde önemli

bir adım olarak değerlendirilmektedir. Bunun sebebi ise sporun çeşitli grupları bir arada toplaması ve tek bir amaç için bireyin spor alanında yer almasıdır. Spor içerisindeki en önemli birey spor yöneticileri olarak değerlendirilmektedir. Çünkü yönetim yapılan inovasyonları takip etmesi, organize etmesi ülke sporu ve ülke tanınırlığı açısından hayati önem taşıdığı bilinmektedir (Sunay,2009). Alan yazın incelendiğinde spor yönetiminde inovasyon yaklaşımları adına yapılan çalışmaların çok az olduğu ve bu çalışmaların çoğaltılması gerektiği önerilmektedir.

Finansal Kaynak

Yazarlar araştırmanın herhangi bir finansal kaynağı olmadığını beyan etmektedir.

Çıkar Çatışması

Yazarlar araştırmayla ilgili herhangi bir çıkar çatışması/çakışması olmadığını beyan etmektedir.

Kaynakça

- Banger, G. (2017). *Endüstri 4,0 Ekstra*. Ankara: Dorlion Yayınları.
- Beleckiene, G., Murphy, C., Dienys, V., Kaminskiene, B. & Motiekaitiene, V. (2008). *Study of Sports Sector*. Research report on skill needs, Methodological Centre for Vocational Education and Training, Vilnius: Lithuania.
- Cowell, D., Walker, S., Siciliano, J.&Hess, P.W. (2007). *Managing Sports Organizations; Responsibility For Performance 2e*.
- Drossou, O.&Krempel S.(2006).*Open Innovation. Freier Austausch von Wissen als soziales, politisches und wirtschaftliches Erfolgsmodell*. Hannover: Heise-dpunkt (Reihe Telepolis).
- Elçi, Ş.(2006). *İnovasyon; Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı*, Ankara: Nova Medya Yayıncılık.
- Eldem, M.O. (2017). *Endüstri 4.0*. TMMOB EMO Ankara Şubesi Haber Bülteni, 3, 10-16.
- Hauschildt, J. (2010). *Innovations management*. 5. Aufl. München: Franz Vahlen GmbH.USA: Elsevier Inc.,16-17.
- Karakullukçu, Ö. F., Dönem, T. Ö., Dönem, T. İ. C. İ., Kurumu, T. S., Dönem, B. T. G. M., Durum, T. S. T. M.,& Düzenlemeler, S. Y. Y. D. Y. (2008). Spor yönetiminde son gelişmeler. *Beden Eğitimi ve Spor Dergisi*, 1(1), 1-17.
- Kracht, F. (2015). *Event-Marketing Produkteinführung in der Sportindustrie*, Bachelorarbeit, Hochschule Mittweida.
- Müller, D. (2008). *Innovationen in der Sportindustrie*(Doctoraldissertation, Diss., Eidgenössische Technische Hochschule ETH Zürich.
- OECD- Oslo Manual (2005). *Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*. Paris
- Ofner, T. (2015). *Innovation sprozesse in Sportorganisationen - eine empirische Analyse im organisierten Sport*“Magister der Naturwissenschaften, *Magisterarbeit*, Universität Wien.
- Ofner, T. (2015). *Innovationsprozesse in Sportorganisationen - eine empirische Analyse im organisierten Sport*“ Magister der Naturwissenschaften, *Magisterarbeit*, Universität Wien.
- Özgenç, A. (2009). İnovasyon Neden Önemli, *Capital Aylık İş ve Ekonomi Dergisi*.
- Philipp, H. (2008). *Open and closed innovation*, *Springer Science, Business Media*, Gabler Verlag.
- Schlepper, F. (2014). *Vermarktung von Sportveranstaltungen. Entwicklung eines Erfolgsmodells am Beispiel des Münster-Marathons*. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.
- Schröer, C. (2016). *EyeTracking in der Sponsoring-Forschung*. M. Dinkel, C. Schröer, P. Thalmeier, L. Brager & S. Ronft (Hrsg.), *EyeTracking in der Sport- und Veranstaltungsbranche: Themenheft der Sciamus-Sport und Management*, (7)7-16.
- Smith, M. (2016). *Real Madrid wear unusual recycled kit stopro motecleaner oceans*. <http://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-3974772/Real-Madrid-wear-unusual-recycled-kits-2-1-victory-Sporting-Gijon.html> adresinden erişildi (Erişim Tarihi: 20.09.2022).
- Sunay, H. (2009). *Spor Yönetimi*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Tekin, Z.&Karakuş, K. (2018). Gelenekselden akıllı üretime spor endüstrisi 4.0, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(3), 2103-2117.
- Zeollenkop, M. (2006). *Geschäftsmodellinnovation: Initiierung eines systematischen Innovationsmanagements für Geschäftsmodelle auf Basis des benzyklusorientierten Frühaufklärung*. Springer-Verlag.