

УДК 338.24

ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ В СФЕРЕ ФИТНЕС-УСЛУГ

¹С.В. Куровский, ²Д.А. Мишин, ³Х.М. Кадирова

¹ Научно-исследовательское подразделение ООО «Высшая Школа Образования», Одинцово, email: 8917564@gmail.com

² Редакционно-издательский отдел ООО «Высшая Школа Образования», Одинцово, email: 8917564@gmail.com

³ НИУ Высшая школа экономики (ВШЭ), Москва, email: kadirova.khalimat@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматриваются особенности цифровизации в сфере фитнес-услуг. Представлено значение цифровизации в сфере фитнес-услуг. Охарактеризовано влияние цифровых технологий на клиентский опыт и внутренние бизнес-процессы фитнес-компаний. Обозначен алгоритм оценки цифровой зрелости компаний фитнес-индустрии, а также представлены результаты анализа на примере нескольких российских компаний данной отрасли. Показано, что эффективная цифровая трансформация сферы фитнес-услуг должна быть ориентирована на: сохранение конкурентного ядра бизнеса; постепенную интеграцию цифровых технологий; системное использование новых возможностей цифровой экономики. Сделан вывод о том, что фитнес-клуб, ориентированный на рост объема продаж и повышение клиентской лояльности, должен интегрировать в свою бизнес-модель инновационные технологии, позволяющие стимулировать целевую аудиторию заниматься спортом в условиях виртуализации социального пространства. Анализ цифровой зрелости организаций сферы фитнес-услуг позволил отметить, что несетевые фитнес-клубы имеют начальный уровень цифровой зрелости, а сетевые — базовый уровень. Поэтому в перспективе рекомендовано интегрировать продвинутые формы цифрового взаимодействия между организациями фитнес-индустрии и целевой аудиторией.

Ключевые слова: цифровизация, сфера фитнес-услуг, виртуализация социального пространства, цифровые технологии, фитнес-клубы, цифровая зрелость, бизнес-процессы компаний.

FEATURES OF DIGITALIZATION IN THE SPHERE OF FITNESS SERVICES

¹S.V. Kurovsky, ²D.A. Mishin, ³H.M. Kadirova

¹ Research department of LLC Higher School of Education, Odintsovo, email: 8917564@gmail.com

² Editorial and Publishing Department of LLC Higher School of Education, Odintsovo, email: 9651530@gmail.com

³ National Research University Higher School of Economics (HSE), Moscow, email: kadirova.khalimat@yandex.ru

Abstract. The article discusses the features of digitalization in the fitness services sector. The importance of digitalization in the fitness services sector is presented. The impact of digital technologies on customer experience and internal business processes of fitness companies is characterized. An algorithm for assessing the digital maturity of fitness industry companies is outlined, and the results of the analysis are presented using the example of several Russian companies in this industry. It is shown that effective digital transformation of the fitness services sector should be focused on: maintaining the competitive core of the business; gradual integration of digital technologies; systematic use of new opportunities of the digital economy. It is concluded that a fitness club focused on increasing sales and increasing customer loyalty should integrate innovative technologies into its business model that allow stimulating the target audience to play sports in the context of virtualization of social space. The analysis of the digital maturity of fitness services organizations made it possible to note that non-network fitness clubs have an initial level of digital maturity, and network ones have a basic level. Therefore, in the future, it is recommended to integrate advanced forms of digital interaction between fitness industry organizations and the target audience.

Keywords: digitalization, fitness services, virtualization of social space, digital technologies, fitness clubs, digital maturity, business processes of companies.

Дата поступления статьи в редакцию: 13.04.2025

Дата принятия статьи в печать: 12.05.2025

Введение

Цифровизация пространства представляет собой достаточно перспективное направление современного развития информационных и хозяйственных структур бизнес-деятельности. Обычные методы

предоставления услуг либо выпуска товарной продукции трансформируются в сочетании с преобразованием объектов рыночной инфраструктуры. Это происходит в том числе на фоне воздействия потребительских ожиданий и отраслевой конкурентной среды. Каждая сфера социальной и экономической жизни, в частности, клиентское обслуживание, образование, культура, здравоохранение, экономика, в значительной степени вовлечена в цифровую трансформацию процессов, которая базируется на планомерном внедрении технологических инноваций.

В современных динамично развивающихся рыночных отношениях неустойчивость бизнес-среды стимулирует организации постоянно совершенствоваться, развиваться, укреплять отраслевую конкурентоспособность, быть лидерами, а также привлекать новых клиентов.

Интеграция технологических инноваций в бизнес-процессы организаций выступает основополагающим фактором отраслевой конкурентоспособности. Для определения фактической степени цифровой зрелости у компаний нужно осуществлять регулярный внутренний аудит в целях выделения индикаторов увеличения производительности и эффективности.

Посредством цифровой трансформации можно сократить удельный вес проводимых рутинных операций, увеличить творческую активность работников, что даст возможность повысить собственные профессиональные компетенции, личную экспертность, объём интеллектуальных результатов рабочей деятельности, которые, в свою очередь, преобразуются в нематериальный актив организации. Это может обеспечить стабильное рыночное положение различных хозяйствующих субъектов, в том числе и организаций фитнес-индустрии.

Цель исследования

Целью статьи является определение особенностей цифровизации в сфере фитнес-услуг.

Материал и методы исследования

Исследование основано на применении комплекса общенаучных методов, направленных на достижение целей и раскрытие поставленных задач. Анализ и синтез обеспечили обобщение подходов к определению концепции цифровой трансформации, ключевых цифровых технологий, используемых в сфере фитнес-услуг. Посредством анализа данных была выявлена взаимосвязь цифровых технологий, клиентского опыта и внутренних бизнес-процессов фитнес-компаний. Дедуктивный метод позволил перейти от общих положений к частным аспектам развития российских фитнес-компаний за счёт результатов анализа цифровой зрелости организаций фитнес-индустрии. Метод систематизации и концептуализации данных позволил установить основные характеристики концепции цифровой трансформации. Метод ранжирования и рейтингования способствовал осуществлению анализа цифровой зрелости организаций фитнес-индустрии.

Теоретико-методологической основой исследования стали труды, раскрывающие принципы и технологии цифровой трансформации организаций фитнес-индустрии, содержание современного развития сетевых и несетевых фитнес-компаний при влиянии цифровых технологий на клиентский опыт и внутренние бизнес-процессы организаций фитнес-индустрии.

Результаты исследования и их обсуждение

1. Значение цифровизации в сфере фитнес-услуг

В современной научной литературе цифровая трансформация в том числе и в фитнес индустрии рассматривается как процесс фундаментального преобразования аналоговых операций в цифровые форматы. Типичным примером может служить эволюция процедуры вступления в фитнес-клуб: если ранее данный процесс требовал личного присутствия для оформления членских документов и заполнения медицинских анкет, то в настоящее время эти операции полностью переведены в цифровой формат, что позволяет осуществлять их дистанционно [1].

Следует подчеркнуть, что цифровая трансформация не ограничивается простой оцифровкой существующих процессов. Как отмечают профессора Ферр и Шипилов из INSEAD, данный феномен включает два взаимосвязанных аспекта:

- модернизацию ключевых бизнес-процессов посредством цифровых технологий;
- формирование принципиально новых возможностей для бизнеса.

Исследователи выделяют следующие стратегические последствия цифровой трансформации:

- Расширение клиентской базы;
- Появление дополнительных каналов монетизации;
- Создание инновационных бизнес-моделей [2].

Методологически корректная реализация цифровых инициатив предполагает:

- четкую формулировку стратегических целей бизнеса;
- последующий выбор соответствующих цифровых решений, приводящих к соответствующим результатам (рис. 1).



Рис. 1. Концепция цифровой трансформации

Источник: составлено автором на основе [3].

Как видно из рисунка 1, цифровые изменения на уровне организации могут иметь разный охват от узкого — оцифровки отдельных операций до более широкого — оцифровки всего бизнеса, следовательно, приводя к различным результатам.

Особое значение имеет понимание того, что цифровая трансформация не изменяет базовую миссию компании, а лишь модернизирует способы ее реализации. Как отмечают Ферр и Шипилов, менеджеры, ошибочно полагающие, что цифровизация требует полного пересмотра основ бизнеса, сталкиваются с проблемой распыления ресурсов и потерей стратегической направленности [2].

Таким образом, эффективная цифровая трансформация должна быть ориентирована на:

- Сохранение конкурентного ядра бизнеса;
- Постепенную интеграцию цифровых технологий;
- Системное использование новых возможностей цифровой экономики.

Как можно убедиться, цифровизация всего бизнеса — сложный процесс, однако руководству компании необязательно задаваться такой высокой целью изначально. Иными словами, компания может начинать с постепенной имплементации некоторых цифровых решений в рутинные операции и получив определенные позитивные результаты, переносить этот опыт на другие направления.

Рассмотрим предпосылки для цифровой трансформации, наблюдаемые сегодня на рынке фитнес-услуг, а также какие возможности открывают цифровые технологии.

Эксперты отмечают, что интерес к дистанционным занятиям фитнесом стремительно растет, эта тенденция усилилась в разы и стала новым рыночным трендом после тотального локдауна, вызванного пандемией COVID-19 в 2020 году. Это происходит в следствие роста доступности множества цифровых сервисов и гаджетов. Опрос, проведенный в России в 2021 году, показал, что наибольшая доля респондентов 40% предпочитают заниматься дома, 32,4% выбирают занятия на открытом воздухе, и только 27,6% посещают фитнес-клубы и студии [4]. Такая тенденция объясняется нехваткой времени и денег у потенциальных клиентов на посещение фитнес-клубов. Именно поэтому современные гаджеты, методы и технологии дистанционного фитнеса и домашних онлайн-тренировок являются одним из направлений с большим потенциалом развития [5].

Развитие цифровых технологий существенно модернизировало фитнес-сферу, предлагая инновационные решения как для самих фитнес-клубов, повышающих продажи и лояльность клиентов,

так и для самих клиентов, для мониторинга физической активности и повышения эффективности тренировок. Среди ключевых технологий, представленных сегодня на рынке, можно выделить:

- Мобильные приложения для клиентов — обеспечивают контроль активности, а также предлагают индивидуальные программы тренировок и питания (например, Adidas Trainig, GoGym, Nike Training Club и другие). В США среди пользователей мобильного фитнес-приложения Mind Body было проведено исследование, показавшее рост его популярности после 2020 года. Так, если в 2019 году только 7% потребителей смотрели прямые трансляции тренировок, то в 2020 году этот показатель вырос до 80%. Объективности ради стоит отметить, что столь резкий скачок был вызван ограничениями, связанными с Covid-19, однако 43% этих людей, согласно опросу, планировали продолжить тренировки после снятия ограничений. То есть виртуальный фитнес — это новая норма [6].

- Нательные фитнес-трекеры — фиксируют ключевые параметры состояния человека, включая пульс, количество шагов и качество сна (Apple Watch). Актуальной тенденцией в фитнес-индустрии является активная интеграция носимых технологий, включая смарт-часы и фитнес-трекеры. Данные устройства обеспечивают комплексный мониторинг биометрических показателей, параметров физической активности и эффективности тренировочного процесса. Предоставляя пользователям детализированную аналитику, эти технологические решения способствуют оптимизации тренировочных программ и повышению качества фитнес-услуг в целом [7].

- Технологии виртуальной (VR) и дополненной реальности (AR) — если VR помогает погрузиться в виртуальную реальность с помощью специальных очков и шлемов, то AR (augmented reality) переносит виртуальный/цифровой мир в реальный, накладывая отдельные звуки или элементы, к примеру виртуальный тренер, демонстрирующий корректность выполнения упражнений [8].

- Онлайн-тренировки — благодаря платформам, таким как Zoom, пользователи получили возможность заниматься с профессиональными тренерами дистанционно, что особенно было востребовано во время пандемии.

- Интерактивное зеркало — выделяется среди наиболее перспективных технологических решений, совмещая функции обычного зеркала и сенсорного экрана. Данное устройство позволяет проводить индивидуальные занятия, адаптированные под конкретного пользователя. Помимо этого, на экране можно отображать рекламные материалы, расписание занятий и прочие данные [9].

Среди цифровых решений, предназначенных для самих фитнес клубов, можно выделить следующие:

- Интернет вещей (IoT), современные фитнес-центры, использующие аналитические системы на основе Интернета вещей значительно улучшили свою работу с помощью облачных решений для мониторинга. Например, интегрированные в облако системы управления фитнес-оборудованием могут обрабатывать данные более чем от 1000 пользователей одновременно, поддерживая время отклика менее 100 миллисекунд, что позволяет осуществлять мониторинг в режиме реального времени и оптимизировать использование оборудования. Это ценная информация для менеджеров фитнес-клубов, стремящихся повысить контроль и подотчетность некоторых процессов [10].

- Облачные сервисы также применяются для улучшения клиентской коммуникации. Облачные сервисы, а именно облачная телефония, позволяют повысить лояльность клиентов за счет динамического отслеживания вызовов. При поступлении входящего звонка в фитнес-клуб в CRM открывается специальная карточка, содержащая всю информацию о клиенте. Это позволяет менеджеру быстро подготовиться к разговору и повышает качество обслуживания [11].

Современные фитнес-центры активно внедряют умные носимые устройства и другие технологические решения, которые взаимодействуют со смартфонами пользователей и специализированным программным обеспечением, управляющим операционной деятельностью заведения. Внедрение интернета вещей (IoT) в спортивных клубах способно принести значительные преимущества как посетителям, так и владельцам. Среди ключевых преимуществ — возможность отслеживания утерянного или похищенного оборудования, а также безопасное хранение клиентских данных в облачных системах [12].

2. Влияние цифровых технологий на клиентский опыт и внутренние бизнес-процессы фитнес-компаний

Последние отраслевые данные показывают, что рынок цифровых фитнес-приложений быстро растет. Так, в 2022 году их глобальная стоимость составила 16,4 млрд долларов США и, по прогнозам, рост продолжится с среднегодовым темпом роста (CAGR) 26,72% до 2030 года. Глобальный рынок фитнес-приложений оценивался в 2,10 млрд долларов в 2024 году и, как ожидается, вырастет с 2,47 млрд долларов в 2025 году до 9,67 млрд долларов к 2033 году с прогнозируемым среднегодовым темпом роста 18,2% [13].

Согласно оценке Global Market Insight профессиональные спортзалы, фитнес-студии, клубы здоровья и загородные клубы, предлагающие членам возможность виртуальных и онлайн-тренировок, увеличили количество членов/ клиентов и «посещаемость занятий» на 12% [7].

В условиях растущего осознания важности поддержания здоровья и физической формы, пользователи все чаще отдают предпочтение удобству в организации тренировочного процесса. Онлайн-фитнес-платформы обеспечивают гибкость в выборе времени и места занятий, устраняя пространственно-временные ограничения, характерные для традиционных спортивных залов [7].

Данный формат тренировок способствует расширению доступности фитнес-услуг, включая социальные группы, для которых посещение обычных тренажерных залов затруднено в силу географических, временных или иных причин. Пользователи получают возможность выбирать из широкого спектра тренировочных программ, адаптируя их в соответствии с индивидуальными фитнес-целями [7].

Развитие технологий, таких как носимые трекеры активности и интерактивные приложения для тренировок, дополнительно оптимизирует онлайн-фитнес, предлагая пользователям обратную связь в режиме реального времени, мониторинг прогресса и инструменты мотивации [7].

То есть современная фитнес-индустрия демонстрирует тенденцию к формированию гибридных моделей, интегрирующих цифровые и традиционные форматы тренировочного процесса. Подобные модели предполагают комбинацию виртуальных тренировочных программ с очными занятиями, создавая тем самым более гибкую и комплексную систему фитнес-услуг.

Ключевым элементом данной трансформации выступает применение технологий искусственного интеллекта и методов анализа данных для персонализации фитнес-опыта. Специализированные алгоритмы обрабатывают массив пользовательских данных, включая индивидуальные предпочтения и показатели физической активности, что позволяет:

- формировать адаптивные тренировочные программы;
- осуществлять мониторинг динамики результатов;
- генерировать персонализированные рекомендации для оптимизации тренировочного процесса [14].

Говоря о возможностях дистанционных онлайн тренировок, важно отметить следующую тенденцию, что согласно предпочтениям клиента, рынок сегментируется на два основных формата: видео-тренировки по запросу – (video on demand) и занятия в режиме реального времени (live streaming). В 2023 году объем глобального рынка обеих услуг составлял 15,3 миллиардов долларов США, при этом как видно из рисунка 2, еще в 2023 году объем видео-тренировки по запросу – on-demand в два раза превышал другой вариант – занятия в режиме реального времени – live streaming.

Более того, согласно прогнозам аналитиков, к 2032 году сегмент on-demand достигнет объема выручки, превышающего 107 миллиардов долларов США (рис. 2).

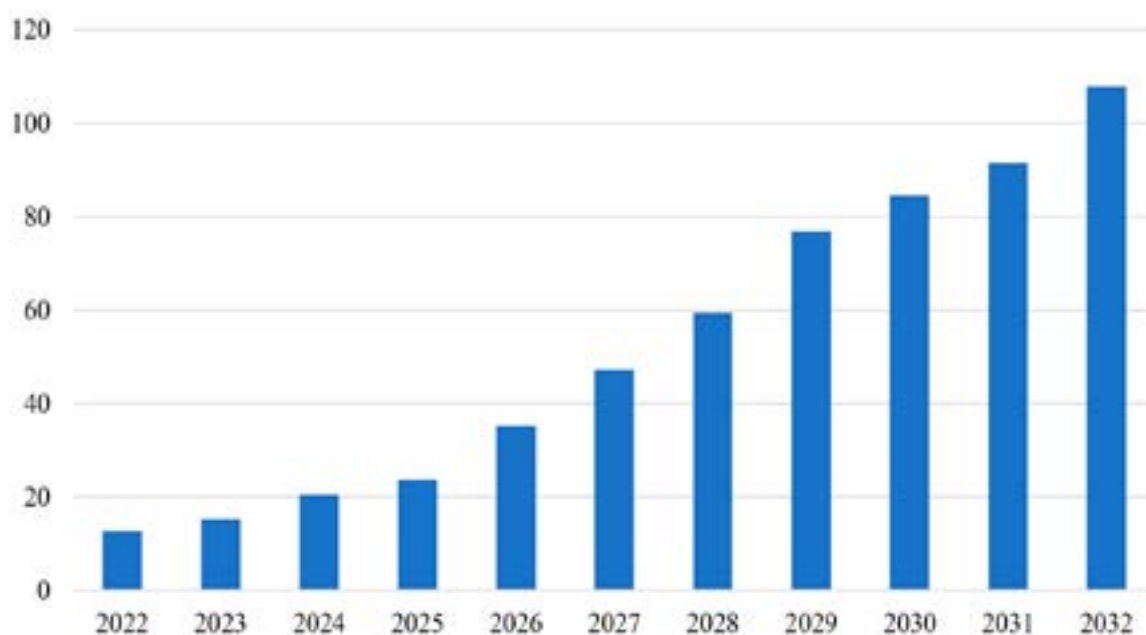


Рис. 2. Динамика сегмента on-demand, 2022-2032 гг., млрд. долл. США

Источник: составлено автором на основе [7].

Ключевым преимуществом потоковых видео-тренировок по запросу — on-demand выступает их временная и пространственная гибкость, позволяющая пользователям получать доступ к контенту вне зависимости от географического положения и часового пояса. Данная характеристика приобретает особую значимость в условиях высокой занятости современного потребителя и необходимости адаптации к различным образам жизни. Кроме того, широкий спектр предлагаемых тренировочных методик обеспечивает возможность персонализации программ в соответствии с разнообразными фитнес-целями пользователей, что существенно расширяет целевую аудиторию сервиса [7].

С точки зрения технологической платформы, мировой рынок онлайн-фитнеса сегментируется на мобильные приложения, настольные компьютеры/ноутбуки и smart-телевизоры. В 2023 году львиная доля глобального рынка 63,5% приходилась на сегмент мобильных приложений (рис. 3).



Рис. 3. Глобальный рынок онлайн фитнес услуг в 2023 году в разбивке по типам платформ, в %

Источник: составлено автором на основе [7].

Глобальная распространённость смартфонов обеспечила широкую доступность фитнес-приложений для массовой аудитории. Увеличение числа пользователей смартфонов способствует расширению охвата демографических групп, что, в свою очередь, стимулирует рост популярности и уровня использования данных приложений. Ключевым преимуществом мобильных фитнес-приложений является их способность предоставлять пользователям, включая занятых профессионалов и лиц, часто совершающих поездки, удобный доступ к тренировкам, мониторингу прогресса и управлению фитнес-программами вне зависимости от времени и места [7].

Приложение может создать план питания или план тренировок, который будет учитывать персональные данные клиента, а затем помочь отслеживать выполнение поставленных задач. Это недорого (чаще всего бесплатно), всегда под рукой, везде доступно, а значит, удобно [15].

Мобильные приложения также применяют методы анализа данных и искусственный интеллект для формирования персонализированных тренировочных программ и рекомендаций, учитывающих индивидуальные предпочтения пользователей, уровень их физической подготовки и поставленные цели. Кроме того, благодаря совместимости с носимыми устройствами, такими как smart-часы и фитнес-трекеры, данные приложения обеспечивают мониторинг ключевых показателей здоровья, включая частоту сердечных сокращений, расход калорий и уровень физической активности. Такая интеграция способствует созданию комплексной фитнес-экосистемы, повышающей эффективность пользовательского опыта.

Мобильное приложение, разработанное фитнес-клубом, — это прекрасная возможность улучшить коммуникацию с клиентом и поднять продажи некоторых занятий. Компания, собирая данные пользователей приложения об их любимых занятиях, занятиях и предпочитаемых режимах тренировок (офлайн или онлайн), может сформировать отдельное индивидуальное предложение для каждого клиента [16].

Эмпирические исследования подтверждают, что пользователи цифровых фитнес-платформ демонстрируют статистически значимо более высокий уровень adherence (приверженности) тренировочному процессу. Данный эффект во многом обусловлен возможностью мониторинга результатов в режиме реального времени, что выступает ключевым фактором поддержания долгосрочной пользовательской вовлеченности [1].

Таким образом, фитнес-клуб, ориентированный на рост объема продаж и повышение клиентской лояльности, должен интегрировать в свою бизнес-модель разработку специализированного мобильного приложения и внедрение онлайн-тренировок в формате виртуальных занятий.

3. Анализ цифровой зрелости компаний фитнес-индустрии: алгоритм и оценка

Для того чтобы проанализировать цифровую зрелость компаний фитнес-индустрии, можно воспользоваться существующими алгоритмами и методиками, которые доказали свою надёжность и эффективность [17], либо исследовать данный аспект путём оценки внешних бизнес-процессов:

- практическое применение разных типов рекламных цифровых коммуникаций с клиентами, инструментов цифрового маркетинга и продвижения, например, видеорекламы, таргетированной и контекстной рекламы, SEO-технологий, продвижения в социальных сетях, осуществления рассылок по электронной почте клиентов;
- поддержка цифрового присутствия организации фитнес-индустрии обусловлена существованием определенных точек взаимодействия клиентов с представителями организации. Такой точкой взаимодействия могут быть официальный сайт организации фитнес-индустрии, мобильные приложения, виртуальные сообщества, созданные в социальных сетях, телеграмм-канал;
- активное использование коммуникационных веб-сервисов, включая онлайн-формы взаимодействия через официальный сайт, чат-боты, различные автоматизированные коммуникационные решения;
- упрощение информационных взаимодействий с целевой аудиторией в ходе предоставления фитнес-услуги.

Внутренними бизнес-процессами организаций фитнес-индустрии выступают следующие:

- существование электронного документооборота в организации, IT-систем, позволяющих поддерживать реализацию бизнес-процессов;
- наличие автоматизированных решений обработки и хранения информации, крайне высокая доступность бизнес-аналитики в целях принятия обоснованных управленческих решений;
- применение виртуальных чатов, видеосервисов, цифровых платформ для контроля за решением и постановки новых рабочих задач;
- текущее состояние IT-объектов инфраструктуры по параметрам уровня контроля над виртуальным периметром, операциями обработки информации, автоматизации организационных процессов, интеграции всех используемых цифровых сервисов и инструментов в единую виртуальную среду.

Для проведения анализа цифровой зрелости были выбраны четыре компании фитнес-индустрии, функционирующие в Пензенской области. Оценка проводилась с применением характеристик внешних бизнес-процессов, осуществляемых компаниями (табл. 1).

В соответствии с результатами параметров цифровой поверхности функционирования выбранных организаций в сфере фитнес-услуг можно прийти к таким выводам:

- наиболее высокая степень цифровой зрелости в фитнес-индустрии отмечается у организаций, которые были открыты по договору франшизы, в частности, ALEX FITNESS Онежский и UNI-GYM. Исходя из него, организация фитнес-индустрии также получает возможности интеграции в единое виртуальное спортивное и социальное пространство;
- среди цифровых инструментов коммуникации с клиентами организации фитнес-индустрии предпочитают социальную сеть ВКонтакте, телеграмм-канал, при этом социальные мессенджеры не являются востребованным информационным сервисом для взаимодействия с целевой аудиторией;
- наличие у организации фитнес-индустрии крайне высокой оценки (рейтинга) на платформах Яндекс-карт и Google не всегда взаимосвязано со степенью цифровой зрелости. В данном случае зачастую рейтинг формируется согласно индикаторам эффективности организационно-хозяйственной деятельности.

Стоит отметить, что у сетевых организаций фитнес-индустрии, таких как ALEX FITNESS Онежский и UNI-GYM, имеются мобильные приложения, что обусловлено политикой франчайзеров, которая направлена на стандартизацию спортивной деятельности посредством интеграции клиентских веб-сервисов.

Анализ параметров цифровой поверхности функционирования организаций в сфере фитнес-услуг позволил их ранжировать по степени цифровой зрелости (табл. 2).

Таблица 1

Параметры цифровой поверхности функционирования организаций в сфере фитнес-услуг

Параметр	UNI-GYM	Салют	Территория Спорта	ALEX FITNESS Онежский
Рейтинг (оценка) компании на Яндекс-картах	4,5	4,9	4,4	4,8
Рейтинг (оценка) компании на платформе Google	4,3	4,6	4,8	4,7
Наличие официального сайта компании	+	+	+	+
Наличие виртуальных сообществ в социальных сетях	Только одна социальная сеть	Только одна социальная сеть	Только одна социальная сеть	Только одна социальная сеть
Количество подписчиков в социальной сети, тыс. чел.	3,3	0,4	0,4	12,4
Наличие мобильного приложения	+	-	-	+
Количество скачиваний мобильного приложения	Свыше 1 тыс. скачиваний	-	-	Свыше 10 тыс. скачиваний
Возможность онлайн-оплаты фитнес-услуг	+	-	-	+
Автоматизированная запись на фитнес-занятия	+	-	-	+
Существование онлайн-расписания фитнес-занятий	+	+	-	+
Наличие групп в социальных мессенджерах	-	-	-	-
Наличие телеграмм-канала	+	+	+	+

Источник: составлено автором.

Таблица 2

Ранжирование организаций в сфере фитнес-услуг по степени цифровой зрелости

Степень цифровой зрелости	Характеристика	Организация в сфере фитнес-услуг
Начальная (низкий уровень цифровой зрелости)	Наличие официального сайта-визитки организации	Территория Спорта; Салют
	Наличие виртуальных сообществ в социальных сетях	
Базовая (средний уровень цифровой зрелости)	Наличие официального сайта с расширенным онлайн-функционалом	UNI-GYM
	Существование онлайн-расписания фитнес-занятий	
	Автоматизированная запись на фитнес-занятия	
	Возможность онлайн-оплаты фитнес-услуг через официальный сайт (в мобильном приложении подобный функционал отсутствует)	
	Наличие мобильного приложения с ограниченным онлайн-функционалом	
Продвинутая (высокий уровень цифровой зрелости)	Полный онлайн-функционал официального сайта и мобильного приложения	ALEX FITNESS Онежский
	Существование компонентов автоматизированного информационно-взаимодействия с целевой аудиторией (чат-бот, онлайн-отправка сообщений – обратной связи)	

Источник: составлено автором.

В соответствии с таблицей 2 наиболее высоким уровнем цифровой зрелости обладает организация фитнес-индустрии «ALEX FITNESS Онежский». Осуществление бизнес-процессов эффективно за счёт продвинутых автоматизированных решений, встроенных в функционал официального сайта и мобильного приложения, которыми пользуются клиенты. С помощью этих автоматизированных решений можно в режиме реального времени наблюдать за текущим состоянием абонемента на фитнес-занятия, изменениями клиентских запросов, а также решать вопросы и проблемы клиентов без участия персонала.

Выводы

В процессе данного научного исследования были достигнуты следующие результаты:

- представлено значение цифровизации в сфере фитнес-услуг. Эффективная цифровая трансформация сферы фитнес-услуг должна быть ориентирована на: сохранение конкурентного ядра бизнеса; постепенную интеграцию цифровых технологий; системное использование новых возможностей цифровой экономики;

- охарактеризовано влияние цифровых технологий на клиентский опыт и внутренние бизнес-процессы фитнес-компаний. Сделан вывод о том, что фитнес-клуб, ориентированный на рост объема продаж и повышение клиентской лояльности, должен интегрировать в свою бизнес-модель инновационные технологии, позволяющие стимулировать целевую аудиторию заниматься спортом в условиях виртуализации социального пространства;

- обозначен алгоритм оценки цифровой зрелости компаний фитнес-индустрии, а также представлены результаты анализа на примере нескольких российских компаний данной отрасли. Анализ цифровой зрелости организаций сферы фитнес-услуг позволил отметить, что несетевые фитнес-клубы имеют начальный уровень цифровой зрелости, а сетевые – базовый уровень. Поэтому в перспективе рекомендовано интегрировать продвинутые формы цифрового взаимодействия между организациями фитнес-индустрии и целевой аудиторией.

Результаты научного исследования могут быть использованы российскими компаниями в сфере фитнес-услуг в целях совершенствования бизнес-процессов в условиях постепенной цифровизации рабочего и одновременно с этим спортивного пространства, оптимального распределения спортивных нагрузок клиентов посредством достижений цифровизации, а также стремительного внедрения и практического применения цифровых технологий, для того чтобы использовать новые форматы взаимодействия с целевой аудиторией.

Литература

1. García-Fernández J., Valcarce-Torrente M., Mohammadi S., Gálvez-Ruiz P. The Digital Transformation of the Fitness Sector: A Global Perspective. Emerald Publishing Limited, 2022.
2. Furr N., Shipilov A. Digital doesn't have to be disruptive: the best results can come from adaptation rather than reinvention // Harvard business review: HBR. 2019. № 4 (97). P. 94-103.
3. Independent Strategic Advisory for the Sports, Health, and Wellbeing Economy [Электронный ресурс]. URL: <https://oxygen-consulting.co.uk/> (дата обращения: 09.04.2025).
4. Давидян И. Г., Шокола Я. В. Цифровая трансформация сервисных процессов предприятий сферы фитнес-услуг // Техно-технологические проблемы сервиса. 2023. № 1 (63). С. 80-84.
5. Gazzola P., Pavione E., Ferrazzano F. Evolution of the Global Fitness Industry: Strategy, Sustainability and Innovation. Routledge, 2024.
6. McAlister L. Here's How COVID-19 Has Changed Fitness // Mindbody [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mindbodyonline.com/business/education/blog/heres-how-covid-19-has-changed-fitness> (дата обращения: 09.04.2025).
7. Wadhvani P., Ambekar A. Global Market Insight. Online Fitness Market Size. 2024.
8. Щербинин В.Ф. Применение AR и VR технологий в физическом воспитании и спорте // Теория и практика современной науки. 2022. № 12 (90). С. 388-391.
9. Никульников Н.В. и др. Повышение эффективности фитнес-индустрии за счет интеграции цифровых платформ // Индустриальная экономика. 2025. № 1. С. 67-71.
10. Chandna G. IoT in Smart Gym Equipment: Revolutionizing Fitness through Connected Technology // International Journal of Scientific Research in Computer Science, Engineering and Information Technology. 2025. № 1 (11).
11. Самборецкий И. Цифровизация фитнеса: перспективы развития индустрии // IC: Фитнес клуб. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fitnesslc.ru/blog/cifrovizaciya-fitnessa-cto-zhdet-kluby-v-2022-godu/> (дата обращения: 09.04.2025).
12. Sharma M. IoT in Gym: The Future of Fitness // IdeaUsher [Электронный ресурс]. URL: <https://ideausher.com/blog/iot-gym-the-future-of-fitness/> (дата обращения: 09.04.2025).
13. Straits Research Fitness App Market Size, Trends & Growth Report by 2033. 2024.
14. 2024 Fitness Trends: Personalization, Wellness, & Digital Tech // Core Health & Fitness. [Электронный ресурс]. URL: <https://corehandf.com/2024-fitness-trends-personalization-wellness-digital-technology/> (дата обращения: 09.04.2025).
15. Зуева З.В., Катровский Ю.А. Использование цифровых технологий в управлении персоналом // Бизнес-образование в экономике знаний. 2021. № 2 (19). С. 64-68.
16. Newsome A.M. и др. 2025 ACSM Worldwide Fitness Trends: Future Directions of the Health and Fitness Industry // American College of Sports Medicine. 2024. № 6 (28).
17. Gartner Digital IQ Index. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gartner.com> (дата обращения: 09.04.2025).