

## ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ЦИФРОВОЙ ИНТЕГРАЦИИ КОММУНИКАЦИЙ В СПОРТЕ ВЫСШИХ ДОСТИЖЕНИЙ

ЕРШОВА Юлия Николаевна

старший преподаватель

САННИКОВА Юлия Альбертовна

старший преподаватель

Национальный государственный Университет

физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург

г. Санкт-Петербург, Россия

*В статье исследуется трансформация коммуникационных моделей в спорте высших достижений под влиянием цифровых технологий и ее экономические последствия. Анализируется эволюция от точечных решений, таких как чат-боты, к комплексным экосистемам – «сверхплатформам». Доказывается, что стратегическая интеграция коммуникаций становится критическим фактором конкурентоспособности и финансовой устойчивости на современном спортивном рынке.*

**Ключевые слова:** экономика спорта, цифровая трансформация, коммуникационные технологии, чат-боты, сверхплатформы, вовлеченность болельщиков, операционная эффективность.

**В**ведение. Спорт высших достижений в XXI в. превратился в глобальную индустрию с многомиллиардными оборотами. Конкуренция происходит не только на аренах, но и в борьбе за внимание болельщика, лояльность спонсора и эффективность внутренних процессов. В этих условиях традиционные модели коммуникации, основанные на фрагментированных каналах (официальный сайт, социальные сети, email-рассылки), демонстрируют свою ограниченность. Кроме того, необходимость цифровой трансформации обуславливается стремительным развитием массовой информационной коммуникации и глобализации информационного общества [1, с. 102]. Ответом на этот вызов становится стратегическая цифровая интеграция коммуникаций, эволюционирующая от внедрения единичных автоматизированных решений (чат-боты) к построению целостных цифровых экосистем («сверхплатформ»).

Благодаря цифровым технологиям, включающим и возможности сверхплатформ, болельщики могут лучше понимать происходящее на поле, участвовать в опросах и дебатах, следить за статистикой и анализом матчей. Кроме того, цифровая экономика открывает новые возможности для монетизации спортивных событий. Онлайн-трансляции, платные подписки на спортивные каналы и электронные билеты на матчи приносят дополнительный доход не только клубам и организациям, но и самим спортсменам [2, с. 659; 4].

Цель данного исследования – оценить комплексный экономический эффект цифровой интеграции коммуникаций для субъектов спортивной индустрии. Так, согласно Костинову В.Ю., «коммуникации спортивной организации выражается в системном и комбинированном использовании совокупности информационных связей – от поиска рыночной информации, определения миссии, выбора рыночного сегмента и рекламы, каналов сбыта до создания позитивного имиджа и линейки брендов» [3, с. 100].

Первым шагом к интеграции коммуникаций стало внедрение чат-ботов и систем автоматизированного обслуживания. Эти инструменты позволили решать рутинные задачи: отвечать на часто задаваемые вопросы, помогать с покупкой билетов, предоставлять информацию о расписании и результатах. Их прямой экономический эффект проявился в снижении нагрузки на колл-центры и сервисные отделы, что привело к сокращению операционных расходов.

Однако настоящий прорыв связан с переходом к концепции «сверхплатформы». В контексте спорта это единая цифровая среда, объединяющая в себе все аспекты взаимодействия с болельщиком: покупку билетов и мерча, подписку на стриминговые услуги, доступ к эксклюзивному контенту, участие в опросах и голосованиях, коммуникацию с клубом и другими болельщиками, использование систем лояльности. Примеры таких

платформ включают разработки ведущих футбольных клубов Европы (например, FC Bayern Munich App, Paris Saint-Germain Official App) и глобальные спортивные OTT-сервисы (NBA League Pass, DAZN).

Интеграция коммуникаций генерирует экономические выгоды по нескольким ключевым направлениям и одно из них – прямая монетизация и рост доходов за счет персонализированных продаж. Интегрированная платформа, аккумулирующая данные о поведении пользователя (просмотры, покупки, активность), позволяет строить точные профили интересов.

Многоуровневые модели подписки на сверхплатформах позволяют монетизировать различные уровни вовлеченности. Анализ данных помогает точно прогнозировать спрос на конкретные товары и услуги, оптимизировать логистику. Кроме того, платформа становится идеальным каналом для быстрого запуска лимитированных коллекций, приуроченных к определенным событиям. Чат-боты и ИИ-помощники, интегрированные в платформу, обрабатывают рутинные запросы, высвобождая человеческие ресурсы для решения сложных кейсов. Централизованное хранение и обработка данных о спортсменах, болельщиках снижают затраты на ИТ-инфраструктуру и повышают качество аналитики.

Интегрированная платформа – это не только канал коммуникации, но и мощный медиа-актив. Высокая и измеримая вовлеченность аудитории на собственной платформе увеличивает рыночную стоимость медиаправ при переговорах с телекомпаниями. Главный экономический эффект долгосрочной перспективы – создание лояльного комьюнити. Интегрированная плат-

форма, предоставляя уникальный, персонализированный опыт, повышает «стоимость жизненного цикла» (LTV – Lifetime Value) болельщика. Лояльный фанат не только регулярно совершает покупки, но и становится адвокатом бренда, привлекая новых поклонников через социальные связи, что снижает затраты на маркетинг.

**Заключение.** Проведенный анализ позволяет утверждать, что интеграция коммуникаций в спорте высших достижений из технологической тенденции превратилась в императив экономического выживания и роста. Эволюция от изолированных чат-ботов к комплексным сверхплатформам приносит синергетический экономический эффект, воздействуя на все компоненты финансовой модели спортивной организации. Ключевые экономические выгоды включают:

1. Рост доходов за счет персонализированных продаж, многоуровневых подписок и целевого мерчандайзинга.

2. Снижение операционных издержек благодаря автоматизации и синергии бизнес-процессов.

3. Увеличение стоимости ключевых активов – медиаправ и спонсорских пакетов.

4. Формирование лояльного комьюнити, которое минимизирует затраты на привлечение новых болельщиков и обеспечивает долгосрочную финансовую стабильность.

Таким образом, инвестиции в интеграцию коммуникаций следует рассматривать не как статью ИТ-расходов, а как стратегические вложения в основной капитал спортивной организации, напрямую влияющие на ее рыночную стоимость и конкурентоспособность в глобальной спортивной индустрии.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Егорова Н.М.* Цифровизация российского спорта: проблемы и перспективы / Н. М. Егорова // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2022. – № 4(136). – С. 102-106.
2. *Желонкина А.Е.* Роль и влияние цифровой экономики на развитие спорта // Цифровая экономика глазами студентов: материалы IV Международной научной конференции, Казань, 14 мая 2024 г. – Казань: ИП Сагиев А.Р., 2024. – С. 658-661.
3. *Костиков В.Ю.* Коммуникации в сфере спорта высших достижений / В. Ю. Костиков // Российская школа связей с общественностью. – 2021. – № 21. – С. 97-110.
4. *Рындин И.* Стратегия цифровизации спорта 2030. – URL:<https://medium.com/digital-sports> (дата обращения 29.03.2022).

## **ECONOMIC IMPACT OF DIGITAL COMMUNICATION INTEGRATION IN ELITE SPORT**

**ERSHOVA Yuliya Nikolaevna**

Senior Lecturer

**SANNIKOVA Yuliya Albertovna**

Senior Lecturer

Lesgaft National State University of Physical Education, Sport and Health, St. Petersburg  
St. Petersburg, Russia

*The article investigates the transformation of communication models in elite sport under the influence of digital technologies and its economic consequences. The evolution from point solutions, such as chatbots, to complex ecosystems – «super-platforms» – is analyzed. It is argued that the strategic integration of communications is becoming a critical factor for competitiveness and financial stability in the modern sports market.*

**Keywords:** sports economics, digital transformation, communication technologies, chatbots, super-platforms, fan engagement, operational efficiency.