

DOI 10.31483/r-116017

*Костенко Елена Геннадьевна*

## **ЦИФРОВИЗАЦИЯ СПОРТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

*Аннотация:* новейшие технологии активно внедряются в российскую индустрию спорта, открывая новые возможности для всех участников спортивного процесса. Цифровизация спортивной экономики открывает новые перспективы для повышения эффективности развития всех областей физической культуры. По мнению автора, в будущем роль информационных систем в футболе будет только расти, делая спорт еще более зрелищным и доступным.

*Ключевые слова:* цифровые платформы, анализ данных, информационные системы, управление, планирование, прогнозирование.

*Abstract:* the latest technologies are being actively introduced into the Russian sports industry, opening up new opportunities for all participants in the sports process. Digitalization of the sports economy opens up new prospects for increasing the efficiency of development of all areas of physical culture. According to the author, in the future, the role of information systems in football will only grow, making the sport even more entertaining and accessible.

*Keywords:* digital platforms, data analysis, information systems, management, planning, forecasting.

### *Цифровая трансформация в маркетинге*

В скором времени способность бизнеса участвовать в конкуренции будет зависеть от востребованности в цифровой сфере, поскольку цифровая сфера на сегодняшний день играет значимую роль в тенденции потребительского спроса. На сегодняшний день российские предприятия делают все для того, чтобы сформировать экосистему электронной коммерции: привлечение клиентов, статистика и логистика, маркетинг и лояльность, а также информационная поддержка [4].

Сервисы маркетинга в значительной мере увеличили объем и эффективность информации, скорость получения данных. На сегодня рекламные изучения надлежит анализировать как элемент обычно функционирующего интегрированно информативного процесса.

Применение современных технологий позволяют оптимизировать и рационализировать административную функцию в маркетинге за счет использования новых средств сбора, передачи информации, аналитических и прогнозных возможностей, применение информации как объекта [10].

Цифровые технологии используются для сетей, цель – отслеживание упоминаний бренда. Умение владеть технологиями-фундаментальный навык для маркетологов. Это новый инструмент для достижения результатов, который необходимо освоить, а также постоянно контролировать [18].

Перспективными направлениями информационных технологий в области интернет-маркетинга являются искусственный интеллект, Интернет вещей (IoT), AR/VR. Применяются такие программные продукты как «1С»; «Интеллект-Сервис»; «Плюс/Микро»; «Софт-Мастер» и другие [12].

Специалисты по-прежнему испытывают потребность в программах для маркетинговой деятельности. Такая ситуация обусловлена так, что в маркетинговой деятельности многое решается интуитивно. Программа «ОЛИМП: Маркетинг» направлена на решение этих практических маркетинговых задач.

Цифровая трансформация в современном маркетинге предоставляет компаниям возможность эффективно изучать данные о покупателях и улучшать общения с заказчиками. Основные направления применения информационных технологий в области маркетинга.

1. Исследование данных: применение технологий для собирания понимания данных о клиентах, рынке и соперниках, ведь это помогает компаниям делать обдуманые выборы и корректировать свои планы в маркетинговой деятельности.

2. Цифровая маркетинговая деятельность: использование различных онлайн-платформ, социальных сетей, поисковых систем и других цифровых

каналов для продвижения товаров и услуг. IT технологии позволяют компаниям создавать персонализированный контент, отслеживать эффективность рекламных кампаний и взаимодействовать с потребителями в онлайн-среде [23].

3. Управление отношениями с клиентами (CRM): использование специализированных программных решений для управления информацией о потребителях, анализа и прогнозирования их поведения.

4. Мобильный маркетинг: разработка мобильных приложений, использование мобильных технологий для проведения рекламных кампаний и взаимодействия с клиентами.

5. Автоматизация маркетинговых процессов: внедрение систем автоматизации маркетинговых процессов, таких как управление контентом, электронная почта, управление рекламными кампаниями и др.

Цифровая трансформация в маркетинге обеспечивает компаниям конкурентное преимущество и возможность эффективно взаимодействовать с обществом. Маркетинговая деятельность – один из важных элементов экономической деятельности. Успех компании зависит от профессиональной компетентности ее сотрудников, занимающихся маркетингом.

Сегодня в маркетинге широко используются информационные технологии. Сбор и обработка больших объемов информации невозможны без использования компьютерной техники. Однако в то же время затраты на маркетинговую деятельность значительно выросли. Это создает необходимость оценки инвестиций в информационные технологии, особенно в маркетинг.

#### *Применение цифровых технологий в спортивной практике*

В наше время цифровые технологии кардинально изменили физическую культуру и спорт, делая тренировки эффективнее, а спортивные события – доступнее и увлекательнее. С развитием технологий появляются еще более инновационные решения, которые продолжают трансформировать спортивную практику. Внедрение технологий в спорт открывают новые возможности для всех участников спортивного процесса и позволяют испытать новые ощущения от активностей [8].

*Мониторинг и анализ.* Современные технологии позволяют собирать и анализировать биометрические данные спортсменов в реальном времени. Носимые устройства, такие как фитнес-браслеты, умные часы и специальные датчики измеряют частоту сердечных сокращений, уровень кислорода в крови, температуру тела и другие показатели. Полученные данные помогают тренерам оценивать физическое состояние спортсменов, оптимизировать тренировки и предотвращать возможные травмы спортсменам [1].

*Взаимодействие со зрителями и болельщиками.* Технологии трансляции позволяют вести спортивные мероприятия в высоком разрешении с использованием различных функций, таких как повторы, многоугольные камеры и комментарии в реальном времени. Цифровые платформы и приложения делают спортивные события доступными для глобальной аудитории [11].

Спортивные организации и команды активно используют социальные сети для взаимодействия с болельщиками. Платформы, такие как ВКонтакте и Telegram, позволяют делиться новостями, результатами матчей и эксклюзивным контентом, поддерживая интерес аудитории.

*Применение VR и AR в спорте.* Виртуальная и дополненная реальность в наше время являются пиком технического прогресса для симуляции мира в виртуальном пространстве.

*Виртуальная реальность (VR):*

VR предоставляет возможность погружаться в полностью виртуальные миры с помощью устройств, таких как шлемы VR и отслеживать движения головы и тела, создавая иллюзию присутствия в виртуальном мире.

*Дополненная реальность (AR):*

AR представляет собой технологию дополненной реальности, которая сочетает реальный мир с виртуальными элементами, создавая интерактивный опыт. Пользователи могут видеть самые различные объекты вокруг себя, на которые накладываются виртуальные изображения, информация или графика.

VR-технологии позволяют создавать реалистичные виртуальные среды, в которых спортсмены могут тренироваться без необходимости физического

присутствия на поле или арене. Виртуальные технологии эффективны в таких видах спорта, как футбол, баскетбол и хоккей, где игроки могут отрабатывать свои навыки в условиях, максимально приближенных к игровым [9].

Виртуальная реальность также применяется в реабилитации после травм. Виртуальные тренажеры и программы помогают спортсменам восстановить свои физические и психологические навыки.

VR-технологии позволяют тренерам и спортсменам детально анализировать технику выполнения упражнений. Специальное программное обеспечение создает 3D-модели движений, что помогает выявлять ошибки и корректировать их.

AR-технологии накладывают цифровые элементы на реальный мир, предоставляя спортсменам и тренерам дополнительную информацию в реальном времени и используются для обучения правильной технике и выполнения упражнений.

Применение VR и AR в спорте открывает новые горизонты для тренировок, анализа и взаимодействия, помогают спортсменам улучшать свои навыки, восстанавливаться после травм и разрабатывать тактику, делая процесс подготовки более эффективным и результативным. С развитием технологий можно ожидать еще большего внедрения VR и AR в спортивную практику, что приведет к новым достижениям и рекордам в мире спорта [20].

Применение цифровых технологий приносит огромную пользу для всех участников спортивного процесса. Тренеры, зрители, спортсмены – для каждой «стороны» существует своя положительная сторона цифровизации. Мы живем в век информационных технологий и прогресс не стоит на месте, с течением времени в мире будет появляться множество технических инноваций, что принесет еще большую пользу как для спорта, так и для жизни людей в целом.

#### *Популяризация спортивного туризма в социальных сетях*

В наше время социальные сети играют огромную роль в популяризации различных видов деятельности, включая спортивный туризм. С каждым годом все больше людей обращаются к интернету, чтобы получить информацию о новых местах для посещения, маршрутах, снаряжении и прочих аспектах спортивного

туризма. Использование социальных сетей для продвижения спортивного туризма становится все более актуальным [15].

Спортивный туризм представляет собой вид активного отдыха, который сочетает в себе физическую активность и путешествия. Он позволяет людям не только насладиться красотой природы, но и преодолеть себя, преодолеть различные препятствия и испытать чувство достижения. Спортивный туризм может включать в себя такие виды деятельности, как походы, велосипедные прогулки, альпинизм, сплавы по рекам и многое другое.

Социальные сети являются практичной платформой для обмена опытом, публикации отчетов о походах, обсуждения интересных маршрутов и находок. С помощью социальных сетей спортивные туристы могут находить компаньонов для походов, делиться полезными советами и рекомендациями, находить вдохновение в чужих историях успеха [16].

Базисным преимуществом применения социальных сетей для популяризации спортивного туризма является их огромная аудитория. Люди по всему миру используют социальные сети каждый день, и для многих из них спортивный туризм может быть привлекательной идеей для отдыха. Размещение информации о спортивных мероприятиях, снаряжении, маршрутах и других аспектах спортивного туризма в социальных сетях позволяет привлечь новых участников и увеличить популярность этого вида отдыха [18].

Еще одним важным аспектом популяризации спортивного туризма в социальных сетях является возможность взаимодействия с аудиторией. Публикация интересного и полезного контента, проведение конкурсов, опросов и других интерактивных мероприятий позволяет привлечь внимание пользователей и создать сообщество единомышленников. Общение с подписчиками, ответы на их вопросы, обратная связь помогают укрепить отношения с аудиторией и увеличить ее лояльность [24].

Кроме того, социальные сети позволяют расширить географию спортивного туризма. Благодаря интернету можно получить информацию о спортивных мероприятиях, маршрутах и достопримечательностях в любом уголке мира. Это

открывает новые возможности для спортивных туристов и позволяет им исследовать новые места, знакомиться с другими культурами и традициями.

Наконец, использование социальных сетей для популяризации спортивного туризма способствует развитию этого вида отдыха в целом. Благодаря обмену опытом, взаимной поддержке и вдохновению от других участников, спортивные туристы могут улучшить свои навыки, найти новых друзей и стать частью активного сообщества [5].

Популяризация спортивного туризма в социальных сетях имеет огромный потенциал для привлечения новой аудитории, укрепления отношений с существующими участниками и расширения географии спортивного туризма. Использование социальных сетей позволяет спортивным туристам обмениваться опытом, находить вдохновение и участвовать в интересных мероприятиях. Таким образом, социальные сети играют первостепенную роль в развитии и популяризации спортивного туризма, делая его доступным для всех желающих.

#### *Применение цифровых платформ в адаптивной физической культуре*

Спортсмены с поражением опорно-двигательного аппарата (ПОДА) нуждаются в персонализированных тренировочных программах, учитывающих их индивидуальные особенности и ограничения. Традиционные методы оценки эффективности тренировок зачастую недостаточно объективны. Цифровые платформы предлагают новые возможности для точного мониторинга, анализа данных и, как следствие, повышения эффективности тренировок.

Цифровые платформы в адаптивной физической культуре представляют собой комплексные системы, интегрирующие различные технологии для сбора, обработки и анализа данных о тренировочном процессе. Базовыми компонентами таких платформ являются носимые сенсорные устройства, системы компьютерного зрения, мобильные приложения и веб-платформы, системы виртуальной и дополненной реальности [2].

*Носимые сенсорные устройства.* Акселерометры и гироскопы измеряют ускорение и вращение тела и способствуют анализу кинематических параметров движений (амплитуду, скорость, ускорение) необходимого для оценки техники

выполнения упражнений и выявления асимметрии движений, характерной для многих видов ПОДА. Сердечные мониторы отслеживают сердечный ритм в реальном времени, давая возможность контролировать интенсивность тренировки и адаптировать ее к индивидуальным возможностям спортсмена [7]. Электрокинемографические датчики регистрируют электрическую активность мышц, позволяя оценивать степень активации мышц во время упражнений и выявлять мышечные дисбалансы, тем самым обеспечивают корректировку техники и предотвращение травмы. Датчики давления и силы на суставы благоприятствуют оптимизации нагрузки и предотвращения перегрузки. GPS-трекеры применяются для отслеживания пройденного расстояния, скорости и других параметров при беге, ходьбе или велоспорте [11].

*Системы компьютерного зрения.* Анализ видеозаписей тренировок дает возможность объективно оценивать технику выполнения упражнений, выявлять ошибки и отслеживать прогресс. Это особенно важно для спортсменов с ПОДА, где субъективная оценка может быть недостаточно точной. 3D-моделирование движений позволяет создавать трехмерные модели движений спортсмена, что дает более полное представление о его технике и обеспечивает выявления скрытых проблем [12].

*Мобильные приложения и веб-платформы* Создание индивидуальных тренировочных планов и возможность моделирования персонализированных программ с учетом индивидуальных особенностей спортсмена и целей тренировок. Отслеживание прогресса средствами мониторинга показателей тренировок (интенсивность, продолжительность, технические параметры) и прогнозирование во времени. Предоставление спортсменам и тренерам обратной связи на основе собранных данных дает перспективы своевременно внести коррективы в тренировочный процесс. Возможность обмена данными между спортсменом, тренером и врачом обеспечивает координацию тренировочного процесса [19].

*Системы виртуальной и дополненной реальности.* Имитация реальных условий, создание виртуальных сред для тренировок позволяет проводить тренировки в контролируемых условиях и повышает мотивацию спортсменов.



Применение игровых элементов и интерактивных упражнений для повышения заинтересованности спортсменов и улучшения эффективности тренировок.

Цифровые платформы значительно расширяют возможности мониторинга и оптимизации тренировок, но их внедрение сопряжено с вызовами: высокая стоимость оборудования, необходимость специальной подготовки специалистов, обеспечение безопасности и конфиденциальности данных. Несмотря на это, потенциал цифровых платформ в адаптивной физической культуре огромен, и их применение будет только расширяться [22].

Цифровые платформы предлагают инновационные инструменты для мониторинга и повышения эффективности тренировок у спортсменов с ПОДА. Интеграция различных технологий позволяет создавать персонализированные тренировочные программы, объективно оценивать эффективность тренировок и снижать риск травм. Дальнейшее развитие цифровых платформ и исследования их эффективности являются ключевыми задачами для совершенствования адаптивной физической культуры.

#### *Информационные системы в современном футболе*

Футбол, как самый популярный вид спорта в мире, в последние десятилетия стал активно интегрировать современные технологии, в том числе информационные системы (ИС), для повышения эффективности игры, управления командами и анализа данных. Информационные системы играют важную роль в стратегическом планировании, оценке игроков, управлении клубами и улучшении взаимодействия с болельщиками [3].

Проведенный анализ позволил выделить базисные аспекты использования цифровых платформ в мировом футболе: тренировочные процессы и аналитика, технико-тактический анализ, информационные системы в управлении клубами, взаимодействие с болельщиками, прогнозирование и искусственный интеллект [17].

Одной из главных областей применения информационных систем является анализ тренировочных процессов. Такие системы позволяют собирать данные о физическом состоянии игроков, включая пройденное расстояние, пульс,

ускорения и торможения. Эти данные анализируются для корректировки тренировочных программ и снижения риска травм. В Российском футбольном союзе используется единая система отслеживания двигательной активности GPS. Для мониторинга тренировочной активности игроков в мировом футболе применяют систему StatSports. Цифровые платформы обеспечивают тренеров данными о физической готовности спортсменов, что помогает оптимизировать нагрузку [25].

Системы видеотрансляции дают возможность анализировать игровые действия в реальном времени, накапливать статистику и помогают тренерскому штабу разрабатывать тактические схемы на основе детального анализа предыдущих матчей. Российская футбольная ассоциация внедряет новейшие разработки программного обеспечения на платформе RUSTAT, которые предоставляют детализированную информацию о тактических построениях соперников [13].

ИС используются для управления финансами и контрактами. Цифровые продукты помогают автоматизировать процессы, связанные с трансферами игроков, бюджетированием, планированием и дает возможность клубам эффективно распределять ресурсы и минимизировать финансовые риски [6].

Современные ИС играют важную роль в улучшении взаимодействия клубов с болельщиками. Платформы внедряют механизмы взаимодействия через блокчейн, предоставляя фанатам возможность голосовать за клубные решения и участвовать в разработке маркетинговых стратегий.

Применение искусственного интеллекта и машинного обучения становится новым этапом в развитии информационных систем, способствуют предсказывать результаты матчей, оценивать потенциал молодых игроков и разрабатывать индивидуальные планы тренировок [14]. Система OptaPro, широко используемая в мировом профессиональном футболе, анализирует миллионы данных для построения прогнозов и оценки эффективности игроков. Российские разработчики создали на основе ИИ систему помощи футбольным тренерам – платформу Bayes Coach.

Перспективами развития цифровой экосистеме в футбольной индустрии являются:

Виртуальная и дополненная реальность (VR и AR): использование VR-технологий для симуляции игровых ситуаций и улучшения подготовки игроков.

Глубокий анализ данных: разработка более точных моделей для анализа поведения игроков на поле.

Кибербезопасность: защита данных игроков и клубов становится приоритетной задачей в связи с ростом объема хранимой информации.

Информационные системы стали неотъемлемой частью современного футбола. Они оказывают влияние на все аспекты этой игры – от тренировочного процесса до взаимодействия с болельщиками. Развитие технологий открывает новые перспективы для повышения эффективности управления командами и качества игры. В будущем роль информационных систем в футболе будет только расти, делая спорт еще более зрелищным и доступным.

### *Список литературы*

1. Абдулазиз М. Искусственный интеллект как средство информационного моделирования в спорте / М. Абдулазиз // Социально-педагогические вопросы образования и воспитания: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Чебоксары, 2024. – С. 28–29. – EDN SHYKUU

2. Алексеева О.П. Технологические инновации в области адаптивной физической культуры // Современное педагогическое образование. – 2022. – №2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologicheskie-innovatsii-v-oblasti-adaptivnoy-fizicheskoy-kultury> (дата обращения: 13.11.2024). – EDN NLTQXR

3. Альсайед А.В. Цифровизация футбольной индустрии / А.В. Альсайед // Образование, инновации, исследования как ресурс развития сообщества: материалы II Всероссийской научно-практической конференции. – Чебоксары 2024. – С. 301–303. – EDN XCJXXS

4. Белковская Я.В. Цифровая трансформация маркетинговой деятельности организаций: основные направления и тенденции развития [Электронный

ресурс]. – Режим доступа: [https://libeldoc.bsuir.by/bitstream/123456789/44002/1/Belkovskaya\\_Tsifrovaya.pdf](https://libeldoc.bsuir.by/bitstream/123456789/44002/1/Belkovskaya_Tsifrovaya.pdf) (дата обращения: 08.11.2024).

5. Богинский К.А. Развитие подходов к определению спортивного туризма // Известия СПбГЭУ. – 2010. – №6 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-podhodov-k-opredeleniyu-sportivnogo-turizma> (дата обращения: 19.11.2024).

6. Енченко И.В. Тенденции мирового спорта: развитие услуг физической культуры и спорта в России и за рубежом / И.В. Енченко. – СПб.: Лань, 2022. – 88 с. EDN SMJGBE

7. Изаак С.И., Малиц В.Н., Рожков П.А. Развитие адаптивной физической культуры и спорта в современной ситуации общественного развития // Ученые записки университета Лесгафта. – 2017. – №9 (151) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-adaptivnoy-fizicheskoy-kultury-i-sporta-v-sovremennoy-situatsii-obshchestvennogo-razvitiya> (дата обращения: 03.11.2024).

8. Костенко Е.Г. Проблемы цифровизации индустрии спорта современной России / Е.Г. Костенко // Приоритетные научные направления 2024: сборник материалов XLVII международной очно-заочной научно-практической конференции (Москва, 21 февраля 2024 года). – М.: Империя, 2024. – С. 149–150. EDN WWFNCE

9. Костенко Е.Г. Цифровая трансформация спортивной индустрии / Е.Г. Костенко // Приоритетные научные направления 2024: сборник материалов XLVII-ой международной очно-заочной научно-практической конференции (Москва, 21 февраля 2024 года). – М.: Империя, 2024. – С. 71–73. EDN WTGDUI

10. Костенко Е.Г. Цифровая экономика в индустрии спорта / Е.Г. Костенко // Научные исследования и разработки 2024: гуманитарные и социальные науки: сборник материалов XLVI международной очно-заочной научно-практической конференции / Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (12 февраля 2024 года). – М.: Империя, 2024. – С. 106–108. EDN GGKKPN

11. Костенко Е.Г. Цифровые платформы и экосистемы в спорте / Е.Г. Костенко // Приоритетные научные направления 2024: сборник материалов XLVII международной очно-заочной научно-практической конференции. – М., 2024. – С. 156–158. – EDN GOSJGO
12. Маслич И.И. Цифровая медицина: новые технологии и возможности / И.И. Маслич, Е.Г. Костенко // Цифровая трансформация в науке, образовании и спорте: сборник статей. – Краснодар, 2023. – С. 114–116. EDN TRUUOI
13. Направления деятельности СП РУСТАТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sp-rustat.ru/> (дата обращения: 12.12.2024).
14. Осиченко С.Р. Влияние цифровых технологий на физическую культуру и спорт / С.Р. Осиченко // Цифровая трансформация в науке, образовании и спорте: сборник статей. – Краснодар, 2023. – С. 20–22. EDN JWMQYC
15. Петрова Д.А., Панченко О.Л. Роль социальных сетей в продвижении туристического продукта // Казанский вестник молодых учёных. – 2021. – №1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sotsialnyh-setey-v-prodvizhenii-turisticheskogo-produkta> (дата обращения: 19.11.2024). – EDN OSUTRW
16. Прохорова М.П. Современные тренды использования социальных сетей в туристическом бизнесе / М.П. Прохорова, Т.Е. Лебедева, Т.Н. Цапина // Московский экономический журнал. – 2022. – №10 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-trendy-ispolzovaniya-sotsialnyh-setey-v-turisticheskom-biznese> (дата обращения: 19.11.2024). – DOI 10.55186/2413046X\_2022\_7\_10\_587. – EDN UHDOJY
17. Резенов А.М. Современные технологии в профессиональном футболе / А.М. Резенов // Актуальные проблемы науки и техники: сборник трудов по материалам VII Международного конкурса научно-исследовательских работ (Уфа, 5 февраля 2022 года). – Уфа, 2022. – С. 95–98. EDN RMCРQT
18. Роль цифровой трансформации во взаимодействии с клиентами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.canon.ru/business/insights/>

articles/customer-experience-marketing-transformation/ (дата обращения: 01.06.2024).

19. Свеидан А. Применение математических методов исследования в адаптивной физической культуре / А. Свеидан // Социально-педагогические вопросы образования и воспитания: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Чебоксары, 2024. – С. 194–195. EDN KZBWTZ

20. Стеценко Н.В. Цифровые решения актуальных вопросов в сфере физической культуры и спорта / Н.В. Стеценко // Наука и спорт: современные тенденции. – 2024. – №1. – С. 166–173. DOI 10.36028/2308-8826-2024-12-1-166-173. EDN ZWPTAL

21. Стратегия цифровой трансформации маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.info-strategy.ru/it-strategy/content-variants/digital-transformation/marketing/> (дата обращения: 08.11.2024).

22. Хуссейн М.Х.А. Социальная адаптация и профессиональное развитие людей с ограниченными возможностями средствами цифровых технологий / М.Х.А. Хуссейн // Стратегии устойчивого развития: социальные, экономические и юридические аспекты: материалы III Всероссийской научно-практической конференции, – Чебоксары, 2024. – С. 210–211. EDN KLPKFB

23. Цифровая трансформация в маркетинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sovman.ru/articletop/upravleniye-protsessami/upravleniye-marketingom/tsifrovaya-transformatsiya-v-marketinge/> (дата обращения: 05.11.2024)

24. Шевцова Е.М. Влияние социальных сетей на развитие спортивного туризма / Е.М. Шевцова // Научный спорт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.nauchnysport.ru/article/vliyanie-socseti-na-razvitie-sportivnogo-turizma](http://www.nauchnysport.ru/article/vliyanie-socseti-na-razvitie-sportivnogo-turizma) (дата обращения: 19.11.2024).

25. GPS-трекер для футболистов. STATSports APEX Athlete Series [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://chipgifts.ru/statsports-apex-athlete-series> (дата обращения: 12.12.2024).

**Костенко Елена Геннадьевна** – канд. пед. наук, доцент ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», Краснодар Россия.

---