

*Половинкин Валерий Валерьевич*

магистрант

*Соложенкина Елизавета Евгеньевна*

магистрант

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский

университет ИТМО»

г. Санкт-Петербург

DOI 10.31483/r-167021

## **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЭКОНОМИКУ СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

***Аннотация:** в статье анализируется влияние цифровых технологий на экономику спортивных организаций. Рассмотрены направления цифровой трансформации, связанные с управлением данными, цифровыми сервисами, медиапотреблением, взаимодействием с болельщиками и коммерциализацией спортивного продукта. На основе российских и международных источников показано, что в России цифровизация спорта преимущественно связана с управленческой инфраструктурой и государственными сервисами, а в международной практике – с ростом коммерческих и медийных доходов. Сделан вывод о ее значении для устойчивости и конкурентоспособности спортивных организаций.*

***Ключевые слова:** цифровые технологии, спортивные организации, цифровая трансформация, экономика спорта, спортивный менеджмент, коммерциализация спорта.*

Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» закрепляет правовые, организационные, экономические и социальные основы деятельности в сфере физической культуры и спорта [1]. В Стратегии развития физической культуры и спорта до 2030 года среди приоритетов выделены цифровая трансформация управления отраслью и внедрение инновационных

технологий [2]. Следовательно, цифровизация закрепляется как одно из направлений долгосрочного развития спорта и становится частью управленческой повестки.

Экономический смысл цифровых технологий связан с изменением ключевых процессов спортивной организации: взаимодействия с аудиторией, продажи билетов и услуг, управления объектами, работы с данными, маркетинга, медиадистрибуции и коммерческого взаимодействия с партнерами. Поэтому влияние цифровизации на экономику спорта следует оценивать через внутреннюю эффективность, новые источники доходов и изменение модели создания ценности.

Основные направления экономического влияния цифровых технологий на спортивную организацию представлены на рис. 1.



Рис. 1. Механизм влияния цифровых технологий на экономику спортивной организации

Представленная схема показывает, что цифровизация влияет на спортивную организацию через совокупность управленческих и коммерческих эффектов. Цифровые решения меняют экономическую модель, затрагивая внутренние процессы, взаимодействие с потребителями и способы монетизации спортивного продукта.

Российская практика цифровой трансформации спорта во многом связана с созданием единой управленческой и сервисной инфраструктуры. По материалам Минспорта России, в 2022 году была введена в промышленную эксплуатацию государственная информационная система «Единая цифровая платформа «Физическая культура и спорт», а в 2023 году появилась возможность электронной записи граждан в физкультурно-спортивные организации и организации спортивной подготовки [3]. С экономической точки зрения такие решения снижают административные издержки, ускоряют обработку заявок, стандартизируют работу организаций и повышают доступность управленческих данных. Следовательно, цифровая инфраструктура влияет на экономику спортивных организаций через повышение качества учета, планирования и взаимодействия с гражданами.

Отдельное значение цифровые технологии имеют для массового спорта. По данным Минспорта России, матчи чемпионата Мир Российской Премьер-Лиги сезона 2023/2024 посетили более 2,67 млн зрителей, что на 18,4% больше предыдущего сезона [4].

В международной спортивной индустрии экономический эффект цифровизации выражен заметнее, поскольку цифровые решения давно встроены в коммерческую модель. По данным Deloitte, европейский футбольный рынок в сезоне 2023/2024 вырос на 8% и достиг рекордных 38 млрд евро [5]. Более свежие данные UEFA показывают, что выручка европейского клубного футбола в 2024 году достигла 28,6 млрд евро, а в 2025 году должна превысить 30 млрд евро [6]. В совокупности приведенные показатели подтверждают усиление коммерческой и медийной составляющей спорта, где цифровые каналы, работа с аудиторией и партнерские активы становятся частью модели роста доходов.

Показательным примером является «Формула-1», где цифровая трансформация связана с ростом аудитории и коммерческой ценности чемпионата. По официальным данным «Формулы-1», глобальная фан-база серии в 2025 году достигла 827 млн человек [7]. В США число поклонников выросло до 52 млн, а сам рынок стал крупнейшим для «Формулы-1» по просмотрам на YouTube и числу

подписчиков в социальных сетях. Такой масштаб цифрового присутствия создает основу для продажи рекламы, цифрового контента, подписок и спонсорских интеграций.

На этом фоне заметно различие между российским и международным контекстом. В России цифровые технологии в спорте пока преимущественно связаны с государственной информационной средой, сервисами доступа и управленческой инфраструктурой. В международной практике, особенно в профессиональном спорте высокого коммерческого уровня, цифровизация глубже встроена в модель доходов через подписки, медиапотребление, данные болельщиков, спонсорские активации и прямую монетизацию цифровой аудитории. Вместе с тем экономический эффект таких решений зависит от качества внедрения: цифровой сервис дает результат только при связи с продажами, удержанием аудитории и коммерческим позиционированием организации.

Таким образом, цифровые технологии становятся значимым фактором изменения экономики спортивных организаций. В российской практике их роль заметна прежде всего в управленческой цифровизации, электронных сервисах и формировании единой информационной среды. В международной спортивной индустрии цифровые решения сильнее связаны с коммерческим эффектом: ростом аудитории, партнерской ценности, подписной выручки и диверсификацией доходов. Следовательно, влияние цифровых технологий проявляется через повышение внутренней эффективности и развитие новых механизмов монетизации спортивного продукта.

### *Список литературы*

1. Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 04.12.2007 №329-ФЗ. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_73038/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_73038/) (дата обращения: 03.05.2026).
2. Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года // Минспорт России. – URL: <https://storage.minsport.gov.ru/cms->

uploads/cms/Aktualnaya\_Strategiya\_sporta\_do\_2030\_goda\_b7b1cb62e1.pdf (дата обращения: 06.05.2026).

3. ГИС «Спорт» в год 100-летия Минспорта России внедрила онлайн-сервисы для граждан // Минспорт России. – URL: <https://minsport.gov.ru/press-center/news/gis-sport-v-god-100-letiya-minsporta-rossii-vnedrila-onlajn-servisy-dlya-grazhdan/> (дата обращения: 01.05.2026).

4. Посещаемость Российской Премьер-Лиги выросла почти на 20% по сравнению с предыдущим сезоном // Минспорт России. – URL: <https://minsport.gov.ru/press-center/news/poseshhaemost-rossijskoj-premer-ligi-vyrosla-pochti-na-20-po-sravneniyu-s-predydushhim-sezonom/> (дата обращения: 02.05.2026).

5. Annual Review of Football Finance 2025 // Deloitte. – URL: <https://www.deloitte.com/uk/en/services/consulting/research/annual-review-of-football-finance-europe.html> (date of access: 06.05.2026).

6. New report highlights record revenues and increasing investment into European football // UEFA. – URL: <https://www.uefa.com/news-media/news/02a2-200452a66064-0cfd3f86b94f-1000--new-report-highlights-record-revenues-and-increasing-inv/> (date of access: 05.05.2026).

7. Formula 1 2025 Season Review // Formula One World Championship Limited. – URL: <https://corp.formula1.com/formula-1-2025-season-review/> (date of access: 02.05.2026).