

АНАЛИЗ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ЖИТЕЛЕЙ МЕГАПОЛИСА, ВЕДУЩИХ АКТИВНЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ

© 2022 Астафьева Ольга Викторовна

кандидат экономических наук, доцент, доцент Департамента менеджмента и инноваций
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Россия, Москва
E-mail: astafeva86@mail.ru

© 2022 Никитина Мария Сергеевна

студентка факультета «Высшая школа управления»
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Россия, Москва

Современный этап развития человечества характеризуется усиливающимся ростом влияния цифровых технологий на все сферы жизни человека. Цифровые технологии во многом помогают жителям крупных городов соответствовать образу жизни повышенной занятости и многозадачности. При этом современные люди, заботящиеся об укреплении своего здоровья, испытывают потребность в инструменте, позволяющем поддерживать баланс между активным образом жизни человека и его восстановлением, обеспечивая физический и психологический комфорт и гармонию.

В статье поставлена цель по изучению рынка мобильных приложений и проведению сравнения актуальных приложений, существующих на рынке. В статье предлагается бизнес-идея по разработке нового мобильного приложения для жителей мегаполиса, ведущих активный образ жизни с рекомендациями по содержанию приложения и его функциями.

Ключевые слова: *мобильное приложение, индустрия спорта и фитнеса, здоровый образ жизни, влияние пандемии на рынок фитнес-приложений, цифровые технологии.*

Актуальность внедрения мобильного приложения объясняется рядом тенденций, наблюдаемых на рынке спортивной индустрии в последние годы. Главной тенденцией является увеличение количества населения, которое регулярно занимается физической культурой. Любительский спорт становится более доступным, в том числе благодаря проводимым мероприятиям и соревнованиям для начинающих команд. Эффективная маркетинговая деятельность спортивных организаций и проводимых мероприятий ведет к росту популярности спорта в стране. Растет количество фитнес-центров и прочих клубов, которые предлагают услуги для ведения активного образа жизни. Помимо этого, спортивная индустрия стремится отвечать на вызовы новых цифровых технологий, активно влияющие на все сферы жизнедеятельности современного человека, что подтверждает актуальность внедрения новых продуктов на рынок мобильных приложений для населения, ведущего активный образ жизни и систематически занимающегося спортом или фитнесом.

Анализ популярности спорта в России

Популярность здорового образа жизни и занятия спортом и фитнесом в нашей стране наблюдается непрерывно в течение последних лет [1]. Данные опроса 2018 года ВЦИОМ, в котором приняло участие 1600 россиян в возрасте от 18 лет, свидетельствуют о том, что около 60% российского населения с определенной периодичностью занимается спортом¹. Наиболее популярными видами спорта считаются футбол, легкая атлетика, баскетбол, волейбол и хоккей. Данные ВЦИОМ соответствуют сведениям Росстата, который в 2019 году приводил сведения о наиболее востребованных видах спорта, где лидирующие позиции занимают футбол, волейбол, плавание (рисунок 1). Согласно проведенному в 2020 году экспертами Российского экономического университета имени Плеханова исследованию, систематически занимаются физической культурой и спортом около 40% россиян или 58,6 млн. граждан, что почти в два раза меньше, чем в СССР в связи с проблемами со спортивной инфраструктурой.

¹ Опрос показал, сколько россиян занимаются спортом. Электронный ресурс: <https://ria.ru/20180828/1527330741.html>

турой и стоимостью услуг для массового потребителя¹. По результатам опроса ВЦИОМ, меньшим спросом у россиян пользуются такие виды спорта, как боевое искусство, занятия в домашних условиях, катание на коньках и лыжах (по 3%), хоккей

(2%) и шахматы (1%). Наиболее популярна беговая дорожка среди молодых людей возраста от 18 до 24 лет (59%). Заниматься комплексной физкультурой чаще предпочитают женщины, нежели мужчины (32% против 13% соответственно).

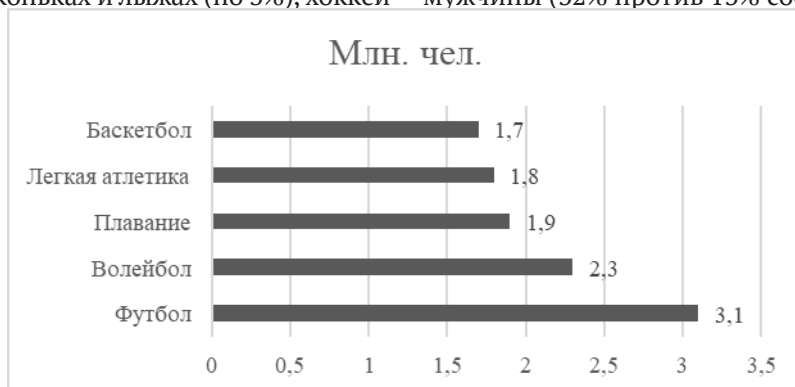


Рис. 1. Количество россиян, систематически занимающихся спортом²

По сведениям российского универсального интернет-магазина OZON, 19% опрошенных регулярно занимаются бегом, второе место по популярности занял волейбол (17%), затем футбол (14%), плавание (13%) и завершил пятерку лидирующих видов спорта среди жителей России фитнес (11%)³. Также 52% опрошенных заявили, что на спортивное снаряжение тратят 5,000 рублей в месяц, в то время как 24% участников опроса тратят 5000–10000 рублей в месяц, и 12% — от 10,000 до 20,000 рублей. Число регулярно занимающихся бегом в России выросло более, чем на 480 000 человек за последние 2 года (16%) с 2020 по 2022 гг. Недавние маркетинговые исследования показали, что несмотря на влияние пандемии, количество забегов и спортивных мероприятий в сфере бега растет. Важным критерием стала смена мотивации для занятий бегом. Если ранее ключевым фактором было достижение спортивных успехов и выдающихся результатов, то сейчас люди склоняются к бегу как к способу поддержания здоровья и психологического комфорта. В целом, занятия спортом способствуют достижению большого количества положительных результатов, в частности, можно отметить улучшение настроения и избавление от депрес-

сии, нормализацию веса, укрепление мышц и костей, развитие реакции, силы и выносливости, увеличение запаса энергии в организме, снижение риска появления хронических заболеваний и развитие памяти человека. Данные обстоятельства способствуют распространению спортивного образа жизни и развитию спортивной индустрии.

В последнее время наблюдается усиление фокуса на здоровом балансе между активностью и отдыхом, что способствовало формированию тренда на *slow-living* (замедление). *Slow living* — это культура замедленного ритма жизни, подразумевающая стремление к равновесию, поиску «значимого» и получению удовольствия от повседневных действий⁴. Исследовательская группа Google сравнила запросы по ключевому слову “*slow living*” и обнаружили рост в 4 раза в 2020 году по сравнению с 2019 г. Многие связывают тенденцию к «замедлению» с тем, что во время пандемии COVID-19 у многих людей появилась возможность посвятить больше времени медитативным занятиям для избавления от стресса, а также с появлением большего количества свободного времени дома. В последнее время наблюдается рост на 20% на рынке приложений для ментального здоровья (приложения для

¹ Фаляхов Р. Нацпроект «Демография»: что мешает развитию массовой физкультуры. Электронный ресурс: <https://www.gazeta.ru/business/2020/08/04/13177747.shtml>

² Антонов С. Каким спортом занимаются россияне. Электронный ресурс: <https://journal.tinkoff.ru/sportstat/>

³ Арманд Н. Озон назвал самые неспортивные регионы. Электронный ресурс: <https://sportrbc.ru/news/611973899a79478b80c89237>

⁴ Roya Zeitone, Nicolas Szmidt, Савостьянова Н. *Slow living*: тренд, который быстро набирает популярность. Март, 2021. Электронный ресурс: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/consumer-insights/consumer-trends/covid-slow-living-trend/>

медитации и сна), а объем рынка приложений этой направленности составил 6–10 млрд. долларов в 2021 году¹.

С учетом вышеприведенных трендов, можно предположить, что на рынке мобильных приложений в России есть потребность в приложении, которое бы позволяло пользователю установить здоровый баланс между тренировками и восстановлением после них, обеспечивая комфортное состояние человека. Мобильное приложение должно сохранять спортивный прогресс от тренировок, помогать в выборе корректных способов восстановления после тренировок и, таким образом, удовлетворять нишевые потребности покупателей, соответствуя современным тенденциям индустрии спорта и фитнеса.

Анализ рынка мобильных приложений для спорта и фитнеса

В настоящее время рынок услуг в сфере мобильных приложений стремительно развивается. Но несмотря на то, что на данный момент на рынке мобильных приложений представлено огромное количество разнообразнейших приложений, продолжают появляться приложения в разных сферах деятельности. Рынок мобильных фитнес-приложений показывает одни из самых высоких темпов роста для рынка интеллектуальных продуктов в связи с чем, является привлекательным для инвесторов [6]. Особая востребованность мобильных фитнес-приложений стала наблюдаться в период пандемии, однако, несмотря на то, что в настоящее время рынок офлайн-фитнеса начинает активно оживать, эксперты отмечают, что приложения с онлайн-тренировками будут продолжать пользоваться большим спросом. Особенно конкурентным будет контент с интерактивными элементами и персонализацией. Инвесторы отмечают, что резкий интерес к онлайн-фитнесу со стороны пользователей и инвесторов был закономерным, так как офлайн-рынок из-за существовавших ковидных ограничений и устоявшейся тенденции среди многих городских жителей работать из дома не смог удовлетворить весь спрос, что явилось окном возможностей как для технологи-

ческих компаний для зарабатывания на мобильных фитнес-приложениях, так и для инвесторов. В частности, отмечается, что акции важного игрока рынка онлайн-фитнеса, а именно американской компании Peloton, продающей подписку на онлайн-тренировки и тренажеры с сенсорными экранами для занятий дома, в период с сентября 2019 года по январь 2021 года выросли более чем на 467%, капитализация компании достигла \$43 млрд².

Одним из самых популярных приложений-трекеров для спортсменов сейчас является Strava. Ключевым фактором массового использования и лояльности пользователей стало то, что Strava — это не только приложение для отслеживания спортивного прогресса, но и социальная сеть. В Strava есть возможность участвовать в виртуальных соревнованиях, выполнять задания из приложения, пользоваться навигационными маршрутами, составленными другими пользователями, а также отслеживать прогресс в чужих блогах.

Крупные игроки рынка спортивной одежды и обуви (Nike, Adidas) используют приложения для создания образа бренда и повышения лояльности аудитории. В приложении Nike Run Club можно найти свою модель кроссовок от Nike, следить за ее «пробегом» в километрах, записываться на тренировки от бегового клуба бренда и переходить в онлайн-магазин. В свою очередь Adidas предоставляет скидки на товары за баллы от каждого километра бега. У потребителя формируется плотная ассоциация между брендом, процессом тренировок и привычкой заниматься спортом. Он чувствует себя причастным к сообществу бренда, особенно, когда приложение в смартфоне сопровождает человека и присылает уведомления с напоминаниями о тренировках.

Приложения от брендов спортивных часов (Suunto, Polar, Garmin) обладают большим функционалом, так как подключены к сложной системе самих часов. В них точные GPS датчики, есть возможность планировать маршруты по пересеченной местности, следить за состоянием тела по пульсу и отмечать режим сна. Все эти возможности глубокого анализа состояния организма воз-

¹ Селизарова В. Быть наолиньским монахом: почему рынок приложений для медитации переживает бум // Forbes. Электронный ресурс: <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/445601-byt-saolin-skim-monahom-pocemu-rynok-prilozenij-dla-meditacii-perezivaet-bum>

² Демидкина К. Непаканое поле для вложений: почему взлетели проекты в сфере онлайн-фитнеса и ожидает ли их откат. Электронный ресурс: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/427971-nepahanoe-pole-dlya-vlozheniy-pocemu-vzleteli-proekty-v-sfere-onlayn>

можно благодаря подключению к системе часов, которые постоянно измеряют пульс спортсмена.

Российское приложение FitMost недавно появилось на рынке. Оно предоставляет возможность приобрести абонемент на занятия в фитнес-клубах, студиях танцев, йоге и пр. Пользовате-

лю больше не нужно оплачивать дорогостоящие абонементы в одну студию и останавливаться на конкретном виде спорта. Становится возможным выбирать между активностями разного уровня интенсивности и подстраиваться под настроение и состояние человека.

Таблица 1. Сравнительный анализ наиболее востребованных мобильных приложений

Мобильные приложения	Виды активности	Дополнительные возможности	Доступность в русском языке	Система вознаграждения	Ограничения в использовании
Nike Run Club / Adidas Running	Бег Велоспорт Ходьба	+ GPS трекер; + накапливаются баллы для покупки продукции в магазине одежды; + аудио-сопровождение тренировок; + виртуальные награды за достижения		Баллы за километры бега конвертируются в рубли для покупки в магазине. Значки внутри приложения за преодоление длинных маршрутов.	— Подходит только для бега.
Suunto, Polar, Garmin	Бег Велоспорт Ходьба Хайкинг и др.	+ GPS трекер; + вибро- и аудио-сигналы при синхронизации с часами	+		— Нужны спортивные часы привязанного бренда. — Нельзя самостоятельно вносить тренировки.
Strava	Бег Велоспорт	+ GPS трекер; + виртуальные награды за достижения; + личная статистика; + общение с единомышленниками	+	Звания «Легенда участка», «Обладатель короны» внутри приложения	— Прекратило работу на территории РФ. — Цена подписки выше среднего.
FitMost	Танцы Растяжка Йога Фитнес-услуги	+ рекомендации по местоположению; + нет привязки к одному типу активности; + предлагает варианты по восстановлению (массаж, растяжка)	+		— Нет трекера активности, можно использовать только для записи на занятия. — Подходит только для городов с компаниями-партнерами. — Необходима платная подписка.

Исходя из сравнительной таблицы мобильных приложений (таблица 1) стоит выделить следующие базовые настройки нового продукта: приложение должно быть доступно на русском языке для русскоязычной аудитории и синхронизировано с другими приложениями для поддержания активного и здорового образа жизни; необходим трекер активности, в который можно вручную вносить тренировки (тип активности, продолжительность, уровень нагрузки и т.д.). Перечислим необходимые характеристики и функции для нового приложения по восстановлению между тренировками.

1. Внесение тренировочного плана и синхронизация со спортивными приложениями

(Suunto, Polar, Garmin, Nike Training Club, Strava, FitMost).

2. Синхронизация с приложениями по отслеживанию здоровья: циклы сна, женские циклы, здоровье, подсчет калорий.

3. Определение локации для рекомендации услуг партнерских центров спорта и фитнеса.

4. Чат-бот с рекомендациями для подбора необходимого типа восстановления (спортивное питание, плавание, массаж, растяжка, упражнения с восстановительными тренажерами, налаживание регулярности сна).

5. Интерактивные тесты для лучшего понимания процесса восстановления (нутрициология, массаж, здоровый сон).

6. «Награды» и значки за достижения для развития новых положительных привычек, например, за регулярный сон 8 часов в течении 2 недель бесплатное посещение 5 разных программ по восстановлению.

7. Аудио-дорожки и подкасты от экспертов на 5–20 минут, которые можно послушать во время или после тренировок.

В связи с вышеотмеченным, функционал приложения должен включать в себя «умные» рекомендации. При использовании приложения комплекс алгоритмов и программ должен предсказывать, что с наибольшей вероятностью

заинтересует пользователя. В основе этих алгоритмов могут лежать оценки пользователя, выставленные услугам и продуктам, продуктовая корзина, запросы в поисковиках, виды активности, оценки настроения и самочувствия, просмотренные страницы, время пользования приложением, а также синхронизированные данные из других приложений о состоянии здоровья и самочувствии. В итоге пользователь сможет получить максимальную пользу за кратчайший срок, проведенный в приложении, так как «умные» рекомендации предложат наиболее актуальные варианты для восстановления.

Библиографический список

1. Астафьева О.В., Пукарева Е. Ю., Пукарева С. Ю. Исследование возможностей развития услуг здорового питания с учетом потребительских предпочтений фитнес-центров // Экономический анализ: теория и практика. 2018. Т. 17. № 10 (481). С. 1936–1950.
2. Валиев Ш.З., Исаева Н.В., Поникаровская А. А. Особенности формирования и развития рынка фитнес-услуг // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия экономика № 2 (24), 2018. С. 7–14.
3. Ефремова М.В., Чкалова О.В., Бошман Т.К. Анализ российского рынка фитнес-услуг // Экономический анализ: теория и практика. 2015. № 21 (420), С. 25.
4. Уколова И.В. Социологические аспекты фитнес-движения в России // Вестник волжского университета им. В.Н. Татищева. 2009. № 3. С. 251–261.
5. Поддубная М.Н., Вареник А. И. Маркетинговый анализ рынка забегов и марафонов в России // Экономика и бизнес: теория и практика. № 5–3 (75), 2021. С. 37–39.
6. Astafeva O.V., Pecherskaya E. P., Tarasova T. M., Vishnyaykov A. V. Mobile application development taking into account the development of mobile commerce. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. 2020. Pp. 152–161.