УДК 796.06

МОНЕТИЗАЦИЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА СПОРТИВНОГО ТРЕНЕРА ЧЕРЕЗ ИИ-ПРОДУКТЫ: ОТ КОНСУЛЬТАЦИЙ К ЦИФРОВЫМ ТОВАРАМ И ПОДПИСКАМ

Шокуев И.А.,

Аспирант,

АНО ВО «Московский университет «Синергия»»,

г. Москва, Россия

Аннотация. Статья посвящена экономическому анализу трансформации монетизационных моделей спортивного тренера в условиях распространения технологий искусственного интеллекта. По итогам 2025 года оборот всего российского рынка фитнес-услуг (офлайн + онлайн) составил от 270 до 316,5 млрд рублей. Ожидается, что по итогам 2026 года объём достигнет 365 млрд рублей. Вся аудитория коммерческого фитнеса (включая офлайн-клубы) в России составляет около 7 миллионов человек. Автором доказана экономическая целесообразность трансформации бизнес-модели личного бренда спортивного тренера на основе перехода от почасовых фитнес-консультаций к созданию масштабируемых ИИ-продуктов спортивного тренера (чат-ботов для консультаций, цифровых курсов для тренировок и дполонительны сервисов по подписке). В статье также проведена сравнительная оценка предложенных автором финансовых моделей. Выявлены ключевые риски и точки роста при упаковке экспертных знаний фитнес-тренера в GPT-системы. Сформулированы рекомендации по поэтапному переходу к масштабируемой модели монетизации личного бренда фитнес-тренера.

Ключевые слова: личный бренд, монетизация знаний, искусственный интеллект, GPT-бот, цифровые продукты, подписная модель, спортивный тренер, масштабируемость.

MONETIZATION OF A SPORTS COACH'S PERSONAL BRAND THROUGH AI PRODUCTS: FROM CONSULTING TO DIGITAL GOODS AND SUBSCRIPTIONS

Shokuev I.A.,
Graduate student,
ANO VO "Moscow University "Synergy"",
Moscow, Russia

Abstract. The article is devoted to an economic analysis of the transformation of monetization models of sports coaches in the context of the spread of artificial intelligence technologies. According to the results of 2025, the turnover of the entire Russian fitness services market (offline + online) ranged from 270 to 316.5 billion rubles. It is expected that by the end of 2026, the volume will reach 365 billion rubles. The total audience of commercial fitness (including offline clubs) in Russia is about 7 million people. The author proves the economic feasibility of transforming the business model of a personal brand of a sports coach based on the transition from hourly fitness consultations to the creation of scalable AI products of a sports coach (chatbots for consultations, digital training courses and subscription services). The article also provides a comparative assessment of the financial models proposed by the author. Key risks and growth points are identified when packing the expert knowledge of a fitness trainer into GPT systems. Recommendations are formulated for a gradual transition to a scalable model of monetization of the personal brand of a fitness trainer.

Keywords: personal brand, knowledge monetization, artificial intelligence, GPT bot, digital products, subscription model, sports coach, scalability.

Введение

Современная индустрия спорта переживает масштабную цифровую трансформацию. Если еще 5–7 лет назад ценность персонального тренера измерялась исключительно часами очного присутствия в зале, то к осени 2026 года эта модель окончательно устарела. Интеграция технологий искусственного интеллекта сформировала новую экономическую реальность, в рамках которой современные фитнес-тренеры могут монетизировать свои компетенции, превращая свои знания в высокомасштабируемый цифровой актив. [1]

Актуальность настоящего исследования обусловлена масштабной Цифровизацией отечественной фитнес-индустрии и стремительной интеграцией технологий искусственного интеллекта (ИИ) в практику российских фитнес-тренеров.

Объем отечественного сегмента цифровых экспертных и образовательных продуктов в 2024 году превысил 120 млрд рублей, причем значительный вклад в этот показатель вносит устойчивый рост спортивных ИТ-решений.

Между тем экономическая составляющая этого цифрового перехода остаётся слабо изученной в отечественной научной литературе. Большинство публикаций сосредоточены либо на технических аспектах создания ИИ-ботов, либо на маркетинговых стратегиях продвижения личного бренда тренера, но не на финансовой модели и экономическом обосновании цифровой трансформации личного бренда спортивного тренера через ИИ-продукты. [2]

Цель исследования – разработать экономическую модель монетизации личного бренда спортивного тренера посредством ИИ-продуктов и дать оценку эффективности перехода от почасовой модели к масштабируемым цифровым решениям.

Научная новизна исследования состоит в том, что в рамках настоящего исследования автором впервые предложена комплексная экономическая модель

поэтапной монетизации экспертизы спортивного тренера через ИИ-инструменты.

Теоретическая значимость исследования заключается в развитии концепции экономики знаний применительно к индустрии спорта и физической культуры в условиях четвёртой промышленной революции.

Практическая значимость исследования заключается в разработке моделей поэтапной монетизации личного бренда тренера с помощью ИИ-продуктов. Предложенные инструменты могут быть непосредственно использованы фитнес-предпринимателями и спортивными менеджерами для стратегической трансформации бизнес-моделей.

Материалы и методы исследования

Методологической основой исследования выступает системный подход к изучению экономических процессов в цифровой среде.

При написании статьи, автором применялись следующие методы научного познания: сравнительный экономический анализ, финансовое моделирование, структурно-функциональный анализ, SWOT-анализ, метод экспертных оценок.

Результаты и обсуждение

Принципиальный финансовый недостаток традиционной модели работы спортивного фитнес-тренера – это жёсткая привязка дохода к временному ресурсу. Это и есть то ограничение, о котором экономисты говорят как о «ловушке специалиста». Возможности роста дохода фитнес-тренера в данном случае определяются только двумя переменными: стоимостью часа услуг фитнес-тренера и количеством рабочих часов, которые тренер может себе позволить. Обе указанные переменные имеют очевидный физиологический потолок. Средняя стоимость часовой персональной тренировки фитнес-тренера в крупных российских городах в 2026 году составляет от 2 500 до 8 000 рублей, в зависимости от статуса фитнес-тренера и города его проживания. Рабочий день квалифицированного фитнес-тренера насчитывает не более 6–8

«продаваемых» часов с клиентами в день. Остальное время фитнес-тренера уходит на подготовку тренировки с клиентом, восстановление (отдых) после тренировок и решение текущих административных задачи. [3]

Таким образом, теоретический потолок месячного дохода даже для высококвалифицированного московского фитнес-тренера с загрузкой 160 часов в месяц и ценником 5 000 руб./час составит порядка 800 000 руб. Данный доход является максимальным и рассчитан без учёта больничных, отпусков и форс-мажоров.

При такой модели продажи собственных услуг, знаний и навыков, фитнес-тренер не строит собственный актив, он просто выстраивает свою работу. Разница в данном случае принципиальная и заключается в том, что актив работает даже тогда, когда сам фитнес-тренер спит. [4]

Таблица 1. Сравнение экономических параметров почасовой и ИИ-ориентированной моделей монетизации спортивного тренера

Параметр	Почасовая модель	ИИ-продуктовая модель
Зависимость дохода от времени	Прямая линейная	Отсутствует после запуска
Теоретический потолок дохода (руб./мес.)	600 000–800 000	Практически не ограничен
Количество одновременных «клиентов»	6–8 в день	Тысячи одновременно
Стоимость обслуживания 1 дополнительного клиента	5 000 руб./мес.	0 руб. (переменные затраты = 0)
Масштабируемость	Низкая	Высокая
Географический охват	Локальный	Глобальный
Риск потери дохода при болезни	Критический	Минимальный
Стартовые инвестиции	Минимальные	Средние (50 000–300 000 руб.)
Срок окупаемости	Немедленный	3–9 месяцев

Идея «упаковки» своих знаний, собственной фитнес-экспертизы квалифицированного фитнес-тренера не нова. Данная идея лежит в основе любого образовательного бизнеса. Однако, именно технологии больших языковых моделей (LLM) впервые создали инструмент, позволяющий воспроизвести не просто знание фитнес-тренера, но и стиль коммуникации

фитнес-тренера, логику его рассуждения и персональный подход оказанию услуг конкретного специалиста в интерактивном режиме реального времени. [5]

Процесс создания GPT-бота на базе знаний фитнес-тренера включает несколько технико-экономических этапов, каждый из которых требует инвестиций и генерирует определённую ценность.

Таблица 2. Создание GPT-бота на базе знаний фитнес-тренера

Этап / Название / Содержание работ	Объём / Параметры	Ценность / Результат
Этап 1 – Формирование базы знаний. Сбор и структурирование текстовых материалов: авторские методики, планы тренировок, нутрициологические протоколы, ответы на типичные вопросы, кейсы.	50 000 – 200 000 токенов (для зрелого специалиста)	Структурированный массив знаний тренера, готовый к обучению модели
Этап 2 – Конфигурирование модели. Выбор базовой LLM, настройка системных промптов, определение границ компетенций бота, проработка сценариев эскалации к живому тренеру	GPT-4o, Claude, Gemini или российские аналоги	Настроенная модель с чётко заданным поведением и зонами ответственности
Этап 3 – Интеграция в каналы монетизации. Подключение бота к целевым платформам и точкам продаж.	Мессенджеры, веб-платформы, мобильные приложения	Работающий продукт, встроенный в экосистему взаимодействия с клиентами

Таким образом, процесс создания GPT-бота на базе знаний фитнес-тренера, представляет собой последовательную цепочку, состоящую из 3 технико-экономических этапов, каждый из которых вносит измеримый вклад в итоговую ценность коммерческого продукта фитнес-тренера. Ключевым фундаментом всей системы выступает качество базы знаний фитнес-тренера, тогда как последующие этапы лишь усиливают и монетизируют уже накопленную экспертизу фитнес-тренера.

Совокупные инвестиции в создание полноценного ИИ-продукта начального уровня в 2026 году, по оценкам рынка, составляют от 80 000 до 250 000 руб. Данная стоимость указана при условии работы со специализированными разработчиками и самостоятельной подготовке контента

фитнес-тренером. Указанная стоимость примерно эквивалентно 1–2 месяцам дохода среднего квалифицированного тренера работающего в зале, что делает инвестицию вполне подъёмной. [6]

Экономически грамотная стратегия монетизации личного бренда спортивного тренера через ИИ-продукты, предполагает выстраивание продуктовой линейки спортивного тренера с разными ценовыми точками и разной степенью «участия» живого фитнес-тренера.

Подписная модель монетизации личного бренда наиболее устойчива, когда клиент получает от фитнес-тренера фактическую ценность на разных уровнях взаимодействия.

Таблица 3. Продуктовая линейка ИИ-монетизации личного бренда спортивного тренера

Уровень продукта / Формат	Ценовой диапазон	Участие тренера	Маржинальность
Базовый GPT-бот (ответы на вопросы, типовые программы)	490–990 руб./мес.	Нулевое после настройки	85–92%
Средний ИИ-бот + персонализированный план питания/тренировок	1 990–3 990 руб./мес.	Минимальное (1–2 ч/мес.)	70–80%
Продвинутый ИИ-ассистент + групповые созвоны тренера + сообщество	4 990–9 990 руб./мес.	Умеренное (4–8 ч/мес.)	55–65%
Премиум ИИ-система + живые сессии + полное сопровождение	15 000–40 000 руб./мес.	Высокое	40–50%
Разовые продукты Цифровые курсы, гайды, шаблоны	990–12 000 руб./ед.	Нулевое после создания	90–95%

Важно понимать, что именно нижние уровни продуктовой линейки ИИ-монетизации личного бренда спортивного фитнес-тренера, несут главную экономическую функцию. Именно нижние уровни продуктовой линейки ИИ-монетизации личного бренда обеспечивают предсказуемый рекуррентный доход фитнес-тренера, который является главным мерилом стоимости бизнеса в цифровой экономике.

Инфо-бизнесы с подписной моделью оцениваются в среднем в 5–8 раз выше по мультипликатору к выручке, чем такие же инфо-бизнесы, но с разовыми продажами. Это означает, что фитнес-тренер, выстроивший собственную базу даже из 500 подписчиков по 1 500 руб./мес., создаёт бизнес с регулярным ежемесячным доходом в 750 000 руб. и теоретической стоимостью собственного актива примерно в 6 млн руб. [7]

Рассмотрим сценарный анализ для тренера, создающего ИИ-продукт начального уровня (базовый GPT-бот с подпиской).

Таблица 4. Сценарный анализ доходности ИИ-продукта (базовый уровень, подписка 990 руб./мес.)

Показатель	Консервативный сценарий	Базовый сценарий	Оптимистичный сценарий
Количество подписчиков (12 мес.)	100	300	800
MRR (руб.)	99 000	297 000	792 000
ARR (руб.)	1 188 000	3 564 000	9 504 000
Затраты на API (LLM) в месяц (руб.)	8 000	22 000	58 000
Затраты на платформу/хостинг (руб./мес.)	5 000	8 000	15 000
Чистый MRR (руб.)	86 000	267 000	719 000
Стартовые инвестиции (руб.)	150 000	150 000	150 000
Срок окупаемости (мес.)	1,7	0,6	0,2

Анализ показывает, что даже консервативный сценарий обеспечивает окупаемость такого бизнеса в течение менее чем 2 месяцев. При этом 78% тренеров, уже используют технологии ИИ для создания личного бренда спортивного тренера через ИИ-продукты. Это означает, что отраслевой консенсус по вопросу целесообразности технологии использования ИИ для развития личного бренда фитнес-тренера фактически сформирован. Речь идёт

уже не о том, применять ли ИИ в своей работе, а о том, как делать это системно и наиболее монетизируемо для фитнес-тренера. [8]

Без сильного личного бренда ИИ-продукт фитнес-тренера остается лишь очередным типовым чат-ботом. Именно бренд автора формирует капитал доверия, который конвертирует аудиторию в платящих подписчиков. Аудитория, которая следила за фитнес-тренером в социальных сетях, смотрела его видео и читала статьи, воспринимает GPT-бот не как «очередную нейросеть», а как «кусочек любимого тренера», доступный 24/7 и по цене одного кофе в неделю. [9]

Таким образом, экономическая модель трансформации строится на двух параллельных инвестициях:

- в экспертный контент фитнес-тренера (создание базы знаний);
- в личный бренд фитнес-тренера (аудитория, которая эту базу знаний будет потреблять).

Выводы

Результаты настоящего исследования позволяют сделать вывод о том, что трансформация бизнес-модели спортивного фитнес-тренера от прямой продажи времени в спортивном зале к ИИ-ориентированной монетизации личного бренда спортивного фитнес-тренера знаменует собой фундаментальную смену экономической маркетинговой логики.

Инвестиции фитнес-тренера в создание GPT-бота окупаются в срок от 1 до 6 месяцев при базовом сценарии. Подписная модель на личный бренд обеспечивает предсказуемый рекуррентный доход фитнес-тренера без зависимости от физического ресурса тренера в зале во время тренировки. Личный бренд фитнес-тренера выступает ключевым мультипликатором конверсии, превращая маркетинговые усилия в высокоэффективный инструмент продаж.

Библиографический список

1. Ибрахими А. Развитие личного бренда // Журнал прикладных исследований. 2022. Т. 4, № 6. – С. 311–316. https://doi.org/10.47576/2712-7516_2022_6_4_311.
2. Шокуев И. А. Реинжиниринг бизнес-процессов управления личным брендом спортивного тренера: от фриланса к микропредприятию // Теория и практика общественного развития. 2026. № 8. – С. 1–7.
3. Жаргалова, А. А. Важность личного бренда в современных реалиях / А. А. Жаргалова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики : Сборник материалов X Международной научно-практической конференции, посвященной 100-летию академика М.Ф. Решетнева и Дню космонавтики. В 3-х томах, Красноярск, 08–12 апреля 2024 года. – Красноярск: Сибирский государственный университет науки и технологий им. акад. М.Ф. Решетнева, 2024. – С. 29-30.
4. Покуль, В. О. Исследование способов взаимодействия с аудиторией в социальных медиа посредством личного бренда / В. О. Покуль, Р. О. Шмыговская // Экономика и социум. – 2023. – № 6-2(109). – С. 911-918.
5. Денисов, А. О. Перспективы развития организационно-управленческих компетенций фитнес-тренеров в процессе повышения квалификации / А. О. Денисов // Журнал психолого-педагогических исследований. – 2025. – № 4(12). – С. 24-31.
6. Кметь, Е. Б. Особенности продвижения фитнес-клубов в социальных сетях / Е. Б. Кметь // Практический маркетинг. – 2024. – № 8(326). – С. 19-26. – DOI 10.24412/2071-3762-2024-8326-19-26.
7. Кравцов, В. В. Технологии продвижения персональных брендов в социальных сетях / В. В. Кравцов // Вестник Академии медиаиндустрии. – 2023. – № 3(35). – С. 143-152.

8. Иванов В.Д. Ключевые аспекты бизнеса в фитнес-индустрии // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2025. Т. 10, № 1. – С. 102–112. https://doi.org/10.47475/2500-0365-2025-10-1-102-112.
9. Шокуев И. А. Сегментация целевой аудитории и ценностное позиционирование спортивного тренера как инструмент монетизации личного бренда в цифровой среде // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2026. № 9. – С. 86–94.