

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ПОСЕЩАЕМОСТЬ МАТЧЕЙ ПО ФУТБОЛУ

Москвичева К. В.¹, Мальцева А. В.², Дюкина Т. В.³

¹Москвичева Ксения Владимировна / Moskvičeva Ksenia Vladimirovna – бакалавр;

²Мальцева Анна Сергеевна / Maltseva Anna Sergeevna – бакалавр,
экономический факультет;

³Дюкина Татьяна Олеговна / Dyukina Tatiana Olegovna - кандидат экономических наук, доцент,
кафедра статистики, учета и аудита,
Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург

Аннотация: в данной статье рассмотрены проблемы посещаемости матчей российского футбола. Проанализированы характерные особенности спортивной инфраструктуры России, качество игры и другие внешние факторы (на примере трех футбольных клубов), проведен сравнительный анализ европейской структуры футбола и российской. На основе полученных результатов исследования выявлена и обоснована необходимость предпринимать меры по решению проблемы заинтересованности футболом накануне Чемпионата Мира по футболу-2018 и популяризации данного вида спорта.

Ключевые слова: футбол, футбольный клуб, абонемент, матч, спортивные игры, динамика, посещаемость, статистика.

Введение.

На сегодняшний день футбол является самым массовым и популярным видом спорта в мире.

Футбол — это мировое увлечение большого количества людей планеты Земля, ведь это исторически самая демократичная игра, в которой уравниваются и богатые, и бедные, здесь не нужна дополнительная экипировка, соответственно, не нужен дополнительный расход средств. И таким образом, в нее могут играть люди с деньгами и без них; согласно заявлению ФИФА в футбол на планете играют около 320 миллионов человек. Однако в свете последних событий в России возникла отрицательная тенденция: посещаемость футбольных матчей с каждым годом становится все ниже, что является проблемой, особенно в преддверии предстоящего Чемпионата мира по футболу 2018 г.

Целью данной работы является анализ посещаемости футбольных матчей в динамике с 2012 по 2015 годы на основе выделенных факторов анализа, а также выявление путей решения проблемы снижения популярности данного вида спорта у болельщиков.

Гипотеза: снижение посещаемости российских футбольных матчей связано с некоторыми причинами. Во-первых, слабо развитая инфраструктура в сфере спорта. Во-вторых, низкий уровень спортивной культуры (отсутствие соответствующей поддержки, низкая заинтересованность).

Чтобы проверить данную гипотезу были поставлены следующие задачи:

• Выявить тренд посещаемости матчей на примере трех футбольных клубов (Зенит, Спартак, Амкар).

- Проанализировать качество инфраструктуры как защиту от суровых природных условий.
- Выявить динамику изменения цен на билеты и абонементы.
- Сравнить отношение к футболу в европейских странах и в России.
- Выявление влияния реальных доходов населения на посещаемость матчей.
- Метод проведения исследования: анализ динамики.

Возьмем три футбольных клуба, на которых в дальнейшем и будет строиться наш анализ. Зенит (как пользующийся наибольшей популярностью), Спартак (находящийся в самом многонаселенном городе) и Амкар (футбольный клуб с региона, не самого крупного города). Однако все три футбольные клуба находятся в топ-16 самых посещаемых.

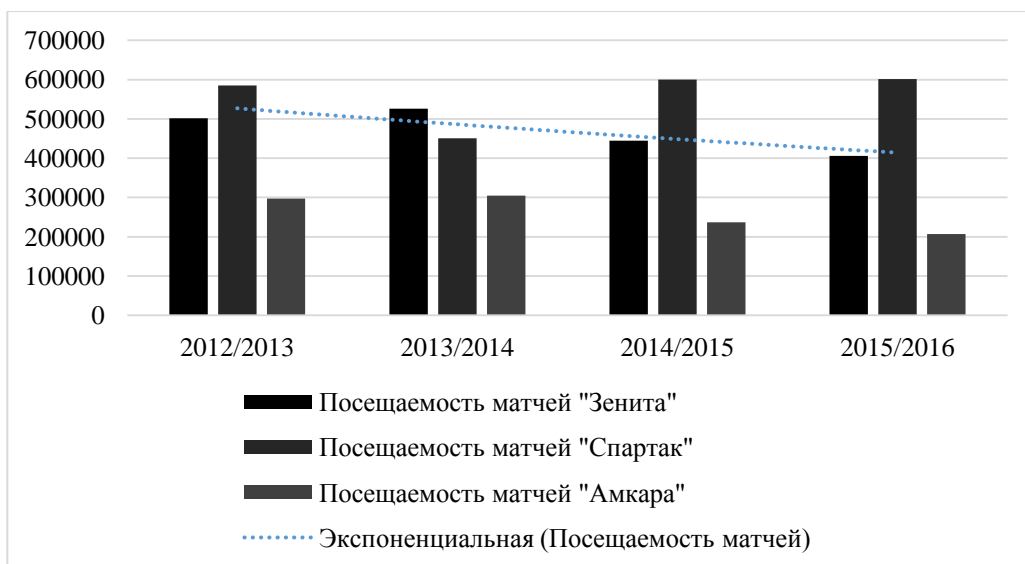


Рис. 1. Динамика посещаемости футбольных матчей

Линия тренда показывает общее снижение посещаемости матчей футбольных клубов.

На сегодняшний день отечественные спортивные клубы не могут показать высокую посещаемость матчей. Более того, отдельные игры собирают полные арены, а некоторые — лишь несколько тысяч болельщиков. Интерес к матчам профессиональных спортивных команд остается потенциально высоким, но ряд факторов, который был выделен ниже, заставляет людей воздержаться от посещения стадиона [2]. В то же время, европейские команды могут похвалиться своей заполняемостью стадионов почти на каждой игре. В чем же разница российского футбола и европейского?

Для анализа мы выделили следующие факторы, так как они напрямую связаны с причинами снижения посещаемости матчей:

1. Динамика цен на билеты
2. Динамика реальных располагаемых доходов населения
3. Качество инфраструктуры
4. Спортивная культура

Рассмотрим подробнее факторы в сравнительной характеристике с европейской структурой футбола

Динамика цен на билеты

Заказ билетов на Чемпионат России по футболу резко возрос в 21 веке. Теперь на равных со «Спартаком» могли конкурировать «Локомотив», ЦСКА, «Зенит», «Рубин» и ряд других коллективов [9, с. 80]. Цены билетов на Российскую Премьер-Лигу, созданную в начале 2000-х гг., повысились, ведь в условиях жесткой конкуренции клубы начали приглашать в свои ряды именитых легионеров. Кроме обычных билетов болельщики имеют возможность приобретать абонементы. Во всём мире клубы очень внимательно относятся к абонементной программе, ведь это гарантированные деньги в сочетании с программой лояльности к болельщикам. Многие фанаты также предпочитают покупать абонементы, которые дают им право посещать матчи любимой команды по более низкой цене.

Так как цены билетов сильно варьируются в зависимости от уровня матча и качества мест, то для более полной картины мы решили проанализировать стоимость абонементов.

Рассмотрим динамику цен на абонементы трех анализируемых футбольных клубов.

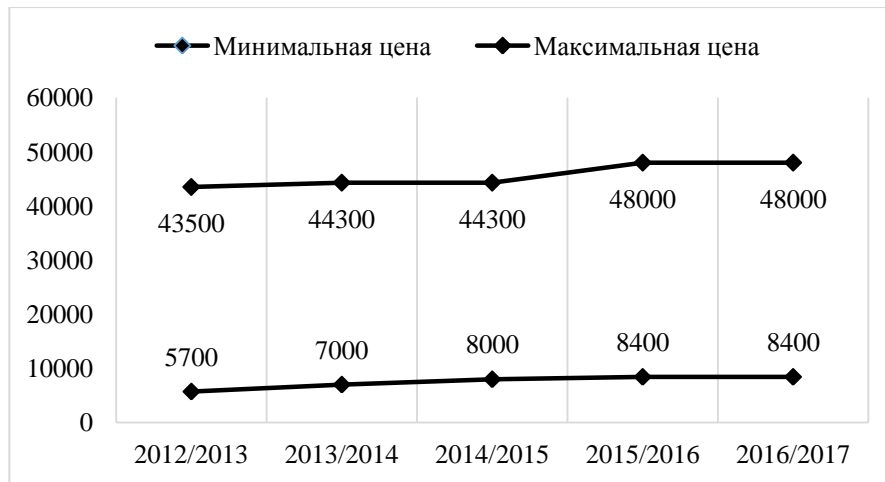


Рис. 2. Динамика цен на абонементы ФК «Зенит» (руб.) (Источник: <http://fc-zenit.ru>)

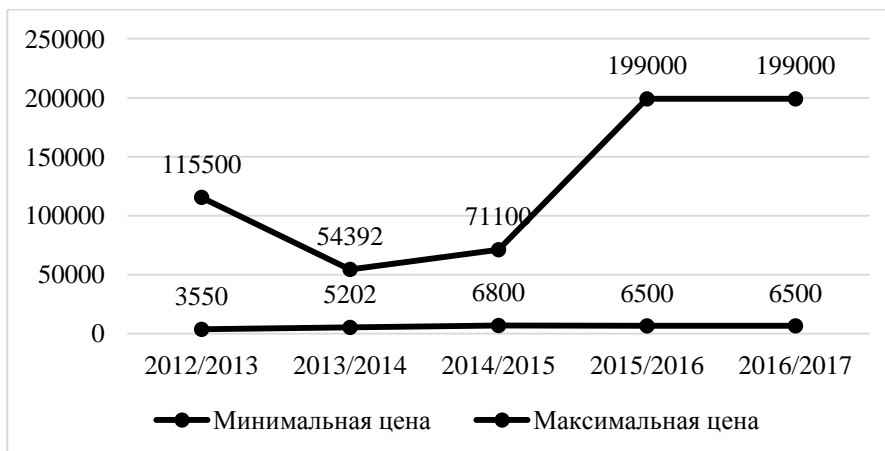


Рис. 3. Динамика цен на абонементы ФК «Спартак» (руб.) (Источник: <http://spartak.com>)

ФК «Амкар» не менял стоимость абонементов с 2012 года. Их цена варьируется от 1000 до 10000 рублей [4].

Таблица 1. Средняя заполняемость стадионов (Источник: <http://spb.sovsport.ru/gazeta/article-item/894604>)

Клуб	Средняя заполняемость стадиона, % (сезон 2015/2016)
Зенит	79,1%
Спартак	62,7%
Амкар	44,5%

Вывод: ценовую политику российских клубов сложно назвать адекватной реальности полупустых арен. Учитывая тот факт, что большая масса зрителей — студенты и школьники, логично ожидать специальных гибких программ по продажам билетов за счёт карт болельщиков с паспортными данными.

Такой выход мы можем наблюдать в системе европейского футбола.

Цены на билеты по секторам на европейском стадионе (на примере футбольного клуба Manchester United, так как среди европейских команд его матчи являются наиболее посещаемыми) [3].

Таблица 2. Цены на билеты клуба Manchester United по секторам (Источник: <https://www.premierleague.com>)

Разделение по секторам стадиона	Взросл	Более 65 лет/ 16-17	18-20
	ые, £	лет, £	лет, £
Sir Alex Ferguson Stand / South Upper Wings	53.00	23.00	40.50
Sir Alex Ferguson Stand Tier 1 / Upper Wings	50.00	23.00	38.25
Sir Alex Ferguson Stand Tier 2 Centre	47.00	23.00	36.00
Sir Alex Ferguson Stand Tier 2 Wings	45.00	23.00	34.50
Sir Alex Ferguson Stand Tier 1 / South Lower Wings	45.00	23.00	34.50

Sir Alex Ferguson Stand Tier 1 / South Lower Centre	47.00	23.00	36.00
North East Quadrants Tier 2	45.00	23.00	34.50
North West Quadrants Tier 2	45.00	23.00	34.50
North East Quadrants Tier 1	41.00	22.00	31.50
North West Quadrants Tier 1	41.00	22.00	31.50
East Stand Upper	40.00	21.50	30.75
Stretford End Upper	40.00	21.50	30.75
East Stand Tier 2	40.00	21.50	30.75
Stretford End Tier 2	40.00	21.50	30.75
Family Stand	38.00	20.50	29.25
Sir Alex Ferguson Stand Tier 3	37.00	20.00	28.50
East Stand Lower	31.00	17.00	24.00
Stretford End Lower	31.00	17.00	24.00

1. Реальные располагаемые доходы населения

Этот фактор является одним из показателей, характеризующих возможности людей тратить деньги, в том числе – на развлечения. В связи с политико-экономической ситуацией, возникшей в 2014 году и продолжающейся до сих пор, доходы населения сокращаются, что является отрицательным показателем не только для сферы футбола, но и в целом для экономики страны.

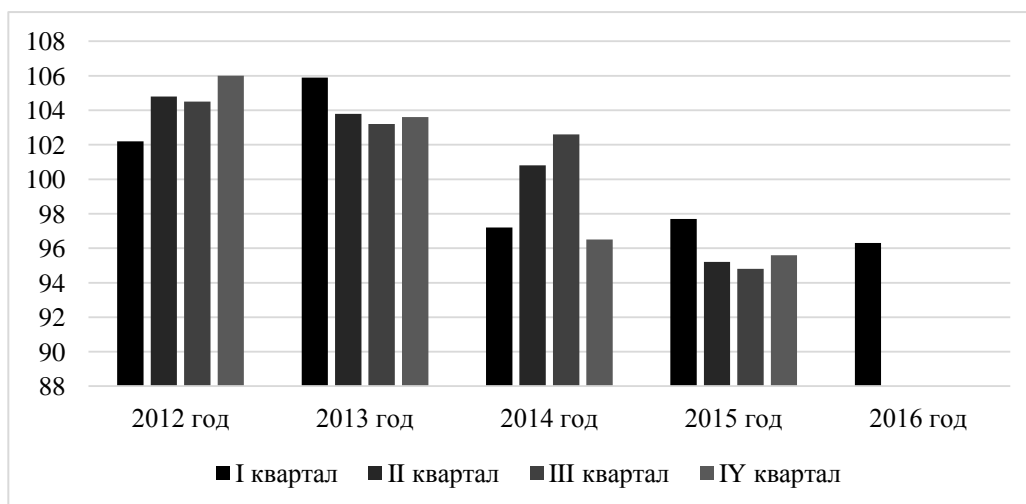


Рис. 4. Реальные располагаемые денежные доходы по Российской Федерации (в % к соответствующему периоду прошлого года) (Источник: gks.ru)

Исходя из убывающей динамики реальных располагаемых денежных доходов в целом по Российской Федерации, формируется вывод, что население страны в данной ситуации не ставит в приоритет просмотр футбольных матчей.

2. Качество инфраструктуры

Также необходимо отметить условия российского климата. Ежегодно первая половина сезона заканчивается в месяце ноябре-начале декабря, суровые климатические условия очень часто не позволяют игрокам стопроцентно проявить себя на поле. Более того, большинство городов России не обладают нужной инфраструктурой (например, закрытыми стадионами), поэтому проблема возникает не только с игрой, но и непосредственно с наблюдением за ней. Болельщики, выбирая между просмотром футбола дома по телевизору, в баре или на холодном стадионе, очень часто не ставят в приоритет последнее. По опыту просмотра футбольных матчей, в холодные месяцы посещаемость футбольных матчей снижается многократно, по сравнению с Европой, где климат более мягкий.

Возможные пути решения проблемы:

- Переход на систему «весна-осень», то есть футбольные матчи будут начинаться весной и заканчиваться осенью.

- Строительство новых крытых стадионов.

К 2018 году по России строятся многочисленные спортивные комплексы, такие как стадионы Крестовский, Самара Арена, происходят обновления спортивных баз, комплексов. Это все может послужить толчком повышения посещаемости, а также помощью привития любви к национальному футболу.

3. Культура российских болельщиков Культура болельщиков в Европе от российских существенно отличается. В России, на футбольных стадионах азарт доходит до степени атаки, как руками, так и словесно. Безусловно, присутствие детей при таких условиях недопустимо, несмотря на то, что фанаты хотят привить любовь к спорту, а в частности, к футболу своим сыновьям. Можно представить, сколько теряют футбольные клубы на недостатке в зрителях.

В европейской практике все совершенно по-другому. Болельщики, собравшись посмотреть игру на стадионах, сплачиваются, чувствуют дружбу между друг другом, болеют за свою команду. Во время игры царит общий дух жажды победы, хорошей игры. В такой атмосфере повышается и настроение, и усиливается любовь к этому виду спорта. При таком раскладе, при выборе места просмотра футбола телевизор дома и бар отпадают, ведь именно на стадионе можно прочувствовать весь вкус игры.

Заключение

Исходя из всех проанализированных факторов снижения посещаемости можно сделать выводы:

- Клубам необходимо определить допустимую цену на билеты для каждой категории мест и для каждой категории матчей. Таким образом, гибкое ценообразование билетных программ позволило быкратно увеличить посещаемость матчей.

- Снижение посещаемости, связанное с недостатком располагаемых денежных средств решается с повышением эффективности всей экономики в целом, либо проведением качественной рекламной кампании (особенно актуальным это будет в преддверии Чемпионата Мира по футболу в 2018 году)

- Более того, улучшение спортивной инфраструктуры является одним из наиболее эффективных решений проблемы.

- Учитывая суровые климатические условия, стоит составить график игр в более теплые месяцы.

- Что касается культуры болельщиков, каждый футбольный фанат должен понимать, что приходя на стадион, он становится частью этого матча, а значит – должен поддерживать свою команду.

Также, существует проблема ограниченности информации, касающейся посещаемости футбольных матчей. Для решения этого вопроса и улучшения анализа данных можно предложить введение системы турникетов. Закодированный штрих-код в билетах, при проходе зрителем на стадион, будет считываться, и информация отправляться в базы данных. Таким образом, можно будет избавиться от искусственного увеличения посещаемости. Более того, было бы эффективным, если бы вся информация обновлялась на сайте онлайн, чтобы каждый мог наблюдать посещаемость своей любимой команды, а также конкурентов.

Литература

1. “Sports.ru” – спортивный портал: [Электронный ресурс]. 1998-2016. Режим доступа: <https://www.sports.ru/tribuna/> (дата обращения: 05.12.2016).
2. Российская футбольная Премьер-Лига. Официальный сайт: [Электронный ресурс]. 2001-2016. Режим доступа: <http://rfpl.org/tournaments/championship/center> (дата обращения: 02.12.2016).
3. Евролига: [Электронный ресурс]. URL: <http://euroliga.spb.ru> (дата обращения: 27.11.2016).
4. «Амкар» - футбольный клуб: [Электронный ресурс]. 2001-2016. Режим доступа: <http://fc-amkar.org/> (дата обращения: 27.11.2016).
5. «Спартак» - футбольный клуб: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://spartak.com/> (дата обращения: 28.11.2016).
6. «Зенит» - футбольный клуб: [Электронный ресурс]. 1999-2016. Режим доступа: <http://fc-zenit.ru/> (дата обращения: 27.11.2016).
7. Григорий Ефимов. Тактический словарь. 12 главных терминов современного футбола / Спортивный еженедельник «Футбол», 2016. Режим доступа: <https://www.ftbl.ru/issues/takticheskiy-slovar-12-glavnykh-terminov-sovremennogo-futbola/> (дата обращения: 28.11.2016).
8. Котов Никита. Оценочная комиссия. Как обстоят дела с подготовкой стадионов к ЧМ-2018 / Спортивный еженедельник «Футбол», 2016. Режим доступа: <https://www.ftbl.ru/issues/otsenochnaya-komissiya-kak-obstoyat-dela-s-podgotovkoj-stadionov-k-chm-2018/> (дата обращения: 28.11.2016).
9. Иванов П. В., Солнцев И. В. Динамическое ценообразование билетных программ спортивного мероприятия: пример ЗАО «ФК Зенит» / Российский журнал менеджмента, 2014. Т. 12. № 4. С. 79-98. Режим доступа: http://www.rjm.ru/files/files3/v_2014_4/rmj_4_14_ivanov_solntsev.pdf/ (дата обращения: 28.11.2016).