

Трофимова А.Б.

Алтайский экономико-юридический институт.
Научный руководитель – М.Б. Зимин, ст. преп.

ПОИСК ИСТОЧНИКА ДОХОДА РОССИЙСКИХ ФУТБОЛЬНЫХ КЛУБОВ

В Европе футбол давно является бизнесом и приносит вполне ощутимый доход, большую долю которого составляют продажи телевизионных прав. Так, по информации Deloitte Football Money League данная статья составляет около 40 % в структуре доходов ТОП-клубов Западной Европы. У российских футбольных клубов продажи телевизионных прав составляют лишь 8 % от общих поступлений, что намного меньше, чем в развитых странах и даже в некоторых развивающихся. И это при том, что уровень российской Премьер-Лиги считается высоким, которая в рейтинге UEFA занимает седьмое место. Попробуем разобраться, в чем причины низких доходов отечественного футбола от телевидения и что нужно сделать, чтобы повысить доходы по этой статье. Низкие доходы от телетрансляций связаны с отсутствием четкой программы по реализации телевизионных прав у российских футбольных клубов. Такая программа должна была обязательно учитывать интересы болельщиков. Ведь размер телевизионных доходов футбольной лиги в любой стране главным образом зависит от двух факторов: первый - это уровень популярности национального чемпионата среди местного населения; второй - доступность телевизионных трансляций. А это либо национальное (федеральное) ТВ, либо простота, комфортность подключения и многообразие дифференцированных тарифных планов при платной системе просмотра. При этом в последние годы Российская Футбольная Премьер-Лига делала, все возможное, чтобы снизить интерес к национальному чемпионату. Так, с 2006 года российские футбольные клубы продают эксклюзивные права на показ чемпионата России по футболу компании «НТВ-Плюс» и снижают количество матчей на общедоступном телевидении. Компания «НТВ-Плюс» вполне успешный проект, но лишь в узком элитном сегменте. Однако в плане массовости она охватывает только семьсот тысяч абонентов. Следует также сказать, что с 2011 года российский чемпионат перестал показывать «Первый канал», поэтому по последним данным исследований аналитического агентства СК телетрансляции матчей Премьер - Лиги потеряли порядка 61 % аудитории, при этом на общедоступном телевидении показывают лишь один матч в прямом эфире. В результате всего этого популярность российского чемпионата в 2011 году снизилась до рекордного уровня. Следовательно, повысить доходы от телевидения в текущей ситуации Российской Футбольной Премьер - Лиги будет сложно и нужны изменения в этом вопросе. После изучения европейского опыта предлагаются следующие пути по продвижению телевизионных прав клубов Российской Футбольной Премьер-Лиги:

1) создать специализированный телеканал «РФПЛ», основной задачей которого является исключительно производство контента - трансляции и видеообзоры игр, интервью и прочие профильные материалы;

2) сформировать отдельную структуру, которая занималась бы разработкой и реализацией схем доставки телевизионного сигнала до потребителей и условий его подключения. При обязательном сотрудничестве с кабельным и прочим ТВ операторами и Интернет- провайдерами;

3) организовать PR, маркетинговое и креативное агентства, которые бы обеспечили продвижение (повышение популярности) РФПЛ и разработку привлекательных спонсорских и рекламных пакетов и иных проектов, приносящих доходы лиге. Не исключено сотрудничество на контрактной основе с действующими специализированными агентами;

4) необходимо бороться с плохим PR. То есть бороться с договорными матчами, с нечестным судейством, с неадекватным поведением фанатов и так далее. Очевидно, что пока все эти недостатки существуют, они будут отталкивать российского болельщика;

5) Российская Футбольная Премьер-Лига, когда заканчивается контракт с «НТВ-Плюс», могла бы на 3 года пустить трансляции чемпионата России по футболу в тестовом режиме или за символическую стоимость, но обязательно с преобладающим представительством на общедоступном ТВ. А в сезоне 2015-2016 можно было бы начать спланированный переход к платным трансляциям.

Таким образом, после проведенного исследования выяснилось, что основной причиной низкой стоимости телевизионных прав российского чемпионата является поспешный переход российских клубов на платный канал. В результате чего популярность нашего чемпионата снизилась. Мы считаем, что в России не занижены доходы клубов от ТВ, а заниженный, относительно потенциала, уровень популярности самого чемпионата. А для того, чтобы этот потенциал реализовать нужно, строить долгосрочную программу по реализации телевизионных прав с ориентацией на болельщиков, а не выторговывать деньги у телекомпаний, которые в финансовой схеме являются лишь посредниками.