



ПРОФЕСІОНАЛЬНА  
ФУТБОЛЬНА  
ЛІГА

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ  
2016-2020



Наша гра проста і доступна, але в той самий час серйозна і перспективна. Футбол – невід’ємна частина нашого життя, і він повинен розвиватися згідно з сучасними тенденціями, які забезпечать йому процвітання і підтвердять звання спорту № 1.

Професіональна футбольна ліга має достатній досвід, однак ми – молодий колектив, пов’язаний спільними цілями, ідеями і прагненням до найвищого результату. Футбол – наше життя, найбільша пристрасть і задоволення. Ми хочемо об’єднати усіх зацікавлених в його розвитку, тому ПФЛ прагне розробляти програми та проекти, доступні кожному, хто любить футбол.

У всьому світі у спортивних клубів і бізнесу існують загальні принципи. Ми віримо, що створення і функціонування самодостатніх футбольних клубів можливе і в Україні. Для цього необхідно впровадити у футбол сучасні методики, що їх давно використовують наші іноземні колеги.

Я представляю цю стратегію як результат командної роботи. Вона створена як програма і дорожня карта на найближчі роки. Ми пройдемо цей шлях разом, виконуючи свій обов’язок по подальшому розвитку Гри.

**Сергій Макаров,**

**Президент Професіональної футбольної ліги**

Мета цієї стратегії - визначити основні пріоритети розвитку Професіональної футбольної ліги на найближчі роки, виробити чіткий і систематизований шлях виходу з кризової ситуації у сфері професійного футболу.

У процесі розробки стратегії була дана оцінка поточному положенню ПФЛ, визначені пріоритети діяльності Ліги і способи їх досягнення.



Починаючи з сезону 2008/09, коли чемпіонат серед команд клубів топ-дивізіону почала проводити Прем'єр-Ліга, клуби першої-другої ліг залишилися наодинці зі своїми проблемами. Становище погіршила економічна криза, а в останні роки – анексія Криму та трагічні події на Сході України.

У цій ситуації ярко проявився основний недолік клубів і ПФЛ в цілому - залежність від фінансового стану власників, відсутність самостійних комерційних стратегій розвитку.

Об'єднання футбольних клубів «Професіональна футбольна ліга України» на даний момент майже на 100% фінансується за рахунок заявкових внесків. Змагання серед команд клубів ПФЛ не можуть називатися привабливим комерційним продуктом: матчі чемпіонатів України серед команд першої-другої ліг не транслюються на загальнонаціональному телебаченні і не викликають системного інтересу з боку спонсорів. В сезоні 2014/15 зафіксовано своєрідний антирекорд в розвитку ПФЛ: кількість учасників знизилася до 26 команд (16 – в першій лізі, 10 – в другій), загальна відвідуваність матчів опустилася нижче позначки в 400 тисяч глядачів.

Таким чином, зміни в менеджменті ПФЛ припали на найскладніший період в житті українського футболу. Проте наш улюблений вид спорту зберігає свою привабливість, унікальну здатність об'єднувати людей і залишається спортом №1 в Україні. Футбольні матчі – найбільш відвідувані заходи в країні, футбольні зірки – одні з найбільш упізнаваних людей, футбольні майданчики практично завжди зайняті дітьми або їхніми батьками.

ПФЛ відчуває підтримку з боку Федерації футболу України, має на чолі молоду амбітну команду, складену з людей, які вірять в світле майбутнє українського футболу і знають основні рецепти досягнення успіху. Сприяючись на підтримку клубів, озброївшись сучасним досвідом, за допомогою маркетингових, інформаційних, медійних технологій вони здатні вивести Лігу на новий рівень.

## Сильні сторони

## Слабкі сторони

Внутрішнє середовище

## STRENGTHS

## WEAKNESSES

- Статус всеукраїнських змагань.
- Велика армія вболівальників.
- Багата двадцятирічна історія Ліги.
- Наявність представників в органах управління ФФУ, співпраця, розуміння і підтримка з боку Федерації.
- Наявність молодих, перспективних футболістів - майбутніх зірок.
- Мала кількість легионерів.
- Якісні фахівці, сильний колектив, відлагоджений робочий процес.
- Наявність волі і бажання змінити ситуацію.
- Вільна ринкова ниша – великі маркетингові можливості й відсутність реальної конкуренції

- Слабка економічна стійкість клубів.
- Недостатня взаємодія клубів з Лігою, низький рівень централізації та координації дій.
- Падіння відвідуваності ігор.
- Інформаційний і репутаційний вакуум.
- Слабка конкурентоспроможність на ринку.
- Відсутність брендингу Ліги і клубів.
- Відсутність стабільних джерел доходів, окрім засобів власників.
- Відсутність маркетингової стратегії управління Лігою, слабкий рівень комерціалізації змагань.
- Недостатній рівень деталізації регламентних документів

Зовнішнє середовище

## OPPORTUNITIES

## THREATS

- Футбол - спорт № 1 в Україні.
- Адміністративний ресурс, наявність впливових представників влади, бізнесу, небайдужих до футболу.
- Децентралізація бюджету, підвищення можливостей регіонів.
- Глобалізація, наявність в Україні транснаціональних корпорацій, що мають досвід міжнародного спонсорства.
- Високий рівень розвитку медіа простору.

- Військові дії і загроза територіальній цілісності країни.
- Економічна криза.
- Відсутність в масовій культурі захоплення спортивними шоу.
- Неготовність глядачів регулярно витратити значні кошти на оплату квитків, телетрансляцій.
- Випадки порушення громадського порядку на стадіонах.
- Корупція, договірні матчі, матчі з фіксованими результатами.
- Закритість, "кастовість" футболу, обмежений приплив фахівців зі сторони.

Як свідчать результати аналізу, незважаючи на ряд зовнішніх загроз і внутрішніх слабких місць, ПФЛ має досить сильних сторін і, як і увесь футбол в цілому, зберігає привабливість і потенціал зростання.

Ми віримо в те, що футбол має унікальну здатність об'єднувати людей і є джерелом формування гордості і національної самосвідомості. Проте наша Гра буде успішною лише тоді, коли до соціальної функції і спортивної сторони додасться тверда комерційна основа.

### МЕТА

Свою **головну мету** Професіональна футбольна ліга бачить у розвитку національного футболу через розвиток своїх клубів. Досягти успіху, створити якісний, привабливий продукт "Чемпіонат України по футболу серед команд клубів першої-другої ліг" можливо тільки об'єднавши зусилля держави, бізнес-співтовариства, ЗМІ, любителів футболу і самих клубів.

### ЦІННОСТІ

**ІННОВАЦІЇ** як джерело прогресу і якісних досягнень

Сильна і цілеспрямована **КОМАНДА**, сім`я клубів

**РОЗВИТОК** через освіту і використання нових технологій

**ЧЕСНІСТЬ** на футбольному полі і за його межами

**ВІДДАНІСТЬ** грі – вірність нашим традиціям і історії

## МІСІЯ

ЗАБЕЗПЕЧИТИ КОЖНОМУ КЛУБУ РІВНІ УМОВИ, А КОЖНОМУ ГЛЯДАЧЕВІ – КОМФОРТНУ  
МОЖЛИВІСТЬ РАДІТИ УСПІХАМ РІДНОЇ КОМАНДИ



## ПРІОРИТЕТИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ

Впровадження комерційно успішних методик управління клубами

Активізація роботи з глядачами

Недопущення проведення договірних матчів та матчів з фіксованими результатами

Сприяння в просуванні і розвитку масового футболу як основи усієї футбольної піраміди

Освітній менеджмент: підготовка футбольних фахівців

Для кожного з пріоритетів розвитку розроблені конкретні напрями діяльності. Щоденна робота з реалізації цих напрямів дозволить ПФЛ досягти поставлених стратегічних цілей.

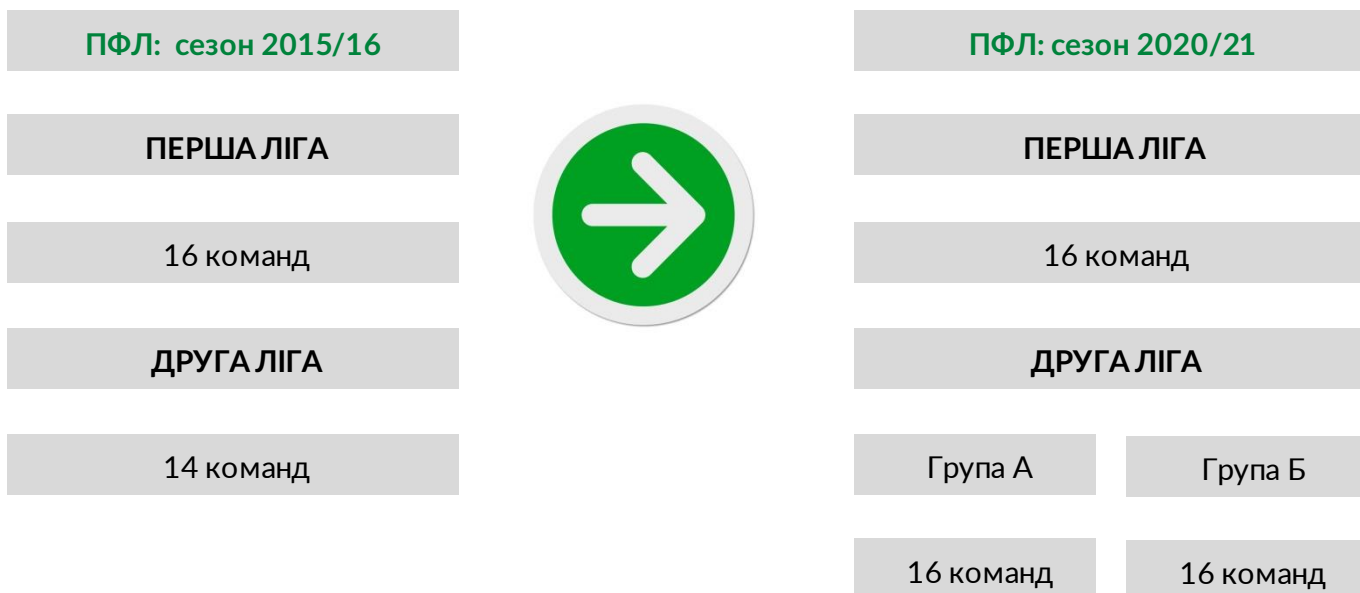
## 1. Впровадження комерційно успішних методик управління клубами.

Кінцева мета:

забезпечення стабільних клубних доходів; мінімізація залежності від інвестора, вихід клубів і Ліги в цілому на самооплатність.

Щорічне збільшення кількості клубів другої ліги на 20% і вихід на формат 16 команд в першій лізі, 32 команди в другій лізі (з розділенням на 2 групи по 16 команд за територіальним принципом).

Схема 1. Стратегічні зміни в структурі Професіональної футбольної ліги





## Напрями діяльності:

- 1.1 Введення принципів маркетингу і комерції в систему менеджменту Ліги і клубів-учасників.
- 1.2 Трансформація клубів (і Ліги в цілому) в повноцінні бренди, що побудовані на цінностях, пов'язаних з історією, традиціями, видатними гравцями і досягненнями команд.
- 1.3 Співробітництво та взаємодія з органами державної влади на всіх рівнях.
- 1.4 Участь у розробленні та просуванні законопроектів, спрямованих на створення сприятливих умов для спонсорства та меценатства у спорті.
- 1.5 Вдосконалення (спільно з профільними підрозділами ФФУ) відповідних статутних і регламентних документів ФФУ, ПФЛ.
- 1.6 Створення умов і атмосфери, сприятливих для залучення інвестиційних партнерів.
- 1.7 Використання телевізійних та інтернет-трансляцій, а також перспективних технологічних платформ в якості засобу зростання інтересу до Гри і нових джерел доходів.
- 1.8 Контроль витрат клубів, забезпечення принципу безбитковості.
- 1.9 Розроблення і реалізація програм підвищення прозорості діяльності клубів, розкриття клубних бюджетів.

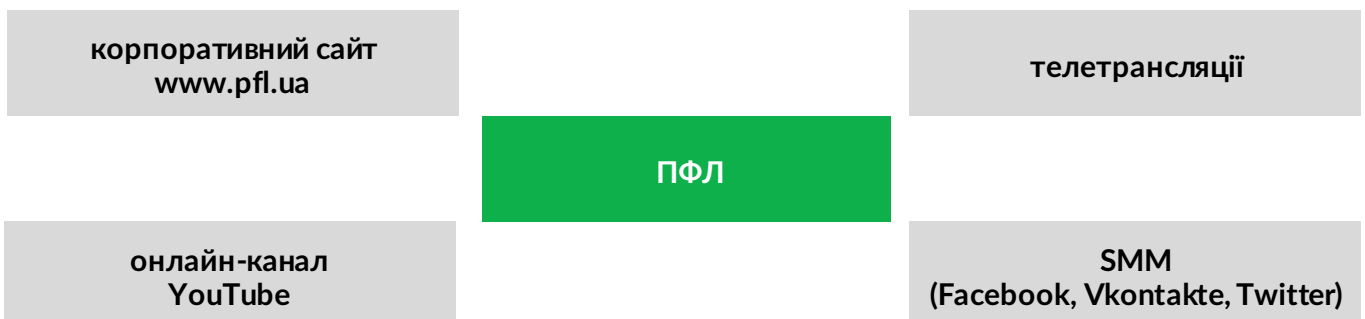
Кінцева мета:

підвищення основного показника популярності продукту – відвідуваності змагань – в середньому на 20% щорічно. Доведення загальної відвідуваності до 1 млн. глядачів за сезон і кількості переглядів трансляцій матчів до 2 млн. за сезон.

Діаграма 1. Динаміка реальної та планової загальної відвідуваності матчів змагань ПФЛ, осіб.

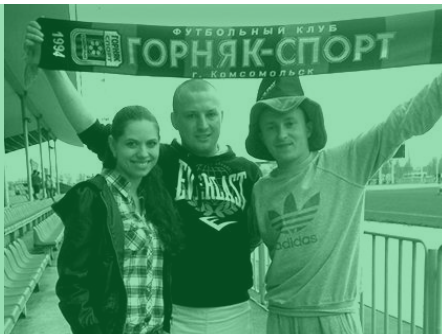


Схема 2. Канали активізації інформаційної діяльності Професіональної футбольної ліги



## Напрями діяльності:

- 2.1 Сприяння розвитку футбольної інфраструктури та безпеки проведення змагань.
- 2.2 Впровадження і використання ефективних FRM-систем («Fan Relationship Management»- систем, або Систем управління стосунками з уболівальниками).
- 2.3 Співпраця зі ЗМІ, залучення з їх допомогою у футбольний простір «нових» глядачів.
- 2.4 Реалізація (спільно з місцевою владою і ФФУ) фан-проектів за прикладом Німеччини в містах, де базуються клуби ПФЛ.
- 2.5 Застосування сучасних методик при організації стадіонного простору.
- 2.6 Робота з ультрас, попередження випадків порушення громадського порядку та громадської безпеки на стадіонах.
- 2.7 Активізація інформаційної SMM-діяльності (маркетинг в соціальних мережах).
- 2.8 Використання можливостей мережі Інтернет для поширення квитків і абонементів (е-квитки, ID-картки глядачів).



Кінцева мета:

підвищення ефективності боротьби з договірними матчами і матчами з фіксованими результатами, підвищення привабливості змагань, довіри до турніру.

Напрями діяльності:

- 3.1 Розробка і впровадження (спільно з ФФУ, ЗМІ, букмекерами) системи моніторингу матчів змагань ПФЛ.
- 3.2 Вдосконалення (спільно з ФФУ) регламентних документів (Дисциплінарні правила ФФУ, Кодекс етики і чесної гри «Чесна гра – дисципліна і повага»).
- 3.3 Контроль за реалізацією положень Закону України «Про запобігання впливу на результати офіційних спортивних змагань корупційних правопорушень».
- 3.4 Сприяння в розробці і застосуванні системи ефективних санкцій за порушення (злочини).
- 3.5 Проведення (спільно з ФФУ, АФПУ) профілактичної роботи серед футболістів, тренерів, функціонерів.



## Кінцева мета:

пошук і виховання талановитих молодих футболістів, підвищення лояльності дітей та молоді до змагань ПФЛ, підвищення відвідуваності змагань

## Напрями діяльності:

4.1 Розвиток власних клубних дитячо-юнацьких шкіл; доведення їх до рівня академій.

4.2 Сприяння збільшенню кількості людей, що займаються усіма різновидами футболу.

4.3 Популяризація клубів через загальноосвітні школи (майстер-класи, зустрічі з школярами, шкільні сектори на стадіонах).

4.4 Сприяння проведенню уроків футболу в школах.

4.6 Участь в популяризації фізкультури і здорового способу життя.

4.5 Допомога в підготовці фахівців для роботи в масовому футболі.



Кінцева мета:

заповнення дефіциту кадрів, укомплектування клубів підготовленими профільними фахівцями, в першу чергу з області комерції і маркетингу

Напрями діяльності:

- 5.1 Співпраця з профільними ввз країни, спільні програми з підготовки фахівців для клубів.
- 5.2 Співпраця з ФІФА, УЄФА, ФФУ в проведенні курсів спортивного менеджменту.
- 5.3 Створення єдиного освітнього простору ПФЛ: проведення консультацій, семінарів, футбольних лабораторій серед представників клубів.
- 5.4 Надання клубам та їхнім представникам науково-методчної, інформаційно-аналітичної допомоги у рамках їхньої діяльності.
- 5.5 Популяризація футболу, клубів, Ліги серед студентів, у тому числі, непрофільних спеціальностей.



Ця стратегія визначає довгострокові якісні напрями розвитку Професіональної футбольної ліги. Всі успішні приклади застосування положень цього документу на практиці будуть пропонуватися для поширення серед клубів першої-другої ліг. Адміністрація ПФЛ звітуватиме перед своїми клубами та громадськістю про реалізацію намічених планів кожні півроку. Після підведення підсумків та з урахуванням ситуації в країні деякі положення стратегії можуть коригуватися.

Ми закликаємо усі клуби об'єднатись навколо спільної мети, адже досягти реальних результатів можна тільки завдяки злагодженій системній роботі. Саме таке об'єднання зусиль і ресурсів зацікавлених сторін дозволить забезпечити прогрес усіх видів футболу і підтвердити його високий статус спорту №1.





Президент:

Спортивний директор:

Начальник відділу змагань:

Начальник відділу маркетингу і комунікацій:

Сергій Макаров

Віталій Голубєв

Євгеній Мороз

Світлана Рибаківа

Будинок футболу, 341,  
пров. Лабораторний, 7-А,  
Київ, Україна, 01133  
+38 (044) 529 9494,  
pfl.ua  
info@pfl.ua