

УТВЕРЖДЕНА

решением внеочередного Общего собрания
Ассоциации «Профессиональная футбольная Лига»
от «03» декабря 2019 г.

Президент ПФЛ
А.И. Соколов

ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ
АССОЦИАЦИИ
«ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ФУТБОЛЬНАЯ ЛИГА»
НА ПЕРИОД ДО 2024 ГОДА

г. Москва
2019 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Раздел 1. Второй дивизион. Текущая ситуация. Достижения. Проблемы. Задачи.	5
Раздел 2. ПФЛ-2024. Образ будущего. Цели развития Лиги.	24
Раздел 3. Основные направления развития Лиги.	27
Направление I. Соревнования во Втором дивизионе.	27
Направление II. Развитие игроков (миссия Лиги).	29
Направление III. Развитие клубов (миссия Лиги).	32
Направление IV. Маркетинговый продукт и работа с болельщиками.	35
Направление V. Коммерческая деятельность Лиги и клубов (партнеры и спонсоры)	38
Раздел 4. План основных мероприятий по развитию Лиги.	40

ВВЕДЕНИЕ

Программа развития Ассоциации «Профессиональная футбольная Лига» (далее – Программа развития ПФЛ) разработана администрацией Ассоциации «Профессиональная футбольная Лига» (далее – Ассоциации «ПФЛ», ПФЛ или Лиги), Советом Лиги при участии постоянных профильных комитетов ПФЛ (комитета по проведению соревнований, комитета по развитию, комитета по маркетингу и коммуникациям и комитета по подготовке спортивного резерва команд ПФЛ) в соответствии с основными положениями Общенациональной стратегии развития футбола в Российской Федерации на период до 2030 года, утвержденной Конференцией РФС (далее - Стратегия).

Стратегия определяет миссию ПФЛ в общей системе футбольных лиг - Лига развития, мост между молодежным и профессиональным футболом.

Роль ПФЛ в общей системе российского футбола определяется Стратегией как опорная сеть профессионального футбола, вокруг которой развивается футбол в регионах.



Основные цели деятельности ПФЛ в рамках главных направлений развития российского футбола, согласно Стратегии, следующие (не ограничиваясь нижеперечисленным):

- создание доступного качественного адаптированного под российские условия футбольного продукта в максимальном количестве субъектов Российской Федерации;

- подготовка достаточного количества российских игроков для создания высокой конкурентной среды в профессиональном футболе;
- реализация проектов собственных академий и обеспечение тесного взаимодействия с региональными футбольными школами;
- высокая доля в командах ПФЛ молодых игроков – собственных воспитанников.

Стратегия выделяет одну из проблем, стоящих в настоящее время перед профессиональным футболом - отсутствие ясно оформленных целей существования профессионального футбола, встроенных в общее целеполагание футбольной системы и комплементарных ей, и требует определения и закрепления целей, а также организации деятельности профессиональных лиг, ориентированных, среди прочего, на достижение целей, закрепленных в Стратегии, а именно:

- создание высококачественного внутреннего продукта профессионального футбола и обеспечение роста зрительского интереса;
- совершенствование системы подготовки спортивного резерва и обеспечение широкого выбора конкурентоспособных квалифицированных игроков для всех возрастных категорий сборных команд РФ и профессиональных клубов.

Целью разработки и последующей реализации Программы развития ПФЛ является определение направлений работы Ассоциации «Профессиональная футбольная Лига» в среднесрочной перспективе в контексте общего целеполагания футбольной системы, предусмотренного Стратегией, а также их достижение в рамках конкретных шагов в предусмотренных настоящей Программой развития ПФЛ временных пределах.

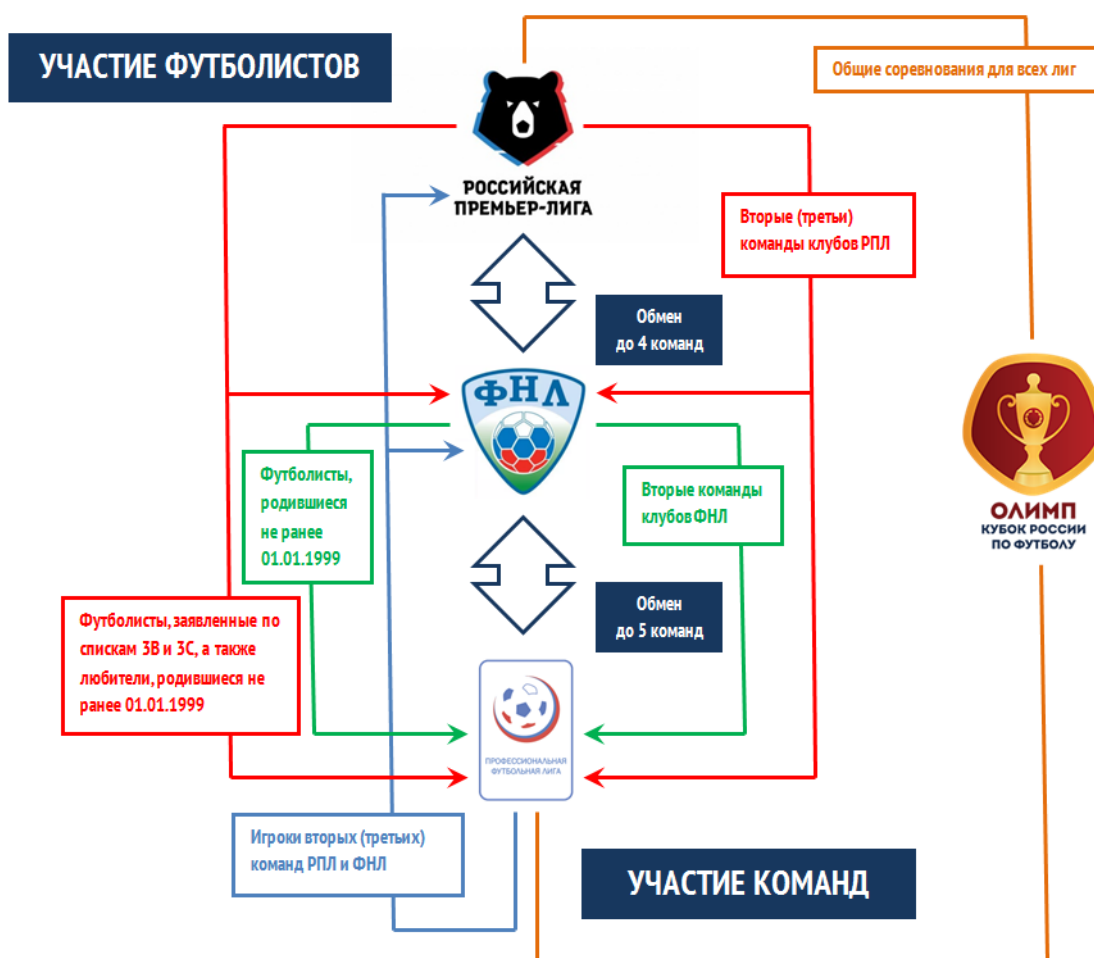
Подготовка проекта Программы развития ПФЛ осуществлялась администрацией Лиги во взаимодействии с представителями футбольных клубов, в том числе на заседаниях постоянных комитетов ПФЛ – комитета по проведению соревнований, комитета по развитию, комитета по маркетингу и коммуникациям, комитета по подготовке спортивного резерва команд. Проект Программы развития ПФЛ вынесен на обсуждение клубов и утвержден на Общем собрании членов ПФЛ «03» декабря 2019 года.

РАЗДЕЛ 1. ВТОРОЙ ДИВИЗИОН. ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ. ДОСТИЖЕНИЯ. ПРОБЛЕМЫ. ЗАДАЧИ.

МЕСТО ПФЛ В СИСТЕМЕ РОССИЙСКОГО ФУТБОЛА

Ассоциация «ПФЛ» с 2013 года проводит Первенство России по футболу среди команд клубов ПФЛ (Второй дивизион).

ПФЛ интегрирована в общую систему российского футбола. Ассоциация «Профессиональная футбольная Лига» и ряд футбольных клубов Второго дивизиона являются членами Российского футбольного союза. Президент ПФЛ представляет Лигу в Исполкоме РФС. Представители ПФЛ входят в состав различных комитетов и комиссий РФС. ПФЛ осуществляет тесное взаимодействие с другими профессиональными лигами, проводящими соревнования вышестоящего уровня:



В соответствие с уставом организации ПФЛ представляет общие интересы клубов – членов Лиги, осуществляет свою деятельность на демократических принципах. Высшим органом управления является Общее собрание членов Ассоциации «Профессиональная футбольная Лига», постоянно действующим коллегиальным органом управления - Совет Лиги. Руководство ПФЛ избирается для координации деятельности Лиги.

Организацией и проведением соревнований во Втором дивизионе занимается компактная структура администрации Лиги. Представители клубов участвуют в обсуждении ключевых вопросов и подготовке решений, принимая участие в Общих собраниях членов Ассоциации «ПФЛ», в работе избираемого Совета Лиги, а также постоянно действующих комитетов ПФЛ.

СТРУКТУРА И ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ СОРЕВНОВАНИЙ ВО ВТОРОМ ДИВИЗИОНЕ

Структура соревнований профессионального уровня, предусматривающая проведение соревнований во Втором дивизионе в формате пяти групп, утверждена Исполкомом РФС 25 декабря 2001 года. Проведение первенства России по футболу во Втором дивизионе в пяти группах осуществляется с сезона 2003 года.

С 1999 года по 2002 год действовала иная структура соревнований профессионального уровня, а именно: Высший дивизион - 16 команд, Первый дивизион: 1999 год - 22 команды, 2000 год – 20 команд, 2001-2002 годы – 18 команд, Второй дивизион состоял из 6 зон (групп): «Запад», «Центр», «Юг», «Поволжье», «Урал», «Восток». Численный состав Второго дивизиона в шести зонах (группах) превышал 100 команд.

Основными причинами для трансформации Второго дивизиона из 6 групп в 5 групп в тот период считались: необходимость увеличить количество команд в Первом дивизионе с 18 (сезоны 2001 и 2002 годов) до большего значения (решением Исполкома РФС было установлено 22 команды); необходимость устранения стыковых матчей между победителями первенства в группах Второго дивизиона за право перехода в Первый дивизион (по итогам сезонов 1999, 2000, 2001 годов в Первый дивизион выходило 3 команды из 6 победителей групповых турниров Второго дивизиона).

При утверждении Исполкомом РФС в 2001 году структуры соревнований на профессиональном уровне футбола предполагалось, что количество команд во Втором дивизионе будет достигать 100 (в том числе отражено документально). При переходе от 6

групп Второго дивизиона к 5 группам формирование таких групп осуществляется в следующем порядке: первая группа формируется в основном из команд зоны «Запад» и «Центр», вторая группа формируется из команд зоны «Центр» и зоны «Поволжье», третья группа формируется из команд зоны «Юг», а также зон «Поволжье» и «Центр», четвертая группа формируется из команд зон «Поволжье» и «Урал», пятая группа – команды зоны «Восток» (границы остались прежними). При реализации общее количество участников во Втором дивизионе уменьшилось, а группа «Юг» формировалась исключительно из команд, находящихся в Южном и Северо-Кавказском федеральных округах России.

Утвержденной структурой соревнований на профессиональном уровне был предусмотрен спортивный обмен по итогам сезонов между командами Второго дивизиона и командами межрегиональных объединений федераций футбола (МРО). Предполагалось, что из каждой группы Второго дивизиона будут выбывать по спортивным показателям две команды, соответственно, из 8 МРО и региональных федераций футбола Москвы и Московской области во Второй дивизион будут выходить 10 команд победителей. В группу «Восток» Второго дивизиона должны были входить команды из МРО «Сибирь» и «Дальний Восток», в группу «Урал-Приволжье» должны были входить команды из МРО «Урал - Западная Сибирь» и «Приволжье», в группу «Юг» из МРО «ЮФО и СКФО», в группы «Запад» и «Центр» Второго дивизиона должны были входить команды из МРО «Северо-Запад», «Черноземье», «Золотое кольцо», региональных федераций футбола Москвы и Московской области.

Соревнования во Втором дивизионе проводятся в соответствии с утвержденной структурой соревнований на профессиональном уровне в пяти группах.

Состав групп Второго дивизиона формируется, в основном, по территориальному принципу. Выделяются две географически обособленные группы: «Юг» и «Восток».

Расстояния между крайними городами, входящими в состав групп:

«Запад»	«Центр»	«Юг»	«Урал-Приволжье»	«Восток»
~ 1000 км (Псков – Муром)	~ 980 км. (Москва – Волгоград)	~ 980 км. (Астрахань - Новороссийск) ~ 930 км. (Ростов-на-Дону – Махачкала)	~ 1400 км. (Ульяновск – Тюмень); ~ 1000 км. (Перь – Новотроицк)	Более 6 000 км. (Омск – Южно-Сахалинск)

Вид транспорта, который в основном используется командами при выездных матчах:

«Запад»	«Центр»	«Юг»	«Урал-Приволжье»	«Восток»
Автомобильный транспорт (Автобус)	Автомобильный транспорт (Автобус)	Автомобильный транспорт (Автобус)	Автомобильный транспорт (Автобус)	Авиационный транспорт и железнодорожный транспорт
Примечание: Некоторые клубы иногда используют железнодорожный транспорт	Примечание: Некоторые клубы иногда используют железнодорожный транспорт		Примечание: Некоторые клубы иногда используют железнодорожный транспорт и авиационный транспорт	

Затраты клубов на выездные матчи в спортивном сезоне 2018-2019 в среднем составляли:

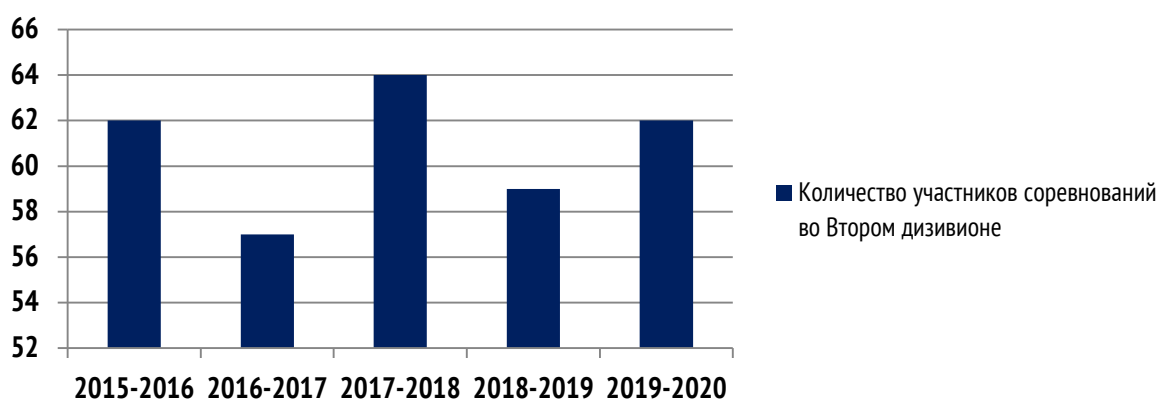
«Запад»	«Центр»	«Юг»	«Урал-Приволжье»	«Восток»
< 2 000 000 рублей	< 2 000 000 рублей	~ 1 500 000 рублей	~ 2 000 000 - 2 500 000 руб.	~ 5 500 000 рублей
Количество выездных матчей 13-14	Количество выездных матчей 13-14	Количество выездных матчей 15-16	Количество выездных матчей 15	Количество выездных матчей 10-11

Территориальный принцип формирования групп имеет свои преимущества (в частности, минимизацию транспортных издержек) и недостатки (сложную структуру соревнований, отсутствие стабильности состава участников в группах, неравномерность распределения команд по группам, использование разных систем розыгрыша в групповых турнирах, неясность до последнего момента количественного состава участников в группах, как следствие – определенные сложности при формировании бюджетов клубов на спортивный сезон, смещение сроков составления календаря первенства и дат начала соревнований и др.).

Предположения, что количество команд во Втором дивизионе будет достигать 100, на которых основывалось утверждение действующей структуры соревнований, не оправдались. За весь период действия существующей структуры соревнований профессионального уровня максимальный состав участников первенства России по футболу во Втором дивизионе приходится на сезон 2003 года – 93 команды, при этом предельная численность команд (20) в группах отмечена лишь в этом сезоне, а именно: группа «Запад» - 20 команд, группа «Центр» - 20 команд, группа «Юг» - 20 команд, группа «Урал-Приволжье» - 20 команд, группа «Восток» - 13 команд. В последующие сезоны численный состав участников

первенства России по футболу в каждой из пяти групп Второго дивизиона никогда не достигал 20 команд. С сезона 2004 года по сезон 2007 года имела место тенденция сокращения общего числа команд во Втором дивизионе с 80 до 72. В 2008 и 2009 годы произошло увеличение общего числа команд во втором дивизионе, 2008 год – 83 команды, 2009 год - 80 команд.

В течение последних пяти спортивных сезонов количество участников соревнований во Втором дивизионе стабилизировалось, изменяется незначительно и составляет порядка 60 команд.



Имеет место тенденция сокращения представительства во Втором дивизионе команд из различных субъектов Российской Федерации, особенно из регионов Сибири и Дальнего Востока. Связано это с рядом факторов, в частности, со сложной логистикой в этой части страны, постоянным ростом транспортных расходов клубов, а также недостаточным финансированием (или отказом в финансировании) клубов со стороны региональных и местных органов власти и управления. Нередко клубы сталкиваются с отказом в финансировании или софинансировании их деятельности со стороны местных крупных предприятий, мотивирующих свой отказ сложившейся структурой владения и управления предприятием, выходящей за пределы региона.

Данная проблема требует применения комплексного подхода для ее решения и совместной работы различных субъектов российского футбола.

В течение нескольких лет имеют место отклонения от регламентированных условий спортивного обмена командами с вышестоящим (ФНЛ) и нижестоящим (МРО) дивизионами по итогам сезонов.

В Первый дивизион (далее – ФНЛ) переходят команды, как правило, из столиц субъектов Российской Федерации, которые имеют поддержку региональных органов власти. С сезона 2013-2014 годов таких команд 13. В ФНЛ также переходили клубы с внебюджетными источниками финансирования, а именно: «Тосно», «Армавир», «Динамо-Санкт-Петербург», «Торпедо Москва», «Чайка». Из муниципальных образований в ФНЛ переходили следующие клубы: «Химки» (город Химки, Московская область), «КАМАЗ» город Набережные Челны и «Нефтехимик» город Нижнекамск (Республика Татарстан). С сезона 2015-2016 годов в ФНЛ не переходили получившие это право по итогам сезона по спортивному принципу клубы группы «Восток» из городов: Комсомольск-на-Амуре, Чита, Южно-Сахалинск (дважды).

Обмен клубами с соревнованиями МРО, также предусмотренный утвержденной структурой соревнований, практически отсутствует. Выбывающие из ПФЛ клубы, как правило, прекращают свое существование или участвуют в региональных (краевых, городских) соревнованиях. Пополнение новыми клубами, победителями и участниками соревнований МРО, недостаточно (10 клубов за последние пять лет, 0 в сезоне 2018-2019).

ПФЛ в последний период пополняют преимущественно вновь создаваемые клубы, отвечающие соответствующим требованиям, но не по спортивному принципу. На определенном этапе увеличение количества участников соревнований удалось достичь за счет созданных вторых команд клубов РПЛ и ФНЛ. Имела место практика допуска к соревнованиям команд Региональных центров подготовки футболистов (далее – РЦПФ) без создания отдельного юридического лица (футбольного клуба). Применение такого подхода при формировании состава участников соревнований обусловлено миссией ПФЛ, когда должны предоставляться возможности для развития молодых футболистов, а в целом решаться задача совершенствования системы подготовки спортивного резерва.

СОСТАВ И СТАТУС УЧАСТНИКОВ СОРЕВНОВАНИЙ ВО ВТОРОМ ДИВИЗИОНЕ

62 клуба из 39 субъектов Российской Федерации входят в состав Ассоциации «ПФЛ» в спортивном сезоне 2019-2020. В Лиге представлены 8 республик, 5 краев, 24 области, два города федерального значения.

8 из 62 команд-участниц являются вторыми командами клубов РПЛ и ФНЛ.

	«Запад» 14 команд	«Центр» 14 команд	«Юг» 16 команд	«Урал-Приволжье» 12 команд	«Восток» 6 команд
1. Города федерального значения	Санкт-Петербург – 1 команда; Москва - 2 команды	Москва - 2 команды	-	-	-
2. Региональные столицы субъектов России	3 субъекта и 3 команды (Псков, Ленинградская область, Владимир)	6 субъектов и 6 команд (Брянск, Рязань, Калуга, Липецк, Белгород, Саратов)	9 субъектов и 12 команд (Краснодар, Ростов-на-Дону; Нальчик; Ставрополь, Черкесск, Астрахань, Майкоп, Махачкала-3 команды, Владикавказ – 2 команды)	5 субъектов и 5 команд (Ульяновск, Ижевск, Пермь, Тюмень, Челябинск)	6 субъектов и 6 команд (Омск, Чита, Новосибирск, Иркутск, Барнаул, Южно-Сахалинск)
3. Муниципальные города	4 команды из городов Московской области; 2 команды из городов иных регионов (Псковская и Владимирская области)	2 команды из городов Московской области; 1 команда из города Калужской области	3 команды (Краснодарский край 2 команды и Ставропольский край 1 команда)	5 команд (Самарская область, Тольятти - 2 команды, Ульяновская область – 1 команда, Оренбургская область – 1 команда, Республика Татарстан -1 команда)	-
4. Вторые (третьи) команды РПЛ и/или ФНЛ	2 команды: «Зенит-2»; «Локомотив-Казанка»	3 команды: «Ротор-2», Волгоград; «Химик-Арсенал» Тула; «Химки-М»	1 команда «Краснодар-3»	2 команды: «Урал-2»; «Уфа-2»	-

76% клубов ПФЛ (47 из 62) являются, согласно законодательству Российской Федерации, некоммерческими организациями.

23,8% клубов имеют исключительно финансирование из бюджетной системы (бюджетные ассигнования). 54,8% имеют смешанные (бюджетные и внебюджетные) источники финансирования. Только 21,4% клубов имеют исключительно внебюджетные источники финансирования.

Средний годовой бюджет (смета доходов и расходов) клуба ПФЛ в спортивном сезоне 2019-2020 составляет 59 702 000 рублей (на основе данных клубов при процедуре лицензирования). Данный показатель в течение последних лет практически не меняется, отклоняясь в ту или иную сторону не более, чем на 5-10% (для сравнения в спортивном сезоне 2018-2019 средний годовой бюджет клуба ПФЛ составлял 54 432 000 рублей).

При этом имеется большое количество футбольных клубов с бюджетом на сезон ниже среднего показателя (45 000 000 рублей и менее), в спортивном сезоне 2019-2020 данный показатель составил почти 50%:

«Запад»	«Центр»	«Юг»	«Урал-Приволжье»	«Восток»
9	8	11	2	-

Предъявляемые требования к участникам соревнований на уровне Второго дивизиона можно считать «гибкими» и минимальными, что обуславливается миссией ПФЛ как лиги развития, в том числе в отношении клубов.

На уровне ПФЛ происходит интеграция вновь создаваемых клубов в профессиональное футбольное сообщество, а также санация переживающих кризис клубов, выбывших из ФНЛ, а в ряде случаев напрямую из РПЛ. Но по ряду причин такой подход не оправдывает себя в полной мере.

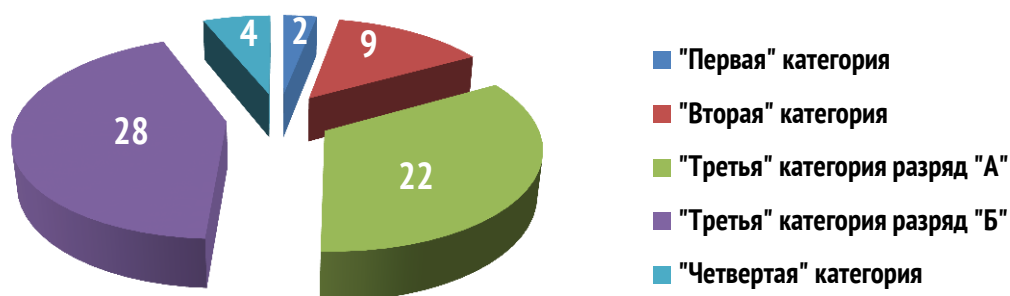
Минимальные требования к клубам, как показывает практика, способствуют не столько появлению новых футбольных клубов, сколько сохранению, а не дальнейшему развитию существующих. По этой причине имеют место случаи, когда даже ставящие перед собой спортивную цель повышения в классе футбольные клубы не были готовы к более высоким требованиям ФНЛ, в том числе по спортивной инфраструктуре. Целесообразно начать обсуждение и затем поэтапно менять основные требования к клубам Второго дивизиона с целью приближения их к требованиям вышестоящих лиг. Данное направление корреспондируется с определенной Стратегией задачей создания высококачественного внутреннего продукта профессионального футбола и обеспечения роста зрительского интереса.

ИНФРАСТРУКТУРА СОРЕВНОВАНИЙ

65 спортивных сооружений используется в спортивном сезоне 2019-2020 годов для проведения соревнований Второго дивизиона.

36 из них имеют искусственное покрытие футбольного поля, 29 – натуральное покрытие футбольного поля.

Стадионы, которые используют клубы ПФЛ, имеют следующую классификацию по стандартам РФС:



Таким образом, лишь 17% стадионов отвечают требованиям первой и второй категории, согласно стандартам РФС. С точки зрения соответствия спортивных сооружений требованиям времени, общей современной инженерной обеспеченности и вместимости, качества футбольных полей, по условиям комфорта для участников соревнований и зрителей, ситуация представляется неудовлетворительной. По этой причине следует рассмотреть вопрос о последовательном поэтапном повышении требований к инфраструктуре, используемой для официальных соревнований, как в части условий проведения матчей, так и комфорта для зрителей. Проблема отсутствия во многих субъектах Российской Федерации современных стадионов для клубов уровня ПФЛ может быть решена в целом, как отмечается в Стратегии, внедрением единого тиражируемого проекта спортивного объекта определенной вместимости, нацеленного на формирование коммерческого продукта высокого стандарта и адаптированного под условия регионов. Для решения данной задачи необходима совместная работа различных субъектов российского футбола.

ПОДГОТОВКА СПОРТИВНОГО РЕЗЕРВА

За последние годы ПФЛ приняла и реализовала ряд решений, которые кардинально поменяли футбольный образ Второго дивизиона.

ПФЛ сегодня – самая молодая профессиональная лига. Средний возраст футболистов, выступавших за клубы ПФЛ в сезоне 2018-2019 гг., имеет показатель 22,7 года. 68% составляют футболисты в возрасте до 23 лет (51% - игроки в возрасте до 21 года, 17% - в возрасте 22-23 лет). Лишь 16% - это игроки старше 27 лет.

Такие заметные положительные изменения стали результатом целенаправленной последовательной работы администрации ПФЛ и клубов Лиги. При реализации своей миссии как лиги развития ПФЛ по собственной инициативе приняла решение об увеличении, начиная с сезона 2017-2018 гг., числа молодых (не менее двух в возрасте до 21 года) футболистов, которые клубы должны использовать в игре постоянно на протяжении всего матча. В результате в сезоне 2018-2019 гг. 37,6% игрового времени провели на поле футболисты в возрасте не старше 21 года, 57% всего игрового времени – футболисты не старше 23 лет.

Значительное внимание ПФЛ уделяет улучшению взаимодействия между профессиональными клубами и субъектами системы подготовки спортивного резерва регионального и местного уровней. Важным шагом для выстраивания спортивного лифта от спортивной школы к региональному футбольному клубу стало решение Общего собрания членов ПФЛ об обязательном включении в заявку в сезоне 2015-2016 гг. минимум 6 доморощенных и местных игроков. ПФЛ первой в российском футболе ввела обязательные требования по доморощенным игрокам. Начиная с сезона 2016-2017 гг., число таких игроков в заявке клуба увеличено до 8.

Как следствие, 634 футболиста в заявках команд-участниц соревнований в сезоне 2018-2019 гг. имели статус доморощенных игроков (воспитанники клубных или региональных спортивных школ и академий). 56 футболистов в заявках команд имели статус местных (не занимавшихся в спортивных школах региона, но отыгравших не менее трех лет за команду клуба). При этом количество доморощенных футболистов в заявках команд постоянно растет (для сравнения – 432 в сезоне 2015-2016 гг.). Усилилась тенденция к замещению игроков, имеющих статус местных, доморощенными футболистами.

25% клубов – участников соревнований имеют спортивную школу в структуре клуба, подавляющее большинство клубов имеет договорные отношения со спортивными школами (академиями) соответствующего региона. Преимущественно спортивные школы (академии) являются бюджетными учреждениями и финансируются из региональных и местных бюджетов. Данная ситуация имеет как положительные (клубы при договорной модели взаимодействия со спортивной школой или академией не тратят существенные собственные средства на их содержание, а учитывая, что 78,6% клубов также полностью или частично финансируются за счет бюджетных ассигнований, не происходит дублирование бюджетных расходов), так и отрицательные стороны. Клубы, как правило, не имеют влияния на методику обучения в спортивной школе (академии) и подбор тренерских кадров, не располагают

возможностями определять задачи и задавать целевые показатели по подготовке резерва. Порой вклад клубов в деятельность региональных спортивных школ (академий) невелик и формален, ограничивается исключительно обязательными отчислениями по оплате юношеским командам затрат на участие в качестве представителей клуба в обязательных соревнованиях под эгидой РФС. Целесообразно более четко регламентировать порядок и формы взаимодействия клубов со спортивными школами (академиями) соответствующего региона, включая разработку и утверждение нового типового договора между клубом и спортивной школой (академией).

62,5% клубов – участников соревнований имеют молодежные команды (дублирующие составы), принимающие участие в межрегиональных, региональных и городских соревнованиях. Целесообразно рассмотреть вопрос об обязательном наличии у клубов Второго дивизиона молодежной команды (дублирующего состава), тем более, что участие такой команды в городских или региональных соревнованиях не должно оказать существенного влияния на бюджет футбольного клуба. Данный вопрос, как и вопрос более четкой регламентации взаимодействия клубов со спортивными школами (академиями) соответствующего региона коррелируются с определенной Стратегией задачей совершенствования системы подготовки спортивного резерва.

Еще одно важнейшее изменение правил по заявке игроков было принято на Общем собрании членов ПФЛ и реализовано Лигой, начиная с сезона-2015-2016 гг.. Клубам было предоставлено право заявлять игроков по списку «В», в который могут включаться лишь игроки не старше 19 лет, зарегистрированные за клубом либо школой клуба не менее двух лет.

В спортивном сезоне 2018-2019 гг. 7,6% от числа всех заявленных для участия в соревнованиях игроков были оформлены по списку «В» (игроки не старше 19 лет, зарегистрированные за клубом либо школой клуба не менее двух лет). Параллельно с выступлениями во Втором дивизионе они имеют право принимать участие в региональных и/или межрегиональных турнирах. На данный период это самый высокий показатель за время действия таких правил по заявке с 2015 года.

Дополнительным шагом для выстраивания спортивного лифта от юношеского и молодежного футбола к профессиональному футболу стало решение ПФЛ, предоставившее клубам возможность включать в заявки футболистов-любителей (без заключения трудового договора). Начиная с сезона 2016-2017 гг., такое решение фактически предоставляет дополнительный шанс выпускникам футбольных школ, не сумевшим убедить тренеров в

своей спортивной состоятельности сразу, пробиться в большой футбол. Как следствие, 348 футболистов, имеющих статус любителей, были включены клубами ПФЛ в заявочные листы для участия в соревнованиях в сезоне 2018-2019 гг. Средний возраст футболистов-любителей при этом составил 19,6 года, что подтверждает правильность предпринятых действий. Тем не менее, целесообразно рассмотреть вопрос об ограничении допустимого возраста футболистов-любителей во избежание скрытых нарушений регламентирующих документов.

26% футболистов, заявленных клубами РПЛ для участия в соревнованиях сезона 2018-2019 гг., прошли в разное время «школу ПФЛ», выступая за различные команды Второго дивизиона. Регулярно ПФЛ делегирует в клубы вышестоящих лиг (РПЛ и ФНЛ) порядка 150 футболистов:

	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019
ПЕРЕШЛИ В КЛУБЫ РПЛ	16	24	16	21	20
ПЕРЕШЛИ В КЛУБЫ ФНЛ	149	164	146	124	122

Молодые футболисты из команд ПФЛ вызываются в сборные команды России различных возрастов. Так, в сезоне 2018-2019 гг. в различные сборные России из команд Второго дивизиона было привлечено 24 футболиста.

	СБОРНАЯ РОССИИ U18	СБОРНАЯ РОССИИ U19	МОЛОДЕЖНАЯ И СБОРНАЯ РОССИИ U20	ВСЕГО
КОЛИЧЕСТВО ФУТБОЛИСТОВ КОМАНД ВТОРОГО ДИВИЗИОНА, ВЫЗЫВАВШИХСЯ В СБОРНЫЕ КОМАНДЫ РОССИИ	4	10	10	24

12 игроков из состава сборной России, выступавшей на чемпионате мира по футболу в 2018 году, в свое время начинали путь в большом футболе в командах Второго дивизиона.

ПФЛ достаточно успешно реализует одну из главных целей, определенных для нее Стратегией - подготовку достаточного количества российских игроков для создания высокой конкурентной среды в профессиональном футболе, а также совершенствование системы подготовки спортивного резерва и обеспечение широкого выбора конкурентоспособных квалифицированных игроков для всех возрастных категорий сборных команд России и профессиональных клубов.

РАЗВИТИЕ ТРЕНЕРСКИХ КАДРОВ

ПФЛ уделяет внимание повышению квалификации тренеров, работающих в клубах Второго дивизиона. ПФЛ и РФС было принято решение, что главный тренер, вносимый в заявочный лист клуба, начиная с сезона 2013-2014 гг., должен обладать действующей тренерской лицензией не ниже категории «А» УЕФА, либо проходить обучение, позволяющее получить данную лицензию.

47% всех тренеров (включая помощников), работающие в спортивном сезоне 2019-2020 гг. с командами ПФЛ, обладают тренерскими лицензиями категорий PRO и «А».



Средний возраст тренеров, работающих во Втором дивизионе, составляет 43,75 года. Исключение составляют специализированные тренеры по физической подготовке (средний возраст 33 года).

Клубы Второго дивизиона создают условия для профессионального развития тренеров. Более половины (57,5%) тренеров проходили в течение года обучение или повышение квалификации. Треть клубов (32,5%) используют в работе тренеров специализированное программное обеспечение (аналитические программы).

Однако стоит обратить внимание на недостаточное количество лицензированных тренеров вратарей и тренеров по физической подготовке. Также при укомплектованности команд врачами и массажистами (было заявлено 75 и 67 человек соответственно), в заявках команд не значилось ни одного физиотерапевта. Очевидно, что имеются основания для корректировок в данном сегменте, в частности, целесообразно пересмотреть требования по укомплектованности штата команды клуба.

При этом усилия администрации ПФЛ и клубов по развитию тренерских кадров уже дают результаты. Пятеро главных тренеров клубов, работавших и работающих только в течение текущего календарного года в клубах РПЛ (В.Евсеев, Д.Парфенов, Д.Аленичев, В.Федотов, А.Точилин), начинали свою тренерскую карьеру в клубах ПФЛ.

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПРОДУКТ. РАБОТА С БОЛЕЛЬЩИКАМИ.

Наименование главного соревнования для команд клубов Второго дивизиона - «Первенство России по футболу среди команд клубов ПФЛ» (с добавлением названия титульного спонсора). Отдельный бренд соревнований в настоящий момент отсутствует.

Образ Второго дивизиона в глазах болельщиков и широкой общественности не отвечает реальной ситуации. На данный период самая молодая по среднему возрасту игроков профессиональная лига до сих пор воспринимается как лига, где играют «взрослые мужики» и заканчивают свою футбольную карьеру «заслуженные ветераны».

Применительно к работе клубов с болельщиками также необходимы изменения. Во многих случаях коммуникационная модель работы клубов со своими болельщиками остается слишком упрощенной. Все клубы Второго дивизиона осуществляют анонсирование домашних матчей и подавляющее большинство выпускают программки к матчам, 52,5 % клубов имеют абонементные программы для зрителей, при этом 17,5% клубов признают, что этим их активности по привлечению зрителей ограничиваются. Неудовлетворительной выглядит ситуация со специальными активностями для болельщиков в дни проведения матчей: лишь 57% клубов Лиги организывает какие-либо активности на стадионе в дни проведения матчей. Антураж матчей наряду с инфраструктурой и условиями проведения матчей для участников и зрителей в большинстве случаев не способствуют атмосфере спортивного праздника, заполняемости стадионов и положительной динамике зрительского интереса к соревнованиям.

В интересах болельщиков команд Лига с 2015 года установила обязательное проведение клубами видео - и текстовых онлайн-трансляций домашних матчей, соответствующее положение отражено в регламенте соревнований. С учетом расстояний между городами, где расположены клубы, это позволило болельщикам следить за выездными матчами своих команд. На новой версии сайта ПФЛ пользователи могут наблюдать за видео - и текстовыми трансляциями матчей, которые сопровождаются

турнирной онлайн-таблицей в «одном окне». По завершении игры текстовая трансляция трансформируется в электронный протокол матча.

Видеотрансляции игр команд существенно расширяют общую аудиторию матчей во Втором дивизионе. Средний показатель по видеотрансляции одного матча в сезоне 2018-2019 гг. составил 2680 просмотров. Количество просмотров отдельных матчей спортивного сезона 2018-2019 гг. заметно превышало средний показатель по Лиге. Видеотрансляции матчей в целом собрали 1934740 просмотров.

В спортивном сезоне 2018-2019 гг. 692059 зрителей посетили матчи на стадионах клубов. Средняя посещаемость матча составила 959 зрителей.

Таким образом, в среднем суммарная аудитория матча (зрители на стадионе и просмотры видеотрансляций матча) в спортивном сезоне 2018-2019 составила 3626 зрителей.

Большинство клубов, а это 98%, ведут видеотрансляции в YouTube. Матчи лишь 10% клубов Второго дивизиона транслируются местными телекомпаниями. При этом качество онлайн-видеотрансляций многих матчей ПФЛ не уступает телевизионному – благодаря качеству трансляции, наличию комментатора, графики, повторов, съемки с использованием дополнительных видеокамер.

Клубы, со своей стороны, активно развивают digital-составляющую своей работы с болельщиками. Подавляющее большинство клубов имеют собственные аккаунты в социальных сетях ВКонтакте, Instagram и Twitter, собственные видеоканалы на YouTube. Суммарное количество подписчиков этих аккаунтов превышает 500 тысяч человек.

Важной инициативой Лиги по повышению значимости и заметности футбольных клубов в регионах стало регулярное проведение акций социальной и социально-спортивной направленности. Первоначально ПФЛ инициировала единые акции. 81% клубов в спортивном сезоне 2018-2019 гг. уже самостоятельно организовали и провели собственные акции социальной и социально-спортивной направленности или приняли участие в таких акциях, проходящих в своих регионах.

Однако, в целом ситуация не удовлетворяет администрацию Лиги и требует комплексной системной работы для выполнения поставленной перед профессиональными лигами задачи, отраженной в Стратегии, по формированию конкурентного зрелищного соревнования.

КОММЕРЧЕСКАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ЛИГИ. РАБОТА СО СПОНСОРАМИ И ПАРТНЕРАМИ.

Ассоциация «Профессиональная футбольная Лига», в соответствии с законодательством Российской Федерации, является некоммерческой организацией. Главными целями организации являются ведение уставной деятельности, направленной на развитие профессионального футбола и представление интересов ее членов. Некоммерческие организации, согласно законодательству РФ, не преследуют цели извлечения прибыли от осуществления уставной деятельности. В то же время администрация ПФЛ осуществляет планомерную работу по привлечению спонсоров и партнеров. В последние годы имеется динамика по увеличению поступлений в ПФЛ от спонсорских договоров. Такие поступления позволяют сбалансировать бюджет организации и направить полученные средства на общепользные цели – в частности, на дополнительные спортивные турниры (Кубок ПФЛ «Переправа») и проведение различных общих мероприятий.

Впервые в истории соревнования во Втором дивизионе обрели титульного спонсора в сезоне 2016-2017 гг.. Партнерами ПФЛ в разные годы являлись БК «Фонбет» (титульный спонсор), компании Joma и Mitre (технические партнеры). Титульным спонсором соревнований во Втором дивизионе, начиная с сезона 2018-2019 гг., является букмекерская контора «Олимп». Соответствующий договор между БК «Олимп» и ПФЛ подписан на три спортивных сезона.

В 2018 году суммарные поступления спонсорских и иных целевых средств в ПФЛ составили 17,9 млн. рублей. Полученные средства, в соответствии с Уставом ПФЛ, направляются на общепользные цели: проведение дополнительных спортивных турниров, мероприятия по повышению профессионального уровня кадрового состава футбольных клубов, развитие технических сервисов для обеспечения проведения соревнований.

Коммерческая привлекательность соревнований в глазах потенциальных партнеров и спонсоров определяется рядом факторов, среди которых можно выделить:

- развитие маркетингового продукта «соревнований Второго дивизиона» и наличие устоявшегося бренда собственно соревнований;
- наличие качественной и современной спортивной инфраструктуры и общий антураж соревнований;
- стройность структуры соревнований; стабильный и конкурентный состав участников соревнований; продолжительность и зрелищность соревнований;

- постоянный интерес со стороны зрителей и болельщиков к соревнованиям, посещаемость стадионов и суммарная аудитория матчей.

Учитывая вышеперечисленное, привлечение спонсоров и партнеров к соревнованиям Второго дивизиона в настоящее время осложняется рядом объективных обстоятельств.

Задача повышения коммерческой привлекательности соревнований может быть решена исключительно путем кардинальных последовательных системных преобразований, направленных на повышение конкурентности соревнований, изменение устоявшегося образа Лиги и повышение интереса к соревнованиям во Втором дивизионе со стороны болельщиков, потенциальных партнеров и спонсоров – начиная с изменения структуры соревнований и проведения комплексных маркетинговых мероприятий.

ДОСТИЖЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ

Деятельность ПФЛ в текущий период в целом отвечает миссии Лиги, определенной в Стратегии (Лига развития, мост между молодежным и профессиональным футболом), а также обозначенным в Стратегии задачам: подготовка достаточного количества российских игроков для создания высокой конкурентной среды в профессиональном футболе, реализация проектов собственных академий и обеспечение тесного взаимодействия с региональными спортивными школами, высокая доля в командах ПФЛ молодых игроков – собственных воспитанников; совершенствование системы подготовки спортивного резерва и обеспечение широкого выбора конкурентоспособных квалифицированных игроков для всех возрастных категорий сборных команд РФ и профессиональных клубов.

В то же время, перед Лигой стоит широкий спектр задач в рамках деятельности, направленной на достижение определенной Стратегией цели создания доступного качественного адаптированного под российские условия футбольного продукта в максимальном количестве субъектов Российской Федерации и решению задачи обеспечения роста зрительского интереса к соревнованиям Второго дивизиона.

Достижения и сильные стороны Лиги:

- ПФЛ – самая молодая профессиональная футбольная лига в российском футболе; своими решениями последних лет Лига добилась заметного снижения среднего возраста выступающих в ней игроков и существенного увеличения времени,

- проведенного на поле в матчах Второго дивизиона футболистами в возрасте до 23 лет;
- Клубы ПФЛ регулярно делегируют молодых футболистов в профессиональные клубы вышестоящих лиг;
 - Клубы ПФЛ представлены своими игроками в сборных командах России различных возрастов;
 - Лига активно способствует установлению упорядоченного взаимодействия клубов с региональными спортивными школами (академиями), своими решениями добилась существенного прироста в клубах доморощенных игроков;
 - Лига уделяет большое внимание выстраиванию «спортивного лифта» между молодежным/юношеским и профессиональным футболом, реализовав решение о включении в заявки клубов футболистов-любителей (без заключения трудового договора), фактически предоставляя второй шанс выпускникам футбольных школ, не сумевшим сразу убедить тренеров в своей состоятельности пробиться в большой футбол;
 - Лига своими решениями стимулировала повышение квалификации работающих в клубах ПФЛ тренерских кадров и регулярно делегирует начинающих свою работу в клубах ПФЛ тренеров в профессиональные клубы вышестоящих лиг;
 - ПФЛ сохраняет на протяжении многих лет минимальные требования к своим клубам, что способствует адаптации в профессиональном футболе вновь создаваемых клубов и спасению терпящих бедствие и переживающих санацию клубов, которые по финансовым или иным неспортивным показателям вынужденно опускаются во Второй дивизион из вышестоящих лиг, включая РПЛ, сохраняя тем самым их в профессиональном футболе;
 - Принимаемые органами Лиги управленческие решения позволяли сохранять определенную стабильность в количественном составе участников первенства, в том числе в разных территориальных группах, при существующей структуре соревнований;
 - Принятые Лигой нормы по осуществлению клубами видеотрансляций игр существенно расширили суммарную аудиторию матчей (зрители на стадионе и просмотры видеотрансляций) – более 3500 человек аудитория одного матча;
 - Инициированные Лигой социально-спортивные акции с участием клубов способствуют большей заметности клубов в регионах;
 - Наметилась положительная динамика в привлечении спонсорских средств.

Проблемы и слабые стороны Лиги:

- Недостаточное представительство во Втором дивизионе клубов из различных субъектов Российской Федерации (представлено 46% субъектов), особенно из регионов Сибири и Дальнего Востока;
- Преобладание в числе участников соревнований клубов с исключительно бюджетным или смешанным (бюджетные и внебюджетные источники) финансированием (только 21,4% клубов имеют исключительно внебюджетные источники финансирования);
- Нестабильность состава участников соревнований, неравномерное распределение участников по группам, разное количество матчей в группах, использование различных систем розыгрыша первенства в различных группах;
- Недостаточная соревновательная практика для игроков клубов, особенно в группах с малым количеством участников;
- Отсутствие стабильного регулярного спортивного обмена командами с МРО, что снижает конкуренцию в соревновании;
- Установленные минимальные требования к клубам, как показывает практика, способствует не столько появлению новых, сколько сохранению действующих клубов, но не дальнейшему их развитию;
- Стадионы, используемые клубами для проведения матчей, в основном не отвечают современным требованиям, их состояние не позволяет создавать комфортные условия для зрителей при различных погодных условиях;
- Недостаточная укомплектованность клубов Лиги специализированными тренерами, физиотерапевтами, медицинским персоналом;
- Недостаточная оснащенность тренеров клубов специализированным программным обеспечением (аналитическими программами);
- Недостаточная посещаемость матчей первенства (в среднем, менее 1000 человек);
- Образ соревнований во Втором дивизионе в глазах болельщиков и широкой общественности не отвечает реальной ситуации, отсутствует бренд соревнований;
- Коммуникационная модель работы клубов со своими болельщиками, несмотря на заметное развитие digital-активностей, остается преимущественно традиционной, в частности, лишь 57% клубов осуществляют специальные активности для болельщиков на стадионе в дни проведения матчей (match day).

РАЗДЕЛ 2. ПФЛ-2024. ОБРАЗ БУДУЩЕГО. ЦЕЛИ РАЗВИТИЯ ЛИГИ.

ВИДЕНИЕ К 2024

Самая молодая среди профессиональных лиг, устойчивая и стабильная по количественному составу участников соревнований, интересная по содержанию спортивной борьбы и конкуренции участников соревнований Лига.

Такой образ Лиги требует системной работы по закреплению и усилению позиций, которые следует отнести к достижениям ПФЛ на данный период, а также преодолению проблем и существующих недостатков.

Данная работа включает в себя совместную деятельность администрации Лиги и входящих в ПФЛ клубов по нескольким основным направлениям.

Направление I. Соревнования во Втором дивизионе

Требуется изменение структуры (формата) соревнований во Втором дивизионе. Стоит задача по созданию интересных и конкурентных соревнований, при достаточном и стабильном составе участников, способствующих увеличению числа команд из большинства субъектов Российской Федерации.

Направление II. Развитие игроков

Видение образа Лиги в 2024 году в данном направлении, уже достаточно успешно реализуемом Лигой, определено положениями Стратегии и миссией ПФЛ в общей системе российского футбола: клубы ПФЛ укомплектованы преимущественно доморощенными игроками, воспитанниками региональной системы подготовки спортивного резерва; клубы Лиги регулярно и в достаточном количестве делегируют молодых футболистов в профессиональные клубы вышестоящих лиг и сборные команды России различных возрастов.

Направление III. Развитие клубов

В данном направлении усилия необходимо сосредоточить на том, чтобы клубы Второго дивизиона были устойчивы, имели четкое видение целей своей деятельности, являлись опорными точками развития футбола в регионе, наряду с бюджетным

финансированием клубов у них увеличивалась доля финансовых поступлений из внебюджетных источников, инфраструктура соревнований постепенно приближалась к современным требованиям, в том числе при помощи механизма государственно-частного партнерства.

Направление IV. Маркетинговый продукт и работа с болельщиками.

Существующий образ Лиги требует системной работы по формированию бренда соревнований Второго дивизиона, изменению отношения болельщиков, общественности, региональных органов власти к турниру. Каждый матч соревнований должен быть событием городского/регионального масштаба. Посещение стадиона должно быть для зрителей комфортным и безопасным, стадион должен являться центром притяжения городской жизни, местом проведения семейного досуга, причем не только в дни проведения футбольных матчей. Клубы должны формировать вокруг себя сообщество болельщиков и людей, интересующихся футболом в их регионе.

Направление V. Коммерческая деятельность Лиги и клубов.

Изменения структуры соревнований, совершенствование спортивных объектов, усилия по формированию маркетингового продукта, создание бренда соревнований во многом определяют коммерческую привлекательность Лиги. Динамика поступлений от спонсорских контрактов и реализации Лигой медиаправ должны позволить сформировать фонд для распределения средств участникам спортивных мероприятий. Клубы, в свою очередь, должны увеличить объем поступлений финансовых средств из внебюджетных источников в общей структуре доходов.

ЦЕЛИ РАЗВИТИЯ ЛИГИ

- Создание качественного футбольного продукта, привлекательного для болельщиков, инвесторов, региональных и муниципальных властей, партнеров и спонсоров;
- Соревнования - представительные, интересные, конкурентные, обеспечивающие достаточную игровую нагрузку игрокам команд, имеющие целостную и устойчивую структуру, позволяющую реализовать задачи, установленные Стратегией;
- Формирование и продвижение бренда соревнований, изменение отношения болельщиков, общественности, региональных органов власти и инвесторов к соревнованиям Второго дивизиона;
- Подготовка достаточного количества российских игроков для создания высокой конкурентной среды в профессиональном футболе;
- Совершенствование подготовки спортивного резерва клубов ПФЛ;
- Сокращение разрыва между командами ФНЛ и ПФЛ по инфраструктурным, финансовым, спортивным, кадровым критериям системы лицензирования РФС;
- Положительная динамика объема поступлений от спонсорских контрактов и реализации Лигой медиаправ;
- Клубы должны являться опорными точками развития футбола в своем регионе, формировать вокруг себя сообщество болельщиков и людей, интересующихся футболом.

РАЗДЕЛ 3. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЛИГИ.

НАПРАВЛЕНИЕ I. СОРЕВНОВАНИЯ ВО ВТОРОМ ДИВИЗИОНЕ.

ВИДЕНИЕ К 2024

- Соревнования во Втором дивизионе – интересные, конкурентные, насыщенные, демонстрирующие устойчивую положительную динамику по всем контрольным индикаторам;
- Структура соревнований – позволяющая реализовать задачи, установленные Стратегией;
- Обеспечены равные спортивные условия проведения первенства во всех группах Второго дивизиона;
- Количественный состав участников соревнований обеспечивает достаточную игровую активность (количество матчей в течение сезона);
- Стабильно осуществляется регламентированный спортивный обмен командами с вышестоящим (ФНЛ) и нижестоящим (МРО) дивизионами по итогам сезонов.

ЦЕЛЬ

Целостные, устойчивые, конкурентные, представительные, интересные для болельщиков, инвесторов, региональных и муниципальных властей, спонсоров и партнеров соревнования во Втором дивизионе.

СИТУАЦИЯ, ТРЕБУЮЩАЯ ИЗМЕНЕНИЙ

- Структура соревнований;
- Количество участников соревнований (команд);
- Посещаемость матчей.

ЗАДАЧИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПФЛ И КЛУБОВ

- Изменение структуры (формата) соревнований;
- Системная работа над повышением посещаемости матчей;
- Увеличение количества команд и представленных субъектов РФ (совместная работа с РФС);

- Обеспечение чистоты футбола и предупреждение противоправного влияния на исход матчей (заключение договора со специализированной организацией, которая сигнализирует о подозрительных событиях);
- Участие в мероприятиях по предотвращению допинга.

ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

- Количество субъектов Российской Федерации, представленных клубами в соревнованиях Второго дивизиона в спортивном сезоне 2023-2024 гг, должно составлять не менее 50;
- Средняя посещаемость матчей команд Второго дивизиона из региональных столиц субъектов Российской Федерации (без учета вторых команд РПЛ и ФНЛ) в спортивном сезоне 2023-2024 должна составлять не менее 1500 зрителей.

Контрольные индикаторы

- Количество субъектов Российской Федерации, представленных клубами ПФЛ;
- Количество команд, переходящих в/из вышестоящего (ФНЛ) и нижестоящего (МРО) дивизионов;
- Средняя посещаемость и суммарная аудитория матчей (зрители на стадионе и количество просмотров видеотрансляции).

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

- Собственные средства клубов;
- Привлеченные средства из региональных/муниципальных бюджетов и средства инвесторов (при организации клубов, представляющих субъекты РФ).

НАПРАВЛЕНИЕ II. РАЗВИТИЕ ИГРОКОВ (МИССИЯ ЛИГИ)

ВИДЕНИЕ К 2024

- ПФЛ сохраняет статус самой молодой профессиональной футбольной лиги;
- Лига регулярно и в достаточном количестве делегирует молодых футболистов в профессиональные клубы вышестоящих лиг и сборные команды России различных возрастов;
- Клубы ПФЛ укомплектованы преимущественно доморощенными игроками, воспитанниками региональной системы подготовки спортивного резерва;
- Клубы Второго дивизиона (за исключением команд РЦПФ и вторых команд клубов вышестоящих лиг) имеют молодежные команды, участвующие в региональных и/или городских соревнованиях.

ЦЕЛИ

- Подготовка достаточного количества российских игроков для создания высокой конкурентной среды в профессиональном футболе;
- Совершенствование подготовки спортивного резерва клубами ПФЛ.

СИТУАЦИЯ, ТРЕБУЮЩАЯ ИЗМЕНЕНИЙ

- Дублирование в регламентах соревнований возрастных условий по обязательному участию в матчах молодых футболистов с вышестоящей Лигой (ФНЛ);
- Недостаточно регламентированное взаимодействие клубов с региональными спортивными школами (академиями).

ЗАДАЧИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПФЛ И КЛУБОВ

- Согласование с вышестоящими лигами и РФС положений регламентов соревнований, исключающих дублирование условий по возрастной категории молодых футболистов, которые должны постоянно принимать участие в матче;
- Выработка условий, позволяющих включать в соревнования Второго дивизиона команды, представляющие Региональные центры подготовки футболистов (РЦПФ) без применения к ним требований по созданию отдельного юридического лица (футбольного клуба);

- Обеспечение условий совместно с другими субъектами российского футбола для включения в соревнования Второго дивизиона вторых команд клубов вышестоящих профессиональных лиг;
- Утверждение правил по наличию у клубов Второго дивизиона (за исключением команд РЦПФ и вторых команд клубов вышестоящих профессиональных лиг) молодежных команд для их участия в региональных и/или городских соревнованиях;
- Организация и проведение Лигой дополнительных соревнований для молодых футболистов (Кубок ПФЛ «Переправа» и др.);
- Осуществление мер по упорядочиванию взаимоотношений клубов с региональными спортивными школами (академиями), разработка и внедрение типового договора, регламентирующего указанные взаимоотношения.

ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

- Количество доморощенных игроков в заявочном листе клуба ПФЛ должно составлять не менее 10 человек;
- Средний возраст игроков клубов ПФЛ не должен превышать 23 лет;
- Показатель времени участия в матчах Второго дивизиона футболистов в возрасте до 23 лет должен составлять не менее 60%.

КОНТРОЛЬНЫЕ ИНДИКАТОРЫ

- Средний возраст игроков клубов ПФЛ;
- Процент игрового времени в матчах Второго дивизиона футболистов в возрасте до 21 года и до 23 лет;
- Количество доморощенных игроков в заявочных листах клубов ПФЛ;
- Количество игроков, имеющих различный спортивный статус, в заявочных листах клубов ПФЛ и их средний возраст;
- Количество российских игроков, перешедших из клубов ПФЛ в профессиональные клубы вышестоящих лиг;
- Количество игроков клубов ПФЛ, представленных в сборных командах РФ различных возрастных категорий.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

- Собственные средства клубов;
- Привлекаемые Лигой средства спонсоров и партнеров при проведении дополнительных соревнований для молодых футболистов;
- Привлеченные средства из региональных/муниципальных бюджетов, в том числе при участии во Втором дивизионе команд, представляющих РЦПФ.

НАПРАВЛЕНИЕ III. РАЗВИТИЕ КЛУБОВ (МИССИЯ ЛИГИ)

ВИДЕНИЕ К 2024

- Клубы ПФЛ являются опорными точками развития футбола в своем регионе;
- Клубы Второго дивизиона устойчивы, имеют сформированное видение целей своей деятельности, спортивно мотивированы;
- Положительная динамика объема привлеченных средств из внебюджетных финансовых источников в структуре доходов клубов;
- Клубы Второго дивизиона отвечают установленным обязательным требованиям;
- Организационная структура клубов соответствует типовым требованиям к клубу;
- Инфраструктура клубов приближается к современным требованиям.

ЦЕЛЬ

Сокращение разрыва между командами ФНЛ и ПФЛ по инфраструктурным, финансовым, спортивным, кадровым критериям системы лицензирования РФС.

СИТУАЦИЯ, ТРЕБУЮЩАЯ ИЗМЕНЕНИЙ

- Клубы Второго дивизиона часто финансово неустойчивы, отдельные клубы не имеют ясного видения целей своей деятельности;
- Требуется пересмотр минимальных обязательных требований к футбольным клубам;
- Клубы часто не предпринимают достаточных усилий к поискам внебюджетных источников обеспечения своей деятельности;
- Структура клубов не унифицирована, имеется недостаток квалифицированных управленческих и тренерских кадров, специализированных тренеров, врачей, физиотерапевтов;
- Спортивная инфраструктура, используемая при проведении соревнований, часто не отвечает современным требованиям и нуждается в модернизации.

ЗАДАЧИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПФЛ И КЛУБОВ

- Поэтапное повышение минимальных требований к футбольным клубам;
- Разработка финансового регламента Лиги, предусматривающего повышение финансовой ответственности футбольных клубов;
- Разработка и реализация клубами ПФЛ комплексных среднесрочных программ развития, предусматривающих определение целей их деятельности;

- Разработка администрацией ПФЛ типовой модели (организационной структуры) клуба, включающей в себя требования к бюджету (смете доходов и расходов), административной структуре, укомплектованности тренерами определенной квалификации и специализации, взаимодействию со спортивной школой (академией) и др.;
- Развитие клубами кадрового ресурса (тренеров, менеджеров, специалистов);
- Обеспечение тренеров специализированными аналитическими программами;
- Развитие клубами собственных спортивных школ (академий) в структуре клуба, повышение эффективности взаимодействия клубов, имеющих договорные отношения с региональными спортивными школами;
- Инфраструктурные изменения (поэтапное повышение минимальных требований к спортивной инфраструктуре, используемой клубами для проведения матчей);
- Организация регулярных мероприятий для обмена опытом между профильными специалистами Лиги (профессиональных лиг) и клубов по спортивным, коммерческим, инфраструктурным вопросам, координация и консультационная поддержка клубов со стороны Лиги.

ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

- Наличие у футбольных клубов ПФЛ комплексных среднесрочных программ развития;
- Соответствие клубов финансовому регламенту ПФЛ;
- Наличие у клубов молодежных команд, участвующих в региональных или городских соревнованиях.

КОНТРОЛЬНЫЕ ИНДИКАТОРЫ

- Количество клубов, имеющих бюджетное, внебюджетное и смешанное финансовое обеспечение деятельности;
- Объем привлеченных средств из внебюджетных финансовых источников в структуре доходов клубов;
- Количество клубов, имеющих молодежные команды;
- Количество клубов, имеющих спортивные школы (академии) в структуре клуба.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

- Собственные средства клубов (в части обеспечения собственных спортивных школ (академий) и молодежных команд, выполнения договоров со спортивными школами (академиями), а также для инфраструктурных изменений);
- Привлеченные средства из региональных/муниципальных бюджетов и других источников (в части инфраструктурных изменений).

НАПРАВЛЕНИЕ IV. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПРОДУКТ И РАБОТА С БОЛЕЛЬЩИКАМИ

ВИДЕНИЕ К 2024

- Новый образ Лиги – молодая, устойчивая и стабильная с точки зрения количественного состава участников и структуры соревнований, интересная по содержанию спортивной борьбы и конкуренции участников Лига, привлекательная для клубов из нижестоящих лиг, региональных/муниципальных властей, спонсоров и партнеров;
- Бренд соревнований Второго дивизиона сформирован – позитивный, узнаваемый, известный как болельщикам, так и широкой общественности;
- Клуб является социально-значимым субъектом в своем городе и регионе, не ограничиваясь исключительно спортивной составляющей своей деятельности;
- Каждый футбольный матч клуба – событие городского/регионального масштаба, со стандартизованным сценарием предматчевых мероприятий и активностей (match day), открытым для инициатив проводящей соревнования организации;
- Посещение стадиона является для зрителей комфортным и безопасным, спортивный объект становится центром притяжения городской жизни, местом проведения семейного досуга, причем не только в дни проведения футбольных матчей; клуб формирует вокруг себя сообщество болельщиков и людей, интересующихся футболом.

ЦЕЛЬ

Качественный футбольный продукт с собственным брендом (отличным от названия проводящей соревнования организации), привлекательный для болельщиков, инвесторов, региональных и муниципальных властей, партнеров и спонсоров.

СИТУАЦИЯ, ТРЕБУЮЩАЯ ИЗМЕНЕНИЙ

- Существующий образ Лиги не соответствуют реальной ситуации (ПФЛ – самая молодая профессиональная Лига);
- Соревнования Второго дивизиона не являются брендом, не имеют собственного названия, отличного от названия проводящей соревнования организации;
- Клубы придерживаются традиционной упрощенной коммуникационной модели взаимодействия с болельщиками, упор часто делается на работу с фанатами, а не со зрителями и потенциальными поклонниками команды и футбола.

ЗАДАЧИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПФЛ И КЛУБОВ

- Маркетинговый анализ, разработка и продвижение бренда соревнований Второго дивизиона;
- Нейминг соревнований Лиги и каждой из групп;
- Освещение деятельности Лиги и соревнований в СМИ и иных информационных каналах, постоянный мониторинг и анализ публикуемых материалов;
- Разработка и внедрение стандарта предматчевых мероприятий и активностей (match day);
- Ежегодная разработка и реализация клубами программ работы с болельщиками команды и зрительской аудиторией;
- Обязательное введение в структуру клуба сотрудника, ответственного за работу с болельщиками и коммуникацию с ними;
- Разработка и реализация digital-стратегий Лиги и клубов;
- Проведение Лигой единых социально-спортивных акций с участием клубов, самостоятельная работа клубов в этом направлении;
- Анализ и распространение успешных практик использования футбольной инфраструктуры (стадиона и прилегающей к нему территории) для организации досуга и зрелищных мероприятий не только в дни проведения футбольных матчей.

ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

- Средняя посещаемость матчей команд Второго дивизиона из региональных столиц субъектов РФ (без учета вторых команд РПЛ и ФНЛ) в спортивном сезоне 2023-2024 должна составлять не менее 1500 зрителей;
- Объем digital-аудитории Лиги и клубов (число подписчиков в социальных сетях и зрителей видеотрансляций) должен увеличиться более чем на 50% по сравнению с текущими показателями.

КОНТРОЛЬНЫЕ ИНДИКАТОРЫ

- Узнаваемость и позитивное восприятие соревнований Второго дивизиона (бренда);
- Средняя посещаемость матчей Второго дивизиона;
- Объем digital-аудитории Лиги и клубов (число подписчиков в социальных сетях и зрителей видеотрансляций).

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

- Собственные средства клубов;
- Средства Лиги;
- Привлекаемые Лигой средства спонсоров и партнеров;
- Привлеченные клубами средства из региональных/муниципальных бюджетов и других источников.

НАПРАВЛЕНИЕ V. КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЛИГИ И КЛУБОВ (ПАРТНЕРЫ И СПОНСОРЫ)

ВИДЕНИЕ К 2024

Поступления от спонсорских контрактов и централизованной реализации Лигой медиаправ позволяет сформировать фонд для распределения средств участникам спортивных мероприятий. Коммерческая деятельность клубов увеличивает объем привлеченных средств из внебюджетных источников в структуре доходов клубов.

ЦЕЛИ

Положительная динамика объема поступлений от спонсорских контрактов и централизованной реализации Лигой медиаправ. Постепенное увеличение объема привлеченных средств из внебюджетных источников в структуре доходов клубов.

СИТУАЦИЯ, ТРЕБУЮЩАЯ ИЗМЕНЕНИЙ

- Объем поступлений от спонсорских контрактов в структуре доходов Лиги и клубов;
- Количество спонсоров и партнеров Лиги и клубов;
- Централизованная реализация медиаправ Лигой.

ЗАДАЧИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПФЛ И КЛУБОВ

- Объем поступлений от спонсорских контрактов в структуре доходов Лиги или клубов;
- Количество спонсоров и партнеров Лиги и клубов;
- Централизованная реализация медиаправ Лигой.

ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Объем поступлений от спонсорских контрактов и централизованной реализации Лигой медиаправ должен демонстрировать положительную динамику и в 2024 году составить не менее 50% в бюджете Лиги.

КОНТРОЛЬНЫЕ ИНДИКАТОРЫ

- Объем поступлений от спонсорских контрактов и реализации Лигой медиаправ в бюджете Лиги
- Объем поступлений от коммерческой деятельности в бюджете клубов.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

- Привлекаемые Лигой и клубами средства спонсоров и партнеров.

РАЗДЕЛ 4. ПЛАН ОСНОВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО РАЗВИТИЮ ЛИГИ.

ЗАДАЧА	МЕРОПРИЯТИЯ	СЕЗОН 2019-2020		СЕЗОН 2020-2021		СЕЗОН 2021-2022		СЕЗОН 2022-2023		СЕЗОН 2023-2024		ОТВЕТСТВЕННЫЕ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ
		2019	2020	2020	2021	2021	2022	2022	2023	2023	2024	
НАПРАВЛЕНИЕ I. СОРЕВНОВАНИЯ ВТОРОГО ДИВИЗИОНА												
Изменение структуры (формата) соревнований	Подготовка проекта новой структуры (формата) соревнований (совместно с РФС)											Администрация ПФЛ, Комитет по проведению соревнований ПФЛ, Общее собрание, РФС
	Введение в действие новой структуры (формата) соревнований											РФС, Администрация ПФЛ
Системная работа над повышением посещаемости матчей												Администрация ПФЛ, Совет Лиги, клубы
Увеличение количества команд и представительства субъектов РФ	Анализ и разработка предложений для рассмотрения РФС											Администрация ПФЛ, Совет Лиги
	Реализация предложений											Администрация ПФЛ (во взаимодействии с РФС)
Обеспечение чистоты футбола и борьба с противоправными влияниями	Заключение договора с организацией, сигнализирующей о подозрительных событиях											Администрация ПФЛ
Профилактика и деятельность по противодействию применению допинга	Участие в мероприятиях, проводимых Минспорта и РФС											Администрация ПФЛ, клубы

ЗАДАЧА	МЕРОПРИЯТИЯ	СЕЗОН 2019-2020		СЕЗОН 2020-2021		СЕЗОН 2021-2022		СЕЗОН 2022-2023		СЕЗОН 2023-2024		ОТВЕТСТВЕННЫЕ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ
		2019	2020	2020	2021	2021	2022	2022	2023	2023	2024	
НАПРАВЛЕНИЕ II. РАЗВИТИЕ ИГРОКОВ												
Изменение возрастных условий по участию в матчах молодых футболистов	Уточнение, согласование с РПЛ, ФНЛ, РФС и внесение изменений в регламенты											Администрация ПФЛ, Совет Лиги (во взаимодействии с РФС, РПЛ, ФНЛ)
	Введение в действие изменений											Администрация ПФЛ
Обязательное наличие дублирующих составов (молодежных команд)												Администрация ПФЛ, Комитет по подготовке спортивного резерва, клубы, Общее собрание
Проведение Лигой дополнительных соревнований для молодых футболистов	Кубок ПФЛ «Переправа»											Администрация ПФЛ, Совет Лиги
Регламентирование взаимоотношений клубов с региональными спортивными школами	Разработка типового договора, регулирующего взаимоотношения клубов и спортивных школ											Администрация ПФЛ, Комитет по подготовке спортивного резерва, Совет Лиги
	Внедрение типового договора, регулирующего взаимоотношения клубов и спортивных школ											Администрация ПФЛ

Примечание: конкретные сроки реализации плановых мероприятий устанавливаются решениями Совета Лиги, администрации Лиги.

ЗАДАЧА	МЕРОПРИЯТИЯ	СЕЗОН 2019-2020		СЕЗОН 2020-2021		СЕЗОН 2021-2022		СЕЗОН 2022-2023		СЕЗОН 2023-2024		ОТВЕТСТВЕННЫЕ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ
		2019	2020	2020	2021	2021	2022	2022	2023	2023	2024	
НАПРАВЛЕНИЕ III. РАЗВИТИЕ КЛУБОВ												
Поэтапное повышение минимальных требований к клубам	Разработка и введение в действие внутренних документов Лиги (совместная работа с РФС)											Администрация ПФЛ, Совет Лиги, РФС
Разработка и внедрение финансового регламента Лиги	Разработка финансового регламента Лиги											Администрация ПФЛ, Комитет ПФЛ по развитию, Совет Лиги
	Введение в действие финансового регламента Лиги											Администрация ПФЛ, клубы
Разработка и реализация среднесрочных программ развития клубами	Разработка среднесрочных программ развития клубами											Клубы
	Реализация среднесрочных программ развития клубами											Клубы
Разработка и внедрение типовой модели (структуры) клуба	Разработка типовой модели (структуры) клуба											Администрация ПФЛ, Комитет ПФЛ по развитию, Совет Лиги
	Внедрение типовой модели (структуры) клуба											Клубы
Развитие клубами кадрового ресурса	Направление клубами сотрудников на семинары, курсы повышения квалификации											Администрация ПФЛ, клубы
Обеспечение тренеров специализированным аналитическими программами	Приобретение соответствующего программного обеспечения											Клубы
Развитие клубами собственных спортивных школ (академий) в структуре клуба, реализация договоров со спортивными школами	Осуществление контролирующих мероприятий администрацией Лиги											Клубы, администрация ПФЛ
Поэтапное повышение минимальных требований к инфраструктуре клубов	Разработка предложений и определение приоритетных направлений развития инфраструктуры											Администрация ПФЛ, Комитет ПФЛ по развитию, Совет Лиги
Организация мероприятий по обмену опытом	Проведение семинаров и обучающих мероприятий											Администрация ПФЛ, клубы

Примечание: конкретные сроки реализации плановых мероприятий устанавливаются решениями Совета Лиги, администрации Лиги.

ЗАДАЧА	МЕРОПРИЯТИЯ	СЕЗОН 2019-2020		СЕЗОН 2020-2021		СЕЗОН 2021-2022		СЕЗОН 2022-2023		СЕЗОН 2023-2024		ОТВЕТСТВЕННЫЕ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ
		2019	2020	2020	2021	2021	2022	2022	2023	2023	2024	
НАПРАВЛЕНИЕ IV. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПРОДУКТ И РАБОТА С БОЛЕЛЬЩИКАМИ												
Маркетинговый анализ и разработка бренда «футбол Второго дивизиона»	Маркетинговые исследования											Администрация ПФЛ, Комитет ПФЛ по развитию
Нейминг соревнований Лиги и каждой из групп												Администрация ПФЛ, Комитет ПФЛ по развитию
Освещение деятельности Лиги и соревнований	Работа со СМИ											Администрация ПФЛ, клубы
Разработка и внедрение типового сценария «match day»	Разработка типового сценария «match day»											Администрация ПФЛ, Комитет ПФЛ по маркетингу и коммуникациям, Совет Лиги
	Внедрение типового сценария «match day»											Клубы, Администрация ПФЛ, Комитет ПФЛ по маркетингу и коммуникациям
Разработка и реализация клубами программ работы с болельщиками	Разработка и реализация клубами программ работы с болельщиками											Клубы, Комитет ПФЛ по маркетингу и коммуникациям
Введение в штат клубов ответственного за работу с болельщиками	Внесение изменений в руководство по лицензированию											Администрация ПФЛ совместно с РФС, клубы
Разработка и реализация digital-стратегий Лиги и клубов	Разработка и реализация digital-стратегий Лиги и клубов											Клубы, Администрация ПФЛ, Комитет ПФЛ по маркетингу и коммуникациям
Проведение Лигой единых социально-спортивных акций с участием клубов	Проведение Лигой единых социально-спортивных акций с участием клубов											Администрация ПФЛ, клубы
Анализ и распространение успешных практик использования инфраструктуры	Проведение семинаров по обмену опытом											Администрация ПФЛ, клубы

ЗАДАЧА	МЕРОПРИЯТИЯ	СЕЗОН 2019-2020		СЕЗОН 2020-2021		СЕЗОН 2021-2022		СЕЗОН 2022-2023		СЕЗОН 2023-2024		ОТВЕТСТВЕННЫЕ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ
		2019	2020	2020	2021	2021	2022	2022	2023	2023	2024	
НАПРАВЛЕНИЕ V. КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЛИГИ И КЛУБОВ												
Увеличение объема поступлений от спонсорских контрактов	Работа со спонсорами и партнерами											Администрация ПФЛ
Увеличение предлагаемых к реализации видов спонсорских пакетов	Разработка спонсорских пакетов											Администрация ПФЛ, Комитеты ПФЛ по развитию и маркетингу и коммуникациям
Обеспечение положительной динамики в реализации Лигой медиаправ	Работа с партнерами											Администрация ПФЛ

Примечание: конкретные сроки реализации плановых мероприятий устанавливаются решениями Совета Лиги, администрации Лиги.