

ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ С БОЛЕЛЬЩИКАМИ НА СПОРТИВНЫХ СОРЕВНОВАНИЯХ

Тимофеева А. А., студент 5212 гр.,

Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма,

Научный руководитель – к.ист.н., доцент Закиров Т.Р.

Актуальность. На спортивных соревнованиях важны не только игроки, но и болельщики, поддержка которых необходима спортсменам. Она стимулирует, придает им сил и уверенность. Для увеличения посещаемости соревнований существуют различные формы активизации болельщиков и потому работа с ними несет актуальный характер.

Цель исследования. Выявить формы работы с болельщиками на спортивных соревнованиях.

Методы исследования. Анализ литературных и интернет источников.

Результаты исследований. Болельщик – страстный любитель спортивных зрелищ, поклонник какой-либо спортивной команды, остро переживающий её успехи и неудачи.

В современной научной литературе ряд авторов разделили болельщиков на три группы:

1) «первичные, основные» болельщики чрезвычайно активно интересуются спортом и посещают соревнования даже в других городах и за рубежом (фанаты);

2) «вторичные» болельщики регулярно следят по радио и телевидению за спортивными соревнованиями, но редко их посещают;

3) «третичные» болельщики лишь обсуждают спортивные результаты и следят за ними, читая прессу. [6]

Проведя мониторинг различных литературных и интернет источников, мы выявили формы работы с болельщиками. Так, в Российской футбольной премьер-лиги существует отдел по безопасности и работе с болельщиками, который предлагает обратить внимание на правонарушения со стороны

болельщиков, на права и интересы зрителей, противодействию любым формам проявления социальной, расовой, национальной и религиозной ненависти в ходе проведения спортивных соревнований. Сотрудники отдела по работе с болельщиками организуют конкурс-викторины, конкурс 12-й игрок и используют такую форму общения с болельщиками, как «вопрос-ответ». [1]

На официальном сайте ЦСКА есть рубрика «опрос», где все желающие, в том числе и болельщики, могут ответить на задаваемые им вопросы. [3]

На официальном сайте «Зенит» мы нашли информацию о студенческой лиге, и очередной форме работы с болельщиками. Администраторы клуба создали приложение для телефонов, где можно узнать все новости основной команды. Также они уведомляют болельщиков через различные социальные сети. У Зенита есть фан-клуб и клуб добрых дел. [2]

На данных сайтах мы нашли информацию о картах болельщика, которые дают возможность получать скидки, а клубы имеют полную информацию и обратную связь с болельщиками.

Изучив фото и видео галереи сайтов спортивных клубов были выявлены формы работы непосредственно на стадионе во время матчей. Клубы организуют автограф сессий и фотосессий; конкурсы и интерактивы со зрителями и болельщиками; культурную программу, куда входят показательные выступления, выступления известных певцов, юмористов и других популярных личностей.

Организацией этого занимаются не только администраторы клуба, но и отдел по безопасности и работе с болельщиками.

Внедрение данных форм позволяет получить следующее:

1. повышение посещаемости домашних матчей;
2. повышение лояльности существующих болельщиков и увеличение числа «первичных»;
3. увеличение доходов клуба;
4. стимулирование продаж клубной атрибутики и абонементов;
5. повышение имиджа клуба,

б. повышение эффективности работы сотрудников отделов маркетинга, продаж и работы с болельщиками.

Выводы. Таким образом, изучив литературные источники, были выявлены различные формы работы с болельщиками, реализовав которые, возможно повысить посещаемость соревнований.

Мы выяснили, что существует два основных вида работы с болельщиками:

1. Работа на стадионе
2. Дистанционная работа

Список литературы

1. Мейтин А.А. Российская футбольная премьер-лига. Официальный сайт [Электронный ресурс] // <http://www.rfpl.org/> URL:

<http://www.rfpl.org/fans/obrb/?template=33>

2. Футбольный клуб «Зенит». Официальный сайт [Электронный ресурс] // <http://fc-zenit.ru/> URL: <http://fc-zenit.ru/fans/slz/>

3. Футбольный клуб «ЦСКА». Официальный сайт [Электронный ресурс] // <http://pfc-cska.com/> URL: <http://pfc-cska.com/fans/oprosy/>

4. Увеличения посещаемости матчей и доходов спортклубов с помощью автоматизированных систем: //СпортБизнесКансалтинг 2012. -: №27

5. Петров С. В., Сасик А. С. Влияние зрителей и болельщиков на соревновательную деятельность спортсменов // ППМБПФВС. 2008. №11. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-zriteley-i-bolelschikov-na-sorevnovatelnuyu-deyatelnost-sportsmenov> (дата обращения: 17.03.2017).

6. Ильин Е.П., Киселев Ю.Я., Сафонов В.К. Психология спорта (современные направления в психологии). Л., Изд-во ЛГУ, 1989. С. 96