



Рынок онлайн-сервисов по продаже электронных билетов

Отчет о результатах маркетингового исследования

август 2017

КОНКОЛ

Москва

Оглавление

1. Параметры Исследования.....	3
2. Ключевые показатели рынка.....	4
2.1. Общий объем и динамика рынка	4
2.1.1. Объем и динамика рынка онлайн-продаж билетов в кинотеатры	9
2.1.2. Объем и динамика рынка онлайн-продаж билетов на музыкальные мероприятия.....	11
2.1.3. Объем и динамика рынка онлайн-продаж билетов на спортивные мероприятия.....	13
2.2. Количество пользователей и объемы доходов на одного пользователя по сегментам	15
2.3. География объемов рынка онлайн-продаж билетов.....	17
3. Основные конкуренты	19
4. Продажи в криптовалюте	26
5. Выводы.....	28

1. Параметры Исследования

Предмет исследования: онлайн-сервисы, осуществляющие продажу и перепродажу электронных билетов в кинотеатры, на спортивные и музыкальные мероприятия.

Методология: кабинетное исследование (сбор, обработка и интерпретация данных из открытых информационных источников).

География: глобальный рынок.

2. Ключевые показатели рынка

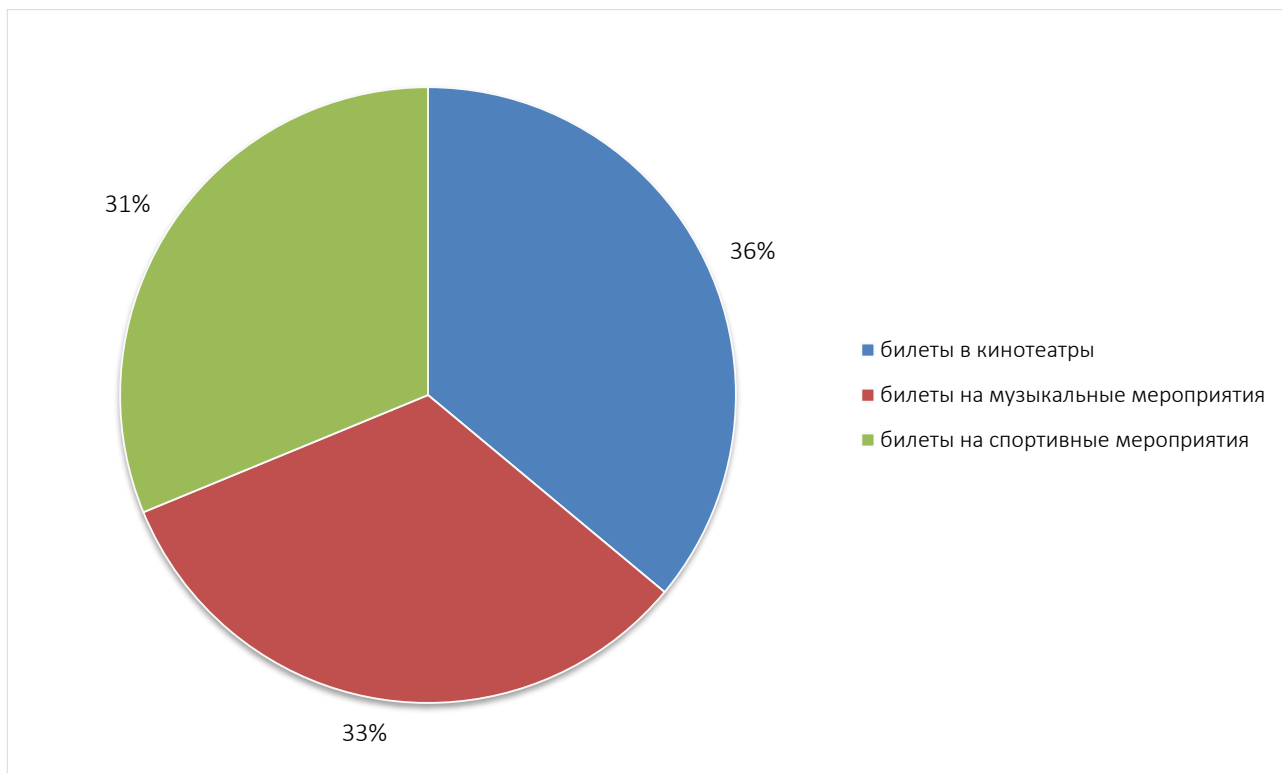
2.1. Общий объем и динамика рынка

Исследователи мирового билетного онлайн-рынка сегментируют его следующим образом:

- продажи билетов на спортивные мероприятия;
- билеты на концерты, музыкальные мероприятия;
- продажи билетов в кинотеатры.

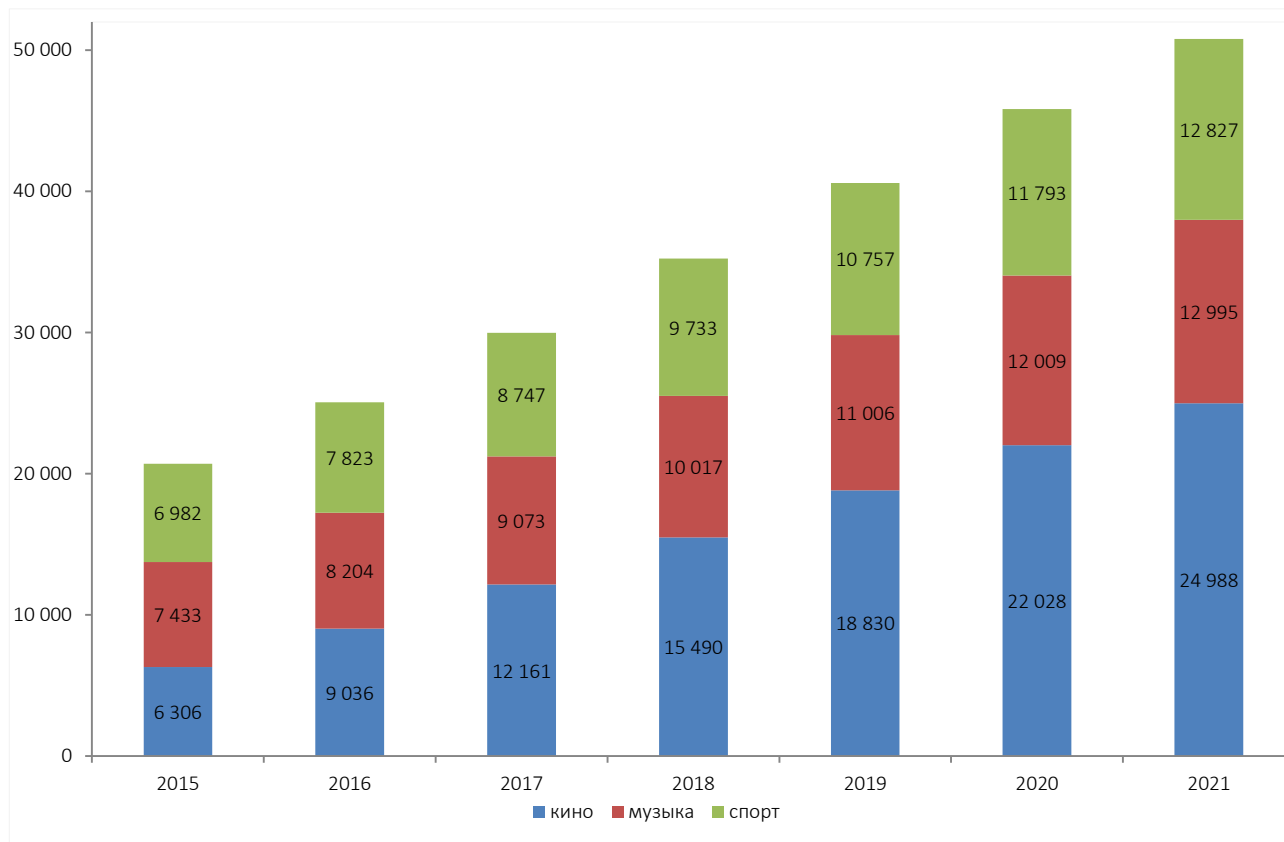
В 2016 году мировой объем рынка билетов на мероприятия составил 25,1 млрд. US\$ и почти в равной степени разделился между этими тремя категориями. Немного большую долю, чем другие – 36% – занял сегмент продаж билетов в кинотеатры (Рис. 2.1.1.)

Рис. 2.1.1. Сегментирование мирового рынка онлайн-продаж билетов в 2016 г.



Ежегодно объем рынка онлайн билетов на мероприятия увеличивается. Прогноз до 2021 года выглядит следующим образом (Рис. 2.1.2.).

Рис.2.1.2. Прогноз объема рынка онлайн продаж билетов на мероприятия до 2021 года, млн US\$



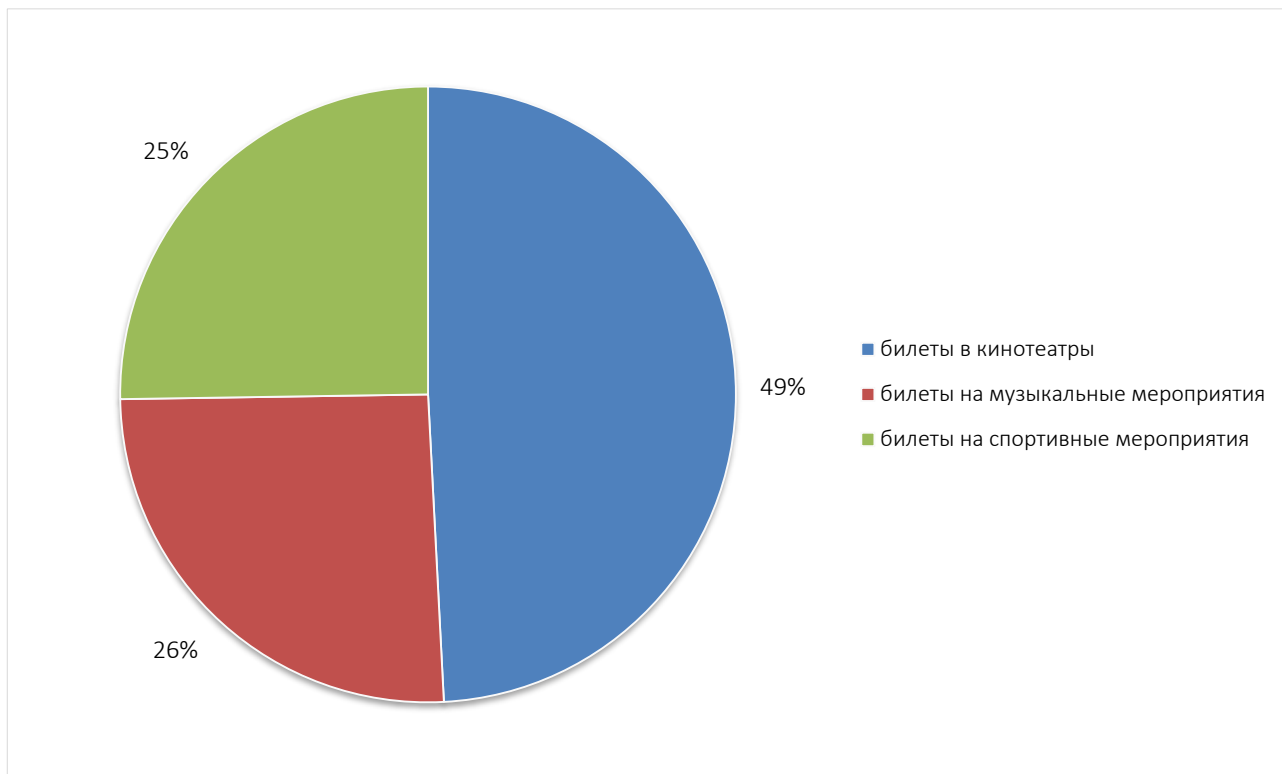
В рассматриваемом периоде прогнозируется значительный рост рынка по всем сегментам. В 2021 году объем рынка может достичь 50 810 млн US\$ (Таблица 2.1.1.)

Таблица 2.1.1. Прогноз объема рынка онлайн продаж билетов на мероприятия до 2021 года, млн US\$

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
билеты на спортивные мероприятия	6 981,9	7 823,1	8 746,5	9 732,8	10 756,5	11 793,4	12 827,0
билеты на музыкальные мероприятия	7 432,8	8 204,2	9 072,8	10 016,8	11 006,3	12 008,6	12 995,2
билеты в кинотеатры	6 305,8	9 035,7	12 160,8	15 490,0	18 829,9	22 028,2	24 988,1
общий объем	20 720,5	25 063,0	29 980,1	35 239,6	40 592,7	45 830,2	50 810,3

К 2021 году распределение долей рынка между сегментами может выглядеть следующим образом (Рис.2.1.3.)

Рис. 2.1.3. Прогноз сегментирования мирового рынка онлайн-продаж билетов в 2021 г.

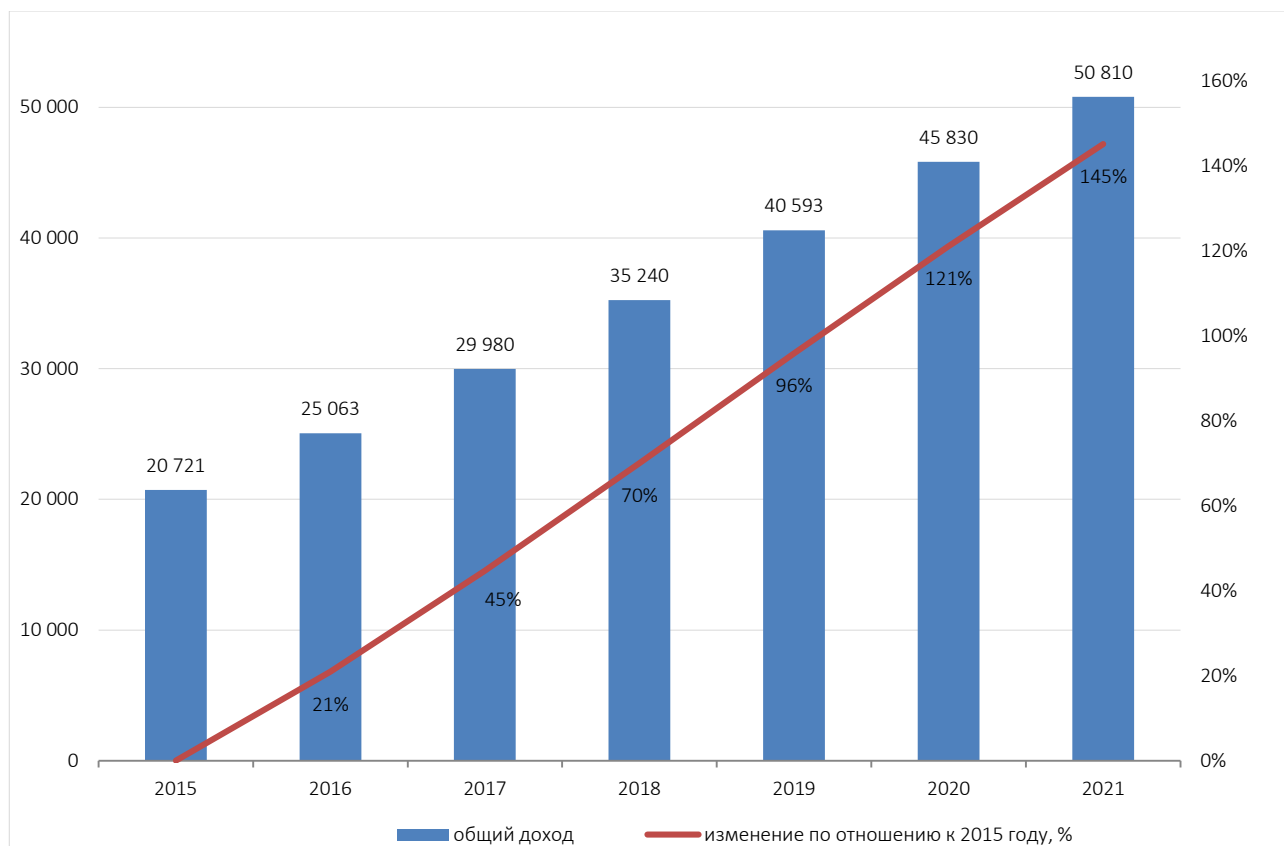


Предполагается ежегодный прирост объемов дохода от продажи билетов онлайн не менее 10% (Таблица 2.1.2., Рис. 2.1.4.)

Табл. 2.1.2. Прогнозная динамика мировых объемов онлайн-продаж билетов на мероприятия на период 2015 – 2021 гг., млн. US\$

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
общий объем рынка, млн US\$	20 720,5	25 063,0	29 980,1	35 239,6	40 592,7	45 830,2	50 810,3
изменение по отношению к предыдущему году, %		21,0%	19,6%	17,5%	15,2%	12,9%	10,9%
изменение по отношению к 2015 году, %		21,0%	44,7%	70,1%	95,9%	121,2%	145,2%

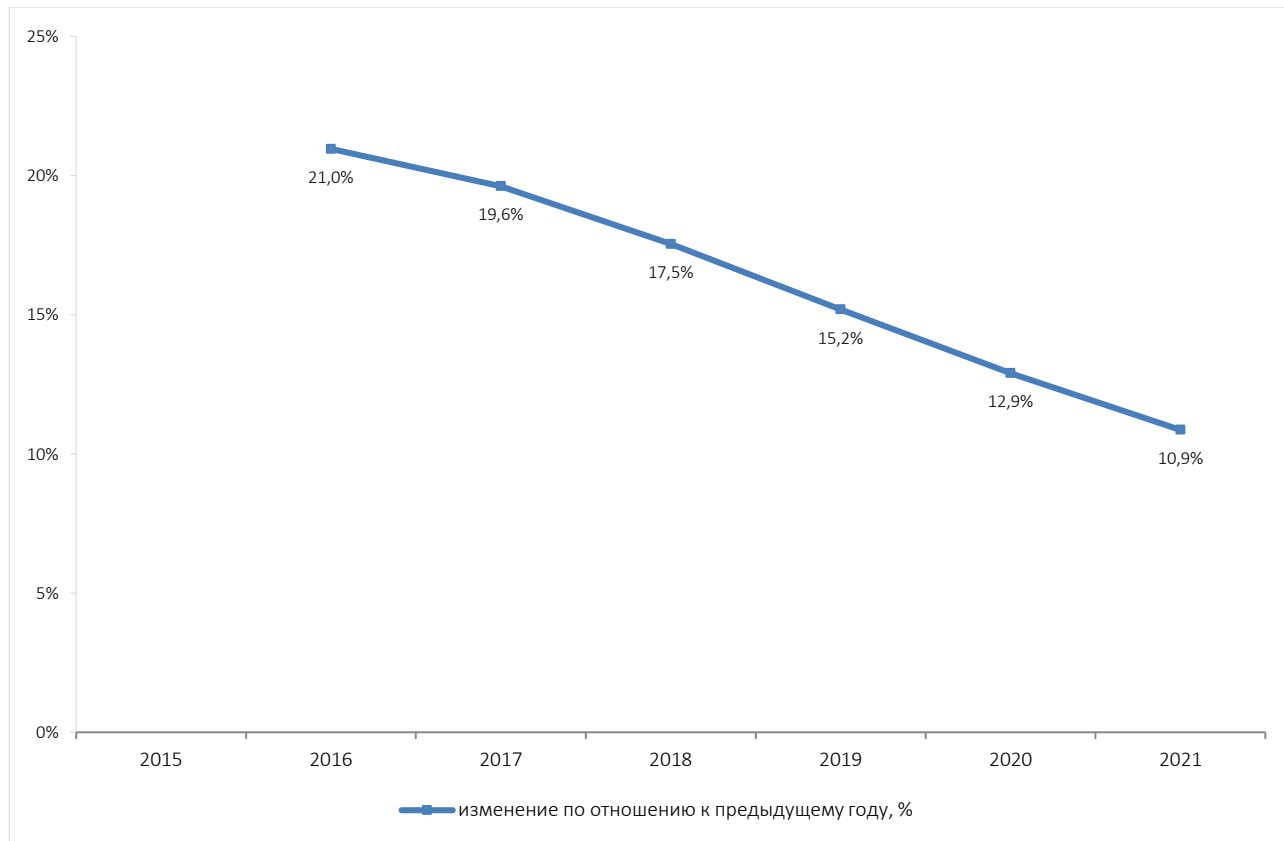
Рис. 2.1.4. Прогнозная динамика мировых объемов онлайн-продаж билетов на мероприятия на период 2015 – 2021 гг, млн US\$.



К 2021 году общий объем рынка онлайн продаж билетов на мероприятия увеличится на 145,2% по сравнению с 2015 г. (Рис.2.1.4.)

А вот темпы роста рынка будут замедляться: от прироста к предыдущему году в 21% в 2016 году до 10,9% в 2021 году (Рис. 2.1.5.)

Рис. 2.1.5. Прогнозная динамика темпов роста рынка онлайн-продаж билетов на мероприятия на период 2015 – 2021 гг



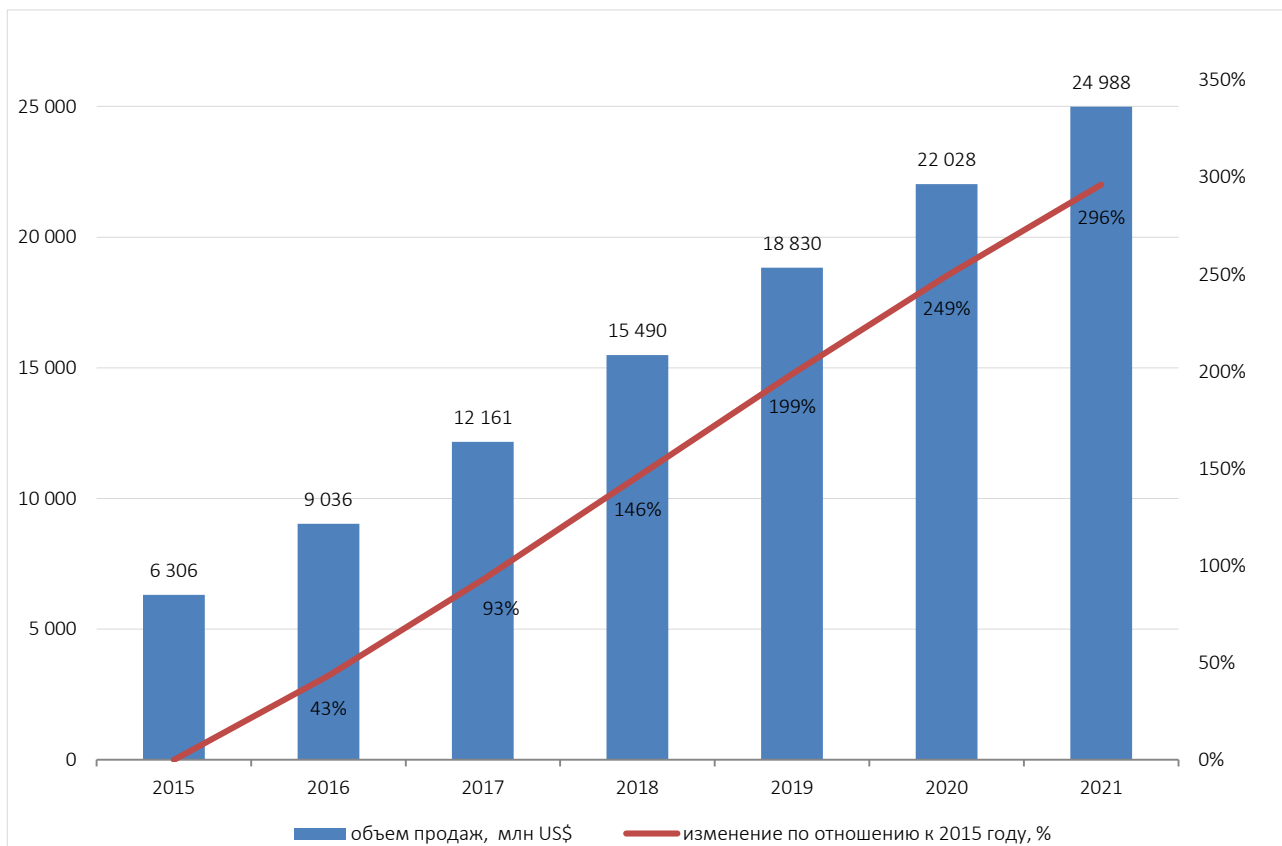
Замедление темпов роста объяснимо и закономерно. В настоящее время основную часть продаж билетов все же занимают офлайн-продажи. Смартфоны стремительно входят в обиход, потребители обнаруживают все больше выгод и удобства в онлайн-коммуникациях, в том числе и покупках через интернет, увеличивается доверие к этому каналу продаж. И подъем рынка объясняется большей частью перераспределением: рост за счет уменьшения доли офлайн-продаж – онлайн перетягивает долю на себя.

Но общий рынок билетов на мероприятия и потребность в них имеют свои границы, поэтому со временем произойдет определенное насыщение, что является ограничением в росте объемов.

2.1.1. Объем и динамика рынка онлайн-продаж билетов в кинотеатры

Этот сегмент занимает лидирующее положение (Табл. 2.1.1.) и показывает ярко выраженную положительную динамику (Рис. 2.1.1.1.)

Рис. 2.1.1.1. Прогнозная динамика мировых объемов онлайн-продаж билетов в кинотеатры на период 2015 – 2021 гг., млн US\$

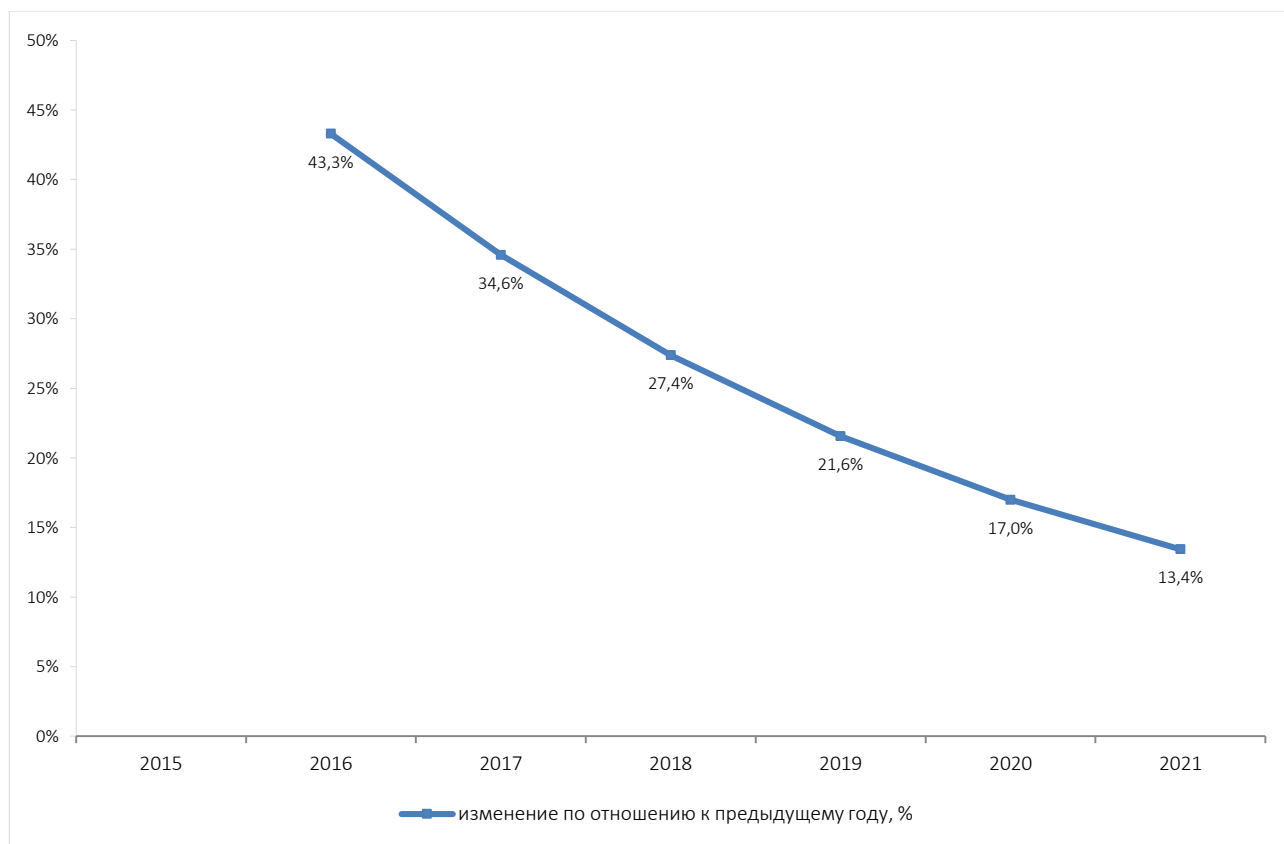


Предполагается, что к 2021 году онлайн-продажи билетов в кинотеатры займут почти половину рынка – 49,2%. Объем этого сегмента по сравнению с 2015 годом увеличится почти на 300% (Таблица 2.1.1.1.)

Табл. 2.1.1.1. Прогнозная динамика мировых объемов онлайн-продаж билетов в кинотеатры на период 2015 – 2021 гг.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
объем продаж, млн US\$	6 305,8	9 035,7	12 160,8	15 490,0	18 829,9	22 028,2	24 988,1
изменение по отношению к предыдущему году, %		43,3%	34,6%	27,4%	21,6%	17,0%	13,4%
доля рынка, %	30,4%	36,1%	40,6%	44,0%	46,4%	48,1%	49,2%
изменение по отношению к 2015 году, %		43,3%	92,9%	145,6%	198,6%	249,3%	296,3%

Рис. 2.1.1.2. Прогнозная динамика темпов роста рынка онлайн-продаж билетов в кинотеатры на период 2015 – 2021 гг.



Стоит отметить серьезное снижение темпов роста рынка (Рис.2.1.1.2.) с 43,3% до 13,4%, очевидно, что это связано с его насыщением.

2.1.2. Объем и динамика рынка онлайн-продаж билетов на музыкальные мероприятия

Вторым по объему является сегмент онлайн продаж билетов на музыкальные мероприятия. Предполагается, что онлайн-продажи билетов на музыкальные мероприятия к 2021 году будут занимать чуть больше четверти рынка – 25,6% (Таблица 2.1.2.1.). И рост их будет не столь активным, как в ситуации с сегментом продаж билетов в кинотеатры, составит всего 74,8% в 2021 году по отношению к 2015 году (Рис. 2.1.2.1.)

Рис. 2.1.2.1. Прогнозная динамика мировых объемов онлайн-продаж билетов на музыкальные мероприятия на период 2015 – 2021 гг.

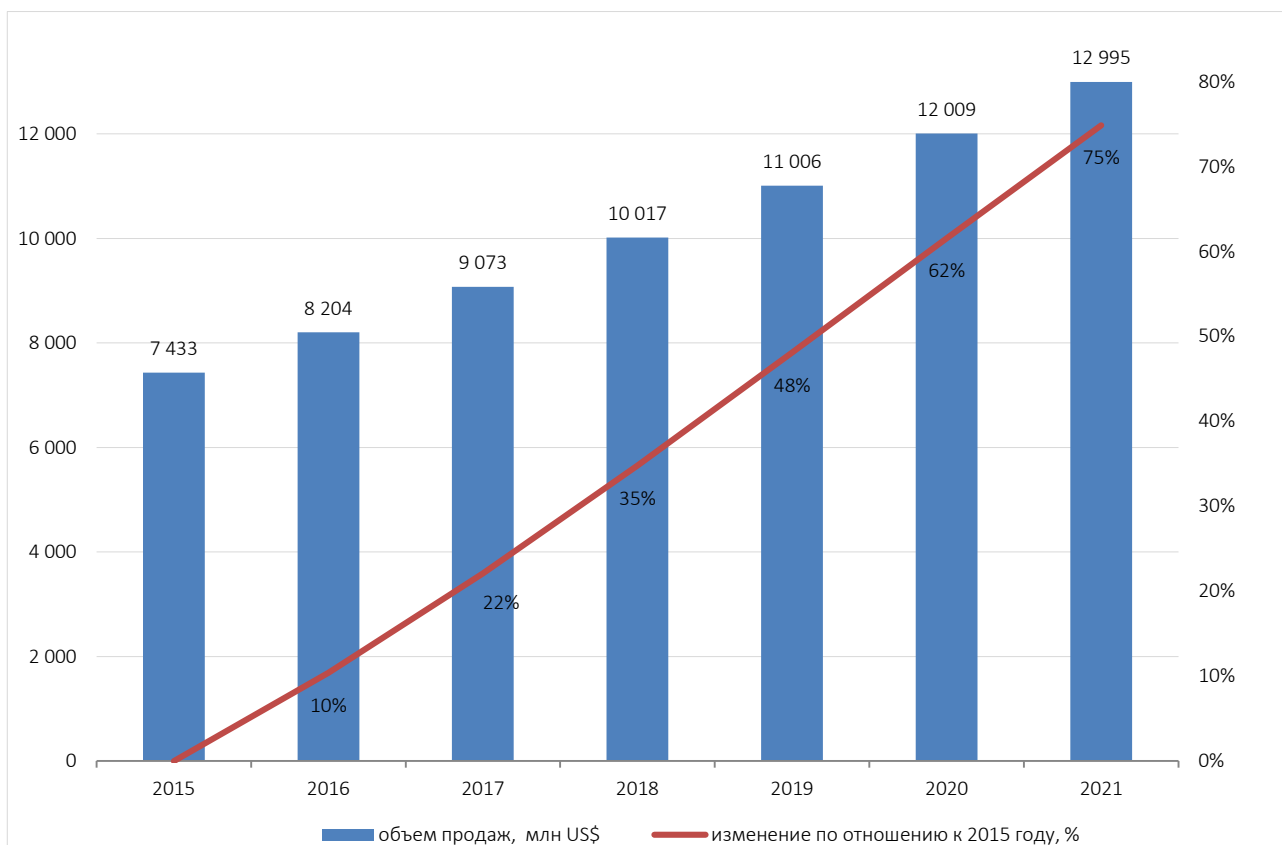
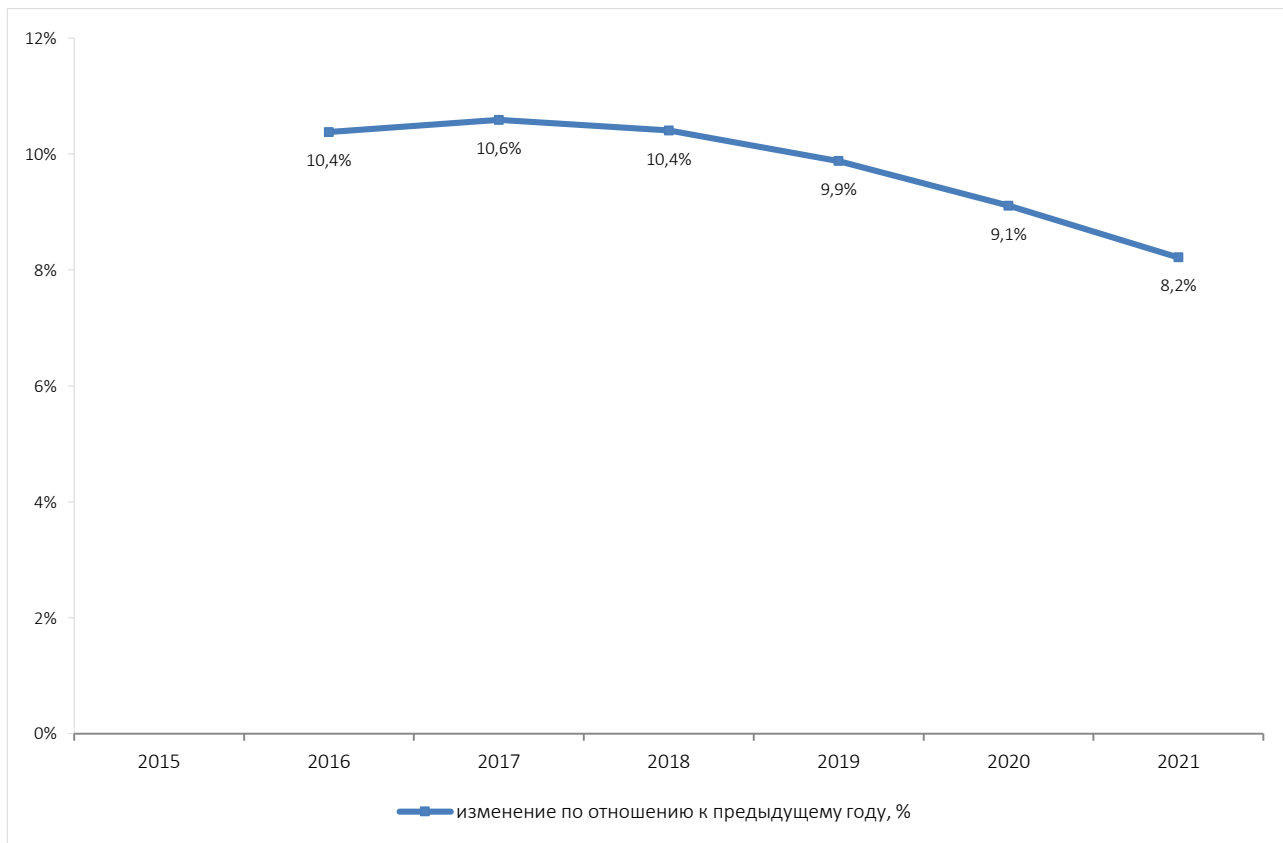


Табл. 2.1.2.1. Прогнозная динамика мировых объемов онлайн-продаж билетов на музыкальные мероприятия на период 2015 – 2021 гг.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
объем продаж, млн US\$	7 432,8	8 204,2	9 072,8	10 016,8	11 006,3	12 008,6	12 995,2
изменение по отношению к предыдущему году, %		10,4%	10,6%	10,4%	9,9%	9,1%	8,2%
доля рынка, %	35,9%	32,7%	30,3%	28,4%	27,1%	26,2%	25,6%
изменение по отношению к 2015 году, %		10,4%	22,1%	34,8%	48,1%	61,6%	74,8%

Замедление роста этого сегмента начнется с 2018 года. Но падение темпов роста будет не таким стремительным, как в случае с сегментом продаж билетов в кинотеатры (Рис. 2.1.2.2.)

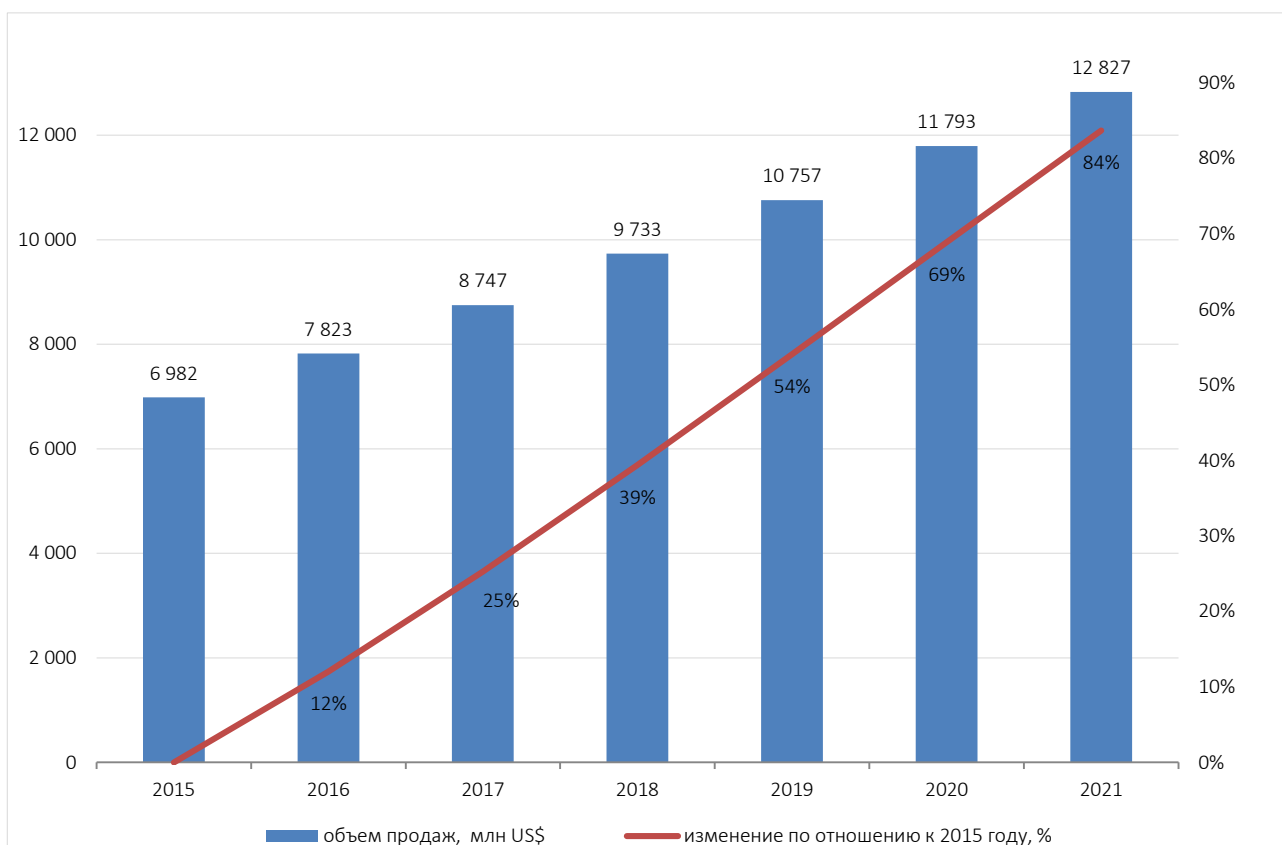
Рис. 2.1.2.2. Прогнозная динамика темпов роста рынка онлайн-продаж билетов на музыкальные мероприятия на период 2015 – 2021 гг.



2.1.3. Объем и динамика рынка онлайн-продаж билетов на спортивные мероприятия

Этот сегмент по объему почти не отличается от рассмотренного в предыдущем подразделе. В 2021 году объем продаж увеличится почти на 84% по отношению к 2015 году (Рис.2.1.3.1.) Это не такой большой прирост, как в случае с продажами билетов в кинотеатры, но, тем не менее, ожидается выраженная положительная динамика.

Рис. 2.1.3.1. Прогнозная динамика мировых объемов онлайн-продаж билетов на спортивные состязания на период 2015 – 2021 гг.



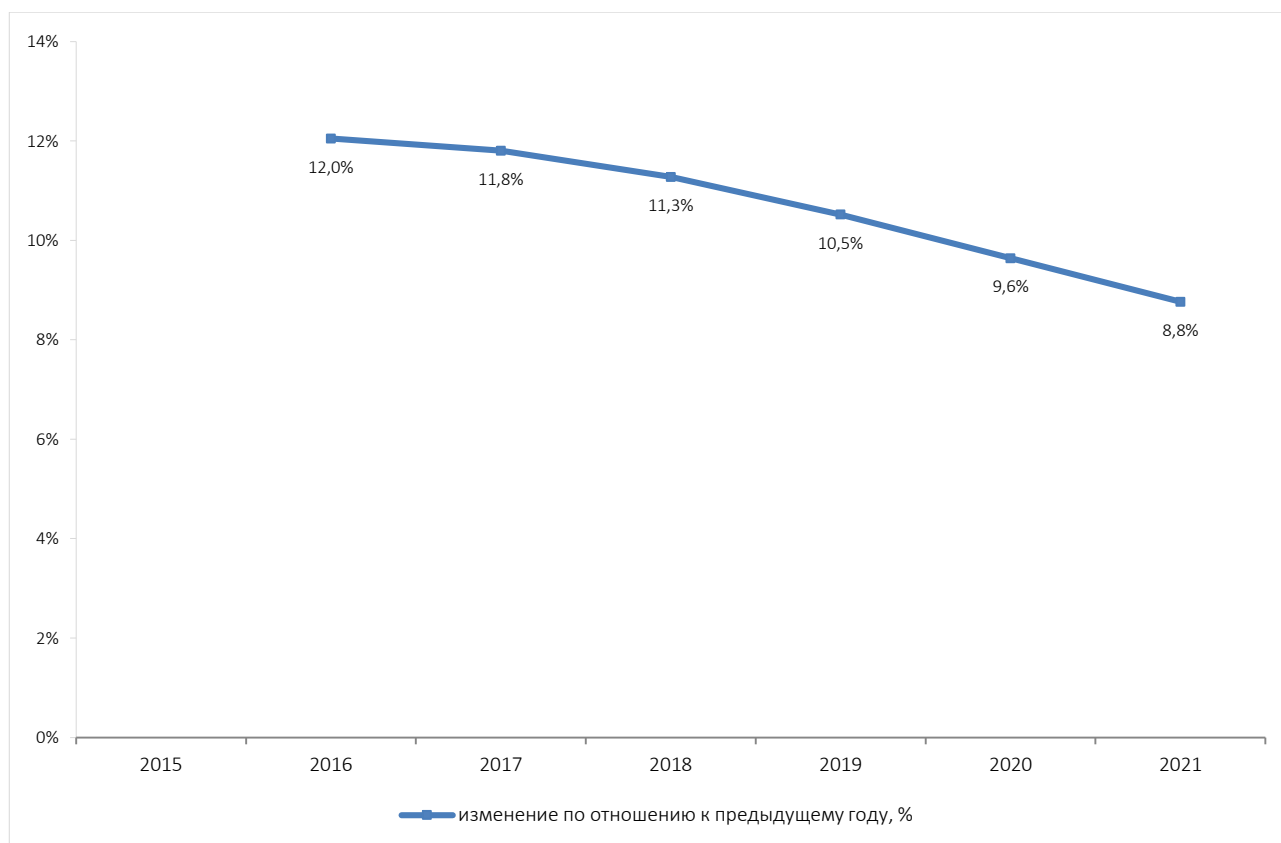
К 2021 году доля рынка уменьшится с 33,7% до 25,2%, уступив часть продаж билетов в кинотеатры (Таблица 2.1.3.1.).

Табл. 2.1.3.1. Прогнозная динамика мировых объемов онлайн-продаж билетов на спортивные состязания на период 2015 – 2021 гг.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
объем продаж, млн. US\$	6 981,9	7 823,1	8 746,5	9 732,8	10 756,5	11 793,4	12 827,0
изменение по отношению к предыдущему году, %		12,0%	11,8%	11,3%	10,5%	9,6%	8,8%
доля рынка, %	33,7%	31,2%	29,2%	27,6%	26,5%	25,7%	25,2%
изменение по отношению к 2015 году, %		12,0%	25,3%	39,4%	54,1%	68,9%	83,7%

Темпы роста снижаются, но это самая плавная динамика из рассмотренных сегментов (Рис. 2.1.3.2.).

Рис. 2.1.3.2. Прогнозная динамика темпов роста рынка онлайн-продаж билетов на спортивные состязания на период 2015 – 2021 гг.



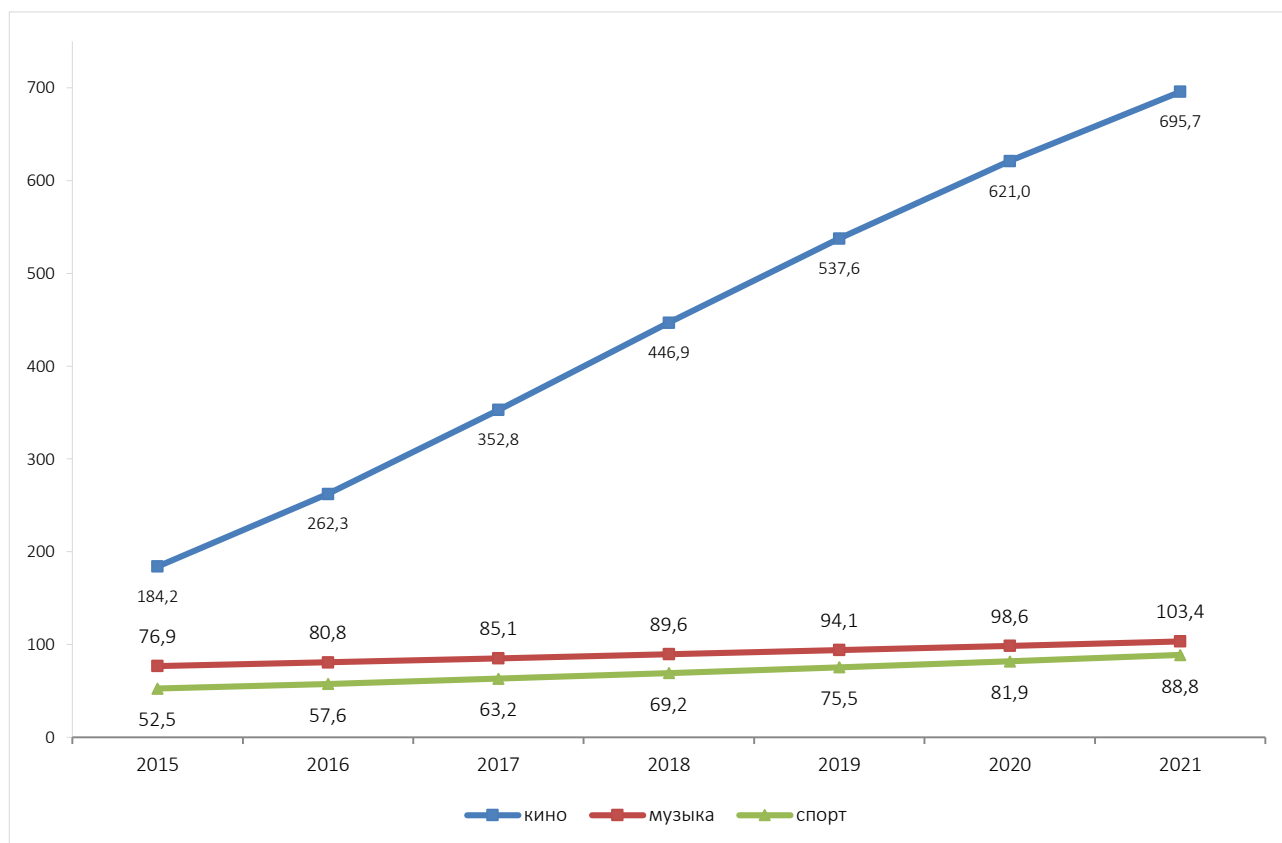
2.2. Количество пользователей и объемы доходов на одного пользователя по сегментам

Любой рынок, находящийся в онлайн-сфере наиболее зависим от такого показателя, как количество пользователей. В рассматриваемом рынке прогноз изменения размера аудитории показывает, что наибольший рост ожидается в сегменте продаж билетов в кинотеатры – в 2021 году аудитория может увеличиться на 278% (Таблица 2.2.1., Рис. 2.2.1.)

Таблица 2.2.1. Прогноз количества покупателей билетов на мероприятия в онлайн секторе, на период до 2021 года, млн. чел.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Изменение в 2021 году по отношению к 2015, %
кино	184,2	262,3	352,8	446,9	537,6	621,0	695,7	278%
музыка	76,9	80,8	85,1	89,6	94,1	98,6	103,4	34%
спорт	52,5	57,6	63,2	69,2	75,5	81,9	88,8	69%

Рис. 2.2.1. Прогноз количества покупателей билетов на мероприятия в онлайн секторе, млн чел

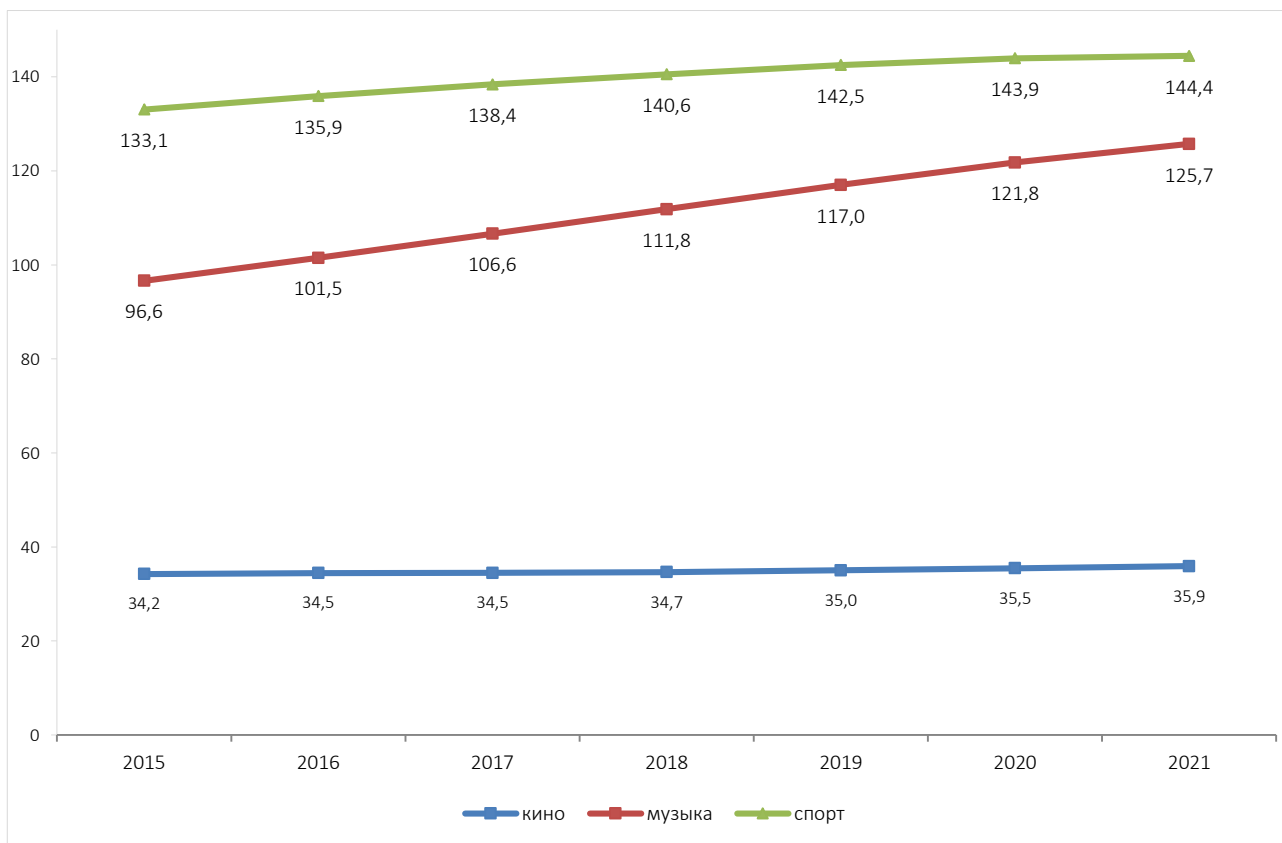


Важным показателем для оценки рынка онлайн-продаж билетов является объем доходов, приходящийся на одного покупателя (Табл. 2.2.2., Рис. 2.2.2.)

Таблица 2.2.2. Прогноз доходов от продажи билетов на одного покупателя на период до 2021 года, US\$

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
кино	34,2	34,5	34,5	34,7	35,0	35,5	35,9
музыка	96,6	101,5	106,6	111,8	117,0	121,8	125,7
спорт	133,1	135,9	138,4	140,6	142,5	143,9	144,4

Рисунок 2.2.2. Прогноз динамики доходов от продажи билета на мероприятие на одного пользователя на период до 2021 года, US\$



Наибольший объем дохода на одного пользователя приходится на покупателя билетов на спортивные состязания, он почти в 4 раза больше, чем доход от продажи билета в кинотеатр.

А вот расти больше всех будет показатель из сегмента музыкальных мероприятий. К 2021 году он увеличится на 30,1% по отношению к 2015 году, в то время как доход от одного пользователя в секторе спортивных мероприятий добавит 8,6%, а в сегменте кино – всего на 4,9%.

2.3. География объемов рынка онлайн-продаж билетов

В 2016 году основной доход был сгенерирован в Европе - 9,9 млрд. US\$. Великобритания заработала на билетах в 2016 году 2,7 млрд. US\$. За Европой следуют США – 8,9 US\$. В Китае объем составил 1,6 млрд. US\$.

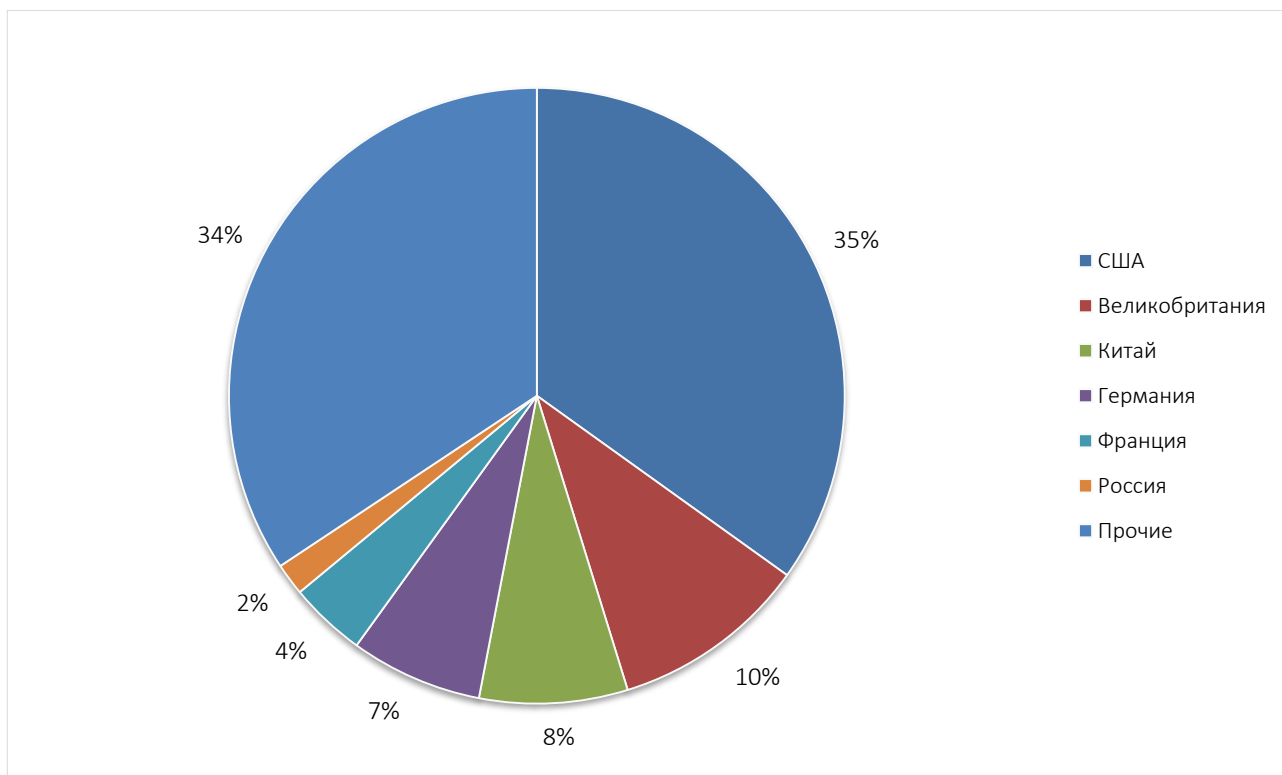
К 2021 году ожидается, что Европа достигнет уровня дохода от продажи билетов в 18,2 млрд. US\$, а США 16,6 млрд. US\$. Самыми быстрыми темпами растет рынок Китая – к 2021 году его объем прогнозируется в размере 5,7 млрд. US\$.

Вот как распределился прогнозный доход за 2017 год между странами (Таблица 2.3.1., Рис. 2.3.1.).

Таблица 2.3.1. Прогнозный объем продаж на 2017 год по основным странам

Страна	объем продаж, млн. US\$
США	10 462,6
Великобритания	3 098,2
Китай	2 333,9
Германия	2 080,9
Франция	1 209,2
Россия	505,0
Прочие	10 290,3

Рис.2.3.1. Прогнозный объем продаж на 2017 год по основным странам



Рынок онлайн продаж билетов в России

В России в 2017 году предполагается на этом рынке получить доход 505 млн. US\$, а к 2021 году ожидается увеличение объема рынка до 994 млн US\$, то есть прирост должен составить почти 97%.

Самым большим сегментом в России является сектор продаж билетов на музыкальные мероприятия, объем которого в 2017 году предположительно достигнет 263 млн US\$. Его доля в совокупном рынке составляет 47,8%.

Пока электронные билеты на спортивные матчи покупают только 2,5% пользователей. Предложение в спортивном сегменте тоже невелико – только четыре из десяти площадок-агрегаторов предлагают билеты на выступления спортсменов, тогда как концерты можно найти на восемь из десяти билетных сайтов.

Около 70% продаж электронных билетов приходится на Москву и Санкт-Петербург, но весьма велик потенциал роста за счет российских регионов.

3. Основные конкуренты

Во многих странах рынки продажи билетов монополизированы. В Европе ключевым билетным оператором является Eventim. В Северной Америке — оператор Ticketmaster. Последний принадлежит крупнейшему промоутеру Live Nation. Фактически, билеты на все крупные мероприятия продаются через сайт организатора (Live Nation) или билетного оператора (Ticketmaster).

Однако во многих странах, в том числе и в России, билеты на большинство мероприятий продаются через нескольких крупных игроков, билетных операторов. Билеты распределяются между операторами по принципу квотирования. То есть зал мероприятия делится на квоты (части), и каждый оператор продает лишь свою часть билетов. Операторы борются за лучшую квоту и стремятся не пустить на рынок конкурентов.

Сравнительная характеристика конкурентов на рынке онлайн-продаж билетов представлена в Таблице 3.1.

Таблица 3.1. Сравнительная характеристика ключевых игроков на мировой арене

№	Название	Штаб-квартира	Страны присутствия	Направления продаж билетов					Работа на вторичном рынке
				спорт	театр	музыка/ концерты	кино	другое	
1	CTS Eventim	Мюнхен, Германия	Европа: Австрия, Болгария, Чешская республика, Хорватия, Финляндия, Франция, Германия, Венгрия, Италия, Нидерланды, Польша, Румыния, Сербия, Словакия, Словения, Испания, Швеция, Швейцария, Россия Ближний Восток: Израиль	+	+	+	+	+	+
2	Ticketmaster Entertainment	Западный Голливуд, США	Страны Европы: Австрия, Бельгия, Дания, Финляндия, Франция, Германия, Ирландия, Норвегия, Польша, Испания, Швеция, Великобритания, Турция, Нидерланды Северная Америка: США, Канада, Мексика Океания: Новая Зеландия, Австралия Ближний Восток: ОАЭ	+	+	+	нет	+	+

№	Название	Штаб-квартира	Страны присутствия	Направления продаж билетов					Работа на вторичном рынке
				спорт	театр	музыка/ концерты	кино	другое	
3	StubHub	Сан Франциско, США	<p>Европа: Австрия, Бельгия, Германия, Греция, Дания, Ирландия, Испания, Италия, Россия, Нидерланды, Норвегия, Польша, Турция, Украина, Финляндия, Чешская республика, Швейцария, Швеция, Люксембург, Португалия</p> <p>Азия: Гонконг, Индия, Индонезия, Китай, Малайзия, Республика Корея, Сингапур, Тайвань, Таиланд, Филиппины, Япония</p> <p>Южная Америка: Аргентина, Бразилия, Венесуэла, Колумбия, Перу, Уругвай, Чили, Эквадор</p> <p>Северная Америка: Мексика</p> <p>Африка: ЮАР</p> <p>Океания: Австралия, Новая Зеландия</p> <p>Ближний Восток: Израиль</p>	+	+	+	нет	нет	+
4	Ticketbis	Испания / США	Принадлежит StubHub, те же страны	+	+	+	нет	+	+

№	Название	Штаб-квартира	Страны присутствия	Направления продаж билетов					Работа на вторичном рынке
				спорт	театр	музыка/ концерты	кино	другое	
5	Bigtree Entertainment	Индия	Азия: Индия, Индонезия, Шри-Ланка, Малайзия, Непал, Сингапур, Китай, Япония, Камбоджа, Южная Корея, Вьетнам Океания: Новая Зеландия Ближний Восток: ОАЭ Европа: Великобритания, Нидерланды Северная Африка: Египет	+	нет	нет	+	+	нет
6	Cineplex	Торонто, Канада	Северная Америка: Канада, США	нет	нет	нет	+	нет	нет
7	MovieTickets.com	Бока-Ратон, США	Европа: Ирландия, Испания, Великобритания Северная Америка: США, Канада, Мексика Южная Америка: Аргентина, Чили, Кюрасао Центральная Америка: Антигуа, Аруба, Сент-Китс, Сен-Мартэн, Тринидад, Кюрасао, Бермудские острова, Сент-Томас, Пуэрто-Рико, Сент-Люсия, Доминиканская Республика	нет	нет	нет	+	нет	нет
8	VOX Cinemas	Дубай, ОАЭ	Ближний Восток: ОАЭ, Катар, Оман, Ливан Северная Африка: Египет	нет	нет	нет	+	нет	нет
9	Mtime	Пекин, Китай	Китай	нет	нет	нет	+	нет	нет

№	Название	Штаб-квартира	Страны присутствия	Направления продаж билетов					Работа на вторичном рынке
				спорт	театр	музыка/ концерты	кино	другое	
10	Damai	Пекин, Китай	Китай	+	+	+	нет	+	нет
11	RazorGator	Марина-Дель-Рей, США	США	+	+	+	нет	нет	нет
12	Kyzoonga	Мумбаи, Индия	Австралия, Индия, Ирландия, ОАЭ, США	+	+	+	нет	+	+
13	TickPick	Нью Йорк, США	США	+	+	+	нет	нет	+
14	Broadway.com	Нью Йорк, США	США, Канада, Великобритания	нет	+	нет	нет	нет	нет
Количество игроков, работающих по этому профилю				9	9	8	6	6	6

Из названных выше ключевых игроков 64% продают билеты на спортивные мероприятия и столько же в театры, 57% на музыкальные мероприятия, 43% в кинотеатры.

На мировой рынок онлайн-продаж билетов на мероприятия входят новые игроки (Таблица 3.2.).

Таблица 3.2. Новые игроки рынка продаж электронных билетов на мероприятия

№	Название	Страна	Информация	Направления продаж билетов					Работа на вторичном рынке
				спорт	театр	музыка/ концерты	кино	другое	
1	TicketChain	Великобритания	Сайт создан в 2017 г. Проект создан в 2016 г, не запущен	+	+	+	нет	нет	+
2	Blocktix	США	Сайт создан в 2017 г, проект не запущен						+
3	Aventus	Великобритания	Проект создан в 2016 г, будет запущен в 2018						+

На российском рынке продаж билетов на мероприятия лидируют следующие сервисы (Табл. 3.3.)

Таблица 3.3. Российские лидеры рынка

№	Название	Направления продаж билетов					Работа на вторичном рынке
		спорт	театр	кино	музыка/концерты	другое	
1	Concert.ru	+	+	нет	+	+	нет
2	Parter.ru	+	+	нет	+	+	нет
3	TicketForEvent	+	+	+	+	+	+
4	Нанобилет	нет	+	нет	+	+	+
5	Bileter.ru	+	+	нет	+	+	нет
6	Kassir.ru	+	+	+	+	+	нет
7	Radario.ru	нет	+	нет	+	+	нет

Некоторые из мировых игроков открывают сайты и в России (Таблица 3.4.)

Таблица 3.4. Мировые игроки, работающие в России

№	Название	Страна	Адрес в России
1	StubHub	США	https://www.stubhub.ru/
2	Ticketbis	США	https://www.stubhub.ru/
3	CTS Eventim	Европа	http://www.parter.ru/

И на мировом уровне, и в России только малая часть сервисов работает на вторичном рынке.

4. Продажи в криптовалюте

Новым видом распределенной базы данных во всем мире становится технология блокчейн. Она выводит на новый уровень защиты и конфиденциальности транзакционные данные — в том числе, и в индустрии зрелищных мероприятий.

Например, блокчейн уже находит применение в спортивной отрасли. Microsoft запустил платформу BraveLog на Тайване. Пока технология позволяет демонстрировать онлайн-результаты (как для тренеров, так и зрителей — через сайт) и анализировать статистику выступлений. В ближайшем будущем при помощи блокчейн-технологий будет организован также и процесс продажи билетов.

Появление блокчейна в России сделает прозрачными и защищенными все транзакционные действия в индустрии зрелищных событий и культурных мероприятий.

Кроме того, развивается канал оплат посредством криптовалюты.

Перспективы этой технологии в отрасли очень высоки. Использование стабильной унифицированной расчетной единицы, с помощью которой можно рассчитываться с контрагентами по всему миру, позволит сократить потери на обменных операциях, что важно для российского бизнеса.

Компания MovieTickets, занимающаяся онлайн-продажей билетов в кинотеатры в США, еще в 2015 году интегрировала биткоин. С помощью криптовалюты можно купить билет на любой фильм в каждом из 985 кинотеатров на территории страны, используя сайт MovieTickets.com

Планирует продажи билетов в криптовалюте сайт [Blocktix](#). Остальные игроки этот способ оплаты пока не используют (Табл. 4.1.)

Таблица 4.1. Способы оплаты, помимо банковской карты, используемые в онлайн-сервисах по продаже билетов на мероприятия

№	Название	Страна	криптовалюта	PayPal	электронные деньги
1	CTS Eventim	Европа	нет	нет	+
2	Ticketmaster Entertainment	США	нет	нет	нет
3	StubHub	США	нет	+	нет
4	Ticketbis	США	нет	+	нет
5	Bigtree Entertainment	Африка	нет	нет	нет
6	Cineplex	Канада	нет	+	нет
7	MovieTickets.com	США	+	нет	+
8	VOX Cinemas	ОАЭ	нет	нет	нет
9	Damai	Китай	нет	нет	нет

10	RazorGator	США	нет	нет	нет
11	Kyazoonga	Индия	нет	+	нет
12	Blocktix	США	+		
13	Concert.ru	Россия	нет	нет	+
14	Parter.ru	Россия	нет	нет	нет
15	TicketForEvent	Россия	нет	+	+
16	Нанобилет	Россия	нет	нет	+
17	Bileter.ru	Россия	нет	+	+
18	Kassir.ru	Россия	нет	нет	нет
19	Radario.ru	Россия	нет	нет	нет

5. Выводы

До сих пор основная часть билетов на мероприятия продается офлайн. Это говорит о том, что у рынка онлайн-продаж есть огромный потенциал. Ожидание от рынка основано на преимуществе заказа билетов онлайн, заключающееся в удобстве, экономии времени и денег.

Распространение интернета и проникновение смартфонов в каждую часть повседневной жизни имеет решающее значение в направлении развития рынка.

Ожидается увеличение доли заказов через смартфоны по сравнению со стационарными компьютерами и ноутбуками. На данном этапе развития рынка инвесторы охотно вкладывают средства в мобильные приложения, разглядев хорошие возможности и перспективы, которые открыты на этой нише.

Предполагается, что участники рынка будут активно развивать направление перепродажи билетов, так как видят в нем большой потенциал.

Со временем появится возможность интегрировать билетные системы со страницами в социальных сетях, что сделает онлайн-покупки еще ближе, проще и удобнее.

Растет и доверие к билетным сервисам. Также интернет дает ту возможность, которой зачастую нет при покупке билетов в кассах: увидеть схему зала и выбрать место, наиболее подходящее по цене и расположению относительно сцены.

«Прогресс берет свое, – заметила эксперт TimePad Анна Лесных в интервью Российской газете, – и безналичные платежи получают широкое распространение, люди привыкают покупать билеты в кино, театры, концерты и даже музеи в сети. Так что с каждым годом оборот бумажных билетов будет снижаться, но вряд ли они исчезнут совсем».

Билетная платформа Tickets Cloud провела опрос участников российского билетного рынка и назвала основные тренды его развития.

По итогам опроса были выделены следующие тенденции:

- переход к концепции единого билетного поля (по аналогии с рынком продажи авиа- и ж/д-билетов);
- объединение первичного (от организаторов и дистрибьюторов) и вторичного рынка (перекупщики);
- развитие m-commerce с использованием мобильных приложений, ботов мессенджеров и соцсетей (Telegram и Facebook).

Следование рынка за основными трендами позволит:

- организаторам мероприятий получать дополнительные средства — продажи билетов вырастут;
- перекупщикам выйти из тени и продавать билеты онлайн на одних площадках вместе с первичным рынком;
- зрителям получать доступ к полному пулу билетов благодаря разрешению проблемы квотирования.

Потребителю важен комфорт и простота, а значит, у рынка есть большой потенциал для развития.