ВУЗ

**ДОКЛАД**

**на тему:**

Спекуляция билетами на спортивные мероприятия (в театры и др.) и методы борьбы с ними

Выполнил студент гр. .........

Иванов Иван

Москва, 2019г.

Содержание

[Введение 3](#_Toc25232886)

[Спекуляция билетами на спортивные мероприятия (в театры и др.) и методы борьбы с ними 4](#_Toc25232887)

[Выводы 9](#_Toc25232888)

[Список использованных источников 10](#_Toc25232889)

# Введение

тиккенговый билетный бизнес перекупщик

На сегодняшний день проблема со спекулянтами, которые покупают билеты раньше зрителей, есть во всем мире. С времен появления театра, зрелищ, которые требуют оплаты, возникли и спекулянты. И наверняка каждому из нас хоть раз в жизни приходилось спрашивать «лишний билетик» на концерт любимого исполнителя, хоккейный или футбольный матч.

Одной из наиболее актуальных проблем современного билетного бизнеса, получившего наименование тиккетинга (от англ. ticket - билет) является спекуляция входными билетами. В экономической лексике спекуляция - это прибыль, которая образуется из-за разницы между ценой покупки и продажи.

В основном на сегодняшний день билетные спекулянты работают на концертах, спортивных мероприятиях, театрах. Главная особенность в том, что они получают прибыль на самых раскрученных мероприятиях. Дело в том, что, на многих спектаклях, спортивных матчах, трибуны бывают пустыми. И порой театры сами бывают заинтересованы в том, чтобы привлечь к себе побольше зрителей. В таких случаях спекулянтам надеяться не начто. А что касается спортивных матчей высокого уровня, прежде всего, таких как футбол, или игры сборной, то здесь, как правило, появляется ажиотаж. Именно на таких рынках и работают спекулянты. Также их можно заметить и на концертах больших знаменитостей. Например, в Москве за год проходит около 15 концертов того уровня, где билеты можно продать по 5-кратной, даже по 8-кратной цене. Такая же ситуация наблюдается и с театрами. Так, на пользующемся огромной популярностью театральном фестивале «Театральная маска», спекулянты имеют неплохой доход.

Итак, цель работы - рассмотреть современное состояние спекуляции билетами на спортивные мероприятия (в театры и др.) и методы борьбы с ними.

# Спекуляция билетами на спортивные мероприятия (в театры и др.) и методы борьбы с ними

Проблема со спекулянтами театральных билетов существует во всех более или менее знаменитых театрах. Обычно через официальные кассы и интернет-кассы бывает трудно достать билеты. На сайтах же частных компаний, которые выходят по запросу с помощью поисковой строки, билеты в театры есть всегда, причем продаются они в два, а порой и в три раза выше стоимости начальной цены. Например, в Московский государственный театр «Ленком» билет на таком сайте можно приобрести за 6-7 тысяч рублей, а на спектакль «№ 13» МХТ - уже за 15 тысяч рублей.

Борьба со спекуляцией начинает практиковаться лишь крупными театрами, которые реформируют собственную систему управления. Например, в последние годы, твердую политику в этой области ведет Большой театр и Мариинский театр. В последнее время, после открытия Большого театра из-за реконструкции, продажа билетов втридорога приобрела небывалые размеры. Так, просто стало невозможным купить билет по официальной цене, которая указана на официальном сайте самого театра.

Руководство Большого театра решило, что с 28 ноября 2011 года продажа билетов на постановки будет производиться только лицам, предъявившим удостоверение личности, то есть паспорта. Паспорт также нужно будет предъявлять и в день спектакля билетерам, которые должны будут сверять данные указанные на билете и в паспорте.

Иначе говоря, вот таким образом, дирекция Большого театра решило бороться со спекулянтами. Отныне билет в Большой театр будет именным. И даже если принятые меры не пресекут отрицательное явление, то, в любом случае, его заметно уменьшит. Тем самым устранит безосновательные обвинения в адрес Большого театра в высоких ценах на билеты. Но рассмотренная выше ситуация является лишь полумерой. В данном случае необходимо обновлять законы, брать пример с Европы.

Например, в Польше законодательные власти очень зорко следят за рынком спекуляции с билетами, так незаконно реализованные или перепроданные билеты напросто запрещаются ко входу. Так, в 2011 году на концерт известной группы Rammstein лишь два билета, были приобретены с рук спекулянтов.

Дирекция Мариинского театра продает билеты через свои кассы и интернет-портал. Кроме того, театр практически в 2-5 раза повысил цены на билеты. И следует отметить, что внедренная схема себя оправдывает, динамика продаж не падает.

Проблема перекупщиков билетов существовала всегда, а вернее, соответствует возрасту всех крупнейших театров. В России эта проблема существовала и до революции. Перекупщиков пытались уличать полицейские, но те все равно находили свои пути, например, подкупали билетных кассиров. Не менее злободневно проблема с перекупщиками билетов стояла и при советской власти, даже несмотря на то, что в Уголовном кодексе была статья за спекуляции. Великое множество спекулянтов билетами было в Москве в 60-70-е годы ХХ века.

В Европе, Америке спекуляция билетами также развита. Например, в Нью-Йорке существует специальный сквер, в котором в любое время возможно приобрести билеты на любые постановки. Здесь же устраиваются торги, а стоимость билета зависит от времени, которое остается до начала спектакля.

Иная ситуация прослеживается на рынке продажи билетов на спортивные мероприятия. Можно предположить, что спекуляция на спортивные мероприятия превратилась в хороший бизнес совсем недавно, во второй половине 20 века, когда спортивные мероприятия стали по-настоящему известными.

Всегда находятся люди, которые скупают в массовом порядке билеты, для того, чтобы потом продать их болельщикам по высоким ценам. Так, спекулянты реализовывают заранее выкупленные билеты всем желающим, лишь после того, как ажиотаж спроса достигнет своей вершины, и при это делая хорошие деньги.

Если же интерес к спортивному мероприятию возникает за несколько минут до его начала, спекулянты, как правило, производят снижение стоимости до уровня номинала, а порой даже ниже.

Бывали случаи когда исправлялись даты в билетах. Причем это делалось по-разному - от подделки до грубого перечеркивания настоящей даты и вписывания другой с припиской: «Исправленному верить».

Если лет 20 назад такая ситуация преследовалась Уголовным кодексом как «спекуляция» со всеми вытекающими из этого юридическими выводами, то в настоящее время перепродажа билетов с целью наживы не входит в область зрения государства.

Можно вспомнить, как перед началом футбольного чемпионата Европы, одна из фирм основательно занялась «предварительной продажей» билетов на ЕВРО-2004 по демпинговым ценам. При наступлении же матча руководство фирмы исчезло, при этом прихватив десятки тысяч евро .

В настоящее время борьба организаторов соревнований с перекупщиками билетов ведется по следующим направлениям:

* с помощью реализации малого количества билетов в одни руки. Так, если спекулянт будет покупать единовременно 2-3 билета, то он будет повторять эту операцию многократно, и потеряет кучу времени. В итоге наибольшее число приобретенных билетов составляет всего несколько десятков, что в существенной степени ограничивает действия спекулянтов;
* реализация билетов стала персонифицироваться, то есть вестись по личным документам (с вписанием на билете имени и фамилии владельца). Такое решение позволит ограничить действия спекулянтов билетами, однако в тоже время увеличит время на оформление билетов. А такая ситуация в часы ажиотажного спроса может привести к серьезным проблемам с болельщиками;
* с помощью перевода билетов в электронный вид. Так, современные цифровые технологии дают на это право, и организаторы билетного бизнеса могут преобразовать права на визит спортивного события в невещественную субстанцию - например, в магнитные либо электрические импульсы, которые считываются только с помощью специального устройства. Например, футбольный клуб «Кëльн» (Германия) купил всем членам своего фан-клуба электронные сезонные билеты в формесмарт-карт, которые были созданы по технологии Mifare от Филиппс. Смарт-карты и билеты в электронном виде на футбольные матчи в настоящее время продаются для болельщиков «Реала» (Мадрид) и клуба «ПСВ Эйндховен»(Голландия), которым владеет корпорация Филлипс. И, как показала практика, современные электронные билеты, являются надежными и обеспечивают скорый проход на стадион.

В настоящее время Филлипс и ряд других известных компаний работают над тем, что создают различные версии билетов на один раз. Планируется, что новые технологии в области тиккенга можно будет интегрировать в сотовые телефоны и применять мобильные телефоны заменяя бесконтактные карты.

Особенные случаи имеют место в тиккетинге при проведении крупных спортивных мероприятий, которые связанны с выездом за рубеж. Так, болельщикам, которые желают присутствовать на Олимпиаде, на матче Лиги чемпионов, чемпионате мира и Европы, и других состязаниях высокого уровня, необходим не просто билет на стадион. Им требуется полный комплекс услуг - оформление въездных виз, бронирование мест в отелях, покупка билетов на транспорт, медицинское страхование..

При продаже сложных билетных программ билетные компании вводят к своему бизнесу турагентства, страховые учреждения и финансово-кредитные институты, службы паспортно-визового контроля, авиационных, наземных и морских перевозчиков.

Можно отметить, что современный тиккенговый бизнес является довольно сложным и рискованным видом коммерческой деятельности, который требует специальных знаний, а также высокой квалификации работников. Понятно, что командам или спортклубам, или же отдельному спортсмену, самостоятельно заняться билетным бизнесом просто не представляется возможным. И поэтому эксклюзивные права на реализацию билетов реализуются специализированным билетным компаниям, которые имеют соответствующее оборудование, а также инфраструктуру и ресурсы Интернета.

# Выводы

Взаключение хочется отметить, что борьба со спекулянтами ведется всегда, точнее все то время, сколько они существуют. И, по моему мнению, проблема с перекупщиками билетов как была, так и есть. Вести борьбу с ними должны органы правопорядка. Рост стоимости билетов, или реализация именных билетов, продажа их только через кассы самого театра - все это не решит проблемы, а лишь привнесет лишние трудности для тех, кто в самом деле хочет попасть в театр. И на мой взгляд, у этой проблемы есть лишь одно верное решение: спрос рождает предложение, и как только зритель сам перестанет покупать билеты «с рук», так сразу и исчезнут спекулянты билетов.

# Список использованных источников

1. Долгин А.Б. Экономика символического обмена - Изд. 2-е, доп. Москва, 2007. - 367с.
2. Зарудный П. Стадион для своих. Почему билетные спекулянты пока непобедимы // Российская газета. - 2010. - №3728.
3. Галкин В. Билетный бизнес в спорте // <http://vadim-galkin.ru>.
4. Сухов С. Как бороться с билетными спекулянтами? // <http://www.govoritmoskva.ru>