

УДК 338.51

**ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА
БИЛЕТОВ НА СПОРТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ**

Terentьев А.Е.,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления в сфере физической культуры и спорта

Уральский Федеральный Университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина,

Екатеринбург, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются институциональные аспекты регулирования вторичного рынка билетов на спортивные мероприятия, уделяется внимание особенностям развития вторичного рынка и проблеме спекуляций. Анализируются механизмы институционализации отношений для организации стихийных рынков, выявляются преимущества экономических методов воздействия и роль современных ИТ-технологий в трансформации рынка. Приведен опыт России и международные тенденции, даны предложения по совершенствованию регулирования с целью повышения прозрачности и эффективности билетных операций. Статья предназначена для исследователей, экономистов и управленцев, интересующихся вопросами спортивной экономики и институционального развития.

Ключевые слова: спортивные мероприятия, институт, вторичный рынок билетов, спекуляция, цифровые платформы

**INSTITUTIONAL ASPECTS OF REGULATION OF THE MARKET OF
TICKETS FOR SPORTS EVENTS**

Terentyev A.E.,

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Management in the Field of Physical Culture and Sports,

*Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin,
Yekaterinburg, Russia*

Annotation. The article discusses the institutional aspects of the regulation of the secondary market of tickets for sports events, pays attention to the features of the development of the secondary market and the problem of speculation. The mechanisms of institutionalization of relations for the organization of spontaneous markets are analyzed, the advantages of economic methods of influence and the role of modern IT technologies in the transformation of the market are revealed. regulation in order to increase the transparency and efficiency of ticket operations. The article is intended for researchers, economists and managers interested in sports economics and institutional development.

Keywords: sports events, institute, secondary ticket market, speculation, digital platforms

Рынок билетов на спортивные мероприятия представляет собой динамично развивающийся сектор сферы услуг, в котором традиционные инструменты ценообразования далеко не всегда оказываются эффективными. Повышенный спрос на отдельные матчи и соревнования способствует возникновению вторичного рынка, где билеты перепродаются по ценам, значительно превышающим их номинальную стоимость [1,2]. В условиях глобализации и цифровизации проблема регулирования таких стихийных рынков приобретает особую актуальность, требуя не только репрессивных, но и встроенных в механизм обмена экономически обоснованных решений. Значимость институционального регулирования в данном случае определяется необходимостью балансировать интересы организаторов спортивных мероприятий и зрителей, обеспечивая прозрачность и доступность мероприятия для болельщиков.

Билеты на спортивные события являются специфическим продуктом, который сочетает в себе материальную и нематериальную ценность, предоставляют доступ к уникальным эмоциям и опыту, что порождает неравномерный и зачастую ажиотажный спрос. В ряде случаев отдельные зрители готовы платить суммы, в разы превышающие номинал билета, что приводит к дефициту и формированию вторичного рынка [3]. Развитие цифровых технологий превратило рынок билетов из локального в национальный, а в некоторых случаях и в глобальный. Основными игроками вторичного рынка стали частные спекулянты, работающие через крупные онлайн-платформы, такие как Viagogo и StubHub, а также профессиональные перекупщики, действующие через специализированные каналы и сообщества в интернете.

Исторически спекуляция билетами существовала даже в условиях строгого контроля за неофициальными денежными отношениями. С переходом к рыночным отношениям масштабы вторичного рынка существенно возросли. Репрессивные меры, такие как штрафы и блокировка перепродаж, привели к миграции продавцов в интернет и развитию закрытых сообществ. Отсутствие эффективных и прозрачных механизмов возврата и перепродажи билетов стимулирует дальнейший рост стихийного рынка и увеличивает риски для конечных потребителей, включая возможность мошенничества и дискриминацию региональных покупателей [4,5].

Институционализация отношений на рынке билетов подразумевает формирование правил, регламентированных процедур, регулирующих покупку, продажу и перепродажу билетов. По нашему мнению ключевые черты формирования институциональных условий на вторичном рынке билетов должны включать:

- создание прозрачного механизма передачи прав на билет, например через регистрацию уникального кода билета в специальной регионстрационной системе,

- формирование экономических стимулов для добросовестных приобретателей билетов, не перепродающих его, например, возврат части средств покупателю,
- применение динамического ценообразования в случае массовой скупки билетов или блокировка такого рода сделок.

Примером частичной институционализации можно считать внедрение «Карты болельщика» и развитие официальных приложений для покупки и передачи билетов [6,7]. Однако на практике данные меры пока не полностью реализуют потенциал идентификации и контроля за движением билетов, что оставляет пространство для неофициальных схем.

Переход от репрессивных к экономическим методам регулирования вторичного рынка билетов рассматривается как перспективное направление. Одним из решений является внедрение биржевых платформ, позволяющих владельцам билетов реализовывать их по текущей рыночной цене, а не только по номиналу. Такие механизмы способствуют снижению спекулятивных доходов, увеличивают предложение на вторичном рынке и обеспечивают большую прозрачность операций. В современных условиях биржевые методы могут быть интегрированы в официальные цифровые сервисы, такие как приложение «Госуслуги Карта болельщика», что позволит снизить административные издержки и повысить доверие участников рынка [8].

В России институционализация регулирования рынка билетов идет с опозданием по сравнению с ведущими мировыми практиками. Несмотря на проведение крупных международных спортивных событий, устойчивых институтов, способных эффективно контролировать вторичный рынок, пока не сформировано. Международный опыт показывает, что успешное регулирование возможно при сочетании цифровых платформ, прозрачных правил возврата и перепродажи билетов, а также участии независимых операторов, способных гарантировать честность и безопасность сделок. В условиях глобализации и роста онлайн-операций российский рынок Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

сталкивается с вызовами, связанными с необходимостью интеграции современных технологий и экономических стимулов для всех участников.

Перспективы институционального регулирования рынка билетов на спортивные мероприятия связаны с дальнейшим развитием цифровых платформ, внедрением биржевых механизмов и переходом к экономическим методам воздействия на вторичный рынок. Эффективная институционализация позволит обеспечить прозрачность, снизить риски для потребителей и повысить доходность для организаторов, способствуя развитию отрасли в условиях глобальной конкуренции и цифровизации. Для успешной реализации указанных мер необходим комплексный подход, включающий законодательные изменения, технологические инновации и активное взаимодействие всех заинтересованных сторон.

Библиографический список

1. Иванов П. В., Солнцев И. В. Динамическое ценообразование билетных программ спортивного мероприятия: пример ЗАО "ФК Зенит" //Российский журнал менеджмента. – 2014. – Т. 12. – №. 4. – С. 79-98.
2. Логинов С. В., Манин С. А. Современные проблемы вторичного рынка билетов на спортивные соревнования //Научный вестник Крыма. – 2024. – №. 1 (47). – С. 6.
3. Прокопенко Т. И., Агеев А. В., Резенькова Н. В. Коммерческие аспекты проведения спортивных соревнований //Наука. Инновации. Технологии. – 2008. – №. 6. – С. 144-151.
4. Логинов С. В., Кучер Н. С. Проблемы установления эталонной цены билетов на спортивные мероприятия //Известия Тульского государственного университета. Физическая культура. Спорт. – 2024. – №. 10. – С. 105-113.
5. Решетников А. М. Методы продажи билетов на спортивные мероприятия //Modern Science. – 2020. – №. 1-1. – С. 87-90.

6. Логинов С.В., Эргашев С.К. Ценообразование на вторичном рынке билетов на спортивные мероприятия под влиянием «эффекта владения» // Вестник спортивной науки. 2025. № 4. С. 56-61.
7. Логинов С.В., Манин С.А., Кучер Н.С. Влияние "Карты болельщика" на изменение гендерно-возрастного состава зрителей футбольных матчей российской премьер-лиги // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. 2023. Т. 18. № 4. С. 180-188.
8. Логинов С.В., Гиматов Е.П. Влияние процессов цифровизации на посещаемость футбольных матчей российской премьер-лиги // Наука и спорт: современные тенденции. 2024. Т. 12. № 3 (46). С. 264-270.

Оригинальность 78%