

Текст: Дария Гылымжанкызы

БИЗНЕС НА БИЛЕТАХ

Через пять лет через систему *Ticketon.kz* будет покупаться каждый четвертый билет



АНДРЕЙ ПУНИН

Все гениальное – просто. Планировать отдых заранее удобно, поскольку в кино или театр идешь не один, и если есть возможность купить билеты заранее, не выходя из дома, то это куда лучше, чем заранее мчаться за билетами через весь город. Еще в 2000 году на форуме ЦТ кем-то высказывалась мысль об онлайн-покупке билетов в развлекательные места. Но так ли просто воплотить в жизнь бизнес-план такого проекта? Сервисы онлайн-покупки билетов уже давно и успешно развиваются как на Западе, так и в России. В Казахстане этот рынок лишь складывается, и в отношении кино его формирует проект Ticketon.kz.

Идея проекта принадлежит Алексею Ли и Дмитрию Ботанову, предложившим рынку продавать кинобилеты онлайн посредством веб-, мобильных приложений и платежных терминалов. Система оплаты довольно проста: клиент покупает билеты на сайте, оплачивает карточкой или через терминалы и получает билеты в виде SMS на мобильный телефон, после чего обменивает их на обычные билеты в кассе. Также есть вариант бескассового входа.

В принципе, уже много команд и энтузиастов пытались запустить подобный сервис в Казахстане. Но Ticketon.kz – первая единая система онлайн-продажи билетов в кинотеатрах со своими показателями, о запуске которой официально было объявлено в конце мая 2012 года. Сейчас Ticketon.kz является отдельной независимой компанией с собственным офисом, целями, задачами и финансовыми показателями. На 1 января 2013 года с системой работают 11 кинотеатров в трех городах Казахстана, один театр и несколько

крупных концертных залов. По итогам января сервис вышел на уровень 6,5 тыс. билетов в месяц и оборот в 8,5 млн тенге.

Первичная команда формировалась на базе веб-студии «Глатис». У партнеров были неудачные попытки запуска схожего проекта. «Но в 2012 году мы изменили подход, объединили усилия, и у нас получилось», – поделился Алексей Ли. Серьезную поддержку, по его словам, оказали все партнеры, поверив в этот проект. Сильно помог стартап-акселератор Business Labs (проект Руслана Егембаева и Константина Горожанкина), в рамках которого менторы из Казахстана, России и зарубежья делились опытом и давали ценные практические советы. «Именно мотивация и консультационная помощь дали возможность проекту пойти вперед и не упасть лицом в грязь перед потенциальными клиентами», – подчеркивает Алексей Ли.

По первоначальному бизнес-плану для реализации проекта требовалось от \$250–350 тыс., и при этом поиск инвестора осуществлялся на миноритарную долю. «Как оказалось, в Казахстане подавляющее большинство инвесторов не соглашались на долю менее 51%, и пока не понимают, что в ИТ-стартапах, забирая большую долю у команды, можно убить мотивацию. До тех пор пока у нас не было основных инвестиций в требуемом размере, мы смогли найти и задействовать около \$75 тыс.», – отметил Алексей Ли.

Основного инвестора искали разными способами – и выступлениями на профильных конференциях, и через знакомых, не забывая при этом развивать бизнес. «Многие находили нас сами, проявляли интерес после публикаций в СМИ, – рассказывает Ли. – Было проведено 18 встреч с самыми различными инвестгруппами. В итоге инвестиции пришли с неожиданной стороны – от человека, с которым пересекался всего пару раз по бизнесу около трех лет назад. Мы ему скинули ссылку на мой пост в блоге о Ticketon.kz, он вспомнил меня и заинтересовал инвесторов, выступив инициатором сделки».

Сумма инвестиций составила около \$300 тыс. на первый период, с возможностью привлекать дополнительные средства при необходимости. Также изрядно помог проекту smart money – дополнительные ценности со стороны инвестора,

которые помогают вывести проект на новый уровень и дают определенную базу для того, чтобы встать на ноги. «Due diligence длился около трех месяцев параллельно с переговорным процессом и согласованием нюансов сделки. Первый транш получили в ноябре 2012 года, не дожидаясь финализации сделки. Последующие транши выделяются в соответствии с совместно утвержденным бизнес-планом», – рассказал Алексей Ли.

Поскольку бизнес низкомаржинальный, потребуется около двух лет, чтобы инвесторы смогли вернуть вложенные деньги. Но, по словам разработчиков, инвесторы не гонятся за «коротким рублем», а нацелены на построение успешной компании в долгосрочной перспективе.

Если говорить об операционнойкупаемости, то, по словам Алексея Ли, ее можно добиться уже в следующем месяце, начав сильно экономить. Однако после привлечения инвестиций лучше сосредоточиться на активном развитии, дальнейшем поиске инноваций. Команда должна чувствовать себя комфортно в финансовом плане. Поэтому на операционную самоокупаемость сервис начнет выходить к осени 2013 года.

В ближайшем будущем разработчики планируют запустить систему на казахском и английском языках, запланирован выход на регионы Казахстана и в страны Центральной Азии. Что касается Астаны и Алматы – в ближайшее время будут подключены новые театры, увеличено количество партнеров-кинотеатров, а также более широко охвачены концерты и иные мероприятия.

По словам создателей проекта, менталитет наших людей таков, что сейчас еще не все готовы покупать билеты онлайн. Но всему свое время. «Сейчас, когда люди, покупающие билеты традиционным способом, видят клиентов, купивших билеты заранее через Ticketon.kz, они проявляют интерес и задают вопросы, и со временем они тоже оценят преимущества такого способа покупки. Через пять лет казахстанцы уже настолько привыкнут к этому сервису, что он станет необходимым», – подчеркивает Алексей Ли. При этом разработчики полагают, что к тому времени каждый четвертый билет будет покупаться через такую систему. ■

8,5

МЛН ТЕНГЕ
СОСТАВЛЯЕТ
ОБОРОТ
СЕРВИСА
ПО ИТОГАМ
ЯНВАРЯ
2013 ГОДА

\$350

ТЫС.
ТРЕБОВАЛОСЬ
ДЛЯ
РЕАЛИЗАЦИИ
ПРОЕКТА
ПО ПЕРВО-
НАЧАЛЬНОМУ
БИЗНЕС-
ПЛАНУ