

گفت و گو با مدیرعامل موسسه سینماشهر

آی تیکت، قرار نیست جای سامانه‌های قبلی را بگیرد

سمیه خاتونی
گفت و گو

به سمت خیابان مقتدح جنوبی، که بروید در یکی از کوچه‌های همان حوالی به ساختمانی قدیمی و بازسازی شده زبانی روبه‌رو می‌شوید که داخل آن بخشی از خاطرات تلخ و شیرین سینمای ایران رقم خورده است. از «مغول‌ها» و «غریبه و مه» و «باغ سنگی» گرفته تا «اجاره نشین‌ها» و «کتابی ملنگا» و «شاید وقتی دیگر» و «تا مرهم» و «سعادت آباد» که مراحل فنی خود را در این ساختمان که پیش از این لابراتوار فیلم‌سازی بود، طی کرده‌اند. ساختمانی که از سال ۱۳۴۶، به عنوان لابراتوار ظهور و چاپ تأسیس شد و بخش عمده فعالیت آن از بدو تأسیس تا اواخر دهه ۱۳۵۰، ظهور و چاپ فیلم‌های تبلیغاتی بود؛ اما از دهه ۱۳۶۰ به یکی از اصلی‌ترین لابراتوارهای ظهور و چاپ فیلم‌های سینمایی تبدیل شد و خاطرات بیش از ۳۷۰ فیلم سینمای ایران را قبل از این که برای مخاطب سینما حاضر ه‌ساز شوند، در دل خود محفوظ نگه داشته است. این لابراتوار که نقش مهمی در سینمای ایران داشته است در اوایل سال ۱۳۹۳ به دلیل دیجیتالی شدن صنعت سینما تعطیل شد و پایا سازی توسط موسسه سینماشهر به عنوان محل جدید این موسسه و مرکز پشتیبانی سینماهای کشور به بهره‌برداری رسید و بخشی از لابراتوارهای فیلم که سیر تحول و تاریخچه این صنعت را نشان می‌دهد در این ساختمان به عنوان موزه صنعت لابراتوار فیلم نگهداری می‌شود. در واقع موسسه سینماشهر، با خرید لابراتوار فیلم‌سازی، مکان این شرکت قدیمی که بخش مهمی از فیلم‌های تاریخ سینمای ایران در آن تولید شده است را حفظ کرد.

موسسه سینماشهر، هم‌زمان با پیشرفت تکنولوژی و لزوم به‌روزرسانی سیستم‌های نمایش فیلم در کشور و همچنین برنامری مدیریتی سینما برای ساماندهی به سالن‌های سینما در سراسر ایران و بازسازی و تجهیز سالن‌های سینما به عنوان مولی‌تأمین تجهیزات اکران، فعالیت خود را آغاز کرد. یکی از مهم‌ترین برنامه‌هایی که از سوی این موسسه در سینماها مورد توجه قرار گرفت می‌توان به راه‌اندازی سیستم فروش بلیت به صورت مکانیزه اشاره کرد. از دیگر برنامه‌ها و اهداف آن نیز می‌توان به حمایت از ساخت سینماهای جدید، حمایت از بازسازی سینماهای قدیمی، کمک به ایجاد سالن استاندارد دبرای بررسی کیفیت فنی آثار سینمایی، حمایت از ارتقای وضعیت نمایش سینماهای فعال، حمایت از آماده‌سازی و اکران فیلم‌های سینمایی، کمک به نصب و استقرار سیستم‌های مگنیزد و فروش بلیط در سینماها، کمک به تبدیل سالن‌های فرهنگستان‌ها به سالن سینما، حمایت از نگهداری و تأمین قطعات یدکی، لامپ پروژکتور و... سینماها، حمایت از احداث پردیس‌های سینمایی امید در شهرهای فاقد سالن سینما و حمایت از استاندارد سازی و روزآمدسازی تجهیزات مراکز لابراتواری و استودیوهای سینمایی (تسهیلات) اشاره کرد. موسسه سینماشهر، در مجموع این فعالیت‌ها تلاش می‌کند تا عدالت در شیوه نمایش فیلم‌ها در سراسر کشور رعایت شود و همچنین امکانات اکران آثار، بنابه‌مطالبه و خواست سالن‌های سینما در شهرهای مختلف فراهم شود. این موسسه در اقدام جدید و حمایتی خود از سینمای ایران، اخیراً از سامانه جدید فروش بلیتی با عنوان آی تیکت، رونمایی کرده است. سامانه جدیدی که در کنار سه سامانه دیگر بلیت‌های سینمای کشور را می‌فروشد. اما مزیت اصلی این سایت چیست؟ به همین بهانه خبرنگار صبا، بار بیس هیئت مدیره و مدیرعامل موسسه سینماشهر، هاشم میرزاخانی به گفت‌وگو نشسته است.

و عدم سوددهی اقتصادی مناسب برای این اپ‌ها از نظر هزینه کرد، مقرون به صرفه نمی‌باشد یعنی نمی‌شود از سوپر اپ‌ها توقع داشت، با آن حجم از گردش مالی سنگین، فروش و پشتیبانی بلیت فروش سینمای ایران را در زیر مجموعه خود بپذیرند.

از طرف دیگر کل فروش اینترنتی بلیط امسال سینماهای کشور زیر ۶ میلیارد تومان درآمد داشته است این گردش مالی در سامانه‌ها آنقدر کم است که حتی برای جذب ترافیک و اجاره سرور و... هم توجیه اقتصادی ندارد. عملاً در حال حاضر سامانه‌های بلیت فروش سینما در ایران در قامت یک فعالیت اقتصادی نیست، که کسی بخواهد برای درآمدزایی از آن برنامه‌ای داشته باشد، به همین منظور سینماشهر که به دنبال راهکاری برای رسیدن به توسعه فروش سینماها بوده به فکر دسترسی دادن به اپ‌ها و تجمیع حساب‌های آن در یک مجموعه شد که سرانجام منجر به راه‌اندازی آی تیکت، گردید. از زمان استقرار دولت سیزدهم تعداد سالن‌های سینمای کشور از ۶۲۰ سالن به ۷۲۰ سالن فعال در کشور رسیده است و تا پایان سال هم قرار است ۱۵۰ سالن دیگر به این تعداد اضافه شود. یعنی در مجموع ۸۷۰ سالن فعال در کشور ایجاد می‌شود در این مدت تعداد سالن‌های سینمایی ایران حدود ۲۵ درصد افزایش پیدا کرده است که عدد بسیار چشمگیری است. در اینجا دغدغه ما این است که این تعداد صنعتی که اضافه می‌شود، بدون فروش و با ضریب اشغال

فروش بلیط هم نتوانسته‌اند همه سینماها را زیر مجموعه خود کنند، که این امر ناشی از عدم توافق آنها با مالکان و سینماداران بود. بخشی از سینماها زیر مجموعه حوزه هنری بودند و بخشی زیر مجموعه ارگانی دیگر، و این تناقضات منجر به عدم تعامل بین سامانه‌های جدید و همه سینماهای کشور بود و در نهایت کل سهم بازاری که توانستند پوشش دهند، زیر ۸ درصد شد. پس می‌توان گفت نتوانسته‌اند به توسعه فروش در سینما کمک کنند.

مهم‌ترین هدف ایجاد سامانه بلیت‌فروشی افزایش ضریب اشغال در سینما است، که متأسفانه سینمای ایران علی‌رغم آن نتوانست ضریب اشغال را بالا ببرد، یعنی بازار بزرگ شده بود، اما مشتری در کار نبود. از ابتدای حضور بنده در موسسه سینماشهر، برنامه‌ای بود که بتوانیم بازار فروش سینمای ایران را توسعه بدهیم، و برای این منظور باید سراغ مراکز می‌رفتم که در حوزه آی تی، مشتری‌های خوب و ثابتی دارند، اپلیکیشن‌های بزرگی که کاربران زیادی آنها را نصب کرده‌اند؛ مانند روبیکا، اسنپ، آپ، تاپ، آی‌گپ و ای‌ی‌پی و... اپلیکیشن‌هایی که مردم به وسیله آنها کارهای روزمره خود را انجام می‌دهند و مدام در تعاملات روزمره خود به آنها رجوع می‌کنند، اما مشکل اینجاست که حوزه سینما مانند بلیت‌فروشی و استخر و... نبود، و مشکلات خاص به خودش را داشت که رغبت این سوپر اپلیکیشن را برای ورود به این حوزه پایین می‌آورد و از طرفی با توجه به حجم تراکنش‌های بالای آنها

در ابتدا، تاریخچه‌ای از سیر فروش اینترنتی بلیط سینما در ایران بگویند؟

همانطور که می‌دانید سینما تیکت، که با حمایت موسسه سینماشهر، راه‌اندازی شده بود، تا اواخر سال ۱۳۹۸ تنها سامانه فروش بلیط در ایران بود، که به بخش خصوصی واگذار شد و در حال حاضر نیز در حال فعالیت است. بعد از آن، در سال ۱۳۹۸ سامانه سمفا، راه‌اندازی شد، سمفا، علاوه بر نظارت فروش اینترنتی بلیط سینما، تجمیع اطلاعات فروش کشور و سانس‌های اکران را نیز به عهده داشت و اسباب ایجاد نظم و قابلیت رسیدگی مالی برای صاحبان آثار سینما داران را ایجاد کرد. با این اتفاق بعضی از سینما داران خواستار عدم انحصاری شدن فروش بلیط اینترنتی در سینما شدند، که در طی آن حوزه هنری و بخش خصوصی شروع به فعالیت و سامانه‌های جدیدی را، اضافه کردند. هم اکنون، دو سال است که این سامانه‌ها هم در حال فعالیت هستند.

سامانه آی تیکت، با چه طرح‌ریزی اولیه‌ای شروع به کار کرد؟

همان‌گونه که مطلع هستید سینمای ایران از عدم رونق و چرخه اقتصادی به دلیل عدم حضور مخاطب رنج می‌برد و ما هر چقدر در توسعه بستر فروش فعالیت کنیم کم است. سامانه‌های جدید فعال