

فاز اول پروژه درس تحلیل و طراحی سیستم ها

استاد درس: جناب آقای دکتر بشیری

دستیار آموزشی: جناب آقای باباییان

دانشگاه صنعتی همدان

موضوع ارائه: بررسی استارت آپ سینماتیکت

نام گروه: M51

اعضاء گروه:

ملیکا محسنی پور

محمد رضا ثمودی

محمد رضا رخشانی

محمد سینا یونسی

فهرست

۲.....	فهرست.....
۳.....	معرفی اعضاء گروه.....
۴.....	مقدمه.....
۵.....	اولین بنیان گذار سینما تیکت.....
۶.....	تاریخچه خانواده ترکیان.....
۷.....	همکاری علی اصغر ترکیان با بنیاد سینمایی فارابی.....
۸.....	گیشه.....
۱۰.....	وضعیت فعلی سینما تیکت.....
۱۱.....	مشکلات پیش رو سینما تیکت.....
۱۲.....	درآمد سینما تیکت.....
۱۳.....	امتیاز های در نظر گرفته شده برای مشتریان سینما تیکت.....
۱۵.....	چشم انداز های سینما تیکت.....
۱۶.....	لینک ویدیو آپلود شده در آپارات.....

معرفی اعضای گروه

محمدرضا ثمودی :

متولد ۳ مرداد سال ۱۳۷۸ - دانشجوی ترم ۵ کامپیوتر - متخصص طراحی وب - علاقمند به حوزه ی شبکه

فرهاد یونسی :

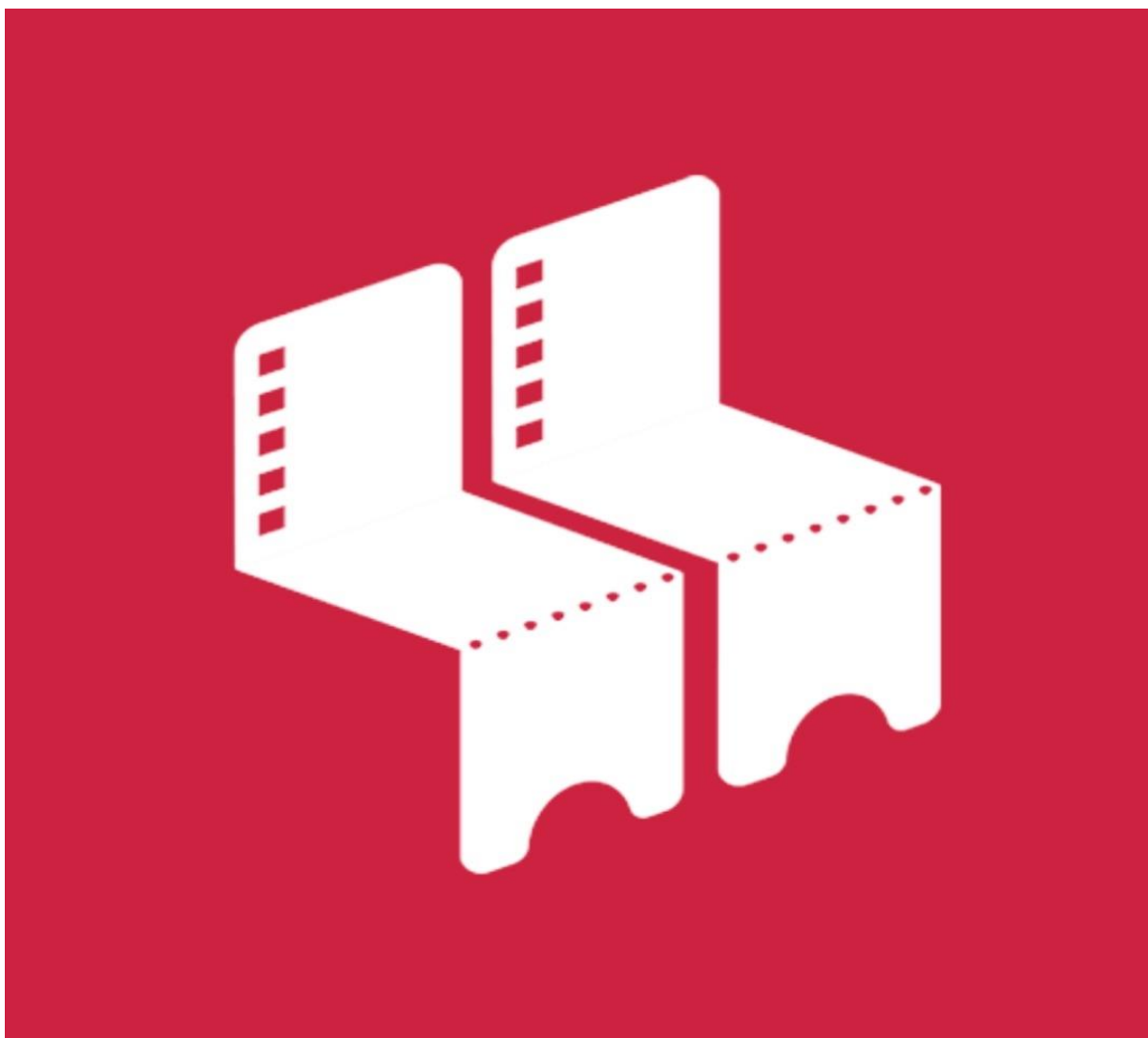
متولد ۱۹ خرداد سال ۱۳۷۹ - دانشجوی ترم ۵ کامپیوتر - تقریبا مسلط به طراحی وب - علاقمند به مفاهیم بلاکچین

محمدرضا رخشانی :

متولد ۳۰ خرداد سال ۱۳۷۹ - دانشجوی ترم ۵ کامپیوتر - علاقمند به برنامه نویسی و گرافیک

ملیکا محسنی پور :

متولد ۱۳ مرداد سال ۱۳۷۹ - دانشجوی ترم ۵ کامپیوتر - علاقمند به طراحی وب



مقدمه :

در حال حاضر سایت سینماتیکت که با ۴ نفر کار خود را سال ۱۳۹۰ شروع کرد یک تیم ۳۵ نفره از متخصصان مختلف دارد و از بازار بیش از ۲۰۰ میلیاردی فروش بلیت سینما در ایران، سهم ۴۰ درصدی در کل کشور و ۶۰ درصدی را در تهران به خود اختصاص داده است.



اولین بنیان گذار سینما تیکت :

علی اصغر ترکیان متولد ۱۳۵۲ در تهران است. او بنیان گذار و رئیس هیئت مدیره بزرگ ترین استارت آپ و سایت فروش بلیت اینترنتی فیلم سینمایی و تئاتر است.

نخستین کسی است که به فکر راه اندازی سایتی برای فروش بلیت فرهنگی به صورت آنلاین افتاد و خلاقیتش چنان جواب داد که با گذشت ۸ سال روزانه هزاران مشتری دارد که بلیت سینما یا تئاترشان را از سایت او خریداری می کنند.

تاریخچه خانواده ترکیان:

ترکیان در خانواده‌ای مرفه بزرگ شده و اصالتی کاشانی دارند. پدرش از قدیمی‌های صنعت فرش کاشان است و همیشه مشوق او برای پیشرفت در کار و تحصیل بوده است. او دانش‌آموخته مهندسی برق با گرایش مخابرات از دانشگاه تهران تا مقطع کارشناسی ارشد است.

در مصاحبه‌ای گفته است: «دانشگاه هم که می‌رفتم و رشته تحصیلی‌ام برق بود، به کامپیوتر علاقه بیشتری داشتم و در زمان دانشجویی برای بنیاد سینمایی فارابی نرم‌افزار طراحی می‌کردم. مثلاً در همان سال‌های دانشجویی برای فروش بلیت حضوری جشنواره فجر، نرم‌افزاری به نام «انبار» نوشته بودم که آنلاین نبود و به صورت حضوری باید بلیت خریداری می‌شد. همین علاقه‌مندی موجب شد که به سمت راه‌اندازی سینماتیکت سوق داده شوم.»



همکاری علی اصغر ترکیان با بنیاد سینمایی فارابی :



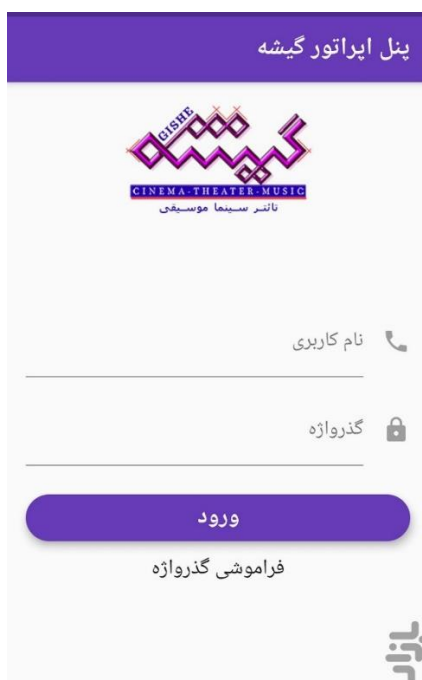
ایده راه‌اندازی استارت‌آپ و سایت سینماتیکت در سال ۱۳۹۰ به ذهن ترکیان رسید و الان کسب و کارش بیش از ۸ سال سابقه فعالیت دارد. البته او پیش از راه‌اندازی سینماتیکت به واسطه کار کردن در بنیاد سینمایی فارابی با جهان سینما و فیلم آشنایی بسیاری داشت و از سال ۱۳۸۰ برنامه‌نویس و طراح سایت بنیاد سینمایی فارابی بود.

علاوه بر این در تعداد زیادی از سازمان‌ها و مؤسسات فعال حوزه سینما کار کرده است و نرم‌افزارها و سایت‌های مختلفی برای آن‌ها طراحی کرده است.

گیشه :

یکی از موفق ترین کارهایش پیش از راه اندازی سینماتیکت تولید نرم افزار « گیشه » در سال های ۱۳۸۵، ۱۳۸۶ بوده است.

این نرم افزار امکان فروش مکانیزه بلیت را با کمک دستگاه هایی در سینماها فراهم می کرد و اثر بسیاری در سرعت بخشیدن به صدور بلیت در سینماها گذاشت و در واقع فروش بلیت را کامپیوتری کرد.



ترکیان این کار را به سفارش موسسه سینماشهر که در زمینه تجهیز و نگهداری سالن های سینما فعال است تولید و اجرا کرد و تقریباً در تمامی سالن های سینما هم اکنون از این دستگاه ها و نرم افزار استفاده می شود.

البته برای نصب این دستگاه ها در سینماها مقاومت بسیاری از سوی سینما داران سنتی وجود داشته است.

علی اصغر ترکیان گفته است: «سینما دارها هم مانند بسیاری از کسب و کارهای دیگری که در بدنه سنتی یا غیر آنلاین کشور فعالیت می کنند، در ابتدا در مقابل پذیرش سیستمی که موجب می شد فروش بلیت سینما مکانیزه شود، مقاومت می کردند.

سینما داران آی تی من و اهل تکنولوژی های مدرن نبودند و راضی کردنشان به استفاده از این نرم افزار برای فروش مکانیزه بلیت فیلم ها، برای ما اصلاً کار آسانی نبود.

در واقع همین تقابل هایی که طی یکی، دو سال اخیر بین بخش های سنتی بازار و استارت آپ ها وجود داشته، در آن زمان بین ما و سینما داران و سایر بازیگران این حوزه هم وجود داشت.»



چالش های تفکر سنتی در مقابل مدرن نه تنها در نرم افزار گیشه بلکه در راه اندازی سایت سینماتیکت هم علی اصغر ترکیان را در گیر کرد.

خود او به نشریه شنبه گفته است: «بارها گفته اند که پرونده شما را می بندیم یا دائماً می شنویم که می گویند سینماتیکت باید مال ما می بود و چرا نیست؟!»

ما با مشکلاتی مانند جناح‌بندی‌بودن سینما، عدم پذیرش تیم‌های جوان و خلاق از طرف بدنه سنتی و قدیمی سینما، تعداد کم سالن‌های سینمایی در ایران، استقبال اندک مردم ایران از سینما رفتن، قیمت ثابت بلیت‌ها و عدم اجازه برای ارائه تخفیف به مشتریان و سایر کارهایی که می‌توان برای بیشتر شدن سهم و بزرگ‌تر کردن بازار انجام داد هم روبه‌رو هستیم.»



وضعیت فعلی سینما تیکت :

در حال حاضر سایت سینماتیکت که با ۴ نفر کار خود را سال ۱۳۹۰ شروع کرد یک تیم ۳۵ نفره از متخصصان مختلف دارد و از بازار بیش از ۲۰۰ میلیاردی فروش بلیت سینما در ایران، سهم ۴۰ درصدی در کل کشور و ۶۰ درصدی را در تهران به خود اختصاص داده است و این یعنی یک موفقیت شگفت‌انگیز.

در واقع سهم سینماتیکت از فروش بلیت در سال در کشور ۸۰ میلیارد تومان از بازار فروش بلیت بوده است که از این رقم ۲ تا ۳ درصد را به عنوان کارمزد دریافت می‌کند.

این استارت‌آپ همچنین توانسته نظم را در بازار خرید و فروش بلیت سینماها ایجاد کند تا جایی که چند سال است فروش بلیت جشنواره فیلم فجر هم برعهده سینماتیکت گذاشته شده و شرایط گذشته فروش بلیت جشنواره سروسامان گرفته است.

مشکلات پیش رو سینما تیکت:

او برای ترغیب سینماها به فروش آنلاین بلیت به دفتر سینماهای مختلف می‌رفت و روند فروش آنلاین را برایشان توضیح می‌دادم، اما خیلی‌ها زیر بار نمی‌رفتند و به نوعی برنامه او را پس می‌زدند.

بعد از مذاکرات زیادی که با چندین سینما داشت، در نهایت مدیریت سینما آزادی که از دانش روز آگاه بود، قبول کرد که فروش بلیت این سینما به صورت آنلاین انجام شود؛ یعنی کار سینماتیکت از سینما آزادی شروع شد.



علی اصغر ترکیان گفته است در ابتدای کار که به دنبال جذب سینماها بوده‌اند هیچ کارمزدی از سینماها برای فروش آنلاین دریافت نمی‌کرده‌اند و همه چیز رایگان بوده است و حتی ترکیان بخشی از درآمد شرکت طراحی وب سایت خود به نام فناوران هترا را هم در سینماتیکت سرمایه گذاری می‌کرده است.

درآمد سینما تیکت :

اما آن روزهای سخت پشت سر گذاشته شده و در حال حاضر درآمد اصلی سینماتیکت از کارمزد فروش بلیت کسب می شود.

خود او گفته است: «ما کارمزد می گیریم؛ یعنی براساس قیمت بلیت، درصدی را به عنوان کارمزد دریافت می کنیم، بین ۲ تا ۳ درصد. در حالی که در حوزه تئاتر و موسیقی که قیمت بلیت هایشان چندین برابر سینماست، این کارمزد تا ۵ درصد است. اما همین الان هم سینماداران این کارمزد ۲ تا ۳ درصدی را زیاد می دانند.»

نکته جالب این است که همچنان تعداد زیادی از سینماهای کشور به خصوص سینماهای قدیمی با مدیریت سنتی هستند که علاقه ای به فروش آنلاین بلیت ندارند و هم اکنون حدود ۶۰ درصد سینماهای کشور با این استارت آپ همکاری دارند یعنی از ۳۳۰ سینما در کشور حدود ۲۰۰ سینما با سینماتیکت همکاری دارند و از طریق این سایت فروش آنلاین انجام می دهند.



علاوه بر کارمزد بخش دیگری از درآمد سینماتیکت از تبلیغاتی که در وب سایت آن منتشر می شود کسب می شود که ۸۰ درصد باکس های تبلیغاتی را آگهی های خود فیلم ها تشکیل می دهند.

امتیاز های در نظر گرفته شده برای مشتریان سینما تیکت :

با وجود اینکه قیمت بلیت سینماها ثابت است و علی اصغر ترکیان و دوستانش در سینما تیکت نمی توانند قیمت ها را تغییر دهند، آن ها با راه اندازی باشگاه مشتریان تلاش می کنند تا خود افراد را به خرید از این سیستم تشویق کنند و در این بین مشوق هایی هم در نظر می گیرند.

خود ترکیان سال گذشته در مصاحبه ای گفت: «در سینما تیکت ۶۰۰ هزار عضو ثبت نام شده داریم که برای این افراد از سود خودمان امتیاز هایی در نظر می گیریم.



هر نفری که عضو می شود، به ازای هر هزار تومان خرید، یک امتیاز دریافت می کند. این

امتیازها که جمع می شود، دو حالت ایجاد می شود؛

مشتریان می توانند با امتیازاتشان کوپن تخفیف برای خرید بلیت سینما دریافت کنند یا اینکه از محصولات و خدمات بیش از ۵۰ کسب و کار آنلاین که با آنها ارتباط داریم و کد تخفیف رد و بدل می کنیم، استفاده کنند.

مثلاً کد تخفیف فیلیمو، دیجی استایل و... دریافت می کنند، اما همه این تخفیف ها را ما از سود خودمان می پردازیم.

بنابراین اگر قیمت رقابتی در مورد بلیت های سینما وجود داشت، قطعاً اوضاع بهتری ایجاد می شد چون بازار رقابتی می شد.»

او همچنین گفته است: «چون در ایران، مسئول بخش بلیت تنها سینما دار نیست و بخش های مختلفی در این حوزه دخیل هستند، موجب شده تا سر یک قیمت به توافق برسند. و گرنه اگر دست ما را باز بگذارند، سینماتیکت این قابلیت را دارد که ضریب اشغال یک سالن سینمایی را از مثلاً ۲۰ درصد به ۴۰ درصد برساند، به شرطی که بتوانیم روی قیمت بلیت، تخفیف بدهیم.



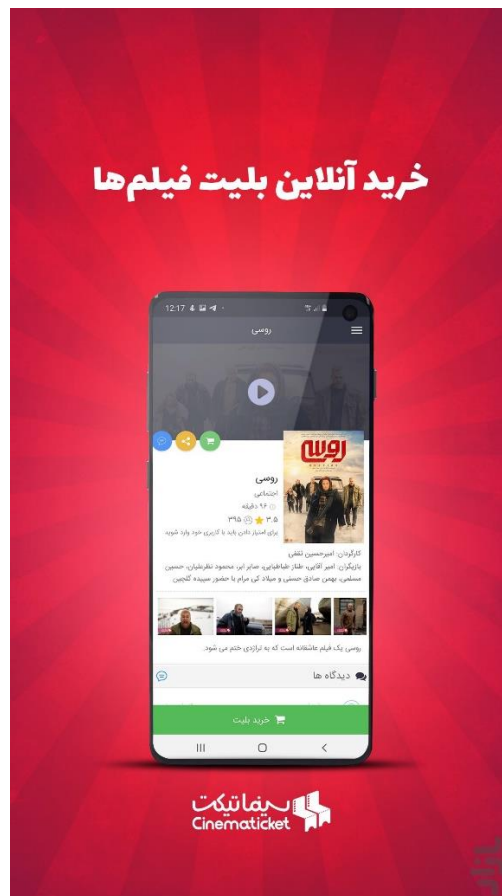
سینماتیکت

۳۰۰۰ تومان تخفیف
در اولین خرید بلیط

www.cinematicticket.org

اما بازیگران عرصه اکران از ترس اینکه درصدی از حق و حقوق ها کم و زیاد شود، اجازه بازی کردن با قیمت بلیت را به ما نمی دهند. اما در کشورهای دیگر، مدل های مختلفی برای تعیین قیمت بلیت سینما وجود دارد.»

چشم انداز های سینما تیکت :



البته هدف گذاری ترکیان برای استارت آپ سینماتیکت و خودش تنها ادامه همین مسیر فروش بلیت نیست و خودش گفته: «از بلیت فروشی صرف، عبور خواهیم کرد و می خواهیم که مستقیماً در حوزه اکران وارد شویم،

یعنی علاوه بر درصد کارمزدی که الان از فروش بلیت دریافت می کنیم، درصد سینمادار یا سالن دار هم به سینماتیکت می رسد و درآمدمان افزایش می یابد.

ضمن اینکه اگر سالن در اختیار خود سینماتیکت باشد، می توانیم با راهکارهای مدرن، ضریب اشغال سالن را بالا ببریم.

به همین دلیل برنامه‌هایی داریم برای اینکه به سمت سالن‌داری برویم. به این صورت که سالن‌های موجود در مجتمع‌های تجاری را تجهیز کنیم و مثلاً چندین سال حق اکران در آن سالن‌ها را داشته باشیم.

البته این کار به سرمایه زیادی نیاز دارد. این استارت‌آپ همیشه یک فروشنده آنلاین بلیت سینما باقی نخواهد ماند و برنامه جدی برای ورود به حوزه سالن‌داری و سینماداری دارد. ضمن اینکه این استارت‌آپ در سال ۹۵ با واگذاری کمتر از ۵۰ درصد از سهامش به شرکت صباایده، جذب سرمایه کرده است.»

بنیان‌گذار سینماتیکت سال گذشته در مصاحبه‌ای گفته بود تاکنون برای خرید سایت سینماتیکت با پیشنهادهای مختلفی روبه‌رو بوده است که معمولاً ارزش سینماتیکت را بین ۲۰ تا ۳۰ میلیارد تومان برآورد کرده‌اند.



لینک ویدیو آپلود شده در آپارات :

<https://aparat.com/v/n0EqI>