

گفت‌وگوی شنبه‌پرس با حسین محسنی هم‌بنیان‌گذار آرتیبیشن درباره ظرفیت‌های بازار آنلاین هنر

14 تیر 1397

فروش آنلاین آثار هنری بازار روبه‌رشدی برای راه‌اندازی استارت‌آپ‌های ارزآور است.



در سال‌هایی که می‌توان آن را دوران تب استارت‌آپ‌های خدماتی و پلتفرم‌های حمل‌ونقل نامید، فعالان اکوسیستم استارت‌آپی کمتر به حوزه‌های دیگر تمایل نشان داده‌اند. اما به نظر می‌رسد کم‌کم بازارهای کمتر شناخته شده هم جذابیت خود را به استارت‌آپی‌ها تحمیل می‌کنند و اقبال به راه‌اندازی استارت‌آپ در این بازارها بیشتر می‌شود. بازار هنر یکی از این بازارهاست. حجم فروش آنلاین آثار هنری در دنیا نشان می‌دهد که این بازار چه حوزه روبه‌رشد و مستعدی است و چقدر می‌توان استارت‌آپ‌های کاربردی و با قابلیت رشد بالا را در این بازار راه‌اندازی کرد. استارت‌آپ آرتیبیشن که پلتفرمی برای فروش آنلاین آثار هنری در ایران است یکی از معدود کسب‌وکارهای آنلاین روبه‌رشد بازار هنر ایران است. استارت‌آپی که با تمرکز بر هنرهای تجسمی و شبکه‌ای از هنرمندان شناخته‌شده و جوان توانسته حتی تا حراج تهران هم نام و نشان خودش را بگستراند. حسین محسنی مهندسی عمران خوانده اما تجربه کار تولید محتوا هم دارد. او که هم‌بنیان‌گذار آرتیبیشن است در یک گفت‌وگو مفصل از جذابیت‌های بازار فروش آنلاین آثار هنری در ایران و جهان و آمار و ارقام آرتیبیشن گفته است. بازاری که به اعتقاد محسنی در این روزهای گرانی دلار می‌تواند ارزآوری بالایی هم برای خریداران و مشتریان خود داشته باشد.

قبل از صحبت درباره استارت‌آپ آرتیبیشن بهتر است از اینجا شروع کنیم که چطور وارد فضای هنر شدید؟

حسین محسنی: ما سال ۹۱ وارد حوزه شبکه‌های اجتماعی شدیم، در سال ۹۳ که کماکان در حوزه سوشیال کار می‌کردیم، فکر کردیم در فضای هنری، جای شبکه‌های اجتماعی خالی است. من همیشه علاقمند به هنرهای تجسمی بودم، مطالعات معماری داشتم و گالری‌گردی می‌کردم. در سال ۹۳ دریافتیم که می‌توانیم یک شبکه اجتماعی هنری داشته باشیم. گالری‌ها و نمونه‌های خارجی را بررسی کردیم. در اواسط این سال به آرتیبیشن رسیدیم و در نمونه‌های مشابه خارجی R&D کردیم. این بهانه‌ای شد تا ارتباط من با بازار هنر و هنر تجسمی و هنرمندان این حوزه بیشتر شود. به دنبال آن علایق هنری من بیشتر شد، به دوره‌های هنری رفتم و مطالعاتم در این حوزه ی اقتصاد هنر بیشتر شد.

“ما” که می‌گویید یعنی هم‌بنیان‌گذار دارید یا با کسی آغاز کردید؟

بله من و دوستانم محمد قندهاری با هم شرکت را تاسیس کردیم ولی در ادامه من بیشتر به هنر ورود کردم و محمد کارهای فنی را انجام می‌داد. آرتیبیشن یکی از پروژه‌های ما شد و تیمی برای آن تشکیل شد و محمد بر پروژه‌های دیگر متمرکز شد.



این شرکت که می‌گویید، چه شرکتی است؟

شرکت «ارتباط‌گستر حال‌وروز» است. با همکاری همراه اول یک شبکه اجتماعی به نام «حال و روز» درست کردیم که بعد به نام گفتاک تغییر کرد. پیام‌رسانی شبیه توئیتر بود. در نهایت بخاطر مباحث نظارت بر محتوای همراه اول که همچنان مشکل داشت، ما CP یا فراهم‌کننده محتوا شدیم ولی چون قرار بود نظارت بر محتوا انجام شود، لانچ نشد. البته اپلیکیشن و وبسایت آن آمد و چند هزار عضو هم گرفت. قرار بود همراه اول آن را به عنوان پیام‌رسان خود معرفی کند. ولی بحث این بود که می‌خواستند آنلین محتوا بگذارند و با پیامک هم می‌شد که در نهایت تبلیغ نشد و پروژه ناتمام ماند.

یعنی پیش از اینکه شرکت به محصول یا خدمات خاصی برسد، متوقف شد؟

ما آن پروژه را رها کردیم. الان اپلیکیشن و سایت آن وجود دارد. ولی نشد که فراهم‌کننده محتوا باشیم و از مجوز آن استفاده کنیم. قرار بود که شبیه توئیتر با پیامک بتوان پست گذاشت و پست دریافت کرد. آن زمان هنوز تلگرام به این شکل نبود و ما چیزی شبیه کانال تلگرام را طراحی کرده بودیم و هرکس صفحه‌ای داشت که دیگران می‌توانستند ببینند. لانچ نشد ولی پله‌ای شد که چند اپلیکیشن و وبسایت برای جاهای دیگر طراحی کنیم که با همان هم دانش‌بنیان شدیم. مثلاً در سال ۹۲ یک پیام‌رسان به نام «پاد» (پایگاه اطلاع‌رسانی دولت) برای نهاد ریاست جمهوری زدیم که اندروید، iOS، وبسایت و امکانی شبیه کانال تلگرام داشت. رییس‌جمهور، وزرا و اعضای دولت می‌توانستند در صفحات خود پست بگذارند و دیگر کاربران در بستر وب و پیامک آن را دریافت می‌کردند. ما آن را تحویل دادیم، کارهایش انجام شد و تسویه مالی هم انجام شد، ولی دولت هنوز این برنامه را راه‌اندازی نکرده است.

بعد شیفت کردید به سمت بازار هنر. جذابیت بازار هنر چه بود که شما به سمت آن رفتید تا کسب‌وکار آنلاینی در این حوزه داشته باشید؟

ما از ابتدا آنلین بودیم. دیدیم کسب‌وکار سنتی عملاً رشد جدی نداشته و فقط داخلی است. در آن زمان حراج هنری تهران تازه برگزار می‌شد و هنوز اینقدر پر سروصدا نشده بود که معلوم شود بازار هنر می‌تواند رقم‌های بالا و قابل ملاحظه‌ای داشته باشد. من تحقیق کردم و متوجه شدم که گالری‌های ما در داخل کشور بازار قابل توجهی دارند و احساس کردم کسب‌وکار آنلین می‌تواند این بازار را تکان دهد. یک موضوع، سنتی ماندن هنر و موضوع دیگر اعداد و ارقام فروش‌های مختلف بود. مثلاً دیدیم که یک حراج، فروش آنلین برگزار کرده است و مشتریان و قیمت‌های آن چند برابر شده است. در نمونه‌های خارجی که هنرمندان ایرانی در آن حضور داشتند هم رقم‌های بالایی جایجا می‌شد. همه این‌ها باعث شد که در بایم که بازار فروش آنلین آثار هنری ایران با توجه به پتانسیل جدی‌ای که در منطقه دارد، بازار خوبی است ولی کمتر شناخته شده و به دلیل مشکلات اقتصادی و سیاسی، هنر نتوانسته است که از ایران خارج شود. به این نتیجه رسیدیم که شاید یک کسب‌وکار آنلین بتواند با فروش آنلین آثار هنری این بازار را از مرز ایران خارج کند.

آرتیبیشن که در سال ۹۳ راه افتاد همین بود یا تغییراتی داشتید؟ ایده اولیه چه بود و الان چه دارید؟

بله، خیلی تغییر کرد. در آغاز هنرمندان یک صفحه داشتند که می‌توانستند برای فروش آنلین آثار هنری خود اقدام کنند و آثار هنری خود را در آن بگذارند. فروشگاه‌هایی بود که هرکس نام کاربری و رمز عبور داشت و می‌توانست آثار خود را وارد کند. در ادامه کیفیت آثار، دآوری روی آثار و صفحه ویژه هنرمندان به آن اضافه شد. پس از آن جاهایی مانند گالری‌ها و حراج‌ها را پیدا کردیم که می‌توانستند مشتری ما باشند. برای این مشتریان هم صفحه ویژه ساختیم. گام بعدی محتوا بود. خریداران آثار هنری و به‌طور کلی فروش آنلین آثار هنری نیازمند اطلاعات هستند تا بتوانند ارزش‌گذاری کنند. خریداران آثار هنری معمولاً فقر دانش دارند. مثلاً هنرمندی اثر خود را یک میلیون تومان می‌فروشد و هنرمند دیگر ۱۰ میلیون تومان. هیچ‌کس هم نمی‌داند اطلاعات و تفاوت‌های این آثار چیست. برای این بخش قسمت بلاگ را جدی گرفتیم و برای آن محتوا تولید و ترجمه کردیم و باز دیدیم فقط فارسی کافی نیست و محتوای انگلیسی هم گذاشتیم. در ادامه متوجه شدیم که نیاز به اپلیکیشن داریم و اپ‌ها را تولید کردیم. دوباره موضوع واقعیت افزوده پیش آمد و یکی از محصولات شرکت ما واقعیت افزوده بود. کوشیدیم واقعیت افزوده را به اپ آرتیبیشن اضافه کنیم که وقتی خریداران روی آثار می‌آیند، اطلاعات آثار هنری هم نمایش داده شود. در بخشی دیگر مجموعه‌داران را اضافه کردیم. چون دریافتیم که اثر فروش‌رفته، می‌تواند توسط مجموعه‌دارها دوباره به بازار برگردد. برای مجموعه‌داران صفحه ویژه درست کردیم که بتوانند اثر خود را آنلین بفروشند و فروش آنلین آثار هنری یک چرخه

ادامه‌دار باشد. این‌ها مواردی بود که به مرور به سایت آرتیبیشن اضافه شد. قسمت هنرمندان چند بخش شد. از جمله هنرمندان تازه‌کار، هنرمندان جوان با آثار دکوراتیو، هنرمندان پخته‌تر و معروف‌تر که چهره‌های جهانی هنر ما هستند و پیشکسوتان یعنی هنرمندان قدیمی که برخی از آن‌ها در گذشته‌اند ولی سیر زندگی هنری و آثارشان به عنوان یک دانشنامه هنر معرفی می‌شود. تحلیل‌های اقتصادی هنر را هم به تازگی اضافه کرده‌ایم. در بخش گالری‌ها اطلاعات و برنامه همه گالری‌ها وجود دارد. در حال حاضر با گالری‌ها قرارداد می‌بندیم که آثار را برای فروش آنلاین در سایت بگذارند. در بلاگ، بجز تحلیل‌های اقتصاد هنر، فیلم‌های مستند هنری تهیه می‌کنیم که دوبله انگلیسی و فارسی دارد و یکی از بخش‌های جدی ما برای رونق دادن به فروش آنلاین آثار هنری در آینده خواهد بود. همچنین در حوزه‌های مختلف هنر وارد شدیم. پیش از این فقط نقاشی و نقاشی‌خط داشتیم ولی الان در همه رشته‌های هنری حضور داریم. مجسمه‌سازی، عکس و حتی چیدمان‌های هنری را افزودیم و به زودی فروش کتاب‌های هنری هم خواهیم داشت.



اگر بخواهیم استارت‌آپی بحث کنیم، مهم‌ترین ارزش پیشنهادی آرتیبیشن چیست؟

یکی از کارهای ویژه‌ای که ما کردیم این است که دسترسی به حدود ۱۹ هزار اثر هنری را با اطلاعات دقیق، ابعاد و دادن تاییدیه اصالت اثر فراهم کردیم. اتفاقی که نه در فروش آنلاین آثار هنری بلکه در بازار هنر ایران پیش از ما وجود نداشت.

در این بازار هنر، دو دغدغه جدی وجود دارد که شاید مخاطب دوست دارد یک استارت‌آپ بتواند آن را حل کند و ارزش پیشنهادی‌اش هم همان باشد. یکی ارزش‌گذاری واقعی آثار هنری است و مهم‌تر از آن، تایید اصالت اثر. بازار هنر در ایران بازار سابقه‌داری نیست. نه تنها فروش آنلاین آثار هنری بلکه به طور کلی خرید و فروش آثار هنری و رویدادهایی مانند حراج تهران جدید هستند. اما استقبال از همین بازار خیلی خوب بوده، هرچند که در جمع محدودی رخ می‌دهد. بازار هنر نیاز دارد که این دو موضوع حل شود. به نظر شما یک پلتفرم استارت‌آپی می‌تواند هم در ارزش‌گذاری واقعی و هم در تایید اصالت اثر ورود و آن‌ها را ساماندهی کند؟ مثلاً درباره اثری ادعا می‌شود که از آن قندریز، احصایی یا عربشاهی است و خریدار باید پول زیادی برای آن بپردازد. اینکه چگونه باید به فروش آنلاین آثار هنری اعتماد کرد یک دغدغه جدی است...

در موضوع ارزش‌گذاری، اتفاقی که رخ می‌دهد این است که پایش مالی هر اثر هنری ثبت می‌شود. الان بسیاری جاها برای ورود به حراج تهران برای رصد آثار هنرمندان جوان به آرتیبیشن مراجعه می‌کنند. بارها پیش آمده است که هنرمندی در یک گالری نمایشگاه گذاشته و بعد تماس گرفته و گفته که من قیمت آثار را بالا برده‌ام و در سایت آن را اصلاح کنید. این نشان می‌دهد که قیمت‌گذاری رصد می‌شود و هنرمند نمی‌تواند در هر جایی قیمت دلخواه خود را بگذارد. سیر نزولی و صعودی قیمت در زمان‌های مختلف در سایت هست. نکته دیگر اینکه پیش از این، در حراج‌ها اثری فروخته می‌شد و کسی اطلاعاتی از آن نداشت. برای بسیاری از هنرمندان مثلاً آقای احصایی در هر جای دنیا که اثری از ایشان فروخته شده، ما رصد و قیمت آن را ثبت کرده‌ایم. مثلاً اگر کسی می‌خواست در همین حراج تهران که به تازگی برگزار شد شرکت کند، در بلاگ ما کل اطلاعات شامل ابعاد، تکنیک، متریکال و... برای آثار ثبت شده و اطلاعات هنرمندان اصیل در آن وجود داشت. لذا در قیمت کاملاً دست خریدار باز است در حالی که قبلاً چنین نبود. ارزشی که ما می‌دهیم، از اطلاعاتی است که در بازار هست. ما قیمت نمی‌گذاریم. سابقه هر هنرمند ارزش اثر را نشان می‌دهد. تنها اینکه ما دیتا را به خوبی گردآوری کردیم و به مخاطب ارائه می‌دهیم. نکته دیگر اصالت‌سنجی است. ما چند دسته داریم. یکی اصالت اثر هنرمندان زنده است. خود هنرمندان عملاً یکی از فروشندگان هستند. از آن‌ها اطلاعات داریم، با آن‌ها قرارداد بسته‌ایم و لذا عملاً تاییدیه را از خود هنرمند می‌گیریم. بخش دیگر آثار هنرمندان در گذشته است. برای این بخش تامین‌کنندگان، گالری‌ها و دیگر هنرمندان هستند. ما از هر یک از آن‌ها تاییدیه می‌گیریم. ما یک گالری فروش آنلاین آثار هنری هستیم که مجوز رسمی از وزارت ارشاد داریم و گالری حقیقی محسوب می‌شویم. لذا تاییدیه ما معتبر است و هم اینکه وزارت ارشاد از قیمت مشخصی بالاتر به ما باید تاییدیه دهد. همچنین از انجمن نقاشان و خوشنویسان هم برای آثار حوزه خودشان تاییدیه می‌گیریم. پس خریدار برای خرید یک اثر درگیر اینهمه مراحل و دغدغه نمی‌شود.

اینطور که من متوجه شدم شما تیم کارشناسی مستقر ندارید.

در یک سطح خاصی داریم. اما چون به صرفه نیست که افرادی که اصالت‌سنجی می‌کنند، همیشه مستقر باشند. ما در سطح اولیه کارشناس داریم و با افرادی که در حوزه تجسمی اصالت‌سنجی می‌کنند، قرارداد داریم. اثر و اطلاعات را می‌فرستیم و تاییدیه می‌گیریم. برای آثار با تاییدیه جدی‌تر نیاز به ارسال اثر به دفتر آرتیبیشن و دعوت از کارشناسان خبره هست که چون نیاز به هزینه بیشتر دارد و برای همیشه به این مهم نیازی نیست به صورت پروژه‌ای بررسی صورت می‌گیرد.

بگذارید فرایند خرید یک اثر از آرتیبیشن را با هم مرور کنیم. آیا رقم خرید از آرتیبیشن سقف و محدودیت دارد؟ مثلاً کسی می‌تواند یک اثر ۳۰۰ میلیون تومانی از هنرمندی چون شیشه‌گران را آنلاین بخرد؟

بله هیچ مشکلی نیست. فرایند اینگونه است که اطلاعات اثر در سایت هست، فرد درخواست خرید می‌دهد، سپس ما موجود

بودن اثر را با هنرمند چک می‌کنیم. در صورت تأیید، لینک پرداخت را به خریدار ارسال می‌کند که در صورت انتخاب پرداخت آنلاین به پرداخت صورت می‌گیرد. سپس خریدار تعیین می‌کند که اثر را چگونه دریافت کند. می‌تواند اثر را از دفتر آرتیشن یا در منزل دریافت کند. هنرمند، اثر را به دفتر آرتیشن می‌فرستد، اصالت و سلامت اثر تأیید می‌شود، تأییدیه صادر می‌کنیم، آن را بسته‌بندی کرده و به مشتری تحویل می‌دهیم. خریدار تا یک هفته هم فرصت دارد که در صورت پشیمانی، اثر را برگرداند. به هنرمندان هم این موضوع را اطلاع داده‌ایم. ممکن است مشتری بخواهد اثر را در منزل تحویل بگیرد. در این صورت پرداخت انجام می‌شود و سپس اثر برای او فرستاده می‌شود. برخی آثار نیاز به چک کردن با هنرمند ندارد و هنرمند اعلام کرده است که این اثر صددرصد موجود است. در این صورت، مرحله چک حذف شده و پروسه خرید سریع‌تر طی می‌شود.



درباره بازار هنر ایران کمی آماری‌تر صحبت کنیم. ما درباره چه بازاری صحبت می‌کنیم؟ کمی درباره عدهای این بازار بگویید.

در بازار هنر اطلاعات خیلی شفاف نیست و گالری‌ها هم خیلی غیرشفاف کار می‌کنند. آمار میزان خرید و فروش و بازار فروش آنلاین آثار هنری زیاد نیست. در حراج تهران که آمار شفافی دارد، فروش قریب به ۶۰ میلیارد مجموع فروش دو حراج در سال است. اما بررسی‌ها نشان می‌دهد رقم بازار هنر تجسمی کشور و گالری‌ها سالانه ۴۰۰ میلیارد تومان در سال، اندازه دارد. جمعیتی که با هنرهای تجسمی در ارتباط هستند، حدود ۷۰۰ هزار نفر و تقریباً یک درصد جمعیت ایران را تشکیل می‌دهند. این افرادی هستند که گالری‌گردی و خرید و فروش کرده و با این حوزه در ارتباط هستند. میانگین قیمت آثار هم بالای یک میلیون تومان است. این بازار ۴۰۰ میلیارد تومانی، رقم خرید و فروشی است که در داخل کشور انجام می‌شود. عمده اتفاقات اصلی هنر ایران، در خارج از کشور رخ می‌دهد. این آمار ۴۰۰ میلیارد هم تقریباً درست به نظر می‌رسد. لازم به ذکر است سالانه این بازار در حال توسعه هست و سرمایه‌گذاران با توجه به سود مادی و جنبه فرهنگی این بازار علاقه بیشتری به این بازار جدید پیدا می‌کنند.

این آمار ۷۰۰ هزار نفر یا حدود یک درصد جمعیت کشور، یک تخمین است؟

بله تخمینی بر اساس مستندات است. مانند اعضای انجمن‌های هنری، افرادی که نشریات مرتبط را می‌خوانند، از گالری‌ها بازدید می‌کنند. این آماری است که حدود سه ماه پیش و هنگام نوشتن نقشه راه به آن رسیدیم.

در میان این آمارها، کدامیک برای یک استارت‌آپ همچون شما جذاب‌تر است؟ ۴۰۰ میلیارد گردش مالی یا ۷۰۰ هزار نفر مخاطب؟

بیش از هر چیز کاربر برای ما مهم است. این ۷۰۰ هزار نفر در حال رشد است و در جامعه، نگاه به هنر و فروش آنلاین آثار هنری در حال تغییر است. ما نگاهی هم به صنایع دستی داشتیم. صنایع دستی پیشینه قوی دارد و به آن توجه زیادی شده است. ولی به هنرهای تجسمی، پیش از این توجه جدی نشده است. نگاه ما این است که جامعه‌ای که صنایع دستی را دوست دارد، می‌تواند به تجسمی هم نزدیک‌تر شود. پس کاربر برای ما ارزشمند است و می‌تواند آمار فروش را به شدت جابجا کند. در صحبتی که با افراد در حراج‌های مختلف داشتم، تصورشان این بود که توسعه بازاری که اتفاق افتاده و ورود سرمایه‌گذاران به این حوزه فعلاً کمتر از ۵ درصد بوده است. بنابراین ۴۰۰ میلیارد تومان عدد کوچکی به نظر می‌رسد. چون تولید ما به ریال و فروش به دلار است. یعنی این آثار خارج از کشور می‌تواند به دلار فروش رود. همین حالا که دلار چند برابر شد، عملاً این عدد می‌تواند از نظر اقتصادی چند برابر شود.

شاید یکی از امتیازات استارت‌آپ شما نسبت به بسیاری دیگر از استارت‌آپ‌های اکوسیستم این است که مشتری استارت‌آپ شما می‌تواند یک اثر هنری را بخرد و اگر برای او ممکن باشد، اثر را در یک حراج خارجی به دلار بفروشد. این شاید جذابیتی باشد که اگر پلتفرم آن وجود داشته باشد، بسیاری را به این بازار بیاورد. شما این امکان را دارید که مثلاً اگر کسی اثری از زنده‌رودی دارد، بتواند آن را به حراج‌های خارجی برساند؟

بله. ما الان به نمایشگاه‌های هنری منطقه مانند آنکارا، بیروت، ابوظبی و... قرارداد داریم تا آثاری که در سایت هست در این حراج‌ها معرفی و شرکت داده شود. ما دو مشکل داریم. یک مشکل این است که برخلاف تصور ما که گمان می‌کنیم هنر ایران بسیار شناخته شده است، هنوز ظرفیت هنر ایران کشف نشده است. مشکل دیگر ارائه است. نهایت اتفاقی که تاکنون رخ داده این است که گالری‌های محدودی به صورت سنتی چند هنرمند خاص را در خارج از کشور مطرح کرده‌اند و نسبت به آن رشد هم داشته‌اند، درحالی که پتانسیل‌ها خیلی بالاتر است. ما در ابتدا در بازارهای سنتی با نمایشگاه‌های هنر منطقه قرارداد خواهیم بست تا هنر ایران بیشتر شناخته شود. قسمت بعد این بود که با پلتفرم‌های آنلاین مشابه خارجی قرارداد بستیم و API به آن‌ها می‌دهیم. مثلاً کسی که اثری در سایت من بگذارد، در ۱۰ پلتفرم مشابه در کشورهای دیگر نمایش داده می‌شود. فرض کنید

پلتفرمی مثل ما در هند، سریلانکا و... است. ما با آنها صحبت کردیم تا به ما فضایی بدهند و API داشته باشیم تا آثار ما آنجا هم نمایش داده و معرفی اثر انجام شود.

الان به قرارداد هم رسیده‌اید؟

بله ما با آرتنت قرارداد بستیم. آرتنت یکی از معتبرترین گالری‌های آنلاین است. آثار برخی هنرمندان ما آنجا هست که می‌تواند در حراج‌های آرتنت شرکت کنند. معرفی هم از همین طریق اتفاق می‌افتد. الان ما به راحتی می‌توانیم به حراجی‌های خارج از کشور آثار بدهیم. یک موضوع، هنرمندان جوان هستند که می‌خواهند به بازار حرفه‌ای هنر در ایران برسند که الان نمی‌توانند. ولی ما این امکان را برای آنها فراهم کردیم. یعنی ما منتخب آثار سایت را به حراج‌ها، آرتفیرها و نمایشگاه‌ها معرفی می‌کنیم. گزیده این آثار را به حراج‌ها و گالری‌های خارج از کشور ارائه می‌کنیم. برای این کار با حراج آنکارا و بیروت قرارداد بسته‌ایم و با ابوظبی در حال عقد قرارداد هستیم. در حراج جدید آرتنت می‌توانیم شرکت کنیم و در دیگر حراج‌های آنلاین و آفلاین می‌توانیم اثر بدهیم.



یکی از دغدغه‌های هر سرمایه‌گذاری که وارد بازار هنر می‌شود، این است که شناخت دقیقی از قیمت‌ها و حجم نهایی بازار داشته باشد و بتواند برای سال‌های آینده پیش‌بینی داشته باشد. ولی در زمینه هنر چیزی علاوه بر این‌ها وجود دارد و آن این است که قیمت روشن و واحدی برای آثار وجود ندارد. این موضوع در بازار هنر شاید یک مزیت است، ولی وقتی به حوزه استارت‌آپ می‌آید، سرمایه‌گذاران و دیگرانی که در کنار شما هستند، سردرگم و نگران شوند که ما کلاً به چه چیزی روبرو هستیم. این بازار در ذات خود یک خاصیت پیش‌بینی‌ناپذیری دارد. مثلاً شما نمایشگاهی برگزار می‌کنید که ممکن است در آن ۵۰ میلیون بفروشید یا شاید ۳۰۰ میلیون بفروشید. ممکن است در یک حراجی فروش یک میلیارد را پیش‌بینی کنید اما ۱۰ میلیارد بفروشید یا کمتر از یک میلیارد بفروشید. یک استارت‌آپ حوزه هنر چگونه می‌تواند این نگرانی را برطرف کند؟ چه تضمین‌ها یا تصویری می‌توان به سرمایه‌گذار یا حتی شتاب‌دهنده داد که این بیزینس را کسب‌وکاری‌تر کند؟

این موضوع دو قسمت دارد. یک قسمت ارزش‌گذاری روی هنر است. این بازار تاکنون سنتی بوده و حالا به سمت شفافیت و آنلاین شدن می‌رود. سرمایه‌گذار این ترس را دارد که برای سرمایه‌گذاری روی آثار یک هنرمند، انتخاب او درست است یا غلط! این موضوع با ارائه داده‌های مستند از فروش‌های قبلی می‌تواند به سرمایه‌گذار دید بدهد که برای خرید آثار هنری، ریسک خرید را بپذیرد یا نپذیرد. بخش دیگر موضوع این است که در گذشته این بازار خیلی شفاف نبود. از کجا بدانیم که رشد دارد، متوقف می‌شود یا نزول می‌کند. دیتایی که تاکنون در هنر ایران و جهان ثبت شده است، نشان می‌دهد که هنر هیچگاه افت مادی نداشته و همیشه رشد دارد. در بدترین حالت شیب رشد کاهش داشته است. یعنی در بدترین شرایط اقتصادی دنیا هم، هنر در کل دنیا رشد فروش داشته است. این نکته مهمی است چراکه وقتی سرمایه‌گذاران حتی خارج از فضای استارت‌آپی وارد آن می‌شوند، به آن‌ها ممکن است گفته می‌شود که مثلاً در کشور ما رکود وجود دارد. ولی در موضوع هنر این رکود خیلی کمتر دیده می‌شود و افراد بیش از گذشته به خرید آثار هنری علاقمند شده‌اند. قبلاً اثری را یک میلیون تومان می‌خریدید و حالا همان اثر را یک میلیون می‌خرید ولی قیمت دلاری آن افزایش پیدا کرده و اگر به دلار بفروشید، ریال و سود بیشتری کسب می‌کنید. این باعث شده که رکود به این بازار راه نداشته باشد. در شرایط بد اقتصادی سرمایه‌گذاران بیشتر علاقمندند که در زمینه هنر سرمایه‌گذاری کنند. چون میزان رشد سرمایه‌شان بیشتر است. اگر بخواهیم از فروش آنلاین آثار هنری در فضای استارت‌آپی صحبت کنیم، باید گفت ما در بازاری هستیم که قیمت‌ها به دلیل نبود یک پلتفرم، تثبیت نشده‌اند. پلتفرم ثبات را ایجاد می‌کند. این موضوع پیش از اسنپ در تاکسی درستی هم وجود داشت. مردم بیشتر با تاکسی رفت‌وآمد می‌کردند و این بی‌ثباتی را بیشتر حس می‌کردند. اما در بازار هنر، مردم کمتر حضور داشتند و قیمت‌ها را چندان حس نمی‌کردند. ولی یک پلتفرم فروش آنلاین آثار هنری می‌تواند جلوی افزایش هیجانی یا کاهش قیمت را بگیرد. هرچند که در هنر کاهش قیمت نداریم. یا افزایش دارد یا ثابت است. این برای سرمایه‌گذار جذاب است که بازاری بکر وجود دارد که جای رشد آن در مقایسه با دیگر بازارها خیلی بیشتر است. یعنی بازار فروش آنلاین آثار هنری چنین ویژگی‌ای دارد.

یکی دیگر از دغدغه‌های سرمایه‌گذاران هنر یا کسانی که می‌خواهند در این حوزه استارت‌آپ بزنند، این است که آیا این حوزه مقیاس‌پذیر است یا نه! به‌ویژه شما که در حوزه هنرهای تجسمی کار می‌کنید، وقتی نمایشگاه دارید، ذهنیت این است که طبقه خاصی از این بازار خرید می‌کنند و همان‌ها هم می‌فروشند و مجموعه‌داران جمعیت زیادی ندارند و دست به دست شدن اثر در قشر کوچکی رخ می‌دهد. این موضوع، اسکیل کردن استارت‌آپ‌های این حوزه را با چالش مواجه می‌کند. این باعث می‌شود که انگیزه برای سرمایه‌گذاری یا راه‌اندازی استارت‌آپ کم شود. چون مقیاس‌پذیری مهم است. آیا این تصویر درست است و اگر درست است امکان اصلاح آن وجود دارد؟ و به چه شکل؟ یعنی آیا می‌توان طبقه متوسط را وارد طیف

مصرف‌کنندگان این بازار کرد و مهم‌تر اینکه فروش آنلاین آثار هنری را برای آن‌ها جذاب کرد؟

مقیاس‌پذیر بودن این بازار پیش از پلتفرم آنلاین، اتفاق نمی‌افتاد. چون قشر محدودی گالری‌گردی و خرید می‌کردند. ولی الان این موضوع با آرتبیشن اتفاق افتاده است. برای مثال ما طرحی با نام هنر برای هدیه راه انداختیم. در آنجا پیشنهاد کردیم که برای هدیه دادن، یک اثر هنری انتخاب کنند تا هم ارزش پولشان حفظ شود، هم رشد قیمت داشته باشد. در واقع یک کالای سرمایه‌ای هدیه دهند. استقبال از این طرح خیلی جدی بود. در آن زمان این هشتگ را افراد و گالری‌های دیگر هم استفاده کردند. مردم متوجه شدند بجز وسایل خانه که از تولیدات کشورهای مختلف می‌خرند، رسماً می‌توانند یک فرهنگ و هنر را توسعه دهند، پس این رفتار گسترش یافت. این بازار علی‌رغم نگاه اولیه، به شدت قابلیت بزرگ شدن دارد و کاملاً مقیاس‌پذیر است. تنها تفاوت آن در فرهنگ است. ما بسیاری از کشورها را در این زمینه بررسی کردیم. وقتی یک ازدواج در خانواده رخ می‌دهد، خانواده می‌تواند به زوج، اثر هنری هدیه دهد. همان کاری که ما با صنایع دستی می‌کنیم. الان نمونه‌هایی از صنایع دستی در همه خانه‌ها هست ولی هنر تجسمی نیست و هنوز ارزش آن شناخته نشده است. ولی کم‌کم در ایران هم این اتفاق می‌افتد. ما در طول سال رقم بالایی کالای مختلف هدیه به هم‌دیگر می‌دهیم. درحالی که با پانصد هزار و حتی صد هزار تومان می‌توانیم یک اثر هنری زیبا مانند یک خط خوب یا نقاشی هدیه دهیم. تفاوت در ذهنیت است. تا زمانی که از دور نگاه می‌کنند، فکر می‌کنند این یک بازار خاص است و افراد خاصی می‌توانند به آن وارد شوند. مثلاً چندی پیش یک مادر برای هدیه به فرزندش، یک تابلوی ۱۵ در ۱۵ را یک میلیون تومان خرید. این اتفاق برای ما خیلی جذاب بود. بجز مردم عادی که برای خانه خود وسیله هنری می‌خرند و به این ترتیب سرمایه‌گذاری می‌کنند، سرمایه‌داران بزرگ هم فهمیدند که می‌توانند در هنر سرمایه‌گذاری‌ای کنند که افت ندارد، ریسک آن کم است، و می‌تواند درآمد دلاری هم برای آن‌ها داشته باشد. به همین دلیل حراج‌هایی مثل حراج تهران با این استقبال مواجه شده است.

شاید عددها و حجم این بازار با توجه به جدید بودن چندان جذاب نباشد. خارج از کشور تا جایی که من می‌دانم، در سال ۲۰۱۷ بازار هنر آنلاین ۴٫۲ میلیارد دلار گردش مالی داشته است. در مقایسه با سال ۲۰۱۳ که ۱٫۵ میلیارد دلار بود، رشد بسیار بالایی هم داشته و در عرض ۴ سال تقریباً ۳ برابر شده است. کمی درباره این بازار صحبت کنیم و اینکه نمونه استارت‌آپ‌هایی همچون آرتبیشن در دنیا چه استارت‌آپ‌هایی هستند؟ چه ارزش‌هایی و چه گردش مالی دارند؟

سخن شما درست است. ما کشورهای منطقه را هم بررسی کردیم و دیدیم که پلتفرم جدی‌ای نداریم. یا با اینکه هنر لبنان و ترکیه جزو هنرهای خوب محسوب می‌شود، ولی نسبت به مقیاسی که در کل دنیا داریم جدی نیستند. اما الان حراج‌های آنلاین برگزار می‌شود و پلتفرم‌های آنلاین به سرعت رشد می‌کنند و سرمایه‌های جدی می‌گیرند. نمونه‌های خارجی فراوانی داریم که رنکینگ جهانی آرتبیشن نسبت به آن‌ها خیلی بهتر است. ولی مثلاً یک استارت‌آپ آمریکایی چند میلیون دلار به عنوان راند یک گرفته بود و رشد کرده بود با اینکه وضعیت فروش آن از ما خیلی پایین‌تر بود. یا مثلاً ebay در حوزه صنایع دستی عدد و رقم‌های جدی داشت که ما نمونه آن را در داخل نداریم. موضوع اساسی، بازار جهانی است. ما در ایران یک تراکنش مالی داریم که در ارتباط با بازار جهانی می‌تواند به شدت رشد کند. اگر بخواهید ارزش و قدرت آن ۴۰۰ میلیارد را بالا ببرید، باید حراج کریستیز در دبی را بررسی کنید و ببینید چه پول‌هایی برای آثار ایرانی پرداخت می‌شود. تازه متوجه می‌شوید که این ۴۰۰ میلیارد تومان شبیه شوخی است. در نمایشگاه هنر ابوظبی هم آثار ایرانی با قیمت‌های بسیار بالا فروخته می‌شود. نشریه هیسکاکس در حوزه هنر آنلاین کار می‌کند. آخرین شماره آن را ترجمه کردیم و در بلاگ آرتبیشن گذاشتیم. در این نشریه کاملاً مشخص است که گردش مالی آثار هنری چه رشدی دارد و فروش سال ۲۰۲۰ را ۹۵۸۰ میلیارد دلار پیش‌بینی کرده است.

بله و در مقایسه سال ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ گفته بود که فروش آثار چندان رشدی نداشت چون بازار به ثبات رسیده است.

بله یکی دیگر گزارش آرت‌تاکتیک است که درباره هنر ایران دارد و در زمینه آنلاین هم صحبت‌هایی می‌کند. اوایل برجام نوشته بود که رشد هنر ایران بسیار بالاست و به آمار حراج تهران اشاره کرده بود. نوشته بود که اگر مبادلات بانکی ایران درست شود، این رشد شکل انفجاری به خود می‌گیرد و مانند نمونه‌های هند و لندن اتفاق بسیار خوبی می‌افتد. مشکل فعلی مسائل سیاسی کشور است که نمی‌دانیم چه اتفاقی خواهد افتاد.

درباره اعداد و ارقام خود آرتبیشن صحبت کنیم. شما چه تعداد اثر هنری در وبسایت آرتبیشن دارید؟

الان بیش از هجده هزار اثری که قابلیت خرید دارند، روی سایت داریم. از این تعداد حدود ۶۰ درصد نقاشی‌خط و نقاشی است. بقیه شامل مجسمه، عکس، خط و گرافیک است.

گران‌ترین اثر آرتبیشن چیست و چه قیمتی دارد؟

ما آثاری از علی اکبر صادقی با قیمت حدود یک میلیارد چهارصد-پانصد میلیون تومان را هم داریم. از آنجا که ممکن است کاربر خواهد در جستجو رنج قیمت را وارد کند و با مشکل مواجه شود، قیمت آن آثار را نگذاشتیم و نوشتیم که قیمت پیشنهاد دهید. چون قیمت برخی از این آثار تا ۲ یا ۳ میلیارد تومان هم می‌رسد.

روش گذاشتن اثر در سایت چیست؟ مجموعه‌دار خودش عکس را آپلود می‌کند و مشخصات آن را می‌گذارد یا روش دیگری دارد؟

هر هنرمند یا مجموعه‌داری که عضو است تصاویر آثار را می‌گذارد یا ما کمک می‌کنیم این کار را بکند. چون برخی هنرمندان با آی‌تی چندان آشنا نیستند. فروش هم با کمک خود هنرمند است. وقتی درخواست می‌آید هنرمند اثر را برای ما می‌فرستد، مراحلی که قبلاً گفتم طی می‌کنیم و به خریدار تحویل می‌دهیم.

قیمت‌گذاری اولیه هم با خود هنرمند است؟

هنرمند قیمت پیشنهادی خود را می‌گوید و ما هم کارشناسی قیمت می‌کنیم. اگر به تفاهم رسیدیم، همان قیمت را می‌گذاریم. اگر هنرمند بیشتر بگوید، نهایتاً ما اثر را بدون قیمت می‌گذاریم تا خریدار پیشنهاد قیمت بدهد. اگر هنرمند قیمت را پذیرفت که اثر فروخته می‌شود. اگر نپذیرفت همچنان می‌ماند. چون اثر متعلق به هنرمند است. ما نمی‌خواهیم نوسان در بازار ایجاد کنیم. قیمت ما بر اساس همان سیستم کارشناسی است که گفتم. ما نگاه می‌کنیم که مثلاً آقای صادقی در حراج تهران، حراج‌های مختلف دنیا و گالری‌ها با چه قیمتی آثار خود را می‌فروشد. حدود قیمت آثار ایشان برای ما مشخص می‌شود و ما طبق آن قیمت‌گذاری می‌کنیم و عمدتاً هنرمندان این قیمت‌ها را می‌پذیرند. گروه‌های دیگر مجموعه‌داران و گالری‌داران هستند. گالری‌داران صفحه دارند و آثار خود را وارد و برنامه نمایشگاه را اعلام می‌کنند و می‌توانند آثار خود را بفروشند.

الان چند عضو دارید؟

بخشی از کاربران ما بازدیدکنندگان هستند. برای بسیاری از افراد عضویت در سایت هنگام خرید اتفاق می‌افتد. مخاطبان اولیه ما کسانی هستند که هنر و بازار هنر را می‌شناسند و لزوماً ممکن است آی‌تی‌من نباشند. در اینستاگرام هم بالای صد و ده هزار فالوئر داریم که اکوسیستم تجسمی آرتیست‌ها را می‌شناسند و اتفاقات را رصد می‌کنند و از جهت بازدید سایت، در الکسا حدود ۳ هزار هستیم که در میان سایت‌های هنری جایگاه بسیار خوبی است. اتفاق خیلی خوبتر، ماندگاری کاربر در وبسایت ماست. الان میانگین ماندگاری هر کاربر در سایت حدود ۲۰ دقیقه است که نشانه گشت‌وگذار جدی و هدفدار است. در ساجی‌آرت که نمونه خارجی ما است، ماندگاری کاربر در سایت حدود ۱۳ دقیقه است. پیش از فیلتر تلگرام، بخشی از کاربران ما هم که آنجا بودند از دست رفتند. در سایت حدود هزار و ۲۰۰ هنرمند دارای اثر، عضو هستند. حدود ۲۵۰ نفر از آن‌ها هنرمندان دارای بازار بالا هستند و مابقی هنرمندان جوان دارای آثار دکوراتیو هستند.

تخمینی دارید از اینکه مجموعه آثار روی آرتیست‌ها چه ارزشی دارند؟ به نظر می‌رسد که ارزش جذابی باشد.

من ارزش کل آثار آرتیست‌ها را تاکنون جمع نکرده‌ام ولی فکر می‌کنم واقعا عدد جذابی باشد. چرا که فقط ارزش آثار هنرمندان پیشکسوت می‌تواند به‌تنهایی به بیش از ۱۰۰ میلیارد برسد.

تاکنون چند اثر در آرتیست‌ها فروخته شده است؟

ما در همین اردیبهشت رکورد زدیم و ۴۰ اثر هنری فروختیم که دارای میانگین قیمت ۱۰ میلیون تومان بودند. در اسفند هم حدود ۳۰ اثر فروختیم که در طرح هنر برای هدیه بود که جا افتادن آن برای ما خیلی ارزش داشت. تا پایان ۹۶ حدود ۷۰۰ میلیون تومان به صورت مستقیم فروختیم. بخشی از فروش هم غیرمستقیم بود. که در سال ۹۷ طبق پیش‌بینی ای که داریم به نظرم رشد قابل ملاحظه‌ای خواهیم داشت. مثلاً با حراجی قرارداد می‌بستیم و آنلاین آن را برگزار می‌کردیم و فقط کمیسیون می‌گرفتیم.

مبلغ کمیسیون چقدر است؟

از هنرمند ۲۵ درصد و از گالری‌دار ۲۰ درصد می‌گیریم. چون به صورت B2B است. یعنی بیزینسی میان ما و گالری‌دار است. این سود با توجه به گالری و زمان نمایشگاه تعیین می‌شود. در زمان نمایشگاه درصد ما پایین‌تر است و پس از نمایشگاه درصد ما بیشتر می‌شود. از هنرمند هم تا یک رقمی ۲۵ درصد می‌گیریم اما هرچه رقم و میزان فروش آثار یک هنرمند بالاتر باشد، درصد پایین‌تر می‌آید.

درباره درصد رشد خود آرتیست‌ها در بازار فروش آنلاین آثار هنری بگویید.

از جهت تعداد درخواست هنرمند، تقریباً درخواست کسانی که می‌خواهند بخشی از هنرمندان آرتیستیشن شوند، رشد دو برابر شده است. سال نخست حدود ۳۰۰ تا ۴۰۰ درخواست بود، سال بعد به ۸۰۰ تا هزار هنرمند رسید. در سال ۹۶ حدود ۳ تا ۴ هزار درخواست هنرمند داشتیم. در همین دو ماه اول سال هم حدود ۵۰ درصد نسبت به سال قبل رشد داشتیم و من گمان می‌کنم امسال درخواست عضویت هنرمندان خیلی بیشتر شود. از جهت درخواست خرید، فروش سال ۹۶ نسبت به سال قبل از آن ۲۰۰ درصد رشد داشت. امسال مجموع این دو سه ماه به مجموع سال‌های گذشته می‌رسد و رقم این مدت به رقم سال‌های پیشین نزدیک می‌شود که رشد خوبی را نشان می‌دهد.

با چه سرمایه‌ای آغاز کردید و تاکنون جذب سرمایه هم داشته‌اید؟

ما با سرمایه شخصی کار را آغاز کردیم. با توجه به اینکه شرکت آی‌تی بودیم، از درآمدها هم برای این پروژه هزینه کردیم. چند بار برای جذب سرمایه گفتگو داشتیم، پس از اینکه در آی‌بریج بارسلون جزو ۵ تیم برتر انتخاب شدیم، مراجعه زیادی برای سرمایه‌گذاری داشتیم. اکنون آرتیستیشن ارزش‌گذاری شده است و فکر می‌کنیم تا چند ماه آینده می‌توانیم جذب سرمایه داشته باشیم و حضور قوی‌تری در بازار فروش آنلاین آثار هنری داشته باشیم.

تاکنون چقدر هزینه کرده‌اید؟

اگر از ابتدای سال ۹۳ بگویم، تقریباً سالی ۲۰۰ میلیون و جمعاً ۶۰۰ میلیون برای آرتیستیشن هزینه کرده‌ایم. بخشی از هزینه برای ساخت پلتفرم بود و جنس بقیه هزینه‌ها، منابع انسانی و هزینه‌های جاری بود. اما هنوز برای مارکتینگ هزینه خاصی نکردیم.



و هنوز به نقطه سر به سر هم نرسیدید.

نه هنوز نرسیدیم.

دوست دارید درباره عدد ارزش‌گذاری بگویید؟ هرچند که این روزها وقتی اعداد ارزش‌گذاری مطرح می‌شود، به دنبال آن دعوا هم هست. ولی بر اساس برآورد خودتان، الان ارزش آرتیستیشن چقدر است؟

در جلسات متفاوتی که ما بودیم، اعداد بالا و پایین یا رنج‌های خیلی بالا و خیلی پایین گفته‌اند. تا ۱۸ میلیارد هم برآورد داشتیم. تصور من این است که در راند اولیه اگر سرمایه‌ای برای مارکتینگ جذب کنیم، آن وقت می‌توانیم ارزش را تثبیت کنیم و به سرمایه‌گذار اطمینان دهیم که آرتیستیشن ارزش واقعی‌اش چقدر است.

درباره چشم‌انداز صحبت کنیم. ما رقمی داریم که تقریباً درست است و می‌گوییم از هر بازاری در ایران حداکثر یک درصد آن تاکنون آنلاین شده است. حالا این میزان در تاکیسی آنلاین شاید بیشتر شده باشد. اگر بر اساس گفته شما ۴۰۰ میلیارد حجم این بازار در کشور باشد، حجم بازار آنلاین در حوزه هنر، رقم کوچکی است. البته اگر در ایران بگیریم و درباره وضع موجود صحبت کنیم. چشم‌انداز شما برای این بازار فروش آنلاین آثار هنری و آرتیستیشن چیست؟ چه میزان از بازار فروش آنلاین آثار هنری را از آن خود می‌کنید؟

نگاه ما به منطقه است. من فکر می‌کنم ۴۰ درصد بازار آنلاین منطقه را می‌توانیم بگیریم. چون در منطقه فضای آنلاین محدود است، پلتفرم آنلاین جدی‌ای وجود ندارد و در بازار منطقه هم طبق همان گزارش آرت‌تاکتیک فقط ۳۵۷ میلیارد دلار حجم حراجی‌هاست که در نیمه سال ۲۰۱۷ این میزان ۲۲۵ میلیارد دلار شده است و در هر سال رشد تقریباً ۲۰ درصدی داشته است، ما فکر می‌کنیم آنچه ما می‌توانیم به آن برسیم، ۴۰ درصد بازار است که عدد بالایی است. همین حالا در کشور خودمان، درصدی که از بازار داریم، عدد چشمگیری است. درخواست‌هایی در منطقه هم داشتیم. از امارات درخواست زیادی برای فروش فروش آنلاین آثار هنری و همکاری داشتیم. ولی یحیی که ما با سرمایه‌گذاران داریم، تراکنش مالی، مالیات، میزان فروش، مسائل ارز و این دست موارد است که این مورد آخر کار را سخت کرده است. منطقه که می‌گویم شامل منطقه منا است. مصر و ترکیه بازار بسیار خوبی برای ما هستند. از این جهت مقصود از منطقه، منطقه منا است.

پیش‌بینی شما از میزان فروش آرتیستیشن در سال ۹۷ چیست؟

پیش‌بینی داریم، ولی بیش از میزان فروش، میزان کاربر و ورود به بازار جهانی برای ما مهم است و تصور می‌کنیم که می‌تواند میزان فروش را بسیار جابجا کند. الان بیشترین توان ما بر تعاملات بین‌المللی متمرکز است تا بتوانیم مشکل ورود ارز به کشور را درست کنیم. چون سودی که بیرون از کشور داریم، بسیار بالاست. چون کمیسیون ما در بازار فروش بین‌الملل بیشتر است. چون ریسک‌ها و روش و هزینه ارسال متفاوت است. این موضوع را با هنرمندان در میان گذاشتیم. اثر هنری معمولی در ایران

اگر یک میلیون تومان باشد، همین اثر خارج از کشور به راحتی دو و نیم برابر است. ما هم به کشورهای زیادی همچون آمریکا، استرالیا، لبنان و امارات فروختیم و با هنرمند تقسیم درآمد کردیم. فکر می‌کنیم که امسال بتوانیم فروش خوبی در خارج از کشور داشته باشیم. تصور من این است که اگر امسال جذب سرمایه داشته باشیم، رکورد ما خیلی بالاتر می‌رود. حدود یک و نیم میلیارد تومان تقریباً. اگر هم سرمایه جذب نکنیم به گمانم فروشمان حدود یک میلیارد تومان خواهد بود. چراکه سرمایه بیشتر برای توسعه بازار است و برای همین میزان فروش بطور فاحشی تغییر نمی‌کند.

شما به دنبال سرمایه‌گذار استارت‌آپی هستید ولی در فضایی هستید که مجموعه‌داران عضو سایت، پول و سرمایه دارند و شاید برای آن‌ها هم جذاب باشد که روی چنین پلتفرمی سرمایه‌گذاری کنند. شاید دو سه میلیارد برای بسیاری از آن‌ها پول زیادی نباشد. تاکنون با آن‌ها هم وارد مذاکره شدید؟

بله شدیم ولی این طیف سنتی هستند. سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌ها تنها نیازمند پولدار بودن فرد نیست. این یک فرهنگ است و نگاه اسمارت‌مانی ندارند. ما حتی به دنبال اسمارت‌مانی خارجی گشتیم. اینجا هم استارت‌آپ خاص است و هم هنر خاص است. برخی استارت‌آپ را می‌فهمند و هنر را نمی‌فهمند، برخی بالعکس هستند. این کمی کار را سخت می‌کند ولی فروش آنلاین آثار هنری بازاری جذاب هم هست از این دید که هرکسی به آن وارد نشده است. ما فکر می‌کنیم سرمایه‌داران سنتی نمی‌توانند سرمایه‌گذار ما باشند. چون بازار استارت‌آپ و هزینه‌کرد استارت‌آپ را نمی‌شناسند. بیشتر سعی کردیم برای سرمایه‌گذاران استارت‌آپی جذابیت بازار فروش آنلاین آثار هنری را معرفی کنیم. آموزش فرهنگ استارت‌آپی به طیف سنتی سخت‌تر است.

استقبال جامعه هنری از شما چگونه بود؟ آیا گالری‌داران شما را به چشم رقیب می‌بینند؟ آن تنش‌های میان اسنپ و آژانس‌داران بود، میان شما پیش نیامد؟ فکر نمی‌کردند اگر کار شما بگیرد، همه آن‌ها را نابود می‌کند؟

اوایل خیلی سخت می‌پذیرفتند یا ما را حساب نمی‌کردند و می‌گفتند مگر می‌شود فروش آنلاین آثار هنری را با موفقیت انجام داد. می‌گفتند اثر حتما باید دیده شود. به مرور فکر کردند بازار جذابی است و به آن توجه کردند. دغدغه‌ای که شما گفتید بود ولی کم بود چون می‌گفتند این یک رقابت است ولی از جایی به بعد وارد شراکت با گالری‌ها شدیم. گالری‌ها کاملاً محلی می‌فروشنند و خودشان دریافتند که نمی‌توانند کار توسعه بازار انجام دهند. یک بازار آنلاین هست که خودشان ندارند ولی می‌تواند به بازار آن کمک کند. بنابراین قراردادهای بسته شد. ولی این تنش در ما هم هست ولی به آن نقطه که مثال زدید نرسیده است. ما امیدواریم بتوانیم اکوسیستم هنر ایران را از فضای گلخانه‌ای خارج کنیم و با صادرات و تبادل فرهنگ و هنر کشورمان در رشد اقتصادی سهم بیشتری از هنر را ایجاد کنیم.

مثال می‌زنید؟

ما یک اثر ۶۰ میلیون تومانی را کاملاً آنلاین فروختیم. پیش از این، کسی فکر نمی‌کرد که این اتفاق ممکن باشد. بسیاری از گالری‌ها آن را باور نمی‌کنند. اگر الان از یک گالری خرید کنید، بگویید برای پرداخت چک می‌پذیرد، اثر را به خانه می‌برم و اگر نخواستیم برمی‌گردانیم و... می‌پذیرند. چون مشتری کلی اثر بالا و پایین می‌کند و در نهایت به سختی پول می‌دهد. چه رسد به اینکه ۶۰ میلیون را آنلاین پردازد، بی‌آنکه اثر را ببیند و آن را به خانه ببرد. یا مشتری از کشوری دیگر اثر چندمیلیونی را بخرد و به ما اعتماد کند، ما اثر را بفرستیم و هیچ مشکلی هم نباشد. ابتدا باورپذیر نبود. سپس تلاش کردند آن را تخریب کنند، آن را غیرحرفه‌ای نشان دهند و حتی برجسب بزنند که به هنر لطمه می‌زند، ذات هنر را زیر سوال می‌برد و غیره. با اینکه به نظر من با این کار آشتی مردم با هنر بیشتر شده است. پیش از این فرد نمی‌دانست که می‌تواند به گالری برود یا نه ولی الان با یک جستجو به گالری می‌رسد و آثار را می‌بیند. بدگویی‌ها خیلی زیاد شد ولی در ادامه وضع بهتر شد و به نظر می‌رسد که بهتر می‌شود. ما هم در ابتدا با گالری‌های موثرتر و شناخته‌شده‌تر آغاز به گفتگو کردیم و به آن‌ها اعتماد دادیم که این بازار برای آن‌ها رقابت ایجاد نمی‌کند. بلکه یک فروش آنلاین آثار هنری یک بازار جدید است. کسی که سنتی خرید می‌کرد، احتمالاً هنوز سنتی خرید می‌کند ولی ما بازار را بزرگ کردیم و توجه دیگران را به بازار هنر جلب کردیم. عمدتاً فهمیدند این کار به نفع آن‌ها است. تفاوت ما با اسنپ در این است که در حوزه ما توسعه بازار اتفاق می‌افتد.

گران‌ترین اثری که فروختید چه چیزی و چند بود؟

گاهی فقط فروش بود و گاهی معاوضه بود. در معاوضه بالای صد میلیون تومان و در فروش آنلاین همان ۶۰ میلیون تومان به صورت کاملاً آنلاین برای خرید یک اثر بود اما مجموع خرید یک کاربر در یک نوبت بیشتر از این مقادارها هم رکورد داشتیم. معاوضه به این صورت است که من یک اثر و شما یک اثر دارید. ما آن را با هم عوض می‌کنیم و پولی جایجا می‌کنیم. چون ممکن است یک اثر ارزشمندتر باشد. در مجموعه‌داری این اتفاق زیاد می‌افتد و ممکن است هر یک از طرفین بخواهند آثار هنرمند خاصی را داشته باشد.

مشتریانی دارید که چند بار از طریق آرتیشن خرید کرده باشند؟

بله زیاد داریم. مشتری‌ای داریم که تاکنون ۳۰ اثر از ما خریده است و خودش دوباره فروخته است. ما مشتریان زیادی داشتیم که آثاری خریدند و دوباره در موقعیت‌های مختلف فروختند و سود کردند.

استارت‌آپ محبوب شما که دوست دارید به جایگاه او در اکوسیستم برسید، چیست؟

در استارت‌آپ‌های داخلی باید فکر کنم. چون یکی دو استارت‌آپ هستند که همیشه مدل آن‌ها را مثال می‌زنیم. از دید تبدیل بازار سنتی به آنلاین من آی‌هوم را می‌پسندم که بازار ملک را آنلاین می‌کند. از جهت ایجاد بازارهای جدید مامان‌پز که بازاری ایجاد کرده است که خانه‌دارها هم می‌توانند وارد آن شوند برای من جذاب است. ما هم دوست داریم کاری کنیم که افراد عادی هم بتوانند مجموعه‌دار شوند و هنرمندان به راحتی آثار خود را نمایش بگذارند و بفروشند.

منبع: شنبه‌پرس خبرگزاری استارت‌آپ ایران