

وضعیت صنعت بازی در ایران

چرا صنعت بازی در ایران پاسخ‌گوی تقاضای کاربران نیست؟



در روزهای اخیر، کافه‌باز گزارش فصلی تابستان ۹۸ را منتشر کرد. در قسمتی از فهرست منتشرشده کافه‌باز به بیشترین کلمات جست‌وجوشده در آن پرداخته شده است. طبق این گزارش، روزانه پنج میلیون کلمه و عبارت در این پلتفرم جست‌وجو می‌شود و کلمه «بازی» در صدر جدول خودنمایی می‌کند؛ آنچنان‌که این کلمه حتی از دو واژه پرجست‌وجوی اینستاگرام و واتس‌اپ نیز بیشتر جست‌وجو شده است. قرارگرفتن عبارت بازی در صدر جدول، با توجه به رشد سال‌های اخیر صنعت بازی در ایران و کم‌وکاستی‌هایی که در آن مشهود است دربردارنده نکات قابل‌تأملی است، نکاتی که به راحتی نمی‌توان از کنار گذشت. کلمه «بازی» در حالی

در صدر جست‌وجوهای کاربران قرار دارد که نام هیچ برندی از بازی‌های موجود یا شرکت‌های سازنده آنها، در ۲۰ کلمه و عبارت پرجست‌وجوی بازار وجود ندارد! درواقع مردم به دنبال کلمه بازی و بازی ماشینی یا بازی جدید دخترا نه هستند. موضوعی به این اهمیت و درعین‌حال متناقض، دربردارنده نشانه‌هایی است که در این گزارش تلاش کردیم نشانه‌ها را دنبال کرده و به یک جمع‌بندی مشخص نزدیک شویم.

تجربه نشان داده کمپوها همیشه دربردارنده تقاضای بیشتری هستند و در این برهه از زمان ظاهراً تقاضا برای بازی‌ها زیاد است و تعداد بازی‌های ایرانی کم و انگشت‌شمار. اما سؤال اینجاست علت تولید کم بازی در ایران چیست؟ صنعت بازی ایران از چه کمپوهایی پیروی می‌کند و حلقه‌های مقفوده این صنعت کدامند؟ برای رسیدن به پاسخ این سؤال به سراغ افراد متخصص فعال در صنعت رفته و با آنها به گفت‌وگو نشستیم.

فقدان دانش فنی برای تولید محتوای باکیفیت

احسان کنگرانی، مدیر بخش بازی در «کافه‌باز»، در رابطه با میزان تقاضا برای صنعت بازی می‌گوید: «در این رابطه تخمین عدد و ارقام خاصی ندارم؛ بازی ویدئویی یک کالای سرگرمی محسوب می‌شود. از آنجایی که بخش‌های مختلفی از جامعه را دربر می‌گیرد، تخمین‌زدن بازار مخاطب بازی در مقایسه با کالاهای کلاسیک سخت‌تر است.

اما در این نکته شکی نیست که میزان تقاضا از عرضه امروز بازار داخلی ما بسیار بالاتر است. برای پاسخ‌گویی به تمام نیازهای بازار بازی لازم است که این صنعت بزرگ‌تر شود و در این زمینه به نقطه‌ای برسیم که از لحاظ کمیت و کیفیت وارد رقابت با بازار جهانی شویم».

به اعتقاد مدیر بخش بازی «کافه‌باز»، سهم رقابت در صنعت بازی کنونی کشور ما صفر است. او در توضیح بیشتر این مبحث می‌گوید: «بازار کنونی بازی‌سازی در ایران به حدی بزرگ است و ظرفیت ورود دارد که بازی‌سازان داخلی رقابتی با هم ندارند. رویکرد باز و روشنفکرانه‌ای در این جامعه حاکم است. به دلیل عدم رقابت، دانش‌ها و آموخته‌ها را به راحتی در اختیار هم قرار می‌دهند. تلاش افراد معدودی که در این زمینه مشغول کارند در راستای رشد در کنار یکدیگر است و تلاش دارند تا زمینه‌ای قوی بسازند؛ زمینه‌ای که صحنه بزرگی برای پاسخ‌گویی به نیازها باشد و قدرت زیادی را دربرگیرد».

کنگرانی با اشاره به این نکته که مشکل اصلی صنعت بازی در ایران فقدان دانش فنی برای تولید محتوای باکیفیت است، اضافه می‌کند: «در این رابطه باید کاری اساسی و زیرساختی به وقوع بپیوندد. این مهم نیز با تربیت نیروی متخصص در نظام آموزش عالی میسر است؛ سیاستی که متأسفانه از طرف بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و وزارت ارشاد مورد توجه قرار نگرفته و سرمایه‌گذاری نشده تا رشدی در آن شکل گیرد».

مدیر بخش بازی «کافه‌باز» با تأکید بر این نکته که باید فکرشده و به شکلی بلندمدت به مبحث آموزش پرداخت، تأکید می‌کند که در ادامه همین روش است که نیروی متخصص تولیدات باکیفیتی را هم به ارمغان می‌آورد. کنگرانی معتقد است حل‌شدن مشکل نیروی متخصص و حرفه‌ای، مسأله‌ای با ورود سرمایه‌گذاران به این حوزه است. او با تأکید بر این نکته که سرمایه‌ر برای رشد این صنعت جزء الزامات می‌داند، تأکید می‌کند: «هر صنعتی برای رسیدن به مرحله بلوغ و تعالی نیازمند جذب سرمایه است. حتی برای ادامه مسیر نیروهای متخصص، ورود افرادی که از لحاظ مالی بتوانند این افراد را ساپورت کنند نکته قابل‌تأملی است».

او با اشاره به این نکته که شکل‌گیری داستان‌های موفقیت و درآمذزایی در حوزه بازی‌سازی می‌تواند یکی از عوامل ترغیب سرمایه‌گذاران به دنیای بازی شود، می‌گوید: «البته درحال‌حاضر هم محصولات داریم که ضمن موفقیت به سود قابل‌توجهی دست پیدا کرده‌اند. ادامه این مسیر می‌تواند زمینه ورود سرمایه‌گذاران را هموارتر کند. طبیعتاً برای رسیدن

به موفقیت نیاز نیست مسیر عجیب‌وغریبی را طی کنیم. زمانی که سرمایه‌گذار از برگشت سرمایه و در ادامه سود اطمینان حاصل کند، جذابیت این حوزه برایش بیشتر شده و خودبه‌خود مسیرش را به این سمت تغییر خواهد داد».

تعامل میان حلقه‌های مختلف ضرورت شکل‌گیری جریان بازی‌سازی است

مسعود حمیدزاده، کارشناس ارشد سرمایه‌گذاری گروه فیروزه، نگاهی متفاوت به ماجرا دارد. حمیدزاده معتقد است نبود نگاه تخصصی و علمی یکی از مهم‌ترین نکاتی است که باعث شده سرمایه‌گذاران از صنعت بازی فاصله داشته باشند. از نگاه حمیدزاده، پیچیدگی‌های مرحله انتشار صنعت بازی در مقایسه با سایر استارت‌آپ‌ها باعث می‌شود ورود سرمایه‌گذاران به این حوزه با تردید همراه باشد. او می‌گوید: «مدت زمانی که برای ساختن، فرایند انتشار و توسعه بازی صرف می‌شود، در مقایسه با سایر اپ‌ها طولانی‌تر است. در نتیجه همین فرایند از صبر بسیاری از سرمایه‌گذاران خارج بوده و منابع لازم را

در اختیار بازی‌سازان قرار نمی‌دهند». کارشناس ارشد سرمایه‌گذاری گروه فیروزه یکی از راه‌های ترغیب سرمایه‌گذاران برای ورود به دنیای بازی را برگزاری رویدادها و آشناسازدن آنها با حلقه‌های متفاوت این حوزه می‌داند و با ارائه مثالی در این زمینه به صحبت‌هایش ادامه می‌دهد و می‌گوید: «می‌توان با برگزاری رویدادهای متفاوت بستری برای آشناسازی سرمایه‌گذاران و تعامل میان آنها و بازی‌سازان را مهیا کرد. بازی‌کردن نقش واسط برای تعامل این دو گروه، می‌تواند نتایج خوبی را دربر داشته باشد. قراردادن

حلقه‌های گمشده در کنار هم باعث می‌شود سرمایه‌گذار شفاف‌تر و صریح‌تر با این داستان روبه‌رو شود، فضا و چالش‌ها را بهتر ببیند و با بررسی بیشتر وارد میدان عمل شود».

بر رنگ‌کردن پتانسیل‌های اکوسیستم

امیرحسین ناطقی، مدیرعامل استودیو «کوئیز آف کینگز»، یکی از پرفروش‌ترین بازی‌ها در کافه‌بازار، مشکل اصلی صنعت بازی را نبود افرادی که نگاه بیزینسی به این حوزه داشته باشند، عنوان می‌کند. از زاویه دید ناطقی، صنعت بازی در ایران به‌شکلی که باید و شاید شکل نگرفته و هنوز افراد فعال در این حوزه در تلاش‌اند اکوسیستم شکل گرفته را به صنعت تبدیل کنند.

مدیرعامل و این بازی پرفروش، باور دارد یکی از مشکلات اصلی و بزرگ این صنعت ورودنکردن سرمایه‌گذاران و کمپانی‌های بزرگ به این حوزه است و در این باره می‌گوید: «در تمام این سال‌ها تیم‌ها به صورت مستقل عمل کرده و به تولید در این زمینه پرداخته‌اند. از طرفی افرادی که نگاهی بیزینسی به این فرایند دارند کم و انگشت‌شمار هستند. در بسیاری از موارد افراد فعال در این حوزه، بازی‌ساز هستند اما این حوزه را از نگاه درآمدی و توسعه کسب‌وکاری نشانخته‌اند. دقیقاً نمی‌دانند از کدام مسیرها می‌توانند به درآمد برسند.

از طرفی آموزش‌هایی که «باید» وجود ندارد و

همین دو عامل در کنار هم، مشکلاتی عمده و جدی هستند که نباید از کنارشان به‌راحتی گذشت». پیشنهاد امیرحسین ناطقی برای رشد این صنعت پررنگ‌کردن پتانسیل‌های اکوسیستم است و در توضیح بیشتر این ماجرا تأکید می‌کند: «باید پتانسیل‌های این حوزه را افزایش و نشان دهیم اگر این حوزه به صنعت تبدیل شود، می‌تواند از چه مدل کسب‌وکاری تبعیت کند و به چه شکلی به درآمدزایی برسد. از آنجایی که در پس پرده بازی‌سازی سود قابل توجهی دیده می‌شود، پررنگ‌کردن پتانسیل‌ها می‌تواند آشنایی و ایجاد انگیزه سرمایه‌گذاران با این صنعت را آسان‌تر کند».

ناطق با اشاره به اینکه ترسیم آینده شفاف با ارائه مثال‌هایی از صنعت بازی در دنیا می‌تواند یکی از همان پتانسیل‌های جذاب برای سرمایه‌گذاران باشد، ادامه می‌دهد: «توجه سرمایه‌گذاران از طریق آشناسازدن با صنعت بازی در دنیا باعث می‌شود تصویر شفاف‌تری از آینده داشته باشند».

از نگاه مدیرعامل کوئیز آف کینگز، ورود ناشران به این حوزه می‌تواند مسیر درستی باشد. او معتقد است ناشران و توسعه‌دهندگان می‌توانند تیم‌ها و توسعه‌دهندگان خوب بازی را شناسایی کنند.

از آنجایی که شناخت دقیقی از کسب‌وکار دارند دقیقاً در جریان‌اند از چه طریقی بازی را منتشر کنند تا به بودجه قابل توجه تبدیل کنند.

او در پاسخ به پرسشی مبنی بر وضعیت نیروی انسانی در حوزه بازی به این نکته اشاره می‌کند که نبود نیروی متخصص یکی از دغدغه‌های تمام استارت‌آپ‌هاست و محدود به صنعت بازی نیست و در توضیح بیشتر اضافه می‌کند:

«نبود نیروی انسانی متخصص یکی از دغدغه‌های همه استارت‌آپ‌ها است. شاید با آموزش بیشتر و بهتر بتوان به نیروی انسانی مورد نظر دسترسی پیدا کرد». مدیرعامل کوئیز آف کینگز عدم پشتیبانی مالی نیروی انسانی در استارت‌آپ‌ها را مشکل مهمی می‌داند و معتقد است زمانی که نیروها به درآمد مد نظرشان دست پیدا نمی‌کنند، ترجیح می‌دهند به جای فعالیت در استارت‌آپ‌های کوچک و بازی‌ساز، در استارت‌آپ‌های بزرگ و بنام مشغول کار شده و درآمد قابل توجه‌تری به دست آورند. او در ادامه تصریح می‌کند: «در برخی موارد نیز زمانی که افراد نمی‌توانند نیازهای خود را در کشور برطرف کنند، گزینه مهاجرت را انتخاب می‌کنند. در برخی موارد حتی این نیازها فراتر از نیازهای مالی است و شرکت‌ها راه مد نظر روانی افراد را نمی‌توانند بسازند. این مشکلی است که ریشه در ساختار کشور دارد و باید به صورت گسترده‌تر درصدد رفع آن برآیم».

عدم شفافیت قوانین و مقررات

حسین مزروعی، مدیرعامل مجموعه آواکیمز که به عنوان تنها شتاب‌دهنده بازی شناخته می‌شود، درباره مشکلات صنعت بازی در ایران با اشاره به تفاوت‌های این حوزه میان ایران و دنیا می‌گوید: «حجم و ظرفیت بالایی نسبت به دنیا داریم و پتانسیل زیادی برای رشد این صنعت وجود دارد. رشد در آمد صنعت بازی در دنیا ۱۰ درصد است، اما

