

۱۳۹۶/۱۱/۱۴

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در آیینہ مطبوعات



فهرست



۲	بنیاد ملی بازی های رایانه ای نقشی در مدیریت خانه بازی سازان نخواهد داشت	صاحب نشا
۳	پیچ وخم های کارآفرینی با بازی سازی	جام جم
۴	پیچ وخم های کارآفرینی با بازی سازی	خبرگزاری آریا
۵	پیچ وخم های کارآفرینی با بازی سازی	جام جم آنلاین JameJam Online
۶	35 داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند	BaziCenter.com
۷	35 داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند	گام ها
۷	۳۵ داور ایرانی و بین المللی در هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای	تسلیان فهرست کارهای تخصصی حوزه دین
۸	35 داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند	خبرگزاری پانا پانا
۸	نخبگان صنعت بازی سازی دنیا داور جشنواره گیم تهران	ایفام اکونومیست
۹	35 داور ایرانی و بین المللی در هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای	خبرگزاری جمهوری اسلامی IRNA
۹	35 داور ایرانی و بین المللی در هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای	ایفام اکونومیست
۱۰	دست اندرکاران رسانه های حوزه ی بازی ، غایبان هر سال داوری	BaziCenter.com
۱۰	35 داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند	خبرگزاری دانشگاه آزاد اسلامی Azad News Agency (ASNA)
۱۱	35 داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند	ایفام اکونومیست
۱۱	35 داور ایرانی و بین المللی، داور ان هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند	رسالت
۱۱	35 داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند	pagefive
۱۲	35 داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند	خبرگزاری فارس Fars News Agency
۱۳	توسعه بازی های داخلی نیازمند ایجاد بسترهای مناسب است	خبرگزاری.سج
۱۳	دریافت عوارض از واردات بازی های رایانه ای به بخش درآمدی کشور کمک می کند	بشگاه خبرنگاران

۱۴	عوارض جلوی نشر بازی های رایانه ای خارجی را نمی گیرد	خبرگزاری مهر
۱۴	عوارض جلوی نشر بازی های رایانه ای خارجی را نمی گیرد	دانا
۱۵	انتقاد عضو کمیسیون اقتصادی مجلس از عملکرد بنیاد ملی بازی های رایانه ای	خبرگزاری فارس
۱۵	بازی های داخلی محتوا و سطح فنی خوبی ندارند/ بنیاد ملی بازی های رایانه ای برنامه جامعی ندارد	سخت افزار
۱۶	۱۹۰ اثر به هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران رسید	خبرگزاری قرآن
۱۶	فروشگاه های عرضه کننده بازی های دیجیتال برای دریافت مجوز فعالیت ثبت نام کنند	International Quran News Agency
۱۷	کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال از نگاه آمار و ارقام	خبرگزاری فارس
۱۷	نخبگان صنعت بازی سازی دنیا، داور جشنواره گیم تهران ۳۵ داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند	ICT
۱۸	نهادهای متولی صنعت بازی در ایران، ترکیه و روسیه نشست مشترک برگزار می کنند	خبرگزاری پانا
۱۸	نهادهای متولی صنعت بازی در ایران، ترکیه و روسیه نشست مشترک برگزار می کنند	خبرگزاری مشهد
۱۹	نهادهای متولی صنعت بازی در ایران، ترکیه و روسیه نشست مشترک برگزار می کنند	ایبوم اکونومیست
۱۹	برافراشته شدن پرچم ایران در ایستگاه اف فرانسه، بزرگترین کمپ استارتآپی دنیا	خبرگزاری فارس
۲۰	نهادهای متولی صنعت بازی در ایران، ترکیه و روسیه نشست مشترک برگزار می کنند	رسالت
۲۰	نهادهای متولی صنعت بازی در ایران، ترکیه و روسیه نشست مشترک برگزار می کنند	ICT
۲۱	نهادهای متولی صنعت بازی در ایران، ترکیه و روسیه نشست مشترک برگزار می کنند	ایبوم اکونومیست
۲۱	بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!	بانک پرتو
۲۳	بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!	خبرگزاری قرآن
۲۵	بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!	پرتو پرتو
۲۶	بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!	ارتباطات پرتو
۲۸	بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!	اکو آنلاین
۳۰	بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!	خودرو پرتو

۳۲	بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!	سپنا Citna
۳۴	بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!	اقتصادی ECONOMIC
۳۶	بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!	اقتصاد آنلاین WWW.ECONOMICONLINE.COM
۳۷	بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!	اعتقاد آتین ECONOMIC
۳۹	بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!	انگلیز English News
۴۱	زشت و زیبای اخذ عوارض از بازی خارجی برای کمک به بازی ایرانی/ جای خالی جسارت تجربه رجیستری در صنعت بازی	خبرگزاری فارس
۴۶	بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!	صنعت
۴۷	زشت و زیبای اخذ عوارض از بازی خارجی برای کمک به بازی ایرانی/ جای خالی جسارت تجربه رجیستری در صنعت ب	هشدار نیوز
۵۲	زشت و زیبای اخذ عوارض از بازی خارجی برای کمک به بازی ایرانی/ جای خالی جسارت تجربه رجیستری در صنعت بازی	ECONOMICS NEWS
۵۷	زشت و زیبای اخذ عوارض از بازی خارجی برای کمک به بازی ایرانی/ جای خالی جسارت تجربه رجیستری در صنعت بازی	اکو فارس
۶۱	مسئولان از اهمیت صنایع فرهنگی در اشتغالزایی غافل نشوند	حرف
۶۲	زشت و زیبای اخذ عوارض از بازی خارجی برای کمک به بازی ایرانی/ جای خالی جسارت تجربه رجیستری در صنعت بازی	دز
۶۶	زشت و زیبای اخذ عوارض از بازی خارجی برای کمک به بازی ایرانی/ جای خالی جسارت تجربه رجیستری در صنعت با	هشدار نیوز
۷۰	بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!	خبرگزاری واثقیان ایران ISNA
۷۲	بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!	تغذایان
۷۴	بازی های ایرانی، قربانی سود بازی های خارجی!	تیک
۷۶	مسئولان از اهمیت صنایع فرهنگی در اشتغالزایی غافل نشوند	تحریر نیوز
۷۷	نهادهای متولی صنعت بازی در ایران، ترکیه و روسیه نشست مشترک برگزار می کنند	تست

تعداد محتوا : ۵۸



روزنامه

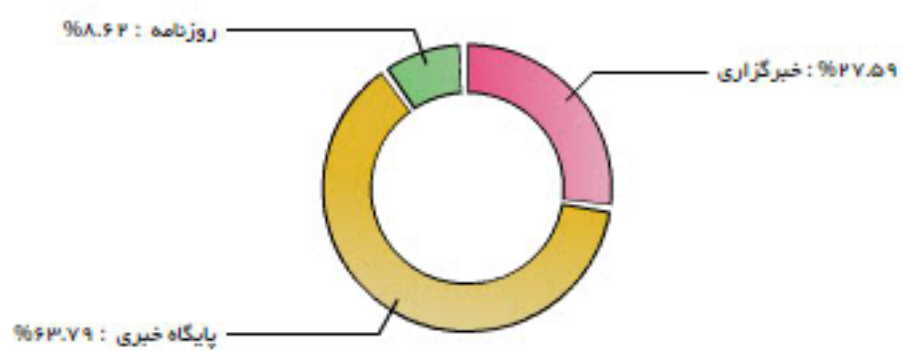
۵

پایگاه خبری

۳۷

خبرگزاری

۱۶



بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای نقشی در مدیریت خانه بازی سازان نخواهد داشت

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای که خود خواستار برپایی تشکلی به نام «خانه بازی سازان» است، از تشکیل آن استقبال کرده اما دخالتی در روند اجرایی آن نخواهد داشت و خانه بازی سازان کاملاً مستقل و توسط فعالان این عرصه اداره خواهد شد. خانه بازی سازان محلی خواهد بود برای تجمع بازی سازان اعم از حقوقی و حقیقی تا بتوانند صدای خود را به صورت یکپارچه و هدفمند به گوش مسئولان رسانده و پیگیر مطالبات خود باشند.

با آنکه پیشنهاد تشکیل خانه بازی سازان از سوی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای برای نظارت بر نحوه هزینه کرد درآمد حاصل از عوارض فروش بازی‌های خارجی مطرح شد، اما این بنیاد هیچ نقشی در نحوه مدیریت و اعضای آن نخواهد داشت اما از تشکیل و قدرت گرفتن آن استقبال می‌کند.

برای تشکیل خانه بازی سازان ابتدا هیات موسسی از بازی سازان مطرح و شناخته شده ایجاد می‌شود و این هیات موسس کارهای قانونی ثبت و همچنین نگارش اساس‌نامه را انجام می‌دهد. پس از آن فراخوان عضویت در خانه بازی سازان منتشر شده و بازی سازان با عضویت در این تشکل، در انتخابات شرکت کرده و هیات مدیره را انتخاب می‌کنند و پس از انتخابات اعضای هیات موسس دیگر نقشی در این تشکل نخواهند داشت مگر آنکه در انتخابات رای بیاورند. از آنجا که درآمد حاصل از عوارض فروش بازی‌های خارجی از بودجه سالانه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای منفک بوده و قرار است صرف حمایت‌های زیرساختی از بازی سازان شود، «خانه بازی سازان» در صورت تشکیل می‌تواند ناظر بر هزینه کرد این درآمد باشد تا کاملاً در راستای بهبود صنعت بازی سازی کشور هزینه شود. طبق آمار بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، بیش از ۲۳ میلیون نفر در ایران به بازی‌های رایانه‌ای مشغول هستند و به صورت متوسط بیش از یک ساعت از وقت شبانه روز خود را صرف آن می‌کنند.





جام جم در گفت و گو با فعالان صنعت بازی سازی دیجیتال از فرصت ها و تهدیدهای توسعه بازی سازی در کشور گزارش می دهد بیج و خم های کار آفرینی با بازی سازی

فناوری های روز دنیا بستر مناسبی برای کارآفرینی در حوزه های نوین و رشد استعدادهای فراهم کرده است. طراحی و ساخت بازی های رایانه ای، نمونه ای از کارآفرینی به سبک جدید است که امروزه به صنعتی نوین تبدیل شده است. طبیعی است هر کسب و کار و فرآیند جدیدی در آغاز راه با چالش های جدید روبه رو شود و نیاز به وضع قوانین جدید در این زمینه باشد. در بحث بازی های رایانه ای و به طور کلی فضای مجازی نیز نحوه مدیریت و وضع قوانین قابل اجرا برای جلوگیری از بهره بری ناعادلانه از امکانات ضروری است. قوانین کپی رایت، هک آسان بازی ها و رقابت بین بازی سازان داخلی و خارجی از جمله این چالش هاست که اکنون بنیاد ملی بازی های رایانه ای را بر آن داشته تا قوانین جدیدی برای این موضوعات وضع کند. اما این قانون ها چقدر در عمل می تواند بستر حمایتی لازم برای رشد و بلوغ بازی سازی رایانه ای را در کشور ایجاد کند؟

وضع عوارض برای ورود به بازار مجازی ایران

در حال حاضر، بازی سازان خارجی که بازار تبلیغات وسیعی در اختیار دارند به آسانی بازی های خود را در بازار کشور عرضه می کنند؛ در حالی که اکنون بازی سازان داخلی به علت تحریم ها و نبود چتر حمایتی قانون کپی رایت، امکان عرضه بازی های خود را در بازار جهانی اگر نگوئیم از دست می دهند، دست کم براحتی هم به دست نمی آورند.

در همین خصوص از دو سال پیش، موضوعی مطرح شده است که شرکت های خارجی که قصد دارند بازی در بازار داخل ایران عرضه کنند و امکان پرداخت ریالی دارند، دو پیش شرط را لازم است رعایت کنند. حسن کریمی قدوسی، مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، درباره این پیش شرط ها که با الهام از قوانین کشورهای مختلف در این زمینه در نظر گرفته شده است، به جام جم می گوید: پیش شرط اول که برای مثال کشور چین هم این کار را انجام می دهد این است که یک ناشر داخلی، واسطه عرضه بازی خارجی در کشور باشد. پیش شرط دوم مثل هر کسب و کار دیگر، عوارضی است که برای فروش بازی های خارجی داخل کشور در نظر گرفته می شود.

از علل مهم وضع این عوارض این است که به علت شرایط اقتصادی و سیاسی کشور ما، بازی های ایرانی امکان ورود به بازارهای بین المللی را ندارند و از طرف دیگر سرمایه گذاران خارجی نیز براحتی در ایران سرمایه گذاری نمی کنند. در این شرایط با بازگذاشتن درهای ورود بازی های خارجی به کشور بدون گرفتن عوارض، عملاً فرصت رقابت را از سرمایه گذاران داخلی می گیریم و سرمایه گذاران نیز رغبت به سرمایه گذاری طولانی مدت روی بازی های داخلی را از دست می دهند.

بازی های رایانه ای، مخصوص حرفه ای ها

عمر بازی سازی رایانه ای در کشور ما تقریباً ده سال است. در حالی که قدمت این صنعت در جهان به ۵۰ تا ۶۰ سال می رسد. معمولاً بازی سازان ایرانی، بازی ها را مناسب استفاده روی گوشی تلفن همراه توسعه می دهند و به اصطلاح توسعه بازی های تلفن همراه بیشتر از بازی های رایانه ای رواج دارد. بازی های رایانه ای به دو علت به اندازه بازی های تلفن همراه توسعه پیدا نکرده است: رعایت نکردن قوانین کپی رایت در کشور باعث می شود بازی سازان ایرانی از لحاظ قیمت، امکان رقابت با بازی سازهای خارجی را پیدا نکنند. علت دوم، اقبال افراد علاقه مند به بازی های تلفن همراه است، به گونه ای که سال ۱۳۹۴ فقط ۱۱ درصد علاقه مندان با رایانه بازی می کردند.

عماد رحمانی، مدیر یکی از شرکت های بازی سازی رایانه ای که در زمینه بازی های رایانه ای فعال است، درباره روند فعالیت های این شرکت و دغدغه های بازی سازان ایرانی به جام جم می گوید: راهبرد ما ساخت بازی های ایرانی تر مثل بازی هایی مرتبط با ادبیات فولکلور ایرانی و بازی هایی با ریشه های سیاسی و تاریخی برای رایانه های

خانگی (PC) بوده است. بازار بازی های رایانه ای بیشتر علاقه مندان حرفه ای بازی ها را جذب می کند و اگر زیرساخت های مناسب برای آن ایجاد شود، قطعاً بازار وسیعی پیدا خواهد کرد. ایجاد چنین زیرساخت هایی از اتفاقات مثبتی است که شاید دریافت عوارض بازی های خارجی بتواند به تحقق آن کمک کند. اگر حمایت ها و تبلیغات لازم انجام شود، بازار بازی های رایانه ای هنوز بازاری جذاب با مخاطب های خاص خودش است. بازی های رایانه ای همچنان بین ۵۰۰ هزار تا یک میلیون نفر مخاطب پیگیر دارد که اگر صد هزار نفر نیز به یک بازی تمایل نشان دهند، آن پروژه توجیه اقتصادی دارد.

به گفته حسن کریمی قدوسی، مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، تا امروز این بنیاد به عنوان نهاد متولی صنعت بازی ایران، چند وظیفه را پیگیری کرده است. اولی، بحث ارائه مجوزها و نظارت بر این صنعت و بحث دیگر، حمایت هایی مثل ارائه وام و قانون حمایت ناشران از بازی های رایانه ای است. از ابتدای امسال، تعدادی از این قانون ها برداشته شد و اکنون در انتظار طرح هرم حمایتی هستیم که بازی سازان براساس توانمندی ها و وسعت شرکت ها به نوعی حمایت می شوند. با وجود این، اگر قرار است صنعت بازی سازی که تاکنون چند هزار شغل در کشور ایجاد کرده است، رشد بیشتری داشته باشد به نگاه جدی تر دولت به این حوزه نیاز دارد.

همچنین عرضه بازی های ایرانی در بازار خارجی به دلیل تفاوت نرخ ارز، بازار جذابی است و تسهیل امکاناتی مثل ارتباط با ناشران خارجی، به حرکت بازی سازان ایرانی در این مسیر کمک می کند. مخاطبان خارج از کشور نیز استقبال خوبی از بازی ها دارند و بسیاری از این بازی ها در رده بازی های توصیه شده (Recommended) قرار می گیرند.

تسهیل رقابت در بستر تولید و نشر بازی های رایانه ای

رحمانی، پرداخت عوارض را اتفاقی مثبت و رایج در دنیا عنوان می کند که در صورت اجرای درست، این روند می تواند به شکل مستقیم و غیرمستقیم اثر مثبت در بازار بازی های داخلی بگذارد. به گفته این بازی ساز، پرداخت عوارض و مالیات برای معرفی یک بازی در بازار کشورهای امری رایج است؛ برای مثال کشور هند، به عنوان یک غول نرم افزاری در جهان نیز چنین عوارضی دریافت می کند. این اتفاق برای تسهیل رقابت در بازار داخلی، اتفاق مثبتی است. انتقادی که در مورد عوارض مطرح می شود، این است که باعث می شود مثل صنعت خودروسازی، تولیدکننده داخلی بی انگیزه شود و کیفیت محصول (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) پایین بیاید. رحمانی معتقد است: این دغدغه درستی است و نیاز به نظارت صحیح روی این بازار دارد که اگر درست مدیریت شود می تواند اتفاق مثبتی باشد. اگر این عوارض به درستی در بسترهای تولید و نشر استفاده شود، می تواند جهش بزرگی در این صنعت ایجاد کند.

این بازی ساز در مورد دیگر چالش ها مثل هک و کرک بازی های رایانه ای ادامه می دهد: در بازی های رایانه ای کرک بیشتر رایج است که معمولا بازی کرک شده بدون هزینه دانلود می شود یا بعضی پرداخت های درون برنامه ای (بیشتر در بازی های تلفن همراه) کرک می شود. این بحث بیشتر ساختاری است که با تقویت ساختارها و گروه های حرفه ای تاظر بر پروژه به افزایش امنیت وبگاه کمک می کنند. پیوستن ایران به قانون کپی رایت که از تفاوت های اصلی بازار داخلی و خارجی است در این زمینه میتواند کمک زیادی به این موضوع باشد.

بازی های تلفن همراه، مخاطب پستدتر هستند

میان بازی های رایانه ای، امروزه بازی های تلفن همراه که پرداخت درون برنامه ای دارند، با اختلاف زیاد از دیگر بازی های رایانه ای موفق تر هستند. چرا که مردم نه تنها در ایران، بلکه در همه جای دنیا ترجیح می دهند بازی ها را رایگان نصب کنند و هنگام بازی هزینه هایی برای مواردی مثل افزایش امکانات بازی بپردازند. در مجموع نیز از بازی های استراتژیک و بازی های مرتبط با مسابقات خودرو استقبال بیشتری می شود. محمدحسن حسینی، سازنده بازی های رایانه ای موبایلی، درباره روال کار بازی سازان در این زمینه و چالش های این حوزه به جام جم می گوید: در حال حاضر مخاطبان ایرانی از بازی های سبک تلفن همراه و بازی های اکشن بیشتر استقبال می کنند. بازی های استراتژیک ایرانی هنوز در مقایسه با بازی های خارجی برای مخاطب چندان جذاب نیست. با این حال، در صورت توجه بیشتر به گرافیک بازی ها، می توان شاهد استقبال بیشتر مخاطبان بود.

یکی از چالش های بازی های رایانه ای نوع سرمایه گذاری هاست که تنوع بازی ها را کمتر می کند. سرمایه گذارها معمولا ارگان های نظامی و سازمان های وابسته هستند که بودجه ای برای انجام فعالیت های فرهنگی در نظر گرفته اند و سرمایه گذار خصوصی در این حوزه انگشت شمار است.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز در حال حاضر بیشتر نهادی نظارتی برای بازی های ایرانی محسوب می شود که در بحث فرآیند تولید، ساخت بازی ها، واردات و نحوه توزیع یک بازی در کشور نظارت دارد. با این حال طرح عوارض برای بازی های خارجی به نوعی حمایت مالی از بازی سازان داخلی خواهد بود که می تواند به شکل غیرمستقیم بازار داخلی را تقویت کند.

سر طیف عوارض تمسین شده برای بازی های رایانه ای

گفته می شود با اجرای طرح در نظر گرفتن عوارض برای بازی های خارجی، روند کنونی عرضه بازی های رایانه ای به نفع تولیدکننده داخلی تغییر و سرمایه گذاران را به سرمایه گذاری در بازار داخلی ترغیب خواهد کرد. منابع مالی حاصل از عوارض بازی های خارجی نیز قرار است صرف فعالیت های زیرساختی در جهت ارتقای صنعت بازی سازی داخلی شود. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره لزوم اجرای طرح عوارض بازی های خارجی و اهمیت توجه بیشتر به محتوای بومی تولید شده می افزاید: وقتی ما به دنبال محتوای داخلی و بومی هستیم باید برای اصلاح مسیر کسب و کار و زیست بومی که پیش روی ما وجود دارد، تفاوتی میان عرضه بازی های داخلی و خارجی قائل شویم.

از جمله انتقاداتی که به این طرح وارد می شود، خرید بازی های قاچاق به جای خرید از بازار رسمی است. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این مورد می گوید: حتی با اضافه شدن عوارض، باز هم قیمت عرضه بازی با دلار دولتی، کمتر از خرید با دلار آزاد است. بحث دیگر مقایسه صنعت بازی سازی با صنایعی است که عوارض واردات آنها ناموفق بوده است. اما ما می توانیم عوارض بازی ها را با واردات صنایعی مثل مواد غذایی یا صنعت چوب مقایسه کنیم که موفق بوده و به تقویت تولیدات داخلی کمک کرده است. این در حالی است که این عوارض در حال حاضر ۱۰ درصد مشخص شده است.

کریمی قدوسی می افزاید: در بحث پژوهشی و تحقیقاتی آمارهای صنعت به صورت سالانه بررسی می شود تا وضعیت کسب و کار در داخل و خارج از کشور مشخص شود. به این ترتیب می توان روی ساخت بازی هایی که نیاز مردم است برنامه ریزی کنند. همچنین آموزش های بین المللی برای بازی سازان برگزار می شود و سطح دانش بازی سازی در حال رشد است. در مرکز رشد بنیاد بازی های رایانه ای افراد دائم در حال فعالیت هستند و برگزاری جشنواره ها و نمایشگاه ها و انستیتو ملی بازی سازی از دیگر فعالیت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای است.

وی در پایان خاطرنشان می کند: هزینه عوارض با در نظر گرفتن اولویت رتبه شرکت های بازی سازی برای حمایت از آنها استفاده می شود. جذب کاربران در خارج از کشور و صادرات بازی های رایانه ای هم نیاز به حمایت دارد که از محل این عوارض هزینه می شود.

سپیده شمراف
دانش



پیج و خم های کار آفرینی با بازی سازی (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

خبرگزاری آریا - فناوری های روز دنیا بستر مناسبی برای کارآفرینی در حوزه های نوین و رشد استعدادهای فراهم کرده است. طراحی و ساخت بازی های رایانه ای، نمونه ای از کارآفرینی به سبک جدید است که امروزه به صنعتی نوین تبدیل شده است. طبیعی است هر کسب و کار و فرآیند جدیدی در آغاز راه با چالش های جدید روبه رو شود و نیاز به وضع قوانین جدید در این زمینه باشد.

در بحث بازی های رایانه ای و به طور کلی فضای مجازی نیز نحوه مدیریت و وضع قوانین قابل اجرا برای جلوگیری از بهره بری نااعدالانه از امکانات ضروری است. قوانین کپی رایت، هک آسان بازی ها و رقابت بین بازی سازان داخلی و خارجی از جمله این چالش هاست که اکنون بنیاد ملی بازی های رایانه ای را بر آن داشته تا قوانین جدیدی برای این موضوعات وضع کند. اما این قانون ها چقدر در عمل می تواند بستر حمایتی لازم برای رشد و بلوغ بازی سازی رایانه ای را در کشور ایجاد کند؟

پیج و خم های کار آفرینی با بازی سازی (۱۳۸۱-۱۳۸۲)

فناوری های روز دنیا بستر مناسبی برای کار آفرینی در حوزه های نوین و رشد استعدادهای فراهم کرده است. طراحی و ساخت بازی های رایانه ای، نمونه ای از کار آفرینی به سبک جدید است که امروزه به صنعتی نوین تبدیل شده است. طبیعی است هر کسب و کار و فرآیند جدیدی در آغاز راه با چالش های جدید روبه رو شود و نیاز به وضع قوانین جدید در این زمینه باشد.

در بحث بازی های رایانه ای و به طور کلی فضای مجازی نیز نحوه مدیریت و وضع قوانین قابل اجرا برای جلوگیری از بهره بری ناعادلانه از امکانات ضروری است. قوانین کپی رایته، حکم آسان بازی ها و رقابت بین بازی سازان داخلی و خارجی از جمله این چالش هاست که اکنون بنیاد ملی بازی های رایانه ای را بر آن داشته تا قوانین جدیدی برای این موضوعات وضع کند. اما این قانون ها چقدر در عمل می تواند بستر حمایتی لازم برای رشد و بلوغ بازی سازی رایانه ای را در کشور ایجاد کند؟

وضع عوارض برای ورود به بازار مجازی ایران

در حال حاضر، بازی سازان خارجی که بازار تبلیغات وسیعی در اختیار دارند به آسانی بازی های خود را در بازار کشور عرضه می کنند؛ در حالی که اکنون بازی سازان داخلی به علت تحریم ها و نبود چتر حمایتی قانون کپی رایته، امکان عرضه بازی های خود را در بازار جهانی اگر نگوئیم از دست می دهند، دست کم براحتی هم به دست نمی آورند.

در همین خصوص از دو سال پیش، موضوعی مطرح شده است که شرکت های خارجی که قصد دارند بازی در بازار داخل ایران عرضه کنند و امکان پرداخت ریالی دارند، دو پیش شرط را لازم است رعایت کنند. حسن کریمی قدوسی، مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، درباره این پیش شرط ها که با الهام از قوانین کشورهای مختلف در این زمینه در نظر گرفته شده است، به جام جم می گوید: پیش شرط اول که برای مثال کشور چین هم این کار را انجام می دهد این است که یک ناشر داخلی، واسطه عرضه بازی خارجی در کشور باشد. پیش شرط دوم مثل هر کسب و کار دیگر، عوارضی است که برای فروش بازی های خارجی داخل کشور در نظر گرفته می شود.

از علل مهم وضع این عوارض این است که به علت شرایط اقتصادی و سیاسی کشور ما، بازی های ایرانی امکان ورود به بازارهای بین المللی را ندارند و از طرف دیگر سرمایه گذاران خارجی نیز براحتی در ایران سرمایه گذاری نمی کنند. در این شرایط با بازگذاشتن درهای ورود بازی های خارجی به کشور بدون گرفتن عوارض، عملاً فرصت رقابت را از سرمایه گذاران داخلی می گیریم و سرمایه گذاران نیز رغبت به سرمایه گذاری طولانی مدت روی بازی های داخلی را از دست می دهند.

بازی های رایانه ای، مخصوص حرفه ای ها

عمر بازی سازی رایانه ای در کشور ما تقریباً ده سال است. در حالی که قدمت این صنعت در جهان به ۵۰ تا ۶۰ سال می رسد. معمولاً بازی سازان ایرانی، بازی ها را مناسب استفاده روی گوشی تلفن همراه توسعه می دهند و به اصطلاح توسعه بازی های تلفن همراه بیشتر از بازی های رایانه ای رواج دارد.

بازی های رایانه ای به دو علت به اندازه بازی های تلفن همراه توسعه پیدا نکرده است: رعایت نکردن قوانین کپی رایته در کشور باعث می شود بازی سازان ایرانی از لحاظ قیمت، امکان رقابت با بازی سازهای خارجی را پیدا نکنند. علت دوم، اقبال افراد علاقه مند به بازی های تلفن همراه است، به گونه ای که سال ۱۳۹۴ فقط ۱۱ درصد علاقه مندان با رایانه بازی می کردند.

عماد رحمانی، مدیر یکی از شرکت های بازی سازی رایانه ای که در زمینه بازی های رایانه ای فعال است، درباره روند فعالیت های این شرکت و دغدغه های بازی سازان ایرانی به جام جم می گوید: راهبرد ما ساخت بازی های ایرانی تر مثل بازی هایی مرتبط با ادبیات فولکلور ایرانی و بازی هایی با ریشه های سیاسی و تاریخی برای رایانه های خانگی (PC) بوده است. بازار بازی های رایانه ای بیشتر علاقه مندان حرفه ای بازی ها را جذب می کند و اگر زیرساخت های مناسب برای آن ایجاد شود، قطعاً بازار وسیعی پیدا خواهد کرد. ایجاد چنین زیرساخت هایی از اتفاقات مثبتی است که شاید دریافت عوارض بازی های خارجی بتواند به تحقق آن کمک کند. اگر حمایت ها و تبلیغات لازم انجام شود، بازار بازی های رایانه ای هنوز بازاری جذاب با مخاطب های خاص خودش است. بازی های رایانه ای همچنان بین ۵۰۰ هزار تا یک میلیون نفر مخاطب پیگیر دارد که اگر صد هزار نفر نیز به یک بازی تمایل نشان دهند، آن پروژه توجیه اقتصادی دارد.

به گفته حسن کریمی قدوسی، مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، تا امروز این بنیاد به عنوان نهاد متولی صنعت بازی ایران، چند وظیفه را پیگیری کرده است. اولی، بحث ارائه مجوزها و نظارت بر این صنعت و بحث دیگر، حمایت هایی مثل ارائه وام و قانون حمایت ناشران از بازی های رایانه ای است. از ابتدای امسال، تعدادی از این قانون ها برداشته شد و اکنون در انتظار طرح هرم حمایتی هستیم که بازی سازان براساس توانمندی ها و وسعت شرکت ها به نوعی حمایت می شوند. با وجود این، اگر قرار است صنعت بازی سازی که تاکنون چند هزار شغل در کشور ایجاد کرده است، رشد بیشتری داشته باشد به نگاه جدی تر دولت به این حوزه نیاز دارد.

همچنین عرضه بازی های ایرانی در بازار خارجی به دلیل تفاوت نرخ ارز، بازار جذابی است و تسهیل امکاناتی مثل ارتباط با ناشران خارجی، به حرکت بازی سازان ایرانی در این مسیر کمک می کند. مخاطبان خارج از کشور نیز استقبال خوبی از بازی ها دارند و بسیاری از این بازی ها در رده بازی های توصیه شده (Recommended) قرار می گیرند.

تسهیل رقابت در بستر تولید و نشر بازی های رایانه ای

رحمانی، پرداخت عوارض را اتفاقی مثبت و رایج در دنیا عنوان می کند که در صورت اجرای درست، این روند می تواند به شکل مستقیم و غیرمستقیم اثر مثبت در بازار بازی های داخلی بگذارد. به گفته این بازی ساز، پرداخت عوارض و مالیات برای معرفی یک بازی در بازار کشورهای امری رایج است؛ برای مثال کشور هند، به عنوان یک غول نرم افزاری در جهان نیز چنین عوارضی دریافت می کند. این اتفاق برای تسهیل رقابت در بازار داخلی، اتفاق مثبتی است. انتقادی که در مورد عوارض مطرح می شود، این است که باعث می شود مثل صنعت خودروسازی، تولیدکننده داخلی بی انگیزه شود و کیفیت محصول پایین بیاید. رحمانی معتقد است این دغدغه درستی است و نیاز به نظارت صحیح روی این بازار دارد که اگر درست مدیریت شود، می تواند اتفاق مثبتی باشد. اگر این عوارض (ادامه)

(ادامه خبر ...) به درستی در بسترهای تولید و نشر استفاده شود، می تواند جهش بزرگی در این صنعت ایجاد کند. این بازی ساز در مورد دیگر چالش ها مثل هک و کرک بازی های رایانه ای ادامه می دهد: در بازی های رایانه ای کرک بیشتر رایج است که معمولاً بازی کرک شده بدون هزینه دانلود می شود یا بعضی پرداخت های درون برنامه ای (بیشتر در بازی های تلفن همراه) کرک می شود. این بحث بیشتر ساختاری است که با تقویت ساختارها و گروه های حرقه ای تاخر بر پروژه به افزایش امنیت وبگاه کمک می کنند. پیوستن ایران به قانون کپی رایت که از تفاوت های اصلی بازار داخلی و خارجی است در این زمینه میتواند کمک زیادی به این موضوع باشد.

بازی های تلفن همراه، مخاطب پسنندتر هستند. میان بازی های رایانه ای، امروزه بازی های تلفن همراه که پرداخت درون برنامه ای دارند، با اختلاف زیاد از دیگر بازی های رایانه ای موفق تر هستند. چرا که مردم نه تنها در ایران، بلکه در همه جای دنیا ترجیح می دهند بازی ها را رایگان نصب کنند و هنگام بازی هزینه هایی برای مواردی مثل افزایش امکانات بازی بپردازند. در مجموع نیز از بازی های استراتژیک و بازی های مرتبط با مسابقات خودرو استقبال بیشتری می شود. محمدحسن حسینی، سازنده بازی های رایانه ای موبایلی، درباره روال کار بازی سازان در این زمینه و چالش های این حوزه به جام جم می گوید: در حال حاضر مخاطبان ایرانی از بازی های سبک تلفن همراه و بازی های اکشن بیشتر استقبال می کنند. بازی های استراتژیک ایرانی هنوز در مقایسه با بازی های خارجی برای مخاطب چندان جذاب نیست. با این حال، در صورت توجه بیشتر به گرافیک بازی ها، می توان شاهد استقبال بیشتر مخاطبان بود.

یکی از چالش های بازی های رایانه ای نوع سرمایه گذاری هاست که تنوع بازی ها را کمتر می کند. سرمایه گذارها معمولاً ارگان های نظامی و سازمان های وابسته هستند که بودجه ای برای انجام فعالیت های فرهنگی در نظر گرفته اند و سرمایه گذار خصوصی در این حوزه انگشت شمار است. بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز در حال حاضر بیشتر نهادی نظارتی برای بازی های ایرانی محسوب می شود که در بحث فرآیند تولید، ساخت بازی ها، واردات و نحوه توزیع یک بازی در کشور نظارت دارد. با این حال طرح عوارض برای بازی های خارجی به نوعی حمایت مالی از بازی سازان داخلی خواهد بود که می تواند به شکل غیرمستقیم بازار داخلی را تقویت کند.

سر طیف عوارض تعیین شده برای بازی های رایانه ای گفته می شود با اجرای طرح در نظر گرفتن عوارض برای بازی های خارجی، روند کنونی عرضه بازی های رایانه ای به نفع تولیدکننده داخلی تغییر و سرمایه گذاران را به سرمایه گذاری در بازار داخلی ترغیب خواهد کرد. منابع مالی حاصل از عوارض بازی های خارجی نیز قرار است صرف فعالیت های زیرساختی در جهت ارتقای صنعت بازی سازی داخلی شود. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای درباره لزوم اجرای طرح عوارض بازی های خارجی و اهمیت توجه بیشتر به محتوای بومی تولید شده می افزاید: وقتی ما به دنبال محتوای داخلی و بومی هستیم باید برای اصلاح مسیر کسب و کار و زیست بومی که پیش روی ما وجود دارد، تفاوتی میان عرضه بازی های داخلی و خارجی قائل شویم.

از جمله انتقاداتی که به این طرح وارد می شود، خرید بازی های قاچاق به جای خرید از بازار رسمی است. مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای در این مورد می گوید: حتی با اضافه شدن عوارض، باز هم قیمت عرضه بازی با دلار دولتی، کمتر از خرید با دلار آزاد است. بحث دیگر مقایسه صنعت بازی سازی با صنایعی است که عوارض واردات آنها ناموفق بوده است، اما ما می توانیم عوارض بازی ها را با واردات صنایعی مثل مواد غذایی یا صنعت چوب مقایسه کنیم که موفق بوده و به تقویت تولیدات داخلی کمک کرده است. این در حالی است که این عوارض در حال حاضر ۱۰ درصد مشخص شده است.

کریمی قدوسی می افزاید: در بحث پژوهشی و تحقیقاتی آمارهای صنعت به صورت سالانه بررسی می شود تا وضعیت کسب و کار در داخل و خارج از کشور مشخص شود. به این ترتیب می توان روی ساخت بازی هایی که نیاز مردم است برنامه ریزی کنند. همچنین آموزش های بین المللی برای بازی سازان برگزار می شود و سطح دانش بازی سازی در حال رشد است. در مرکز رشد بنیاد بازی های رایانه ای افراد دائم در حال فعالیت هستند و برگزاری جشنواره ها و نمایشگاه ها و انستیتو ملی بازی سازی از دیگر فعالیت های بنیاد ملی بازی های رایانه ای است.

وی در پایان خاطرنشان می کند: هزینه عوارض با در نظر گرفتن اولویت رتبه شرکت های بازی سازی برای حمایت از آنها استفاده می شود. جذب کاربران در خارج از کشور و صادرات بازی های رایانه ای هم نیاز به حمایت دارد که از محل این عوارض هزینه می شود.

سپیده شهرباف



BaziCenter.com

۳۵ داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند (۱۳۹۵-۱۳۹۶/۱۳۹۷)

۲۰ داور بین المللی و ۱۵ داور داخلی آثار هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران را داوری خواهند کرد. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ۳۵ داور هفتمین دوره جشنواره بازی های رایانه ای تهران شامل ۱۵ داور ایرانی و ۲۰ داور بین المللی، معرفی شدند. این داوران قرار است به بررسی و انتخاب بهترین بازی نامه ها و بازی های سال ایران در ژانرهای مختلف بپردازند. براساس این گزارش استفاده از افراد خبره، توانمند و عادل برای داوری بازی های رایانه ای ایران، یکی از مهم ترین مسوولیت ها و تعهدات برگزار کنندگان جشنواره به شمار می رود. اگر داوران نتوانند به خوبی از عهده وظایف خود بر بیایند، انتخاب های اشتباه می تواند تاثیر منفی در جامعه بازی سازی و توسعه و رشد این صنعت داشته باشد. به همین منظور در انتخاب داوران وسواس زیادی به خرج داده شده است تا این افراد ضمن رعایت انصاف و عدالت، از نظر توانایی های فنی نیز در سطح بالایی باشند.

داوران جشنواره قرار است در بخش اصلی رویداد بهترین بازی ها را در ۸ ژانر اکشن، ماجراجویی، نقش آفرینی، استراتژی و مدیریتی، اکشن، سکویازی، ورزشی و ساده انتخاب کنند. همچنین در بخش فرعی جوایزی به بهترین دستاوردهای فنی، هنری، طراحی، داستان، صدا، موسیقی، محتوای فرهنگی و بهترین بازی برای دستگاه های همراه هوشمند اهدا خواهد شد. در نهایت نیز بهترین بازی سال ایران معرفی می شود (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) براساس این گزارش در بخش داوران بین المللی افراد با تجربه و خبره ای نظیر **David Coleman** مدیر فنی هنری بازی **Gears of War** و استاد انستیتوی هنر و نیکوور، **Max Pears** طراح بازی در استودیوی **CD Project Red**، **Giuseppe Trapani** طراح ارشد بازی در استودیوی **Gameloft**، **Tom Putzki** سخنگوی وارگیمینگ اروپا، **Ray Almaden** طراح بازی در ناتی داگ، **James Cooper** طراح بازی در ناتی داگ و طراح ارشد بازی **Uncharted: The Lost Legacy** و همچنین **Uwe Mathon** تهیه کننده ارشد یوبی سافت به چشم می خورد. جزئیات و رزومه تمامی داوران هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای از طریق <http://www.tehrangamefestival.ir/jurors> قابل مشاهده است. آیین اختتامیه این جشنواره ۱۹ اسفند ماه در تالار وحدت برگزار خواهد شد و طی آن بهترین بازی های ایرانی مشخص می شوند.



۳۵ داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند (۱۳۹۵-۹۶/۱۳۹۶)

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ۳۵ داور هفتمین دوره جشنواره بازی های رایانه ای تهران شامل ۱۵ داور ایرانی و ۲۰ داور بین المللی، معرفی شدند. این داوران قرار است به بررسی و انتخاب بهترین بازی نامه ها و بازی های سال ایران در ژانرهای مختلف بپردازند. براساس این گزارش استفاده از افراد خبره، توانمند و عادل برای داوری بازی های رایانه ای ایران، یکی از مهم ترین مسوولیت ها و تعهدات برگزارکنندگان جشنواره به شمار می رود. اگر داوران نتوانند به خوبی از عهده وظایف خود بریایند، انتخاب های اشتباه می تواند تاثیر منفی در جامعه بازی سازی و توسعه و رشد این صنعت داشته باشد. به همین منظور در انتخاب داوران وسواس زیادی به خرج داده شده است تا این افراد ضمن رعایت انصاف و عدالت، از نظر توانایی های فنی نیز در سطح بالایی باشند.

داوران جشنواره قرار است در بخش اصلی رویداد بهترین بازی ها را در ۸ ژانر اکشن، ماجراجویی، نقش آفرینی، استراتژی و مدیریتی، اکشن، سکویازی، ورزشی و ساده انتخاب کنند. همچنین در بخش فرعی جوایزی به بهترین دستاوردهای فنی، هنری، طراحی، داستان، صدا، موسیقی، محتوای فرهنگی و بهترین بازی برای دستگاه های همراه هوشمند اهدا خواهد شد. در نهایت نیز بهترین بازی سال ایران معرفی می شود.

براساس این گزارش در بخش داوران بین المللی افراد با تجربه و خبره ای نظیر **David Coleman** مدیر فنی هنری بازی **Gears of War** و استاد انستیتوی هنر و نیکوور، **Max Pears** طراح بازی در استودیوی **CD Project Red**، **Giuseppe Trapani** طراح ارشد بازی در استودیوی **Gameloft**، **Tom Putzki** سخنگوی وارگیمینگ اروپا، **Ray Almaden** طراح بازی در ناتی داگ، **James Cooper** طراح بازی در ناتی داگ و طراح ارشد بازی **Uncharted: The Lost Legacy** و همچنین **Uwe Mathon** تهیه کننده ارشد یوبی سافت به چشم می خورد. جزئیات و رزومه تمامی داوران هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای از طریق <http://www.tehrangamefestival.ir/jurors> قابل مشاهده است. آیین اختتامیه این جشنواره ۱۹ اسفند ماه در تالار وحدت برگزار خواهد شد و طی آن بهترین بازی های ایرانی مشخص می شوند.



۳۵ داور ایرانی و بین المللی در هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای (۱۳۹۵-۹۶/۱۳۹۶)

خبرگزاری شبستان: ۲۰ داور بین المللی و ۱۵ داور داخلی آثار هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران را داوری خواهند کرد.

به گزارش خبرگزاری شبستان به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ۳۵ داور هفتمین دوره جشنواره بازی های رایانه ای تهران شامل ۱۵ داور ایرانی و ۲۰ داور بین المللی، معرفی شدند. این داوران قرار است به بررسی و انتخاب بهترین بازی نامه ها و بازی های سال ایران در ژانرهای مختلف بپردازند. براساس این گزارش استفاده از افراد خبره، توانمند و عادل برای داوری بازی های رایانه ای ایران، یکی از مهم ترین مسوولیت ها و تعهدات برگزارکنندگان جشنواره به شمار می رود. اگر داوران نتوانند به خوبی از عهده وظایف خود بریایند، انتخاب های اشتباه می تواند تاثیر منفی در جامعه بازی سازی و توسعه و رشد این صنعت داشته باشد. به همین منظور در انتخاب داوران وسواس زیادی به خرج داده شده است تا این افراد ضمن رعایت انصاف و عدالت، از نظر توانایی های فنی نیز در سطح بالایی باشند.

داوران جشنواره قرار است در بخش اصلی رویداد بهترین بازی ها را در ۸ ژانر اکشن، ماجراجویی، نقش آفرینی، استراتژی و مدیریتی، اکشن، سکویازی، ورزشی و ساده انتخاب کنند. همچنین در بخش فرعی جوایزی به بهترین دستاوردهای فنی، هنری، طراحی، داستان، صدا، موسیقی، محتوای فرهنگی و بهترین بازی برای دستگاه های همراه هوشمند اهدا خواهد شد. در نهایت نیز بهترین بازی سال ایران معرفی می شود.

براساس این گزارش در بخش داوران بین المللی افراد با تجربه و خبره ای نظیر **David Coleman** مدیر فنی هنری بازی **Gears of War** و استاد انستیتوی هنر و نیکوور، **Max Pears** طراح بازی در استودیوی **CD Project Red**، **Giuseppe Trapani** طراح ارشد بازی در استودیوی **Gameloft**، **Tom Putzki** سخنگوی وارگیمینگ اروپا، **Ray Almaden** طراح بازی در ناتی داگ، **James Cooper** طراح بازی در ناتی داگ و طراح ارشد بازی **Uncharted: The Lost Legacy** و همچنین **Uwe Mathon** تهیه کننده ارشد یوبی سافت به چشم می خورد.

جزئیات و رزومه تمامی داوران هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای از طریق <http://www.tehrangamefestival.ir/jurors> (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) قابل مشاهده است آیین اختتامیه این جشنواره ۱۹ اسفند ماه در تالار وحدت برگزار خواهد شد و طی آن بهترین بازی های ایرانی مشخص می شوند.
پایان پیام ۳۱/



۳۵ داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

تهران (پانا) - ۲۰ داور بین المللی و ۱۵ داور داخلی آثار هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران را داوری خواهند کرد.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ۳۵ داور هفتمین دوره جشنواره بازی های رایانه ای تهران شامل ۱۵ داور ایرانی و ۲۰ داور بین المللی، معرفی شدند. این داوران قرار است به بررسی و انتخاب بهترین بازی نامه ها و بازی های سال ایران در ژانرهای مختلف بپردازند. براساس این گزارش استفاده از افراد خبره، توانمند و عادل برای داوری بازی های رایانه ای ایران، یکی از مهم ترین مسوولیت ها و تعهدات برگزار کنندگان جشنواره به شمار می رود. اگر داوران نتوانند به خوبی از عهده وظایف خود بریایند، انتخاب های اشتباه می تواند تاثیر منفی در جامعه بازی سازی و توسعه و رشد این صنعت داشته باشد. به همین منظور در انتخاب داوران وسواس زیادی به خرج داده شده است تا این افراد ضمن رعایت انصاف و عدالت، از نظر توانایی های فنی نیز در سطح بالایی باشند.

داوران جشنواره قرار است در بخش اصلی رویداد بهترین بازی ها را در ۸ ژانر اکشن، ماجراجویی، نقش آفرینی، استراتژی و مدیریتی، اکشن، سکویازی، ورزشی و ساده انتخاب کنند. همچنین در بخش فرعی جوایزی به بهترین دستاوردهای فنی، هنری، طراحی، داستان، صدا، موسیقی، محتوای فرهنگی و بهترین بازی برای دستگاه های همراه هوشمند اهدا خواهد شد. در نهایت نیز بهترین بازی سال ایران معرفی می شود.

براساس این گزارش در بخش داوران بین المللی افراد با تجربه و خبره ای نظیر David Coleman مدیر فنی هنری بازی Gears of War و استاد انستیتوی هنر ونکوور، Max Pears طراح بازی در استودیوی CD Project Red، Giuseppe Trapani طراح ارشد بازی در استودیوی Gameloft، Tom Putzki سخنگوی وارگیمینگ اروپا، Ray Almaden طراح بازی در ناتی داگ، James Cooper طراح بازی در ناتی داگ و طراح ارشد بازی Uncharted: The Lost Legacy و همچنین Uwe Mathon تهیه کننده ارشد یوبی سافت به چشم می خورد. جزئیات و رزومه تمامی داوران هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای از طریق <http://www.tehrangamefestival.ir/jurors> قابل مشاهده است. آیین اختتامیه این جشنواره ۱۹ اسفند ماه در تالار وحدت برگزار خواهد شد و طی آن بهترین بازی های ایرانی مشخص می شوند.



نخبگان صنعت بازی سازی دنیا داور جشنواره گیم تهران (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

آثار هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران را ۲۰ داور بین المللی و ۱۵ داور داخلی بر عهده خواهند داشت.

به گزارش ایران اکنومیسست به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای؛ ۳۵ داور هفتمین دوره جشنواره بازی های رایانه ای تهران شامل ۱۵ داور ایرانی و ۲۰ داور بین المللی، معرفی شدند. این داوران قرار است به بررسی و انتخاب بهترین بازی نامه ها و بازی های سال ایران در ژانرهای مختلف بپردازند. بر اساس این گزارش استفاده از افراد خبره، توانمند و عادل برای داوری بازی های رایانه ای ایران، یکی از مهم ترین مسوولیت ها و تعهدات برگزار کنندگان جشنواره به شمار می رود. اگر داوران نتوانند به خوبی از عهده وظایف خود بریایند، انتخاب های اشتباه می تواند تاثیر منفی در جامعه بازی سازی و توسعه و رشد این صنعت داشته باشد.

به همین منظور در انتخاب داوران وسواس زیادی به خرج داده شده است تا این افراد ضمن رعایت انصاف و عدالت، از نظر توانایی های فنی نیز در سطح بالایی باشند.

داوران جشنواره قرار است در بخش اصلی رویداد بهترین بازی ها را در ۸ ژانر اکشن، ماجراجویی، نقش آفرینی، استراتژی و مدیریتی، اکشن، سکویازی، ورزشی و ساده انتخاب کنند.

همچنین در بخش فرعی جوایزی به بهترین دستاوردهای فنی، هنری، طراحی، داستان، صدا، موسیقی، محتوای فرهنگی و بهترین بازی برای دستگاه های همراه هوشمند اهدا خواهد شد. در نهایت نیز بهترین بازی سال ایران معرفی می شود.

بر اساس این گزارش در بخش داوران بین المللی افراد با تجربه و خبره ای نظیر David Coleman مدیر فنی هنری بازی Gears of War و استاد انستیتوی هنر ونکوور، Max Pears طراح بازی در استودیوی CD Project Red، Giuseppe Trapani طراح ارشد بازی در استودیوی Gameloft، Tom Putzki سخنگوی وارگیمینگ اروپا، Ray Almaden طراح بازی در ناتی داگ، James Cooper طراح بازی در ناتی داگ و (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) طراح ارشد بازی **Uncharted: The Lost Legacy** و همچنین **Uwe Mathon** تهیه کننده ارشد یوبی سافت به چشم می خورد. جزئیات و رزومه تمامی داوران هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای از طریق <http://www.tehrangamefestival.ir/jurors> قابل مشاهده است. آیین اختتامیه این جشنواره ۱۹ اسفند ماه در تالار وحدت برگزار خواهد شد و طی آن بهترین بازی های ایرانی مشخص می شوند.



۳۵ داور ایرانی و بین المللی در هفتمین جشنواره بازی های رایانه (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

تهران-ایرنا- داوران هفتمین دوره جشنواره بازی های رایانه ای تهران شامل ۱۵ داور ایرانی و ۲۰ داور بین المللی، معرفی شدند.

به گزارش روز سه شنبه خبرنگار گروه فرهنگی این ۳۵ داور قرار است به بررسی و انتخاب بهترین بازی نامه ها و بازی های سال ایران در ژانرهای مختلف بپردازند.

بنابر اعلام بنیاد ملی بازی های رایانه ای، استفاده از افراد خبره، توانمند و عادل برای داوری بازی های رایانه ای ایران، یکی از مهم ترین مسوولیت ها و تعهدات برگزارکنندگان جشنواره به شمار می رود. اگر داوران نتوانند به خوبی از عهده وظایف خود بریایند، انتخاب های اشتباه می تواند تاثیر منفی در جامعه بازی سازی و توسعه و رشد این صنعت داشته باشد.

به همین منظور در انتخاب داوران وسواس زیادی به خرج داده شده است تا این افراد ضمن رعایت انصاف و عدالت، از نظر توانایی های فنی نیز در سطح بالایی باشند.

داوران جشنواره قرار است در بخش اصلی رویداد بهترین بازی ها را در ۸ ژانر اکشن، ماجراجویی، نقش آفرینی، استراتژی و مدیریتی، اکشن، سکویازی، ورزشی و ساده انتخاب کنند. همچنین در بخش فرعی جوایزی به بهترین دستاوردهای فنی، هنری، طراحی، داستان، صدا، موسیقی، محتوای فرهنگی و بهترین بازی برای دستگاه های همراه هوشمند اهدا خواهد شد. در نهایت نیز بهترین بازی سال ایران معرفی می شود.

در بخش داوران بین المللی افراد با تجربه ای نظیر دیوید کلمن (David Coleman) مدیر فنی هنری بازی **Gears of War** و استاد انستیتوی هنر و تکنوورمکس پیرس (Max Pear) طراح بازی در استودیوی **CD Project Red, Giuseppe Trapani** طراح ارشد بازی در استودیوی **Tom Putzki, Gameloft** گیملوفت سخنگوی و ارگیمینگ اروپایی آلموند (Ray Almaden) طراح بازی در ناتی داگ، جیمز کوپر (James Coope) طراح بازی در ناتی داگ و طراح ارشد بازی **Uncharted: The Lost Legacy** و همچنین او میثون (Uwe Mathon) تهیه کننده ارشد یوبی سافت به چشم می خورد.

جزئیات و رزومه تمامی داوران هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای از طریق <http://www.tehrangamefestival.ir/jurors> قابل مشاهده است. آیین اختتامیه این جشنواره ۱۹ اسفند ماه در تالار وحدت برگزار خواهد شد و طی آن بهترین بازی های ایرانی مشخص می شوند.

فراهنک+۹۳۲۸۰۰۱۸۲۳



۳۵ داور ایرانی و بین المللی در هفتمین جشنواره بازی های رایانه (۱۳۹۵-۱۳۹۶)

داوران هفتمین دوره جشنواره بازی های رایانه ای تهران شامل ۱۵ داور ایرانی و ۲۰ داور بین المللی، معرفی شدند.

به گزارش ایران اکونومیست، این ۳۵ داور قرار است به بررسی و انتخاب بهترین بازی نامه ها و بازی های سال ایران در ژانرهای مختلف بپردازند. بنابر اعلام بنیاد ملی بازی های رایانه ای، استفاده از افراد خبره، توانمند و عادل برای داوری بازی های رایانه ای ایران، یکی از مهم ترین مسوولیت ها و تعهدات برگزارکنندگان جشنواره به شمار می رود. اگر داوران نتوانند به خوبی از عهده وظایف خود بریایند، انتخاب های اشتباه می تواند تاثیر منفی در جامعه بازی سازی و توسعه و رشد این صنعت داشته باشد.

به همین منظور در انتخاب داوران وسواس زیادی به خرج داده شده است تا این افراد ضمن رعایت انصاف و عدالت، از نظر توانایی های فنی نیز در سطح بالایی باشند.

داوران جشنواره قرار است در بخش اصلی رویداد بهترین بازی ها را در ۸ ژانر اکشن، ماجراجویی، نقش آفرینی، استراتژی و مدیریتی، اکشن، سکویازی، ورزشی و ساده انتخاب کنند. همچنین در بخش فرعی جوایزی به بهترین دستاوردهای فنی، هنری، طراحی، داستان، صدا، موسیقی، محتوای فرهنگی و بهترین بازی برای دستگاه های همراه هوشمند اهدا خواهد شد. در نهایت نیز بهترین بازی سال ایران معرفی می شود.

در بخش داوران بین المللی افراد با تجربه ای نظیر دیوید کلمن (David Coleman) مدیر فنی هنری بازی **Gears of War** و استاد انستیتوی هنر و تکنوورمکس پیرس (Max Pear) طراح بازی در استودیوی **CD Project Red, Giuseppe Trapani** طراح ارشد بازی در استودیوی (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) Tom Putzki, Gameloft) گیملوفت سخنگوی وارگیمینگ اروپایی آلموند (Ray Almaden) طراح بازی در تاتی داگ، جیمز کوپر (James Coope) طراح بازی در تاتی داگ و طراح ارشد بازی Uncharted: The Lost Legacy و همچنین او میتون (Uwe Mathon) تهیه کننده ارشد یوبی سافت به چشم می خورد.

جزییات و رزومه تمامی داوران هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای از طریق <http://www.tehrangamefestival.ir/jurors> قابل مشاهده است. آیین اختتامیه این جشنواره ۱۹ اسفند ماه در تالار وحدت برگزار خواهد شد و طی آن بهترین بازی های ایرانی مشخص می شوند.



دست اندرکاران رسانه های حوزه ی بازی، غایبان هر سال داوری (۱۳۹۴-۹۵/۱۱/۹۶)

هر سال با نزدیک شدن به روزهای پایانی سال، چراغ های جشنواره ی بازی های رایانه ای ایران پر قروغ تر می شوند و بازار رقابت ها داغ تر. ثمره ی تلاش یک ساله ی اهالی سرزمین بازی ها در اسفند ماه هر سال به بار می نشیند و بهترین های حوزه ساخت بازی های رایانه ای ایران شناخته می شوند. سال تیز دوره ی هفتم این جشن بزرگ در حال برگزاری ست و دست اندرکاران و حرفه ای های این حوزه از ایران و دیگر کشورها، با تخصص های مختلف به عنوان داوران این جشنواره برگزیده و معرفی شده اند. اما کفایت نگاهی به عنوان های تخصصی داوران بیندازیم تا قروغ این رویداد سالانه ی با اهمیت در کشور، برای اهالی رسانه با هیچ نماینده حاضر در بین داوران، به ظلمت و تاریکی بدل شود.

بر اساس خبری که از سوی روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای منتشر گردیده، ۳۵ داور ایرانی و غیر ایرانی جشنواره هفتم بازی های رایانه ای ایران معرفی شده اند. این اسامی از این حکایت دارند که به مانند دوره های گذشته ی برگزاری این جشنواره، نقش رسانه ها و متخصصین و حرفه ای های مدیای تخصصی بازی در بین این افراد و در جهت داوری آثار، خالی تر از خالیست.

هرچه در اسامی داوران جشنواره ها و رویدادهای بزرگ جهانی که در حوزه ی تخصصی بازی های رایانه ای برگزار می شوند کنکاش می نماییم، مشاهده می شود تعداد داورانی که از بخش مدیا و مطبوعات و رسانه ها در بین داوران نهایی و هیئت انتخاب قرار گرفته اند از دیگر بخش ها اگر بیشتر نباشد، کمتر نیست. کفایت به هیئت رای دهنده ی رویداد مهم و شناخته شده ی The Game Awards نگاهی بیندازید. ۵۱ رسانه ی تخصصی و سایت های تولید محتوا جزو هیئت داوری، انتخاب شده و حق رای دارند، اما رویکرد بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران به عنوان تنها حامی رسمی صنعت بازی سازی در ایران در باره ی این حوزه، چیست؟

نادیده گرفتن، بی توجهی و بی اهمیت جلوه دادن رسانه های مرتبط با حوزه ی گیم و نگاه داشتن آن ها در حاشیه ی اتفاقات این حوزه ی رو به رشد چه دلیلی دارد؟ شاید اگر مهربانانه برخورد نماییم، نگاه متولیان این حوزه به رسانه ها و محتوای تولیدی آن ها نگاهی از سر بی مهری و بی عدالتیست. تنها می توان امید بست به آینده و تلاش را رها نکرد، شاید که روزی از روزها مدیران و سیاست گذاران این حوزه، به اهمیت رسانه و محتوای با ارزشی که تنها رشد این صنعت را موجب می شود پی ببرند و برسد روزی که تمام نویسندگان این حوزه که در تولید محتوا برای آن زحمت می کنند و با عشقی بی بدیل در راستای کیفیت و ارزش آفرینی بی هیچ چشمداشتی از خود مایه میگذارند دیده شوند.



نخبگان صنعت بازی سازی دنیا، داور جشنواره گیم تهران؛ ۳۵ داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند (۱۳۹۴-۹۵/۱۱/۹۶)

۲۰ داور بین المللی و ۱۵ داور داخلی آثار هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران را داوری خواهند کرد.

به گزارش گروه علم و فناوری خبرگزاری آنا از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ۳۵ داور هفتمین دوره جشنواره بازی های رایانه ای تهران شامل ۱۵ داور ایرانی و ۲۰ داور بین المللی، معرفی شدند. این داوران قرار است به بررسی و انتخاب بهترین بازی نامه ها و بازی های سال ایران در ژانرهای مختلف بپردازند. براساس این گزارش استفاده از افراد خبره، توانمند و عادل برای داوری بازی های رایانه ای ایران، یکی از مهم ترین مسوولیت ها و تعهدات برگزار کنندگان جشنواره به شمار می رود. اگر داوران نتوانند به خوبی از عهده وظایف خود بریایند، انتخاب های اشتباه می تواند تاثیر منفی در جامعه بازی سازی و توسعه و رشد این صنعت داشته باشد. به همین منظور در انتخاب داوران وسواس زیادی به خرج داده شده است تا این افراد ضمن رعایت انصاف و عدالت، از نظر توانایی های فنی نیز در سطح بالایی باشند.

داوران جشنواره قرار است در بخش اصلی رویداد بهترین بازی ها را در هشت ژانر اکشن، ماجراجویی، نقش آفرینی، استراتژی و مدیریتی، سکوبازی، ورزشی و ساده انتخاب کنند. همچنین در بخش فرعی جوایزی به بهترین دستاوردهای فنی، هنری، طراحی، داستان، صدا، موسیقی، محتوای فرهنگی و بهترین بازی برای دستگاه های همراه هوشمند اهدا خواهد شد. در نهایت نیز بهترین بازی سال ایران معرفی می شود.

براساس این گزارش در بخش داوران بین المللی افراد با تجربه و خبره ای نظیر «David Coleman» مدیر فنی هنری بازی «Gears of War» و استاد انستیتوی هنر ونکوور، «Max Pears» طراح بازی در استودیوی «Giuseppe Trapani»، «CD Project Red» طراح ارشد (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) بازی در استودیوی «Tom Putzki»، «GameIoft» سخنگوی وارگیمینگ اروپا، «Ray Almaden» طراح بازی در ناتی داگ، «James Cooper» طراح بازی در ناتی داگ و طراح ارشد بازی «Uncharted: The Lost Legacy» و همچنین «Uwe Mathon» تهیه کننده ارشد یوبی سافت به چشم می خورد.

جزییات و رزومه تمامی داوران هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای در این سایت قابل مشاهده است. آئین اختتامیه این جشنواره ۱۹ اسفند ماه در تالار وحدت برگزار خواهد شد و طی آن بهترین بازی های ایرانی مشخص می شوند.



نخبگان صنعت بازی سازی دنیا، داور جشنواره گیم تهران؛ ۳۵ داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند (۱۳۸۵-۰۶/۱۱/۰۴)

۲۰ داور بین المللی و ۱۵ داور داخلی آثار هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران را داوری خواهند کرد.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ۳۵ داور هفتمین دوره جشنواره بازی های رایانه ای تهران شامل ۱۵ ایرانی و ۲۰ داور بین المللی، معرفی شدند. این داوران قرار است به بررسی و انتخاب بهترین بازی نامه ها و بازی های سال ایران در ژانرهای مختلف بپردازند. براساس این گزارش استفاده از افراد خبره، توانمند و عادل برای داوری بازی های رایانه ای ایران، یکی از مهم ترین مسوولیت ها و تعهدات برگزارکنندگان جشنواره به شمار می رود. اگر داوران نتوانند به خوبی از عهده وظایف خود بریایند، انتخاب های اشتباه می تواند تاثیر منفی در جامعه بازی سازی و توسعه و رشد این صنعت داشته باشد. به همین منظور در انتخاب داوران وسواس زیادی به خرج داده شده است تا این افراد ضمن رعایت انصاف و عدالت، از نظر توانایی های فنی نیز در سطح بالایی باشند.

داوران جشنواره قرار است در بخش اصلی رویداد بهترین بازی ها را در ۸ ژانر اکشن، ماجراجویی، نقش آفرینی، استراتژی و مدیریتی، اکشن، سکویازی، ورزشی و ساده انتخاب کنند. همچنین در بخش فرعی جوایزی به بهترین دستاوردهای فنی، هنری، طراحی، داستان، صدا، موسیقی، محتوای فرهنگی و بهترین بازی برای دستگاه های همراه هوشمند اهدا خواهد شد. در نهایت نیز بهترین بازی سال ایران معرفی می شود.

براساس این گزارش در بخش داوران بین المللی افراد با تجربه و خبره ای نظیر David Coleman مدیر فنی هنری بازی Gears of War و استاد انستیتوی هنر ونکوور، Max Pears طراح بازی در استودیوی CDProject Red، Giuseppe Trapani طراح ارشد بازی در استودیوی GameIoft، Tom Putzki سخنگوی وارگیمینگ اروپا، Ray Almaden طراح بازی در ناتی داگ، James Cooper طراح بازی در ناتی داگ و طراح ارشد بازی Uncharted: The Lost Legacy و همچنین Uwe Mathon تهیه کننده ارشد یوبی سافت به چشم می خورد.

جزییات و رزومه تمامی داوران هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای از طریق <http://www.tehrangamefestival.ir/jurors/> قابل مشاهده است. آئین اختتامیه این جشنواره ۱۹ اسفند ماه در تالار وحدت برگزار خواهد شد و طی آن بهترین بازی های ایرانی مشخص می شوند.



نخبگان صنعت بازی سازی دنیا، داور جشنواره گیم تهران؛ ۳۵ داور ایرانی و بین المللی، داور ان هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند

۲۰ داور بین المللی و ۱۵ داور داخلی آثار هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران را داوری خواهند کرد. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ۳۵ داور هفتمین دوره جشنواره بازی های رایانه ای تهران شامل ۱۵ داور ایرانی و ۲۰ داور بین المللی، معرفی شدند. این داوران قرار است به بررسی و انتخاب بهترین بازی نامه ها و بازی های سال ایران در ژانرهای مختلف بپردازند. براساس این گزارش استفاده از افراد خبره، توانمند و عادل برای داوری بازی های رایانه ای ایران، یکی از مهم ترین مسوولیت ها و تعهدات برگزارکنندگان جشنواره به شمار می رود. اگر داوران نتوانند به خوبی از عهده وظایف خود بریایند، انتخاب های اشتباه می تواند تاثیر منفی در جامعه بازی سازی و توسعه و رشد این صنعت داشته باشد.



۳۵ داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند (۱۳۸۵-۰۶/۱۱/۰۴)

۲۰ داور بین المللی و ۱۵ داور داخلی آثار هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران را داوری خواهند کرد.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ۳۵ داور هفتمین دوره جشنواره بازی های رایانه ای تهران شامل ۱۵ داور ایرانی و ۲۰ (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) داور بین المللی، معرفی شدند. این داوران قرار است به بررسی و انتخاب بهترین بازی نامه ها و بازی های سال ایران در ژانرهای مختلف بپردازند. براساس این گزارش استفاده از افراد خبره، توانمند و عادل برای داوری بازی های رایانه ای ایران، یکی از مهم ترین مسوولیت ها و تعهدات برگزار کنندگان جشنواره به شمار می رود. اگر داوران نتوانند به خوبی از عهده وظایف خود بریایند، انتخاب های اشتباه می تواند تاثیر منفی در جامعه بازی سازی و توسعه و رشد این صنعت داشته باشد. به همین منظور در انتخاب داوران وسواس زیادی به خرج داده شده است تا این افراد ضمن رعایت انصاف و عدالت، از نظر توانایی های فنی نیز در سطح بالایی باشند.

داوران جشنواره قرار است در بخش اصلی رویداد بهترین بازی ها را در ۸ ژانر اکشن، ماجراجویی، نقش آفرینی، استراتژی و مدیریتی، اکشن، سکویازی، ورزشی و ساده انتخاب کنند. همچنین در بخش فرعی جوایزی به بهترین دستاوردهای فنی، هنری، طراحی، داستان، صدا، موسیقی، محتوای فرهنگی و بهترین بازی برای دستگاه های همراه هوشمند اهدا خواهد شد. در نهایت نیز بهترین بازی سال ایران معرفی می شود.

براساس این گزارش در بخش داوران بین المللی افراد با تجربه و خبره ای نظیر **David Coleman** مدیر فنی هنری بازی **Gears of War** و استاد انستیتوی هنر ونکوور، **Max Pears** طراح بازی در استودیوی **CD Project Red**، **Giuseppe Trapani** طراح ارشد بازی در استودیوی **Game Loft**، **Tom Putzki** سخنگوی وارگیمینگ اروپا، **Ray Almaden** طراح بازی در ناتی داگ، **James Cooper** طراح بازی در ناتی داگ و طراح ارشد بازی **Uncharted: The Lost Legacy** و همچنین **Uwe Mathon** تهیه کننده ارشد یوبی سافت به چشم می خورد.

جزییات و رزومه تمامی داوران هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای از طریق <http://www.tehrangamefestival.ir/jurors> قابل مشاهده است. آیین اختتامیه این جشنواره ۱۹ اسفند ماه در تالار وحدت برگزار خواهد شد و طی آن بهترین بازی های ایرانی مشخص می شوند.



نخبگان صنعت بازی سازی دنیا، داور جشنواره گیم تهران؛ ۳۵ داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند (۱۳۸۵-۹۶/۱۱/۰۹)

خبرایران: ۲۰ داور بین المللی و ۱۵ داور داخلی آثار هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران را داوری خواهند کرد.

به گزارش خبرایران از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ۳۵ داور هفتمین دوره جشنواره بازی های رایانه ای تهران شامل ۱۵ داور ایرانی و ۲۰ داور بین المللی، معرفی شدند. این داوران قرار است به بررسی و انتخاب بهترین بازی نامه ها و بازی های سال ایران در ژانرهای مختلف بپردازند. براساس این گزارش استفاده از افراد خبره، توانمند و عادل برای داوری بازی های رایانه ای ایران، یکی از مهم ترین مسوولیت ها و تعهدات برگزار کنندگان جشنواره به شمار می رود. اگر داوران نتوانند به خوبی از عهده وظایف خود بریایند، انتخاب های اشتباه می تواند تاثیر منفی در جامعه بازی سازی و توسعه و رشد این صنعت داشته باشد. به همین منظور در انتخاب داوران وسواس زیادی به خرج داده شده است تا این افراد ضمن رعایت انصاف و عدالت، از نظر توانایی های فنی نیز در سطح بالایی باشند.

داوران جشنواره قرار است در بخش اصلی رویداد بهترین بازی ها را در ۸ ژانر اکشن، ماجراجویی، نقش آفرینی، استراتژی و مدیریتی، اکشن، سکویازی، ورزشی و ساده انتخاب کنند. همچنین در بخش فرعی جوایزی به بهترین دستاوردهای فنی، هنری، طراحی، داستان، صدا، موسیقی، محتوای فرهنگی و بهترین بازی برای دستگاه های همراه هوشمند اهدا خواهد شد. در نهایت نیز بهترین بازی سال ایران معرفی می شود.

براساس این گزارش در بخش داوران بین المللی افراد با تجربه و خبره ای نظیر **David Coleman** مدیر فنی هنری بازی **Gears of War** و استاد انستیتوی هنر ونکوور، **Max Pears** طراح بازی در استودیوی **CD Project Red**، **Giuseppe Trapani** طراح ارشد بازی در استودیوی **Game Loft**، **Tom Putzki** سخنگوی وارگیمینگ اروپا، **Ray Almaden** طراح بازی در ناتی داگ، **James Cooper** طراح بازی در ناتی داگ و طراح ارشد بازی **Uncharted: The Lost Legacy** و همچنین **Uwe Mathon** تهیه کننده ارشد یوبی سافت به چشم می خورد.

جزییات و رزومه تمامی داوران هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای از طریق <http://www.tehrangamefestival.ir/jurors> قابل مشاهده است. آیین اختتامیه این جشنواره ۱۹ اسفند ماه در تالار وحدت برگزار خواهد شد و طی آن بهترین بازی های ایرانی مشخص می شوند.



عضو هیئت رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس: توسعه بازی های داخلی نیازمند ایجاد بسترهای مناسب است

(۱۳۸۵-۰۶/۱۱/۹۶)

عضو هیئت رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی معتقد است مشکلات بازی های داخلی اعم از تکنولوژی به روز و اقبال مخاطب با ایجاد سدهایی مانند در نظر گرفتن عوارض برای بازی های خارجی برطرف نمی شود.

به گزارش خبرگزاری بسیج از شاهرود، سیدحسن حسینی شاهرودی با انتقاد از پیشنهاد اخذ عوارض برای بازی های رایانه ای خارجی، گفت: اگرچه اخذ این عوارض در جهت حمایت از تولیدات داخلی تعریف شده است تا با محدود کردن کاربران، آن ها را به استفاده از تولیدات داخلی ترغیب کنند، ولی این امر در حالی است که بازی های داخلی از کیفیت چندانی برخوردار نیستند.

نماینده مردم شاهرود و میامی در مجلس شورای اسلامی تصریح کرد: توسعه بازی های داخلی نیازمند ایجاد بستر های مناسب است تا تولیدکننده بتواند در تولید، عرضه و فروش این بازی ها نتایج مطلوب را کسب کند؛ ضمن آنکه یکی از راهکار های مناسب برای کمک به بازی های داخلی، پارانه ای است که دولت باید به این محصولات بدهد تا پیشبرد امور را برای تولیدکننده ها تسهیل کند.

وی اظهار کرد: گرفتن مالیات از بازی های خارجی به نوعی ایجاد انحصار است اگرچه این انحصار در جهت حمایت از تولیدات داخلی است، اما باید موقت و پلکانی باشد و گرفتن مالیات از بازی های خارجی پس از مدتی به صفر برسد.

حسینی شاهرودی با بیان اینکه انحصاری که برای حمایت از تولیدات داخلی به وجود آمده تاثیر مثبت چندانی در رشد کمی و کیفی این محصولات نداشته است، تاکید کرد: اگرچه برای حمایت از بازی های داخلی، مالیات برای محصولات خارجی در نظر گرفته شده است، اما این عوارض تاثیر چندانی در رشد و توسعه بازی های داخلی نداشته و تصمیم اشتباهی است.

عضو هیئت رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی با انتقاد از عملکرد بنیاد ملی بازی های رایانه ای، گفت: چندین سال از زمان تشکیل بنیاد ملی بازی های رایانه ای می گذرد، اما این بنیاد در توسعه این محصولات کوتاهی کرده و استقبال از این بازی های داخلی وجود ندارد؛ باید بررسی شود چرا نمی توانیم در توسعه این بازی ها توانا باشیم؟ تکنولوژی و علم مورد نیاز وجود ندارد؟ شرایط رشد نیست؟

حسینی شاهرودی در ادامه بیان کرد: بازی های داخلی از یک سو محتوا و از سوی دیگر از نظر فنی و تکنولوژی در سطح پایینی قرار دارند و به نظر می رسد بنیاد ملی بازی های رایانه ای برنامه جامعی برای رفع کمبود های این حوزه ندارد.

عضو هیئت رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی در پایان افزود: مشکلات بازی های داخلی با ایجاد سدهایی مانند در نظر گرفتن مالیات برای بازی های خارجی برطرف نمی شود لذا باید راه های دیگری پیش بینی شود و برای حمایت و توسعه بازی های رایانه ای داخلی خود کشور باید شرایط مناسب را فراهم کند؛ گران کردن بازی های رایانه ای خارجی علاج این مشکل نیست.



پورمختار در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان: دریافت عوارض از واردات بازی های رایانه ای به بخش

درآمدی کشور کمک می کند (۱۳۸۵-۰۶/۱۱/۹۶)

عضو کمیسیون حقوقی مجلس گفت: دریافت عوارض از ورود بازی های خارجی به کشور برای ما درآمد به همراه دارد.

محمدعلی پورمختار عضو کمیسیون قضایی مجلس در گفت و گو با خبرنگار مجلس گروه سیاسی باشگاه خبرنگاران جوان؛ با اشاره به اینکه ساخت بازی های رایانه ای اکنون به عنوان یک صنعت پولساز و پردرآمد در دنیا مطرح است، گفت: براین اساس برای حمایت و تقویت ساخت بازی های رایانه ای مرکز ملی و بنیادی ایجاد شد.

وی با بیان اینکه متأسفانه همیشه این حمایت ها به لحاظ سلیقه ای یا کمبود منابع مالی مورد نیاز دچار افت شده است، افزود: بخش خصوصی هم نوعاً با مشکلات مالی در این مورد مواجه است، شخصی که می خواهد در راه صنعت بازی سازی قدم بردارد باید تمام وقت برنامه ریزی کرده و زمان بگذارد و حتی به کسب درآمدی هم در انتهای آن، مبنی براینکه آیا می تواند بفروشد یا خیر نیندیشد.

پورمختار تصریح کرد: اکنون قدرت رقابت در کشور بسیار پایین است، در کشورهای خارجی با استفاده از تجهیزات و امکانات بسیار فوق العاده و قوی الکترونیکی بازی های رایانه ای ساخته می شود اما در ایران باید تک تک افراد خودشان این کار را انجام دهند، بند به بند برنامه را نوشته و به بازی تبدیلش کنند.

نماینده مردم کیورداهنگ و بهار ضمن موافقت و تایید دریافت عوارض از ورود بازی های خارجی به کشور اظهار کرد: اگر به حمایت قانونی در این مورد نیاز است مجلس حتماً به آن عنایت و توجه می کند زیرا غیر از بحث درآمدی آن برای کشور، پول بازی های رایانه ای خارجی تنها به جیب سازندگانش می رود و آثار و عوارض فرهنگی غیرقابل جبران و کنترل هم برای ما دارد و عملاً بسیاری از پیام ها را در قالب همین بازی ها به نسل جوان، توجولان و کودکان ما منتقل می کنند.

عضو کمیسیون حقوقی قضایی مجلس بیان کرد: بنیاد ملی بازی های رایانه ای باید تقویت شده و به صورت مشخص ردیفی را در بودجه داشته باشد زیرا ما نتایج آن توانمند بسیاری در این عرصه داریم و امیدواریم دولت با ارائه لایحه یک گام عملی در این بخش بردارد.



نماینده شاهرود و میامی در مجلس: عوارض جلوی نشر بازی های رایانه ای خارجی را نمی گیرد (۱۳۷۱/۱۱/۱۵-۱۳۷۱/۱۲/۱۵)

شاهرود - نماینده مردم شاهرود و میامی در مجلس گفت: مشکلات بازی های داخلی اعم از تکنولوژی به روز و اقبال مخاطب با ایجاد سدهایی مانند در نظر گرفتن عوارض برای بازی های خارجی برطرف نمی شود.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از روابط عمومی دفتر نماینده مردم شاهرود و میامی در مجلس، سید حسن حسینی شاهرودی با انتقاد از پیشنهاد اخذ عوارض برای بازی های رایانه ای خارجی، افزود: اگرچه اخذ این عوارض در راستای حمایت از تولیدات داخلی تعریف شده است تا با محدود کردن کاربران، آنها را به استفاده از تولیدات داخلی ترغیب کنند ولی این امر در حالی است که بازی های داخلی از کیفیت چندانی برخوردار نیستند. وی تصریح کرد: توسعه بازی های داخلی نیازمند ایجاد بسترهای مناسب است تا تولیدکننده بتواند در تولید، عرضه و فروش این بازی ها نتایج مطلوب را کسب کند؛ ضمن آنکه یکی از راهکارهای مناسب برای کمک به بازی های داخلی، یارانه ای است که دولت باید به این محصولات بدهد تا پیشبرد امور را برای تولیدکننده ها تسهیل کند.

نماینده مردم شاهرود و میامی در مجلس شورای اسلامی اظهار کرد: گرفتن مالیات از بازی های خارجی به نوعی ایجاد انحصار است اگرچه این انحصار در راستای حمایت از تولیدات داخلی است اما باید موقت و پلکانی باشد و گرفتن مالیات از بازی های خارجی پس از مدتی به صفر برسد. حسینی شاهرودی با بیان اینکه انحصاری که برای حمایت از تولیدات داخلی به وجود آمده تاثیر مثبت چندانی در رشد کمی و کیفی این محصولات نداشته است، تاکید کرد: اگرچه برای حمایت از بازی های داخلی، مالیات برای محصولات خارجی در نظر گرفته شده است اما این عوارض تاثیر چندانی در رشد و توسعه بازی های داخلی نداشته و تصمیم اشتباهی است.

وی با انتقاد از عملکرد بنیاد ملی بازی های رایانه ای، گفت: چندین سال از زمان تشکیل این بنیاد می گذرد اما در توسعه این محصولات کوتاهی کرده و استقبال از این بازی های داخلی وجود ندارد؛ حال باید بررسی شود چرا نمی توانیم در توسعه این بازی ها توانا باشیم؟ تکنولوژی و علم مورد نیاز وجود ندارد؟ شرایط رشد نیست؟

عضو هیئت رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی در ادامه بیان کرد: بازی های داخلی از یک سو محتوا و از سوی دیگر از نظر فنی و تکنولوژی در سطح پایینی قرار دارند و به نظر می رسد بنیاد ملی بازی های رایانه ای برنامه جامعی برای رفع کمبودهای این حوزه ندارد. حسینی شاهرودی افزود: مشکلات بازی های داخلی با ایجاد سدهایی مانند در نظر گرفتن مالیات برای بازی های خارجی برطرف نمی شود لذا باید راه های دیگری پیش بینی شود و برای حمایت و توسعه بازی های رایانه ای داخلی خود کشور باید شرایط مناسب را فراهم کند؛ گران کردن بازی های رایانه ای خارجی علاج این مشکل نیست.



نماینده شاهرود و میامی در مجلس: عوارض جلوی نشر بازی های رایانه ای خارجی را نمی گیرد (۱۳۷۱/۱۱/۱۵-۱۳۷۱/۱۲/۱۵)

شاهرود - نماینده مردم شاهرود و میامی در مجلس گفت: مشکلات بازی های داخلی اعم از تکنولوژی به روز و اقبال مخاطب با ایجاد سدهایی مانند در نظر گرفتن عوارض برای بازی های خارجی برطرف نمی شود.

به گزارش ذاکرنیوز به نقل از روابط عمومی دفتر نماینده مردم شاهرود و میامی در مجلس، سید حسن حسینی شاهرودی با انتقاد از پیشنهاد اخذ عوارض برای بازی های رایانه ای خارجی، افزود: اگرچه اخذ این عوارض در راستای حمایت از تولیدات داخلی تعریف شده است تا با محدود کردن کاربران، آنها را به استفاده از تولیدات داخلی ترغیب کنند ولی این امر در حالی است که بازی های داخلی از کیفیت چندانی برخوردار نیستند؛ وی تصریح کرد: توسعه بازی های داخلی نیازمند ایجاد بسترهای مناسب است تا تولیدکننده بتواند در تولید، عرضه و فروش این بازی ها نتایج مطلوب را کسب کند؛ ضمن آنکه یکی از راهکارهای مناسب برای کمک به بازی های داخلی، یارانه ای است که دولت باید به این محصولات بدهد تا پیشبرد امور را برای تولیدکننده ها تسهیل کند. نماینده مردم شاهرود و میامی در مجلس شورای اسلامی اظهار کرد: گرفتن مالیات از بازی های خارجی به نوعی ایجاد انحصار است اگرچه این انحصار در راستای حمایت از تولیدات داخلی است اما باید موقت و پلکانی باشد و گرفتن مالیات از بازی های خارجی پس از مدتی به صفر برسد. حسینی شاهرودی با بیان اینکه انحصاری که برای حمایت از تولیدات داخلی به وجود آمده تاثیر مثبت چندانی در رشد کمی و کیفی این محصولات نداشته است، تاکید کرد: اگرچه برای حمایت از بازی های داخلی، مالیات برای محصولات خارجی در نظر گرفته شده است اما این عوارض تاثیر چندانی در رشد و توسعه بازی های داخلی نداشته و تصمیم اشتباهی است. وی با انتقاد از عملکرد بنیاد ملی بازی های رایانه ای، گفت: چندین سال از زمان تشکیل این بنیاد می گذرد اما در توسعه این محصولات کوتاهی کرده و استقبال از این بازی های داخلی وجود ندارد؛ حال باید بررسی شود چرا نمی توانیم در توسعه این بازی ها توانا باشیم؟ تکنولوژی و علم مورد نیاز وجود ندارد؟ شرایط رشد نیست؟ عضو هیئت رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی در ادامه بیان کرد: بازی های داخلی از یک سو محتوا و از سوی دیگر از نظر فنی و تکنولوژی در سطح پایینی قرار دارند و به نظر می رسد بنیاد ملی بازی های رایانه ای برنامه جامعی برای رفع کمبودهای این حوزه ندارد. حسینی شاهرودی افزود: مشکلات بازی های داخلی با ایجاد سدهایی مانند در نظر گرفتن مالیات برای بازی های خارجی برطرف نمی شود لذا باید راه های دیگری پیش بینی شود و برای حمایت و توسعه بازی های رایانه ای داخلی خود کشور باید شرایط مناسب را فراهم کند؛ گران کردن بازی های رایانه ای خارجی علاج این مشکل نیست.



انتقاد عضو کمیسیون اقتصادی مجلس از عملکرد بنیاد ملی بازی های رایانه ای (۱۳/۱۱/۹۵-۱۳/۱۲/۹۵)

عضو هیئت رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس با انتقاد از عملکرد بنیاد ملی بازی های رایانه ای، گفت: چندین سال از زمان تشکیل بنیاد ملی بازی های رایانه ای می گذرد اما این بنیاد در توسعه این محصولات کوتاهی کرده است.

به گزارش خبرگزاری تسنیم از شاهرود به نقل از دفتر نماینده مردم شهرستان های شاهرود و میامی، سید حسن حسینی شاهرودی با انتقاد از پیشنهاد اخذ عوارض برای بازی های رایانه ای خارجی، اظهار داشت: اگرچه اخذ این عوارض در جهت حمایت از تولیدات داخلی تعریف شده است تا با محدود کردن کاربران، آن ها را به استفاده از تولیدات داخلی ترغیب کنند ولی این امر در حالی است که بازی های داخلی از کیفیت چندانی برخوردار نیستند. نماینده مردم شاهرود و میامی در مجلس شورای اسلامی تصریح کرد: توسعه بازی های داخلی نیازمند ایجاد بسترهای مناسب است تا تولیدکننده بتواند در تولید، عرضه و فروش این بازی ها نتایج مطلوب را کسب کند؛ ضمن آنکه یکی از راهکارهای مناسب برای کمک به بازی های داخلی، یارانه ای است که دولت باید به این محصولات بدهد تا پیشبرد امور را برای تولیدکننده ها تسهیل کند. وی افزود: گرفتن مالیات از بازی های خارجی به نوعی ایجاد انحصار است اگرچه این انحصار در جهت حمایت از تولیدات داخلی است اما باید موقت و پلکانی باشد و گرفتن مالیات از بازی های خارجی پس از مدتی به صفر برسد. حسینی شاهرودی بایان اینکه انحصاری که برای حمایت از تولیدات داخلی به وجود آمده تأثیر مثبت چندانی در رشد کمی و کیفی این محصولات نداشته است، تأکید کرد: اگرچه برای حمایت از بازی های داخلی، مالیات برای محصولات خارجی در نظر گرفته شده است اما این عوارض تأثیر چندانی در رشد و توسعه بازی های داخلی نداشته و تصمیم اشتباهی است.

عضو هیئت رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی با انتقاد از عملکرد بنیاد ملی بازی های رایانه ای، گفت: چندین سال از زمان تشکیل بنیاد ملی بازی های رایانه ای می گذرد اما این بنیاد در توسعه این محصولات کوتاهی کرده و استقبال از این بازی های داخلی وجود ندارد؛ باید بررسی شود چرا نمی توانیم در توسعه این بازی ها توانا باشیم؟ تکنولوژی و علم مورد نیاز وجود ندارد؟ شرایط رشد نیست؟ حسینی شاهرودی در ادامه بیان کرد: بازی های داخلی از یک سو محتوا و از سوی دیگر از نظر فنی و تکنولوژی در سطح پایینی قرار دارند و به نظر می رسد بنیاد ملی بازی های رایانه ای برنامه جامعی برای رفع کمبودهای این حوزه ندارد. عضو هیئت رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی در پایان افزود: مشکلات بازی های داخلی با ایجاد سدهایی مانند در نظر گرفتن مالیات برای بازی های خارجی برطرف نمی شود لذا باید راه های دیگری پیش بینی شود و برای حمایت و توسعه بازی های رایانه ای داخلی خود کشور باید شرایط مناسب را فراهم کند؛ گران کردن بازی های رایانه ای خارجی علاج این مشکل نیست.



عضو هیأت رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس: بازی های داخلی محتوا و سطح فنی خوبی ندارند / بنیاد ملی بازی های رایانه ای برنامه جامعی ندارد (۱۳/۱۱/۹۵-۱۳/۱۲/۹۵)

عضو هیأت رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس گفت: بازی های داخلی محتوا و سطح فنی خوبی ندارند و بنیاد ملی بازی های رایانه ای برنامه جامعی برای رفع کمبودهای این حوزه ندارد.

به گزارش گروه اقتصادی خبرگزاری فارس استان سمنان به نقل از دفتر نماینده مردم شاهرود و میامی در مجلس، سیدحسن حسینی شاهرودی با انتقاد از پیشنهاد اخذ عوارض برای بازی های رایانه ای خارجی اظهار داشت: اگرچه اخذ این عوارض در جهت حمایت از تولیدات داخلی تعریف شده است تا با محدود کردن کاربران، آن ها را به استفاده از تولیدات داخلی ترغیب کنند ولی این امر در حالی است که بازی های داخلی از کیفیت چندانی برخوردار نیست. وی تصریح کرد: توسعه بازی های داخلی نیازمند ایجاد بسترهای مناسب است تا تولیدکننده بتواند در تولید، عرضه و فروش این بازی ها نتایج مطلوب را کسب کند؛ ضمن آنکه یکی از راهکارهای مناسب برای کمک به بازی های داخلی، یارانه ای است که دولت باید به این محصولات بدهد تا پیشبرد امور را برای تولیدکننده ها تسهیل کند. نماینده مردم شاهرود و میامی در مجلس شورای اسلامی اظهار کرد: گرفتن مالیات از بازی های خارجی به نوعی ایجاد انحصار است اگرچه این انحصار در جهت حمایت از تولیدات داخلی است اما باید موقت و پلکانی باشد و گرفتن مالیات از بازی های خارجی پس از مدتی به صفر برسد. حسینی شاهرودی با بیان اینکه انحصاری که برای حمایت از تولیدات داخلی به وجود آمده تأثیر مثبت و چندانی در رشد کمی و کیفی این محصولات نداشته است، تأکید کرد: اگرچه برای حمایت از بازی های داخلی، مالیات برای محصولات خارجی در نظر گرفته شده است اما این عوارض تأثیر چندانی در رشد و توسعه بازی های داخلی نداشته و تصمیم اشتباهی است. وی با انتقاد از عملکرد بنیاد ملی بازی های رایانه ای، گفت: چندین سال از زمان تشکیل بنیاد ملی بازی های رایانه ای می گذرد اما این بنیاد در توسعه این محصولات کوتاهی کرده و استقبال از این بازی های داخلی وجود ندارد؛ باید بررسی شود چرا نمی توانیم در توسعه این بازی ها توانا باشیم؟ تکنولوژی و علم مورد نیاز وجود ندارد؟ شرایط رشد نیست؟ عضو هیأت رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی بیان کرد: بازی های داخلی از یک سو محتوا و از سوی دیگر از نظر فنی و تکنولوژی در سطح پایینی قرار دارند و به نظر می رسد بنیاد ملی بازی های رایانه ای برنامه جامعی برای رفع کمبودهای این حوزه ندارد. حسینی شاهرودی افزود: مشکلات بازی های داخلی با ایجاد سدهایی مانند در نظر گرفتن مالیات برای بازی های خارجی برطرف نمی شود باید راه های دیگری (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) پیش بینی شود و برای حمایت و توسعه بازی های رایانه ای داخلی خود کشور باید شرایط مناسب را فراهم کند؛ گران کردن بازی های رایانه ای خارجی علاج این مشکل نیست.



سخت افزار

۱۹۰ اثر به هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران رسید (۱۳۸۶-۱۳۸۷/۱۱-۱۲)

با پایان مهلت ارسال بازی های موبایلی، بازی های رایانه ای و بازی نامه به هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران، در مجموع ۱۹۰ اثر برای رقابت در جشنواره ارسال ثبت نام کردند. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، براساس این گزارش در جشنواره امسال، ۱۸ بازی نامه، ۲۰ بازی PC و ۱۵۲ بازی موبایلی برای کسب عناوین مختلف بهترین های سال با هم به رقابت خواهند پرداخت. بازی های ژانر ساده با ۵۵ عنوان (۳۲ درصد) بیشترین تعداد آثار ارسالی را شامل می شوند و پس از آن ۴۱ بازی در ژانر اکشن، ۲۰ بازی در ژانر استراتژی و مدیریتی، ۱۷ بازی در ژانر ورزشی، ۱۳ بازی در ژانر ماجراجویی، ۱۰ بازی در ژانر سکوبازی، ۴ بازی اکشن ماجراجویی و ۳ بازی نقش آفرینی به جشنواره ارسال شده است.

انجین یا موتور بازی سازی محبوب بازی سازان ایرانی هم Unity است و ۱۳۰ عنوان از بازی های ارسال شده به جشنواره از این موتور استفاده کرده اند. انجین های Game Maker با ۶ عنوان و Unreal با ۳ عنوان از دیگر موتورهای بازی سازی استفاده شده است. نکته دیگر این که ۳۹ درصد بازی ها (۶۷ عنوان) از تهران به جشنواره ارسال شده و ۶۱ درصد بازی های ارسالی از دیگر شهرهای سراسر کشور به دبیرخانه جشنواره رسیده است که نشان می دهد بازی سازی مختص پایتخت نیست. براساس اعلام دبیرخانه جشنواره، از هفدهم دی ماه، مرحله داوری این آثار آغاز شده و فیلان صاحب نظر داخلی و بین المللی در قالب کمیته داوری، به ارزیابی و انتخاب بهترین بازی های ایران می پردازند.

در جشنواره امسال نیز به مانند دیگر رویدادهای معتبر دنیا در این حوزه، بازی ها در ژانرهای اصلی مورد قضاوت داوران ایرانی و بین المللی قرار خواهند گرفت. آثار رسیده به جشنواره در هشت دسته متفاوت تقسیم و با هم به رقابت خواهند پرداخت و پس از آن، رای داوران برنده هر بخش و نامزد جایزه بهترین بازی سال ایران را مشخص خواهد کرد. در کنار نظر داوران، بازی سال از نگاه مردم نیز به عنوان یکی از مهم ترین بخش ها انتخاب و جایزه ویژه ای به آن تعلق خواهد گرفت که نحوه شرکت در این نظرسنجی به زودی اعلام می شود. علاوه بر این داوران بهترین دستاوردها در زمینه های مختلف را نیز انتخاب می کنند. اختتامیه هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران ۱۹ اسفند ماه برگزار می شود و پس از معرفی بهترین بازی های سال ایران، برای نخستین بار جشنواره نوروزی فروش این بازی ها به مدت یک ماه برپا خواهد بود. در این جشنواره فروش بازیکنان می توانند از طریق مارکت های ایرانی، پلیت ۱۰ هزار تومانی جهت خرید بازی های برتر جشنواره خریداری کنند. با خرید این پلیت، کاربران نه تنها امکان خرید با تخفیف بازی ها را به دست می آورند که در قرعه کشی جشنواره فروش شرکت داده خواهند شد. بازی های برتر نیز فرصت این را خواهند داشت تا انجام کارهای تبلیغاتی و در نظر گرفتن تخفیف، فروش خود را به حد قابل قبولی رسانده و ۴۰ درصد میزان فروش خود را از بنیاد ملی بازی های رایانه ای جایزه بگیرند. براساس این گزارش علاقه مندان به کسب اطلاعات بیشتر می توانند به سایت هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای به نشانی tehrangamefestival.ir مراجعه کنند.



فروشگاه های عرضه کننده بازی های دیجیتال برای دریافت مجوز فعالیت ثبت نام کنند (۱۳۸۶-۱۳۸۷/۱۱-۱۲)

گروه فناوری اطلاعات ثبت نام فروشگاه های دیجیتال عرضه کننده بازی های موبایل و رایانه ای برای دریافت مجوز فعالیت عرضه، آغاز شد.

به گزارش خبرگزاری بین المللی قرآن (ایکنا)، به نقل از بنیاد ملی بازی های رایانه ای، این بنیاد پس از ماه ها بررسی کارشناسی جهت رونق صنعت بازی سازی داخلی و تسهیل شرایط فعلی به نفع تولید ملی؛ آیین نامه «دستورالعمل نحوه صدور مجوز و پروانه عرضه تجاری بازی های رایانه ای» را تدوین نموده که بزودی اجرایی می شود.

پیش از اجرایی شدن این ضوابط، تمامی فروشگاه های دیجیتال عرضه کننده بازی های موبایل و رایانه ای بایستی از بنیاد ملی بازی های رایانه ای «مجوز فعالیت عرضه» دریافت کنند. این عرضه کنندگان جهت ثبت نام اولیه برای کسب مجوز تا ۱۰ بهمن ماه فرصت دارند از طریق فرم های مربوط به اشخاص حقوقی و اشخاص حقیقی اقدام نمایند.

وب سایت ها و فروشگاه های الکترونیکی که پیش از این از بنیاد ملی بازی های رایانه ای مجوز گرفته اند، تا زمان اتمام اعتبار مجوز لازم نیست در این خصوص اقدامی انجام دهند.

با توجه به آیین نامه «دستورالعمل نحوه صدور مجوز و پروانه عرضه تجاری بازی های رایانه ای»، از سال ۱۳۹۷ تمامی بازی های خارجی که در فضای دیجیتال عرضه تجاری می شوند می بایست «پروانه عرضه تجاری» از بنیاد ملی بازی های رایانه ای داشته باشند. بدیهی است تنها فروشگاه های دیجیتالی که «مجوز فعالیت» دارند می توانند با دریافت پروانه عرضه ی تجاری به انتشار بازی های خارجی بپردازند.

ثبت نام مجوز فعالیت عرضه اشخاص حقیقی

ثبت نام مجوز فعالیت عرضه برای اشخاص حقوقی



در رویداد ۲۰۱۷ DGRC چه گذشت؟! کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال از نگاه آمار و ارقام (۱۳۹۶-۹۵/۱۱/۱۱)

خبرایران: اختتامیه اولین کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال (DGRC) روز سوم آذرماه ۹۶ در دانشگاه علم و صنعت برگزار شد. این کنفرانس که رویدادی درباره تحقیقات علوم مرتبط با بازی سازی بود و سعی در افزایش شبکه ی پژوهشگران این حوزه در رشته های مختلف داشت.

به گزارش خبرایران از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، این رویداد قرار است هرساله با همکاری یکی از دانشگاه های بزرگ و معتبر کشور و با حضور دایرک یا مرکز تحقیقات بازی های دیجیتال، این شبکه ی ملی پژوهشی را گسترش داده و از فواید آن در جهت رشد روزافزون صنعت بازی ملی بهره ببرد. اولین دوره از این رویداد در سال ۱۳۹۶ با عنوان «کنفرانس تحقیقات بازی های دیجیتال: گرایش ها، فناوری ها و کاربردها» با همکاری دانشگاه علم و صنعت برگزار شد. محورهای اصلی این رویداد در ۹ حوزه تقسیم بندی شده اند که شامل محورهای زیر بودند:

گرافیک رایانه ای و بازی های دیجیتال

هوش مصنوعی و بازی های دیجیتال

جنبه های فنی، الگوریتم ها و معماری های بازی های دیجیتال

پردازش بازی های دیجیتال

بازی های جدی و بازی وارسازی

ابعاد رفتاری و اجتماعی بازی های دیجیتال

تعامل پذیری در بازی های دیجیتال

هنر و طراحی بازی های دیجیتال

اقتصاد، مدیریت و کسب و کار در بازی های دیجیتال

اعضای کمیته ی علمی این رویداد شامل دو استاد تمام، ۷ دانشیار، ۱۶ استادیار و ۹ نفر خبرگان صنعت بازی های دیجیتال بودند. در کنار این، اعضای کمیته ی داوری اولین دوره ی بازی های جدی و مقالات هم شامل ۲ نفر استاد تمام، ۱۰ دانشیار، ۱۹ استادیار و ۳۰ دانشجوی دکتری بودند.

تعداد ۱۴۶ مقاله به این رویداد ارسال شد که ۲۱۲ نفر آنها را نوشته و تحقیقات مرتبط با آنها را انجام داده بودند. سهم حوزه های مختلف از مقالات ارسالی نیز به این شرح بود که ۶۸ درصد از کل مقالات ارسالی مربوط به حوزه ی علوم انسانی، ۲۴ درصد فنی و مهندسی، ۷ درصد هنر و یک درصد از مقالات مربوط به حوزه ی علوم پزشکی بود.

در این میان پنج رشته ی دانشگاهی نیز بیشترین مقاله ی ارسالی را داشتند: علوم مهندسی و کامپیوتر، مدیریت، روانشناسی، علوم ارتباطات و هنر. ۶۴ درصد از ارائه دهندگان مقالات مرد و ۳۶ درصد زن بودند که با نرخ پذیرش مقالات ۶۰ درصد توانستند مقالات خود را به دبیرخانه ارسال و مجوز حضور در رویداد را دریافت کنند. مقالات پذیرفته شده نیز ۴۸ درصد به شکل شفاهی و ۵۲ درصد به شکل پوستر ارائه شدند.

در بخش مسابقه ی بازی های جدی نیز ۵۴ اثر پذیرفته شده بودند که در نهایت برنده ی نخست، بازی آموزشی «طهران» بود. این بازی یک بازی جدی آموزشی جهت آموزش مهارت حل مشکلات آموزشی کودکان است.

تعداد شرکت کنندگان در این کنفرانس ۲۶۶ نفر بود. ۲۳ نفر هم به عنوان سفیر دانشگاهی با این رویداد همکاری کردند. در پایان رویداد هم تعداد ۱۰ تندیس به برگزیدگان بخش های اهدا شد.



نخبگان صنعت بازی سازی دنیا، داور جشنواره گیم تهران؛ ۳۵ داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند (۱۳۹۵-۹۵/۱۱/۱۱)

ICTPRESS - بیست داور بین المللی و ۱۵ داور داخلی آثار هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران را داوری خواهند کرد.

به گزارش شبکه خبری ICTPRESS به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ۳۵ داور هفتمین دوره جشنواره بازی های رایانه ای تهران شامل ۱۵ داور ایرانی و ۲۰ داور بین المللی، معرفی شدند.

این داوران قرار است به بررسی و انتخاب بهترین بازی نامه ها و بازی های سال ایران در ژانرهای مختلف بپردازند.

براساس این گزارش استفاده از افراد خبره، توانمند و عادل برای داوری بازی های رایانه ای ایران، یکی از مهم ترین مسؤولیت ها و تعهدات برگزارکنندگان جشنواره به شمار می رود. اگر داوران نتوانند به خوبی از عهده وظایف خود بر بیایند، انتخاب های اشتباه می تواند تاثیر منفی در جامعه بازی سازی و توسعه و رشد این صنعت داشته باشد. به همین منظور در انتخاب داوران وسواس زیادی به خرج داده شده است تا این افراد ضمن رعایت انصاف و عدالت، از نظر توانایی های فنی نیز در سطح بالایی باشند.

داوران جشنواره قرار است در بخش اصلی رویداد بهترین بازی ها را در ۸ ژانر اکشن، ماجراجویی، نقش آفرینی، استراتژی و مدیریتی، اکشن، سکوبازی، ورزشی و ساده انتخاب کنند. همچنین در بخش فرعی جوایزی به بهترین دستاوردهای فنی، هنری، طراحی، داستان، صدا، موسیقی، محتوای فرهنگی و (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) بهترین بازی برای دستگاه های همراه هوشمند اهدا خواهد شد. در نهایت نیز بهترین بازی سال ایران معرفی می شود. براساس این گزارش در بخش داوران بین المللی افراد با تجربه و خبره ای نظیر David Coleman مدیر فنی هنری بازی Gears of War و استاد انستیتوی هنر و تکنولوژی Max Pears طراح بازی در استودیوی CD Project Red، Giuseppe Trapani طراح ارشد بازی در استودیوی Gameloft، Tom Putzki سخنگوی وارگیمینگ اروپا، Ray Almaden طراح بازی در ناتی داگ، James Cooper طراح بازی در ناتی داگ و طراح ارشد بازی Uncharted: The Lost Legacy و همچنین Uwe Mathon تهیه کننده ارشد یوبی سافت به چشم می خورد. جزییات و رزومه تمامی داوران هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای از طریق <http://www.tehrangamefestival.ir/jurors> قابل مشاهده است. آیین اختتامیه این جشنواره ۱۹ اسفند ماه در تالار وحدت برگزار خواهد شد و طی آن بهترین بازی های ایرانی مشخص می شوند. ۲۵ داور ایرانی و بین المللی، داور هفتمین جشنواره بازی های رایانه ای شدند



در نمایشگاه بازی ترکیه؛ نهادهای متولی صنعت بازی در ایران، ترکیه و روسیه نشست مشترک برگزار می کنند

(۱۳۹۵/۱۱/۱۱ تا ۱۳۹۵/۱۱/۱۲)

تهران (پانا) - بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نمایشگاه بازی ترکیه به نام GIST حضور خواهد داشت؛ این نمایشگاه از تاریخ پنجشنبه دوازدهم بهمن تا یکشنبه پانزدهم بهمن ماه سال جاری (۱ تا ۴ فوریه) در شهر استانبول برگزار می شود.

به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، چند سالی است که نمایشگاه GIST یا Gaming Istanbul با حضور شرکت های بزرگ فعال در این حوزه کار خود را پی می گیرد. این نمایشگاه صرفاً در حوزه بازی های ویدیویی برگزار نمی شود و طبق آنچه در سایت نمایشگاه نیز ذکر شده GIST یک نمایشگاه بزرگ در زمینه بازی است که بازی های ویدیویی را هم در بر می گیرد. بنیاد ملی بازی های رایانه ای و شرکت های بازی سازی گوناگون، تاد، پارسنپ و دیرین دیرین از جمله نمایندگان هستند که از طرف کشورمان در این نمایشگاه حضور خواهند داشت. در این رویداد شاهد برگزاری جلساتی با حضور فعالان ایرانی صنعت بازی خواهیم بود. در یکی از این نشست ها قرار است همکاری میان نهادهای متولی صنعت بازی در کشورهای ایران، ترکیه و روسیه با حضور حسن کریمی قدوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، علی ارکین مدیر سازمان بازی سازان ترکیه (TOGED) و الکساندر مزین مدیرعامل و موسس بورش گیمز (Borsch Games) به نمایندگی از بازی سازان روسیه مورد بحث قرار گیرد. همچنین در یکی دیگر از این جلسات با حضور فرزاد ملک آرا و علی تادعلی زاده، دو تن از بازی سازان و توسعه دهندگان مطرح ایرانی، شاهد گفتگویی با محوریت موضوع «صنعت گیم ایران: فرصت ها و چالش ها» خواهیم بود. بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز با تمرکز بر رویداد Tehran Game Convention و معرفی آن به فعالان بازی در کشور ترکیه در این رویداد حضور خواهد یافت. دومین دوره ی رویداد TGC تیر ماه سال ۹۷ برگزار خواهد شد.



در نمایشگاه بازی ترکیه؛ نهادهای متولی صنعت بازی در ایران، ترکیه و روسیه نشست مشترک برگزار می کنند

(۱۳۹۵/۱۱/۱۱ تا ۱۳۹۵/۱۱/۱۲)

بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نمایشگاه بازی ترکیه به نام «GIST» حضور خواهد داشت؛ این نمایشگاه از تاریخ پنجشنبه دوازدهم بهمن تا یکشنبه پانزدهم بهمن ماه سال جاری در شهر استانبول برگزار می شود.

به گزارش گروه علم و فناوری خبرگزاری آنا از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، چند سالی است که نمایشگاه «GIST» یا «Gaming Istanbul» با حضور شرکت های بزرگ فعال در این حوزه کار خود را پی می گیرد. این نمایشگاه صرفاً در حوزه بازی های ویدیویی برگزار نمی شود و طبق آنچه در سایت نمایشگاه نیز ذکر شده GIST یک نمایشگاه بزرگ در زمینه بازی است که بازی های ویدیویی را هم در بر می گیرد. بنیاد ملی بازی های رایانه ای و شرکت های بازی سازی گوناگون، تاد، پارسنپ و دیرین دیرین از جمله نمایندگان هستند که از طرف کشورمان در این نمایشگاه حضور خواهند داشت. در این رویداد شاهد برگزاری جلساتی با حضور فعالان ایرانی صنعت بازی خواهیم بود. در یکی از این نشست ها قرار است همکاری میان نهادهای متولی صنعت بازی در کشورهای ایران، ترکیه و روسیه با حضور حسن کریمی قدوسی، مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، علی ارکین، مدیر سازمان بازی سازان ترکیه (TOGED) و الکساندر مزین، مدیرعامل و موسس بورش گیمز (Borsch Games)، به نمایندگی از بازی سازان روسیه مورد بحث قرار (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) گیرد همچنین در یکی دیگر از این جلسات با حضور فرزاد ملک آرا و علی نادعلی زاده، دو تن از بازی سازان و توسعه دهندگان مطرح ایرانی، شاهد گفت و گویی با محوریت موضوع «صنعت گیم ایران: فرصت ها و چالش ها» خواهیم بود. بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز با تمرکز بر رویداد «Tehran Game Convention» و معرفی آن به فعالان بازی در کشور ترکیه در این رویداد حضور خواهد یافت. دومین دوره ی رویداد TGC تیر ماه سال ۹۷ برگزار خواهد شد.



در نمایشگاه بازی ترکیه؛ نهادهای متولی صنعت بازی در ایران، ترکیه و روسیه نشست مشترک برگزار می کنند

(۱۳۹۴-۰۶/۱۱/۱۳)

بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نمایشگاه بازی ترکیه به نام GIST حضور خواهد داشت؛ این نمایشگاه از تاریخ پنجشنبه دوازدهم بهمن تا یکشنبه پانزدهم بهمن ماه سال جاری (۱ تا ۴ فوریه) در شهر استانبول برگزار می شود.

به گزارش ایران اکتونومست به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای؛ چند سالی است که نمایشگاه GIST یا Gaming Istanbul با حضور شرکت های بزرگ فعال در این حوزه کار خود را پی می گیرد. این نمایشگاه صرفاً در حوزه بازی های ویدیویی برگزار نمی شود و طبق آنچه در سایت نمایشگاه نیز ذکر شده GIST یک نمایشگاه بزرگ در زمینه بازی است که بازی های ویدیویی را هم در بر می گیرد. بنیاد ملی بازی های رایانه ای و شرکت های بازی سازی گوناگون، تاد، پارسنپ و دیرین دیرین از جمله نمایندگانی هستند که از طرف کشورمان در این نمایشگاه حضور خواهند داشت.

در این رویداد شاهد برگزاری جلساتی با حضور فعالان ایرانی صنعت بازی خواهیم بود. در یکی از این نشست ها قرار است همکاری میان نهادهای متولی صنعت بازی در کشورهای ایران، ترکیه و روسیه با حضور حسن کریمی قنوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، علی ارکین مدیر سازمان بازی سازان ترکیه (TOGED) و الکساندر مزین مدیرعامل و موسس بورش گیمز (Borsch Games) به نمایندگی از بازی سازان روسیه مورد بحث قرار گیرد. همچنین در یکی دیگر از این جلسات با حضور فرزاد ملک آرا و علی نادعلی زاده، دو تن از بازی سازان و توسعه دهندگان مطرح ایرانی، شاهد گفتگویی با محوریت موضوع «صنعت گیم ایران: فرصت ها و چالش ها» خواهیم بود. بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز با تمرکز بر رویداد Tehran Game Convention و معرفی آن به فعالان بازی در کشور ترکیه در این رویداد حضور خواهد یافت. دومین دوره ی رویداد TGC تیر ماه سال ۹۷ برگزار خواهد شد.



استارتاپ بازی سازی پاسارگاد، در راه جهانی شدن؛ برافراشته شدن پرچم ایران در ایستگاه اف فرانسه، بزرگترین کمپ استارتآپی دنیا (۱۳۹۴-۰۶/۱۱/۱۳)

خبرایران استارتاپ بازی سازی پاسارگاد، به عنوان نخستین استارتاپ ایرانی توسط بزرگترین کمپ استارتآپی دنیا یعنی ایستگاه اف (Station F) فرانسه مورد پذیرش قرار گرفت.

به گزارش خبرایران از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، ایستگاه اف که بزرگترین کمپ استارتآپی دنیاست، پروژه ای بلندپروازانه و ملی در فرانسه است که توسط آماتول مکرون، رئیس جمهور این کشور، در اواسط سال ۲۰۱۷ افتتاح شد. هدف از راه اندازی این مجموعه بازگرداندن مسیر نوآوری به سمت فرانسه است تا با گرد هم آوردن تمامی اجزای یک اکوسیستم جامع و کامل کارآفرینی و با حضور شرکت های بزرگ تجاری (نظیر مایکروسافت، آمازون، فیسبوک، تویتر، این، یوبی سافت، زنده سک و...)، سرمایه گذاران خطرپذیر و فرشتگان کسب و کار، مربیان و متخصصین حوزه های مختلف و... در قلب پاریس (ایستگاه اف)، کارآفرینان خلاق و ایده پرداز در هر جای دنیا را ترغیب کند به جای رفتن به سیلیکون ولی، لندن و برلین، به پاریس رفته و به این مجموعه بپیوندند.

از این رهگذر برای جذب برترین های حوزه های مختلف کسب و کاری و کارآفرینی، فراخوانی جهانی داده شد که در طی آن، علاقه مندان طرح ها و ایده های خود را برای ارزیابی به این مجموعه ارسال نمودند.

استانداردهای بالا و سختگیری در ارزیابی، بخش جدایی ناپذیر فرآیند انتخاب بهترین ها برای پیوستن به استیشن اف است. نکته حائز اهمیت نیز حضور استارتآپی ایرانی در بین پذیرفته شدگان است و نکته جالب تر آن که این استارتاپ یک مجموعه بازی سازی است که توانسته به عنوان نماینده شایسته ای از اکوسیستم استارتآپی و کارآفرینی ایران، پرچم کشورمان را در این عرصه بین المللی به اهتزاز در آورد.

«آروند استودیو» در سال ۱۳۹۴ به همت جمعی از کهنه کاران صنعت بازی در ایران و با پشتیبانی مالی شرکت «پیشگامان امین سرمایه (ادامه دارد ...)»

(ادامه خبر ...) پاسارگاد (شناسا) و با هدف تولید بازی های تراز بین المللی تاسیس شده است. این مجموعه بازی جوخه آتش (Guns N' Heroes) که یکی از عناوین در دست تولید در آروند استودیو است و در ششمین جشنواره بازی های رایانه ای تهران صاحب ۱ غزال زرین و ۲ لوح تقدیر شده بود را به عنوان طرح پیشنهادی برای استیشن اف ارسال کرد و در نهایت پس از طی مراحل مختلف و دشوار گزینش، این بازی توانست جواز حضور آروند را در ایستگاه اف کسب نماید. کیاتوش کئی از مدیران آروند استودیو در این رابطه گفت: حضور در استیشن اف بدون حمایت های مادی و معنوی شناسا و در راس آن آقای دکتر ساجدی، مدیر عامل محترم و آقای دکتر جوانمردی، رئیس هیأت مدیره محترم این مجموعه، میسر نمی گردید، بدون تردید می تواند سرآغازی برای تعاملات بین المللی بازی سازان داخلی و بازیگران بزرگ و چند ملیتی این صنعت باشد.



رسالت

در نمایشگاه بازی ترکیه؛ نهادهای متولی صنعت بازی در ایران، ترکیه و روسیه نشست مشترک برگزار می کنند

بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نمایشگاه بازی ترکیه به نام GIST حضور خواهد داشت؛ این نمایشگاه از تاریخ پنج شنبه دوازدهم بهمن تا یکشنبه پانزدهم بهمن ماه سال جاری (۱ تا ۴ فوریه) در شهر استانبول برگزار می شود. به گزارش روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، چند سالی است که نمایشگاه GIST یا Gaming Istanbul با حضور شرکت های بزرگ فعال در این حوزه کار خود را پی می گیرد. این نمایشگاه صرفاً در حوزه بازی های ویدیویی برگزار نمی شود و طبق آنچه در سایت نمایشگاه نیز ذکر شده GIST یک نمایشگاه بزرگ در زمینه بازی است که بازی های ویدیویی را هم در بر می گیرد.



ICTPRESS

نهادهای متولی صنعت بازی در ایران، ترکیه و روسیه نشست مشترک برگزار می کنند (۱۳/۱۱/۹۵ - ۱۵/۱۲/۹۵)

ICTPRESS - بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نمایشگاه بازی ترکیه به نام GIST حضور خواهد داشت؛ این نمایشگاه از تاریخ پنجشنبه دوازدهم بهمن تا یک شنبه پانزدهم بهمن ماه سال جاری (۱ تا ۴ فوریه) در شهر استانبول برگزار می شود.

به گزارش شبکه خبری ICTPRESS به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، چند سالی است که نمایشگاه GIST یا Gaming Istanbul با حضور شرکت های بزرگ فعال در این حوزه کار خود را پی می گیرد. این نمایشگاه صرفاً در حوزه بازی های ویدیویی برگزار نمی شود و طبق آنچه در سایت نمایشگاه نیز ذکر شده GIST یک نمایشگاه بزرگ در زمینه بازی است که بازی های ویدیویی را هم در بر می گیرد.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای و شرکت های بازی سازی گونا، تاد، پارسنپ و دیرین دیرین از جمله نمایندگانی هستند که از طرف کشورمان در این نمایشگاه حضور خواهند داشت.

در این رویداد شاهد برگزاری جلساتی با حضور فعالان ایرانی صنعت بازی خواهیم بود.

در یکی از این نشست ها قرار است همکاری میان نهادهای متولی صنعت بازی در کشورهای ایران، ترکیه و روسیه با حضور حسن کریمی قنوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، علی ارکین مدیر سازمان بازی سازان ترکیه (TOGED) و الکساندر مزین مدیرعامل و موسس بورش گیمز (Borsch Games) به نمایندگی از بازی سازان روسیه مورد بحث قرار گیرد.

همچنین در یکی دیگر از این جلسات با حضور فرزاد ملک آرا و علی تادعلی زاده، دو تن از بازی سازان و توسعه دهندگان مطرح ایرانی، شاهد گفتگویی با محوریت موضوع "صنعت گیم ایران: فرصت ها و چالش ها" خواهیم بود.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز با تمرکز بر رویداد Tehran Game Convention و معرفی آن به فعالان بازی در کشور ترکیه در این رویداد حضور خواهد یافت.

دومین دوره رویداد TGC تیر ماه سال ۹۷ برگزار خواهد شد.

نهادهای متولی صنعت بازی در ایران، ترکیه و روسیه نشست مشترک برگزار می کنند



در نمایشگاه بازی ترکیه؛ نهادهای متولی صنعت بازی در ایران، ترکیه و روسیه نشست مشترک برگزار می کنند

(۱۳/۱۱/۹۵ - ۱۴/۱۲/۹۵)

ایرانیان-بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نمایشگاه بازی ترکیه به نام **GIST** حضور خواهد داشت؛ این نمایشگاه از تاریخ پنجشنبه دوازدهم بهمن تا یک شنبه پانزدهم بهمن ماه سال جاری (۱ تا ۴ فوریه) در شهر استانبول برگزار می شود.

به گزارش شبکه خبری ایرانیان به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، چند سالی است که نمایشگاه **GIST** یا **Gaming Istanbul** با حضور شرکت های بزرگ فعال در این حوزه کار خود را پی می گیرد. این نمایشگاه صرفاً در حوزه بازی های ویدیویی برگزار نمی شود و طبق آنچه در سایت نمایشگاه نیز ذکر شده **GIST** یک نمایشگاه بزرگ در زمینه بازی است که بازی های ویدیویی را هم در بر می گیرد. بنیاد ملی بازی های رایانه ای و شرکت های بازی سازی گوناگون، تاد، پارسنپ و دیرین دیرین از جمله نمایندگان هستند که از طرف کشورمان در این نمایشگاه حضور خواهند داشت.

در این رویداد شاهد برگزاری جلساتی با حضور فعالان ایرانی صنعت بازی خواهیم بود. در یکی از این نشست ها قرار است همکاری میان نهادهای متولی صنعت بازی در کشورهای ایران، ترکیه و روسیه با حضور حسن کریمی قدوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، علی ارکین مدیر سازمان بازی سازان ترکیه (**TOGED**) و الکساندر مزین مدیرعامل و موسس بورش گیمز (**Borsch Games**) به نمایندگی از بازی سازان روسیه مورد بحث قرار گیرد. همچنین در یکی دیگر از این جلسات با حضور فرزاد ملک آرا و علی تادعلی زاده، دو تن از بازی سازان و توسعه دهندگان مطرح ایرانی، شاهد گفتگویی با محوریت موضوع «صنعت گیم ایران: فرصت ها و چالش ها» خواهیم بود.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز با تمرکز بر رویداد **Tehran Game Convention** و معرفی آن به فعالان بازی در کشور ترکیه در این رویداد حضور خواهد یافت. دومین دوره ی رویداد **TGC** تیر ماه سال ۹۷ برگزار خواهد شد.



بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی! (۱۳/۱۱/۹۵ - ۱۴/۱۲/۹۵)

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخذ عوارض از عرضه تجاری بازی های خارجی را با هدف اصلاح زیست بومی دانست که سرمایه گذاران بزرگ بخش خصوصی را به سمت واردات بازی های خارجی به جای حمایت از تولید داخل برده است.

حسن کریمی قدوسی در گفت و گو با ایسنا، در پاسخ به انتقاداتی مبنی بر اخذ عوارض از بازی های خارجی و ایجاد رانت، اظهار کرد: اینکه اخذ عوارض باعث ایجاد رانت و فساد شود بستگی به عملکرد بنیاد دارد. بنیاد ملی بازی ها هر ساله از دولت بودجه دریافت می کند که اگر عملکرد نامناسبی در قبال این پول داشته باشد هم باعث فساد می شود. ما دغدغه بخش خصوصی را متوجهیم اما متأسفانه کمابیش یک فضای بی اعتمادی در کشور وجود دارد که ممکن است برخی از افراد بخش خصوصی یا مردم به وعده هایی که داده می شود و عملکرد جایی مانند بنیاد اعتماد نکنند.

وی ادامه داد: به دلیل همین موضوع ما به بازی سازها پیشنهاد دادیم خانه بازی را مستقل از بنیاد ایجاد کنند که از دل این خانه بازی، کارگروهی انتخاب شود و ناظر بر هزینه کرد این عوارض باشد. پیشنهاد برای ایجاد این شکل بدان معناست که خیال بنیاد راحت است که این پول چطور می خواهد هزینه شود و اتفاقاً دوست دارد این اتفاق با مشورت بازی سازها بیفتد و قرار نیست صرف مخارج بنیاد شود.

بنیاد باید برنامه حمایتی اش را برای بازی سازها شرح می داد

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه ما برای سال آینده ۱۱۵ میلیارد تومان بودجه داریم که مستقیماً از طرف دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بنیاد داده می شود، افزود: شاید این اشکال به بنیاد وارد بوده که باید زودتر با بازی سازها حرف می زد که برنامه حمایتی اش برای سال آینده چیست تا همه اطلاع داشته باشند. البته بنیاد به صورت مشخص دو پروژه کلان دارد که از محل این عوارض، حمایت هایی اتفاق می افتد و مازاد بر این دو روش، اگر قرار باشد از این عوارض حمایت دیگری هم انجام شود، کارهای زیرساختی از جمله آموزش های بین المللی است.

کریمی در ادامه توضیح داد: یک پروژه به اسم هرم حمایت است که ما یک سال بروی آن کار کردیم و یک سیستم شفاف برای حمایت از بازی سازان است که بسته به عملکرد و شاخص های آنها ارزیابی می شود؛ اینکه شرکت چند سال است تشکیل شده، چه بازی هایی ساخته، بازی ها چقدر دانلود شدند و چقدر فروش داشتند. وقتی این شاخص های کیفی اندازه گیری شود، آن شرکت در این هرم رتبه می گیرد و در قالب آن رتبه حمایت های مالی و زیرساختی از آن می شود. به گفته او بازی سازها می توانند درخواست دهند و این حمایت را بگیرند اما مادامی که شرکت رشد نکند، حمایت دیگری از آن انجام نمی شود و این به معنای تشویق شرکت ها برای رشد کردن در این هرم و همچنین شفاف بودن این حمایت است.

وی همچنین درباره راه دوم حمایتی اظهار کرد: شرکت هایی هستند که می خواهند بازی های ایرانی را در خارج صادر کنند که برنامه جدی برایشان نوشته شده است. ما ناشرها را براساس یک سری شاخص انتخاب می کنیم. برای مثال ناشرها باید حساب خارج از کشور داشته باشند که ناشر قلمداد شوند. آنها باید درخواست دهند که می خواهند بازی را در خارج از کشور منتشر کنند. آنگاه ما ابتدا در داخل کشور بازی را با متخصصان بازی بررسی می کنیم. سپس هیاتی متشکل از حدود ۱۰ نفر از داورهای بین المللی بازی را بررسی می کنند که آیا مناسب مارکت کشور خارجی هست و سپس مشخص می شود که بازی می (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) تواند تا یک سقف برای جذب کاربر در بازارهای دنیا وام بگیرد.

معافیت مالیاتی، ایرانی و خارجی را تفکیک نمی کند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا برای حمایت از بازی های خارجی روش معافیت مالیاتی در نظر گرفته نمی شود، گفت: بر اساس قانونی که در کشور ما وجود دارد، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، مربوط به کالاست نه مربوط به ایرانی یا خارجی بودن. به این معنا که اگر بازی معاف از مالیات بر ارزش افزوده شود، بازی خارجی هم معاف می شود و معافیتی نداریم که محصولات ایرانی و خارجی از هم تفکیک شوند. بنابراین معاف کردن بازی ها از مالیات بر ارزش افزوده شامل بازی خارجی هم خواهد شد که به نفع تاشران بازی های خارجی است.

کریمی با اشاره به علل قانون اخذ عوارض از بازی های خارجی بیان کرد: علت اصلی این قانون، بهبود فضای کسب و کار و زیست بوم داخلی است. بعضی می گویند ما با این کار زیست بوم را خراب می کنیم، در صورتی که همین حالا هم زیست بوم درستی وجود ندارد. علت دیگر هم حمایت اقتصادی از صنعت است. وی درباره اصلاح زیست بوم توضیح داد: فضای کسب و کار باید به گونه ای باشد که سرمایه گذار بخش خصوصی رغبت سرمایه گذاری در تولید داخل داشته باشد و دولت ها دخالت نکنند. زیست بوم فعلی کشور ما به گونه ای است که اگر یک سرمایه گذار بخواهد وارد ساخت بازی شود، باید برای یک بازی که بتواند بفروشد، حداقل ۵۰۰ میلیون تومان ظرف یک الی دو سال سرمایه گذاری کند. خواب سرمایه داشته باشد، حقوق و دستمزد بدهد، ریسک خوب و بد شدن بازی را بپذیرد و بعد از دو سال بازی را منتشر کند.

او ادامه داد: در مقابل همان سرمایه گذار می تواند با پول پیش حداکثر ۲۰۰ میلیون تومان که باید به تاجر خارجی بدهد، یکی از بهترین بازی های خارجی که ساخته شده و فروخته و سود خوبی دارد را وارد کشور کند و در بازارهای داخلی منتشر کند.

سرمایه گذارهای بزرگ سراغ واردات بازی خارجی رفته اند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: این دو روش یعنی سرمایه گذاری داخلی و آوردن بازی های خارجی هر دو باید یک مالیات بدهند؛ ۹ درصد مالیات ارزش افزوده، ۳۰ درصد سهم مارکت داخلی و مابقی سود تاجر است. در چنین شرایطی سرمایه گذار قطعا به سراغ واردات بازی خارجی می رود، اتفاقی که در این سال های اخیر هم برای اکثر سرمایه گذارهای بزرگ ما افتاده است. این یعنی زیست بوم ما خراب است و در آینده ای نزدیک تولیدی نداریم. هدف ایجاد این عوارض ایجاد یک تفاوت از نظر اقتصادی بین بازی داخلی و کسی است که می خواهد بازی خارجی وارد کند؛ تا کسی که تولید می کند بدانند حداقل ۱۰ درصد مالیات کمتری می دهد تا اینکه بازی وارد کشور کند.

کریمی با بیان اینکه ما در کشور بازار محلی داریم یعنی یازاری که کاربانش مردم ایران هستند و با ریال خرید می کنند، افزود: کشور ما جزو استثنائات است که بازار محلی دارد. بازارهای محلی اکثر کشورهای دنیا به بازارهای جهانی وصل است و مردم از گوگل پلی و استیم و اپ استور دانلود می کنند. اما به دلیل شرایط سخت سیاسی که بر کشور ما حاکم است، از جمله تحریم ها که موجب شده ایران در گوگل و اپ استور طراحی نشده و سیستم مالی ما به دلیل تحریم ها از بازار جهانی جدا باشد، مجبوریم بازار محلی داشته باشیم.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: چین خودش خود را از بازار جهانی جدا کرده زیرا جمعیت زیادی دارد و می داند اگر داخل کشور چیزی تولید کند، مصرف کننده اش در کشور وجود دارد به همین دلیل هم سیاست های بسیار سرسختانه دارد. چین خودش این شرایط را انتخاب کرده اما به ما تحمیل شده است. ما بازار داخلی داریم و بازارهای داخلی هر کشور ضابطه مند هستند؛ شما نمی توانید بازارهای داخلی یک کشور را با بازارهای جهانی کشورهای مختلف مقایسه کنید. زیرا بازارهای داخلی ما برگرفته از محدودیت ها هستند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به شرایط نابرابر عرضه بازی های ایرانی در خارج کشور در مقایسه با بازی های خارجی بیان کرد: اینکه بازی خارجی بدون ایجاد نمایندگی و بدون پرداخت عوارض، مانند بازی ساز ایرانی بخواهد بازی را در بازار داخلی ما منتشر کند و تنها ۱۰ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۳۰ درصد هزینه مارکت را بدهد، شرایط برابری نیست که بازی ساز ایرانی بتواند در آن رقابت کند؛ زیرا بازی ساز ایرانی نمی تواند بازی اش را به نام خودش در خارج از کشور منتشر کند. اگر ما در کشورهای پیشرفته بودیم، به چنین قانونی نیاز نداشتیم زیرا در این بازارها همه چیز در مقیاس جهانی اتفاق می افتد، اما ایران نمی تواند این کار را انجام دهد.

مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند

کریمی در پاسخ به علت ناتوانی بازی های کامپیوتری ایرانی برای رقابت با بازی های خارجی اظهار کرد: فضای بازی های کامپیوتری تفاوت زیادی دارد. مشکل بازی های کامپیوتری در کشور ما این است که مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند و به سمت موبایل رفتند. بنیاد در سال ۱۳۸۸، ۲۸ میلیون هولوگرام به بازی های کامپیوتری ایرانی و خارجی داد که این عدد در سال ۱۳۹۵ به پنج میلیون و در سال ۱۳۹۶ به چهار میلیون رسید. این موضوع از کاهش مصرف بازی های کامپیوتری نشان دارد زیرا بیشتر سراغ بازی موبایلی رفتند. بنابراین یک علت اینکه ساختن بازی کامپیوتری به صرفه نیست، کاهش مصرف است.

وی نداشتن قانون کپی رایت در ایران را مشکل دیگر بازی های کامپیوتری دانست و گفت: قوانین کشور ما به گونه ای است که مالکیت معنوی آثار خارجی را به رسمیت نمی شناسیم. ما مجبوریم بازی های کامپیوتری را با قیمت حداکثر ۱۵ هزار تومان به فروش برسانیم، در صورتی که شاید قیمت خارجی آن ۲۰۰ هزار تومان باشد. یک سری افراد هستند که بازی های خارجی کامپیوتری و کنسولی را دانلود و در کشور منتشر می کنند و پولی به تولیدکننده نمی دهند. شما هم می توانید همان محصول کپی را بخرید؛ اما در بازی های موبایلی اینطور نیست.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا از فروش غیرقانونی بازی های کامپیوتری جلوگیری نمی شود، اظهار کرد: ما نمی توانیم جلوی فروش این بازی ها را بگیریم. یک علت این است که وقتی در کشور کپی رایت نداریم، عدم رعایت آن غیرقانونی نیست. بنابراین بنیاد به بخشی از این بازی ها که در کشور عرضه کننده دارد، هولوگرام می دهد. در موضوع دادن هولوگرام هم بحث عوارض و پول مطرح نیست زیرا کل پول حاصل از هولوگرام به بازی ها در سال گذشته ۱۲۰ میلیون تومان بوده، بلکه بحث محتوایی این بازی هاست. ما بهترین مغازه ها را سالم می کنیم که اگر یک خانواده برای فرزندش بازی انتخاب می کند محتوای سالمی داشته باشد.

هولوگرام بازی ها به معنای بررسی محتوای آنهاست

کریمی در ادامه با بیان اینکه بنیاد محتوای هر بازی که هولوگرام نداشته باشد را رد و تایید نمی کند، افزود: ما به عنوان متولی حوزه نمی توانیم (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بگویم چون کپی رایت را رعایت نمی کنیم هولوگرام هم نمی دهیم، نمی توانیم تمام بازی هارا قاچاقی اعلام کنیم و بنیاد دیگر هیچ نظارتی بر بازی ها نداشته باشد. پیش از زدن هولوگرام ما محتوای بازی را بررسی کرده و محصول سالم به بازار می دهیم و این کار را با هدف شفاف سازی مارکت و محتوای مناسب انجام می دهیم. باید سعی کنیم در این شرایط بدی که به بنیاد و بازی حاکم شده، شرایط را برای مصرف بهبود ببخشیم.

وی در پاسخ به انتقادی مبنی بر کند بودن روند ارائه مجوز به بازی ها بیان کرد: بنیاد در سال گذشته به ۱۵ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی داده است که حدود ۴۰ بازی در روز می شود. رده بندی سنی و اعطای مجوز بازی هم یعنی چک کردن محتوای بازی. بنابراین این روند بسیار تند بوده است. مگر برای بازی هایی که محتوای خوبی نداشتند و به آنها مجوزی داده نشده است.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان خاطرنشان کرد: اخذ عوارض از بازی های خارجی مختص ناشرانی است که عرضه تجاری بازی در کشور داشته باشند و بخواهند از محل عرضه یک بازی کسب و کار راه بیندازند؛ مانند مارکت های آنلاین و سایت هایی که برای فروش بازی می گذارند. این ناشرها باید از بنیاد مجوز بگیرند و در غیر این صورت نمی توانند بازی را منتشر کنند.

منبع: خبرگزاری ایسنا



بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی! (۱۳/۱۱/۹۵-۹۶)

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخذ عوارض از عرضه تجاری بازی های خارجی را با هدف اصلاح زیست بومی دانست که سرمایه گذاران بزرگ بخش خصوصی را به سمت واردات بازی های خارجی به جای حمایت از تولید داخل برده است.

به گزارش خبرگزاری بین المللی قرآن (ایکنا) ایسنا نوشت: حسن کریمی قدوسی، در پاسخ به انتقاداتی مبنی بر اخذ عوارض از بازی های خارجی و ایجاد رانت، اظهار کرد: اینکه اخذ عوارض باعث ایجاد رانت و فساد شود بستگی به عملکرد بنیاد دارد. بنیاد ملی بازی ها هر ساله از دولت بودجه دریافت می کند که اگر عملکرد نامناسبی در قبال این پول داشته باشد هم باعث فساد می شود. ما دغدغه بخش خصوصی را متوجهیم اما متأسفانه کمابیش یک فضای بی اعتمادی در کشور وجود دارد که ممکن است برخی از افراد بخش خصوصی یا مردم به وعده هایی که داده می شود و عملکرد جایی مانند بنیاد اعتماد نکنند.

وی ادامه داد: به دلیل همین موضوع ما به بازی سازها پیشنهاد دادیم خانه بازی را مستقل از بنیاد ایجاد کنند که از دل این خانه بازی، کارگروهی انتخاب شود و ناظر بر هزینه کرد این عوارض باشد. پیشنهاد برای ایجاد این شکل بدان معناست که خیال بنیاد راحت است که این پول چطور می خواهد هزینه شود و اتفاقاً دوست دارد این اتفاق با مشورت بازی سازها بیفتد و قرار نیست صرف مخارج بنیاد شود.

بنیاد باید برنامه حمایتی اش را برای بازی سازها شرح می داد

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه ما برای سال آینده ۱۱۵ میلیارد تومان بودجه داریم که مستقیماً از طرف دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بنیاد داده می شود، افزود: شاید این اشکال به بنیاد وارد بوده که باید زودتر با بازی سازها حرف می زد که برنامه حمایتی اش برای سال آینده چیست تا همه اطلاع داشته باشند. البته بنیاد به صورت مشخص دو پروژه کلان دارد که از محل این عوارض، حمایت هایی اتفاق می افتد و مازاد بر این دو روش، اگر قرار باشد از این عوارض حمایت دیگری هم انجام شود، کارهای زیرساختی از جمله آموزش های بین المللی است.

کریمی در ادامه توضیح داد: یک پروژه به اسم هرم حمایت است که ما یک سال بر روی آن کار کردیم و یک سیستم شفاف برای حمایت از بازی سازان است که بسته به عملکرد و شاخص های آنها ارزیابی می شود؛ اینکه شرکت چند سال است تشکیل شده، چه بازی هایی ساخته، بازی ها چقدر دانلود شدند و چقدر فروش داشتند. وقتی این شاخص های کیفی اندازه گیری شود، آن شرکت در این هرم رتبه می گیرد و در قالب آن رتبه حمایت های مالی و زیرساختی از آن می شود. به گفته او بازی سازها می توانند درخواست دهند و این حمایت را بگیرند اما مادامی که شرکت رشد نکنند، حمایت دیگری از آن انجام نمی شود و این به معنای تشویق شرکت ها برای رشد کردن در این هرم و همچنین شفاف بودن این حمایت است.

وی همچنین درباره راه دوم حمایتی اظهار کرد: شرکت هایی هستند که می خواهند بازی های ایرانی را در خارج صادر کنند که برنامه جدی برایشان نوشته شده است. ما ناشرها را براساس یک سری شاخص انتخاب می کنیم. برای مثال ناشرها باید حساب خارج از کشور داشته باشند که ناشر قلمداد شوند. آنها باید درخواست دهند که می خواهند بازی را در خارج از کشور منتشر کنند. آنگاه ما ابتدا در داخل کشور بازی را با متخصصان بازی بررسی می کنیم. سپس هیاتی متشکل از حدود ۱۰ نفر از داورهای بین المللی بازی را بررسی می کنند که آیا مناسب مارکت کشور خارجی هست و سپس مشخص می شود که بازی می تواند تا یک سقف برای جذب کاربر در بازارهای دنیا وام بگیرد.

معافیت مالیاتی، ایرانی و خارجی را تفکیک نمی کند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا برای حمایت از بازی های خارجی روش معافیت مالیاتی در نظر گرفته نمی شود، گفت: بر اساس قانونی که در کشور ما وجود دارد، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، مربوط به کالاست نه مربوط به ایرانی یا خارجی بودن. به این معنا که اگر بازی معاف از مالیات بر ارزش افزوده شود، بازی خارجی هم معاف می شود و معافیتی نداریم که محصولات ایرانی و خارجی از هم تفکیک شوند. بنابراین معاف کردن بازی ها از مالیات بر ارزش افزوده شامل بازی خارجی هم خواهد شد که به نفع ناشران بازی های خارجی است.

کریمی با اشاره به علل قانون اخذ عوارض از بازی های خارجی بیان کرد: علت اصلی این قانون، بهبود فضای کسب و کار و زیست بوم داخلی است. بعضی می گویند ما با این کار زیست بوم را خراب می کنیم، در صورتی که همین حالا هم زیست بوم درستی وجود ندارد. علت دیگر هم حمایت اقتصادی از صنعت است. وی درباره اصلاح زیست بوم توضیح داد: فضای کسب و کار باید به گونه ای باشد که سرمایه گذار بخش خصوصی رغبت سرمایه گذاری در (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) تولید داخل داشته باشد و دولت ها دخالت نکنند. زیست بوم فعلی کشور ما به گونه ای است که اگر یک سرمایه گذار بخواهد وارد ساخت بازی شود، باید برای یک بازی که بتواند بفروشد، حداقل ۵۰۰ میلیون تومان ظرف یک الی دو سال سرمایه گذاری کند، خواب سرمایه داشته باشد، حقوق و دستمزد بدهد، ریسک خوب و بد شدن بازی را بپذیرد و بعد از دو سال بازی را منتشر کند.

او ادامه داد: در مقابل همان سرمایه گذار می تواند با پول پیش حداکثر ۲۰۰ میلیون تومان که باید به ناشر خارجی بدهد، یکی از بهترین بازی های خارجی که ساخته شده و فروخته و سود خوبی دارد را وارد کشور کند و در بازارهای داخلی منتشر کند. سرمایه گذارهای بزرگ سراغ واردات بازی خارجی رفته اند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: این دو روش یعنی سرمایه گذاری داخلی و آوردن بازی های خارجی هر دو باید یک مالیات بدهند؛ ۹ درصد مالیات ارزش افزوده، ۳۰ درصد سهم مارکت داخلی و مابقی سود ناشر است. در چنین شرایطی سرمایه گذار قطعا به سراغ واردات بازی خارجی می رود، اتفاقی که در این سال های اخیر هم برای اکثر سرمایه گذارهای بزرگ ما افتاده است. این یعنی زیست بوم ما خراب است و در آینده ای نزدیک تولیدی نداریم. هدف ایجاد این عوارض ایجاد یک تفاوت از نظر اقتصادی بین بازی داخلی و کسی است که می خواهد بازی خارجی وارد کند؛ تا کسی که تولید می کند بتواند حداقل ۱۰ درصد مالیات کمتری می دهد تا اینکه بازی وارد کشور کند.

کریمی با بیان اینکه ما در کشور بازار محلی داریم یعنی بازاری که کاربران مردم ایران هستند و با ریال خرید می کنند، افزود: کشور ما جزو استثنائات است که بازار محلی دارد. بازارهای محلی اکثر کشورهای دنیا به بازارهای جهانی وصل است و مردم از گوگل پلی و استیم و اپ استور دانلود می کنند. اما به دلیل شرایط سخت سیاسی که بر کشور ما حاکم است، از جمله تحریم ها که موجب شده ایران در گوگل و اپ استور طرحی نشده و سیستم مالی ما به دلیل تحریم ها از بازار جهانی جدا باشد، مجبوریم بازار محلی داشته باشیم.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: چین خودش خود را از بازار جهانی جدا کرده زیرا جمعیت زیادی دارد و می داند اگر داخل کشور چیزی تولید کند، مصرف کننده اش در کشور وجود دارد به همین دلیل هم سیاست های بسیار سرسختانه دارد. چین خودش این شرایط را انتخاب کرده اما به ما تحمیل شده است. ما بازار داخلی داریم و بازارهای داخلی هر کشور ضابطه مند هستند؛ شما نمی توانید بازارهای داخلی یک کشور را با بازارهای جهانی کشورهای مختلف مقایسه کنید. زیرا بازارهای داخلی ما برگرفته از محدودیت ها هستند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به شرایط نابرابر عرضه بازی های ایرانی در خارج کشور در مقایسه با بازی های خارجی بیان کرد: اینکه بازی خارجی بدون ایجاد نمایندگی و بدون پرداخت عوارض، مانند بازی ساز ایرانی بخواهد بازی را در بازار داخلی ما منتشر کند و تنها ۱۰ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۳۰ درصد هزینه مارکت را بدهد، شرایط برابری نیست که بازی ساز ایرانی بتواند در آن رقابت کند؛ زیرا بازی ساز ایرانی نمی تواند بازی اش را به نام خودش در خارج از کشور منتشر کند. اگر ما در کشورهای پیشرفته بودیم، به چنین قانونی نیاز نداشتیم زیرا در این بازارها همه چیز در مقیاس جهانی اتفاق می افتد، اما ایران نمی تواند این کار را انجام دهد.

مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند

کریمی در پاسخ به علت ناتوانی بازی های کامپیوتری ایرانی برای رقابت با بازی های خارجی اظهار کرد: فضای بازی های کامپیوتری تفاوت زیادی دارد. مشکل بازی های کامپیوتری در کشور ما این است که مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند و به سمت موبایل رفتند. بنیاد در سال ۱۳۸۸، ۲۸ میلیون هولوگرام به بازی های کامپیوتری ایرانی و خارجی داد که این عدد در سال ۱۳۹۵ به پنج میلیون و در سال ۱۳۹۶ به چهار میلیون رسید. این موضوع از کاهش مصرف بازی های کامپیوتری نشان دارد زیرا بیشتر سراغ بازی موبایلی رفتند. بنابراین یک علت اینکه ساختن بازی کامپیوتری به صرفه نیست، کاهش مصرف است. وی نداشتن قانون کیی رایت در ایران را مشکل دیگر بازی های کامپیوتری دانست و گفت: قوانین کشور ما به گونه ای است که مالکیت معنوی آثار خارجی را به رسمیت نمی شناسیم. ما مجبوریم بازی های کامپیوتری را با قیمت حداکثر ۱۵ هزار تومان به فروش برسانیم، در صورتی که شاید قیمت خارجی آن ۲۰۰ هزار تومان باشد. یک سری افراد هستند که بازی های خارجی کامپیوتری و کنسولی را دانلود و در کشور منتشر می کنند و پولی به تولیدکننده نمی دهند. شما هم می توانید همان محصول کیی را بخرید؛ اما در بازی های موبایلی اینطور نیست.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا از فروش غیرقانونی بازی های کامپیوتری جلوگیری نمی شود اظهار کرد: ما نمی توانیم جلوی فروش این بازی ها را بگیریم. یک علت این است که وقتی در کشور کیی رایت نداریم، عدم رعایت آن غیرقانونی نیست. بنابراین بنیاد به بخشی از این بازی ها که در کشور عرضه کننده دارد، هولوگرام می دهد. در موضوع دادن هولوگرام هم بحث عوارض و پول مطرح نیست زیرا کل پول حاصل از هولوگرام به بازی ها در سال گذشته ۱۲۰ میلیون تومان بوده، بلکه بحث محتوایی این بازی هاست. ما ویرترین مغازه ها را سالم می کنیم که اگر یک خانواده برای فرزندش بازی انتخاب می کند محتوای سالمی داشته باشد.

هولوگرام بازی ها به معنای بررسی محتوای آنهاست

کریمی در ادامه با بیان اینکه بنیاد محتوای هر بازی که هولوگرام نداشته باشد را رد و تایید نمی کند، افزود: ما به عنوان متولی حوزه نمی توانیم بگوییم چون کیی رایت را رعایت نمی کنیم هولوگرام هم نمی دهیم، نمی توانیم تمام بازی ها را قاچاقی اعلام کنیم و بنیاد دیگر هیچ نظارتی بر بازی ها نداشته باشد. پیش از زدن هولوگرام ما محتوای بازی را بررسی کرده و محصول سالم به بازار می دهیم و این کار را با هدف شفاف سازی مارکت و محتوای مناسب انجام می دهیم. باید سعی کنیم در این شرایط بدی که به بنیاد و بازی حاکم شده، شرایط را برای مصرف بهبود ببخشیم.

وی در پاسخ به انتقادی مبنی بر کند بودن روند ارائه مجوز به بازی ها بیان کرد: بنیاد در سال گذشته به ۱۵ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی داده است که حدود ۴۰ بازی در روز می شود. رده بندی سنی و اعطای مجوز بازی هم یعنی چک کردن محتوای بازی. بنابراین این روند بسیار تند بوده است. مگر برای بازی هایی که محتوای خوبی نداشتند و به آنها مجوزی داده نشده است.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان خاطرنشان کرد: اخذ عوارض از بازی های خارجی مختص ناشرانی است که عرضه تجاری بازی در کشور داشته باشند و بخواهند از محل عرضه یک بازی کسب وکار راه بیندازند؛ مانند مارکت های آنلاین و سایت هایی که برای فروش بازی می گذارند. این ناشرها باید از بنیاد مجوز بگیرند و در غیر این صورت نمی توانند بازی را منتشر کنند.



بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخذ عوارض از عرضه تجاری بازی های خارجی را با هدف اصلاح زیست بومی دانست که سرمایه گذاران بزرگ بخش خصوصی را به سمت واردات بازی های خارجی به جای حمایت از تولید داخل برده است.

حسن کریمی قدوسی در گفت و گو با ایسنا، در پاسخ به انتقاداتی مبنی بر اخذ عوارض از بازی های خارجی و ایجاد رانت، اظهار کرد: اینکه اخذ عوارض باعث ایجاد رانت و فساد شود بستگی به عملکرد بنیاد دارد. بنیاد ملی بازی ها هر ساله از دولت بودجه دریافت می کند که اگر عملکرد نامناسبی در قبال این پول داشته باشد هم باعث فساد می شود. ما مدغدغه بخش خصوصی را متوجهیم اما متأسفانه کمابیش یک فضای بی اعتمادی در کشور وجود دارد که ممکن است برخی از افراد بخش خصوصی یا مردم به وعده هایی که داده می شود و عملکرد جایی مانند بنیاد اعتماد نکنند.

وی ادامه داد: به دلیل همین موضوع ما به بازی سازها پیشنهاد دادیم خانه بازی را مستقل از بنیاد ایجاد کنند که از دل این خانه بازی، کارگروهی انتخاب شود و ناظر بر هزینه کرد این عوارض باشد. پیشنهاد برای ایجاد این تشکل بدان معناست که خیال بنیاد راحت است که این پول چطور می خواهد هزینه شود و اتفاقاً دوست دارد این اتفاق با مشورت بازی سازها بیفتد و قرار نیست صرف مخارج بنیاد شود.

بنیاد باید برنامه حمایتی اش را برای بازی سازها شرح می داد

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه ما برای سال آینده ۱۱۵ میلیارد تومان بودجه داریم که مستقیماً از طرف دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بنیاد داده می شود، افزود: شاید این اشکال به بنیاد وارد بوده که باید زودتر با بازی سازها حرف می زد که برنامه حمایتی اش برای سال آینده چیست تا همه اطلاع داشته باشند. البته بنیاد به صورت مشخص دو پروژه کلان دارد که از محل این عوارض، حمایت هایی اتفاق می افتد و مازاد بر این دو روش، اگر قرار باشد از این عوارض حمایت دیگری هم انجام شود، کارهای زیرساختی از جمله آموزش های بین المللی است.

کریمی در ادامه توضیح داد: یک پروژه به اسم هرم حمایت است که ما یک سال بروی آن کار کردیم و یک سیستم شفاف برای حمایت از بازی سازان است که بسته به عملکرد و شاخص های آنها ارزیابی می شود؛ اینکه شرکت چند سال است تشکیل شده، چه بازی هایی ساخته، بازی ها چقدر دائلود شدند و چقدر فروش داشتند. وقتی این شاخص های کیفی اندازه گیری شود، آن شرکت در این هرم رتبه می گیرد و در قالب آن رتبه حمایت های مالی و زیرساختی از آن می شود. به گفته او بازی سازها می توانند درخواست دهند و این حمایت را بگیرند اما مادامی که شرکت رشد نکند، حمایت دیگری از آن انجام نمی شود و این به معنای تشویق شرکت ها برای رشد کردن در این هرم و همچنین شفاف بودن این حمایت است.

وی همچنین درباره راه دوم حمایتی اظهار کرد: شرکت هایی هستند که می خواهند بازی های ایرانی را در خارج صادر کنند که برنامه جدی برایشان نوشته شده است. ما ناشرها را براساس یک سری شاخص انتخاب می کنیم. برای مثال ناشرها باید حساب خارج از کشور داشته باشند که ناشر قلمداد شوند. آنها باید درخواست دهند که می خواهند بازی را در خارج از کشور منتشر کنند. آنگاه ما ابتدا در داخل کشور بازی را با متخصصان بازی بررسی می کنیم. سپس هیاتی متشکل از حدود ۱۰ نفر از داورهای بین المللی بازی را بررسی می کنند که آیا مناسب مارکت کشور خارجی هست و سپس مشخص می شود که بازی می تواند تا یک سقف برای جذب کاربر در بازارهای دنیا وام بگیرد.

معافیت مالیاتی، ایرانی و خارجی را تفکیک نمی کند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا برای حمایت از بازی های خارجی روش معافیت مالیاتی در نظر گرفته نمی شود، گفت: بر اساس قانونی که در کشور ما وجود دارد، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، مربوط به کالاست نه مربوط به ایرانی یا خارجی بودن. به این معنا که اگر بازی معاف از مالیات بر ارزش افزوده شود، بازی خارجی هم معاف می شود و معافیتی نداریم که محصولات ایرانی و خارجی از هم تفکیک شوند. بنابراین معاف کردن بازی ها از مالیات بر ارزش افزوده شامل بازی خارجی هم خواهد شد که به نفع ناشران بازی های خارجی است.

کریمی با اشاره به علل قانون اخذ عوارض از بازی های خارجی بیان کرد: علت اصلی این قانون، بهبود فضای کسب و کار و زیست بوم داخلی است. بعضی می گویند ما با این کار زیست بوم را خراب می کنیم، در صورتی که همین حالا هم زیست بوم درستی وجود ندارد. علت دیگر هم حمایت اقتصادی از صنعت است. وی درباره اصلاح زیست بوم توضیح داد: فضای کسب و کار باید به گونه ای باشد که سرمایه گذار بخش خصوصی رغبت سرمایه گذاری در تولید داخل داشته باشد و دولت ها دخالت نکنند. زیست بوم فعلی کشور ما به گونه ای است که اگر یک سرمایه گذار بخواهد وارد ساخت بازی شود، باید برای یک بازی که بتواند بفروشد، حداقل ۵۰۰ میلیون تومان ظرف یک الی دو سال سرمایه گذاری کند. خواب سرمایه داشته باشد، حقوق و دستمزد بدهد، ریسک خوب و بد شدن بازی را بپذیرد و بعد از دو سال بازی را منتشر کند.

او ادامه داد: در مقابل همان سرمایه گذار می تواند با پول پیش حداکثر ۲۰۰ میلیون تومان که باید به ناشر خارجی بدهد، یکی از بهترین بازی های خارجی که ساخته شده و فروخته و سود خوبی دارد را وارد کشور کند و در بازارهای داخلی منتشر کند.

سرمایه گذارهای بزرگ سراغ واردات بازی خارجی رفته اند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: این دو روش یعنی سرمایه گذاری داخلی و آوردن بازی های خارجی هر دو باید یک مالیات بدهند؛ ۹ درصد مالیات ارزش افزوده، ۳۰ درصد سهم مارکت داخلی و مابقی سود ناشر است. در چنین شرایطی سرمایه گذار قطعا به سراغ واردات بازی خارجی می رود، اتفاقی که در این سال های اخیر هم برای اکثر سرمایه گذارهای بزرگ ما افتاده است. این یعنی زیست بوم ما خراب است و در آینده ای نزدیک تولیدی نداریم. هدف ایجاد این عوارض ایجاد یک تفاوت از نظر اقتصادی بین بازی داخلی و کسی است که می خواهد بازی خارجی وارد کند؛ تا کسی که تولید می کند بداند حداقل ۱۰ درصد مالیات کمتری می دهد تا اینکه بازی وارد کشور کند.

کریمی با بیان اینکه ما در کشور بازار محلی داریم یعنی بازاری که کاربرانش مردم ایران هستند و با ریال خرید می کنند، افزود: کشور ما جزو استثنائات است که بازار محلی دارد. بازارهای محلی اکثر کشورهای دنیا به بازارهای جهانی وصل است و مردم از گوگل پلی و استیم و اپ استور دائلود می کنند. اما به دلیل شرایط سخت سیاسی که بر کشور ما حاکم است، از جمله تحریم ها که موجب شده ایران در گوگل و اپ استور طراحی نشده و سیستم مالی ما به دلیل (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) تحریم ها از بازار جهانی جدا باشد، مجبوریم بازار محلی داشته باشیم.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: چین خودش خود را از بازار جهانی جدا کرده زیرا جمعیت زیادی دارد و می داند اگر داخل کشور چیزی تولید کند، مصرف کننده اش در کشور وجود دارد به همین دلیل هم سیاست های بسیار سرسختانه دارد. چین خودش این شرایط را انتخاب کرده اما به ما تحمیل شده است. ما بازار داخلی داریم و بازارهای داخلی هر کشور ضابطه مند هستند؛ شما نمی توانید بازارهای داخلی یک کشور را با بازارهای جهانی مقایسه کنید زیرا بازارهای داخلی ما برگرفته از محدودیت ها هستند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به شرایط نابرابر عرضه بازی های ایرانی در خارج کشور در مقایسه با بازی های خارجی بیان کرد: اینکه بازی خارجی بدون ایجاد نمایندگی و بدون پرداخت عوارض، مانند بازی ساز ایرانی بخواهد بازی را در بازار داخلی ما منتشر کند و تنها ۱۰ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۳۰ درصد هزینه مارکت را بدهد، شرایط برابری نیست که بازی ساز ایرانی بتواند در آن رقابت کند؛ زیرا بازی ساز ایرانی نمی تواند بازی اش را به نام خودش در خارج از کشور منتشر کند. اگر ما در کشورهای پیشرفته بودیم، به چنین قانونی نیاز نداشتیم زیرا در این بازارها همه چیز در مقیاس جهانی اتفاق می افتد، اما ایران نمی تواند این کار را انجام دهد.

مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند

کریمی در پاسخ به علت ناتوانی بازی های کامپیوتری ایرانی برای رقابت با بازی های خارجی اظهار کرد: فضای بازی های کامپیوتری تفاوت زیادی دارد. مشکل بازی های کامپیوتری در کشور ما این است که مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند و به سمت موبایل رفتند. بنیاد در سال ۱۳۸۸، ۲۸ میلیون هولوگرام به بازی های کامپیوتری ایرانی و خارجی داد که این عدد در سال ۱۳۹۵ به پنج میلیون و در سال ۱۳۹۶ به چهار میلیون رسید. این موضوع از کاهش مصرف بازی های کامپیوتری نشان دارد زیرا بیشتر سراغ بازی موبایلی رفتند. بنابراین یک علت اینکه ساختن بازی کامپیوتری به صرفه نیست، کاهش مصرف است.

وی نداشتن قانون کیی رایت در ایران را مشکل دیگر بازی های کامپیوتری دانست و گفت: قوانین کشور ما به گونه ای است که مالکیت معنوی آثار خارجی را به رسمیت نمی شناسیم. ما مجبوریم بازی های کامپیوتری را با قیمت حداکثر ۱۵ هزار تومان به فروش برسانیم، در صورتی که شاید قیمت خارجی آن ۲۰۰ هزار تومان باشد. یک سری افراد هستند که بازی های خارجی کامپیوتری و کنسولی را داند و در کشور منتشر می کنند و پولی به تولیدکننده نمی دهند. شما هم می توانید همان محصول کیی را بخرید؛ اما در بازی های موبایلی اینطور نیست.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا از فروش غیرقانونی بازی های کامپیوتری جلوگیری نمی شود اظهار کرد: ما نمی توانیم جلوی فروش این بازی ها را بگیریم. یک علت این است که وقتی در کشور کیی رایت نداریم، عدم رعایت آن غیرقانونی نیست. بنابراین بنیاد به بخشی از این بازی ها که در کشور عرضه کننده دارد، هولوگرام می دهد. در موضوع دادن هولوگرام هم بحث عوارض و پول مطرح نیست زیرا کل پول حاصل از هولوگرام به بازی ها در سال گذشته ۱۲۰ میلیون تومان بوده، بلکه بحث محتوایی این بازی هاست. ما ویرترین مغازه ها را سالم می کنیم که اگر یک خانواده برای فرزندش بازی انتخاب می کند محتوای سالمی داشته باشد.

هولوگرام بازی ها به معنای بررسی محتوای آنهاست

کریمی در ادامه با بیان اینکه بنیاد محتوای هر بازی که هولوگرام نداشته باشد را رد و تایید نمی کند، افزود: ما به عنوان متولی حوزه نمی توانیم بگوییم چون کیی رایت را رعایت نمی کنیم هولوگرام هم نمی دهیم، نمی توانیم تمام بازی ها را قاچاقی اعلام کنیم و بنیاد دیگر هیچ نظارتی بر بازی ها نداشته باشد. پیش از زدن هولوگرام ما محتوای بازی را بررسی کرده و محصول سالم به بازار می دهیم و این کار را با هدف شفاف سازی مارکت و محتوای مناسب انجام می دهیم. باید سعی کنیم در این شرایط بدی که به بنیاد و بازی حاکم شده، شرایط را برای مصرف بهیود ببخشیم.

وی در پاسخ به انتقادی مبنی بر کند بودن روند ارائه مجوز به بازی ها بیان کرد: بنیاد در سال گذشته به ۱۵ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی داده است که حدود ۴۰ بازی در روز می شود. رده بندی سنی و اعطای مجوز بازی هم یعنی چک کردن محتوای بازی. بنابراین این روند بسیار تند بوده است. مگر برای بازی هایی که محتوای خوبی نداشتند و به آنها مجوزی داده نشده است.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان خاطرنشان کرد: اخذ عوارض از بازی های خارجی مختص ناشرانی است که عرضه تجاری بازی در کشور داشته باشند و بخواهند از محل عرضه یک بازی کسب و کار راه بیندازند؛ مانند مارکت های آنلاین و سایت هایی که برای فروش بازی می گذارند. این ناشرها باید از بنیاد مجوز بگیرند و در غیر این صورت نمی توانند بازی را منتشر کنند.

منبع: خبرگزاری ایسنا



بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخذ عوارض از عرضه تجاری بازی های خارجی را با هدف اصلاح زیست بومی دانست که سرمایه گذاران بزرگ بخش خصوصی را به سمت واردات بازی های خارجی به جای حمایت از تولید داخل برده است.

حسن کریمی قدوسی در گفت و گو با ایسنا، در پاسخ به انتقاداتی مبنی بر اخذ عوارض از بازی های خارجی و ایجاد رانت، اظهار کرد: اینکه اخذ عوارض باعث ایجاد رانت و فساد شود بستگی به عملکرد بنیاد دارد. بنیاد ملی بازی ها هر ساله از دولت بودجه دریافت می کند که اگر عملکرد نامناسبی در قبال این پول داشته باشد هم باعث فساد می شود. ما دغدغه بخش خصوصی را متوجهیم اما متأسفانه کمابیش یک فضای بی اعتمادی در کشور وجود دارد که ممکن است برخی از افراد بخش خصوصی یا مردم به وعده هایی که داده می شود و عملکرد جایی مانند بنیاد اعتماد نگذارد (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) وی ادامه داد: به دلیل همین موضوع ما به بازی سازها پیشنهاد دادیم خانه بازی را مستقل از بنیاد ایجاد کنند که از دل این خانه بازی، کارگروهی انتخاب شود و تاخر بر هزینه کرد این عوارض باشد. پیشنهاد برای ایجاد این شکل بدان مناسبت که خیال بنیاد راحت است که این پول چطور می خواهد هزینه شود و اتفاقا دوست دارد این اتفاق با مشورت بازی سازها بیفتد و قرار نیست صرف مخارج بنیاد شود.

بنیاد باید برنامه حمایتی اش را برای بازی سازها شرح می داد

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه ما برای سال آینده ۱۱۵ میلیارد تومان بودجه داریم که مستقیما از طرف دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بنیاد داده می شود، افزود: شاید این اشکال به بنیاد وارد بوده که باید زودتر با بازی سازها حرف می زد که برنامه حمایتی اش برای سال آینده چیست تا همه اطلاع داشته باشند. البته بنیاد به صورت مشخص دو پروژه کلان دارد که از محل این عوارض، حمایت هایی اتفاق می افتد و مازاد بر این دو روش، اگر قرار باشد از این عوارض حمایت دیگری هم انجام شود، کارهای زیرساختی از جمله آموزش های بین المللی است.

کریمی در ادامه توضیح داد: یک پروژه به اسم هرم حمایت است که ما یک سال بر روی آن کار کردیم و یک سیستم شفاف برای حمایت از بازی سازان است که بسته به عملکرد و شاخص های آنها ارزیابی می شود؛ اینکه شرکت چند سال است تشکیل شده، چه بازی هایی ساخته، بازی ها چقدر دانلود شدند و چقدر فروش داشتند. وقتی این شاخص های کیفی اندازه گیری شود، آن شرکت در این هرم رتبه می گیرد و در قالب آن رتبه حمایت های مالی و زیرساختی از آن می شود. به گفته او بازی سازها می توانند درخواست دهند و این حمایت را بگیرند اما مادامی که شرکت رشد نکنند، حمایت دیگری از آن انجام نمی شود و این به معنای تشویق شرکت ها برای رشد کردن در این هرم و همچنین شفاف بودن این حمایت است.

وی همچنین درباره راه دوم حمایتی اظهار کرد: شرکت هایی هستند که می خواهند بازی های ایرانی را در خارج صادر کنند که برنامه جدی برایشان نوشته شده است. ما ناشرها را براساس یک سری شاخص انتخاب می کنیم. برای مثال ناشرها باید حساب خارج از کشور داشته باشند که ناشر قلمداد شوند. آنها باید درخواست دهند که می خواهند بازی را در خارج از کشور منتشر کنند. آنگاه ما ابتدا در داخل کشور بازی را با متخصصان بازی بررسی می کنیم. سپس هیاتی متشکل از حدود ۱۰ نفر از داورهای بین المللی بازی را بررسی می کنند که آیا مناسب مارکت کشور خارجی هست و سپس مشخص می شود که بازی می تواند تا یک سقف برای جذب کاربر در بازارهای دنیا وام بگیرد.

معافیت مالیاتی، ایرانی و خارجی را تفکیک نمی کند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا برای حمایت از بازی های خارجی روش معافیت مالیاتی در نظر گرفته نمی شود، گفت: بر اساس قانونی که در کشور ما وجود دارد، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، مربوط به کالا است نه مربوط به ایرانی یا خارجی بودن. به این معنا که اگر بازی معاف از مالیات بر ارزش افزوده شود، بازی خارجی هم معاف می شود و معافیتی نداریم که محصولات ایرانی و خارجی از هم تفکیک شوند. بنابراین معاف کردن بازی ها از مالیات بر ارزش افزوده شامل بازی خارجی هم خواهد شد که به نفع ناشران بازی های خارجی است.

کریمی با اشاره به علل قانون اخذ عوارض از بازی های خارجی بیان کرد: علت اصلی این قانون، بهبود فضای کسب و کار و زیست بوم داخلی است. بعضی می گویند ما با این کار زیست بوم را خراب می کنیم؛ در صورتی که همین حالا هم زیست بوم درستی وجود ندارد. علت دیگر هم حمایت اقتصادی از صنعت است. وی درباره اصلاح زیست بوم توضیح داد: فضای کسب و کار باید به گونه ای باشد که سرمایه گذار بخش خصوصی رغبت سرمایه گذاری در تولید داخل داشته باشد و دولت ها دخالت نکنند. زیست بوم فعلی کشور ما به گونه ای است که اگر یک سرمایه گذار بخواهد وارد ساخت بازی شود، باید برای یک بازی که بتواند بفروشد، حداقل ۵۰۰ میلیون تومان ظرف یک الی دو سال سرمایه گذاری کند. خواب سرمایه داشته باشد، حقوق و دستمزد بدهد، ریسک خوب و بد شدن بازی را بپذیرد و بعد از دو سال بازی را منتشر کند.

او ادامه داد: در مقابل همان سرمایه گذار می تواند با پول پیش حداکثر ۲۰۰ میلیون تومان که باید به ناشر خارجی بدهد، یکی از بهترین بازی های خارجی که ساخته شده و فروخته و سود خوبی دارد را وارد کشور کند و در بازارهای داخلی منتشر کند.

سرمایه گذارهای بزرگ سراغ واردات بازی خارجی رفته اند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: این دو روش یعنی سرمایه گذاری داخلی و آوردن بازی های خارجی هر دو باید یک مالیات بدهند؛ ۹ درصد مالیات ارزش افزوده، ۳۰ درصد سهم مارکت داخلی و مابقی سود ناشر است. در چنین شرایطی سرمایه گذار قطعا به سراغ واردات بازی خارجی می رود، اتفاقی که در این سال های اخیر هم برای اکثر سرمایه گذارهای بزرگ ما افتاده است. این یعنی زیست بوم ما خراب است و در آینده ای نزدیک تولیدی نداریم. هدف ایجاد این عوارض ایجاد یک تفاوت از نظر اقتصادی بین بازی داخلی و کسی است که می خواهد بازی خارجی وارد کند؛ تا کسی که تولید می کند بداند حداقل ۱۰ درصد مالیات کمتری می دهد تا اینکه بازی وارد کشور کند.

کریمی با بیان اینکه ما در کشور بازار محلی داریم یعنی بازاری که کاربران مردم ایران هستند و با ریال خرید می کنند، افزود: کشور ما جزو استثنائات است که بازار محلی دارد. بازارهای محلی اکثر کشورهای دنیا به بازارهای جهانی وصل است و مردم از گوگل پلی و استیم و اپ استور دانلود می کنند. اما به دلیل شرایط سخت سیاسی که بر کشور ما حاکم است، از جمله تحریم ها که موجب شده ایران در گوگل و اپ استور طراحی نشده و سیستم مالی ما به دلیل تحریم ها از بازار جهانی جدا باشد، مجبوریم بازار محلی داشته باشیم.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: چین خودش خود را از بازار جهانی جدا کرده زیرا جمعیت زیادی دارد و می داند اگر داخل کشور چیزی تولید کند، مصرف کننده اش در کشور وجود دارد به همین دلیل هم سیاست های بسیار سرسختانه دارد. چین خودش این شرایط را انتخاب کرده اما به ما تحمیل شده است. ما بازار داخلی داریم و بازارهای داخلی هر کشور ضابطه مند هستند؛ شما نمی توانید بازارهای داخلی یک کشور را با بازارهای جهانی کشورهای مختلف مقایسه کنید زیرا بازارهای داخلی ما برگرفته از محدودیت ها هستند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به شرایط نابرابر عرضه بازی های ایرانی در خارج کشور در مقایسه با بازی های خارجی بیان کرد: اینکه بازی خارجی بدون ایجاد تمایز و بدون پرداخت عوارض، مانند بازی ساز ایرانی بخواهد بازی را در بازار داخلی ما منتشر کند و تنها ۱۰ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۳۰ درصد هزینه مارکت را بدهد، شرایط برابری نیست که بازی ساز ایرانی بتواند در آن رقابت کند؛ زیرا بازی ساز ایرانی نمی تواند بازی اش را به نام خودش در خارج از کشور منتشر کند. اگر ما در کشورهای پیشرفته بودیم، به چنین قانونی نیاز نداشتیم زیرا در این بازارها همه چیز در مقیاس جهانی اتفاق می (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) افتد، اما ایران نمی تواند این کار را انجام دهد.
مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند

کریمی در پاسخ به علت ناتوانی بازی های کامپیوتری ایرانی برای رقابت با بازی های خارجی اظهار کرد: فضای بازی های کامپیوتری تفاوت زیادی دارد. مشکل بازی های کامپیوتری در کشور ما این است که مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند و به سمت موبایل رفتند. بنیاد در سال ۱۳۸۸، ۲۸ میلیون هولوگرام به بازی های کامپیوتری ایرانی و خارجی داد که این عدد در سال ۱۳۹۵ به پنج میلیون و در سال ۱۳۹۶ به چهار میلیون رسید. این موضوع از کاهش مصرف بازی های کامپیوتری نشان دارد زیرا بیشتر سراغ بازی موبایلی رفتند. بنابراین یک علت اینکه ساختن بازی کامپیوتری به صرفه نیست، کاهش مصرف است.

وی نداشتن قانون کپی رایت در ایران را مشکل دیگر بازی های کامپیوتری دانست و گفت: قوانین کشور ما به گونه ای است که مالکیت معنوی آثار خارجی را به رسمیت نمی شناسیم. ما مجبوریم بازی های کامپیوتری را با قیمت حداکثر ۱۵ هزار تومان به فروش برسانیم، در صورتی که شاید قیمت خارجی آن ۲۰۰ هزار تومان باشد. یک سری افراد هستند که بازی های خارجی کامپیوتری و کنسولی را داندود و در کشور منتشر می کنند و پولی به تولیدکننده نمی دهند. شما هم می توانید همان محصول کپی را بخرید؛ اما در بازی های موبایلی اینطور نیست.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا از فروش غیرقانونی بازی های کامپیوتری جلوگیری نمی شود اظهار کرد: ما نمی توانیم جلوی فروش این بازی ها را بگیریم. یک علت این است که وقتی در کشور کپی رایت نداریم، عدم رعایت آن غیرقانونی نیست. بنابراین بنیاد به بخشی از این بازی ها که در کشور عرضه کننده دارد، هولوگرام می دهد. در موضوع دادن هولوگرام هم بحث عوارض و پول مطرح نیست زیرا کل پول حاصل از هولوگرام به بازی ها در سال گذشته ۱۲۰ میلیون تومان بوده، بلکه بحث محتوایی این بازی هاست. ما ویتترین مقایزه ها را سالم می کنیم که اگر یک خانواده برای فرزندش بازی انتخاب می کند محتوای سالمی داشته باشد.

هولوگرام بازی ها به معنای بررسی محتوای آنهاست

کریمی در ادامه با بیان اینکه بنیاد محتوای هر بازی که هولوگرام نداشته باشد را رد و تایید نمی کند، افزود: ما به عنوان متولی حوزه نمی توانیم بگوییم چون کپی رایت را رعایت نمی کنیم هولوگرام هم نمی دهیم، نمی توانیم تمام بازی ها را قاچاقی اعلام کنیم و بنیاد دیگر هیچ نظارتی بر بازی ها نداشته باشد. پیش از زن هولوگرام ما محتوای بازی را بررسی کرده و محصول سالم به بازار می دهیم و این کار را با هدف شفاف سازی مارکت و محتوای مناسب انجام می دهیم. باید سعی کنیم در این شرایط بدی که به بنیاد و بازی حاکم شده، شرایط را برای مصرف بهبود ببخشیم.

وی در پاسخ به انتقادی مبنی بر کند بودن روند ارائه مجوز به بازی ها بیان کرد: بنیاد در سال گذشته به ۱۵ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی داده است که حدود ۴۰ بازی در روز می شود. رده بندی سنی و اعطای مجوز بازی هم یعنی چک کردن محتوای بازی. بنابراین این روند بسیار تند بوده است. مگر برای بازی هایی که محتوای خوبی نداشتند و به آنها مجوزی داده نشده است.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان خاطرنشان کرد: اخذ عوارض از بازی های خارجی مختص ناشرانی است که عرضه تجاری بازی در کشور داشته باشند و بخواهند از محل عرضه یک بازی کسب وکار راه بیندازند؛ مانند مارکت های آنلاین و سایت هایی که برای فروش بازی می گذارند. این ناشرها باید از بنیاد مجوز بگیرند و در غیر این صورت نمی توانند بازی را منتشر کنند.

انتهای پیام

منبع: خبرگزاری ایسنا



بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی! (۱۳۸۵-۹۶/۱۱/۱۳)

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخذ عوارض از عرضه تجاری بازی های خارجی را با هدف اصلاح زیست بومی دانست که سرمایه گذاران بزرگ بخش خصوصی را به سمت واردات بازی های خارجی به جای حمایت از تولید داخل برده است.

حسن کریمی قدوسی در گفت و گو با ایسنا، در پاسخ به انتقاداتی مبنی بر اخذ عوارض از بازی های خارجی و ایجاد رانت، اظهار کرد: اینکه اخذ عوارض باعث ایجاد رانت و فساد شود بستگی به عملکرد بنیاد دارد. بنیاد ملی بازی ها هر ساله از دولت بودجه دریافت می کند که اگر عملکرد نامناسبی در قبال این پول داشته باشد هم باعث فساد می شود. ما دغدغه بخش خصوصی را متوجهیم اما متأسفانه کمابیش یک فضای بی اعتمادی در کشور وجود دارد که ممکن است برخی از افراد بخش خصوصی یا مردم به وعده هایی که داده می شود و عملکرد جایی مانند بنیاد اعتماد نگذرد.

وی ادامه داد: به دلیل همین موضوع ما به بازی سازها پیشنهاد دادیم خانه بازی را مستقل از بنیاد ایجاد کنند که از دل این خانه بازی، کارگروهی انتخاب شود و ناظر بر هزینه کرد این عوارض باشد. پیشنهاد برای ایجاد این تشکل بدان معناست که خیال بنیاد راحت است که این پول چطور می خواهد هزینه شود و اتفاقا دوست دارد این اتفاق با مشورت بازی سازها بیفتد و قرار نیست صرف مخارج بنیاد شود.

بنیاد باید برنامه حمایتی اش را برای بازی سازها شرح می داد

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه ما برای سال آینده ۱۱۵ میلیارد تومان بودجه داریم که مستقیماً از طرف دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بنیاد داده می شود، افزود: شاید این اشکال به بنیاد وارد بوده که باید زودتر با بازی سازها حرف می زد که برنامه حمایتی اش برای سال آینده چیست تا همه اطلاع داشته باشند. البته بنیاد به صورت مشخص دو پروژه کلان دارد که از محل این عوارض، حمایت هایی اتفاق می افتد و مازاد بر این دو روش، اگر قرار باشد از این عوارض حمایت دیگری هم انجام شود، کارهای زیرساختی از جمله آموزش های بین المللی است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) کریمی در ادامه توضیح داد: یک پروژه به اسم هرم حمایت است که ما یک سال بر روی آن کار کردیم و یک سیستم شفاف برای حمایت از بازی سازان است که بسته به عملکرد و شاخص های آنها ارزیابی می شود؛ اینکه شرکت چند سال است تشکیل شده، چه بازی هایی ساخته، بازی ها چقدر دانلود شدند و چقدر فروش داشتند. وقتی این شاخص های کیفی اندازه گیری شود، آن شرکت در این هرم رتبه می گیرد و در قالب آن رتبه حمایت های مالی و زیرساختی از آن می شود.

به گفته او بازی سازها می توانند درخواست دهند و این حمایت را بگیرند اما مادامی که شرکت رشد نکند، حمایت دیگری از آن انجام نمی شود و این به معنای تشویق شرکت ها برای رشد کردن در این هرم و همچنین شفاف بودن این حمایت است.

وی همچنین درباره راه دوم حمایتی اظهار کرد: شرکت هایی هستند که می خواهند بازی های ایرانی را در خارج صادر کنند که برنامه جزی برایشان نوشته شده است. ما ناشرها را براساس یک سری شاخص انتخاب می کنیم. برای مثال ناشرها باید حساب خارج از کشور داشته باشند که ناشر قلمداد شوند. آنها باید درخواست دهند که می خواهند بازی را در خارج از کشور منتشر کنند. آنگاه ما ابتدا در داخل کشور بازی را با متخصصان بازی بررسی می کنیم. سپس هیاتی متشکل از حدود ۱۰ نفر از داورهای بین المللی بازی را بررسی می کنند که آیا مناسب مارکت کشور خارجی هست و سپس مشخص می شود که بازی می تواند تا یک سقف برای جذب کاربر در بازارهای دنیا وام بگیرد.

معافیت مالیاتی، ایرانی و خارجی را تفکیک نمی کند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا برای حمایت از بازی های خارجی روش معافیت مالیاتی در نظر گرفته نمی شود، گفت: بر اساس قانونی که در کشور ما وجود دارد، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، مربوط به کالاست نه مربوط به ایرانی یا خارجی بودن. به این معنا که اگر بازی معاف از مالیات بر ارزش افزوده شود، بازی خارجی هم معاف می شود و معافیتی نداریم که محصولات ایرانی و خارجی از هم تفکیک شوند. بنابراین معاف کردن بازی ها از مالیات بر ارزش افزوده شامل بازی خارجی هم خواهد شد که به نفع ناشران بازی های خارجی است.

کریمی با اشاره به علل قانون اخذ عوارض از بازی های خارجی بیان کرد: علت اصلی این قانون، بهبود فضای کسب و کار و زیست بوم داخلی است. بعضی می گویند ما با این کار زیست بوم را خراب می کنیم، در صورتی که همین حالا هم زیست بوم درستی وجود ندارد. علت دیگر هم حمایت اقتصادی از صنعت است. وی درباره اصلاح زیست بوم توضیح داد: فضای کسب و کار باید به گونه ای باشد که سرمایه گذار بخش خصوصی رغبت سرمایه گذاری در تولید داخل داشته باشد و دولت ها دخالت نکنند. زیست بوم فعلی کشور ما به گونه ای است که اگر یک سرمایه گذار بخواهد وارد ساخت بازی شود، باید برای یک بازی که بتواند بفروشد، حداقل ۵۰۰ میلیون تومان ظرف یک الی دو سال سرمایه گذاری کند. خواب سرمایه داشته باشد، حقوق و دستمزد بدهد، ریسک خوب و بد شن بازی را بپذیرد و بعد از دو سال بازی را منتشر کند.

او ادامه داد: در مقابل همان سرمایه گذار می تواند با پول بیش حداکثر ۲۰۰ میلیون تومان که باید به ناشر خارجی بدهد، یکی از بهترین بازی های خارجی که ساخته شده و فروخته و سود خوبی دارد را وارد کشور کند و در بازارهای داخلی منتشر کند.

سرمایه گذارهای بزرگ سراغ واردات بازی خارجی رفته اند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: این دو روش یعنی سرمایه گذاری داخلی و آوردن بازی های خارجی هر دو باید یک مالیات بدهند؛ ۹ درصد مالیات ارزش افزوده، ۳۰ درصد سهم مارکت داخلی و مابقی سود ناشر است. در چنین شرایطی سرمایه گذار قطعا به سراغ واردات بازی خارجی می رود، اتفاقی که در این سال های اخیر هم برای اکثر سرمایه گذارهای بزرگ ما افتاده است. این یعنی زیست بوم ما خراب است و در آینده ای نزدیک تولیدی نداریم. هدف ایجاد این عوارض ایجاد یک تفاوت از نظر اقتصادی بین بازی داخلی و کسی است که می خواهد بازی خارجی وارد کند؛ تا کسی که تولید می کند بداند حداقل ۱۰ درصد مالیات کمتری می دهد تا اینکه بازی وارد کشور کند.

کریمی با بیان اینکه ما در کشور بازار محلی داریم یعنی بازاری که کاربرانش مردم ایران هستند و با ریال خرید می کنند، افزود: کشور ما جزو استثنائات است که بازار محلی دارد. بازارهای محلی اکثر کشورهای دنیا به بازارهای جهانی وصل است و مردم از گوگل پلی و استیم و اپ استور دانلود می کنند. اما به دلیل شرایط سخت سیاسی که بر کشور ما حاکم است، از جمله تحریم ها که موجب شده ایران در گوگل و اپ استور طراحی نشده و سیستم مالی ما به دلیل تحریم ها از بازار جهانی جدا باشد، مجبوریم بازار محلی داشته باشیم.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: چین خودش خود را از بازار جهانی جدا کرده زیرا جمعیت زیادی دارد و می داند اگر داخل کشور چیزی تولید کند، مصرف کننده اش در کشور وجود دارد به همین دلیل هم سیاست های بسیار سرسختانه دارد. چین خودش این شرایط را انتخاب کرده اما به ما تحمیل شده است. ما بازار داخلی داریم و بازارهای داخلی هر کشور ضابطه مند هستند؛ شما نمی توانید بازارهای داخلی یک کشور را با بازارهای جهانی کشورهای مختلف مقایسه کنید زیرا بازارهای داخلی ما برگرفته از محدودیت ها هستند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به شرایط نابرابر عرضه بازی های ایرانی در خارج کشور در مقایسه با بازی های خارجی بیان کرد: اینکه بازی خارجی بدون ایجاد نمایندگی و بدون پرداخت عوارض، مانند بازی ساز ایرانی بخواهد بازی را در بازار داخلی ما منتشر کند و تنها ۱۰ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۲۰ درصد هزینه مارکت را بدهد، شرایط برابری نیست که بازی ساز ایرانی بتواند در آن رقابت کند؛ زیرا بازی ساز ایرانی نمی تواند بازی اش را به نام خودش در خارج از کشور منتشر کند. اگر ما در کشورهای پیشرفته بودیم، به چنین قانونی نیاز نداشتیم زیرا در این بازارها همه چیز در مقیاس جهانی اتفاق می افتد، اما ایران نمی تواند این کار را انجام دهد.

مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند

کریمی در پاسخ به علت ناتوانی بازی های کامپیوتری ایرانی برای رقابت با بازی های خارجی اظهار کرد: فضای بازی های کامپیوتری تفاوت زیادی دارد. مشکل بازی های کامپیوتری در کشور ما این است که مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند و به سمت موبایل رفتند. بنیاد در سال ۱۳۸۸، ۲۸ میلیون هولوگرام به بازی های کامپیوتری ایرانی و خارجی داد که این عدد در سال ۱۳۹۵ به پنج میلیون و در سال ۱۳۹۶ به چهار میلیون رسید. این موضوع از کاهش مصرف بازی های کامپیوتری نشان دارد زیرا بیشتر سراغ بازی موبایلی رفتند. بنابراین یک علت اینکه ساختن بازی کامپیوتری به صرفه نیست، کاهش مصرف است. وی نداشتن قانون کیی رایت در ایران را مشکل دیگر بازی های کامپیوتری دانست و گفت: قوانین کشور ما به گونه ای است که مالکیت (ادامه دارد ...)

اکو آنلین

(ادامه خبر ...) معنوی آثار خارجی را به رسمیت نمی شناسیم. ما مجبوریم بازی های کامپیوتری را با قیمت حداکثر ۱۵ هزار تومان به فروش برسانیم. در صورتی که شاید قیمت خارجی آن ۲۰۰ هزار تومان باشد. یک سری افراد هستند که بازی های خارجی کامپیوتری و کنسولی را داند و در کشور منتشر می کنند و پولی به تولیدکننده نمی دهند. شما هم می توانید همان محصول کپی را بخرید؛ اما در بازی های موبایلی اینطور نیست.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا از فروش غیرقانونی بازی های کامپیوتری جلوگیری نمی شود اظهار کرد: ما نمی توانیم جلوی فروش این بازی ها را بگیریم. یک علت این است که وقتی در کشور کپی رایت نداریم، عدم رعایت آن غیرقانونی نیست. بنابراین بنیاد به بخشی از این بازی ها که در کشور عرضه کننده دارد، هولوگرام می دهد. در موضوع دادن هولوگرام هم بحث عوارض و پول مطرح نیست زیرا کل پول حاصل از هولوگرام به بازی ها در سال گذشته ۱۲۰ میلیون تومان بوده، بلکه بحث محتوایی این بازی هاست. ما بیشترین مغازه ها را سالم می کنیم که اگر یک خانواده برای فرزندش بازی انتخاب می کند محتوای سالمی داشته باشد.

هولوگرام بازی ها به معنای بررسی محتوای آنهاست

کریمی در ادامه با بیان اینکه بنیاد محتوای هر بازی که هولوگرام نداشته باشد را رد و تایید نمی کند، افزود: ما به عنوان متولی حوزه نمی توانیم بگوییم چون کپی رایت را رعایت نمی کنیم هولوگرام هم نمی دهیم، نمی توانیم تمام بازی ها را قاچاقی اعلام کنیم و بنیاد دیگر هیچ نظارتی بر بازی ها نداشته باشد. پیش از زدن هولوگرام ما محتوای بازی را بررسی کرده و محصول سالم به بازار می دهیم و این کار را با هدف شفاف سازی مارکت و محتوای مناسب انجام می دهیم. باید سعی کنیم در این شرایط بدی که به بنیاد و بازی حاکم شده، شرایط را برای مصرف بهبود ببخشیم.

وی در پاسخ به انتقادی مبنی بر کند بودن روند ارائه مجوز به بازی ها بیان کرد: بنیاد در سال گذشته به ۱۵ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی داده است که حدود ۴۰ بازی در روز می شود. رده بندی سنی و اعطای مجوز بازی هم یعنی چک کردن محتوای بازی. بنابراین این روند بسیار تند بوده است. مگر برای بازی هایی که محتوای خوبی نداشتند و به آنها مجوزی داده نشده است.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان خاطرنشان کرد: اخذ عوارض از بازی های خارجی مختص ناشرانی است که عرضه تجاری بازی در کشور داشته باشند و بخواهند از محل عرضه یک بازی کسب و کار راه بیندازند؛ مانند مارکت های آنلاین و سایت هایی که برای فروش بازی می گذارند. این ناشرها باید از بنیاد مجوز بگیرند و در غیر این صورت نمی توانند بازی را منتشر کنند.

انتهای پیام

منبع: خبرگزاری ایسنا



خودرو برش
Microbraker

بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی! (۱۳۹۵-۹۶/۱۳۹۶)

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخذ عوارض از عرضه تجاری بازی های خارجی را با هدف اصلاح زیست بومی دانست که سرمایه گذاران بزرگ بخش خصوصی را به سمت واردات بازی های خارجی به جای حمایت از تولید داخل برده است.

حسن کریمی قدوسی در گفت و گو با ایسنا، در پاسخ به انتقاداتی مبنی بر اخذ عوارض از بازی های خارجی و ایجاد رانت، اظهار کرد: اینکه اخذ عوارض باعث ایجاد رانت و فساد شود بستگی به عملکرد بنیاد دارد. بنیاد ملی بازی ها هر ساله از دولت بودجه دریافت می کند که اگر عملکرد نامناسبی در قبال این پول داشته باشد هم باعث فساد می شود. ما دغدغه بخش خصوصی را متوجهیم اما متأسفانه کمابیش یک فضای بی اعتمادی در کشور وجود دارد که ممکن است برخی از افراد بخش خصوصی یا مردم به وعده هایی که داده می شود و عملکرد جایی مانند بنیاد اعتماد نکنند.

وی ادامه داد: به دلیل همین موضوع ما به بازی سازها پیشنهاد دادیم خانه بازی را مستقل از بنیاد ایجاد کنند که از دل این خانه بازی، کارگروهی انتخاب شود و ناظر بر هزینه کرد این عوارض باشد. پیشنهاد برای ایجاد این شکل بدین معناست که خیال بنیاد راحت است که این پول چطور می خواهد هزینه شود و اتفاقا دوست دارد این اتفاق با مشورت بازی سازها بیفتد و قرار نیست صرف مخارج بنیاد شود.

بنیاد باید برنامه حمایتی اش را برای بازی سازها شرح می داد

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه ما برای سال آینده ۱۱۵ میلیارد تومان بودجه داریم که مستقیماً از طرف دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بنیاد داده می شود، افزود: شاید این اشکال به بنیاد وارد بوده که باید زودتر با بازی سازها حرف می زد که برنامه حمایتی اش برای سال آینده چیست تا همه اطلاع داشته باشند. البته بنیاد به صورت مشخص دو پروژه کلان دارد که از محل این عوارض، حمایت هایی اتفاق می افتد و مازاد بر این دو روش، اگر قرار باشد از این عوارض حمایت دیگری هم انجام شود، کارهای زیرساختی از جمله آموزش های بین المللی است.

کریمی در ادامه توضیح داد: یک پروژه به اسم هرم حمایت است که ما یک سال بروی آن کار کردیم و یک سیستم شفاف برای حمایت از بازی سازان است که بسته به عملکرد و شاخص های آنها ارزیابی می شود؛ اینکه شرکت چند سال است تشکیل شده، چه بازی هایی ساخته، بازی ها چقدر داند و چقدر فروش داشتند. وقتی این شاخص های کیفی اندازه گیری شود، آن شرکت در این هرم رتبه می گیرد و در قالب آن رتبه حمایت های مالی و زیرساختی از آن می شود. به گفته او بازی سازها می توانند درخواست دهند و این حمایت را بگیرند اما مادامی که شرکت رشد نکند، حمایت دیگری از آن انجام نمی شود و این به معنای تشویق شرکت ها برای رشد کردن در این هرم و همچنین شفاف بودن این حمایت است.

وی همچنین درباره راه دوم حمایتی اظهار کرد: شرکت هایی هستند که می خواهند بازی های ایرانی را در خارج صادر کنند که برنامه جدی برایشان نوشته شده است. ما ناشرها را براساس یک سری شاخص انتخاب می کنیم. برای مثال ناشرها باید حساب خارج از کشور داشته باشند که ناشر قلمداد شوند (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) آنها باید درخواست دهند که می خواهند بازی را در خارج از کشور منتشر کنند. آنگاه ما ابتدا در داخل کشور بازی را با متخصصان بازی بررسی می کنیم. سپس هیاتی متشکل از حدود ۱۰ نفر از داورهای بین المللی بازی را بررسی می کنند که آیا مناسب مارکت کشور خارجی هست و سپس مشخص می شود که بازی می تواند تا یک سقف برای جذب کاربر در بازارهای دنیا وام بگیرد.

معافیت مالیاتی، ایرانی و خارجی را تفکیک نمی کند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا برای حمایت از بازی های خارجی روش معافیت مالیاتی در نظر گرفته نمی شود، گفت: بر اساس قانونی که در کشور ما وجود دارد، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، مربوط به کالاست نه مربوط به ایرانی یا خارجی بودن. به این معنا که اگر بازی معاف از مالیات بر ارزش افزوده شود، بازی خارجی هم معاف می شود و معافیتی نداریم که محصولات ایرانی و خارجی از هم تفکیک شوند. بنابراین معاف کردن بازی ها از مالیات بر ارزش افزوده شامل بازی خارجی هم خواهد شد که به نفع تاشران بازی های خارجی است.

کریمی با اشاره به علل قانون اخذ عوارض از بازی های خارجی بیان کرد: علت اصلی این قانون، بهبود فضای کسب و کار و زیست بوم داخلی است. بعضی می گویند ما با این کار زیست بوم را خراب می کنیم، در صورتی که همین حالا هم زیست بوم درستی وجود ندارد. علت دیگر هم حمایت اقتصادی از صنعت است. وی درباره اصلاح زیست بوم توضیح داد: فضای کسب و کار باید به گونه ای باشد که سرمایه گذار بخش خصوصی رغبت سرمایه گذاری در تولید داخل داشته باشد و دولت ها دخالت نکنند. زیست بوم فعلی کشور ما به گونه ای است که اگر یک سرمایه گذار بخواهد وارد ساخت بازی شود، باید برای یک بازی که بتواند بفروشد، حداقل ۵۰۰ میلیون تومان ظرف یک الی دو سال سرمایه گذاری کند. خواب سرمایه داشته باشد، حقوق و دستمزد بدهد، ریسک خوب و بد شدن بازی را بپذیرد و بعد از دو سال بازی را منتشر کند.

او ادامه داد: در مقابل همان سرمایه گذار می تواند با پول پیش حداکثر ۲۰۰ میلیون تومان که باید به ناشر خارجی بدهد، یکی از بهترین بازی های خارجی که ساخته شده و فروخته و سود خوبی دارد را وارد کشور کند و در بازارهای داخلی منتشر کند.

سرمایه گذارهای بزرگ سراغ واردات بازی خارجی رفته اند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: این دو روش یعنی سرمایه گذاری داخلی و آوردن بازی های خارجی هر دو باید یک مالیات بدهند؛ ۹ درصد مالیات ارزش افزوده، ۳۰ درصد سهم مارکت داخلی و مابقی سود ناشر است. در چنین شرایطی سرمایه گذار قطعا به سراغ واردات بازی خارجی می رود، اتفاقی که در این سال های اخیر هم برای اکثر سرمایه گذارهای بزرگ ما افتاده است. این یعنی زیست بوم ما خراب است و در آینده ای نزدیک تولیدی نداریم. هدف ایجاد این عوارض ایجاد یک تفاوت از نظر اقتصادی بین بازی داخلی و کسی است که می خواهد بازی خارجی وارد کند؛ تا کسی که تولید می کند بداند حداقل ۱۰ درصد مالیات کمتری می دهد تا اینکه بازی وارد کشور کند.

کریمی با بیان اینکه ما در کشور بازار محلی داریم یعنی بازاری که کاربرانش مردم ایران هستند و با ریال خرید می کنند، افزود: کشور ما جزو استثنائات است که بازار محلی دارد. بازارهای محلی اکثر کشورهای دنیا به بازارهای جهانی وصل است و مردم از گوگل پلی و استیم و اپ استور دانلود می کنند. اما به دلیل شرایط سخت سیاسی که بر کشور ما حاکم است، از جمله تحریم ها که موجب شده ایران در گوگل و اپ استور طراحی نشده و سیستم مالی ما به دلیل تحریم ها از بازار جهانی جدا باشد، مجبوریم بازار محلی داشته باشیم.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: چین خودش خود را از بازار جهانی جدا کرده زیرا جمعیت زیادی دارد و می داند اگر داخل کشور چیزی تولید کند، مصرف کننده اش در کشور وجود دارد به همین دلیل هم سیاست های بسیار سرسختانه دارد. چین خودش این شرایط را انتخاب کرده اما به ما تحمیل شده است. ما بازار داخلی داریم و بازارهای داخلی هر کشور ضابطه مند هستند؛ شما نمی توانید بازارهای داخلی یک کشور را با بازارهای جهانی کشورهای مختلف مقایسه کنید. زیرا بازارهای داخلی ما برگرفته از محدودیت ها هستند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به شرایط نابرابر عرضه بازی های ایرانی در خارج کشور در مقایسه با بازی های خارجی بیان کرد: اینکه بازی خارجی بدون ایجاد نمایندگی و بدون پرداخت عوارض، مانند بازی ساز ایرانی بخواهد بازی را در بازار داخلی ما منتشر کند و تنها ۱۰ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۲۰ درصد هزینه مارکت را بدهد، شرایط برابری نیست که بازی ساز ایرانی بتواند در آن رقابت کند؛ زیرا بازی ساز ایرانی نمی تواند بازی اش را به نام خودش در خارج از کشور منتشر کند. اگر ما در کشورهای پیشرفته بودیم، به چنین قانونی نیاز نداشتیم زیرا در این بازارها همه چیز در مقیاس جهانی اتفاق می افتد، اما ایران نمی تواند این کار را انجام دهد.

مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند

کریمی در پاسخ به علت ناتوانی بازی های کامپیوتری ایرانی برای رقابت با بازی های خارجی اظهار کرد: فضای بازی های کامپیوتری تفاوت زیادی دارد. مشکل بازی های کامپیوتری در کشور ما این است که مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند و به سمت موبایل رفتند. بنیاد در سال ۱۳۸۸، ۲۸ میلیون هولوگرام به بازی های کامپیوتری ایرانی و خارجی داد که این عدد در سال ۱۳۹۵ به پنج میلیون و در سال ۱۳۹۶ به چهار میلیون رسید. این موضوع از کاهش مصرف بازی های کامپیوتری نشان دارد زیرا بیشتر سراغ بازی موبایلی رفتند. بنابراین یک علت اینکه ساختن بازی کامپیوتری به صرفه نیست، کاهش مصرف است.

وی نداشتن قانون کپی رایت در ایران را مشکل دیگر بازی های کامپیوتری دانست و گفت: قوانین کشور ما به گونه ای است که مالکیت معنوی آثار خارجی را به رسمیت نمی شناسیم. ما مجبوریم بازی های کامپیوتری را با قیمت حداکثر ۱۵ هزار تومان به فروش برسانیم، در صورتی که شاید قیمت خارجی آن ۲۰۰ هزار تومان باشد. یک سری افراد هستند که بازی های خارجی کامپیوتری و کنسولی را دانلود و در کشور منتشر می کنند و پولی به تولیدکننده نمی دهند. شما هم می توانید همان محصول کپی را بخرید؛ اما در بازی های موبایلی اینطور نیست.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا از فروش غیرقانونی بازی های کامپیوتری جلوگیری نمی شود، اظهار کرد: ما نمی توانیم جلوی فروش این بازی ها را بگیریم. یک علت این است که وقتی در کشور کپی رایت نداریم، عدم رعایت آن غیرقانونی نیست. بنابراین بنیاد به بخشی از این بازی ها که در کشور عرضه کننده دارد، هولوگرام می دهد. در موضوع دادن هولوگرام هم بحث عوارض و پول مطرح نیست زیرا کل پول حاصل از هولوگرام به بازی ها در سال گذشته ۱۲۰ میلیون تومان بوده، بلکه بحث محتوایی این بازی هاست. ما ویرترین مقاله ها را سالم می کنیم که اگر یک خانواده برای فرزندش بازی انتخاب می کند محتوای سالمی داشته باشد. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) هولوگرام بازی ها به معنای بررسی محتوای آنهاست

کریمی در ادامه با بیان اینکه بنیاد محتوای هر بازی که هولوگرام نداشته باشد را رد و تایید نمی کند، افزود: ما به عنوان متولی حوزه نمی توانیم بگوییم چون کی رایث را رعایت نمی کنیم هولوگرام هم نمی دهیم، نمی توانیم تمام بازی ها را قاچاقی اعلام کنیم و بنیاد دیگر هیچ نظارتی بر بازی ها نداشته باشد. پیش از زدن هولوگرام ما محتوای بازی را بررسی کرده و محصول سالم به بازار می دهیم و این کار را با هدف شفاف سازی مارکت و محتوای مناسب انجام می دهیم. باید سعی کنیم در این شرایط بدی که به بنیاد و بازی حاکم شده، شرایط را برای مصرف بهبود ببخشیم.

وی در پاسخ به انتقادی مبنی بر کند بودن روند ارائه مجوز به بازی ها بیان کرد: بنیاد در سال گذشته به ۱۵ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی داده است که حدود ۴۰ بازی در روز می شود. رده بندی سنی و اعطای مجوز بازی هم یعنی چک کردن محتوای بازی. بنابراین این روند بسیار تند بوده است، مگر برای بازی هایی که محتوای خوبی نداشتند و به آنها مجوزی داده نشده است.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان خاطرنشان کرد: اخذ عوارض از بازی های خارجی مختص تاشرائی است که عرضه تجاری بازی در کشور داشته باشند و بخواهند از محل عرضه یک بازی کسب و کار راه بیندازند؛ مانند مارکت های آنلاین و سایت هایی که برای فروش بازی می گذارند. این ناشرها باید از بنیاد مجوز بگیرند و در غیر این صورت نمی توانند بازی را منتشر کنند.

منبع: خبرگزاری ایسنا



بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی! (۱۳/۱۱/۹۵-۹۵/۱۱/۱۳)

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخذ عوارض از عرضه تجاری بازی های خارجی را با هدف اصلاح زیست بومی دانست که سرمایه گذاران بزرگ بخش خصوصی را به سمت واردات بازی های خارجی به جای حمایت از تولید داخل برده است.

به گزارش سپینا، حسن کریمی قدوسی در گفت و گو با ایسنا، در پاسخ به انتقاداتی مبنی بر اخذ عوارض از بازی های خارجی و ایجاد رانت، اظهار کرد: اینکه اخذ عوارض باعث ایجاد رانت و فساد شود بستگی به عملکرد بنیاد دارد. بنیاد ملی بازی ها هر ساله از دولت بودجه دریافت می کند که اگر عملکرد نامناسبی در قبال این پول داشته باشد هم باعث فساد می شود. ما دغدغه بخش خصوصی را متوجهیم اما متأسفانه کمابیش یک قضای بی اعتمادی در کشور وجود دارد که ممکن است برخی از افراد بخش خصوصی یا مردم به وعده هایی که داده می شود و عملکرد جایی مانند بنیاد اعتماد نکنند.

وی ادامه داد: به دلیل همین موضوع ما به بازی سازها پیشنهاد دادیم خانه بازی را مستقل از بنیاد ایجاد کنند که از دل این خانه بازی، کارگروهی انتخاب شود و ناظر بر هزینه کرد این عوارض باشد. پیشنهاد برای ایجاد این تشکل بدان معناست که خیال بنیاد راحت است که این پول چطور می خواهد هزینه شود و اتفاقاً دوست دارد این اتفاق با مشورت بازی سازها بیفتد و قرار نیست صرف مخارج بنیاد شود.

بنیاد باید برنامه حمایتی اش را برای بازی سازها شرح می داد

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه ما برای سال آینده ۱۱۵ میلیارد تومان بودجه داریم که مستقیماً از طرف دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بنیاد داده می شود، افزود: شاید این اشکال به بنیاد وارد بوده که باید زودتر با بازی سازها حرف می زد که برنامه حمایتی اش برای سال آینده چیست تا همه اطلاع داشته باشند. البته بنیاد به صورت مشخص دو پروژه کلان دارد که از محل این عوارض، حمایت هایی اتفاق می افتد و مازاد بر این دو روش، اگر قرار باشد از این عوارض حمایت دیگری هم انجام شود، کارهای زیرساختی از جمله آموزش های بین المللی است.

کریمی در ادامه توضیح داد: یک پروژه به اسم هرم حمایت است که ما یک سال بر روی آن کار کردیم و یک سیستم شفاف برای حمایت از بازی سازان است که بسته به عملکرد و شاخص های آنها ارزیابی می شود؛ اینکه شرکت چند سال است تشکیل شده، چه بازی هایی ساخته، بازی ها چقدر دانلود شدند و چقدر فروش داشتند. وقتی این شاخص های کیفی اندازه گیری شود، آن شرکت در این هرم رتبه می گیرد و در قالب آن رتبه حمایت های مالی و زیرساختی از آن می شود. به گفته او بازی سازها می توانند درخواست دهند و این حمایت را بگیرند اما مادامی که شرکت رشد نکند، حمایت دیگری از آن انجام نمی شود و این به معنای تشویق شرکت ها برای رشد کردن در این هرم و همچنین شفاف بودن این حمایت است.

وی همچنین درباره راه دوم حمایتی اظهار کرد: شرکت هایی هستند که می خواهند بازی های ایرانی را در خارج صادر کنند که برنامه جدی برایشان نوشته شده است. ما ناشرها را براساس یک سری شاخص انتخاب می کنیم. برای مثال ناشرها باید حساب خارج از کشور داشته باشند که ناشر قلمداد شوند. آنها باید درخواست دهند که می خواهند بازی را در خارج از کشور منتشر کنند. آنگاه ما ابتدا در داخل کشور بازی را با متخصصان بازی بررسی می کنیم. سپس هیاتی متشکل از حدود ۱۰ نفر از داورهای بین المللی بازی را بررسی می کنند که آیا مناسب مارکت کشور خارجی هست و سپس مشخص می شود که بازی می تواند تا یک سقف برای جذب کاربر در بازارهای دنیا وام بگیرد.

معافیت مالیاتی، ایرانی و خارجی را تفکیک نمی کند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا برای حمایت از بازی های خارجی روش معافیت مالیاتی در نظر گرفته نمی شود، گفت: بر اساس قانونی که در کشور ما وجود دارد، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، مربوط به کالاست نه مربوط به ایرانی یا خارجی بودن. به این معنا که اگر بازی معاف از مالیات بر ارزش افزوده شود، بازی خارجی هم معاف می شود و معافیتی نداریم که محصولات ایرانی و خارجی از هم تفکیک شوند. بنابراین معاف کردن بازی ها از مالیات بر ارزش افزوده شامل بازی خارجی هم خواهد شد که به نفع ناشران بازی های خارجی است.

کریمی با اشاره به علل قانون اخذ عوارض از بازی های خارجی بیان کرد: علت اصلی این قانون، بهبود فضای کسب و کار و زیست بوم (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) داخلی است. بعضی می گویند ما با این کار زیست بوم را خراب می کنیم، در صورتی که همین حالا هم زیست بوم درستی وجود ندارد علت دیگر هم حمایت اقتصادی از صنعت است.

وی درباره اصلاح زیست بوم توضیح داد: فضای کسب و کار باید به گونه ای باشد که سرمایه گذار بخش خصوصی رغبت سرمایه گذاری در تولید داخل داشته باشد و دولت ها دخالت نکنند زیست بوم فعلی کشور ما به گونه ای است که اگر یک سرمایه گذار بخواهد وارد ساخت بازی شود، باید برای یک بازی که بتواند بفروشد، حداقل ۵۰۰ میلیون تومان ظرف یک الی دو سال سرمایه گذاری کند، خواب سرمایه داشته باشد، حقوق و دستمزد بدهد، ریسک خوب و بد شدن بازی را بپذیرد و بعد از دو سال بازی را منتشر کند.

او ادامه داد: در مقابل همان سرمایه گذار می تواند با پول پیش حداکثر ۲۰۰ میلیون تومان که باید به ناشر خارجی بدهد، یکی از بهترین بازی های خارجی که ساخته شده و فروخته و سود خوبی دارد را وارد کشور کند و در بازارهای داخلی منتشر کند.

سرمایه گذارهای بزرگ سراغ واردات بازی خارجی رفته اند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: این دو روش یعنی سرمایه گذاری داخلی و آوردن بازی های خارجی هر دو باید یک مالیات بدهند؛ ۹ درصد مالیات ارزش افزوده، ۳۰ درصد سهم مارکت داخلی و مابقی سود ناشر است. در چنین شرایطی سرمایه گذار قطعا به سراغ واردات بازی خارجی می رود، اتفاقی که در این سال های اخیر هم برای اکثر سرمایه گذارهای بزرگ ما افتاده است. این یعنی زیست بوم ما خراب است و در آینده ای نزدیک تولیدی نداریم. هدف ایجاد این عوارض ایجاد یک تفاوت از نظر اقتصادی بین بازی داخلی و کسی است که می خواهد بازی خارجی وارد کند؛ تا کسی که تولید می کند بداند حداقل ۱۰ درصد مالیات کمتری می دهد تا اینکه بازی وارد کشور کند.

کریمی با بیان اینکه ما در کشور بازار محلی داریم یعنی بازاری که کاربرانش مردم ایران هستند و با ریال خرید می کنند، افزود: کشور ما جزو استثنائات است که بازار محلی دارد. بازارهای محلی اکثر کشورهای دنیا به بازارهای جهانی وصل است و مردم از گوگل پلی و استیم و اپ استور دانلود می کنند. اما به دلیل شرایط سخت سیاسی که بر کشور ما حاکم است، از جمله تحریم ها که موجب شده ایران در گوگل و اپ استور طراحی نشده و سیستم مالی ما به دلیل تحریم ها از بازار جهانی جدا باشد، مجبوریم بازار محلی داشته باشیم.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: چین خودش خود را از بازار جهانی جدا کرده زیرا جمعیت زیادی دارد و می داند اگر داخل کشور چیزی تولید کند، مصرف کننده اش در کشور وجود دارد به همین دلیل هم سیاست های بسیار سرسختانه دارد. چین خودش این شرایط را انتخاب کرده اما به ما تحمیل شده است. ما بازار داخلی داریم و بازارهای داخلی هر کشور ضایعه مند هستند؛ شما نمی توانید بازارهای داخلی یک کشور را با بازارهای جهانی کشورهای مختلف مقایسه کنید. زیرا بازارهای داخلی ما برگرفته از محدودیت ها هستند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به شرایط نابرابر عرضه بازی های ایرانی در خارج کشور در مقایسه با بازی های خارجی بیان کرد: اینکه بازی خارجی بدون ایجاد نمایندگی و بدون پرداخت عوارض، مانند بازی ساز ایرانی بخواهد بازی را در بازار داخلی ما منتشر کند و تنها ۱۰ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۳۰ درصد هزینه مارکت را بدهد، شرایط برابری نیست که بازی ساز ایرانی بتواند در آن رقابت کند؛ زیرا بازی ساز ایرانی نمی تواند بازی اش را به نام خودش در خارج از کشور منتشر کند. اگر ما در کشورهای پیشرفته بودیم، به چنین قانونی نیاز نداشتیم زیرا در این بازارها همه چیز در مقیاس جهانی اتفاق می افتد، اما ایران نمی تواند این کار را انجام دهد.

مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند

کریمی در پاسخ به علت ناتوانی بازی های کامپیوتری ایرانی برای رقابت با بازی های خارجی اظهار کرد: فضای بازی های کامپیوتری تفاوت زیادی دارد. مشکل بازی های کامپیوتری در کشور ما این است که مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند و به سمت موبایل رفتند. بنیاد در سال ۱۳۸۸، ۲۸ میلیون هولوگرام به بازی های کامپیوتری ایرانی و خارجی داد که این عدد در سال ۱۳۹۵ به پنج میلیون و در سال ۱۳۹۶ به چهار میلیون رسید. این موضوع از کاهش مصرف بازی های کامپیوتری نشان دارد زیرا بیشتر سراغ بازی موبایلی رفتند. بنابراین یک علت اینکه ساختن بازی کامپیوتری به صرفه نیست، کاهش مصرف است.

وی نشان قانون کیی رایت در ایران را مشکل دیگر بازی های کامپیوتری دانست و گفت: قوانین کشور ما به گونه ای است که مالکیت معنوی آثار خارجی را به رسمیت نمی شناسیم. ما مجبوریم بازی های کامپیوتری را با قیمت حداکثر ۱۵ هزار تومان به فروش برسانیم، در صورتی که شاید قیمت خارجی آن ۲۰۰ هزار تومان باشد. یک سری افراد هستند که بازی های خارجی کامپیوتری و کنسولی را دانلود و در کشور منتشر می کنند و پولی به تولیدکننده نمی دهند. شما هم می توانید همان محصول کیی را بخرید؛ اما در بازی های موبایلی اینطور نیست.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا از فروش غیرقانونی بازی های کامپیوتری جلوگیری نمی شود اظهار کرد: ما نمی توانیم جلوی فروش این بازی ها را بگیریم. یک علت این است که وقتی در کشور کیی رایت نداریم، عدم رعایت آن غیرقانونی نیست. بنابراین بنیاد به بخشی از این بازی ها که در کشور عرضه کننده دارد، هولوگرام می دهد. در موضوع دادن هولوگرام هم بحث عوارض و پول مطرح نیست زیرا کل پول حاصل از هولوگرام به بازی ها در سال گذشته ۱۲۰ میلیون تومان بوده، بلکه بحث محتوایی این بازی هاست. ما ویرترین مغازه ها را سالم می کنیم که اگر یک خانواده برای فرزندش بازی انتخاب می کند محتوای سالمی داشته باشد.

هولوگرام بازی ها به معنای بررسی محتوای آنهاست

کریمی در ادامه با بیان اینکه بنیاد محتوای هر بازی که هولوگرام نداشته باشد را رد و تایید نمی کند، افزود: ما به عنوان متولی حوزه نمی توانیم بگوییم چون کیی رایت را رعایت نمی کنیم هولوگرام هم نمی دهیم، نمی توانیم تمام بازی ها را قاچاقی اعلام کنیم و بنیاد دیگر هیچ نظارتی بر بازی ها نداشته باشد. پیش از زدن هولوگرام ما محتوای بازی را بررسی کرده و محصول سالم به بازار می دهیم و این کار را با هدف شفاف سازی مارکت و محتوای مناسب انجام می دهیم. باید سعی کنیم در این شرایط بدی که به بنیاد و بازی حاکم شده، شرایط را برای مصرف بهیوشیم.

وی در پاسخ به انتقادی مبنی بر کند بودن روند ارائه مجوز به بازی ها بیان کرد: بنیاد در سال گذشته به ۱۵ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی داده است که حدود ۴۰ بازی در روز می شود. رده بندی سنی و اعطای مجوز بازی هم یعنی چک کردن محتوای بازی. بنابراین این روند بسیار تند بوده است. مگر برای بازی هایی که محتوای خوبی نداشتند و به آنها مجوزی داده نشده است (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان خاطرنشان کرد: اخذ عوارض از بازی های خارجی مختص ناشرانی است که عرضه تجاری بازی در کشور داشته باشند و بخواهند از محل عرضه یک بازی کسب و کار راه بیندازند؛ مانند مارکت های آنلاین و سایت هایی که برای فروش بازی می گذارند. این ناشرها باید از بنیاد مجوز بگیرند و در غیر این صورت نمی توانند بازی را منتشر کنند.



بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی! (۱۳/۱۱/۹۵-۱۳/۱۲/۹۵)

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخذ عوارض از عرضه تجاری بازی های خارجی را با هدف اصلاح زیست بومی دانست که سرمایه گذاران بزرگ بخش خصوصی را به سمت واردات بازی های خارجی به جای حمایت از تولید داخل برده است.

حسن کریمی قنوسی در گفت و گو با اسپنا، در پاسخ به انتقاداتی مبنی بر اخذ عوارض از بازی های خارجی و ایجاد رانت، اظهار کرد: اینکه اخذ عوارض باعث ایجاد رانت و فساد شود بستگی به عملکرد بنیاد دارد. بنیاد ملی بازی ها هر ساله از دولت بودجه دریافت می کند که اگر عملکرد نامناسبی در قبال این پول داشته باشد هم باعث فساد می شود. ما دغدغه بخش خصوصی را متوجهیم اما متأسفانه کمایش یک فضای بی اعتمادی در کشور وجود دارد که ممکن است برخی از افراد بخش خصوصی یا مردم به وعده هایی که داده می شود و عملکرد جایی مانند بنیاد اعتماد نکنند.

وی ادامه داد: به دلیل همین موضوع ما به بازی سازها پیشنهاد دادیم خانه بازی را مستقل از بنیاد ایجاد کنند که از دل این خانه بازی، کارگروهی انتخاب شود و ناظر بر هزینه کرد این عوارض باشد. پیشنهاد برای ایجاد این تشکل بدین معناست که خیال بنیاد راحت است که این پول چطور می خواهد هزینه شود و اتفاقاً دوست دارد این اتفاق با مشورت بازی سازها بیفتد و قرار نیست صرف مخارج بنیاد شود.

بنیاد باید برنامه حمایتی اش را برای بازی سازها شرح می داد

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه ما برای سال آینده ۱۱۵ میلیارد تومان بودجه داریم که مستقیماً از طرف دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بنیاد داده می شود، افزود: شاید این اشکال به بنیاد وارد بوده که باید زودتر با بازی سازها حرف می زد که برنامه حمایتی اش برای سال آینده چیست تا همه اطلاع داشته باشند. البته بنیاد به صورت مشخص دو پروژه کلان دارد که از محل این عوارض، حمایت هایی اتفاق می افتد و مازاد بر این دو روش، اگر قرار باشد از این عوارض حمایت دیگری هم انجام شود، کارهای زیرساختی از جمله آموزش های بین المللی است.

کریمی در ادامه توضیح داد: یک پروژه به اسم هرم حمایت است که ما یک سال بر روی آن کار کردیم و یک سیستم شفاف برای حمایت از بازی سازان است که بسته به عملکرد و شاخص های آنها ارزیابی می شود؛ اینکه شرکت چند سال است تشکیل شده، چه بازی هایی ساخته، بازی ها چقدر دانلود شدند و چقدر فروش داشتند. وقتی این شاخص های کیفی اندازه گیری شود، آن شرکت در این هرم رتبه می گیرد و در قالب آن رتبه حمایت های مالی و زیرساختی از آن می شود. به گفته او بازی سازها می توانند درخواست دهند و این حمایت را بگیرند اما مادامی که شرکت رشد نکند، حمایت دیگری از آن انجام نمی شود و این به معنای تشویق شرکت ها برای رشد کردن در این هرم و همچنین شفاف بودن این حمایت است.

وی همچنین درباره راه دوم حمایتی اظهار کرد: شرکت هایی هستند که می خواهند بازی های ایرانی را در خارج صادر کنند که برنامه جدی برایشان نوشته شده است. ما ناشرها را براساس یک سری شاخص انتخاب می کنیم. برای مثال ناشرها باید حساب خارج از کشور داشته باشند که ناشر قلمداد شوند. آنها باید درخواست دهند که می خواهند بازی را در خارج از کشور منتشر کنند. آنگاه ما ابتدا در داخل کشور بازی را با متخصصان بازی بررسی می کنیم. سپس هیاتی متشکل از حدود ۱۰ نفر از داورهای بین المللی بازی را بررسی می کنند که آیا مناسب مارکت کشور خارجی هست و سپس مشخص می شود که بازی می تواند تا یک سقف برای جذب کاربر در بازارهای دنیا وام بگیرد.

معافیت مالیاتی، ایرانی و خارجی را تفکیک نمی کند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا برای حمایت از بازی های خارجی روش معافیت مالیاتی در نظر گرفته نمی شود، گفت: بر اساس قانونی که در کشور ما وجود دارد، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، مربوط به کالاست نه مربوط به ایرانی یا خارجی بودن. به این معنا که اگر بازی معاف از مالیات بر ارزش افزوده شود، بازی خارجی هم معاف می شود و معافیتی نداریم که محصولات ایرانی و خارجی از هم تفکیک شوند. بنابراین معاف کردن بازی ها از مالیات بر ارزش افزوده شامل بازی خارجی هم خواهد شد که به نفع ناشران بازی های خارجی است.

کریمی با اشاره به علل قانون اخذ عوارض از بازی های خارجی بیان کرد: علت اصلی این قانون، بهبود فضای کسب و کار و زیست بوم داخلی است. بعضی می گویند ما با این کار زیست بوم را خراب می کنیم، در صورتی که همین حالا هم زیست بوم درستی وجود ندارد. علت دیگر هم حمایت اقتصادی از صنعت است. وی درباره اصلاح زیست بوم توضیح داد: فضای کسب و کار باید به گونه ای باشد که سرمایه گذار بخش خصوصی رغبت سرمایه گذاری در تولید داخل داشته باشد و دولت ها دخالت نکنند زیست بوم فعلی کشور ما به گونه ای است که اگر یک سرمایه گذار بخواهد وارد ساخت بازی شود، باید برای یک بازی که بتواند بفروشد، حداقل ۵۰۰ میلیون تومان ظرف یک الی دو سال سرمایه گذاری کند، خواب سرمایه داشته باشد، حقوق و دستمزد بدهد، ریسک خوب و بد شدن بازی را بپذیرد و بعد از دو سال بازی را منتشر کند.

او ادامه داد: در مقابل همان سرمایه گذار می تواند با پول بیش حداکثر ۲۰۰ میلیون تومان که باید به ناشر خارجی بدهد، یکی از بهترین بازی های خارجی که ساخته شده و فروخته و سود خوبی دارد را وارد کشور کند و در بازارهای داخلی منتشر کند.

سرمایه گذارهای بزرگ سراغ واردات بازی خارجی رفته اند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: این دو روش یعنی سرمایه گذاری داخلی و آوردن بازی های خارجی هر دو باید یک مالیات بدهند؛ ۹ درصد مالیات ارزش افزوده، ۳۰ درصد سهم مارکت داخلی و مابقی سود ناشر است. در چنین شرایطی سرمایه گذار قطعاً به سراغ واردات بازی خارجی می رود، اتفاقی که در این سال های اخیر هم برای اکثر سرمایه گذارهای بزرگ ما افتاده است. این یعنی زیست بوم ما خراب است و در آینده ای نزدیک تولیدی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) نداریم. هدف ایجاد این عوارض ایجاد یک تفاوت از نظر اقتصادی بین بازی داخلی و کسی است که می خواهد بازی خارجی وارد کند؛ تا کسی که تولید می کند بتواند حداقل ۱۰ درصد مالیات کمتری می دهد تا اینکه بازی وارد کشور کند.

کریمی با بیان اینکه ما در کشور بازار محلی داریم یعنی بازاری که کاربرانش مردم ایران هستند و با ریال خرید می کنند، افزود: کشور ما جزو استثنائات است که بازار محلی دارد. بازارهای محلی اکثر کشورهای دنیا به بازارهای جهانی وصل است و مردم از گوگل پلی و استیم و اپ استور دانلود می کنند. اما به دلیل شرایط سخت سیاسی که بر کشور ما حاکم است، از جمله تحریم ها که موجب شده ایران در گوگل و اپ استور طراحی نشده و سیستم مالی ما به دلیل تحریم ها از بازار جهانی جدا باشد، مجبوریم بازار محلی داشته باشیم.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: چین خودش خود را از بازار جهانی جدا کرده زیرا جمعیت زیادی دارد و می داند اگر داخل کشور چیزی تولید کند، مصرف کننده اش در کشور وجود دارد به همین دلیل هم سیاست های بسیار سرسختانه دارد. چین خودش این شرایط را انتخاب کرده اما به ما تحمیل شده است. ما بازار داخلی داریم و بازارهای داخلی هر کشور ضابطه مند هستند؛ شما نمی توانید بازارهای داخلی یک کشور را با بازارهای جهانی کشورهای مختلف مقایسه کنید. زیرا بازارهای داخلی ما برگرفته از محدودیت ها هستند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به شرایط نابرابر عرضه بازی های ایرانی در خارج کشور در مقایسه با بازی های خارجی بیان کرد: اینکه بازی خارجی بدون ایجاد نمایندگی و بدون پرداخت عوارض، مانند بازی ساز ایرانی بخواهد بازی را در بازار داخلی ما منتشر کند و تنها ۱۰ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۲۰ درصد هزینه مارکت را بدهد، شرایط برابری نیست که بازی ساز ایرانی بتواند در آن رقابت کند؛ زیرا بازی ساز ایرانی نمی تواند بازی اش را به نام خودش در خارج از کشور منتشر کند. اگر ما در کشورهای پیشرفته بودیم، به چنین قانونی نیاز نداشتیم زیرا در این بازارها همه چیز در مقیاس جهانی اتفاق می افتد، اما ایران نمی تواند این کار را انجام دهد.

مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند

کریمی در پاسخ به علت ناتوانی بازی های کامپیوتری ایرانی برای رقابت با بازی های خارجی اظهار کرد: فضای بازی های کامپیوتری تفاوت زیادی دارد. مشکل بازی های کامپیوتری در کشور ما این است که مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند و به سمت موبایل رفتند. بنیاد در سال ۱۳۸۸، ۲۸ میلیون هولوگرام به بازی های کامپیوتری ایرانی و خارجی داد که این عدد در سال ۱۳۹۵ به پنج میلیون و در سال ۱۳۹۶ به چهار میلیون رسید. این موضوع از کاهش مصرف بازی های کامپیوتری نشان دارد زیرا بیشتر سراغ بازی موبایلی رفتند. بنابراین یک علت اینکه ساختن بازی کامپیوتری به صرفه نیست، کاهش مصرف است.

وی نداشتن قانون کیی رایت در ایران را مشکل دیگر بازی های کامپیوتری دانست و گفت: قوانین کشور ما به گونه ای است که مالکیت معنوی آثار خارجی را به رسمیت نمی شناسیم. ما مجبوریم بازی های کامپیوتری را با قیمت حداکثر ۱۵ هزار تومان به فروش برسانیم، در صورتی که شاید قیمت خارجی آن ۲۰۰ هزار تومان باشد. یک سری افراد هستند که بازی های خارجی کامپیوتری و کنسولی را دانلود و در کشور منتشر می کنند و پولی به تولیدکننده نمی دهند. شما هم می توانید همان محصول کیی را بخرید؛ اما در بازی های موبایلی اینطور نیست.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا از فروش غیرقانونی بازی های کامپیوتری جلوگیری نمی شود، اظهار کرد: ما نمی توانیم جلوی فروش این بازی ها را بگیریم. یک علت این است که وقتی در کشور کیی رایت نداریم، عدم رعایت آن غیرقانونی نیست. بنابراین بنیاد به بخشی از این بازی ها که در کشور عرضه کننده دارد، هولوگرام می دهد. در موضوع دادن هولوگرام هم بحث عوارض و پول مطرح نیست زیرا کل پول حاصل از هولوگرام به بازی ها در سال گذشته ۱۲۰ میلیون تومان بوده، بلکه بحث محتوایی این بازی هاست. ما ویرترین مفازها را سالم می کنیم که اگر یک خانواده برای فرزندش بازی انتخاب می کند محتوای سالمی داشته باشد.

هولوگرام بازی ها به معنای بررسی محتوای آنهاست

کریمی در ادامه با بیان اینکه بنیاد محتوای هر بازی که هولوگرام نداشته باشد را رد و تایید نمی کند، افزود: ما به عنوان متولی حوزه نمی توانیم بگوییم چون کیی رایت را رعایت نمی کنیم هولوگرام هم نمی دهیم، نمی توانیم تمام بازی هارا قاچاقی اعلام کنیم و بنیاد دیگر هیچ نظارتی بر بازی ها نداشته باشد. پیش از زدن هولوگرام ما محتوای بازی را بررسی کرده و محصول سالم به بازار می دهیم و این کار را با هدف شفاف سازی مارکت و محتوای مناسب انجام می دهیم. باید سعی کنیم در این شرایط بدی که به بنیاد و بازی حاکم شده، شرایط را برای مصرف بهبود ببخشیم.

وی در پاسخ به انتقادی مبنی بر کند بودن روند ارائه مجوز به بازی ها بیان کرد: بنیاد در سال گذشته به ۱۵ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی داده است که حدود ۴۰ بازی در روز می شود. رده بندی سنی و اعطای مجوز بازی هم یعنی چک کردن محتوای بازی. بنابراین این روند بسیار تند بوده است. مگر برای بازی هایی که محتوای خوبی نداشتند و به آنها مجوزی داده نشده است.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان خاطرنشان کرد: اخذ عوارض از بازی های خارجی مختص ناشرانی است که عرضه تجاری بازی در کشور داشته باشند و بخواهند از محل عرضه یک بازی کسب وکار راه بیندازند؛ مانند مارکت های آنلاین و سایت هایی که برای فروش بازی می گذارند. این ناشرها باید از بنیاد مجوز بگیرند و در غیر این صورت نمی توانند بازی را منتشر کنند.

انتهای پیام



بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی! (۱۳۸۵-۱۳۸۶)

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخذ عوارض از عرضه تجاری بازی های خارجی را با هدف اصلاح زیست بومی دانست که سرمایه گذاران بزرگ بخش خصوصی را به سمت واردات بازی های خارجی به جای حمایت از تولید داخل برده است.

حسن کریمی قدوسی، در پاسخ به انتقاداتی مبنی بر اخذ عوارض از بازی های خارجی و ایجاد رانت، اظهار کرد: اینکه اخذ عوارض باعث ایجاد رانت و فساد شود بستگی به عملکرد بنیاد دارد. بنیاد ملی بازی ها هر ساله از دولت بودجه دریافت می کند که اگر عملکرد نامناسبی در قبال این پول داشته باشد هم باعث فساد می شود. ما دغدغه بخش خصوصی را متوجهیم اما متأسفانه کمابیش یک فضای بی اعتمادی در کشور وجود دارد که ممکن است برخی از افراد بخش خصوصی یا مردم به وعده هایی که داده می شود و عملکرد جایی مانند بنیاد اعتماد نکنند.

به گزارش اقتصاد آنلاین به نقل از فارس، وی ادامه داد: به دلیل همین موضوع ما به بازی سازها پیشنهاد دادیم خانه بازی را مستقل از بنیاد ایجاد کنند که از دل این خانه بازی، کارگروهی انتخاب شود و ناظر بر هزینه کرد این عوارض باشد. پیشنهاد برای ایجاد این تشکل بدان مناسبت که خیال بنیاد راحت است که این پول چطور می خواهد هزینه شود و اتفاقاً دوست دارد این اتفاق با مشورت بازی سازها بیفتد و قرار نیست صرف مخارج بنیاد شود. بنیاد باید برنامه حمایتی اش را برای بازی سازها شرح می داد.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه ما برای سال آینده ۱۱۵ میلیارد تومان بودجه داریم که مستقیماً از طرف دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بنیاد داده می شود، افزود: شاید این اشکال به بنیاد وارد بوده که باید زودتر با بازی سازها حرف می زد که برنامه حمایتی اش برای سال آینده چیست تا همه اطلاع داشته باشند. البته بنیاد به صورت مشخص دو پروژه کلان دارد که از محل این عوارض، حمایت هایی اتفاق می افتد و مازاد بر این دو روش، اگر قرار باشد از این عوارض حمایت دیگری هم انجام شود، کارهای زیرساختی از جمله آموزش های بین المللی است.

کریمی در ادامه توضیح داد: یک پروژه به اسم هرم حمایت است که ما یک سال بر روی آن کار کردیم و یک سیستم شفاف برای حمایت از بازی سازان است که بسته به عملکرد و شاخص های آنها ارزیابی می شود؛ اینکه شرکت چند سال است تشکیل شده، چه بازی هایی ساخته، بازی ها چقدر دانلود شدند و چقدر فروش داشتند. وقتی این شاخص های کیفی اندازه گیری شود، آن شرکت در این هرم رتبه می گیرد و در قالب آن رتبه حمایت های مالی و زیرساختی از آن می شود. به گفته او بازی سازها می توانند درخواست دهند و این حمایت را بگیرند اما مادامی که شرکت رشد نکند، حمایت دیگری از آن انجام نمی شود و این به معنای تشویق شرکت ها برای رشد کردن در این هرم و همچنین شفاف بودن این حمایت است.

وی همچنین درباره راه دوم حمایتی اظهار کرد: شرکت هایی هستند که می خواهند بازی های ایرانی را در خارج صادر کنند که برنامه جدی برایشان نوشته شده است. ما ناشرها را براساس یک سری شاخص انتخاب می کنیم. برای مثال ناشرها باید حساب خارج از کشور داشته باشند که ناشر قلمداد شوند. آنها باید درخواست دهند که می خواهند بازی را در خارج از کشور منتشر کنند. آنگاه ما ابتدا در داخل کشور بازی را با متخصصان بازی بررسی می کنیم. سپس هیاتی متشکل از حدود ۱۰ نفر از داورهای بین المللی بازی را بررسی می کنند که آیا مناسب مارکت کشور خارجی هست و سپس مشخص می شود که بازی می تواند تا یک سقف برای جذب کاربر در بازارهای دنیا وام بگیرد.

معافیت مالیاتی، ایرانی و خارجی را تفکیک نمی کند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا برای حمایت از بازی های خارجی روش معافیت مالیاتی در نظر گرفته نمی شود، گفت: بر اساس قانونی که در کشور ما وجود دارد، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، مربوط به کالاست نه مربوط به ایرانی یا خارجی بودن. به این معنا که اگر بازی معاف از مالیات بر ارزش افزوده شود، بازی خارجی هم معاف می شود و معافیتی نداریم که محصولات ایرانی و خارجی از هم تفکیک شوند. بنابراین معاف کردن بازی ها از مالیات بر ارزش افزوده شامل بازی خارجی هم خواهد شد که به نفع ناشران بازی های خارجی است.

کریمی با اشاره به علل قانون اخذ عوارض از بازی های خارجی بیان کرد: علت اصلی این قانون، بهبود فضای کسب و کار و زیست بوم داخلی است. بعضی می گویند ما با این کار زیست بوم را خراب می کنیم، در صورتی که همین حالا هم زیست بوم درستی وجود ندارد. علت دیگر هم حمایت اقتصادی از صنعت است. وی درباره اصلاح زیست بوم توضیح داد: فضای کسب و کار باید به گونه ای باشد که سرمایه گذار بخش خصوصی رغبت سرمایه گذاری در تولید داخل داشته باشد و دولت ها دخالت نکنند. زیست بوم فعلی کشور ما به گونه ای است که اگر یک سرمایه گذار بخواهد وارد ساخت بازی شود، باید برای یک بازی که بتواند بفروشد، حداقل ۵۰۰ میلیون تومان ظرف یک الی دو سال سرمایه گذاری کند. خواب سرمایه داشته باشد، حقوق و دستمزد بدهد، ریسک خوب و بد شدن بازی را بپذیرد و بعد از دو سال بازی را منتشر کند.

او ادامه داد: در مقابل همان سرمایه گذار می تواند با پول پیش حداکثر ۲۰۰ میلیون تومان که باید به ناشر خارجی بدهد، یکی از بهترین بازی های خارجی که ساخته شده و فروخته و سود خوبی دارد را وارد کشور کند و در بازارهای داخلی منتشر کند. سرمایه گذارهای بزرگ سراغ واردات بازی خارجی رفته اند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: این دو روش یعنی سرمایه گذاری داخلی و آوردن بازی های خارجی هر دو باید یک مالیات بدهند؛ ۹ درصد مالیات ارزش افزوده، ۳۰ درصد سهم مارکت داخلی و مابقی سود ناشر است. در چنین شرایطی سرمایه گذار قطعا به سراغ واردات بازی خارجی می رود، اتفاقی که در این سال های اخیر هم برای اکثر سرمایه گذارهای بزرگ ما افتاده است. این یعنی زیست بوم ما خراب است و در آینده ای نزدیک تولیدی نداریم. هدف ایجاد این عوارض ایجاد یک تفاوت از نظر اقتصادی بین بازی داخلی و کسی است که می خواهد بازی خارجی وارد کند؛ تا کسی که تولید می کند بدانند حداقل ۱۰ درصد مالیات کمتری می دهد تا اینکه بازی وارد کشور کند.

کریمی با بیان اینکه ما در کشور بازار محلی داریم یعنی بازاری که کاربران مردم ایران هستند و با ریال خرید می کنند، افزود: کشور ما جزو استثنائات است که بازار محلی دارد. بازارهای محلی اکثر کشورهای دنیا به بازارهای جهانی وصل است و مردم از گوگل پلی و استیم و اپ استور دانلود می کنند. اما به دلیل شرایط سخت سیاسی که بر کشور ما حاکم است، از جمله تحریم ها که موجب شده ایران در گوگل و اپ استور طراحی نشده و سیستم مالی ما به دلیل (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) تحریم ها از بازار جهانی جدا باشد، مجبوریم بازار محلی داشته باشیم.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: چین خودش خود را از بازار جهانی جدا کرده زیرا جمعیت زیادی دارد و می داند اگر داخل کشور چیزی تولید کند، مصرف کننده اش در کشور وجود دارد به همین دلیل هم سیاست های بسیار سرسختانه دارد. چین خودش این شرایط را انتخاب کرده اما به ما تحمیل شده است. ما بازار داخلی داریم و بازارهای داخلی هر کشور ضابطه مند هستند؛ شما نمی توانید بازارهای داخلی یک کشور را با بازارهای جهانی مقایسه کنید زیرا بازارهای داخلی ما برگرفته از محدودیت ها هستند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به شرایط نابرابر عرضه بازی های ایرانی در خارج کشور در مقایسه با بازی های خارجی بیان کرد: اینکه بازی خارجی بدون ایجاد نمایندگی و بدون پرداخت عوارض، مانند بازی ساز ایرانی بخواهد بازی را در بازار داخلی ما منتشر کند و تنها ۱۰ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۳۰ درصد هزینه مارکت را بدهد، شرایط برابری نیست که بازی ساز ایرانی بتواند در آن رقابت کند؛ زیرا بازی ساز ایرانی نمی تواند بازی اش را به نام خودش در خارج از کشور منتشر کند. اگر ما در کشورهای پیشرفته بودیم، به چنین قانونی نیاز نداشتیم زیرا در این بازارها همه چیز در مقیاس جهانی اتفاق می افتد، اما ایران نمی تواند این کار را انجام دهد.

مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند

کریمی در پاسخ به علت ناتوانی بازی های کامپیوتری ایرانی برای رقابت با بازی های خارجی اظهار کرد: فضای بازی های کامپیوتری تفاوت زیادی دارد. مشکل بازی های کامپیوتری در کشور ما این است که مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند و به سمت موبایل رفتند. بنیاد در سال ۱۳۸۸، ۲۸ میلیون هولوگرام به بازی های کامپیوتری ایرانی و خارجی داد که این عدد در سال ۱۳۹۵ به پنج میلیون و در سال ۱۳۹۶ به چهار میلیون رسید. این موضوع از کاهش مصرف بازی های کامپیوتری نشان دارد زیرا بیشتر سراغ بازی موبایلی رفتند. بنابراین یک علت اینکه ساختن بازی کامپیوتری به صرفه نیست، کاهش مصرف است.

وی نداشتن قانون کیی رایت در ایران را مشکل دیگر بازی های کامپیوتری دانست و گفت: قوانین کشور ما به گونه ای است که مالکیت معنوی آثار خارجی را به رسمیت نمی شناسیم. ما مجبوریم بازی های کامپیوتری را با قیمت حداکثر ۱۵ هزار تومان به فروش برسانیم، در صورتی که شاید قیمت خارجی آن ۲۰۰ هزار تومان باشد. یک سری افراد هستند که بازی های خارجی کامپیوتری و کنسولی را داند و در کشور منتشر می کنند و پولی به تولیدکننده نمی دهند. شما هم می توانید همان محصول کیی را بخرید؛ اما در بازی های موبایلی اینطور نیست.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا از فروش غیرقانونی بازی های کامپیوتری جلوگیری نمی شود اظهار کرد: ما نمی توانیم جلوی فروش این بازی ها را بگیریم. یک علت این است که وقتی در کشور کیی رایت نداریم، عدم رعایت آن غیرقانونی نیست. بنابراین بنیاد به بخشی از این بازی ها که در کشور عرضه کننده دارد، هولوگرام می دهد. در موضوع دادن هولوگرام هم بحث عوارض و پول مطرح نیست زیرا کل پول حاصل از هولوگرام به بازی ها در سال گذشته ۱۲۰ میلیون تومان بوده، بلکه بحث محتوایی این بازی هاست. ما ویرترین مغازه ها را سالم می کنیم که اگر یک خانواده برای فرزندش بازی انتخاب می کند محتوای سالمی داشته باشد.

هولوگرام بازی ها به معنای بررسی محتوای آنهاست

کریمی در ادامه با بیان اینکه بنیاد محتوای هر بازی که هولوگرام نداشته باشد را رد و تایید نمی کند، افزود: ما به عنوان متولی حوزه نمی توانیم بگوییم چون کیی رایت را رعایت نمی کنیم هولوگرام هم نمی دهیم، نمی توانیم تمام بازی هارا قاچاقی اعلام کنیم و بنیاد دیگر هیچ نظارتی بر بازی ها نداشته باشد. پیش از زدن هولوگرام ما محتوای بازی را بررسی کرده و محصول سالم به بازار می دهیم و این کار را با هدف شفاف سازی مارکت و محتوای مناسب انجام می دهیم. باید سعی کنیم در این شرایط بدی که به بنیاد و بازی حاکم شده، شرایط را برای مصرف بهبود ببخشیم.

وی در پاسخ به انتقادی مبنی بر کند بودن روند ارائه مجوز به بازی ها بیان کرد: بنیاد در سال گذشته به ۱۵ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی داده است که حدود ۴۰ بازی در روز می شود. رده بندی سنی و اعطای مجوز بازی هم یعنی چک کردن محتوای بازی. بنابراین این روند بسیار تند بوده است. مگر برای بازی هایی که محتوای خوبی نداشتند و به آنها مجوزی داده نشده است.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان خاطرنشان کرد: اخذ عوارض از بازی های خارجی مختص ناشرانی است که عرضه تجاری بازی در کشور داشته باشند و بخواهند از محل عرضه یک بازی کسب وکار راه بیندازند؛ مانند مارکت های آنلاین و سایت هایی که برای فروش بازی می گذارند. این ناشرها باید از بنیاد مجوز بگیرند و در غیر این صورت نمی توانند بازی را منتشر کنند.



بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی! (۱۳۹۱-۹۵/۱۱/۱۳)

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخذ عوارض از عرضه تجاری بازی های خارجی را با هدف اصلاح زیست بومی دانست که سرمایه گذاران بزرگ بخش خصوصی را به سمت واردات بازی های خارجی به جای حمایت از تولید داخل برده است.

اعتمادآنلاین | حسن کریمی قدوسی در پاسخ به انتقاداتی مبنی بر اخذ عوارض از بازی های خارجی و ایجاد رانت، اظهار کرد: اینکه اخذ عوارض باعث ایجاد رانت و فساد شود بستگی به عملکرد بنیاد دارد. بنیاد ملی بازی ها هر ساله از دولت بودجه دریافت می کند که اگر عملکرد نامناسبی در قبال این پول داشته باشد هم باعث فساد می شود. ما دغدغه بخش خصوصی را متوجهیم اما متأسفانه کمابیش یک فضای بی اعتمادی در کشور وجود دارد که ممکن است برخی از افراد بخش خصوصی یا مردم به وعده هایی که داده می شود و عملکرد جایی مانند بنیاد اعتماد نکنند.

وی ادامه داد: به دلیل همین موضوع ما به بازی سازها پیشنهاد دادیم خانه بازی را مستقل از بنیاد ایجاد کنند که از دل این خانه بازی، (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) کارگروهی انتخاب شود و ناظر بر هزینه کرد این عوارض باشد. پیشنهاد برای ایجاد این تشکل بدان معناست که خیال بنیاد راحت است که این پول چطور می‌خواهد هزینه شود و اتفاقا دوست دارد این اتفاق با مشورت بازی سازها بیفتد و قرار نیست صرف مخارج بنیاد شود.

بنیاد باید برنامه حمایتی اش را برای بازی سازها شرح می‌داد.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه ما برای سال آینده ۱۱۵ میلیارد تومان بودجه داریم که مستقیما از طرف دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بنیاد داده می‌شود، افزود: شاید این اشکال به بنیاد وارد بوده که باید زودتر با بازی سازها حرف می‌زد که برنامه حمایتی اش برای سال آینده چیست تا همه اطلاع داشته باشند. البته بنیاد به صورت مشخص دو پروژه کلان دارد که از محل این عوارض، حمایت هایی اتفاق می‌افتد و مازاد بر این دو روش، اگر قرار باشد از این عوارض حمایت دیگری هم انجام شود، کارهای زیرساختی از جمله آموزش های بین المللی است.

کریمی در ادامه توضیح داد: یک پروژه به اسم هرم حمایت است که ما یک سال بر روی آن کار کردیم و یک سیستم شفاف برای حمایت از بازی سازان است که بسته به عملکرد و شاخص های آنها ارزیابی می‌شود؛ اینکه شرکت چند سال است تشکیل شده، چه بازی هایی ساخته، بازی ها چقدر دانلود شدند و چقدر فروش داشتند. وقتی این شاخص های کیفی اندازه گیری شود، آن شرکت در این هرم رتبه می‌گیرد و در قالب آن رتبه حمایت های مالی و زیرساختی از آن می‌شود. به گفته او بازی سازها می‌توانند درخواست دهند و این حمایت را بگیرند اما مادامی که شرکت رشد نکند، حمایت دیگری از آن انجام نمی‌شود و این به معنای تشویق شرکت ها برای رشد کردن در این هرم و همچنین شفاف بودن این حمایت است.

وی همچنین درباره راه دوم حمایتی اظهار کرد: شرکت هایی هستند که می‌خواهند بازی های ایرانی را در خارج صادر کنند که برنامه جدی برایشان نوشته شده است. ما ناشرها را براساس یک سری شاخص انتخاب می‌کنیم. برای مثال ناشرها باید حساب خارج از کشور داشته باشند که ناشر قلمداد شوند. آنها باید درخواست دهند که می‌خواهند بازی را در خارج از کشور منتشر کنند. آنگاه ما ابتدا در داخل کشور بازی را با متخصصان بازی بررسی می‌کنیم. سپس هیاتی متشکل از حدود ۱۰ نفر از داورهای بین المللی بازی را بررسی می‌کنند که آیا مناسب مارکت کشور خارجی هست و سپس مشخص می‌شود که بازی می‌تواند تا یک سقف برای جذب کاربر در بازارهای دنیا وام بگیرد.

معافیت مالیاتی، ایرانی و خارجی را تفکیک نمی‌کند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا برای حمایت از بازی های خارجی روش معافیت مالیاتی در نظر گرفته نمی‌شود، گفت: بر اساس قانونی که در کشور ما وجود دارد، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، مربوط به کالاست نه مربوط به ایرانی یا خارجی بودن. به این معنا که اگر بازی معاف از مالیات بر ارزش افزوده شود، بازی خارجی هم معاف می‌شود و معافیتی نداریم که محصولات ایرانی و خارجی از هم تفکیک شوند. بنابراین معاف کردن بازی ها از مالیات بر ارزش افزوده شامل بازی خارجی هم خواهد شد که به نفع ناشران بازی های خارجی است.

کریمی با اشاره به علل قانون اخذ عوارض از بازی های خارجی بیان کرد: علت اصلی این قانون، بهبود فضای کسب و کار و زیست بوم داخلی است. بعضی می‌گویند ما با این کار زیست بوم را خراب می‌کنیم، در صورتی که همین حالا هم زیست بوم درستی وجود ندارد. علت دیگر هم حمایت اقتصادی از صنعت است. وی درباره اصلاح زیست بوم توضیح داد: فضای کسب و کار باید به گونه ای باشد که سرمایه گذار بخش خصوصی رغبت سرمایه گذاری در تولید داخل داشته باشد و دولت ها دخالت نکنند. زیست بوم فعلی کشور ما به گونه ای است که اگر یک سرمایه گذار بخواهد وارد ساخت بازی شود، باید برای یک بازی که بتواند بفروشد، حداقل ۵۰۰ میلیون تومان ظرف یک الی دو سال سرمایه گذاری کند. خواب سرمایه داشته باشد، حقوق و دستمزد بدهد، ریسک خوب و بد شدن بازی را بپذیرد و بعد از دو سال بازی را منتشر کند.

او ادامه داد: در مقابل همان سرمایه گذار می‌تواند با پول بیش حداکثر ۲۰۰ میلیون تومان که باید به ناشر خارجی بدهد، یکی از بهترین بازی های خارجی که ساخته شده و فروخته و سود خوبی دارد را وارد کشور کند و در بازارهای داخلی منتشر کند.

سرمایه گذارهای بزرگ سراغ واردات بازی خارجی رفته اند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: این دو روش یعنی سرمایه گذاری داخلی و آوردن بازی های خارجی هر دو باید یک مالیات بدهند؛ ۹ درصد مالیات ارزش افزوده، ۳۰ درصد سهم مارکت داخلی و مابقی سود ناشر است. در چنین شرایطی سرمایه گذار قطعا به سراغ واردات بازی خارجی می‌رود، اتفاقی که در این سال های اخیر هم برای اکثر سرمایه گذارهای بزرگ ما افتاده است. این یعنی زیست بوم ما خراب است و در آینده ای نزدیک تولیدی نداریم. هدف ایجاد این عوارض ایجاد یک تفاوت از نظر اقتصادی بین بازی داخلی و کسی است که می‌خواهد بازی خارجی وارد کند؛ تا کسی که تولید می‌کند بداند حداقل ۱۰ درصد مالیات کمتری می‌دهد تا اینکه بازی وارد کشور کند.

کریمی با بیان اینکه ما در کشور بازار محلی داریم یعنی بازاری که کاربران مردم ایران هستند و با ریال خرید می‌کنند، افزود: کشور ما جزو استثنائات است که بازار محلی دارد. بازارهای محلی اکثر کشورهای دنیا به بازارهای جهانی وصل است و مردم از گوگل پلی و استیم و اپ استور دانلود می‌کنند. اما به دلیل شرایط سخت سیاسی که بر کشور ما حاکم است، از جمله تحریم ها که موجب شده ایران در گوگل و اپ استور طراحی نشده و سیستم مالی ما به دلیل تحریم ها از بازار جهانی جدا باشد، مجبوریم بازار محلی داشته باشیم.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: چین خودش خود را از بازار جهانی جدا کرده زیرا جمعیت زیادی دارد و می‌داند اگر داخل کشور چیزی تولید کند، مصرف کننده اش در کشور وجود دارد به همین دلیل هم سیاست های بسیار سرسختانه دارد. چین خودش این شرایط را انتخاب کرده اما به ما تحمیل شده است. ما بازار داخلی داریم و بازارهای داخلی هر کشور ضایعه مند هستند؛ شما نمی‌توانید بازارهای داخلی یک کشور را با بازارهای جهانی کشورهای مختلف مقایسه کنید. زیرا بازارهای داخلی ما برگرفته از محدودیت ها هستند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به شرایط نابرابر عرضه بازی های ایرانی در خارج کشور در مقایسه با بازی های خارجی بیان کرد: اینکه بازی خارجی بدون ایجاد نمایندگی و بدون پرداخت عوارض، مانند بازی ساز ایرانی بخواهد بازی را در بازار داخلی ما منتشر کند و تنها ۱۰ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۳۰ درصد هزینه مارکت را بدهد، شرایط برابری نیست که بازی ساز ایرانی بتواند در آن رقابت کند؛ زیرا بازی ساز ایرانی نمی‌تواند بازی اش را به نام خودش در خارج از کشور منتشر کند. اگر ما در کشورهای پیشرفته بودیم، به چنین قانونی نیاز نداشتیم زیرا در این بازارها همه چیز در مقیاس جهانی اتفاق می‌افتد، اما ایران نمی‌تواند این کار را انجام دهد. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند

کریمی در پاسخ به علت ناتوانی بازی های کامپیوتری ایرانی برای رقابت با بازی های خارجی اظهار کرد: فضای بازی های کامپیوتری تفاوت زیادی دارد. مشکل بازی های کامپیوتری در کشور ما این است که مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند و به سمت موبایل رفتند. بنیاد در سال ۱۳۸۸، ۲۸ میلیون هولوگرام به بازی های کامپیوتری ایرانی و خارجی داد که این عدد در سال ۱۳۹۵ به پنج میلیون و در سال ۱۳۹۶ به چهار میلیون رسید. این موضوع از کاهش مصرف بازی های کامپیوتری نشان دارد زیرا بیشتر سراغ بازی موبایلی رفتند. بنابراین یک علت اینکه ساختن بازی کامپیوتری به صرفه نیست، کاهش مصرف است. وی نداشتن قانون کیی رایت در ایران را مشکل دیگر بازی های کامپیوتری دانست و گفت: قوانین کشور ما به گونه ای است که مالکیت معنوی آثار خارجی را به رسمیت نمی شناسیم. ما مجبوریم بازی های کامپیوتری را با قیمت حداکثر ۱۵ هزار تومان به فروش برسانیم، در صورتی که شاید قیمت خارجی آن ۲۰۰ هزار تومان باشد. یک سری افراد هستند که بازی های خارجی کامپیوتری و کنسولی را داتلود و در کشور منتشر می کنند و پولی به تولیدکننده نمی دهند. شما هم می توانید همان محصول کیی را بخرید؛ اما در بازی های موبایلی اینطور نیست.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا از فروش غیرقانونی بازی های کامپیوتری جلوگیری نمی شود، اظهار کرد: ما نمی توانیم جلوی فروش این بازی ها را بگیریم. یک علت این است که وقتی در کشور کیی رایت نداریم، عدم رعایت آن غیرقانونی نیست. بنابراین بنیاد به بخشی از این بازی ها که در کشور عرضه کننده دارد، هولوگرام می دهد. در موضوع داتن هولوگرام هم بحث عوارض و پول مطرح نیست زیرا کل پول حاصل از هولوگرام به بازی ها در سال گذشته ۱۲۰ میلیون تومان بوده، بلکه بحث محتوایی این بازی هاست. ما ویرترین مغازه ها را سالم می کنیم که اگر یک خانواده برای فرزندش بازی انتخاب می کند محتوای سالمی داشته باشد.

هولوگرام بازی ها به معنای بررسی محتوای آنهاست

کریمی در ادامه با بیان اینکه بنیاد محتوای هر بازی که هولوگرام نداشته باشد را رد و تایید نمی کند، افزود: ما به عنوان متولی حوزه نمی توانیم بگوییم چون کیی رایت را رعایت نمی کنیم هولوگرام هم نمی دهیم، نمی توانیم تمام بازی ها را قاچاقی اعلام کنیم و بنیاد دیگر هیچ نظارتی بر بازی ها نداشته باشد. پیش از زن هولوگرام ما محتوای بازی را بررسی کرده و محصول سالم به بازار می دهیم و این کار را با هدف شفاف سازی مارکت و محتوای مناسب انجام می دهیم. باید سعی کنیم در این شرایط بدی که به بنیاد و بازی حاکم شده، شرایط را برای مصرف بهبود ببخشیم.

وی در پاسخ به انتقادی مبنی بر کند بودن روند ارائه مجوز به بازی ها بیان کرد: بنیاد در سال گذشته به ۱۵ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی داده است که حدود ۴۰ بازی در روز می شود. رده بندی سنی و اعطای مجوز بازی هم یعنی چک کردن محتوای بازی. بنابراین این روند بسیار تند بوده است، مگر برای بازی هایی که محتوای خوبی نداشتند و به آنها مجوزی داده نشده است.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان خاطرنشان کرد: اخذ عوارض از بازی های خارجی مختص ناشرانی است که عرضه تجاری بازی در کشور داشته باشند و بخواهند از محل عرضه یک بازی کسب وکار راه بیندازند؛ مانند مارکت های آنلاین و سایت هایی که برای فروش بازی می گذارند. این ناشرها باید از بنیاد مجوز بگیرند و در غیر این صورت نمی توانند بازی را منتشر کنند.

منبع: ایسنا



بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی! (۱۳/۱۱/۹۵-۱۴/۰۵-۹۶)

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخذ عوارض از عرضه تجاری بازی های خارجی را با هدف اصلاح زیست بومی دانست که سرمایه گذاران بزرگ بخش خصوصی را به سمت واردات بازی های خارجی به جای حمایت از تولید داخل برده است.

به گزارش اتاق خبر، به نقل از ایسنا، حسن کریمی قدوسی در پاسخ به انتقاداتی مبنی بر اخذ عوارض از بازی های خارجی و ایجاد رانت، اظهار کرد: اینکه اخذ عوارض باعث ایجاد رانت و فساد شود بستگی به عملکرد بنیاد دارد. بنیاد ملی بازی ها هر ساله از دولت بودجه دریافت می کند که اگر عملکرد نامناسبی در قبال این پول داشته باشد هم باعث فساد می شود. ما دغدغه بخش خصوصی را متوجهیم اما متأسفانه کمابیش یک فضای بی اعتمادی در کشور وجود دارد که ممکن است برخی از افراد بخش خصوصی یا مردم به وعده هایی که داده می شود و عملکرد جایی مانند بنیاد اعتماد نگنندوی ادامه داد: به دلیل همین موضوع ما به بازی سازها پیشنهاد دادیم خانه بازی را مستقل از بنیاد ایجاد کنند که از دل این خانه بازی، کارگروهی انتخاب شود و ناظر بر هزینه کرد این عوارض باشد. پیشنهاد برای ایجاد این تشکل بدان مناسبت که خیال بنیاد راحت است که این پول چطور می خواهد هزینه شود و اتفاقاً دوست دارد این اتفاق با مشورت بازی سازها بیفتد و قرار نیست صرف مخارج بنیاد شود.

بنیاد باید برنامه حمایتی اش را برای بازی سازها شرح می داد

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه ما برای سال آینده ۱۱۵ میلیارد تومان بودجه داریم که مستقیماً از طرف دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بنیاد داده می شود، افزود: شاید این اشکال به بنیاد وارد بوده که باید زودتر با بازی سازها حرف می زد که برنامه حمایتی اش برای سال آینده چیست تا همه اطلاع داشته باشند. البته بنیاد به صورت مشخص دو پروژه کلان دارد که از محل این عوارض، حمایت هایی اتفاق می افتد و مازاد بر این دو روش، اگر قرار باشد از این عوارض حمایت دیگری هم انجام شود، کارهای زیرساختی از جمله آموزش های بین المللی است.

کریمی در ادامه توضیح داد: یک پروژه به اسم هرم حمایت است که ما یک سال بر روی آن کار کردیم و یک سیستم شفاف برای حمایت از بازی سازان است که بسته به عملکرد و شاخص های آنها ارزیابی می شود؛ اینکه شرکت چند سال است تشکیل شده، چه بازی هایی ساخته، بازی ها چقدر داتلود (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) شدند و چقدر فروش داشتند. وقتی این شاخص های کیفی اندازه گیری شود، آن شرکت در این هرم رتبه می گیرد و در قالب آن رتبه حمایت های مالی و زیرساختی از آن می شود.

به گفته او بازی سازها می توانند درخواست دهند و این حمایت را بگیرند اما مادامی که شرکت رشد نکند، حمایت دیگری از آن انجام نمی شود و این به معنای تسویه شرکت ها برای رشد کردن در این هرم و همچنین شفاف بودن این حمایت است.

وی همچنین درباره راه دوم حمایتی اظهار کرد: شرکت هایی هستند که می خواهند بازی های ایرانی را در خارج صادر کنند که برنامه جدی برایشان نوشته شده است. ما ناشرها را براساس یک سری شاخص انتخاب می کنیم. برای مثال ناشرها باید حساب خارج از کشور داشته باشند که ناشر قلمداد شوند. آنها باید درخواست دهند که می خواهند بازی را در خارج از کشور منتشر کنند. آنگاه ما ابتدا در داخل کشور بازی را با متخصصان بازی بررسی می کنیم. سپس هیاتی متشکل از حدود ۱۰ نفر از داورهای بین المللی بازی را بررسی می کنند که آیا مناسب مارکت کشور خارجی هست و سپس مشخص می شود که بازی می تواند تا یک سقف برای جذب کاربر در بازارهای دنیا وام بگیرد.

معافیت مالیاتی، ایرانی و خارجی را تفکیک نمی کند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا برای حمایت از بازی های خارجی روش معافیت مالیاتی در نظر گرفته نمی شود، گفت: بر اساس قانونی که در کشور ما وجود دارد، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، مربوط به کالاست نه مربوط به ایرانی یا خارجی بودن. به این معنا که اگر بازی معاف از مالیات بر ارزش افزوده شود، بازی خارجی هم معاف می شود و معافیتی نداریم که محصولات ایرانی و خارجی از هم تفکیک شوند. بنابراین معاف کردن بازی ها از مالیات بر ارزش افزوده شامل بازی خارجی هم خواهد شد که به نفع ناشران بازی های خارجی است.

کریمی با اشاره به علل قانون اخذ عوارض از بازی های خارجی بیان کرد: علت اصلی این قانون، بهبود فضای کسب و کار و زیست بوم داخلی است. بعضی می گویند ما با این کار زیست بوم را خراب می کنیم، در صورتی که همین حالا هم زیست بوم درستی وجود ندارد. علت دیگر هم حمایت اقتصادی از صنعت است. وی درباره اصلاح زیست بوم توضیح داد: فضای کسب و کار باید به گونه ای باشد که سرمایه گذار بخش خصوصی رغبت سرمایه گذاری در تولید داخل داشته باشد و دولت ها دخالت نکنند. زیست بوم فعلی کشور ما به گونه ای است که اگر یک سرمایه گذار بخواهد وارد ساخت بازی شود، باید برای یک بازی که بتواند بفروشد حداقل ۵۰۰ میلیون تومان ظرف یک الی دو سال سرمایه گذاری کند. خواب سرمایه داشته باشد، حقوق و دستمزد بدهد، ریسک خوب و بد شدن بازی را بپذیرد و بعد از دو سال بازی را منتشر کند.

او ادامه داد: در مقابل همان سرمایه گذار می تواند با پول پیش حداکثر ۲۰۰ میلیون تومان که باید به ناشر خارجی بدهد، یکی از بهترین بازی های خارجی که ساخته شده و فروخته و سود خوبی دارد را وارد کشور کند و در بازارهای داخلی منتشر کند.

سرمایه گذارهای بزرگ سراغ واردات بازی خارجی رفته اند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: این دو روش یعنی سرمایه گذاری داخلی و آوردن بازی های خارجی هر دو باید یک مالیات بدهند؛ ۹ درصد مالیات ارزش افزوده، ۳۰ درصد سهم مارکت داخلی و مابقی سود ناشر است. در چنین شرایطی سرمایه گذار قطعا به سراغ واردات بازی خارجی می رود، اتفاقی که در این سال های اخیر هم برای اکثر سرمایه گذارهای بزرگ ما افتاده است. این یعنی زیست بوم ما خراب است و در آینده ای نزدیک تولیدی نداریم. هدف ایجاد این عوارض ایجاد یک تفاوت از نظر اقتصادی بین بازی داخلی و کسی است که می خواهد بازی خارجی وارد کند؛ تا کسی که تولید می کند بتواند حداقل ۱۰ درصد مالیات کمتری می دهد تا اینکه بازی وارد کشور کند.

کریمی با بیان اینکه ما در کشور بازار محلی داریم یعنی بازاری که کاربران مردم ایران هستند و با ریال خرید می کنند، افزود: کشور ما جزو استثنائات است که بازار محلی دارد. بازارهای محلی اکثر کشورهای دنیا به بازارهای جهانی وصل است و مردم از گوگل پلی و استیم و اپ استور دانلود می کنند. اما به دلیل شرایط سخت سیاسی که بر کشور ما حاکم است، از جمله تحریم ها که موجب شده ایران در گوگل و اپ استور طراحی نشده و سیستم مالی ما به دلیل تحریم ها از بازار جهانی جدا باشد، مجبوریم بازار محلی داشته باشیم.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: چین خودش خود را از بازار جهانی جدا کرده زیرا جمعیت زیادی دارد و می داند اگر داخل کشور چیزی تولید کند، مصرف کننده اش در کشور وجود دارد به همین دلیل هم سیاست های بسیار سرسختانه دارد. چین خودش این شرایط را انتخاب کرده اما به ما تحمیل شده است. ما بازار داخلی داریم و بازارهای داخلی هر کشور ضابطه مند هستند؛ شما نمی توانید بازارهای داخلی یک کشور را با بازارهای جهانی کشورهای مختلف مقایسه کنید. زیرا بازارهای داخلی ما برگرفته از محدودیت ها هستند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به شرایط نابرابر عرضه بازی های ایرانی در خارج کشور در مقایسه با بازی های خارجی بیان کرد: اینکه بازی خارجی بدون ایجاد نمایندگی و بدون پرداخت عوارض، مانند بازی ساز ایرانی بخواهد بازی را در بازار داخلی ما منتشر کند و تنها ۱۰ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۳۰ درصد هزینه مارکت را بدهد، شرایط برابری نیست که بازی ساز ایرانی بتواند در آن رقابت کند؛ زیرا بازی ساز ایرانی نمی تواند بازی اش را به نام خودش در خارج از کشور منتشر کند. اگر ما در کشورهای پیشرفته بودیم، به چنین قانونی نیاز نداشتیم زیرا در این بازارها همه چیز در مقیاس جهانی اتفاق می افتد، اما ایران نمی تواند این کار را انجام دهد.

مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند

کریمی در پاسخ به علت ناتوانی بازی های کامپیوتری ایرانی برای رقابت با بازی های خارجی اظهار کرد: فضای بازی های کامپیوتری تفاوت زیادی دارد. مشکل بازی های کامپیوتری در کشور ما این است که مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند و به سمت موبایل رفتند. بنیاد در سال ۱۳۸۸، ۲۸ میلیون هولوگرام به بازی های کامپیوتری ایرانی و خارجی داد که این عدد در سال ۱۳۹۵ به پنج میلیون و در سال ۱۳۹۶ به چهار میلیون رسید. این موضوع از کاهش مصرف بازی های کامپیوتری نشان دارد زیرا بیشتر سراغ بازی موبایلی رفتند. بنابراین یک علت اینکه ساختن بازی کامپیوتری به صرفه نیست، کاهش مصرف است.

وی نداشتن قانون کیی رایت در ایران را مشکل دیگر بازی های کامپیوتری دانست و گفت: قوانین کشور ما به گونه ای است که مالکیت معنوی آثار خارجی را به رسمیت نمی شناسیم. ما مجبوریم بازی های کامپیوتری را با قیمت حداکثر ۱۵ هزار تومان به فروش برسانیم، در صورتی که شاید قیمت خارجی آن ۲۰۰ هزار تومان باشد. یک سری افراد هستند که بازی های خارجی کامپیوتری و کنسولی را دانلود و در کشور منتشر می کنند و پولی به تولیدکننده نمی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) دهند. شما هم می توانید همان محصول کپی را بخرید! اما در بازی های موبایلی اینطور نیست.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا از فروش غیرقانونی بازی های کامپیوتری جلوگیری نمی شود اظهار کرد: ما نمی توانیم جلوی فروش این بازی ها را بگیریم. یک علت این است که وقتی در کشور کپی رایت نداریم، عدم رعایت آن غیرقانونی نیست. بنابراین بنیاد به بخشی از این بازی ها که در کشور عرضه کننده دارد، هولوگرام می دهد. در موضوع دادن هولوگرام هم بحث عوارض و پول مطرح نیست زیرا کل پول حاصل از هولوگرام به بازی ها در سال گذشته ۱۲۰ میلیون تومان بوده، بلکه بحث محتوایی این بازی هاست. ما ویرترین مغازه ها را سالم می کنیم که اگر یک خانواده برای فرزندش بازی انتخاب می کند محتوای سالمی داشته باشد.

هولوگرام بازی ها به معنای بررسی محتوای آنهاست.

کریمی در ادامه با بیان اینکه بنیاد محتوای هر بازی که هولوگرام نداشته باشد را رد و تایید نمی کند، افزود: ما به عنوان متولی حوزه نمی توانیم بگوییم چون کپی رایت را رعایت نمی کنیم هولوگرام هم نمی دهیم، نمی توانیم تمام بازی ها را قاچاقی اعلام کنیم و بنیاد دیگر هیچ نظارتی بر بازی ها نداشته باشد. پیش از زدن هولوگرام ما محتوای بازی را بررسی کرده و محصول سالم به بازار می دهیم و این کار را با هدف شفاف سازی مارکت و محتوای مناسب انجام می دهیم. باید سعی کنیم در این شرایط بدی که به بنیاد و بازی حاکم شده، شرایط را برای مصرف بهبود ببخشیم.

وی در پاسخ به انتقادی مبنی بر کند بودن روند ارائه مجوز به بازی ها بیان کرد: بنیاد در سال گذشته به ۱۵ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی داده است که حدود ۴۰ بازی در روز می شود. رده بندی سنی و اعطای مجوز بازی هم یعنی چک کردن محتوای بازی. بنابراین این روند بسیار تند بوده است. مگر برای بازی هایی که محتوای خوبی نداشتند و به آنها مجوزی داده نشده است.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان خاطرنشان کرد: اخذ عوارض از بازی های خارجی مختص ناشرانی است که عرضه تجاری بازی در کشور داشته باشند و بخواهند از محل عرضه یک بازی کسب و کار راه بیندازند؛ مانند مارکت های آنلاین و سایت هایی که برای فروش بازی می گذارند. این ناشرها باید از بنیاد مجوز بگیرند و در غیر این صورت نمی توانند بازی را منتشر کنند.

انتهای پیام/



میزگرد بررسی ابعاد اخذ عوارض از بازی های رایانه ای خارجی / بخش اول زشت و زیبای اخذ عوارض از بازی خارجی برای کمک به بازی ایرانی / جای خالی جسارت تجربه رجیستری در صنعت بازی (۱۳۹۵/۱۱/۱۴-۱۳۹۵/۱۱/۱۷)

در میزگردی در فارس ابعاد اخذ عوارض از بازی های رایانه ای خارجی با نگاه از منظر کاربران، بازی ساز، بازار و حاکمیت بررسی شد.

به گزارش خبرنگار فناوری اطلاعات خبرگزاری فارس، موضوع اخذ عوارض از بازی های رایانه ای خارجی به عنوان مهم ترین خبرهای این روزهای صنعت بازی خیرساز و چالش برانگیز شده است.

فارس تلاش کرده با برگزاری میزگردی ابعاد مختلف این تصمیم را برای نخستین بار از نگاه تمامی ذینفعان یعنی کاربران، بازی ساز، مارکت و حاکمیت بررسی ترسیم کند.

در این میزگرد آقایان حسن کریمی قنوسی رییس بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حاجی هاشمی کارشناس صاحب نظر در صنعت بازی، امیر سپاهی مدیر حقوقی مارکت ایرانی کافه بازار و امیرحسین فصیحی و بابک کرباسی فعالان بازی ساز حضور یافتند.

موضوع اخذ عوارض از مصوبه شورای عالی فضای مجازی درباره سیاست های حاکم بر برنامه ملی بازی های رایانه ای نشأت می گیرد و بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان حاکمیت پیگیر اجرای این مصوبه است؛ این مقررات جدید با انتقاد مارکت های رسمی داخلی روبه رو است که نگران افزایش قیمت بازی و تمایل بازی کننده های به سمت مارکت های بی مجوز خارجی هستند. بزرگترین مارکت اپلیکیشن ایرانی منتقد جدی این طرح است؛ همچنین از آنجا که عواید حاصل از این عوارض قرار است به بازی سازهای ایرانی کمک کند برخی بازی سازهای ایرانی موافق این تصمیم به نفع صنعت داخل هستند. کرباسی فعال تولید بازی موافق جدی این طرح است که معتقد است عوارض بسیار بیشتر از ۱۰ درصد باید باشد و شامل همه بازی های خارجی شود؛ در مقابل برخی بازی سازها در مخالفت با این تصمیم معتقدند مضرات این کمک دولتی از محاسن آن بیشتر خواهد بود؛ چنانکه فصیحی مخالف طرح است و معتقد است اگر از راه خلاfi قرار است کمک شود راضی به دریافت کمک نیستند. حاجی هاشمی به عنوان کارشناس صاحب نظر در صنعت بازی نیز بر محاسن اخذ عوارض تاکید دارد اما اجرای برخی اقدامات و به ویژه مقابله همه جانبه با قاچاق را همزمان با اخذ عوارض ضروری می داند. وی تجربه همکاری در تدوین سیاست های برنامه ملی بازی را هم در کارنامه دارد.

در این میزگرد تلاش شد به مهم ترین ابعاد این وضع این قانون جدید از جمله تاثیر شرایط جدید بازار بازی بر مصرف کننده و بازی ساز، احتمال ایجاد تبعیض بین بازار کسب و کار ایرانی و خارجی فروش بازی، الزامات اجرای صحیح تصمیم اخذ عوارض از بازی های رایانه ای، نحوه هزینه کرد عوارض اخذ شده به نفع بازی ساز و نظارت بر عوارض اخذ شده پرداخته شود.

این میزگرد در ۳ بخش تهیه شده که به ترتیب در خبرگزاری فارس منتشر خواهد شد.

نخستین بخش از این میزگرد را در زیر می خوانید:

فارس: تاثیر اخذ عوارض از بازی های خارجی روی مصرف کننده و بازار بازی سازی چه خواهد بود؟

فصیحی: حرکت اخذ عوارض از بازی های خارجی دارای تیت خیر است و کسانی که به این طرح فکر کرده اند قطعاً تیت شان رشد بازی سازی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در کشور و بهتر شدن وضعیت همه بچه ها در کشور است. در این شکی نیست اما به نظر من این طرح از جنبه های مختلفی قابل بررسی است. همیشه برای یک بازی ساز بسیار مهم است که بازار صحیح داشته باشد که بتواند بازی خود را با قیمت صحیح و روش های صحیح به دست مخاطب برساند. طی ۱۰ سال گذشته که بازی سازی در ایران جدی شده است متأسفانه بزرگ ترین مشکل بازی سازی همین مسئله بوده است. امروز نیز بزرگ ترین مشکل بازی سازها، بازار فروش بازی است. از این جهت که مخاطب ایرانی برای محصول بازی پول نمی دهد و این یک بحث خیلی جدی و مشکل فرهنگی است که از قدیم داشته ایم و خود ما نیز با این بازی ها بزرگ شده ایم اما برای آنها پول نداده ایم.

همیشه نسخه های غیرقانونی، کرک و کپی بوده است. پیش از اینترنت دسترسی به این بازی ها بسیار ارزان بود و برای مثال با هزار تومان می شد یک CD بهترین بازی جهان را خرید که در خارج کشور شاید تا ۶۰ دلار قیمت داشت.

پس از ورود اینترنت این روند شدیدتر شد زیرا سایت های دانلود به وجود آمدند و دانلود غیرقانونی باب شد. بنابراین این مسئله باعث می شود که قیمت صحیح بازی را در کشور نداشته باشیم. ما وقتی سال ۸۹ بازی گرشاسب را در بازار منتشر کردیم، مجبور شدیم با قیمت ۳ هزار تومان بفروشیم درحالی که همان سال همان بازی را با قیمت ۱۹ یورو در کشورهای دیگر منتشر کردیم. اختلاف شدید بود و در ایران نمی توانستیم بازی را حتی با قیمت ۵ هزار تومان بفروشیم زیرا در ایران بازی خارجی با قیمت هزار تا ۲ هزار تومان فروخته می شد. بنابراین آرزوی هر بازی ساز بود که یک روز بازار ایران اصلاح شود و ایرانی ها برای کالای فرهنگی مانند بازی، فیلم سینمایی و موسیقی پول بدهند.

اگر بخواهیم مثال بزیم فرض کنید بهترین خودروهای جهان از جمله بنز و BMW رایگان یا با قیمت ۱۰۰ هزار تومان البته به صورت غیرقانونی در ایران بفروشند و همه در ایران آنها را داشته باشند که وضعیت فعلی بازار بازی ایران این گونه است زیرا عمده روشی که مردم بازی تهیه می کنند کپی یا کرک و دانلود است و حتی آنهایی که خریداری می شوند نسخه های کرک غیرقانونی است که ۲ تا ۳ هزار تومان قیمت دارند.

در حوزه بازی موبایلی عمده دریافت بازی های موبایلی از سایت های غیرقانونی است که به تعداد زیاد فعال هستند. در این بازار، بازارهایی مثل برخی مارکت های موبایلی تصمیم گرفتند صحیح و قانونی هم محصول ایرانی و هم محصول خارجی را ارائه کنند و برخی مردم هم حاضرند برای این بازی ها پول بدهند. در مثال خودرو فرض کنید در شرایطی که بنز و بی ام و رایگان یا با قیمت ۱۰۰ هزار تومان به صورت غیرقانونی در ایران وجود دارد شرکتی یک خودروی چینی را با قیمت ۵ میلیون تومان اما به صورت مجاز وارد کرده و می خواهد بفروشد و در این وضعیت بازار یک سری افراد نیز حاضرند برای این خودروی چینی پول بدهند اکنون دو سه سالی است که تعدادی ناشر خارجی محصولات خود را رسمی در ایران می فروشند همیشه بچه های ایرانی همان بازی ها را به صورت دزدی بازی کرده اند حضور ناشر خارجی باعث فرهنگ سازی شده است. قیمت ها را اصلاح می کند، پشتیبانی صحیح به کاربر می دهد و مردم به تدریج یاد می گیرند که برای پشتیبانی رسمی باید پول بدهند. یاد می گیرند نباید بازی ها را دزدی بگیریم باید پول بدهیم. این فرهنگ سازی به نفع بازی ساز است زیرا وقتی به تدریج قیمت ها اصلاح شد مردم به بازی ساز ایرانی هم پول می دهند. فعلاً دغدغه ما این است که به جوان ایرانی بگوییم باید پول صحیح و قانونی برای بازی بدهی نه پول دزدی برای بازی غیرقانونی.

نمی دانم چه طور شد که ناشران خارجی وارد ایران شدند و بازار ایران را تست کردند اما اتفاق خیلی خوب و مثبتی است. عوارض دقیقاً خلاف جهت این جریان است.

در مثال خودرو، بنز و بی ام و رایگان است و همه دارند و شرکت چینی می گوید مردم این خودروها را سوار نشوید دزدی است بیاید ماشین چینی ۵ میلیونی را بخرید. در این شرایط به شرکت چینی می گوییم شما که این کار را می کنید و در حال ایجاد جریانی هستید که علاوه بر اینکه تشویق نمی شوی باید عوارض بدهی و به تمام دزدها هم کاری نداریم. یعنی همان کاری که سال ها سایت های عرضه بازی که غیرقانونی بازی ارائه می کنند و کاری با آنها نکرده ایم و باعث شد بازی سازهای خارجی هیچ وقت روی بازار ایران حساب نکنند. اکنون چند ناشر خارجی به احترام بازی کننده ایرانی بازی خود را فارسی می کنند و پشتیبانی می دهند. می خواهیم کارش را سخت کنیم که اساساً این مسیر عکس اصلاح بازار است. زیرا همیشه یک بازار سالم قانونی می خواستیم که این حرکت ضربه زدن به بازار قانونی است، علاوه بر اینکه هیچ قدمی در مقابله با بازار دزدی و غیرقانونی بر نمی داریم و همچنان بازی های غیرقانونی روی سایت های دانلود وجود دارند و هیچ تغییری در این وضعیت ایجاد نشده است.

بحث دیگر این است که منبع درآمد حاصل از این عوارض کمک به بازی ساز داخلی کند. کمک به بازی ساز داخلی خیلی خوب است و باید به او کمک شود اما دولت از منابع مختلفی می تواند این حمایت را انجام دهد که امیدواریم از این منبع نباشد. حتی اگر پدر من هم بگوید می خواهم خرج تو را بدهم اما از یک راه غیرقانونی می خواهم آن را تهیه کنم من راضی نیستم. امیدوارم از یک راه صحیح این پول بیاید. هیچ وقت معتقد نیستیم که هدف وسیله را توجیه می کند. بنابراین کمک به بازی ساز ایرانی خیلی خوب است. هر جورش عالی است اما امیدوارم از این روش نباشد فکر می کنم این طرح به بازی ساز ایرانی کمک نمی کند. زیرا باید بازار در بلندمدت برای بازی ساز ایرانی اصلاح شود. همان طور که در گذشته بازار بزرگ ترین دشمن بازی ساز ایرانی بوده است این طرح هم قدمی است برای تضعیف بازار بازی. اگر امروز مردم یاد می گیرند که برای بازی خارجی پول خرج کنند فردا هم برای بازی داخلی پول می دهند کمالات این اتفاق اکنون رخ داده است. در بزرگ ترین مارکت برنامه موبایلی ایرانی از ۱۰ بازی برتر ۵ بازی خارجی و ۵ بازی ایرانی است. این نشان می دهد اکنون محصولات ایرانی عالی داریم که در حال رقابت با بهترین های بین المللی هستند. راه رقابت وجود دارد. در مجموع وقتی بازار قوی باشد به نفع بازی ساز ایرانی هم هست. عوارض در بلندمدت حتماً به حضور بازی ساز ایرانی است.

فارس: آیا بازی ساز های ایرانی همگی معتقد هستند اخذ عوارض از بازی های خارجی به نفع مصرف کننده و بازی سازی ایرانی است؟

کرباسی: به نمایندگی از چند ده شرکت بازی ساز چند سال پیش به نتیجه رسیدیم و به شورای عالی فضای مجازی و بنیاد ملی بازی های رایانه ای پیشنهاد داده ایم از حامل های فیزیکی مثل کسول و نه دیجیتال و کلاً بازی های وارداتی عوارض دریافت کنند که از لفظ مالیات استفاده می کردیم. نظر ما این بود که این مالیات هم عددی باشد که بتواند در بازار رقابتی را برای بازی سازی داخلی برابری ایجاد کند. مثلاً ۳۰ درصد باشد که گفتند کارشناسی شده نیست و به عدد ۱۰ درصد رسیدند اما به عنوان بازی ساز معتقدم با ۱۰ درصد اتفاق خاصی در بازار نخواهد افتاد و طی ۴ تا ۵ سال آینده باید این عدد بیشتر شود. درباره هزینه های تولید داخلی آقای فصیحی نیز حرف هایی را گفتند.

نشر بازی در کشور در حال انجام است و عوارضی که به اعتقاد من خوب است باعث ایجاد عدالت در بازار می شود. اخذ عوارض از بازی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) خارجی باید روی تمام پلت فرم ها از جمله PC، موبایل و بازی های آنلاین با هم دیده شود. قانون گذار باید بگوید اگر یک بازی خارجی رسمی وارد ایران می شود و یک مارکت ایرانی آن را منتشر می کند از آن عوارض گرفته شود، اگر روی DVD برای PC نیز منتشر می شود باز هم به نوعی عوارض گرفته شود و اخذ عوارض به حوزه موبایل محدود نشود.

در کنار اخذ عوارض باید با حوزه قاچاق نیز برخورد جدی شود. در حال حاضر نسخه های غیرقانونی بازی ها در ایران وجاهت قانونی می گیرند و هم زمان که روی مارکت های رسمی گذاشته می شوند روی تمام سایت های ایرانی یا دامنه IR موجوداند.

شورای عالی فضای مجازی باید خارج از روند فیلتر کردن ضوابطی بگذارند که برخورد با قاچاق در حوزه بازی تسهیل شود. برخورد با بازار غیررسمی، عدالتی برای ناشران ایجاد می کند که می توانند حقوق خود را از آنها مطالبه کنیم. وقتی عوارض گرفته شود بازار بی در پیکر و بی ضابطه بازی موبایل که در نتیجه آن تعداد قابل توجهی بازی وارد کشور می شود سامان می گیرد.

بازی های خارجی که وارد بازار ایران می شوند شرایط رقابتی را برای بازی ایرانی نمی سازند. کشور ما قرار نیست از این حوزه گذر کند و برای مثال ۵ بازی بسازد و تمام شود. قرار است طبق سند بالادستی ایران کشوری باشد که حوزه بازی تولید، اشتغال و حتی صادرات داشته باشد.

در حالی که امکان گذاشتن بازی روی استیم (درگاه خارجی بازی)، کنسول ها، گوگل و اپل به بازی ساز ایرانی داده نمی شود، اما بازی همان کشورها را در ایران می فروشیم این سروته کردن قیف است. قرار است بازی سازی در ایران شکل بگیرد قرار نیست به کشورهای دیگر منتقل برسانیم.

ثالثه گیر در تمام دنیا توسط ناشران تربیت می شود. فلکه بازی خارجی باز است و می گوئیم ثالثه گیر ایرانی بازی خارجی می پسندد. اکنون عدالت و برابری در بازار بازی ایران نیست. در بزرگ ترین مارکت اپلیکیشن ایرانی از ۵۰ عنوان برتر ۲۴ عنوان گیم است که در حالیکه باید حداقل ۱۸-۱۷ عنوان ایرانی باشد اما ۷ عنوان ایرانی است. علت این امر تعدد بازی های خارجی است که بی ضابطه وارد کشور شده اند.

برای مثال شرکت فلاتندی فلان بازی معروف را برای بازار ۲۰ میلیونی ایران نساخته بلکه برای بازار چند ده میلیونی جهان تولید کرده است. بازار ایران هم برایش مهم نبوده که اگر مهم بود به گوگل پلی فشار می آورد که مارکت خود را روی ایران باز کند.

شرکت هایی که ریزینی می کنند و این بازی ها را به ایران می آورند در وهله اول به فکر خودشان هستند. آن بازی با چند میلیون دلار هزینه ساخت برای فروش در بازار جهانی در کنار بازی من بازی ساز داخلی قرار می گیرد که بازی ام را با ۵۰ میلیون تومان ساخته ام و از من توقع می شود که بازی ۵۰۰ میلیون تومانی بسازم که این عدالت نیست.

معتقدم اخذ عوارض کاملاً می تواند به صنعت بازی کشور کمک کند به چند شرط. نخست اینکه برای ناشران در پلت فرم های مختلف دیجیتال، حامل، PC، سخت افزار قانون یکسان اجرا شود و تگبوند کنترل شدنی نیست.

دوم اینکه برای ناشران عدالت رعایت شود که نسخه غیرمجاز در سایت های دانلود به فروش نرسد و سوم اینکه محل هزینه کرد عوارض مشخص شود. این عوارض قرار است به حساب خزانه واریز و بخشی از بیت المال شود و بعداً بر اساس آن عدد واریزی، میلی به صنعت بازی سازی داخلی برگردد. وقتی این عدد برگشت نباید خرج افراد شود، بلکه باید در زیرساخت صنعت بازی خرج شود و در پروژه ای هزینه شود که درآمدزایی اش را تضمین کند و صادرات داشته باشد. برای مثال این مبلغ حتی می تواند در مجموعه ای که کار نشر انجام می دهند تزریق شود و به این حوزه را تقویت کنند که البته این پیشنهاد خام است. علاوه بر این، با نظرات دستگاه های نظارتی می تواند به مارکتی تعلق بگیرد که دانش بنیان باشد که نه در حوزه دولتی بلکه در حوزه واقعی ساخت بازی و اشتغال زایی فعال است که آن مارکت از بازی خارجی عوارض بگیرد و بخشی از عوارض به صورت تشویقی به خودش اختصاص یابد. اما اگر قرار نیست ساماندهی تجمیع عوارض دریافتی به سود آینده صنعت بازی کشور باشد بهتر است در بیت المال بماند و حتی بهتر است دولت با آن آزادراه تهران شمال را تمام کند.

از سوی دیگر به عنوان یک دغدغه مند فرهنگی معتقدم که با وجود محصولات روز آمریکایی و اروپایی در کشور که حتی بعضاً مضر هم نیستند شرایط لازم برای تربیت نسل جوان در کشور را نداریم. اما درباره این بازی ها کارشناسی را بنیاد انجام می دهند و به بازی بد مجوز نمی دهند، اما این بازی ها زندگی بچه ها را بسیار تغییر می دهد. ایران را نباید با کشورهای دیگر مقایسه کرد. شرایط ایران از جمله شرایط زندگی، فرهنگی، آموزش و پرورش و ... در ایران قابل مقایسه با برخی کشورها نیست. در این حوزه علاوه بر عوارض باید به ناشران تعداد بدهند که برای مثال در سال ۵۰ بازی بیاورند اما بازی خوب سطح بالا بیاورند. از سوی دیگر ناشران باید توجه داشته باشند که قانون اساسی ایران اجازه رعایت کپی رایت خارجی را فعلاً نداده و به بازار تجارت جهانی نیبسته ایم؛ کپی رایت داخلی داریم و سخت اجرا می شود اما کپی رایت خارجی را در آثار فردی داریم. کپی رایت کتاب داریم، فیلم را نداریم و موسیقی را گاهی داریم.

خروج ارز از کشور از طریق برخی بازی های آنلاین یک امتیاز است که حاکمیت از روی غفلت یا اینکه حواسش نیست حتی شبکه شتاب را برای پرداخت پول آن وصل کرده است. قدرش را بدانند ناشران خیلی مصر نباشد که عوارض در دسر برایشان درست کرده است. مسئولان حواسشان را جمع کنند که با ارزی که به صورت رسمی از طریق بازی خارج می شود چرا فیلم و محصولات فرهنگی دیگر را به صورت اصل نمی توانیم بیاوریم؟ قرار است فعلاً تجارت جهانی را آغاز نکنیم که این برای برخی ناشران امتیاز است. بنابراین با قانون گذار همکاری کنند.

فارس: حالا بحث را به سمت بازار پتروکاتیم و از منظر بازار این سوال را مطرح کنیم. طرح جدید چه تأثیری روی مارکت فروش بازی و به تبع بازی ساز و بازی کننده دارد؟

سپاهی: ما چند مشکل با این موضوع داریم که در صحبت های بازی سازهای موافق و مخالف این طرح تیز وجود داشت. نخست اینکه با اظهارات آقای قصبی مبنی بر تضعیف صنعت بازی موافق هستیم. برای مثال در ایران مارکت خارجی گوگل پلی به صورت پیش فرض روی گوشی های اندرویدی نصب می شود و فعال است. در کنار مارکت های خارجی مارکت های ایرانی کافه بازار، مایکت، ایران اپس و ... نیز فعالیت می کنند که هر کدام ده ها هزار کاربر دارند. اینکه بخواهیم بازار را به سمت بازار غیررسمی و مارکت های خارجی سوق دهیم و تصور کنیم با این کار بازار داخلی جان می گیرد، استدلال منطقی نیست. زیرا همانطور که مارکت های اپلیکیشن توانستند در ایران جان بگیرند بازی سازها نیز این قدرت را خواهند داشت.

آقای کرباسی درباره نظارت بر بازارهای غیررسمی داخلی و خارجی در کنار اجرای این طرح روی مارکت های داخلی، صحبت کردند. بخش زیادی از بازار بازی ایران در اختیار مارکت های غیررسمی است و نظارتی بر بازار غیررسمی وجود ندارد. به این ترتیب با وضع این قانون صرفاً عوارض از مارکت های دارای مجوز دریافت می شود با این هدف که یک عده بازی ساز با ساز و کاری که هنوز مشخص نیست، کمک شوند بنابراین در این میان سوال مهم وضعیت (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بازارهای غیررسمی است.

پس از وضع قوانین اخذ عوارض، با احتساب ۱۰ درصد عوارض قیمت بازی در مارکت های رسمی افزایش می یابد و کاربران باید این هزینه را تقبل کنند که شاید افزایش هزینه تا جایی قابل درک باشد و از مقطعی به بعد شاید کاربرد مارکت ایرانی را رها کند و از مارکت خارجی و بازارهای غیررسمی که همچنان فعالیت می کنند، بازی خود را بگیرد. در این روش بخش دیگری از صنعت بازی که همان مارکت ها هستند زمین می خورد و منطقی نیست که برای اصلاح بخشی از صنعت، بخش دیگری از آن را خراب کنیم.

منتقد این اقدام کاملاً مخالف حقوق رقابت است زیرا در واقع دولت وارد صنعتی شده، روی بخشی از آن دست گذاشته و بخش دیگر را رها کرده است. برعکس اظهارات آقای کریمی مبنی بر لزوم مساوی بودن شرایط رقابت برعکس شرایط اصلاً مساوی نخواهد شد و بزرگ ترین ضربه این موضوع خواهد بود که به مرور مارکت های ایرانی از بین خواهند رفت.

فارس: این سوال را از وجه دیگری بررسییم. فکر می کنید با اجرای این طرح بین مارکت ایرانی و خارجی تمیض ایجاد خواهد شد؟ حاجی هاشمی: بحث اخذ عوارض به عنوان مالیات اضافه ای از بازی خارجی باید در شرایط بازار ایران باید بررسی شود. در شرایطی قرار داریم که در حالیکه اجازه صادرات به محصولات بازی های ایرانی داده نمی شود کاملاً به بازی های خارجی اجازه ورود به بازار خود را داده ایم و به راحتی در ایران فعالیت می کنند اساساً در حوزه بازی، فضای آزاد تبادل در بازار جهانی را نداریم. این در حالی است که در کشورهای دیگر که حتی فضای آزاد تبادل وجود دارد، در سال های اخیر به ویژه از سال ۲۰۱۵ در برخی کشورها از بازی های خارجی مالیات بر ارزش افزوده (VAT) علاوه بر مالیات عوارض گرفته می شود.

این امر به این دلیل است که حتی کشورهایی که در فضای آزاد با یکدیگر رقابت می کنند با این مشکل مواجه شده اند که سبلی از واردات به سمتشان می آید؛ همچنان که اخیراً استرالیا از نت فلیکس (شیکه ویدئویی) مالیات می گیرد. آنها می بینند که بازی های کلش آف کلنز یا حتی پوکمون گو در مدت کوتاه فعالیت خود، دنیا را گرفتند این شرایط عادی نیست که بگوییم شرایط عادی داریم و می خواهیم در این شرایط عادی تولید، صادرات و رقابت کنیم. این بحث نیز از این قضیه شروع شد که با چند موج در ایران مواجه بودیم از جمله بازی تراوین و کلش آف کلنز و آمارهای عجیب و غریبی مبنی بر اینکه روزانه صد میلیون تومان درآمد از این بازی ها برای کشور خارجی از بازار ایران حاصل می شود. در این شرایط با بازی سازان که صحبت می کنیم متوجه می شویم این بازی ها توانسته اند بازار را تکان دهند که نه تنها برای ایران بلکه برای کشورهای دیگر نیز عادی نیست. بنابراین باید به این سمت یعنی ساماندهی بازار بازی های خارجی برویم. روی دیگر سکه بحث اخذ عوارض از بازی های خارجی، فعالیت مارکت های خارجی در ایران است که به صورت غیرمستقیم از طریق کیف پول های مجازی و گیفت کارت درآمدزایی می کنند که باید ساماندهی شوند. باید برای مارکت ایرانی و خارجی رقابت عادلانه ایجاد کنیم نه اینکه از مارکت ایرانی عوارض بگیریم و از خارجی نگیریم. اکنون مارکت خارجی مالیات و عوارض به ایران پرداخت نمی کند، ارزش افزوده ای که از تجارت این مارکت ها نصیب کشور می شود از سود گیفت کارت که کیف پول مجازی است حاصل می شود، در حالی که مالیات باید موقع خرید اخذ شود نه از گیفت کارت. اکنون مثل صرافی ها عمل می شود و تنها از سود و نه حتی از کل مبلغ مالیات بر ارزش افزوده گرفته می شود. نمی توان یک بام و دو هوا رفتار کرد. مردم ما اکنون گیفت کارت می خرند و در گوگل پلی طبق قوانین کشور دیگری متناسب با IP که با آن وصل می شوند، مالیات می دهند؛ زیرا گوگل ایران را تحریم کرده اما به ۴۰ کشور مالیات بر ارزش افزوده می دهد. این روند یعنی هیچ چیز این چرخه اقتصادی سر جایش نیست و عادلانه رفتار نمی شود.

منتقد همان اتفاقی که در بازار قاجاق گوهی تلقن همراه افتاد، در صنعت بازی نیز این جسارت باید به خرج داده شود. نیاز داریم تکلیف خود را با مارکت های خارجی که بازی را به صورت قاجاق وارد می کنند روشن کنیم. اکنون این مارکت ها ارز را از کشور خارج می کنند یا نباید ارز از کشور خارج کنند یا اگر خارج می شود باید عوارض و مالیات را پرداخت کند که در مدل اجرایی این مطالبه، راهکارهای مختلفی وجود دارد که قابل بحث است.

فارس: ظاهراً در موافقان و مخالفان دغدغه نحوه هزینه کرد عوارض اخذ شده وجود دارد. این دغدغه را چطور می توان برطرف کرد و سامان داد؟ کریمی قنوسی: یکی از سیاست های اصلی بنیاد ملی بازی های یارانه ای در چند سال اخیر به غیر از چند استثنا، حمایت از انتشار رسمی بازی های خارجی در کشور است که نه تنها به دنبال این نیستیم که بازی های خارجی به صورت رسمی وارد کشور نشود بلکه به دلیل تبعات بسیار مثبت آن یا آن موافق هستیم. هدف اصلی بنیاد حمایت از بازی ساز های ایرانی است.

عوارض، یک وسیله لازم و نه کافی برای رسیدن به این هدف است. حال این پرسش مطرح است که این عوارض کجا استفاده می شود و کجا مزیت رقابتی دارد؟ باید از این عوارض جایی استفاده کنیم که به نفع تولیدکننده داخلی باشد نه فقط قیمت بازی خارجی را بالا ببرد.

بازار بازی ایران دو قسمت فیزیکی و دیجیتال دارد. بازی فیزیکی همان بازی های کرک و کیبی هستند که بنیاد به آنها هولوگرام می دهد و این نقد به بنیاد وارد می شود که چرا هولوگرام می دهد؟ ما بسیار علاقه مندیم که به این بازی ها هولوگرام ندهیم ولی مجبور هستیم؛ تا بتوانیم بخشی از بازار را برای کسانی که دنبال محتوای مناسب هستند اصلاح کنیم. اگر بنیاد هولوگرام روی بازی ها نزند یعنی نمی دانیم در قالب CD بازی هایی که در منازعه ها وجود دارد چه چیزی است و نمی توانیم هم تک تک CD ها را چک کنیم و این اتفاق به دلیل نبود کپی رایت می افتد.

قسمت دوم بازار بازی، بازی دیجیتال است که دو نکته مهم در این باره وجود دارد نخست اینکه اگر فری میوم (Freemium یا رایگان پایه) و فری تو پلی (Free to Play یا رایگان) در ایران و دنیا ایجاد نمی شد هیچ گاه درباره واردات رسمی بازی های خارجی این قدر راحت صحبت نمی کردیم. چرا این اتفاق افتاد؟ زیرا این بازی ها غیرقابل کرک شدن و کپی شدن هستند و اگر هم کپی شوند به سرور اصلی بازی وصل نمی شود و تمام خوبی های این بازی ها هم در آنلاین بودن آنهاست. بنابراین خود فناوری فری تو پلی تأثیر گذار بوده که اکنون در کشور مصرف بازی افزایش یافته است. زیرا مردم ایران عادت به استفاده مجانی دارند و فری تو پلی به معنای استفاده مجانی از بازی و امکان پرداخت در صورت دلخواه است.

این امر باعث شده شاهد واردات رسمی بازی در کشور باشیم و بازی های پریمیوم فعلاً در کشور پاسخگو نخواهد بود. همچنان که آمار فروش بازی های پریمیوم در مارکت های رسمی ایرانی گواهی بر این موضوع است که اکثر فروش، در بازی های رایگان است. اما چرا باید روی بازار دیجیتال موبایل به عنوان یک بخش از بازار عوارض بگذاریم؟ در بازار ایران برخلاف بازارهای دیجیتال دنیا مرز دیجیتال داریم؛ به این معنا که مانند نروژ، فنلاند و دیگر کشورها یک مارکت گوگل پلی در ایران وجود ندارد که مردم بازی موردنظر خود را از این بستر بخرند. فردی که قصد دارد در ایران یک بازی را منتشر کند باید روش پرداخت ما را رعایت کند و در مارکت داخلی ما بازی را بارگذاری کند. این به معنی بازار محلی داخلی است که توسط دیگر کشورها قابل دسترس نیست و جذابیتی هم (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) برای آنها ندارد. در نتیجه ما به بازار جهانی وصل نیستیم و بازار محلی خود را داریم. نمونه این بازار چین است.

در پاسخ به این سؤال که چرا بازی موبایل؟ باید بگوییم در این حوزه مزیت رقابتی داریم و بازی سازهای ایرانی می توانند بازی بسازند و عملکردشان نشان داده در چند سال اخیر علیرغم عدم حمایت عمده بنیاد از ساخت بازی های موبایل و هزینه نکردن در این بازار، بازی موبایل ساخته شده و میلیاردها هم فروش رفته است. پس نشان از مزیت رقابتی بازی سازی موبایل در ایران دارد. اکنون بازار خود را در اختیار شرکت های خارجی قرار داده ایم که اشکالی ندارد و بازی سازهای داخلی بیایند و با بازی سازهای خارجی رقابت کنند؛ اما از سوی دیگر به دلیل وجود مرز دیجیتال در ایران امکان صادرات نداریم که پارادوکسی جدی را رقم زده است.

دو شایه درباره طرح اخذ عوارض از بازی های خارجی، مطرح شد که نخست تضعیف بازار و دوم اقبال مارکت های خارجی بود.

بازار اصلاً تضعیف نمی شود، چه کسی گفته عوارض روی قیمت تمام شده اضافه شود؟ مارکت و ناشر بخش خصوصی هستند و ممکن است تشخیص دهند اگر قیمت را اضافه کنند مردم بازی را نخرند یا بخرند. ممکن است تشخیص دهند ۵ درصد یا ۶ درصد یا ۱۰ درصد اضافه کنند. چرا ناشر خارجی باید بفهمد که در ایران ۱۰ درصد عوارض روی بازی گذاشته می شود؟ مارکت سود شرکت خارجی را پرداخت کند و از سود خود کم کند.

درباره شایه دوم برخی می گویند ممکن است مردم در نتیجه اخذ این عوارض و افزایش قیمت بازی خارجی، به سمت گوگل پلی بروند و بازی های خود را از آنجا دانلود کنند. در پاسخ به این سؤال دو فاکتور مهم وجود دارد: نخست اینکه گوگل پلی روی ایرانی ها تحریم و بسته است و کاربر ایرانی نمی تواند در گوگل پلی پرداخت کند. علاوه بر این حتی نمی تواند به عنوان مارکت فیزیکی در استیم ثبت کند. به دلیل تحریم ها آنها پرداخت خود را روی ما بسته اند بدون VPN نمی توانیم پرداخت کنیم و VPN را هم در ایران به رسمیت نمی شناسیم.

برخی می گویند ممکن است قیمت بازی خارجی در ایران افزایش یابد. در ایران قیمت بازی خارجی رسمی متوسط دلاری ۳ هزار تومان تا ۳۱۰۰ تا ۳۲۰۰ تومان است. در برخی کشورهای دیگر از جمله روسیه هم این چنین است که به دلیل قدرت خرید مردم دلار را کمتر حساب می کنند در صورتی که اگر مردم بخواهند گیفت کارت یا کریت کارت یا بیت کارت بگیرند و شارژ کنند باید دلار ۴۷۰۰ بخرند و اختلاف قیمت جدی است و این ۱۰ درصد حتی اگر به قیمت نهایی بازی اضافه شود هنوز فاصله زیادی با قیمت جهانی بازی در مارکت خارجی دارد پس مردم به سمت بازار جهانی شیف نمی کنند و این قرض غلط است.

نکته مهم دیگر این است که گفته می شود همانطور که مارکت ها توانسته اند رقابت کنند بازی ساز های ایرانی نیز رقابت می کنند. در حالی که اگر گوگل پلی در ایران بود و پرداخت شتابی برای آن فعال بود آیا مارکت ایرانی رشد می کرد؟ در نبود اپل، آمازون و یوتیوب سرویس های داخلی ایجاد شدند در حالی که اکنون هیچ امکان ویژه ای با بازی سازی ایرانی نداریم.

بازی ساز ایرانی و خارجی در زمین رقابت برابر نیستند و حتی شرایط برای بازی ساز ایرانی بدتر است؛ زیرا باید پول حقوق، بیمه و ... بدهد. اخذ عوارض از بازی های خارجی دو سود دارد. نخست بحث اقتصادی و تقویت فضای کسب و کار و دوم: انجام کارهای زیرساختی از پول جمع شده.

تقویت فضای کسب و کار یعنی همه شامل دولت، مرکز ملی فضای مجازی و بخش خصوصی باید روی تولید داخل سرمایه گذاری کنند. در کشور ما شرایط کسب و کار به گونه ای است که سرمایه گذار دارای پول ترجیح می دهد بازی خارجی را بیاورد و پول بازاریابی و تبلیغ بدهد به جای اینکه بخواهد دو سال روی تولید داخل سرمایه گذاری کند؛ در این صورت به جای خواب پول، یک مالیات بر ارزش افزوده می دهد و به این ترتیب واردات بازی خارجی را به صرفه تر می داند. بنابراین سرمایه خصوصی جذب این صنعت نمی شود. بخش دوم انجام هزار کار زیرساختی از پول جمع شده است. به صورت مشخص ۳ تا ۴ سیستم برای هزینه کرد این پول در نظر گرفته ایم. نخست: هرم حمایت که یک سال روی این موضوع کار شده و اکنون وارد دیالوگ با مرکز ملی فضای مجازی شده ایم و بخش خصوصی باید روی آن نظر بدهد. هرم حمایت یک سیستم شفاف برای کمک کردن به بازی ساز داخلی است. همه جای دنیا هم دولت ها پول برای بازی سازی می دهند. برای مثال فنلاند حتی به سوپرسل که بسیار فروخته پول داده است. ذات پول دادن چیز بدی نیست که کار هرم حمایت درست پول دادن است. اقدام دوم: کمک به ناشران داخلی برای انتشار بازی ایرانی در خارج از کشور است تا ریسک انتشار بازی ایرانی در خارج را کاهش دهیم. این کار از طریق حمایت هایی از جمله جذب کاربر در خارج از کشور انجام می شود. مثلاً ۲۰ هزار دلار به آنها بدهیم. سوم: آوردن افراد تأثیرگذار و مدیران پروژه از خارج از کشور است که افراد نامدار یک یا دو سال در ایران منتورینگ (Mentoring) یا آموزش توسط افرادی دارای تخصص، تسلط، تجربه در یک زمینه مشخص (فیزیکی کنند و در قالب توسعه دهنده، تهیه کننده یا بازی سازها آموزش دهند. محل اقامت و حقوق این افراد، هزینه بر است و تقبل آن بیشترین کمک را به تولید داخل می کند.

البته تمامی این برنامه ها تا زمانی که با مرکز ملی فضای مجازی و بازی سازها هماهنگی نشود اجرا نخواهد شد. گفته ایم تا زمانی که نظارت خوبی روی پول جمع آوری شده از عوارض نباشد، کاری نمی کنیم. ما در بنیاد برای برنامه های خودمان ۱۲ میلیارد تومان بودجه کافی داریم و نیازی به این پول نداریم و قرار نیست هزینه کار و عملیات ما شود؛ بلکه پول عوارض برای تولیدکننده داخلی بازی و زیرساخت است و باید خود تولیدکننده ها و مرکز ملی فضای مجازی بر این کار نظارت کنند و بپرسند این پول کجا هزینه می شود. بنابراین درباره هزینه کرد این پول پیشنهادها داریم و باید با مرکز ملی فضای مجازی و بازی سازها بنشینیم و صحبت کنیم. نوع هزینه کرد و گزارش هزینه کرد باید با نظارت بازی ها و مرکز ملی فضای مجازی باشد.

ادامه دارد...

گفت و گو از فاطمه سامعی

در بخش دوم این میزگرد پاسخ های حاضران به انتقادات را خواهید خواند.

بخش هایی از مهم ترین صحبت های بخش دوم میزگرد به شرح زیر است:

فصیحی: هیچ کشوری عوارض بازی دیجیتال ندارد، از ما گرفتند از شان بگیریم نگرقتند نگیریم.

کرباسی: در قانون ایران از همه صنایع خارجی عوارض گرفته می شود.

حاجی هاشمی: برای بازی ساز ایرانی قدری سهم باز کنیم تا خود را بالا بکشد و همزمان تمام قد مقابل قاچاق بایستیم.

کریمی قدوسی: پس از اینکه از مارکت های رسمی عوارض گرفتیم وجدانمان اجازه نمی دهد با قاچاق مبارزه نکنیم! قطعاً به هیچ وجه عوارض را از ۱۰ درصد افزایش نمی دهیم.

بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی!

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخذ عوارض از عرضه تجاری بازی های خارجی را با هدف اصلاح زیست بومی دانست که سرمایه گذاران بزرگ بخش خصوصی را به سمت واردات بازی های خارجی به جای حمایت از تولید داخل برده است.

حسن کریمی قدوسی، در پاسخ به انتقاداتی مبنی بر اخذ عوارض از بازی های خارجی و ایجاد رانت، اظهار کرد: اینکه اخذ عوارض باعث ایجاد رانت و فساد شود بستگی به عملکرد بنیاد دارد. بنیاد ملی بازی ها هر ساله از دولت بودجه دریافت می کند که اگر عملکرد نامناسبی در قبال این پول داشته باشد هم باعث فساد می شود. ما دغدغه بخش خصوصی را متوجهیم اما متأسفانه کمابیش یک فضای بی اعتمادی در کشور وجود دارد که ممکن است برخی از افراد بخش خصوصی یا مردم به وعده هایی که داده می شود و عملکرد جایی مانند بنیاد اعتماد نکنند.

وی ادامه داد: به دلیل همین موضوع ما به بازی سازها پیشنهاد دادیم خانه بازی را مستقل از بنیاد ایجاد کنند که از دل این خانه بازی، کارگروهی انتخاب شود و ناظر بر هزینه کرد این عوارض باشد. پیشنهاد برای ایجاد این تشکل بدان معناست که خیال بنیاد راحت است که این پول چطور می خواهد هزینه شود و اتفاقاً دوست دارد این اتفاق با مشورت بازی سازها بیفتد و قرار نیست صرف مخارج بنیاد شود.

بنیاد باید برنامه حمایتی اش را برای بازی سازها شرح می داد

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه ما برای سال آینده ۱۱۵ میلیارد تومان بودجه داریم که مستقیماً از طرف دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بنیاد داده می شود، افزود: شاید این اشکال به بنیاد وارد بوده که باید زودتر با بازی سازها حرف می زد که برنامه حمایتی اش برای سال آینده چیست تا همه اطلاع داشته باشند. البته بنیاد به صورت مشخص دو پروژه کلان دارد که از محل این عوارض، حمایت هایی اتفاق می افتد و مازاد بر این دو روش، اگر قرار باشد از این عوارض حمایت دیگری هم انجام شود، کارهای زیرساختی از جمله آموزش های بین المللی است.

کریمی در ادامه توضیح داد: یک پروژه به اسم هرم حمایت است که ما یک سال بروی آن کار کردیم و یک سیستم شفاف برای حمایت از بازی سازان است که بسته به عملکرد و شاخص های آنها ارزیابی می شود؛ اینکه شرکت چند سال است تشکیل شده، چه بازی هایی ساخته، بازی ها چقدر دانلود شدند و چقدر فروش داشتند. وقتی این شاخص های کیفی اندازه گیری شود، آن شرکت در این هرم رتبه می گیرد و در قالب آن رتبه حمایت های مالی و زیرساختی از آن می شود. به گفته او بازی سازها می توانند درخواست دهند و این حمایت را بگیرند اما مادامی که شرکت رشد نکند، حمایت دیگری از آن انجام نمی شود و این به معنای تشویق شرکت ها برای رشد کردن در این هرم و همچنین شفاف بودن این حمایت است.

وی همچنین درباره راه دوم حمایتی اظهار کرد: شرکت هایی هستند که می خواهند بازی های ایرانی را در خارج صادر کنند که برنامه جدی برایشان نوشته شده است. ما ناشرها را براساس یک سری شاخص انتخاب می کنیم. برای مثال ناشرها باید حساب خارج از کشور داشته باشند که ناشر قلمداد شوند. آنها باید درخواست دهند که می خواهند بازی را در خارج از کشور منتشر کنند. آنگاه ما ابتدا در داخل کشور بازی را با متخصصان بازی بررسی می کنیم. سپس هیاتی متشکل از حدود ۱۰ نفر از داورهای بین المللی بازی را بررسی می کنند که آیا مناسب مارکت کشور خارجی هست و سپس مشخص می شود که بازی می تواند تا یک سقف برای جذب کاربر در بازارهای دنیا وام بگیرد.

معافیت مالیاتی، ایرانی و خارجی را تفکیک نمی کند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا برای حمایت از بازی های خارجی روش معافیت مالیاتی در نظر گرفته نمی شود، گفت: بر اساس قانونی که در کشور ما وجود دارد، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، مربوط به کالاست نه مربوط به ایرانی یا خارجی بودن. به این معنا که اگر بازی معاف از مالیات بر ارزش افزوده شود، بازی خارجی هم معاف می شود و معافیتی نداریم که محصولات ایرانی و خارجی از هم تفکیک شوند. بنابراین معاف کردن بازی ها از مالیات بر ارزش افزوده شامل بازی خارجی هم خواهد شد که به نفع ناشران بازی های خارجی است.

کریمی با اشاره به علل قانون اخذ عوارض از بازی های خارجی بیان کرد: علت اصلی این قانون، بهبود فضای کسب و کار و زیست بوم داخلی است. بعضی می گویند ما با این کار زیست بوم را خراب می کنیم، در صورتی که همین حالا هم زیست بوم درستی وجود ندارد. علت دیگر هم حمایت اقتصادی از صنعت است. وی درباره اصلاح زیست بوم توضیح داد: فضای کسب و کار باید به گونه ای باشد که سرمایه گذار بخش خصوصی رغبت سرمایه گذاری در تولید داخل داشته باشد و دولت ها دخالت نکنند. زیست بوم فعلی کشور ما به گونه ای است که اگر یک سرمایه گذار بخواهد وارد ساخت بازی شود، باید برای یک بازی که بتواند بفروشد، حداقل ۵۰۰ میلیون تومان ظرف یک الی دو سال سرمایه گذاری کند. خواب سرمایه داشته باشد، حقوق و دستمزد بدهد، ریسک خوب و بد شدن بازی را بپذیرد و بعد از دو سال بازی را منتشر کند.

او ادامه داد: در مقابل همان سرمایه گذار می تواند با پول پیش حداکثر ۲۰۰ میلیون تومان که باید به ناشر خارجی بدهد، یکی از بهترین بازی های خارجی که ساخته شده و فروخته و سود خوبی دارد را وارد کشور کند و در بازارهای داخلی منتشر کند.

سرمایه گذارهای بزرگ سراغ واردات بازی خارجی رفته اند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: این دو روش یعنی سرمایه گذاری داخلی و آوردن بازی های خارجی هر دو باید یک مالیات بدهند؛ ۹ درصد مالیات ارزش افزوده، ۳۰ درصد سهم مارکت داخلی و مابقی سود ناشر است. در چنین شرایطی سرمایه گذار قطعاً به سراغ واردات بازی خارجی می رود، اتفاقی که در این سال های اخیر هم برای اکثر سرمایه گذارهای بزرگ ما افتاده است. این یعنی زیست بوم ما خراب است و در آینده ای نزدیک تولیدی نداریم. هدف ایجاد این عوارض ایجاد یک تفاوت از نظر اقتصادی بین بازی داخلی و کسی است که می خواهد بازی خارجی وارد کند؛ تا کسی که تولید می کند بتواند حداقل ۱۰ درصد مالیات کمتری می دهد تا اینکه بازی وارد کشور کند.

کریمی با بیان اینکه ما در کشور بازار محلی داریم یعنی بازاری که کاربران مردم ایران هستند و با ریال خرید می کنند، افزود: کشور ما جزو استثنائات است که بازار محلی دارد. بازارهای محلی اکثر کشورهای دنیا به بازارهای جهانی وصل است و مردم از گوگل پلی و استیم و اپ استور دانلود می کنند. اما به دلیل شرایط سخت سیاسی که بر کشور ما حاکم است، از جمله تحریم ها که موجب شده ایران در گوگل و اپ استور طراحی نشده و سیستم مالی ما به دلیل تحریم ها از بازار جهانی جدا باشد، مجبوریم بازار محلی داشته باشیم.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: چین خودش خود را از بازار جهانی جدا کرده زیرا جمعیت زیادی دارد و می داند اگر داخل کشور چیزی تولید (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) کند، مصرف کننده اش در کشور وجود دارد به همین دلیل هم سیاست های بسیار سرسختانه دارد. چین خودش این شرایط را انتخاب کرده اما به ما تحمیل شده است. ما بازار داخلی داریم و بازارهای داخلی هر کشور ضابطه مند هستند؛ شما نمی توانید بازارهای داخلی یک کشور را با بازارهای جهانی کشورهای مختلف مقایسه کنید. زیرا بازارهای داخلی ما برگرفته از محدودیت ها هستند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به شرایط نابرابر عرضه بازی های ایرانی در خارج کشور در مقایسه با بازی های خارجی بیان کرد: اینکه بازی خارجی بدون ایجاد نمایندگی و بدون پرداخت عوارض، مانند بازی ساز ایرانی بخواهد بازی را در بازار داخلی ما منتشر کند و تنها ۱۰ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۳۰ درصد هزینه مارکت را بدهد، شرایط برابری نیست که بازی ساز ایرانی بتواند در آن رقابت کند؛ زیرا بازی ساز ایرانی نمی تواند بازی اش را به نام خودش در خارج از کشور منتشر کند. اگر ما در کشورهای پیشرفته بودیم، به چنین قانونی نیاز نداشتیم زیرا در این بازارها همه چیز در مقیاس جهانی اتفاق می افتد، اما ایران نمی تواند این کار را انجام دهد.

مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند

کریمی در پاسخ به علت ناتوانی بازی های کامپیوتری ایرانی برای رقابت با بازی های خارجی اظهار کرد: فضای بازی های کامپیوتری تفاوت زیادی دارد. مشکل بازی های کامپیوتری در کشور ما این است که مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند و به سمت موبایل رفتند. بنیاد در سال ۱۳۸۸، ۲۸ میلیون هولوگرام به بازی های کامپیوتری ایرانی و خارجی داد که این عدد در سال ۱۳۹۵ به پنج میلیون و در سال ۱۳۹۶ به چهار میلیون رسید. این موضوع از کاهش مصرف بازی های کامپیوتری نشان دارد زیرا بیشتر سراغ بازی موبایلی رفتند. بنابراین یک علت اینکه ساختن بازی کامپیوتری به صرفه نیست، کاهش مصرف است. وی نداشتن قانون کپی رایت در ایران را مشکل دیگر بازی های کامپیوتری دانست و گفت: قوانین کشور ما به گونه ای است که مالکیت معنوی آثار خارجی را به رسمیت نمی شناسیم. ما مجبوریم بازی های کامپیوتری را با قیمت حداکثر ۱۵ هزار تومان به فروش برسانیم، در صورتی که شاید قیمت خارجی آن ۲۰۰ هزار تومان باشد. یک سری افراد هستند که بازی های خارجی کامپیوتری و کنسولی را داند و در کشور منتشر می کنند و پولی به تولیدکننده نمی دهند. شما هم می توانید همان محصول کپی را بخرید؛ اما در بازی های موبایلی اینطور نیست.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا از فروش غیرقانونی بازی های کامپیوتری جلوگیری نمی شود اظهار کرد: ما نمی توانیم جلوی فروش این بازی ها را بگیریم. یک علت این است که وقتی در کشور کپی رایت نداریم، عدم رعایت آن غیرقانونی نیست، بنابراین بنیاد به بخشی از این بازی ها که در کشور عرضه کننده دارد، هولوگرام می دهد. در موضوع دادن هولوگرام هم بحث عوارض و پول مطرح نیست زیرا کل پول حاصل از هولوگرام به بازی ها در سال گذشته ۱۲۰ میلیون تومان بوده، بلکه بحث محتوایی این بازی هاست. ما ویرترین مغازه ها را سالم می کنیم که اگر یک خانواده برای فرزندش بازی انتخاب می کند محتوای سالمی داشته باشد.

هولوگرام بازی ها به معنای بررسی محتوای آنهاست

کریمی در ادامه با بیان اینکه بنیاد محتوای هر بازی که هولوگرام نداشته باشد را رد و تایید نمی کند، افزود: ما به عنوان متولی حوزه نمی توانیم بگوییم چون کپی رایت را رعایت نمی کنیم هولوگرام هم نمی دهیم، نمی توانیم تمام بازی ها را قاچاقی اعلام کنیم و بنیاد دیگر هیچ نظارتی بر بازی ها نداشته باشد. پیش از زدن هولوگرام ما محتوای بازی را بررسی کرده و محصول سالم به بازار می دهیم و این کار را با هدف شفاف سازی مارکت و محتوای مناسب انجام می دهیم. باید سعی کنیم در این شرایط بدی که به بنیاد و بازی حاکم شده، شرایط را برای مصرف بهبود ببخشیم.

وی در پاسخ به انتقادی مبنی بر کند بودن روند ارائه مجوز به بازی ها بیان کرد: بنیاد در سال گذشته به ۱۵ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی داده است که حدود ۴۰ بازی در روز می شود. رده بندی سنی و اعطای مجوز بازی هم یعنی چک کردن محتوای بازی. بنابراین این روند بسیار تند بوده است. مگر برای بازی هایی که محتوای خوبی نداشتند و به آنها مجوزی داده نشده است.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان خاطرنشان کرد: اخذ عوارض از بازی های خارجی مختص ناشرانی است که عرضه تجاری بازی در کشور داشته باشند و بخواهند از محل عرضه یک بازی کسب و کار راه بیندازند؛ مانند مارکت های آنلاین و سایت هایی که برای فروش بازی می گذارند. این ناشرها باید از بنیاد مجوز بگیرند و در غیر این صورت نمی توانند بازی را منتشر کنند.



مشاورنیوز

زشت و زیبای اخذ عوارض از بازی خارجی برای کمک به بازی ایرانی / جای خالی جسات تجربه رجیستری

در صنعت ب (۱۳۹۵/۱۱/۱۴-۱۳۹۶/۰۱/۰۱)

به گزارش خبرنگار فناوری اطلاعات خبرگزاری فارس، موضوع اخذ عوارض از بازی های رایانه ای خارجی به عنوان مهم ترین خبرهای این روزهای صنعت بازی خیرساز و چالش برانگیز شده است.

فارس تلاش کرده با برگزاری میزگردی ابعاد مختلف این تصمیم را برای نخستین بار از نگاه تمامی ذینفعان یعنی کاربر، بازی ساز، مارکت و حاکمیت بررسی ترسیم کند.

در این میزگرد آقایان حسن کریمی قنوسی رئیس بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حاجی هاشمی کارشناس صاحب نظر در صنعت بازی، امیر سپاهی مدیر حقوقی مارکت ایرانی کافه بازار و امیرحسین فصیحی و بابک کرپاسی فعالان بازی ساز حضور یافتند.

موضوع اخذ عوارض از مصوبه شورای عالی فضای مجازی درباره سیاست های حاکم بر برنامه ملی بازی های رایانه ای نشأت می گیرد و بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان حاکمیت پیگیر اجرای این مصوبه است؛ این مقررات جدید با انتقاد مارکت های رسمی داخلی روبه رو است که نگران افزایش قیمت بازی و تمایل بازی کننده های به سمت مارکت های بی مجوز خارجی هستند، بزرگترین مارکت اپلیکیشن ایرانی منتقد جدی این طرح است؛ همچنین (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) از آنجا که عواید حاصل از این عوارض قرار است به بازی سازه‌های ایرانی کمک کند برخی بازی سازه‌های ایرانی موافق این تصمیم به نفع صنعت داخل هستند. کرباسی فعال تولید بازی موافق جدی این طرح است که معتقد است عوارض بسیار بیشتر از ۱۰ درصد باید باشد و شامل همه بازی های خارجی شود؛ در مقابل برخی بازی سازه‌ها در مخالفت با این تصمیم معتقدند مضررات این کمک دولتی از محاسن آن بیشتر خواهد بود؛ چنانکه قضیحی مخالف طرح است و معتقد است اگر از راه خلاقی قرار است کمک شود راضی به دریافت کمک نیستند. حاجی هاشمی به عنوان کارشناس صاحب نظر در صنعت بازی نیز بر محاسن اخذ عوارض تاکید دارد اما اجرای برخی اقدامات و به ویژه مقابله همه جانبه با قاچاق را همزمان با اخذ عوارض ضروری می داند. وی تجربه همکاری در تدوین سیاست های برنامه ملی بازی را هم در کارنامه دارد.

در این میزگرد تلاش شد به مهم ترین ابعاد این وضع این قانون جدید از جمله تاثیر شرایط جدید بازار بازی بر مصرف کننده و بازی ساز، احتمال ایجاد تبعیض بین بازار کسب و کار ایرانی و خارجی فروش بازی، الزامات اجرای صحیح تصمیم اخذ عوارض از بازی های رایانه ای، نحوه هزینه کرد عوارض اخذ شده به نفع بازی ساز و نظارت بر عوارض اخذ شده پرداخته شود.

این میزگرد در ۳ بخش تهیه شده که به ترتیب در خبرگزاری فارس منتشر خواهد شد.

نخستین بخش از این میزگرد را در زیر می خوانید:

فارس: تاثیر اخذ عوارض از بازی های خارجی روی مصرف کننده و بازار بازی سازی چه خواهد بود؟

قضیحی: حرکت اخذ عوارض از بازی های خارجی دارای نیت خیر است و کسانی که به این طرح فکر کرده اند قطعاً نیت شان رشد بازی سازی در کشور و بهتر شدن وضعیت همه بچه ها در کشور است. در این شکی نیست اما به نظر من این طرح از جنبه های مختلفی قابل بررسی است. همیشه برای یک بازی ساز بسیار مهم است که بازار صحیح داشته باشد که بتواند بازی خود را با قیمت صحیح و روش های صحیح به دست مخاطب برساند. طی ۱۰ سال گذشته که بازی سازی در ایران جدی شده است متأسفانه بزرگ ترین مشکل بازی سازی همین مسئله بوده است. امروز نیز بزرگ ترین مشکل بازی سازه‌ها، بازار فروش بازی است. از این جهت که مخاطب ایرانی برای محصول بازی پول نمی دهد و این یک بحث خیلی جدی و مشکل فرهنگی است که از قدیم داشته ایم و خود ما نیز با این بازی ها بزرگ شده ایم اما برای آنها پول ندادیم.

همیشه نسخه های غیرقانونی، کرک و کپی بوده است. پیش از اینترنت دسترسی به این بازی ها بسیار ارزان بود و برای مثال با هزار تومان می شد یک CD بهترین بازی جهان را خرید که در خارج کشور شاید تا ۶۰ دلار قیمت داشت.

پس از ورود اینترنت این روند شدیدتر شد؛ زیرا سایت های دانلود به وجود آمدند و دانلود غیرقانونی باب شد. بنابراین این مسئله باعث می شود که قیمت صحیح بازی را در کشور نداشته باشیم. ما وقتی سال ۸۹ بازی گرشاسب را در بازار منتشر کردیم، مجبور شدیم با قیمت ۳ هزار تومان بفروشیم درحالی که همان سال همان بازی را با قیمت ۱۹ یورو در کشورهای دیگر منتشر کردیم. اختلاف شدید بود و در ایران نمی توانستیم بازی را حتی با قیمت ۵ هزار تومان بفروشیم زیرا در ایران بازی خارجی با قیمت هزار تا ۲ هزار تومان فروخته می شد. بنابراین آرزوی هر بازی ساز بود که یک روز بازار ایران اصلاح شود و ایرانی ها برای کالای فرهنگی مانند بازی، فیلم سینمایی و موسیقی پول بدهند.

اگر بخواهیم مثال بزنیم فرض کنید بهترین خودروهای جهان از جمله بنز و BMW رایگان یا با قیمت ۱۰۰ هزار تومان البته به صورت غیرقانونی در ایران بفروشند و همه در ایران آنها را داشته باشند که وضعیت فعلی بازار بازی ایران این گونه است زیرا عمده روشی که مردم بازی تهیه می کنند کپی یا کرک و دانلود است و حتی آنها که خریداری می شوند نسخه های کرک غیرقانونی است که ۲ تا ۳ هزار تومان قیمت دارند.

در حوزه بازی موبایلی عمده دریافت بازی های موبایلی از سایت های غیرقانونی است که به تعداد زیاد فعال هستند. در این بازار، بازارهایی مثل برخی مارکت های موبایلی تصمیم گرفتند صحیح و قانونی هم محصول ایرانی و هم محصول خارجی را ارائه کنند و برخی مردم هم حاضرند برای این بازی ها پول بدهند. در مثال خودرو فرض کنید در شرایطی که بنز و بی ام و رایگان با قیمت ۱۰۰ هزار تومان به صورت غیرقانونی در ایران وجود دارد شرکتی یک خودروی چینی را با قیمت ۵ میلیون تومان اما به صورت مجاز وارد کرده و می خواهد بفروشد و در این وضعیت بازار یک سری افراد نیز حاضرند برای این خودروی چینی پول بدهند. اکنون دو سه سالی است که تعدادی ناشر خارجی محصولات خود را رسمی در ایران می فروشند. همیشه بچه های ایرانی همان بازی ها را به صورت دزدی بازی کرده اند. حضور ناشر خارجی باعث فرهنگ سازی شده است. قیمت ها را اصلاح می کند، پشتیبانی صحیح به کاربر می دهد و مردم به تدریج یاد می گیرند که برای پشتیبانی رسمی باید پول بدهند. یاد می گیرند نباید بازی ها را دزدی بگیریم باید پول بدهیم. این فرهنگ سازی به نفع بازی ساز است زیرا وقتی به تدریج قیمت ها اصلاح شد مردم به بازی ساز ایرانی هم پول می دهند. فعلاً دغدغه ما این است که به جوان ایرانی بگوییم باید پول صحیح و قانونی برای بازی بدهی نه پول دزدی برای بازی غیرقانونی.

نمی دانم چه طور شد که ناشران خارجی وارد ایران شدند و بازار ایران را تست کردند اما اتفاق خیلی خوب و مثبتی است. عوارض دقیقاً خلاف جهت این جریان است.

در مثال خودرو، بنز و بی ام و رایگان است و همه دارند و شرکت چینی می گوید مردم این خودروها را سوار نشوید دزدی است بیایید ماشین چینی ۵ میلیونی را بخرید. در این شرایط به شرکت چینی می گوییم شما که این کار را می کنید و در حال ایجاد جریانی هستید که علاوه بر اینکه تشویق نمی شوی باید عوارض بدهی و به تمام دزدها هم کاری نداریم. یعنی همان کاری که سال ها سایت های عرضه بازی که غیرقانونی بازی ارائه می کنند و کاری با آنها نکرده ایم و باعث شد بازی سازه‌های خارجی هیچ وقت روی بازار ایران حساب نکنند. اکنون چند ناشر خارجی به احترام بازی کننده ایرانی بازی خود را فارسی می کنند و پشتیبانی می دهند. می خواهیم کارش را سخت کنیم که اساساً این مسیر عکس اصلاح بازار است. زیرا همیشه یک بازار سالم قانونی می خواستیم که این حرکت ضربه زدن به بازار قانونی است، علاوه بر اینکه هیچ قدمی در مقابله با بازار دزدی و غیرقانونی بر نمی داریم و همچنان بازی های غیرقانونی روی سایت های دانلود وجود دارند و هیچ تغییری در این وضعیت ایجاد نشده است.

بحث دیگر این است که منبع درآمد حاصل از این عوارض کمک به بازی ساز داخلی کند. کمک به بازی ساز داخلی خیلی خوب است و باید به او کمک شود اما دولت از منابع مختلفی می تواند این حمایت را انجام دهد که امیدواریم از این منبع نباشد. حتی اگر پدر من هم بگوید می خواهم خرج تو را بدهم اما از یک راه غیرقانونی می خواهم آن را تهیه کنم من راضی نیستم. امیدوارم از یک راه صحیح این پول بیاید. هیچ وقت معتقد نیستیم که هدف وسیله را توجیه می (ادامه)

(ادامه خبر ...) کند. بنابراین کمک به بازی ساز ایرانی خیلی خوب است. هر جورش عالی است اما امیدوارم از این روش نباشد. فکر می‌کنم این طرح به بازی ساز ایرانی کمک نمی‌کند. زیرا باید بازار در بلندمدت برای بازی ساز ایرانی اصلاح شود. همان طور که در گذشته بازار بزرگ ترین دشمن بازی ساز ایرانی بوده است این طرح هم قدمی است برای تضعیف بازار بازی. اگر امروز مردم یاد می‌گیرند که برای بازی خارجی پول خرج کنند فردا هم برای بازی داخلی پول می‌دهند کمالینکه این اتفاق اکنون رخ داده است. در بزرگ ترین مارکت برنامه موبایلی ایرانی از ۱۰ بازی برتر ۵ بازی خارجی و ۵ بازی ایرانی است. این نشان می‌دهد اکنون محصولات ایرانی عالی داریم که در حال رقابت با بهترین های بین المللی هستند. راه رقابت وجود دارد. در مجموع وقتی بازار قوی باشد به نفع بازی ساز ایرانی هم هست. عوارض در بلندمدت حتماً به حضور بازی ساز ایرانی است.

فارس: آیا بازی ساز های ایرانی همگی معتقد هستند اخذ عوارض از بازی های خارجی به نفع مصرف کننده و بازی سازی ایرانی است؟
کرباسی: به نمایندگی از چند ده شرکت بازی ساز چند سال پیش به نتیجه رسیدیم و به شورای عالی فضای مجازی و بنیاد ملی بازی های رایانه ای پیشنهاد داده ایم از حامل های فیزیکی مثل کنسول و نه دیجیتال و کلاً بازی های وارداتی عوارض دریافت کنند که از لفظ مالیات استفاده می‌کردیم. نظر ما این بود که این مالیات هم عددی باشد که بتواند در بازار رقابتی را برای بازی سازی داخلی برابری ایجاد کند. مثلاً ۳۰ درصد باشد که گفتند کارشناسی شده نیست و به عدد ۱۰ درصد رسیدند اما به عنوان بازی ساز معتقدم با ۱۰ درصد اتفاق خاصی در بازار نخواهد افتاد و طی ۴ تا ۵ سال آینده باید این عدد بیشتر شود. درباره هزینه های تولید داخلی آقای فصیحی نیز حرف هایی را گفتند.

تشر بازی در کشور در حال انجام است و عوارض که به اعتقاد من خوب است باعث ایجاد عدالت در بازار می‌شود. اخذ عوارض از بازی خارجی باید روی تمام پلت فرم ها از جمله PC، موبایل و بازی های آنلاین با هم دیده شود. قانون گذار باید بگوید اگر یک بازی خارجی رسمی وارد ایران می‌شود و یک مارکت ایرانی آن را منتشر می‌کند از آن عوارض گرفته شود، اگر روی DVD برای PC نیز منتشر می‌شود باز هم به نوعی عوارض گرفته شود و اخذ عوارض به حوزه موبایل محدود نشود.

در کنار اخذ عوارض باید با حوزه قاچاق نیز برخورد جدی شود. در حال حاضر نسخه های غیرقانونی بازی ها در ایران وجاهت قانونی می‌گیرند و هم زمان که روی مارکت های رسمی گذاشته می‌شوند روی تمام سایت های ایرانی با دامنه IR موجوداند.

شورای عالی فضای مجازی باید خارج از روند فیلتر کردن ضوابطی بگذارند که برخورد با قاچاق در حوزه بازی تسهیل شود. برخورد با بازار غیررسمی، عدالتی برای ناشران ایجاد می‌کند که می‌توانیم حقوق خود را از آنها مطالبه کنیم. وقتی عوارض گرفته شود بازار بی در پیکر و بی ضابطه بازی موبایل که در نتیجه آن تعداد قابل توجهی بازی وارد کشور می‌شود سامان می‌گیرد.

بازی های خارجی که وارد بازار ایران می‌شوند شرایط رقابتی را برای بازی ایرانی نمی‌سازند. کشور ما قرار نیست از این حوزه گذر کند و برای مثال ۵ بازی بسازد و تمام شود. قرار است طبق سند بالادستی ایران کشوری باشد که حوزه بازی تولید اشتغال و حتی صادرات داشته باشد.

درحالی که امکان گذاشتن بازی روی استیم (درگاه خارجی بازی)، کنسول ها، گوگل و اپل به بازی ساز ایرانی داده نمی‌شود، اما بازی همان کشورها را در ایران می‌فروشیم این سروته کردن قیف است. قرار است بازی سازی در ایران شکل بگیرد قرار نیست به کشورهای دیگر منتقل برساییم.

دائمه گیر در تمام دنیا توسط ناشران تربیت می‌شود. فلکه بازی خارجی باز است و می‌گوییم دائمه گیر ایرانی بازی خارجی می‌پسندد. اکنون عدالت و برابری در بازار بازی ایران نیست. در بزرگ ترین مارکت اپلیکیشن ایرانی از ۵۰ عنوان برتر ۲۴ عنوان گیم است که در حالیکه باید حداقل ۱۸-۱۷ عنوان ایرانی باشد اما ۷ عنوان ایرانی است. علت این امر تعدد بازی های خارجی است که بی ضابطه وارد کشور شده اند.

برای مثال شرکت فلاتندی فلان بازی معروف را برای بازار ۲۰ میلیونی ایران نساخته بلکه برای بازار چند ده میلیونی جهان تولید کرده است. بازار ایران هم برایش مهم نبوده که اگر مهم بود به گوگل پلی فشار می‌آورد که مارکت خود را روی ایران باز کند.

شرکت هایی که ریزنی می‌کنند و این بازی ها را به ایران می‌آورند در وهله اول به فکر خودشان هستند. آن بازی با چند میلیون دلار هزینه ساخت برای فروش در بازار جهانی در کنار بازی من بازی ساز داخلی قرار می‌گیرد که بازی ام را با ۵۰ میلیون تومان ساخته ام و از من توقع می‌شود که بازی ۵۰۰ میلیون تومانی بسازم که این عدالت نیست.

معتقدم اخذ عوارض کاملاً می‌تواند به صنعت بازی کشور کمک کند به چند شرط. نخست اینکه برای ناشران در پلت فرم های مختلف دیجیتال، حامل، PC، سخت افزار قانون یکسان اجرا شود و نگویند کنترل شدنی نیست.

دوم اینکه برای ناشران عدالت رعایت شود که نسخه غیرمجاز در سایت های داندلود به فروش نرسد و سوم اینکه محل هزینه کرد عوارض مشخص شود. این عوارض قرار است به حساب خزانه واریز و بخشی از بیت المال شود و بعداً بر اساس آن عدد واریزی، میلی به صنعت بازی سازی داخلی برگردد. وقتی این عدد برگشت نباید خرج افراد شود، بلکه باید در زیرساخت صنعت بازی خرج شود و در پروژه ای هزینه شود که درآمدزایی اش را تضمین کند و صادرات داشته باشد برای مثال این مبلغ حتی می‌تواند در مجموعه ای که کار تشر انجام می‌دهند تزریق شود و به این حوزه را تقویت کنند که البته این پیشنهاد خام است. علاوه بر این، با نظرات دستگاه های نظارتی می‌تواند به مارکتی تعلق بگیرد که دانش بنیان باشد که نه در حوزه دلالتی بلکه در حوزه واقعی ساخت بازی و اشتغال زایی فعال است که آن مارکت از بازی خارجی عوارض بگیرد و بخشی از عوارض به صورت تشویقی به خودش اختصاص یابد اما اگر قرار نیست ساماندهی جمع عوارض دریافتی به سود آینده صنعت بازی کشور باشد بهتر است در بیت المال بماند و حتی بهتر است دولت با آن آژداره تهران شمال را تمام کند.

از سوی دیگر به عنوان یک دغدغه مند فرهنگی معتقدم که با وجود محصولات روز آمریکایی و اروپایی در کشور که حتی بعضاً مضر هم نیستند شرایط لازم برای تربیت تسل جوان در کشور را نداریم. اما درباره این بازی ها کارشناسی را بنیاد انجام می‌دهند و به بازی ید مجوز نمی‌دهند، اما این بازی ها زندگی بچه ها را بسیار تغییر می‌دهد ایران را نباید با کشورهای دیگر مقایسه کرد. شرایط ایران از جمله شرایط زندگی، فرهنگی، آموزش و پرورش و ... در ایران قابل مقایسه با برخی کشورها نیست. در این حوزه علاوه بر عوارض باید به ناشران تمهید بدهند که برای مثال در سال ۵۰ بازی بیاورند اما بازی خوب سطح بالا بیاورند. از سوی دیگر ناشران باید توجه داشته باشند که قانون اساسی ایران اجازه رعایت کپی رایت خارجی را فعلاً نداده و به بازار تجارت جهانی نیبوسته ایم؛ کپی رایت داخلی داریم و سخت اجرا می‌شود اما کپی رایت خارجی را در آثار فردی داریم. کپی رایت کتاب داریم، فیلم را نداریم و موسیقی را گاهی داریم.

خروج ارز از کشور از طریق برخی بازی های آنلاین یک امتیاز است که حاکمیت از روی غفلت یا اینکه حواسش نیست حتی شبکه شتاب را (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) برای پرداخت پول آن وصل کرده است. قدرش را بداند تا نشان خیلی مصر نباشد که عوارض در دسر برایشان درست کرده است. مسئولان حواشان را جمع کنند که با ارزی که به صورت رسمی از طریق بازی خارج می شود چرا قلم و محصولات فرهنگی دیگر را به صورت اصل نمی توانیم بیاوریم؟ قرار است فعلاً تجارت جهانی را آغاز نکنیم که این برای برخی تاشران امتیاز است. بنابراین با قانون گذار همکاری کنند.

فارس: حالا بحث را به سمت بازار بچرخانیم و از منظر بازار این سوال را مطرح کنیم. طرح جدید چه تأثیری روی مارکت فروش بازی و به تبع بازی ساز و بازی کننده دارد؟

سپاهی: ما چند مشکل با این موضوع داریم که در صحبت های بازی سازهای موافق و مخالف این طرح تیز وجود داشت. نخست اینکه با اظهارات آقای فصیحی مبنی بر تضعیف صنعت بازی موافق هستیم. برای مثال در ایران مارکت خارجی گوگل پلی به صورت پیش فرض روی گوشی های اندرویدی نصب می شود و فعال است. در کنار مارکت های خارجی مارکت های ایرانی کافه بازار، مایکت، ایران اپس و ... نیز فعالیت می کنند که هر کدام ده ها هزار کاربر دارند. اینکه بخواهیم بازار را به سمت بازار غیررسمی و مارکت های خارجی سوق دهیم و تصور کنیم با این کار بازار داخلی جان می گیرد، استدلال منطقی نیست. زیرا همانطور که مارکت های اپلیکیشن توانستند در ایران جان بگیرند بازی سازها نیز این قدرت را خواهند داشت.

آقای کرباسی درباره نظارت بر بازارهای غیررسمی داخلی و خارجی در کنار اجرای این طرح روی مارکت های داخلی، صحبت کردند بخش زیادی از بازار بازی ایران در اختیار مارکت های غیررسمی است و نظارتی بر بازار غیررسمی وجود ندارد. به این ترتیب با وضع این قانون صرفاً عوارض از مارکت های دارای مجوز دریافت می شود با این هدف که یک عده بازی ساز با ساز و کاری که هنوز مشخص نیست، کمک شوند. بنابراین در این میان سوال مهم وضعیت بازارهای غیررسمی است.

پس از وضع قوانین اخذ عوارض، با احتساب ۱۰ درصد عوارض قیمت بازی در مارکت های رسمی افزایش می یابد و کاربران باید این هزینه را تقبل کنند که شاید افزایش هزینه تا جایی قابل درک باشد و از مقطعی به بعد شاید کاربر مارکت ایرانی را رها کند و از مارکت خارجی و بازارهای غیررسمی که همچنان فعالیت می کنند، بازی خود را بگیرد. در این روش بخش دیگری از صنعت بازی که همان مارکت ها هستند زمین می خورد و منطقی نیست که برای اصلاح بخشی از صنعتی، بخش دیگری از آن را خراب کنیم.

منتقد این اقدام کاملاً مخالف حقوق رقابت است زیرا در واقع دولت وارد صنعتی شده، روی بخشی از آن دست گذاشته و بخش دیگر را رها کرده است. برعکس اظهارات آقای کرباسی مبنی بر لزوم مساوی بودن شرایط رقابت برعکس شرایط اصلاً مساوی نخواهد شد بزرگ ترین ضربه این موضوع خواهد بود که به مرور مارکت های ایرانی از بین خواهند رفت.

فارس: این سوال را از وجه دیگری بررسییم. فکر می کنید با اجرای این طرح بین مارکت ایرانی و خارجی تبعیض ایجاد خواهد شد؟

حاجی هاشمی: بحث اخذ عوارض به عنوان مالیات اضافه ای از بازی خارجی باید در شرایط بازار ایران باید بررسی شود. در شرایطی قرار داریم که در حالیکه اجازه صادرات به محصولات بازی های ایرانی داده نمی شود کاملاً به بازی های خارجی اجازه ورود به بازار خود را داده ایم و به راحتی در ایران فعالیت می کنند. اساساً در حوزه بازی، فضای آزاد تبادل در بازار جهانی را نداریم. این در حالی است که در کشورهای دیگر که حتی فضای آزاد تبادل وجود دارد، در سال های اخیر به ویژه از سال ۲۰۱۵ در برخی کشورها از بازی های خارجی مالیات بر ارزش افزوده (VAT) علاوه بر مالیات عوارض گرفته می شود.

این امر به این دلیل است که حتی کشورهایی که در فضای آزاد با یکدیگر رقابت می کنند با این مشکل مواجه شده اند که سبلی از واردات به سمتشان می آید؛ همچنان که اخیراً استرالیا از نت فلیکس (شبکه ویدئویی) مالیات می گیرد. آنها می بینند که بازی های کلش آف کلنز یا حتی پوکمون گو در مدت کوتاه فعالیت خود، دنیا را گرفتند این شرایط عادی نیست که بگوییم شرایط عادی داریم و می خواهیم در این شرایط عادی تولید، صادرات و رقابت کنیم. این بحث نیز از این قضیه شروع شد که با چند موج در ایران مواجه بودیم از جمله بازی تراوین و کلش آف کلنز و آمارهای عجیب و غریبی مبنی بر اینکه روزانه صد میلیون تومان درآمد از این بازی ها برای کشور خارجی از بازار ایران حاصل می شود. در این شرایط با بازی سازان که صحبت می کنیم متوجه می شویم این بازی ها توانسته اند بازار را تکان دهند که نه تنها برای ایران بلکه برای کشورهای دیگر نیز عادی نیست. بنابراین باید به این سمت یعنی ساماندهی بازار بازی های خارجی برویم. روی دیگر سکه بحث اخذ عوارض از بازی های خارجی، فعالیت مارکت های خارجی در ایران است که به صورت غیرمستقیم از طریق کیف پول های مجازی و گیفت کارت درآمدزایی می کنند که باید ساماندهی شوند. باید برای مارکت ایرانی و خارجی رقابت عادلانه ایجاد کنیم نه اینکه از مارکت ایرانی عوارض بگیریم و از خارجی نگیریم. اکنون مارکت خارجی مالیات و عوارض به ایران پرداخت نمی کند، ارزش افزوده ای که از تجارت این مارکت ها نصیب کشور می شود از سود گیفت کارت که کیف پول مجازی است حاصل می شود. در حالی که مالیات باید موقع خرید اخذ شود نه از گیفت کارت. اکنون مثل صرافی ها عمل می شود و تنها از سود و نه حتی از کل مبلغ مالیات بر ارزش افزوده گرفته می شود. نمی توان یک بام و دو هوا رفتار کرد. مردم ما اکنون گیفت کارت می خرند و در گوگل پلی طبق قوانین کشور دیگری متناسب با IP که با آن وصل می شوند، مالیات می دهند؛ زیرا گوگل ایران را تحریم کرده اما به ۴۰ کشور مالیات بر ارزش افزوده می دهد این روتد یعنی هیچ چیز این چرخه اقتصادی سر جایش نیست و عادلانه رفتار نمی شود.

منتقد همان اتفاقی که در بازار قاجاقی گوشی تلفن همراه افتاد، در صنعت بازی نیز این جسارت باید به خرج داده شود. نیاز داریم تکلیف خود را با مارکت های خارجی که بازی را به صورت قاجاقی وارد می کنند روشن کنیم. اکنون این مارکت ها ارز را از کشور خارج می کنند یا نباید ارز از کشور خارج کنند یا اگر خارج می شود، باید عوارض و مالیات را پرداخت کند که در مدل اجرایی این مطالبه، راهکارهای مختلفی وجود دارد که قابل بحث است.

فارس: ظاهراً در موافقان و مخالفان دغدغه نحوه هزینه کرد عوارض اخذ شده وجود دارد. این دغدغه را چطور می توان برطرف کرد و سامان داد؟

کریمی قدوسی: یکی از سیاست های اصلی بنیاد ملی بازی های یارانه ای در چند سال اخیر به غیر از چند استثنا، حمایت از انتشار رسمی بازی های خارجی در کشور است که نه تنها به دنبال این نیستیم که بازی های خارجی به صورت رسمی وارد کشور نشود بلکه به دلیل تبعات بسیار مثبت آن با آن موافق هستیم. هدف اصلی بنیاد حمایت از بازی ساز های ایرانی است.

عوارض، یک وسیله لازم و نه کافی برای رسیدن به این هدف است. حال این پرسش مطرح است که این عوارض کجا استفاده می شود و کجا مزیت رقابتی دارد؟ باید از این عوارض جایی استفاده کنیم که به نفع تولیدکننده داخلی باشد نه فقط قیمت بازی خارجی را بالا ببرد.

بازار بازی ایران دو قسمت فیزیکی و دیجیتالی دارد. بازی فیزیکی همان بازی های کرک و کیبی هستند که بنیاد به آنها هولوگرام می دهد و این (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) نقد به بنیاد وارد می شود که چرا هولوگرام می دهد؟ ما بسیار علاقه مندیم که به این بازی ها هولوگرام ندهیم ولی مجبور هستیم؛ تا بتوانیم بخشی از بازار را برای کسانی که دنبال محتوای مناسب هستند اصلاح کنیم. اگر بنیاد هولوگرام روی بازی ها نزند یعنی نمی دانیم در قاب cd بازی هایی که در مقاله ها وجود دارد چه چیزی است و نمی توانیم هم تک تک CD ها را چک کنیم و این اتفاق به دلیل نبود کپی رایت می افتد.

قسمت دوم بازار بازی، بازی دیجیتال است که دو نکته مهم در این باره وجود دارد نخست اینکه اگر ف्री میوم (Freemium یا رایگان پایه) و ف्री تو پلی (Free to Play یا رایگان) در ایران و دنیا ایجاد نمی شد هیچ گاه درباره واردات رسمی بازی های خارجی این قدر راحت صحبت نمی کردیم. چرا این اتفاق افتاد؟ زیرا این بازی ها غیرقابل کرک شدن و کپی شدن هستند و اگر هم کپی شوند به سرور اصلی بازی وصل نمی شود و تمام خوبی های این بازی ها هم در آنلاین بودن آنهاست. بنابراین خود فناوری ف्री تو پلی تأثیر گذار بوده که اکنون در کشور مصرف بازی افزایش یافته است. زیرا مردم ایران عادت به استفاده مجانی دارند و ف्री تو پلی به معنای استفاده مجانی از بازی و امکان پرداخت در صورت دلخواه است.

این امر باعث شده شاهد واردات رسمی بازی در کشور باشیم و بازی های پرمیوم فعلاً در کشور پاسخگو نخواهد بود. همچنان که آمار فروش بازی های پرمیوم در مارکت های رسمی ایرانی گواهی بر این موضوع است که اکثر فروش، در بازی های رایگان است. اما چرا باید روی بازار دیجیتال موبایل به عنوان یک بخش از بازار عوارض بگذاریم؟ در بازار ایران برخلاف بازارهای دیجیتال دنیا مرز دیجیتال داریم؛ به این معنا که مانند نروژ، فنلاند و دیگر کشورها یک مارکت گوگل پلی در ایران وجود ندارد که مردم بازی موردنظر خود را از این بستر بخرند. فردی که قصد دارد در ایران یک بازی را منتشر کند باید روش پرداخت ما را رعایت کند و در مارکت داخلی ما بازی را بارگذاری کند. این به معنی بازار محلی داخلی است که توسط دیگر کشورها قابل دسترسی نیست و جذایبی هم برای آنها ندارد.

در نتیجه ما به بازار جهانی وصل نیستیم و بازار محلی خود را داریم. نمونه این بازار چین است. در پاسخ به این سؤال که چرا بازی موبایل؟ باید بگوییم در این حوزه مزیت رقابتی داریم و بازی سازهای ایرانی می توانند بازی بسازند و عملکردشان نشان داده در چند سال اخیر علیرغم عدم حمایت عمده بنیاد از ساخت بازی های موبایل و هزینه نکردن در این بازار، بازی موبایل ساخته شده و میلیاردها هم فروش رفته است. پس نشان از مزیت رقابتی بازی سازی موبایل در ایران دارد. اکنون بازار خود را در اختیار شرکت های خارجی قرار داده ایم که اشکالی ندارد و بازی سازهای داخلی بیایند و با بازی سازهای خارجی رقابت کنند؛ اما از سوی دیگر به دلیل وجود مرز دیجیتال در ایران امکان صادرات نداریم که پارادوکسی جدی را رقم زده است.

دو شائبه درباره طرح اخذ عوارض از بازی های خارجی، مطرح شد که نخست تضعیف بازار و دوم اقبال مارکت های خارجی بود. بازار اصلاً تضعیف نمی شود، چه کسی گفته عوارض روی قیمت تمام شده اضافه شود؟ مارکت و ناشر بخش خصوصی هستند و ممکن است تشخیص دهند اگر قیمت را اضافه کنند مردم بازی را نخرند یا بخرند. ممکن است تشخیص دهند ۵ درصد یا ۶ درصد یا ۱۰ درصد اضافه کنند. چرا ناشر خارجی باید بفهمد که در ایران ۱۰ درصد عوارض روی بازی گذاشته می شود؟ مارکت سود شرکت خارجی را پرداخت کند و از سود خود کم کند.

درباره شائبه دوم برخی می گویند ممکن است مردم در نتیجه اخذ این عوارض و افزایش قیمت بازی خارجی، به سمت گوگل پلی بروند و بازی های خود را از آنجا دانلود کنند. در پاسخ به این سؤال دو فاکتور مهم وجود دارد: نخست اینکه گوگل پلی روی ایرانی ها تحریم و بسته است و کاربر ایرانی نمی تواند در گوگل پلی پرداخت کند. علاوه بر این حتی نمی تواند به عنوان مارکت فیزیکی در استیم ثبت کند. به دلیل تحریم ها آنها پرداخت خود را روی ما بسته اند بدون VPN نمی توانیم پرداخت کنیم و VPN را هم در ایران به رسمیت نمی شناسیم.

برخی می گویند ممکن است قیمت بازی خارجی در ایران افزایش یابد. در ایران قیمت بازی خارجی رسمی متوسط دلاری ۳ هزار تومان تا ۳۱۰۰ تا ۳۲۰۰ تومان است. در برخی کشورهای دیگر از جمله روسیه هم این چنین است که به دلیل قدرت خرید مردم دلار را کمتر حساب می کنند در صورتی که اگر مردم بخواهند گیفت کارت یا کریت کارت یا دبیت کارت بگیرند و شارژ کنند باید دلار ۴۷۰۰ بخرند و اختلاف قیمت جدی است و این ۱۰ درصد حتی اگر به قیمت نهایی بازی اضافه شود هنوز فاصله زیادی با قیمت جهانی بازی در مارکت خارجی دارد. پس مردم به سمت بازار جهانی شیف نمی کنند و این فرض غلط است. نکته مهم دیگر این است که گفته می شود همانطور که مارکت ها توانسته اند رقابت کنند بازی ساز های ایرانی نیز رقابت می کنند. در حالی که اگر گوگل پلی در ایران بود و پرداخت شتابی برای آن فعال بود آیا مارکت ایرانی رشد می کرد؟ در نبود لوپر، آمازون و یوتیوب سرویس های داخلی ایجاد شدند در حالی که اکنون هیچ امکان ویژه ای با بازی سازی ایرانی نداریم.

بازی ساز ایرانی و خارجی در زمین رقابت برابر نیستند و حتی شرایط برای بازی ساز ایرانی بدتر است؛ زیرا باید پول حقوق، بیمه و ... بدهد. اخذ عوارض از بازی های خارجی دو سود دارد. نخست بحث اقتصادی و تقویت فضای کسب و کار و دوم: انجام کارهای زیرساختی از پول جمع شده. تقویت فضای کسب و کار یعنی همه شامل دولت، مرکز ملی فضای مجازی و بخش خصوصی باید روی تولید داخل سرمایه گذاری کنند. در کشور ما شرایط کسب و کار به گونه ای است که سرمایه گذار دارای پول ترجیح می دهد بازی خارجی را بیاورد و پول بازاریابی و تبلیغ بدهد به جای اینکه بخواهد دو سال روی تولید داخل سرمایه گذاری کند؛ در این صورت به جای خواب پول، یک مالیات بر ارزش افزوده می دهد و به این ترتیب واردات بازی خارجی را به صرفه تر می داند. بنابراین سرمایه خصوصی جذب این صنعت نمی شود. بخش دوم انجام هزار کار زیرساختی از پول جمع شده است. به صورت مشخص ۳ تا ۴ سیستم برای هزینه کرد این پول در نظر گرفته ایم. نخست: هرم حمایت که یک سال روی این موضوع کار شده و اکنون وارد دیالوگ با مرکز ملی فضای مجازی شده ایم و بخش خصوصی باید روی آن نظر بدهد. هرم حمایت یک سیستم شفاف برای کمک کردن به بازی ساز داخلی است. همه جای دنیا هم دولت ها پول برای بازی سازی می دهند. برای مثال فنلاند حتی به سوپرسل که بسیار فروخته پول داده است. ذات پول دادن چیز بدی نیست که کار هرم حمایت درست پول دادن است. اقدام دوم: کمک به ناشران داخلی برای انتشار بازی ایرانی در خارج از کشور است تا ریسک انتشار بازی ایرانی در خارج را کاهش دهیم. این کار از طریق حمایت هایی از جمله جذب کاربر در خارج از کشور انجام می شود. مثلاً ۲۰ هزار دلار به آنها بدهیم. سوم: آوردن افراد تأثیرگذار و مدیران پروژه از خارج از کشور است که افراد نامدار یک یا دو سال در ایران منتورینگ (Mentoring) یا آموزش توسط افرادی دارای تخصص، تسلط، تجربه در یک زمینه مشخص (فیزیکی) کنند و در قالب توسعه دهنده، تهیه کننده یا بازی سازها آموزش دهند. محل اقامت و حقوق این افراد، هزینه بر است و تقبل آن بیشترین کمک را به تولید داخل می کند.

البته تمامی این برنامه ها تا زمانی که با مرکز ملی فضای مجازی و بازی سازها هماهنگی نشود اجرا نخواهد شد. گفته ایم تا زمانی که (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) نظارت خوبی روی پول جمع آوری شده از عوارض نباشد، کاری نمی کنیم. ما در بنیاد برای برنامه های خودمان ۱۲ میلیارد تومان بودجه کافی داریم و نیازی به این پول نداریم و قرار نیست هزینه کار و عملیات ما شود؛ بلکه پول عوارض برای تولیدکننده داخلی بازی و زیرساخت است و باید خود تولیدکننده ها و مرکز ملی فضای مجازی بر این کار نظارت کنند و بپرسند این پول کجا هزینه می شود. بنابراین درباره هزینه کرد این پول پیشنهادها داریم و باید با مرکز ملی فضای مجازی و بازی سازها بنشینیم و صحبت کنیم. نوع هزینه کرد و گزارش هزینه کرد باید با نظارت بازی ها و مرکز ملی فضای مجازی باشد. ادامه دارد...

گفت و گو از فاطمه سامعی

در بخش دوم این میزگرد پاسخ های حاضران به انتقادات را خواهید خواند.

بخش هایی از مهم ترین صحبت های بخش دوم میزگرد به شرح زیر است:

قصیحی: هیچ کشوری عوارض بازی دیجیتال ندارد، از ما گرفتند از شان بگیریم نگرقتند نگیریم.

کرباسی: در قانون ایران از همه صنایع خارجی عوارض گرفته می شود.

حاجی هاشمی: برای بازی ساز ایرانی قدری سهم باز کنیم تا خود را بالا بکشد و همزمان تمام قد مقابل قاچاق بایستیم.

کریمی قدوسی: پس از اینکه از مارکت های رسمی عوارض گرفتیم وجدانمان اجازه نمی دهد با قاچاق مبارزه نکنیم / قطعا به هیچ وجه عوارض را از ۱۰ درصد افزایش نمی دهیم.

انتهای پیام /



زشت و زیبای اخذ عوارض از بازی خارجی برای کمک به بازی ایرانی / جای خالی جسارت تجربه رجیستری در صنعت بازی

در صنعت بازی (۱۳۹۵-۱۳۹۶-۱۳۹۷)

اقتصاد ایران: در میزگردی در فارس ابعاد اخذ عوارض از بازی های رایانه ای خارجی با نگاه از منظر کاربران، بازی ساز، بازار و حاکمیت بررسی شد.

به گزارش خبرنگار فناوری اطلاعات خبرگزاری فارس، موضوع اخذ عوارض از بازی های رایانه ای خارجی به عنوان مهم ترین خبرهای این روزهای صنعت بازی خیرساز و چالش برانگیز شده است.

فارس تلاش کرده با برگزاری میزگردی ابعاد مختلف این تصمیم را برای نخستین بار از نگاه تمامی ذینفعان یعنی کاربران، بازی ساز، مارکت و حاکمیت بررسی ترسیم کند.

در این میزگرد آقایان حسن کریمی قدوسی رییس بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حاجی هاشمی کارشناس صاحب نظر در صنعت بازی، امیر سپاهی مدیر حقوقی مارکت ایرانی کافه بازار و امیرحسین قصیحی و بابک کرباسی فعالان بازی ساز حضور یافتند.

موضوع اخذ عوارض از مصوبه شورای عالی فضای مجازی درباره سیاست های حاکم بر برنامه ملی بازی های رایانه ای نشأت می گیرد و بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان حاکمیت پیگیر اجرای این مصوبه است؛ این مقررات جدید با انتقاد مارکت های رسمی داخلی روبه رو است که نگران افزایش قیمت بازی و تمایل بازی کننده های به سمت مارکت های بی مجوز خارجی هستند، بزرگترین مارکت اپلیکیشن ایرانی منتقد جدی این طرح است؛ همچنین از آنجا که عواید حاصل از این عوارض قرار است به بازی سازهای ایرانی کمک کند برخی بازی سازهای ایرانی موافق این تصمیم به نفع صنعت داخل هستند. کرباسی فعال تولید بازی موافق جدی این طرح است که معتقد است عوارض بسیار بیشتر از ۱۰ درصد باید باشد و شامل همه بازی های خارجی شود؛ در مقابل برخی بازی سازها در مخالفت با این تصمیم معتقدند مضرات این کمک دولتی از محاسن آن بیشتر خواهد بود؛ چنانکه قصیحی مخالف طرح است و معتقد است اگر از راه خلاقی قرار است کمک شود راضی به دریافت کمک نیستند. حاجی هاشمی به عنوان کارشناس صاحب نظر در صنعت بازی نیز بر محاسن اخذ عوارض تاکید دارد اما اجرای برخی اقدامات و به ویژه مقابله همه جانبه با قاچاق را همزمان با اخذ عوارض ضروری می داند. وی تجربه همکاری در تدوین سیاست های برنامه ملی بازی را هم در کارنامه دارد.

در این میزگرد تلاش شد به مهم ترین ابعاد این وضع این قانون جدید از جمله تاثیر شرایط جدید بازار بازی بر مصرف کننده و بازی ساز، احتمال ایجاد تبعیض بین بازار کسب و کار ایرانی و خارجی فروش بازی، الزامات اجرای صحیح تصمیم اخذ عوارض از بازی های رایانه ای، نحوه هزینه کرد عوارض اخذ شده به نفع بازی ساز و نظارت بر عوارض اخذ شده پرداخته شود.

این میزگرد در ۳ بخش تهیه شده که به ترتیب در خبرگزاری فارس منتشر خواهد شد.

نخستین بخش از این میزگرد را در زیر می خوانید:

فارس: تاثیر اخذ عوارض از بازی های خارجی روی مصرف کننده و بازار بازی سازی چه خواهد بود؟

قصیحی: حرکت اخذ عوارض از بازی های خارجی دارای نیت خیر است و کسانی که به این طرح فکر کرده اند قطعاً نیت شان رشد بازی سازی در کشور و بهتر شدن وضعیت همه بچه ها در کشور است. در این شکی نیست اما به نظر من این طرح از جنبه های مختلفی قابل بررسی است. همیشه برای یک بازی ساز بسیار مهم است که بازار صحیح داشته باشد که بتواند بازی خود را با قیمت صحیح و روش های صحیح به دست مخاطب برساند. طی ۱۰ سال گذشته که بازی سازی در ایران جدی شده است متأسفانه بزرگ ترین مشکل بازی سازی همین مسئله بوده است. امروز نیز بزرگ ترین مشکل بازی سازها، بازار فروش بازی است. از این جهت که مخاطب ایرانی برای محصول بازی پول نمی دهد و این یک بحث خیلی جدی و مشکل فرهنگی است که از قدیم داشته ایم و (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) خود ما نیز با این بازی ها بزرگ شده ایم اما برای آنها پول نداده ایم.

همیشه نسخه های غیرقانونی، کرک و کپی بوده است. پیش از اینترنت دسترسی به این بازی ها بسیار ارزان بود و برای مثال با هزار تومان می شد یک CD بهترین بازی جهان را خرید که در خارج کشور شاید تا ۶۰ دلار قیمت داشت.

پس از ورود اینترنت این روند شدیدتر شد زیرا سایت های دانلود به وجود آمدند و دانلود غیرقانونی باب شد. بنابراین این مسئله باعث می شود که قیمت صحیح بازی را در کشور نداشته باشیم. ما وقتی سال ۸۹ بازی گرشاسب را در بازار منتشر کردیم، مجبور شدیم با قیمت ۳ هزار تومان بفروشیم درحالی که همان سال همان بازی را با قیمت ۱۹ یورو در کشورهای دیگر منتشر کردیم. اختلاف شدید بود و در ایران نمی توانستیم بازی را حتی با قیمت ۵ هزار تومان بفروشیم زیرا در ایران بازی خارجی با قیمت هزار تا ۲ هزار تومان فروخته می شد. بنابراین آرزوی هر بازی ساز بود که یک روز بازار ایران اصلاح شود و ایرانی ها برای کالای فرهنگی مانند بازی، فیلم سینمایی و موسیقی پول بدهند.

اگر بخواهیم مثال بزنیم فرض کنید بهترین خودروهای جهان از جمله بنز و BMW رایگان یا با قیمت ۱۰۰ هزار تومان البته به صورت غیرقانونی در ایران بفروشند و همه در ایران آنها را داشته باشند که وضعیت فعلی بازار بازی ایران این گونه است زیرا عمده روشی که مردم بازی تهیه می کنند کپی یا کرک و دانلود است و حتی آنهایی که خریداری می شوند نسخه های کرک غیرقانونی است که ۲ تا ۳ هزار تومان قیمت دارند.

در حوزه بازی موبایلی عمده دریافت بازی های موبایلی از سایت های غیرقانونی است که به تعداد زیاد فعال هستند. در این بازار، بازارهایی مثل برخی مارکت های موبایلی تصمیم گرفتند صحیح و قانونی هم محصول ایرانی و هم محصول خارجی را ارائه کنند و برخی مردم هم حاضرند برای این بازی ها پول بدهند. در مثال خودرو فرض کنید در شرایطی که بنز و بی ام و رایگان با قیمت ۱۰۰ هزار تومان به صورت غیرقانونی در ایران وجود دارد شرکتی یک خودروی چینی را با قیمت ۵ میلیون تومان اما به صورت مجاز وارد کرده و می خواهد بفروشد و در این وضعیت بازار یک سری افراد نیز حاضرند برای این خودروی چینی پول بدهند اکنون دو سه سالی است که تعدادی ناشر خارجی محصولات خود را رسمی در ایران می فروشند همیشه بچه های ایرانی همان بازی ها را به صورت دزدی بازی کرده اند حضور ناشر خارجی باعث فرهنگ سازی شده است. قیمت ها را اصلاح می کنند، پشتیبانی صحیح به کاربر می دهد و مردم به تدریج یاد می گیرند که برای پشتیبانی رسمی باید پول بدهند. یاد می گیرند نباید بازی ها را دزدی بگیریم باید پول بدهیم. این فرهنگ سازی به نفع بازی ساز است زیرا وقتی به تدریج قیمت ها اصلاح شد مردم به بازی ساز ایرانی هم پول می دهند. فعلاً دغدغه ما این است که به جوان ایرانی بگوییم باید پول صحیح و قانونی برای بازی بدهی نه پول دزدی برای بازی غیرقانونی.

نمی دانم چه طور شد که ناشران خارجی وارد ایران شدند و بازار ایران را تست کردند اما اتفاق خیلی خوب و مثبتی است. عوارض دقیقاً خلاف جهت این جریان است.

در مثال خودرو، بنز و بی ام و رایگان است و همه دارند و شرکت چینی می گوید مردم این خودروها را سوار نشوید دزدی است بیاید ماشین چینی ۵ میلیونی را بخرید. در این شرایط به شرکت چینی می گوییم شما که این کار را می کنید و در حال ایجاد جریانی هستید که علاوه بر اینکه تشویق نمی شوی باید عوارض بدهی و به تمام دزدها هم کاری نداریم. یعنی همان کاری که سال ها سایت های عرضه بازی که غیرقانونی بازی ارائه می کنند و کاری با آنها نکرده ایم و باعث شد بازی سازهای خارجی هیچ وقت روی بازار ایران حساب نکنند. اکنون چند ناشر خارجی به احترام بازی کننده ایرانی بازی خود را فارسی می کنند و پشتیبانی می دهند. می خواهیم کارش را سخت کنیم که اساساً این مسیر عکس اصلاح بازار است. زیرا همیشه یک بازار سالم قانونی می خواستیم که این حرکت ضربه زدن به بازار قانونی است، علاوه بر اینکه هیچ قدمی در مقابله با بازار دزدی و غیرقانونی بر نمی داریم و همچنان بازی های غیرقانونی روی سایت های دانلود وجود دارند و هیچ تغییری در این وضعیت ایجاد نشده است.

بحث دیگر این است که منبع درآمد حاصل از این عوارض کمک به بازی ساز داخلی کند. کمک به بازی ساز داخلی خیلی خوب است و باید به او کمک شود اما دولت از منابع مختلفی می تواند این حمایت را انجام دهد که امیدواریم از این منبع نباشد. حتی اگر پدر من هم بگوید می خواهم خرج تو را بدهم اما از یک راه غیرقانونی می خواهم آن را تهیه کنم من راضی نیستم. امیدوارم از یک راه صحیح این پول بیاید. هیچ وقت معتقد نیستیم که هدف وسیله را توجیه می کند بنابراین کمک به بازی ساز ایرانی خیلی خوب است. هر چقدر عالی است اما امیدوارم از این روش نباشد فکر می کنم این طرح به بازی ساز ایرانی کمک نمی کند. زیرا باید بازار در بلندمدت برای بازی ساز ایرانی اصلاح شود. همان طور که در گذشته بازار بزرگ ترین دشمن بازی ساز ایرانی بوده است این طرح هم قدمی است برای تضعیف بازار بازی. اگر امروز مردم یاد می گیرند که برای بازی خارجی پول خرج کنند فردا هم برای بازی داخلی پول می دهند که البته این اتفاق اکنون رخ داده است. در بزرگ ترین مارکت برنامه موبایلی ایرانی از ۱۰ بازی برتر ۵ بازی خارجی و ۵ بازی ایرانی است. این نشان می دهد اکنون محصولات ایرانی عالی داریم که در حال رقابت با بهترین های بین المللی هستند. راه رقابت وجود دارد. در مجموع وقتی بازار قوی باشد به نفع بازی ساز ایرانی هم هست. عوارض در بلندمدت حتماً به حضور بازی ساز ایرانی است.

فارس: آیا بازی ساز های ایرانی همگی معتقد هستند اخذ عوارض از بازی های خارجی به نفع مصرف کننده و بازی سازی ایرانی است؟

کریاسی: به نمایندگی از چند ده شرکت بازی ساز چند سال پیش به نتیجه رسیدیم و به شورای عالی فضای مجازی و بنیاد ملی بازی های رایانه ای پیشنهاد داده ایم از حامل های فیزیکی مثل کنسول و کلاً بازی های وارداتی عوارض دریافت کنند که از لفظ مالیات استفاده می کردیم. نظر ما این بود که این مالیات هم عددی باشد که بتواند در بازار رقابتی را برای بازی سازی داخلی برابری ایجاد کند. مثلاً ۳۰ درصد باشد که گفتند کارشناسی شده نیست و به عدد ۱۰ درصد رسیدند اما به عنوان بازی ساز معتقدم با ۱۰ درصد اتفاق خاصی در بازار نخواهد افتاد و طی ۴ تا ۵ سال آینده باید این عدد بیشتر شود. درباره هزینه های تولید داخلی آقای فصیحی نیز حرف هایی را گفتند.

نشر بازی در کشور در حال انجام است و عوارض که به اعتقاد من خوب است باعث ایجاد عدالت در بازار می شود. اخذ عوارض از بازی خارجی باید روی تمام پلت فرم ها از جمله PC، موبایل و بازی های آنلاین با هم دیده شود. قانون گذار باید بگوید اگر یک بازی خارجی رسمی وارد ایران می شود و یک مارکت ایرانی آن را منتشر می کند از آن عوارض گرفته شود، اگر روی DVD برای PC نیز منتشر می شود باز هم به نوعی عوارض گرفته شود و اخذ عوارض به حوزه موبایل محدود نشود.

در کنار اخذ عوارض باید با حوزه قاچاق نیز برخورد جدی شود. در حال حاضر نسخه های غیرقانونی بازی ها در ایران و جاهت قانونی می (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) گیرند و هم زمان که روی مارکت های رسمی گذاشته می شوند روی تمام سایت های ایرانی یا دامنه IR موجوداند.

شورای عالی فضای مجازی باید خارج از روند فیلتر کردن ضوابطی بگذارند که برخورد با قاچاق در حوزه بازی تسهیل شود. برخورد با بازار غیررسمی، عدالتی برای ناشران ایجاد می کند که می توانیم حقوق خود را از آنها مطالبه کنیم. وقتی عوارض گرفته شود بازار بی در پیکر و بی ضابطه بازی موبایل که در نتیجه آن تعداد قابل توجهی بازی وارد کشور می شود سامان می گیرد.

بازی های خارجی که وارد بازار ایران می شوند شرایط رقابتی را برای بازی ایرانی نمی سازند. کشور ما قرار نیست از این حوزه گذر کند و برای مثال ۵ بازی بسازد و تمام شود. قرار است طبق سند بالادستی ایران کشوری باشد که حوزه بازی تولید، اشتغال و حتی صادرات داشته باشد.

درحالی که امکان گذاشتن بازی روی استیم (درگاه خارجی بازی)، کنسول ها، گوگل و اپل به بازی ساز ایرانی داده نمی شود، اما بازی همان کشورها را در ایران می فروشیم این سرتکه کردن قیف است. قرار است بازی سازی در ایران شکل بگیرد قرار نیست به کشورهای دیگر منتقلت پرسیانیم.

دائمه گیرم در تمام دنیا توسط ناشران تربیت می شود. فلکه بازی خارجی باز است و می گویم دائمه گیرم ایرانی بازی خارجی می پسندد. اکنون عدالت و برابری در بازار بازی ایران نیست. در بزرگ ترین مارکت اپلیکیشن ایرانی از ۵۰ عنوان برتر ۲۴ عنوان گیرم است که در حالیکه باید حداقل ۱۸-۱۷ عنوان ایرانی باشد اما ۷ عنوان ایرانی است. علت این امر تعدد بازی های خارجی است که بی ضابطه وارد کشور شده اند.

برای مثال شرکت فلاتندی فلان بازی معروف را برای بازار ۲۰ میلیونی ایران نساخته بلکه برای بازار چند ده میلیونی جهان تولید کرده است. بازار ایران هم برایش مهم نبوده که اگر مهم بود به گوگل پلی فشار می آورد که مارکت خود را روی ایران باز کند.

شرکت هایی که رایزنی می کنند و این بازی ها را به ایران می آورند در وهله اول به فکر خودشان هستند. آن بازی با چند میلیون دلار هزینه ساخت برای فروش در بازار جهانی در کنار بازی من بازی ساز داخلی قرار می گیرد که بازی ام را با ۵۰ میلیون تومان ساخته ام و از من توقع می شود که بازی ۵۰۰ میلیون تومانی بسازم که این عدالت نیست.

معتقدم اخذ عوارض کاملاً می تواند به صنعت بازی کشور کمک کند به چند شرط. نخست اینکه برای ناشران در پلت فرم های مختلف دیجیتال، حامل، PC، سخت افزار قانون یکسان اجرا شود و نگویند کنترل شدنی نیست.

دوم اینکه برای ناشران عدالت رعایت شود که نسخه غیرمجاز در سایت های دائلود به فروش نرسد و سوم اینکه محل هزینه کرد عوارض مشخص شود. این عوارض قرار است به حساب خزانه واریز و بخشی از بیت المال شود و بعداً بر اساس آن عدد واریزی، مبلغی به صنعت بازی سازی داخلی برگردد. وقتی این عدد برگشت نباید خرج افراد شود بلکه باید در زیرساخت صنعت بازی خرج شود و در پروژه ای هزینه شود که درآمدزایی اش را تضمین کند و صادرات داشته باشد برای مثال این مبلغ حتی می تواند در مجموعه ای که کار نشر انجام می دهند تزریق شود و به این حوزه را تقویت کنند که البته این پیشنهاد خام است. علاوه بر این، با نظرات دستگاه های نظارتی می تواند به مارکتی تعلق بگیرد که دانش بنیان باشد که نه در حوزه دولتی بلکه در حوزه واقعی ساخت بازی و اشتغال زایی فعال است که آن مارکت از بازی خارجی عوارض بگیرد و بخشی از عوارض به صورت تشویقی به خودش اختصاص یابد. اما اگر قرار نیست ساماندهی جمع عوارض دریافتی به سود آینده صنعت بازی کشور باشد بهتر است در بیت المال بماند و حتی بهتر است دولت با آن آزادراه تهران شمال را تمام کند.

از سوی دیگر به عنوان یک دغدغه مند فرهنگی معتقدم که با وجود محصولات روز آمریکایی و اروپایی در کشور که حتی بعضاً مضر هم نیستند شرایط لازم برای تربیت نسل جوان در کشور را نداریم. اما درباره این بازی ها کارشناسی را بنیاد انجام می دهند و به بازی بد مجوز نمی دهند، اما این بازی ها زندگی بچه ها را بسیار تغییر می دهد. ایران را نباید با کشورهای دیگر مقایسه کرد. شرایط ایران از جمله شرایط زندگی، فرهنگی، آموزش و پرورش و ... در ایران قابل مقایسه با برخی کشورها نیست. در این حوزه علاوه بر عوارض باید به ناشران تعداد بدهند که برای مثال در سال ۵۰ بازی بیاورند اما بازی خوب سطح بالا بیاورند. از سوی دیگر ناشران باید توجه باشند که قانون اساسی ایران اجازه رعایت کپی رایت خارجی را فعلاً نداده و به بازار تجارت جهانی نیبسته ایم؛ کپی رایت داخلی داریم و سخت و سخت اجرا می شود اما کپی رایت خارجی را در آثار فردی داریم. کپی رایت کتاب داریم، فیلم را نداریم و موسیقی را گاهی داریم.

خروج ارز از کشور از طریق برخی بازی های آنلاین یک امتیاز است که حاکمیت از روی غفلت یا اینکه حواسش نیست حتی شبکه شتاب را برای پرداخت پول آن وصل کرده است. قدرش را بداند ناشران خیلی مصر نباشد که عوارض در دسر برایشان درست کرده است. مسئولان حواسشان را جمع کنند که با ارزی که به صورت رسمی از طریق بازی خارج می شود چرا فیلم و محصولات فرهنگی دیگر را به صورت اصل نمی توانیم بیاوریم؟ قرار است فعلاً تجارت جهانی را آغاز نکنیم که این برای برخی ناشران امتیاز است. بنابراین با قانون گذار همکاری کنند.

فارس: حالا بحث را به سمت بازار بچرخانیم و از منظر بازار این سوال را مطرح کنیم. طرح جدید چه تأثیری روی مارکت فروش بازی و به تبع بازی ساز و بازی کننده دارد؟

سپاهی: ما چند مشکل با این موضوع داریم که در صحبت های بازی سازهای موافق و مخالف این طرح نیز وجود داشت. نخست اینکه با اظهارات آقای فصیحی مبنی بر تضعیف صنعت بازی موافق هستیم. برای مثال در ایران مارکت خارجی گوگل پلی به صورت پیش فرض روی گوشی های اندرویدی نصب می شود و فعال است. در کنار مارکت های خارجی مارکت های ایرانی کافه بازار، مایکت، ایران اپس و ... نیز فعالیت می کنند که هر کدام ده ها هزار کاربر دارند. اینکه بخواهیم بازار را به سمت بازار غیررسمی و مارکت های خارجی سوق دهیم و تصور کنیم با این کار بازار داخلی جان می گیرد، استدلال منطقی نیست. زیرا همانطور که مارکت های اپلیکیشن توانستند در ایران جان بگیرند بازی سازها نیز این قدرت را خواهند داشت.

آقای کریمانی درباره نظرات بر بازارهای غیررسمی داخلی و خارجی در کنار اجرای این طرح روی مارکت های داخلی، صحبت کردند بخش زیادی از بازار بازی ایران در اختیار مارکت های غیررسمی است و نظارتی بر بازار غیررسمی وجود ندارد. به این ترتیب با وضع این قانون صرفاً عوارض از مارکت های دارای مجوز دریافت می شود با این هدف که یک عده بازی ساز با ساز و کاری که هنوز مشخص نیست، کمک شوند. بنابراین در این میان سوال مهم وضعیت بازارهای غیررسمی است.

پس از وضع قوانین اخذ عوارض، با احتساب ۱۰ درصد عوارض قیمت بازی در مارکت های رسمی افزایش می یابد و کاربران باید این هزینه را تقبل کنند که شاید افزایش هزینه تا جایی قابل درک باشد و از مقطعی به بعد شاید کاربر مارکت ایرانی را رها کند و از مارکت خارجی و بازارهای غیررسمی که همچنان فعالیت می کنند، بازی خود را بگیرد. در این روش بخش دیگری از صنعت بازی که همان مارکت ها هستند زمین می خورد و منطقی نیست که برای اصلاح (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بخشی از صنعتی، بخش دیگری از آن را خراب کنیم.

معتقد این اقدام کاملاً مخالف حقوق رقابت است زیرا در واقع دولت وارد صنعتی شده، روی بخشی از آن دست گذاشته و بخش دیگر را رها کرده است. برعکس اظهارات آقای کریسی مبنی بر لزوم مساوی بودن شرایط رقابت برعکس شرایط اصلاً مساوی نخواهد شد بزرگ ترین ضربه این موضوع خواهد بود که به مرور مارکت های ایرانی از بین خواهند رفت.

فارس: این سوال را از وجه دیگری ببرسیم. فکر می کنید با اجرای این طرح بین مارکت ایرانی و خارجی تبعیض ایجاد خواهد شد؟ حاجی هاشمی: بحث اخذ عوارض به عنوان مالیات اضافه ای از بازی خارجی باید در شرایط بازار ایران باید بررسی شود. در شرایطی قرار داریم که در حالیکه اجازه صادرات به محصولات بازی های ایرانی داده نمی شود کاملاً به بازی های خارجی اجازه ورود به بازار خود را داده ایم و به راحتی در ایران فعالیت می کنند. اساساً در حوزه بازی، فضای آزاد تبادل در بازار جهانی را نداریم. این در حالی است که در کشورهای دیگر که حتی فضای آزاد تبادل وجود دارد، در سال های اخیر به ویژه از سال ۲۰۱۵ در برخی کشورها از بازی های خارجی مالیات بر ارزش افزوده (VAT) علاوه بر مالیات عوارض گرفته می شود.

این امر به این دلیل است که حتی کشورهایی که در فضای آزاد با یکدیگر رقابت می کنند با این مشکل مواجه شده اند که سبلی از واردات به سمتشان می آید؛ همچنان که اخیراً استرالیا از نت فلیکس (شبکه ویدئویی) مالیات می گیرد. آنها می بینند که بازی های کلش آف کلنز یا حتی پوکمون گو در مدت کوتاه فعالیت خود، دنیا را گرفتند این شرایط عادی نیست که بگوییم شرایط عادی داریم و می خواهیم در این شرایط عادی تولید، صادرات و رقابت کنیم. این بحث نیز از این قضیه شروع شد که با چند موج در ایران مواجه بودیم از جمله بازی ترلوین و کلش آف کلنز و آمارهای عجیب و غریبی مبنی بر اینکه روزانه صد میلیون تومان درآمد از این بازی ها برای کشور خارجی از بازار ایران حاصل می شود. در این شرایط با بازی سازان که صحبت می کنیم متوجه می شویم این بازی ها توانسته اند بازار را تکان دهند که نه تنها برای ایران بلکه برای کشورهای دیگر نیز عادی نیست. بنابراین باید به این سمت یعنی ساماندهی بازار بازی های خارجی برویم. روی دیگر سکه بحث اخذ عوارض از بازی های خارجی، فعالیت مارکت های خارجی در ایران است که به صورت غیرمستقیم از طریق کیف پول های مجازی و گیفت کارت درآمدزایی می کنند که باید ساماندهی شوند. باید برای مارکت ایرانی و خارجی رقابت عادلانه ایجاد کنیم نه اینکه از مارکت ایرانی عوارض بگیریم و از خارجی نگیریم. اکنون مارکت خارجی مالیات و عوارض به ایران پرداخت نمی کند، ارزش افزوده ای که از تجارت این مارکت ها نصیب کشور می شود از سود گیفت کارت که کیف پول مجازی است حاصل می شود. در حالی که مالیات باید موقع خرید اخذ شود نه از گیفت کارت. اکنون مثل صرافی ها عمل می شود و تنها از سود و نه حتی از کل مبلغ مالیات بر ارزش افزوده گرفته می شود. نمی توان یک بام و دو هوا رفتار کرد. مردم ما اکنون گیفت کارت می خرند و در گوگل پلی طبق قوانین کشور دیگری متناسب با IP که با آن وصل می شوند، مالیات می دهند؛ زیرا گوگل ایران را تحریم کرده اما به ۴۰ کشور مالیات بر ارزش افزوده می دهد. این روند یعنی هیچ چیز این چرخه اقتصادی سر جایش نیست و عادلانه رفتار نمی شود.

معتقد همان اتفاقی که در بازار قاجاق گویی تلقین همراه افتاد، در صنعت بازی نیز این جسارت باید به خرج داده شود. نیاز داریم تکلیف خود را با مارکت های خارجی که بازی را به صورت قاجاق وارد می کنند روشن کنیم. اکنون این مارکت ها ارز را از کشور خارج می کنند یا نباید ارز از کشور خارج کنند یا اگر خارج می شود باید عوارض و مالیات را پرداخت کند که در مدل اجرایی این مطالبه، راهکارهای مختلفی وجود دارد که قابل بحث است.

فارس: ظاهراً در موافقان و مخالفان دغدغه نحوه هزینه کرد عوارض اخذ شده وجود دارد. این دغدغه را چطور می توان برطرف کرد و سامان داد؟ کریمی قدوسی: یکی از سیاست های اصلی بنیاد ملی بازی های یارانه ای در چند سال اخیر به غیر از چند استثنا، حمایت از انتشار رسمی بازی های خارجی در کشور است که نه تنها به دنبال این نیستیم که بازی های خارجی به صورت رسمی وارد کشور نشود بلکه به دلیل تبعات بسیار مثبت آن با آن موافق هستیم. هدف اصلی بنیاد حمایت از بازی ساز های ایرانی است.

عوارض، یک وسیله لازم و نه کافی برای رسیدن به این هدف است. حال این پرسش مطرح است که این عوارض کجا استفاده می شود و کجا مزیت رقابتی دارد؟ باید از این عوارض جایی استفاده کنیم که به نفع تولیدکننده داخلی باشد نه فقط قیمت بازی خارجی را بالا ببرد.

بازار بازی ایران دو قسمت فیزیکی و دیجیتالی دارد. بازی فیزیکی همان بازی های کرک و کی هستند که بنیاد به آنها هولوگرام می دهد و این نقد به بنیاد وارد می شود که چرا هولوگرام می دهد؟ ما بسیار علاقه مندیم که به این بازی ها هولوگرام تدهیم ولی مجبور هستیم تا بتوانیم بخشی از بازار را برای کسانی که دنبال محتوای مناسب هستند اصلاح کنیم. اگر بنیاد هولوگرام روی بازی ها نزند یعنی نمی دانیم در قالب cd بازی هایی که در منازعه ها وجود دارد چه چیزی است و نمی توانیم هم تک تک CD ها را چک کنیم و این اتفاق به دلیل نبود کیی رایت می افتد.

قسمت دوم بازار بازی، بازی دیجیتال است که دو نکته مهم در این باره وجود دارد نخست اینکه اگر ف्री میوم (Freemium یا رایگان پایه) و ف्री تو پلی (Free to Play یا رایگان) در ایران و دنیا ایجاد نمی شد هیچ گاه درباره واردات رسمی بازی های خارجی این قدر راحت صحبت نمی کردیم. چرا این اتفاق افتاد؟ زیرا این بازی ها غیرقابل کرک شدن و کیی شدن هستند و اگر هم کیی شوند به سرور اصلی بازی وصل نمی شود و تمام خوبی های این بازی ها هم در آنلاین بودن آنهاست. بنابراین خود فناوری ف्री تو پلی تأثیر گذار بوده که اکنون در کشور مصرف بازی افزایش یافته است. زیرا مردم ایران عادت به استفاده مجانی دارند و ف्री تو پلی به معنای استفاده مجانی از بازی و امکان پرداخت در صورت دلخواه است.

این امر باعث شده شاهد واردات رسمی بازی در کشور باشیم و بازی های پرمیوم فعلاً در کشور پاسخگو نخواهد بود. همچنان که آمار فروش بازی های پرمیوم در مارکت های رسمی ایرانی گواهی بر این موضوع است که اکثر فروش، در بازی های رایگان است. اما چرا باید روی بازار دیجیتال موبایل به عنوان یک بخش از بازار عوارض بگذاریم؟ در بازار ایران برخلاف بازارهای دیجیتال دنیا مرز دیجیتال داریم؛ به این معنا که مانند نروژ، فنلاند و دیگر کشورها یک مارکت گوگل پلی در ایران وجود ندارد که مردم بازی موردنظر خود را از این بستر بخرند. فردی که قصد دارد در ایران یک بازی را منتشر کند باید روش پرداخت ما را رعایت کند و در مارکت داخلی ما بازی را بارگذاری کند. این به معنی بازار محلی داخلی است که توسط دیگر کشورها قابل دسترس نیست و جذابیتی هم برای آنها ندارد. در نتیجه ما به بازار جهانی وصل نیستیم و بازار محلی خود را داریم. نمونه این بازار چین است.

در پاسخ به این سؤال که چرا بازی موبایل باید بگوییم در این حوزه مزیت رقابتی داریم و بازی سازهای ایرانی می توانند بازی بسازند و عملکردشان نشان داده در چند سال اخیر علیرغم عدم حمایت عمده بنیاد از ساخت بازی های موبایل و هزینه نکردن در این بازار، بازی موبایل ساخته شده و میلیاردی هم فروش رفته است. پس نشان از مزیت رقابتی بازی سازی موبایل در ایران دارد. اکنون بازار خود را در اختیار شرکت های خارجی قرار داده ایم که اشکالی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ندارد و بازی سازهای داخلی بایند و با بازی سازهای خارجی رقابت کنند؛ اما از سوی دیگر به دلیل وجود مرز دیجیتال در ایران امکان صادرات نداریم که پارادوکسی جدی را رقم زده است.

دو شائبه درباره طرح اخذ عوارض از بازی های خارجی، مطرح شد که نخست تضعیف بازار و دوم اقبال مارکت های خارجی بود. بازار اصلاً تضعیف نمی شود، چه کسی گفته عوارض روی قیمت تمام شده اضافه شود؟ مارکت و ناشر بخش خصوصی هستند و ممکن است تشخیص دهند اگر قیمت را اضافه کنند مردم بازی را نخرند یا بخرند. ممکن است تشخیص دهند ۵ درصد یا ۶ درصد یا ۱۰ درصد اضافه کنند. چرا ناشر خارجی باید بفهمد که در ایران ۱۰ درصد عوارض روی بازی گذاشته می شود؟ مارکت سود شرکت خارجی را پرداخت کند و از سود خود کم کند.

درباره شائبه دوم برخی می گویند ممکن است مردم در نتیجه اخذ این عوارض و افزایش قیمت بازی خارجی، به سمت گوگل پلی بروند و بازی های خود را از آنجا دانلود کنند. در پاسخ به این سؤال دو فاکتور مهم وجود دارد: نخست اینکه گوگل پلی روی ایرانی ها تحریم و بسته است و کاربر ایرانی نمی تواند در گوگل پلی پرداخت کند. علاوه بر این حتی نمی تواند به عنوان مارکت فیزیکی در استیم ثبت کند. به دلیل تحریم ها آنها پرداخت خود را روی ما بسته اند بدون VPN نمی توانیم پرداخت کنیم و VPN را هم در ایران به رسمیت نمی شناسیم.

برخی می گویند ممکن است قیمت بازی خارجی در ایران افزایش یابد. در ایران قیمت بازی خارجی رسمی متوسط دلاری ۳ هزار تومان تا ۳۱۰۰ تا ۳۲۰۰ تومان است. در برخی کشورهای دیگر از جمله روسیه هم این چنین است که به دلیل قدرت خرید مردم دلار را کمتر حساب می کنند در صورتی که اگر مردم بخواهند گیفت کارت یا کریت کارت یا دبیت کارت بگیرند و شارژ کنند باید دلار ۴۷۰۰ بخرند و اختلاف قیمت جدی است و این ۱۰ درصد حتی اگر به قیمت نهایی بازی اضافه شود هنوز فاصله زیادی با قیمت جهانی بازی در مارکت خارجی دارد. پس مردم به سمت بازار جهانی شیف نمی کنند و این فرض غلط است.

نکته مهم دیگر این است که گفته می شود همانطور که مارکت ها توانسته اند رقابت کنند بازی ساز های ایرانی نیز رقابت می کنند. در حالی که اگر گوگل پلی در ایران بود و پرداخت شتابی برای آن فعال بود آیا مارکت ایرانی رشد می کرد؟ در نبود لوبر، آمازون و یوتیوب سرویس های داخلی ایجاد شدند در حالی که اکنون هیچ امکان ویژه ای با بازی سازی ایرانی نداریم.

بازی ساز ایرانی و خارجی در زمین رقابت برابر نیستند و حتی شرایط برای بازی ساز ایرانی بدتر است؛ زیرا باید پول حقوق، بیمه و ... بدهد. اخذ عوارض از بازی های خارجی دو سود دارد. نخست بحث اقتصادی و تقویت فضای کسب و کار و دوم: انجام کارهای زیرساختی از پول جمع شده.

تقویت فضای کسب و کار یعنی همه شامل دولت، مرکز ملی فضای مجازی و بخش خصوصی باید روی تولید داخل سرمایه گذاری کنند. در کشور ما شرایط کسب و کار به گونه ای است که سرمایه گذار دارای پول ترجیح می دهد بازی خارجی را بیاورد و پول بازاریابی و تبلیغ بدهد به جای اینکه بخواهد دو سال روی تولید داخل سرمایه گذاری کند؛ در این صورت به جای خواب پول، یک مالیات بر ارزش افزوده می دهد و به این ترتیب واردات بازی خارجی را به صرفه تر می داند. بنابراین سرمایه خصوصی جذب این صنعت نمی شود. بخش دوم انجام هزار کار زیرساختی از پول جمع شده است. به صورت مشخص ۳ تا ۴ سیستم برای هزینه کرد این پول در نظر گرفته ایم. نخست: هرم حمایت که یک سال روی این موضوع کار شده و اکنون وارد دیالوگ با مرکز ملی فضای مجازی شده ایم و بخش خصوصی باید روی آن نظر بدهد. هرم حمایت یک سیستم شفاف برای کمک کردن به بازی ساز داخلی است. همه جای دنیا هم دولت ها پول برای بازی سازی می دهند. برای مثال فنلاند حتی به سوپرسل که بسیار فروخته پول داده است، ذات پول دادن چیز بدی نیست که کار هرم حمایت درست پول دادن است. اقدام دوم: کمک به ناشران داخلی برای انتشار بازی ایرانی در خارج از کشور است تا ریسک انتشار بازی ایرانی در خارج را کاهش دهیم. این کار از طریق حمایت هایی از جمله جذب کاربر در خارج از کشور انجام می شود. مثلاً ۲۰ هزار دلار به آنها بدهیم. سوم: آوردن افراد تأثیرگذار و مدیران پروژه از خارج از کشور است که افراد نامدار یک یا دو سال در ایران منتورینگ (Mentoring) یا آموزش توسط افرادی دارای تخصص، تسلط، تجربه در یک زمینه مشخص (فیزیکی کنند و در قالب توسعه دهنده، تهیه کننده یا بازی سازها آموزش دهند. محل اقامت و حقوق این افراد، هزینه بر است و تقبل آن بیشترین کمک را به تولید داخل می کند.

البته تمامی این برنامه ها تا زمانی که با مرکز ملی فضای مجازی و بازی سازها هماهنگی نشود اجرا نخواهد شد. گفته ایم تا زمانی که نظارت خوبی روی پول جمع آوری شده از عوارض نباشد، کاری نمی کنیم. ما در بنیاد برای برنامه های خودمان ۱۲ میلیارد تومان بودجه کافی داریم و نیازی به این پول نداریم و قرار نیست هزینه کار و عملیات ما شود؛ بلکه پول عوارض برای تولیدکننده داخلی بازی و زیرساخت است و باید خود تولیدکننده ها و مرکز ملی فضای مجازی بر این کار نظارت کنند و بپرسند این پول کجا هزینه می شود. بنابراین درباره هزینه کرد این پول پیشنهادها داریم و باید با مرکز ملی فضای مجازی و بازی سازها بنشینیم و صحبت کنیم. نوع هزینه کرد و گزارش هزینه کرد باید با نظارت بازی ها و مرکز ملی فضای مجازی باشد.

ادامه دارد...

گفت و گو از فاطمه سامعی

در بخش دوم این میزگرد پاسخ های حاضران به انتقادات را خواهید خواند.

بخش هایی از مهم ترین صحبت های بخش دوم میزگرد به شرح زیر است:

قصیحی: هیچ کشوری عوارض بازی دیجیتال ندارد، از ما گرفتند از شان بگیریم نگرقتند نگیریم.

کرباسی: در قانون ایران از همه صنایع خارجی عوارض گرفته می شود.

حاجی هاشمی: برای بازی ساز ایرانی قدری سهم باز کنیم تا خود را بالا بکشد و همزمان تمام قد مقابل قاچاق بایستیم.

کریمی قدوسی: پس از اینکه از مارکت های رسمی عوارض گرفتیم وجدانمان اجازه نمی دهد با قاچاق مبارزه نکنیم/ قطعا به هیچ وجه عوارض را از ۱۰ درصد افزایش نمی دهیم.

انتهای پیام/

زشت و زیبای اخذ عوارض از بازی خارجی برای کمک به بازی ایرانی / جای خالی جسات تجربه رجیستری در صنعت بازی

۱۳۹۵/۱۱/۱۴ - ۱۳۹۵/۱۱/۱۴

اکوفارس: در میزگردی در فارس ابعاد اخذ عوارض از بازی های رایانه ای خارجی با نگاه از منظر کاربران، بازی ساز، بازار و حاکمیت بررسی شد.

موضوع اخذ عوارض از بازی های رایانه ای خارجی به عنوان مهم ترین خبرهای این روزهای صنعت بازی خیرساز و چالش برانگیز شده است. فارس تلاش کرده با برگزاری میزگردی ابعاد مختلف این تصمیم را برای نخستین بار از نگاه تمامی ذینفعان یعنی کاربر، بازی ساز، مارکت و حاکمیت بررسی ترسیم کند.

در این میزگرد آقایان حسن کریمی قدوسی رییس بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حاجی هاشمی کارشناس صاحب نظر در صنعت بازی، امیر سپاهی مدیر حقوقی مارکت ایرانی کافه بازار و امیرحسین فصیحی و بابک کرباسی فعالان بازی ساز حضور یافتند.

موضوع اخذ عوارض از مصوبه شورای عالی فضای مجازی درباره سیاست های حاکم بر برنامه ملی بازی های رایانه ای نشأت می گیرد و بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان حاکمیت پیگیر اجرای این مصوبه است؛ این مقررات جدید با انتقاد مارکت های رسمی داخلی روبه رو است که نگران افزایش قیمت بازی و تمایل بازی کننده های به سمت مارکت های بی مجوز خارجی هستند، بزرگترین مارکت اپلیکیشن ایرانی منتقد جدی این طرح است؛ همچنین از آنجا که عواید حاصل از این عوارض قرار است به بازی سازهای ایرانی کمک کند برخی بازی سازهای ایرانی موافق این تصمیم به نفع صنعت داخل هستند. کرباسی فعال تولید بازی موافق جدی این طرح است که معتقد است عوارض بسیار بیشتر از ۱۰ درصد باید باشد و شامل همه بازی های خارجی شود؛ در مقابل برخی بازی سازها در مخالفت با این تصمیم معتقدند مضرات این کمک دولتی از محاسن آن بیشتر خواهد بود؛ چنانکه فصیحی مخالف طرح است و معتقد است اگر از راه خلاقی قرار است کمک شود راضی به دریافت کمک نیستند. حاجی هاشمی به عنوان کارشناس صاحب نظر در صنعت بازی نیز بر محاسن اخذ عوارض تاکید دارد اما اجرای برخی اقدامات و به ویژه مقابله همه جانبه با قاچاق را همزمان با اخذ عوارض ضروری می داند. وی تجربه همکاری در تدوین سیاست های برنامه ملی بازی را هم در کارنامه دارد.

در این میزگرد تلاش شد به مهم ترین ابعاد این وضع این قانون جدید از جمله تاثیر شرایط جدید بازار بازی بر مصرف کننده و بازی ساز، احتمال ایجاد تبعیض بین بازار کسب و کار ایرانی و خارجی فروش بازی، الزامات اجرای صحیح تصمیم اخذ عوارض از بازی های رایانه ای، نحوه هزینه کرد عوارض اخذ شده به نفع بازی ساز و نظارت بر عوارض اخذ شده پرداخته شود. این میزگرد در ۳ بخش تهیه شده که به ترتیب در خبرگزاری فارس منتشر خواهد شد. نخستین بخش از این میزگرد را در زیر می خوانید:

فارس: تاثیر اخذ عوارض از بازی های خارجی روی مصرف کننده و بازار بازی سازی چه خواهد بود؟

فصیحی: حرکت اخذ عوارض از بازی های خارجی دارای نیت خیر است و کسانی که به این طرح فکر کرده اند قطعاً نیت شان رشد بازی سازی در کشور و بهتر شدن وضعیت همه بچه ها در کشور است. در این شکی نیست اما به نظر من این طرح از جنبه های مختلفی قابل بررسی است. همیشه برای یک بازی ساز بسیار مهم است که بازار صحیح داشته باشد که بتواند بازی خود را با قیمت صحیح و روش های صحیح به دست مخاطب برساند. طی ۱۰ سال گذشته که بازی سازی در ایران جدی شده است متأسفانه بزرگ ترین مشکل بازی سازی همین مسئله بوده است. امروز نیز بزرگ ترین مشکل بازی سازها، بازار فروش بازی است. از این جهت که مخاطب ایرانی برای محصول بازی پول نمی دهد و این یک بحث خیلی جدی و مشکل فرهنگی است که از قدیم داشته ایم و خود ما نیز با این بازی ها بزرگ شده ایم اما برای آنها پول نداده ایم.

همیشه نسخه های غیرقانونی، کرک و کپی بوده است. پیش از اینترنت دسترسی به این بازی ها بسیار ارزان بود و برای مثال با هزار تومان می شد یک CD بهترین بازی جهان را خرید که در خارج کشور شاید تا ۶۰ دلار قیمت داشت.

پس از ورود اینترنت این روند شدیدتر شد؛ زیرا سایت های داتلود به وجود آمدند و داتلود غیرقانونی باب شد؛ بنابراین این مسئله باعث می شود که قیمت صحیح بازی را در کشور نداشته باشیم. ما وقتی سال ۸۹ بازی گرشاسب را در بازار منتشر کردیم، مجبور شدیم با قیمت ۳ هزار تومان بفروشیم درحالی که همان سال همان بازی را با قیمت ۱۹ یورو در کشورهای دیگر منتشر کردیم. اختلاف شدید بود و در ایران نمی توانستیم بازی را حتی با قیمت ۵ هزار تومان بفروشیم زیرا در ایران بازی خارجی با قیمت هزار تا ۲ هزار تومان فروخته می شد؛ بنابراین آرزوی هر بازی ساز بود که یک روز بازار ایران اصلاح شود و ایرانی ها برای کالای فرهنگی مانند بازی، فیلم سینمایی و موسیقی پول بدهند.

اگر بخواهیم مثال بزنیم فرض کنید بهترین خودروهای جهان از جمله بنز و BMW رایگان یا با قیمت ۱۰۰ هزار تومان البته به صورت غیرقانونی در ایران بفروشند و همه در ایران آنها را داشته باشند که وضعیت فعلی بازار بازی ایران این گونه است زیرا عمده روشی که مردم بازی تهیه می کنند کپی یا کرک و داتلود است و حتی آنهایی که خریداری می شوند نسخه های کرک غیرقانونی است که ۲ تا ۳ هزار تومان قیمت دارند.

در حوزه بازی موبایلی عمده دریافت بازی های موبایلی از سایت های غیرقانونی است که به تعداد زیاد فعال هستند. در این بازار، بازارهایی مثل برخی مارکت های موبایلی تصمیم گرفتند صحیح و قانونی هم محصول ایرانی و هم محصول خارجی را ارایه کنند و برخی مردم هم حاضرند برای این بازی ها پول بدهند. در مثال خودرو فرض کنید در شرایطی که بنز و بی ام و رایگان با قیمت ۱۰۰ هزار تومان به صورت غیرقانونی در ایران وجود دارد شرکتی یک خودروی چینی را با قیمت ۵ میلیون تومان اما به صورت مجاز وارد کرده و می خواهد بفروشد و در این وضعیت بازار یک سری افراد نیز حاضرند برای این خودروی چینی پول بدهند. اکنون دو سه سالی است که تعدادی ناشر خارجی محصولات خود را رسمی در ایران می فروشند. همیشه بچه های ایرانی همان بازی ها را به صورت دزدی بازی کرده اند حضور ناشر خارجی باعث فرهنگ سازی شده است. قیمت ها را اصلاح می کند، پشتیبانی صحیح به کاربر می دهد و مردم به تدریج یاد می گیرند که برای پشتیبانی رسمی باید پول بدهند. یاد می گیرند نباید بازی ها را دزدی بگیریم باید پول بدهیم. این فرهنگ سازی به نفع بازی ساز است زیرا وقتی به تدریج قیمت ها اصلاح شد مردم به بازی ساز ایرانی هم پول می دهند. فعلاً دغدغه ما این است که به جوان ایرانی بگوییم باید پول صحیح و قانونی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) برای بازی بدهی نه پول دزدی برای بازی غیرقانونی.

نمی دانم چه طور شد که ناشران خارجی وارد ایران شدند و بازار ایران را تست کردند اما اتفاق خیلی خوب و مثبتی است. عوارض دقیقاً خلاف جهت این جریان است.

در مثال خودرو، بنز و بی ام و رایگان است و همه دارند و شرکت چینی می گوید مردم این خودروها را سوار نشود دزدی است بیاید ماشین چینی ۵ میلیونی را بخرید. در این شرایط به شرکت چینی می گوییم شما که این کار را می کنید و در حال ایجاد جریانی هستید که علاوه بر اینکه تشویق نمی شوی باید عوارض بدهی و به تمام دزدها هم کاری نداریم. یعنی همان کاری که سال ها سایت های عرضه بازی که غیرقانونی بازی ارایه می کنند و کاری با آنها نکرده ایم و باعث شد بازی سازهای خارجی هیچ وقت روی بازار ایران حساب نکنند. اکنون چند ناشر خارجی به احترام بازی کننده ایرانی بازی خود را فارسی می کنند و پشتیبانی می دهند. می خواهیم کارش را سخت کنیم که اساساً این مسیر عکس اصلاح بازار است. زیرا همیشه یک بازار سالم قانونی می خواستیم که این حرکت ضربه زدن به بازار قانونی است، علاوه بر اینکه هیچ قدمی در مقابله با بازار دزدی و غیرقانونی بر نمی داریم و همچنان بازی های غیرقانونی روی سایت های داتلود وجود دارند و هیچ تغییری در این وضعیت ایجاد نشده است.

بحث دیگر این است که منبع درآمد حاصل از این عوارض کمک به بازی ساز داخلی کند. کمک به بازی ساز داخلی خیلی خوب است و باید به او کمک شود اما دولت از منابع مختلفی می تواند این حمایت را انجام دهد که امیدواریم از این منبع نباشد. حتی اگر پدر من هم بگوید می خواهم خرج تو را بدهم اما از یک راه غیرقانونی می خواهم آن را تهیه کنم من راضی نیستم. امیدوارم از یک راه صحیح این پول بیاید. هیچ وقت معتقد نیستیم که هدف وسیله را توجیه می کند بنابراین کمک به بازی ساز ایرانی خیلی خوب است. هر جورش عالی است اما امیدوارم از این روش نباشد فکر می کنم این طرح به بازی ساز ایرانی کمک نمی کند. زیرا باید بازار در بلندمدت برای بازی ساز ایرانی اصلاح شود. همان طور که در گذشته بازار بزرگ ترین دشمن بازی ساز ایرانی بوده است این طرح هم قدمی است برای تضعیف بازار بازی. اگر امروز مردم یاد می گیرند که برای بازی خارجی پول خرج کنند فردا هم برای بازی داخلی پول می دهند کمالات این اتفاق اکنون رخ داده است. در بزرگ ترین مارکت برنامه موبایلی ایرانی از ۱۰ بازی برتر ۵ بازی خارجی و ۵ بازی ایرانی است. این نشان می دهد اکنون محصولات ایرانی عالی داریم که در حال رقابت با بهترین های بین المللی هستند. راه رقابت وجود دارد. در مجموع وقتی بازار قوی باشد به نفع بازی ساز ایرانی هم هست. عوارض در بلندمدت حتماً به حضور بازی ساز ایرانی است.

فارس: آیا بازی ساز های ایرانی همگی معتقد هستند اخذ عوارض از بازی های خارجی به نفع مصرف کننده و بازی سازی ایرانی است؟
کرباسی: به نمایندگی از چند ده شرکت بازی ساز چند سال پیش به نتیجه رسیدیم و به شورای عالی فضای مجازی و بنیاد ملی بازی های رایانه ای پیشنهاد داده ایم از حامل های فیزیکی مثل کنسول و نه دیجیتال و کلاً بازی های وارداتی عوارض دریافت کنند که از لفظ مالیات استفاده می کردیم. نظر ما این بود که این مالیات هم عددی باشد که بتواند در بازار رقابتی را برای بازی سازی داخلی برابری ایجاد کند. مثلاً ۳۰ درصد باشد که گفتند کارشناسی شده نیست و به عدد ۱۰ درصد رسیدند اما به عنوان بازی ساز معتقدم با ۱۰ درصد اتفاق خاصی در بازار نخواهد افتاد و طی ۴ تا ۵ سال آینده باید این عدد بیشتر شود. درباره هزینه های تولید داخلی آقای فصیحی نیز حرف هایی را گفتند.

نشر بازی در کشور در حال انجام است و عوارض که به اعتقاد من خوب است باعث ایجاد عدالت در بازار می شود. اخذ عوارض از بازی خارجی باید روی تمام پلت فرم ها از جمله PC، موبایل و بازی های آنلاین با هم دیده شود. قانون گذار باید بگوید اگر یک بازی خارجی رسمی وارد ایران می شود و یک مارکت ایرانی آن را منتشر می کند از آن عوارض گرفته شود، اگر روی DVD برای PC نیز منتشر می شود باز هم به نوعی عوارض گرفته شود و اخذ عوارض به حوزه موبایل محدود نشود.

در کنار اخذ عوارض باید با حوزه قاچاق نیز برخورد جدی شود. در حال حاضر نسخه های غیرقانونی بازی ها در ایران وجاهت قانونی می گیرند و هم زمان که روی مارکت های رسمی گذاشته می شوند روی تمام سایت های ایرانی با دامنه IR موجوداند.

شورای عالی فضای مجازی باید خارج از روند فیلتر کردن ضوابطی بگذارند که برخورد با قاچاق در حوزه بازی تسهیل شود. برخورد با بازار غیررسمی، عدالتی برای ناشران ایجاد می کند که می توانیم حقوق خود را از آنها مطالبه کنیم. وقتی عوارض گرفته شود بازار بی در پیکر و بی ضابطه بازی موبایل که در نتیجه آن تعداد قابل توجهی بازی وارد کشور می شود سامان می گیرد.

بازی های خارجی که وارد بازار ایران می شوند، شرایط رقابتی را برای بازی ایرانی نمی سازند کشور ما قرار نیست از این حوزه گذر کند و برای مثال ۵ بازی بسازد و تمام شود. قرار است طبق سند بالادستی ایران کشوری باشد که حوزه بازی تولید اشتغال و حتی صادرات داشته باشد.

درحالی که امکان گذاشتن بازی روی استیم (درگاه خارجی بازی)، کنسول ها، گوگل و اپل به بازی ساز ایرانی داده نمی شود، اما بازی همان کشورها را در ایران می فروشیم این سرونه کردن قیف است. قرار است بازی سازی در ایران شکل بگیرد قرار نیست به کشورهای دیگر منتفع برسائیم.

دائمه گیر در تمام دنیا توسط ناشران تربیت می شود. فلکه بازی خارجی باز است و می گوییم دائمه گیر ایرانی بازی خارجی می پسندد. اکنون عدالت و برابری در بازار بازی ایران نیست. در بزرگ ترین مارکت اپلیکیشن ایرانی از ۵۰ عنوان برتر ۲۴ عنوان گیم است که در حالیکه باید حداقل ۱۸-۱۷ عنوان ایرانی باشد اما ۷ عنوان ایرانی است. علت این امر تعدد بازی های خارجی است که بی ضابطه وارد کشور شده اند.

برای مثال شرکت فیلاندی فلان بازی معروف را برای بازار ۲۰ میلیونی ایران نساخته بلکه برای بازار چند ده میلیونی جهان تولید کرده است. بازار ایران هم برایش مهم نبوده که اگر مهم بود به گوگل پلی فشار می آورد که مارکت خود را روی ایران باز کند.

شرکت هایی که ریزنی می کنند و این بازی ها را به ایران می آورند در وهله اول به فکر خودشان هستند. آن بازی با چند میلیون دلار هزینه ساخت برای فروش در بازار جهانی در کنار بازی من بازی ساز داخلی قرار می گیرد که بازی ام را با ۵۰ میلیون تومان ساخته ام و از من توقع می شود که بازی ۵۰۰ میلیون تومانی بسازم که این عدالت نیست.

منتقدم اخذ عوارض کاملاً می تواند به صنعت بازی کشور کمک کند به چند شرط. نخست اینکه برای ناشران در پلت فرم های مختلف دیجیتال، حامل، PC، سخت افزار قانون یکسان اجرا شود و نگویند کنترل شدنی نیست.

دوم اینکه برای ناشران عدالت رعایت شود که نسخه غیرمجاز در سایت های داتلود به فروش نرسد و سوم اینکه محل هزینه کرد (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) عوارض مشخص شود. این عوارض قرار است به حساب خزانه واریز و بخشی از بیت المال شود و بعداً بر اساس آن عدد واریزی، میلی به صنعت بازی سازی داخلی برگردد. وقتی این عدد برگشت، نباید خرج افراد شود، بلکه باید در زیرساخت صنعت بازی خرج شود و در پروژه ای هزینه شود که درآمدزایی اش را تضمین کند و صادرات داشته باشد.

برای مثال این مبلغ حتی می تواند در مجموعه ای که کار تشر انجام می دهند تزریق شود و به این حوزه را تقویت کنند که البته این پیشنهاد خام است. علاوه بر این، با نظرات دستگاه های نظارتی می تواند به مارکتهای تعلق بگیرد که دانش بنیان باشد که نه در حوزه دلالی بلکه در حوزه واقعی ساخت بازی و اشتغال زایی فعال است که آن مارکت از بازی خارجی عوارض بگیرد و بخشی از عوارض به صورت تشویقی به خودش اختصاص یابد. اما اگر قرار نیست ساماندهی تجمع عوارض دریافتی به سود آینده صنعت بازی کشور باشد بهتر است در بیت المال بماند و حتی بهتر است دولت با آن آزادراه تهران شمال را تمام کند.

از سوی دیگر به عنوان یک دغدغه مند فرهنگی معتقدم که با وجود محصولات روز آمریکایی و اروپایی در کشور که حتی بعضاً مضر هم نیستند شرایط لازم برای تربیت نسل جوان در کشور را نداریم. اما درباره این بازی ها کارشناسی را بنیاد انجام می دهند و به بازی ید مجوز نمی دهند، اما این بازی ها زندگی بچه ها را بسیار تغییر می دهد. ایران را نباید با کشورهای دیگر مقایسه کرد. شرایط ایران از جمله شرایط زندگی، فرهنگی، آموزش و پرورش و ... در ایران قابل مقایسه با برخی کشورها نیست. در این حوزه علاوه بر عوارض باید به ناشران تعداد بدهند که برای مثال در سال ۵۰ بازی بیاورند اما بازی خوب سطح بالا بیاورند. از سوی دیگر ناشران باید توجه داشته باشند که قانون اساسی ایران اجازه رعایت کپی رایت خارجی را فعلاً نداده و به بازار تجارت جهانی نیبسته ایم؛ کپی رایت داخلی داریم و سخت اجرا می شود اما کپی رایت خارجی را در آثار فردی داریم. کپی رایت کتاب داریم، فیلم را نداریم و موسیقی را گاهی داریم.

خروج ارز از کشور از طریق برخی بازی های آنلاین یک امتیاز است که حاکمیت از روی غفلت یا اینکه حواسش نیست حتی شبکه شتاب را برای پرداخت پول آن وصل کرده است. قدرش را بداند ناشران خیلی مصر نباشد که عوارض در دسر برایشان درست کرده است. مسئولان حواسشان را جمع کنند که با ارزی که به صورت رسمی از طریق بازی خارج می شود چرا فیلم و محصولات فرهنگی دیگر را به صورت اصل نمی توانیم بیاوریم؟ قرار است فعلاً تجارت جهانی را آغاز نکنیم که این برای برخی ناشران امتیاز است. بنابراین با قانون گذار همکاری کنند.

فارس: حالا بحث را به سمت بازار بچرخانیم و از منظر بازار این سوال را مطرح کنیم. طرح جدید چه تأثیری روی مارکت فروش بازی و به تبع بازی ساز و بازی کننده دارد؟

سپاهی: ما چند مشکل با این موضوع داریم که در صحبت های بازی سازهای موافق و مخالف این طرح نیز وجود داشت. نخست اینکه با اظهارات آقای قصبی مبنی بر تضعیف صنعت بازی موافق هستیم. برای مثال در ایران مارکت خارجی گوگل پلی به صورت پیش فرض روی گوشی های اندرویدی نصب می شود و فعال است. در کنار مارکت های خارجی مارکت های ایرانی کافه بازار، مایکت، ایران اپس و ... نیز فعالیت می کنند که هر کدام ده ها هزار کاربر دارند. اینکه بخواهیم بازار را به سمت بازار غیررسمی و مارکت های خارجی سوق دهیم و تصور کنیم با این کار بازار داخلی جان می گیرد، استدلال منطقی نیست. زیرا همانطور که مارکت های اپلیکیشن توانستند در ایران جان بگیرند بازی سازها نیز این قدرت را خواهند داشت.

آقای کرباسی درباره نظارت بر بازارهای غیررسمی داخلی و خارجی در کنار اجرای این طرح روی مارکت های داخلی، صحبت کردند. بخش زیادی از بازار بازی ایران در اختیار مارکت های غیررسمی است و نظارتی بر بازار غیررسمی وجود ندارد. به این ترتیب با وضع این قانون صرفاً عوارض از مارکت های دارای مجوز دریافت می شود با این هدف که یک عده بازی ساز با ساز و کاری که هنوز مشخص نیست، کمک شوند. بنابراین در این میان سوال مهم وضعیت بازارهای غیررسمی است.

پس از وضع قوانین اخذ عوارض، با احتساب ۱۰ درصد عوارض قیمت بازی در مارکت های رسمی افزایش می یابد و کاربران باید این هزینه را تقبل کنند که شاید افزایش هزینه تا جایی قابل درک باشد و از مقطعی به بعد شاید کاربر مارکت ایرانی را رها کند و از مارکت خارجی و بازارهای غیررسمی که همچنان فعالیت می کنند بازی خود را بگیرد. در این روش بخش دیگری از صنعت بازی که همان مارکت ها هستند زمین می خورد و منطقی نیست که برای اصلاح بخشی از صنعتی، بخش دیگری از آن را خراب کنیم.

معتقدم این اقدام کاملاً مخالف حقوق رقابت است زیرا در واقع دولت وارد صنعتی شده، روی بخشی از آن دست گذاشته و بخش دیگر را رها کرده است. برعکس اظهارات آقای کرباسی مبنی بر لزوم مساوی بودن شرایط رقابت برعکس شرایط اصلاً مساوی نخواهد شد. بزرگ ترین ضربه این موضوع خواهد بود که به مرور مارکت های ایرانی از بین خواهند رفت.

فارس: این سوال را از وجه دیگری ببینیم. فکر می کنید با اجرای این طرح بین مارکت ایرانی و خارجی تبعیض ایجاد خواهد شد؟ حاجی هاشمی: بحث اخذ عوارض به عنوان مالیات اضافه ای از بازی خارجی باید در شرایط بازار ایران باید بررسی شود. در شرایطی قرار داریم که در حالیکه اجازه صادرات به محصولات بازی های ایرانی داده نمی شود کاملاً به بازی های خارجی اجازه ورود به بازار خود را داده ایم و به راحتی در ایران فعالیت می کنند. اساساً در حوزه بازی، فضای آزاد تبادل در بازار جهانی را نداریم. این در حالی است که در کشورهای دیگر که حتی فضای آزاد تبادل وجود دارد، در سال های اخیر به ویژه از سال ۲۰۱۵ در برخی کشورها از بازی های خارجی مالیات بر ارزش افزوده (VAT) علاوه بر مالیات عوارض گرفته می شود.

این امر به این دلیل است که حتی کشورهایی که در فضای آزاد با یکدیگر رقابت می کنند با این مشکل مواجه شده اند که سیلی از واردات به سمتشان می آید؛ همچنان که اخیراً استرالیا از نت فلیکس (شبکه ویدئویی) مالیات می گیرد. آنها می بینند که بازی های کلش آف کلنز یا حتی پوکمون گو در مدت کوتاه فعالیت خود، دنیا را گرفتند. این شرایط عادی نیست که بگوییم شرایط عادی داریم و می خواهیم در این شرایط عادی تولید، صادرات و رقابت کنیم. این بحث نیز از این قضیه شروع شد که با چند موج در ایران مواجه بودیم از جمله بازی تراوین و کلش آف کلنز و آمارهای عجیب و غریبی مبنی بر اینکه روزانه صد میلیون تومان درآمد از این بازی ها برای کشور خارجی از بازار ایران حاصل می شود. در این شرایط با بازی سازان که صحبت می کنیم متوجه می شویم این بازی ها توانسته اند بازار را تکان دهند که نه تنها برای ایران بلکه برای کشورهای دیگر نیز عادی نیست. بنابراین باید به این سمت یعنی ساماندهی بازار بازی های خارجی برویم. روی دیگر سکه بحث اخذ عوارض از بازی های خارجی، فعالیت مارکت های خارجی در ایران است که به صورت غیرمستقیم از طریق کیف پول های مجازی و گیف کارت درآمدزایی می کنند که باید ساماندهی شوند. باید برای مارکت ایرانی و خارجی رقابت عادلانه ایجاد کنیم نه اینکه از مارکت ایرانی عوارض بگیریم و از خارجی نگیریم. اکنون مارکت خارجی مالیات و عوارض به ایران پرداخت نمی کند، ارزش افزوده ای که از تجارت این مارکت ها نصیب (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) کشور می شود از سود گیفت کارت که کیف پول مجازی است حاصل می شود، در حالی که مالیات باید موقع خرید اخذ شود نه از گیفت کارت. اکنون مثل صرافی ها عمل می شود و تنها از سود و نه حتی از کل مبلغ مالیات بر ارزش افزوده گرفته می شود. نمی توان یک بام و دو هوا رفتار کرد. مردم ما اکنون گیفت کارت می خرند و در گوگل پلی طبق قوانین کشور دیگری متناسب با IP که با آن وصل می شوند، مالیات می دهند؛ زیرا گوگل ایران را تحریم کرده اما به ۴۰ کشور مالیات بر ارزش افزوده می دهد. این روند یعنی هیچ چیز این چرخه اقتصادی سر جایش نیست و عادلانه رفتار نمی شود.

منتقد همان اتفاقی که در بازار قاجاق گوهی تلقن همراه افتاد، در صنعت بازی نیز این جسارت باید به خرج داده شود. نیاز داریم تکلیف خود را با مارکت های خارجی که بازی را به صورت قاجاق وارد می کنند روشن کنیم. اکنون این مارکت ها ارز را از کشور خارج می کنند یا نباید ارز از کشور خارج کنند یا اگر خارج می شود، باید عوارض و مالیات را پرداخت کند که در مدل اجرایی این مطالعه، راهکارهای مختلفی وجود دارد که قابل بحث است.

فارس: ظاهراً در موافقان و مخالفان دغدغه نحوه هزینه کرد عوارض اخذ شده وجود دارد. این دغدغه را چطور می توان برطرف کرد و سامان داد؟ کریمی قدوسی: یکی از سیاست های اصلی بنیاد ملی بازی های یارانه ای در چند سال اخیر به غیر از چند استثنا، حمایت از انتشار رسمی بازی های خارجی در کشور است که نه تنها به دنبال این نیستیم که بازی های خارجی به صورت رسمی وارد کشور نشود بلکه به دلیل تبعات بسیار مثبت آن با آن موافق هستیم. هدف اصلی بنیاد حمایت از بازی ساز های ایرانی است.

عوارض، یک وسیله لازم و نه کافی برای رسیدن به این هدف است. حال این پرسش مطرح است که این عوارض کجا استفاده می شود و کجا مزیت رقابتی دارد؟ باید از این عوارض جایی استفاده کنیم که به نفع تولیدکننده داخلی باشد نه فقط قیمت بازی خارجی را بالا ببرد.

بازار بازی ایران دو قسمت فیزیکی و دیجیتالی دارد. بازی فیزیکی همان بازی های کرک و کیبی هستند که بنیاد به آنها هولوگرام می دهد و این نقد به بنیاد وارد می شود که چرا هولوگرام می دهد؟ ما بسیار علاقه مندیم که به این بازی ها هولوگرام ندهیم ولی مجبور هستیم؛ تا بتوانیم بخشی از بازار را برای کسانی که دنبال محتوای مناسب هستند اصلاح کنیم. اگر بنیاد هولوگرام روی بازی ها نزند یعنی نمی دانیم در قالب CD بازی هایی که در منازعه ها وجود دارد چه چیزی است و نمی توانیم هم تک تک CD ها را چک کنیم و این اتفاق به دلیل نبود کیبی راییت می افتد.

قسمت دوم بازار بازی، بازی دیجیتال است که دو نکته مهم در این باره وجود دارد نخست اینکه اگر فری میوم (Freemium یا رایگان پایه) و فری تو پلی (Free to Play) یا رایگان) در ایران و دنیا ایجاد نمی شد هیچ گاه درباره واردات رسمی بازی های خارجی این قدر راحت صحبت نمی کردیم. چرا این اتفاق افتاد؟ زیرا این بازی ها غیرقابل کرک شدن و کیبی شدن هستند و اگر هم کیبی شوند به سرور اصلی بازی وصل نمی شود و تمام خوبی های این بازی ها هم در آنلاین بودن آنهاست. بنابراین خود فناوری فری تو پلی تأثیر گذار بوده که اکنون در کشور مصرف بازی افزایش یافته است. زیرا مردم ایران عادت به استفاده مجانی دارند و فری تو پلی به معنای استفاده مجانی از بازی و امکان پرداخت در صورت دلخواه است.

این امر باعث شده شاهد واردات رسمی بازی در کشور باشیم و بازی های پریمیوم فعلاً در کشور پاسخگو نخواهد بود. همچنان که آمار فروش بازی های پریمیوم در مارکت های رسمی ایرانی گواهی بر این موضوع است که اکثر فروش، در بازی های رایگان است. اما چرا باید روی بازار دیجیتال موبایل به عنوان یک بخش از بازار عوارض بگذاریم؟ در بازار ایران برخلاف بازارهای دیجیتال دنیا مرز دیجیتال داریم؛ به این معنا که مانند نروژ، فنلاند و دیگر کشورها یک مارکت گوگل پلی در ایران وجود ندارد که مردم بازی موردنظر خود را از این بستر بخرند. فردی که قصد دارد در ایران یک بازی را منتشر کند باید روش پرداخت ما را رعایت کند و در مارکت داخلی ما بازی را بارگذاری کند. این به معنی بازار محلی داخلی است که توسط دیگر کشورها قابل دسترس نیست و جذابیتی هم برای آنها ندارد. در نتیجه ما به بازار جهانی وصل نیستیم و بازار محلی خود را داریم. نمونه این بازار چین است.

در پاسخ به این سؤال که چرا بازی موبایل؟ باید بگوییم در این حوزه مزیت رقابتی داریم و بازی سازهای ایرانی می توانند بازی بسازند و عملکردشان نشان داده در چند سال اخیر علیرغم عدم حمایت عمده بنیاد از ساخت بازی های موبایل و هزینه نکردن در این بازار، بازی موبایل ساخته شده و میلیاردها هم فروش رفته است. پس نشان از مزیت رقابتی بازی سازی موبایل در ایران دارد. اکنون بازار خود را در اختیار شرکت های خارجی قرار داده ایم که اشکالی ندارد و بازی سازهای داخلی بیایند و با بازی سازهای خارجی رقابت کنند؛ اما از سوی دیگر به دلیل وجود مرز دیجیتال در ایران امکان صادرات نداریم که پارانوکسی جدی را رقم زده است.

دو شائبه درباره طرح اخذ عوارض از بازی های خارجی، مطرح شد که نخست تضمین بازار و دوم اقبال مارکت های خارجی بود. بازار اصلاً تضمین نمی شود، چه کسی گفته عوارض روی قیمت تمام شده اضافه شود؟ مارکت و ناشر بخش خصوصی هستند و ممکن است تشخیص دهند اگر قیمت را اضافه کنند مردم بازی را نخرند یا بخرند. ممکن است تشخیص دهند ۵ درصد یا ۶ درصد یا ۱۰ درصد اضافه کنند. چرا ناشر خارجی باید بفهمد که در ایران ۱۰ درصد عوارض روی بازی گذاشته می شود؟ مارکت سود شرکت خارجی را پرداخت کند و از سود خود کم کند.

درباره شائبه دوم برخی می گویند ممکن است مردم در نتیجه اخذ این عوارض و افزایش قیمت بازی خارجی، به سمت گوگل پلی بروند و بازی های خود را از آنجا دانلود کنند. در پاسخ به این سؤال دو فاکتور مهم وجود دارد: نخست اینکه گوگل پلی روی ایرانی ها تحریم و بسته است و کاربر ایرانی نمی تواند در گوگل پلی پرداخت کند. علاوه بر این حتی نمی تواند به عنوان مارکت فیزیکی در استیم ثبت کند. به دلیل تحریم ها آنها پرداخت خود را روی ما بسته اند. بدون VPN نمی توانیم پرداخت کنیم و VPN را هم در ایران به رسمیت نمی شناسیم.

برخی می گویند ممکن است قیمت بازی خارجی در ایران افزایش یابد. در ایران قیمت بازی خارجی رسمی متوسط دلاری ۳ هزار تومان تا ۳۱۰۰ تا ۳۲۰۰ تومان است. در برخی کشورهای دیگر از جمله روسیه هم این چنین است که به دلیل قدرت خرید مردم دلار را کمتر حساب می کنند در صورتی که اگر مردم بخواهند گیفت کارت یا کریت کارت یا دیت کارت بگیرند و شارژ کنند باید دلار ۴۷۰۰ بخرند و اختلاف قیمت جدی است و این ۱۰ درصد حتی اگر به قیمت نهایی بازی اضافه شود هنوز فاصله زیادی با قیمت جهانی بازی در مارکت خارجی دارد. پس مردم به سمت بازار جهانی شیفیت نمی کنند و این فرض غلط است.

نکته مهم دیگر این است که گفته می شود همانطور که مارکت ها توانسته اند رقابت کنند بازی ساز های ایرانی نیز رقابت می کنند. در حالی که اگر گوگل پلی در ایران بود و پرداخت شتابی برای آن فعال بود آیا مارکت ایرانی رشد می کرد؟ در نبود لوپر، آمازون و یوتیوب سرویس های داخلی ایجاد شدند در حالی که اکنون هیچ امکان ویژه ای با بازی سازی ایرانی نداریم.

بازی ساز ایرانی و خارجی در زمین رقابت برابر نیستند و حتی شرایط برای بازی ساز ایرانی بدتر است؛ زیرا باید پول حقوق، بیمه و ... بدهد. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) اخذ عوارض از بازی های خارجی دو سود دارد. نخست بحث اقتصادی و تقویت فضای کسب و کار و دوم: انجام کارهای زیرساختی از پول جمع شده.

تقویت فضای کسب و کار یعنی همه شامل دولت، مرکز ملی فضای مجازی و بخش خصوصی باید روی تولید داخل سرمایه گذاری کنند. در کشور ما شرایط کسب و کار به گونه ای است که سرمایه گذار دارای پول ترجیح می دهد بازی خارجی را بیاورد و پول بازاریابی و تبلیغ بدهد به جای اینکه بخواهد دو سال روی تولید داخل سرمایه گذاری کند؛ در این صورت به جای خواب پول، یک مالیات بر ارزش افزوده می دهد و به این ترتیب واردات بازی خارجی را به صرفه تر می داند. بنابراین سرمایه خصوصی جذب این صنعت نمی شود. بخش دوم انجام هزار کار زیرساختی از پول جمع شده است. به صورت مشخص ۳ تا ۴ سیستم برای هزینه کرد این پول در نظر گرفته ایم. نخست: هرم حمایت که یک سال روی این موضوع کار شده و اکنون وارد دیالوگ با مرکز ملی فضای مجازی شده ایم و بخش خصوصی باید روی آن نظر بدهد. هرم حمایت یک سیستم شفاف برای کمک کردن به بازی ساز داخلی است. همه جای دنیا هم دولت ها پول برای بازی سازی می دهند. برای مثال فیلاند حتی به سوپرسل که بسیار فروخته پول داده است، ذات پول دادن چیز بدی نیست که کار هرم حمایت درست پول دادن است. اقدام دوم: کمک به ناشران داخلی برای انتشار بازی ایرانی در خارج از کشور است تا ریسک انتشار بازی ایرانی در خارج را کاهش دهیم. این کار از طریق حمایت هایی از جمله جذب کاربر در خارج از کشور انجام می شود. مثلاً ۲۰ هزار دلار به آنها بدهیم. سوم: آوردن افراد تأثیرگذار و مدیران پروژه از خارج از کشور است که افراد نامدار یک یا دو سال در ایران منتورینگ (Mentoring) یا آموزش توسط افرادی دارای تخصص، تسلط، تجربه در یک زمینه مشخص) فیزیکی کنند و در قالب توسعه دهنده، تهیه کننده یا بازی سازها آموزش دهند. محل اقامت و حقوق این افراد، هزینه بر است و تقبل آن بیشترین کمک را به تولید داخل می کند. البته تمامی این برنامه ها تا زمانی که با مرکز ملی فضای مجازی و بازی سازها هماهنگی نشود اجرا نخواهد شد. گفته ایم تا زمانی که نظارت خوبی روی پول جمع آوری شده از عوارض نباشد، کاری نمی کنیم. ما در بنیاد برای برنامه های خودمان ۱۲ میلیارد تومان بودجه کافی داریم و نیازی به این پول نداریم و قرار نیست هزینه کار و عملیات ما شود؛ بلکه پول عوارض برای تولیدکننده داخلی بازی و زیرساخت است و باید خود تولیدکننده ها و مرکز ملی فضای مجازی بر این کار نظارت کنند و بپرسند این پول کجا هزینه می شود. بنابراین درباره هزینه کرد این پول پیشنهادها داریم و باید با مرکز ملی فضای مجازی و بازی سازها بنشینیم و صحبت کنیم. نوع هزینه کرد و گزارش هزینه کرد باید با نظارت بازی ها و مرکز ملی فضای مجازی باشد.



روحانی تولیدکننده بازی های رایانه ای: مسئولان از اهمیت صنایع فرهنگی در اشتغالزایی غافل نشوند

(۱۳۹۵/۱۱/۱۸)

حوزه/ روحانی تولید کننده بازی های رایانه ای و فعال این عرصه گفت: مسئولان و دولتمردان در بحث اشتغالزایی و حمایت ها در این راستا نباید از اهمیت و نقش صنایع فرهنگی و رسانه ای غافل شوند.

حجت الاسلام حبیب داستانی بنیسی در گفتگو با خبرنگار خبرگزاری حوزه با اشاره به مطلب فوق اظهار داشت: امروزه یکی از صنایع موفق و اشتغالزای فرهنگی و رسانه ای در دنیا، صنعت تولید بازی های رایانه ای و انیمیشن و پویانمایی است به گونه ای که در حال حاضر کشورهای قدرتمند دنیا در این باره با هم رقابت بسیار جدی دارند تا بتوانند بر میزان سهم خود از این تجارت پرسود و گسترده بیفزایند.

وی افزود: بر اساس پیش بینی بسیاری از کارشناسان اهمیت بازی های رایانه ای و تأثیرات شگرف اقتصادی و به خصوص فرهنگی آن تا آنجاست که تا ده سال آینده میزان رجوع به بازی های رایانه ای و خرید و فروش آن ها طوری می شود که عملاً صنعت سینما در جهان ورشکسته می گردد.

این فعال فرهنگی همچنین گفت: خوشبختانه در سالیان اخیر پس از تأکیدات فراوان رهبر معظم انقلاب مبنی بر لزوم توجه به این عرصه از سوی متولیان فرهنگی، حرکت های خوبی در همین رابطه در کشور شروع شده و بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز تحرک نسبتاً مناسبی از خود نشان داده اما باید فعالیت ها و حمایت ها را در این باره بیشتر کنیم چه آن که یکی از ابزارهای دشمن در زمینه تهاجم فرهنگی استفاده از همین صنایع رسانه ای و فرهنگی است و در مقابل ما هم با تولیدات مناسب و عرضه درست آن ها می توانیم به حمله دشمن پاسخ دهیم.

وی اضافه کرد: در واقع ما باید برای مقابله با بازی های رایانه ای غربی، تولید بازی های رایانه ای فاخر را در اولویت خود قرار دهیم که هم دارای محتوا و مضامین اسلامی و ایرانی باشند و هم این که به صورت کاملاً حرفه ای تولید شده باشند تا باعث جذب نسل جدید شوند.

حجت الاسلام داستانی بنیسی ادامه داد: از سویی با توجه به این که ۶۰ درصد کاربران بازی های رایانه ای و نیز مخاطبان انیمیشن ها را گروه سنی زیر ۲۰ سال تشکیل می دهند ما با تولید مناسب در این خصوص می توانیم نیاز جدی بازار در این باره را تأمین کنیم به خصوص با توجه به جایگاه دینی و فرهنگی استان قم، در صورت توجه مسئولان به این صنعت می توانیم هم به اشتغالزایی قابل توجهی در استان دست زد و هم این که از این طریق به صدور پیام فرهنگی متناسب با شاخصه های ملی و انقلابی خویش اقدام نمود.

وی بیان داشت: به هر حال با توجه به استقبال فراوان مردم از تولیدات فرهنگی و به خصوص بازی های رایانه ای و پویانمایی، هر صاحب فکری می تواند از این رسانه ها برای ترویج و نهادینه سازی مفاهیم موردنظر خود استفاده کند.

این فعال فرهنگی افزود: از این حیث نهادها و دستگاه هایی چون استانداری، شهرداری، فرمانداری، ارشاد، سازمان تبلیغات اسلامی و دفتر تبلیغات اسلامی می توانند در سطح استان قم با جهت دهی تولیدکنندگان این محصولات فرهنگی در راستای رونق تولید و اشتغال و با حمایت های مادی و معنوی از تولیدکنندگان و تولیدات موردنظر، این فرهنگ را به صورتی کاملاً حرفه ای و عمیق نهادینه کنند، به طوری که حتی موجب ایجاد جرقه های جدید برای جوانان جهت ایجاد شغل های نو شوند. (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) این تولیدکننده بازی های رایانه ای در خاتمه گفت: البته صرف شمار دادن در این باره دردی را دوا نمی کند چرا که مسئولان باید بدانند بدون پرداخت هزینه انسانی، مادی و معنوی در این عرصه ها نخواهند توانست مطالبات به حق مقام معظم رهبری و آحاد مردم در عرصه فرهنگ را پاسخگو باشند و از سویی انتظارات به حق در رابطه با مقابله با بیکاری نسل جوان تحصیلکرده و مستعد را برآورده سازند.

۳۱۳/۸



میزگرد بررسی ابعاد اخذ عوارض از بازی های رایانه ای خارجی / بخش اول زشت و زیبای اخذ عوارض از بازی خارجی برای کمک به بازی ایرانی / جای خالی جسارت تجربه رجیستری در صنعت بازی (۱۳۸۴-۱۳۸۵)

در میزگردی در فارس ابعاد اخذ عوارض از بازی های رایانه ای خارجی با نگاه از منظر کاربران، بازی ساز، بازار و حاکمیت بررسی شد.

به گزارش ذاکرنیوز، موضوع اخذ عوارض از بازی های رایانه ای خارجی به عنوان مهم ترین خبرهای این روزهای صنعت بازی خیرساز و چالش برانگیز شده است. فارس تلاش کرده با برگزاری میزگردی ابعاد مختلف این تصمیم را برای نخستین بار از نگاه تمامی ذینفعان یعنی کاربر، بازی ساز، مارکت و حاکمیت بررسی ترسیم کند. در این میزگرد آقایان حسن کریمی قدوسی رییس بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حاجی هاشمی کارشناس صاحب نظر در صنعت بازی، امیر سپاهی مدیر حقوقی مارکت ایرانی کافه بازار و امیرحسین فصیحی و بابک کریمانی فعالان بازی ساز حضور یافتند. موضوع اخذ عوارض از مصوبه شورای عالی فضای مجازی درباره سیاست های حاکم بر برنامه ملی بازی های رایانه ای نشأت می گیرد و بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان حاکمیت پیگیر اجرای این مصوبه است؛ این مقررات جدید با انتقاد مارکت های رسمی داخلی روبه رو است که نگران افزایش قیمت بازی و تمایل بازی کننده های به سمت مارکت های بی مجوز خارجی هستند، بزرگترین مارکت اپلیکیشن ایرانی منتقد جدی این طرح است؛ همچنین از آنجا که عواید حاصل از این عوارض قرار است به بازی سازهای ایرانی کمک کند برخی بازی سازهای ایرانی موافق این تصمیم به نفع صنعت داخل هستند. کرباسی فعال تولید بازی موافق جدی این طرح است که معتقد است عوارض بسیار بیشتر از ۱۰ درصد باید باشد و شامل همه بازی های خارجی شود؛ در مقابل برخی بازی سازها در مخالفت با این تصمیم معتقدند مضررات این کمک دولتی از محاسن آن بیشتر خواهد بود؛ چنانکه فصیحی مخالف طرح است و معتقد است اگر از راه خلاقی قرار است کمک شود راضی به دریافت کمک نیستند. حاجی هاشمی به عنوان کارشناس صاحب نظر در صنعت بازی نیز بر محاسن اخذ عوارض تاکید دارد اما اجرای برخی اقدامات و به ویژه مقابله همه جات به قاچاق را همزمان با اخذ عوارض ضروری می داند. وی تجربه همکاری در تدوین سیاست های برنامه ملی بازی را هم در کارنامه دارد. در این میزگرد تلاش شد به مهم ترین ابعاد این وضع این قانون جدید از جمله تاثیر شرایط جدید بازار بازی بر مصرف کننده و بازی ساز، احتمال ایجاد تبعیض بین بازار کسب و کار ایرانی و خارجی فروش بازی، الزامات اجرای صحیح تصمیم اخذ عوارض از بازی های رایانه ای، نحوه هزینه کرد عوارض اخذ شده به نفع بازی ساز و نظارت بر عوارض اخذ شده پرداخته شود. این میزگرد در ۳ بخش تهیه شده که به ترتیب در خبرگزاری فارس منتشر خواهد شد. نخستین بخش از این میزگرد را در زیر می خوانید. فارس: تاثیر اخذ عوارض از بازی های خارجی روی مصرف کننده و بازار بازی سازی چه خواهد بود؟ فصیحی: حرکت اخذ عوارض از بازی های خارجی دارای نیت خیر است و کسانی که به این طرح فکر کرده اند قطعاً نیت شان رشد بازی سازی در کشور و بهتر شدن وضعیت همه چیه ها در کشور است. در این شکی نیست اما به نظر من این طرح از جنبه های مختلفی قابل بررسی است. همیشه برای یک بازی ساز بسیار مهم است که بازار صحیح داشته باشد که بتواند بازی خود را با قیمت صحیح و روش های صحیح به دست مخاطب برساند. طی ۱۰ سال گذشته که بازی سازی در ایران جدی شده است متأسفانه بزرگ ترین مشکل بازی سازی همین مسئله بوده است. امروز نیز بزرگ ترین مشکل بازی سازها، بازار فروش بازی است. از این جهت که مخاطب ایرانی برای محصول بازی پول نمی دهد و این یک بحث خیلی جدی و مشکل فرهنگی است که از قدیم داشته ایم و خود ما نیز با این بازی ها بزرگ شده ایم اما برای آنها پول نداده ایم. همیشه نسخه های غیرقانونی، کرک و کپی بوده است. پیش از اینترنت دسترسی به این بازی ها بسیار ارزان بود و برای مثال با هزار تومان می شد یک CD بهترین بازی جهان را خرید که در خارج کشور شاید تا ۶۰ دلار قیمت داشت. پس از ورود اینترنت این روند شدیدتر شد زیرا سایت های داتلود به وجود آمدند و داتلود غیرقانونی باب شد. بنابراین این مسئله باعث می شود که قیمت صحیح بازی را در کشور نداشته باشیم. ما وقتی سال ۸۹ بازی گرتاسب را در بازار منتشر کردیم، مجبور شدیم با قیمت ۳ هزار تومان بفروشیم درحالی که همان سال همان بازی را با قیمت ۱۹ یورو در کشورهای دیگر منتشر کردیم. اختلاف شدید بود و در ایران نمی توانستیم بازی را حتی با قیمت ۵ هزار تومان بفروشیم زیرا در ایران بازی خارجی با قیمت هزار تا ۲ هزار تومان فروخته می شد. بنابراین آرزوی هر بازی ساز بود که یک روز بازار ایران اصلاح شود و ایرانی ها برای کالای فرهنگی مانند بازی، فیلم سینمایی و موسیقی پول بدهند. اگر بخواهیم مثال بزنیم فرض کنید بهترین خودروهای جهان از جمله بنز و BMW رایگان یا با قیمت ۱۰۰ هزار تومان البته به صورت غیرقانونی در ایران بفروشند و همه در ایران آنها را داشته باشند که وضعیت فعلی بازار بازی ایران این گونه است زیرا عمده روشی که مردم بازی تهیه می کنند کپی یا کرک و داتلود است و حتی آنهایی که خریداری می شوند نسخه های کرک غیرقانونی است که ۲ تا ۳ هزار تومان قیمت دارند. در حوزه بازی موبایلی عمده دریافت بازی های موبایلی از سایت های غیرقانونی است که به تعداد زیاد فعال هستند. در این بازار، بازارهایی مثل برخی مارکت های موبایلی تصمیم گرفتند صحیح و قانونی هم محصول ایرانی و هم محصول خارجی را ارائه کنند و برخی مردم هم حاضرند برای این بازی ها پول بدهند. در مثال خودرو فرض کنید در شرایطی که بنز و بی ام و رایگان با قیمت ۱۰۰ هزار تومان به صورت غیرقانونی در ایران وجود دارد شرکتی یک خودروی چینی را با قیمت ۵ میلیون تومان اما به صورت مجاز وارد کرده و می خواهد بفروشد و در این وضعیت بازار یک سری افراد نیز حاضرند برای این خودروی چینی پول بدهند. اکنون دو سه سالی است که تعدادی ناشر خارجی محصولات خود را رسمی در ایران می فروشند. همیشه بچه های ایرانی همان بازی ها را به صورت دزدی بازی کرده اند. حضور ناشر خارجی باعث فرهنگ سازی شده است. قیمت ها را اصلاح می کند، پشتیبانی صحیح به کاربر می دهد و مردم به تدریج یاد می گیرند که برای پشتیبانی رسمی باید پول بدهند. یاد می گیرند نباید (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) بازی ها را دزدی بگیریم باید پول بدهیم. این فرهنگ سازی به نفع بازی ساز است زیرا وقتی به تدریج قیمت ها اصلاح شد مردم به بازی ساز ایرانی هم پول می دهند. فعلاً دغدغه ما این است که به جوان ایرانی بگوییم باید پول صحیح و قانونی برای بازی بدهی نه پول دزدی برای بازی غیرقانونی. نمی دانم چه طور شد که ناشران خارجی وارد ایران شدند و بازار ایران را تست کردند اما اتفاق خیلی خوب و مثبتی است. عوارض دقیقاً خلاف جهت این جریان است. در مثال خودرو، بنز و بی ام و رایگان است و همه دارند و شرکت چینی می گوید مردم این خودروها را سوار نشوید دزدی است بیایید ماشین چینی ۵ میلیونی را بخرید. در این شرایط به شرکت چینی می گوییم شما که این کار را می کنید و در حال ایجاد جریانی هستید که علاوه بر اینکه تشویق نمی شوی باید عوارض بدهی و به تمام دزدها هم کاری نداریم. یعنی همان کاری که سال ها سایت های عرضه بازی که غیرقانونی بازی ارایه می کنند و کاری با آنها نکرده ایم و باعث شد بازی سازهای خارجی هیچ وقت روی بازار ایران حساب نکنند. اکنون چند ناشر خارجی به احترام بازی کننده ایرانی بازی خود را فارسی می کنند و پشتیبانی می دهند. می خواهیم کارش را سخت کنیم که اساساً این مسیر عکس اصلاح بازار است. زیرا همیشه یک بازار سالم قانونی می خواستیم که این حرکت ضربه زدن به بازار قانونی است، علاوه بر اینکه هیچ قدمی در مقابله با بازار دزدی و غیرقانونی بر نمی داریم و همچنان بازی های غیرقانونی روی سایت های داتلود وجود دارند و هیچ تغییری در این وضعیت ایجاد نشده است. بحث دیگر این است که منبع درآمد حاصل از این عوارض کمک به بازی ساز داخلی کند. کمک به بازی ساز داخلی خیلی خوب است و باید به او کمک شود اما دولت از منابع مختلفی می تواند این حمایت را انجام دهد که امیدواریم از این منبع نباشد. حتی اگر پدر من هم بگوید می خواهم خرج تو را بدهم اما از یک راه غیرقانونی می خواهم آن را تهیه کنم من راضی نیستم. امیدوارم از یک راه صحیح این پول بیاید هیچ وقت معتقد نیستیم که هدف وسیله را توجیه می کند. بنابراین کمک به بازی ساز ایرانی خیلی خوب است. هر چقدر عالی است اما امیدوارم از این روش نباشد. فکر می کنیم این طرح به بازی ساز ایرانی کمک نمی کند. زیرا باید بازار در بلندمدت برای بازی ساز ایرانی اصلاح شود. همان طور که در گذشته بازار بزرگ ترین دشمن بازی ساز ایرانی بوده است این طرح هم قدمی است برای تضعیف بازار بازی. اگر امروز مردم یاد می گیرند که برای بازی خارجی پول خرج کنند فردا هم برای بازی داخلی پول می دهند کمالاتی که این اتفاق اکنون رخ داده است. در بزرگ ترین مارکت برنامه موبایلی ایرانی از ۱۰ بازی برتر ۵ بازی خارجی و ۵ بازی ایرانی است. این نشان می دهد اکنون محصولات ایرانی عالی داریم که در حال رقابت با بهترین های بین المللی هستند. راه رقابت وجود دارد در مجموع وقتی بازار قوی باشد به نفع بازی ساز ایرانی هم هست. عوارض در بلندمدت حتماً به حضور بازی ساز ایرانی است. فارسی: آیا بازی ساز های ایرانی همگی معتقد هستند اخذ عوارض از بازی های خارجی به نفع مصرف کننده و بازی سازی ایرانی است؟ کرباسی: به تمایزگویی از چند ده شرکت بازی ساز چند سال پیش به نتیجه رسیدیم و به شورای عالی فضای مجازی و بنیاد ملی بازی های رایانه ای پیشنهاد داده ایم از حامل های فیزیکی مثل کنسول و نه دیجیتال و کلاً بازی های وارداتی عوارض دریافت کنند که از لفظ مالیات استفاده می کردیم. نظر ما این بود که این مالیات هم عددی باشد که بتواند در بازار رقابتی را برای بازی سازی داخلی برابری ایجاد کند. مثلاً ۳۰ درصد باشد که گفتند کارشناسی شده نیست و به عدد ۱۰ درصد رسیدند اما به عنوان بازی ساز معتقدم با ۱۰ درصد اتفاق خاصی در بازار نخواهد افتاد و طی ۴ تا ۵ سال آینده باید این عدد بیشتر شود. درباره هزینه های تولید داخلی آقای قضیحی نیز حرف هایی را گفتند. نشر بازی در کشور در حال انجام است و عوارض که به اعتقاد من خوب است باعث ایجاد عدالت در بازار می شود. اخذ عوارض از بازی خارجی باید روی تمام پلت فرم ها از جمله PC، موبایل و بازی های آنلاین با هم دیده شود. قانون گذار باید بگوید اگر یک بازی خارجی رسمی وارد ایران می شود و یک مارکت ایرانی آن را منتشر می کند از آن عوارض گرفته شود، اگر روی DVD برای PC نیز منتشر می شود باز هم به نوعی عوارض گرفته شود و اخذ عوارض به حوزه موبایل محدود نشود. در کنار اخذ عوارض باید با حوزه قاچاق نیز برخورد جدی شود. در حال حاضر نسخه های غیرقانونی بازی ها در ایران و جابجای قانونی می گیرند و هم زمان که روی مارکت های رسمی گذاشته می شوند روی تمام سایت های ایرانی با دامنه IR موجوداند. شورای عالی فضای مجازی باید خارج از روند فیلتر کردن ضوابطی بگذارند که برخورد با قاچاق در حوزه بازی تسهیل شود. برخورد با بازار غیررسمی، عدالتی برای ناشران ایجاد می کند که می توانیم حقوق خود را از آنها مطالبه کنیم. وقتی عوارض گرفته شود بازار بی در پیکر و بی ضابطه بازی موبایل که در نتیجه آن تعداد قابل توجهی بازی وارد کشور می شود سامان می گیرد. بازی های خارجی که وارد بازار ایران می شوند، شرایط رقابتی را برای بازی ایرانی نمی سازند. کشور ما قرار نیست از این حوزه گذر کند و برای مثال ۵ بازی بسازد و تمام شود. قرار است طبق سند بالادستی ایران کشوری باشد که حوزه بازی تولید، اشتغال و حتی صادرات داشته باشد. درحالی که امکان گذاشتن بازی روی استیم (درگاه خارجی بازی)، کنسول ها، گوگل و اپل به بازی ساز ایرانی داده نمی شود، اما بازی همان کشورها را در ایران می فروشیم این سرنوشت کردن قیف است. قرار است بازی سازی در ایران شکل بگیرد قرار نیست به کشورهای دیگر منتقل برسانیم. ذائقه گیر در تمام دنیا توسط ناشران تربیت می شود. قلعه بازی خارجی باز است و می گوییم ذائقه گیر ایرانی بازی خارجی می پسندد. اکنون عدالت و برابری در بازار بازی ایران نیست. در بزرگ ترین مارکت اپلیکیشن ایرانی از ۵۰ عنوان برتر ۲۴ عنوان گیم است که در حالیکه باید حداقل ۱۸-۱۷ عنوان ایرانی باشد اما ۷ عنوان ایرانی است. علت این امر تعدد بازی های خارجی است که بی ضابطه وارد کشور شده اند. برای مثال شرکت فنلاندی فلان بازی معروف را برای بازار ۲۰ میلیونی ایران نساخته بلکه برای بازار چند ده میلیونی جهان تولید کرده است. بازار ایران هم برایش مهم نبوده که اگر مهم بود به گوگل پلی فشار می آورد که مارکت خود را روی ایران باز کند. شرکت هایی که رایزنی می کنند و این بازی ها را به ایران می آورند در وهله اول به فکر خودشان هستند. آن بازی با چند میلیون دلار هزینه ساخت برای فروش در بازار جهانی در کنار بازی من بازی ساز داخلی قرار می گیرد که بازی ام را با ۵۰ میلیون تومان ساخته ام و از من توقع می شود که بازی ۵۰۰ میلیون تومانی بسازم که این عدالت نیست. معتقدم اخذ عوارض کاملاً می تواند به صنعت بازی کشور کمک کند به چند شرط. نخست اینکه برای ناشران در پلت فرم های مختلف دیجیتال، حامل، PC، سخت افزار قانون یکسان اجرا شود و نگویند کنترل شدنی نیست. دوم اینکه برای ناشران عدالت رعایت شود که نسخه غیرمجاز در سایت های داتلود به فروش نرسد و سوم اینکه محل هزینه کرد عوارض مشخص شود. این عوارض قرار است به حساب خزانه واریز و بخشی از بیت المال شود و بعداً بر اساس آن عدد واریزی، مبلغی به صنعت بازی سازی داخلی برگردد. وقتی این عدد برگشت نباید خرج افراد شود، بلکه باید در زیرساخت صنعت بازی خرج شود و در پروژه ای هزینه شود که درآمدزایی اش را تضمین کند و صادرات داشته باشد. برای مثال این مبلغ حتی می تواند در مجموعه ای که کار نشر انجام می دهند تزریق شود و به این حوزه را تقویت کنند که البته این پیشنهاد خام است. علاوه بر این، با نظرات دستگاه های نظارتی می تواند به مارکتی تعلق بگیرد که دانش بنیان باشد که نه در حوزه دلالی بلکه در حوزه واقعی ساخت بازی و اشتغال زایی فعال است که آن مارکت از بازی خارجی عوارض بگیرد و بخشی از عوارض به صورت تشویقی به خودش اختصاص یابد. اما اگر قرار نیست ساماندهی تجمیع عوارض دریافتی به سود آینده صنعت بازی کشور باشد بهتر است در بیت المال بماند و حتی بهتر است دولت با آن آزادراه تهران شمال را تمام کند. از سوی دیگر به عنوان یک دغدغه مند فرهنگی معتقدم که با وجود محصولات روز آمریکایی و اروپایی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) در کشور که حتی بعضاً مضر هم نیستند شرایط لازم برای تربیت نسل جوان در کشور را نداریم. اما درباره این بازی ها کارشناسی را بنیاد انجام می دهند و به بازی بد مجوز نمی دهند، اما این بازی ها زندگی بچه ها را بسیار تغییر می دهد. ایران را نباید با کشورهای دیگر مقایسه کرد. شرایط ایران از جمله شرایط زندگی، فرهنگی، آموزش و پرورش و ... در ایران قابل مقایسه با برخی کشورها نیست. در این حوزه علاوه بر عوارض باید به ناشران تعداد بدهند که برای مثال در سال ۵۰ بازی بیاورند اما بازی خوب سطح بالا بیاورند. از سوی دیگر ناشران باید توجه داشته باشند که قانون اساسی ایران اجازه رعایت کپی رایت خارجی را فعلاً نداده و به بازار تجارت جهانی نییوسته ایم؛ کپی رایت داخلی داریم و سخت اجرا می شود اما کپی رایت خارجی را در آثار فردی داریم. کپی رایت کتاب داریم، فیلم را نداریم و موسیقی را گاهی داریم. خروج ارز از کشور از طریق برخی بازی های آنلاین یک امتیاز است که حاکمیت از روی غفلت یا اینکه حواسش نیست حتی شبکه شتاب را برای پرداخت پول آن وصل کرده است. قدرش را بدانند ناشران خیلی مصر نباشد که عوارض در دسر برایشان درست کرده است. مسئولان حواسشان را جمع کنند که با ارزی که به صورت رسمی از طریق بازی خارج می شود چرا فیلم و محصولات فرهنگی دیگر را به صورت اصل نمی توانیم بیاوریم؟ قرار است فعلاً تجارت جهانی را آغاز نکنیم که این برای برخی ناشران امتیاز است. بنابراین با قانون گذار همکاری کنند. فارس: حالا بحث را به سمت بازار بچرخانیم و از منظر بازار این سوال را مطرح کنیم. طرح جدید چه تأثیری روی مارکت فروش بازی و به تبع بازی ساز و بازی کننده دارد؟ سپاهی: ما چند مشکل با این موضوع داریم که در صحبت های بازی سازهای موافق و مخالف این طرح نیز وجود داشت. نخست اینکه با اظهارات آقای فصیحی مبنی بر تضعیف صنعت بازی موافق هستیم. برای مثال در ایران مارکت خارجی گوگل پلی به صورت پیش فرض روی گوشی های اندرویدی نصب می شود و فعال است. در کنار مارکت های خارجی مارکت های ایرانی کافه بازار، مایکت، ایران اپس و ... نیز فعالیت می کنند که هر کدام ده ها هزار کاربر دارند. اینکه بخواهیم بازار را به سمت بازار غیررسمی و مارکت های خارجی سوق دهیم و تصور کنیم با این کار بازار داخلی جان می گیرد، استدلال منطقی نیست. زیرا همانطور که مارکت های اپلیکیشن توانستند در ایران جان بگیرند بازی سازها نیز این قدرت را خواهند داشت. آقای کرپاسی درباره نظارت بر بازارهای غیررسمی داخلی و خارجی در کنار اجرای این طرح روی مارکت های داخلی، صحبت کردند. بخش زیادی از بازار بازی ایران در اختیار مارکت های غیررسمی است و نظارتی بر بازار غیررسمی وجود ندارد. به این ترتیب با وضع این قانون صرفاً عوارض از مارکت های دارای مجوز دریافت می شود با این هدف که یک عده بازی ساز با ساز و کاری که هنوز مشخص نیست، کمک شوند. بنابراین در این میان سوال مهم وضعیت بازارهای غیررسمی است. پس از وضع قوانین اخذ عوارض، با احتساب ۱۰ درصد عوارض قیمت بازی در مارکت های رسمی افزایش می یابد و کاربران باید این هزینه را تقبل کنند که شاید افزایش هزینه تا جایی قابل درک باشد و از مقطعی به بعد شاید کاربر مارکت ایرانی را رها کند و از مارکت خارجی و بازارهای غیررسمی که همچنان فعالیت می کنند، بازی خود را بگیرد. در این روش بخش دیگری از صنعت بازی که همان مارکت ها هستند زمین می خورد و منطقی نیست که برای اصلاح بخشی از صنعتی، بخش دیگری از آن را خراب کنیم. معتمد این اقدام کاملاً مخالف حقوق رقابت است زیرا در واقع دولت وارد صنعتی شده، روی بخشی از آن دست گذاشته و بخش دیگر را رها کرده است. برعکس اظهارات آقای کرپاسی مبنی بر لزوم مساوی بودن شرایط رقابت برعکس شرایط اصلاً مساوی نخواهد شد. بزرگ ترین ضربه این موضوع خواهد بود که به مرور مارکت های ایرانی از بین خواهند رفت. فارس: این سوال را از وجه دیگری بپرسیم. فکر می کنید با اجرای این طرح بین مارکت ایرانی و خارجی تمیض ایجاد خواهد شد؟ حاجی هاشمی: بحث اخذ عوارض به عنوان مالیات اضافه ای از بازی خارجی باید در شرایط بازار ایران باید بررسی شود. در شرایطی قرار داریم که در حالیکه اجازه صادرات به محصولات بازی های ایرانی داده نمی شود کاملاً به بازی های خارجی اجازه ورود به بازار خود را داده ایم و به راحتی در ایران فعالیت می کنند. اساساً در حوزه بازی، فضای آزاد تبادل در بازار جهانی را نداریم. این در حالی است که در کشورهای دیگر که حتی فضای آزاد تبادل وجود دارد، در سال های اخیر به ویژه از سال ۲۰۱۵ در برخی کشورها از بازی های خارجی مالیات بر ارزش افزوده (VAT) علاوه بر مالیات عوارض گرفته می شود. این امر به این دلیل است که حتی کشورهایی که در فضای آزاد با یکدیگر رقابت می کنند با این مشکل مواجه شده اند که سبلی از واردات به سمتشان می آید؛ همچنان که اخیراً استرالیا از نت فلیکس (شبکه ویدئویی) مالیات می گیرد. آنها می بینند که بازی های کلش آف کلنز یا حتی پوکمون گو در مدت کوتاه فعالیت خود، دنیا را گرفتند. این شرایط عادی نیست که بگوییم شرایط عادی داریم و می خواهیم در این شرایط عادی تولید، صادرات و رقابت کنیم. این بحث نیز از این قضیه شروع شد که با چند موج در ایران مواجه بودیم از جمله بازی تراوین و کلش آف کلنز و آمارهای عجیب و غریبی مبنی بر اینکه روزانه صد میلیون تومان درآمد از این بازی ها برای کشور خارجی از بازار ایران حاصل می شود. در این شرایط با بازی سازان که صحبت می کنیم متوجه می شویم این بازی ها توانسته اند بازار را تکان دهند که نه تنها برای ایران بلکه برای کشورهای دیگر نیز عادی نیست. بنابر این باید به این سمت یعنی ساماندهی بازار بازی های خارجی برویم. روی دیگر سکه بحث اخذ عوارض از بازی های خارجی، فعالیت مارکت های خارجی در ایران است که به صورت غیرمستقیم از طریق کیف پول های مجازی و گیفت کارت درآمدزایی می کنند که باید ساماندهی شوند. باید برای مارکت ایرانی و خارجی رقابت عادلانه ایجاد کنیم نه اینکه از مارکت ایرانی عوارض بگیریم و از خارجی نگیریم. اکنون مارکت خارجی مالیات و عوارض به ایران پرداخت نمی کند، ارزش افزوده ای که از تجارت این مارکت ها نصیب کشور می شود از سود گیفت کارت که کیف پول مجازی است حاصل می شود، در حالی که مالیات باید موقع خرید اخذ شود نه از گیفت کارت. اکنون مثل صرافی ها عمل می شود و تنها از سود و نه حتی از کل مبلغ مالیات بر ارزش افزوده گرفته می شود. نمی توان یک بام و دو هوا رفتار کرد. مردم ما اکنون گیفت کارت می خرند و در گوگل پلی طبق قوانین کشور دیگری متناسب با IP که با آن وصل می شوند، مالیات می دهند؛ زیرا گوگل ایران را تحریم کرده اما به ۴۰ کشور مالیات بر ارزش افزوده می دهد. این روند یعنی هیچ چیز این چرخه اقتصادی سر جایش نیست و عادلانه رفتار نمی شود. معتمد همان اتفاقی که در بازار قاچاق گوشی تلفن همراه افتاد، در صنعت بازی نیز این جسارت باید به خرج داده شود. نیاز داریم تکلیف خود را با مارکت های خارجی که بازی را به صورت قاچاق وارد می کنند روشن کنیم. اکنون این مارکت ها ارز را از کشور خارج می کنند یا نباید ارز از کشور خارج کنند یا اگر خارج می شود، باید عوارض و مالیات را پرداخت کند که در مدل اجرایی این مطالبه، راهکارهای مختلفی وجود دارد که قابل بحث است. فارس: ظاهراً در موافقان و مخالفان دغدغه نحوه هزینه کرد عوارض اخذ شده وجود دارد. این دغدغه را چطور می توان برطرف کرد و سامان داد؟ کریمی قنوسی: یکی از سیاست های اصلی بنیاد ملی بازی های پارانه ای در چند سال اخیر به غیر از چند استثنا، حمایت از انتشار رسمی بازی های خارجی در کشور است که نه تنها به دنبال این نیستیم که بازی های خارجی به صورت رسمی وارد کشور نشود بلکه به دلیل تبعات بسیار مثبت آن با آن موافق هستیم. هدف اصلی بنیاد حمایت از بازی ساز های ایرانی است. عوارض، یک وسیله لازم و نه کافی برای رسیدن به این هدف است. حال این پرسش مطرح است که این عوارض کجا استفاده می شود و کجا مزیت رقابتی دارد؟ باید از این عوارض جایی استفاده کنیم که به نفع تولیدکننده داخلی باشد نه فقط قیمت بازی خارجی را بالا ببرد. بازار بازی ایران دو قسمت فیزیکی و دیجیتالی دارد. بازی فیزیکی همان بازی های کرک و کپی هستند که بنیاد به آنها (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) هولوگرام می دهد و این نقد به بنیاد وارد می شود که چرا هولوگرام می دهد؟ ما بسیار علاقه مندیم که به این بازی ها هولوگرام ندهیم ولی مجبور هستیم تا بتوانیم بخشی از بازار را برای کسانی که دنبال محتوای مناسب هستند اصلاح کنیم. اگر بنیاد هولوگرام روی بازی ها نرزد یعنی نمی دانیم در قالب cd بازی هایی که در مغازه ها وجود دارد چه چیزی است و نمی توانیم هم تک تک CD ها را چک کنیم و این اتفاق به دلیل نبود کپی رایت می افتد. قسمت دوم بازار بازی، بازی دیجیتال است که دو نکته مهم در این باره وجود دارد نخست اینکه اگر ف्री میوم (Freemium یا رایگان پایه) و ف्री تو پلی (Free to Play یا رایگان) در ایران و دنیا ایجاد نمی شد هیچ گاه درباره واردات رسمی بازی های خارجی این قدر راحت صحبت نمی کردیم. چرا این اتفاق افتاد؟ زیرا این بازی ها غیرقابل کرک شدن و کپی شدن هستند و اگر هم کپی شوند به سرور اصلی بازی وصل نمی شود و تمام خوبی های این بازی ها هم در آنلاین بودن آنهاست. بنابراین خود فناوری ف्री تو پلی تأثیر گذار بوده که اکنون در کشور مصرف بازی افزایش یافته است. زیرا مردم ایران عادت به استفاده مجانی دارند و ف्री تو پلی به معنای استفاده مجانی از بازی و امکان پرداخت در صورت دلخواه است. این امر باعث شده واردات رسمی بازی در کشور باشیم و بازی های پریمیوم فعلاً در کشور پاسخگو نخواهد بود. همچنان که آمار فروش بازی های پریمیوم در مارکت های رسمی ایرانی گواهی بر این موضوع است که اکثر فروش، در بازی های رایگان است. اما چرا باید روی بازار دیجیتال موبایل به عنوان یک بخش از بازار عوارض بگذاریم؟ در بازار ایران برخلاف بازارهای دیجیتال دنیا مرز دیجیتال داریم؛ به این معنا که مانند نروژ، فنلاند و دیگر کشورها یک مارکت گوگل پلی در ایران وجود ندارد که مردم بازی موردنظر خود را از این بستر بخرند. فردی که قصد دارد در ایران یک بازی را منتشر کند باید روش پرداخت ما را رعایت کند و در مارکت داخلی ما بازی را بارگذاری کند. این به معنی بازار محلی داخلی است که توسط دیگر کشورها قابل دسترس نیست و جذابیتی هم برای آنها ندارد. در نتیجه ما به بازار جهانی وصل نیستیم و بازار محلی خود را داریم. نمونه این بازار چین است. در پاسخ به این سؤال که چرا بازی موبایل؟ باید بگوییم در این حوزه مزیت رقابتی داریم و بازی سازهای ایرانی می توانند بازی بسازند و عملکردشان نشان داده در چند سال اخیر علیرغم عدم حمایت عمده بنیاد از ساخت بازی های موبایل و هزینه نکردن در این بازار، بازی موبایل ساخته شده و میلیاردها هم فروش رفته است. پس نشان از مزیت رقابتی بازی سازی موبایل در ایران دارد. اکنون بازار خود را در اختیار شرکت های خارجی قرار داده ایم که اشکالی ندارد و بازی سازهای داخلی بایند و با بازی سازهای خارجی رقابت کنند؛ اما از سوی دیگر به دلیل وجود مرز دیجیتال در ایران امکان صادرات نداریم که بازادو کسی جدی را رقم زده است. دو شایه درباره طرح اخذ عوارض از بازی های خارجی، مطرح شد که نخست تضعیف بازار و دوم اقبال مارکت های خارجی بود. بازار اصلاً تضعیف نمی شود، چه کسی گفته عوارض روی قیمت تمام شده اضافه شود؟ مارکت و ناشر بخش خصوصی هستند و ممکن است تشخیص دهند اگر قیمت را اضافه کنند مردم بازی را نخرند یا بخرند. ممکن است تشخیص دهند ۵ درصد یا ۶ درصد یا ۱۰ درصد اضافه کنند. چرا ناشر خارجی باید بفهمد که در ایران ۱۰ درصد عوارض روی بازی گذاشته می شود؟ مارکت سود شرکت خارجی را پرداخت کند و از سود خود کم کنند. درباره شایه دوم برخی می گویند ممکن است مردم در نتیجه اخذ این عوارض و افزایش قیمت بازی خارجی، به سمت گوگل پلی بروند و بازی های خود را از آنجا دانلود کنند. در پاسخ به این سؤال دو فاکتور مهم وجود دارد: نخست اینکه گوگل پلی روی ایرانی ها تحریم و بسته است و کاربر ایرانی نمی تواند در گوگل پلی پرداخت کند. علاوه بر این حتی نمی تواند به عنوان مارکت فیزیکی در استیم ثبت کند. به دلیل تحریم ها آنها پرداخت خود را روی ما بسته اند. بدون VPN نمی توانیم پرداخت کنیم و VPN را هم در ایران به رسمیت نمی شناسیم. برخی می گویند ممکن است قیمت بازی خارجی در ایران افزایش یابد. در ایران قیمت بازی خارجی رسمی متوسط دلاری ۳ هزار تومان تا ۳۱۰۰ تا ۳۲۰۰ تومان است. در برخی کشورهای دیگر از جمله روسیه هم این چنین است که به دلیل قدرت خرید مردم دلار را کمتر حساب می کنند در صورتی که اگر مردم بخواهند گیفت کارت یا کریت کارت یا دبیت کارت بگیرند و شارژ کنند باید دلار ۴۷۰۰ بخرند و اختلاف قیمت جدی است و این ۱۰ درصد حتی اگر به قیمت نهایی بازی اضافه شود هنوز فاصله زیادی با قیمت جهانی بازی در مارکت خارجی دارد. پس مردم به سمت بازار جهانی شیفَت نمی کنند و این فرض غلط است. نکته مهم دیگر این است که گفته می شود همانطور که مارکت ها توانسته اند رقابت کنند بازی ساز های ایرانی نیز رقابت می کنند. در حالی که اگر گوگل پلی در ایران بود و پرداخت شتابی برای آن فعال بود آیا مارکت ایرانی رشد می کرد؟ در نبود اپل، آمازون و یوتیوب سرویس های داخلی ایجاد شدند در حالی که اکنون هیچ امکان ویژه ای با بازی سازی ایرانی نداریم. بازی ساز ایرانی و خارجی در زمین رقابت برابر نیستند و حتی شرایط برای بازی ساز ایرانی بدتر است؛ زیرا باید پول حقوق، بیمه و ... بدهد. اخذ عوارض از بازی های خارجی دو سود دارد: نخست بحث اقتصادی و تقویت فضای کسب و کار و دوم: انجام کارهای زیرساختی از پول جمع شده تقویت فضای کسب و کار یعنی همه شامل دولت، مرکز ملی فضای مجازی و بخش خصوصی باید روی تولید داخل سرمایه گذاری کنند. در کشور ما شرایط کسب و کار به گونه ای است که سرمایه گذار دارای پول ترجیح می دهد بازی خارجی را بیاورد و پول بازاریابی و تبلیغ بدهد به جای اینکه بخواهد دو سال روی تولید داخل سرمایه گذاری کند؛ در این صورت به جای خواب پول، یک مالیت بر ارزش افزوده می دهد و به این ترتیب واردات بازی خارجی را به صرفه تر می داند. بنابراین سرمایه خصوصی جذب این صنعت نمی شود. بخش دوم انجام هزار کار زیرساختی از پول جمع شده است. به صورت مشخص ۳ تا ۴ سیستم برای هزینه کرد این پول در نظر گرفته ایم. نخست: هرم حمایت که یک سال روی این موضوع کار شده و اکنون وارد دیالوگ با مرکز ملی فضای مجازی شده ایم و بخش خصوصی باید روی آن نظر بدهد. هرم حمایت یک سیستم شفاف برای کمک کردن به بازی ساز داخلی است. همه جای دنیا هم دولت ها پول برای بازی سازی می دهند. برای مثال فنلاند حتی به سوپرسل که بسیار فروخته پول داده است. ذات پول دادن چیز بدی نیست که کار هرم حمایت درست پول دادن است. اقدام دوم: کمک به ناشران داخلی برای انتشار بازی ایرانی در خارج از کشور است تا ریسک انتشار بازی ایرانی در خارج را کاهش دهیم. این کار از طریق حمایت هایی از جمله جذب کاربر در خارج از کشور انجام می شود. مثلاً ۲۰ هزار دلار به آنها بدهیم. سوم: آوردن افراد تأثیرگذار و مدیران پروژه از خارج از کشور است که افراد نامدار یک یا دو سال در ایران منتورینگ (Mentoring) یا آموزش توسط افرادی دارای تخصص، تسلط، تجربه در یک زمینه مشخص (فیزیکی کنند و در قالب توسعه دهنده، تهیه کننده یا بازی سازها آموزش دهند. محل اقامت و حقوق این افراد، هزینه بر است و تقیل آن بیشترین کمک را به تولید داخل می کند. البته تمامی این برنامه ها تا زمانی که با مرکز ملی فضای مجازی و بازی سازها هماهنگی نشود اجرا نخواهد شد. گفته ایم تا زمانی که نظارت خوبی روی پول جمع آوری شده از عوارض نباشد، کاری نمی کنیم. ما در بنیاد برای برنامه های خودمان ۱۲ میلیارد تومان بودجه کافی داریم و نیازی به این پول نداریم و قرار نیست هزینه کار و عملیات ما شود؛ بلکه پول عوارض برای تولیدکننده داخلی بازی و زیرساخت است و باید خود تولیدکننده ها و مرکز ملی فضای مجازی بر این کار نظارت کنند و بپرسند این پول کجا هزینه می شود. بنابراین درباره هزینه کرد این پول پیشنهادها داریم و باید با مرکز ملی فضای مجازی و بازی سازها بنشینیم و صحبت کنیم. نوع هزینه کرد و گزارش هزینه کرد باید با نظارت بازی ها و مرکز ملی فضای مجازی باشد. ادامه دارد... گفت و گو از فاطمه سامعیدر بخش دوم این میزگرد پاسخ های حاضران به انتقادات را خواهید خواند. بخش هایی از (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مهم ترین صحبت های بخش دوم میزگرد به شرح زیر است: **فصیحی:** هیچ کشوری عوارض بازی دیجیتال ندارد، از ما گرفتند ازشان بگیریم نگرفتند بگیریم. کرباسی: در قانون ایران از همه صنایع خارجی عوارض گرفته می شود. حاجی هاشمی: برای بازی ساز ایرانی قدری سهم باز کنیم تا خود را بالا بکشد و همزمان تمام قد مقابل قاچاق بایستیم. کریمی قدوسی: پس از اینکه از مارکت های رسمی عوارض گرفتیم وجدانمان اجازه نمی دهد با قاچاق مبارزه نکنیم / قطعاً به هیچ وجه عوارض را از ۱۰ درصد افزایش نمی دهیم.



هشدار تیوز

زشت و زیبای اخذ عوارض از بازی خارجی برای کمک به بازی ایرانی / جای خالی جسات تجربه رجیستری

در صنعت با (۱۳۹۵/۱۱/۱۵) - (۱۳۹۵/۱۱/۱۵)

به گزارش خبرنگار فناوری اطلاعات خبرگزاری فارس، موضوع اخذ عوارض از بازی های رایانه ای خارجی به عنوان مهم ترین خبرهای این روزهای صنعت بازی کرباساز و چالش برانگیز شده است.

فارس تلاش کرده با برگزاری میزگردی ابعاد مختلف این تصمیم را برای نخستین بار از نگاه تمامی ذینفعان یعنی کاربر، بازی ساز، مارکت و حاکمیت بررسی ترسیم کند.

در این میزگرد آقایان حسن کریمی قدوسی رییس بنیاد ملی بازی های رایانه ای، حاجی هاشمی کارشناس صاحب نظر در صنعت بازی، امیر سپاهی مدیر حقوقی مارکت ایرانی کافه بازار و امیرحسین فصیحی و بابک کرباسی فعالان بازی ساز حضور یافتند.

موضوع اخذ عوارض از مصوبه شورای عالی فضای مجازی درباره سیاست های حاکم بر برنامه ملی بازی های رایانه ای نشأت می گیرد و بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان حاکمیت پیگیر اجرای این مصوبه است؛ این مقررات جدید با انتقاد مارکت های رسمی داخلی روبه رو است که نگران افزایش قیمت بازی و تمایل بازی کننده های به سمت مارکت های بی مجوز خارجی هستند، بزرگترین مارکت اپلیکیشن ایرانی منتقد جدی این طرح است؛ همچنین از آنجا که عواید حاصل از این عوارض قرار است به بازی سازهای ایرانی کمک کند برخی بازی سازهای ایرانی موافق این تصمیم به نفع صنعت داخل هستند. کرباسی فعال تولید بازی موافق جدی این طرح است که معتقد است عوارض بسیار بیشتر از ۱۰ درصد باید باشد و شامل همه بازی های خارجی شود؛ در مقابل برخی بازی سازها در مخالفت با این تصمیم معتقدند مضرات این کمک دولتی از محاسن آن بیشتر خواهد بود؛ چنانکه فصیحی مخالف طرح است و معتقد است اگر از راه خلاقی قرار است کمک شود راضی به دریافت کمک نیستند. حاجی هاشمی به عنوان کارشناس صاحب نظر در صنعت بازی نیز بر محاسن اخذ عوارض تاکید دارد اما اجرای برخی اقدامات و به ویژه مقابله همه جانبه با قاچاق را همزمان با اخذ عوارض ضروری می داند. وی تجربه همکاری در تدوین سیاست های برنامه ملی بازی را هم در کارنامه دارد.

در این میزگرد تلاش شد به مهم ترین ابعاد این وضع این قانون جدید از جمله تاثیر شرایط جدید بازار بازی بر مصرف کننده و بازی ساز، احتمال ایجاد تبعیض بین بازار کسب و کار ایرانی و خارجی فروش بازی، الزامات اجرای صحیح تصمیم اخذ عوارض از بازی های رایانه ای، نحوه هزینه کرد عوارض اخذ شده به نفع بازی ساز و نظارت بر عوارض اخذ شده پرداخته شود.

این میزگرد در ۳ بخش تهیه شده که به ترتیب در خبرگزاری فارس منتشر خواهد شد.

نخستین بخش از این میزگرد را در زیر می خوانید:

فارس: تأثیر اخذ عوارض از بازی های خارجی روی مصرف کننده و بازار بازی سازی چه خواهد بود؟

فصیحی: حرکت اخذ عوارض از بازی های خارجی دارای نیت خیر است و کسانی که به این طرح فکر کرده اند قطعاً نیت شان رشد بازی سازی در کشور و بهتر شدن وضعیت همه بچه ها در کشور است. در این شکی نیست اما به نظر من این طرح از جنبه های مختلفی قابل بررسی است. همیشه برای یک بازی ساز بسیار مهم است که بازار صحیح داشته باشد که بتواند بازی خود را با قیمت صحیح و روش های صحیح به دست مخاطب برساند. طی ۱۰ سال گذشته که بازی سازی در ایران جدی شده است متأسفانه بزرگ ترین مشکل بازی سازی همین مسئله بوده است. امروز نیز بزرگ ترین مشکل بازی سازها، بازار فروش بازی است. از این جهت که مخاطب ایرانی برای محصول بازی پول نمی دهد و این یک بحث خیلی جدی و مشکل فرهنگی است که از قدیم داشته ایم و خود ما نیز با این بازی ها بزرگ شده ایم اما برای آنها پول نداده ایم.

همیشه نسخه های غیرقانونی، کرک و کپی بوده است. پیش از اینترنت دسترسی به این بازی ها بسیار ارزان بود و برای مثال با هزار تومان می شد یک CD بهترین بازی جهان را خرید که در خارج کشور شاید تا ۶۰ دلار قیمت داشت.

پس از ورود اینترنت این روند شدیدتر شد؛ زیرا سایت های دانلود به وجود آمدند و دانلود غیرقانونی باب شد. بنابراین این مسئله باعث می شود که قیمت صحیح بازی را در کشور نداشته باشیم. ما وقتی سال ۸۹ بازی گرشاسب را در بازار منتشر کردیم، مجبور شدیم با قیمت ۳ هزار تومان بفروشیم درحالی که همان سال همان بازی را با قیمت ۱۹ یورو در کشورهای دیگر منتشر کردیم. اختلاف شدید بود و در ایران نمی توانستیم بازی را حتی با قیمت ۵ هزار تومان بفروشیم زیرا در ایران بازی خارجی با قیمت هزار تا ۲ هزار تومان فروخته می شد. بنابراین آرزوی هر بازی ساز بود که یک روز بازار ایران اصلاح شود و ایرانی ها برای کالای فرهنگی مانند بازی، فیلم سینمایی و موسیقی پول بدهند.

اگر بخواهیم مثال بزنیم فرض کنید بهترین خودروهای جهان از جمله بنز و BMW رایگان یا با قیمت ۱۰۰ هزار تومان البته به صورت غیرقانونی در ایران بفروشند و همه در ایران آنها را داشته باشند که وضعیت فعلی بازار بازی ایران این گونه است زیرا عمده روشی که مردم بازی تهیه می کنند کپی یا کرک و دانلود است و حتی آنها که خریداری می شوند نسخه های کرک غیرقانونی است که ۲ تا ۳ هزار تومان قیمت دارند.

در حوزه بازی موبایلی عمده دریافت بازی های موبایلی از سایت های غیرقانونی است که به تعداد زیاد فعال هستند در این بازار، بازارهایی (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مثل برخی مارکت های موبایلی تصمیم گرفتند صحیح و قانونی هم محصول ایرانی و هم محصول خارجی را ارایه کنند و برخی مردم هم حاضرند برای این بازی ها پول بدهند. در مثال خودرو فرض کنید در شرایطی که بنز و بی ام و رایگان با قیمت ۱۰۰ هزار تومان به صورت غیرقانونی در ایران وجود دارد شرکتی یک خودروی چینی را با قیمت ۵ میلیون تومان اما به صورت مجاز وارد کرده و می خواهد بفروشد و در این وضعیت بازار یک سری افراد نیز حاضرند برای این خودروی چینی پول بدهند.

اکنون دو سه سالی است که تعدادی ناشر خارجی محصولات خود را رسمی در ایران می فروشند. همیشه بچه های ایرانی همان بازی ها را به صورت دزدی بازی کرده اند. حضور ناشر خارجی باعث فرهنگ سازی شده است. قیمت ها را اصلاح می کنند، پشتیبانی صحیح به کاربر می دهد و مردم به تدریج یاد می گیرند که برای پشتیبانی رسمی باید پول بدهند. یاد می گیرند نباید بازی ها را دزدی بگیریم باید پول بدهیم. این فرهنگ سازی به نفع بازی ساز است زیرا وقتی به تدریج قیمت ها اصلاح شد مردم به بازی ساز ایرانی هم پول می دهند. فعلاً دغدغه ما این است که به جوان ایرانی بگوییم باید پول صحیح و قانونی برای بازی بدهی نه پول دزدی برای بازی غیرقانونی.

نمی دانم چه طور شد که ناشران خارجی وارد ایران شدند و بازار ایران را تست کردند اما اتفاق خیلی خوب و مثبتی است. عوارض دقیقاً خلاف جهت این جریان است.

در مثال خودرو، بنز و بی ام و رایگان است و همه دارند و شرکت چینی می گوید مردم این خودروها را سوار نشوید دزدی است. بیاید ماشین چینی ۵ میلیونی را بخرید. در این شرایط به شرکت چینی می گوییم شما که این کار را می کنید و در حال ایجاد جریانی هستید که علاوه بر اینکه تشویق نمی شوی باید عوارض بدهی و به تمام دزدها هم کاری نداریم. یعنی همان کاری که سال ها سایت های عرضه بازی که غیرقانونی بازی ارایه می کنند و کاری با آنها نکرده ایم و باعث شد بازی سازهای خارجی هیچ وقت روی بازار ایران حساب نکنند. اکنون چند ناشر خارجی به احترام بازی کننده ایرانی بازی خود را فارسی می کنند و پشتیبانی می دهند. می خواهیم کارش را سخت کنیم که اساساً این مسیر عکس اصلاح بازار است. زیرا همیشه یک بازار سالم قانونی می خواستیم که این حرکت ضربه زدن به بازار قانونی است، علاوه بر اینکه هیچ قدمی در مقابله با بازار دزدی و غیرقانونی بر نمی داریم و همچنان بازی های غیرقانونی روی سایت های داتلود وجود دارند و هیچ تغییری در این وضعیت ایجاد نشده است.

بحث دیگر این است که منبع درآمد حاصل از این عوارض کمک به بازی ساز داخلی کند. کمک به بازی ساز داخلی خیلی خوب است و باید به او کمک شود اما دولت از منابع مختلفی می تواند این حمایت را انجام دهد که امیدواریم از این منبع نباشد. حتی اگر پدر من هم بگوید می خواهم خرج تو را بدهم اما از یک راه غیرقانونی می خواهم آن را تهیه کنم من راضی نیستم. امیدوارم از یک راه صحیح این پول بیاید. هیچ وقت معتقد نیستیم که هدف وسیله را توجیه می کند بنابراین کمک به بازی ساز ایرانی خیلی خوب است. هر چقدر عالی است اما امیدوارم از این روش نباشد فکر می کنم این طرح به بازی ساز ایرانی کمک نمی کند. زیرا باید بازار در بلندمدت برای بازی ساز ایرانی اصلاح شود. همان طور که در گذشته بازار بزرگ ترین دشمن بازی ساز ایرانی بوده است این طرح هم قدمی است برای تضعیف بازار بازی. اگر امروز مردم یاد می گیرند که برای بازی خارجی پول خرج کنند فردا هم برای بازی داخلی پول می دهند. کما اینکه این اتفاق اکنون رخ داده است. در بزرگ ترین مارکت برنامه موبایلی ایرانی از ۱۰ بازی برتر ۵ بازی خارجی و ۵ بازی ایرانی است. این نشان می دهد اکنون محصولات ایرانی عالی داریم که در حال رقابت با بهترین های بین المللی هستند. راه رقابت وجود دارد. در مجموع وقتی بازار قوی باشد به نفع بازی ساز ایرانی هم هست. عوارض در بلندمدت حتماً به حضور بازی ساز ایرانی است.

فارسی: آیا بازی ساز های ایرانی همگی معتقد هستند اخذ عوارض از بازی های خارجی به نفع مصرف کننده و بازی سازی ایرانی است؟
کرباسی: به نمایندگی از چند ده شرکت بازی ساز چند سال پیش به نتیجه رسیدیم و به شورای عالی فضای مجازی و بنیاد ملی بازی های رایانه ای پیشنهاد داده ایم از حامل های فیزیکی مثل کنسول و نه دیجیتال و کلاً بازی های وارداتی عوارض دریافت کنند که از لفظ مالیات استفاده می کردیم. نظر ما این بود که این مالیات هم عددی باشد که بتواند در بازار رقابتی را برای بازی سازی داخلی برابری ایجاد کند. مثلاً ۳۰ درصد باشد که گفتند کارشناسی شده نیست و به عدد ۱۰ درصد رسیدند اما به عنوان بازی ساز معتقدم با ۱۰ درصد اتفاق خاصی در بازار نخواهد افتاد و طی ۴ تا ۵ سال آینده باید این عدد بیشتر شود. درباره هزینه های تولید داخلی آقای فصیحی نیز حرف هایی را گفتند.

نشر بازی در کشور در حال انجام است و عوارضی که به اعتقاد من خوب است باعث ایجاد عدالت در بازار می شود. اخذ عوارض از بازی خارجی باید روی تمام پلت فرم ها از جمله PC، موبایل و بازی های آنلاین با هم دیده شود. قانون گذار باید بگوید اگر یک بازی خارجی رسمی وارد ایران می شود و یک مارکت ایرانی آن را منتشر می کند از آن عوارض گرفته شود، اگر روی DVD برای PC نیز منتشر می شود باز هم به نوعی عوارض گرفته شود و اخذ عوارض به حوزه موبایل محدود نشود.

در کنار اخذ عوارض باید با حوزه قاچاق نیز برخورد جدی شود. در حال حاضر نسخه های غیرقانونی بازی ها در ایران و جاهت قانونی می گیرند و هم زمان که روی مارکت های رسمی گذاشته می شوند روی تمام سایت های ایرانی با دامنه IR موجوداند.

شورای عالی فضای مجازی باید خارج از روند فیلتر کردن ضوابطی بگذارند که برخورد با قاچاق در حوزه بازی تسهیل شود. برخورد با بازار غیررسمی، عدالتی برای ناشران ایجاد می کند که می توانیم حقوق خود را از آنها مطالبه کنیم. وقتی عوارض گرفته شود بازار بی در پیکر و بی ضابطه بازی موبایل که در نتیجه آن تعداد قابل توجهی بازی وارد کشور می شود سامان می گیرد.

بازی های خارجی که وارد بازار ایران می شوند، شرایط رقابتی را برای بازی ایرانی نمی سازند. کشور ما قرار نیست از این حوزه گذر کند و برای مثال ۵ بازی بسازد و تمام شود. قرار است طبق سند بالادستی ایران کشوری باشد که حوزه بازی تولید اشتغال و حتی صادرات داشته باشد.

درحالی که امکان گذاشتن بازی روی استیم (درگاه خارجی بازی)، کنسول ها، گوگل و اپل به بازی ساز ایرانی داده نمی شود اما بازی همان کشورها را در ایران می فروشیم این سرتو کردن قیف است. قرار است بازی سازی در ایران شکل بگیرد قرار نیست به کشورهای دیگر منتفع برسائیم.

ذائقه گیم در تمام دنیا توسط ناشران تربیت می شود. فلکه بازی خارجی باز است و می گوییم ذائقه گیم ایرانی بازی خارجی می پسندد. اکنون عدالت و برابری در بازار بازی ایران نیست. در بزرگ ترین مارکت اپلیکیشن ایرانی از ۵۰ عنوان برتر ۲۴ عنوان گیم است که در حالیکه باید حداقل ۱۸-۱۷ عنوان ایرانی باشد اما ۷ عنوان ایرانی است. علت این امر تعدد بازی های خارجی است که بی ضابطه وارد کشور شده اند. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) برای مثال شرکت فنلاندی فلان بازی معروف را برای بازار ۲۰ میلیونی ایران نساخته بلکه برای بازار چند ده میلیونی جهان تولید کرده است. بازار ایران هم برایش مهم نبوده که اگر مهم بود به گوگل پلی فشار می آورد که مارکت خود را روی ایران باز کند.

شرکت هایی که رایزنی می کنند و این بازی ها را به ایران می آورند در وهله اول به فکر خودشان هستند. آن بازی با چند میلیون دلار هزینه ساخت برای فروش در بازار جهانی در کنار بازی من بازی ساز داخلی قرار می گیرد که بازی ام را با ۵۰ میلیون تومان ساخته ام و از من توقع می شود که بازی ۵۰۰ میلیون تومانی بسازم که این عدالت نیست.

معتمد اخذ عوارض کاملاً می تواند به صنعت بازی کشور کمک کند به چند شرط. نخست اینکه برای ناشران در پلت فرم های مختلف دیجیتال، حامل، PC، سخت افزار قانون یکسان اجرا شود و نگویند کنترل شدنی نیست.

دوم اینکه برای ناشران عدالت رعایت شود که نسخه غیرمجاز در سایت های دانلود به فروش نرسد و سوم اینکه محل هزینه کرد عوارض مشخص شود. این عوارض قرار است به حساب خزانه واریز و بخشی از بیت المال شود و بعداً بر اساس آن عدد واریزی، مبلغی به صنعت بازی سازی داخلی برگردد. وقتی این عدد برگشت نباید خرج افراد شود، بلکه باید در زیرساخت صنعت بازی خرج شود و در پروژه ای هزینه شود که درآمدزایی اش را تضمین کند و صادرات داشته باشد. برای مثال این مبلغ حتی می تواند در مجموعه ای که کار نشر انجام می دهند تزریق شود و به این حوزه را تقویت کنند که البته این پیشنهاد خام است. علاوه بر این، با نظرات دستگاه های نظارتی می تواند به مارکتی تعلق بگیرد که دانش بنیان باشد که نه در حوزه دلالتی بلکه در حوزه واقعی ساخت بازی و اشتغال زایی فعال است که آن مارکت از بازی خارجی عوارض بگیرد و بخشی از عوارض به صورت تشویقی به خودش اختصاص یابد اما اگر قرار نیست ساماندهی تجمیع عوارض دریافتی به سود آینده صنعت بازی کشور باشد بهتر است در بیت المال بماند و حتی بهتر است دولت با آن آزادراه تهران شمال را تمام کند.

از سوی دیگر به عنوان یک دغدغه مند فرهنگی معتمد که با وجود محصولات روز آمریکایی و اروپایی در کشور که حتی بعضاً مضر هم نیستند شرایط لازم برای تربیت نسل جوان در کشور را نداریم. اما درباره این بازی ها کارشناسی را بنیاد انجام می دهند و به بازی بد مجوز نمی دهند، اما این بازی ها زندگی بچه ها را بسیار تغییر می دهد ایران را نباید با کشورهای دیگر مقایسه کرد. شرایط ایران از جمله شرایط زندگی، فرهنگی، آموزش و پرورش و ... در ایران قابل مقایسه با برخی کشورها نیست. در این حوزه علاوه بر عوارض باید به ناشران تعداد بدهند که برای مثال در سال ۵۰ بازی بیاورند اما بازی خوب سطح بالا بیاورند. از سوی دیگر ناشران باید توجه باشند که قانون اساسی ایران اجازه رعایت کپی رایت خارجی را فعلاً نداده و به بازار تجارت جهانی نیبسته ایم؛ کپی رایت داخلی داریم و سخت اجرا می شود اما کپی رایت خارجی را در آثار فردی داریم. کپی رایت کتاب داریم، فیلم را نداریم و موسیقی را گاهی داریم.

خروج ارز از کشور از طریق برخی بازی های آنلاین یک امتیاز است که حاکمیت از روی غفلت یا اینکه حواسش نیست حتی شبکه شتاب را برای پرداخت پول آن وصل کرده است. قدرش را بداند ناشران خیلی مصر نباشد که عوارض در دسر برایشان درست کرده است. مسئولان حواسشان را جمع کنند که با ارزی که به صورت رسمی از طریق بازی خارج می شود چرا فیلم و محصولات فرهنگی دیگر را به صورت اصل نمی توانیم بیاوریم؟ قرار است فعلاً تجارت جهانی را آغاز نکنیم که این برای برخی ناشران امتیاز است. بنابراین با قانون گذار همکاری کنند.

فارس: حالا بحث را به سمت بازار بچرخانیم و از منظر بازار این سوال را مطرح کنیم. طرح جدید چه تاثیری روی مارکت فروش بازی و به تبع بازی ساز و بازی کننده دارد؟

سپاهی: ما چند مشکل با این موضوع داریم که در صحبت های بازی سازهای موافق و مخالف این طرح نیز وجود داشت. نخست اینکه با اظهارات آقای فصیحی مبنی بر تضعیف صنعت بازی موافق هستیم. برای مثال در ایران مارکت خارجی گوگل پلی به صورت پیش فرض روی گوشی های اندرویدی نصب می شود و فعال است. در کنار مارکت های خارجی مارکت های ایرانی کافه بازار، مایکت، ایران اپس و ... نیز فعالیت می کنند که هر کدام ده ها هزار کاربر دارند. اینکه بخواهیم بازار را به سمت بازار غیررسمی و مارکت های خارجی سوق دهیم و تصور کنیم با این کار بازار داخلی جان می گیرد، استدلال منطقی نیست. زیرا همانطور که مارکت های اپلیکیشن توانستند در ایران جان بگیرند بازی سازها نیز این قدرت را خواهند داشت.

آقای کریمانی درباره نظرات بر بازارهای غیررسمی داخلی و خارجی در کنار اجرای این طرح روی مارکت های داخلی، صحبت کردند. بخش زیادی از بازار بازی ایران در اختیار مارکت های غیررسمی است و نظارتی بر بازار غیررسمی وجود ندارد. به این ترتیب با وضع این قانون صرفاً عوارض از مارکت های دارای مجوز دریافت می شود با این هدف که یک عده بازی ساز یا ساز و کاری که هنوز مشخص نیست، کمک شوند. بنابراین در این میان سوال مهم وضعیت بازارهای غیررسمی است.

پس از وضع قوانین اخذ عوارض، با احتساب ۱۰ درصد عوارض قیمت بازی در مارکت های رسمی افزایش می یابد و کاربران باید این هزینه را تقبل کنند که شاید افزایش هزینه تا جایی قابل درک باشد و از مقطعی به بعد شاید کاربر مارکت ایرانی را رها کند و از مارکت خارجی و بازارهای غیررسمی که همچنان فعالیت می کنند، بازی خود را بگیرد. در این روش بخش دیگری از صنعت بازی که همان مارکت ها هستند زمین می خورد و منطقی نیست که برای اصلاح بخشی از صنعت، بخش دیگری از آن را خراب کنیم.

معتمد این اقدام کاملاً مخالف حقوق رقابت است زیرا در واقع دولت وارد صنعتی شده، روی بخشی از آن دست گذاشته و بخش دیگر را رها کرده است. برعکس اظهارات آقای کریمانی مبنی بر لزوم مساوی بودن شرایط رقابت برعکس شرایط اصلاً مساوی نخواهد شد. بزرگ ترین ضربه به این موضوع خواهد بود که به مرور مارکت های ایرانی از بین خواهند رفت.

فارس: این سوال را از وجه دیگری بررسییم. فکر می کنید با اجرای این طرح بین مارکت ایرانی و خارجی تبعیض ایجاد خواهد شد؟

حاجی هاشمی: بحث اخذ عوارض به عنوان مالیات اضافه ای از بازی خارجی باید در شرایط بازار ایران باید بررسی شود. در شرایطی قرار داریم که در حالیکه اجازه صادرات به محصولات بازی های ایرانی داده نمی شود کاملاً به بازی های خارجی اجازه ورود به بازار خود را داده ایم و به راحتی در ایران فعالیت می کنند. اساساً در حوزه بازی، فضای آزاد تبادل در بازار جهانی را نداریم. این در حالی است که در کشورهای دیگر که حتی فضای آزاد تبادل وجود دارد، در سال های اخیر به ویژه از سال ۲۰۱۵ در برخی کشورها از بازی های خارجی مالیات بر ارزش افزوده (VAT) علاوه بر مالیات عوارض گرفته می شود.

این امر به این دلیل است که حتی کشورهایی که در فضای آزاد با یکدیگر رقابت می کنند با این مشکل مواجه شده اند که سبلی از واردات به سمتشان می آید؛ همچنان که اخیراً استرالیا از نت فلیکس (شبکه ویدئویی) مالیات می گیرد. آنها می بینند که بازی های گلش آف کلنز یا حتی پوکمون گو (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مدت کوتاه فعالیت خود، دنیا را گرفتند. این شرایط عادی نیست که بگوییم شرایط عادی داریم و می‌خواهیم در این شرایط عادی تولید، صادرات و رقابت کنیم. این بحث نیز از این قضیه شروع شد که با چند موج در ایران مواجه بودیم از جمله بازی تراوین و کلش آف کلنز و آمارهای عجیب و غریبی مبنی بر اینکه روزانه صد میلیون تومان درآمد از این بازی‌ها برای کشور خارجی از بازار ایران حاصل می‌شود. در این شرایط با بازی‌سازان که صحبت می‌کنیم متوجه می‌شویم این بازی‌ها توانسته‌اند بازار را تکان دهند که نه تنها برای ایران بلکه برای کشورهای دیگر نیز عادی نیست. بنابر این باید به این سمت یعنی ساماندهی بازار بازی‌های خارجی برویم.

روی دیگر سکه بحث اخذ عوارض از بازی‌های خارجی، فعالیت مارکت‌های خارجی در ایران است که به صورت غیرمستقیم از طریق کیف پول‌های مجازی و گیفت کارت درآمدزایی می‌کنند که باید ساماندهی شوند. باید برای مارکت ایرانی و خارجی رقابت عادلانه ایجاد کنیم نه اینکه از مارکت ایرانی عوارض بگیریم و از خارجی نگیریم. اکنون مارکت خارجی مالیات و عوارض به ایران پرداخت نمی‌کند، ارزش افزوده‌ای که از تجارت این مارکت‌ها نصیب کشور می‌شود از سود گیفت کارت که کیف پول مجازی است حاصل می‌شود. در حالی که مالیات باید موقع خرید اخذ شود نه از گیفت کارت. اکنون مثل صراف‌ها عمل می‌شود و تنها از سود و نه حتی از کل مبلغ مالیات بر ارزش افزوده گرفته می‌شود. نمی‌توان یک بام و دو هوا رفتار کرد. مردم ما اکنون گیفت کارت می‌خرند و در گوگل پلی طبق قوانین کشور دیگری متناسب با IP که با آن وصل می‌شوند، مالیات می‌دهند؛ زیرا گوگل ایران را تحریم کرده اما به ۴۰ کشور مالیات بر ارزش افزوده می‌دهد این روند یعنی هیچ چیز این چرخه اقتصادی سر جایش نیست و عادلانه رفتار نمی‌شود.

منتقدم همان اتفاقی که در بازار قاچاق گوشی تلفن همراه افتاد، در صنعت بازی نیز این جسارت باید به خرج داده شود. نیاز داریم تکلیف خود را با مارکت‌های خارجی که بازی را به صورت قاچاق وارد می‌کنند روشن کنیم. اکنون این مارکت‌ها ارز را از کشور خارج می‌کنند یا نباید ارز از کشور خارج کنند یا اگر خارج می‌شود، باید عوارض و مالیات را پرداخت کند که در مدل اجرایی این مطالبه، راهکارهای مختلفی وجود دارد که قابل بحث است.

فارس: ظاهراً در موافقان و مخالفان دغدغه نحوه هزینه کرد عوارض اخذ شده وجود دارد. این دغدغه را چطور می‌توان برطرف کرد و سامان داد؟
کریمی قدوسی: یکی از سیاست‌های اصلی بنیاد ملی بازی‌های یارانه‌ای در چند سال اخیر به غیر از چند استثنا، حمایت از انتشار رسمی بازی‌های خارجی در کشور است که نه تنها به دنبال این نیستیم که بازی‌های خارجی به صورت رسمی وارد کشور نشود بلکه به دلیل تبعات بسیار مثبت آن یا آن موافق هستیم. هدف اصلی بنیاد حمایت از بازی‌سازهای ایرانی است.

عوارض، یک وسیله لازم و نه کافی برای رسیدن به این هدف است. حال این پرسش مطرح است که این عوارض کجا استفاده می‌شود و کجا مزیت رقابتی دارد؟ باید از این عوارض جایی استفاده کنیم که به نفع تولیدکننده داخلی باشد نه فقط قیمت بازی خارجی را بالا ببرد.

بازار بازی ایران دو قسمت فیزیکی و دیجیتال دارد. بازی فیزیکی همان بازی‌های کرک و کپی هستند که بنیاد به آنها هولوگرام می‌دهد و این نقد به بنیاد وارد می‌شود که چرا هولوگرام می‌دهد؟ ما بسیار علاقه مندیم که به این بازی‌ها هولوگرام بدهیم ولی مجبور هستیم تا بتوانیم بخشی از بازار را برای کسانی که دنبال محتوای مناسب هستند اصلاح کنیم. اگر بنیاد هولوگرام روی بازی‌ها نزنند یعنی نمی‌دانیم در قالب cd بازی‌هایی که در مغازه‌ها وجود دارد چه چیزی است و نمی‌توانیم هم تک تک CDها را چک کنیم و این اتفاق به دلیل نبود کپی رایت می‌افتد.

قسمت دوم بازار بازی، بازی دیجیتال است که دو نکته مهم در این باره وجود دارد نخست اینکه اگر ف्री میوم (Freemium یا رایگان پایه) و ف्री تو پلی (Free to Play یا رایگان) در ایران و دنیا ایجاد نمی‌شد هیچ گاه درباره واردات رسمی بازی‌های خارجی این قدر راحت صحبت نمی‌کردیم. چرا این اتفاق افتاد؟ زیرا این بازی‌ها غیرقابل کرک شدن و کپی شدن هستند و اگر هم کپی شوند به سرور اصلی بازی وصل نمی‌شود و تمام خوبی‌های این بازی‌ها هم در آنلاین بودن آنهاست. بنابراین خود فناوری ف्री تو پلی تأثیر گذار بوده که اکنون در کشور مصرف بازی افزایش یافته است. زیرا مردم ایران عادت به استفاده مجانی دارند و ف्री تو پلی به معنای استفاده مجانی از بازی و امکان پرداخت در صورت دلخواه است.

این امر باعث شده شاهد واردات رسمی بازی در کشور باشیم و بازی‌های پریمیوم فعلاً در کشور پاسخگو نخواهد بود. همچنان که آمار فروش بازی‌های پریمیوم در مارکت‌های رسمی ایرانی گواهی بر این موضوع است که اکثر فروش، در بازی‌های رایگان است. اما چرا باید روی بازار دیجیتال موبایل به عنوان یک بخش از بازار عوارض بگذاریم؟ در بازار ایران برخلاف بازارهای دیجیتال دنیا مرز دیجیتال داریم؛ به این معنا که مانند نروژ، فنلاند و دیگر کشورها یک مارکت گوگل پلی در ایران وجود ندارد که مردم بازی موردنظر خود را از این بستر بخرند. فردی که قصد دارد در ایران یک بازی را منتشر کند باید روش پرداخت ما را رعایت کند و در مارکت داخلی ما بازی را بارگذاری کند. این به معنی بازار محلی داخلی است که توسط دیگر کشورها قابل دسترسی نیست و جذابیتی هم برای آنها ندارد. در نتیجه ما به بازار جهانی وصل نیستیم و بازار محلی خود را داریم. نمونه این بازار چین است.

در پاسخ به این سؤال که چرا بازی موبایل؟ باید بگوییم در این حوزه مزیت رقابتی داریم و بازی‌سازهای ایرانی می‌توانند بازی بسازند و عملکردشان نشان داده در چند سال اخیر علیرغم عدم حمایت عمده بنیاد از ساخت بازی‌های موبایل و هزینه نکردن در این بازار، بازی موبایل ساخته شده و میلیاردها هم فروش رفته است. پس نشان از مزیت رقابتی بازی سازی موبایل در ایران دارد. اکنون بازار خود را در اختیار شرکت‌های خارجی قرار داده ایم که اشکالی ندارد و بازی‌سازهای داخلی بیایند و با بازی‌سازهای خارجی رقابت کنند؛ اما از سوی دیگر به دلیل وجود مرز دیجیتال در ایران امکان صادرات نداریم که پارادوکسی جدی را رقم زده است.

دو شائبه درباره طرح اخذ عوارض از بازی‌های خارجی، مطرح شد که نخست تضعیف بازار و دوم اقبال مارکت‌های خارجی بود.
بازار اصلاً تضعیف نمی‌شود، چه کسی گفته عوارض روی قیمت تمام شده اضافه شود؟ مارکت و ناشر بخش خصوصی هستند و ممکن است تشخیص دهند اگر قیمت را اضافه کنند مردم بازی را نخرند یا بخرند. ممکن است تشخیص دهند ۵ درصد یا ۶ درصد یا ۱۰ درصد اضافه کنند. چرا ناشر خارجی باید بفهمد که در ایران ۱۰ درصد عوارض روی بازی گذاشته می‌شود؟ مارکت سود شرکت خارجی را پرداخت کند و از سود خود کم کند.

درباره شائبه دوم برخی می‌گویند ممکن است مردم در نتیجه اخذ این عوارض و افزایش قیمت بازی خارجی، به سمت گوگل پلی بروند و بازی‌های خود را از آنجا دانلود کنند. در پاسخ به این سؤال دو فاکتور مهم وجود دارد؛ نخست اینکه گوگل پلی روی ایرانی‌ها تحریم و بسته است و کاربر ایرانی نمی‌تواند در گوگل پلی پرداخت کند. علاوه بر این حتی نمی‌تواند به عنوان مارکت فیزیکی در استیم ثبت کند. به دلیل تحریم‌ها آنها پرداخت خود را روی ما بسته‌اند بدون VPN نمی‌توانیم پرداخت کنیم و VPN را هم در ایران به رسمیت نمی‌شناسیم (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) برخی می گویند ممکن است قیمت بازی خارجی در ایران افزایش یابد. در ایران قیمت بازی خارجی رسمی متوسط دلاری ۳ هزار تومان تا ۳۱۰۰ تا ۳۲۰۰ تومان است. در برخی کشورهای دیگر از جمله روسیه هم این چنین است که به دلیل قدرت خرید مردم دلار را کمتر حساب می کنند در صورتی که اگر مردم بخواهند گیت کارت یا کریت کارت یا دبیت کارت بگیرند و شارژ کنند باید دلار ۴۷۰۰ بخرند و اختلاف قیمت جدی است و این ۱۰ درصد حتی اگر به قیمت نهایی بازی اضافه شود هنوز فاصله زیادی با قیمت جهانی بازی در مارکت خارجی دارد. پس مردم به سمت بازار جهانی شیفیت نمی کنند و این فرض غلط است.

نکته مهم دیگر این است که گفته می شود همانطور که مارکت ها توانسته اند رقابت کنند بازی ساز های ایرانی نیز رقابت می کنند. در حالی که اگر گوگل پلی در ایران بود و پرداخت شتابی برای آن فعال بود آیا مارکت ایرانی رشد می کرد؟ در نبود لوپر، آمازون و یوتیوب سرویس های داخلی ایجاد شدند در حالی که اکنون هیچ امکان ویژه ای با بازی سازی ایرانی نداریم.

بازی ساز ایرانی و خارجی در زمین رقابت برابر نیستند و حتی شرایط برای بازی ساز ایرانی بدتر است؛ زیرا باید پول حقوق، بیمه و ... بدهد. اخذ عوارض از بازی های خارجی دو سود دارد. نخست بحث اقتصادی و تقویت فضای کسب و کار و دوم؛ انجام کارهای زیرساختی از پول جمع شده. تقویت فضای کسب و کار یعنی همه شامل دولت، مرکز ملی فضای مجازی و بخش خصوصی باید روی تولید داخل سرمایه گذاری کنند. در کشور ما شرایط کسب و کار به گونه ای است که سرمایه گذار دارای پول ترجیح می دهد بازی خارجی را بیاورد و پول بازاریابی و تبلیغ بدهد به جای اینکه بخواهد دو سال روی تولید داخل سرمایه گذاری کند؛ در این صورت به جای خواب پول، یک مالیات بر ارزش افزوده می دهد و به این ترتیب واردات بازی خارجی را به صرفه تر می داند. بنابراین سرمایه خصوصی جذب این صنعت نمی شود. بخش دوم انجام هزار کار زیرساختی از پول جمع شده است. به صورت مشخص ۳ تا ۴ سیستم برای هزینه کرد این پول در نظر گرفته ایم. نخست؛ هرم حمایت که یک سال روی این موضوع کار شده و اکنون وارد دیالوگ با مرکز ملی فضای مجازی شده ایم و بخش خصوصی باید روی آن نظر بدهد. هرم حمایت یک سیستم شفاف برای کمک کردن به بازی ساز داخلی است. همه جای دنیا هم دولت ها پول برای بازی سازی می دهند. برای مثال فنلاند حتی به سوپرسل که بسیار فروخته پول داده است. ذات پول دادن چیز بدی نیست که کار هرم حمایت درست پول دادن است. اقدام دوم؛ کمک به ناشران داخلی برای انتشار بازی ایرانی در خارج از کشور است تا ریسک انتشار بازی ایرانی در خارج را کاهش دهیم. این کار از طریق حمایت هایی از جمله جذب کاربر در خارج از کشور انجام می شود. مثلاً ۲۰ هزار دلار به آنها بدهیم. سوم؛ آوردن افراد تأثیرگذار و مدیران پروژه از خارج از کشور است که افراد نامدار یک یا دو سال در ایران منتورینگ (Mentoring) یا آموزش توسط افرادی دارای تخصص، تسلط، تجربه در یک زمینه مشخص (فیزیکی کنند و در قالب توسعه دهنده، تهیه کننده یا بازی سازها آموزش دهند. محل اقامت و حقوق این افراد، هزینه بر است و تقبل آن بیشترین کمک را به تولید داخل می کند.

البته تمامی این برنامه ها تا زمانی که با مرکز ملی فضای مجازی و بازی سازها هماهنگی نشود اجرا نخواهد شد. گفته ایم تا زمانی که نظارت خوبی روی پول جمع آوری شده از عوارض نباشد، کاری نمی کنیم. ما در بنیاد برای برنامه های خودمان ۱۲ میلیارد تومان بودجه کافی داریم و نیازی به این پول نداریم و قرار نیست هزینه کار و عملیات ما شود؛ بلکه پول عوارض برای تولیدکننده داخلی بازی و زیرساخت است و باید خود تولیدکننده ها و مرکز ملی فضای مجازی بر این کار نظارت کنند و بپرسند این پول کجا هزینه می شود. بنابراین درباره هزینه کرد این پول پیشنهادها داریم و باید با مرکز ملی فضای مجازی و بازی سازها بنشینیم و صحبت کنیم. نوع هزینه کرد و گزارش هزینه کرد باید با نظارت بازی ها و مرکز ملی فضای مجازی باشد.

ادامه دارد...

گفت و گو از فاطمه سامعی

در بخش دوم این میزگرد پاسخ های حاضران به انتقادها را خواهید خواند.

بخش هایی از مهم ترین صحبت های بخش دوم میزگرد به شرح زیر است:

قصیحی: هیچ کشوری عوارض بازی دیجیتال ندارد، از ما گرفتند ازشان بگیریم نگرقتند بگیریم.

کرباسی: در قانون ایران از همه صنایع خارجی عوارض گرفته می شود.

حاجی هاشمی: برای بازی ساز ایرانی قدری سهم باز کنیم تا خود را بالا بکشد و همزمان تمام قد مقابل قاچاق بایستیم.

کریمی قدوسی: پس از اینکه از مارکت های رسمی عوارض گرفتیم وجدانمان اجازه نمی دهد با قاچاق مبارزه نکنیم / قطعاً به هیچ وجه عوارض را از ۱۰ درصد

افزایش نمی دهیم.

انتهای پیام /



بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی! (۱۳/۱۱/۹۵ - ۹۵۵۲)

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخذ عوارض از عرضه تجاری بازی های خارجی را با هدف اصلاح زیست بومی دانست که سرمایه گذاران بزرگ بخش خصوصی را به سمت واردات بازی های خارجی به جای حمایت از تولید داخل برده است.

حسن کریمی قدوسی در گفت و گو با ایسنا، در پاسخ به انتقاداتی مبنی بر اخذ عوارض از بازی های خارجی و ایجاد رانت، اظهار کرد: اینکه اخذ عوارض باعث ایجاد رانت و فساد شود بستگی به عملکرد بنیاد دارد. بنیاد ملی بازی ها هر ساله از دولت بودجه دریافت می کند که اگر عملکرد نامناسبی در قبال این پول داشته باشد هم باعث فساد می شود. ما دغدغه بخش خصوصی را متوجهیم اما متأسفانه کمابیش یک فضای بی اعتمادی در کشور وجود دارد که (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) ممکن است برخی از افراد بخش خصوصی یا مردم به وعده هایی که داده می شود و عملکرد جایی مانند بنیاد اعتماد نکنند. وی ادامه داد: به دلیل همین موضوع ما به بازی سازها پیشنهاد دادیم خانه بازی را مستقل از بنیاد ایجاد کنند که از دل این خانه بازی، کارگروهی انتخاب شود و ناظر بر هزینه کرد این عوارض باشد. پیشنهاد برای ایجاد این تشکل بدان معناست که خیال بنیاد راحت است که این پول چطور می خواهد هزینه شود و اتفاقا دوست دارد این اتفاق یا مشورت بازی سازها بیفتد و قرار نیست صرف مخارج بنیاد شود.

بنیاد باید برنامه حمایتی اش را برای بازی سازها شرح می داد.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه ما برای سال آینده ۱۱.۵ میلیارد تومان بودجه داریم که مستقیماً از طرف دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بنیاد داده می شود، افزود: شاید این اشکال به بنیاد وارد بوده که باید زودتر با بازی سازها حرف می زد که برنامه حمایتی اش برای سال آینده چیست تا همه اطلاع داشته باشند. البته بنیاد به صورت مشخص دو پروژه کلان دارد که از محل این عوارض، حمایت هایی اتفاق می افتد و مازاد بر این دو روش، اگر قرار باشد از این عوارض حمایت دیگری هم انجام شود، کارهای زیرساختی از جمله آموزش های بین المللی است.

کریمی در ادامه توضیح داد: یک پروژه به اسم هرم حمایت است که ما یک سال بر روی آن کار کردیم و یک سیستم شفاف برای حمایت از بازی سازان است که بسته به عملکرد و شاخص های ارزیابی می شود؛ اینکه شرکت چند سال است تشکیل شده، چه بازی هایی ساخته، بازی ها چقدر دانلود شدند و چقدر فروش داشتند. وقتی این شاخص های کیفی اندازه گیری شود، آن شرکت در این هرم رتبه می گیرد و در قالب آن رتبه حمایت های مالی و زیرساختی از آن می شود. به گفته او بازی سازها می توانند درخواست دهند و این حمایت را بگیرند اما مادامی که شرکت رشد نکند، حمایت دیگری از آن انجام نمی شود و این به معنای تشویق شرکت ها برای رشد کردن در این هرم و همچنین شفاف بودن این حمایت است.

وی همچنین درباره راه دوم حمایتی اظهار کرد: شرکت هایی هستند که می خواهند بازی های ایرانی را در خارج صادر کنند که برنامه جدی برایشان نوشته شده است. ما تاشرها را براساس یک سری شاخص انتخاب می کنیم. برای مثال تاشرها باید حساب خارج از کشور داشته باشند که تاشر قلمداد شوند. آنها باید درخواست دهند که می خواهند بازی را در خارج از کشور منتشر کنند. آنگاه ما ابتدا در داخل کشور بازی را با متخصصان بازی بررسی می کنیم. سپس هیاتی متشکل از حدود ۱۰ نفر از داورهای بین المللی بازی را بررسی می کنند که آیا مناسب مارکت کشور خارجی هست و سپس مشخص می شود که بازی می تواند تا یک سقف برای جذب کاربر در بازارهای دنیا وام بگیرد.

معافیت مالیاتی، ایرانی و خارجی را تفکیک نمی کند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا برای حمایت از بازی های خارجی روش معافیت مالیاتی در نظر گرفته نمی شود، گفت: بر اساس قانونی که در کشور ما وجود دارد، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، مربوط به کالاست نه مربوط به ایرانی یا خارجی بودن. به این معنا که اگر بازی معاف از مالیات بر ارزش افزوده شود، بازی خارجی هم معاف می شود و معافیتی نداریم که محصولات ایرانی و خارجی از هم تفکیک شوند. بنابراین معاف کردن بازی ها از مالیات بر ارزش افزوده شامل بازی خارجی هم خواهد شد که به نفع تاشران بازی های خارجی است.

کریمی با اشاره به علل قانون اخذ عوارض از بازی های خارجی بیان کرد: علت اصلی این قانون، بهبود فضای کسب و کار و زیست بوم داخلی است. بعضی می گویند ما با این کار زیست بوم را خراب می کنیم، در صورتی که همین حالا هم زیست بوم درستی وجود ندارد. علت دیگر هم حمایت اقتصادی از صنعت است. وی درباره اصلاح زیست بوم توضیح داد: فضای کسب و کار باید به گونه ای باشد که سرمایه گذار بخش خصوصی رغبت سرمایه گذاری در تولید داخل داشته باشد و دولت ها دخالت نکنند. زیست بوم فعلی کشور ما به گونه ای است که اگر یک سرمایه گذار بخواهد وارد ساخت بازی شود، باید برای یک بازی که بتواند بفروشد حداقل ۵۰۰ میلیون تومان ظرف یک الی دو سال سرمایه گذاری کند. خواب سرمایه داشته باشد، حقوق و دستمزد بدهد، ریسک خوب و بد شدن بازی را بپذیرد و بعد از دو سال بازی را منتشر کند.

او ادامه داد: در مقابل همان سرمایه گذار می تواند با پول پیش حداکثر ۲۰۰ میلیون تومان که باید به تاشر خارجی بدهد، یکی از بهترین بازی های خارجی که ساخته شده و فروخته و سود خوبی دارد را وارد کشور کند و در بازارهای داخلی منتشر کند.

سرمایه گذارهای بزرگ سراغ واردات بازی خارجی رفته اند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: این دو روش یعنی سرمایه گذاری داخلی و آوردن بازی های خارجی هر دو باید یک مالیات بدهند؛ ۹ درصد مالیات ارزش افزوده، ۳۰ درصد سهم مارکت داخلی و مابقی سود تاشر است. در چنین شرایطی سرمایه گذار قطعا به سراغ واردات بازی خارجی می رود، اتفاقی که در این سال های اخیر هم برای اکثر سرمایه گذارهای بزرگ ما افتاده است. این یعنی زیست بوم ما خراب است و در آینده ای نزدیک تولیدی نداریم. هدف ایجاد این عوارض ایجاد یک تفاوت از نظر اقتصادی بین بازی داخلی و کسی است که می خواهد بازی خارجی وارد کند؛ تا کسی که تولید می کند بداند حداقل ۱۰ درصد مالیات کمتری می دهد تا اینکه بازی وارد کشور کند.

کریمی با بیان اینکه ما در کشور بازار محلی داریم یعنی بازاری که کاربرانش مردم ایران هستند و با ریال خرید می کنند، افزود: کشور ما جزو استثنائات است که بازار محلی دارد. بازارهای محلی اکثر کشورهای دنیا به بازارهای جهانی وصل است و مردم از گوگل پلی و استیم و اپ استور دانلود می کنند. اما به دلیل شرایط سخت سیاسی که بر کشور ما حاکم است، از جمله تحریم ها که موجب شده ایران در گوگل و اپ استور طراحی نشده و سیستم مالی ما به دلیل تحریم ها از بازار جهانی جدا باشد، مجبوریم بازار محلی داشته باشیم.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: چین خودش خود را از بازار جهانی جدا کرده زیرا جمعیت زیادی دارد و می داند اگر داخل کشور چیزی تولید کند، مصرف کننده اش در کشور وجود دارد به همین دلیل هم سیاست های بسیار سرسختانه دارد. چین خودش این شرایط را انتخاب کرده اما به ما تحمیل شده است. ما بازار داخلی داریم و بازارهای داخلی هر کشور ضابطه مند هستند؛ شما نمی توانید بازارهای داخلی یک کشور را با بازارهای جهانی کشورهای مختلف مقایسه کنید. زیرا بازارهای داخلی ما برگرفته از محدودیت ها هستند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به شرایط نابرابر عرضه بازی های ایرانی در خارج کشور در مقایسه با بازی های خارجی بیان کرد: اینکه بازی خارجی بدون ایجاد نمایندگی و بدون پرداخت عوارض، مانند بازی ساز ایرانی بخواهد بازی را در بازار داخلی ما منتشر کند و تنها ۱۰ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۳۰ درصد هزینه مارکت را بدهد، شرایط برابری نیست که بازی ساز ایرانی بتواند در آن رقابت کند؛ زیرا بازی ساز ایرانی نمی تواند بازی اش را به (ادامه دارد ...)



(ادامه خبر ...) نام خودش در خارج از کشور منتشر کند. اگر ما در کشورهای پیشرفته بودیم، به چنین قانونی نیاز نداشتیم زیرا در این بازارها همه چیز در مقیاس جهانی اتفاق می افتد، اما ایران نمی تواند این کار را انجام دهد. مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند.

کریمی در پاسخ به علت ناتوانی بازی های کامپیوتری ایرانی برای رقابت با بازی های خارجی اظهار کرد: فضای بازی های کامپیوتری تفاوت زیادی دارد. مشکل بازی های کامپیوتری در کشور ما این است که مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند و به سمت موبایل رفتند. بنیاد در سال ۱۳۸۸، ۲۸ میلیون هولوگرام به بازی های کامپیوتری ایرانی و خارجی داد که این عدد در سال ۱۳۹۵ به پنج میلیون و در سال ۱۳۹۶ به چهار میلیون رسید. این موضوع از کاهش مصرف بازی های کامپیوتری نشان دارد زیرا بیشتر سراغ بازی موبایلی رفتند. بنابراین یک علت اینکه ساختن بازی کامپیوتری به صرفه نیست، کاهش مصرف است.

وی نداشتن قانون کپی رایت در ایران را مشکل دیگر بازی های کامپیوتری دانست و گفت: قوانین کشور ما به گونه ای است که مالکیت معنوی آثار خارجی را به رسمیت نمی شناسیم. ما مجبوریم بازی های کامپیوتری را با قیمت حداکثر ۱۵ هزار تومان به فروش برسانیم، در صورتی که شاید قیمت خارجی آن ۲۰۰ هزار تومان باشد. یک سری افراد هستند که بازی های خارجی کامپیوتری و کنسولی را داند و در کشور منتشر می کنند و پولی به تولیدکننده نمی دهند. شما هم می توانید همان محصول کپی را بخرید؛ اما در بازی های موبایلی اینطور نیست.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا از فروش غیرقانونی بازی های کامپیوتری جلوگیری نمی شود، اظهار کرد: ما نمی توانیم جلوی فروش این بازی ها را بگیریم. یک علت این است که وقتی در کشور کپی رایت نداریم، عدم رعایت آن غیرقانونی نیست. بنابراین بنیاد به بخشی از این بازی ها که در کشور عرضه کننده دارد، هولوگرام می دهد. در موضوع دادن هولوگرام هم بحث عوارض و پول مطرح نیست زیرا کل پول حاصل از هولوگرام به بازی ها در سال گذشته ۱۲۰ میلیون تومان بوده، بلکه بحث محتوایی این بازی هاست. ما بیشترین مغازه ها را سالم می کنیم که اگر یک خانواده برای فرزندش بازی انتخاب می کند محتوای سالمی داشته باشد.

هولوگرام بازی ها به معنای بررسی محتوای آنهاست.

کریمی در ادامه با بیان اینکه بنیاد محتوای هر بازی که هولوگرام نداشته باشد را رد و تایید نمی کند، افزود: ما به عنوان متولی حوزه نمی توانیم بگوییم چون کپی رایت را رعایت نمی کنیم هولوگرام هم نمی دهیم، نمی توانیم تمام بازی ها را قاچاقی اعلام کنیم و بنیاد دیگر هیچ نظارتی بر بازی ها نداشته باشد. پیش از زدن هولوگرام ما محتوای بازی را بررسی کرده و محصول سالم به بازار می دهیم و این کار را با هدف شفاف سازی مارکت و محتوای مناسب انجام می دهیم. باید سعی کنیم در این شرایط بدی که به بنیاد و بازی حاکم شده، شرایط را برای مصرف بهبود ببخشیم.

وی در پاسخ به انتقادی مبنی بر کند بودن روند ارائه مجوز به بازی ها بیان کرد: بنیاد در سال گذشته به ۱۵ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی داده است که حدود ۴۰ بازی در روز می شود. رده بندی سنی و اعطای مجوز بازی هم یعنی چک کردن محتوای بازی. بنابراین این روند بسیار تند بوده است. مگر برای بازی هایی که محتوای خوبی نداشتند و به آنها مجوزی داده نشده است.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان خاطرنشان کرد: اخذ عوارض از بازی های خارجی مختص ناشرانی است که عرضه تجاری بازی در کشور داشته باشند و بخواهند از محل عرضه یک بازی کسب و کار راه بیندازند؛ مانند مارکت های آنلاین و سایت هایی که برای فروش بازی می گذارند. این ناشرها باید از بنیاد مجوز بگیرند و در غیر این صورت نمی توانند بازی را منتشر کنند.

انتهای پیام



بازی های ایرانی، قربانی سود هنگفت بازی های خارجی! (۱۳۹۶-۱۱/۱۱-۹۵۸۳)

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای تاوان گذار-مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخذ عوارض از عرضه تجاری بازی های خارجی را با هدف اصلاح زیست بومی دانست که سرمایه گذاران بزرگ بخش خصوصی را به سمت واردات بازی های خارجی به جای حمایت از تولید داخل برده است.

به گزارش "تاوان گذار" حسن کریمی قدوسی در پاسخ به انتقاداتی مبنی بر اخذ عوارض از بازی های خارجی و ایجاد رانت، اظهار کرد: اینکه اخذ عوارض باعث ایجاد رانت و فساد شود بستگی به عملکرد بنیاد دارد. بنیاد ملی بازی ها هر ساله از دولت بودجه دریافت می کند که اگر عملکرد نامناسبی در قبال این پول داشته باشد هم باعث فساد می شود. ما دغدغه بخش خصوصی را متوجهیم اما متأسفانه کمابیش یک فضای بی اعتمادی در کشور وجود دارد که ممکن است برخی از افراد بخش خصوصی یا مردم به وعده هایی که داده می شود و عملکرد جایی مانند بنیاد اعتماد نکنند.

وی ادامه داد: به دلیل همین موضوع ما به بازی سازها پیشنهاد دادیم خانه بازی را مستقل از بنیاد ایجاد کنند که از دل این خانه بازی، کارگروهی انتخاب شود و ناظر بر هزینه کرد این عوارض باشد. پیشنهاد برای ایجاد این تشکل بدان معناست که خیال بنیاد راحت است که این پول چطور می خواهد هزینه شود و اتفاقا دوست دارد این اتفاق با مشورت بازی سازها بیفتد و قرار نیست صرف مخارج بنیاد شود.

بنیاد باید برنامه حمایتی اش را برای بازی سازها شرح می داد.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه ما برای سال آینده ۱۱۵ میلیارد تومان بودجه داریم که مستقیماً از طرف دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بنیاد داده می شود، افزود: شاید این اشکال به بنیاد وارد بوده که باید زودتر با بازی سازها حرف می زد که برنامه حمایتی اش برای سال آینده چیست تا همه اطلاع داشته باشند. البته بنیاد به صورت مشخص دو پروژه کلان دارد که از محل این عوارض، حمایت هایی اتفاق می افتد و مازاد بر این دو روش، اگر قرار باشد از این عوارض حمایت دیگری هم انجام شود، کارهای زیرساختی از جمله آموزش های بین المللی است. (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) کریمی در ادامه توضیح داد: یک پروژه به اسم هرم حمایت است که ما یک سال بر روی آن کار کردیم و یک سیستم شفاف برای حمایت از بازی سازان است که بسته به عملکرد و شاخص های آنها ارزیابی می شود؛ اینکه شرکت چند سال است تشکیل شده، چه بازی هایی ساخته، بازی ها چقدر دانلود شدند و چقدر فروش داشتند. وقتی این شاخص های کیفی اندازه گیری شود، آن شرکت در این هرم رتبه می گیرد و در قالب آن رتبه حمایت های مالی و زیرساختی از آن می شود.

به گفته او بازی سازها می توانند درخواست دهند و این حمایت را بگیرند اما مادامی که شرکت رشد نکند، حمایت دیگری از آن انجام نمی شود و این به معنای تشویق شرکت ها برای رشد کردن در این هرم و همچنین شفاف بودن این حمایت است.

وی همچنین درباره راه دوم حمایتی اظهار کرد: شرکت هایی هستند که می خواهند بازی های ایرانی را در خارج صادر کنند که برنامه جدی برایشان نوشته شده است. ما ناشرها را براساس یک سری شاخص انتخاب می کنیم. برای مثال ناشرها باید حساب خارج از کشور داشته باشند که ناشر قلمداد شوند. آنها باید درخواست دهند که می خواهند بازی را در خارج از کشور منتشر کنند. آنگاه ما ابتدا در داخل کشور بازی را با متخصصان بازی بررسی می کنیم. سپس هیاتی متشکل از حدود ۱۰ نفر از داورهای بین المللی بازی را بررسی می کنند که آیا مناسب مارکت کشور خارجی هست و سپس مشخص می شود که بازی می تواند تا یک سقف برای جذب کاربر در بازارهای دنیا وام بگیرد.

معافیت مالیاتی، ایرانی و خارجی را تفکیک نمی کند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا برای حمایت از بازی های خارجی روش معافیت مالیاتی در نظر گرفته نمی شود، گفت: بر اساس قانونی که در کشور ما وجود دارد، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، مربوط به کالاست نه مربوط به ایرانی یا خارجی بودن. به این معنا که اگر بازی معاف از مالیات بر ارزش افزوده شود، بازی خارجی هم معاف می شود و معافیتی نداریم که محصولات ایرانی و خارجی از هم تفکیک شوند. بنابراین معاف کردن بازی ها از مالیات بر ارزش افزوده شامل بازی خارجی هم خواهد شد که به نفع ناشران بازی های خارجی است.

کریمی با اشاره به علل قانون اخذ عوارض از بازی های خارجی بیان کرد: علت اصلی این قانون، بهبود فضای کسب و کار و زیست بوم داخلی است. بعضی می گویند ما با این کار زیست بوم را خراب می کنیم، در صورتی که همین حالا هم زیست بوم درستی وجود ندارد. علت دیگر هم حمایت اقتصادی از صنعت است. وی درباره اصلاح زیست بوم توضیح داد: فضای کسب و کار باید به گونه ای باشد که سرمایه گذار بخش خصوصی رغبت سرمایه گذاری در تولید داخل داشته باشد و دولت ها دخالت نکنند زیست بوم فعلی کشور ما به گونه ای است که اگر یک سرمایه گذار بخواهد وارد ساخت بازی شود، باید برای یک بازی که بتواند بفروشد، حداقل ۵۰۰ میلیون تومان ظرف یک الی دو سال سرمایه گذاری کند. خواب سرمایه داشته باشد، حقوق و دستمزد بدهد، ریسک خوب و بد شن بازی را بپذیرد و بعد از دو سال بازی را منتشر کند.

او ادامه داد: در مقابل همان سرمایه گذار می تواند با پول بیش حداکثر ۲۰۰ میلیون تومان که باید به ناشر خارجی بدهد، یکی از بهترین بازی های خارجی که ساخته شده و فروخته و سود خوبی دارد را وارد کشور کند و در بازارهای داخلی منتشر کند.

سرمایه گذارهای بزرگ سراغ واردات بازی خارجی رفته اند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: این دو روش یعنی سرمایه گذاری داخلی و آوردن بازی های خارجی هر دو باید یک مالیات بدهند؛ ۹ درصد مالیات ارزش افزوده، ۳۰ درصد سهم مارکت داخلی و مابقی سود ناشر است. در چنین شرایطی سرمایه گذار قطعا به سراغ واردات بازی خارجی می رود، اتفاقی که در این سال های اخیر هم برای اکثر سرمایه گذارهای بزرگ ما افتاده است. این یعنی زیست بوم ما خراب است و در آینده ای نزدیک تولیدی نداریم. هدف ایجاد این عوارض ایجاد یک تفاوت از نظر اقتصادی بین بازی داخلی و کسی است که می خواهد بازی خارجی وارد کند؛ تا کسی که تولید می کند بداند حداقل ۱۰ درصد مالیات کمتری می دهد تا اینکه بازی وارد کشور کند.

کریمی با بیان اینکه ما در کشور بازار محلی داریم یعنی بازاری که کاربرانش مردم ایران هستند و با ریال خرید می کنند، افزود: کشور ما جزو استثنائات است که بازار محلی دارد. بازارهای محلی اکثر کشورهای دنیا به بازارهای جهانی وصل است و مردم از گوگل پلی و استیم و اپ استور دانلود می کنند. اما به دلیل شرایط سخت سیاسی که بر کشور ما حاکم است، از جمله تحریم ها که موجب شده ایران در گوگل و اپ استور طراحی نشده و سیستم مالی ما به دلیل تحریم ها از بازار جهانی جدا باشد، مجبوریم بازار محلی داشته باشیم.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: چین خودش خود را از بازار جهانی جدا کرده زیرا جمعیت زیادی دارد و می داند اگر داخل کشور چیزی تولید کند، مصرف کننده اش در کشور وجود دارد به همین دلیل هم سیاست های بسیار سرسختانه دارد. چین خودش این شرایط را انتخاب کرده اما به ما تحمیل شده است. ما بازار داخلی داریم و بازارهای داخلی هر کشور ضابطه مند هستند؛ شما نمی توانید بازارهای داخلی یک کشور را با بازارهای جهانی کشورهای مختلف مقایسه کنید زیرا بازارهای داخلی ما برگرفته از محدودیت ها هستند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به شرایط نابرابر عرضه بازی های ایرانی در خارج کشور در مقایسه با بازی های خارجی بیان کرد: اینکه بازی خارجی بدون ایجاد نمایندگی و بدون پرداخت عوارض، مانند بازی ساز ایرانی بخواهد بازی را در بازار داخلی ما منتشر کند و تنها ۱۰ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۲۰ درصد هزینه مارکت را بدهد، شرایط برابری نیست که بازی ساز ایرانی بتواند در آن رقابت کند؛ زیرا بازی ساز ایرانی نمی تواند بازی اش را به نام خودش در خارج از کشور منتشر کند. اگر ما در کشورهای پیشرفته بودیم، به چنین قانونی نیاز نداشتیم زیرا در این بازارها همه چیز در مقیاس جهانی اتفاق می افتد، اما ایران نمی تواند این کار را انجام دهد.

مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند

کریمی در پاسخ به علت ناتوانی بازی های کامپیوتری ایرانی برای رقابت با بازی های خارجی اظهار کرد: فضای بازی های کامپیوتری تفاوت زیادی دارد. مشکل بازی های کامپیوتری در کشور ما این است که مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند و به سمت موبایل رفتند. بنیاد در سال ۱۳۸۸، ۲۸ میلیون هولوگرام به بازی های کامپیوتری ایرانی و خارجی داد که این عدد در سال ۱۳۹۵ به پنج میلیون و در سال ۱۳۹۶ به چهار میلیون رسید. این موضوع از کاهش مصرف بازی های کامپیوتری نشان دارد زیرا بیشتر سراغ بازی موبایلی رفتند. بنابراین یک علت اینکه ساختن بازی کامپیوتری به صرفه نیست، کاهش مصرف است. وی نداشتن قانون کیی رایت در ایران را مشکل دیگر بازی های کامپیوتری دانست و گفت: قوانین کشور ما به گونه ای است که مالکیت (ادامه دارد ...)

تجسوان

(ادامه خبر ...) معنوی آثار خارجی را به رسمیت نمی شناسیم. ما مجبوریم بازی های کامپیوتری را با قیمت حداکثر ۱۵ هزار تومان به فروش برسانیم، در صورتی که شاید قیمت خارجی آن ۲۰۰ هزار تومان باشد. یک سری افراد هستند که بازی های خارجی کامپیوتری و کنسولی را داند و در کشور منتشر می کنند و پولی به تولیدکننده نمی دهند. شما هم می توانید همان محصول کپی را بخرید؛ اما در بازی های موبایلی اینطور نیست.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا از فروش غیرقانونی بازی های کامپیوتری جلوگیری نمی شود اظهار کرد: ما نمی توانیم جلوی فروش این بازی ها را بگیریم. یک علت این است که وقتی در کشور کپی رایت نداریم، عدم رعایت آن غیرقانونی نیست. بنابراین بنیاد به بخشی از این بازی ها که در کشور عرضه کننده دارد، هولوگرام می دهد. در موضوع دادن هولوگرام هم بحث عوارض و پول مطرح نیست زیرا کل پول حاصل از هولوگرام به بازی ها در سال گذشته ۱۲۰ میلیون تومان بوده، بلکه بحث محتوایی این بازی هاست. ما ویرترین مغازه ها را سالم می کنیم که اگر یک خانواده برای فرزندش بازی انتخاب می کند محتوای سالمی داشته باشد.

هولوگرام بازی ها به معنای بررسی محتوای آنهاست

کریمی در ادامه با بیان اینکه بنیاد محتوای هر بازی که هولوگرام نداشته باشد را رد و تایید نمی کند، افزود: ما به عنوان متولی حوزه نمی توانیم بگوییم چون کپی رایت را رعایت نمی کنیم هولوگرام هم نمی دهیم، نمی توانیم تمام بازی ها را قاچاقی اعلام کنیم و بنیاد دیگر هیچ نظارتی بر بازی ها نداشته باشد. پیش از زدن هولوگرام ما محتوای بازی را بررسی کرده و محصول سالم به بازار می دهیم و این کار را با هدف شفاف سازی مارکت و محتوای مناسب انجام می دهیم. باید سعی کنیم در این شرایط بدی که به بنیاد و بازی حاکم شده، شرایط را برای مصرف بهبود ببخشیم.

وی در پاسخ به انتقادی مبنی بر کند بودن روند ارائه مجوز به بازی ها بیان کرد: بنیاد در سال گذشته به ۱۵ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی داده است که حدود ۴۰ بازی در روز می شود. رده بندی سنی و اعطای مجوز بازی هم یعنی چک کردن محتوای بازی. بنابراین این روند بسیار تند بوده است. مگر برای بازی هایی که محتوای خوبی نداشتند و به آنها مجوزی داده نشده است.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان خاطرنشان کرد: اخذ عوارض از بازی های خارجی مختص ناشرانی است که عرضه تجاری بازی در کشور داشته باشند و بخواهند از محل عرضه یک بازی کسب وکار راه بیندازند؛ مانند مارکت های آنلاین و سایت هایی که برای فروش بازی می گذارند. این ناشرها باید از بنیاد مجوز بگیرند و در غیر این صورت نمی توانند بازی را منتشر کنند.



بازی های ایرانی، قربانی سود بازی های خارجی! (۰۰۵۵-۰۲/۱۱/۹۶)

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای اخذ عوارض از عرضه تجاری بازی های خارجی را با هدف اصلاح زیست بومی دانست که سرمایه گذاران بزرگ بخش خصوصی را به سمت واردات بازی های خارجی به جای حمایت از تولید داخل برده است.

حسن کریمی قدوسی در پاسخ به انتقاداتی مبنی بر اخذ عوارض از بازی های خارجی و ایجاد رانت، اظهار کرد: اینکه اخذ عوارض باعث ایجاد رانت و فساد شود بستگی به عملکرد بنیاد دارد. بنیاد ملی بازی ها هر ساله از دولت بودجه دریافت می کند که اگر عملکرد نامناسبی در قبال این پول داشته باشد هم باعث فساد می شود. ما دغدغه بخش خصوصی را متوجهیم اما متأسفانه کمابیش یک فضای بی اعتمادی در کشور وجود دارد که ممکن است برخی از افراد بخش خصوصی یا مردم به وعده هایی که داده می شود و عملکرد جایی مانند بنیاد اعتماد نکتند.

وی ادامه داد: به دلیل همین موضوع ما به بازی سازها پیشنهاد دادیم خانه بازی را مستقل از بنیاد ایجاد کنند که از دل این خانه بازی، کارگروهی انتخاب شود و ناظر بر هزینه کرد این عوارض باشد. پیشنهاد برای ایجاد این شکل بدن مناسب است که خیال بنیاد راحت است که این پول چطور می خواهد هزینه شود و اتفاقاً دوست دارد این اتفاق با مشورت بازی سازها بیفتد و قرار نیست صرف مخارج بنیاد شود.

بنیاد باید برنامه حمایتی اش را برای بازی سازها شرح می داد

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با بیان اینکه ما برای سال آینده ۱۱۵ میلیارد تومان بودجه داریم که مستقیماً از طرف دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بنیاد داده می شود، افزود: شاید این اشکال به بنیاد وارد بوده که باید زودتر با بازی سازها حرف می زد که برنامه حمایتی اش برای سال آینده چیست تا همه اطلاع داشته باشند. البته بنیاد به صورت مشخص دو پروژه کلان دارد که از محل این عوارض، حمایت هایی اتفاق می افتد و مازاد بر این دو روش، اگر قرار باشد از این عوارض حمایت دیگری هم انجام شود، کارهای زیرساختی از جمله آموزش های بین المللی است.

کریمی در ادامه توضیح داد: یک پروژه به اسم هرم حمایت است که ما یک سال بروی آن کار کردیم و یک سیستم شفاف برای حمایت از بازی سازان است که بسته به عملکرد و شاخص های ارزیابی می شود؛ اینکه شرکت چند سال است تشکیل شده، چه بازی هایی ساخته، بازی ها چقدر داند و شدند و چقدر فروش داشتند. وقتی این شاخص های کیفی اندازه گیری شود، آن شرکت در این هرم رتبه می گیرد و در قالب آن رتبه حمایت های مالی و زیرساختی از آن می شود. به گفته او بازی سازها می توانند درخواست دهند و این حمایت را بگیرند اما مادامی که شرکت رشد نکند، حمایت دیگری از آن انجام نمی شود و این به معنای تشویق شرکت ها برای رشد کردن در این هرم و همچنین شفاف بودن این حمایت است.

وی همچنین درباره راه دوم حمایتی اظهار کرد: شرکت هایی هستند که می خواهند بازی های ایرانی را در خارج صادر کنند که برنامه جدی برایشان نوشته شده است. ما ناشرها را براساس یک سری شاخص انتخاب می کنیم. برای مثال ناشرها باید حساب خارج از کشور داشته باشند که ناشر قلمداد شوند. آنها باید درخواست دهند که می خواهند بازی را در خارج از کشور منتشر کنند. آنگاه ما ابتدا در داخل کشور بازی را با متخصصان بازی بررسی می کنیم. سپس هیاتی متشکل از حدود ۱۰ نفر از داورهای بین المللی بازی را بررسی می کنند که آیا مناسب مارکت کشور خارجی هست و سپس مشخص می شود که بازی می تواند تا یک سقف برای جذب کاربر در بازارهای دنیا وام بگیرد.

معافیت مالیاتی، ایرانی و خارجی را تفکیک نمی کند(ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا برای حمایت از بازی های خارجی روش معافیت مالیاتی در نظر گرفته نمی شود، گفت: بر اساس قانونی که در کشور ما وجود دارد، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، مربوط به کالاست نه مربوط به ایرانی یا خارجی بودن. به این معنا که اگر بازی معاف از مالیات بر ارزش افزوده شود، بازی خارجی هم معاف می شود و معافیتی نداریم که محصولات ایرانی و خارجی از هم تفکیک شوند. بنابراین معاف کردن بازی ها از مالیات بر ارزش افزوده شامل بازی خارجی هم خواهد شد که به نفع ناشران بازی های خارجی است.

کریمی با اشاره به علل قانون اخذ عوارض از بازی های خارجی بیان کرد: علت اصلی این قانون، بهبود فضای کسب و کار و زیست بوم داخلی است. بعضی می گویند ما با این کار زیست بوم را خراب می کنیم، در صورتی که همین حالا هم زیست بوم درستی وجود ندارد. علت دیگر هم حمایت اقتصادی از صنعت است. وی درباره اصلاح زیست بوم توضیح داد: فضای کسب و کار باید به گونه ای باشد که سرمایه گذار بخش خصوصی رغبت سرمایه گذاری در تولید داخل داشته باشد و دولت ها دخالت نکنند. زیست بوم فعلی کشور ما به گونه ای است که اگر یک سرمایه گذار بخواهد وارد ساخت بازی شود، باید برای یک بازی که بتواند بفروشد، حداقل ۵۰۰ میلیون تومان ظرف یک الی دو سال سرمایه گذاری کند، خواب سرمایه داشته باشد، حقوق و دستمزد بدهد، ریسک خوب و بد شدن بازی را بپذیرد و بعد از دو سال بازی را منتشر کند.

او ادامه داد: در مقابل همان سرمایه گذار می تواند با پول پیش حداکثر ۲۰۰ میلیون تومان که باید به ناشر خارجی بدهد، یکی از بهترین بازی های خارجی که ساخته شده و فروخته و سود خوبی دارد را وارد کشور کند و در بازارهای داخلی منتشر کند.

سرمایه گذارهای بزرگ سراغ واردات بازی خارجی رفته اند

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای ادامه داد: این دو روش یعنی سرمایه گذاری داخلی و آوردن بازی های خارجی هر دو باید یک مالیات بدهند؛ ۹ درصد مالیات ارزش افزوده، ۳۰ درصد سهم مارکت داخلی و مابقی سود ناشر است. در چنین شرایطی سرمایه گذار قطعا به سراغ واردات بازی خارجی می رود، اتفاقی که در این سال های اخیر هم برای اکثر سرمایه گذارهای بزرگ ما افتاده است. این یعنی زیست بوم ما خراب است و در آینده ای نزدیک تولیدی نداریم. هدف ایجاد این عوارض ایجاد یک تفاوت از نظر اقتصادی بین بازی داخلی و کسی است که می خواهد بازی خارجی وارد کند؛ تا کسی که تولید می کند بتواند حداقل ۱۰ درصد مالیات کمتری می دهد تا اینکه بازی وارد کشور کند.

کریمی با بیان اینکه ما در کشور بازار محلی داریم یعنی بازاری که کاربرانش مردم ایران هستند و با ریال خرید می کنند، افزود: کشور ما جزو استثنائات است که بازار محلی دارد. بازارهای محلی اکثر کشورهای دنیا به بازارهای جهانی وصل است و مردم از گوگل پلی و استیم و اپ استور دانلود می کنند. اما به دلیل شرایط سخت سیاسی که بر کشور ما حاکم است، از جمله تحریم ها که موجب شده ایران در گوگل و اپ استور طراحی نشده و سیستم مالی ما به دلیل تحریم ها از بازار جهانی جدا باشد، مجبوریم بازار محلی داشته باشیم.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: چین خودش خود را از بازار جهانی جدا کرده زیرا جمعیت زیادی دارد و می داند اگر داخل کشور چیزی تولید کند، مصرف کننده اش در کشور وجود دارد به همین دلیل هم سیاست های بسیار سرسختانه دارد. چین خودش این شرایط را انتخاب کرده اما به ما تحمیل شده است. ما بازار داخلی داریم و بازارهای داخلی هر کشور ضابطه مند هستند؛ شما نمی توانید بازارهای داخلی یک کشور را با بازارهای جهانی کشورهای مختلف مقایسه کنید زیرا بازارهای داخلی ما برگرفته از محدودیت ها هستند.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای با اشاره به شرایط نابرابر عرضه بازی های ایرانی در خارج کشور در مقایسه با بازی های خارجی بیان کرد: اینکه بازی خارجی بدون ایجاد نمایندگی و بدون پرداخت عوارض، مانند بازی ساز ایرانی بخواهد بازی را در بازار داخلی ما منتشر کند و تنها ۱۰ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۳۰ درصد هزینه مارکت را بدهد، شرایط برابری نیست که بازی ساز ایرانی بتواند در آن رقابت کند؛ زیرا بازی ساز ایرانی نمی تواند بازی اش را به نام خودش در خارج از کشور منتشر کند. اگر ما در کشورهای پیشرفته بودیم، به چنین قانونی نیاز نداشتیم زیرا در این بازارها همه چیز در مقیاس جهانی اتفاق می افتد، اما ایران نمی تواند این کار را انجام دهد.

مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند

کریمی در پاسخ به علت ناتوانی بازی های کامپیوتری ایرانی برای رقابت با بازی های خارجی اظهار کرد: فضای بازی های کامپیوتری تفاوت زیادی دارد. مشکل بازی های کامپیوتری در کشور ما این است که مردم دیگر بازی کامپیوتری بازی نمی کنند و به سمت موبایل رفتند. بنیاد در سال ۱۳۸۸، ۲۸ میلیون هولوگرام به بازی های کامپیوتری ایرانی و خارجی داد که این عدد در سال ۱۳۹۵ به پنج میلیون و در سال ۱۳۹۶ به چهار میلیون رسید. این موضوع از کاهش مصرف بازی های کامپیوتری نشان دارد زیرا بیشتر سراغ بازی موبایلی رفتند. بنابراین یک علت اینکه ساختن بازی کامپیوتری به صرفه نیست، کاهش مصرف است. وی نداشتن قانون کیی رایت در ایران را مشکل دیگر بازی های کامپیوتری دانست و گفت: قوانین کشور ما به گونه ای است که مالکیت معنوی آثار خارجی را به رسمیت نمی شناسیم. ما مجبوریم بازی های کامپیوتری را با قیمت حداکثر ۱۵ هزار تومان به فروش برسانیم، در صورتی که شاید قیمت خارجی آن ۲۰۰ هزار تومان باشد. یک سری افراد هستند که بازی های خارجی کامپیوتری و کنسولی را دانلود و در کشور منتشر می کنند و پولی به تولیدکننده نمی دهند. شما هم می توانید همان محصول کیی را بخرید؛ اما در بازی های موبایلی اینطور نیست.

مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پاسخ به اینکه چرا از فروش غیرقانونی بازی های کامپیوتری جلوگیری نمی شود، اظهار کرد: ما نمی توانیم جلوی فروش این بازی ها را بگیریم. یک علت این است که وقتی در کشور کیی رایت نداریم، عدم رعایت آن غیرقانونی نیست. بنابراین بنیاد به بخشی از این بازی ها که در کشور عرضه کننده دارد، هولوگرام می دهد. در موضوع دادن هولوگرام هم بحث عوارض و پول مطرح نیست زیرا کل پول حاصل از هولوگرام به بازی ها در سال گذشته ۱۲۰ میلیون تومان بوده، بلکه بحث محتوایی این بازی هاست. ما بیشترین مغازه ها را سالم می کنیم که اگر یک خانواده برای فرزندش بازی انتخاب می کند محتوای سالمی داشته باشد.

هولوگرام بازی ها به معنای بررسی محتوای آنهاست

کریمی در ادامه با بیان اینکه بنیاد محتوای هر بازی که هولوگرام نداشته باشد را رد و تایید نمی کند، افزود: ما به عنوان متولی حوزه نمی توانیم بگوییم چون کیی رایت را رعایت نمی کنیم هولوگرام هم نمی دهیم، نمی توانیم تمام بازی ها را قاچاقی اعلام کنیم و بنیاد دیگر هیچ نظارتی بر بازی ها نداشته باشد. پیش از زدن هولوگرام ما محتوای بازی را بررسی کرده و محصول سالم به بازار می دهیم و این کار را با هدف شفاف سازی مارکت و محتوای مناسب (ادامه دارد ...)

(ادامه خبر ...) انجام می دهیم. باید سعی کنیم در این شرایط بدی که به بنیاد و بازی حاکم شده، شرایط را برای مصرف بهبود ببخشیم. وی در پاسخ به انتقادی مبنی بر کند بودن روند ارائه مجوز به بازی ها بیان کرد: بنیاد در سال گذشته به ۱۵ هزار بازی موبایلی رده بندی سنی داده است که حدود ۴۰ بازی در روز می شود. رده بندی سنی و اعطای مجوز بازی هم یعنی چک کردن محتوای بازی. بنابراین این روند بسیار تند بوده است. مگر برای بازی هایی که محتوای خوبی نداشتند و به آنها مجوزی داده نشده است. مدیر بنیاد ملی بازی های رایانه ای در پایان خاطرنشان کرد: اخذ عوارض از بازی های خارجی مختص ناشرانی است که عرضه تجاری بازی در کشور داشته باشند و بخواهند از محل عرضه یک بازی کسب و کار راه بیندازند؛ مانند مارکت های آنلاین و سایت هایی که برای فروش بازی می گذارند. این ناشرها باید از بنیاد مجوز بگیرند و در غیر این صورت نمی توانند بازی را منتشر کنند.

* ایستا

مسئولان از اهمیت صنایع فرهنگی در اشتغالزایی غافل نشوند (۱۳/۱۱/۹۵-۱۳/۱۲/۹۵)

تراهر نیوز: روحانی تولید کننده بازی های رایانه ای و فعال این عرصه گفت: مسئولان و دولتمردان در بحث اشتغالزایی و حمایت ها در این راستا نباید از اهمیت و نقش صنایع فرهنگی و رسانه ای غافل شوند.

حجت الاسلام حبیب داستانی بنیسی در گفتگو با خبرگزاری حوزه با اشاره به مطلب فوق اظهار داشت: امروزه یکی از صنایع موفق و اشتغالزای فرهنگی و رسانه ای در دنیا، صنعت تولید بازی های رایانه ای و انیمیشن و پویانمایی است به گونه ای که در حال حاضر کشورهای قدرتمند دنیا در این باره با هم رقابت بسیار جدی دارند تا بتوانند بر میزان سهم خود از این تجارت پرسود و گسترده بیفزایند.

وی افزود: بر اساس پیش بینی بسیاری از کارشناسان اهمیت بازی های رایانه ای و تاثیرات شگرف اقتصادی و به خصوص فرهنگی آن تا آنجاست که تا ده سال آینده میزان رجوع به بازی های رایانه ای و خرید و فروش آن ها طوری می شود که عملاً صنعت سینما در جهان ورشکسته می گردد.

این فعال فرهنگی همچنین گفت: خوشبختانه در سالیان اخیر پس از تأکیدات فرولان رهبر معظم انقلاب مبنی بر لزوم توجه به این عرصه از سوی متولیان فرهنگی، حرکت های خوبی در همین رابطه در کشور شروع شده و بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز تحرک نسبتاً مناسبی از خود نشان داده اما باید فعالیت ها و حمایت ها را در این باره بیشتر کنیم چه آن که یکی از ابزارهای دشمن در زمینه تهاجم فرهنگی استفاده از همین صنایع رسانه ای و فرهنگی است و در مقابل ما هم با تولیدات مناسب و عرضه درست آن ها می توانیم به هجمه دشمن پاسخ دهیم.

وی اضافه کرد: در واقع ما باید برای مقابله با بازی های رایانه ای غربی، تولید بازی های رایانه ای فاخر را در اولویت خود قرار دهیم که هم دارای محتوا و مضامین اسلامی و ایرانی باشند و هم این که به صورت کاملاً حرفه ای تولید شده باشند تا باعث جذب نسل جدید شوند.

حجت الاسلام داستانی بنیسی ادامه داد: از سویی با توجه به این که ۶۰ درصد کاربران بازی های رایانه ای و نیز مخاطبان انیمیشن ها را گروه سنی زیر ۲۰ سال تشکیل می دهند ما با تولید مناسب در این خصوص می توانیم نیاز جدی بازار در این باره را تامین کنیم به خصوص با توجه به جایگاه دینی و فرهنگی استان قم، در صورت توجه مسئولان به این صنعت می توانیم هم به اشتغالزایی قابل توجهی در استان دست زد و هم این که از این طریق به صدور پیام فرهنگی متناسب با شاخصه های ملی و انقلابی خویش اقدام نمود.

وی بیان داشت: به هر حال با توجه به استقبال فرولان مردم از تولیدات فرهنگی و به خصوص بازی های رایانه ای و پویانمایی، هر صاحب فکری می تواند از این رسانه ها برای ترویج و نهادینه سازی مفاهیم موردنظر خود استفاده کند.

این فعال فرهنگی افزود: از این حیث نهادها و دستگاه هایی چون استانداری، شهرداری، فرمانداری، ارشاد، سازمان تبلیغات اسلامی و دفتر تبلیغات اسلامی می توانند در سطح استان قم با جهت دهی تولیدکنندگان این محصولات فرهنگی در راستای رونق تولید و اشتغال و با حمایت های مادی و معنوی از تولیدکنندگان و تولیدات موردنظر، این فرهنگ را به صورتی کاملاً حرفه ای و عمیق نهادینه کنند، به طوری که حتی موجب ایجاد جرقه های جدید برای جوانان جهت ایجاد شغل های نو شوند.

این تولیدکننده بازی های رایانه ای در خاتمه گفت: البته صرف شمار دادن در این باره دردی را دوا نمی کند چرا که مسئولان باید بدانند بدون پرداخت هزینه انسانی، مادی و معنوی در این عرصه ها نخواهند توانست مطالبات به حق مقام معظم رهبری و آحاد مردم در عرصه فرهنگ را پاسخگو باشند و از سویی انتظارات به حق در رابطه با مقابله با بیکاری نسل جوان تحصیلکرده و مستند را برآورده سازند.



نهادهای متولی صنعت بازی در ایران، ترکیه و روسیه نشست مشترک برگزار می کنند (۱۳/۱۱/۹۵ - ۱۳/۱۲/۹۵)

خبرگزاری شبستان: بنیاد ملی بازی های رایانه ای در نمایشگاه بازی ترکیه به نام GEST حضور خواهد داشت.

به گزارش خبرگزاری شبستان به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی های رایانه ای، چند سالی است که نمایشگاه GIST یا Gaming Istanbul با حضور شرکت های بزرگ فعال در این حوزه کار خود را پی می گیرد. این نمایشگاه صرفاً در حوزه بازی های ویدیویی برگزار نمی شود و طبق آنچه در سایت نمایشگاه نیز ذکر شده GIST یک نمایشگاه بزرگ در زمینه بازی است که بازی های ویدیویی را هم در بر می گیرد. بنیاد ملی بازی های رایانه ای و شرکت های بازی سازی گوناگون، تاد، پارسنپ و دیرین دیرین از جمله نمایندگانی هستند که از طرف کشورمان در این نمایشگاه حضور خواهند داشت.

در این رویداد شاهد برگزاری جلساتی با حضور فعالان ایرانی صنعت بازی خواهیم بود. در یکی از این نشست ها قرار است همکاری میان نهادهای متولی صنعت بازی در کشورهای ایران، ترکیه و روسیه با حضور حسن کریمی قنوسی مدیر عامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، علی ارکین مدیر سازمان بازی سازان ترکیه (TOGED) و الکساندر مزین مدیرعامل و موسس بورش گیمز (Borsch Games) به نمایندگی از بازی سازان روسیه مورد بحث قرار گیرد. همچنین در یکی دیگر از این جلسات با حضور فرزاد ملک آرا و علی تادعلی زاده، دو تن از بازی سازان و توسعه دهندگان مطرح ایرانی، شاهد گفتگویی با محوریت موضوع «صنعت گیم ایران: فرصت ها و چالش ها» خواهیم بود.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای نیز با تمرکز بر رویداد Tehran Game Convention و معرفی آن به فعالان بازی در کشور ترکیه در این رویداد حضور خواهد یافت. دومین دوره ی رویداد TGC تیر ماه سال ۹۷ برگزار خواهد شد.

پایان پیام/۳۱

راهنمای بولتن

قالب محتوا

خبر

یادداشت

گزارش

مقاله

اطلاعیه

فراخوان

گفتگو

پیام مردمی

تصویری

شماره صفحه

پوزهاب

عنوان خبر

منابع دیگر: منبع ۱ | منبع ۲ | منبع ۳ | ...

محل قرارگیری خلاصه خبر

مثبت +

منفی -

بی طرف 0

جهت گیری محتوا

محل قرارگیری

بریده جراید در روزنامه

فراوانی خبر

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در آینه مطبوعات

۱۳۹۶/۱۱/۱۴

