



مرکز ملی فضای مجازی

معاونت فرهنگی، اجتماعی و امور محتوایی

گزارش وضعیت برنامه‌های کاربردی تلفن همراه و فروشگاه‌های آن



فهرست

پیشگفتار	۶
وضعیت جهان	۸
افزایش زمان استفاده از برنامه‌ها	۸
افزایش تعداد برنامه‌ها	۹
دسته‌بندی موضوعی برنامه‌ها	۱۰
برترین برنامه‌ها	۱۰
افزایش درآمدها	۱۲
انحصار در بازار	۱۳
تأثیر کرونا	۱۶
وضعیت ایران	۱۸
فروشگاه‌های مورد استفاده کاربران	۱۸
تعداد و درآمد توسعه‌دهندگان	۱۹
تعداد برنامه‌ها در فروشگاه‌های ایرانی	۲۰
دسته‌بندی موضوعی برنامه‌ها	۲۱
برترین برنامه‌ها	۲۱
پرداخت	۲۳
تأثیر کرونا	۲۴
بازارهای پیش رو	۲۷
چالش‌های فروشگاه‌ها	۲۸
تبلیغات نامناسب در برنامه‌ها	۲۹
سایر مشکلات و مسائل	۳۱

گزارش وضعیت
برنامه‌های کاربردی
تلفن همراه و
فروشگاه‌های آن



پیشگفتار

«فرهنگ» که یکی از ابعاد اصلی حیات اجتماعی است و در نظام جمهوری اسلامی ایران رکن قدرت نرم و مقوم پایه‌های امنیت سیاسی، اقتصادی و اجتماعی به شمار می‌رود، در سالیان اخیر به شدت تحت تأثیر فضای مجازی قرار گرفته و دستخوش تغییرات فزاینده شده است.

تبدیل تعاملات میان مردم به صورت شبکه‌ای، درنوردیدن مرزهای زمان و مکان، تأمین انواع نیازهای خدماتی و محتوایی در بستر پلتفرم‌ها و سرویس‌های بزرگ، تغییر نموده‌های فعالیت فرهنگی به‌طورکلی، توسعه نقش فرهنگ و سبک زندگی غربی، گذار از رسانه‌های سنتی و جمعی به رسانه‌های نوین و کاربر محور و ظهور سامانه‌های پیام‌رسانی مبتنی بر هوش مصنوعی و داده‌کاوی تنها گوشه‌ای از این تغییرات است.

برای اشاره به موارد بیشتر باید از درآمیختگی هویت‌های فرهنگی اسلامی با غیر اسلامی، ظهور بازیگران جدید غیرحرفه‌ای و داوطلب در تولید و توزیع انواع محتوا، تنیده شدن محتوای سالم با اخبار جعلی و شایعات و مطالب نادرست، توسعه فضای فرهنگی خارج از ضوابط و رویه‌های جاری حاکمیتی و دسترسی آسان و ارزان به محصولات فرهنگی تولیدشده توسط سایر کشورها نام برد.

همچنین تغییر گروه‌های مرجع فرهنگی سنتی و جایگزینی آن‌ها با سلبریتی‌های بعضاً مروج بی‌اخلاقی، تحول در ابزارها و روش‌های اقناع افکار عمومی، توسعه اوقات فراغت و شکل‌گیری اقتصادی بزرگ برای آن و درنهایت افت قدرت حاکمیت در این عرصه همه و همه از جمله گزاره‌هایی است که بیانگر گستره و عمق تغییرات و تحولات در این حوزه است.

برنامه‌های کاربردی تلفن همراه یکی از مهم‌ترین قالب‌های ارائه محتوا و خدمات به شمار می‌روند که با تنوع زیاد و کارکردهای مختلف به راحتی در دسترس مخاطبان قرار می‌گیرند و اغلب جایگزین محتواها و خدماتی هستند که قبلاً به شیوه‌ها و در قالب‌های دیگری نظیر وب ارائه می‌شدند.

رشد و توسعه برنامه‌های کاربردی تلفن همراه داخلی یکی از مزیت‌های کشور در فضای مجازی به شمار می‌روند که متناسب با فرهنگ و هویت اسلامی - ایرانی توسعه داده شده است و با توجه به امکان نظارت بر آن از نظم و شفافیت بهتری برخوردار است.

درعین حال تبیین مسائلی مانند مقررات ضد انحصار برای اپ‌استورها، تعدد ناظران و مقررات دسترسی به اطلاعات کاربران در دست بررسی و نیازمند تصریح و تدقیق است.

معاونت فرهنگی، اجتماعی و امور محتوایی مرکز ملی فضای مجازی درصدد است تا با ارائه گزارش‌های موضوعی تأثیرات فضای مجازی را بر هریک از محورهای مهم حوزه فرهنگ تا حدودی تبیین نموده و زمینه را برای بهره‌مندی از دیدگاه‌های نخبگان، مدیران، مسئولین ذی‌ربط، فعالان بخش خصوصی و همه صاحب‌نظران و علاقه‌مندان فراهم نماید و ره‌آوردی ارزشمند در طراحی و تنظیم مدل نوین حکمرانی در هر یک از این عرصه‌ها متناسب با مبانی اسلامی و ایرانی به دست آید.

پیشاپیش از توجه و مشارکت همه عزیزان در این مسیر خطیر صمیمانه سپاسگزارم.

امیر خوراکیان

معاون فرهنگی اجتماعی و امور

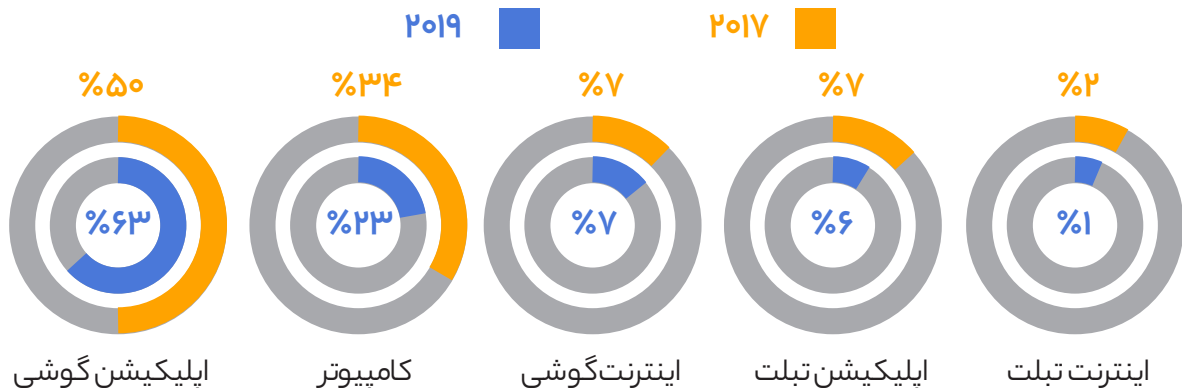
محتوایی مرکز ملی فضای مجازی

وضعیت جهان

◀ افزایش زمان استفاده از برنامه‌ها

یکی از مهم‌ترین مصادیق تولید محتوا در فضای مجازی، تولید برنامه‌های کاربردی تلفن همراه است. برای اثبات اهمیت موضوع به بررسی آمار در این زمینه می‌پردازیم. با گسترش استفاده از تلفن همراه، بخش زیادی از وقت مردم صرف استفاده از برنامه‌های کاربردی تلفن همراه می‌شود. همان طور که در نمودار زیر مشاهده می‌شود، در سال ۲۰۱۹، این برنامه‌ها، ۶۳ درصد از زمان صرف‌شده در رسانه‌های دیجیتال در آمریکا را به خود اختصاص داده‌اند که نسبت به سال ۲۰۱۷، ۱۳ درصد رشد داشته است.

این بدان معناست که حتی قبل از شیوع کرونا، بیش از نیمی از زمانی را که کاربران در فضای مجازی به سر می‌بردند به کار با این برنامه‌ها می‌پرداختند و این مقدار در حال افزایش است.



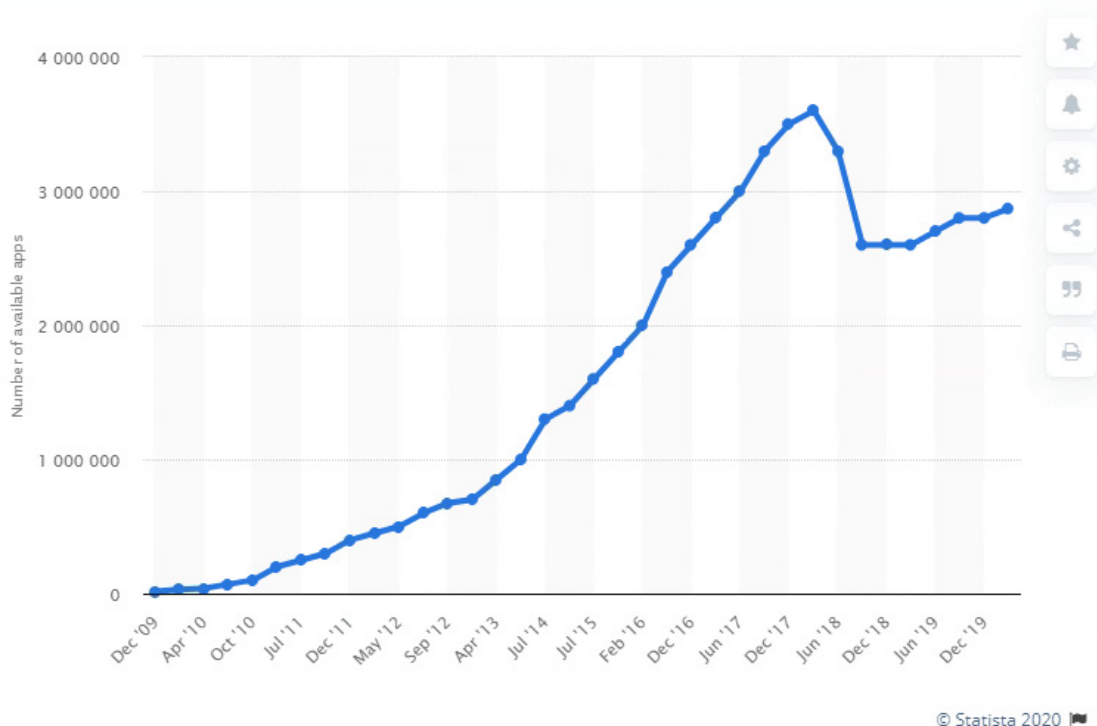
همچنین مرجع آماری استاتیستا اعلام کرده که ۵۰ درصد از ترافیک جهانی به این برنامه‌ها اختصاص دارد.

افزایش تعداد برنامه‌ها

تعداد برنامه‌های کاربردی تلفن همراه نیز افزایش چشمگیری یافته، به طوری که برنامه‌های موجود در فروشگاه گوگل از شانزده هزار برنامه در ماه دسامبر سال ۲۰۰۹ به دو میلیون و هشتصد هزار برنامه در ماه دسامبر سال ۲۰۱۹ افزایش یافته و ۱۷۵ برابر شده است.

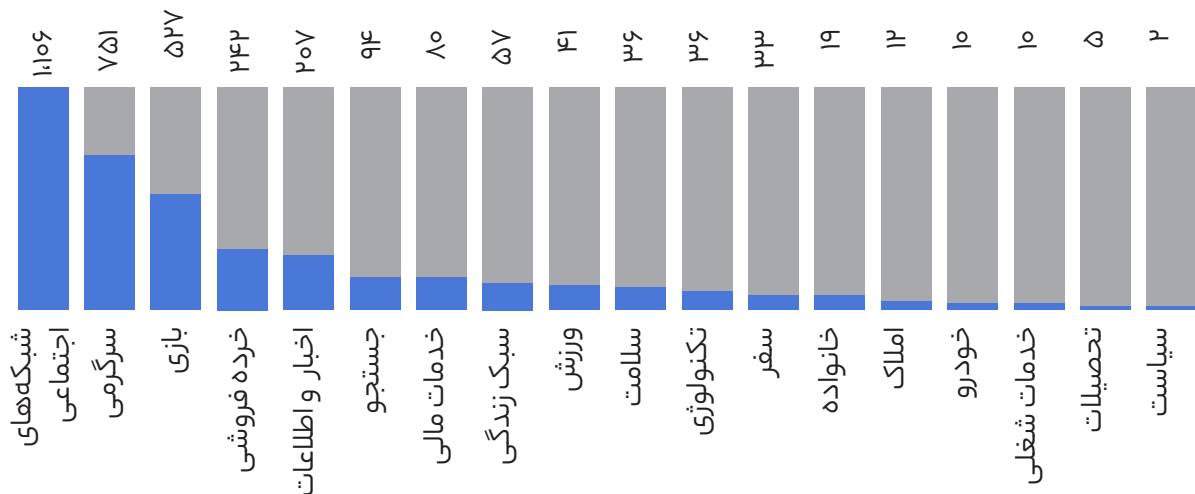
افت مشاهده‌شده در نمودار زیر مربوط به حذف برنامه‌های کم‌مخاطب، برای کاهش هزینه‌های ذخیره‌سازی است، اما در مجموع، این روند صعودی همچنان ادامه دارد.

Google Play: number of available apps 2009-2020



دسته‌بندی موضوعی برنامه‌ها

اما این برنامه‌ها چه کاربردهایی برای مصرف‌کنندگان دارند؟ به گزارش کام اسکور، بیشترین زمان کاربران در رسانه‌های اجتماعی صرف می‌شود. سرگرمی (شامل یوتیوب و نتفلیکس) و بازی‌ها در رتبه‌های بعد قرار می‌گیرند. در نمودار زیر دسته‌بندی موضوعی برنامه‌های کاربردی تلفن همراه بر اساس زمان صرف‌شده کاربران مشاهده می‌شود:



برترین برنامه‌ها

برترین برنامه‌های کاربردی تلفن همراهی که کاربران دانلود نموده‌اند نیز نشان‌دهنده مهم‌ترین کاربردهای این برنامه‌ها است. برترین برنامه‌ها از نظر دانلود از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۹، در نمودار زیر قابل مشاهده است.

همان‌طور که دیده می‌شود، برنامه‌های پیام‌رسان و شبکه‌های اجتماعی در طول این سال‌ها بیشترین دانلود را در جهان داشته‌اند.

MOST DOWNLOADED APPS (2016-2019)



همچنین برترین برنامه‌های کاربردی تلفن همراه در ماه ژوئن سال ۲۰۲۰ بر اساس تعداد دانلود در دو پلتفرم گوگل پلی و اپ استور و به طور کلی، در نمودار زیر نمایش داده شده است.

Top Apps Worldwide for June 2020 by Downloads (Non-Game)

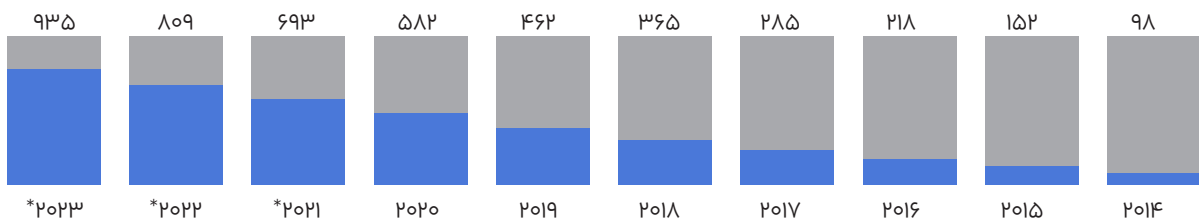


Overall Downloads	App Store Downloads	Google Play Downloads
1 TikTok	1 TikTok	1 TikTok
2 ZOOM	2 ZOOM	2 ZOOM
3 Facebook	3 YouTube	3 Facebook
4 WhatsApp	4 WhatsApp	4 WhatsApp
5 Instagram	5 Instagram	5 Google Meet
6 Google Meet	6 Facebook	6 Instagram
7 Messenger	7 Messenger	7 Messenger
8 FaceApp	8 Gmail	8 FaceApp
9 Telegram	9 Google Maps	9 Telegram
10 YouTube	10 Netflix	10 Snapchat

Note: Does not include downloads from third-party Android stores in China or other regions. TikTok includes downloads of Douyin.

افزایش درآمدها

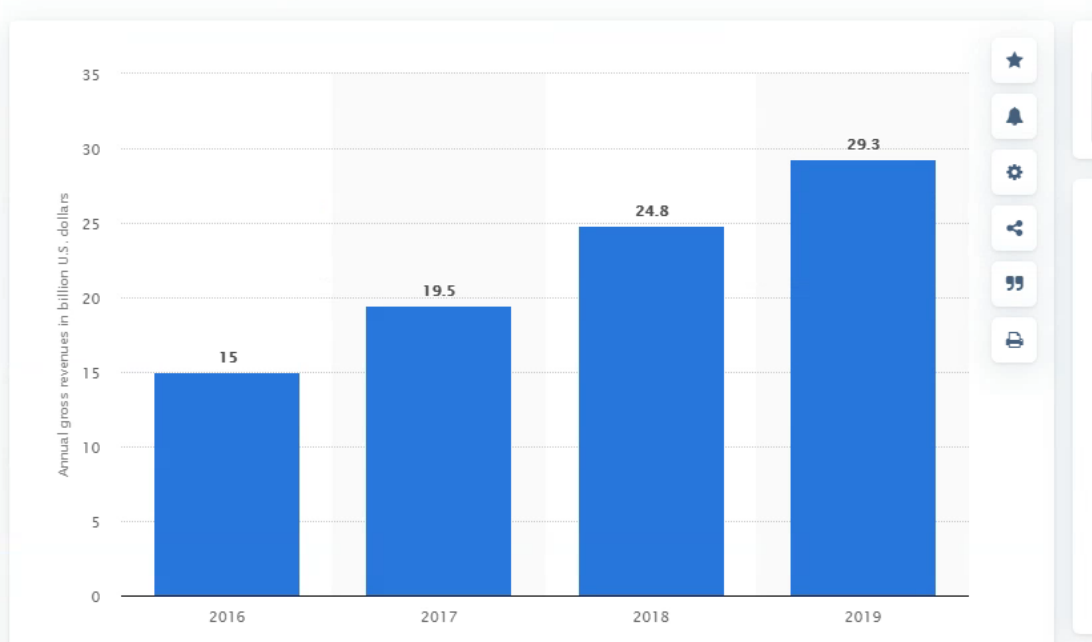
بررسی اقتصادی برنامه‌های کاربردی تلفن همراه نیز می‌تواند اهمیت بازار به وجود آمده در این زمینه را نمایان کند. درآمد حاصل از دانلود پولی و تبلیغات درون برنامه‌ای این برنامه‌ها از حدود ۱۰۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ به ۳۶۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ رسیده و پیش‌بینی می‌شود به ۹۳۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳ برسد.



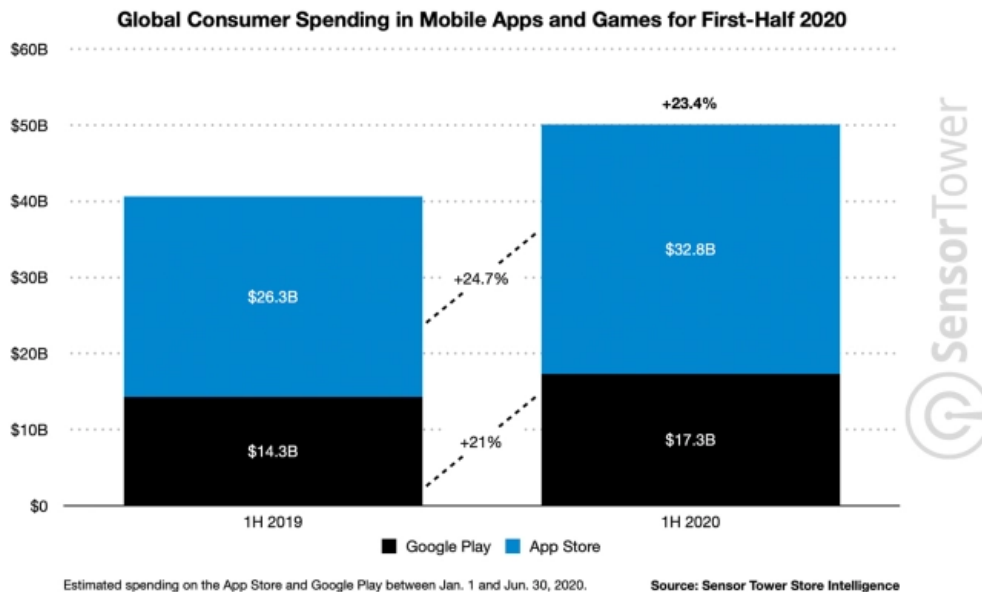
همچنین درآمد ناخالص گوگل پلی از ۱۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ به ۲۹٫۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹ رسیده است که نشان‌دهنده گردش مالی فوق‌العاده در این بخش است.

Worldwide gross app revenue of Google Play from 2016 to 2019

(in billion U.S. dollars)



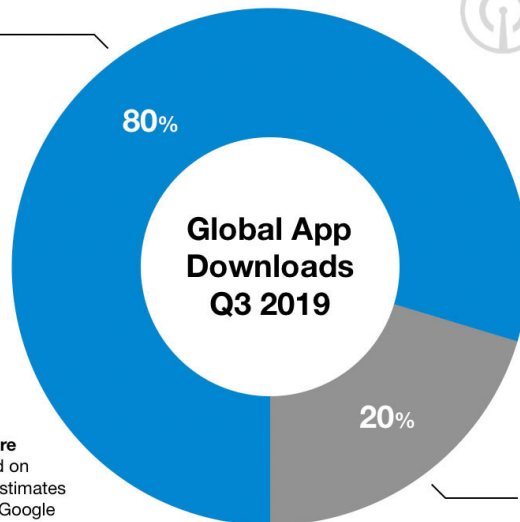
مطابق نمودار زیر، میزان هزینه‌کرد کاربران در برنامه‌های کاربردی و بازی‌ها در نیمه اول سال ۲۰۲۰ نسبت به سال گذشته در گوگل پلی ۲۴/۷ درصد افزایش داشته است.



انحصار در بازار

بر اساس گزارش‌هایی که مؤسسه تحقیقاتی سنسور تاور در بازه زمانی سه ماهه سوم سال ۲۰۱۹ میلادی منتشر کرده است، بالغ بر ۸۰ درصد از دانلود برنامه‌های مختلف در پلتفرم فروشگاه‌های برخط و اینترنتی همچون فروشگاه گوگل و اپل تنها به یک درصد از ناشران نرم‌افزاری تعلق دارد. این در حالی است که ۹۹ درصد از ناشران باقی‌مانده در سه ماهه سوم سال جاری میلادی توانسته‌اند تنها سهمی معادل ۲۰ درصد (۶ میلیارد) از دانلود برنامه‌های مختلف را در فروشگاه‌های برخط مذکور به خود اختصاص دهند.

The top 1% of publishers generated 23.6 billion downloads.



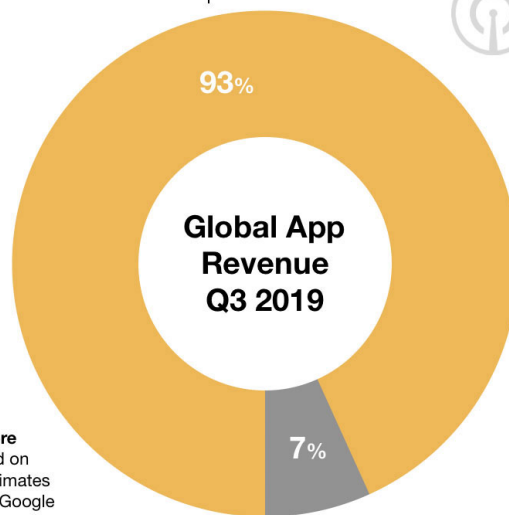
SensorTower

Source: Sensor Tower Store Intelligence. Chart is based on Sensor Tower's download estimates for both the App Store and Google Play from July 1 to September 30, 2019 for 792,000 publishers.

The remaining 99% of publishers generated 6 billion downloads.

درآمدهای حاصل از دانلود و فروش برنامه‌های مختلف در پلتفرم فروشگاه‌های اپل و گوگل نیز به طور انحصارگرایانه‌ای به تنها یک درصد از ناشران نرم‌افزاری تعلق دارد. به عبارتی دیگر، این تعداد اندک از شرکت‌های ناشر برنامه‌های تلفن همراه ۹۳ درصد از سهم بازار را به خود اختصاص داده‌اند که منجر به کسب ۲۰.۵ میلیارد دلار درآمد شده است. ۱.۵ میلیارد دلار درآمد نیز به ۹۹ درصد از ناشران تعلق داشته است.

The top 1% of publishers generated \$20.5 in revenue.



SensorTower

Source: Sensor Tower Store Intelligence. Chart is based on Sensor Tower's revenue estimates for both the App Store and Google Play from July 1 to September 30, 2019 for 153,000 publishers.

The remaining 99% of publishers generated \$1.5 billion in revenue.

برترین ناشران تلفن همراه بر اساس تعداد دانلود در جهان مطابق جدول زیر هستند. همان طور که در جدول مشاهده می‌شود گوگل در صدر جدول قرار دارد.

Top Mobile Publishers Worldwide for May 2020 by Downloads

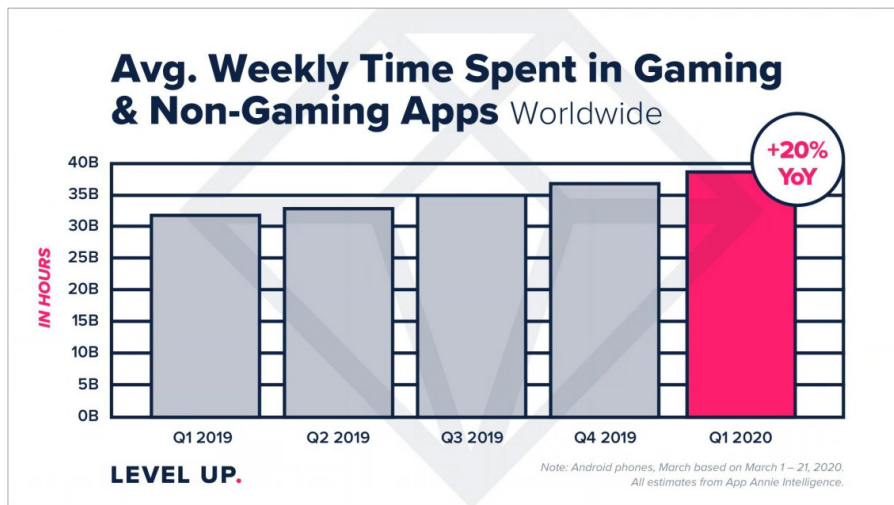


Overall Downloads	App Store Downloads	Google Play Downloads
1 Google	1 Google	1 Google
2 Facebook	2 Tencent	2 Facebook
3 Bytedance	3 Facebook	3 Bytedance
4 Voodoo	4 Bytedance	4 Crazy Labs
5 Crazy Labs	5 Voodoo	5 Outfit7
6 Microsoft	6 Microsoft	6 Voodoo
7 Tencent	7 Zoom	7 Microsoft
8 Outfit7	8 Alibaba	8 Playrix
9 Zoom	9 Amazon	9 InShot
10 Playrix	10 AppLovin	10 Zoom

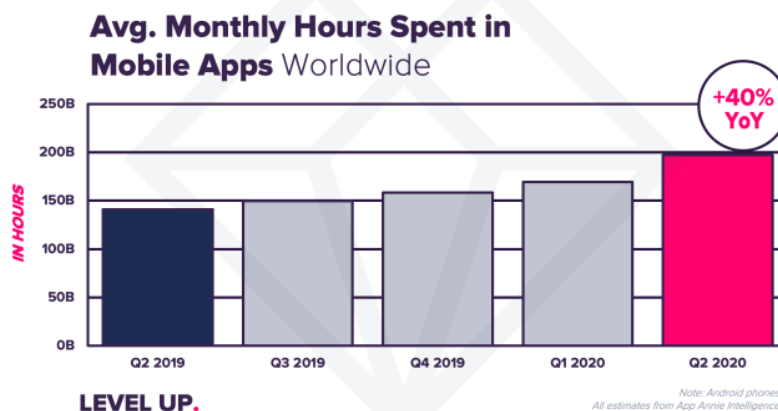
Note: Does not include downloads from third-party Android stores in China or other regions.

تأثیر کرونا

با شیوع ویروس کرونا استفاده از برنامه‌های کاربردی تلفن همراه افزایش یافته است، به طوری که مجموع زمان صرف‌شده در این برنامه‌ها در جهان در سه ماهه اول سال ۲۰۲۰ نسبت به سه ماهه آخر سال ۲۰۱۹، ۲۰ درصد افزایش داشته است. این میزان در چین که خبر شیوع کرونا در آن زودتر از سایر کشورها منتشر شده، ۳۰ درصد بوده است.



همچنین متوسط ساعات استفاده از برنامه‌های کاربردی تلفن همراه به صورت ماهیانه در سه ماهه دوم سال ۲۰۲۰ نسبت به سال گذشته، ۴۰ درصد رشد داشته است که نشان‌دهنده روند افزایشی ساعات استفاده است. این موضوع در نمودار زیر قابل مشاهده است.



مقایسه برنامه‌های برتر از نظر تعداد دانلود در سه ماهه دوم و اول سال ۲۰۲۰ نشانگر رشد ۱۰ رتبه‌ای برنامه زوم و رشد ۱۱۷ رتبه‌ای برنامه گوگل میت است. هر دو برنامه مربوط به برگزاری جلسات ویدئویی هستند که بعد از شیوع کرونا استفاده از آنها افزایش یافته است. اما رشد ناگهانی برنامه گوگل میت مربوط به رایگان شدن این برنامه در ماه آوریل است.

Top Apps Worldwide | Q2 2020 (vs Q1 2020)

DOWNLOADS			CONSUMER SPEND			MONTHLY ACTIVE USERS			
1		TikTok	-		TikTok	+2		Facebook	-
2		ZOOM Cloud Meetings	+10		Tinder	-1		WhatsApp Messenger	-
3		Facebook	-		YouTube	-1		Facebook Messenger	-
4		WhatsApp Messenger	-2		Tencent Video	+2		Instagram	-
5		Instagram	-1		Disney+	+2		Twitter	+1
6		Facebook Messenger	-1		Netflix	-2		Amazon	-1
7		Google Meet	+117		iQIYI	-2		TikTok	+2
8		Telegram	+3		Google One	-		Netflix	-
9		Snapchat	-2		BIGO LIVE	+3		Spotify	-2
10		Netflix	-1		Pandora Music	-1		Telegram	+2

LEVEL UP.

Note: Downloads and consumer spend based on combined iOS App Store and Google Play (iOS only for China). MAU based on iPhone and Android phone combined, excluding China. Pre-installed apps (such as YouTube on Android phone and Safari on iPhone) are excluded from MAU ranking. All estimates from App Annie Intelligence.

وضعیت ایران

◀ فروشگاه‌های مورد استفاده کاربران

فروشگاه‌های برنامه‌های کاربردی را که کاربران ایرانی از آن‌ها استفاده می‌کنند، می‌توان به دو دسته فروشگاه‌های داخلی و خارجی تقسیم نمود. بیشترین گوشی‌هایی که در ایران استفاده می‌شود، از سیستم‌عامل اندروید یا آی. او. اس برخوردارند. با توجه به پیش‌نصب بودن فروشگاه گوگل با نام «گوگل پلی» در گوشی‌های تلفن همراه با سیستم‌عامل اندروید و فروشگاه اپل با نام «آپ‌استور» در گوشی‌های تلفن همراه با سیستم‌عامل آی. او. اس، این دو فروشگاه مهم‌ترین فروشگاه‌های خارجی مورد استفاده کاربران ایرانی هستند. همچنین برندهای گوشی تلفن همراه، فروشگاه‌های اختصاصی خود را به صورت پیش‌نصب روی گوشی‌های برند خود ارائه می‌دهند. به عنوان مثال «گلکسی استور» روی گوشی‌های سامسونگ و «هوآوی آپ‌استور» روی گوشی‌های هوآوی نصب است. البته کاربران، فروشگاه‌های خارجی دیگری نیز نصب و استفاده می‌کنند که برخی از آن‌ها در شکل زیر مشاهده می‌شود.

App Stores



بر خلاف فروشگاه‌های پیش‌نصب روی گوشی، برای استفاده از فروشگاه‌های ایرانی باید آن‌ها را روی گوشی نصب نمود. کافه بازار، مایکت، ایران آپس، اول مارکت، چارخونه و پارس‌هاب از

جمله فروشگاه‌های اندروید ایرانی و سیب آپ، سیبچه، آی تیپس، آپ استور ایرانی، نصاب، سیب ایرانی و اناردونی از جمله فروشگاه‌های آی. او. اس ایرانی هستند. بعد از تحریم‌های آمریکا برای فروشگاه‌های آی. او. اس مشکلاتی به وجود آمد، اما با استفاده از روش‌هایی مانند ادهاک این مشکلات کاهش یافت.

سیب آپ در بهمن سال ۱۳۹۸ اعلام کرده که به ۵ میلیون کاربر خدمات‌رسانی کرده است. مایکت در سال ۹۹ اعلام کرده ۱۵ میلیون نصب داشته است.

تعداد نصب برنامه کافه بازار از ۴۰ میلیون در سال ۹۷ به ۴۳ میلیون در سال ۹۸ رسیده و ۷٫۵ درصد رشد داشته است.

مدیرعامل مایکت اعلام کرده آمارهای این فروشگاه مشابه آمارهای کافه بازار است و به همین دلیل گزارش آماری از سوی مایکت منتشر نمی‌شود.

با توجه به تعداد نصب به مراتب بیشتر کافه بازار، آمارهای ارائه‌شده در گزارش‌های این فروشگاه می‌تواند نشان‌دهنده روندهای بازار باشد.

◀ تعداد و درآمد توسعه‌دهندگان

مایکت اعلام کرده که با ۲۲ هزار توسعه‌دهنده همکاری می‌کند که ۲۰ هزار توسعه‌دهنده با کافه بازار مشترک هستند.

سیب آپ در پایان سال ۹۸ اعلام کرده که با ۷۵۰۰ توسعه‌دهنده ایرانی همکاری می‌نماید.

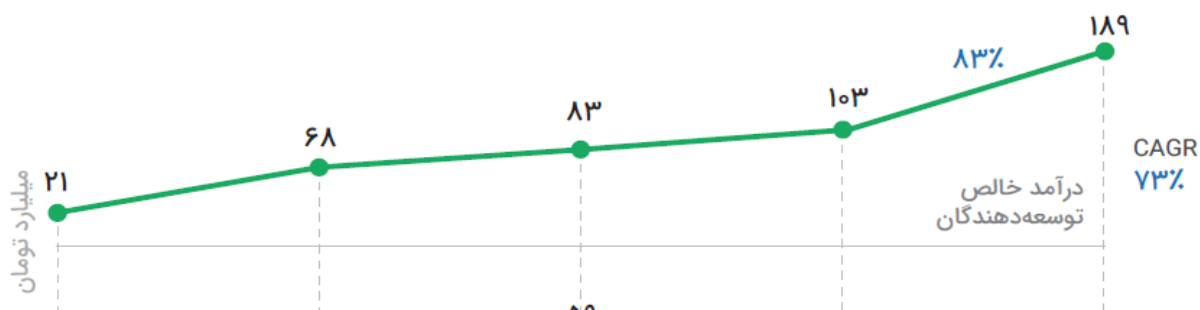
در سال ۱۳۹۸، ۲۹ هزار توسعه‌دهنده فعال در کافه بازار فعالیت داشته‌اند که نسبت به سال ۱۳۹۷، ۳۲ درصد رشد داشته است. لازم به ذکر است که هر توسعه‌دهنده می‌تواند تیمی چندنفره باشد.

این آمارها نشان می‌دهد اشتغال‌زایی تولید برنامه‌ها قابل توجه است.



سهام توسعه‌دهندگان از فروش برنامه‌های کاربردی تلفن همراه در کافه بازار از ۲۱ میلیارد تومان در سال ۱۳۹۴ به ۱۸۹ میلیارد در سال ۹۸ رسیده و ۹ برابر شده است.

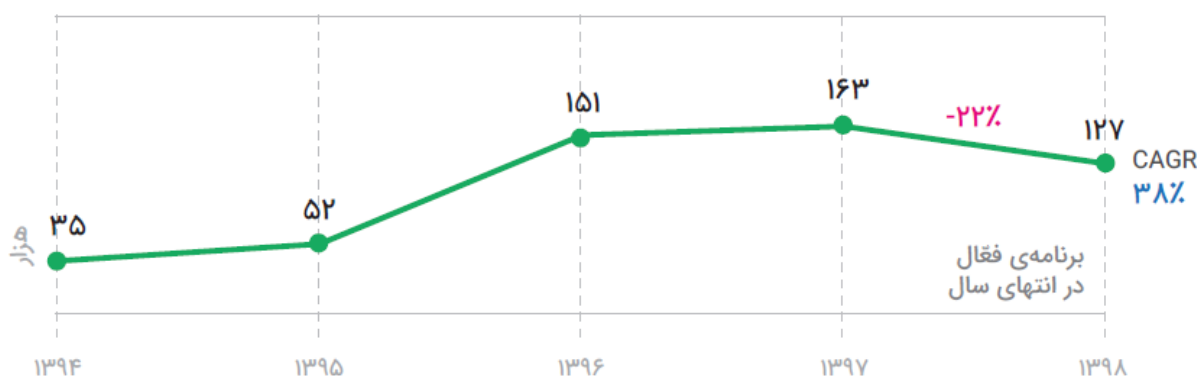
به غیر از سه مدل درآمدی فروش درون برنامه‌ای، فروش برنامه و فروش اشتراک که در این آمار محاسبه شده، درآمد توسعه‌دهندگان از تبلیغات، فروش اطلاعات کاربران و پرداخت‌های مربوط به کالاهای غیر دیجیتال (برای مثال پرداخت هزینه سفر با تپسی) در این آمار محاسبه نشده است. همچنین مشخص نیست که چه سهمی از این درآمد به توسعه‌دهندگان ایرانی و چه سهمی به توسعه‌دهندگان خارجی اختصاص دارد.



◀ تعداد برنامه‌ها در فروشگاه‌های ایرانی

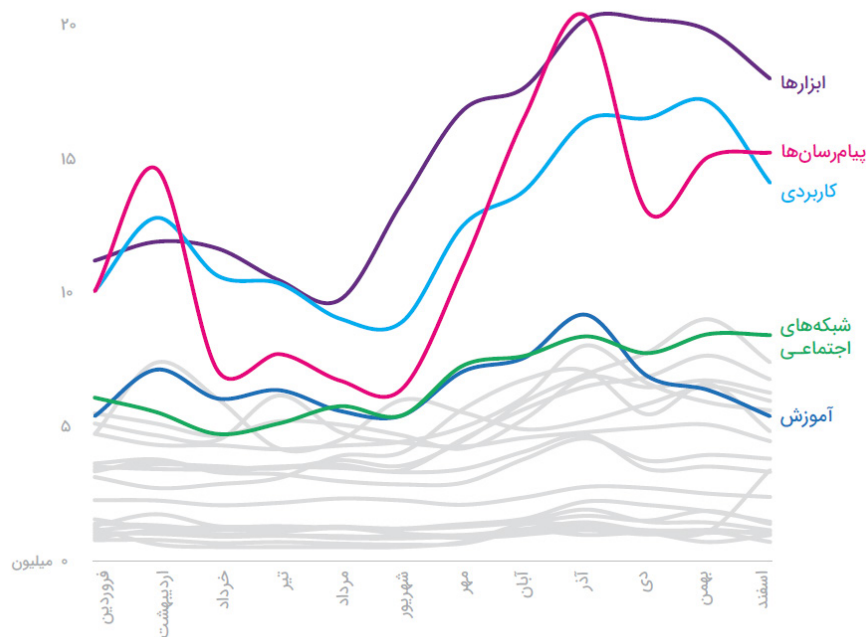
تعداد برنامه‌های موجود در سیب آپ در پایان سال ۹۸، ۲۳ هزار برنامه است.

تعداد برنامه‌های موجود در کافه بازار از ۳۵ هزار برنامه در سال ۱۳۹۴ به ۱۲۷ هزار برنامه در انتهای سال ۱۳۹۸ رسیده و سه و نیم برابر شده است. افت مشاهده شده در نمودار زیر نیز مربوط به حذف برنامه‌های کم‌مخاطب، برای کاهش هزینه‌های ذخیره‌سازی است.



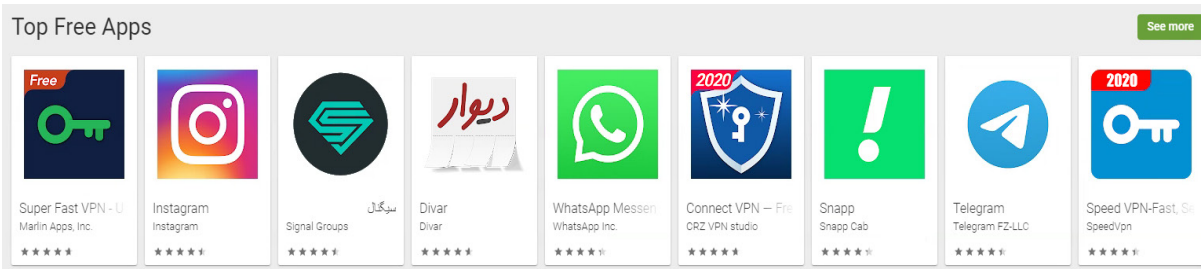
دسته‌بندی موضوعی برنامه‌ها

در سال ۱۳۹۸ برنامه‌ها بیش از ۱٫۲ میلیارد بار در کافه بازار دانلود شده‌اند. اما بیشترین برنامه‌هایی که ایرانی‌ها از آن‌ها استفاده می‌کنند چه برنامه‌هایی هستند؟ دسته‌های ابزارها، پیام‌رسان‌ها، کاربردی، شبکه‌های اجتماعی و آموزش به ترتیب بیشترین تعداد دانلود و به‌روزرسانی را در این سال داشتند.



برترین برنامه‌ها

سایت گوگل پلی به‌صورت روزانه و بر اساس آی پی، برترین برنامه‌های کاربردی تلفن همراه را نمایش می‌دهد. بر این اساس، برترین برنامه‌ها در ایران در روز ۱۶ تیر ۹۹ به شرح زیر است.



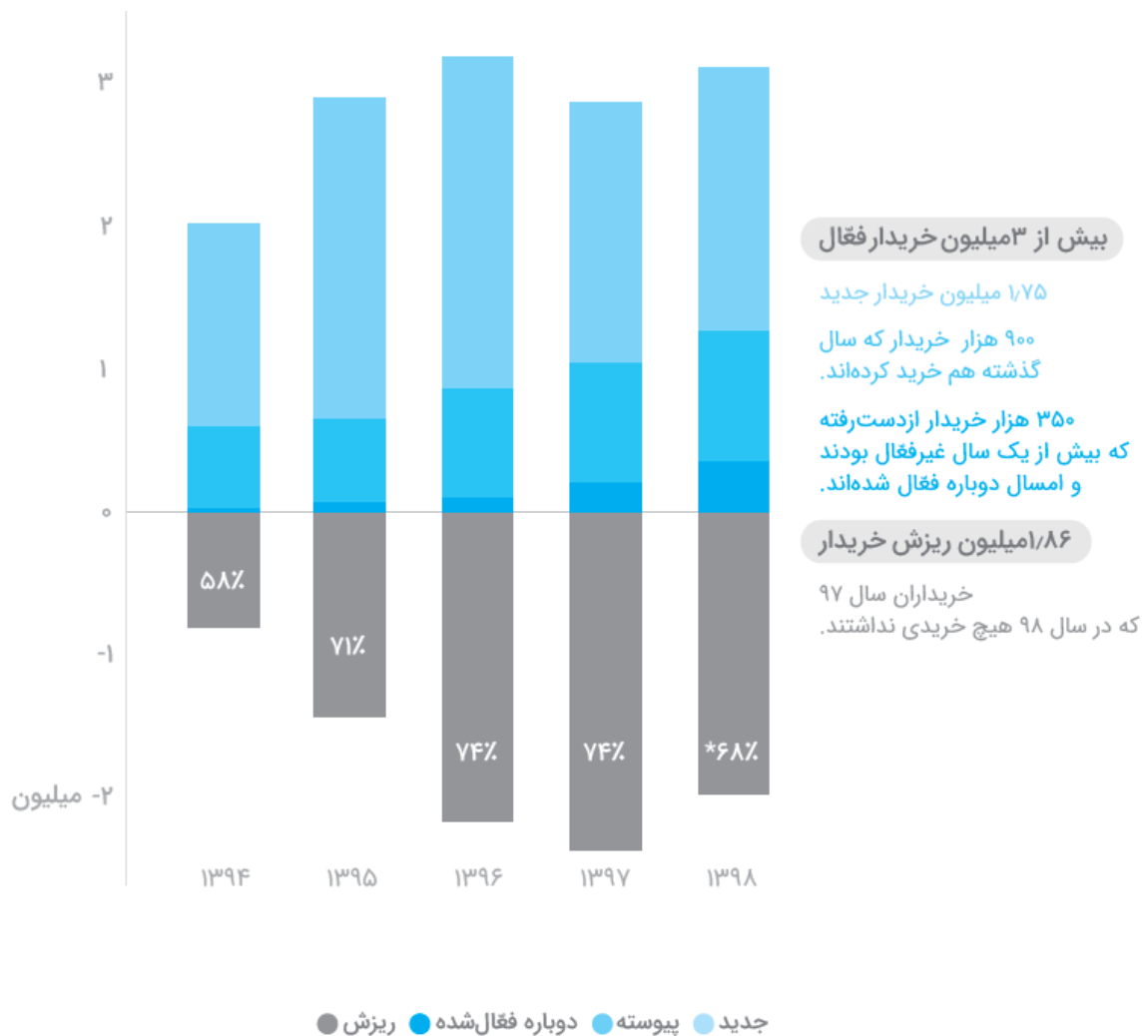
همان طور که مشاهده می‌شود، وی. پی. این‌ها سه برنامه از نُه برنامه برتر را به خود اختصاص داده‌اند. بعد از وی. پی. این‌ها، شبکه اجتماعی اینستاگرام، پیام‌رسان‌های واتس‌آپ و تلگرام برترین برنامه‌های خارجی بوده و برنامه مالی و بورسی سیگنال، خرید و فروش دیوار و تاکسی اینترنتی اسنپ، برترین برنامه‌های ایرانی هستند.

برترین برنامه‌های ایرانی در کافه بازار در سال ۹۸ بر حسب بیشترین نصب، بیشترین رشد نسبت به سال ۹۷ و پرنسب‌ترین برنامه‌های جدید به شرح زیر است. با اجباری شدن رمز دوم پویا، برنامه‌های مرتبط با این موضوع رشد چشمگیری داشته‌اند.

پرنسب‌ترین برنامه‌ی جدید	بیشترین رشد	پرنسب‌ترین
<p>۳ میلیون رمزبان (رمز یکبار مصرف بانک ملی) کاشگران همراه کیش</p>	<p>۳۲٪ رشد صا (پرداخت بانک صادرات ایران) فناوران و راه‌حل‌های هوشمند سپهر</p>	<p>۲۰ میلیون دیوار دیوار</p>
<p>۲ میلیون پیام‌رسان سروش پلاس ستاک هوشمند</p>	<p>۲۸٪ رشد رمزساز سپه بانک سپه</p>	<p>۱۱ میلیون آپ آپ</p>
<p>۱ میلیون امن ریما بانک کشاورزی</p>	<p>۱۵٪ رشد ایزی‌پی ezPay</p>	<p>۱۱ میلیون ایرانسل شرکت خدمات ارتباطی ایرانسل</p>
<p>۱ میلیون همراه بانک ملت رمزنگار ملت</p>	<p>۱۴٪ رشد آفالویاب هوشمند همه‌کاره + داتلودر تیم برنامه‌نویسی آرین</p>	<p>۱۰ میلیون تقویم اذان گو پاد صبا موج همراه</p>
<p>۱ میلیون همراز بانک تجارت</p>	<p>۱۲٪ رشد استیکرکده (استیکر واتساپ) میلادیزاین</p>	<p>۷ میلیون اسنپ اسنپ</p>

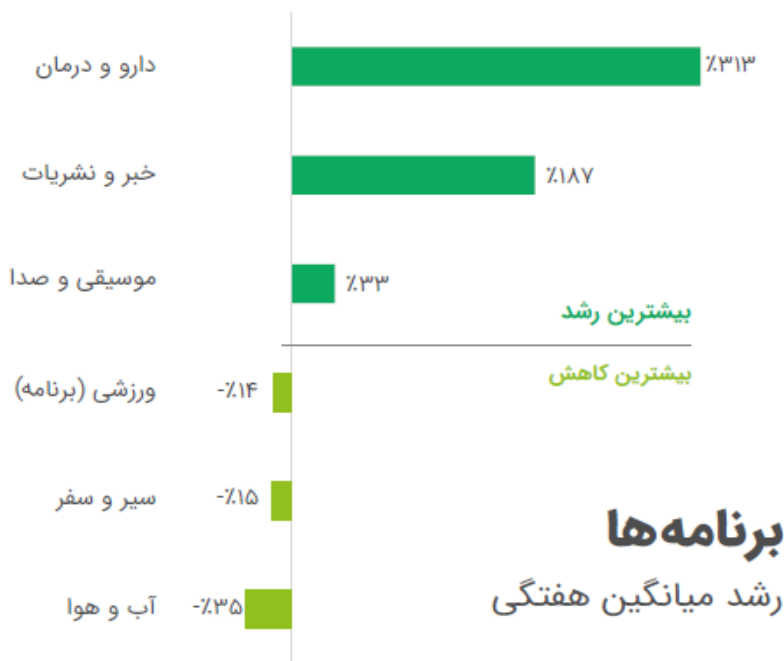
پرداخت

شرکت‌های داخلی برای پرداخت، دوروش پرداخت اینترنتی و اعتبار بازاری را ارائه می‌کند. در روش اول خریدار مستقیماً از طریق درگاه اینترنتی هزینه را پرداخت می‌کند و در روش دوم با افزایش اعتبار در حساب فروشگاه خود می‌تواند اقدام به پرداخت هزینه‌ها بنماید. بیش از ۳ میلیون خریدار فعال در کافه بازار در سال ۱۳۹۸ خرید داشته‌اند. بیش از نیمی از این خریداران فعال یعنی ۱,۷۵ میلیون خریدار جدید در سال ۱۳۹۸ به این بازار اضافه شده و برای اولین بار خرید داشته‌اند که نشان‌دهنده ظرفیت این بازار برای جذب مشتری است.

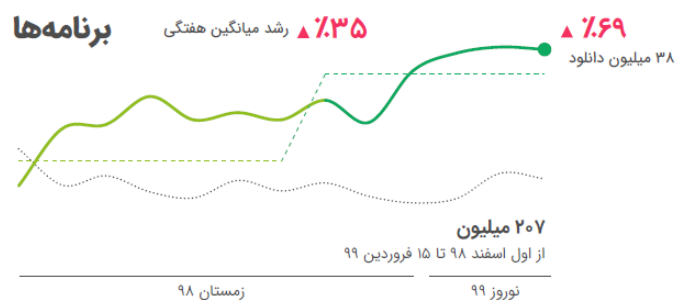


تأثیر کرونا

افزایش رشد و به‌روزرسانی برنامه‌های کاربردی تلفن همراه پس از انتشار خبر شیوع کرونا در نمودار زیر مشاهده می‌شود. همان‌طور که در این نمودار مشهود است، موضوع دارو و درمان که مستقیماً با شیوع کرونا ارتباط دارد، از ابتدای اسفند ۹۸ تا ۱۵ فروردین، بیشترین رشد را داشته است.

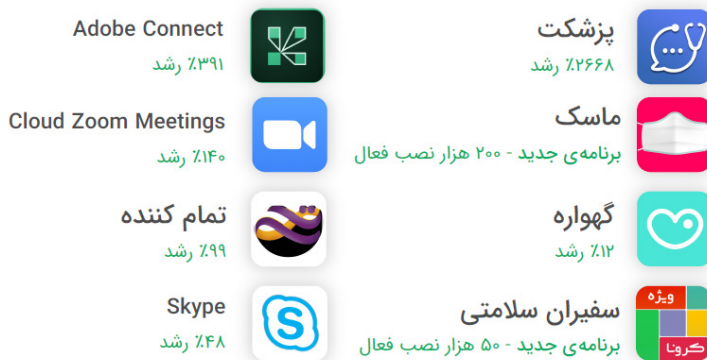


همچنین نمودار زیر نشان می‌دهد که دانلود برنامه‌ها از اول اسفند تا ۱۵ فروردین ۹۹، ۶۹ درصد رشد داشته که نسبت به ۳۵ درصد رشد هفتگی در سال ۹۸، دو برابر شده است.



همچنین رشد برنامه‌های بالای ۱۰ هزار نصب در نمودار زیر مشاهده می‌شود. برنامه‌های مرتبط با درمان رشد ۱۰۰ درصدی داشته و برنامه‌های دورکاری ۱۳ درصد رشد داشته است.

دورکاری: ۱۳٪ رشد



*برنامه‌های بالای ۱۰ هزار نصب

درمان: ۱۰۰٪ رشد



رکورد سرعت یک میلیون
نصب فعال در یک روز:
برنامه‌ی رسمی ستاد مقابله با کرونا

در نمودار زیر تأثیر ویروس کرونا بر برخی کسب و کارهای برخط دیده می‌شود. به گزارش تکراسا در اسفند ماه ۱۳۹۸، دسته بندی برگزاری رویدادهای آنلاین، فروشگاه‌های اینترنتی و رسانه و ویدئو، بیشترین میزان رشد را در میان سایر کسب و کارها داشته اند.





◀ بازارهای پیش رو

در دنیا تقریباً ۱۱۰ میلیون فارسی‌زبان وجود دارند که خود می‌تواند بازار بزرگی برای فروشگاه‌های ایرانی باشد. به‌علاوه با توجه به روابط خوب ایران با کشورهای همسایهٔ مسلمان و نزدیکی فرهنگی، مانند افغانستان (جمعیت ۳۷ میلیون، کاربر اینترنت ۶.۵ میلیون)، قطر، عمان، لبنان، عراق و سوریه (مجموع جمعیت کشورهای عربی ذکرشده ۱۰۷ میلیون نفر با ۳۸.۵ میلیون کاربر اینترنت)، فروشگاه‌های ایرانی می‌توانند وارد بازار محتوای حلال در این بازارها شوند. به‌علاوه با توجه به موفقیت‌های اخیر سازندگان بازی‌های تلفن همراه در ایران، با ورود فروشگاه‌های ایرانی به این کشورها و انتشار برنامه‌ها و بازی‌های موفق، فروشگاه‌های ایرانی می‌توانند وارد حوزهٔ انتشار بازی‌ها نیز بشوند.



◀ چالش‌های فروشگاه‌ها

در سال‌های اخیر انتقاداتی در مورد حاشیه سود بالای فروشگاه‌های ایرانی در برنامه‌های فروشی و پرداخت درون‌برنامه مطرح شده است. در حال حاضر ۳۰ درصد از درآمد به فروشگاه اختصاص می‌یابد. به نظر می‌رسد این عدد با توجه به سهم ۳۰ درصدی فروشگاه گوگل و اپل انتخاب شده است. اما دو نکته در این زمینه وجود دارد. نخست اینکه سهم ابتدایی فروشگاه گوگل و اپل هم مانند فروشگاه‌های ایرانی ۳۰ درصد است، اما تفاوت اینجاست که گوگل پلی و اپ استور برای برنامه‌هایی که ۱۲ ماه فعالیت مالی داشته باشند، سهم دریافتی را از ۳۰ درصد به ۱۵ درصد کاهش می‌دهند، در حالی که در فروشگاه‌های ایرانی سهم دریافتی ثابت است.



نکته دیگر این است که با توجه به جهانی بودن فروشگاه‌های خارجی با وجود پورسانت ۳۰ درصدی، با توجه به بزرگی بازار، سود بیشتری نصیب توسعه‌دهنده می‌شود؛ اما در بازارهای داخلی با توجه به کوچک بودن بازار، ۳۰ درصد از فروش سهم قابل توجهی محسوب می‌شود.

بر اساس یکی از بندهای قوانین کافه بازار کلیه توسعه‌دهندگان برنامه‌های کاربردی تلفن همراه، چنانچه هر کدام از آن‌ها درآمد درون‌برنامه‌ای داشته باشند، موظف هستند از طریق درگاه این

فروشگاه، پرداخت‌ها را انجام داده^۱ و ۳۰ درصد آن را به عنوان کارمزد پرداخت نمایندند.^۲ برخی توسعه‌دهندگان مخالف این موضوع هستند. به عنوان نمونه توسعه‌دهندگان شیپور با این موضوع مخالفت کردند و از کافه بازار حذف شدند، ولی در نهایت با پذیرش آن، به این فروشگاه برگشتند.^۳ اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی خود را مسئول تأیید نرخ‌گذاری خدمات می‌داند.^۴

همچنین انتقاداتی از کافه بازار در زمینه انحصارطلبی در عرضه برنامه‌های کاربردی تلفن همراه مطرح شده است، اما این فروشگاه، رقابت برای تصاحب بخش بیشتری از بازار را حق خود می‌داند.^۵ برای حمایت بیشتر از توسعه‌دهندگان و تنظیم بازار، سیاست‌گذاری در این زمینه‌ها ضروری به نظر می‌رسد.

تبلیغات نامناسب در برنامه‌ها

تبلیغات نامناسب در برنامه‌های کاربردی تلفن همراه مشکلی جهانی است که کشور ما نیز با آن روبه‌رو است و به‌خصوص کودکان و نوجوانان را تهدید می‌کند. با بررسی ۱۳۶ برنامه در فروشگاه اپل، مشخص شده که رده‌بندی سنی در نظر گرفته شده برای برنامه‌های کاربردی تلفن همراه در این فروشگاه با تبلیغات نمایش داده شده درون برنامه‌ها تناسب ندارد. محتوای نامناسب با موضوع خشونت، شرط‌بندی و مسائل جنسی سه رتبه نخست را دارا هستند. همچنین محتوای جنسی و برهنگی در بیش از ۲۰ درصد برنامه‌ها دیده می‌شود.^۶ متأسفانه از این دست محتوا در تبلیغات نمایش داده شده به کاربران تلفن همراه ایرانی نیز مشاهده می‌شود.

۱. <https://developers.cafebazaar.ir/fa/app-publish-guidelines/payment-and-ads/iap>

۲. <https://www.ilna.news> /بخش-فناوری-158/652608-کافه-بازار-اجازه-نرخ-گذاری-خدمات-بدون-تأیید-اتحادیه-را-ندارد

۳. <http://www.asrepooya.com/fa/news/show.aspx?id=Dlc1xVD1h3LFnlAPbHDrXde0>

۴. <https://www.ilna.news> /بخش-فناوری-158/652608-کافه-بازار-اجازه-نرخ-گذاری-خدمات-بدون-تأیید-اتحادیه-را-ندارد

۵. <https://digiato.com/article> /۰۵/۰۴/۲۰۲۰/میکت-از-کافه-بازار-شکایت-می‌کند؛-یک-پ/

۶. <https://faculty.ist.psu.edu/xu/papers/socialcom2013.pdf>

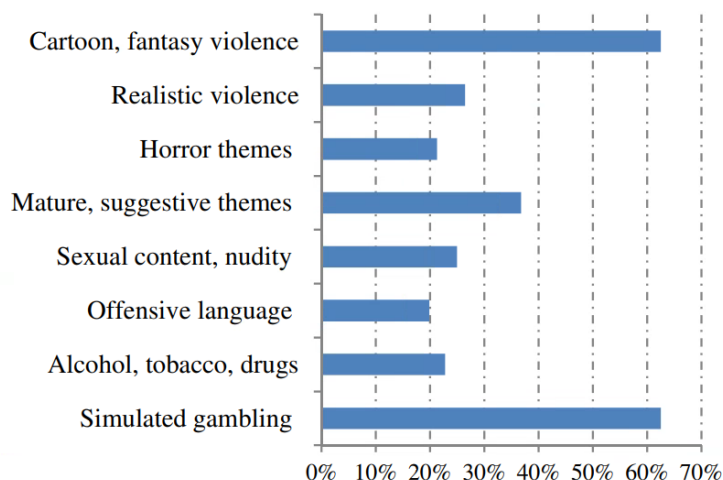


Figure 7. Types of objectionable contents in high maturity in-app advertisements on iOS platform. (n=136)

به عنوان نمونه، بَنری که در بازی معروف پرنندگان خشمگین با رده‌بندی بالای سه سال ظاهر شده است، در شکل زیر مشاهده می‌شود. این بنر تناسبی با ردهٔ سنی این بازی نداشته و برای کودکان مناسب نیست.^۷ برای حل این مشکل در کشور اولین مرحلهٔ پالایش تبلیغات گوگل ادموب^۸ است، زیرا با توجه به تحریم‌ها، گوگل هیچ تعهدی در مورد کشور ایران را قبول نمی‌کند. مرحلهٔ بعدی اضافه شدن شرط تناسب سنی تبلیغات و برنامه، به شرایط شرکت‌های تبلیغاتی تلفن همراه مانند تپسل و تپلیخ است. همچنین با تصویب مقررات مرتبط، مسئولیت حقوقی تبلیغات نامناسب با ردهٔ سنی می‌بایست بر عهدهٔ تبلیغ‌دهنده یا شرکت تبلیغاتی نهاده شود.



Figure 1. Sample full-screen ad in “Angry Birds”.

۷. [pdf.https://faculty.ist.psu.edu/xu/papers/socialcom2013](https://faculty.ist.psu.edu/xu/papers/socialcom2013) .

۸. Google AdMob .

◀ سایر مشکلات و مسائل

برخی مشکلات در مورد برنامه‌های کاربردی تلفن همراه شامل موارد زیر است:

- ◀ کمبود برنامه‌های تلفن همراه بومی و اشباع پلتفرم‌های توزیع از سرویس‌های خارجی
- ◀ کسب درآمد برنامه‌های خارجی از بازار ایران بدون پرداخت هیچ‌گونه عوارض و مالیات و عدم رعایت ضوابط فرهنگی کشور
- ◀ بهره‌گیری ناقص از ظرفیت برنامه‌های کاربردی تلفن‌های همراه برای کارآفرینی و ظرفیت بالای استارت‌آپ‌های حوزه تلفن همراه در اشتغال‌زایی
- ◀ ناکافی بودن بودجه‌های تخصیص داده شده به حمایت برای تولید برنامه‌های باکیفیت
- ◀ عدم نظارت بر توزیع فیزیکی برنامه‌ها، خصوصاً در مراکز عرضه گوشی‌های تلفن همراه
- ◀ وجود نظارت ضعیف در بستر توزیع دیجیتال برنامه‌های تلفن همراه
- ◀ عدم رعایت استانداردها در زمینه رده‌بندی سنی و سطوح دسترسی مختلف برای اقشار مختلف کاربران توسط اپراتورها، Papها، پلتفرم‌های توزیع و تولیدکنندگان و ناشران برنامه‌های تلفن همراه
- ◀ کمبود آمار در زمینه‌های مختلف مرتبط با برنامه‌های کاربردی تلفن‌های همراه و دشواری برنامه‌ریزی در این زمینه‌ها
- ◀ کمبود تحقیقات و گزارش‌ها در زمینه تولید و مصرف برنامه‌های کاربردی تلفن همراه و اثرگذاری آن در جامعه
- ◀ مشخص نبودن اولویت‌های پژوهشی و آموزشی
- ◀ کمبود پایان‌نامه‌ها و تحقیقات فرهنگی، اقتصادی، روان‌شناختی، آموزشی و سیاسی مرتبط با برنامه‌های کاربردی تلفن همراه
- ◀ خروج حجم بسیاری از اطلاعات به دلیل استفاده از برنامه‌های خارجی
- ◀ خروج ارز از کشور در اثر استفاده از برنامه‌های خارجی تلفن‌های همراه

- ◀ فرهنگ‌سازی ضعیف و آگاه نبودن آحاد جامعه بالأخص مسئولین، معلمان، والدین و کودکان از آثار مخرب برخی از برنامه‌های کاربردی تلفن‌های همراه
- ◀ شکل نگرفتن چرخه صنعت در مجموعه صنعت برنامه‌های تلفن همراه (مانند ناشران برنامه)
- ◀ وجود مشکلات فراوان در چرخه صنعت سرویس‌های ارائه‌شده بر بستر تلفن همراه، به‌عنوان مثال در چرخه فعالیت سرویس‌های مبتنی بر مکان و تأمین شدن این محتوا از خارج از کشور و ایجاد تبعات منفی امنیتی و اقتصادی

برنامه‌های کاربردی تلفن همراه یکی از مهم‌ترین قالب‌های ارائه محتوا و خدمات به شمار می‌روند که با تنوع زیاد و کارکردهای مختلف به راحتی در دسترس مخاطبان قرار می‌گیرند و اغلب جایگزین محتواها و خدماتی هستند که قبلاً به شیوه‌ها و در قالب‌های دیگری نظیر وب ارائه می‌شدند.

رشد و توسعه برنامه‌های کاربردی تلفن همراه داخلی یکی از مزیت‌های کشور در فضای مجازی به شمار می‌روند که متناسب با فرهنگ و هویت اسلامی - ایرانی توسعه داده شده است و با توجه به امکان نظارت بر آن از نظم و شفافیت بهتری برخوردار است.

در این جزوه سعی داریم تا به وضعیت برنامه‌های کاربردی در بعد بین‌المللی و خصوصاً در سطح ملی نگاهی دقیق‌تر داشته باشیم.



مرکز ملی فضای مجازی
معاونت فرهنگی، اجتماعی و امور محتوایی