گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۴۵۲۲۹۲
یکشنبه ۳۰ خرداد ۱۴۰۰ ۷:۵۳

# درآمدهای فضایی از فضای مجازی!

اینستاگرام از جمله اپلیکیشن‌های محبوب جهان است که به سرعت به عنوان یک ابزار قدرتمند در خدمت کسب و کارها درآمد. قابلیت‌های این برنامه به‌گونه‌ای است که امکان معرفی و دیده‌شدن کالا و خدمات را فراهم می‌کند.

به گزارش خبرنگاران علم و فناوری گزارش خبر، اینستاگرام از جمله اپلیکیشن‌های محبوب جهان است که به سرعت به عنوان یک ابزار قدرتمند در خدمت کسب و کارها درآمد. قابلیت‌های این برنامه به‌گونه‌ای است که امکان معرفی و دیده‌شدن کالا و خدمات را فراهم می‌کند. در مجموع امروزه اینستاگرام به یکی از اصول اساسی بازاریابی و ابزار مهم در توسعه کسب و کار تبدیل شده است.
این بستر موقعیتی را فراهم می‌کند که صاحبان کسب وکار، جامعه مشتریان خود را یافته و با آن ارتباط گیرند. حتی امکان تبدیل مشتریان بالقوه به مشتریان بالفعل آسان است. از نکات قابل توجه نبود محدودیت کسب و کار بوده که صاحبان کسب در دنیای واقعی با آن مواجهند. در واقع محدودیت‌هایی نظیر وابستگی به مکان و موقعیت جغرافیایی و محدودیت ارتباط با مشتریان، محدودیت فعالیت کسب و کارها در ساعات معین در اینستاگرام وجود ندارد. این ویژگی‌ها اهمیت و محبوبیت استفاده کسب و کار از اینستاگرام افزایش داده است.
اینستاگرام در ایران بر خلاف سایر برنامه‌ها مانند توییتر و یوتیوب مسدود نشده است. محبوبیت این برنامه در ایران سبب شده رشد آن همچنان ادامه داشته باشد. طبق آمار مرکز پژوهشی بتا تعداد کاربران اینستاگرام از ۲۴ میلیون کاربر در سال ۹۶ به ۴۸ میلیون کاربر در سال ۱۴۰۰ رسیده است. یعنی در طی ۴ سال رشد دو برابری داشته است. بررسی‌های دقیق‌تر نشان می‌دهد که رشد فالوور کاربران برتر شامل سلبریتی‌ها و اینفلوئنسرهای اینستاگرام نسبت به کاربران معمولی این برنامه، افزایش قابل توجهی داشته است. به طوری که بر اساس گزارش مرکز پژوهشی بتا دنبال‌کنندگان سلبریتی‌ها در طی دو تا سه سال اخیر گاها به ۵تا۱۰ برابر هم رسیده‌اند.
پیش از این فعالیت کسب و کارها در اپلیکیشن‌ها و از جمله اینستاگرام به دلیل ماهیت جدید این فعالیت‌ها قوانین مالیاتی مشخصی برای آنها تعریف نشده بود. تا اواخر سال ۹۹ اعلام شد بر اساس مصوبه نماینده‌های مجلس درآمد ناشی از تبلیغات برای کاربرانی که بیش از ۵۰۰ هزار دنبال کننده دارند از محل تبلیغات مشمول مالیات قرار خواهد گرفت.
درآمدهای نجومی پیج ها و اینفلوئنسرها
میزان درآمد اینفلوئنسرهای اینستاگرام نسبت به تعداد فالور و دیگر مسائل گفته شده به طور دقیق مشخص نیست. پیج های اینستاگرامی برای قرار دادن هر تبلیغ در قالب پست به ازای نمایش برای یک میلیون نفر مبلغی حدود ۹ الی ۱۱ میلیون تومان کسب می‌کنند. همچنین اگر این تبلیغات سفارش شده در زمینه تخصصی فعالیت پیج و یا دنبال کننده گان پیج تخصصی و خاص باشند، این مبلغ از ۱۲ تا ۱۷ میلیون افزایش می‌یابد. علاوه بر این تبلیغات پذیرفته شده در قالب استوری نیز وجود دارد که گاها برخی از آنان ۱۰الی۲۰ استوری در روز نیز منتشر می‌کنند با احتساب هر استوری بین ۱تا۵ میلیون تومان درآمد روزانه تا ۱۰۰ میلیون تومان را برای صاحب پیج فراهم می‌کند.

با این همه نمی‌توان میزان دقیق درآمد کاربران برتر و پرفالوور را در ایران تخمین زد. اما آنچه مشخص است این پیج‌ها دارای درآمد میلیاردی هستند که شناخت میزان دقیق آن و نوع مبادله و محل کسب آن به آسانی امکان‌پذیر نیست. همچنین این ابهامات سبب شده که تاکنون مشخص نشود که درآمد اینفلوئنسرها و مبالغ مالیاتی آن‌ها چگونه مورد محاسبه قرار خواهد گرفت؟ اینکه سازمان امور مالیاتی برای تعیین اینفلوئنسر چه معیاری را در نظر گرفته است نیز از سوالاتی است که پاسخ دقیقی برای آن وجود ندارد. کما اینکه برخی از صاحبان این صفحات ساکن ایران نیستند که مشمول قانون مالیات شوند.
مقایسه آمار منتشر شده از سوی مرکز پژوهشی بتا اینستاگرام در سال ۹۹ و ۱۴۰۰ نشان داده شده است. بر اساس نمودار تعداد کل کاربر از ۴۷ میلیون به ۴۸ میلیون افزایش یافته است. همچنین تعداد کاربرانی که یک هزار و بیش از یک هزار فالوور دارند از ۶۰۰ کاربر در سال ۹۹ به یک هزار کاربر در سال ۱۴۰۰ رسیده است. بر اساس این آمار میزان کاربران پرفالوور افزایش یافته است بنابراین می‌توان نتیجه گرفت کاربران جدید اغلب به دنبال پیگیری صفحات جذاب و کاربران پرفالوور و حتی برای خرید از پیج‌های فروش وارد این اپ شده‌اند درنتیجه اغلب کاربران جدید به دنبال تولید محتوا و ارتباط گیری با کاربران دیگر و تاثیرگذاری بر سایر کاربران نیستند.

همزمان با فراگیر شدن استفاده کاربران ایرانی از تلگرام، تبلیغات در کانال‌های پرمخاطب تلگرام با بازدهی بالایی همراه بوده است. بودجه‌های تبلیغاتی کسب و کارها که پیش از این به سمت تبلیغات محیطی و یا تبلیغ در رسانه‌های بزرگ و پرهزینه نظیر تلویزیون میرفت با رونق گرفتن تلگرام در ایران با صرف هزینه به مراتب کمتر و در عوض با اثر گذاری قابل توجهی به اهداف تبلیی خود و جذب مشتری دست یافت.
تلگرام بستری فراهم کرد تا کسب و کارهای کوچک و خانگی و کاربرانی که با مشکل اشتغال رو به رو بودند و امکان پرداخت هزینه‌های کار در فضای واقعی را نداشتند، توانستند به وسیله ایجاد یک کانال ساده در تلگرام شروع به کار و امرار معاش کنند. هرچند با فیلترینگ تلگرام در سال ۹۷ کسب و کارهای فعال در این بستر با مشکلاتی مواجه شدند اما به سرعت با فراگیر شدن استفاده از فیلترشکن‌ها رونق خود را پیدا کردند تا جاییکه فروش و راه‌اندازی فیلترشکن خود به یکی از خدمات درآمدزا تبدیل شد.
مقایسه آمار تلگرام در سال ۹۹ و ۱۴۰۰ نشان می‌دهد تعداد کاربران تلگرام در طی یک سال گذشته تغییری نکرده است. با این حال بر اساس آمار مرکز پژوهشی بتا تعداد گروه فعال از ۲ میلیون گروه به ۲/۵ میلیون گروه و تعداد کانال از ۲ میلیون کانال به ۲/۸ میلیون کانال افزایش یافته است.
بسیاری از پیج‌ها توسط کاربران معمولی اداره می‌شوند که با ایجاد پیج، دست‌ساخته‌ها و کالاهای کسب و کار کوچک خود را به کاربران معرفی می‌کنند و از این طریق توانسته‌اند به درآمدی متناسب با میزان فعالیت و تولید محتوای خود دست یابند. در تلگرام نیز کانال‌های فروش بسیاری وجود دارد که توانسته‌اند با جذب کاربران به درآمد قابل وجهی دست یابند. پیج کسب و کارها مخصوص به فروش کالا نیست بلکه خدماتی از قبیل ترجمه تا مشاوره روانشناسی گسترده است.

تبلیغات در تلگرام با هزینه حدود دو و نیم تا سه میلیون تومان برای یک میلیون نمایش هر پست برای محتواهای عمومی در سال ۱۴۰۰ همراه بوده است که این هزینه متناسب با تخصصی شدن محتوا و دنبال کننده های خاص یک کانال حدود پنج تا ده میلیون می رسد. که محاسبه یک کانال حدود ۵۰۰هزار نمایش در هر پست با ۳تا۵تا پست تبلیغی می تواند در هر روز بین ۱۰تا ۵۰ میلیون در امد در روز داشته باشد.