

گودکان و تلفن همراه

پژوهشی درباره‌ی
رفتارهای مصرفی گودکان

حمیدرضا شمس جوانی

مؤسسه توسعه صنایع فرهنگی و خلاق

cacima.ir

انتشار این مجموعه به راهنمایی و زیر نظر آقای حمیدرضا ششجوانی و به هزینه شرکت ارتباطات سیار هوشمند امین به انجام رسیده است.

سرشناسه	:	شش جوانی، حمیدرضا، ۱۳۵۴-
عنوان و نام پدیدآورنده	:	کودکان و تلفن همراه، پژوهشی درباره‌ی رفتارهای مصرفی کودکان / حمیدرضا شش جوانی
مشخصات نشر	:	تهران: آوای فرزانه، ۱۳۹۸
مشخصات ظاهری	:	۲۷۹ ص. جدول، نمودار
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۹۵۱۱۲-۸-۲
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فهرست‌نویسی
یادداشت	:	کتابنامه
موضوع	:	تکنولوژی کودکان - ایران - نمونه پژوهی
موضوع	:	Technology & Children - Iran - Case Studies
موضوع	:	تلفن همراه و نوجوانان - ایران - نمونه پژوهی
موضوع	:	Cell phones & Teenagers - Iran - Case Studies
موضوع	:	رسانه‌های گروهی و کودکان - ایران - نمونه پژوهی
موضوع	:	Mass media & Children - Iran - Case Studies
رده‌بندی کنگره	:	HQ ۷۸۴
رده‌بندی دیویی	:	۳۰۲/۲۳۰۸۳
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۷۱۶۷۲۷

عنوان: کودکان و تلفن همراه، پژوهشی درباره‌ی رفتارهای مصرفی کودکان

نویسنده: حمیدرضا شش جوانی

ناظر چاپ: فریبرز علایی

چاپ اول: ۱۳۹۸

شمارگان: ۵۰۰

قیمت: ۸۰۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۱۱۲-۸-۲

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: آوای فرزانه

ناشر: آوای فرزانه

نشانی و آدرس: شریعتی خیابان پلیس کوچه امیری پلاک ۲۱ تلفن: ۰۹۱۳۳۱۹۶۸۸۶

گزارش مقایسه‌ای

۱۶ آماره‌ای مصرفی کودکان ۳ تا ۵ سال

- ۱۹-۱. استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت
- ۲۰-۱. دلیل عدم استفاده از وسایل الکترونیکی مثل موبایل و تبلت
- ۲۲-۱. مالکیت و دلیل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت
- ۲۳-۱. زمان شروع استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت
- ۲۴-۱. ارزش ریالی گردش تلفن همراه
- ۲۶-۱. نوع سیم کارت
- ۲۷-۱. موارد استفاده از گوشی همراه
- ۲۸-۱. تهیه برنامه یا بازی برای کودک
- ۲۹-۱. نام برنامه یا بازی تهیه شده برای کودک
- ۳۰-۱. بازی‌های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب در استان، فراوانی در کل کشور:
- ۳۱-۱. بازی‌های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب در استان، فراوانی در شهرهای عمده:
- ۳۲-۱. بازی‌های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب در استان، فراوانی در سایر شهرها:
- ۳۳-۱. چگونگی تهیه برنامه یا بازی
- ۳۴-۱. بازی‌های تک نفره و گروهی
- ۳۴-۱. بازی‌های آنلاین و آفلاین
- ۳۵-۱. بازی‌های خارجی و ایرانی
- ۳۶-۱. چرایی استفاده
- ۳۷-۱. هدف تهیه بازی
- ۳۹-۱. هزینه بازی‌های کودک
- ۴۰-۱. نگرانی‌های استفاده از وسایل الکترونیکی (موبایل یا تبلت)
- ۴۱-۱. نگرانی‌های استفاده از اینترنت
- ۴۲-۱. میزان موافقت با کنترل بچه‌ها در زمان کار کردن با موبایل و تبلت
- ۴۳-۱. روش‌های کنترل بچه‌ها در زمان کار کردن با موبایل و تبلت
- ۴۵-۱. میزان استفاده از موبایل و تبلت در شبانه روز

۴۶	۱-۲۲. خرید موبایل مخصوص کودک
۴۷	۱-۲۳. میزان هزینه در نظر داشته برای موبایل مخصوص کودک
۴۸	۱-۲. نسبت پاسخگو با کودک
۴۹	۲-۲. سن پاسخگو (والدین کودک)
۵۰	۲-۳. تحصیلات پاسخگو (والدین کودک)
۵۱	۲-۴. وضعیت فعالیت پاسخگو (والدین کودک)
۵۳	۱-۶. قومیت

گزینش مطالعه ای

رفتار دینی مادر کودک ۶ تا ۱۱ سال

۵۷	۱-۱. استفاده از کامپیوتر
۵۹	۱-۲. استفاده از موبایل
۶۰	۱-۳. دلایل عدم استفاده از موبایل
۶۱	۱-۴. مالکیت وسایل الکترونیک مانند موبایل و تبلت
۶۳	۱-۵. زمان شروع استفاده از وسایل الکترونیک مانند موبایل و تبلت
۶۴	۱-۶. نوع گوشی تلفن همراه
۶۵	۱-۷. ارزش ریالی گوشی تلفن همراه
۶۷	۱-۸. هزینه شارژ ماهیانه تلفن
۶۸	۱-۹. نوع سیم کارت
۶۹	۱-۱۰. استفاده از اینترنت توسط کودک
۷۰	۱-۱۱. علت عدم استفاده از اینترنت
۷۱	۱-۱۲. انواع استفاده از موبایل
۷۲	۱-۱۳. تهیه برنامه یا بازی برای کودک
۷۳	۱-۱۴. بازی های مورد علاقه بچه ها
۷۴	۱-۱۵. بازی های تهیه شده برای بچه ها
۷۵	بازی های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب درصد فراوانی در کل کشور:
۷۶	بازی های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب درصد فراوانی در شهرهای عمده:
۷۶	بازی های دارای فراوانی دو درصد و کمتر به ترتیب درصد فراوانی در سایر شهرها:
۷۷	۱-۱۶. شبکه های اجتماعی مورد استفاده

- ۷۹-۱۷. تمایل فرزند به تماس، اس ام اس، اینترنت
- ۸۰-۱۸. نوع کاربرد اینترنت
- ۸۲-۱۹. چگونگی تهیه برنامه یا بازی
- ۸۳-۲۰. بازی های تک نفره و گروهی
- ۸۴-۲۱. بازی های آفلاین و آنلاین
- ۸۵-۲۲. بازی های خارجی و ایرانی
- ۸۶-۲۳. چرایی استفاده
- ۸۷-۲۴. هدف از تهیه بازی
- ۸۸-۲۵. وامل خرید برنامه یا بازی برای فرزند
- ۸۹-۲۶. هزینه بازی های کودک
- ۹۲-۲۸. منبع اینترنت
- ۹۳-۲۹. نگرانی های استفاده از تبلت (موبایل یا تبلت)
- ۹۶-۳۰. نگرانی های استفاده از اینترنت
- ۹۸-۳۱. مواردی از احساس عدم کنترل بر فرزند
- ۹۹-۳۲. میزان موافقت با کنترل بچه در زمان کارکردن با موبایل و تبلت
- ۱۰۰-۳۳. تأثیر استفاده از سیم کارت کودکان بر رفعت نگرانی
- ۱۰۱-۳۴. تمایل به تهیه موبایل مخصوص کودکان
- ۱۰۳-۳۵. میزان هزینه برای تهیه موبایل مخصوص کودکان
- ۱۰۵-۳۶. رنگ مورد علاقه بچه ها
- ۱۰۶-۳۷. کارهای مورد علاقه بچه ها
- ۱۰۸-۳۸. محتوای مناسب برای بچه ها
- ۱۰۹-۳۹. روش های کنترل بچه ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت
- ۱۱۲-۴۰. زمانهای عدم اجازه به فرزند در استفاده از موبایل
- ۱۱۴-۴۱. روشهای سرگرم کردن بچه ها یا آموزش به آنها
- ۱۱۶-۴۲. میزان استفاده از موبایل و تبلت در شبانه روز
- ۱۱۸-۱-۲. نسبت پاسخگو با کودک
- ۱۲۰-۳-۲. تحصیلات پاسخگو (والدین کودک)
- ۱۲۱-۴-۲. وضعیت فعالیت پاسخگو (والدین کودک)
- ۱۲۲-۵-۲. تعداد فرزندان
- ۱۲۳-۶-۲. قومیت

- ۱۲۷ ۱-۱. استفاده از کامپیوتر
- ۱۲۸ ۲-۱. دلیل نداشتن کامپیوتر
- ۱۳۰ ۳-۱. استفاده از موبایل
- ۱۳۱ ۴-۱. مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت
- ۱۳۳ ۵-۱. بخش شروع استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت
- ۱۳۴ ۶-۱. نوع گوشی تلفن همراه
- ۱۳۵ ۷-۱. ارزش ریالی گوشی تلفن همراه
- ۱۳۷ ۸-۱. هزینه شارژ ماهانه تلفن
- ۱۳۸ ۹-۱. نوع سیم کارت
- ۱۳۹ ۱۰-۱. استفاده از اینترنت
- ۱۴۱ ۱۱-۱. انواع استفاده از موبایل
- ۱۴۴ ۱۲-۱. بازی‌های محبوب
- ۱۴۵ ۱۳-۱. شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده
- ۱۴۷ ۱۴-۱. تمایل فرزندان به تماس، اس ام اس، اینترنت
- ۱۴۹ ۱۵-۱. نوع کاربرد اینترنت
- ۱۵۱ ۱۶-۱. چگونگی تهیه برنامه یا بازی
- ۱۵۲ ۱۷-۱. بازی‌های تک نفره و گروهی
- ۱۵۳ ۱۸-۱. بازی‌های آنلاین و آفلاین
- ۱۵۴ ۱۹-۱. بازی‌های خارجی و ایرانی
- ۱۵۵ ۲۰-۱. چرایی استفاده
- ۱۵۶ ۲۱-۱. هدف تهیه بازی
- ۱۵۸ ۲۲-۱. عوامل مؤثر بر خرید برنامه یا بازی برای فرزندان
- ۱۶۰ ۲۳-۱. هزینه بازی‌های کودک
- ۱۶۱ ۲۴-۱. روش شارژ
- ۱۶۲ ۲۵-۱. منبع اینترنت
- ۱۶۴ ۲۶-۱. نگرانی‌های استفاده از وسایل الکترونیکی (موبایل یا تبلت)
- ۱۶۷ ۲۷-۱. نگرانی‌های استفاده از اینترنت
- ۱۷۰ ۲۸-۱. مواردی از احساس عدم کنترل بر فرزندان

۱۷۱. ۲۹-۱. میزان موافقت با کنترل بچه ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت
۱۷۳. ۳۰-۱. تأثیر استفاده از سیم کارت کودکان بر رفع نگرانی
۱۷۵. ۳۱-۱. تمایل به تهیه موبایل مخصوص کودکان
۱۷۶. ۳۲-۱. میزان هزینه برای تهیه موبایل مخصوص کودکان
۱۷۷. ۳۳-۱. رنگ مورد علاقه بچه ها
۱۷۸. ۳۴-۱. کارهای مورد علاقه بچه ها
۱۸۰. ۳۵-۱. محتوای مناسب برای بچه ها
۱۸۲. ۳۶-۱. روش های کنترل بچه ها در زمان کارکردن با موبایل و تبلت
۱۸۴. ۳۷-۱. زمانهای عدم اجازه به فرزند در استفاده از موبایل
۱۸۶. ۳۸-۱. روش های برخورد کردن بچه ها یا آموزش به آنها
۱۸۷. ۳۹-۱. میزان استفاده از موبایل و تبلت در شبانه روز
۱۸۸. ۴۰-۱. نسبت پاسخگو بودن کودکان
۱۹۰. ۴۱-۱. تحصیلات پاسخگو (والدین کودک)
۱۹۱. ۴۲-۱. وضعیت فعالیت پاسخگو (والدین کودک)
۱۹۲. ۴۳-۱. تعداد فرزندان
۱۹۳. ۴۴-۱. قومیت

گزارش مقایسه ای

رفتارهای مصرفی نوجوانان ۱۵ تا ۱۷ سال

۱۹۷. ۱-۱. استفاده از موبایل
۱۹۸. ۲-۱. علت عدم استفاده از موبایل
۲۰۰. ۳-۱. مالکیت وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت
۲۰۱. ۴-۱. مدت زمان استفاده از وسایل الکترونیکی مانند موبایل و تبلت
۲۰۲. ۵-۱. نوع گوشی تلفن همراه
۲۰۳. ۶-۱. ارزش ریالی گوشی تلفن همراه
۲۰۵. ۷-۱. هزینه ماهیانه برای بازی ها
۲۰۷. ۸-۱. نوع سیم کارت
۲۰۸. ۹-۱. داشتن موبایل یا تبلت یا هر دو
۲۰۹. ۱۰-۱. استفاده از اینترنت
۲۱۱. ۱۲-۱. انواع استفاده از موبایل

- ۲۱۳-۱۳. بازی‌های محبوب و مورد علاقه
- ۲۱۴-۱۴. شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده
- ۲۱۶-۱۵. تمایل به تماس، اس‌ام‌اس، اینترنت
- ۲۱۷-۱۶. نوع کاربرد اینترنت
- ۲۲۰-۱۷. چگونگی تهیه برنامه یا بازی
- ۲۲۱-۱۸. بازی‌های تک نفره و گروهی
- ۲۲۱-۱۹. بازی‌های آفلاین و آنلاین
- ۲۲۲-۲۰. بازی‌های خارجی و ایرانی
- ۲۲۳-۲۱. چراغ استفاده
- ۲۲۴-۲۲. عوامل مؤثر بر خرید برنامه یا بازی برای فرزند
- ۲۲۵-۲۳. هزینه‌های اینترنت
- ۲۲۶-۲۴. روش‌های استفاده
- ۲۲۸-۲۵. منبع اینترنت
- ۲۲۹-۲۶. نگرانی‌های استفاده از اینترنت یا موبایل (موبایل یا تبلت)
- ۲۳۲-۲۸. موفقیت والدین در کنترل
- ۲۳۴-۲۹. کاربردی بودن برنامه‌های آموزش
- ۲۳۵-۳۰. زمانهای عدم اجازه در استفاده از موبایل
- ۲۳۷-۳۱. منبع تهیه برنامه‌ها
- ۲۳۹-۳۲. میزان استفاده از موبایل در روز
- ۲۴۰-۱-۲. سن پدر پاسخگو
- ۲۴۱-۲-۲. سن مادر پاسخگو
- ۲۴۲-۳-۲. تحصیلات پدر پاسخگو
- ۲۴۳-۴-۲. تحصیلات مادر پاسخگو
- ۲۴۴-۵-۲. وضعیت فعالیت پدر پاسخگو
- ۲۴۵-۶-۲. وضعیت فعالیت مادر پاسخگو
- ۲۴۶-۷-۲. تعداد فرزندان
- ۲۴۷-۸-۲. قومیت

مطالعه ی کیفی

رفتارهای مصرفی کودکان در شهر تهران

۱. بچه از موبایل و تبلت استفاده می کند؟ اگر نه چرا؟ ۲۵۳
۲. مال خودش است یا از گوشی دیگران استفاده می کند؟ پدر یا مادر / خواهر یا برادر ۲۵۳
۳. از چه زمانی استفاده از موبایل را شروع کرده؟ ۲۵۴
۴. چه گوشی ای دستش است؟ ۲۵۴
۵. فیلم، تقریب، گوشی اش چقدر است؟ ۲۵۵
۶. سیم کارت اس ام اس / اگر از چند سیم کارت استفاده می کند ذکر شود ۲۵۵
۷. فقط موبایل دارد / تبلت هم دارد؟ ۲۵۶
۸. از موبایل بیش تر چه استفاده هایی می کنه؟ ۲۵۶
۹. از اینترنت هم استفاده می کنه؟ اگر نه چرا؟ ۲۵۷
۱۰. از چه برنامه ها یا نرم افزارهایی استفاده می کنه؟ شبکه های اجتماعی یا پیام رسان Telegram, Line, Tango, whatsapp, imo, viber, Instagram, Facebook, twitter ۲۵۸
۱۱. بچه ها بیش تر علاقه مند هستند چه جور کاره ای رو انجام بدن، سرگرمی هاشون چیه؟ ۲۶۰
۱۲. آیا والدین در خرید بازی ها برای کودکان و نوجوانان نقش دارند؟ ۲۶۳
۱۳. بچه ها از میان تماس / اینترنت / اس ام اس کدام را بیش تر استفاده می کنند؟ ۲۶۴
۱۴. سر جمع بچه چند ساعت با موبایل سر و کار دارد؟ ۲۶۵
۱۵. بچه ها چه ژانری از بازی ها رو دوست دارند یا بازی می کنن؟ جورچین / امتیازی / ماجراجویی / شبیه سازی / استراتژی؟ ۲۶۵
۱۶. بچه ها اینترنت رو از کجا میارن؟ اینترنت گوشی یا وای فای خونه؟ ۲۶۶
۱۷. اگه به اینترنت گوشی وصل می شن چطوری شارژ می کنن؟ ۲۶۶
۱۸. وقتی به اینترنت وصل می شن چه کار می کنن؟ ۲۶۷
۱۹. بازی ها و برنامه هاشون رو از کجا می گیرن؟ مای اپز / بازار / ۲۶۷
۲۰. بازی هایی که بچه ها انجام می دن چه جوریه؟ آنلاین / آفلاین، گروهی / تکی، خارجی / ایرانی در مورد آخر ۲۶۷
۲۱. هزینه ی شارژ ماهیانه ی تلفن بچه چقدر است؟ ۲۶۸
۲۲. چقدر خرج بازی و برنامه های بچه در ماه میشه؟ ۲۶۸

۲۳. والدین چه نگرانی‌هایی در مورد استفاده فرزندان‌شان از موبایل دارند؟ ۲۶۹
۲۴. والدین چه نگرانی‌هایی در مورد استفاده بچه‌هاشون از اینترنت دارند؟ ۲۷۰
۲۵. نظر والدین در مورد نظارت روی بچه‌ها در مورد استفاده از موبایل چیه؟ ۲۷۰
۲۶. والدین چه محدودیت‌هایی در مورد کنترل استفاده از اینترنت دارند؟ ۲۷۱
۲۷. والدین چه روش‌هایی برای کنترل دارند؟ ۲۷۱
۲۸. نظر والدین در مورد استفاده از سیم کارت کودک چیه؟ ۲۷۲
۲۹. نظر والدین در مورد مواد آموزشی که بچه‌ها امکان استفاده‌ی آن در موبایل را دارند، چیه؟ ۲۷۲
۳۰. بچه‌ها چه زمان‌هایی اجازه‌ی استفاده از موبایل ندارند؟ ۲۷۳
۳۱. والدین برای برنامه‌ها رو با چه هدفی برای کودک تهیه می‌کنند؟ ۲۷۴
۳۲. نظر والدین در مورد استفاده از موبایل مخصوص کودک چیه؟ ۲۷۴
۳۳. برای این موبایل تا چه قدر حاضرند پول بدهند؟ ۲۷۵
۳۵. خانواده‌ها مواد سرگرمی رو چطور به دست می‌آورند؟ منظور تلویزیون/ ماهواره، اینترنت و ... است ۲۷۶
۳۶. در چه صورتی امکان بیشتری هست که بازی یا برنامه‌ای را برای بچه‌شون بخرن؟ اگه بچه‌های دیگه داشته باشن؟ اگه بچه‌ها سرگرمی نداشته باشن؟ اگه والدین دیگه بگن؟ اگه معلم یا مدرسه بگه؟ ۲۷۶
۱. به نظر شما ARPU یا توان (عادت) خرید سگمنت‌ها مختلف چقدر است؟ ۲۷۷
۲. این سگمنت‌ها مبلغ مد نظر شما را بابت چه چیزی می‌خرن؟ یادگیری، تماس، تفریح و ...؟ ۲۷۸
۳. این مبلغ را تحت چه شرایطی هزینه می‌کند؟ تشخیص خانوادگی- توصیه‌ی مدرسه ۲۷۸
۴. به نظر شما میزان اثرگذاری توصیه‌ی همگنان (اثر دهان به دهان) در سگمنت‌های مختلف چقدر است؟ ۲۷۸

مقدمه

حمیدرضا شش‌جوانی

sheshjavani@

casima.com

در مقایسه با تاریخ درازآهنگ فرهنگ ایران زمین، مدت زمان حضور فن‌آوری‌های ارتباطی در زندگی ما بی‌اندازه کوتاه است؛ اما سرعت تغییراتی که با خود به همراه آورده‌اند، بی‌حد است. تا همین ده سال پیش تعداد کودکانی که صاحب تلفن همراه بودند آن قدر کم بود که صاحبان سیستم‌های کسب‌وکار مبتنی بر موبایل در این بازه‌ی سنی خنده‌آور می‌نمود.

با افزایش ضریب نفوذ سیم‌کارت تلفن همراه در میان کودکان، رفته‌رفته فرصت‌های شغلی متناظر با آن هم پیدا شد. به دست آوردن اطلاعات شاید برای اپراتورهای اصلی موبایل کشور دست‌یافتنی بود اما برای کسب‌وکارهای خرد و سرمایه‌گذاران هیچ‌گاه میسر نبوده است. از این رو مرکز مطالعاتی CACIMA در سال ۱۳۹۶ پیمایش «رفتارهای مصرفی کودکان در حوزه‌ی موبایل» را با حمایت شرکت ارتباطات سیار هوشمند امین و با کمک مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران، ایسپا، به انجام رساند. این پیمایش در اساس به امید ایجاد نوعی تقارن اطلاعاتی در بازار کالاها و خدمات مبتنی بر موبایل در سگمنت سنی کودکان و با هدف در اختیار گزاردن اطلاعات پایه برای تمام فعالان این صنعت، طراحی شده است. پیمایش حاضر توصیفی است در حد نمایش روابط میان متغیرها، چنان‌چه علت‌های چنین رفتارهایی را نخواهیم، بایستی تحقیق‌هایی کیفی انجام شود.

بر اساس مطالعاتی اکتشافی و مصاحبه‌های عمیقی که با نخبگان این صنعت انجام شد، کودکان و نوجوانان را بر اساس ویژگی‌های مختلف از جمله نیازهای بازار در چهار بخش ۳ تا ۵ سال، ۶ تا ۱۱ سال، ۱۲ تا ۱۴ سال و ۱۵ تا ۱۷ سال دسته‌بندی کردیم و گزارش پیش‌روی شما نیز از همین دسته‌بندی پیروی می‌کند. پیمایش از مهرماه تا بهمن‌ماه به طول انجامیده و در این مدت ۷۶۸۸ نفر از مادران، پدران و کودکان در سرتاسر کشور به پرسش‌های ما پاسخ گفتند. کار پرسش و تحلیل ابتدا در ۶ شهر بزرگ تهران، اصفهان، شیراز، مشهد، کرج و تبریز انجام شد. سپس در مرحله‌ی بعد سایر مراکز استان‌ها اضافه شدند. به این ترتیب هر بخش از اطلاعات هم با سه قسمت «شهرهای عده»، «سایر شهرها» و «کل کشور» از هم جدا شده‌اند. پرسش‌نامه بر مبنای استفاده یا عدم استفاده کودک از وسایل الکترونیکی به دو بخش تقسیم شده بود. گزارش حاضر صرفاً بخشی از یافته‌های پیمایش پیش‌گفته را دربردارد که به استفاده‌کنندگان از موبایل محدود است.

با توجه به اینکه در بیشتر موارد نتایج میان شهرهای بزرگ، مراکز استان‌ها و کل کشور شباهت فراوانی باهم داشت و از این رو تصمیم به ارائه‌های شهرهای بزرگ به کل کشور امکان‌پذیر بود، تصمیم گرفتیم پاسخ پرسش‌هایمان را با روش کیفی در شهر تهران به دست آوریم. نتایج این پژوهش کیفی بخش دوم گزارش حاضر را تشکیل می‌دهد.

باورگردانندگان CACIMA این است که هرچه بازیگران و سرمایه‌گذاران بیشتری وارد این حوزه شوند، اقتصاد آن هم بزرگ‌تر می‌شود و سهم هر نفر بیش‌تر. امیدواریم با تشویق و حمایت فعالان این صنعت بتوانیم مانند سایر کشورهای توسعه‌یافته بخش درخوری از تولید ناخالص داخلی کشورمان را از راه اقتصاد دیجیتال فرهنگ به دست آوریم.