

مورد کاوی توقف طرح مکالمه نامحدود اپراتورهای تلفن همراه

معاونت پژوهش‌های زیربنایی و امور تولیدی
دفتر: مطالعات ارتباطات و فناوری‌های نوین

کد موضوعی: ۲۸۰
شماره تایپی: ۱۴۷۱۶
بهمن‌ماه ۱۳۹۴

به نام خدا

فهرست مطالب

۱.....	چکیده
۲.....	مقدمه
۳.....	فصل اول - رواج جهانی طرح‌های مکالمه نامحدود اپراتورهای تلفن همراه
۸.....	فصل دوم - دلایل شکل‌گیری انواع طرح‌های تشویقی
۱۱.....	فصل سوم - مزایای طرح‌های تشویقی اپراتورهای ارتباطات کشور
۱۲.....	فصل چهارم - بررسی تطبیق اقدام سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی با قوانین
فصل پنجم - آثار دخالت سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی در طرح‌های تشویقی	
۱۵.....	اپراتورهای تلفن همراه
۱۵.....	جمع‌بندی
۱۹.....	منابع و مأخذ



موردکاوی توقف طرح مکالمه نامحدود اپراتورهای تلفن همراه

چکیده

یکی از طرح‌های مهم اپراتورهای ارتباطات همراه کشور از اواخر تابستان سال ۱۳۹۴ با عنوان «طرح مکالمه نامحدود درون شبکه‌ای» رونمایی شد. طرح مکالمه نامحدود درون شبکه‌ای در سایر کشورهای جهان و در اکثر قریب به اتفاق اپراتورها اجرا می‌شود و از منظر رگولاتوری اقدامی موجه و کنشی رقابتی محسوب می‌شود. اجرای چنین طرح‌هایی توسط اپراتورهای کشور منافع فراوانی برای ذینفعان اعم از اپراتورها، مشترکان و دولت دارد و طرح‌های «همه - سر - بُرد» محسوب می‌شود. سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی این طرح اپراتورها را ضد رقابتی تشخیص داد و در یک اقدام غیرمنتظره و فراتر از وظایف اساسنامه‌اش دستور لغو طرح مکالمه نامحدود درون شبکه‌ای همه اپراتورهای همراه کشور را صادر کرد. این اقدام سازمان مذکور مغایر با ماده (۶) و بند «د» ماده (۱۸) قانون سیاست‌های اصل چهل و چهارم بوده، زیرا براساس این قانون، شورای رقابت مسئول تشخیص فعالیت ضد رقابتی است. علاوه بر آن سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی مجری مصوبات کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات است حال آنکه این کمیسیون مصوبه‌ای برای لغو طرح مکالمه نامحدود اپراتورها صادر نکرده است. لذا این اقدام سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی یک برخورد نامتعارف، ضد رقابتی و فرا قانونی است که موجب تضییع حقوق میلیون‌ها

مصرف‌کننده طرح تشویقی شده و آثار نامطلوبی را بر اپراتورهای ارتباطی و همچنین بر درآمد دولت از فعالیت این اپراتورها خواهد داشت.

مقدمه

از اواخر تابستان سال ۱۳۹۴، طرح‌های تشویقی مکالمه نامحدود درون‌شبکه‌ای اپراتورهای ارتباطات همراه رقابت‌آفرین شدند، رقابت ایجاد شده در بازار ارتباطات کشور، یک رقابت «همه - سر - بُرد» بود زیرا:

- اپراتورهای تلفن همراه کشور فرصت ایجاد شده را مغتنم شمرده و برای عرضه بیشتر بسته‌ای طرح مکالمه نامحدود با هم رقابت می‌کردند و برای گرفتن سهم بیشتری از بازار فروش سیم‌کارت و جلب رضایت خاطر مشترکان قدیمی خود در تلاش بودند.

- مشترکان با استقبال خوبی که از این طرح می‌کردند، رضایت خاطر خود را به نمایش می‌گذاشتند و برای استفاده از مزایای طرح مکالمه نامحدود حاضر می‌شدند مبالغ بیشتر از میانگین صورتحساب گذشته خود به اپراتورها پرداخت کنند.

- دولت نیز به‌عنوان سهام‌دار شرکت مخابرات و دریافت‌کننده مالیات از همه اپراتورها، از این درآمد اپراتورها سود می‌برد.

ولی به ناگاه به درخواست سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی متوقف شد. این درحالی است که طرح تشویقی مکالمه رواج جهانی دارد و در بسیاری از کشورها اجرا می‌شود. در این گزارش میزان تطابق یا عدم تطابق اقدام سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی با قوانین و مقررات کشور و آثار و نتایج آن بررسی می‌شود. لذا در ادامه و در فصل ۱ طرح‌های تشویقی مکالمه نامحدود چند اپراتور از کشورهای مختلف جهان



ارائه می‌شود. سپس در فصل دوم دلایل شکل‌گیری انواع طرح‌های تشویقی اپراتورهای ارتباطات، در فصل سوم مزایای طرح‌های تشویقی اپراتورهای ارتباطات کشور ذکر می‌شود. در فصل چهارم نیز تطبیق اقدام سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی با قوانین بررسی می‌شود. سپس در فصل پنجم آثار دخالت آن سازمان در طرح مکالمات نامحدود اپراتورها بیان شده و در نهایت در فصل ششم جمع‌بندی گزارش ارائه می‌شود.

فصل اول – رواج جهانی طرح‌های مکالمه نامحدود اپراتورهای تلفن همراه

اکثر اپراتورهای جهانی طرح‌هایی تشویقی به مشترکان خود ارائه می‌دهند که بسیاری از آنها در زمره طرح‌های مکالمه نامحدود قرار می‌گیرند در ادامه طرح‌های مکالمه نامحدود ۱۳ اپراتور معروف جهان تشریح می‌شود:

۱-۱. اپراتور «ورایزن وایرلس»^۱

این اپراتور آمریکایی با دریافت ماهیانه ۹۹/۹۹ دلار امکان مکالمات نامحدود درون شبکه‌ای را فراهم می‌کند. اگر مشترکان بخواهند از امکان پیامک و پیام‌های صوتی و تصویری نامحدود نیز بهره‌مند شوند باید مبلغ ۱۱۹/۹۹ دلار در ماه بپردازند. خدمت دیگر، عرضه اینترنت نامحدود موبایل در کنار امتیازات قبلی است که با دریافت ۱۲۹/۹۹ دلار به مشترک واگذار می‌شود.

1. Verizon Wireless: <http://www.verizonwireless.com/>

۲-۱. اپراتور مجازی «گیفگاف»^۱

این اپراتور روی شبکه «أتو» انگلستان فعالیت می‌کند و امکان مکالمه رایگان و نامحدود درون شبکه‌ای را به تمامی مشترکان سیم‌کارت‌های خود می‌دهد.

۳-۱. اپراتور مجازی «تاک موبایل»^۲

این اپراتور روی شبکه وُدفون انگلستان فعالیت می‌کند و به ازای دریافت ۳۰/۶۴ پوند در ماه، خدمات مکالمه و پیامک نامحدود درون شبکه‌ای را به مشترکان خود واگذار می‌کند. هر مکالمه می‌تواند حداکثر تا یک ساعت به طول انجامد.

۴-۱. اپراتور «أتو»^۳

«أتو» که دومین اپراتور بزرگ انگلستان است، با دریافت ۳۰ پوند در ماه، خدمات مکالمات نامحدود درون شبکه‌ای همراه و تلفن ثابت را عرضه می‌کند.

۵-۱. اپراتور «تی موبایل»^۴

این شرکت که در اکثر کشورهای اروپا و آمریکا فعال و مالک آن، شرکت دویچه تلکام آلمان است، به مشترکان خود امکان مکالمه مجانی آخر هفته را می‌دهد و اگر در فاصله زمانی دوشنبه تا جمعه هر هفته صورتحساب مشترک از ۱۰ پوند تجاوز کند، مشترک می‌تواند در کنار مکالمات رایگان درون شبکه‌ای، از حداکثر ۴۴۰ پیامک رایگان آخر هفته نیز بهره‌مند شود.

1. Giffgaff: <https://www.giffgaff.com/>

2. TalkMobile: <http://talkmobile.co.uk/>

3. O2: <https://www.o2online.de/>

4. T-Mobile: <https://www.t-mobile.de/>



۶-۱. اپراتور «وُدا فون»^۱

این شرکت انگلیسی، با دریافت ۳۰ پوند در ماه، خدمات مکالمه نامحدود درون شبکه‌ای به علاوه تعداد نامحدودی پیامک و یک گیگابایت اینترنت موبایل را واگذار می‌کند.

۷-۱. اپراتور «دیلایت موبایل»^۲

دیلایت موبایل که یک اپراتور مجازی انگلیسی است به مشترکانی که به صورت حساب خود ۵ پوند اضافه کنند، یک هفته مکالمه و پیامک نامحدود درون شبکه واگذار می‌کند و اگر ۱۰ پوند اضافه کنند، از دو هفته ولی اگر بیش از ۲۰ پوند اضافه بپردازند، از یک ماه مکالمه و پیامک نامحدود درون شبکه‌ای برخوردار می‌شوند.

۸-۱. اپراتور «اویو موبایل»^۳

اویو موبایل، اپراتوری مجازی در انگلستان است که با دریافت مبلغی ثابت، مکالمه و پیامک درون شبکه‌ای نامحدود عرضه می‌کند. البته کاربران در شبکه این اپراتور بیش از یک ساعت نمی‌توانند صحبت کنند.

۹-۱. اپراتور «لِبارا»^۴

این شرکت انگلیسی در اغلب کشورهای اروپای واحد فعال است و دارای انواع طرح‌های

1. Vodafone: <http://www.vodafone.de/>

2. Delight Mobile: <http://www.delightmobile.at/>

3. OVIVO Mobile: <http://www.ovivomobile.com/>

4. Lebara: <http://www.billiger-telefonieren.de/lebara-tarife/>

مختلف در زمینه مکالمات نامحدود درون شبکه است که ارزان‌ترین آنها ۲۴/۹۰ دلار در ماه است و علاوه بر مکالمه، ۱۲۵ دقیقه مکالمه با دیگر اپراتورها و ۱۲۵ پیامک را هم می‌دهد. طرح دیگر، ماهیانه ۲۹/۹۰ دلار، هزینه دارد که اجازه استفاده از دیتا تا ۲/۵ گیگابایت را هم می‌دهد. سومین طرح این اپراتور نیز ۳۹/۹۰ دلار ارزش دارد که در کنار آن امکان استفاده از بسته پنج گیگابایتی اینترنت موبایل دیده شده است. در تمامی این طرح‌های تشویقی اگر مشتری برای اولین بار تقاضای فعال‌سازی یکی از این طرح‌ها را بدهد تا ۵۰ درصد از هزینه بسته پیشنهادی را تخفیف می‌گیرد.

۱۰-۱. اپراتور «تلهسترا»^۱

تلهسترا، بزرگ‌ترین اپراتور استرالیایی است که با دریافت ۴۰ دلار، ماهیانه امکان مکالمه و پیامک نامحدود درون شبکه را در کنار سه گیگابایت اینترنت موبایل فراهم می‌کند.

۱۱-۱. اپراتور «تایوان موبایل»^۲

این شرکت به مشتریان خود بسته‌های ماهیانه متعددی را به قیمت‌های مختلف عرضه می‌کند که در آنها، تماس‌های درون شبکه‌ای کوتاه‌مدت و تماس‌های مجانی میان شبکه‌ای کوتاه‌مدت تا یک سقف زمانی معین، پیش‌بینی شده‌اند. در این بسته‌ها، تماس‌های درون شبکه‌ای یک دقیقه‌ای یا n دقیقه‌ای (بازه زمانی n در هر بسته مشخص و متفاوت است) مجانی‌اند و اگر مکالمه‌ای بیش از یک دقیقه یا بیش از n دقیقه طول کشید، یک دقیقه اول یا n دقیقه آغازین مکالمه، مجانی است. در ضمن در تماس‌های برون شبکه‌ای،

1. Telestra: <https://www.telstra.com.au/mobile-phones>

2. TaiwanMobile: <http://english.taiwanmobile.com/english/product/postpaidService.html>



مشترک می‌تواند تا سقف m دقیقه و k ثانیه (با m و k معین) مجانی صحبت کند.

۱۲-۱. اپراتور «اچ.تی.سی»^۱

این شرکت در هنگ کنگ^۲ فعالیت می‌کند که بازار خدمات همراه در آن، کاملاً آزادسازی شده^۳ است به این معنی که تعرفه‌ها و قیمت‌های خدمات همراه رأساً از سوی اپراتورها تعیین می‌شود و تعرفه‌گذاری یا قیمتگذاری خدمات، نیازی به تصویب یا تأیید رگولاتوری ندارد. در نتیجه، خدمات مکالمه نامحدود، اقدامی تشویقی - رقابتی محسوب می‌شود و با رعایت مقرراتی لازم‌الاجرا نیازی به دخالت رگولاتوری ندارد. یکی از این مقررات، اطلاع‌رسانی دقیق و شفاف به مشتری، حداقل ۳۰ روز کاری پیش از راه‌اندازی خدمات تشویقی جدید یا وضع تعرفه جدید است.

۱۳-۱. شرکت‌های فراهم‌آور تماس فرامرزی^۴

در آلمان^۵ و استرالیا، علاوه بر عرضه خدمات مکالمه نامحدود درون شبکه‌ای، شرکت‌های فراهم‌آور تماس فرامرزی نیز در بازار خدمات مخابراتی حضور دارند که با عقد قرارداد همکاری با اپراتورهای ثابت و همراه، در ازای اخذ مبلغی ناچیز از اپراتورها بابت برقراری هر تماس بین‌المللی، باعث شده‌اند تا شرکت‌های مخابرات عمومی، بتوانند به مشترکان خود، خدمات مکالمه مجانی بین‌المللی ارائه کنند.

1. HTC: <http://www.htc.com/hk-en/>

2. http://www.ofca.gov.hk/en/consumer_focus/education_comer/guide/advice_mps/fee/index.html

3. liberalized

4. CallThrough Provider: <http://www.billiger-telefonieren.de/callthrough-anbieter/>

5. https://en.wikipedia.org/wiki/Telephone_numbers_in_Germany

طرح‌های این اپراتورهای مخابراتی تنها مصداقی از برنامه شرکت‌های مخابراتی جهان برای تکریم مشترکان‌شان است.

طرح مکالمه نامحدود درون شبکه‌ای در سایر کشورهای جهان و در اکثر قریب به اتفاق اپراتورها در سایر قلمروهای حقوقی، به‌عنوان «به روش»^۱ به رسمیت شناخته می‌شود، لذا تشبث به آن، اقدامی موجه و کنشی رقابتی محسوب می‌شود.

جمع‌بندی طرح‌های مکالمه نامحدود چند اپراتور مختلف جهان

طرح مکالمه نامحدود درون شبکه‌ای در سایر کشورهای جهان و در اکثر قریب به اتفاق اپراتورها در سایر قلمروهای حقوقی، به‌عنوان «به روش»، به رسمیت شناخته می‌شود، لذا تشبث به آن، اقدامی موجه و کنشی رقابتی محسوب می‌شود.

طرح‌های این اپراتورهای مخابراتی تنها مصداقی از برنامه شرکت‌های مخابراتی جهان برای تکریم مشترکان‌شان است.

یکی از دلایل رواج طرح‌های رقابتی در بازار خدمات همراه، رواج «فناوری مدیریت مَشک‌زنی»^۲ است؛ فناوری و پدیده‌ای که در فصل دوم به آن اشاره می‌شود.

فصل دوم – دلایل شکل‌گیری انواع طرح‌های تشویقی

موارد زیر را می‌توان به‌عنوان دلایل شکل‌گیری انواع طرح‌های تشویقی اقامه کرد:

۱. اغلب اپراتورهای همراه (و ثابت)، برای حفظ مشتریان خود به اجرای طرح‌های

1. Best Practice
2. Churn Management



تشویقی (شبهه مکالمه نامحدود مجانی) رو می آورند.

۲. یک اپراتور برای طرح برنامه‌های تشویقی می‌تواند اجرای راهبردی فراکنشی برای مشتری‌یابی و افزودن مشتریان جدید به جمع مشتریان موجود باشد، برنامه‌ای که اغلب با هدف کوچ‌دادن مشتریان از سایر شرکت‌ها به شرکتی دارای خدمات باکیفیت‌تر اجرا می‌شود.

۳. از جمله دلایل دیگر طرح مشوق‌ها می‌توان به موارد متعددی اشاره کرد که مهمترین آنها عبارتند از:

- تجهیز شرکت به جدیدترین فناوری مدیریت فرآیند کسب‌وکار،
 - درخواست هیئت مدیره برای کسب موقعیت بهتر سهام شرکت در بازار بورس،
 - احراز مقامی برتر در رتبه‌بندی‌های محلی، ملی، منطقه‌ای و جهانی از نظر سوددهی و درآمدزایی شرکت‌ها،
 - ارتقای بهره‌وری سرمایه و نیروی کار شرکت،
 - به‌سازی کیفیت خدمات،
 - استفاده بهتر از سامانه‌های دایر و منابع داخلی جدیداً ایجاد شده یا هنوز استفاده نشده موجود در شرکت،
 - ارزش‌دهی و اعتباربخشی^۱ بیشتر به نمانام^۲ شرکت،
 - همواره پویا نگه‌داشتن کارکنان و انگیزه داشتن و آماده بودن برای مقابله با رقبا.
- اجرای طرح‌های تشویقی دلایل دیگری نیز دارند که مانند فهرست دلایل مذکور، مثبت نیستند.

گاهی روی آوری به طرح تشویقی، واکنش به شوک بازار است. از میان همه دلایل روی آوری شرکت به طرح‌های تشویقی، این بدترین است، زیرا دارای ویژگی‌های زیر است:

- اقدامی دیر هنگام و تدافعی و پاسخ به چالش‌های غافلگیرکننده بازاری رقابتی است؛

- با اجبار مدیریت به دفاع از منافع شرکت و ترس از کاهش درآمد، همراه است؛ اگر با چنین دلایلی شرکت را مجبور به اجرای طرح‌های تشویقی کرده باشند، در این صوت، «راهکارهای مدیریت» تبدیل به اقدامات عجولانه و مخاطره‌آمیز خواهد شد. مخاطرات هنگامی افزایش می‌یابند که اقدامات اولیه چندان موفقیت‌آمیز نباشند؛ لذا ابتدا رشد شمار اشتراک جدید، منفی و سپس صفر می‌شود، یعنی شمار مشتریان و درصد اشتراک، کاهش می‌یابد. این پدیده ممکن است باعث کوچ جمعی مشتریان از یک اپراتور به اپراتور دیگر و «تلاطم» در بازار شود. از این رو، شرکت‌ها باید مجهز به فناوری مدیریت churn^۱ باشند، تا بتوانند ریسک حاصل از روی گردانی و روی آوری انبوهی از کاربران را به‌خوبی مدیریت کنند.

۱ واژه churn در زبان انگلیسی، در اصل به معنی مَشک زدن برای کره گرفتن است؛ اما در اقتصاد خدمات همراه و بازارهای رقابتی، churn به معنی وضعیت حاصل از روی گردانی یکباره انبوهی از مشتریان از یک اپراتور و روی آوری میلیونی آنها به اپراتور رقیب و تکرار این پدیده در جهت معکوس است. اصطلاح «مشک‌زنی» از دید ناظر بازار، حالتی آشوبناک در بازارهای آزاد است که در آن، مشتریان زیادی در مدتی کوتاه بین دو یا چند اپراتور جابجا و رد و بدل می‌شوند. بدیهی است که مدیریت فنی، مالی و اداری چنین اوضاع آشوبناکی مشکل است و تنها از پس «فناوری مدیریت فرآیند کسب‌وکار» و فن‌سالاران ورزیده و مدیران کارکشته برمی‌آید.



فصل سوم - مزایای طرح‌های تشویقی اپراتورهای ارتباطات کشور

طرح‌های تشویقی اپراتورها نظیر طرح مکالمات نامحدود مزایای اقتصادی فراوانی دارد این مزایا از سه منظر کسب‌وکار اپراتورها، مشترکان و دولت قابل بررسی هستند:

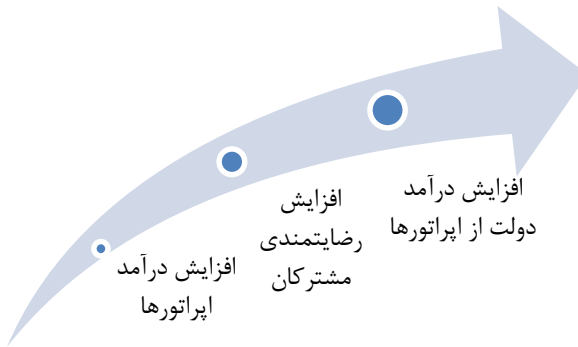
الف) از منظر کسب‌وکار اپراتورها همان‌طور که قبلاً هم اشاره شد باعث افزایش درآمد اپراتورها خواهد گردید زیرا اپراتوهای تلفن همراه کشور برای مشترکان خود بسته‌های تشویقی مکالمات نامحدود را در ازای پرداخت مبالغ بیشتری (تقریباً دو برابر) میانگین صورتحساب ماه‌های گذشته به آنان پیشنهاد می‌دهند لذا مشترکانی که این بسته‌ها را انتخاب می‌کنند مبالغ بیشتری به اپراتور مربوطه پرداخت می‌کنند. اپراتورهای تلفن همراه که چند سالی است به علت افزایش تورم عمومی کشور و ثابت ماندن چندین ساله تعرفه مکالمات در دوره رکود به سر می‌برند با استفاده از طرح‌های تشویقی می‌توانستند درآمد قانونی مناسبی از طریق تحریک تقاضا به دست آورند.

ب) از منظر مشترکان نیز می‌توان استدلال کرد که با توجه به پیشنهادی بودن بسته‌های تشویقی مشترکان با توجه به نیاز و با توجه به منفعت خود اقدام به انتخاب بسته‌های تشویقی، می‌کنند. لذا رضایتمندی مشترکان در انتخاب طرح‌های تشویقی کاملاً لحاظ شده بود و این طرح‌ها موجب افزایش رضایتمندی مشترکان می‌شد. رقابت اپراتورها نیز در ارائه بسته‌های مختلف در نهایت به رضایتمندی هرچه بیشتر مشترکان ختم می‌شد.

ج) از منظر دولت نیز بسته‌های تشویقی اپراتورها منجر به درآمد بیشتر دولت می‌شود. همان‌طور که گفته شد این طرح‌ها موجب افزایش درآمد اپراتورها خواهد شد. این افزایش درآمد اپراتورها موجب افزایش درآمد دولت از محل مالیات بر درآمد

اپراتورها و سهم دولت از درآمد و فعالیت اپراتورها می‌شود.

نمودار ۱.



فصل چهارم - بررسی تطبیق اقدام سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی با قوانین

براساس ماده (۶) قانون اجرای سیاست‌های اصل چهل و چهارم، «دولت مکلف است در مورد فعالیت‌های اقتصادی مشمول گروه‌های یک و دو فارغ از وابستگی بنگاه‌های تولیدکننده و فروشنده کالا و یا خدمات نسبت به حمایت از تأمین حقوق مصرف‌کننده از جمله حق دسترسی به اطلاعات کامل درباره کالا و یا خدمت مورد مبادله، مطابقت کیفیت و مشخصات کالا و یا خدمت دریافتی با کیفیت و مشخصات مذکور در قرارداد و حق شکایت و در خواست جبران زیان در صورت وجود مغایرت، حق انتخاب، حق ایمنی و حق برخورداری از حمایت دولت، وضع مقررات کنترل کیفیت و استاندارد کالاها و یا خدمات و حفظ محیط زیست مطابق قوانین موضوعه اقدام نماید».



همچنین، براساس بند «د» ماده (۱۸) قانون اجرای سیاست‌های اصل چهل و چهارم: «عرضه کالا یا خدمت به قیمتی پایین‌تر از هزینه تمام شده آن و یا ارائه هدیه، جایزه، تخفیف و یا امثال آن به نحوی که لطمه جدی به دیگران وارد کند و یا مانع ورود اشخاص جدید به بازار شود» ممنوع است و «تشخیص لطمه جدی، برعهده شورای رقابت است».

لذا مطابق قانون حتی در صورتی که سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، وجود لطمه‌ای جدی در بازار رقابت را احساس کند، موظف است، تشخیص آن را برعهده شورای رقابت بداند و رأساً تصمیم به منع رقابت نگیرد.

اما سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی در فعالیت کاملاً رقابتی اپراتورهای تلفن همراه مبنی به طرح‌های تشویقی مکالمات نامحدود ورود غیرحرفه‌ای داشت. این سازمان مدل درآمدی اپراتورهای همراه کشور را در خصوص بسته‌های تشویقی مکالمات نامحدود که در اکثر کشورهای دنیا رایج است و اساساً مبتنی بر یک رقابت سالم است آن را ضدرقابتی تشخیص داد و دستور برچیده شدن آن را صادر کرد.

این اقدام سازمان به معنای قطع ناگهانی فرآیند آموزنده رقابت، به قیمت عقیم ماندن تجربه ذیقیمت مدیریت ریسک در شرکت‌های درگیر رقابت و از دست دادن فرصت ظرفیت‌سازی شد.

بدون شک، در رقابتی که طی پاییز ۱۳۹۴ در بازار خدمات همراه کشور، شاهد آن بودیم، دست بالا از آن شرکتی بود که این بازی را آغاز کرده بود، مهلت ماهیانه طرح را به مهلت هفتگی تبدیل می‌کرد و به سرعت آرایش صحنه رقابت را تغییر می‌داد و شکست از آن شرکتی شد که به حمایت دولت چشم داشت و در بازار رقابت، بی حساب

و کتاب وارد شد^۱ و به قدر کافی چابک عمل نکرد.

سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی طبق بند «۳» و جزء «ت» بند «۹» ماده (۶) اساسنامه خود در صورت مشاهده موارد ضدرقابتی در رفتار اپراتورها موظف است دستورالعمل‌های لازم را تهیه و برای تصویب به مراجع ذیصلاح مانند کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات ارائه دهد.

همچنین اپراتورهای مخابراتی طبق پروانه فعالیت مجاز هستند بسته‌های خدمات خود را پایین‌تر از سقف تعرفه‌های تعیین شده از سوی مراجع ذیصلاح ارائه دهند. لذا سازمان تنظیم مقررات در طرح مکالمات نامحدود اپراتورها، فراتر از وظایف قانونی خود عمل کرده و رأساً و با تشخیص خود حکم قطع طرح مذکور را صادر کرده است که نقص آشکار اساسنامه سازمان است. سازمان تنظیم طبق جزء «پ» بند «۹» ماده (۶) اساسنامه، باید حقوق استفاده‌کنندگان خدمات مخابراتی را مورد حمایت قرار دهد، اما با قطع «طرح مکالمات نامحدود اپراتورها»، موجب تضییع حقوق مصرف‌کنندگانی شده است که از طرح مذکور استقبال کرده بودند.

سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی با اجرای مقررات فعلی و وظایف اساسنامه‌ای خود، می‌تواند شرایط تقویت رقابت بین اپراتورهای مخابراتی را فراهم کند و با نظارت قانونمند خود سلامت رقابت بین اپراتورها و حفظ حقوق مشترکان را تضمین نمایند.

۱. در حالی که مکالمات درون‌شبکه‌ای رقبا به داخل شبکه اپراتور همراه محدود و فاقد ارتباطات ثابت بود، مکالمات درون‌شبکه‌ای همراه اول، شامل برقراری ارتباط ثابت به تعداد نامحدود با مشترکان ۲۱ شبکه استانی نیز می‌شد، شبکه‌هایی که هریک دارای مدیریت جداگانه شبکه مربوط به خود هستند و رفع اختلالات آنها از طرف مرکز مدیریت شبکه شرکت ارتباطات سیار، صورت نمی‌گیرد، بلکه پس از هماهنگی لازم، قابل اجراست.



فصل پنجم - آثار دخالت سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی در طرح‌های تشویقی اپراتورهای تلفن همراه

سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی طبق اساسنامه خود موظف به نظارت بر عملکرد اپراتورهاست و قانون اجازه لغو رفتارهای رقابتی اپراتورها را به این سازمان نداده است. برخورد نامتعارف و فرا قانونی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی در طرح‌های ابتکاری اپراتورهای تلفن همراه نظیر طرح تشویقی مکالمات نامحدود، آثار نامطلوبی را بر اپراتورهای ارتباطی و مشترکان آنها و همچنین بر درآمد دولت از فعالیت این اپراتورها خواهد داشت. مهمترین آثار نامطلوب برخورد نامتعارف تنظیم مقررات و ارتباطات عبارتند از:

۱. افزایش نگرانی اپراتورها نسبت به دخالت مجدد سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی در طرح‌های ابتکاری آنها.
۲. کاهش اعتماد مشترکان نسبت به تداوم طرح‌های اپراتورها با دخالت تنظیم مقررات و ارتباطات.
۳. کاهش درآمد دولت از محل سهم دولت در درآمد اپراتورهای تلفن همراه.

جمع‌بندی

تغییرات روزافزون فناوری‌های ارتباطی سبب تغییر رفتار مشترکان تلفن همراه کشور در استفاده از انواع خدمات ارتباطات شده است. اپراتورهای تلفن همراه در راستای تطبیق خدمات خود با تغییر رفتار مشترکان و افزایش بهره‌وری، طرح‌های جدیدی را اجرا

می‌کنند. طرح‌های کسب‌وکار جدید می‌تواند جلب رضایت مشتریان و افزایش درآمد اپراتور را به دنبال داشته باشد. یکی از طرح‌های مهم اپراتورهای ارتباطات همراه کشور از اواخر تابستان سال ۱۳۹۴ با عنوان «طرح مکالمه نامحدود درون شبکه‌ای» رونمایی شد. طرح مکالمه نامحدود درون شبکه‌ای در سایر کشورهای جهان و در اکثر قریب به اتفاق اپراتورها در سایر قلمروهای حقوقی، به عنوان «به‌روش»، به رسمیت شناخته می‌شود و اقدامی موجه و کنشی رقابتی محسوب می‌شود. در این گزارش برای مثال، طرح مکالمه نامحدود ۱۳ اپراتور مهم جهان بررسی شده است. شکل‌گیری انواع طرح‌های تشویقی دلایل متعددی دارد که برخی از آنها عبارتند از:

- استفاده بهتر از سامانه‌های دایر و منابع داخلی شرکت که جدیداً ایجاد شده یا هنوز استفاده نشده،

- ارتقای بهره‌وری سرمایه و نیروی کار شرکت،

- چابک‌سازی نیروهای کاری و ظرفیت‌سازی داخلی در فرآیند مدیریت مخاطره،^۱

- همواره پویا نگه‌داشتن کارکنان و انگیزه داشتن و آماده بودن برای مقابله با رقبا.

- به‌سازی کیفیت خدمات،

- ارزش‌دهی و اعتباربخشی^۲ بیشتر به نمانام^۳ شرکت.

طرح‌های تشویقی نظیر طرح مکالمات نامحدود اپراتورهای کشور منافع فراوانی برای ذینفعان اعم از اپراتورها، مشتریان و دولت دارد. اپراتورها برای مشتریان خود بسته‌های تشویقی مکالمات نامحدود را در ازای پرداخت مبالغ بیشتری (تقریباً دو برابر)

-
1. Risk Management
 2. Validation
 3. Brand



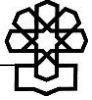
میانگین صورتحساب ماه‌های گذشته به آنان پیشنهاد می‌دهند لذا مشترکانی که این بسته‌ها را انتخاب می‌کنند مبالغ بیشتری به اپراتور مربوطه پرداخت می‌کنند و این باعث افزایش درآمد اپراتورها می‌شود. از منظر مشترکان نیز می‌توان استدلال کرد که با توجه به پیشنهادی بودن بسته‌های تشویقی، مشترکان با توجه به نیاز و با توجه به منفعت خود، اقدام به انتخاب بسته‌های تشویقی می‌کنند. لذا رضایتمندی مشترکان در انتخاب طرح‌های تشویقی کاملاً لحاظ شده بود و این طرح‌ها موجب افزایش رضایتمندی مشترکان می‌شد. رقابت اپراتورها نیز در ارائه بسته‌ها مختلف در نهایت به رضایتمندی هرچه بیشتر مشترکان ختم می‌شد. همچنین افزایش درآمد اپراتورها موجب افزایش درآمد دولت از محل مالیات بر درآمد اپراتورها و همچنین از محل سهم دولت در فعالیت اپراتورها می‌شود. لذا طرح مکالمات نامحدود اپراتورهای کشور یک طرح «همه - سر - بُرد» بود.

«طرح مکالمه نامحدود درون شبکه‌ای» اپراتورهای کشور به درخواست ناگهانی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی متوقف شد. این سازمان طبق اساسنامه خود موظف به نظارت بر عملکرد اپراتورهاست.

براساس ماده (۶) و بند «د» ماده (۱۸) قانون اجرای سیاست‌های اصل چهل و چهارم قانون اساسی حتی در صورتی که وجود لطمه‌ای جدی در بازار رقابت اپراتورها احساس شود تشخیص آن فقط برعهده شورای رقابت است. همچنین سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی طبق بندهای «۳» و جزء «ت» بند «۹» ماده (۶) اساسنامه خود در صورت مشاهده رفتار ضدرقابتی در رفتار اپراتورها موظف است دستورالعمل‌های لازم را تهیه و برای تصویب به مراجع ذیصلاح مانند کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات ارائه دهد.

برخورد نامتعارف و فرا قانونی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی (بدون تصویب پشتوانه مصوباتی کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات) در طرح‌های ابتکاری اپراتورهای تلفن همراه نظیر طرح تشویقی مکالمات نامحدود، آثار نامطلوبی را بر اپراتورهای ارتباطی و مشترکان آنها و همچنین بر درآمد دولت از فعالیت این اپراتورها خواهد داشت. مهمترین آثار نامطلوب دخالت نامتعارف تنظیم مقررات و ارتباطات عبارتند از:

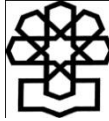
۱. افزایش نگرانی اپراتورها نسبت به دخالت مجدد سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی در طرح‌های ابتکاری آنها.
۲. کاهش اعتماد مشترکان نسبت به تداوم طرح‌های اپراتورها با دخالت تنظیم مقررات و ارتباطات.
۳. کاهش درآمد دولت از محل سهم دولت در درآمد اپراتورهای تلفن همراه.



منابع و مآخذ

۱. قانون سیاست‌های اصل چهارم قانون اساسی.

2. <http://www.verizonwireless.com/>
3. <https://www.giffgaff.com/>
4. <http://talkmobile.co.uk/>
5. <https://www.o2online.de/>
6. <https://www.t-mobile.de/>
7. <http://www.vodafone.de/>
8. <http://www.delightmobile.at/>
9. <http://www.ovivomobile.com/>
10. <https://www.telstra.com.au/mobile-phones>
11. <http://english.taiwanmobile.com/english/product/postpaidService.html>
12. <http://www.htc.com/hk-en/>
13. [http://www.ofca.gov.hk/en/consumer_focus/education_corner/guide/adv
ice_mps/fee/index.html](http://www.ofca.gov.hk/en/consumer_focus/education_corner/guide/adv
ice_mps/fee/index.html)
14. <http://www.billiger-telefonieren.de/callthrough-anbieter/>
15. [http://www.cra.ir/Portal/View/Page.aspx?PageId=b0b7a717-14c0-42cc-
80d3-692f4e2b5205&ObjectId=6f8cb0f7-6daa-4cab-ac58-
69631a43cede&WebpartId=b7be87ad-ee17-4e05-bc51-8f3b717ab7a0](http://www.cra.ir/Portal/View/Page.aspx?PageId=b0b7a717-14c0-42cc-
80d3-692f4e2b5205&ObjectId=6f8cb0f7-6daa-4cab-ac58-
69631a43cede&WebpartId=b7be87ad-ee17-4e05-bc51-8f3b717ab7a0)



مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۱۴۷۱۶

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: مورد کاوی توقف طرح مکالمه نامحدود اپراتورهای تلفن همراه

نام دفتر: مطالعات ارتباطات و فناوری‌های نوین (گروه فناوری اطلاعات و ارتباطات)

تهیه و تدوین کنندگان: عباس پورخصالیان، حسن پوراسماعیل

مدیر مطالعه: حسن پوراسماعیل

ناظر علمی: مهدی فقیهی

متقاضی: معاونت پژوهش‌های زیربنایی و امور تولیدی

ویراستار تخصصی: —

ویراستار ادبی: —

واژه‌های کلیدی: —



تاریخ انتشار: ۱۳۹۴/۱۱/۲۷