



وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات
سازمان تنظیم مقررات
و ارتباطات رادیویی

حکمرانی خوب

Good Governance

گزارش تحقیق بررسی نظرات ذی نفعان در
مورد وضعیت شاخص های حکمرانی خوب
در سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

اسفند ماه ۱۳۹۹



وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات
سازمان تنظیم مقررات
و ارتباطات رادیویی

حکمرانی خوب

تهیه و تدوین: دفتر ریاست، روابط عمومی و دبیرخانه کمیسیون

نشانی: تهران، خیابان دکتر شریعتی؛ پایین ترازپل سیدخندان، روبروی خیابان شهید قندی، ساختمان مرکزی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

کد پستی: ۱۶۳۱۷۱۳۷۶۱

تلفن: ۸۹۶۶۱۲۰۹ (۰۲۱)



وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات
سازمان تنظیم مقررات
و ارتباطات رادیویی

حکمرانی خوب Good Governance

گزارش تحقیق بررسی نظرات ذی نفعان در
مورد وضعیت شاخص های حکمرانی خوب
در سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

اسفند ماه ۱۳۹۹

فهرست مطالب

۱. روش تحقیق ۵

۶	حکمرانی خوب چیست؟
۷	هدف
۷	فازهای پژوهش
۸	جامعه آماری و نمونه گیری
۹	بررسی کیفیت ابزارهای اندازه گیری
۱۲	شاخص های حکمرانی خوب در پژوهش حاضر

۲. نتایج تحقیق ۱۷

۱۸	وضعیت کلی حکمرانی خوب در رگولاتوری (به تفکیک شاخص ها)
۱۹	وضعیت کلی حکمرانی خوب در رگولاتوری (به تفکیک گروه های پاسخگو)
۲۰	وضعیت شاخص حاکمیت قانون و کیفیت مقررات به تفکیک گویه
۲۲	وضعیت شاخص پاسخگویی به تفکیک گویه
۲۳	وضعیت شاخص اطلاع رسانی به تفکیک گویه
۲۴	وضعیت شاخص شفافیت به تفکیک گویه
۲۵	وضعیت شاخص کارایی و اثربخشی به تفکیک گویه
۲۶	وضعیت شاخص کنترل فساد به تفکیک گویه
۲۷	وضعیت شاخص استقلال به تفکیک گویه
۲۸	وضعیت شاخص نظارت به تفکیک گویه
۲۹	وضعیت شاخص رقابت منصفانه به تفکیک گویه
۳۰	وضعیت شاخص ظرفیت درون سازمانی به تفکیک گویه
۳۱	وضعیت شاخص مسئولیت پذیری به تفکیک گویه
۳۲	وضعیت شاخص حق اظهار نظر به تفکیک گویه
۳۳	وضعیت شاخص های حکمرانی خوب به تفکیک گروه های پاسخگو

۳. نظرات و دیدگاه های ذینفعان ۳۹

۴۰	خلاصه نظرات ذینفعان در مورد جایگاه و عملکرد رگولاتوری
۴۴	ویژگی های رگولاتوری مطلوب از نگاه ذینفعان
۴۵	نظرات و پیشنهادات وارد کنندگان و تولید کنندگان تجهیزات در مورد عملکرد رگولاتوری
۴۶	نظرات و پیشنهادات فعالان صنعت مخابرات در مورد عملکرد رگولاتوری
۴۹	بررسی وضعیت روابط عمومی رگولاتوری و دفاتر پیشخوان
۵۲	نظرات و پیشنهادات اپراتورهای مجازی تلفن همراه در مورد عملکرد رگولاتوری
۵۵	نظرات و پیشنهادات اپراتورهای اینترنت ثابت در مورد عملکرد رگولاتوری
۵۶	نقش تولید محتوا در توسعه اینترنت ثابت
۵۹	توصیف و تحلیل ارتباط FCP ها با Servco ها
۶۱	مشکلات Servco ها



روش تحقیق



حکمرانی خوب چیست؟

حکمرانی در لغت به معنای حکومت، فرمانروایی و راهبری تعریف شده است و با مفاهیمی از قبیل دولت، حکومت و حاکمیت مرتبط است. ریشه کلمه حکمرانی به فعل یونانی Kubernan (راهبری یا هدایت کردن) می‌رسد؛ واژه‌ای که افلاطون آن را برای چگونگی طراحی یک نظام حکومتی به کار برده است. تمایز بین حکومت و حکمرانی بیانگر این است، که حکومت اشاره به ساختارهای نهادی رسمی و اختیار و استقلال در تصمیم‌ها دارد، در حالی که حکمرانی بیانگر ارتباط بین حکومت و قوای غیردولتی است. حکومتها بیشتر بر خروجی‌ها تأکید دارند، در حالی که حکمرانی بر نتیجه و پیامد خروجی‌ها اشاره دارد. از نظر برنامه توسعه ملل متحد (۲۰۰۲) حکمرانی خوب عبارت است از: حاکمیت با ویژگی‌هایی همچون مشارکت‌جویی، شفافیت، پاسخگویی، اثربخشی، رعایت برابری، ارتقای حاکمیت قانون و تعیین اولویت‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی بر مبنای اجماع وسیع‌تر، که در آن ندای ضعیف‌ترین و آسیب‌پذیرترین افراد در اتخاذ تصمیمات و تخصیص منابع شنیده شود.

پیشینه نظری پژوهش حکمرانی خوب

حکمرانی خوب در ابتدا رویکرد اقتصادی داشت؛ یعنی هدف از شکل‌گیری آن توسعه اقتصادی بود. سپس با توجه به اینکه دولت به عنوان یکی از عناصر حکمرانی خوب، در میان مجموعه عناصر آن، باید قوی و با کیفیت ظاهر شود، رویکرد سیاسی نیز پیدا کرد. در زمینه توسعه اقتصادی، سه دیدگاه وجود دارد: **دیدگاه دولت بزرگ**، **دیدگاه دولت کوچک** و **الگوی حکمرانی خوب**. **دیدگاه دولت بزرگ**: پس از جنگ جهانی دوم و بحران بزرگ اقتصادی دهه ۱۹۳۹ بیشتر نظریه‌پردازان و سیاست‌گذاران بر این باور بودند که تنها عاملی که می‌تواند از پس خرابی‌های جنگ و بحران و رکود اقتصادی برآید دولت است. از این رو، دولت همچنانکه در بُعد سیاسی تقویت می‌شود، در بُعد اقتصادی نیز باید تقویت گردد و گسترش پیدا کند. این رهیافت از سال ۱۹۴۵ شروع و تا اواخر دهه ۱۹۷۰ ادامه داشت.

دیدگاه دولت کوچک: با گذشت سه دهه از عمر نظریه قبل، ضعف و ناکارآمدی آن در صحنه اقتصادی آشکار شد و جای خود را به مفهوم متفاوت دیگری داد. طبق این دیدگاه، بازارها بهترین نتایج را به بار می‌آورند و هرگونه دخالت دولتی برای تغییر آنچه بازارها به وجود می‌آورند ضد تولیدی است. با توجه به این رویکرد، نگاه به دولت به عنوان عامل توسعه، به جدی‌ترین مانع توسعه تغییر یافت. **حکمرانی خوب**: بر اساس این رهیافت، دو رهیافت قبلی دارای اشکالات بودند. در راهبرد جدید، مسئله ابعاد دولت، یعنی کوچک‌سازی، نقش محوری خود را به توانمندسازی دولت داد. توانمندسازی دولت تنها از طریق کوچک‌سازی تحقق پیدا نمی‌کند، بلکه علاوه بر آن، از طریق شایسته‌سالاری، تمرکززدایی، همکاری و نظارت نهادهای مدنی و استانداردهای نظام‌های آمار، پولی و بودجه‌ای تحقق پیدا می‌کند.

هدف پژوهش

پژوهش حاضر در تلاش است؛ توصیفی از وضعیت موجود سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی ارائه کند. در واقع نقطه آغاز پژوهش، توصیف وضعیت شاخص‌های حکمرانی خوب در رگولاتوری از منظر ذینفعان آن است.

استراتژی پژوهش حاضر

تا زمانی که توصیف کامل و عمیقی از موضوع در اختیار نداشته باشیم، تبیین آن تبیینی درست و روشن نخواهد بود. از همین رو، پژوهشگر در اولین گام، مطالعه خود را با تحلیل نتایج و اطلاعات موجود شروع کرد. در ادامه با ترکیبی از استراتژی استفهامی و استراتژی استقرایی بازبینی شده تلاش کرد شناخت را از وضعیت موجود افزایش دهد که در این راستا مصاحبه‌های عمیق با صاحب‌نظران و ذینفعان در سطوح مختلف انجام گرفت. برای تحلیل اطلاعات بدست آمده از تکنیک تحلیل تماتیک استفاده شد. در ادامه بر اساس یافته‌های تحلیل، مدل‌های اندازه‌گیری طراحی و در قالب استراتژی قیاسی مورد آزمون قرار گرفت. در قالب استراتژی قیاسی تلاش شد مدل اندازه‌گیری حکمرانی خوب طراحی گردد و مورد آزمون قرار گیرد.

فازهای پژوهش

- **در فاز اول پژوهش**، به منظور دستیابی به اطلاعات کلی و صرفه‌جویی در وقت و هزینه به تحلیل متن مطالعات قبلی، نشستها و سایر منابع پرداخته شد. در این فاز، اطلاعات موجود در حوزه اکوسیستم ارتباطی و مباحث مربوط به رگولاتوری و حکمرانی خوب مرور گردید. دست آوردهای حاصل از فاز اول پژوهش، راهنمای مصاحبه‌های کیفی در فاز دوم را فراهم کرد.
- **در فاز دوم پژوهش**، جمع‌آوری اطلاعات از طریق مصاحبه‌های عمیق و کیفی پیگیری شد و با توجه به فرایند پژوهش که همراه با تحلیل اطلاعات مصاحبه‌ها و نتایج موجود بود، شکاف‌های تحلیل شناسایی شد و بر اساس آن مصاحبه‌های بعدی انجام شد. با توجه به دسته‌بندی ذینفعان سازمان طیف مصاحبه‌شوندگان دامنه متنوعی را در بر گرفت.
- **در فاز سوم پژوهش**، شاخص‌های حکمرانی خوب در رگولاتوری از منظر ذینفعان در قالب ۱۳ شاخص تدوین و در قالب گویه‌های پرسشنامه طراحی شده مورد پایش قرار گرفت.

جامعه آماری و نمونه گیری

هریک از فازهای روش شناختی که به آن اشاره شد روش نمونه گیری مرتبط به خود را دارد که در ادامه معرفی می شود.

الف: نمونه گیری ضمنی (فاز اول پژوهش)

در روش اکتشافی که به عنوان فاز اولیه پژوهش طراحی و اجرا شد از نمونه گیری ضمنی بهره گرفته شد. در این فاز محقق و تیم تحقیق چون در ابتدای تحقیق بودند و اطلاعات چندانی از موضوع نداشتند به سراغ کنشگران و مطلعین در دسترس جامعه مورد مطالعه رفتند. به چنین روشی برای انتخاب کنشگران، نمونه گیری ضمنی می گویند.

ب: نمونه گیری تئوریک (فاز دوم پژوهش)

این روش، روش نمونه گیری رایج در پژوهشهای کیفی است و برای انتخاب مصاحبه شوندهگان برای اجرای مصاحبه

عمیق از این روش استفاده می شود.

در این روش، نمونه گیری تاجایی ادامه می یابد و نمونه ها تاجایی انتخاب می شوند که دیگر بینش و بصیرتی افزوده نگردد و پژوهشگر متوجه شود که دیگر چیز تازه ای کشف نمی شود. به عبارتی تازمانی که به اشباع نظری برسیم، استفاده از نمونه ها ادامه پیدا می کند.

ج: نمونه گیری هدفمند (فاز سوم پژوهش)

همانطور که اشاره شد برای آزمون مدل اندازه گیری و سنجش مولفه های حکمرانی خوب، از روش شناسی کمی بهره گرفتیم. از همین رو برای انتخاب نمونه برای پاسخگویی به پرسشنامه طراحی شده از نمونه گیری هدفمند بهره بردیم. نمونه گیری هدفمند اشاره دارد به صاحب نظران و مطلعینی که آگاهانه و براساس معیارهای از پیش تعیین شده ای انتخاب می شوند.



بررسی کیفیت ابزارهای اندازه‌گیری



در این بخش از گزارش کیفیت ابزار اندازه‌گیری ساخته شده برای حکمرانی خوب مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. برای این ارزیابی از دو نرم‌افزار دوروش ضریب آلفای کرونباخ که از طریق نرم‌افزار SPSS محاسبه می‌شود و تحلیل عاملی تأییدی که از طریق نرم‌افزار AMOS محاسبه می‌شود استفاده شده است.

ضریب آلفای کرونباخ

در ضریب آلفای کرونباخ که از طریق نرم‌افزار SPSS محاسبه می‌شود همسازی درونی گویه‌ها ارزیابی می‌شود. جدول زیر نتایج این آزمون برای هریک از شاخصهای حکمرانی خوب را نشان می‌دهد. با توجه به اینکه ضریب آلفای همه شاخصها بالای ۰,۷ بدست آمده است بنابراین می‌توان گفت گویه‌ها از همسازی درونی مطلوبی برخوردار بوده و گویه‌ها کیفیت مطلوبی برای اندازه‌گیری شاخصها دارند. همچنین ضریب آلفای حکمرانی خوب که متشکل از تمامی شاخصها و ۹۲ گویه است ۰,۹۹۱ و از کیفیت مناسبی برخوردار است.

شاخص‌ها	تعداد گویه‌ها	ضریب آلفای کرونباخ
حق اظهار نظر	۹	۰,۹۳۹
مسئولیت پذیری	۵	۰,۹۲۲
حاکمیت قانون و کیفیت مقررات	۱۹	۰,۹۶۶
پاسخگویی	۷	۰,۹۳۸
اطلاع‌رسانی	۴	۰,۸۷۶
شفافیت	۸	۰,۹۴۵
کارایی و اثربخشی	۸	۰,۹۵۸
کنترل فساد	۵	۰,۹۰۴
استقلال	۵	۰,۸۸۳
نظارت	۹	۰,۹۲۱
رقابت منصفانه	۵	۰,۹۳۱
ظرفیت درونی سازمانی	۸	۰,۹۶۰
حکمرانی خوب	۹۲	۰,۹۹۹۱



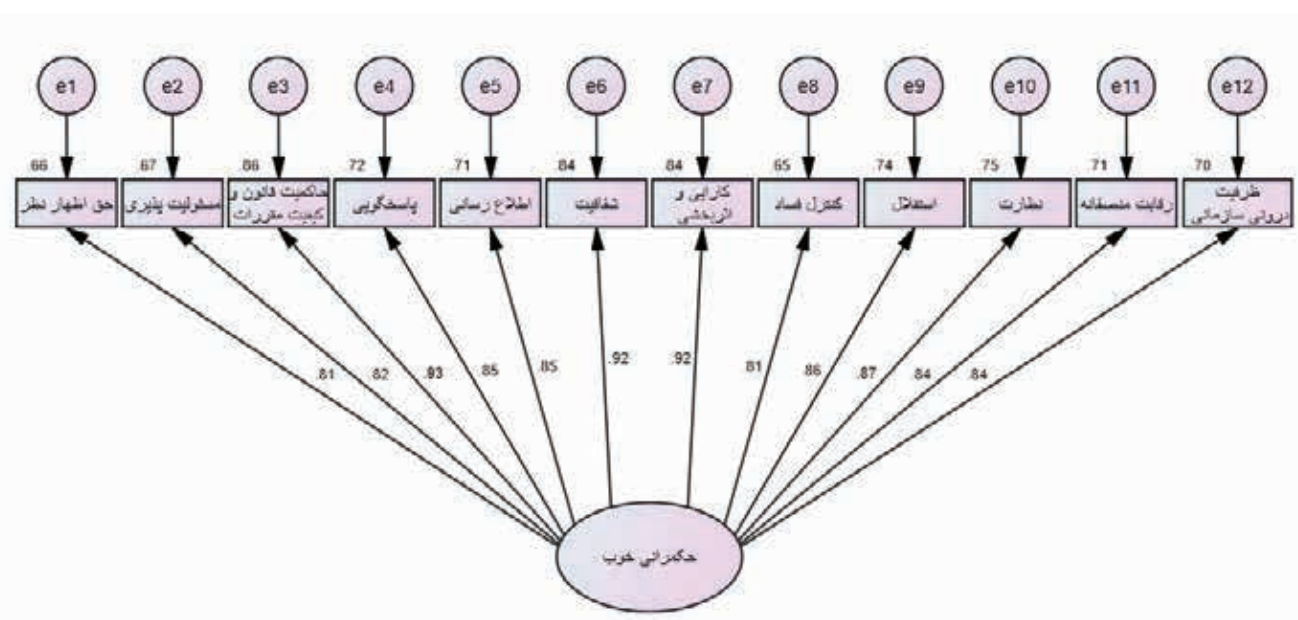
معیارهای مقبولیت پژوهش

برای سنجش میزان مقبولیت بخش پژوهش کیفی، میزان باورپذیری مصاحبه‌شوندگانی که مورد مطالعه قرار گرفتند اهمیت پیدا می‌کند یعنی معیار این است که نتایج تحقیق از نظر جامعه مورد مطالعه پذیرا و قابل قبول باشد. از همین رو در پژوهش حاضر برای سنجش میزان مقبولیت بخش کیفی پژوهش سراغ جامعه مورد مطالعه رفتیم. در پایان تحلیل شکل گرفته مورد ارزیابی متخصصین و مطلعین و همینطور افراد مورد مطالعه قرار گرفت. علاوه بر معیار اشاره شده، تاییدپذیری، اطمینان‌پذیری و انتقال‌پذیری نتایج نیز چک شده است. برای سنجش میزان کیفیت بخش پژوهش کمی (مدل اندازه‌گیری حکمرانی خوب) از معیارهای اعتبار (Validity) و قابلیت اعتماد (Reliability) بهره گرفتیم. اعتبار پروژه با تحلیل عاملی تاییدی، اعتبار همگرا و اعتبار و اگر محاسبه شد و میزان قابلیت اعتماد تحقیق توسط آلفا کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت.

در ضریب آلفای کرونباخ که از طریق نرم‌افزار SPSS محاسبه می‌شود همسازی درونی گویه‌ها مورد ارزیابی قرار گرفت. به منظور ارزیابی کیفیت پرسشنامه و ابزارهای اندازه‌گیری از اعتبار همگرا استفاده شده است. از شناخته‌شده‌ترین تکنیک‌های اعتبار همگرا تحلیل عاملی تأییدی است که به وسیله مدل سازی معادلات ساختاری و توسط نرم افزار Amos Graphics محاسبه می‌شود. اعتبار همگرا را در دو سطح آیتم و عامل مورد آزمون قرار دادیم.

پس از بررسی اعتبار، شاخص‌های برازندگی مدل اندازه‌گیری نیز مورد ارزیابی قرار گرفت. مهم‌ترین شاخص‌های تناسب مدل با داده‌های تجربی عبارت است از CMIN/DF (کای اسکور تقسیم بر درجه آزادی)، GFI، AGFI، RMSEA، و NFI که مقادیر محاسبه شده و مقادیر مطلوب آن برای هر شاخص ارائه شده است.

با توجه به شکل زیر بارهای عاملی همه متغیرهای مشاهده شده بزرگ‌تر از ۰٫۷ بوده و از وضعیت مطلوبی برخوردار



شکل بالا نتایج تحلیل عاملی تاییدی برای حکمرانی خوب که متشکل از شاخص‌های دوازده‌گانه است را نشان می‌دهد.

نتایج متوسط واریانس استخراج شده در جدول زیر نیز ۰,۷۴ به دست آمده که این مقدار بالای ۰,۵ بوده و بنابراین در سطح عامل نیز روابی و اگرای حکمرانی خوب در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

است. همچنین بر طبق خروجی نرم افزار آموس که در جدول زیر نشان داده شده است سطح معنی داری تمامی بارهای عاملی از ۰/۵ه/کوچکتر بوده و با اطمینان ۹۵ درصد معنادار و قابل تعمیم به جامعه آماری است که خود نشان دهنده مطلوبیت مدل اندازه گیری حکمرانی خوب است.

نتایج معنی داری بارهای عاملی و نتایج اعتبار همگرا در سطح عامل (AVE) برای مدل اندازه گیری حکمرانی خوب

متوسط واریانس استخراج شده (AVE)	سطح معنی داری	بار عاملی	حکمرانی خوب
۰,۷۴	۰,۵۵	۰,۸۱	حق اظهار نظر
	۰,۵۵	۰,۸۲	مسئولیت پذیری
	۰,۵۵	۰,۹۳	حاکمیت قانون و کیفیت مقررات
	۰,۵۵	۰,۸۵	پاسخ گویی
	۰,۵۵	۰,۸۵	اطلاع رسانی
	۰,۵۵	۰,۹۲	شفافیت
	۰,۵۵	۰,۹۲	کارایی و اثربخشی
	۰,۵۵	۰,۸۱	کنترل فساد
	۰,۵۵	۰,۸۶	استقلال
	۰,۵۵	۰,۸۷	نظارت
	۰,۵۵	۰,۸۴	رقابت منصفانه
	۰,۵۵	۰,۸۴	ظرفیت درون سازمانی

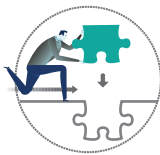
شاخص های برازندگی مدل اندازه گیری حکمرانی خوب

مقدار محاسبه شده	مقدار مطلوب	شاخص های برازندگی
۳,۹۱۲	کوچک تر از ۵	GMIN/DF
۰,۹۲۱	بزرگتر از ۰/۹	CFI
۰,۷۹۰	بزرگتر از ۰/۹	GFI
۰,۱۴۱	کوچک تر از ۰/۸	RMSEA
۰,۶۹۷	بزرگتر از ۰/۹	AGFI
۰,۹۰۰	بزرگتر از ۰/۹	NFI

محاسبه شده می توان این گونه نتیجه گیری کرد که مدل اندازه گیری حکمرانی خوب از وضعیت مناسبی از جهت تناسب مدل با داده های تجربی برخوردار است.

در جدول بالا شاخص های برازندگی که تناسب مدل اندازه گیری حکمرانی خوب با داده های تجربی را ارزیابی می کند ارائه شده است. با مقایسه بین مقادیر مطلوب و

شاخص حق اظهار نظر



یکی از شاخص‌های مورد بررسی در این تحقیق است و در آن به موضوعاتی همچون مشورت گرفتن از ذی‌نفع‌ها، استقبال از نظرات و پیشنهادات رسانه‌ها در بهبود فضای کسب و کار، امتناع رگولاتوری از سوگیری در اخبار رسانه‌ها، فراهم کردن شرایط لازم جهت حضور ذی‌نفعان در گفت‌وگوی فعال، آزادی عمل ذی‌نفعان رگولاتوری در اظهار نظر فارغ از هرگونه نگرانی سیاسی، قضایی و امنیتی، قدرت اظهار نظر ذی‌نفع‌های رگولاتوری در تدوین مصوبه‌ها و تصمیمات رگولاتوری، قدرت اظهار نظر ذی‌نفع‌های رگولاتوری در تصمیم‌سازی، فرصت طرح نظرات و دغدغه‌های ذی‌نفعان رگولاتوری در بازنگری مصوبه‌های کمیسیون و رویکرد فعالانه رگولاتوری در جمع‌آوری و بررسی نظرات و دغدغه‌های ذی‌نفعان پرداخته شده است. موضوعات فوق در قالب گویه در معرض پاسخگویان قرار گرفته و هر کدام از پاسخگویان میزان موافقت و مخالفت خود را با گویه‌های مربوطه در یک بازه صفر تا ۱۰ بیان کرده است.

شاخص‌های حکمرانی خوب در پژوهش حاضر

شاخص‌های مختلفی برای حکمرانی خوب تعریف شده است که در تحقیقات متعدد از هر کدام از این شاخص‌ها استفاده شده است. شاخص‌های کلیدی حکمرانی خوب از نظر برنامه توسعه‌ی سازمان ملل (۱۹۹۷) حاکمیت قانون، شفافیت، مسئولیت‌پذیری، اجماع‌مداری، عدالت، اثربخشی و کارایی، پاسخگویی، دیدگاه استراتژیک و مشارکت هستند.

بانک جهانی (۲۰۰۵) حکمرانی خوب را براساس شش شاخص زیر تعریف کرده است: حق اظهار نظر و پاسخگویی، ثبات سیاسی و عدم خشونت، کارایی و اثربخشی دولت در انجام وظایف محوله، بار مالی مقررات: مقررات اضافی و هزینه‌های آن، حاکمیت قانون و کنترل فساد.

بر مبنای تعریف **کمیسیون اقتصادی و اجتماعی ملل متحد در آسیا و اقیانوسیه (۲۰۰۴)**، حکمرانی خوب دارای هشت شاخص عمده است: مشارکتی، اجماع‌مداری، مسئولیت‌پذیری، شفافیت، پاسخگویی، کارایی و اثربخشی، عادلانه و فراگیر و حاکمیت قانون است.

در پژوهش حاضر شاخص‌های حق اظهار نظر، مسئولیت‌پذیری، حاکمیت قانون، پاسخگویی، شفافیت، کارایی و کنترل فساد به سبب اینکه در میان همه تعاریف بالا مشترک است مبنای بررسی ما قرار گرفته است. همچنین بخش توسعه مخابرات اتحادیه بین‌المللی مخابرات (ITU-D) نشانگرهایی را برای مقایسه و ارزیابی رگولاتوری کشورهای مختلف دارد. این نشانگرها از ۴ خوشه‌ی اختیارات رگولاتوری، وظایف رگولاتوری، نظام رگولاتوری و چارچوب رقابتی تشکیل شده است که در مجموع دارای ۵۰ نشانگر است. برخی از این نشانگرها با شاخص‌های بالا همخوانی داشته و برخی نیز شاخص‌های جدیدی هستند که در این پژوهش به ۷ شاخص بالا اضافه شده است. در مجموع در تحقیق حاضر ۱۲ شاخص زیر در قالب ۹۲ گویه مورد ارزیابی قرار گرفته است.

شاخص مسئولیت پذیری



یکی از شاخص‌های مورد بررسی در این تحقیق است و در آن به موضوعاتی همچون مسئولیت‌پذیری رگولاتوری در برابر منافع ذی‌نفع‌ها، مسئولیت‌پذیری رگولاتوری در توسعه، مسئولیت‌پذیری رگولاتوری در دفاع از حقوق شهروندان، مسئولیت‌پذیری رگولاتوری در توسعه شبکه ارتباطات و مسئولیت‌پذیری رگولاتوری در زمینه کیفیت ارتباطات پرداخته شده است. موضوعات فوق در قالب گویه در معرض پاسخگویان قرار گرفته و هر کدام از پاسخگویان میزان موافقت و مخالفت خود را با گویه‌های مربوطه در یک بازه صفر تا ۱۰ بیان کرده است.



شاخص حاکمیت قانون و کیفیت مقررات



یکی از شاخص‌های مورد بررسی در این تحقیق است و در آن به موضوعاتی همچون عدم تبعیض‌آمیز بودن قوانین و مقررات رگولاتوری، جامع و کامل بودن مقررات و مصوبه‌های رگولاتوری، صریح و روشن بودن مقررات و مصوبه‌های رگولاتوری، در نظر داشتن منافع ذی‌نفع‌های مختلف در مقررات و مصوبه‌ها، دست‌وپاگیر نبودن مقررات و مصوبه‌های رگولاتوری، اعتماد ذی‌نفع‌ها به رگولاتوری، تلاش رگولاتوری در تحقق‌پذیری مقررات و مصوبه‌ها، میزان کارآمدی مقررات و مصوبه‌های رگولاتوری، رعایت عادلانه چارچوب‌های مقرراتی، میزان دورنگه‌داشتن افراد غیرمتخصص از فرایند تصمیم‌گیری، میزان فنی بودن تصمیم‌های رگولاتوری، بروزسانی مصوبه‌ها، عدم تفسیرپذیری مصوبات رگولاتوری، کم کردن مداخله مستقیم در بازار، بی‌طرف و قابل اطمینان بودن رگولاتوری در تخصیص پروانه‌ها، کار و آگاهانه عمل کردن رگولاتوری در تخصیص پروانه‌ها، میزان ثبات رگولاتوری در تصمیم‌گیری، میزان کیفیت مقررات رگولاتوری، شرایط خروج آسان و قانونمند در صورت تمایل ذی‌نفعان و بازیگران، میزان منصفانه عمل کردن رگولاتوری در رسیدگی به شکایات و میزان سرعت و کارآمدی رگولاتوری در رسیدگی به شکایات طرح شده علیه ذی‌نفعان پرداخته شده است. موضوعات فوق در قالب گویه در معرض پاسخگویان قرار گرفته و هر کدام از پاسخگویان میزان موافقت و مخالفت خود را با گویه‌های مربوطه در **یک بازه صفر تا ۱۰ بیان کرده است.**

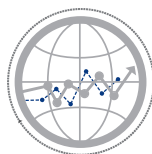
رگولاتوری، رفتار پاسخگویانه کارمندان و مدیران رگولاتوری، میزان انتقادپذیر بودن رگولاتوری را در تعامل با ذی‌نفع‌ها، پاسخگو بودن رگولاتوری در رسیدگی به شکایات شهروندان، پاسخگو بودن رگولاتوری در رسیدگی به شکایات ذینفع‌ها و داشتن استراتژی منظم و مستمر در تعامل با ذینفع‌ها پرداخته شده است. موضوعات فوق در قالب گویه در معرض پاسخگویان قرار گرفته و هر کدام از پاسخگویان میزان موافقت و مخالفت خود را با گویه‌های مربوطه در **یک بازه صفر تا ۱۰ بیان کرده است.**

شاخص اطلاع‌رسانی



یکی از شاخص‌های مورد بررسی در این تحقیق است و در آن به موضوعاتی همچون اطلاع‌رسانی در مورد تحلیل شرایط بازار برای شرکت‌هایی که می‌خواهند ورود کنند، اطلاع‌رسانی رگولاتوری در زمینه تصمیم‌ها، برنامه‌ها و طرح‌ها، اطلاع‌رسانی رگولاتوری در زمینه کیفیت خدمات اپراتورها به شهروندان و اطلاع به موقع ذی‌نفع‌ها از رویه‌ها و مصوبه‌های رگولاتوری پرداخته شده است. موضوعات فوق در قالب گویه در معرض پاسخگویان قرار گرفته و هر کدام از پاسخگویان میزان موافقت و مخالفت خود را با گویه‌های مربوطه در **یک بازه صفر تا ۱۰ بیان کرده است.**

شاخص شفافیت



یکی از شاخص‌های مورد بررسی در این تحقیق است و در آن به موضوعاتی همچون میزان شفافیت عملکرد، انتشار دوره‌ای گزارش‌های عملکردی، میزان شفافیت فرایند تهیه و تصویب مصوبه‌ها، میزان شفافیت در وظایف رگولاتوری، میزان شفافیت مقررات و مصوبه‌های رگولاتوری، میزان شایسته‌سالاری در بدنه رگولاتوری، انتشار آزاد اطلاعات و میزان امکان دسترسی به اطلاعات و مصوبه‌های پرداخته

شاخص پاسخگوئی



یکی از شاخص‌های مورد بررسی در این تحقیق است و در آن به موضوعاتی همچون میزان پاسخگو بودن رگولاتوری، دسترس‌پذیری مدیران



از پاسخگویان میزان موافقت و مخالفت خود را با گویه‌های مربوطه در یک بازه صفر تا ۱۰ بیان کرده است.

شاخص کنترل فساد



یکی از شاخص‌های مورد بررسی در این تحقیق است و در آن به موضوعاتی همچون میزان کنترل رگولاتوری در رانت‌خواری، میزان کنترل رگولاتوری در رشوه، میزان کنترل رگولاتوری در خویشاوندگرایی، میزان موفقیت رگولاتوری در برخورد با موارد نقص مقررات، میزان قدرتمند عمل کردن رگولاتوری در جریمه کردن خاطی‌ها و میزان تصمیم‌های سیاسی رگولاتوری پرداخته شده است. موضوعات فوق در قالب گویه در معرض پاسخگویان قرار گرفته و هر کدام از پاسخگویان میزان موافقت و مخالفت خود را با گویه‌های مربوطه در یک بازه صفر تا ۱۰ بیان کرده است.

شده است. موضوعات فوق در قالب گویه در معرض پاسخگویان قرار گرفته و هر کدام از پاسخگویان میزان موافقت و مخالفت خود را با گویه‌های مربوطه در یک بازه صفر تا ۱۰ بیان کرده است.

شاخص کارایی و اثربخشی



یکی از شاخص‌های مورد بررسی در این تحقیق است و در آن به موضوعاتی همچون میزان موفقیت در اثربخشی تصمیمات، میزان کارآمدی در تصمیم‌ها و مصوبه‌های رگولاتوری، میزان موفقیت در حوزه قانون‌گذاری، میزان موفقیت در حوزه نظارت، میزان موفقیت در حوزه تعامل با ذی‌نفع‌ها، میزان اعتماد ذی‌نفع‌ها به اثربخش بودن سیاست‌گذاری‌های رگولاتوری و میزان اقتدار رگولاتوری در انجام وظایف پرداخته شده است. موضوعات فوق در قالب گویه در معرض پاسخگویان قرار گرفته و هر کدام

شاخص استقلال



یکی از شاخص‌های مورد بررسی در این تحقیق است و در آن به موضوعاتی همچون میزان استقلال رگولاتوری، میزان تأثیرپذیری رگولاتوری از تصمیم‌ها و جریان‌های سیاسی، میزان قدرت و اختیار رگولاتوری در حوزه قانون‌گذاری، وجود تعدد مراکز تصمیم‌گیر، فراسازمانی بودن رگولاتوری و میزان موفقیت رگولاتوری در تعامل مثبت با بخش‌های حاکمیتی نظیر مجلس، قوه قضاییه و ... پرداخته شده است. موضوعات فوق در قالب گویه در معرض پاسخگوییان قرار گرفته و هر کدام از پاسخگوییان میزان موافقت و مخالفت خود را با گویه‌های مربوطه در یک بازه صفر تا ۱۰ بیان کرده است.

شاخص رقابت منصفانه



یکی از شاخص‌های مورد بررسی در این تحقیق است و در آن به موضوعاتی همچون فراهم آوردن زمینه رقابت منصفانه بین ذی‌نفع‌ها، انصاف رگولاتوری در تعامل با ذی‌نفع‌ها، ایجاد فضای منصفانه برای جذب سرمایه‌گذاری داخلی، ایجاد فضای ضد انحصار در بازار رقابتی و اقتدار برای ایجاد رقابت منصفانه در بازار پرداخته شده است. موضوعات فوق در قالب گویه در معرض پاسخگوییان قرار گرفته و هر کدام از پاسخگوییان میزان موافقت و مخالفت خود را با گویه‌های مربوطه در یک بازه صفر تا ۱۰ بیان کرده است.

شاخص نظارت



یکی از شاخص‌های مورد بررسی در این تحقیق است و در آن به موضوعاتی همچون میزان موفقیت رگولاتوری در حل اختلاف بین ذی‌نفع‌ها، میزان قدرتمند بودن ابزارهای نظارتی، میزان قدرتمند بودن در نظارت، میزان موفقیت رگولاتوری در اعمال جریمه برای خاطی-ها، میزان تناسب جریمه‌های اعمال‌شده توسط رگولاتوری با تخطی صورت گرفته، میزان قدرتمند بودن رگولاتوری در کنترل کیفیت خدمات، عملکرد رگولاتوری در نظارت بر تعرفه‌ها تخصصی، میزان انطباق مقررات رگولاتوری با تأثیرات اجتماعی و فرهنگی و میزان موفقیت رگولاتوری در اندازه‌گیری کیفیت خدمات ارائه شده توسط اپراتورها و اعلام آن به شهروندان پرداخته شده است. موضوعات فوق در قالب گویه در معرض پاسخگوییان قرار گرفته و هر کدام از پاسخگوییان میزان موافقت و مخالفت خود را با گویه‌های مربوطه در یک بازه صفر تا ۱۰ بیان کرده است.

شاخص ظرفیت سازی



یکی از شاخص‌های مورد بررسی در این تحقیق است و در آن به موضوعاتی همچون میزان تخصص، مهارت و تجربه مدیران رگولاتوری، میزان تخصص، مهارت و تجربه کارمندان رگولاتوری، میزان موفقیت در آموزش منابع انسانی، میزان تعهد کارکنان و مدیران رگولاتوری به سازمان، میزان انگیزه کارکنان و مدیران رگولاتوری برای عملکرد بهتر، میزان چابکی ساختار رگولاتوری در عمل به وظایف، میزان سرعت رگولاتوری در انجام وظایف و پیشرو بودن رگولاتوری پرداخته شده است. موضوعات فوق در قالب گویه در معرض پاسخگوییان قرار گرفته و هر کدام از پاسخگوییان میزان موافقت و مخالفت خود را با گویه‌های مربوطه در یک بازه صفر تا ۱۰ بیان کرده است.

٢

نتائج تحقيق

وضعیت کلی حکمرانی خوب در رگولاتوری

(به تفکیک شاخص‌ها)



۵/۵

وضعیت کلی حکمرانی خوب
در رگولاتوری



۵/۷
کنترل فساد



اطلاع رسانی
۵/۴



حق اظهار نظر
۵/۴



۵/۴
استقلال



شفافیت
۵/۹



مسئولیت پذیری
۵/۵



۵/۴
نظارت



۵/۵
کارایی و اثربخشی



حاکمیت قانون
و کیفیت مقررات
۵/۱



۵/۶
ظرفیت درون
سازمانی



۴/۷
رقابت منصفانه



پاسخگوئی
۶/۲

وضعیت کلی حکمرانی خوب در رگولاتوری

(به تفکیک گروه‌های پاسخگو)



وضعیت کلی
حکمرانی خوب در رگولاتوری
۵/۵



واردکنندگان و تولید
کنندگان تجهیزات

۵/۱



دارندگان پروانه ثابت

۴/۶



دارندگان پروانه سیار

۶/۴



دفاتر پیشخوان

۶



مدیران و
کارشناسان سازمان

۶/۶



اصحاب رسانه

۴/۳



صاحب نظران و
متخصصان

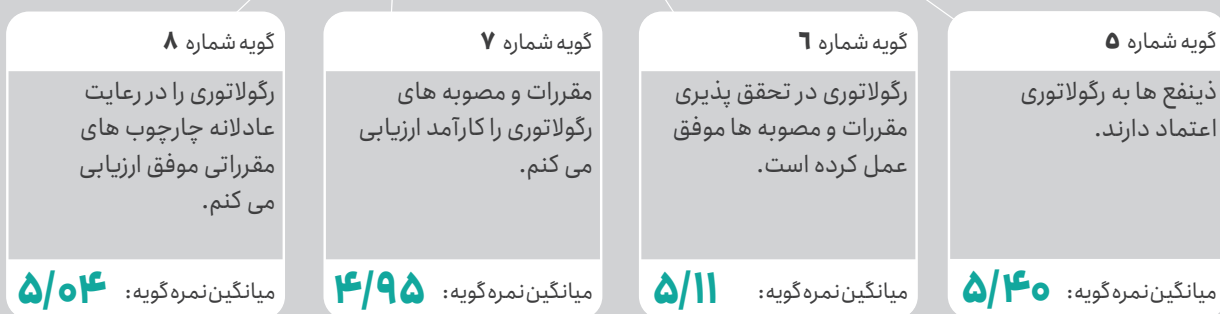
۵/۵

وضعیت شاخص حاکمیت قانون و کیفیت مقررات به تفکیک گویه

(تعداد گویه: ۱۹)



میانگین نمره کل شاخص ۵/۱

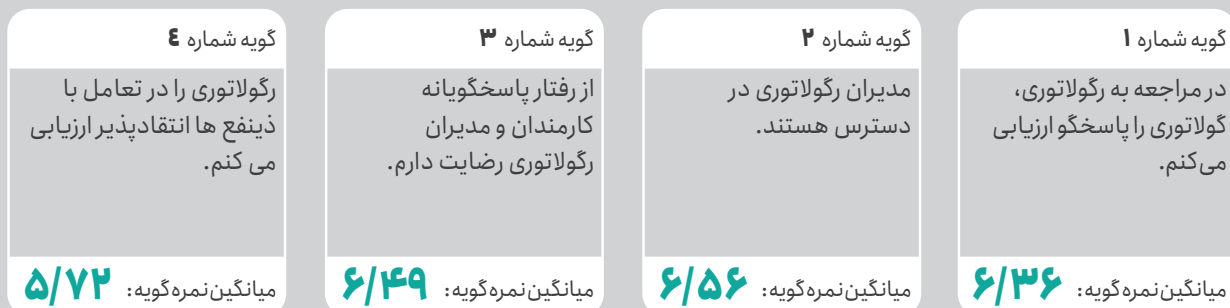


طیف نظرات پاسخگویان در مورد وضعیت شاخص:



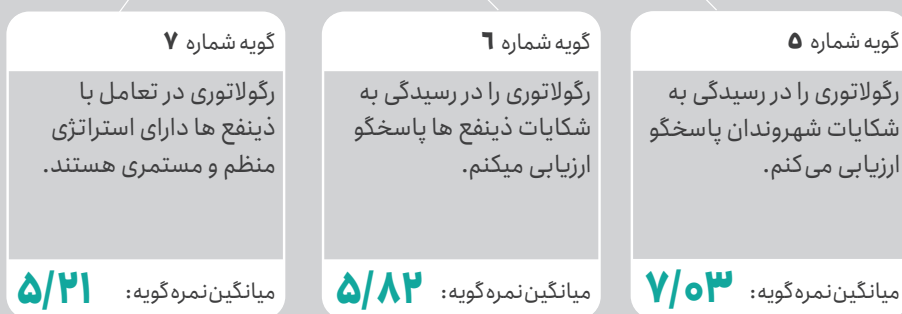
وضعیت شاخص پاسخگوئی به تفکیک گویه

(تعداد گویه: ۷)



۶/۲

میانگین نمره کل شاخص



طیف نظرات پاسخگویان در مورد وضعیت شاخص:

وضعیت شاخص اطلاع رسانی به تفکیک گویه

(تعداد گویه: ۴)



۵/۴

میانگین نمره کل شاخص



طیف نظرات پاسخگویان در مورد وضعیت شاخص:

وضعیت شاخص شفافیت به تفکیک گویه

(تعداد گویه: ۸)



۵/۹

میانگین نمره کل شاخص



طیف نظرات پاسخگویان در مورد وضعیت شاخص:

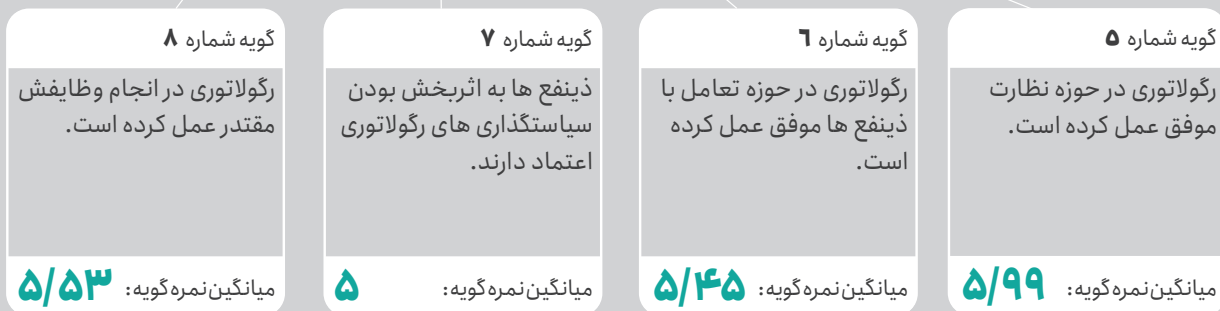
وضعیت شاخص کارایی و اثربخشی به تفکیک گویه

(تعداد گویه: ۸)



۵/۵

میانگین نمره کل شاخص



طیف نظرات پاسخگویان در مورد وضعیت شاخص:



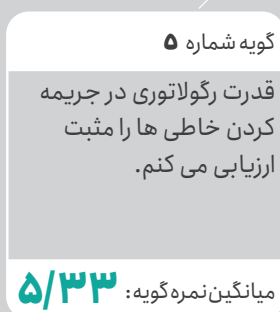
وضعیت شاخص کنترل فساد به تفکیک گویه

(تعداد گویه: ۵)



۵/۷

میانگین نمره کل شاخص



طیف نظرات پاسخگویان در مورد وضعیت شاخص:

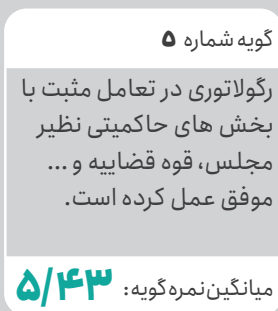
وضعیت شاخص استقلال به تفکیک گویه

(تعداد گویه: ۵)



۵/۴

میانگین نمره کل شاخص



طیف نظرات پاسخگویان در مورد وضعیت شاخص:

وضعیت شاخص نظارت به تفکیک گویه

(تعداد گویه: ۹)



۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	۰	طیف
خوب				متوسط			ضعیف				نظرات پاسخگویان
۳۵/۹۷				۴۰/۱۳			۲۳/۹				درصد فراوانی پاسخگویان

طیف نظرات پاسخگویان در مورد وضعیت شاخص:

وضعیت شاخص رقابت منصفانه به تفکیک گویه

(تعداد گویه: ۵)



۴/۷
میانگین نمره کل شاخص



طیف نظرات پاسخگویان در مورد وضعیت شاخص:

وضعیت شاخص ظرفیت درون سازمانی به تفکیک گویه

(تعداد گویه: ۸)



۵/۶

میانگین نمره کل شاخص



طیف نظرات پاسخگویان در مورد وضعیت شاخص:

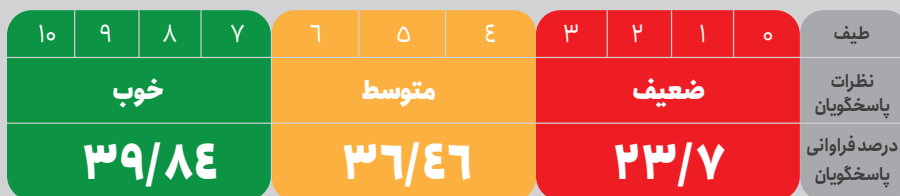
وضعیت شاخص مسئولیت پذیری به تفکیک گویه

(تعداد گویه: ۵)



۵/۵

میانگین نمره کل شاخص



طیف نظرات پاسخگویان در مورد وضعیت شاخص:

وضعیت شاخص حق اظهار نظر به تفکیک گویه

(تعداد گویه: ۹)



۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	۰	طیف
خوب				متوسط			ضعیف				نظرات پاسخگویان
۳۷/۴۶				۳۷/۸۹			۲۴/۶۵				درصد فراوانی پاسخگویان

طیف نظرات پاسخگویان در مورد وضعیت شاخص:

وضعیت شاخص های حکمرانی خوب به تفکیک گروه های پاسخگو

وضعیت شاخص حق اظهارنظر به تفکیک گروه های پاسخگو

میانگین نمره	گروه های پاسخگو
۵	واردکنندگان و تولیدکنندگان تجهیزات
۴/۲	دارندگان پروانه ثابت
۶/۴	دارندگان پروانه سیار
۵/۸	صاحب نظران
۴/۷	اصحاب رسانه
۷/۲	مدیران و کارشناسان سازمان
۴/۶	دفاتر پیشخوان
۵/۴	میانگین نمره کل شاخص

وضعیت شاخص مسئولیت پذیری به تفکیک گروه های پاسخگو

میانگین نمره	گروه های پاسخگو
۴/۸	واردکنندگان و تولیدکنندگان تجهیزات
۴/۳	دارندگان پروانه ثابت
۶	دارندگان پروانه سیار
۵/۴	صاحب نظران
۴/۵	اصحاب رسانه
۷/۳	مدیران و کارشناسان سازمان
۶/۲	دفاتر پیشخوان
۵/۵	میانگین نمره کل شاخص

وضعیت شاخص حاکمیت قانون و کیفیت مقررات به تفکیک گروه‌های پاسخگو

میانگین نمره	گروه های پاسخگو
۵	واردکنندگان و تولیدکنندگان تجهیزات
۴/۱	دارندگان پروانه ثابت
۵/۸	دارندگان پروانه سیار
۵/۴	صاحب نظران
۴	اصحاب رسانه
۶/۱	مدیران و کارشناسان سازمان
۵/۳	دفاتر پیشخوان
۵/۱	میانگین نمره کل شاخص

وضعیت شاخص پاسخگوئی به تفکیک گروه‌های پاسخگو

میانگین نمره	گروه های پاسخگو
۵/۴	واردکنندگان و تولیدکنندگان تجهیزات
۵/۶	دارندگان پروانه ثابت
۶/۶	دارندگان پروانه سیار
۵/۹	صاحب نظران
۵/۵	اصحاب رسانه
۷/۶	مدیران و کارشناسان سازمان
۶/۸	دفاتر پیشخوان
۶/۲	میانگین نمره کل شاخص

وضعیت شاخص اطلاع رسانی به تفکیک گروه های پاسخگو

میانگین نمره	گروه های پاسخگو
۵/۱	واردکنندگان و تولیدکنندگان تجهیزات
۴/۹	دارندگان پروانه ثابت
۶/۷	دارندگان پروانه سیار
۵/۵	صاحب نظران
۳/۷	اصحاب رسانه
۶/۲	مدیران و کارشناسان سازمان
۵/۷	دفاتر پیشخوان
۵/۴	میانگین نمره کل شاخص

وضعیت شاخص شفافیت به تفکیک گروه های پاسخگو

میانگین نمره	گروه های پاسخگو
۵/۱	واردکنندگان و تولیدکنندگان تجهیزات
۵/۱	دارندگان پروانه ثابت
۷	دارندگان پروانه سیار
۶/۱	صاحب نظران
۵	اصحاب رسانه
۶/۹	مدیران و کارشناسان سازمان
۶/۲	دفاتر پیشخوان
۵/۹	میانگین نمره کل شاخص

وضعیت شاخص کارایی و اثربخشی به تفکیک گروه‌های پاسخگو

میانگین نمره	گروه های پاسخگو
۵/۲	واردکنندگان و تولیدکنندگان تجهیزات
۴/۵	دارندگان پروانه ثابت
۶/۴	دارندگان پروانه سیار
۵/۴	صاحب نظران
۴/۲	اصحاب رسانه
۶/۳	مدیران و کارشناسان سازمان
۶/۶	دفاتر پیشخوان
۵/۵	میانگین نمره کل شاخص

وضعیت شاخص کنترل فساد به تفکیک گروه‌های پاسخگو

میانگین نمره	گروه های پاسخگو
۵/۱	واردکنندگان و تولیدکنندگان تجهیزات
۵/۲	دارندگان پروانه ثابت
۶/۴	دارندگان پروانه سیار
۵/۹	صاحب نظران
۴/۷	اصحاب رسانه
۶/۶	مدیران و کارشناسان سازمان
۶/۱	دفاتر پیشخوان
۵/۷	میانگین نمره کل شاخص

وضعیت شاخص استقلال به تفکیک گروه های پاسخگو

میانگین نمره	گروه های پاسخگو
۵/۳	واردکنندگان و تولیدکنندگان تجهیزات
۴/۵	دارندگان پروانه ثابت
۶/۲	دارندگان پروانه سیار
۵/۲	صاحب نظران
۳/۸	اصحاب رسانه
۶/۱	مدیران و کارشناسان سازمان
۶/۷	دفاتر پیشخوان
۵/۴	میانگین نمره کل شاخص

وضعیت شاخص نظارت به تفکیک گروه های پاسخگو

میانگین نمره	گروه های پاسخگو
۵/۱	واردکنندگان و تولیدکنندگان تجهیزات
۵	دارندگان پروانه ثابت
۶/۸	دارندگان پروانه سیار
۵/۲	صاحب نظران
۳/۹	اصحاب رسانه
۵/۹	مدیران و کارشناسان سازمان
۵/۹	دفاتر پیشخوان
۵/۴	میانگین نمره کل شاخص

وضعیت شاخص رقابت منصفانه به تفکیک گروه‌های پاسخگو

میانگین نمره	گروه های پاسخگو
۵	واردکنندگان و تولیدکنندگان تجهیزات
۳/۵	دارندگان پروانه ثابت
۵/۶	دارندگان پروانه سیار
۵/۲	صاحب نظران
۲/۸	اصحاب رسانه
۶	مدیران و کارشناسان سازمان
۴/۹	دفاتر پیشخوان
۴/۷	میانگین نمره کل شاخص

وضعیت شاخص ظرفیت درون سازمانی به تفکیک گروه‌های پاسخگو

میانگین نمره	گروه های پاسخگو
۴/۸	واردکنندگان و تولیدکنندگان تجهیزات
۵/۱	دارندگان پروانه ثابت
۶/۶	دارندگان پروانه سیار
۵/۲	صاحب نظران
۴/۷	اصحاب رسانه
۶/۵	مدیران و کارشناسان سازمان
۶/۴	دفاتر پیشخوان
۵/۶	میانگین نمره کل شاخص



۳ نظرات و دیدگاه‌های ذینفعان

خلاصه نظرات ذینفعان در مورد جایگاه و عملکرد رگولاتوری

مستقل نبودن رگولاتوری

سازمان تنظیم مقررات زیر نظر وزارتخانه و وزارتخانه نیز زیر نظر دولت فعالیت می‌کند و بدیهی است که خط مشی خود را در راستای منافع دولت تنظیم کند. ترکیب کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات نیز کاملاً حاکمیتی است و با وجود چنین ترکیبی نمی‌توان ادعای مستقل بودن یا فراسازمانی بودن رگولاتوری را داشت.

همچنین، شرکت ارتباطات زیرساخت که تأثیر زیادی بر بازار دارد با رگولاتوری در یک مجموعه قرار گرفته و حافظ منافع یکدیگر هستند. وزارت ارتباطات در برخی لایه‌ها مانند شرکت زیرساخت یک اپراتور بهره‌بردار است و در سمت دیگر رگولاتوری را در اختیار دارد و همین پدیده تضاد منافی به وجود می‌آورد که باعث می‌شود سازمان نتواند مستقل عمل کند.

مداخله‌های مخرب سیاسی

ماهیت تصمیم‌های رگولاتوری باید تخصصی باشد، اما وضعیت فعلی نشان می‌دهد بیشتر تصمیم‌های سازمان سیاسی است و از حالت عملیاتی و اجرایی خارج شده است. اعضای کمیسیون نیز تحت تأثیر فضای لابی‌گری قرار دارند و در برخی موارد مصوبات را «در لحظه آخر با سیگنالی که یک نفر به یکی از اعضای کمیسیون داده» تغییر می‌دهند.

مداخله رسانه‌ها

در اکوسیستم ICT، فضای رسانه‌ای حرفه‌ای وجود ندارد. خبرنگاران به مسائل تخصصی اشراف نداشته یا گرایش اقتصادی دارند که به نفع اپراتورها جهت‌گیری می‌کنند. سازمان نیز به فضای رسانه‌ای و نظرهایی که ارائه می‌شود، بها می‌دهد و در تصمیم‌هایش از این فضا تأثیر می‌پذیرد.

وجود نهادهای موازی

نهادهای موازی وجود دارند که تصمیم‌هایشان برای رگولاتوری مشکل ایجاد می‌کند. شورای رقابت، صدا و سیما، شورای عالی فضای مجازی یا نیروهای مسلح از جمله این نهادها هستند.

عملکرد کند سازمان تنظیم مقررات

اپراتورها موظفانند برای بیشتر فعالیت‌هایی که انجام می‌دهند، از سازمان تنظیم مقررات مجوز دریافت کنند. از آنجا که ظرفیت کمیسیون تنظیم در قیاس با وظایفی که بر عهده دارد، ظرفیت پایین و محدودی است، معمولاً صدور مجوز به‌گندی انجام می‌شود. زمان بر بودن کسب مجوز باعث می‌شود تا اپراتورها فرصت‌های مناسبی که برای فعالیت‌هایشان وجود دارد را از دست بدهند.

نداشتن تصویر روشن از بازار ایران

آنچه از عملکرد رگولاتوری دریافت می‌شود حاکی از آن است که دستاورد این سازمان به تعداد پروانه‌های صادر شده تقلیل پیدا کرده است. این قضیه در کنار متن مصوباتی که ابلاغ می‌شوند نشان می‌دهد مسئولین امر درک صحیحی از بازار ندارند. حاکمیت خیلی به سود کار ندارد و هدف اصلی حاکمیت آرایه عملکرد است و بدیهی است نادیده گرفتن سود عملاً به معنای تضعیف بازار است.

دانش ضعیف بدنه سازمان

کارکنان شاغل در سازمان به لحاظ سطح مهارت و تخصص وضعیت چندان مطلوبی ندارند و در فضای ICT که سرعت تغییر در آن بسیار بالاست، اراده‌ای برای به‌روزرسانی دانش خود ندارند.

افزایش داده است. در حال حاضر سیستم خریده فروشی و عمده فروشی از هم تفکیک و سقف و کف قیمت‌ها مشخص نیست و این برجسته‌ترین ابرهامی است که باعث شده در حوزه نظارت آشفستگی یا برخورد دوگانه به وجود بیاید.

ضعف در مقررات گذاری

در دنیا شرایط تدوین مصوبه به این صورت است که متن اولیه را به مشورت عمومی می‌گذارند، خبرگان و شرکتهای ذینفع راجع به آن نظر می‌دهند. سپس رگولاتوری، نظرهای را بررسی و در صورت لزوم، نظرهای مفید را اعمال می‌کند اما در ایران چنین فرایندی طی نمی‌شود. کوتاه سخن اینکه در رگولاتوری مصوبات ارائه و تصویب می‌شوند و نتیجه آن اصلاحیه‌های متعددی است که پس از تصویب مصوبات ارائه می‌شود. گاهی یک مصوبه روی سایت قرار می‌گیرد و پس از ۴۸ ساعت حذف می‌شود. این سرعت حذف و اصلاح برای مصوباتی که بروضعیت هزاران نفر اثرگذار است، منطقی به نظری نمی‌رسد. شاید با تامل بیشتر در مرحله پیش‌نویس و استفاده از پنل خبرگانی تا حد زیادی این مشکل رفع شود.

نبود پیوست مطالعاتی و پژوهشی مصوبات کمیسیون

در تدوین متن مصوبه و پیش‌نویس‌ها باید گزارشی وجود داشته باشد که نشان دهد چالش‌ها چیست؟ هزینه راه حل چیست؟ راه‌های جایگزین چیست؟ مصوبه بر چه افرادی تأثیر می‌گذارد؟ و اگر این راه حل وجود نداشته باشد چه اتفاقی رخ می‌دهد؟ که به مجموعه این داده‌ها پیوست مطالعاتی گفته می‌شود. اما در مصوبات کمیسیون چنین پیوستی وجود ندارد. در شرایط فعلی سازمان، چنین روالی مرسوم نیست و فقط به پیوست امنیتی توجه می‌شود.

رعایت نشدن اصول رقابت در مصوبه‌ها

سازمان تنظیم اصل رقابت را در مصوبات و پروانه‌هایش

این معضل می‌تواند در حوزه پرکاربرد مخابرات و ICT تأثیرات منفی زیادی داشته باشد. در واقع هراندازه در خصوص ترندهای جهانی کم‌اطلاع‌تر باشیم، فرصت کمتری برای تطبیق خود با شرایط روز دنیا خواهیم داشت و به همان نسبت از سطح متوسط جهانی فاصله می‌گیریم. افزون بر این، سطح پایین دانش سازمانی باعث شده است قوانین و مقررات فعلی، کارایی خود را از دست بدهند و بسیاری از مکانیزم‌های کنترل و نظارت، شکننده و نفوذپذیر شوند. به روز نبودن دانش دست‌اندرکاران این حوزه، شرایط کار را برای فعالان این حوزه کند و فرسایشی کرده است.

تبعیض در نظارت و اعمال مقررات

سازمان در برخورد با تخلفات، میان اپراتورهای اصلی و سایر بخش‌ها تبعیض قائل می‌شود. فارغ از اینکه علت، عمدی است یا ناشی از ضعف سازمان در اجرای مقررات، وضعیت فعلی به وجود تبعیض گواهی می‌دهد. علاوه بر این نشانه‌هایی وجود دارد که سازمان نه تنها در نظارت بلکه در اجرای قانون نیز عملکرد بیطرفانه ندارد.

عدم تناسب جرایم با تخلفات

برای افزایش توان اجرایی سازمان سه پیشنهاد مطرح شد:

۱. ایجاد شرایطی که ضابطه قانونی وجود داشته باشد تا چنانچه اپراتور تخلفی انجام داد به صراحت بتوان آن را مشاهده کرد.
۲. ممنوع الخروج کردن مدیران اپراتورها
۳. برقراری سیستم تکرار و تعدد. یعنی تعیین شود که با تکرار یک تخلف چه برخوردی باید داشت. این سیستم در نظام جزا هست ولی در نظام ضمانت اجرایی رگولاتوری نیست. مثلاً اینکه در صورت تخلف، ۲۰ یا ۳۰ برابر دفعه نخست جریمه شود یا اعتبار پروانه لغو شود.

عدم وجود شفافیت در مصوبات و مقررات

عدم وجود شفافیت در مصوبات رگولاتوری، احتمال تفسیر سلیقه‌ای، دورزدن مقررات و ایجاد استانداردهای دوگانه را

آن نیاز است مقررات و قوانین مرتبط به این بخش، مرتب بازبینی و به روزرسانی شوند. هم‌اکنون قوانینی در حال اجرا هستند که حدوداً ده سال پیش تصویب شده‌اند. پیشنهادی که در این زمینه وجود دارد برگزاری جلسات هم‌اندیشی با دست‌اندرکاران این حوزه است تا قوانین منسوخ و ناکارآمد شناسایی و برای آن چاره‌جویی شود.

ایجاد رقابت از طریق مقررات زدایی

ایجاد رقابت سالم نیاز به مقررات را کاهش می‌دهد و باعث می‌شود بازار خود به خود تنظیم شود. تا امروز سازمان اقدام‌هایی انجام داده تا بتواند رقابت سالم ایجاد کند. یکی از اقدام‌های سازمان که به خوبی جا نیفتاد طرح SMP بود که مفهومش آن است که فقط بزرگ‌ها باید کنترل شوند و باقی آزاد باشند، بزرگ‌ها را نیز به این دلیل باید کنترل کرد که باقی فعالان را از صحنه حذف نکنند.

تعامل رگولاتوی و ذینفعان

از نظر ذینفعان، تلاش سازمان برای حفظ روابط و تقویت تعامل با فعالان حوزه ICT اقدام مثبت و مفیدی است. اما در کنار مثبت بودن آن انتقادهایی هم به کیفیت جلسه‌ها وارد است. برای مثال حضور فرد یا افرادی که مناسبات جلسه را رعایت نمی‌کنند و بیشتر به دنبال جلب توجه و کسب منافع فردی خویش هستند. یا اینکه با حضور مرجع قدرت در جلسه‌ها، فضا به سمت تک‌گویی و محافظه‌کاری پیش می‌رود و کارکرد تعاملی و تبادل نظرها کاهش پیدا می‌کند. برای بهبود این شرایط، پیشنهاد می‌شود با الهام از روش دلفی، پیشنهادها و نظرات به صورت مکتوب جمع‌آوری شود، نقطه نظرهای شبیه به هم استخراج شوند و مورد بررسی قرار گیرند.

ناهماهنگی بین مناطق و ستاد

ستاد و مناطق سازمان در برخی موارد، به صورت هماهنگ عمل نمی‌کنند. در مناطق گاهی اوقات تفسیرهای ارائه می‌کنند که در ستاد از آنها اظهار بی‌اطلاعی می‌شود.

رعایت نمی‌کند. به عنوان مثال می‌توان به اعطای مجوز FCP اشاره کرد که در نتیجه فشار نمایندگان مجلس تبصره‌ای به مصوبه کمیسیون اضافه شد که در نهایت باعث نابرابری در بازار شد. شرکت ایرانیان نت و اعطای شبکه مسی به مخابرات هم مثال‌های دیگری در این زمینه هستند. شرایط کنونی بازار ICT توان ایجاد رقابت مناسب را ندارد زیرا شرکت‌ها با یکدیگر قابل قیاس نیستند. برای مثال اپراتور اینترنت ثابت با ابعاد ۲۰۰ میلیاردی توان رقابت با اپراتور اینترنت موبایل با ابعاد ۱۰ هزار میلیاردی را ندارد.

قوانین تفسیرپذیر

تفسیرپذیری مقررات برای ذی‌نفعان آن مشکل ایجاد کرده و زمینه فساد و سوءاستفاده را فراهم می‌کند. اینکه مقررات صراحت کافی را نداشته باشند یا جمله‌ها به صورت عام نوشته شوند و با مفاهیم انتزاعی و باز استفاده شود، از جمله فاکتورهایی هست که از صراحت قانون کاسته و راه را برای تفسیر به رأی هموار می‌کند.

عدم بررسی‌های دقیق اقتصادی برای تدوین یا اصلاح مقررات

رگولاتوری در صدور پروانه و بررسی‌های اقتصادی نیاز بازار ICT را به درستی پیش بینی نمی‌کند و این باعث ضرر و زیان اقتصادی به بازیگران می‌شود. به عنوان مثال در مصوبه‌ای که راجع به ادغام FCPها تدوین شده بود، به وزن و رزومه شرکت‌های ادغام‌شونده توجهی نشده بود و در کنار باقی بندهای مصوبه، شرایطی به وجود آمد که شرکت‌های بزرگ برای حفظ بقای خود در بازار، ناگزیر به پرداخت هزینه‌های سنگین شدند تا بتوانند شرکت‌های کوچک ISP و ISDP را خریداری کنند و بدین ترتیب بخش زیادی از توان مالی‌شان را سراین قضیه از دست دادند و از قدرت‌شان کاسته شد.

به‌روزرسانی نشدن مصوبه‌ها

سرعت تغییرات در اکوسیستم ICT بسیار بالاست و به تبع

افزایش مصرف غیر ضروری به دلیل قیمت پایین

سرویس

ارایه قیمت پایین الزاماً اقدام خوبی نیست چرا که در طی چند سال گذشته با هدف تصاحب، بازار رقابت غیر استاندارد بین اپراتورها شکل گرفته و برخی اپراتورها قیمت سرویسها را به طور نامعقولی پایین آورده اند که مشکلات زیادی از جمله افزایش مصرف غیر ضروری را ایجاد کرده است؛ اینترنت به عنوان ابزار الزام مصرف به دلیل مصارف غیر ضروری همیشه دچار چالش است. لذا این روش کاهش غیر کارشناسی قیمت در قالب رقابت، روش خوبی نیست.

ایجاد انتظار نابجا در مشترک توسط سازمان

یکی از دلایل نارضایتی مشترکان به رگولاتوری و مجموعه وزارت برمی گردد به این دلیل که هر روز یک مصوبه منتشر می کنند، مصاحبه می کنند و در تمامی سایت های مجموعه وزارت ارتباطات منتشر می کنند و در نتیجه برای مردم این انتظار ایجاد می شود که اینترنت باید رایگان باشد.

مصادق بارز مدیریت انتظارات مردم در حوزه حمل و نقل کشور از سوی وزارت راه و شهرسازی در طی چند سال اخیر انجام شده است و پیش از افزایش قیمت ها در این حوزه این آگاه سازی انجام شد که اگر مردم می خواهند در حوزه حمل و نقل با کیفیت متفاوتی سرویس بگیرند باید هزینه آن را بپردازند.

مغایرت تبلیغات اصلی جامعه با میزان و کیفیت

سرویس

یکی از مشکلات مغایرت محتوای تبلیغات اپراتورها با میزان یا کیفیت سرویس ارائه شده آنهاست. این نتیجه به نظر صرفاً مربوط به تبلیغات اپراتورها نیست بلکه بحث کل تبلیغات جامعه است. در آبان و آذر سال ۹۶ عنوان شده که کاهش تعرفه اتفاق می افتد، به تبع آن انتظار مردم ارزان شدن سرویس اینترنت است. تغییرات این چنینی در حوزه ICT باعث می شود درآمد حوزه ICT نسبت به سایر حوزه های درآمدی دولت کاهش یابد و این باعث می شود کل حوزه صدمه

ببیند. در بخش برنامه و بودجه نیز تعهدات را لحاظ کرده و تخصیصها را بر اساس آن تنظیم می کنند که این موضوع تمام حوزه حاکمیتی و اپراتوری ICT را ظرف ۲ تا ۳ سال آینده دچار مشکل می کند.

نبود برنامه کوتاه مدت و بلندمدت فکر شده در رگولاتوری

رگولاتوری نمی تواند بدون برنامه استراتژیک و راهبردی عمل کرده و متناسب با شرایط روزمره اقدام کند. ممکن است وقتی صحبت از برنامه راهبردی در حوزه ICT می شود، نهادهای مختلفی از جمله شورای عالی فضای مجازی، قوه قضاییه و سایر نهادها مدعی باشند که باید این برنامه از سوی آنها تدوین شود. اما نکته اینجاست که برنامه راهبردی رگولاتوری باید مبنای عمل بین فعالان حوزه و سازمان باشد. اپراتور باید بدانند رگولاتوری چه زمانی می خواهد 3G و 4G را آزاد کند. چه زمانی قرار است مهاجرت به VDSL انجام دهد. بر چه مبنائی MVNO وارد بازار می شود و به بیان دیگر تعاملات و صدور پروانه های جدید بر پایه چه زمانبندی و منطقی استوار است. در حال حاضر برای هیچکس مشخص نیست که تا یکسال دیگر سازمان چه تصمیماتی و در چه راستایی اتخاذ خواهد کرد. در حال حاضر به دلیل نبود برنامه راهبردی، رگولاتوری دچار روزمرگی است و حتی سیاستگذاری در حوزه کمیسیون نیز کوتاه مدت و غیر قابل پیش بینی است.

تنظیم رابطه رگولاتوری با فعالان

در بخش ICT تعداد زیادی پروانه از سوی رگولاتوری صادر و بابت آن هم حق الامتیازهای بالائی گرفته شده است. اما در عمل آنچه صنف از سازمان دریافت می کند عموماً نامه های اخطار، تهدید یا جریمه است. این در حالی است که بسیاری از نامه ها و مسائل صنف در تعامل با سایر دارندگان پروانه بی پاسخ مانده است. صنف از رگولاتوری انتظار دارد که در کنار صدور پروانه، از صنف حمایت کند.

ویژگی‌های رگولاتوری مطلوب از نگاه ذینفعان



حمایت و تسهیل‌گری

برای برخورداری از رگولاتوری مطلوب، سازمان تنظیم و مقررات باید نقش حمایتی را در دو بُعد ایفا کند: ۱. حمایت درست از مشتریان برای اینکه سرویس مورد انتظار سازمان را بایک استاندارد خاص دریافت کنند ۲. حمایت از اپراتور، زیرا اپراتور هم نیازمند حمایت است. سازمان اگر نقش تسهیل‌کننده و در عین حال ناظر خود را ایفا کند میتواند بسیار موفق باشد.

شفافیت

شفافیت یعنی اینکه رگولاتوری و طرف مقابل آن دقیق و مشخص بدانند که به دنبال چه هستند. فقدان شفافیت احتمال تفسیر به رأی، هرج و مرج و سوءاستفاده را افزایش می‌دهد و به آشفتن شدن فضای اکوسیستم می‌انجامد. یکی از اقدام‌هایی که به افزایش شفافیت در سازمان کمک می‌کند، این است که تصمیمات قبل از تصویب در پورتال سازمان قرار گیرد تا ضمن برآورد و استفاده از نظرهای مخاطبان، آنها را در جریان اهداف و جهت‌گیری‌های سازمان قرار دهند.

حل و فصل اختلاف‌ها

یکی از کارکردهای مهمی که همه رگولاتوری‌ها دارند حل اختلافات است. در زمان تنظیم اساسنامه رگولاتوری، وظیفه حل اختلاف را برای این سازمان ندیدند در حالیکه برای سازمان فناوری اطلاعات که ماهیتش فرق دارد و با ذینفعان محدودتری در ارتباط است، حل اختلاف در حوزه فناوری اطلاعات را به عنوان وظیفه تعیین کردند.

پیشرو بودن

نقدی که در حال حاضر به سازمان تنظیم وارد است، عقب‌ماندن از جریان تکنولوژی است. در دنیا این رگولاتوری آن کشور است که به تمام صنایع، اپراتورها، توسعه‌دهندگان تکنولوژی و وندورهایش استراتژی تعیین می‌کند اما در ایران این پروسه برعکس شده. این وندور است که جهت‌گیری‌ها را مشخص می‌کند و سپس اپراتور باید پشت در اتاق رگولاتور منتظر باشد که سازمان مسئله‌ای که در دنیا شناخته شده است را بشناسد و برای آن Regulation بنویسد یا برای آن مجوز بدهد یا تعرفه‌گذاری کند. یکی از نشانه‌های پیش‌رو نبودن رگولاتوری این است که وقتی در هر یک از حوزه‌های تجربه مشتری، کیفیت، تعرفه یا احساسی بودن رفتار اپراتور با مشترک عرضه ایجاد شود و بحران اجتماعی و رسانه‌ای به وجود می‌آید، سازمان وارد می‌شود و یا کار را متوقف می‌کند یا اینکه برای گذاشتن قواعد اقدام می‌کند.

استفاده از مشاور خارجی

استفاده از مشاور بین‌المللی یکی از ویژگی‌های رگولاتوری مطلوب است. مشاور بین‌المللی با نگاهی فراتر از چارچوب‌های داخلی به بهبود شرایط کمک می‌کند، ممکن است راه حلی وجود داشته باشد که سازمان به آن فکر نکرده باشد.

برخورداری از نیروهای متخصص

نیروی متخصص در رگولاتوری، لزوماً فرد تحصیل کرده نیست. در رگولاتوری تجربه و داشتن اطلاعات میان رشته‌ای راجع به بخش‌های مختلف ICT بسیار حائز اهمیت است. از دید برخی صاحب‌نظران در بهترین حالت فقط ۲۰ درصد پرسنل رگولاتوری دارای تخصص کافی برای فعالیت در رگولاتوری هستند.

نظرات و پیشنهادات واردکنندگان و تولیدکنندگان تجهیزات در مورد عملکرد رگولاتوری



وضعیت تأیید نمونه

کارشناسان در مورد شرایط تأیید نمونه تجهیزات به چند نکته مهم اشاره کرده‌اند:

۱- سرعت تغییر برخی استانداردها و دستورالعمل‌ها بالاست به گونه‌ای که از زمان ثبت سفارش تا زمان ترخیص، استانداردهای قبلی عوض می‌شوند که این برای واردکننده ایجاد مشکل می‌کند.

۲- بسیاری از شاخص‌ها و استانداردهای ترخیص کالا دارای ابهام هستند.

۳- شاخص‌های ارزیابی نمونه‌ها چندان استاندارد نیستند و قابل دورزدن هستند، طوری که در برخی موارد واردکننده می‌تواند به راحتی با تعویض نام دستگاه یا روش‌های دیگر کالای غیر اورجینال وارد می‌کند.

۴- فرآیند آزمایش محصولات در برخی آزمایشگاه‌ها بسیار طولانی است.

۵- در برخی موارد در انجام تست نمونه تخلفاتی صورت می‌گیرد و گاهی اوقات بدون تست کامل محصول گواهی تأیید صادر می‌شود.

ایجاد نمایندگی‌های رسمی شرکت‌های خارجی و

ارائه گواهی از آزمایشگاه‌های خارجی

برای کم کردن زمان تأیید نمونه و کاهش میزان تخلفات آزمایشگاه‌ها، ارائه گواهی از آزمایشگاه‌های خارجی و ایجاد نمایندگی‌های رسمی تولیدکنندگان خارجی راهکارهایی است که هم سرعت فرایند تأیید را بالا می‌برد و هم باعث صرفه‌جویی در هزینه‌های تأیید نمونه می‌شود.

اجرای پروژه لیبلینگ

در پروژه لیبلینگ، قرار بود به تجهیزاتی که وارد کشور می‌شوند لیبل و شماره سریال تخصیص داده شود تا بتوان وضعیت آنها را رصد و پیگیری کرد. حتی نرم‌افزار مربوط به این پروژه نیز نوشته شد اما به علت «سلیقه‌ای بودن تصمیم‌های سازمان» این پروژه در اواسط راه لغو شد.

بی‌عدالتی در فرایند تأیید نمونه

یکی از مصادیق بی‌عدالتی فرایندی است که در آن واردکننده جنس را وارد می‌کند، منتظر تأیید نمونه می‌ماند و کالای خود را در سایت ثبت می‌کند. به محض اینکه کالا در سایت ثبت می‌شود شخص دیگری همان کالا را وارد می‌کند و با استناد به این که کالا دارای تأیید نمونه است، مراحل آزمایشگاه و تأیید نمونه را طی نمی‌کند.

توجه بر نظارت پسینی

نظارت بر کالاهای وارداتی به دو صورت انجام می‌شود:

۱. هنگام ورود کالا به گمرک (نظارت پیشینی)

۲. پس از ترخیص و ورود کالا به بازار (نظارت پسینی).

در حال حاضر وزن نظارت پیشینی بیشتر از نظارت پسینی است و این دقیقاً برعکس آن چیزی است که در دنیا در حال وقوع است. متخصصین پیشنهاد می‌کنند توجه بر نظارت پسینی بیشتر شود، زیرا نتایج کار تا به حال نشان داده که نظارت هنگام ورود کالا، نظارت کارآمدی نیست و مهمتر از آن، دنیای ICT به سمت مجازی شدن پیش می‌رود و با کالاهایی مانند روتر مجازی، سویچ مجازی و فایروال مجازی



سروکار داریم، به همین دلیل کم کم و خود به خود نظارت هنگام ورود بلا موضوع می شود و سازمان ناگزیر است تا به سمت نظارت پسینی حرکت کند.

تشدید جرایم تخلفات

برخی معتقدند بهترین اهرم نظارتی، تشدید جرایم تخلفات است. یعنی جریمه تخلفات را باید بقدری سنگین کرد که کسی ریسک تخلف را نداشته باشد. این گروه به تجربه کشورهای مثل ترکیه، اسپانیا، فرانسه و ژاپن اشاره می کنند.

واگذاری نقش نظارت بر واردات تجهیزات به نظام صنفی

در دو سال اخیر، طی جلسه هایی که برگزار شده، نظام صنفی برای نظارت بر بازار تجهیزات وارداتی اعلام آمادگی کرده است. هیئت مدیره نظام صنفی اعلام کرده اند که برای اشراف بر بازار و کنترل اوضاع هم از دانش کافی برخوردارند و هم شورای قضایی را در اختیار دارند تا در صورت بروز تخلف بتوانند اقدام بازدارنده انجام دهند. پیشنهاد نظام صنفی برای کنترل بازار تجهیزات وارداتی بدین شرح است: زمانی که یک کالا وارد کشور می شود، اگر دارای گواهینامه بین المللی بود که ترخیص آن بلامانع است، اما در غیر این صورت، خط سبزی تعیین می شود و در قالب آن مشخص می شود چه برندهایی و چه شرکت هایی در محدوده خط سبزی قرار دارند و اجازه ترخیص دارند. اگر کالا در محدوده خط سبزی بود، ترخیص می شود. اگر تأیید نمونه داخلی شده بود، شرایط داخلی و گواهینامه خارجی را داشت نیز کالا میتواند ترخیص شود. اما اگر کسی تخلف کرد، این شرایط برای او ایجاد می شود:

۱. اگر شرکت تخلف کرد باید تا ۶ ماه هر نمونه کالایی (در حوزه تخلف شده) که می آورند، تأیید نمونه می شود
۲. اگر برای بار دوم تخلف کرد تمام کالاهایی که می آورد باید تأیید نمونه شوند
۳. اگر برای بار سوم تخلف کرد، صنف ورود می کند و پروانه

نظام صنفی اش را ابطال می کند.

در این راستا، درخواست نظام صنفی از سازمان این است که به پروانه نظام صنفی اعتبار داده شود و برای مثال اگر کسی خواست در بازار فعالیت داشته باشد یا در مناقصه شرکت کند، پروانه نظام صنفی نیز در کنار سایر مدارک درخواست شود. نظام صنفی برای اثبات توانایی اش در این زمینه به تجربه و واگذاری فرایند دریافت ارزیابی برای خرید تجهیزات اشاره می کند که توانسته با موفقیت عمل کند.

در پاسخ به این شبهه که ممکن است اعطای امتیاز نظارت موجب سودجویی و منافع صنفی خود باشند نیز پیشنهاد کرده اند هر یک از هفت اعضای هیئت مدیره صنف از یک زمینه یا شغل متفاوت انتخاب شوند تا احتمال لابی گیری کاهش یابد و منافع همه مشاغل تأمین شود. آنها معتقدند که اعطای حق نظارت به نظام صنفی کاری است که در همه دنیا انجام می شود. در واقع چنین تصور می شود که اگر مدیران دولتی در فرایند نظارت دخالت داشته باشند، به دلیل آگاهی کمی که در این حوزه دارند، احتمال دورزدن قوانین و تخلف بیشتر است اما زمانی که همه نظارت کنندگان خود دست اندرکار امور باشند، احتمال اینکه در این میان فردی بخواهد با فریبکاری، قوانین را دور بزند، کاهش پیدا می کند.

مخالفت با اعطای نقش نظارتی به نظام صنفی

اعضای نظام صنفی اصرار دارند تا نظارت بر بازار را بر عهده بگیرند، اما در برابر خواسته آنها مخالفانی نیز وجود دارند. یکی از علل مخالفت آنها سابقه ای است که نظام صنفی در گذشته از خود نشان داده است.

مخالفان معتقدند چون نظام صنفی اهرم اجرایی قدرتمندی در اختیار ندارد، اقتدار مورد نیاز برای نظارت را نیز نخواهد داشت. برخی از مخالفان نیز بر این باورند که نظام صنفی، تنها به خاطر سود و منفعت هیئت مدیرانش تقاضا دارد نظارت بر بازار را به عهده بگیرد و در صورت تصدی، ناظر سالم و بی طرفی نخواهد بود.

نظرات و پیشنهادات فعالان صنعت مخابرات در مورد عملکرد رگولاتوری



حمایت از تولید داخلی

فعالان بخش صنعت انتظار دارند دولت برای پیگیری حمایت از تولید داخلی مأموریتی برای خود قائل باشد؛ مثلاً فهرست آیتم‌های وارد شده با لیست مواردی که در صف وارد شدن هستند را بررسی کند، سپس پیگیری کند که آیا این محصول امکان تولید شدن در داخل کشور را دارد یا اصلاً سفارشی برای تولید آن در داخل کشور صورت گرفته است یا خیر؟

تولیدات داخلی قیمت مقرون به صرفه‌تری دارند و استفاده از آنها جلوی خروج بی‌رویه ارز از کشور را می‌گیرد اما اراده‌ای برای استفاده از آنها وجود ندارد، گویا هدف اصلی، رسیدن هرچه سریع‌تر اپراتور به تجهیزات مورد نیازش است بدون اینکه به عنوان بخشی از اکوسیستم خود را موظف و متعهد به استفاده از تولید داخلی بدانند. یکی از مهمترین خواسته‌های بخش صنعت اجرای مصوبه ۱۶۳ و حمایت از تولید داخلی است.

تغییر طرح قراردادهای پیمانکاران

موضوع تغییر طرح قراردادها عمدتاً به نوسان‌های نرخ ارز مربوط می‌شود. در صورت افزایش جهشی نرخ ارز یا اتفاقاتی از این دست که از اختیار پیمانکار خارج است، همه ضرر و زیان بردوش پیمانکار می‌افتد و تا الان راه‌حلی برای برطرف ساختن این مشکل اندیشیده نشده است.

ضبط نکردن ضمانت‌نامه فعالان حوزه صنعت

در مواقعی که کشور با افزایش انفجاری نرخ ارز مواجه می‌شود، پروژه‌های دولتی، غیراقتصادی می‌شود. در این شرایط پیمانکار ناچار است یا با ضرر و زیان پروژه خود را ادامه دهد یا قرارداد را فسخ کند که در این صورت ضمانت نامه‌اش ضبط می‌شود و دولت تمام ریسک ناشی از نوسانات اقتصادی را بردوش بخش خصوصی می‌اندازد. پیشنهاد می‌شود به جای ضبط ضمانت‌نامه که عملاً باعث فلج شدن فعالیت شرکتها می‌شود، ریسک نوسان ارز در قراردادها لحاظ شود تا نه پیمانکار متحمل خسارت شود و نه پروژه‌های دولت زمین بماند.





نمیدهند. آنها انتظار دارند سازمان تنظیم مقررات به کمک اعمال قانون، فضایی را مهیا کند تا زمان کافی در اختیار آنها قرار گیرد و در صورتی که در آن بازه زمانی موفق به تولید نشدند، اجازه واردات به محصولات خارجی داده شود.

تخصیص یارانه، راهکاری برای رونق بازار

وضعیت بازاریابی در صنعت مخابرات بسیار ضعیف است. یکی از راهکارهای تقویت بازاریابی که در جهان نیز تجربه شده است ارائه یارانه به بازاریابی‌های پیش از تولید است. در چین و کره، دولت به کسانی که قبل از تولید بازاریابی میکند، یارانه پرداخت می‌کند. استراتژی این گونه شرکتها بدین شیوه است که از تحولات روز دنیا مطلع میشوند، نیاز بازار داخلی و جهانی را به دقت مطالعه می‌کنند و نتایج را به دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها اطلاع‌رسانی میکنند تا اقدام لازم برای تولید آن محصول فراهم شود.

اپراتورها خریدار محصولات داخلی نیستند!

اپراتورها نیازهای خود را از بازار داخلی تهیه نمی‌کنند و مهم‌ترین دلیل این کار هم تصمیم‌گیری‌های شتابزده، کم‌طاقتی مدیران، بی‌اطلاعی از توان تولید داخل، احتیاط و پیش‌بینی پذیر نبودن اقتصاد کشور و فشار تحریم‌ها عنوان شده است.

دلیل عدم خرید محصولات داخلی

علی‌رغم تلاش‌هایی که برای سوق دادن مصرف‌کننده برای خرید محصولات داخلی می‌شود، اما واردکننده‌های حوزه ICT نیز دلایل خاص خود را برای نخریدن تولیدات داخلی دارند. اولین دلیلی که مطرح می‌شود این است که خرید محصول داخلی نه تنها هیچ ارزش افزوده‌ای برایشان ندارد، بلکه اقدامی زیان ده نیز هست. زیرا محصولات تولید داخل در مقایسه با مشابه خارجی، نه قیمت مناسب‌تری دارد و نه کیفیت بهتری. افزون بر این، واردکنندگان معتقدند حمایت از تولید ملی، سیاست دولت است و بخش خصوصی نباید بهای سیاست دولت را بپردازد. بنا به گفته برخی واردکنندگان، این شکل حمایت دولت زمینه سوءاستفاده را برای تولیدکننده داخلی فراهم کرده است؛ به این ترتیب که تولیدکننده می‌داند برای مثال دولت جلوی ورود آنتن را گرفته است و مصرف‌کننده برای تأمین آن با محدودیت مواجه است، به همین دلیل آنتن را با قیمتی بالاتر از آنچه در بازار جهانی وجود دارد، به فروش می‌رساند.

تخصیص زمان کافی برای تولید

برخی فعالان صنعت معتقدند؛ اپراتورهای داخلی برای تولید محصولات زمان کافی در اختیار شرکت‌های تولیدکننده قرار



بررسی وضعیت روابط رگولاتوری و دفاتر پیشخوان

به بیان خیلی ساده‌تر، در فرایندی که سازمان تنظیم مقررات، سازمان‌های مرتبط و دفاتر پیشخوان ایفای نقش می‌کنند، علی‌رغم آنچه در قانون وجود دارد، جایگاه سازمان به عنوان متولی و مرجع تبیین نشده است.

در قوانین تصریح شده صدور مجوز تأسیس، برون‌سپاری خدمات و نظارت بر دفاتر پیشخوان با رگولاتوری است و طبق این قانون، مدیران دفاتر پیشخوان درخواست دارند، سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، به عنوان سازمانی که پروانه فعالیت را برایشان صادر کرده، مدیریت خدمات این دفاتر را نیز بر عهده بگیرد.

مشکلات دفاتر پیشخوان با همراه اول

اولین مشکل تضارب آرای است که بین اپراتورها و سازمان تنظیم بر سر فروش گوشی تلفن همراه وجود دارد. مثلاً همراه اول با تولیدکنندگان تلفن همراه، برای مثال شیائومی یا سامسونگ قرارداد می‌بندد و از دفاتر پیشخوانش می‌خواهد که فضا برای فروش گوشی‌ها را مهیا کنند و از سوی دیگر سازمان تنظیم اعلام می‌کند در صورت فروش گوشی، دفاتر نمی‌توانند خدمات پیشخوان ارائه دهند. در این میان دفاتر پیشخوان با تکلیف مانده زیرا در صورت تخطی از دستورهای هر یک از این دو سازمان، فعالیت‌هایش محدود می‌شود.

گلابه دیگر دفاتر این بود که اپراتورها در قبال اجرای تعهدات دفاتر پیشخوان، امتیازی به آنها نمی‌دهند و تعهداتشان را اجرا نمی‌کنند. برای مثال یکی از شیوه‌های برندینگ همراه اول، استفاده از دکوراسیون دفاتر پیشخوان است.

تعدد تصمیم‌گیران و ابهام در روابط

سازمان‌های مختلفی با دفاتر پیشخوان در ارتباط هستند و روابط هر یک از این سازمان‌ها با دفاتر پیشخوان به طور شفاف و واضح تعریف نشده است و آیین‌نامه یا هر سند دیگری در اختیار دفاتر پیشخوان قرار نگرفته تا حدود اختیار این سازمانها نسبت به دفاتر پیشخوان مشخص و اطلاع‌رسانی کند و متقابلاً وظایف دفاتر پیشخوان در قبال هر یک از این سازمان‌ها را تشریح کند. نبود چنین سندی باعث ایجاد آشفتگی و بی‌نظمی شده است به گونه‌ای که هر یک از سازمان‌های مذکور این قدرت را دارند تا بر اساس چارچوب‌ها و سیاست‌های خود برای دفاتر پیشخوان تصمیم‌گیری کنند بدون اینکه سازمان مرجع (سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی) را در جریان قرار دهند. دفاتر پیشخوان نمی‌دانند تحت نظارت کدام سازمان هستند و می‌بایست به طور دقیق به کدام سازمان پاسخگو باشند. این مسئله را بیشتر زمانی می‌توان دید که به هر دلیلی، تصمیم به قطع دسترسی یک دفتر پیشخوان گرفته می‌شود و در اغلب موارد دفتر پیشخوان تفهیم نمی‌شود که قطع دسترسی به چه دلیل اتفاق افتاده است و حتی در برخی موارد مشخص نمی‌شود این قطعی از سوی کدام سازمان بوده است. آنچه اوضاع را آشفته‌تر می‌کند این است که برای قطعی‌ها هیچ بخشنامه یا مصوبه خاصی تدوین نشده است. از سوی دیگر نظارتی بر چند و چون این گونه اعمال وجود ندارد و در واقع زمانی که گنشی میان دفاتر پیشخوان و سازمان مرتبط رخ می‌دهد، مقام مرجعی وجود ندارد تا بر چند و چون آن نظارت کند و در صورت بروز مشکل، میانجی‌گری کند.



با چالش قطع سرویس‌ها روبرو هستند. آنچه پیداست قطعی سرویس‌ها بدون ارائه دلیل محکم و به صورت سلیقه‌ای انجام می‌شود. هرچند در خصوص قطع سرویس، سازمان آیین‌نامه‌ای ارائه کرده است اما نظارتی بر اجرای آیین‌نامه صورت نمی‌گیرد.

توزیع ناعادلانه خدمات

این گلابه که خدمات به صورت عادلانه بین دفاتر توزیع نمی‌شود گلابه‌ای است که به‌طور مستمر از سوی دفاتر پیشخوان مطرح می‌شود. برای مثال، حدود ۱۰ سال پیش، قرار بود انجام خدمات ثبت احوال به دفاتر پیشخوان محول شود، حتی در این زمینه از دفاتر بازدید به عمل آمد، نیروها تربیت شدند و پروانه نیز صادر شد اما در نهایت ارائه خدمات ثبت احوال به دفاتر دیگری واگذار شد و در این زمینه ضوابط، رعایت بُعد مسافت، متراژ دفتر و... در نظر گرفته نشدند. از دید ذی‌نفعان، این بزرگترین اجحافی بود که در حق دفاتر پیشخوان انجام شد.

بی‌عدالتی راجع به توزیع سیم کارت و مودم نیز وجود دارد. در سیاست‌های توزیع فعلی، میان شهرهای بزرگ و شهرستان‌ها تفاوتی قائل نمی‌شوند با اینکه شرایط آنها با یکدیگر بسیار متفاوت است. نحوه توزیع می‌بایست بنا به شرایط مکانی دفاتر و میزان فروش آنها سامان‌دهی شود که در حال حاضر، بنا به گفته ذی‌نفعان، چنین کاری انجام نمی‌شود.

نظام آشفته رتبه‌بندی و توزیع خدمات

در دفاتر پیشخوان، خدمات بر اساس رتبه (Grade) دفاتر توزیع می‌شود. مشکل از آنجا شروع می‌شود که هر یک از دستگاه‌ها برای خود شاخص‌های رتبه‌بندی جداگانه‌ای را در نظر می‌گیرند. برای مثال طبق آیین‌نامه، دفاتر رتبه A ظرفیت ارائه همه نوع خدمتی را دارند اما ثبت احوال اجازه ارائه خدمات را به آنها نمی‌دهد. به گفته برخی از مدیران

این دکوراسیون بطور کامل با هزینه دفاتر پیشخوان اجرا می‌شود اما همراه اول در برابر آن هزینه یا امتیازی را متقبل نمی‌شود. یا اینکه دفاتر رتبه A همراه اول موظفند از ۹ صبح تا ۱۰ شب و تنها با ۲ روز تعطیلی در طی سال خدمات ارائه کنند و برای اجرای این وظیفه ناگزیرند هزینه شیفت شب را پرداخت کنند و امنیت کارکنانشان را تأمین کنند. این در حالی است که همراه اول در رابطه با این قضیه نه تنها هزینه مازادی را پرداخت نمی‌کند، بلکه به تعهدات مندرج در قراردادش نیز به درستی عمل نمی‌کند.

فروش و انجام تراپرد شماره، موضوع دیگری است که برای دفاتر پیشخوان ایجاد مشکل کرده است. تفاوت قیمت‌های مندرج در سایت با قیمتی که برای فروش سیم کارت یا مودم به دفاتر پیشخوان اعلام می‌شود باعث کاهش نرخ فروش می‌شود و از طرفی کاهش نرخ فروش یکی از مواردی است که همراه اول یا ایرانسل به بهانه آن، دسترسی پیشخوان را قطع و دامنه فعالیت‌هایشان را محدود می‌کنند. در همین زمینه مشکل دیگری وجود دارد و آن تعدد کانال‌های فروش سیم کارت است. مسیرهای فروش آسان‌تری وجود دارند، مانند ارسال سیم کارت خام با پست، که باعث کاهش میزان فروش دفاتر پیشخوان می‌شوند، در نتیجه فعالیت‌های دفاتر خود به خود به ثبت نام و ارائه خدمات پس از فروش محدود می‌شود. به گفته مدیران دفاتر پیشخوان، میزان فروش برای همراه اول و ایرانسل حربه‌ای شده که به واسطه آن حق فعالیت را از آنها سلب می‌کنند و سازمان بر این قضیه هیچ نظارتی ندارد.

رگولاتوری مرجع بی‌اقتدار

انتظار می‌رود که سازمان به عنوان یک مرجع بی‌طرف بر تعامل میان دفاتر پیشخوان و اپراتورها نظارت کند اما در حال حاضر، این امر محقق نشده است. خلأ چنین مرجعی زمینه تخطی از قوانین، اعمال نفوذ، سلیقه‌ای عمل کردن و... را به وجود آورده است. برای مثال، دفاتر پیشخوان دولت

افزون بر صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌های سایر دستگاه‌ها، دفاتر پیشخوان دسترسی مردم به خدمات دولتی را تسهیل کرده و پتانسیل اشتغال‌زایی برای تعداد زیادی را فراهم ساخته‌اند. به دلیل ماهیت کاری دفاتر پیشخوان و سودرسانی‌ای که برای حاکمیت دارند، نه تنها نباید با آنها همانند اصناف یا بخش خصوصی رفتار کرد، بلکه رگولاتوری باید از آنها حمایت کند.

با این همه دغدغه اصلی دفاتر پیشخوان مسائل مالی نیست. آنها پیش از هر چیز از آشفتگی، سوءمدیریت، چنددستگی مقام‌های تصمیم‌گیر، بتکلیفی و هرج‌ومرج در نحوه توزیع خدمات آزار می‌بینند و تقاضا دارند فقط از کانال یک مرجع مسئول با شرکت‌های خصوصی، اشخاص، کانون، انجمن‌ها و ... در ارتباط باشند.

پیشنهادهای

از برآیند نظرات دریافت شده پیشنهادهایی برای ساماندهی و نحوه تعامل دفاتر پیشخوان با رگولاتوری ارائه شده است که عبارتند از:

۱- مشخص شود چه خدماتی باید در دفاتر پیشخوان ارائه شود.

۲- مشخص شود چه سازمان‌هایی می‌توانند اجرای خدمات خود را به دفاتر محول کنند.

۳- سازمان تنظیم مقررات بر مرادوات دفاتر پیشخوان و باقی دستگاه‌ها نظارت مستقیم داشته باشد.

۴- سازمان تنظیم مقررات به تنها مرجع تعیین مقررات تبدیل شود، به نحوی که وضع هرگونه مقررات، بدون تأیید این سازمان بلاموضوع و بی‌اعتبار تلقی شود.

۵- سازمان تنظیم مقررات در خصوص گلابه‌های مربوط به نقض آیین‌نامه‌ها و مقررات، مرجعی پاسخگو باشد و اجرایی‌شدن مصوباتش را تضمین کند.

دفاتر پیشخوان، اخیراً سازمان امور مالیاتی، اداره کلی ایجاد کرده است که رتبه‌بندی دفاتر پیشخوان را انجام می‌دهد و تعیین می‌کند که چه خدمتی، به چه کسی واگذار شود. افزون بر این، بکارگیری یکی از بازنشستگان سازمان مالیاتی را در دفاتر پیشخوان الزامی کرده است.

مشکل تعرفه‌ها

از دیدگاه ذی‌نفعان، زنجیره روابط دفاتر پیشخوان و رگولاتوری زمانی کامل می‌شود که اولاً واگذاری خدمات سامان‌دهی شود ثانیاً نقش تولی‌گری سازمان تنظیم مقررات در دفاتر با توجه به قوانین و مقررات و حیطة وظایفی که تعریف شده، اجرا شود و ثالثاً تعرفه‌ها به‌روزرسانی شوند. وضعیت فعلی نشان می‌دهد علی‌رغم تغییر نرخ خدمات، تعرفه‌ها به‌روزرسانی نشده‌اند.

توسعه نامتوازن دفاتر

برخی معتقدند، تعداد دفاتر در مقایسه با حجم و تعداد خدمات، رشد بدون توجیهی داشته است و در اعطای پروانه دفاتر پیشخوان حتی شعاع صنفی هم در نظر گرفته نشده است.

دفاتر پیشخوان، شبکه مویرگی ارزشمند

در حال حاضر، دفاتر پیشخوان در سرتاسر کشور شبکه مویرگی قوی‌ای را تشکیل داده‌اند. دفاتر بازوی اجرایی دولت در برون‌سپاری خدمات هستند و از این رو متحمل پرداخت هزینه‌های زیادی می‌شوند در حالیکه سود آن عاید سایر سازمانها و دولت می‌شود. (برای مثال در ثبت احوال هر کدام از دفاتر پیشخوان دست‌کم ۶ میلیون تومان برای برگه اسکن انگشت هزینه کردند، در حالی که باید توسط ثبت احوال خریداری می‌شد و در اختیارشان قرار می‌گرفت یا در بیمه سلامت دستگاه چاپگر کارت خریدند و بابت این مخارج، مبلغی دریافت نکردند.)



نظرات و پیشنهادات اپراتورهای مجازی تلفن همراه در مورد عملکرد رگولاتوری



هم‌زمانی اقدام‌های رقابت‌ساز

مجموعه‌ای از رویدادها در کنار هم قرار گرفتند تا MVNOها نتوانند عملکرد موفق‌تری داشته باشند و به مرحله سوددهی برسند. رگولاتوری به درستی تصمیم گرفته بود تا از یک سری از فعالیت‌ها به منظور افزایش رقابت استفاده کند. منتها اشتباهی که رخ داد، این بود که این فعالیت‌های رقابت‌ساز هم‌زمان با هم اجرا شدند. هم‌زمانی اجباری شدن رومینگ بین‌المللی، اعمال قوانین Mobile Number Portability و آغاز پروژه MVNOها یکی از دلایلی بود که باعث شد اپراتورهای مجازی آن‌طور که باید مورد توجه قرار نگیرند. اگرچه مشاوران خارجی توصیه کرده بودند که اصولاً پس از تثبیت شدن هر اقدام رقابت‌ساز باید اقدام بعدی را آغاز کرد اما سازمان تنظیم مقررات به این توصیه واقعی ننهاده.

تحریم و اختلال در روابط خارجی

سازمان تنظیم مقررات اعلام کرد MVNOها با پشتوانه شرکت‌های خارجی فعالیتشان را آغاز کنند اما تحریم‌ها و نقض برجام باعث شد تا شرکت‌های خارجی رغبتی به سرمایه‌گذاری نداشته باشند. بحث تأیید اهلیت شرکت‌های از سمت وزارت اطلاعات نیز تا حدی همکاری با شرکت‌های خارجی را محدود کرد.

خروج آمریکا از برجام منجر به تغییر شرایط اقتصادی کشور در مقایسه با زمان تهیه طرح تجاری اولیه اپراتورهای مجازی شد و تمامی برآوردهای اولیه از قبیل نرخ ارز و هزینه‌های سرمایه‌های و قیمت تجهیزات و ... تغییر یافت.

تحریم، افزایش نرخ ارز و عدم تخصیص ارز برای تهیه تجهیزات

مخابراتی و سایر موانع اجرایی در این زمینه، باعث شده تأمین‌کنندگان تجهیزات مخابراتی خارجی تمایلی برای ورود به بازار ارتباطی ایران نداشته باشند. این موارد باعث شد MVNOها نتوانند شرایط موافقت‌نامه پروانه را فراهم کنند و علی‌رغم تلاش شرکت‌ها و صرف هزینه‌های سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی برای تجاری‌سازی به دلایلی که هم برای رگولاتوری و هم فعالان صنعت جدید MVNO قابل پیش‌بینی نبود، تجاری‌سازی فعالیت این شرکت‌ها با تأخیر مواجه شد.

توزیع نامناسب قدرت

رگولاتوری به اپراتور همراه اول اختیاراتی تنفیذ کرد که به واسطه آن، همراه اول طوری قدرتمند شد که خود را در جایگاهی بالاتر ببیند، به نحوی که در برخی موارد تابع مقررات رگولاتوری هم نباشد. برای مثال، همراه اول همکاری با MVNOها را نپذیرفت. البته ایرانسل نیز به عنوان اپراتور اصلی اگرچه با دو MVNO همکاری کرد اما قرارداد سفت و سختی تنظیم کرد که به گفته برخی از کارشناسان «کمتر از ترکمانچای نبود». در چنین شرایطی بدیهی است حلقه ارتباطی صحیح میان MNO و MVNO شکل نمی‌گیرد. برای اصلاح این وضعیت، رگولاتوری اعطای فرکانس ۲۶۰۰ را به همکاری با MVNOها مشروط کرد که این شرط نیز به دلیل فشار اپراتورها به سازمان تنظیم مقررات، کنار گذاشته شد.

ابهام در قوانین

در مصوبه‌هایی که در خصوص MVNOها نوشته شد، بندهای مبهم و غیردقیقی وجود داشت که بستر تفسیر به رأی را

بروانه بایستی ظرف مدت شش ماه برای توافق و عقد قرارداد با یکی از اپراتورهای اصلی اقدام کنند. اپراتورهای میزبان با آگاهی کامل از این محدودیت زمانی و منوط شدن فعالیت اپراتورهای MVNO به اراده و تصمیم اپراتور میزبان، شرایط بسیار سنگینی از قبیل محدودیت در فعالیت‌های عمد هفروشی، تضمین خرید انبوه در یک دوره ۵ ساله با تعرفه‌های بسیار سنگین (فراتر از نرخ خرده‌فروشی) را به اینگونه اپراتورها تحمیل کردند به نحوی که هرگونه امکان فعالیت اقتصادی آنها را در بازار سرویس‌های ارتباطی سلب کردند.

وقت‌کشی از طریق فرایندهای اداری

پیچیدگی و کندی فرایندهای سازمانی و شغلی در بدنه اجرایی اپراتورهای میزبان، منجر به طولانی شدن فرایند مکاتبات و پاسخ‌دهی دیرهنگام و نامناسب به درخواست اپراتورهای مجازی می‌شود و این موضوع، از بین رفتن فرصت‌ها و عدم بهره‌وری در زمان مناسب برای MVNOها را در پی دارد.

وقت‌کشی به دلیل فقدان زیرساختهای فنی و

مقرراتی لازم

آماده نبودن اپراتورهای میزبان و نقص در زیرساختهای فنی و مقرراتی لازم برای برقراری ارتباطات بین شبکه‌ای میان MNO و MVNO باعث طولانی شدن زمان دسترسی به شبکه میزبان و در نهایت طولانی شدن دوره پیش از بهره‌برداری برای اپراتورهای مجازی شده است.

رقابت ناعادلانه

هم‌زمان با شروع فعالیت تجاری اپراتورهای مجازی از سال ۹۶ تاکنون، رقابت بسیار ناعادلانه‌ای برای جذب مشترک و فروش خدمات ارتباطی به مشترکین، از سوی اپراتورهای تلفن همراه شروع شد و زمینه فعالیت را از اپراتورهای مجازی سلب کرد. (برخی از اپراتورها به واگذاری سیم‌کارت

فراهم کرد و همین مشکل باعث شد که این اسناد قانونی نتوانند رسالتی که برعهده داشتند را انجام دهند. برای مثال در مصوبه آمده است: اپراتورها تا تاریخی مشخص متعهد هستند که با MVNOها حداقل دو قرارداد امضاء کنند، مشکل نخست این بود که از فعل «امضاء کنند» استفاده شده و بحث اجرایی شدن قرارداد موضوعیت نداشته که همینطور هم شد و همراه اول با سهام‌دار خودش «ضحا کیش» قرارداد امضاء کرد و آن را ارائه داد.

ابهام دیگر عبارت «حداقل دو قرارداد» بود. بدیهی است که اپراتورهای مادر تمایلی به همکاری با MVNOها نداشتند، پس چرا باید عبارت «حداقل دو قرارداد» در نظر گرفته می‌شد که فقط فعالیت ۶ اپراتور تضمین شود، در حالی که ۳۶ شرکت MVNO موفق به دریافت پروانه اصولی شده بودند و فقط ۳ اپراتور مادر وجود داشت.

تفاوت نرخ تعرفه‌ها

یکی از جاهایی که به نظر می‌رسد ورود سازمان تنظیم مقررات ضروری است، مداخله و تعیین تکلیف بحث تعرفه‌هاست. یکسان بودن تعرفه عمده‌فروشی و خرده‌فروشی زمینه دامپینگ و اخلال در فرایند سرمایه‌گذاری را به وجود می‌آورد. از طرفی، اختلاف میان نرخ اپراتورهای مادر (MNO) و اپراتورهای مجازی (MVNO) بسیار فاحش است. حتی مشاهده می‌شود که یکی از اپراتورهای مادر قیمت هر گیگ اینترنت خودش را سه هزار تومان عرضه می‌کند ولی با اپراتور مجازی زیرمجموعه‌اش هر گیگ را ۴ هزار تومان محاسبه می‌کند.

کارشکنی اپراتورهای مادر

بر اساس مصوبه کمیسیون، متقاضیان دریافت پروانه MVNO پس از کسب حداقل امتیازات و تشخیص واحد شرایط بودن از سوی رگولاتوری موافقت اصولی دریافت می‌کنند تا با اپراتورهای اصلی مذاکره کنند. بنابراین اپراتورهای متقاضی دریافت پروانه MVNO برای دریافت



ها مربوط می‌شود. از شواهد چنین بر می‌آید که این بازیگران، صنعت و کسب و کار MVNO را درک نکرده‌اند. آنها یا سودای MNO شدن را در سر داشتند و چون توان MNO شدن را نداشته‌اند تصمیم گرفته‌اند به صورت MVNO فعالیت کنند یا اینکه از ابتدا هدفشان این بوده که به عنوان خرده‌فروش MNO فعالیت کنند که در این صورت نیز وابسته به اپراتور مادر می‌شوند و با وضعیت فعلی تعرفه‌ها در بازار شکست خواهند خورد. اپراتورهای مجازی در سرتاسر جهان عموماً سعی می‌کنند سرویس‌ها و خدماتی ارائه دهند که MNOها آن را ارائه نمی‌دهند و از این طریق خلق ارزش می‌کنند. مانند:

- ارائه خدمات مخابراتی به توریست‌ها، مسافرها، بخشهای خاص. برای مثال: اپراتور مجازی لپارا و لایکا، برزیلی‌ها، مکزیکی‌ها و اسپانیولی‌ها را هدف قرار دادند و گفتند فصل مشترکشان این است که اسپانیولی حرف می‌زنند و سیم‌کارتی ارائه می‌دهند که زبان پیام‌های آن اسپانیولی باشد و مشترکین با مکزیکی‌ها ارزان‌تر حرف بزنند.

- ایجاد وفاداری برای یک برند خاص، برای مثال: کارخانه ولوو سوئده ۲۵ هزار کارمند دارد و می‌خواهد به تمام آنها سیم‌کارت کارمندی بدهد، یک لایسنس MVNO با قیمت ۵۰ یورو خریداری می‌کند و از طریق این سرویس سیم‌کارت را با برند ولوو به این کارمندان می‌دهد و مزایای کارمندی نیز از این طریق به آنها اعطا می‌شود. چون برند از ولوو استفاده شده، وفاداری ایجاد می‌کند و از طریق MVNO زنجیره‌ای ایجاد شده که هم سرویس ارائه می‌دهد و هم خانواده ولووی‌ها را هم به هم نزدیک کرده و چسبندگی به برند ایجاد کرده است.

- ارائه سرویس‌های باکیفیت‌تر

- ایجاد برند مخابراتی لوکس از طریق خدمات MVNO

و آرایه خدمات یکساله رایگان اقدام و دامپینگ گسترده‌ای برای افزایش سهم ارتباطی خود در بازار ارتباطی کردند.

تدوین طرح تجاری با مفروضاتی غیرمنطقی

MVNOها برای کسب حداقل امتیاز مورد نیاز، طرح تجاری خود را با مفروضاتی غیرعملیاتی و ارقام مالی ساختگی و تعداد مشترکین غیرواقعی تدوین کردند که این موضوع باعث شد اپراتورهای مجازی تعهدات مالی و اجرایی سنگینی برعهده بگیرند که عمل به آنها در شرایط فعلی امکان‌پذیر نیست.

نداشتن سرمایه‌گذار خارجی

عدم مشارکت سرمایه‌گذاران و اپراتورهای خارجی در پروژه‌های اپراتورهای مجازی باعث شد این اپراتورها در تأمین منابع مالی مورد نیاز، تأمین تجهیزات و راه‌اندازی سامانه‌های مورد نیاز، به دلیل نداشتن تخصص و تجربه لازم، با محدودیت مواجه شوند و به ناچار این اپراتورها با هزینه‌های هنگفت، آزمون و خطا و با تأخیر فعالیت‌های تجاری خود را سامان‌دهی کردند.

ضعف در ایجاد ارزش افزوده

ماهیت به وجود آمدن MVNOها ایجاد سرویس‌هایی بود که اپراتورهای مادر ارائه نمی‌دهند. در واقع اگر MVNO بخواهد همان خدمات اپراتور مادر را ارائه دهد به دلیل ایجاد نکردن ارزش افزوده، مزیت رقابتی‌ای نخواهد داشت و رشدی نخواهد کرد.

بی‌اطلاعی از وضعیت بازار

عموماً فعالیت MVNOها در بازار به این صورت است که بخش بازار هدف خود را انتخاب می‌کنند و بر اساس رفتارهای مصرفی بازار هدف بر بستر MNO خدماتی را ارائه می‌دهند ولی اپراتورهای مجازی در ایران موفق نشده‌اند تا مارکت تخصصی خود را شناسایی کنند و فعالیت معمول خود را داشته باشند. مشکل دیگر به انگیزه بازیگران برای ورود به بخش MVNO

نظرات و پیشنهادات اپراتورهای اینترنت ثابت در مورد عملکرد رگولاتوری



آزادسازی تعرفه مشروط بر نظارت دقیق رگولاتوری

برخی از کارشناسان معتقدند که ایرانسل و همراه اول در حال حاضر دامپینگ انجام می‌دهند و یکی از پیش شرط‌های آزادسازی تعرفه‌ها، نظارت رگولاتوری و متوقف کردن دامپینگ است. به عقیده صاحب‌نظران، تا زمانی که رگولاتوری جلوی این تخلف را نگیرد، آزادسازی تعرفه‌ها حاصلی جز آسیب دیدان سیستم نخواهد داشت. نکته دیگر تثبیت سقف و کف تعرفه‌ها توسط رگولاتوری است. در واقع فاصله قیمت‌های ثابت و سیار باید مشخص شود و مشترک بدانند تعرفه ثابت همیشه نصف یا یک سوم تعرفه سیار است و نهایتاً قیمت کل به دلیل افزایش یا کاهش کیفیت، ۲۰٪ نوسان پیدا می‌کند.

تناظر نامتناسب تعرفه‌های سرویسها

معمولاً سقف و کف تعرفه توسط اصناف مشخص شود و این تفاوت سقف و کف ۳۰ الی ۴۰ درصد بیشتر نیست اما در حوزه ICT آنچه مصوب شده، اختلاف قیمت سقف و کف را به نسبت یک چهاردهم رسانده است. از طرفی، تناظر قیمت‌ها نیز باهم همخوانی ندارند، برای مثال در دنیا، خدمات صوتی ثابت ایران جزو ارزان‌ترین‌هاست و خدمات

بحث تغییر تعرفه‌ها

گروهی معتقدند که افزایش تعرفه باعث می‌شود کنترل بازار از دست اپراتورهای ثابت خارج شود و آنها مشتریان خود را از دست دهند. اما بخشی از فعالان حوزه FCP، نظر متفاوتی دارند و آنها معتقدند تعرفه اینترنت نیز باید مشابه مابقی خدماتی که در کشور ارائه می‌شود، افزایش قیمت داشته باشد و حتی نرخ افزایش به دلیل وارداتی بودن تجهیزات مخابراتی باید بیشتر از سایر خدماتی باشد که در داخل تولید می‌شوند. طبق نظر این گروه، دستور برای ثابت ماندن و حتی کاهش تعرفه اینترنت ثابت باعث کوچک شدن بازار، از بین رفتن FCPها و در نهایت منفی شدن بودجه وزارتخانه می‌شود. برخی نیز آزادسازی تعرفه‌ها را مشروط به نظارت دقیق و فعالانه رگولاتوری می‌دانند. موافقان آزادسازی تعرفه معتقدند که اگر تعیین تعرفه به بخش خصوصی واگذار شود بازار از دو طریق می‌تواند به تعادل برسد: اولاً تا حد زیادی جلوی مداخله‌های مخرب سیاسی گرفته می‌شود و ثانیاً در شرایطی مثل نوسان ارز تصمیمات سریع اتخاذ می‌شود و شرکتها در انتظار رسیدن تصمیم مقام‌های بالا کسب و کارشان به مخاطره نمی‌افتد.





پیشین نوشته شده بود و ابلاغ این مصوبه باعث بهم ریختن محاسبات و ناکارآمد شدن استراتژی شرکتها شد. از نظر این گروه، مصوبه ۲۶۶ مصداق مداخله مخرب دولت و رگولاتوری در بازار بود. وظیفه رگولاتوری نظارت بر رقابت سالم در بازار است اما زمانی که با ابلاغ چنین مصوباتی در قیمت‌ها و به طور کلی در روال کاری FCPها اختلال ایجاد می‌کند نه تنها امکان رقابت را به کل سلب می‌کند، بلکه باعث تخریب بازار و زیان دیدن شرکتها می‌شود.

تعادل تعرفه‌ها

گروهی معتقدند برای بازگشت تعادل به بازار و ایجاد رقابت سالم ابتدا باید تعرفه‌ها به گونه‌ای فاصله‌گذاری شوند که قیمت دیتای سیار از ثابت بالاتر رود و در مرحله بعد، مطابق با نرخ تورم، قیمت کل سرویس‌های مخابراتی اعم از ثابت و سیار افزایش پیدا کند.

صوتی سیار جزو گران‌ترین‌های دنیا محسوب می‌شود. اما در خصوص اینترنت عکس این قضیه اتفاق افتاده است یعنی اینترنت سیار ایران جزو ارزان‌ترین‌ها و اینترنت ثابتش جزو گران‌ترین‌های دنیا است.

بالا بودن نرخ عمده‌فروشی

مشکل دیگر، نامتناسب بودن نرخ عمده‌فروشی و خرده‌فروشی است. به گفته فعالان بازار، اکنون شرایط به گونه‌ای است که نرخ عمده‌فروشی بالاتر از نرخ خرده‌فروشی است که از یک سو دامپینگ ایجاد کرده و از سوی دیگر باعث شده تا شرکت‌های FCP زیر تعهدات سنگین مالی روز بروز ضعیف‌تر شوند.

مصوبه ۲۶۶

برخی معتقدند اجرای مصوبه ۲۶۶ باعث شد تا قدرت انتخاب مشترکین به شدت محدود شود و تعداد مخاطبان اینترنت ثابت روز بروز کاهش یابد. همچنین، از آنجا که این مصوبه قیمت میانگین فروش را ۳۰ درصد کاهش داد موجب زیان‌دهی اکثر ارائه‌دهندگان اینترنت ثابت شد چرا که برنامه تجاری FCPها بر اساس تعرفه‌های

نقش تولید محتوا در توسعه اینترنت ثابت



می‌خواهد پس در رقابت با دیتای همراه، ثابت برنده است. باید توجه داشت که تنها ابزار تشویق و ترغیب مشترک به چیزی، بحث قیمت و تعرفه نیست. مشترک حاضر است برای یک محتوای خوب ده برابر پول بدهد اما به شرطی که محتوا برایش جذاب و مفید باشد. با وجود چنین فرصتی، محتوای جذابی ارائه نشده، سایت‌های استریمینگ قوی مانند یوتیوب فیلتر شده و به کل نتوانسته‌ایم در حوزه تولید محتوا جذابیتی برای مشترک تولید کنیم.

نقش صدا و سیما در عدم رشد محتوای ویدئویی

بازی و ویدئو جزو محتواهایی هستند که می‌توانند مصرف‌کننده را به سمت مصرف اینترنت ثابت سوق دهند. در دنیا حدود ۸۰ درصد محتوا ویدئو است، ویدئو پیشران ارتباطات ثابت است. یکی از بحث‌های اصلی ما با صدا و سیما این است که اجازه ندادند ویدئو شکل بگیرد. زمانی که ویدئو گسترش پیدا کند، دیتای موبایل پاسخگو نخواهد بود و ناگزیریم به سمت دیتای ثابت حرکت کنیم. یکی از ریشه‌های مشکل ما همین مسئله است که ویدئو شکل نگرفت و دلیل آن دعوای صدا و سیما، ارشاد و ... است.

تاثیر تلویزیون‌های کابلی در مصرف دیتای ثابت

یکی از دلایلی که موجب شده ایران، به نسبت سایر کشورها، در بخش اینترنت ثابت پیشرفت نداشته باشد، فقدان تلویزیون‌های کابلی در ایران است. چنانچه ما همانند کشورهای دیگر تلویزیون کابلی داشتیم، جذب سرمایه‌گذار آسان‌تر صورت می‌گرفت و وضعیت اینترنت ثابت دگرگون می‌شد.

نبود سرویس‌های جذاب بر بستر دیتای ثابت

مصاحبه‌شوندگان به چهار نوع سرویس اشاره کردند که می‌توان آنها را بر بستر دیتای ثابت ارائه داد: بازی، سایت‌ها، استریمینگ و شبکه داخلی تلویزیونی. این سرویس‌ها هر کدام به نوعی می‌توانند مصرف دیتای ثابت را افزایش دهند و بازار رقابتی سالمی را با دیتای همراه ایجاد کنند، برای مثال: در ایران اینترنت برای فضاهایی همچون تلگرام، اینستاگرام و دانلود آهنگ و بازدید از سایتها استفاده می‌شود که همه آنها با اینترنت تلفن همراه شش‌گانه است ولی بحث بازی‌ها با موبایل قابل انجام نیست. بازی یک سرویس جذاب است که پهنای باند بالا و سرعت بالا





کرد و مصرف‌کنندگان احتمالی را برای پذیرش تکنولوژی جدید توجیه و اقناع کرد. در ایران برای این کار نیاز است اقدام‌هایی انجام شود مانند راه‌اندازی دولت الکترونیک، ترغیب و راه‌اندازی استارت‌آپ‌ها در حوزه تولید محتوا و VOD. تازمانی که این بسترها وجود نداشته باشند، زمینه برای پذیرش تحولات دیجیتال آماده نمی‌شود. برای مثال محرک 5G در دنیا صنایع هستند و در ایران این صنایع در این حد وجود ندارند.

مدیریت انتظارات مشتریان

در حال حاضر سیاست‌های فروش، به ویژه در بخش دیتای همراه، به سمتی هستند که در مشتریان انتظار غیرواقعی ایجاد می‌کند. مقایسه کیفیت و قیمت اینترنت در سیلیکون ولی، شرکت و رایزن و سانفراسیسکو نشان می‌دهد که نه تنها قیمت اینترنت در آنجا پایین‌تر از ایران نیست بلکه کیفیت نیز خیلی بالاتر نیست. بر همین اساس حاکمیت باید با استناد به نتایج تحقیقات و شاخصهای کیفیت و قیمت اینترنت در بایئین آوردن انتظارات مشتریان نقش داشته باشد. در واقع برای کاهش نارضایتی هم باید انتظارات مشتریان مدیریت شود هم کیفیت خدمات افزایش پیدا کند.

سیاست‌های حاکم بر فضای مصرف اینترنت

سیاست‌های ایران هم در بخش تعرفه‌گذاری و هم در بخش تولید محتواهای آنلاین باعث شده تا برای عموم مصرف‌کننده‌ها استفاده از دیتای همراه مطلوب‌تر و مقرون به صرفه‌تر باشد. روال استاندارد جهانی به این صورت است که «باید برای موبایل مصرف پایین در نظر گرفته شود و مصرف بالا روی موبایل نباید به صرفه باشد، در دنیا، دیتای موبایل خیلی گران است و ... کسی با گیگ دیتا نمی‌خرد و در آنجا خرید به صورت محدود است. اما در ایران افراد حتی ۱۰۰ گیگ روی موبایل خریداری می‌کنند. اینترنت موبایل در دنیا برای بیرون از منزل و محیط کار است و کاربران برای محتواهای حجیم به سمت دیتاهای ثابت می‌روند.

متأسفانه در ایران، تبلیغات گوناگون و گسترده‌ای انجام می‌شود که کاربران را به سمت مصرف بیشتر دیتای همراه سوق می‌دهد. برنامه‌های پُربیننده مانند نود، خندوانه یا اپلیکیشن روبیکا مثال‌هایی برای اثبات این ادعا هستند.

آماده‌سازی جامعه

برای اینکه بتوان در حوزه ICT رشد داشت ابتدا باید نیازسازی کرد، بسترها و فواید مصرف را به خوبی معرفی

توصیف و تحلیل ارتباط FCP ها با Servco ها



حتی برخی عنوان می-کنند که شرکتهای FCP و Servco در نشست‌های خصوصی‌شان لابی می‌کنند، به این صورت که اگر شرکتی در برهه‌ای از زمان قسط حق‌الامتياز را به رگولاتوری پراخت کند؛ توسط سایرین تحریم خواهد شد. رابطه FCP و Servco با شرکت ارتباطات زیرساخت رابطه FCP و Servco با شرکت ارتباطات زیرساخت، رابطه‌ای هم‌گرایانه نیست و فعالیت‌های زیرساخت بیشتر در جهت ایجاد انحصار است تا برقراری تعاملی سازنده و پویا. روند جهانی حمایت از خرده‌فروش و وضع مالیات سنگین برای شرکتهای بزرگ را در دستور کار خود دارد، درست نقطه مقابل آنچه اکنون در حوزه ICT ایران در حال رخ دادن است.

FCP ها همچنان PAP های سابق

عملکرد FCP ها ضعیف است، به این دلیل که PAP ها فقط روی کاغذ به FCP تبدیل شدند، اما در ساختار سازمانی، در انتخاب مخاطب هدف، برندینگ، مشتریمداری و سبد محصول همان PAP باقی ماندند و همچنان محصول غالب آنها فروش DSL است.

فقدان خلاقیت

فلسفه ایجاد MVNO و Servco برای ارائه سرویسهای خلاقانه بود اما آنها از مسیر خود منحرف شدند. قصد بر این بود که Servco ها یا حتی MVNO ها به سمت فعالیتهای محتوایی بروند، اما نرفتند.

عدم همکاری FCP ها با Servco ها

FCP ها به عنوان شرکتهای بزرگ، دارای توانمندی‌های مالی هستند، این شرکت‌ها بزرگ‌تر از Servco ها هستند و اگر تمایلی نداشته باشند که Servco ها را کنار خود داشته باشند، Servco ها به هیچ‌وجه نمی‌توانند کاری انجام دهند و ناچار به تخلف هستند. مثال این مورد مخابرات ایران است که با وجود FCP بودن، حتی با یک Servco هم قرارداد ندارد و دلیل آن نبود الزامی است که رگولاتوری تعیین کرده باشد.

ایراد در قیمت‌گذاری

به گفته یکی از فعالان Servco، در حال حاضر قیمت‌گذاری‌ها به گونه‌ای است که قیمت تمام‌شده برای Servco بالاتر از قیمت تمام‌شده برای FCP است. این در حالی است که Servco ها هزینه پورت و انتقال پرداخت نمی‌کنند و قاعدتاً باید هزینه تمام‌شده پایین‌تری داشته باشند.

ضرورت راستی‌آزمایی برخی ادعاها

بنا به گفته برخی کارشناسان در اینکه گفته می‌شود ارائه‌دهندگان اینترنت ثابت با شرایط بحرانی مواجه شده‌اند جای تردید وجود دارد چرا که از یک طرف این شرکتهای ادعای سیر نزولی دارند، نیرو اخراج می‌کنند و مدعی هستند که در مسیر ورشکستگی هستند ولی از طرفی دیده می‌شود تمام آنها شرکتهای سودده هستند.



فقدان سرمایه‌گذار، تهدید یا فرصت؟

در حال حاضر آنچه وضعیت ارتباطات ثابت را نجات می‌دهد، جذب سرمایه‌گذار در این حوزه است. مشکل ارتباطات ثابت منابع سرمایه‌گذاری‌اش است، این حوزه به سرمایه‌گذاری سنگین احتیاج دارد تا بتواند خدمات خود را بر بستر فیبر نوری ارائه دهد. مخابرات به دلیل تعداد مازاد ظرفیت منابع انسانی‌اش قادر به سرمایه‌گذاری در این حوزه نیست. فضای کسب‌وکار دیتای ثابت نیز راکد است به قدری که سرمایه‌گذاران فعلی در حال بیرون‌کشیدن پولشان از حوزه ICT هستند.

تاکنون در خصوص چشم انداز آینده اینترنت ثابت و همراه، دو دیدگاه مطرح شده است: یکی اینکه در بازار با هم رقابت داشته باشند، دوم اینکه به صورت موازی با هم فعالیت کنند و جایگاه هر کدام مشخص شود. اینترنت ثابت برای دیتاهای حجیم و اینترنت همراه برای فضاهای بیرون از منزل استفاده شود. اما با توجه شرایط، می‌توان راه سومی را پیشنهاد داد و آن هم افزایش میان اینترنت ثابت و همراه است. بدیهی است که اینترنت همراه تا حدی می‌تواند پیشران باشد و فضای فرکانسی اجازه نمی‌دهد مردم تا این حد از دیتای همراه استفاده کنند و برای جبران این نقیصه ناگزیرند BTS را زیاد کنند که در این صورت به سرمایه‌گذاری سنگین نیاز پیدا می‌کند. این در شرایطی است که توسعه زیرساخت، پروژه‌های سنگین و طولانی است و در ایران کسی سرمایه خود را صرف پروژه‌های زمان‌بر نمی‌کند زیرا اولاً فضاهای زودبازده زیادی وجود دارند و ثانیاً نظام بانکی ما به

گونه‌ای است که سرمایه‌گذار اگر پول خود را در بانک بگذارد بهتر و بی‌دردس‌تر سود کسب می‌کند. فارغ از اینها، ایجاد زیرساخت بسیار پرهزینه است طوری که هزینه بخشهای زیرساختی را یا باید حاکمیت برعهده می‌گیرد یا اینکه تسهیلاتی برای سرمایه‌گذاران قائل شوند. در نتیجه با برآورد این وضعیت سرمایه‌گذاری، احتمال اینکه بتوان زیرساخت اینترنت سیار را به راحتی توسعه داد، ضعیف است و آن زمان استفاده از فیبر و اینترنت ثابت مقرون به صرفه‌تر خواهد بود.

ورود نامتخصص‌ها

افرادی که در نقش سرمایه‌گذار وارد حوزه ICT شدند، جزو متخصصان این بخش نبودند و ICT را صرفاً به مثابه کسب‌وکار فروش اینترنت تلقی می‌کردند. مالکیت و مدیریت در این حوزه با هم یکی شد و حاصل این بود که ارتباطات ثابت از مسیر اصلی خود منحرف شد.

ناممکن بودن ادغام FCPها

تقریباً تمام مصاحبه‌شوندگان با تعدد FCPها مخالف بودند و ادغام آنها را اشتباه مضاعف می‌دانستند. به این دلیل که حدود دو سوم FCPها رزومه قوی‌ای ندارند و شرکت‌های بزرگتر در صورت خریداری آنها هم از توان مالی‌شان کاسته می‌شود و هم Downgrade می‌شوند. اتفاقی که برای چند شرکت بزرگ مانند پارس‌آنلاین، های‌وب و آسیاتک افتاد و ناگزیر به تعدیل بسیاری از نیروهایشان شدند.



مشکلات Servco ها

نمیافتد و در مراجعه و مکاتبه به اپراتورها پاسخ این است که در آن منطقه خاص امکان سرویس به شرکتهای Servco وجود ندارد. البته اپراتور میزبان به Servco پیشنهاد میدهد که می‌تواند به عنوان نماینده فعالیت کند. ضمن آنکه اصول حاکم بردارندگان پروانه Servco در سالهای قبل نوشته شده و پس از ابلاغ مصوبه ۲۶۶، برای اپراتورهای میزبان و ارائه‌کنندگان سرویس هم صرفه اقتصادی ارائه سرویس وجود ندارد و باید متناسب با شرایط، اصول حاکم بر پروانه‌های Servco بازبینی شده و در مورد مشوقها نیز بازنگری انجام شود.

ناممکن بودن انتقال شبکه به علت مالکیت مادی و معنوی Servco و مستهلک بودن

شرکتهای Servco باید در گذشته شبکه‌شان را واگذار میکردند اما مالکیت مادی و معنوی شبکه برای این شرکتهاست و در دارائی آنها ثبت شده است و امکان انتقال آن وجود ندارد. همچنین، مستهلک بودن شبکه دلیل دیگری است که امکان انتقال را محدود می‌کند.

تغییرات متعدد و بدون کارشناسی

طرح‌های تجاری در حوزه FCP و Servco و تعامل با سهامداران براساس مصوبات قبلی بوده، اما گذشت زمان و تصویب مصوبات ۲۶۶، ۲۳۶ و ۲۵۴ به شدت به حوزه فعالیت این شرکت‌ها آسیب زده است.

الزام به تضمین کیفیت و ارائه SLA به مشترکان توسط میزبان بدون هماهنگی با Servco

با اینکه Servco ها خدماتشان را بر بستر شبکه اپراتور

تفسیرپذیری مصوبات و عدم اجرای صحیح مصوبات در قبال Servco ها

شرکتهای Servco براساس اصولی که در کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات تصویب شد پروانه دریافت کردند، اگرچه این اصول در حال حاضر نیاز به بازبینی دارد، اما حتی این اصول هم مطابق آنچه که مصوب شده بود نیز اجرا نشد و در بسیاری از موارد تفسیر به رأی شد. بطور مثال براساس مصوبه، اپراتور میزبان میتواند شرکت مخابرات باشد و دارندگان پروانه Servco میتوانند در مراکز مخابراتی سوئیچ داشته باشند ولی در عمل Servco ها نمی‌توانند از امکانات مخابرات شامل پورت، فضا و پاور استفاده کنند.

تبعیض اپراتور میزبان در ارائه امکانات

طبق گفته برخی فعالان Servco، اپراتور میزبان با همان شرکت مخابرات ایران، در ارائه امکانات تبعیض قائل میشود و حتی شرکتهای Servco نمیتوانند براساس مصوبات کمیسیون امکانات بگیرند. علیرغم درخواست مدیران Servco و دستور رگولاتوری به شرکت مخابرات برای ارائه این امکانات، این موضوع محقق نشده و در زمان گرفتن فضا عنوان میشود که این موضوع جزو امکانات پایه‌ای است. برای ذینفعان این شبهه پیش می‌آید که اگر فضا یا پورت جزو امکانات پایه‌ای است پس چگونه شرکت مخابرات به راحتی فضا را در اختیار شرکت نفت یا گاز قرار میدهد؟ آیا Servco ها حق استفاده از چنین امکانی را ندارند در حالی که اپراتور هستند.

ضرورت بازبینی در اصول پروانه‌های Servco و مشوقها

حدود ۳۰ درصد از ظرفیت اپراتورهای میزبان بایستی در اختیار شرکتهای Servco قرار گیرد اما در واقعیت چنین اتفاقی



بازه زمانی ۵ تا ۷ ساله فرصت دارند دارائیهایشان را بفروشند یا فرکانسشان را واگذار کنند.

رفتار تبعیض آمیز رگولاتوری

هدف رگولاتوری این بود که شرکت‌های Netco را برای فروش و واگذاری شبکه و شرکت‌های Servco را برای طراحی و ارائه سرویس ایجاد کند و در حال حاضر فلسفه وجودی این دو با هم تلاقی کرده است.

کاهش کاربران Servco

برخی شرکت‌های Servco در تعامل با اپراتورهای تلفن همراه با گذشت یکسال و نیم هنوز به نتیجه نرسیدند در حالیکه اپراتورها یا شرکت‌های FCP، قراردادی با رقم‌هایی می‌بندند که اصلاً در اشل Servco ها نمی‌گنجد و این موضوع باعث شده تعداد کاربران Servco کاهش چشمگیری داشته باشد.

افزایش هزینه‌های خدمات با وجود کاهش تعرفه‌ها

هزینه‌های ارائه خدمات به دلیل شرایط اقتصادی کشور، نرخ تورم، نوسانات ارزی و ... مدام در حال افزایش است، در حالیکه Servco ها ناگزیرند هر ساله تعرفه‌هایشان را کاهش دهند. بروز بودن تجهیزات این حوزه الزامی است و بالطبع هزینه‌هایشان افزایش می‌یابد ولی در عین حال اجازه افزایش تعرفه به آنها داده نمی‌شود.

تبعیض برای حضور در مناقصه بین Servco و FCP

یکی از مشکلات اصلی وجود تبعیض بین شرکت‌های FCP و Servco برای حضور در مناقصه‌هاست. Servco ها دارای مجوز ارتباطات ثابت هستند و می‌توانند در مناقصه شرکت کنند اما برخی اعمال نفوذ کرده و اعلام می‌کنند که فقط FCP ها حق شرکت در مناقصه را دارند. بارها تقاضا شده که مناقصات دولت داخل سامانه اعلام شود زیرا بحث ارتباطات ثابت هر دوی FCP ها و Servco ها را شامل می‌شود.

دیگری ارائه می‌دهند اما طبق مقررات موظف‌اند کیفیت خدماتشان را تضمین کنند، به مشترکین SLA ارائه دهند و در صورت بروز مشکل پاسخگو باشند. به این معنا که ناچارند مسئولیت چیزی را بپذیرند که در اختیار و کنترل آنها نیست.

اجبار به حضور در بازار

در غالب پروانه‌های ارائه شده از سوی سازمان، موضوع خروج به درستی پیش‌بینی نشده است و کل موضوع خروج از بازار تحکمی و از نوع تنبیهی است. بر همین اساس اگر کسی به اشتباه وارد بازار شده و حال می‌خواهد خارج شود با شرایط موجود ترجیح می‌دهد باقی بماند که این عدم خروج‌ها و ماندن‌های اجباری در بازار باعث آسیب به اکوسیستم می‌شود.

عدم توجه به مسئله Time to Market

چند سال از صدور پروانه Servco ها گذشته است و این شرکت‌ها به سرعت در حال از دست دادن زمان هستند اما مصوبات مربوط به حوزه فعالیتشان اجرایی نمی‌شود. در مورد تعهدات نیز شرکت‌ها با کندی بررسی مسائل و رفع مشکلات مواجه هستند. رگولاتوری باید به زمان‌بندی فعالیت منطبق با بازار توجه ویژه‌ای داشته باشد.

فقدان شفافیت در تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری‌های

کلان و هدایت افراد به سمت خاصی

یکی از مشکلات اصلی بخش ICT، فقدان شفافیت در تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان از سوی مسئولان است. بطور مثال کانال Servco ایجاد می‌شود، پس از مدتی حلقه آن تنگ می‌شود و این انتظار وجود دارد که همه امکانات آنها به FCP ها منتقل شود بدون اینکه پیامدهای این تصمیمات سنجیده شود تا به هدف حضور ۳ تا ۴ اپراتور در بازار برسند. در حالیکه انتظار این چنین است که در این حوزه شفافیت وجود داشته باشد و دارندگان پروانه بدانند در یک





وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات

**سازمان تنظیم مقررات
و ارتباطات رادیویی**

دفتر روابط عمومی و دبیرخانه کمیسیون