

اقتصادی کردن تولید محتوای داخلی برای دینفغان در زنجیره ارزشی زایش و انتشار محتوای الکترونیکی

۱- تعاریف و اختصارات:

- ۱- سازمان: سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی کشور (Regulator)
- ۲- اپراتور: ارائه‌کننده خدمات تلفن و FCP، Servco دارای پروانه معتبر از سازمان
- ۳- مشتری: هر فرد حقیقی یا حقوقی که می‌تواند از خدمات ارائه‌شده توسط اپراتور استفاده کند.
- ۴- ارائه‌دهنده خدمات^۱: مجموعه تأمین‌کننده خدمات ارائه محتوا
- ۵- صاحب محتوا^۲: مالک و خالق مفهوم درون هر محتوا
- ۶- توسعه‌دهنده محتوا^۳: تولیدکننده محتوای دیجیتالی
- ۷- ارائه‌دهنده محتوا^۴: شرکت و مجموعه نشر و انتشار محتوای دیجیتالی
- ۸- جمع‌کننده محتوا^۵: گردآورنده مجموعه‌ای از محتوا در حوزه یا از نوعی خاص
- ۹- زنجیره محتوا^۶: این زنجیره شامل بندهای ۴ الی ۸ است.
- ۱۰- اپراتور پرداخت^۷: اپراتورهایی که بر اساس پروانه‌هایی که سازمان صادر خواهد کرد واسطه فروش خدمات حوزه محتوا و پهنای باند هستند.
- ۱۱- شبکه^۸: شامل بندهای ۱ و ۲ است.
- ۱۲- سکو^۹: منظور تأمین‌کننده زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری یک خدمت محتوایی است.

۲- نحوه محاسبه درآمد حاصل از اقتصادی کردن تولید محتوای داخلی:

پیرو ابلاغ سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه از سوی مقام معظم رهبری و تحقق اهداف سیاست‌های اقتصاد مقاومتی محوله به این وزارت، با هدف ایجاد انگیزه برای تولیدکنندگان و ناشران محتوا و تسهیل و تضمین انجام پروژه «دو برابر کردن تولید محتوای داخلی با رویکرد کسب‌وکار دیجیتالی با مشارکت حداکثری بخش خصوصی» و مستند به برگزاری جلسات کارشناسی با دست‌اندرکاران^{۱۰} (تعامل با سازمان‌های ذی‌وجود دولتی، بخش خصوصی، اپراتورها، ارائه‌دهندگان محتوا و ...)، پیشنهاد می‌شود توزیع

^۱ Service Provider

^۲ Content Owner

^۳ Content Developer

^۴ Content Provider

^۵ Content Aggregator

^۶ Content Stakeholders

^۷ Payment Operator

^۸ Network

^۹ Platform

^{۱۰} این جلسات با حضور نمایندگان اپراتورها و ارائه‌دهندگان خدمات محتوایی همچنان ادامه دارد و با بررسی بازخوردهای اجرایی، می‌تواند دارای اصلاحیه باشد.

درآمد حاصل از فعالیت‌های صورت‌گرفته درخصوص تولید، توزیع، انتشار محتوا و کسب‌وکارهای پیرامونی حاصل از این فعالیت‌ها میان ارکان اصلی به یکی از شیوه‌های که در پی می‌آید؛ صورت پذیرد:

- روش اول (با احتساب هزینه ترافیک برای کاربر و مشابه شرایط فعلی):

کل درآمد حاصل از فروش محتوا	Payment Operator	*								
	Content Stakeholder + Platform	۹۵٪	Platform	۲۰٪						
			Content Stakeholder	۸۰٪	Service Provider	۳۰٪				
					Content Player	۷۰٪	Content Aggregator	۲۰٪		
			Content Family	۸۰٪			CO	۸۰٪		
							CD	۲۰٪		
CP	۲۰٪									

* در جدول بالا سهم اپراتور دریافت‌کننده هزینه (Payment Operator) به شرح زیر است:

سهم اپراتور دریافت‌کننده هزینه	سقف تراکنش کاربر
۵ درصد + ۲۵۰ ریال	$X < ۵۰۰۰$ ریال
۵ درصد + ۱۲۵ ریال	$۵۰۰۰ < X < ۵۰۰۰۰$ ریال
۵ درصد	$X > ۵۰۰۰۰$ ریال

- روش دوم (با حذف هزینه ترافیک مصرفی کاربر از سوی اپراتور):

کل درآمد حاصل از فروش محتوا (برای اپراتورهای همراه)	Network	۴۰٪	Operator (Mob)	*								
	Content Stakeholder + Platform	۶۰٪	Regulator	*								
			Content Stakeholder	۸۰٪	Platform	۲۰٪						
					Content Player	۷۰٪	Service Provider	۳۰٪				
			Content Family	۸۰٪			Content Aggregator	۲۰٪				
							CO	۸۰٪				
CD	۲۰٪											
CP	۲۰٪											

کل درآمد حاصل از فروش محتوا (برای اپراتورهای ثابت)	Network	۳۰٪	Operator (Fix)	*						
			Regulator							
	Content Stakeholder + Platform	۷۰٪	۸۰٪	Platform	۲۰٪					
				Service Provider	۳۰٪					
				Content Stakeholder	۷۰٪	Content Aggregator	۲۰٪			
				Content Player		Content Family	۸۰٪	CO	۸۰٪	
								CD		
									CP	۲۰٪

* در این جداول سهم رگولاتوری مطابق پروانه صادره دریافت خواهد شد.

۳- نکات کلیدی:

- در روش‌های ارائه‌شده انتظار می‌رود که **بازیگر اصلی هر پله**، به روشی منصفانه (مطابق با الگوی ارائه‌شده) و البته با دارا بودن اختیار و انعطاف، درآمد خود را با سایر اعضای زنجیره پلکان پایین‌تر تسهیم کند و سهم خود را **حداکثر** در سقف اعلامی در ادامه زنجیره ارزشی حفظ نماید. این امر ضمن حفظ انعطاف و اختیار می‌تواند امکان رقابت سالم و در شرایط برابر را برای همه بازیگران ایجاد کند.
- در روش دوم در صورت جمع‌آوری پول (Money Collection) توسط اپراتور، به سهم Network ۵٪ افزوده خواهد شد که به‌طور مستقیم به اپراتور تعلق می‌گیرد. بر این اساس از سهم «Content Stakeholders + Platform» ۵٪ کم خواهد شد.
- سهم درآمدی سودبرها (ذینفعان) از هر نوع درآمدی می‌تواند باشد. (اشتراک، فروش محتوای تکی، خدمات ویژه محتوایی، تبلیغات و ...)
- با همکاری شرکت ارتباطات زیرساخت و سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، با راه‌اندازی مراکز تبادل (IXP) و شبکه یکپارچه توزیع محتوا (CDN) امکان تعرفه ترجیحی برای ترافیک داخلی نسبت به ترافیک بین‌الملل و نیز تعرفه ویژه متناسب با سامانه خدمت‌دهنده ایجاد شده و می‌شود که باید با اطلاع‌رسانی از سوی کاربران بهره‌برداری شود.
- با توجه به راه‌اندازی مراکز تبادل داده (IXP) تهران و شهرستان‌های تبریز، شیراز و مشهد توسط شرکت ارتباطات زیرساخت، بهترین راه برای عملیاتی کردن این سند و توزیع مناسب محتوای کشور، میزبانی در مراکز تبادل داده مذکور یا اتصال به آن‌ها است.
- در راستای حمایت از کسب‌وکارهای نوپا و حفظ بازار رقابتی مناسب‌تر است که هر سودبر، بازیگر یکی از ارکان زنجیره ارزشی محتوا باشد و هیچ‌یک از سودبرها، خود و یا زیرمجموعه‌های وابسته، اقدام به راه‌اندازی شرکت‌هایی برای انجام وظایف سایر سودبرها نکنند.
- شرح جزئیات توصیه‌نامه و برخی از شیوه‌های نوین درآمدزایی زیست‌بوم محتوا در پیوست این ارائه شده است.