

توصیه‌نامه

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

کارگروه راهبری پروژه دوبرابر کردن تولید محتوای داخلی با رویکرد کسب‌وکار
دیجیتالی با مشارکت حداکثری بخش خصوصی

مهرماه ۱۳۹۵

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 Stakeholder + Platform	۹۵٪	Content Stakeholder	۸۰٪	Content Player	۷۰٪	Content Aggregator	۲۰٪	CO	۸۰٪
							Content Family	۸۰٪	CD	
									CP	

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

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

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

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

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 «Stakeholders + Content Platform» ۵٪ کم خواهد شد.
- سهم درآمدی سودبرها (ذینفعان) از هر نوع درآمدی می‌تواند باشد. (اشتراک، فروش محتوای تکی، خدمات ویژه محتوایی، تبلیغات و ...)

نکات کلیدی:

- 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.
- 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.