



وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات
سازمان فناوری اطلاعات ایران

پیشنادهایی برای بهبود فضای

خدمات ارزش افزوده (VAS) و پیامک‌های انبوه

مبتنی بر بستر تلفن همراه

اداره کل توسعه راهبردها و سیاست‌ها

خرداد ماه ۹۸

ITO.GOV.IR

بسم الله الرحمن الرحيم

با توجه به بروز چالش‌ها و نارضایتی‌های اخیر در زمینه سرویس‌های ارزش‌افزوده و پیامک‌های مزاحم و نیز، تأکید و دستور صریح ریاست محترم جمهور و مقام عالی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات بر پیگیری و رفع این مسأله، حسب دستور مقام عالی وزارت، سازمان فناوری اطلاعات در بهمن‌ماه ۹۷ اقدام به برگزاری هم‌اندیشی تخصصی با حضور جمع کثیری از فعالان و متخصصان این حوزه کرد تا ضمن طرح موضوع، به آسیب‌شناسی اکوسیستم سرویس‌های ارزش‌افزوده پرداخته شود.

پس از این نشست نیز، تلاش شد در گفتگوها و نظرخواهی‌های تکمیلی با این فعالان و نیز برخی دیگر از صاحب‌نظران، آسیب‌ها و چالش‌های اساسی این حوزه تدقیق، و سیاست‌ها و راهکارهای متناسب و اجرایی، احصا گردد.

آنچه هم‌اکنون در اختیار شماست، مبتنی بر نظرات بیش از ۵۰ نفر از خبرگان، فعالان و ذینفعان این حوزه تدوین شده و در آن، به بیان مهمترین چالش‌ها و مجموعه‌ای از راهکارهای پیشنهادی پرداخته شده است؛ هم‌اکنون، این مستند با هدف دریافت نظرات سایر خبرگان و فعالان حوزه خدمات ارزش‌افزوده و پیامک‌های انبوه، به صورت عمومی منتشر می‌شود تا سیاست‌ها و راهکارهای حل مسائل این حوزه، در فرآیندی مشارکتی‌تر و بر مبنایی جامع‌تر تدوین شوند. بر این اساس، از همه خبرگان و فعالان این حوزه می‌خواهیم، نظرات و پیشنهادهای تکمیلی و اصلاحی خود را از طریق آدرس ایمیل soleymany@ito.gov.ir با ما در میان بگذارند (و همچنین، از سایر مسیرهایی که در انتهای همین فایل معرفی شده است).

از همه عزیزانی که تاکنون با ارایه نظرات و بیان تجربیات خود، به ما یاری رسانده‌اند و نیز از صاحب‌نظرانی که بعد از این، ما را از کمک‌های خود بهره‌مند خواهند کرد، سپاسگزاریم.

سعید سلیمانی

اداره کل توسعه راهبردها و سیاست‌ها

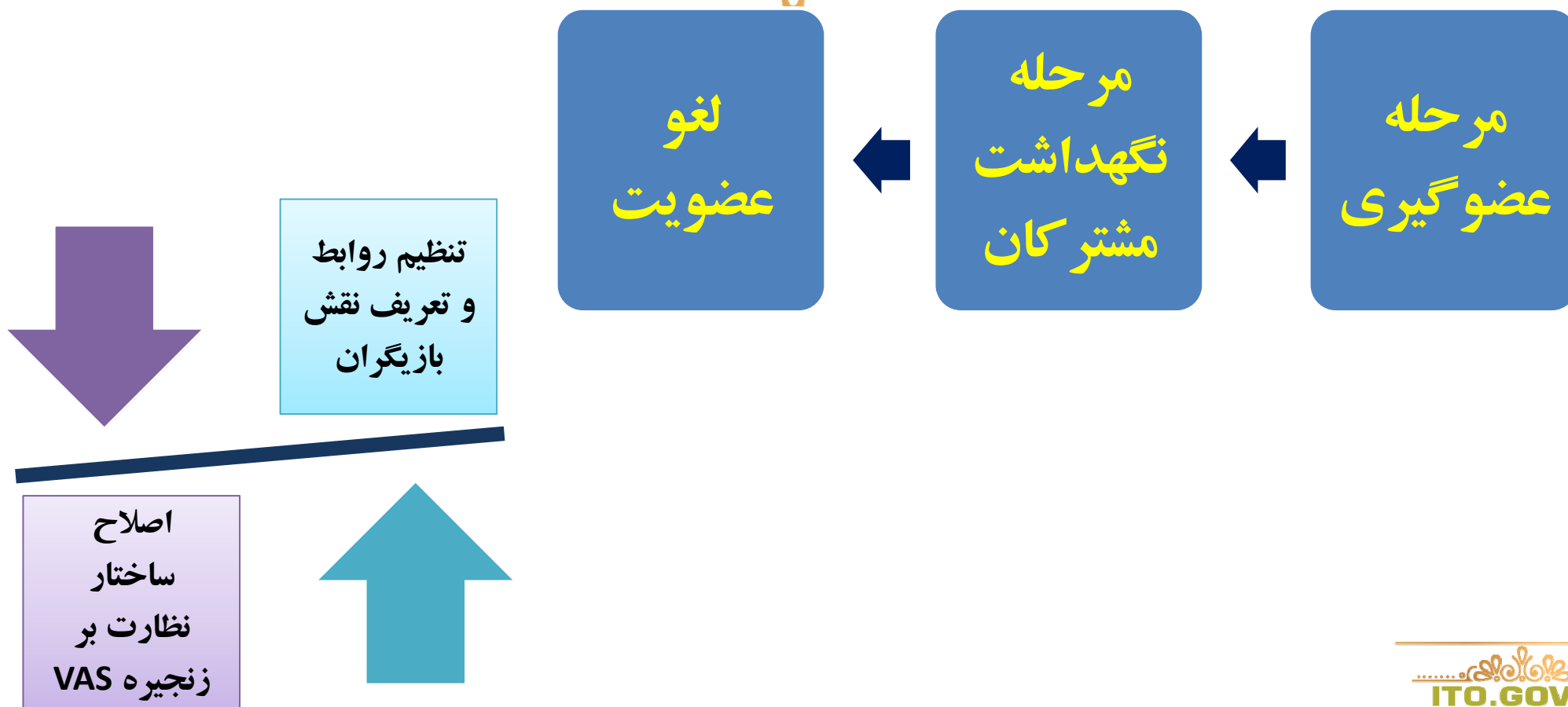
معاونت سیاست‌گذاری و اعتباربخشی فناوری اطلاعات، سازمان فناوری اطلاعات ایران

برخی از مهمترین چالش‌ها



- ناآگاهی بسیاری از کاربران از شرایط و هزینه‌های اشتراک سرویس‌های ارزش افزوده
- ناآشنایی کاربران با روش‌های استعلام هزینه‌ها، وضعیت عضویت در سرویس‌ها و...
- عضویت ناخواسته بسیاری از کاربران در سرویس‌های ارزش افزوده، توسط اپلیکیشن‌های مخرب و بدافزارها
- ابهام در مرجع رسیدگی به شکایات کاربران و فرایند احقاق حق و بازگرداندن هزینه‌های مورد درخواست کاربران
- شفاف نبودن یا نبود اطلاعات در مورد ذینفعان مالی هر سرویس، و نیز، ابهام در روابط بین بازیگران اکوسیستم سرویس‌های ارزش افزوده
- نبود یا ناکارآمدی نظارت‌های فنی و محتوایی بر سرویس‌های ارزش افزوده
- تعدد مراجع ارزیاب و مجوزدهنده به محتوا و تفاوت میان معیارهای ارزیابی آنها
- ارسال پیامک‌های انبوه غیرهدفمند و نامتناسب با ویژگی‌ها و خواسته‌های علایق مشترک
- ارسال پیامک‌های انبوه از شماره‌های شخصی

دسته‌بندی راهکارها



مرحله عضوگیری - ۱

پیشنهاد اجرایی	وضعیت در حال حاضر	راهکار
بر اساس: مواد ۵۲ و ۵۳ قانون تجارت الکترونیکی: تأمین کننده باید به نحوی تبلیغ کند که مصرف کننده به طور دقیق، صریح و روشن اطلاعات مربوط به کالا و خدمات را درک کند در تبلیغات و بازاریابی، باید هویت شخص یا بنگاهی که تبلیغات به نفع اوست، روشن و صریح باشد پیشنهاد می شود مصوبه ۲۷۰ کمیسیون تنظیم مقررات، با اضافه شدن این بند، اصلاح شود: به هنگام تبلیغات، باید هزینه عضویت، هزینه هر بار استفاده از سرویس و مدت زمان عضویت به اطلاع مخاطب برسد.	انجام نمی شود	ارایه اطلاعات کافی و شفاف، به هنگام تبلیغات، شامل: - هزینه روزانه هر سرویس، مدت زمان عضویت در سرویس (که باید محدود باشد) - هویت بهره برداران از درآمدهای سرویس و سهم هر کدام از آنها (به ویژه در مورد موضوعات خیریه)

نکته: با توجه به ورود اپراتورهای موبایل به حوزه دریافت وجه از مشترکان در قالب حمایت از تیم های ورزشی، امور خیریه و...، لازم است حضور و ورود اپراتورهای موبایل به حوزه بانکی و پرداخت، ساماندهی شود و ارایه سرویس هایی که ماهیت money collection دارند قانونمند گردد؛ این امر، نیازمند تعامل بین دو اپراتور حوزه بانکی و حوزه فاوا و یا ایجاد یک نهاد رگولاتوری بین بخشی است.

مرحله عضوگیری - ۲



پیشنهاد اجرایی	وضعیت در حال حاضر	راهکار
تقویت نظارت رگولاتور بر سامانه‌های مورد ادعای اپراتورها (با استفاده از بررسی CDRها و logها و...)	اپراتورهای تلفن همراه مدعی هستند که هر کدام یک سامانه سنترال دارند که مبتنی بر آن، به هنگام عضویت کاربر در یک سرویس، موارد زیر به اطلاع کاربر می‌رسد: - هزینه سرویس - ارسال دو پیامک خوشامدگویی بعد از عضویت (از طرف CP و اپراتور) شامل اطلاعاتی در مورد سرویس و نحوه غیرفعال‌سازی	اخذ مجوز از مشترک برای ارسال هرگونه خدمات ارزش افزوده؛ روی سامانه‌ای با قالب واحد برای همه اپراتورها (طبق مصوبه ۲۷۰)

مرحله عضوگیری - ۳



پیشنهاد اجرایی	وضعیت در حال حاضر	راهکار
ماده ۳ مصوبه ۹۶ کمیسیون تنظیم مقررات: اپراتور موظف است تدابیر لازم را برای جلوگیری از پخش بدافزارها و... فراهم کند. پیشنهاد: تدوین آیین نامه مربوطه، به استناد ماده فوق	در حال حاضر، فقط یکی از اپراتورهای تلفن همراه از چنین بستری استفاده می کند	الزام اپراتورها به ارائه اپلیکیشن های VAS بر بسترهایی مانند اپاستور
الزام به استفاده از CAPTCHA برای تایید عضویت ارسال OTP از طریق flash SMS یا USSD push	عمده ترین تخلفات در زمینه عضوگیری ناخواسته، ناشی از دسترسی اپهای متقلب به SMS کاربران است.	اصلاح فرایند تایید عضویت مبتنی بر OTP

مرحله عضوگیری - ۴



راهکار	وضعیت در حال حاضر	پیشنهاد اجرایی
اعمال محدودیت در مورد تعداد سرویس‌هایی که مشترک در آن واحد عضو است (مثلاً ۵ سرویس) - رفع این محدودیت به درخواست مشترک باشد (مثلاً از طریق USSD)	ادعای یکی از اپراتورها: در حال حاضر، محدودیت عضویت مشترکان در بیش از ۵ سرویس اعمال می‌شود.	تدوین و ابلاغ دستورالعمل مربوطه، از سوی رگولاتور به اپراتورها
غیرفعال شدن عضویت VAS برای همه کاربران (کاربران فعلی و جدید)	در حال حاضر و به صورت پیش‌فرض، عضویت در VAS برای همه کاربران فعال است	- اعلام به همه کاربران از طریق SMS، مبنی بر تمدید عضویت در سرویس‌های فعال در صورت تمایل تا یک هفته و در غیراینصورت، غیرفعال شدن سرویس - افزودن گزینه امکان عضویت در VAS، به سامانه *800#

مرحله عضوگیری - ۵



پیشنهاد اجرایی	وضعیت در حال حاضر	راهکار
تدوین و ابلاغ آیین نامه، به استناد مصوبه جلسه بیستم کمیته مرکزی سازمانهای تبلیغاتی کشور: مقابله با اغوای مردم از طریق قرعه کشی / ممنوعیت دریافت وجه از افراد برای شرکت در قرعه کشی یا تصویب مصوبه جدید در شورای عالی فضای مجازی: - تا دایره شمول و تأثیر آن بر همه نهادهای ذی نفع و ذیربط، از جمله رسانه های تبلیغ کننده گسترش یابد. - این مصوبه، شامل خدمات دیگر، مانند اپلیکیشن های مالی و... هم باشد.	اخیراً در قالب دستورالعمل های جداگانه و توسط مراجع مختلف اعلام و ابلاغ شده است	تدوین قوانین یا مقررات حاکم بر تبلیغات و شیوه های جذب مشترکان (با تمرکز بر صیانت از حقوق مشترکان، حفظ حریم خصوصی و...) - برای پیشگیری از رواج روش های نامتعارف همچون لاتاری، قمار و...

مرحله نگهداشت مشترکان - ۱



پیشنهاد اجرایی	وضعیت در حال حاضر	راهکار
تدوین دستورالعمل از طرف رگولاتور و ابلاغ به اپراتورها؛ شامل: - الزام به اطلاع رسانی در مورد لیست سرویس های مشترک + هزینه روزانه + مدت زمان عضویت + طریقه لغو اشتراک به مشترک، در لحظه عضویت؛ در زمان شارژ مشترک و به صورت دوره ای (ماهانه) نکته: در مورد سرویس های پیامکی، الزاماً شارژ مشترک در صورت دریافت پیامک باشد و نه در ازای ارسال پیامک توسط اپراتور	ادعای اپراتورهای تلفن همراه: بلافاصله بعد از عضویت، دو پیامک برای مشترک ارسال می شود (از طرف سرویس دهنده و اپراتور)، شامل: اطلاعات در مورد سرویس و سرویس دهنده و طریقه لغو اشتراک	اطلاع رسانی فعالانه از سمت اپراتور به مشترک، در لحظه عضویت و نیز، به صورت دوره ای، و نیز هر زمان که مشترک شارژ می شود. این اطلاع رسانی از طریق پیامک و شامل این موارد باشد: لیست سرویس های مشترک + هزینه روزانه + مدت زمان عضویت + طریقه لغو اشتراک و نیز، از طریق طریق اپلیکیشن مخصوص و در سایت اپراتور

مرحله نگهداشت مشترکان - ۲



پیشنهاد اجرایی	وضعیت در حال حاضر	راهکار
اصلاح مصوبه ۲۷۰: بعد از n روز از شروع عضویت، رایه سرویس متوقف شود و تمدید آن، با اجازه و تایید مشترک باشد! n: متناسب با رتبه یا نوع سرویس (این امر، مستلزم توسعه یک ساختار برای دسته‌بندی و رتبه‌بندی سرویس‌ها است)	تمدید به صورت خودکار انجام می‌شود (تداوم شارژ مشترکان، به ویژه در عضویت‌های ناخواسته، به تشدید نارضایتی منجر می‌شود)	اعمال محدودیت در مدت زمان عضویت مشترکان در یک سرویس تمدید اشتراک یک سرویس، صرفاً به درخواست و یا تایید مشترک

لغو عضویت



پیشنهاد اجرایی	وضعیت در حال حاضر	راهکار
- تدوین فرمت یکسان برای غیرفعال سازی سرویس ها از طرف رگولاتور و ابلاغ به اپراتورها - الزام به امکان لغو عضویت از طریق USSD, SMS، اپلیکیشن و وب	- در بسیاری موارد، لغو عضویت کاربران در یک سرویس، به صورت دو مرحله ای و با عبارات چند کاراکتری است: مثل off1	امکان لغو اشتراک توسط کاربر، به صورت تک مرحله ای و با ارسال یک کاراکتر «خشتی نسبت به زبان و نوع کاراکتر»

تنظیم روابط و تعریف نقش بازیگران

پیشنهاد اجرایی	وضعیت در حال حاضر	راهکار
پرداخت خسارت به مشترکان، از طریق دریافت مبلغ از اپراتور توسط رگولاتور، و پرداخت به مشترک توسط رگولاتور ارایه صورت کلی قراردادهای بین اپراتور، اگریگیتور و CP به رگولاتور برای بررسی و اعلام نظر (بدون ورود رگولاتور به جزئیات تجاری)	بنا بر اعلام اپراتورهای تلفن همراه: - پرداخت خسارت به مشترکان، توسط اپراتور و از محل سهم درآمدی اپراتور، اگریگیتور و CP، انجام می شود. - در صورت تخلف CP یا اگریگیتور، توسط اپراتور، جریمه می شود. - از سوی دیگر: - برخی CPها از نحوه برخورد اپراتورها ناراضی هستند! - برخی فعالان معتقدند، شرایط برخی قراردادها بین اپراتور و CP، منجر به انجام تخلفات توسط CP یا بازاریابان دیجیتال برای افزایش عضوگیری می شود!	پرداخت خسارت توسط همه بازیگران و ذینفعان و تسهیم جرایم (مالی و غیرمالی) بین آنها، متناسب با نقش و سهم واقعی آنها

اصلاح ساختار نظارت بر زنجیره VAS-۱

پیشنهاد اجرایی	وضعیت در حال حاضر	راهکار
نظارت این کارگروه، شامل خدمات ارزش افزوده 3G و 4G هم بشود و/یا تشکیل دو یا سه نهاد غیردولتی و غیرانتفاعی به عنوان ناظر در موارد نقض قوانین و مقررات، این نهادها به مرجع ذیصلاح شکایت خواهند کرد.	بر اساس «سیاست‌های ساماندهی خدمات پیامکی ارزش افزوده و پیامک انبوه» مصوب شورای عالی فضای مجازی، ۹۳/۱۲/۲۴ پایش محتوای این خدمات، توسط کار گروهی با مسئولیت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و عضویت دادستانی کل کشور، وزارت فاوا، وزارت اطلاعات، وزارت کشور، وزارت دادگستری، وزارت بهداشت، سازمان تبلیغات اسلامی، نیروی انتظامی و مرکز ملی فضای مجازی، انجام می‌شود. مقرر است که گزارش عملکرد آن هر شش ماه به دبیرخانه شورای عالی فضای مجازی ارائه شود نکته: این مصوبه، محدود به محتوای پیامکی است	نظارت پیوسته بر فعالیت بازیگران این حوزه

اصلاح ساختار نظارت بر زنجیره VAS-۲

پیشنهاد اجرایی	وضعیت در حال حاضر	راهکار
بهبود و تقویت توان و رویکرد رگولاتور برای استفاده از ابزارهای نظارتی در حوزه VAS نظارت رگولاتور بر عملکرد اپراتور از طریق پنل‌های سرویس‌دهی تدوین و ابلاغ دستورالعمل‌های شفاف از سوی رگولاتور به اپراتورها	سامانه ۱۹۵ برای دریافت نظرات و شکایات کاربران فعالیت کند؛ اما این سامانه نشان‌دهنده همه ابعاد عملکرد اپراتور در در زمینه VAS نیست	تعریف شاخص‌های قابل اندازه‌گیری (KPI) برای نظارت و ارزیابی دقیق رگولاتور، در مورد عملکرد اپراتورها؛ به عنوان مثال: - رضایت مشتریان - نرخ تولید شکایت - نرخ پاسخگویی
مجوز فعالیت CPها را رگولاتوری صادر کند؛ اما نظارت بر محتوا همچنان بر عهده وزارت ارشاد باشد.	CP برای سرویس‌های خود از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز دریافت می‌کند، اما خود CP مجوز نمی‌گیرد!	اپراتور صرفاً مجاز به عقد قرارداد با CPهای دارای مجوز از رگولاتور، باشد.

اصلاح ساختار نظارت بر زنجیره VAS-۳



پیشنهاد اجرایی	وضعیت در حال حاضر	راهکار
ارزیابی و رتبه‌بندی اشخاص یا شرکت‌های بازاریاب دیجیتال، توسط یک نهاد تخصصی و مستقل یا فراگیر (مانند نظام صنفی یا...) و الزام CP ها به همکاری با بازاریابان دارای رتبه یا مجوز	بازاریابان دیجیتال، عمدتاً در قالب شرکت‌ها یا گروه‌های کوچک، فعالیت می‌کنند؛ بدون نظارت توسط نهاد بالادستی استفاده برخی از این شرکت‌ها از روش‌های غیرمعارف برای جذب مشتریان به سرویس‌های ارزش افزوده	ساماندهی وضعیت بازاریابان دیجیتال

راهکارهای پیشنهادی در حوزه پیامکهای انبوه

راهنماها



• الزام اپراتورهای تلفن همراه و اپراتورهای ارسال پیامک‌های انبوه به سه الزام اصلی برای ارسال پیامک‌های تبلیغاتی:

○ کسب رضایت مشتریان، به صورت کتبی

○ ارائه اطلاعات شناسایی (فرستنده تبلیغات، در متن یا به صورت هایپرلینک)

○ ارائه مکانیزم لغو اشتراک (unsubscribe) برای مشتریان

• پرداخت مبالغ یا بسته‌های تشویقی به کاربران در ازای اشتراک و دریافت پیامک‌های انبوه

• تدوین پیش‌زمینه‌های قانونی و حقوقی برای بخش‌بندی (Segmentation) مشترکین بر اساس معیارهای مختلف (از قبیل جنسیت،

شغل، تخصص، علایق، موقعیت مکانی، ملیت، قومیت و...) جهت ارائه خدمات هدفمند و متناسب با نیاز مشترکان فراهم شود

• اعمال محدودیت در ارسال پیامک روزانه:

○ برای تعداد پیامک‌های ارسالی از یک شماره، سقف مشخص شود.

○ ارسال پیامک‌های در تعداد بالاتر از سقف، با تعرفه بیشتری محاسبه شود.

از راه‌های زیر، پذیرای نظرها و پیشنهادهای همه فعالان، خبرگان
و صاحب‌نظران هستیم:

- ایمیل **soleymany@ito.gov.ir**
- تلفن ثابت ۸۸۱۱۵۹۵۰
- شناسه **@soleymany** در توییتر