



داوود هادی فر

رقابت شرکتهای اینترنتی: رقابت در دایره بسته

طی یک سال اخیر هر ماه از سوی مرکز توسعه و مدیریت اینترنت کشور شرکتهای پرترازیه دهنده سرویس اینترنت پرسرعت اعلام می‌شود تا کاربران بتوانند با آگاهی بیشتر دست به انتخاب اپراتور آرایه دهنده سرویس مورد نظر خود بزنند و از این طریق فضای رقابتی بازار تقویت گردد.

نکته حائز اهمیت در این میان این است که اگرچه براساس نظرسنجی انجام شده در این سایت (متما) موضوع سرعت یکی از مهمترین اولویتهای انتخاب یک سرویس دهنده اینترنتی است اما پارامترهای دیگری همچون قیمت نیز از اهمیت بالایی برخوردار است که به دلیل روش خاص قیمت‌گذاری سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی (بعنوان تعیین کننده سقف تعرفه‌ها) علناً رقابت قیمتی میان آرایه‌دهندگان سرویس‌ها بسیار محدود شده است. البته شرکتهای در اینجا بیکار ننشسته و برای نشان دادن تمایز قیمتی به انواع روش‌های آرایه تخفیف متوسل شده‌اند.

از جمله این روش‌ها می‌توان به اعمال تخفیف برای خرید بلندمدت، تخفیف مصرف شبانه و غیره اشاره کرد. اما یکی از مهمترین روش‌هایی که شرکتهای اینترنتی برای نشان دادن وجه تمایز خویش به آن متوسل می‌شوند، تنوع سرویس‌هایی است که به مشتریان عرضه می‌دارند به نحوی که یک کاربر معمولی بعضاً توان ایجاد تمایز به انواع گسترده این سرویس‌ها را ندارد.

این در حالی است که اپراتورهای آرایه‌دهنده سرویس اینترنت پرسرعت در بسیاری از کشورها از چنین تنوع سرویسی برخوردار نیستند و بیشتر بر روی فروش بسته‌های سرویس‌ها با سایر خدمات همچون VOIP و TV اقدام می‌نمایند. این در حالی است که برخی از شرکتهای در لیست سرویس‌های خود تا ۵۰ سرویس را معرفی نموده‌اند که در نهایت همه سرویس‌ها براساس جدول تعرفه اعلام شده از سوی سازمان تنظیم مقررات به ۶ سرویس پایه قابل تقلیل خواهد بود. البته نویسنده منکر تنوع بخشی به سرویس‌ها نمی‌باشد، منتهی نه از راهی که برای کاربر معمولی در نهایت تفاوتی نداشته باشد، بلکه می‌توان از طریق تعیین کف برای تعرفه، امکان اعمال ضد رقابتی در بازار را محدود و در عوض سقف تعرفه‌ها را در اختیار شرکتهای گذاشت. مطمئناً فضای به شدت رقابتی موجود در بازار اینترنت پرسرعت اجازه نخواهد داد تا شرکتهای از این موقعیت سوء استفاده نمایند.

بازگذاشتن سقف قیمت‌ها برای شرکتهای آرایه دهنده سرویس در این چنین فضای رقابتی در کشور مسلماً منافع بیشتری نصیب کاربر کند تا شیوه کنونی که باعث شده است شرکتهای با انواع روش‌ها یک سرویس را به چندین شکل به فروش برسانند. البته در اینجا به طور همزمان لازم است تا سازمان تنظیم مقررات امکان جابجایی سریع کاربران را بین اپراتورها، از طریق مقررات‌گذاری فراهم نماید تا کاربران بتوانند اپراتوری را جایگزین اپراتور دیگر نمایند و با پدیده Lock-In مواجه نشوند.

منظور آن است که یک کاربر به دلیل وابستگی به سرویس اینترنت نمی‌تواند تا چندین روز بدون سرویس باقی بماند و این موضوع آنقدر برای وی مهم می‌باشد که نمی‌تواند تاخیر یک هفته‌ای قطع از یک اپراتور و وصل شدن به اپراتور دیگر را تحمل نماید و از این رو با هر قیمتی و کیفیت سرویسی باز با اپراتور فعلی خود می‌سازد.