



سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

بررسی مقررات و الزامات حاکم بر OTT ها در جهان



معاونت راهبردی و توسعه بازار

دفتر سازمان های تخصصی بین المللی

زمستان ۱۳۹۸

فهرست

۳.....	مقدمه
۳.....	چالش‌های ناشی از خدمات OTT
۴.....	تأثیرات OTTها بر درآمدزایی اپراتورها
۶.....	رویکرد رگولاتوری‌ها در برابر OTTها
۷.....	مقررات‌گذاری OTTها از منظر گزارش چشم‌انداز مقررات‌گذاری جهانی ICT
۹.....	مقررات‌گذاری OTTها از دیدگاه سازمان ارتباطات کشورهای مشترک‌المنافع (CTO)
۱۱.....	مقررات‌گذاری OTT در کشورهای منتخب
۱۲.....	جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

مقدمه

با ظهور ارتباطات (OTT) Over-The-Top نظیر اسکایپ، واتساپ، اینستاگرام و ... اپراتورهای موبایل دچار چالش‌های فراوانی در زمینه مدل تجاری خود شده‌اند. ارتباطات OTT به طور مستقیم با خدمات تماس صوتی و پیامک اپراتورها رقابت می‌کند و هم‌اکنون بخشی جدانشدنی از زندگی روزمره کاربران در سراسر جهان محسوب می‌شود. همچنین OTTها بخشی از حرکت جهان به سوی اقتصاد مبتنی بر اپلیکیشن (یا به اختصار اقتصاد آپ^۱) به شمار می‌آیند. اقتصاد آپ به صورت زیر تعریف می‌شود:

اقتصاد آپ به مجموعه همه فعالیت‌ها، محصولات و خدمات اقتصادی اطلاق می‌شود که برای ارائه کارکردهای اپلیکیشن به کاربران نهایی از طریق سرویس موبایل پهن‌بند لازم است.

اقتصاد آپ را می‌توان به دو دسته کلی "OTT" و دسته‌ی "بیت‌ها و اتم‌ها"^۲ دسته‌بندی کرد. دسته اول برنامه‌هایی است که به طور کامل یا به طور غالب بر روی شبکه موجودیت یافته‌اند، از جمله برنامه‌های پیام‌رسان مثل تلگرام و فیس‌بوک و هر برنامه‌ای که محتوا و اطلاعات را بین کاربران جابجا نماید. از سوی دیگر، بیت‌ها و اتم‌ها برنامه‌هایی هستند که از شبکه‌ی ارتباطی برای ارائه یک خدمت در جهان واقعی استفاده می‌کنند. در کشور ما اسنپ و تپ‌سی دو نمونه از این برنامه‌ها هستند. هر دو دسته‌ی فوق چالش‌های خاص خود را دارند، که در این گزارش دسته‌ی اول یعنی خدمات OTT مورد بررسی قرار گرفته است و چندین جنبه از چالش‌ها و الزامات حاکم بر مقررات‌گذاری آن مطرح شده است. دسته‌ی بیت‌ها و اتم‌ها نیز به علت تاثیرگذاری مستقیم بر سایر بازارها، نیازمند توجه جدی از سوی مقررات‌گذاران حوزه مالی و بازار بوده و ابعاد آن فراتر از صنعت ارتباطات و فناوری اطلاعات است.

چالش‌های ناشی از خدمات OTT

از جمله چالش‌های ناشی از پدید آمدن خدمات OTT که گزارش اتحادیه جهانی ارتباطات (ITU) با عنوان "چالش‌ها و فرصت‌های مقررات‌گذاری در اکوسیستم جدید ICT"^۳ بدان پرداخته است، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- کاهش حاشیه سود و تضعیف قدرت بازار^۴ اپراتورها و متعاقباً سرمایه‌گذاری کمتر در توسعه و نوآوری
- افزایش قدرت بازار ارائه‌دهندگان خدمات آنلاین
- ازدحام در زیرساخت و سایر تجهیزات موجود

^۱ App Economy

^۲ Bits and Atoms

^۳ Regulatory challenges and opportunities in the new ICT ecosystem

^۴ Market Power

- رفتار نابرابر رگولاتوری‌ها در قبال بازیگران مختلف بازار، از جمله در مسئله مالیات‌گذاری
- نقض حریم شخصی و حاکمیت کاربران بر داده‌ها
- چالش مجوزدهی به خدمات آنلاین و نحوه اعمال مجوزها

مقررات‌گذاران ارتباطات و فناوری اطلاعات در سراسر جهان، همواره مفهوم رضایت بلندمدت کاربران را به عنوان یک اصل مدنظر قرار داده‌اند. یک رویکرد مبتنی بر رضایت بلندمدت، علاوه بر این که به مقرون‌به‌صرفه بودن خدمات توجه دارد، امکان سرمایه‌گذاری در توسعه و نوآوری از سوی اپراتورها را نیز در نظر می‌گیرد. به بیان دیگر، اگر چه قیمت‌های پایین در کوتاه‌مدت به نفع مصرف‌کننده است، اما در درازمدت منجر به کاهش رضایت کاربران ناشی از افت کیفیت سرویس و برآورده نشدن انتظارات جدید خواهد شد. در این میان ظهور OTTها نیز منجر به کاهش حاشیه سود و تضعیف قدرت بازار اپراتورها شده است، که سرمایه‌گذاری کمتر اپراتورها در توسعه و نوآوری را در پی خواهد داشت و لذا یک چالش محسوب می‌شود.

همچنین سرمایه‌گذاری گسترده OTTها در زیرساخت اینترنت، از جمله احداث مراکز داده و کابل‌های فیبرنوری زیردریایی، قدرت بازار^۱ این گروه را افزایش داده و لذا معادلات جدیدی در اقتصاد حوزه ارتباطات شکل گرفته است. این چالش‌ها، نهادهای رگولاتوری را در سراسر جهان به چاره‌اندیشی و اتخاذ تدابیر مناسب وا داشته است.

در گزارش فوق‌الذکر، دو راهکار اصلی برای مواجهه با چالش‌های ناشی از گسترش OTTها پیشنهاد شده است:

- مشارکت و همفکری بین رگولاتوری ارتباطات و سایر نهادهای ذیربط در حاکمیت از جمله رگولاتوری اقتصادی
- تاسیس نهادهایی در جهت فراگیری اجتماعی و توانمندسازی اقشار مختلف جامعه

تاثیرات OTTها بر درآمدزایی اپراتورها

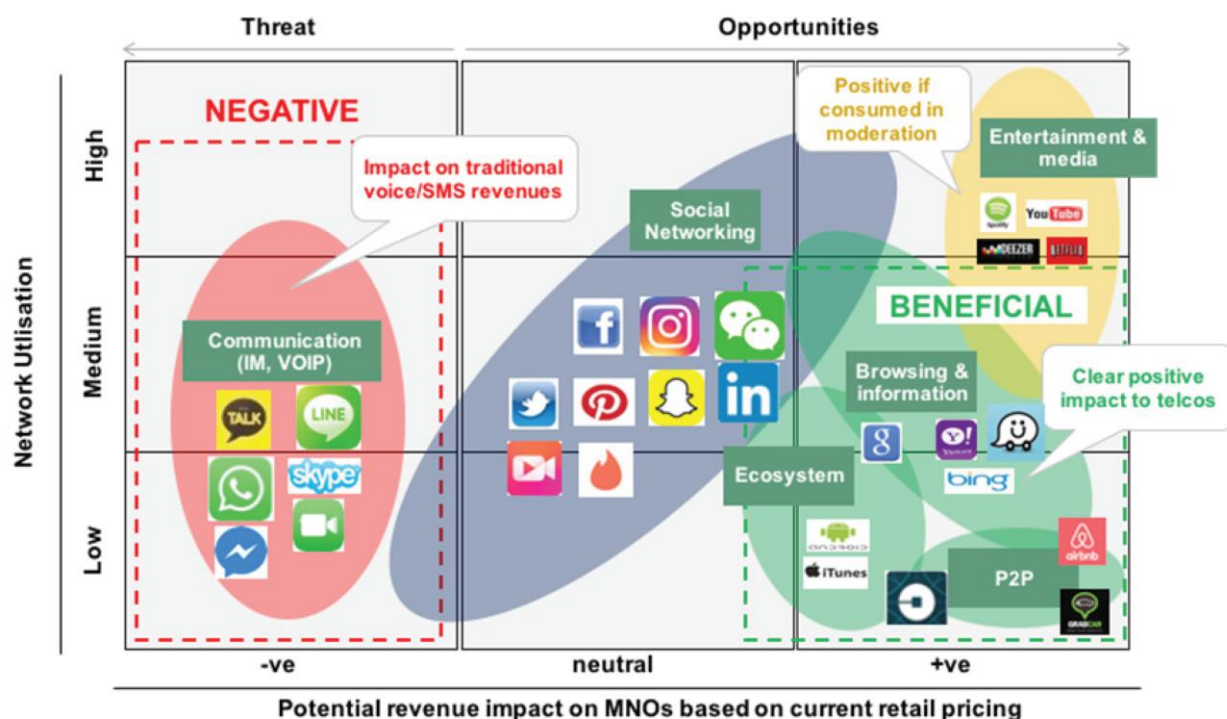
موضوع مهمی که در ارتباط با OTTها مطرح می‌شود این است که آیا OTTها جایگزین خدمات اپراتورها هستند یا مکمل آنها؟ فهم صحیح این موضوع به ترسیم خط‌مشی رگولاتوری در برابر OTTها کمک می‌نماید.

شکل ۱ پاسخ به سوال فوق را روشن می‌نماید. در این شکل، محور افقی نشان‌گر افزایش بالقوه‌ی درآمد اپراتورهای ثابت و همراه ناشی از هر سرویس است. این افزایش درآمد در پی افزایش تعداد کاربران گوشی‌های هوشمند و یا افزایش مصرف داده اینترنتی توسط کاربران فعلی پدید می‌آید. محور عمودی در شکل نیز تاثیر هر سرویس بر زیرساخت اپراتور است. در این شکل شش دسته کلی به شرح ذیل وجود دارد:

- خدمات ارتباطی (اسکایپ، ایمو، واتس‌آپ و ...) با تاثیر درآمدی کم و تاثیرات متفاوت بر روی زیرساخت، که تهدیدی برای اپراتورها قلمداد می‌شوند. (چرا که جایگزین خدمات SMS و تماس صوتی اپراتورها هستند).

^۱ Market Power

- شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک، اینستاگرام، لینکدین و ...) که از هر دو جنبه نسبتاً خنثی محسوب می‌شوند.
- اکوسیستم بازار موبایل (بازارهای اندروید و اپل) که تاثیر کمی بر زیرساخت داشته ولی موجب افزایش درآمد اپراتورها می‌شوند.
- سرگرمی و رسانه (یوتیوب و نت‌فلکس): ضمن تاثیر گذاری بالا در هر دو محور، منفعت‌زا محسوب می‌شوند.
- موتورهای جستجو و کسب اطلاعات: با تاثیر کم بر روی زیرساخت و درآمد بالا، فوق‌العاده منفعت‌زا هستند.
- شبکه‌های نظیر به نظیر^۱ (P2P): همانند مورد قبلی است.



شکل ۱ - تاثیرات خدمات OTT بر درآمد و زیرساخت اپراتورها (منبع: گزارش چالش‌های رگولاتوری ITU)

با توجه به آن چه ذکر شد، تاثیرات OTT‌های ارائه‌دهنده‌ی خدمات ارتباطی بر درآمدزایی اپراتورهای موبایل منفی است و لذا رگولاتوری‌ها باید اقدامات مناسبی انجام دهند تا تاثیرات منفی به حداقل برسد.

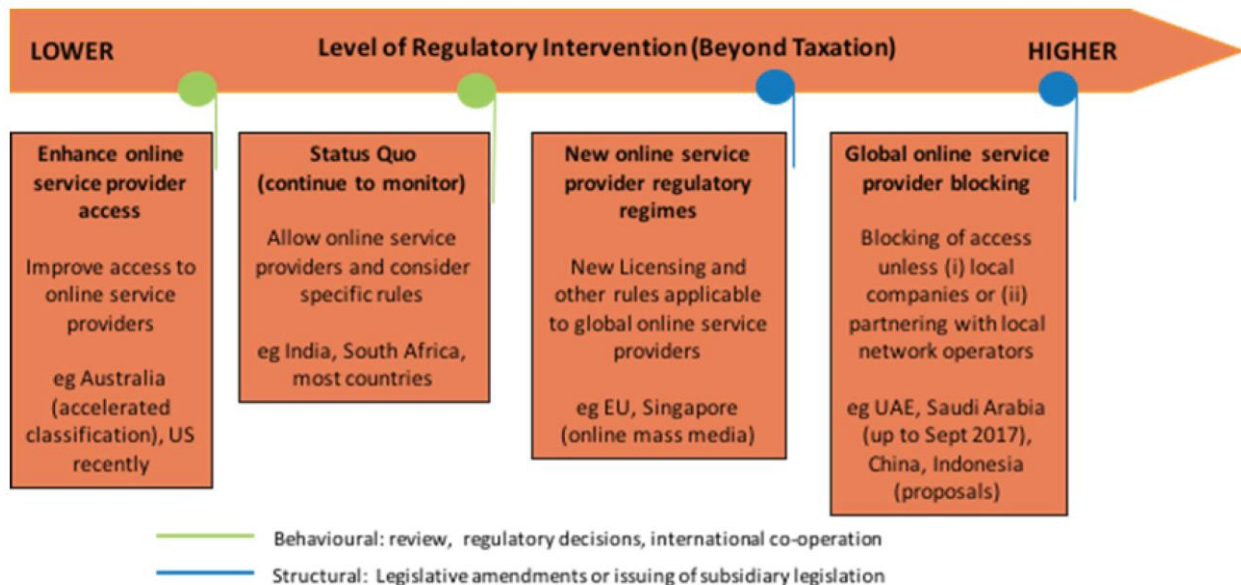
^۱ شبکه‌های نظیر به نظیر یا هم‌تا به هم‌تا، یکی از انواع ساختاری شبکه‌های رایانه‌ای است. ساختار این شبکه به این صورت است که همه دستگاه‌ها (گره‌ها) به هم متصل هستند، در این شبکه هیچ نوع سرور مرکزی وجود ندارد و همه گره‌ها هم‌زمان هم فرستنده و هم گیرنده هستند، دستگاه‌ها هم می‌توانند منابع را به اشتراک بگذارند و هم از منابع دیگران استفاده کنند.

رویکرد رگولاتوری‌ها در برابر OTT‌ها

نحوه مواجهه رگولاتوری‌ها با فعالیت OTT‌ها شامل طیف متنوعی از اقدامات می‌شود (شکل ۲). در ابتدای طیف، که کم‌ترین دخالت رگولاتوری را شامل می‌شود، این نهاد حتی می‌تواند دسترسی به خدمات OTT را بهبود بخشد و به نوعی نقش تسهیل‌گر ایفا نماید. برای مثال در استرالیا و ایالات متحده آمریکا این رویکرد اتخاذ شده است. اقدام قابل انجام دیگر، نظارت بر خدمات، ضمن حفظ وضعیت موجود (Status Quo) است. هند، کره جنوبی و بسیاری از کشورهای دیگر این رویکرد را دنبال می‌کنند.

ایجاد یک سازوکار جدید رگولاتوری نیز یک اقدام قابل انجام است. این سازوکار را کشورهای اتحادیه اروپا (از جمله با وضع قوانین^۱ GDPR) و سنگاپور در پیش گرفته‌اند. آخرین و سخت‌گیرانه‌ترین راهکار، ممنوعیت فعالیت خدمات آنلاین جهانی است، یعنی ممانعت از خدمات‌دهی یک شرکت OTT، مگر این که یک شرکت محلی باشد یا یک شرکت خارجی باشد که با یک اپراتور شبکه محلی شراکت دارد. این رویکرد را کشورهای مثل امارات متحده عربی، عربستان (تا قبل از پایان سال ۲۰۱۷)، چین و اندونزی اتخاذ نموده‌اند.

Continuum of possible regulatory responses on online service issues



شکل ۲ – اقدامات قابل انجام توسط رگولاتوری‌ها در مواجهه با OTT‌ها (منبع: گزارش چالش‌های رگولاتوری ITU)

^۱ مقررات عمومی حفاظت از داده اتحادیه اروپا (The General Data Protection Regulation (GDPR) (EU) 2016/679) مقرراتی است که در مورد حفاظت از داده همه اشخاص و خروج داده در اتحادیه اروپا و منطقه اقتصادی اروپا وضع شده‌است.

بر اساس گزارش ITU، منافع مصرف‌کنندگان از خدمات آنلاین چشم‌گیر است، لذا حتی اگر رگولاتوری‌ها اقدامات ساختاری در مواجهه با خدمات OTT انجام دهند (دو گزینه سمت راست در شکل ۲)، تاریخ نشان داده است که محدودیت‌های وضع‌شده برای فناوری‌های جدید به دشواری حفظ می‌شود و نمی‌تواند در دراز مدت دوام بیاورد.

در نهایت عنوان شده است که نظارت مستمر بر خدمات، ضمن ایجاد سازوکارهای مقرراتی به منظور کنترل بر ارائه‌دهندگان خدمات آنلاین یک رویکرد معقولانه محسوب می‌شود. سازوکارهای مقرراتی وضع‌شده می‌تواند مشارکت بین خدمات‌دهندگان آنلاین و اپراتورها را تسهیل نماید.

مقررات گذاری OTTها از منظر گزارش چشم‌انداز مقررات گذاری جهانی ICT

بر اساس گزارش "چشم‌انداز مقررات گذاری جهانی ICT"^۱ که در سال ۲۰۱۸ توسط ITU منتشر شده است، پلت‌فرم‌های دیجیتال^۲ مسائل جدیدی را از منظر رگولاتوری پدید آورده‌اند، از جمله رقابت، صیانت از حقوق مشتری و دسترسی جهانی. تاکنون پلت‌فرم‌های دیجیتال عمدتاً از حوزه رگولاتوری خارج بوده‌اند، اما اخیراً جنبه‌های مختلفی همچون امنیت، حریم شخصی و خدمات با نرخ صفر^۳ مورد توجه مقررات‌گذاران قرار گرفته است. اگر چه خودمقررات‌گذاری^۴ یک شیوه مورد نیاز در این حوزه است، اما گاهی اثرگذاری لازم را ندارد (به خصوص در پلت‌فرم‌های بزرگ). یک نسخه تکامل‌یافته از مقررات گذاری موسوم به مقررات‌گذاری خاموش^۵ نیز مطرح شده است که در آن رگولاتوری تنها زمانی وارد عمل می‌شود که وضعیت از حد قابل تحمل فراتر رفته باشد. این رویکرد می‌تواند از رگولاتوری همیشه فعال که تاکنون مرسوم بوده در زمینه پلت‌فرم‌های دیجیتال مؤثرتر عمل نماید. برای مثال، نظارت بر محتوا به خود پلت‌فرم سپرده می‌شود، مگر زمانی که مورد خاصی نیاز به بررسی رگولاتوری داشته باشد.

نحوه مواجهه رگولاتوری‌های مناطق مختلف جهان با پلت‌فرم‌های دیجیتال در شکل ۳ مشاهده می‌شود. در ۳۹ کشور، رگولاتوری موظف به وضع مقررات گردیده است. در این کشورها وضع مقررات عمدتاً در حوزه شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های

^۱ Global ICT Regulatory Outlook 2018

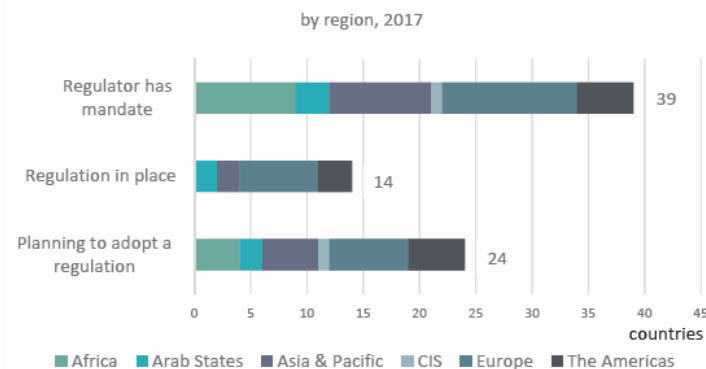
^۲ در این گزارش، مبحث OTTها ذیل عنوان کلی پلت‌فرم‌های دیجیتال قرار می‌گیرد.

^۳ منظور خدماتی است که مشترک بابت استفاده از آنها هزینه پهنای باند نمی‌پردازد. برای مثال، یک سرویس تماشای محتوای چندرسانه‌ای که دریافت محتوا از آن موجب کاهش حجم بسته‌ی اینترنتی نمی‌گردد. این شیوه خدمات‌دهی معمولاً در پی عقد قرارداد بین اپراتور و سرویس خدمات آنلاین ارائه می‌شود.

^۴ خودمقررات‌گذاری (self-regulation) در یک حوزه، شیوه‌ای است که اعضاء یا فعالان آن حوزه، با در نظر گرفتن موارد قانونی، اخلاقی، ایمنی و استانداردهای موجود، خود بر فعالیت‌هایشان نظارت می‌کنند و نهادی که متولی قانونی در اینگونه فعالیت‌ها باشد، وجود ندارد. خودمقررات‌گذاری در شرایط عدم وجود راهنما یا دستورالعمل عمومی اتخاذ می‌شود. ممکن است تطبیق و رعایت موارد در نظر گرفته شده در خودمقررات‌گذاری، آسان‌تر باشد اما خودمقررات‌گذاری می‌تواند با کاستی و ناکاملی همراه باشد و همچنین موجب بروز تداخل و تناقض در یک حوزه شود. یک مورد شایع و فاقد مقررات کافی در حوزه‌ی ICT، مقررات برای اینترنت و محتوای اینترنت است، و بسیاری از فعالان اینترنتی بر اساس خودمقررات‌گذاری عمل می‌کنند.

^۵ Muted

توزیع محتوا (CDN) انجام شده است. در ۱۴ کشور مقررات‌گذاری در حال انجام است و در ۲۴ کشور برنامه‌ریزی برای وضع مقررات در آینده انجام شده است. نمونه‌هایی از مقررات‌گذاری کشورهای منتخب در ادامه گزارش بیان خواهد شد.



شکل ۳ - وضعیت رگولاتوری پلت‌فرم‌های دیجیتال در مناطق مختلف جهان

از لحاظ نوع قوانینی که در ارتباط با مسائل مختلف مربوط به پلت‌فرم‌های دیجیتال وضع می‌شود اتفاق نظری وجود ندارد. برای مثال، تا سال ۲۰۱۷ محتوای اینترنت در حدود ۶۰ درصد کشورها هیچ مقرراتی نداشته است، حال آن که این رقم برای محتوای پخش همگانی ۶ درصد بوده است. در واقع این که مسئولیت رگولاتوری محتوای اینترنت با چه سازمانی باشد و چه نوع محتوایی باید ممنوع گردد، هم‌چنان مورد بحث است.

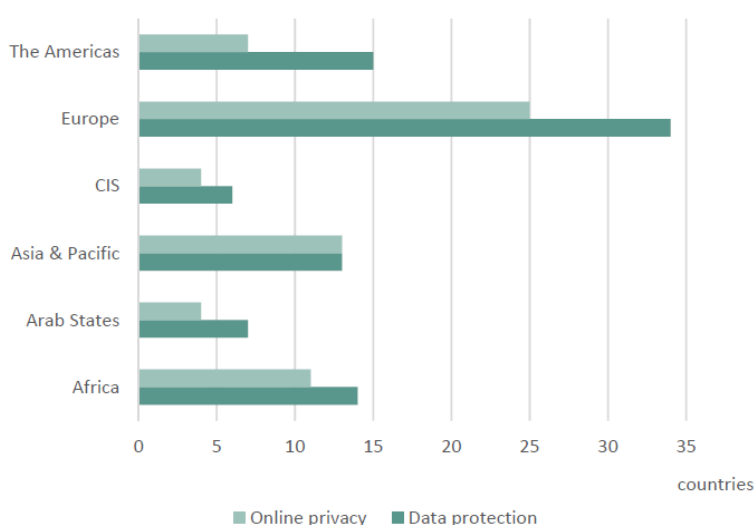
بی‌طرف بودن شبکه نیز همواره یک موضوع داغ در مجامع قانونی بوده است. مدافعان بی‌طرفی شبکه از حق دسترسی برابر همگان به خدمات اینترنتی دفاع می‌کنند، حال آن که مخالفان این مفهوم، کند شدن روند توسعه و سرمایه‌گذاری را مطرح می‌کنند. تا سال ۲۰۱۷، کمتر از ۳۰ درصد کشورها قوانین یا مقرراتی در این زمینه تصویب کرده‌اند.

موضوع خدمات با نرخ صفر نیز از موضوعات مهم مربوط به پلت‌فرم‌های دیجیتال است. در این خدمات مشترک بابت دسترسی به یک پلت‌فرم خاص هزینه پهنای باند نمی‌پردازد. مطالعاتی که در این زمینه انجام شده، نشان می‌دهد ریسک ایجاد فضای غیررقابتی در این رویکرد وجود دارد. البته خدمات دولتی با نرخ صفر مطرح شده است که می‌تواند خدمات دولت را به همه اقشار گسترش دهد.

در حال حاضر، حفاظت از داده‌های کاربران به دلایلی از جمله انتشار اطلاعات توسط خود کاربران، ظهور سرویس‌های جدید با استفاده‌های جدید از داده (برای مثال تحلیل خریدهای کاربران در فروشگاه‌های اینترنتی)، ابهام در مالکیت داده و منابع مختلف تولید داده، بسیار دشوار شده است. در شکل ۴ وضعیت رگولاتوری‌ها در زمینه حفظ حریم شخصی آنلاین (سبز کم‌رنگ) و حفاظت داده (سبز پررنگ) قابل مشاهده است. به طور کلی در سال ۲۰۱۷، ۱۰۹ کشور مقرراتی در این زمینه داشته‌اند. این رقم در سال ۲۰۱۵ تعداد ۸۳ کشور بوده است که مشخصاً یک روند افزایشی را نشان می‌دهد. البته نحوه مواجهه

با این موضوع از لحاظ چشم‌انداز بین کشورها متفاوت است. برخی کشورها حفاظت از داده را بخشی از صیانت از حقوق مشتری دیده‌اند، و برخی دیگر ایجاد فضای رقابتی را هدف ایجاد قوانین دانسته‌اند.

موضوع مورد بحث دیگر در فضای مقررات‌گذاری ICT، وضع مالیات برای خدمات دیجیتال است. دو رویکرد متضاد در این زمینه دیده می‌شود. یک رویکرد حمایت از مالیات بر کسب و کارهای دیجیتال با هدف افزایش درآمد دولت است و رویکرد دیگر مخالف مالیات با هدف حمایت از مصرف‌کنندگان، صاحبان کسب و کار و رشد اقتصادی است. انواع مختلفی از مالیات نیز پدید آمده که بر پیچیدگی مسأله افزوده است، از جمله: مالیات بر ارزش افزوده، مالیات بر فروش، مالیات بر سود، مالیات بر دارایی‌ها، مالیات بر طیف فرکانسی، مالیات بر واردات، مالیات بر محتوا و انواع مالیات مختص به یک حوزه. تا سال ۲۰۱۷ پرکاربردترین مالیات از نوع ارزش افزوده بوده (۱۱۹ کشور) و پس از آن مالیات بر فروش (۱۰۶ کشور) بوده است.



شکل ۴ - تعداد کشورهای دارای مقررات در زمینه حفظ حریم شخصی آنلاین و حفاظت داده

مقررات‌گذاری OTTها از دیدگاه سازمان ارتباطات کشورهای مشترک‌المنافع (CTO)

سازمان ارتباطات کشورهای مشترک‌المنافع^۱ (CTO) یک مطالعه مبتنی بر افکارسنجی در خصوص فرصت‌ها و چالش‌های OTTها و نیاز به مقررات‌گذاری آنها انجام داده است. نتیجه این مطالعه بیان‌گر آن است که اختلاف نظر فاحشی بین گروه‌های ذیل که مورد مطالعه قرار گرفته‌اند، وجود دارد:

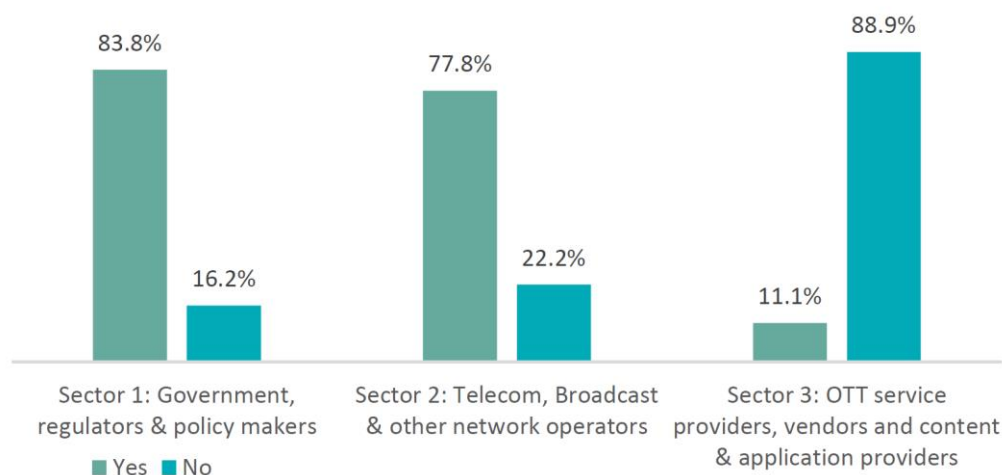
- حاکمیت‌ها، رگولاتوری‌ها و مقررات‌گذاران
- ISPها، شرکت‌های حوزه تلکام، پخش همگانی و اپراتورهای شبکه

^۱ Commonwealth Telecommunications Organisation

- فراهم‌آوردگان و سازندگان خدمات OTT و تولیدکنندگان محتوا و اپلیکیشن برای این خدمات
- مصرف‌کنندگان، جوامع مدنی و گروه‌های حمایتی

نتایج یافته‌های مطالعه در ادامه ذکر خواهد شد.

نخست این که تمامی گروه‌های فوق‌الذکر بجز فراهم‌آوردگان و سازندگان خدمات OTT شدیداً بر این باور هستند که چارچوب مقررات‌گذاری فعلی برای OTT‌ها مناسب نیست و باید چارچوب جدیدی اتخاذ شود (شکل ۵).



شکل ۵ - پاسخگویی گروه‌های مختلف به سوال "آیا یک چارچوب جدید مقرراتی برای خدمات OTT مورد نیاز است؟"

همچنین، اکثر رگولاتوری‌ها بر این باور هستند که چارچوب مقرراتی باید بر روی خدمات بین‌المللی و نیز محلی اعمال شود. مسئله دیگر این که ۱۰۰ درصد ISP‌ها، شرکت‌های حوزه تلکام، پخش همگانی و اپراتورهای شبکه اعتقاد دارند که فراهم‌آوردگان خدمات OTT باید به نگهداری^۱ شبکه کمک نمایند. ۶۵ درصد مقررات‌گذاران و ۱۱ درصد شرکت‌های OTT با این عقیده موافق هستند.

۱۰۰ درصد فراهم‌آوردگان خدمات OTT مخالف الزامی شدن کمک این شرکت‌ها به بودجه خدمات جهانی^۲ (USF) هستند. در حالی که اکثریت جامع رگولاتوری‌ها و حدوداً ۶۷ درصد اپراتورها با چنین الزامی موافق هستند.

در خصوص کیفیت سرویس (QoS) برای OTT‌ها، بی‌طرفی شبکه و مستقل بودن خدمات سستی اپراتورها از خدمات OTT نیز اختلاف نظر وجود دارد، و در نهایت این تحلیل در گزارش مطرح شده است که رگولاتوری‌ها و مصرف‌کنندگان نیاز به

^۱ Upkeep

^۲ Universal Service Fund

یک چارچوب مقرراتی جدید را به خصوص در جهت حفظ حقوق ISPها، شرکت‌های حوزه تلکام، پخش همگانی و اپراتورهای شبکه درک نموده‌اند.

مقررات‌گذاری OTT در کشورهای منتخب

در استرالیا، کمیسیون رقابت و مصرف‌کننده (ACCC) یک پرسشنامه به منظور بررسی این که آیا پلت‌فرم‌های دیجیتال از قدرت بازار خود به شکل مخربی در عقد قرارداد با مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان محتوا و تبلیغات‌کنندگان بهره می‌برند یا خیر، تنظیم نموده است. ACCC روندهای درازمدت را بررسی می‌کند تا اثر تغییرات فناورانه بر بازار رسانه و تبلیغات مشخص شود.

اتحادیه اروپا، سیاست هماهنگی را در قبال پلت‌فرم‌های دیجیتال در پیش گرفته است. در این راستا، یک مجموعه مقررات جدید با هدف ارتقای انصاف^۱ و شفافیت در پلت‌فرم‌های آنلاین وضع شده است. مفهوم قابل حمل بودن داده^۲ نیز در قوانین جدید منظور شده است، که جابجایی داده از یک پلت‌فرم به پلت‌فرم دیگر را الزامی می‌دارد. این رویه موجب افزایش رقابت می‌گردد. توصیه‌هایی نیز در رابطه با مبارزه با محتوای غیرقانونی منتشر شده است. همچنین، سرویس‌های ویدیو استریمینگ غیرملمی نظیر نت‌فلیکس ملزم گردیده‌اند با صنعت فیلمسازی کشورهای اتحادیه اروپا مشارکت نمایند.

رگولاتوری هند (TRAI) نیز توصیه‌نامه‌ای در خصوص امنیت و حریم شخصی و مالکیت داده منتشر نموده است^۳، که مسائل مربوط به OTTها را نیز در بر می‌گیرد. مطابق این توصیه‌نامه، هر فردی مالک داده‌های شخصی خویش است و شرکت‌هایی که داده‌ها را پردازش می‌نمایند متولیان صرف آن هستند.

به طور کلی می‌توان گفت روند مقررات‌گذاری OTT در اغلب کشورها همچنان در مرحله مطالعات، افکارسنجی و یا انتشار توصیه‌نامه قرار دارد و مقررات جامعی در خصوص آن وضع نشده است. ضمناً، مسائل مربوط به این حوزه در بسیاری از کشورها برگزاری دادگاه‌هایی را برای حل مسائل به صورت موردی به دنبال داشته است، از جمله:

- دادگاه عالی برزیل در خصوص دسترسی مقامات ذیربط به ارتباطات افراد در پلت‌فرم‌های شرکت‌های آمریکایی نظیر فیس‌بوک در زمان تحقیقات جنایی،
- دادگاهی در ایالات متحده آمریکا در خصوص نیاز به حکم قضایی برای دسترسی به موقعیت مکانی کاربران موبایل،
- در اتحادیه اروپا که چندین پرونده در زمینه عملکرد ضدرقابتی در بازارهای دیجیتال تشکیل داده است،

^۱ Fairness

^۲ Data Portability

^۳ به نشانی: <https://main.trai.gov.in/sites/default/files/RecommendationDataPrivacy16072018.pdf>

- یک دادگاه در آلمان در خصوص این که خدمات ایمیل مبتنی بر اینترنت (بخصوص Gmail) آیا جزو خدمات مخابراتی تحت مقررات محسوب می‌شوند یا خیر.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

بنا به نظر اتحادیه جهانی ارتباطات، نظارت مستمر بر خدمات، ضمن ایجاد سازوکارهای مقرراتی به منظور کنترل بر ارائه‌دهندگان خدمات آنلاین، یک رویکرد معقولانه برای نهادهای مقررات‌گذار محسوب می‌شود. سازوکارهای مقرراتی وضع‌شده می‌تواند مشارکت بین خدمات‌دهندگان آنلاین و اپراتورها را تسهیل نماید.

به طور کلی، بهترین رویکرد رگولاتوری‌ها در قبال ارتباطات OTT، در مقررات‌گذاری هر چه بیش‌تر خلاصه نمی‌شود، بلکه باید به مقررات‌گذاری بهتر پرداخت. مقررات‌گذاری بهتر، مقررات‌گذاری است که:

- در سطح منطقه یا جهانی هماهنگ‌شده باشد؛

- حرکت به سوی خدمات بر پایه IP (اینترنت) را مورد تایید قرار دهد؛

- برای پارادایم جدید رقابتی مناسب باشد؛

- نیاز به مقررات‌گذاری مشارکتی بین رگولاتوری حوزه‌های مختلف را تایید نماید.

به عنوان کلام آخر، محیط جدید مقررات‌گذاری باید این واقعیت را در آغوش بگیرد که خدمات آنلاین دیگر به صورت Over-The-Top (خدماتی اضافه بر سرویس اصلی) نباید فرض شوند، بلکه این خدمات در حال حاضر جزیی اساسی و پراهمیت در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات هستند، که حرکت به سوی اقتصاد آپ را جهت‌دهی می‌نمایند.