

בית ספר לאודר
לממשל, דיפלומטיה
ואסטרטגיה



ממשלת הצללים של הבינתחומי הרצליה

נייר עמדה



משרד התקשורת

“הדואופול בשוק התקשורת הרב ערוצית ועתיזדו של עידן פלוס”

מנחים:

ד"ר יובל קרניאל

מרי אופיר בן גור

מרי ניצן הורוביץ

צוות משרד התקשורת:

שי אייל

ישראל זרי

אלדד מרודי

תוכן עניינים

3.....	תקציר מנהלים.....
4.....	הגדרת הבעיה.....
4.....	הגדרת העניין בנושא.....
5-7.....	סיכום מדיניות קיימת.....
7-8.....	פתרונות חליפיים שנבחנו.....
8-9.....	בעיות קיימות.....
9-10.....	אפשרויות פעולה מוצעות.....
10-11.....	יתרונות וחסרונות של אפשרויות הפעולה.....
11.....	המלצות.....
12-13.....	מקורות נבחרים.....
14.....	אודות תכנית "ממשלת הצללים".....

תקציר מנהלים

בנובמבר 2015 הודיעה חברת Yes, כי בכוונתה להעלות את מחיר ה-VOD שלה ב-20%. בעקבות ההודעה, הודיעה חברת Hot, כי היא מתיישרת עם ההחלטה ומעלה גם כן מחירים. מועצת הכבלים והלוויין, הגוף המפקח על החברות, התנגדה נחרצות לעליית מחירים ופנתה לרשות ההגבלים בבקשה למנוע את עליית המחירים. ד"ר יפעת בן חי שגב, יו"ר מועצת הכבלים והלוויין, התבטאה בחריפות כנגד החלטת החברות ואמרה, כי מדובר ב"חמדנות" של החברות, טלוויזיה היא "מוצר צריכה בסיסי" והעלאת המחירים היא "חזירות לשמה", כיוון שהחברות מרווחות באופן יחסי הרבה יותר מאשר המתחרים מעבר לים.

שוק הטלוויזיה הרב ערוצית (להלן: "טר"ע") בישראל, מנוהל מזה שנים כדואופול בשליטתן של חברת הכבלים Hot וחברת הלוויין Yes. הדואופול יוצר חוסר תחרותיות בשוק ומביא לפגיעה ישירה באינטרסים של הצרכן שנדרש לשלם סכומים גבוהים מדי חודש על צריכת תכני הטלוויזיה הרב ערוצית.

בשנת 2008, הקימה ממשלת ישראל לראשונה, מערך שידור טלוויזיה דיגיטלי קרקעי (DTT) שמשווק כיום לציבור כ"עידן פלוס". השירות נוצר מתוך רצון לספק אלטרנטיבה זולה משמעותית ממחירי השוק הנהוגים לטר"ע, אך סבל מכשל שוק שהביא אותו לכדי 200,000 מנויים בלבד (פחות מ-7% ממשקי הבית במדינה המחוברים לטלוויזיה).

נייר עמדה זה נכתב כחלק מתכנית "ממשלת הצללים" של בית ספר לאודר לממשל, דיפלומטיה ואסטרטגיה במרכז הבינתחומי בהרצליה ומיועד לבכירי משרד התקשורת וכן לחברי ועדת פילבר, בראשות מנכ"ל משרד התקשורת, מר שלמה פילבר. מטרת המסמך היא לקדם את שירות "עידן פלוס" כאלטרנטיבה ראויה לצרכן, תוך יישום ההמלצות המובאות במסמך.

בבואנו לכתוב את נייר העמדה קיבלנו החלטה להתמקד ב"עידן פלוס" כפתרון מרכזי לבעיית היעדר התחרותיות בשוק הטר"ע. אף על פי שרבים הספידו את השירות, אנו מאמינים כי כשל השוק הקיים נובע מסיבות אובייקטיביות, שפתרון אפשרי וישים. במסמך זה בחרנו להתמקד בשלוש בעיות עיקריות בשירות המוצע לצרכן כיום: בעיות קליטה חמורות באזורים רבים בארץ כתוצאה מבעיות תשתית, העדר מוקדי תמיכה ושירות לקוחות אפקטיביים שמייטמים את הצרכן מכתובת לבעיותיו, ומגוון דל ומצומצם של תכנים שלא מאפשר לצרכן אלטרנטיבה ראויה לצריכת תוכן איכותי.

מתוך אפשרויות הפעולה אשר אנו מעלים בהמשך המסמך, אנו בוחרים להמליץ על חלופה ג': הרחבת מגוון התכנים המוצעים לצרכן ב"עידן פלוס", על ידי הוספת ערוצים נושאים, שיתאפשרו באמצעות הורדת חסמי כניסה ו"הקלות ינוקא" שיינתנו על ידי משרד התקשורת לספקי תוכן שונים. אנו מאמינים, כי בעולם התקשורת המתפתח, התחרות המרכזית של גופי התקשורת על כיסו של הצרכן מתמקדת במגוון התכנים המוצעים לו והיעדר הצעת ערך כזו מותירה את "עידן פלוס" מחוץ למרוץ.

ראוי לציין, כי אחת ממטרות הממשלה ביוזמת ההקמה של "עידן פלוס" הייתה מציאת פתרון לשכבות מעוטות יכולות באוכלוסייה. מצב השוק הנוכחי אינו מיטיב, בלשון המעטה, עם אוכלוסייה זו, שמתקשה לעמוד בעלויות הגבוהות של YES ו-HOT ועל כן, אנו מאמינים כי הפצת השירות של "עידן פלוס" מהווה מטרה חברתית ראויה שתסייע בהנגשת תרבות הפנאי לכלל האוכלוסייה.

הגדרת הבעיה

הבעיה המרכזית העומדת כיום בפני הצרכן הישראלי היא היעדר תחרותיות בשוק הטר"ע שנובעת מדואופול החברות Yes-ו Hot. החברות, שחולשות על נתח שוק של 93% ממשקי הבית המחוברים לטלוויזיה במדינה, ובעלות רווח תפעולי של מאות מיליונים מדי שנה (Bizportal, 2016), מודעות לעוצמתן ולהיעדר התחרות בשוק, מה שמביא אותן לגבות מחירים גבוהים במיוחד מהצרכן הישראלי.

סוגיית העלאת המחירים של החברות עולה דרך קבע לכותרות, והביאה לאחרונה את המועצה לשידורי כבלים ולוויין, בראשות ד"ר יפעת בן חי שגב, לכנס שימוע בדבר הסדרת מדיניות המחירים של החברות. במסגרת החלטות המועצה נקבע, כי HOT ו-YES יוכלו לקיים מבצעים לתקופה של בין ארבע לשמונה עשר חודשים, במהלכם לא תותר העלאת מחירים. כמו כן, המחירונים והמבצעים של שתי החברות יפורסמו באתרי האינטרנט שלהם והלקוחות יעודכנו לפני העלאת מחירים בהתראה של 21 יום באמצעות מסרון ומכתב שיכללו פירוט אודות המחיר החדש. פעילות המועצה לשידורי כבלים ולוויין להסדרת הדואופול בשוק התקשורת מבורכת, אך לא נותנת מענה לאוכלוסיות שידן אינה משגת ונדרשות לשלם מעל 200 ש"ח מדי חודש לחבילות הבסיס של שתי החברות (חדשות 2, מרץ 2016).

על מנת להציע אלטרנטיבה נגישה יותר לציבור הישראלי לצריכת טלוויזיה רב ערוצית, הוקם "עידן פלוס" (ערוצים ישראליים דיגיטליים נגישים) בשנת 2008 ביוזמת הממשלה, כמערך ראשון מסוגו לשידור טלוויזיה דיגיטלי קרקעי (DTT), כנהוג במדינות רבות בעולם. בהשקעה של 140 מיליון ש"ח הוקמה תשתית תחנות הממסר הקרקעיות. קליטת השידורים מחייבת אנטנה וממיר דיגיטלי או מקלט טלוויזיה המותאם לשיטת השידור הדיגיטלית. לצורך קליטת השידורים, על הצרכן לשלם עלות חד פעמית של 100 ש"ח עבור רכישת הממיר, כך שקליטת השידורים עצמה הינה חינמית. במסגרת הערוצים שניתן לקלוט באמצעות עידן פלוס נכללים: הערוץ הראשון, ערוץ 2, ערוץ 10, ערוצים 23, 33 ו-99 וכן תחנות הרדיו הארציות והאזוריות. מאז הקמתו, סובל "עידן פלוס" מכשלי שוק משמעותיים שהביאו אותו לכדי אחוז חדירה שולי של פחות מ-7% ממשקי הבית בישראל ומכאן שלא מימש את ייעודו ולא הפך לאלטרנטיבה אמיתית לצרכן.

הגדרת העניין בנושא

יוקר המחיייה הינו אחד הנושאים החברתיים כלכליים הנידונים ביותר במדינה. בפתח ספר תכנית העבודה של הממשלה לשנת 2016, מצהיר שר האוצר, משה כחלון, על היעדים המרכזיים שקבע משרדו לשנה הקרובה, לפי סדר החשיבות: הורדת יוקר המחיה, פתרון משבר הדיור, הגדלת הפריון במשק וקידום השוויון בהקצאת משאבים ממשלתיים. כחלון מצוין, כי "הציבור בישראל משווע לבשורות מדיניות כלכלית חברתית שתאפשר לו לחיות ברווחה ובביטחון כלכלי" (The Marker, 2016). אנו רואים בהוצאות הטלוויזיה של הצרכן הישראלי עוגן מרכזי וסממן מייצג של עלויות מחייה גבוהות מן הנהוג בעולם. על אף המגמות האחרונות בשינויי הרגלי הצריכה הלוקאליים והגלובליים, המצביעים על "נטישת" הטלוויזיה המסורתית לטובת חלופות אינטרנטיות שונות, מחקר שנעשה על ידי הוועדה הישראלית למדרוג בשנת 2014, מראה, כי צופי הטלוויזיה הישראלים שמרו על הרגלי צפייה יציבים יחסית (כשזמן צפייה יומי ממוצע עומד על 228 דקות, קרי, שלוש שעות ו-48 דקות), נתונים זהים כמעט לאלו של שנת 2013 המוכיחים

כי הצפייה המסורתית נמשכת וכי שיעורי הצפייה הטלוויזיוניים בישראל גבוהים מהנהוג בעולם המערבי (הוועדה הישראלית למדרוג, דו"ח שנתי, 2014).

ועדת פילבר, בראשות מנכ"ל משרד התקשורת, מר שלמה פילבר, הוקמה בספטמבר 2015, במטרה לעצב מחדש את שוק התקשורת בישראל ולהתאים את הראייה הרגולטורית המיושנת לעולם הטכנולוגי החדש ולצרכיו. הוועדה מעוניינת לקדם את התחרות בשוק הטלוויזיה בישראל, בין אם בעזרת שחקנים כמו סלקום TV ופרטנר, שמעוניינים להחדיר לשוק את שירותי הטלוויזיה שלהם, ובין אם בעזרת שחקנים זרים כמו נטפליקס ואמזון.

ממסקנות הביניים של ועדת פילבר ניתן ללמוד, כי ניתנה חשיבות עליונה להורדת המחירים בשוק הטר"ע, על ידי הורדת חסמים רגולטוריים ו"הנחות ינוקא" לשחקנים חדשים בשוק (גלובס, 2016). עם זאת, ועדת פילבר לא התייחסה באופן ספציפי לרפורמה בשירות "עידן פלוס" ובכך למעשה לא נתנה את הדעת על תמורות אפשרויות בשירות, שיהפכו אותו לאלטרנטיבה צרכנית ראויה.

לאור העניין הקיים בנושא הן בנושא חברתי כלכלי והן בשל עבודת ועדת פילבר באופן ספציפי, אנו מוצאים בנושא זה עניין משמעותי בעל יכולת להוביל שינוי צרכני, בפרט בנקודת הזמן הנוכחית.

סיכום מדיניות קיימת

בנובמבר 2004, ממשלת ישראל קיבלה את החלטה מספר 2189 על הקמת צוות בין-משרדי שיבחן את הצורך בשידורים דיגיטליים עבור הערוצים הציבוריים הפתוחים. בפברואר 2008 התקבל בכנסת תיקון לחוק, שמאפשר שידורי DTT, לפיו, קליטת השידורים תהא בחינם, אולם לשם כך יש לרכוש ממיר דיגיטלי, ובחלק מהמקומות יש צורך גם באנטנה חיצונית. ניתן לרכוש ממיר לטלוויזיה, למחשב ואפילו לסמארטפון או טאבלט.

שתי מטרות עיקריות עמדו בפני מקבלי ההחלטות בהחלטה על מעבר לשידורים דיגיטליים:

1. חיסכון בהוצאות השידור. השידור האנלוגי דורש כשישים תחנות ממסר ברחבי ישראל לקבלת קליטה סבירה, בעוד שלשידור הדיגיטלי נדרשות כחמש עשרה תחנות בלבד. כמו כן, עלות התחזוקה השנתית הממוצעת של תחנות הממסר האנלוגי יקרה מעלות התחזוקה השנתית הממוצעת של תחנות ממסר דיגיטלי.

2. מתן אפשרות לקליטת שידורי טלוויזיה בחינם, למי שמעוניין במספר מצומצם של ערוצים ציבוריים, מבלי שיצטרך לשלם לספקיות הטלוויזיה הרב ערוצית (YES או HOT).

שידורי טרום-בטא החלו ביוני 2009 מתחנת "איתנים". שידורי בטא החלו ב-2 באוגוסט 2009, כשהמטרה הייתה להגיע לתשתית ארצית של תחנות ממסר, המכסה כ-85% מהבתים עם מקלט ביתי ולכ-98% כיסוי לבעלי אנטנה חיצונית. השידורים האנלוגיים של ערוצים אלה הופסקו לאחר 18 חודשים מתחילת שידור ה-DTT. נתוני משרד התקשורת ל-2012 הראו כי 500,000 משפחות (כ-22%) השתמשו בשירות (משרד התקשורת, 2012).

השידור מבוצע בשני אפיקים, אפיק 29 UHF מכיוון חיפה והדרום (תדר מרכזי 538 מגה הרץ) ואפיק 26 UHF מאזור ירושלים (תדר מרכזי 514 מגה-הרץ).

ביום ד' באב התש"ע (15 ביולי 2010) החליטה הממשלה, בהחלטת ממשלה מס' 2026 שעניינה ניצול תשתיות דיגיטליות ושיפור השירות לאזרח בתחום הטלוויזיה הרב ערוצית, להטיל על משרד התקשורת ומשרד האוצר, יחד עם הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו והמועצה לשידורי כבלים ולשידורי לוויין, לגבש המלצות בעניין הרחבת המערך וכן בעניין אופן הפעלתו, לרבות בעניין תיקוני חקיקה הנדרשים לצורך כך, ולהגישן לאישור הממשלה. בפברואר 2011 אימצה הממשלה את המלצות הצוות, בהחלטת ממשלה מס' 2832 שעניינה הרחבת מערך השידור הדיגיטלי. בהמשך להחלטת הממשלה, חוקק חוק הפצת שידורים באמצעות תחנות שידור ספרתיות, התשע"ב-2012. חוק הפצת שידורים עיגן הפצה של שידורים נוספים על גבי המערך - שידורים של ערוץ ייעודי כמשמעותו בחוק התקשורת (בזק ושידורים, התשמ"ב-1982), שידורים של ערוץ נושאי כמשמעותו בחוק הפצת שידורים, שידורים של רשות השידור בטכנולוגיית חדות גבוהה, שידורי הטלוויזיה הלימודית, שידורי רדיו ושידוריו של מי שיקבל רישיון לשידורי טלוויזיה בהתאם לחוק הרשות השנייה. כמו כן, הסדיר חוק הפצת שידורים מיהו הגורם אשר יתכנן, יקים ויפעיל את המערך וקבע בעניין זה הוראות שונות.

חוק ההסדרים בשנת 2013, מכיל תיקונים לחוק הפצת השידורים, ובפרט תיקונים העוסקים בשידור הנושאי.

שני התיקונים המרכזיים המוצעים, בהם בחרנו להתמקד הינם מספר הערוצים הנושאים ומפעילי הערוצים הנושאים:

מספר הערוצים הנושאים - בחוק הפצת השידורים, מוגבל מספר הערוצים הנושאים לשלושה בלבד ונקבע, כי הפצתם על גבי המערך תחל באופן מדורג בשנים (2014, 2015 ו-2016) בהתאמה. כתוצאה מקביעה זו, כספי ציבור שהושקעו בהרחבת המערך יממנו, הלכה למעשה, מוצר שהתועלת הציבורית ממנו - פחותה. עם ההתפתחות הטכנולוגית והאפשרות להפצת שידורי טלוויזיה על גבי רשת האינטרנט, עולה חשיבות המערך כמוצר משלים למוצרים האינטרנטיים, אשר מתקשים נכון להיום בהעברת תוכן באופן לינארי על גבי רשת האינטרנט הקיימת, וכן, ובעיקר, חשיבותו כמערך שידורים שיכול להוות חלופה תחרותית לחבילות השידורים המוצעות בידי חברות הכבלים והלוויין.

הנחת תשתית סטטוטורית למגוון רחב ככל האפשר של ערוצים נושאים ומתן גמישות באופן המימון של ערוצים אלה, יתרמו באופן מהותי להיתכנותם הכלכלית של מיזמים אלה ובכך יעודדו את התפתחות התחרות בתחום הטלוויזיה הרב ערוצית. נוכח הצורך הברור בהוספת ערוצים בנושאים מגוונים במסגרת הרחבת המערך, ישנה חשיבות מכרעת לאפשר למספר רב יותר של ערוצים נושאים להתחיל ולשדר את שידוריהם על גבי המערך באופן מיידי כאשר הדבר מתאפשר בידם. למגוון ערוצים רחב ככל האפשר ישנה חשיבות מכרעת על התחרות בתחום השידורים ועל רמת המחירים שאותם משלמים הצרכנים, ומשכך נכון כי תתקבל על ידי גורמים מקצועיים.

מפעילי הערוצים הנושאים - בהתאם לסעיף 13 (ג) לחוק הפצת שידורים, פרסום מכרז לערוץ נושאי טעון אישור של שר התקשורת וועדת הכלכלה של הכנסת, ולא יינתן אישור כאמור, אלא לאחר שהשר נוכח כי לא יהיה בהענקת הרישיון כדי לסכן באופן ממשי את יציבותם של גופים משדרים אחרים או את המשך פעילותם

של גופים אחרים הרשאים לשדר שידורי פרסומת. כפי שנאמר, כדי לנצל באופן מיטבי את יכולת העברת השידורים על גבי מערך השידור הדיגיטלי, יש לאפשר למספר ערוצים מקסימלי לשדר על גבי המערך באופן המגביר את התחרות ולהימנע ככל האפשר מהטלת חסמים על הגופים המשדרים. בהתאם לכך אין מקום להסדר האמור, אשר מוסיף בירוקרטיה ומגביל את התחרות. כמו כן, מוצע להוסיף מגבלות נוספות על מי שרשאי יהיה להשתתף במכרז לערוץ נושאי, כך שבעל רישיון כללי לשידורי כבלים ובעל רישיון לשידורי לוויין וכל מי שקשור אליהם כמפורט בסעיף המוצע, לא יוכלו להשתתף במכרז כאמור, בדומה למגבלות הקיימות כיום בחוק על מי ששידוריו כבר מופצים באמצעות המערך.

עוד מוצע, כדי להימנע ככל האפשר מהטלת חסמים על הגופים המשדרים ערוצים נושאים וכדי לאפשר להם לייצר מודל בעל היתכנות כלכלית ריאלית, לאפשר למועצה לשידורי כבלים ולוויין לקבוע שיעורים שונים מהשיעורים הקבועים בסעיף 16 לחוק התקשורת לעניין הקצאת זמן שידור והשקעת כספים לטובת הפקות מקומיות, שיחולו לעניין הערוצים הנושאים.

הסעיפים המובאים בחוק ההסדרים - לא יושמו מעולם, ועל אף שיש בהם בסיס מוצק ומחייב להפיכתו של "עידן פלוס" לאלטרנטיבה ראויה, הם נקברו בינות הסכמים קואליציוניים ונתרו על הנייר בלבד.

פתרונות חליפיים שנבחנו

על מנת להתמודד עם כשל השוק הקיים בתחרות הצרכנית בשוק הטר"ע בחנו אפשרות של פתרונות טכנולוגיים חליפיים שיהוו חלופה אפשרית לספק תשתית אינטרנט בישראל, שנשלט כיום על ידי חברת בזק וחברת HOT. אחד מן הפתרונות הללו הינו פריסת תשתית סיבים אופטיים שתהווה תחליף לתשתיות האינטרנט הקיימות במדינה ותאפשר פתיחת תחרות אמיתית בשוק. יתרה מכך, חברת "אנלימטד", קיבלה כבר בשנת 2013 רישיון רשמי ממשרד התקשורת לתחילת עבודה על התשתית, לאחר ששר התקשורת דאז, גלעד ארדן, האמין כי מדובר באלטרנטיבה טובה לפתיחת השוק. כשלוש שנים לאחר מתן האישור, החברה נתקלת בקשיים רבים הן בירוקרטיים, הן תקציביים והן טכנולוגיים, המונעים ממנה פריסה ארצית ומרחיקים אותה ממיצובה כפתרון אלטרנטיבי אמיתי לתחרות בשוק.

בסקירת השוק ותמורותיו בשנים האחרונות, יש לציין את הבשורה על כניסתה של נטפליקס העולמית לשוק הישראלי. נטפליקס מצטיירת כפתרון לבעיית התחרות בשוק, שכן היא מהווה תחרות ישירה ל-HOT ו-YES בעיקר במישור התוכן והעלויות. נטפליקס מציעה חבילת תכנים בסיסית (בעלות של \$7.99 לחודש), חבילת תכנים סטנדרטית (בעלות של \$9.99 לחודש) וחבילת פרימיום (בעלות של \$11.99 לחודש). במישור התמורה הכספית - אין ספק כי נטפליקס מהווה פתרון מצוין לדואופול הקיים. עם זאת יש לציין מספר מגבלות משמעותיות בשימוש בה (נכון להיום): הממשק של נטפליקס באנגלית בלבד ואין בו כרגע את כל התכנים המוצעים למשתמשים בארצות הברית. כמו כן, בשלב זה לא צפויות להיות כתוביות בעברית לתכנים בשירות. גם במישור הפיצ'רים התומכים נטפליקס לא חפה מבעיות - השירות לא מאפשר כיום צפייה באיכות HD ומגביל את הצופה לאיכות אודיו ממוצעת. ברמת התוכן - נטפליקס לא מציעה לצופה צפייה בערוצי הבסיס (10, 2, 1) ולא נותנת מענה לצפייה בתכני ספורט. אם כך - סביר שכניסתה הצפויה של

נטפליקס לשוק הישראלי תשפיע על נתח השוק של HOT ו-YES, אך לא די בה בכדי להוות אלטרנטיבה אמיתית לשבירת הדואופול הקיים. לטעמנו, נטפליקס מהווה פתרון ממשי לצרכן הישראלי, רק כשתבוא במקביל להתקנת ממיר כדוגמת "עידן פלוס".

כחלק מהפתרונות החלופיים האפשריים, מן הראוי לציין גם את שירות Kodi, תוכנת קוד פתוח הניתנת להורדה והתקנה בכל מחשב, טאבלט או מיני-מחשב ומאפשרת על ידי חיבור המחשב למסך, לייצר מעין מערכת מדיה ביתית שמארגנת את התוכן בפורמט של "חבילות ערוצים". הפתרון של Kodi יעיל במיוחד, שכן קיימת בו "חבילת בסיס" ישראלית שמאפשרת צפייה בערוץ 10, בתכניות קשת ורשת, ואף בערוץ הראשון באיכות HD. פתרון זה, שעל פניו מהווה תחליף אידיאלי לדואופול הטר"ע סובל מליקויים רבים: השירות לא חוקי, התוכנה קורסת לעיתים קרובות, התוכן נתקע בעת הצפייה בשל עומס ברשת והתרגום לעברית (בהנחה וקיים כזה), אינו מסונכרן עם התכנית עצמה. ההתקנה והתחזוקה של התוכנה מורכבת, למי שלא שולט היטב בטכנולוגיה, בפרט תהליכי ההתקנה של "הרחבות התכנים" - שהם המהווים את האלטרנטיבה האמיתית ל- HOT ו-YES.

הפתרון של הסיבים האופטיים, כניסת נטפליקס לשוק הישראלי ומגמת ההתפשטות של השימוש ב-Kodi, מהווים כולם פתרונות אפשריים להעדר התחרותיות בשוק הטר"ע. לטעמנו, בשלב זה, פתרונות אלו לא מספקים ויעידו על כך אחוזי החדירה המינוריים של כל אחת מן האלטרנטיבות המפורטות, ועל כן בחרנו להתמקד בחיזוק ופיתוח "עידן פלוס" כפתרון מיידי, אפשרי ויעיל.

בעיות קיימות

כפי שצוין, בשירות "עידן פלוס" קיימות כיום מספר בעיות אקוטיות המונעות ממנו חדירה טובה לשוק הישראלי והפיכתו לכדי אלטרנטיבה ראויה לצרכן.

במסמך זה בחרנו להתמקד בשלוש הבעיות המרכזיות לטעמנו הקיימות כיום בשירות: בעיות קליטה חמורות, העדר מוקדי תמיכה ושירות ומגוון מצומצם של תכנים.

בעיות הקליטה החמורות החלו עוד באפריל 2015, כשאזורים רבים בגוש דן סבלו מאי קליטה של שידורי הממיר. הסיבה לכך הייתה החלשת עוצמת השידור מגבעת קוזלובסקי בגבעתיים, בעקבות הוראת המשרד להגנת הסביבה. כמו כן, בשל בעיות תשתית, משדרים מעטים בלבד פרוסים בדרום הארץ, כך שהשירות מוגבל לאוכלוסייה ספציפית בלבד במדינה (מפת אזורים, אתר האינטרנט עידן פלוס).

היעדר מוקדי תמיכה ושירות אפקטיביים מהווים גם הם בעיה אקוטית בהפצתו וחדירתו של שירות "עידן פלוס". דווקא בשירות הפונה בין היתר לאוכלוסייה פחות טכנולוגית, ועל אחת כמה וכמה בשירות שעדיין סובל מחבלי לידה - ראוי להקדיש משאבים להקמת מוקדי תמיכה ושירות אפקטיביים שיאפשרו תמיכה טכנית בלקוחות קיימים, מכירה ללקוחות פוטנציאליים ושימור לקוחות קיימים. העדר מוקדים אלו, מדגיש עוד יותר את הפערים הקיימים בין "עידן פלוס" למערכות משומנות כדוגמת אלו של חברות הכבלים והלוויין ופוגע משמעותית ביכולת של השירות להרחיב את בסיס לקוחותיו.

בעיית מגוון התכנים הינה הבעיה המשמעותית ביותר לטעמנו והבסיס ליתר התיקונים והשיפורים הנדרשים בשירות. כיום, במסגרת הערוצים שניתן לקלוט באמצעות עידן פלוס נכללים: הערוץ הראשון, ערוץ 2, ערוץ 10, ערוצים 23, 33 ו-99 וכן תחנות הרדיו הארציות והאזוריות. חרף ניסיונות רפורמה בעבר ואף חקיקה בפועל, כמפורט לעיל, שביקשו להרחיב את מספר הערוצים הנושאים המוצעים בשירות, ומתן הקלות למבקשים להפעיל ערוצים אלו - לא יושמו ההחלטות.

כשבוחנים את שוק הטר"ע כיום, ניתן לראות ששתי השחקניות השולטות בדואופול - YES ו-HOT, משקיעות את עיקר משאביהן וכוחן בייצור, הפקה ורכישת תכנים, שיהוו יתרון על פני המתחרה. בתחרות זו, על ליבו וכתוצאה מכך על כיסו, של הצרכן הישראלי, "עידן פלוס" נותר הרחק מאחור, כשהוא מציע חבילה בסיסית בלבד, שלא מאפשרת אלטרנטיבה אמיתית לשבירת הדואופול הקיים ומחייבות את הצרכן הישראלי לשלם את דמי המנוי של חברות הכבלים או הלוויין ובכך לתרום לביסוסו של הדואופול בפועל.

אפשרויות פעולה מוצעות

בחשינו על מציאת אפשרויות פעולה לצורך שיפורו של שירות "עידן פלוס" העלנו מספר אפשרויות לאור שלוש הבעיות המרכזיות שפורטו לעיל:

א. שינוי תשתית - מעבר לתשתית דיגיטלית, אינטרנטית - כפתרון לבעיית הקליטה והתשתית של השירות הקיים, אנו ממליצים על מעבר לשיטת שידור דיגיטלית כצעד ראשון [השידור נעשה באמצעים אנלוגיים על גבי רשת ה-DDT]. שינוי טכנולוגי זה מתבקש לאור המגמות הטכנולוגיות הקיימות בשוק הטלוויזיה בישראל, כמו גם בעולם כולו. המעבר לשיטת שידור דיגיטלית אינו מורכב טכנולוגית ואינו דרוש השקעת משאבים משמעותיים. כלל הערוצים המשודרים דרך "עידן פלוס" כיום, משדרים בשיטה הדיגיטלית ולכן זהו מעבר מתבקש ופשוט באופן יחסי. כמו כן, יש להרחיב את המעבר הדיגיטלי לשימוש בתשתית רשת האינטרנט ולא על גבי תדרים אנלוגיים [אנטנות] כפי שמתקיים היום. שימוש בתשתית זו, מלבד שיפור הקליטה ופתיחת אזורי קליטה נוספים ורבים בארץ, יגדיל משמעותית את אפשרויות השידור ויאפשר לשחקנים נוספים [סלקום TV, נטפליקס, פרטנר ואחרות] להתבסס על שידורי הבסיס ולצרפם לחבילה זולה יותר הכוללת רק שירות VOD נוסף לשם שימוש זה.

ב. שינוי במודל שירות - הקמה של מוקד שירות בסיסי, אינטרנטי וטלפוני, ללקוחות "עידן פלוס" - כיום הקשר עם הלקוחות הוא אפסי, אזרחים אשר רוכשים את הממיר ונתקלים בבעיות לא יודעים למי לפנות וכיצד לפתור את הבעיה. תודעת השירות של החברה לא טובה והיא לא נותנת מענה של חווית משתמש. הכיסוי התקשורתי של הרשת לא טוב, ובאזורים רבים לא ניתן לראות בצורה ראויה את השידורים. מוקד שירות לקוחות יקרב את "עידן פלוס" במיצובו כתחליף למתחרות הקיימות ויאפשר לשירות להוות גוף תקשורת אמיתי. שימוש זה יעמיד את "עידן פלוס" כאלטרנטיבה ויגביר את היכולת לתת מענה לביקוש למוצר.

ג. מהפכת תוכן - פתיחת ערוצים נושאים מגוונים ומתן הקלות רגולטוריות ו"הטבות ינוקא" - התוכן
הנוכחי ב"עידן פלוס" מספק חבילה צרה [באופן משמעותי] מהמתחרים המונה כמפורט בסך הכל שישה ערוצים. למעשה, כשהצרכן בוחר בחבילה הצרה של "עידן פלוס", הוא אמנם משלם פחות, אך מוותר על מגוון תכנים רחב שקיים אצל ספקי הטר"ע האחרים בשוק. לטעמנו, יש להחיות את חוק ההסדרים של שנת 2013, בדגש על הסעיפים העוסקים בערוצים הנושאים. יש לתמוך ולקדם בפועל הקמת ערוצים נושאים בעולמות תוכן מגוונים: ספורט, תרבות, מוזיקה, סרטים, ילדים, אקטואליה, תעודה, תרבות פנאי וכדומה, על מנת להרחיב במהירות את מגוון התכנים המוצע כיום לצרכן. אנו חושבים, כי על משרד התקשורת לצמצם משמעותית את הבירוקרטיה הקיימת על המבקשים לפתוח ערוצים נושאים חדשים, וכן לתמוך כלכלית בספקי תוכן ומדיה המבקשים לפתוח ערוצים חדשים על בסיס "הטבות ינוקא". יש לדאוג וליישם את הנקבע בחוק ההסדרים של 2013, המעגן את זהותו של מפעיל הערוץ ולהקל משמעותית רגולטורית ובירוקרטית, כמפורט לעיל.

יתרונות וחסרונות

חלופה א'

יתרונות מרכזיים: שינוי התשתית הטכנולוגית יאפשר הרחבה משמעותית של שוק התקשורת, שכן שחקנים רבים נוספים יתומצו לכניסה לשוק, בשל הירידה המשמעותית של העלויות, ולקוחות רבים, שעד היום נמענו משימוש במכשירי VOD בלבד, יקבלו את חבילת הבסיס של "עידן פלוס", שתאפשר להם חבילה צרה מוזלת לשימושם. כמו כן, קליטת הערוצים תיעשה בקלות ובנוחות ותוכל להגיע לפריסה ארצית רחבה בהרבה מהקיים. החלופה אומנם כרוכה בעלויות ממשלתיות, אך הן לא רבות ומתבססות על הקמת תשתית "עידן פלוס" שכבר אושרה ונפרסה בשנת 2008.

חסרונות בולטים: "עידן פלוס" מספק היום מוצר זול משמעותית, שלא דורש טכנולוגיה למעט ממיר בסיס בעלות נמוכה. מעבר טכנולוגי שכזה, יחייב את הלקוחות להתחבר לנקודות גישה של רשת אינטרנטית, מה שעלול לפגוע באוכלוסיות מעוטות יכולת, המהוות קהל יעד מרכזי של השירות הקיים.

חלופה ב'

יתרונות מרכזיים: היתרון הגדול של הקמת מערך שירות לקוחות ותמיכה בסיסו בהבנת הצרכן. כבכל חברה שרואה לנגד עיניה את הרצון לספק לצרכן תשובות לשאלותיו, לשמר לקוחות קיימים ולגייס לקוחות חדשים - מערך שכזה הוא בגדר חובה עסקית. ניתן להתמקד בשלב ראשון, במערך שירות לקוחות אינטרנטי שיצמצם משמעותית את עלויות הקמת המערך.

חסרונות בולטים: הקמת מערך שירות לקוחות ותמיכה לוקח זמן ומצריך השקעה כלכלית. יש להקדיש מחשבה ראויה לעומק שירות הלקוחות (השירותים המוצעים בו) ולפריסה שלו. הקמת מערך תמיכה אינטרנטי בלבד, אינו מהווה פתרון מספק לכל שכבות האוכלוסייה, ובעייתי במיוחד לאוכלוסיות גיל מבוגרות.

חלופה ג'

יתרונות מרכזיים: היתרון המשמעותי ביותר של הערוצים הנושאים הוא מתן אלטרנטיבה אמיתית לצרכן הישראלי ובכך ערעור הדאופול הקיים בשוק. ראוי לציין, כי ההחלטות על עיבוי מערך הערוצים הנושאים, כמו גם על "הטבות ינוקא", כבר התקבלו ונדונו במסגרת חוק ההסדרים של שנת 2013, כך שיש לפעול על מנת לתקפן.

חסרונות בולטים: סביר כי במידה והערוצים הנושאים לא יצליחו להתקיים כלכלית על בסיס פרסומות גרידא, תידרש מעורבות כלכלית של הממשלה.

המלצות

בבואנו להמליץ על אפשרות מועדפת, בחרנו להמליץ על השמשתו של שירות "עידן פלוס" והפיכתו לאלטרנטיבה צרכנית, בראש ובראשונה על ידי הרחבת מגוון הערוצים הנושאים בו (חלופה ג').
אנו מאמינים, כי יש לקדם במרץ את סעיפי חוק ההסדרים של שנת 2013, שעסקו בהרחבת מגוון הערוצים הנושאים, בהגדרת הערוץ הנושאי ו"בהטבות ינוקא" לשחקנים חדשים שיבחרו בהקמת ערוץ שכזה.
יש לעודד שחקנים חדשים לפתיחת ערוצים נושאים מגוונים, שיפנו לכלל תחומי העניין בחברה, תוך הענקת הקלות רגולטוריות ובירוקרטיות מחד גיסא והטבות כלכליות מאידך גיסא - עד הוכחת רווחיות של הגופים החדשים.

אנו רואים בשירות "עידן פלוס", יוזמה ממשלתית מבורכת, ששמה לנגד עיניה את טובתו של הצרכן הישראלי ואת הרצון להורדת יוקר המחיה. אנו מאמינים כי ההשקעה הכלכלית המשמעותית בהקמת התשתית לשירות כבר נעשתה, כך שגם אם החלופות להחדרת השירות והפצתו, כרוכות בעלות ממשלתית נוספת, הרי שעדיין מדובר בדרך אלטרנטיבית נכונה שתשפיע משמעותית על כיסו של הצרכן הישראלי ובעלת פוטנציאל אמיתי לשינוי, בעיקר בשכבות החברתיות שידן אינן משגת.

מקורות נבחרים

- בסוק, מ' (2016). "הממשלה מציגה : ספר תכניות העבודה הרביעי שלה". אתר האינטרנט " The Market". נדלה בתאריך 11/03/16 מתוך: <http://www.themarket.com/news/1.2865376>
- כתבה הסוקרת את תכניות העבודה של הממשלה הנוכחית בתחומים רבים, ומתמקדת בתכניות הממשלה בעולמות התקשורת, ובפרט בדואופול הקיים בשוק התקשורת הישראלי.
- ד"ר לוינשטיין - ברקן, ה' (2015). "אז למה לי טלוויזיה עכשיו?". מגזין אינטרנטי "פנים". נדלה בתאריך 11/03/2016 מתוך: <http://www.panim-mag.org.il>
- מחקר איכותני המציג את המושג "דור הכבלים" וסוקר את תופעת הצריכה העכשווית של טלוויזיה בעידן הדיגיטלי.
- דור, א' (2015). "ניסיון אחרון להחיות את ערוצי עידן פלוס". אתר האינטרנט "כלכליסט". נדלה בתאריך 12/03/2016 מתוך: <http://www.calcalist.co.il/marketing/articles/0,7340,L-3663725,00.html>
- כתבה הסוקרת את הניסיון להחיות את ערוצי "עידן פלוס" ואת ניסיונות הרפורמה הקודמים שנעשו בשירות וכשלו.
- דו"ח רווח והפסד, חברת HOT (2015). אתר האינטרנט "BizPortal". נדלה בתאריך 18/03/2016 מתוך: http://www.bizportal.co.il/shukhahon/bizcomadaf_new.shtml?p_id=510016
- דוח המתפרסם אחת לשנה, חשוף ונגיש לציבור, המפרט את הרווחים, ההפסדים והעלויות של חברות ציבוריות.
- הדוח השנתי: התקשורת בישראל 2014 : סדרי יום, שימושים ומגמות. ועדת המדרוג הישראלית. נדלה בתאריך 12/03/2016 מתוך: <http://aunmedia.org/sites/default/files/mediareport/ch2.pdf>
- דוח המתפרסם אחת לשנה על ידי ועדת המדרוג הישראלי ועוסק בהיבטי צריכת התקשורת במדינה.

חדשות 2 (2016). "מהפכה במדיניות המחירים של הוט ויס". מתוך אתר האינטרנט "מאקו". נדלה בתאריך

http://www.mako.co.il/news-money/consumer-q1_2016/Article-52416e12fbf6351004.htm : מתוך 01/02/2016

חוק ההסדרים לשנים 2013 - 2014, הצעת חוק לשינוי סדרי עדיפויות לאומיים. אתר "נבו". נדלה בתאריך

<http://www.nevo.co.il> : מתוך 01/03/2016

חוק ההסדרים ה"ל אושר בתקופת כהונתו של גלעד ארדן כשר התקשורת בממשלה השלושים ושלוש. בחוק מפורטות התמורות הנדרשות בשירות "עידן פלוס" ובפרט בערוצים הנושאים.

חוק הפצת שידורים באמצעות תחנות שידור ספרתיות, תשע"ב-2012. אתר הרשות השנייה. נדלה בתאריך

<http://www.rashut2.org.il/editor/UpLoadLow/b-128.pdf>: מתוך 01.03.2016

בחוק מעוגנים התנאים וההגבלים להקמת מערך "עידן פלוס" ועל בסיסו מתוקנת חקיקת המשך.

מלכי, א' (2016). "מסקנות הביניים של ועדת פילבר", מתוך אתר האינטרנט "כלכליסט". נדלה בתאריך

<http://www.calcalist.co.il/marketing/articles/0,7340,L-3679286,00.html> : מתוך 1.3.2016

מפת אזורי קליטה ארצית. אתר "עידן פלוס". נדלה בתאריך 19.03.2016 מתוך :

<http://www.idanplus.tv/map/>

מפת קליטת האזורים באתר "עידן פלוס" הכוללת סימונים של אזורי קליטת השירות בישראל

ערך : "עידן פלוס". אתר ויקיפדיה. נדלה בתאריך 11.3.2016 מתוך :

<https://he.wikipedia.org/wiki/%D7%A2%D7%99%D7%93%D7%9F%D7%B>

אודות תכנית "ממשלת הצללים"

עם ההכרזה על הממשלה החדשה המכהנת בכנסת ה-20 הקים בית ספר לאודר לממשל, דיפלומטיה ואסטרטגיה במרכז הבינתחומי הרצליה "ממשלת צללים", המורכבת מסטודנטים ובוגרים נבחרים מתכניות הלימודים לתואר ראשון ושני, כמו גם סטודנטים ובוגרים מבתי ספר נוספים בבינתחומי הרצליה, בהם: פסיכולוגיה, תקשורת, כלכלה, משפטים וקיימות.

במסגרת "ממשלת הצללים" הוקמו משרדי ממשלה מקבילים לאלה הפועלים בממשלת ישראל, כאשר כל משרד מורכב מצוות של 5-10 סטודנטים ובוגרים בניהול ופיקוח של עוזר הוראה, יועץ אקדמי ויועץ מקצועי (שר או חבר כנסת לשעבר). משתתפי התכנית יבצעו מעקב שוטף אחר פעילות הממשלה ומשרדי הממשלה השונים, וכך ילמדו ויכירו מקרוב תהליכים, דילמות ומגבלות בתהליכי העבודה של הממשלה, יתנסו בעבודת מטה ובתהליכי קבלת החלטות במסגרת המתח המובנה בין שיקולים מדיניים, סקטוריאליים, פוליטיים, תקציביים, חברתיים ואחרים.

הסטודנטים והבוגרים ב"ממשלת הצללים" זוכים לליווי והנחיה צמודים של אנשי אקדמיה, חברי כנסת ושרים לשעבר, בהם: דני איילון, דליה איציק, זאב ביילסקי, ד"ר רוני הופמן, אורית זוארץ, רן כהן, דן מרידור, ד"ר אפרים סנה, אופיר פז-פינס, פרופ' אמנון רובינשטיין ואחרים, כמו גם מומחים מתחום הממשל והמערכת הפוליטית, כגון: מבקר המדינה לשעבר השופט (בדימוס) מיכה לינדנשטראוס, גיל סמסונוב, ד"ר בועז שפירא, ד"ר רפי ונטורה, אייל ארד, ואחרים.

כל "משרד צללים" מפרסם ניירות עמדה תקופתיים שמטרתם להציג את עמדת הצוות על פעילותו השוטפת של המשרד הממשלתי המקביל. בנוסף, יקדם הצוות במהלך השנה רפורמה אחת לפחות או הצעת חוק בתחום עיסוקו של המשרד. התוצרים יועברו לשר ולהנהלת המשרדים הרלוונטיים.

לפרטים נוספים ניתן לפנות לרכז התכנית, סטיבי ויינברג - wstevie@idc.ac.il