Orange انترنت

ص.ب ٩٤١٤٧٧ عمان ١١١٩٤ الأردن
هاتف: ٩٦٢٦٤٦٠٨٨٨٨+
فاكس: ٩٦٢٦٤٦٠٨٦٦٦+

الرقم: 6 / 19 /15/ 11 / 2230

التاريخ : 2017 /4/20

عطوفة الرئيس التنفيذي لهيئة تنظيم قطاع الاتصالات المحترم

الموضوع : إخطار مسبق لطلب ملاحظات

تحية وبعد،

إشارة إلى كتاب الهيئة (ظ/2365/1/17/4) تاريخ (2017/3/13)، والمتضمن إعلامنا بنشر إخطار طلب ملاحظات على موقع الهيئة الالكتروني حول توجه الهيئة لإعداد إطار تنظيمي لعروض خدمات الاتصالات العامة، نرفق لكم ملاحظاتنا على ذلك الاخطار آملين أخذها بعين الاعتبار.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام،،،

المدير التنفيذي للشؤون القانونية والتنظيمية والمصادر

د. ابراهيم حرب

الشركة الاردنية لخدمات نقل البيانات – أورانج

ملاحظات الشركة الاردنية لخدمات نقل البيانات (اورانج انترنت) على إخطار طلب ملاحظات بخصوص إعداد إطار تنظيمي لعروض خدمات الاتصالات

تشكر الشركة الاردنية لخدمات نقل البيانات هيئة تنظيم قطاع الاتصالات على إتاحة المجال امام جميع المعنيين لتقديم ملاحظاتهم وآرائهم حول مسألة تنظيم عروض خدمات الاتصالات وأية اقتراحات أو توصيات ذات علاقة، وتأمل أخذ ردودها واقتراحاتها أدناه بعين الاعتبار.

أولا: ملاحظات عامة

1. في اسباب اقتراح التعليمات، لم تقدم الهيئة دراسة تحليلية لحجم شكاوى المستفيدين التي تلقتها على العروض والاعلانات المتعلقة بخدمات الاتصالات العامة، وطبيعة تلك الشكاوى وتصنيفاتها، الامر الذي استدعى إصدار هذه التعليمات، منوهين الى ان الدراسة التحليلية لها من الضرورة البالغة في تقييم مدى الحاجة لإصدار هذه التعليمات أو حصر نطاقها بما هو ضروري فقط لمعالجة أية مشاكل ذات علاقة.

2. إن مقترح التعليمات يخالف في كثير من بنوده كل من قانون الاتصالات وبالأخص المادة (53) منه ، وكذلك اتفاقية الترخيص التي منحت الحق للمرخص له بتعديل أسعاره بما يتفق مع هذه المادة، وأيضا بنود عقود الاشتراك الموافق عليها من قبل الهيئة.

3. من الصعب تطبيق مقترح الهيئة ضمن المعطيات الفنية والعملية في اشتراكات العروض، وبالأخص المواد (2) و(3) و(4) وكما سيتم بيانه في الملاحظات التفصيلية أدناه.

4. ترى شركتنا أن موضوع اصدار هذه التعليمات هو سابق لأوانه وبالأخص في ظل إقرار قانون حماية المستهلك مؤخرا، حيث أن هذا القانون حدد الاطر التنظيمية لحماية حقوق المستهلكين في جميع القطاعات الاقتصادية ومنها قطاع الاتصالات، وبالتالي فإننا نرى بأن اصدار هذه التعليمات قد يعرضها الى تناقضات مع هذا القانون، وبالأخص ازدواج الصلاحيات فيما يتعلق بالأمور التنظيمية الخاصة بحماية مصالح المستفيدين، حيث تسري أحكام ذلك القانون على مزودي الخدمات الخاضعين لجهات التنظيم القطاعية. وبناءً عليه، نرى بضرورة تدخل الهيئة للوقوف على واقع ما تضمنه هذا القانون من آلية معالجة شكاوى المستفيدين من الخدمات التي تندرج في تنظيمها الى الجهة التنظيمية القطاعية المعنية وفق قانونها الخاص بتنظيم الخدمات ذات العلاقة، وكذلك التعليمات اللاحقة التي سوف تصدر عن وزير الصناعة والتجارة بهذا الخصوص وما قد يعرضها الى تناقضات مع التعليمات الصادرة عن الجهات التنظيمية القطاعية.

ثانياً: ملاحظات تفصيلية

دون الاجحاف بملاحظاتنا الواردة اعلاه، نقدم فيما يلي ملاحظات تفصيلية على مقترح الهيئة:

المادة	ملاحظات أورانج انترنت
1. إعلام الهيئة عن العروض	بخصوص تحديد فترة صلاحية العرض وفترة السريان، فإننا نود الإشارة إلى أن اطلاق العروض التي تتوفر لفترة محدودة يعني أن فترة صلاحية توفرها في السوق هي فقط لفترة محدودة، حيث لا يمكن تحديد صلاحية العرض أو سريانه كونه يعتمد على الكميات المتوفرة منه ومدى استجابة الجمهور له الى حد معين من اعداد المشتركين به، الامر الذي يجعل من توقع فترة الصلاحية أو السريان للعرض بشكل مسبق أمراً صعبا جدا، اخذين بعين الاعتبار ان عدم تحديد فترة السريان او الصلاحية لن تؤثر على المزايا المكتسبة والمتضمنة في العرض لكل من قام بالاشتراك خلال سريان العرض.
2. تفاصيل ومحددات الإعلان والترويج لعروض خدمات الاتصالات	• تستخدم الاعلانات التجارية وكمفهوم عام لجميع القطاعات الاقتصادية في السوق لإعلام العموم بتوفر عروض جديدة يتم من خلالها إبراز الميزات الرئيسية للعرض المعني، وكذلك إعلام الزبائن المحتملين بإمكانية التواصل مع الشركة لمعرفة المزيد من التفاصيل بشأنها، وأننا نرى بأنه من الضروري التفريق بين خصائص ومحددات قنوات الإعلان المتوفرة كما يلي: 1. إعلانات الطرق تستخدم لبيان خصائص رئيسية في العرض المعني، حيث ان الوقت المتاح للجمهور لرؤية الاعلان خلال عبورهم على الطرق باستخدام المركبات قليل جداً، وبالتالي فإن تقديم أية تفاصيل للعرض في ذلك الإعلان يعتبر غير مجدي من ناحية تقديمه عبر هذه الوسيلة الاعلانية. 2. الوقت المتاح للإعلان من خلال الوسائل المرئية والمسموعة قليل نسبياً وذا تكلفة عالية، لذا فإنه من الضروري استخدام ذلك الوقت بشكل أكثر فعالية، وذلك من خلال الترويج للخصائص الرئيسية في العرض المعني لجذب انتباه الجمهور إلى وجود عرض جديد بميزات رئيسية، بحيث يمكنهم الاستفسار عن تفاصيله ضمن قنوات الاتصال المتاحة مع مزود الخدمة. 3. اما إعلانات الصحف والمواقع الالكترونية، فهي ذات مساحة قليلة نسبياً لا يمكن من خلالها تقديم كافة التفاصيل، وبعضها يعتبر ذا كلفة عالية مثل الاعلانات في الصحف اليومية. وعليه، وبما أن أي اعلان تجاري بأية وسيلة إعلانية يحتوي في

المادة	ملاحظات أورانج انترنت
	مضمونه على ما يفيد بتطبيق شروط واحكام معينة خاصة به، وعلى قنوات الاتصال مع مزود الخدمة لتمكين الزبائن من الاستفسار والتحقق من كافة تفاصيله، وبالتالي فإن إدراج كافة التفاصيل في الإعلان التجاري سيشتت انتباه الزبائن ويفقدهم الاهتمام بمزايا العرض المعني، وبالتالي يصبح من غير المجدي بالنسبة لمزود الخدمة استخدام تلك الوسيلة للإعلان عن تلك العروض. • اضافة الى ما سبق، فانه تجدر الاشارة الى أن الشركات مقيدة بإرشادات استخدام للعلامة التجارية (Brand Guidelines) خاصة بكل شركة، يتم من خلالها تحديد الالوان المسموح بها وحجم الخطوط والاشكال المستخدمة ..الخ، بشكل يصعب معه إتاحة أية مساحات إضافية لتفاصيل أخرى غير المزايا الأساسية في العرض المعني. • أما بخصوص إدراج بعض التفاصيل كحجم الاستخدام العادل في الاعلانات التجارية عند استخدام عبارة "غير المحدودة"، فإن العروض تتضمن العديد من الميزات (مكالمات، انترنت،... الخ) لكل منها شروط استخدام أو سقوف محددة يجعل من الصعب ذكر جميع تفاصيل تلك الميزات في الاعلان. كما أن استخدام عبارة "غير المحدودة" تأتي عند تقديم ميزات في العرض تزيد عن معدل الاستهلاك الطبيعي بشكل كبير وفقا لمعدل الاستهلاك لمشتركي مزود الخدمة الحاليين، الامر الذي يتطلب الاشارة إلى تطبيق سياسة الاستخدام العادل لمنع اساءة استخدام تلك الميزة. ومن ناحية أخرى، فان تطبيق سياسة الاستخدام العادل يساعد مزود الخدمة على إدارة الحركة الهاتفية والاتصال على شبكته بشكل أكثر فعالية للمحافظة على مستويات جودة الخدمة المطلوبة. مشيرين الى أن الاعلانات تتضمن بنداً صريحا يفيد بتطبيق شروط وأحكام خاصة (أو تطبيق سياسة الاستخدام العادل) بتلك العروض يمكن الرجوع إليها من خلال الاتصال على مركز خدمات المشتركين أو زيارة الموقع الالكتروني للشركة الذي يتضمن كافة تفاصيل العرض وشروطه وأية سقوف للمكالمات أو الانترنت. • أما بخصوص إدراج اسم الشركة مقدمة الخدمة كما هو وارد في شهادة تسجيل الشركة، فإننا نرى أن ذلك غير ضروري وغير ذا فائدة للجمهور، حيث من الاسهل للجمهور الاستدلال على الشركة المعنية من اسمها التجاري وعلامتها التجارية.

المادة	ملاحظات أورانج انترنت
3. النشرة التعريفية المتضمنة تفاصيل وأسعار عروض الخدمات	من غير العملي الحصول على توقيع المشترك على النشرة التعريفية وإرفاقها بعقد الاشتراك للأسباب التالية: 1. يتطلب ذلك طباعة عدد كبير من النشرات وتوزيعها على كافة المعارض لتوقيعها من كل مستخدم عند حصوله على الخدمة. 2. قيام المشترك بالتوقيع على العديد من الاوراق وهو أمر غير مقبول للشركة والمشترك على حد سواء، لما فيه من التعقيدات في الحصول على أكثر من توقيع للمشترك وكذلك صعوبة التأكد من التوقيع على جميع هذه الاوراق. 3. صعوبة تسليم العديد من الاوراق الى المشترك، الامر الذي فيه من الصعوبة في اثبات ان المشترك قد استلم جميع تلك الاوراق. 4. تعتبر النشرة التعريفية جزءاً لا يتجزأ من عقد الاشتراك وذلك وفقاً للشروط والاحكام الموافق عليها من قبل الهيئة، وبالتالي فان توقيع المشترك على طلب الاشتراك بالخدمة يعني اطلاعه على جميع تفاصيل العرض. ومن الجدير بالذكر، ان التوجه الحالي للعديد من القطاعات الاقتصادية والحكومية هو التحول الرقمي واستخدام الوسائل الإلكترونية في التعاملات، وذلك للتقليل من استخدام الورق بهدف المساهمة في الحفاظ على بيئة نظيفة وآمنة وعلى التوازن البيئي، مما يتناسب مع التوجه العالمي والوطني نحو حماية البيئة. وعليه، فإننا نرى بضرورة دعم الهيئة الى التوجه نحو استخدام الوسائل الالكترونية مثل الهوية الالكترونية والتوقيع الالكتروني في الموافقة على شروط وأحكام مختلف الخدمات، وذلك بما يتوائم مع التوجهات الحكومية الحالية والقطاعات الاقتصادية والتي تستند على أفضل الممارسات العالمية، وبما يسهل على المشتركين والشركات وبما يدعم ايضا الاقتصاد الرقمي الفعال.
4. التعديل على العروض القائمة	• إن مقترح الهيئة يخالف نص المادة (53) من قانون الاتصالات، حيث وضعت هذه المادة الية واضحة ومحددة لإجراءات زيادة اجور واسعار الخدمات، وأن أي تعديل او اختلاف عن هذه الالية يعتبر مخالفا الى تلك المادة والتي تعتبر الأولى بالتطبيق. • ومن ناحية اخرى، فان ما ورد في مقترح تحت هذه المادة يخالف عقود الاشتراك الموافق عليها من قبل الهيئة، حيث أن عقود الاشتراك في الخدمة تتيح للشركة تعديل اسعار خدماتها ضمن شروط تتفق واحكام نص المادة (53) من قانون الاتصالات،

المادة	ملاحظات أورانج انترنت
	إضافة إلى تتضمنه عقود الاشتراك حول التجديد التلقائي. • وكذلك لم تأخذ الهيئة بعين الاعتبار المحددات التي هي خارج سيطرة الشركة بخصوص الأسعار الدولية والتي يتم فرضها من الشركات الدولية ويتم تطبيق سريانها مباشرة، مما قد يعرض شركات الاتصالات المحلية الى خسارة في حال لم يتم عكس هذه الاسعار على المشتركين لديها مباشرة، وايضا تجدر الاشارة الى ان العديد من الخدمات يتم تحديد تكاليفها من قبل الهيئة والتي على اساسها يقوم مزود الخدمة بتحديد اجور واسعار خدماته وما قد ينتج عنها من ضرورة زيادة اسعار واجور خدماته مباشرة على المشترك. • أما من الناحية الفنية، فانه من الصعوبة تطبيق مقترح الهيئة كون أن تطبيقه يحتاج الى آلية لتتبع تواريخ الاشتراك بكل مشترك وبالأخص في ظل العديد من العروض المتوفرة والتي تتيح للمشتركين الانتقال من عرض الى اخر، وأيضا عدم امكانية التثبت من موافقة المشترك على التجديد من عدمه نظرا للعدد الهائل من المشتركين بتلك العروض وما يرافق ذلك من صعوبة وعبئ على المشتركين بتثبيت موافقتهم على التعديل من خلال مراجعة احد فروع الشركة للتوقيع على شروط ومزايا العروض الجديدة بمدة تعاقدية جديدة. منوهين بعدم امكانية تطبيق هذا البند على المرخص لهم لتقديم خدمات البطاقات المدفوعة مسبقا كون أن المستفيد من خدماتهم غير معلوم لديهم ويكون اتصاله عبر الشبكة المشترك عليها. • ومن ناحية أخرى، فإن الغاء رسوم الانهاء عن المشتركين سيحمل الشركة تكاليف إضافية، حيث أن المشتركين الذي يلتزمون بمدة تعاقدية يحصلون مقابل التزامهم على خصومات على أسعار الخدمة أو على الأجهزة المستخدمة، وبالتالي فإن اتاحة انهاء المشتركين لاشتراكاتهم قبل انتهاء المدة التعاقدية مجحف بحق الشركة مقدمة الخدمة، وسيحرم المشتركين من الاستفادة من أية خصومات أو مزايا إضافية محتملة.
5. التعامل مع حزم الانترنت	• ان مقترح الهيئة تحت هذه المادة قد حصر تطبيقها فقط بخدمات الاتصالات الخلوية التي تحتوي على ميزة الرسائل القصيرة، علما بأن خطوط البيانات الخلوية وخدمات الاتصالات الأخرى ليس فيها ميزة الرسائل النصية القصيرة. وبالتالي لا يمكن تطبيق هذا البند على شركتنا.

المادة	ملاحظات أورانج انترنت
6. العقوبات	• لم توضح الهيئة الغاية من ادراج النص على الغرامة الواردة في اتفاقية الترخيص في معرض التعليمات، حيث أن إصدار التعليمات يجب ان يتم وفقا لأحكام القانون، وان القانون لم يمنح الصلاحية للهيئة بفرض الغرامات او الجزاءات بخلاف ما نص عليه القانون صراحة.