الخط الثابت Orange

ص.ب ١٦٨٩ عمان ١١١١٨ الأردن
هاتف: ٦٦٦٦ ٦٤٦ ٩٦٢+
فاكس: ٦١١١ ٦٤٦ ٩٦٢+
www.orange.jo

الرقم: 6 / 19 /15/ 11 / 5035

التاريخ : 2022/9/12

عطوفة الرئيس التنفيذي لهيئة تنظيم قطاع الاتصالات المحترم

الموضوع : إخطار طلب ملاحظات

تحية وبعد،

إشارة إلى كتاب الهيئة (ش/5682/1/17/4) تاريخ (2022/8/14)، والمتضمن إعلامنا بنشر إخطار طلب ملاحظات على موقع الهيئة الالكتروني حول مسودة تعليمات تنظيم عروض خدمات الاتصالات العامة، نرفق لكم ملاحظاتنا على ذلك الاخطار آملين أخذها بعين الاعتبار.

كما نرجو من هيئتكم الموقرة الموافقة على عقد اجتماع لمناقشة ملاحظاتنا ووجهات نظرنا وتقديم أية إيضاحات بشأنها.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام،،،

المدير التنفيذي للشؤون القانونية والتنظيمية والمصادر

د. إبراهيم حرب

شركة الاتصالات الأردنية – أورانج

هيئة تنظيم قطاع الاتصالات

الرقم ش/٤/١٧/١/ ٥٦٨٢

التاريخ

الموافق ١٤/٠٨/٢٠٢٢

السادة شركة /

الموضوع: إخطار طلب ملاحظات

للتفضل بالعلم بأن مجلس مفوضي الهيئة قد قرر في جلسته المنعقدة بتاريخ (٢٠٢٢/٠٨/٠٢) الموافقة على اعتماد مسودة تعليمات تنظيم عروض خدمات الاتصالات العامة وإخطار طلب الملاحظات عليها.

وعليه، للتكرم بالإيعاز للمعنيين لديكم بالاطلاع على نسخة التعليمات مدار البحث والتي تم نشرها على موقع الهيئة الالكتروني للاستشارة العامة وتزويد الهيئة بملاحظاتكم -إن وجدت- خلال ٣٠ يوم من تاريخه استناداً لأحكام المادة (١٨) من تعليمات القواعد الإجرائية لإصدار التعليمات وتعديلها المعتمدة لدى الهيئة.

واقبلوا فائق الاحترام،،،

رئيس مجلس المفوضين

المهندس بسام فاضل السرحان

نسخة: مديرية شؤون المستفيدين والمرخصين

نسخة: مديرية الشؤون الاقتصادية

نسخة: مديرية التخطيط والتطوير المؤسسي

نسخة: مديرية الاتصال والإعلام

نسخة: أمين سر المجلس/للمتابعة

ر.أ/كتب رسمية/٢٠٢٢٠

ملاحظات شركة الاتصالات الاردنية (أورانج الخط الثابت) على إخطار طلب ملاحظات على تعليمات تنظيم عروض خدمات الاتصالات العامة

تشكر شركة الاتصالات الاردنية (أورانج الخط الثابت) هيئة تنظيم قطاع الاتصالات على إتاحة المجال امام جميع المعنيين لتقديم ملاحظاتهم وارائهم حول مسودة تعليمات تنظيم عروض خدمات الاتصالات العامة، وتأمل أخذ ردودها واقتراحاتها أدناه بعين الاعتبار.

أولا: الملاحظات العامة

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 في تقييم مدى الحاجة لإصدار هذه التعليمات أو حصر نطاقها بما هو ضروري فقط لمعالجة أية مشاكل ذات علاقة.

إن مقترح التعليمات يخالف في بعض بنوده كل من قانون الاتصالات وبالأخص المادة (53) منه، وكذلك بنود عقود الاشتراك الموافق عليها من قبل الهيئة.

من الصعب تطبيق مقترح الهيئة الوارد في مسودة التعليمات ضمن المعطيات الفنية والعملية في اشتراكات العروض والاعلان عنها، وبالأخص المواد (4/أ/2) و(4/أ/3) و(4/أ/4) و(4/ب/1) وكما سيتم بيانه في الملاحظات التفصيلية أدناه.

وتجدر الإشارة إلى العديد من مشاريع التحول الرقمي في الخدمات الحكومية والعديد من القطاعات الاقتصادية ومنها قطاع الاتصالات كتطبيقات المرخص لهم التي تتيح للمشترك تفاصيل العرض وميزاته واسعاره. حيث أن التوجه الحالي للشركات وضمن مشاريع التحول الرقمي اعتماد الاشتراك الالكتروني الذي سيتيح التحقق من هوية المشترك بشكل الي أثناء عملية طلب الخدمة تمهيداً للاشتراك فيها، وسيضمن اطلاع المشترك على كافة تفاصيل العرض الذي يرغب بالاشتراك فيه، وسيمكنه من الاطلاع على الشروط والاحكام بشكل الكتروني وتأكيد موافقته عليها. وبالتالي، ترى شركتنا بانه لا بد من صياغة هذه التعليمات بشكل مرن يأخذ بعين الاعتبار الوسائل الإلكترونية في التعاملات المختلفة ويجنب المرخص له اعباء وتكاليف كبيرة وتعقيدات غير مبررة في إجراءات الإعلان عن الخدمات وتقديمها والاشتراك بها.

هذا، ونرجو من هيئتكم الموقرة التنسيق لاجتماع خلال فترة الاستشارة العامة لمناقشة ملاحظاتنا ووجهات نظرنا وتقديم أية إيضاحات بشأنها.

ثانياً: الملاحظات التفصيلية

ودون الاجحاف بملاحظاتنا الواردة اعلاه، نقدم فيما يلي ملاحظات تفصيلية على مسودة التعليمات :

المادة	ملاحظات أورانج الخط الثابت
المادة (3): التعاريف **الزبون:** أي شخص يبدي الرغبة لدى المرخص له بالحصول على خدمات اتصالات من ذلك المرخص	ورد في آخر التعريف عبارة "ويشمل الزبون والزبون". نعتقد بأن هذه العبارة وردت بالخطأ ضمن التعريف.

المادة	ملاحظات أورانج الخط الثابت
له بناءً على أحكام وشروط المرخص له، أو يكون قد دخل في عقد مع المرخص له لتقديم تلك الخدمات ويشمل الزبون والزبون.	**ونقترح تعديل عبارة "أو يكون قد دخل في عقد مع المرخص له لتقديم تلك الخدمات" بحيث تصبح: "أو أبرم عقدا مع المرخص له لتقديم تلك الخدمات".**
المادة (3): التعاريف **عروض خدمات الاتصالات العامة:** اتاحة المرخص له لخدمة أو مجموعة من الخدمات ضمن مزايا وشروط محددة مقابل سعر محدد، ويتضمن ذلك العروض الدائمة الغير مقيدة بفترة زمنية محددة والعروض المؤقتة المقيدة بفترة زمنية محددة.	تقترح شركتنا تعديل النص للأسباب التالية: 1) يجب تحديد الخدمات المقصودة من هذا النص وعدم ابقاء النص مطلقاً فيما يخص الخدمات المقصودة والخاضعة للتنظيم؛ وذلك حتى لا يشمل هذا النص الخدمات الاخرى التي لا تعتبر خدمات اتصالات عامة. 2) اتاحة الخدمة لا يعتبر عرضاً، فالوصف القانوني الانسب للعروض هو "دعوة اشتراك موجهة للعامة". **وعليه، نقترح تعديل التعريف على النحو التالي:** "هي دعوة منشورة صادرة عن المرخص له تتضمن دعوة للعامة للاشتراك في خدمة او مجموعة من خدمات الاتصالات العامة مقابل شروط واسعار محددة، ويتضمن ذلك العروض الدائمة غير المقيدة بفترة زمنية محددة والعروض المؤقتة المقيدة بفترة زمنية محددة."
المادة (3): التعاريف **النشرة التعريفية للعرض:** التفاصيل والمعلومات المتعلقة بالعرض ومبين فيها بشكل واضح وصريح الأسعار الخاصة بالخدمات المقدمة وجودتها والوقت الذي يتم فيه توفير الخدمة المطلوبة.	لا يتضح لشركتنا ما هو المقصود "بجودتها" وأيضا "الوقت الذي يتم فيه توفير الخدمة المطلوبة". **نقترح تعديل التعريف على النحو التالي:** "النشرة التعريفية للعرض: التفاصيل والمعلومات المتعلقة بالعرض والتي قد تكون على شكل اعلان تجاري او كتيب او صفحة محددة منشورة على الموقع الالكتروني للمرخص له ومبين فيها بشكل واضح وصريح أسعار ومزايا والشروط الخاصة بالعرض."
المادة (4): التزامات المرخص له **أ- حول عروض خدمات الاتصالات العامة** 1) إعلام الهيئة المسبق بواسطة الوسائل المعتمدة فيها بكافة تفاصيل عروض خدمات الاتصالات المنوي طرحها وذلك خلال مدة لا تتجاوز تاريخ إطلاق العرض والاعلان عنه وأن تتضمن هذه التفاصيل بحدها الأدنى البنود التالية:	ترى شركتنا بأنه من الضروري استثناء عروض الخصومات وخاصة ضمن المتجر الالكتروني او من خلال الرسائل النصية من متطلبات الهيئة وفقاً لأحكام هذه المادة؛ اذ ان هنالك عروض ترويجية متعددة تتم بين الحين والأخر تتضمن خصومات موجهة الى فئة او شريحة محددة يتم التواصل معها للاستفادة من خصومات سعرية للاشتراك بعروض معينة مع الابقاء على مزايا العرض الرئيسي كما هو.
المادة (4/1/1/2): تحديد فترة صلاحية العرض وفترة السريان وأوقات الاستخدام إذا كانت مرتبطة بساعات محددة من اليوم.	لا يمكن تحديد صلاحية كافة العروض أو فترة سريانها لأن ذلك يعتمد على الكميات المتوفرة من عرض ما ومدى استجابة الجمهور له الى حد معين من اعداد المشتركين به، الامر الذي لا يمكن المرخص له من توقع فترة الصلاحية أو السريان لبعض العروض بشكل مسبق، اخذين بعين الاعتبار ان عدم تحديد فترة السريان او الصلاحية لن تؤثر على المزايا المكتسبة

المادة	ملاحظات أورانج الخط الثابت
	والمتضمنة في العرض لكل من قام بالاشتراك خلال سريان العرض. مشيرين الى الالتزام بهذا البند يمكن تطبيقه على العروض المؤقتة المرتبطة بفترة زمنية محددة فقط. **وعليه، نقترح تعديل هذه الفقرة بحيث تصبح:** "تحديد فترة صلاحية العرض المؤقت المقيد بفترة زمنية محددة وأوقات الاستخدام إذا كانت مرتبطة بساعات محددة من اليوم."
المادة (8/1/ا/4): توضيح الية فصل الخدمة بعد انتهاء فترة الاشتراك بها	نرجو من هيئتكم الموقرة توضيح هذه الفقرة.
المادة (9/1/ا/4): تحديد تفاصيل أسعار الخدمة الواردة في العرض وإدراجها بشكل واضح وصريح وبيان انها خدمات دفع لاحق أو دفع مسبق وطرق تحصيل كافة المبالغ المتعلقة بتفعيل وتشغيل الخدمة وأية تفاصيل مالية أخرى، وكذلك تحديد أسعار الخدمة عند انتهاء الحزم سواء كانت حزم دقائق اتصال او انترنت بالإضافة إلى بيان آلية الحصول على الخدمة عند انتهاء الحزم.	لا يتضح لشركتنا ما المقصود بعبارة "وطرق تحصيل كافة المبالغ المتعلقة بتفعيل وتشغيل الخدمة".
المادة (10/1/ا/4): تحديد مدى إمكانية وتكلفة الانتقال إلى أي من العروض الأخرى.	نرجو الإشارة إلى ان تكاليف الانتقال ليست ثابتة لجميع العروض، كما انه يمكن للمشترك الاستعلام على تكاليف الانتقال من خلال وسائل الاتصال المتاحة. **وعليه، نقترح حذف هذه الفقرة.**
المادة (2/ا/4) إطلاع الزبون على النشرة التعريفية للعرض واسعاره، وتوثيق موافقته على الاشتراك بأية وسيلة متاحة.	إن تفاصيل العرض المنشورة على موقع الشركة والاعلانات التجارية تعتبر دعوة للاشتراك موجهة للعامة وملزمة للطرفين بموجب احكام القانون المدني، كما أن توقيع المشترك على عقد الاشتراك يعتبر توثيقاً لموافقته على ما ورد في هذه الدعوة. **وعليه، نقترح حذف المادة.** ومن ناحية أخرى، نرى بأن التوجه الحالي نحو استخدام الوسائل الالكترونية في الموافقة على شروط وأحكام مختلف الخدمات، وذلك بما يتفق مع التوجهات الحكومية الحالية والقطاعات الاقتصادية الى اعتماد التحول الرقمي في ممارسة اعمالهم، وبما يسهل على المشتركين والشركات ويدعم ايضا الاقتصاد الرقمي. وحيث أن الشركات بصدد اعتماد الية الاشتراك بشكل الكتروني، الامر الذي سوف يمكن الزبون من الاطلاع على كافة تفاصيل العرض الذي يرغب بالاشتراك فيه وأسعاره، وسيمكنه من الاطلاع على الشروط والاحكام بشكل الكتروني وتأكيد موافقته عليها.

المادة	ملاحظات أورانج الخط الثابت
	ومن الأمثلة كذلك على الوسائل الالكترونية استخدام تطبيقات المرخص له التي تمكن المشترك من معرفة كافة تفاصيل وامتيازات وأسعار العروض.
المادة (4/أ/3): الالتزام بشروط ومزايا العرض المنصوص عليها في العقد حتى انتهاء المدة المنصوص عليها، وعليه يلتزم المرخص له: • عدم نقل الزبون الحالي إلى أي عرض من العروض التي يقدمها المرخص له دون الحصول على الموافقة الصريحة منه. • في حال عدم رغبة الزبون الحالي بالانتقال على أي من العروض المقدمة يلتزم المرخص له بتوفير ذات المزايا والشروط لحين انتهاء مدة الالتزام المنصوص عليها ضمن شروط العقد، او إتاحة انهاء الاشتراك دون تكاليف إضافية.	من غير الممكن أن يتضمن عقد الاشتراك شروطاً أو مزايا لعرض محدد، فعقد الاشتراك ينظم العلاقة بين المرخص له والمشترك ويتضمن الشروط والاحكام العامة التي تحكم تقديم خدمة الاتصالات العامة نفسها وهي ثابتة بصرف النظر عن شروط أو مزايا او أسعار العروض المختلفة. **وعليه، نقترح تعديل عبارة "المنصوص عليها في العقد" لتصبح "المشار إليها في العقد".** قد يضطر المرخص له الى تحويل المشتركين الى عروض اخرى لأسباب تشغيلية وفنية بحيث تكون العروض الجديدة أفضل للمشترك من ناحية السعر والميزات، أو تكون بنفس السعر لكن بميزات أفضل للمشترك، او قد تكون العروض الجديدة تختلف عن القديمة في الاسم المخصص لها فقط. ومن الجدير بالذكر أن عقود الاشتراك الموافق عليها من الهيئة أعطت الحق للمرخص له في حالات تخفيض الرسوم و/أو الأسعار بتطبيقها فور الإعلان عنها دون الحصول على موافقة الزبون. **وعليه، نقترح تعديل النص باشتراط الحصول على موافقة الزبون في حال كانت المزايا او العروض الجديدة التي سيتم نقل الزبون إليها تنتقص من الميزات او تزيد من السعر المخصص لهذه العروض.** أما بخصوص إتاحة انهاء الاشتراك دون تكاليف إضافية في حال عدم رغبة الزبون الانتقال إلى العروض المقدمة، فاننا نود الاشارة إلى ان ذلك سيتسبب بتحميل المرخص له تكاليف إضافية، حيث أن المشتركين الذي يلتزمون بمدة تعاقدية يحصلون مقابل التزامهم على خصومات على على أجهزة، وبالتالي فإن اتاحة انهاء المشتركين لاشتراكاتهم قبل انتهاء المدة التعاقدية هو مجحف بحق الشركة مقدمة الخدمة. وبالتالي، نقترح حصر نطاق هذه الفقرة برسوم الانهاء المبكر للاشتراك الشهرية المتبقية حتى نهاية مدة الالتزام بحيث يتم **تعديل العبارة التالية: "او إتاحة انهاء الاشتراك دون تكاليف إضافية" بحيث تصبح: "او إتاحة انهاء الاشتراك دون تسديد رسوم الانهاء المبكر للاشتراك الشهرية المتبقية حتى نهاية مدة الالتزام التعاقدية".**
المادة (4/أ/3): مع مراعاة احكام المادة (53) من قانون الاتصالات على المرخص له في حال تعديل الأسعار الخاصة بأي عرض من العروض المقدمة أو مزاياه إعلام جميع الزبائن بالعرض بالأسعار الجديدة بشكل مباشر أو من خلال الرسائل القصيرة.	إن مقترح الهيئة لم يحدد طبيعة التعديل، فقد لا ينتقص التعديل من مزايا العرض واسعاره او قد يكون فيه تخفيض على السعر، كما أن عقود الاشتراك الموافق عليها من الهيئة اشارت الى حق المرخص له في حالات تخفيض الرسوم و/أو الأسعار بتطبيقها فور الإعلان عنها. أما في حال التعديل على العروض التي تشمل زيادة في الاسعار فان نص المادة (53) من قانون الاتصالات يتضمن آلية واضحة ومحددة لإجراءات الزيادة على اجور واسعار الخدمات؛ حيث لم تتطلب إعلام الزبائن بشكل مباشر او من خلال الرسائل القصيرة، وإنما نصت في حال زيادة الأسعار والأجور على الاعلان في صحيفتين يوميتين محليتين عن الاجور والاسعار الجديدة، وطلبت إعلام الهيئة عن أي تعديلات يجريها المرخص له على الأسعار والأجور. وبالتالي، فإن ما ورد في هذه الفقرة يعتبر مخالفا لنص

المادة	ملاحظات أورانج الخط الثابت
	المادة (53) من قانون الاتصالات والتي تعتبر الأولى بالتطبيق، ويخالف كذلك 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. اما استخدام الرسائل النصية لإعلام الزبائن بالأسعار والمزايا الجديدة، فان هذا الاجراء قد لا يكون ذي قيمة لأن قواعد البيانات الخاصة بأرقام الموبايل المرتبطة باشتراكات خدمات الاتصالات الثابتة مثلا غير دقيقة أو غير محدثة وقد لا يلتزم المشتركين بتقديم ارقامهم بشكل صحيح أو عدم توفرها في بعض الاحيان. مشيرين أيضا إلى الشكاوى القائمة حاليا حول عدم استلام العديد من الرسائل النصية القصيرة لمشتركي مرخص له والمرسلة من شبكة مرخص له اخر. ونرجو كذلك الإشارة إلى أن الهيئة لم تأخذ بعين الاعتبار اعداد المشتركين الهائل في الخدمة المقدمة من المرخص له وعدم امكانية اعلامهم بشكل مباشر. **وعليه، نقترح حذف هذه المادة والاكتفاء بما هو منصوص عليه ضمن متطلبات المادة (53) من قانون الاتصالات وعقود الاشتراك الموافق عليها من الهيئة.**
المادة (4/أ/4): إرسال رسالة نصية للزبون أو من خلال تطبيق المرخص له وحال الاشتراك بأي من العروض متضمنة تفاصيل العرض من حيث نوعه وقيمة الاشتراك ومدة الالتزام وأية تفاصيل متعلقة بالعرض وضرورة استلام رسالة تأكيد من قبل الزبون تفيد بالموافقة وتفعيل الخدمة.	ان توقيع المشترك على العقد كاف لتأكيد علم المشترك بتفاصيل العرض، ومن غير المنطقي ان يتم اخذ موافقة المشترك على تفاصيل العرض أكثر من مرة. كما أن الحصول على موافقة المشترك عبر رسالة موجهة من الشركة تطلب من خلالها تأكيد الزبون على تفاصيل الاشتراك يترتب عليه تكاليف كبيرة لتطبيق هذا الشرط، وسيقوم بتعقيد آلية الاشتراك وتأخير تركيب وتفعيل الخدمة، وخلق نزاعات مستقبلية بين المرخص لهم والزبائن في حال عدم ارسال التأكيد بالموافقة بالرغم من توقيع الزبون على العقد واتخاذ الاجراءات الفنية اللازمة وتحمل التكاليف المترتبة على ذلك لتفعيل الخدمة. ترى شركتنا بان إعلام المشترك فقط (دون تأكيد الاشتراك برسالة منه) بتفاصيل العرض من حيث نوعه وقيمة الاشتراك ومدة الالتزام وأية تفاصيل متعلقة بالعرض من خلال قنوات التواصل المختلفة يعتبر كافياً، حيث يمكن للمشترك الاعتراض على ذلك من خلال قنوات الاتصال المتاحة مع الشركة. **وعليه، نقترح تعديل نص هذه الفقرة كما يلي:** "إتاحة آلية للزبون عبر أي من وسائل التواصل حال الاشتراك بأي من العروض للاستعلام عن تفاصيل العرض من حيث نوعه وقيمة الاشتراك ومدة الالتزام وأية تفاصيل متعلقة بالعرض."
المادة (4): التزامات المرخص له	من غير الممكن من الناحية العملية إدراج كافة تفاصيل العرض المبلغة إلى الهيئة والمذكورة في المادة (4/أ/1) ضمن بعض أنواع الإعلانات، حيث

المادة	ملاحظات أورانج الخط الثابت
ب- حول الإعلان المتعلق بعروض خدمات الاتصالات العامة 1) أن يكون الإعلان متضمناً لكافة تفاصيل العرض المذكورة في المادة (4/أ/1) وبشكل واضح لا يحتمل اللبس أو الغموض على ان يتم إدراج رابط الكتروني خاص بكافة التفاصيل في حال تم الإعلان من خلال رسائل نصية عبر الموبايل شريطة ان لا تتعارض تفاصيل العروض المعلن عنها في كافة وسائل الإعلان.	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. **وعليه، ترى شركتنا بأنه من الضروري تعديل نص هذه المادة بحيث يأخذ بعين الاعتبار خصائص ومحددات قنوات الإعلان المتوفرة**، فعلى سبيل المثال: ▪ تستخدم إعلانات الطرق لبيان خصائص رئيسية في العرض نظرا لقلة الوقت المتاح للجمهور لرؤية الاعلان خلال عبورهم على الطرق باستخدام المركبات. ▪ 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. ▪ 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.