



السادة هيئة تنظيم قطاع الاتصالات المحترمين

الرقم: أ ج/2020/015

التاريخ: 2020/3/11

الموضوع: إخطار طلب ملاحظات

تحية وبعد..

بالإشارة الى كتابكم رقم ش/1762/1/17/4 تاريخ 2020/02/12 والمتعلق بإخطار طلب ملاحظات بخدمة لرسائل النصية القصيرة، تتقدم شركة الجيل القادم لحلول الاتصالات (NGT) بجزيل الشكر الى هيئتكم الموقرة لدعمكم واهتمامكم فيما يخص خدمة رسائل الجمل النصية القصيرة وتنظيم العمل بها.

كما ونود ان نشكركم ايضاً على التعليمات الجديدة والتي هدفها معالجة الثغرات الجوهرية التي ظهرت نتيجة لتطور هذا القطاع.

ان التعليمات المقترحة من قبلكم هي تعليمات قيمة وإيجابية ويمكن من خلال تطبيقها معالجة الكثير من الثغرات ، وحسب اعتقادنا فإن بعض الأمور الجوهرية لم يتم التطرق اليها او معالجتها في هذه الاستشارة . إن اهم هذه الأمور والثغرات ناتج عن صراع ومنافسة شديدة ما بين شركات الاتصالات انفسهم وكذلك ما بين شركات الاتصالات ومصدري الرسائل من خلال قيام هذه الشركات ببعض الممارسات التي هدفها الاستحواذ و الإضرار بأعمال مصدري الرسائل مستغلة هيمنتها على شبكتها و مشتركياها.

ان واقع الحال والذي خلق الثغرات الاساسية في اسواق الرسائل النصية القصيرة ناتج عن تمرير اعداد كبيرة من الرسائل النصية القصيرة لمشتركي هذه الشبكات مرسله من شبكات أخرى ودون تحقيق اي دخل من تلك الرسائل للشركة المستلمة للرسائل النصية القصيرة . وهذا الوضع يخلق خللاً في عوامل السوق مما يؤدي الى قيام بعض شركات الاتصالات الى الاضرار بأعمال مصدري الرسائل للتمكن من تحقيق الدخل الضائع .

لقد قامت هيئتكم الموقرة بمقترح لمعالجة هذا الموضوع من خلال الاستشارة المتعلقة بـ Market Review وذلك باقتراح إلغاء النظام القائم Bill & Keep واستبداله بنظام Termination Fees والذي سوف يؤثر سلباً على أعمال هذا القطاع وكما هو مبين أدناه :

1- رفع أسعار الرسائل النصية القصيرة السائدة وذلك لارتفاع الكلفة على مصدري الرسائل نتيجة لقرض Termination Fees على كل رسالة نصية قصيرة مرسله مع العلم ان هذه الزيادة لن تطبق على شركات الاتصالات وبالتالي سيكون هنالك خللاً واضحاً بالسوق وعدم تنافسي.

2- استبعاد المنافسة في السوق والقضاء عليها نظراً لان كل شركة من شركات الاتصالات مهيمنة على شبكتها و مشتركياها.

3- نتيجة لارتفاع الاسعار في السوق سوف يتحول جزء كبير من عملاء خدمات الرسائل النصية القصيرة الى التطبيقات OTT او الى وسائل التواصل الاجتماعي والتي هي اقل كلفة أصلاً. و هذا سوف يؤدي الى انعكاس سلبي على دخل كل من الحكومة (ضرائب و الرسوم) و شركات الاتصالات و كذلك مصدري الرسائل.



ان الطريق الامثل لمعالجة الثغرات الجوهرية هو تطبيق نصوص تعليمات هيئتك الموقرة " حماية المنافسة في قطاع الاتصالات رقم (1-3-2006) بتاريخ (2006/02/14) وقانون المنافسة لسنة 2004 ليشمل كل من شركات الاتصالات واعمال مصدري رسائل الجملة تحت مظلة هيئتك الموقرة ، والذي سيعالج كافة الامور الجوهرية في هذا القطاع و يحفز المنافسة بطريقة سليمة.

وبعد مراجعتنا لجميع النقاط الواردة في الاستشارة نود ان نقدم ملاحظتنا و اقتراحاتنا في هذا الخصوص.

4. موافقة الهيئة:-

4.2. في ما يتعلق بالرسائل الدولية التي تم الاشارة اليها في هذه النقطة فانه ومن وجهة نظرنا لا يوجد هنالك فرق بين الرسائل المحلية و الدولية من حيث التعليمات و الاجدر بذلك ان تعامل جميع هذه الرسائل بنفس المعاملة.

4.3. من وجهة نظرنا ان قيام شركات الاتصالات باعمال مصدري الرسائل النصية القصيرة يمنحهم افضلية للمنافسة في السوق و هذا يخلق خلافا في المنافسة العادلة في السوق .

4.4. نرجو اضافة قانون الاتصالات وتعليمات المنافسة الى هذا البند نظراً لأن القانون هو اساس الاعمال.

البند رقم 5 عنوان الرسائل :

اشترطت التعليمات بأن تعنون الرسائل المرسله وبكافة أنواعها باسم الجهة المرسله مسبقاً برمز مكونه من ثلاث احرف وحسب نوع الرسالة. وكما تعلمون بأن عدد احرف اسم المرسل وحسب المواصفات العالمية يجب ان لا تزيد عن 11 خانة حيث انه عند اضافة الرمز المقترح والمكون من ثلاث احرف بالاضافة الى الفراغ فيصبح طول الرمز اربع خانات متبقيا سبع خانات فقط لاسم المرسل حيث يعتبر ذلك غير كافي لتمثيل الجهة المرسله وسيؤثر سلباً على الخدمة وسيخلق بلبلة في القطاع، ولعدم وضوح اسم المرسل من الممكن ان يتغاضى المستفيد عن فتح الرسائل المهمة بما فيها المالية والطبية و الخدمية .. الخ .

نقترح ونظراً للضرر الذي سيلحقه تطبيق مثل هذا الإجراء ان تبقى الامور كما هو معمول به حالياً من حيث استخدام الرمز ADV للرسائل الدعائية والرسائل الخدمية بدون أي إضافة لإسم المرسل.

المادة رقم 5.2.5 الحصول على تصريح بالموافقة من قبل المشترك وتحتوي على الرقم الوطني للمشارك والاسم الرباعي ورقم الوثيقة الرسمية وصورة عنها والمتعلقة برسائل المتاجر. نرجوا ان نوضح هنا ما يلي:-

تقدم بعض المتاجر خدمة اعلام زبائنهم بآخر العروض وهنا يقوم المشترك طوعياً بإعطاء رقم الهاتف الخاص به الى المتجر لغايات التواصل.

تمتلك بعض المتاجر برامج نقاط مقابل المشتريات حيث استثمرت هذه الشركات وتكببت مبالغ مالية للقيام بهذه الاعمال في وقت سابق لجمع البيانات الخاصة بعملائهم مما يصعب تعديلها بالوقت الحالي حسب متطلباتكم الواردة في الاستشارة. وهناك تطبيقات عديدة تستخدم هذا النوع من الرسائل ومن الصعب عليها تطبيق ذلك المقترح.

كما وتقوم بعض البنوك بتقديم عروض خاصة بالمتاجر و المؤسسات المتعاملة معها لزبائن البنك. وهنا وحسب اعتقادنا فإنه من الصعب جداً ان يقوم عملاء مصدري الرسائل بالحصول على المعلومات او الوثائق المطلوبة وللأسباب التالية:-

1- الخوف من قبل زبائنهم من تقديم وثائقهم الرسمية التي من الممكن استغلالها لغايات اخرى.

2

شركة الجيل القادم لحلول الاتصالات وأنظمة المعلومات Next Generation Technologies Co. Ltd.

Tel: 4619055 Fax: 4619155 P.O.Box 811651 Amman 11181 Jordan



- 2- صعوبة توثيق اعداد هائلة من المشتركين الحاليين.
- 3- إمتناع الاناث او السيدات والكثير من الأشخاص من تقديم بياناتهم الشخصية بداعي الخصوصية و تكتفي بتقديم رقم الهاتف فقط.
- 4- ان بعض المتاجر المتعاملة مع مصدري الرسائل تتعامل بالتجارة الالكترونية وفي هذه الحالة لا يتم التعامل الا من خلال الطرق الافتراضية.

وهنا نقترح شركتنا بإعتماد الانظمة العالمية لهذه الغاية ولغايات الاحتفاظ بالخصوصية عن طريق نظام "Double Opt In" بحيث يقوم المتجر وعند تقديم المشتركين ارقام هواتفهم الخلوية بارسال رسالة نصية قصيرة تعلمهم باشتراكهم في البرنامج المقدم من قبل المتجر ، كما و تسمح للمتجر بعد ذلك بارسال الرسائل لصاحب العلاقة ، مع امكانية وقف الخدمة من قبل المشترك عند رغبة بذلك.

وهذه الخدمة يتم تزويدها من قبل مصدري الرسائل النصية القصيرة مع الاحتفاظ بكافة المعلومات المتعلقة بالموافقات القائمة و حمايتها و ارسفتها.

كما ويمكن تطبيق هذا النظام على المؤسسات التي لديها قاعده بيانات لعملائها ، لتأكيد اشتراكهم بخدمة الرسائل النصية القصيرة.

الاحكام التنظيمية.

- 6.1.7.5 اضافة موافقة الهيئة على تطبيق الجزائات المنصوص عليها في عقود الاشتراك .
- 6.1.10 ان معظم الرسائل المرسله ترسل باللغة العربية وكما تعلمون وحسب المواصفات العالمية فإن الرسالة باللغة العربية تتكون من سبعين حرف للرسالة الواحدة و اذا تم اضافة الرمز USSD على سبيل المثال " لإلغاء الخدمة ارسل #xxxx* " والمكونه من 25 حرف . مما يعني الحاجة الى رسائل اضافية لتوصيل محتوى الرسائل مما يضاعف الكلفة على عملاء مصدري الرسائل . وهذا سيكون له الاثر السلبي في خفض حجم مبيعات هذا القطاع و توجه العملاء الى بدائل اخرى أقل كلفة.
- 6.1.11 ان تحديد عدد الرسائل الدعائية اليومية للمستفيد بخمس رسائل يومية من اصعب الامور وللاسباب التالية :-

 - 1- عدم وجود اليه لادارة الطريقة المقترحه وتوزيعها بين كل من شركات الاتصالات و مصدري الرسائل والتنسيق فيما بينهم .
 - 2- يمكن للمستفيد ان يقوم وبسهولة بطلب الغاء خدمة الرسائل الدعائية من شركات الاتصالات و/أو الجهة المرسله عند رغبته بعدم إستلام أي رسائل دعائية.
 - 3- تم اضافة الرمز ADV من قبلكم في تعليمات سابقة لضمان عدم وصول الرسائل الدعائية لعدم الراغبين باستلام مثل هذا النوع من الرسائل .

كما ونقترح اضافة البنود التالية الى الاحكام التنظيمية:-

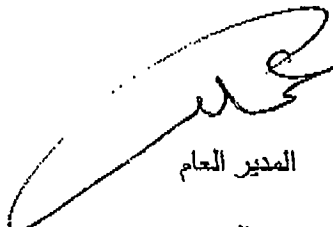
- عدم امتناع اي من المرخص لهم من التعاقد و/او بيع رسائل الجملة الى اي من مصدري الرسائل النصية القصيرة الموافق عليهم من قبل الهيئة .
- تطبيق وتفعيل قانون وتعليمات المنافسة بحزم فيما يتعلق في عمليات القطاع كافة .



- على المرخص لهم من شركات الإتصالات اعلام مصدري رسائل الجملة بارقام المشتركين الذين قاموا بحجب خدمة الرسائل النصية القصيرة الدعائية و / او الارقام الخارجة عن الخدمة وبشكل دوري.
- طلب من المرخص لهم عدم القيام بتقديم رسائل نصية قصيرة مجانية مقابل بيع اي من منتجات المرخص لهم الاخرى .
- كما و نطلب من هيئتكم الموقرة السماح بارسال الرسائل النصية القصيرة ايام السبت كون ان يوم السبت يوم عمل عادي لكثير من القطاعات ، ليتمكن قطاع مصدري الرسائل من المنافسة مع قنوات التواصل الاجتماعي وتطبيقات OTT حيث ان هذه القنوات و التطبيقات مفتوحة على مدار الايام 7/24 .
- تقوم حاليا شركات عديدة ببيع رسائل عن طريق Whatsapp وهذه الرسائل غير خاضعة للاحكام التنظيمية الصادرة من قبل هيئتكم الموقرة ، ولذلك نرجوا منكم التدخل لتنظيم و مراقبة هذه الخدمة واخضاعها الى القوانين النافذة و تعليمات الهيئة.

شاكرين لكم حسن تعاونكم وإهتمامكم وأملين من هيئتكم الموقرة بأن تأخذ بعين الاعتبار ما ورد في كتابنا أعلاه لما لذلك من أهمية في تنظيم العمل في هذا القطاع الحيوي والهام.

وأقبلو فائق الإحترام والتقدير.


المدير العام
عمر الجندي