سوق الاتّصالات... حوافز وامتيازات تُخفي تلاعبا ونهبا للمستهلك

13 - 09 - 2017 15:03 تونس/تونس

تونس 13 سبتمبر 2017 - وات
تحقيق استقصائي أعده محمد الرايس التوكابري

رغم الحركية الاقتصادية والاجتماعية الكبيرة لسوق الاتصالات في تونس باعتبار ما توفره من مواطن شغل مباشرة وغير مباشرة ومن عائدات مالية هامة فان القطاع لا يخلو من ممارسات غير شفافة تصل احيانا حد الى مغالطة الحرفاء والتعويل على جهلهم بالقوانين وبالتالي بحقوقهم.
هذه المغالطات تتجلّى أساسا من خلال ضبابية احتساب سعر المكالمات والرسائل من عرض لآخر فضلا عن العمل على تضليل الحريف -في بعض الأحيان- بهدف مراكمة الأرباح حتّى و إن كانت مقابل خدمات أقّل ما يقال عن بعضها هو أنّها لا تتطابق مع العروض المعلنة لشركات الاتصالات.
غالبا ما ينبهر الحريف محمد، بالحوافز والامتيازات التي يوفرها المشغلون والتي يقدمونها في اطباق مغرية من الرسائل الاشهارية ذات الحرفية العالية اذ هو قادر على شحن رصيد هاتفه بكذا دينار ليحصل على كذا أضعاف من الدقائق من المكالمات وفي اتجاه كافة المشغلين.
الصورة تبدو له وردية، إلا ان ما لا يعلمه محمد هو ان استهلاك الرصيد في هذه الحالة يخضع الى سلم تعريفات أساسه التدرج في التسعيرة حسب مدة المكالمة.

التحيّل المقنّع

سعر الدقيقة في هذه الحالة يصل الى 350 مليم عوض 31 مليما بالنسبة الى السعر العادي واحتساب التعريفة الذي كان بنظام ال15 ثانية اصبح يتم بتدرج حسب ال30 ثانية بالنسبة لكل

العروض منذ سنة 2015 أي ان دقيقة واحدة من المكالمات تقسم على اثنين (30 ثانية ضارب 2) فتتم العملية على النحو التالي من 1 الى 29 ثانية بسعر 175 مليم و من 30 ثانية فما فوق بسعر 350 مليم.
يبرز غياب الشفافية في هذه الحالة عندما لا يقوم المشغّلون بإشهار السعر او عندما لا يقومون بإشهار سلم احتساب التعريفة واحيانا عند اشهار الاسعار باحتساب الدقائق باسعار متدنية بناء على فرضيات يصعب بلوغها وهي ان يكون الحريف محمد -مثلا- قادرا على استهلاك قرابة 100% من الحوافز في الفترة الزمنية المحددة.
ولعل ما يعمّق حيرة محمد وعدم فهمه لتعقيد التسعيرات وضبابية طرق الاحتساب هو عدم اقبال المشغلين في تونس على اعتماد التسعيرة باحتساب الثانية الواحدة على غرار عديد دول العالم.

المسابقات والألعاب... أسمعت لو ناديت حيّا !

مشهد اخر لا يقل اهمية عن حيرة محمد. أيمن، 30 سنة، حريف آخر اختار المشاركة في مسابقات والعاب باعتماد الارساليات القصيرة فاذا به ما يزال ينتظر رنة هاتف او رسالة او ظهور اسمه او رقمه على شاشة تلفاز يبشره بأنه الفائز ب 1000 دينار او 10 آلاف دينار او بسيارة او حتى مجّرد الفوز ببطاقة شحن بنزين او بطاقات شحن هاتف جوال. الحريف مازال ينتظر منذ سنوات ولا حياة لمن ترسل رسائلك !
الالعاب والمسابقات باستعمال الارساليات القصيرة تصنف في خانة جذابة ألا وهي «الخدمات ذات القيمة المضافة باعتماد الارساليات القصيرة». هذه الخانة تجمع بالاضافة الى المسابقات كل الخدمات المسداة بواسطة الإرساليات من الأخبار إلى الإعلام بوصول الحوالات البريدية او بحلول آجال الفواتير او العروض التجارية والتسويقية وغيرها.
وتنقسم الالعاب التي تعتمد الارساليات القصيرة الى نوعين : الألعاب الترويجية وألعاب اختبار الذكاء او ما يعرف ب» الكوييز».
ويبقى تحديد سعر الإرساليات بالنسبة الى ألعاب اختبار الذكاء او العاب الاجابة عن الاسئلة -وفق خبير في المجال- مسألة حرة اذ أنّ السعر غير محدد بسقف وما يشترط في هذه الانواع من الالعاب هو اعلان سعر الإرسالية مع الاعلان عن اللعبة وعدم حصر المشاركة في هذه الالعاب على مشغل دون آخر.
اما الألعاب الترويجية فإنها تخضع لنظام واضح حيث تكون الجوائز في هذه الألعاب محددة بسقف. ويشترط ألا تتجاوز قيمتها 25 الف دينار. والألعاب الترويجية هي عملية إشهارية تهدف بالأساس إلى تنمية البيوعات وتبعث لدى العموم أمل الربح سواء كان عن طريق الحظ او القرعة او المسابقة.
ميدان الخدمات ذات القيمة المضافة باعتماد الارساليات القصيرة ما يزال ضعيفا في تونس اذ لا يتعدى نسبة 1 بالمائة من رقم معاملات قطاع الاتصالات أي 13 مليون دينار من قرابة 2615 مليون دينار بينما، هو قادر على ان يتطور اكثر ليكون ركيزة نموذج اقتصادي جديد يقوم على مزيد تنويع الخدمات وإثرائها على غرار ما يمثله في البلدان المتقدمة أي أكثر من 10

بالمائة من رقم معاملات قطاع الاتصالات.
يصل عدد مزودي الخدمات ذات القيمة المضافة باستعمال الارساليات القصيرة الى 60 مزودا ويصل عدد الارقام المسندة الى 180 رقم من بينها ارقام خاصة بالمسابقات والالعاب وهي الارقام ذات مورد الترقيم 85.
يتدخل في تنظيم المسابقات والألعاب باعتماد الارساليات القصيرة على القنوات التلفزية أو الاذاعية كل من المزود والقناة التلفزية والمؤسسة المستشهرة التي ترصد الجائزة.
يتم توزيع المداخيل المتأتية من المشاركة في المسابقات والألعاب باستعمال الارساليات القصيرة بمقتضى عقد يبرم بين المزود والمشغّل ولا يمكن أن يتجاوز فيه نصيب المشغل 35 بالمائة وبمقتضى عقد يبرم بين المزود والمؤسسة او القناة التلفزية أو الإذاعية.
وتخضع المسابقات والألعاب لأداء ب30 بالمائة لفائدة الدولة.

في فخّ التحيّل...

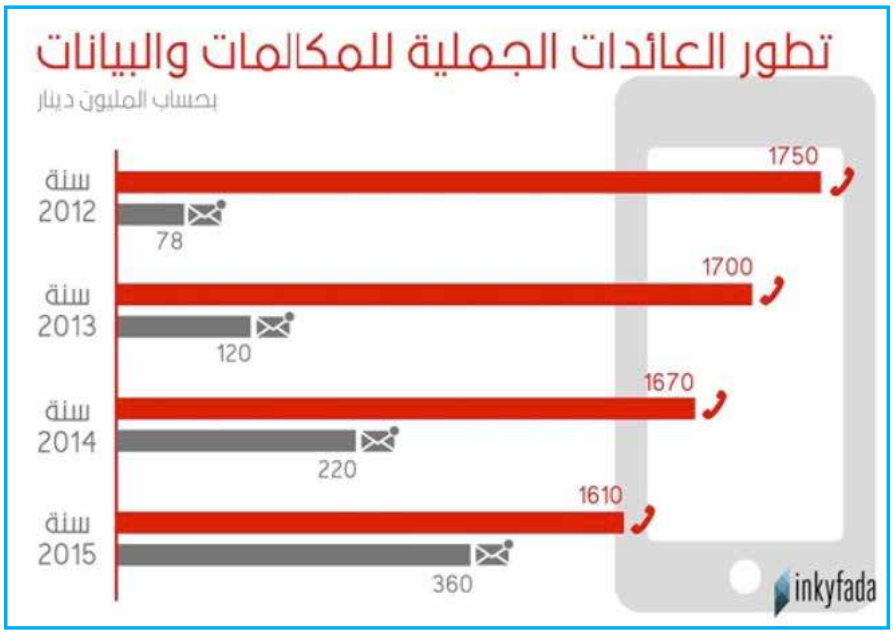
الحريف الحالم بالثروة يمكن ان يكون عرضة لأنواع شتى من التحيل لعل أبرزها استعمال رقم للمغالطة عند تنظيم الألعاب او تنظيم العاب دون تخصيص أرقام حقيقية او عدم اعلان تعريفة المشاركة.
ويمكن أن يلجأ المتحيلون الى تغيير قانون اللعبة دون إعلام المشاركين او عدم تحديد موعد للقيام بالسحب او ان يتم انتقاء الفائزين بحسب عدد المشاركات عوض ان تخضع العملية الى السحب الجزافي كما كان معلنا في المسابقة.
ممارسات وان كانت من باب التحيل فان عدد الضحايا غير معلوم في ظل ندرة الحالات التي تقدمت بشكايات في الغرض للقضاء او غيرها من الهيئات ما عدا حالات قليلة لا تتجاوز عدد أصابع اليد الواحدة.
الدكتورة ربيعة عليبي، اخصائية علم النفس، تفسّر ضعف عدد المتقدمين بالشكايات ب»امكانية وجود عوامل نفسية من ابرزها ان ضحايا التحيّل يجدون حرجا في إفشاء عن هويتهم اما بسبب ما يمكن ان تحمله نظرة الآخر وحكمه على المتراهن باعتباره ذلك الشخص الذي يخسر المال بسبب شدة طمعه، او بسبب القيمة الضعيفة للأموال التي خصصت للمشاركة والتي لا تتجاوز غالبا بعض الدينارات». وفق قولها.

الحريف العاجز يحتاج الى خدمة «ايقاف استقبال الإرساليات المزعجة»

أمام عجزه عن ايقاف تواتر الرسائل الإشهارية على رقمه برنّات متتالية مزعجة في بعض الأحيان، بات الحريف المشترك بشبكات الاتصالات اليوم في حاجة ماسة الى توفير

خدمة رفض الإرساليات غير المرغوب فيها. خدمة تعيد له سيادته على رقمه وحرية القرار على ما يستقبله من مكالمات او إرساليات وألا يكون سلعة تباع المستشهرين.
وتتأكد هذه الحاجة في ظل ارتفاع عدد الإرساليات ونسق تواترها على ارقام الحرفاء دون سابق اعلام او سابق طلب وفي ظل قانون تونسي لا يسمح باستعمال رقم شخص ما دون الحصول على موافقته المسبقة.
مصادر متقاطعة من داخل شركات الاتصالات الناشطة في تونس أوضحت لنا في هذا الصدد بأنّ العملية تتم بطريقة غير معلنة. فعندما يتولى أي شخص تعمير استمارات للحصول على بطاقات الوفاء في الفضاءات التجارية الكبرى بمقتضى عقد لا يتم التثبت في محتواه فانه يدوّن رقم هاتفه الشخصي وهو بذلك يعطي الاذن دون ان يتفطن لاستعمال رقمه لأنشطة اشهارية.
ويتوجّب، بناء على ما سبق في اطار حماية المستهلك، توفير امكانية رفض الإرساليات الإشهارية من خلال ارسالية «قف» (ستوب)، وهي الإرسالية التي ستمكن اي شخص من اعلام المشغل بأنه يرفض مواصلة قبول الرسائل الإشهارية و المطالبة بإخراجه من حلقة الحرفاء المستهدفين بالإشهار.

رقم المعاملات التجارية لقطاع الاتصالات



بلغ رقم المعاملات التجارية لقطاع الاتصالات في تونس بمختلف مكوناته نحو 2582 مليون دينار سنة 2014 وتطور الى 2615 مليون دينار سنة 2015. وتعتبر عائدات الدولة من القطاع جد هامة وهي في حدود 35 بالمائة من أرباح المشغلين بمقتضى الأداء على الدخل.
حركية سوق الاتصالات في تونس تبرز كذلك في مواكبتها للتطورات التكنولوجية اذ أنّ العروض تشمل اليوم خدمات الجيل الرابع التي تعد حلقة رئيسية في تطوير خدمات الإنترنت المتنقلة او ما يعرف بخدمات البيانات «الداتا» والتي تطورت عائداتها قرابة 5 مرات بين سنتي 2012 و 2015 وفق تقرير الهيئة العليا للاتصالات من 78 مليون دينار الى 336 مليون دينار.
ومن المرجّح ارتفاع عائدات خدمات البيانات اكثر فأكثر سنة 2017 بعد أن رفع المشغّلون في سعر التفصيل لاحتساب «1 جيغا» من 2,5 دينار الى 4 دنانير بعد اقتناء رخصة الجيل الرابع، وكذلك في ظل تسارع الإقبال على هذه الخدمات التي توفر إمكانية الابحار على الانترنت واستعمال تطبيقات الهواتف الذكية وخاصة تطبيقات الاتصالات التي تعتمد انترنات على غرار «فايبر» و«ميسنجر» و «واتساب» او عبر تبادل الرسائل القصيرة.

تفاعل مشغلي الاتصالات في تونس مع تطور سوق البيانات

عرف رقم معاملات سوق البيانات في تونس خلال سنة 2016 تطورا هاما مقارنة بسنة 2015 شمل بيانات الجوال بزيادة بقرابة 35 بالمائة اي بزيادة بقرابة 116 مليون دينار وزيادة بقرابة 4 بالمائة بالنسبة لرقم معاملات البيانات القارة اي بقرابة 12 مليون دينار.

تطور رقم معاملات سوق البيانات خلال السنوات الاخيرة قابله تراجع في المداخيل المتأتية من أسواق الهواتف القارة والهواتف الجوالة وهو ما يطرح على مشغلي الهاتف تحديات جديدة لعل ابرزها كيفية التفاعل مع هذا المنحى الجديد لسوق الاتصالات الذي يسير نحو التعويل على البيانات بدل الخدمات التقليدية (التخاطب او الارساليات القصيرة).

تفاعل مشغلي الهاتف في تونس مع هذه التحولات المتسارعة نقلناها في مجموعة من الأسئلة إلى الشركات العاملة في تونس والتي رفضت الاجابة عنها بعد اسابيع من المحاولات المختلفة دون تقديم اي توضيحات حول أسباب الرفض بصفة رسمية او غير رسمية.

مصدر مسؤول وحيد من اتصالات تونس، رفض الكشف عن هويته رغم ان المسالة لا تكتسي اي خطورة، وافق على تقديم بعض الاجابات التي اكد فيها بالخصوص على ان الشركة تعمل وفق استراتيجية واضحة تقوم على ثلاثة محاور رئيسية هي جودة الخدمات والاندماج بين الخدمات والتجديد.

واوضح ان تفاعل الشركة مع تطور خدمات البيانات يبرز بالخصوص في اعتماد تمش استشرافي يقوم على سرعة التفاعل مع طلبات الحرفاء من المؤسسات ومن الخواص ومن خلال تقديم حلول وعروض خاصة تستجيب لتطلعاتهم.

وبين ان الحلول التي يمكن توفيرها تشمل الاندماج بين الصوت عند التخاطب والنفاذ الى خدمات البيانات وتنويع العروض التقنية اما بالخطوط النحاسية او الراديوية او باعتماد الالياف الضوئية (بعد ان تمكنت الشركة من تركيز 20 كلم من الالياف الضوئية) او باعتماد البروتوكول متعدد الوسائط الذي يستعمل اكثر من تقنية.

واشار مصدرنا من اتصالات تونس الى ان الشركة حريصة على توجيه استراتيجية عملها باعتبارها شركة خدمات تعمل على مزيد تنويع عروضها و من بينها توفير عرض خاص يمكن من التخاطب وتبادل المعطيات ومشاهدة الفيديو.

وأبرز انها تعمل في هذا الصدد على تحسين نجاعة شبكتها بالتركيز على تقريب السعة العالية من المستعملين بما يسهل نفاذهم الى خدمات ذات جودة عالية وبما يمكن المؤسسة من المحافظة على موقعها الريادي في سوق الاتصالات.

وبيّن، من جهة اخرى، ان اتصالات تونس تعمل على تطوير العروض المجددة ومن بينها خدمات الحوسبة السحابية وتوفير عروض «مراكز البيانات» الداتا سنتر وهي مراكز ايواء المعطيات والتجهيزات التي يمكن تسوغها بالاضافة الى الموزعات الافتراضية وخدمات انترنات الاشياء فضلا عن عملها على تطوير المنتجات المجددة من خلال شراكات مع مطوري التطبيقات المجددة.

الهيئة الوطنية للاتصالات .. الحلقة الرئيسية

تتولى الهيئة الوطنية للاتصالات مراقبة الخدمات الأساسية للاتصالات. و تحرص عند مراقبتها لمجال الخدمات ذات القيمة المضافة باعتماد الارساليات على توفر الشفافية اللازمة في هذه الخدمات، وذلك بأن تكون التعريفة بارزة في الاعلان الموجّه للتعريف باللعبة وان يكون قانون اللعبة وشروطها مودعا لدى عدل اشهاد يتم التنصيص على اسمه وعنوان مكتبه بنفس الاعلان من أجل اتاحة الامكانية للحصول على نسخة من القانون الذي ينظم اللعبة.

وقد تدخلت الهيئة الوطنية للاتصالات وما تزال

في عديد المناسبات لحماية المستهلك بصفة مباشرة وغير مباشرة خاصة بعد اتخاذ القرار عدد 54 لسنة 2014 الذي يتعلق بالمصادقة على طريقة تحديد تعريفات عروض خدمات التفصيل الموجهة للعموم وإجراءات الموافقة عليها.
وساهم هذا القرار بالخصوص في تنظيم السوق وفي المحافظة على القطاع بعد أن تم تحديد سعر ادنى للبيع ب31 مليم للدقيقة الواحدة لتفادي ممارسات البيع بالخسارة والتي يمكن أن تهدد استدامة نشاط المشغلين.
وأنهى القرار 54 ممارسات « النادي» وهي ممارسات تقوم على اعتماد تعريفات تفاضلية خاصة بالحرفاء داخل نفس الشبكة حيث تم التوصل الى اتفاق مع المشغلين لاعتماد تعريفات موحدة نحو كل الشبكات، بالإضافة الى سحب الامتيازات المسندة على كل الحرفاء.
وقد اتخذت الهيئة الوطنية للاتصالات سنة 2015 مجموعة من القرارات العقابية بمقتضى الفصل 74 من مجلة الاتصالات ضد المشغلين المخالفين تمثلت في خطايا ناهزت قيمتها الجملية 29 مليون دينار وذلك بسبب عدم اشهار أسعار المكالمات وخاصة السّلم المعتمد للتسعيرة.

هشام بسباس رئيس الهيئة الوطنية للاتصالات يوضّح

هشام بسباس رئيس الهيئة الوطنية للاتصالات كشف في تصريح ل/وات/ ما مفاده «لا يمكن ان نقول بانّ المشغلين يقومون بعمليات تحيل على الحرفاء ولكنهم لا يحترمون احيانا قواعد المنافسة والهيئة تتدخل لإصلاح الأخطاء او لإيقاف التجاوزات».
وشدد محدّثنا على ضرورة صياغة قانون استباقي لقطاع الاتصالات للعشريتين القادمتين على الأقل خاصة في هذه الفترة التي يتم فيها اعداد «المجلة الرقمية الجديدة» و «مجلة الاتصال السمعي البصري». وأشار بسباس الى ضرورة ان يأخذ القانون الجديد بعين الاعتبار التطورات الممكنة للسوق التونسية خاصة التكنولوجية منها وتطور الممارسات و المنحى العالمي الجديد الذي يخص التداخل بين المشغلين والقنوات التلفزية.
وابرز الحاجة الى وضع اليات او تطوير هيئات تعديل قادرة على مراقبة اكثر من مجال في ذات الوقت، مبينا ان الهيئة الوطنية للاتصالات في تونس قادرة على ان تتطور لتقوم بالدور الرقابي على أكثر من مجال على غرار ما تقوم به هيئات الاتصال في اسبانيا وايطاليا والمانيا وفق قوله.
هشام بسباس أضاف انّ الهيئة تعمل على إصدار دليل المستعمل ما سيساهم في تثقيف المستهلك واطلاعه على حقوقه وواجباته. وقد تمّ في هذا السياق -والكلام له- اطلاق عديد الاستشارات العمومية من بينها استشارة لتجميع أكثر ما يمكن من الآراء حول الشروط الواجب توفرها في الخدمات المتعلّقة بالألعاب المستندة الى الارساليات القصيرة، وكذلك ما

يجب أن يتوفر في العروض التجارية للمشغلين. محدّثنا شدّد في سياق متّصل على «الحاجة الى تطوير التشريعات في اتجاه تمكين الحريف من التظلم مباشرة لدى الهيئة الوطنية للاتصالات خاصة وان المشرع اعطى فقط الحق في التظلم لدى الهيئة الى جمعيات حماية المستهلك»، مؤكدا الحاجة الى ان يعي المستهلك واجباته وحقوقه وان يطالب بان تتوفر في العروض التجارية للمشغلين كل شروط الشفافية في السعر والحوافز وسلم الاحتساب المعتمد وان يتم اشهارها بشكل واضح في كل الاعلانات التجارية او الدعائية مهما كانت المحامل المعتمدة.

أنجز هذا التحقيق باشراف وليد الماجري وبالتعاون مع مركز تطوير الاعلام