

جامعة النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

التنظيم القانوني لحماية المستهلك في قطاع خدمات الاتصال الثابت "دراسة مقارنة"

إعداد

فاطمة الزهراء صريح محاميد

إشراف

د. نعيم سلامة

قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين.

2019

التنظيم القانوني لحماية المستهلك
في قطاع خدمات الاتصال الثابت
"دراسة مقارنة"

إعداد

فاطمة الزهراء صريح محاميد

نوقشت هذه الأطروحة بتاريخ 2019/08/16م، وأجيزت.

أعضاء لجنة المناقشة

1- د. نعيم سلامة / مشرفاً رئيساً

2- د. أنس أبو العون / ممتحناً خارجياً

3- د. معاذ أسمر / ممتحناً داخلياً

التوقيع

.....

.....

.....

الإهداء

إلى صاحب الخلق العظيم سيدنا محمد (صلى الله عليه وسلم)

إلى زوجي الغالي

إلى والدي ووالدتي العزيزين.....

إلى احبتي أخوتي وأخواتي

إلى فلذة كبدي بناتي (لجين وساره).....

إليهم اهدي هذا الجهد المتواضع

الشكر والتقدير

الحمد والشكر لله أولاً وأخيراً، الذي أعانني ويسر أمري ووفقتني إلى إنجاز هذه الدراسة.

وأقدم الشكر والتقدير إلى أستاذي الدكتور نعيم سلامه الذي شرفني بقبوله الاشراف على رسالتي هذه، وكان خير معلم ، وكما اتقدم بشكر والعرفان إلى الأستاذ صريح محاميد والدي العزيز وإلى أختي الأستاذة لبنى محاميد وإلى زوجي الأستاذ جهاد برهم.

إقرار

أنا الموقعة أدناه مقدمة الرسالة التي تحمل عنوان:

"التنظيم القانوني لحماية المستهلك

في قطاع خدمات الاتصالات الثابت"

"دراسة مقارنة"

Legal regulation of consumer protection in the sector of fixed telecommunication services A Comparative study

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يُقدم من قبل لنيل أي درجة علمية، أو بحث علمي، أو عملي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

Declaration

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted elsewhere for any other degree or qualification.

Student's Name:

فاطمة الزهراء صريح محاميد

اسم الطالب:

Signature:

.....فاطمة.....

التوقيع:

Date:

2019/08/16

التاريخ:

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	أعضاء لجنة المناقشة
ج	الإهداء
د	الشكر والتقدير
هـ	إقرار
و	قائمة المحتويات
ط	قائمة الجداول
ي	قائمة الأشكال
ك	الملخص
1	المقدمة
2	مشكلة الدراسة
3	أهمية الدراسة
3	أهداف الدراسة
4	صعوبات الدراسة
5	نطاق الدراسة
5	الدراسات السابقة
7	منهج الدراسة
8	خطة الدراسة
9	الفصل الأول: الطبيعة العقدية بين المستهلك وشركات الاتصالات
9	المبحث الأول: ماهية عقد تزويد خدمات الاتصال الثابت
10	المطلب الأول: تعريف عقد تزويد خدمة الهاتف الثابت وأركانه
10	الفرع الأول: تعريف عقد تزويد خدمة الهاتف الثابت
12	الفرع الثاني: أركان عقد تزويد خدمة الهاتف الثابت
15	المطلب الثاني: أطراف عقد تزويد خدمات الاتصال الثابت
15	الفرع الأول: المستهلك (المشترك)
21	الفرع الثاني: مزود الخدمة (شركة الاتصالات)
26	الفرع الثالث: التمييز بين المهني والمستهلك

الصفحة	الموضوع
29	المبحث الثاني: الطبيعة القانونية لعقد تزويد خدمة الاتصال الثابت
29	المطلب الأول: الطبيعة القانونية للعقد المبرم بين المستهلك وشركة الاتصال الثابت
29	الفرع الأول: عقد غير مسمى وعقد رضائي
31	الفرع الثاني: عقد معاوضة
33	الفرع الثالث: عقد من عقود المدة
35	الفرع الرابع: عقد إذعان
40	المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للعقد المبرم بين شركة الاتصالات والدولة
41	الفرع الأول: عقد خصخصة
42	الفرع الثاني: عقد امتياز
48	الفصل الثاني: حماية المستهلك في عقود خدمات الاتصال الثابت
49	المبحث الأول: متطلبات الحماية القانونية للمستهلك
49	المطلب الأول: ضبط مفهوم حماية المستهلك وأهداف ووسائل حماية المستهلك في عقود خدمات الاتصال الثابت
49	الفرع الأول: مفهوم حماية المستهلك
52	الفرع الثاني: أهداف ووسائل حماية المستهلك في عقود خدمات الاتصال الثابت
54	المطلب الثاني: التزامات شركات الاتصالات تجاه المستهلك
54	الفرع الأول: التزام شركة الاتصالات بأعلام المستهلك
59	الفرع الثاني: الالتزام بحسن النية في تنفيذ الالتزام
63	الفرع الثالث: الالتزام بالسرية
67	المبحث الثاني: طبيعة حماية المستهلك في عقود خدمات الاتصال الثابت
68	المطلب الأول: ضمان حق المستهلك في العدول عن العقد
69	المطلب الثاني: الحماية من التلاعب بأسعار الخدمات
73	المبحث الثالث: دور الجهات الرسمية في حماية المستهلك وأبرز المشكلات
73	المطلب الأول: دور المؤسسات الفلسطينية في حماية المستهلك في عقود تزويد خدمة الاتصالات
74	الفرع الأول: دور وزارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الفلسطينية في حماية المستهلك
76	الفرع الثاني: دور هيئة الاتصالات الفلسطينية في حماية المستهلك
78	الفرع الثالث: دور مؤسسات المجتمع المدني في حماية المستهلك

الصفحة	الموضوع
81	المطلب الثاني: واقع الخدمات المقدمة من شركة الاتصالات الفلسطينية وأبرز المشكلات
82	الفرع الأول: آلية إجراء الدراسة
82	الفرع الثاني: خصائص عينة الدراسة ومعايير رضا متلقي الخدمة
85	الفرع الثالث: النتائج
92	الخاتمة
93	النتائج
94	التوصيات
96	قائمة المصادر والمراجع
107	ملحق: الاستبانة
b	Abstract

قائمة الجداول

الصفحة	المحتوى	رقم الجدول
87	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات جودة الخدمة المقدمة	جدول (1)
89	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات التسعير	جدول (2)
91	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات الترويج للمنتجات	جدول (3)

قائمة الأشكال

الصفحة	المحتوى	رقم الشكل
83	التوزيع النسبي للمشاركين حسب الجنس	شكل (1)
84	التوزيع النسبي للمشاركين حسب فترة الاشتراك بالخدمة الهاتفية	شكل (2)
84	التوزيع النسبي للمشاركين حسب المنطقة الجغرافية	شكل (3)

التنظيم القانوني لحماية المستهلك

في قطاع خدمات الاتصال الثابت

"دراسة مقارنة"

إعداد

فاطمة الزهراء صريح محاميد

إشراف

د. نعيم سلامة

الملخص

يعتبر موضوع حماية المستهلك من أكثر المسائل القانونية تعقيداً ودائم التجدد، نتيجة تطور الانتهاكات والتهديدات التي يتعرض لها المستهلك من قبل مقدمي الخدمة، حيث يعد المستهلك الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية التي تربطه مع مقدم الخدمة وخاصة في ظل جمود وقصور القواعد العامة والضمانات التقليدية التي تحميه والتي لا تواكب تطور الانتهاكات من قبل مقدمي الخدمة، ولعل هذا هو الدافع الرئيسي لإعداد هذه الدراسة التي تحمل عنوان التنظيم القانوني لحماية المستهلك في قطاع خدمات الاتصال الهاتف الثابت في القانون الفلسطيني، مقارنة بالقانون الأردني والمصري واللبناني.

حيث هدفت هذه الدراسة إلى تناول موضوع التنظيم القانوني لحماية المستهلك في قطاع خدمات الاتصال الثابت في فلسطين بالمقارنة مع عدد من التشريعات العربية في هذا المجال، من خلال التعرف إلى ماهية عقد تزويد خدمة الاتصال الثابت وتحديد أطرافه، وتحديد الطبيعة القانونية لعقد تزويد خدمة الاتصال الثابت، وكشف كل ما يعترى الموضوع من لبس وغموض من أجل التوصل لحلول قانونية التي يمكن من خلالها حل مشكلة القصور في قانون حماية المستهلك الفلسطيني في العلاقة ما بين شركات الاتصال الثابت والمستهلك، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي المقارن من خلال شرح وتوضيح النصوص المتعلقة بحماية المستهلك والحماية القانونية المقررة له في القانون الفلسطيني، ومن ثم مقارنتها بما وجد في بعض القوانين كالقانون الأردني والمصري واللبناني.

المقدمة:

تلعب الاتصالات دوراً أساسياً في تطور الشعوب ورفع المستوى العلمي والمعرفي والاقتصادي، وتحسين نوعية الحياة في كافة جوانبها، والمساهمة في تواصل الشعوب، حيث أصبحت خدمة لا يمكن الاستغناء عنها، فالإنسان كائن اجتماعي ومتطور بطبعه يسعى دوماً للرفي بنفسه منذ بداية التاريخ البشري.

ولأن خدمة الاتصالات أصبحت ضرورة لا بد من وجودها وتوافرها لدى كافة الأشخاص، فإن ذلك أعطى شركات الاتصالات الاحتكارية المسيطرة على بعض خدمات الاتصالات الذريعة لإملاء شروطها على المستهلك الذي يجد نفسه مضطراً لقبولها دون مناقشة، بهدف الحصول على الخدمة التي لا يمكن الاستغناء عنها، الأمر الذي يؤدي إلى عدم التوازن والتكافؤ في العلاقة ما بين مقدم الخدمة والمستهلك، مما دفع الدول إلى ضرورة تنظيم هذه العلاقة وإيجاد ضمانات لحماية المستهلك وحصوله على حقوقه؛ وخاصة المستهلك الفلسطيني الذي تشكل خدمة الاتصال عصب حياته بسبب ما يعانيه من صعوبة في التنقل والتواصل الاجتماعي، وذلك يعود لما يفرضه الاحتلال الإسرائيلي من قيود على حركة المواطن الفلسطيني، بالإضافة إلى سياسته القائمة على الهيمنة والسيطرة ووضع سياسة الحواجز والإغلاق المستمر.

وفي فلسطين تعتبر شركة PALTEL الشركة الوحيدة المقدمة لخدمة الاتصالات السلكية التي أسست في عام 1997 وما زالت حتى الآن الشركة الوحيدة التي تقدم هذه الخدمة، حيث تم تجديد رخصتها من قبل الدولة، وتفرداها بتقديم هذه الخدمة قد يكون السبب في استغلال المستهلك الفلسطيني في بعض الأحيان⁽¹⁾؛ لذلك كان من الضروري إيجاد حماية للمستهلكين بها ووجود أجهزة من قبل الدولة تقوم على الرقابة والإشراف على مقدمي خدمة الاتصالات ومنع الاحتكارات ورفع الأسعار وتشجيع المنافسة ومنع أساليب التحايل والغش ونشر الوعي الثقافي للمستهلكين حول الاتصالات، ووجود جهاز يقوم على استقبال الشكاوى المقدمة من قبل المشتركين في الخدمة

(1) موقع شركة الاتصالات الفلسطينية على الانترنت <http://www.paltel.ps> / تم الدخول بتاريخ 2019-1-12 (1:00pm).

ووضع سبل حلها، خاصة في ظل عدم وجود قانون اتصالات فعال ومواكب للتطورات الهائلة في قطاع الاتصالات، بالإضافة إلى ضعف الرقابة الفعالة على أرض الواقع من قبل الدولة أو من مؤسسات المجتمع المدني أو من جمعية حماية المستهلك، وعدم دخول قانون هيئة تنظيم الاتصالات رقم (15) لعام 2009⁽¹⁾ إلى حيز التطبيق لحد الآن الذي نص على ضرورة وجود هيئة للاتصالات تقوم برقابة على أعمال شركات الاتصالات ومراقبة الأسعار وتشجيع التنافس.

مشكلة الدراسة:

تتلخص مشكلة الدراسة حول إمكانية توفير الحماية القانونية للمستهلك في فلسطين في حالة التعدي على حقوقه في ظل قصور نصوص قانون حماية المستهلك الفلسطيني الساري المفعول رقم (21) لسنة 2005⁽²⁾، إذ أن هذا القانون لم يتضمن كثيرا من الأحكام التي تتناول المسائل المتعلقة في الشروط التعسفية والاحتكار والمنافسة غير المشروعة من قبل شركات الهاتف الثابت وكما أن قانون الاتصالات السلكية اللاسلكية الفلسطيني لا يتماشى مع التطور ويتميز بالجمود وصعوبة العبارات المستخدمة ولا يواكب القوانين الأخرى، لا سيما أن العقد يبني على الإذعان حيث أن شركة الاتصال الثابت تتمتع باحتكار قانوني وفعلي وسيطرة في مجال الاتصالات حيث تضع شروط عامة لا تمكن المستهلك من مناقشتها أو الاعتراض عليها. كما تكمن مشكلة البحث في ضعف الأجهزة الرقابية والجهات الحكومية المعنية وجمعية حماية المستهلك في رقابتها على تقديم الخدمات فهي غير كافية لحماية المستهلك من مزودي خدمة الاتصال الثابت، وضعف التعاون والتنسيق بين الجهات المختلفة العاملة في الأراضي الفلسطينية في مجال حماية المستهلك وكذلك ضعف ثقافة الاستهلاك لدى المواطن الفلسطيني، إضافة إلى ندرة الأحكام القضائية الصادرة عن المحاكم الفلسطينية في هذا الخصوص.

⁽¹⁾ قرار بقانون رقم 15 لسنة 2009 بشأن الهيئة الفلسطينية لتنظيم قطاع الاتصالات الصادر في مدينة رام الله المنشور في جريدة الوقائع الرسمية في العدد 82 بتاريخ 22-8-2009، ص6.

⁽²⁾ قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005، المنشور في جريدة الوقائع الرسمية في العدد 63 بتاريخ 27-4-2006، ص29.

أهمية الدراسة:

يمكن تحديد أهمية الدراسة بالنقاط الآتية:

1. تمثل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات حالياً العمود الفقري لمتطلبات العمل في السوق الفلسطيني، كما تعد أحد أهم المكونات للاقتصاد الوطني وضرورة من ضروريات الحياة والتنمية المستدامة في ظل عصر سرعة الاتصالات.
2. ضرورة وضع الضوابط اللازمة لحماية المستهلك من خلال منع المعلومات المضللة له ونشر الوعي ووضع وسائل مناسبة تكفل إيجاد توازن تعاقدى ما بين المستهلك ومزود خدمة الاتصال الثابت خاصة أن المستهلك هو المتعامل الضعيف في العقود مع شركة الاتصال الثابت حيث يتعرض للكثير من الغش والتحايل عند إبرامه العقد وتنفيذه في الوقت الذي تكون فيه الأدوات القانونية على المستوى المحلي قاصرة عن حمايته، وما يزيد الأمر تعقيداً من الناحية القانونية كون العلاقة التعاقدية عبر شركة الاتصالات هي عبارة عن عقود إذعان.
3. التأكيد على الدور الرقابي لكل من الدولة وجمعية حماية المستهلك الفلسطيني على مزود خدمة الاتصال الثابت لضمان حماية حق المستهلك وإيجاد وسائل تكفل تحقيق تكافؤ في المنظومة التعاقدية ما بين المستهلك ومزود خدمة الاتصال الثابت وخاصة في ظل الوضع الخاص الذي يعانيه الشعب الفلسطيني من جراء وجود الاحتلال.
4. التأكيد على دور القضاء لحماية المستهلك الفلسطيني من مزود خدمة الاتصال الثابت لتحقيق التكافؤ بين المتعاقدين.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة من خلال تحليل وتناول المسائل التالية:

- 1- التعرف الى ماهية عقد تزويد خدمة الاتصال الثابت بتعريفه وتحديد أطرافه، إضافة إلى تحديد الطبيعة القانونية لعقد تزويد خدمة الاتصال الثابت.

- 2- توضيح مفهوم المستهلك ومزود الخدمة.
- 3- وبيان أهم التزامات شركة الاتصالات تجاه المستهلك (المشترك) التي كفلها القانون.
- 4- توضيح مدى الحماية القانونية التي وفرها القانون الفلسطيني للمستهلك في قطاع خدمات الاتصال الثابت ومقارنته بغيره من القوانين ومعرفة مدى فاعلية هذه الحماية.
- 5- بيان دور الجهات الرسمية ومؤسسات المجتمع المدني في حماية المستهلك.
- 6- توضيح أبرز المشكلات التي يعاني منها المشترك الفلسطيني تجاه شركة الاتصالات.
- 7- كشف كل ما يعترض الموضوع من لبس وغموض من أجل التوصل لحلول قانونية التي يمكن من خلالها حل مشكلة القصور في قانون حماية المستهلك الفلسطيني في العلاقة مابين شركات الاتصال الثابت والمستهلك، خاصة أن المشرع الفلسطيني لم يقدّم بمعالجة الشروط التعسفية.

صعوبات الدراسة:

تتمثل في صعوبة الوضع التشريعي في فلسطين، والمتمثل بقدم القانون المنظم للاتصالات السلكية واللاسلكية رقم (3) لعام 1996⁽¹⁾، وصعوبة المصطلحات والكلمات المستخدمة فيه وعدم مواكبته للتطورات الحالية، كما تتمثل صعوبة البحث في قلة المراجع والدراسات السابقة التي تتعلق بموضوع الدراسة، فتم الاعتماد في الفصل الثاني منه على المقابلات الشخصية والاستبيان مع ذوي العلاقة.

نطاق الدراسة:

تناولت الدراسة ماهية حماية المستهلك من خلال التركيز على النصوص القانونية الواردة في قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005، كما تم التعرض إلى كل من قانون

⁽¹⁾ قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية الفلسطيني رقم 3 لسنة 1996 الصادر بمدينة غزة 18-1-1996 المنشور في جريدة الوقائع في العدد (12)، ص7.

حماية المستهلك اللبناني رقم 659 لسنة 2005⁽¹⁾ وقانون حماية المستهلك المصري رقم 67⁽²⁾ لسنة 2006، وقانون الاتصالات السلكية واللاسلكية الفلسطيني رقم 3 لعام 1996، وقانون الاتصالات الأردني رقم (13) لسنة 1995 وتعديلاته⁽³⁾، كما تم الرجوع إلى أحكام الفقه وقرارات المحاكم وتقارير مؤسسات المجتمع المدني بالإضافة الى المقابلات مع ذوي العلاقة بموضوع الدراسة. كما تم إلى التطرق لتوضيح دور الدولة والتحدث عن شركة الاتصالات الفلسطينية والغموض المتعلق بالعقد المبرم بينها وبين الدولة عام 1996 (لمدة 20 عامًا بما يتعلق بالهاتف الثابت، و5 سنوات او عند الوصول الى 120 الف مشترك بالنسبة للهاتف المحمول).

الدراسات السابقة:

يوجد عدد من الرسائل التي تعالج موضوع الرسالة بشكل جزئي وليس بالشكل الكافي وذلك على النحو الاتي:

* دراسة أبو منديل، عبد الرحمن، محمد بعنوان "واقع استخدام المزيج التسويقي وأثره على ولاء الزبائن، دراسة حالة شركة الاتصالات الفلسطينية من وجهة نظر الزبائن في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية-غزة، 2008.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر المزيج التسويقي في شركة الاتصالات الفلسطينية على ولاء الزبائن، كما تناولت الدراسة الواقع الذي تعيشه فلسطين في ظل احتكار قطاع الخدمات من قبل شركة الاتصالات الفلسطيني ومدى تأثير ذلك على المستهلك الفلسطيني، إضافة الى تحديد سبل حمايته. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها أن المزيج التسويقي المقدم من قبل

(1) قانون حماية المستهلك اللبناني رقم 659 لسنة 2005 ، المنشور في الجريدة الرسمية في العدد (6) بتاريخ 4-2-2005، ص 426.

(2) قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006، المنشور في الجريدة الرسمية في العدد (20) لسنة 22-10-2006، ص3.

(3) قانون حماية المستهلك الأردني رقم (7) لسنة 2017، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 5455 تاريخ 16/4/2017، ص2725.

شركة الاتصالات الفلسطينية إيجابي ويحقق احتياجات الزبائن ولكن بشكل متفاوت حسب كل عنصر من عناصر المزيج الأربعة التي تناولتها الدراسة.

* دراسة محمود، عبد الله، ذيب، عبد الله بعنوان: حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة النجاح الفلسطينية - نابلس، 2009.

تناولت هذه الدراسة موضوع حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني قبل إبرام العقد وأثناء تكوينه وبعد إبرامه من خلال الرجوع للتشريعات الفلسطينية المتعلقة بحماية المستهلك، كما تناولت الدراسة حقوق المستهلك في كافة مراحل العقد، بالإضافة إلى توضيح حق الإعلام اللاحق لإبرام العقد. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أبرزها أن التشريعات الفلسطينية اهتمت بموضوع حماية المستهلك، وإن كان التعاقد الإلكتروني لم يحظى بعد بالاهتمام المطلوب نظراً لحدائته.

* دراسة مرتجي، رامي زكريا رمزي، بعنوان "الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الفلسطيني دراسة مقارنة بالشريعة الإسلامية"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، 2017.

هدفت هذه الدراسة إلى تناول موضوع الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الفلسطيني، من خلال تسليط الضوء على النطاق الموضوعي لهذه الحماية ومدى كفايتها، من خلال الاعتماد على المنهج التحليلي المقارن في تحليل نصوص وقواعد قانون حماية المستهلك الفلسطيني مع مقارنتها بنصوص وقواعد الشريعة الإسلامية والقانون المصري والجزائري. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أبرزها أن المشرع الفلسطيني وسع من نطاق الحماية الجزائية للمستهلك لتشمل العديد من الجرائم التي تشكل تهديداً لمصالح المستهلك، على الرغم من وجود بعض مواطن النقص والخلل، وقد أوصت الدراسة بضرورة قيام المشرع الفلسطيني بتعديل الإطار التشريعي الذي يغطي الحماية الجزائية للمستهلك من خلال إزالة التعارض والتناقض بين نصوص قانون حماية المستهلك والقوانين الأخرى ذات العلاقة.

* دراسة حسن، محمد علي صاحب بعنوان "حماية المستهلك في عقود خدمات الهاتف النقال في ضوء قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010"، مجلة الجامعة العراقية، عدد(1/33)، ص 297-332.

هدفت هذه الدراسة الى تحديد مفهوم عقود خدمات الهاتف النقال، إضافة الى تحديد طبيعة الحماية القانونية للمستهلك في عقود خدمات الهاتف النقال، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أبرزها أن المشرع العراقي أخذ بالمفهوم الموسع للمستهلك، حيث يشمل المهني لأغراض استهلاكية وليس مهنية خلافاً لقانون حماية المستهلك الفرنسي والتوجيه الأوروبي اللذان أخذتا بالمفهوم الضيق، من خلال اقتصره على المستهلك دون المهني، وقد أوصت الدراسة بضرورة شمول حق العدول في القانون العراقي للخدمات كما في السلع كما يقرر ذلك القانون المصري والفرنسي، لأن بقاء الأمر كما تقضي به القواعد العامة لا يوفر الحماية الكافية للمستهلك، كذلك النص على جمعيات حماية المستهلك كما نص على ذلك القانون المصري في قانون حماية المستهلك ببيان اختصاصها.

منهج الدراسة:

تم الإعتماد في إعداد هذا البحث على المنهج الوصفي والتحليلي والمقارن من خلال شرح وتوضيح النصوص المتعلقة بحماية المستهلك والحماية القانونية المقررة له في القانون الفلسطيني، ومن ثم مقارنتها بما وجد في بعض القوانين كالقانون الأردني والمصري واللبناني بعد القيام بتحليلهما للبحث في أساليب المتبعة للحماية، وكذلك تم الإعتماد على الآراء الفقهية في مختلف البحث.

خطة الدراسة:

ولغايات الامام بموضوع حماية المستهلك في قطاع خدمات الاتصال الثابت، وتحديد الإطار القانوني لهذه الحماية في القانون الفلسطيني والقوانين المقارنة، سيتم تناول هذه الدراسة في فصلين، الفصل الأول يتناول الطبيعة العقدية بين المستهلك وشركات الاتصالات، من خلال

التعرف إلى ماهية عقد تزويد خدمة الاتصال الثابت بتعريفه وتحديد أطرافه، إضافة إلى تحديد الطبيعة القانونية لعقد تزويد خدمة الاتصال الثابت، أما الفصل الثاني فيتناول موضوع حماية المستهلك في عقود خدمات الاتصال الثابت، من خلال تحديد مفهوم حماية المستهلك ومببراتها، والتزامات شركات الاتصالات تجاه المستهلك، إضافة إلى تحديد طبيعة حماية المستهلك في عقود تزويد خدمة الاتصال الثابت، ودور الجهات الرسمية ومؤسسات المجتمع المدني في حماية المستهلك، وأبرز المشكلات التي يعاني منها المشترك الفلسطيني تجاه شركة الاتصالات، ويتبع ذلك خاتمة تتضمن نتائج وتوصيات الدراسة، وتنتهي الدراسة بسرد لمراجع البحث.

الفصل الأول

الطبيعة العقدية بين المستهلك وشركات الاتصالات

يدخل المستهلك (المشترك) مع شركة الاتصالات (مزود الخدمة) بعلاقة قانونية تهدف إلى حصول المشترك على خدمات الاتصال، دائماً ما تكون هذه العلاقة القانونية على شكل عقد يتم إبرامه بين الطرفين، ويسمى بعقد تزويد خدمات الاتصال، وهذا العقد يرتب على طرفيه مجموعة من الحقوق والالتزامات التي يجب التقيد بها.

ولغاية دراسة العقد الذي يربط بين الطرفين ، يتحتم بداية توضيح ماهية عقد تزويد خدمة الاتصال من حيث خصائصه وطبيعته القانونية، ثم تحديد أطراف عقد تزويد خدمات الاتصال، المستهلك (المشترك)، وشركة الاتصال (مزود الخدمة)، من خلال مبحثين اثنين، في المبحث الأول سنتناول ماهية عقد تزويد خدمات الاتصال الثابت، أما المبحث الثاني فسنخصصه للحديث عن الطبيعة القانونية لعقد تزويد خدمة الاتصال الثابت.

المبحث الأول

ماهية عقد تزويد خدمات الاتصال الثابت

يعتبر عقد تزويد خدمات الاتصال الثابت من العقود الغير المسماة التي لم ينص عليه المشرع ولم يحدد له تعريفاً قانونياً، وحسناً فعلت التشريعات التي لم تورد تعريف لهذا العقد وإنما تركت المهمة للفقهاء، فهو أحد العقود التي تبرم بين شركة الاتصالات التي تقدم خدمات الاتصال بشكل عام وخدمة الاتصال الثابت على وجه الخصوص، وبين المشترك الذي يرغب بالحصول على هذه الخدمة، حيث يلتزم الطرف الأول بموجب هذا العقد بتقديم خدمة الاتصال للطرف الثاني خلال فترة زمنية ممتدة مقابل قيام الطرف الثاني بدفع مقابل مادي عن هذه الخدمة. ومن خلال هذا المبحث سيتم التطرق إلى ماهية العقد بشكل عام وشروط انعقاده، وتعريف عقد تزويد خدمة الهاتف الثابت، وتحديد مدى انطباق ركن العقد وشروط الانعقاد والصحة عليه، إضافة الى تحديد أطراف عقد تزويد خدمة الهاتف الثابت، وذلك من خلال مطلبين اثنين على النحو الآتي:

المطلب الأول: تعريف عقد تزويد خدمة الهاتف الثابت وأركانه.

المطلب الثاني: أطراف عقد تزويد خدمات الاتصال الثابت.

المطلب الأول: تعريف عقد تزويد خدمة الهاتف الثابت وأركانه:

سيتم من خلال هذا المطلب التطرق لتعريف العقد بشكل عام، ثم تناول التعريفات الفقهية والقانونية التي قُدمت لعقد تزويد خدمة الهاتف الثابت، وتحديد الأركان العامة لهذا العقد، وذلك على النحو الآتي:

الفرع الأول: تعريف عقد تزويد خدمة الهاتف الثابت:

يُعرف العقد بشكل عام بأنه: "اتفاق يلتزم، بمقتضاه، شخص أو أكثر نحو شخص أو أكثر، بإعطاء شيء أو القيام بعمل أو بالامتناع عنه"⁽¹⁾. من هنا فإن العقد يمثل مصدر إلتزام يستمد قوته وأثره من مبدأ التراضي والإلتزام بين طرفي التعاقد، أكثر من قوة القانون الذي يتحدد دوره أساساً على ضمان تنفيذ العقد وتنظيمه وتحديد الجزاء المترتب على إخلال أحد طرفي العقد بالإلتزام الناشئ عنه⁽²⁾. ونشير هنا إلا أنه في الفقه الإسلامي فإن الإرادة وحدها هي القادرة على انشاء العقد ولكن الذي يوصي القوة الملزمة على العقد هو القانون. وهذا على خلاف القوانين الوضعية، كالقانون الفرنسي الذي جعل من مبدأ سلطان الإرادة هو الذي يعطي قوة الإلتزام للعقد⁽³⁾.

والعقد يتمحور في إيجاب من أحد المتعاقدين وقبول من الآخر، وهو يعتبر من الأدوات الأساسية في التعامل، وهو الحاكم للتعاملات القانونية والاقتصادية، فغاية العقد هي تحقيق حاجات

(1) السنهوري، عبد الرزاق أحمد، الوسيط في شرح القانون المدني، ج1، نظرية الإلتزام بوجه عام - مصادر الإلتزام (العقد، العمل غير المشروع، الإثراء بلا سبب، القانون)، د.ط، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 1952، ص138.

(2) الغفاري، بشير أبو زر، العقد والإرادة المنفردة، ط5، مطابع السودان للعملة، الخرطوم، 2005، ص8.

(3) ويشير بعض الفقهاء في المعنى الإصطلاحي للعقد إلى أن المعنى العام للعقد كل ما يعقد الشخص على الإلتزام به، ويشمل ما يلزم به شخص نفسه بشكل منفرد، وتتمثل هذه العقود بالإيمان والنذور التي يكون الفرد الناطق بها ملزماً بأدائها، أو ما يتوقف على طرفين من شخصين أو أكثر، وتتمثل مثل هذه العقود بالبيع والمعاملات التجارية، نقلاً عن: أبو سرحان، أحمد شحدة، أثر فوات محل العقد في المعاملات المالية في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، الأردن، 2006، ص10-11.

ورغبات الأفراد المتعاقدين، وهو المعبر عن النية والقبول فيما يتم التعاقد عليه بين أطراف العقد، وإنعقاد العقد يتطلب الإتفاق على المسائل الجوهرية، لأنها هي التي تحدد ماهية العقد الذي يقصده الطرفان، كما تحدد المقابل الذي يلتزم به كل طرف قبل الآخر، من هنا فإن كل إتفاق بين الطرفين لا يشمل العناصر الجوهرية لا يؤدي إلى إبرام العقد⁽¹⁾.

وعليه فإن عقد التزويد بخدمة الاتصال هو عقد ينطوي على التزام من قبل الطرف الأول وهو (شركة الاتصالات)، تجاه الطرف الثاني وهو (المشارك أو المستهلك) يتمثل بتجهيز العميل بخدمة الاشتراك بالاتصال والخدمات الأخرى المرتبطة به.

وقد أكد المشرع الفلسطيني على أن خدمة الهاتف الثابت يتم الحصول عليها بموجب عقد اشتراك مع من يرغب بالاشتراك في الهاتف⁽²⁾، وهو ما أشار إليه عقد الاشتراك الاسترشادي لخدمات الاتصالات الصادر عن هيئة تنظيم قطاع الاتصالات الأردنية عندما عرف عقد الاشتراك، بأنه: "الشروط والأحكام ونموذج الاشتراك وأية ملاحق أخرى تحكم العلاقة بين الفريقين (شركة الاتصال والعميل)، والتي بموجبها يتم تزويد الفريق الثاني (العميل) بالخدمة"⁽³⁾.

وترى الباحثة أنه وعلى الرغم من عدم وجود نص قانوني صريح ومحدد لعقد تزويد خدمة الهاتف الثابت، فإنه يمكن تكييف الاتفاق بين المستهلك وشركة الاتصال على التزويد بخدمات الاتصال الثابت بأنه عقد يتم إبرامه بين طرفين هما مزود الخدمة الممثلة بشركة الاتصالات، والمشارك الذي يرغب بالحصول على هذه الخدمة، وينطبق عليه ما ينطبق على العقود بشكل عام من حقوق والتزامات لكلا الطرفين.

(1) الجمال، مصطفى، السعي إلى التعاقد، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2002، ص126.

(2) قرار وزير البريد والاتصالات الفلسطيني بشأن نظام الاتصالات السلكية واللاسلكية رقم (1) لسنة 1996 عدد14، المنشور بتاريخ 27-8-1996، ص3. تنص المادة (120) على أن: "تقدم الخدمة الهاتفية بموجب عقد اشتراك يتم صياغته لدى دائرة شؤون المشتركين في الوزارة مع من يرغب بالاشتراك في الهاتف".

(3) الفقرة والتعريفات من عقد الاشتراك الاسترشادي لخدمات الاتصالات، الصادر عن هيئة تنظيم قطاع الاتصالات الأردنية، بتاريخ 2008/12/4.

الفرع الثاني: شروط إنعقاد عقد تزويد خدمة الهاتف الثابت:

نظراً لأهمية العقد بشكل عام، فقد تم تنظيم قواعده وأحكامه من حيث إنشائه وتحديد أركان قانونية موضوعية وشكلية لتحديد صحته، وهي أركاناً منها الموضوعية العامة والموضوعية الخاصة والشكلية، وعلى غرار سائر العقود، لا يكون عقد تزويد خدمة الهاتف الثابت صحيحاً إلا إذا استوفى شروط الصحة وهي الأهلية والرضا والمحل والسبب، والتي سيتم توضيحها على النحو الآتي:

أولاً: الرضا:

الرضا هو التعبير عن إرادة المتعاقدين التي تصاغ في الإيجاب والقبول، وإذا انعدم الرضا ترتب على ذلك عدم إنشاء العقد، ويكون الرضا معدوماً إذا لم يتفق الأطراف على محل العقد⁽¹⁾.

وبهذا أشار مشروع القانون المدني الفلسطيني لسنة 2012، الى أن العقد ينعقد بمجرد تبادل طرفيه التعبير عن إرادتهما المتطابقة، حيث نصت المادة (74) من مشروع القانون على أنه: "ينعقد العقد بمجرد أن يتبادل الطرفين التعبير عن إرادتين متطابقتين ما لم يقرر القانون فوق ذلك أوضاعاً معينة لانعقاده". مع التأكيد على الإيجاب والقبول لإنشاء هذا العقد، كما جاء بالمادة (75) من مشروع القانون بنصها على أن: "الإيجاب والقبول كل تعبيرين مستعملين عرفاً لإنشاء العقد، وأي تعبير صدر أولاً فهو إيجاب والثاني قبول". وهذا أيضاً ما أكد عليه المشرع الأردني في المادة (90) من القانون المدني لسنة 1976، عندما نص على أنه: "ينعقد العقد بمجرد ارتباط الإيجاب بالقبول مع مراعاة ما يقرره القانون فوق ذلك من أوضاع معينة لانعقاد العقد".

ويعتبر ركن الرضا العنصر الرئيسي والجوهرى في العقد، حيث يجب أن يكون صادراً من الأطراف العقدية ويكون واضحاً ودالاً على ما يحتويه العقد، كما يجب أن يكون الشخص أو الطرف في العقد كامل الأهلية في التعبير عن رضاه وإرادته بشكل حر دون وجود عوارض للإرادة

(1) يونس، علي حسن، العقود التجارية، ط1، دار الفكر العربي للنشر، القاهرة، 1986، ص21.

كالإجبار أو عوارض للأهلية كالسفه والجنون والغفلة وعدم بلوغ سن الرشد⁽¹⁾. ويكون التحقق من الإيجاب والقبول بطريقتين: إما التعبير بالكتابة واللفظ والاشارة، وهذا ما عبرت عنه المادة (76) من مشروع القانون المدني الفلسطيني بنصها على الآتي:

1. التعبير عن الإرادة يكون باللفظ، أو بالكتابة، أو بالإشارة المعهودة عرفاً، أو باتخاذ موقف لا تدع ظروف الحال شكاً في دلالاته على حقيقة المقصود.

2. يجوز أن يكون التعبير عن الإرادة ضمناً، إذا لم ينص القانون أو يتفق الطرفان على أن يكون صريحاً.

وباسقاط ركن الرضا على عقد تزويد خدمة الهاتف الثابت، نجد أن هذا الركن لا بد أن يتوفر لانعقاد عقد تزويد خدمة الهاتف الثابت، فالمشترك عندما يرغب بالحصول على خدمة الاتصال يتجه برضاه إلى الشركة المزودة للخدمة، ويقبل بشروط ومتطلبات هذه الخدمة، ويوقع على عقد مكتوب محدد فيه تفاصيل هذه الخدمة وحقوق والتزامات طرفي العقد.

ثانياً: المحل:

محل العقد أو محل الالتزام هو الشيء الذي يلتزم المدين القيام به، والمدين يلتزم إما بنقل حق عيني أو بعمل أو بالامتناع عن عمل⁽²⁾.

وقد ثار جدل فقهي حول التمييز بين محل العقد ومحل الالتزام، فمنهم من يرى أن محل العقد هو محل الالتزام الرئيسي الذي ينشئه العقد، وهذا هو الرأي الراجح، كون العبرة بمحل الالتزام،

(1) سلامة، رولا نائل وحطاب، رشا، الماهية القانونية لعقد إدارة الاستثمار في سوق عمان المالي، مجلة دراسات، علوم الشريعة والقانون، الجامعة الأردنية، 2014، ص54.

كذلك قررت محكمة التمييز الأردنية بأنه: "إذا كانت الدعوى تتعلق بمراهق فعلى المحكمة التحقق فبلوغة وفقاً للمادتين (986) و(989) من المجلة وذلك بمشاهدته وسؤاله عن البلوغ و أوصافه فإذا أقر به فإن كانت جثته تتحمل البلوغ ولم يكذب ظاهر الحال يصدق ويكون هو الخصم وإن أنكر البلوغ أو أقر به ولكن جثته غير محتمله وكأن ظاهر الحال مكذباً له لا يصدق ولا يعتبر خصماً". نقلاً عن عسقلان، فضل، المسؤولية التقصيرية لعدم التمييز، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2008، ص21.

(2) السنهوري، عبد الرزاق أحمد، الوسيط، مرجع سابق، ص375.

لأن العقد ليس له في الحقيقة محل، وإنما يترتب آثاراً تتمثل في الإلتزامات التي ينشئها على عاتق الأطراف، ولفظ "محل العقد" غير صحيح وإنما استعمل من باب إيجاز الحذف فقط، لأن المقصود في الواقع هو محل الإلتزام الناشئ عن العقد الذي يجب أن يكون موجوداً أو ممكناً ومعيناً ومشروعاً⁽¹⁾.

ومحل العقد عامة هو المعقود عليه وما يقع عليه التعاقد، حيث يختلف محل العقد باختلاف المتعاقد عليه، فيمكن أن يكون عيناً مالية كما في البيع والشراء، أو منفعة كما في إجارة الأعيان، أو عملاً كما في إجارة الأشخاص، أو ديناً كما في الحوالة والكفالة⁽²⁾.

وبإسقاط هذه المفاهيم العامة على خدمات الاتصال، فإننا نجد أن محل عقد تزويد خدمة الاتصال هو ما تلتزم به شركة الاتصالات بتزويد المشترك (المستهلك) بخدمة الاتصال والخدمات الأخرى المرتبطة به، وفقاً لاعتبارات حسن النية التي يقتضيها تنفيذ العقد بشكل عام، بينما يلتزم المشترك القيام به تجاه الشركة المزودة من دفع ثمن هذه الخدمات.

ثالثاً: السبب:

إن وجود الرضا بين المتعاقدين ووجود محل العقد غير كافيان لإتمام العقد، حيث أن هناك شرطاً مهماً وهو سبب العقد، ويتمثل السبب في إنجاز محل العقد من خلال القيام بعمل بهدف تحقيق الأرباح. ويعرف السبب بأنه الغرض المباشر الذي يقصد الملتزم الوصول إليه من وراء التزامه، وهو يختلف عن المحل، في أن المحل هو جواب من يسأل: بماذا التزم المدين، أما السبب فهو جواب من يسأل: لماذا التزم المدين⁽³⁾.

(1) فيلالي، علي، الإلتزامات، العمل المستحق للتعويض، ج2، دار موفم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2002، ص166-167.

(2) أبو سرحان، أحمد شحدة، مرجع سابق، ص31.

كذلك انظر قرار محكمة النقض الفلسطينية رقم 2010/1: "قبول طعن المدعي موضوعاً وتكليف المدعي عليه بدفع التعويضات المترتبة عليه نتيجة ان الضرر الذي وقع على المدعي ناتج عن اهمال المدعي عليه بتركيب البيت البلاستيكي حسب المواصفات المتفق عليها". نقلاً عن المجلة القانونية، مجلة نقابة المحامين النظاميين الفلسطينيين، المكتب الفني لنقابة المحامين النظاميين الفلسطينيين، رام الله، العدد 3، 2013، ص100.

(3) السنهوري، عبد الرزاق أحمد، الوسيط، مرجع سابق، ص375.

ويعتبر السبب في العقد ركناً أساسياً من أركان تأسيس العقد، والذي يتمثل في إنجاز محل العقد ويشترط أن يكون موجوداً ومشروعاً، حيث لا يجوز أن يكون السبب في العقد أي سبب التعاقد غير مشروع، بالإضافة إلى أنه يتوجب أن يكون السبب في العقد موجوداً⁽¹⁾.

والسبب في عقد تزويد خدمة الهاتف الثابت يتمثل بالحصول على خدمات الاتصال الثابت من إجراء مكالمات صوتية أو خدمة الانترنت بالنسبة للمشارك، وتمثل السبب في هذا العقد بالنسبة للطرف الآخر وهو شركة الاتصالات بتقديم خدمات للمواطنين مدفوعة الأجر بغية تحقيق الأرباح والمكاسب المالية.

وعليه، يمكننا تعريف سبب عقد تزويد خدمة الاتصال قياساً للمفاهيم السابقة بأنه الباعث أو الدافع للتعاقد، بمعنى أنه سبب تعاقد المشارك (المستهلك) مع شركة الاتصالات (المهني)، وهو إحتراف مهنة تزويد الاتصالات وخدماتها والحصول على مقابل عن تقديم هذه الخدمات بالنسبة لشركة الاتصالات، ونفس الشيء بالنسبة للمشارك (المستهلك) إذ بإبرامه لهذا العقد مع شركة الاتصالات يكون هدفه الإنتفاع من خدمات الاتصالات التي تقدمها الشركة.

المطلب الثاني: أطراف عقد تزويد خدمات الاتصال الثابت:

من خلال هذا المطلب سيتم التعرف إلى أطراف عقد تزويد خدمات الاتصال الثابت وهما شركة الاتصالات المزودة لهذه الخدمة، والمستهلك (المشارك)، الذي يرغب بالحصول على هذه الخدمة، وهو محور الحماية التي توفرها الجهات المعنية له من فيما يعرف بحماية المستهلك، وذلك من خلال فرعين على النحو الآتي:

الفرع الأول: المستهلك (المشارك):

يعتبر وضع تعريف شامل وواضح ومحدد للمستهلك، ووضعه في إطار قانوني خاص أمر بالغ الأهمية، وذلك باعتباره محور الحماية التي توفرها الجهات المختصة له، حيث ظهرت العديد من الحالات والقضايا التي استدعت وجوب توفير الحماية للمستهلك من غش التجار والمنتجين، وإحتكار شركات تقديم الخدمات.

(1) سلامة، رولا نائل وخطاب، رشا، مرجع سابق، ص 51.

ومن خلال البحث في هذا الموضوع، وجدت الباحثة أن هناك تداخل وتشابك حول هذا المفهوم، حيث ورد هذا المصطلح بين المفهوم الضيق تارة والمفهوم الموسع تارة أخرى، الأمر الذي استدعى الفقهاء والمشرعين للبحث عن التعريف المناسب له. وفي هذا الجزء من الدراسة سنقوم بتوضيح التعريف الفقهي والقانوني لمصطلح المستهلك، ومحاولة الخروج بتعريف محدد وشامل بناء على هذه التعريفات.

أولاً: التعريف الفقهي للمستهلك:

يعد مصطلح المستهلك مفهوماً حديثاً نسبياً في مجال العقود، فقد عرفه علماء الاقتصاد بأنه: "هو الذي يحصل على السلع والخدمات لإشباع حاجاته ورغباته الشخصية، وليس من أجل التصنيع"⁽¹⁾.

وقد أدى اختلاف الفقهاء في وضع تعريف محدد وواضح للمستهلك، إلى ظهور اتجاهين اتجاهاً موسعاً من مفهوم المستهلك، يعتبر المستهلك كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أي بمعنى استعمال أو استخدام مال أو خدمة، كمن يشتري سيارة لاستعماله المهني أو الشخصي، واتجاه ضيق من مفهوم المستهلك، الذي يرى أن المستهلك هو كل شخص يتعاقد بقصد إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، كمن يشتري السيارة لاستخدامه الشخصي دون المهني⁽²⁾، والتي سنتطرق إليها بالتفصيل على النحو الآتي:

أ. **الاتجاه الضيق:** يعرف المستهلك وفقاً لهذا الإتجاه بأنه: "كل شخص يتعاقد بهدف تلبية وإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية"⁽³⁾. ويعرف أيضاً بأنه الشخص الذي يقوم باقتناء مال، أو خدمة وذلك لغاية غير مهنية، بل بهدف إشباع حاجاته الشخصية، أو العائلية فقط⁽⁴⁾.

(1) عياض، محمد عماد الدين، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مجلة دفا تر السياسة والقانون، العدد9، 2013، ص63.

(2) السيد، محمد السيد عمران، حماية المستهلك اثناء تكوين العقد، ط1، الدار الجامعية، بيروت، 2003، ص21.

(3) العجمي، فهد فلاح، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011، ص14.

(4) عياض، محمد عماد الدين، مرجع سابق، ص63.

وعرف أيضا بأنه: "الشخص الذي يتصرف خارج إطار، أو نطاق حرفته، أو مهنته التجارية من خلال عقود تكمن في تقديم السلع، والبضائع، والخدمات لغرض الاستعمالات الشخصية، أو العائلية، أو المنزلية، أو من أجل تقديم الائتمان لإبرام هذه العقود، أو بمعنى أن المستهلك هو الشخص الذي يتعاقد خارج نطاق حرفته، أو مهنته مع شخص يتصرف ضمن إطار حرفته التجارية أو مهنته في إطار عقود تكمن في تقديم السلع والخدمات لغرض الاستعمالات الشخصية، أو العائلية، أو المنزلية"⁽¹⁾.

يتضح من التعاريف السابقة أن الفقهاء في هذا الاتجاه أجمعوا على قصر صفة المستهلك على الشخص الطبيعي⁽²⁾ الذي يتصرف في السلعة، أو الخدمة لغرض عائلي أو شخصي، وفي المقابل قامت بإلغاء هذه الصفة عن الشخص الذي يتصرف بالسلعة، أو الخدمة لغرض مهني.

وعليه، نرى بأن المستهلك وفقاً لهذا الاتجاه هو كل من يسعى للحصول على السلع أو الخدمات لاستعماله الشخصي، أي بهدف غير مهني أو تجاري، بمعنى أن ينتفع بها دون أن تكون له نية مسبقة للمضاربة أو نية البيع أو غير ذلك، ذلك لأن المستهلك وفقاً للاتجاه الضيق لا يتمتع بالقدرة الفنية للحكم على ما يسعى لاقتنائه والحصول عليه. كما أن الضيق للمستهلك يشمل الأشخاص الطبيعيين على وجه الخصوص، الذين ينتفعون من السلع والخدمات بشكل مباشر، ودون أن يكون لديهم نية البيع والمتاجرة بهذه السلع والخدمات، وبالتالي فإن المفهوم الضيق للمستهلك لا يشمل الأشخاص المعنويين الذين يقومون بالحصول على السلع والخدمات ليس بهدف استهلاكها أو استخدامها الشخصي وإنما لتحقيق منفعة من ورائها، إما من خلال إعادة بيعها أو لخدمة أشخاص وجهات أخرى من ورائها.

⁽¹⁾ الرفاعي، شكيب بدران، عقود المستهلك في القانون الدولي الخاص، ط1، دار الكتب القانونية، القاهرة، 2011. ص33-34.

⁽²⁾ الشخص الطبيعي: "هو الإنسان الطبيعي الذي تثبت له الشخصية القانونية لاكتساب الحقوق وتحمل الالتزامات بمجرد ولادته حياً، ويكتسب هذه الشخصية بمجرد ولادته وتنتهي بوفاته، وهذه الشخصية لا يمكن التنازل عنها لأي شخص آخر." أما الشخصية الاعتبارية: "فهي مجموعة من الأشخاص أو الأموال التي ترمي إلى تحقيق غرض معين، ويتم منح الشخصية القانونية بالقدر اللازم لتحقيق هذا الغرض، مثل (الدولة والوزارات والشركات)، وللشخصية الاعتبارية ذمة مالية مستقلة، وحق التقاضي، وموطن مستقل ونائب ينوب عنها في الأعمال والتوقيعات وإصدار القرارات". راجع في ذلك: الوكيل، شمس الدين، مبادئ القانون، ط1، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1968، ص339.

ب. **الاتجاه الموسع:** وفقاً لهذا الاتجاه فإن تعريف المستهلك يشمل أكبر عدد ممكن من الأشخاص ويتسع مفهومه ليشمل كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك المتمثل باستعمال أو استخدام مال أو خدمة، فيعد مستهلكاً من يشتري سيارة لاستعماله الشخصي وكذلك من يشتريها لاستعماله المهني⁽¹⁾.

وتم تعريفه بأنه كل شخص يقوم بتصرف قانوني من أجل استخدام السلع والخدمات لاستخدامه الشخصي أو المهني، أي أن المهني يمكن أن يكون شخص طبيعي أو شركة أو منتجاً⁽²⁾.

ونلاحظ أن الاتجاه الموسع أضفى نوعاً من المرونة على صفة المستهلك، فقد شمل المستهلك سواء كان طبيعياً أو معنوياً، ولم يحدد الهدف من الاستخدام سواء كان لأغراض شخصية أو عائلية أو لغرض متعلق بمهنته، على خلاف الاتجاه الضيق الذي حصر صفة المستهلك على الاستخدام الشخصي أو العائلي⁽³⁾. أما الفقه والقضاء في فرنسا حصرو مفهوم المستهلك المهني في الشخص الذي يتعاقد لمصلحة مهنته ولكن في غير تخصصه لأنه يحتاج إلى مراعاة الاتزان العقدي وهذه مسألة تتعلق بظروف كل متعاقد دون تعرضه للخطر بصرف النظر عن كونه مهني أو مستهلك عادي⁽⁴⁾.

وهنا ترى الباحثة أن الاتجاه الضيق يقول أن المهني ليس بحاجة لحماية نظراً للخبرة التي يتمتع بها لكن يمكن إتاحة الحماية له إذا كانت ظروف التعاقد تدل بصورة مؤكدة وفعلية أنه أضعف بالمعرفة والاختصاص، ولكن يجب وضع ضوابط للحماية تجنباً للتعسف والتحايل على القانون.

(1) الرفاعي، شكيب بدران، مرجع سابق، ص31.

(2) محمود، عبد الله ذيب عبد الله، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009، ص8.

(3) لقد أخذ القانون السوري في التعريف الموسع للمستهلك في قانون رقم 2 لسنة 2008 وعرفه على أنه: "كل شخص طبيعي أو اعتباري يشتري سلعة استهلاكية بأنواعها المختلفة الزراعية أو الصناعية بهدف التغذية أو لاستخدامها للأغراض الشخصية أو المهنية أو الذي يستفيد من أي خدمة سواء المقدمة من فرد أو مجموعة أفراد أو من شخص اعتباري وفي مختلف المجالات المنصوص عليها في هذا القانون".

(4) عامر، عادل، حماية المستهلك في العقود الدولية، دنيا الوطن، 2015.

ثانياً: التعريف القانوني للمستهلك:

بالنظر إلى موقف التشريعات العربية من مفهوم المستهلك، نجد أن هناك تبايناً واضحاً فيما بينها، فبعضها قد أخذ بالمفهوم الواسع للمستهلك، مثل قانون حماية المستهلك الفلسطيني الذي عرف المستهلك تعريفاً مطلقاً بقوله أن المستهلك هو: "كل من يشتري أو يستفيد من سلعة أو خدمة"⁽¹⁾. وهو ذات التعريف الوارد في المادة (1) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الفلسطيني الصادرة بقرار مجلس الوزراء رقم (13) لعام 2009م، التي عرفت المستهلك بأنه "كل من يشتري أو يستفيد من سلعة أو خدمة".

ومن خلال استقراء النص السابق نلاحظ أن المشرع الفلسطيني جعل النص على إطلاقه وذلك في عبارة "كل من"، وهذا ما يستفاد منه بأن المشرع الفلسطيني قصد بالمستهلك كل من الشخص الاعتباري والطبيعي على حد سواء، كما أن نص المادة السابقة التوجه لادخال أكبر عدد من فئات المجتمع ضمن طائفة المستهلكين، سواء كانوا مشتريين لسلع أو خدمات أو مجرد مستفيدين، ولكن يعاب على المشرع الفلسطيني بأنه لم يحدد الغرض من التصرف، إذا كان متعلقاً بالحاجات الشخصية للمستهلك وأفراد عائلته، أم أنه يشمل تعاقدات مهنية.

في حين نجد أن هناك قوانين أخرى كانت أكثر تحديداً ووضوحاً في تعريفها للمستهلك، وذلك بتبنيها للمفهوم الضيق، مثل قانون حماية المستهلك اللبناني رقم 4 لسنة 2005، حيث نصت المادة (2) منه على أن المستهلك هو: "الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة، أو سلعة، أو يستأجرها، أو يستفيد منها، وذلك لأغراض غير مرتبطة مباشرة بنشاطه المهني". نجد هنا أن المشرع اللبناني اتفق مع المشرع الفلسطيني في شموله لكل من الشخص الطبيعي والاعتباري، وحسنا فعل بتحديد الغرض من التعاقد كميّار لتفريق بين المستهلك والمهني، وذلك على خلاف المشرع الفلسطيني الذي لم يحدد الغرض من التعاقد، كما أن نص المادة جاء مطلقاً فلم يحدد المشرع الفلسطيني باي اتجاه قام بالأخذ والمطلق يبقى على إطلاقه حتى يأتي نص يقيدة، ولكن

(1) المادة (1) من قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005.

هذا الإطلاق يؤدي الى نتائج خطيرة لأنه يتعارض مع الغاية من وجود قواعد خاصة تعنى بحماية المستهلك.

ومن التشريعات التي أخذت بالمفهوم الضيق للمستهلك، قانون حماية المستهلك المصري رقم (67) لسنة 2006، الذي عرف المستهلك بأنه: "كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجرى التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص"⁽¹⁾. ومن هذا النص يتضح أن المشرع المصري سار على نهج إطلاقه للنص، فشمّل كل من الشخص الطبيعي والاعتباري، ولكن في المقابل حدد الغرض من التعاقد وهو إشباع الحاجات الشخصية للمستهلك وعائلته، كما قامت محكمة العدل الأوروبية بالأخذ بالمفهوم الضيق وتستبعد الأشخاص المعنويين والمهنيين كما قامت بتحقيق التوازن في المعرفة بين المستهلك والمهني⁽²⁾.

أما في مجال خدمات الاتصال، فنجد أن المشرع الفلسطيني قد أطلق على المستهلك اسم "المستفيد"، وعرفه في قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية رقم (3) لسنة 1996 بأنه: "الشخص المشترك مع أحد المرخص لهم أو مستخدم خدمات الاتصالات العامة"⁽³⁾.

ومن نص المادة السابقة، نجد أن المشرع الفلسطيني قد استعاض عن مصطلح المستهلك، بمصطلح المستفيد، الذي يتلقى خدمات الاتصالات العامة، فالمستفيد بالمعنى الخاص هو نظير المستهلك ولا فرق بينهما، فكلاهما يستفيدان من خدمة أو سلعة، يتلقاها من مزود أو مهني مختص، ففي مجال الاتصالات يستفيد المستهلك من خدمات الاتصال بكافة أنواعها التي يتلقاها من أحد مزودي خدمة الاتصال، وبالتالي تكفل كافة القوانين على اختلافها الحماية اللازمة لهذا المستهلك سواء من يقوم بشراء السلع التي يحتاجها لحياته اليومية أو الخدمات العامة التي يستخدمها لتسهيل أموره اليومية ومنها خدمات الاتصال بشكل عام، والاتصال الثابت بشكل خاص.

(1) المادة (1) من قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006.

(2) أبو عمرو، أحمد مصطفى، موجز قانون حماية المستهلك، ط1، سوريا، منشورات الحلبي الحقوقية، 2006، ص28.

(3) المادة (1) من قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية الفلسطيني رقم 3 لسنة 1996.

الفرع الثاني: مزود الخدمة (شركة الاتصالات):

يعد الطرف الآخر في عقد تزويد خدمة الاتصال الثابت هو مزود الخدمة والمتمثل بشركة الاتصالات، حيث حرصت التشريعات المقررة لحماية المستهلك على وضع تعريف واضح لمقدم الخدمة، على اعتبار أنه الطرف الآخر للعملية التعاقدية في العقود المتعلقة بتقديم الخدمات للمستهلكين، وذلك بهدف إزالة الغموض المتعلق بأطراف العقد، وقد يكون مقدم الخدمة شخص طبيعي أو شخص معنوي .

وسنتعرض في هذا الفرع لتعريف مزود الخدمة كما يلي:

أولاً: تعريف الخدمة:

تعرف الخدمة بأنها كل فعل أو إجراء يمكن لطرف أن يقدمه لطرف آخر ويكون أساساً غير ملموس، ولا ينتج منه تملك لأي شيء، وقد يرتبط أو لا يرتبط بتقديمه بمنتج مادي⁽¹⁾، والخدمة هي أيضاً نشاط أو مجموعة من الأنشطة التي تتمتع بطبيعة غير ملموسة أو غير مادية، ويتم من خلالها التفاعل بين العميل وبين الموظف المسؤول عن تقديم الخدمة، أو الأنظمة الخاصة بتقديم الخدمة، للوصول إلى حلول لمشاكل العميل أو تلبية لاحتياجاته⁽²⁾.

وقد عرف القانون الفلسطيني الخدمة بأنها: "كل عمل يتمثل بنشاط تقني أو حرفي أو مادي تقدمه أية جهة متخصصة مقابل أجر متفق، أو محدد أو بموجب تسعيرة معينة"⁽³⁾.

(1) Kotler, P. (1997), Marketing management: Analysis, Planning implementation and control, prentice- Hall of India, New Delhi, p12. مشار إليه لدى: الخفاجي، حاكم جبوري، رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون دراسة حالة في مصرف بابل الأهلي، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، مجلد 8، العدد 25، 2012، ص79.

(2) شعشاعة، حاتم غازي، قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود في فلسطين من وجهة نظر العملاء، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2004، ص18.

(3) أنظر المادة رقم 1 من قانون حماية المستهلك الفلسطيني.

كما عرفها القانون اللبناني بأنها: "كل عمل يتمثل بنشاط تقني، أو حرفي، أو فكري وذلك أيا كان الوصف المعطى له من المحترف والمستهلك"⁽¹⁾. في حين لم يرق المشرع المصري بتعريف الخدمة بل اكتفى بتعريف المنتجات⁽²⁾ التي اتسعت لتشمل السلع والخدمات.

يتضح مما سبق أن المشرع الفلسطيني ربط الخدمة بمقابل مادي على غرار المشرع اللبناني الذي لم يربط الخدمة بمقابل.

وإذا ما تطرقنا إلى خدمة الاتصال الثابت فلم نجد أن هناك تعريفاً قانونياً محدداً لهذا المفهوم ضمن قوانين الاتصالات، إلا أن المشرع الفلسطيني أشار إلى تعريف خدمة الاتصالات بشكل عام، وعرفها في المادة (1) من القانون رقم (15) لسنة 2009 بشأن الهيئة الفلسطينية لتنظيم قطاع الاتصالات بأنها: "بث أو نقل أو استقبال أو إرسال الصوت، البيانات، الإشارات، الرموز أو الصور عن طريق شبكة الاتصالات لأي جهة وبأي وسيلة ولا تشمل خدمة البث الإذاعي والتلفزيوني". كما أشار المشرع الأردني إلى مفهوم خدمة الاتصالات بشكل عام، وعرفها بأنها: "الخدمة التي تتكون كلياً أو جزئياً من إرسال المعلومات واستقبالها وتمريضها على شبكات اتصالات باستخدام أي من عمليات الاتصالات"⁽³⁾.

ويتضح مما سبق، بأن القانونين الفلسطيني والأردني لم يتطرقا إلى تفصيل الخدمة المقدمة من شركة الاتصالات، فقد تكون ببث، أو إرسال، أو استقبال صوت، أو بيانات، أو إشارات، أو رموز، أو صور، كما لم يقصرا الخدمة على نوع معين كخدمة الاتصال الثابت، إلا أنه يفهم من النصوص السابقة الإشارة إلى خدمة الاتصال الثابت، من خلال ذكر عبارة "إرسال الصوت"، وعبارة "شبكة" الواردة في القانون الفلسطيني، وهذا ما يقدم من خلال خدمة الاتصال الثابت، كما قد يستفاد من نص القانون الأردني أن المشرع أشار ضمناً إلى خدمة الاتصال الثابت من خلال ذكر عبارة (أي من عمليات الاتصال).

(1) أنظر المادة رقم 2 من قانون حماية المستهلك اللبناني.

(2) المادة رقم 1 من قانون الاستهلاك المصري عرفت المنتجات: "السلع والخدمات المقدمة من اشخاص القانون العام أو الخاص وتشمل السلع المستعملة التي يتم التعاقد عليها من خلال المورد".

(3) المادة (2) من قانون الاتصالات الأردني رقم (13) لسنة 1995 وتعديلاته.

ثانياً: مفهوم مزود الخدمة:

هناك تسميات متعددة أطلق على مزود الخدمة، فهناك من أطلق عليه المهني، وبعض التشريعات أطلقت عليه المحترف، ومنهم من أطلق عليه المزود، وتخضع هذه التسميات على اختلافها لأحكام القوانين والتشريعات التي أطلقت عليها هذه المسميات، ولغايات هذه الدراسة يجب توضيح تعريف مزود الخدمة فقهاً وقانوناً.

أ- التعريف الفقهي لمزود الخدمة (المهني):

المهني أو المحترف هو الطرف المقابل للمستهلك في عقد الاستهلاك، ويُعرّف في اللغة بأنه الشخص صاحب المهنة أو صاحب الحرفة⁽¹⁾. وهو: "ذلك الذي يتعاقد في مباشرة لمهنته"⁽²⁾.

وتم تعريفه أيضاً بأنه الشخص الذي يظهر في العقد كمهني محترف، سواء كان شخصاً طبيعياً أم معنوياً، خاصاً أم عاماً، والذي يمارس مهنته بهدف الإيفاء بمستلزمات عمله ونشاطه المهني، سواء كان هذا النشاط تجاري أم زراعي أم صناعي أم خدمي، ويمتلك موقعاً (محل) يمارس في هذا النشاط، أو يشتري البضائع بقصد إعادة بيعها، ويؤخذ على هذا التعريف بأنه يعدد صور النشاط المهني للمحترف، كما أنه يعدد صور العمل التجاري التي هي تخرج عن هدف التعريف تماماً⁽³⁾.

وفي تعريف مشابه تم تعريف المهنيين بأنهم: "الأشخاص الطبيعية أو المعنوية عامة كانت أو خاصة، والذين يعرضون سلعاً أو خدمات في ممارستهم لنشاط اعتيادي"⁽⁴⁾.

(1) معلوف، لويس، المنجد في اللغة والاعلام، ط19، المطبعة الكاثوليكية، بيروت، 2005، ص 128.

(2) خلف، محمود محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة (دراسة مقارنة)، ط1، المكتبة العصرية، 2008، ص59.

(3) أبو عمرو، أحمد مصطفى، مرجع سابق، ص41.

(4) الطيب، أمين محمد، الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير غير منشوره، تلمسان، جامعة أبو بكر، 2007-2008، ص65.

مما سبق، يمكن للباحثة تعريف مزود الخدمة بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي الذي يظهر بالعقد كمحترف ويمارس نشاط تجاري باسمه أو باسم غيره، سواء كان ذلك متعلقاً باستيراد، أو توزيع، أو عرض، أو تداول، أو اتجار، أو تصنيع، أو تقديم خدمات، سواء كانت خدمات تجارية، أو صناعية، أو زراعية.

ب: التعريف القانوني لمزود الخدمة:

عرف قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005 المزود في المادة (1) منه بأنه: "الشخص الذي يمارس باسمه أو لحساب الغير نشاطاً يتمثل في توزيع، أو تداول، أو تصنيع، أو تأجير السلع، أو تقديم الخدمات"، والشخص هنا يشمل الشخص الطبيعي والمعنوي.

في حين قام المشرع اللبناني بإطلاق مصطلح المحترف على المهني في المادة الثانية منه، وعرفه بأنه: "هو الشخص الطبيعي أو المعنوي من القطاع الخاص أو العام الذي يمارس باسمه أو لحساب الغير نشاطاً يتمثل بتوزيع أو بيع أو تأجير السلع أو تقديم الخدمات"⁽¹⁾، ويتضح من ذلك بأن المشرع اللبناني قد أضفى صفة المهني (المحترف) على الشخص المعنوي تماماً كما الشخص الطبيعي، علاوة على أنه لم يقتصر في ذلك على أشخاص القانون الخاص بل مد نطاق التعريف ليشمل أشخاص القانون العام كما لو كان هذا المهني (المحترف) مؤسسة عامة معنية تقوم بتقديم واحدة من الخدمات المهمة للمستهلكين كتزويدهم بالمياه أو الكهرباء لقاء بدل⁽²⁾.

أما قانون حماية المستهلك المصري فقد أطلق على المهني مصطلح المورد في المادة (1) منه، وعرفه بأنه: "كل شخص يقوم بتقديم خدمة أو بانتاج أو استيراد أو توزيع أو عرض أو تداول أو الاتجار في أحد المنتجات أو التعامل عليها، وذلك بهدف تقديمها إلى المستهلك أو التعاقد أو التعامل معه عليها بأية طريقة من الطرق"⁽³⁾.

(1) الفقرة (2) من المادة (1) من قانون حماية المستهلك اللبناني رقم (659) لسنة 2005 .

(2) انظر: دليل قانون حماية المستهلك، المرجع السابق، ص6.

(3) الفقرة (4) من المادة (1) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (67) لسنة 2006.

مما سبق ترى الباحثة بأن التشريعات المقارنة اختلفت في وضع تعريف محدد لمن يقوم بتزويد الخدمة فأطلق عليه المشرع المصري لفظ مورد، في حين المشرع الفلسطيني أطلق عليه لفظ المزود أما المشرع اللبناني أطلق عليه محترف، وعلى الرغم من هذه التسميات إلا أنها تحمل ذات المفهوم وذات الغاية، فتعريف المزود متعلق بالعمل الذي يقوم به، ويمكن أن نعرفه بأنه شخص طبيعي أو معنوي يتصرف في إطار نشاطه المهني بصورة معتادة ومنظمة وق يكون منتج أو موزع أو مقدم خدمات ، والمهني غالباً ما يكون تاجراً ولكن من الممكن أن يكون غير تاجر كالحرفين والصناع والقائمين بالأعمال الحرة ، في حين يتضح الاختلاف، في أن القانون الفلسطيني واللبناني اتفقا على أن المورد يمكن أن يتعاقد باسمه أو لحساب غيره، على غرار المشرع المصري الذي لم يتطرق لذلك⁽¹⁾.

أما في مجال خدمات الاتصال، فنجد أن المشرع الفلسطيني قد أطلق على المزود اسم "المرخص له"، وعرفه في قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية رقم (3) لسنة 1996 بأنه: "الشخص الذي حصل على رخصة أو تصريح لإنشاء أو تشغيل أو إدارة شبكة اتصالات عامة أو استخدام موجات راديوية وفقاً لأحكام هذا القانون"⁽²⁾. كما أن القرار بقانون رقم 15 لسنة 2009 عرف المزود بأنه: "الشخص المزود لخدمة الاتصالات لأي جهة وبأية وسيلة حسب الشروط المحددة من قبل الهيئة".

وهو ذات المفهوم الذي أطلقتها المشرع الأردني على مزود خدمة الاتصالات وهو: "المرخص له"، والذي عرفه في المادة (2) من قانون الاتصالات الأردني رقم (13) لسنة 1995 وتعديلاته، بأنه: "الشخص الذي حصل على رخصة وفقاً لأحكام هذا القانون"، والرخصة بحسب هذا القانون، هي: "الإذن الممنوح من الهيئة أو العقد أو الاتفاقية الموقع أي منهما بين الهيئة والشخص للسماح له بإنشاء وتشغيل وإدارة شبكة اتصالات عامة أو تقديم خدمات اتصالات عامة أو استخدام ترددات راديوية، وذلك وفق أحكام القانون والأنظمة الصادرة بموجبه".

يتضح من التعريفات السابقة أن كلاً من المشرعين الفلسطيني والأردني اتفقا على تحديد تعريف مزود الخدمة.

(1) العجمي، فهد فلاح، مرجع سابق، ص37.

(2) المادة (1) من قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية الفلسطيني رقم 3 لسنة 1996.

ومزود الخدمة وفقاً لدراستنا الحالية هي شركة الاتصال الثابت في فلسطين (بالتل) paltel، وهي إحدى شركات مجموعة الاتصالات الفلسطينية والذي يترأس مجلس ادارتها صبيح المصري وهي شركة مساهمة عامة . تأسست سنة 1995 وهي مزود خطوط النت والهاتف الثابت وخدمات الاعمال والربط ونقل البيانات، تدير أعمالها في الضفة الغربية وقطاع غزة وباشرت أعمالها عام 1997⁽¹⁾ كمشغل ومقدم لكافة خدمات الاتصالات لشبكات الهواتف الثابتة والخلوية والإنترنت، بالإضافة إلى خدمات تراسل المعطيات والمعلومات. فهي تعتبر المزود الرئيسي لخطوط الانترنت (خط النفاذ) فائقة السرعة والهاتف الثابت، وخدمات الأعمال والربط ونقل البيانات التي تمكن مختلف قطاع الأعمال من التواصل مع عملائها⁽²⁾.

الفرع الثالث: التمييز بين المهني والمستهلك:

إن التمييز بين المهني والمستهلك يعد الركن الأساسي في تطبيق الأحكام الخاصة بحماية المستهلك، ويعود ذلك لما يتمتع به المهني من قوى في مواجهة المستهلك، وذلك لما يمتلكه من اقتدار مالي ومادي⁽³⁾، وقد قام الفقهاء بوضع معايير للتفريق ما بين المستهلك والمهني، وهذه المعايير نوردتها كالاتي:

أولاً: معيار الاحتراف:

يعني الإحتراف في معناه العام بأنه ممارسة الشخص لنشاطه على أنه حرفة، وذلك بأن يباشره بصفة منتظمة ومستمرة بغرض تحقيق عائد يعتمد عليه كوسيلة للعيش الكريم⁽⁴⁾. وهو توجيه النشاط بشكل رئيسي وبصفة معتادة إلى القيام بعمل معين بقصد الربح.

(1) موقع شركة الاتصالات الفلسطينية على الانترنت <http://www.paltel.ps>، بتاريخ 2-1-2019.

(2) موقع شركة الاتصالات الفلسطينية على الانترنت <http://www.pita.ps/ar/content> تم الخول الية 12-1-2019 (3:00 pm).

(3) القيسي، عامر قاسم أحمد، الحماية القانونية للمستهلك دراسة في القانون المدني المقارن، ط1، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة لنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص11.

(4) درويش، كمال والسعدني، خليل، الاحتراف (المفهوم-الواقع-المقترح)، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2006، ص20.

كما تم تعريفه بأنه: "توجيه الشخص نشاطه بشكل رئيسي ومعتاد للقيام بعمل معين يصبح حرفة له يرتزق منها"⁽¹⁾. وبحسب هذا التعريف فإن مفهوم الاحتراف ينطوي على عنصرين أساسيين هما وجود حرفة أو عمل يحقق لمن يقوم به سبل العيش واشباع الحاجة، إضافة إلى الاعتياد وهو ممارسة الحرفة بصورة مستمرة ومنتظمة.

وعليه، فإن المحترف وفقاً للقانون التجاري يشترط فيه أن يكون تاجراً، في حين يختلف مفهومه في عقد الاستهلاك، فلا يشترط بالمهني وفقاً لهذا المعيار أن يكون تاجراً، بل يكفي لاعتبار الشخص مهني أن يعتاد القيام بأعمال مهنته⁽²⁾.

نلاحظ أيضاً أنه ليس دائماً المحترف يكون مهني بل يمكن أن يكون مستهلكاً بحيث يحتاج إلى سلعه أو خدمة ضرورية خارج نطاق حرفته .

ثانياً: معيار الربح:

اعتبر بعض الفقه بأن المزود عبارة عن الشخص الطبيعي أو الاعتباري، الذي يمارس عمل تجاري أو صناعي أو مدني على وجه الاحتراف، ويتمكن من خلال عمله الحصول على السلعة والخدمة، وأن يقوم بتزويدها للجمهور بمقابل نقدي بهدف تحقيق الربح⁽³⁾.

وعليه اتخذ جانب من الفقه معيار تحقيق الربح من المعايير المتبعة لتمييز المهني، ولكن وإن كان هذا المعيار يساعد في تحديد مفهوم المهني، إلا إنه لا يعتبر معياراً رئيسياً في ذلك، وذلك يعود إلى أن المهني وإن كان في أغلب الحالات يبيغ تحقيق الربح، إلا أنه في بعض الحالات لا يكون الهدف من عمله الربح، كالجمعيات التي لها أنشطة اقتصادية وتقوم بأعمال خيرية⁽⁴⁾، حيث

(1) الأحمد، محمد سليمان، الوجيز في العقود الرياضية، ط1، دار النهضة العربية للنشر، القاهرة، 2005، ص114.

(2) الشديفات، علي محمد كساب، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في العقد، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عمان العربية، الأردن، 2010، ص43.

(3) ارزقي، زويبر، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مولود معمري، الجزائر، 2011، ص67.

(4) الياقوت، جرعود، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر، 2001-2002، ص23.

تدخل ضمن طائفة المهنيين، وذلك يعود لإتباعها لذات الطرق التي تقوم بها الشركات التجارية، وأصحاب المهن الحرة الذين يعتبرون مهنيين⁽¹⁾.

ثالثاً: معيار الكفاءة والتفوق التقني والقانوني:

يعد المهني وفقاً لهذا المعيار أنه الشخص الذي يقوم بممارسة أعماله التجارية أو المهنية، ويمتلك من خلالها المعلومات والبيانات التي تسمح له بأن يكون معتاداً، أو متمرساً على إبرام العقود بالشكل الذي يمكنه من تقدير التزاماته، وصياغة العقد بطريقة التي تتناسبه، وتخفف من الأعباء الملقى عليه، وصياغة بنود العقد بطريقة غير متكافئة تخفف من الالتزامات الملقاة عليه، وتشدد من الالتزامات الملقاة على المستهلك⁽²⁾.

وعليه، ترى الباحثة أن هذا المعيار يتطلب من المهني أن يمتلك مهارات فنية تتمثل بالعلم التام للعناصر الفنية والتقنية كافة التي تتكون منها الخدمة أو السلعة، وكذلك مهارات قانونية تتمثل بخبرته في التجارة تجعله قادراً على صياغة شروط العقد لصالحه، وقدرات اقتصادية خاصة إذا كان المهني يمتلك حق إحتكار في تقديم خدمة أو سلعة معينة، كشركة الاتصالات الفلسطينية.

كما أن جميع هذه العناصر مجتمعة، تجعل من المهني في مركز قوة بالنسبة للمستهلك مما يؤدي إلى التفاوت ما بين المركز القانوني للمستهلك والمهني.

ترى الباحثة أن هذه المعايير التي تم وضعها من قبل الفقهاء تكمل بعضها بعضاً، وتسد النقص الذي قد يعتري بعضها، كما أنها تسهم في تحديد مفهوم المهني. كما انه نلاحظ مما سبق أن المهني خارج نطاق حرفته لا يعد مهني بل مستهلك ويخضع للحماية.

(1) المرابط، نجيب، عرض حول موضوع مفاهيم أطراف العقد الاستهلاكي،

<https://fptetouan.tk/wp-content/uploads/2014/.../docx>، تم الدخول بتاريخ 30-1-2019. ص 30

(2) المرابط، نجيب، المرجع السابق.

المبحث الثاني

الطبيعة القانونية لعقد تزويد خدمة الاتصال الثابت

بعد أن تطرقنا إلى مفهوم العقد عموماً وعقد تزويد خدمة الاتصال الثابت وتحديد أركان هذا العقد وأطرافه، يتطلب البحث في الطبيعة القانونية لهذا العقد والخصائص التي تميزه عن باقي العقود، حيث سيتم تخصيص المطلب الأول من هذا المبحث للحديث عن الطبيعة القانونية للعقد المبرم بين المستهلك وشركة الاتصال الثابت، أما المطلب الثاني فسيتم تخصيصه للحديث عن الطبيعة القانونية للعقد المبرم بين شركة الاتصال الثابت والدولة، وذلك على النحو الآتي:

المطلب الأول: الطبيعة القانونية للعقد المبرم بين المستهلك وشركة الاتصال الثابت:

يعد عقد تجهيز خدمات الاتصال الثابت عقداً رضائياً وملزماً لأطرافه، كما أنه من عقود المعاوضة المحددة بفترة زمنية معينة، وعليه فإننا سنتناول الطبيعة القانونية لهذا النوع من العقود في هذا المطلب الذي سنقسمه إلى أربعة فروع على النحو الآتي:

الفرع الأول: عقد غير مسمى وعقد رضائي:

لم يحظ موضوع عقد خدمة الهاتف الثابت بتنظيم قانوني خاص، إذ لم يتم تنظيمه في القانون المدني ولا في قوانين الاتصالات، ومن ثم فإن عقد خدمة الاتصال ليس من العقود المسماة، ذلك أن العقود المسماة هي التي خصها المشرع بإسم معين ووضع لها تنظيماً قانونياً معيناً في القانون المدني، وذلك لانتشارها بين الناس في معاملاتهم⁽¹⁾، أما العقود غير المسماة فيقصد بها تلك العقود التي لم يخصصها المشرع بتنظيم قانوني معين ولم يعطها اسماً خاصاً بها أو تكييفاً معيناً⁽²⁾، ومن ثم فهي تخضع للأحكام العامة في العقود الواردة في القانون المدني، حيث لا يمكن حصر كافة العقود وتنظيمها في القانون، فالإرادة حرة في إبرام واستحداث أي نوع من

(1) أبو السعود، رمضان، مصادر الالتزام، ط1، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2003، ص25.

(2) مرقص، سليمان، الوافي في شرح القانون المدني في الالتزامات، مجلد1، ط2، 1988، ص87.

العقود⁽¹⁾. لذلك فإن عقد خدمة الهاتف الثابت يعتبر من العقود غير المسماة التي لم يخصصها القانون بالتنظيم، ولم ترد أحكام خاصة بشأنه في أي قانون.

وبما أن الأصل الذي تقرره القاعدة العامة هو أن كافة العقود تتعقد بمجرد ترابط إرادتي طرفي العقد، إلا ما استثني من ذلك بنص خاص⁽²⁾. وبالتالي فإن عقد توريد خدمات الاتصال المبرم بين المشترك (المستهلك) مع شركة الاتصالات لا يخرج عن هذه القاعدة فهو عقد رضائي يتعقد باتحاد إرادة العميل أو المستهلك مع إرادة شركة الاتصال دون حاجة إلى أي إجراء آخر.

أما فيما يتعلق بالطرف الآخر في العقد وهو شركة الاتصالات، فهذه الشركة تابعه لشركة فلسطين للتنمية والاستثمار المحدودة (باديكو القابضة) تأسست في العام 1993 كشركة أجنبية مساهمة قابضة محدودة المسؤولية مسجلة في ليبيا، بمبادرة عدد من رجال الأعمال الفلسطينيين والعرب البارزين، بهدف المساهمة في بناء الاقتصاد الفلسطيني وتطويره، وذلك من خلال إقامة مشاريع تنموية في قطاعات اقتصادية حيوية. يبلغ رأس مال الشركة 250 مليون سهم بقيمة اسمية دولار أمريكي للسهم الواحد، ويتم تداول أسهمها في بورصة فلسطين منذ العام 1997.

وهذه الشركة يشترط فيها توفر الشروط التي نص عليها العقد حسب قرار بتعديل قانون الشركات الفلسطيني رقم (6) لسنة 2008 لكي يحق لها مباشرة الأعمال وإبرام العقود، بمعنى أن تخضع للإجراءات التي نص عليها العقد من حيث التسجيل والإشهار⁽³⁾.

وبخصوص الصيغة الكتابية أو العقد المنظم بصورة مكتوبة بين العميل وشركة الاتصال والمعد مقدماً، فإن هذا الأمر لا يخل بمبدأ رضائية عقد تجهيز خدمة الاتصال، كون هذه المسألة تتعلق بالإثبات، فتتطلب هذا العقد جاء لغرض تيسير الإثبات إذا ما ثار نزاع بين الطرفين، حيث يتم الاحتكام إلى العقود المكتوبة التي تسهل على المحكمة فض وحل النزاع عند نشوئه.

(1) عبد الرحمن، محمد حسن، مصادر الالتزام (دراسة مقارنة)، ط1، دار النهضة العربية للنشر، القاهرة، 2007، ص42.

(2) تناغو، سمير عبد السيد، مصادر الالتزام، العقد والارادة المنفردة، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، القاهرة، 2009، ص 64.

(3) انظر المادة 4 من قرار بقانون رقم (6) لسنة 2008 بتعديل قانون الشركات الفلسطيني المنشور بتاريخ 20-5-2008.

ومن المعروف أنه لدى إبرام عقد الاشتراك في خدمة الهاتف أو الاتصالات نرى أن هناك عقد معد مسبقاً من قبل شركة الاتصالات، وما على الشخص الذي يريد الاشتراك في أي خدمة من خدمات شركة الاتصالات ومنها خدمة الهاتف الثابت، إلا أن يقوم بتعبئة هذا العقد، دون مناقشة بنودها.

الفرع الثاني: عقد معاوضة:

يعد عقد المعاوضة هو العقد الذي يأخذ فيه كل من المتعاقدين مقابلاً لما يعطي، ويعطي مقابلاً لما يأخذ كما هو الحال في عقد البيع وعقد الايجار⁽¹⁾.

واستناداً إلى فكرة المعاوضة التي يقوم عليها عقد الاشتراك في خدمة الاتصال، فإنه يترتب التزامات متقابلة في ذمة طرفيه، فكما أن شركة الاتصالات قد التزمت بتقديم الخدمة المنفق عليه، فإن المشترك (المستهلك) بوصفه المستخدم لهذه الخدمة يلتزم بما يقع عليه من التزام مالي مقابل هذه الخدمة، وبمعنى آخر فإن الثمن هو مقابل الحصول على الخدمة.

وفي عقود تجهيز خدمة الهاتف الثابت هناك أدائين يكون كل منهما مقابلاً للآخر، فالشركة تأخذ المقابل المادي كبديل للخدمة المقدمة للمشارك، وهذا الأخير يحصل على خدمات الهاتف الثابت بكافة أشكالها، وبالتالي فإن تمكين المشارك من الانتفاع من هذه الخدمة هو العنصر الجوهرى الأول، في حين أن العوض أو المقابل المالي هو العنصر الجوهرى الثاني⁽²⁾.

ووفقاً لذلك فإن شركة الاتصالات ملزمة بتجهيز وتوفير الخدمة للعميل، ويعد هذا الالتزام من أهم التزامات الشركة وهو ما يتضح من بنود العقد الذي تبرمه مع عملائها، وفي هذا المقام تنص الفقرة (5/أ) من عقد الاشتراك الاسترشادي لخدمات الاتصالات الصادر عن هيئة تنظيم قطاع الاتصالات الأردنية على أن يلتزم الفريق الأول (شركة الاتصالات) بتأمين إيصال الخدمة

(1) بكر، عصمت عبد المجيد، نظرية العقد في القوانين المدنية العربية، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2015، ص63.

(2) ذنون، ندى محمود، عقود الاشتراك بخدمة الاتصالات (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الموصل، العراق، 2009، ص93.

للفريق الثاني (المشترك) خلال مدة لا تتجاوز أسبوعاً من تاريخ طلب الاشتراك بالخدمة أما من جانب المشترك (المستهلك) فهو ملزم تجاه الشركة بالتزامات عدة لعل أهمها التزامه بدفع المقابل نظير حصوله على الخدمة، حيث تنص أيضاً الفقرة (ج/6) من عقد الاشتراك الاسترشادي لخدمات الاتصالات في الأردن، على أن يلتزم الفريق الثاني (المشترك) بدفع أجور الخدمة وفقاً للأسعار المبينة في نموذج الطلب أو الملحق المرفق.

وهذا أيضاً ما أكدته المشرع الفلسطيني بأن الاشتراك يبدأ من تاريخ وصل الهاتف، على أن يقوم المشترك بدفع رسوم الاشتراك حيث نصت المادة 149 من نظام الاتصالات السلكية واللاسلكية الفلسطيني رقم (1) لسنة 1996 على أنه: "يبدأ الاشتراك من تاريخ وصل الهاتف بالمقسم العام، وتستوفى رسوم الاشتراك في كل فترة ما عدا رسم الاشتراك الأول والتركيب، فيستوفي من المشترك حين توقيع عقد الاشتراك عن المدة الباقية من السنة، وللوزارة أن تقرر طريقة أخرى لاستيفاء رسوم الاشتراك".

من ناحية أخرى نجد أن معظم العقود تضع التزاماً على عاتق المشترك (المستهلك) مقتضاه أنه يحق لشركة الاتصالات إيقاف الخدمة فوراً في حال تأكدها ان المشترك قد استخدم الخدمة لأغراض غير مشروعة، فعلى المشترك التقيد بالحدود القانونية في استعماله وانتفاعه من الخدمة، وأن لا يتعسف في هذا الانتفاع، فضلاً عن عدم الإضرار بالغير جراء حصوله على الخدمة التي توفرها الشركة وبهذا نص المشرع الفلسطيني في المادة (124) من نظام الاتصالات السلكية واللاسلكية الفلسطيني رقم (1) لسنة 1996 على أنه: "إذا خالف المشترك أحكام المادة السابقة، يحق للوزارة فسخ عقد الاشتراك دون أن يكون لذلك المشترك أو المتنازل إليه، أي حق في مطالبة الوزارة بالهاتف المتنازل عنه".

وتأسيساً على ما تقدم وانطلاقاً من كون العقد المبرم بين شركة الاتصالات والمشارك عقداً ملزماً للجانبين، فإنه يمكن القول أيضاً بأنه عقد معاوضة، ذلك أن كلاً من المتعاقدين يأخذ مقابلاً لما يعطي، فهو ليس عقد تبرع وإنما الشركة ملزمة بتقديم الخدمة في مقابل حصولها على ثمن ما تقدمه من خدمة، والمشارك ملزم بدفع الثمن لقاء هذه الخدمة.

الفرع الثالث: عقد من عقود المدة:

يعد عقد المدة ذلك العقد الذي يكون الزمن عنصراً جوهرياً فيه، كما هو الحال بالنسبة لعقد الإيجار، فالانتفاع بالشيء محل عقد الإيجار لا يتصور إلا ممتداً في الزمان، وكذلك فإن الأجرة تحسب على أساس المدة، وعقد المدة يختلف عن العقد فوري التنفيذ، حيث أن الأخير لا يكون الزمن عنصراً جوهرياً فيه، وهو الذي يرد على أداء يمكن تنفيذه في الحال، مثل عقد البيع الذي يلتزم فيه البائع ينقل ملكية الشيء المبيع الى المشتري⁽¹⁾.

وتأسيساً على ما سبق، فيمكن اعتبار عقد تزويد خدمة الهاتف من عقود المدة أيضاً، حيث يلعب الزمن دوراً أساسياً في هذا العقد، فالمشترك الذي يرغب بالحصول على خدمة الهاتف يحصل عليها بشكل دوري ومستمر، حيث أن التزام شركة الاتصالات تجاهه لا ينتهي عند أول تنفيذ للعقد وإنما يبقى التزام الشركة ما دام العقد قائماً، بمعنى آخر أن المنفعة التي سيحصل عليها المشترك المتعاقد مع شركة الاتصالات هي منفعة مرتبطة بمدة زمنية يحصل عليها بصورة مستمرة وعلى دفعات متى ما كان هذا الأخير متقيداً بنود العقد المبرم بينه وبين الشركة، فوفقاً للفقرة (أ/8) و(ب/8) من عقد الاشتراك الاسترشادي لخدمات الاتصالات في الأردن فإن الحد الأدنى لفترة الاشتراك (حسب ما يتم الاتفاق عليه بين الطرفين)، وتبدأ فترة سريان العقد من تاريخ إيصال الخدمة للفريق الثاني، ويجدد العقد تلقائياً لمدة مماثلة ما لم يقم أي من الفريقين بإشعار الفريق الآخر برغبته بإنهاء العقد قبل ثلاثين يوماً من انتهائه.

وهذا يعني أن عقد تزويد خدمة الاتصال هو من عقود المدة المستمرة، والذي يجدد بشكل تلقائي لمدة مماثلة، ويبقى مستمراً ما لم يقم أي من طرفي العقد بإنهاء العقد.

كما يظهر دور المدة في هذا العقد بشكل جلي من خلال استقراء نص المادة (127) من قرار وزير البريد والاتصالات الفلسطيني رقم (1) لسنة 1996 بشأن نظام الاتصالات السلكية

(1) الحكيم، عبد المجيد وآخرون، الوجيز في نظرية الالتزام في القانون المدني العراقي، ج1، ط1، مطبعة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بغداد، 1980، ص28.

واللاسلكية، والتي تبين عدم استمرار الخدمة الهاتفية للمشارك الإ في حال تسديد الالتزامات المالية المستحقة على المشارك لقاء حصوله على هذه الخدمة⁽¹⁾.

يتضح من النص السابق الدور الجوهري للمدة في هذا النوع من العقود، حيث أن حق المشارك محدد بالمدة التي عينتها الشركة للانتفاع والحصول على خدمة الهاتف أو الاتصال، ذلك ان هناك مدة معينة (كأن تكون شهر أو شهرين أو أي مدة يتم الاتفاق عليها بين الطرفين) يسمح للتعيل بموجبها التمتع بهذه الخدمة، على أن العقد المبرم بين الطرفين لا ينتهي ما دام المشارك يقوم بتسديد جميع الذمم المستحقة على هذه الخدمة.

ومن ناحية أخرى يلاحظ أن التزام الشركة بتقديم خدماتها لمصلحة العملاء مرتبط بمدة الترخيص التي تمنح لها، حيث لا يكفي من أجل بقاء العقد قائماً بين الطرفين (المشارك وشركة الاتصالات) التزام التعيل بأداء الالتزامات المترتبة بذمته في مقابل تأدية الشركة للالتزامات المترتبة بذمتها، بل يشترط إضافة لذلك بقاء الترخيص الممنوح من قبل الجهة المختصة لشركة الاتصال مرتبط بالمدة المحددة لها بموجب الترخيص الذي تحصل عليه⁽²⁾، وهذا يعني أن حق المشارك بخدمة الهاتف مرتبط ليس فقط بالعقد المبرم بينه وبين الشركة وإنما أيضاً مرتبط بالعقد المبرم بين شركة الهاتف والجهة، فمتى ما انتهى العقد الأصلي (بين شركة الاتصالات والجهة المختصة) انقضى بالتبعية العقد المبرم بين المشارك والشركة، بمعنى أن العقد الثاني (المشارك والشركة) عقد يستند إلى العقد الأصلي المبرم بين المشارك والجهة المختصة، فإذا زال الأصل زال معه العقد التابع، وهذا ما يمكن استنتاجه من نص المادة (148/أ) من قرار وزير البريد والاتصالات الفلسطيني رقم (1) لسنة 1996 بشأن نظام الاتصالات السلكية واللاسلكية⁽³⁾.

⁽¹⁾ تنص المادة (127) من قرار وزير البريد والاتصالات الفلسطيني رقم (1) لسنة 1996 بشأن نظام الاتصالات السلكية واللاسلكية والمنشور في الوقائع الفلسطينية بتاريخ 1996/8/27، ص3، عدد (14)، على أنه: "لا تعطى الخدمة الهاتفية المطلوبة لأي فرد من أفراد عائلة المشارك المقيمين معه في العقار أو المشاركين معه في حالة الاشتراك التجاري ما لم يقم طالب الاشتراك بتسديد جميع الذمم المستحقة على المشارك الأصلي أو على أي منهم".

⁽²⁾ ذنون، ندى محمود، مرجع سابق، ص97.

⁽³⁾ تنص المادة (148/أ) من قرار وزير البريد والاتصالات الفلسطيني رقم (1) لسنة 1996 بشأن نظام الاتصالات السلكية واللاسلكية على أنه: "بالإضافة إلى الحالات المنصوص عليها في هذا النظام يفسخ الاشتراك بالهاتف بقرار من الوزارة عند تحقق أي من الحالات الآتية: أ- إذا صفت الشركة لأي سبب من الأسباب تصفية نهائية.....".

الفرع الرابع: عقد إذعان:

يعرف عقد الإذعان بأنه ذلك العقد الذي يسلم فيه أحد الطرفين بشروط مقررة يضعها الطرف الآخر مسبقاً ولا يسمح بمناقشتها، وذلك فيما يتعلق بسلع أو خدمات أو مرافق ضرورية تكون محل إحتكار قانوني وتكون المناقشة محدودة النطاق بشأنها، ومن أمثلة هذه العقود، عقد التأمين بأنواعه⁽¹⁾، وعقد الاشتراك في الكهرباء والمياه، والتعاقد مع شركات الاتصالات والهاتف⁽²⁾. وهذا ما قضت به محكمة النقض الفلسطينية في قرار رقم (24) لسنة 2003 بأن: "تسليم العاقد بشروط الواردة في عقد التأمين من قبيل الإذعان الأمر الذي يسوغ للقضاء إستبعاد الشروط التعسفية التي لم يكن لمخالفتها أثر في وقوع الحادث المؤمن منه"⁽³⁾.

من الحكم القضائي الفلسطيني السابق، نجد أنه وعلى الرغم من غياب نص تشريعي واضح يجيز للقاضي تعديل الشروط التعسفية في العقود، فقد منح القضاء للقاضي سلطة تعديل الشروط التعسفية أو أن يعفي الطرف المذعن منها وذلك بناء على طلب المذعن وليس من تلقاء نفسه ولا يكون له التعديل ألا بعد أن تغل يده عن توازن العقد، وللقاضي تقدير ما إذا كان البند تعسفياً فيعدله أو يلغيه أو ليس تعسفياً فيبقي عليه . وفي هذا المجال اتجه التشريع الفرنسي إلى

⁽¹⁾ قررت محكمة التمييز الأردنية في إحدى قراراتها: " أن عقد التأمين عقد إذعان، يمثل فيه المؤمن الطرف القوي والمؤمن له الطرف الأضعف، وأن كل شرطاً تعسفياً يعتبر باطلاً بموجب المادة (204) من القانون المدني الأردني". قرار تمييز حقوق، رقم 2001/2596، الصادر عن محكمة التمييز الأردنية، 2001، الموقع الرسمي لمحكمة التمييز الأردنية، <http://www.jc.jo/ejthadat>، بتاريخ 12-12-2019.

كما سار القضاء الفلسطيني على هذا النهج حيث اعتبر: "تسليم العاقد للشروط المقررة فيها قبولاً بها وإذعاناً لها وصيغة الإذعان هذه تسوغ للقضاء استبعاد الشروط التعسفية التي لم يكن لمخالفتها أثر في وقوع الحادث المؤمن منه". قرار نقض مدني، رقم 2003/24 الصادر عن محكمة النقض الفلسطينية، 2003، منظومة القضاء والتشريع في فلسطين المقتفي، <http://muqtafi.birzeit.edu>، 25-3-2019.

⁽²⁾ الصدة، عبد المنعم فرج، في عقود الإذعان، دار النهضة العربية، القاهرة، د.ط، 1949، ص77.

⁽³⁾ قرار محكمة النقض الفلسطينية رقم (24) لسنة 2005، كذلك نصت محكمة النقض الفلسطينية في قرار رقم (52) لسنة 2003 بأنه: "الشرط الوارد في اتفاقية توريد الكهرباء والتي تنص على حق المورد في قطع التيار الكهربائي عن المشترك بعد مرور شهر على التخلف عن دفع أثمان الكهرباء هو شرط تعسفي وأرد في عقد من عقود الإذعان الأمر الذي يسوغ للقضاء استبعاده". كذلك قررت محكمة النقض الفلسطينية في قرار رقم (128) لسنة 2004 أنه: "ينبغي قبل قطع التيار الكهربائي عن المشترك المتخلف عن الدفع إعطاءه مهلة 15 يوماً لدفع وأن الشرط الوارد في عقد توريد الكهرباء هو شرط تعسفي من شروط الإذعان". منظومة القضاء والتشريع في فلسطين المقتفي، بتاريخ 16-3-2019.

منح القاضي المختص صلاحية التدخل من تلقاء نفسه لاجراء التعديل المناسب في الشروط التعسفية الواردة في عقود الأذعان⁽¹⁾.

وعرف القانون الفرنسي الشروط التعسفية غي قانون الاستهلاك 1993⁽²⁾ بموجب الفقره الاولى من المادة 1-132 على انه "في العقود المبرمة ما بين المني وغير المهني تعتبر الشروط تعسفية إذا نتج عنها عدم توافق واضح بين حقوق الاطراف والتزاماتها فهي تشكل الاساس القانوني لمتابعة التعسف والاجحاف في بنود العقد".

من جهة أخرى نجد أن هناك من يرى أن المراد بهذا النوع من العقود هو ما يحمل الايجاب فيه طابع الدوام والاستمرار، والعقد في هذه الحالة يكون في صيغة مطبوعة تحتوي على شروط محددة مسبقاً لا يمكن للمستهلك الاعتراض عليها أو مناقشتها وإبداء الرأي فيها، وهي تصب في أغلبها لمصلحة الموجب، ومن هذه العقود، عقود خدمات الكهرباء، أو المياه، أو الاتصالات³.

وعليه نجد أن احتكار السلعة هو المعيار الذي يكيف على أساسه العقد فيما إذا كان من عقود الأذعان أم لا، وهذا ما أكدته محكمة النقض الإماراتية، حيث قضت أنه: "ولما كان العقد موضوع لا يتعلق بسلعه أو مرفق وليس احتكار السلعة أو مرفق بل هو عقد بيع عدد من الأسهم إلى الطاعن بموجب عقد مرابحه وبذلك فإنه لا يعتبر عقدا من عقود الأذعان"⁽⁴⁾.

⁽¹⁾الشنطي، سهى، نمر، التنظيم القانوني لاستخدام الشروط النموذجية في العقود الاستهلاكية، رسالة ماجستير، بير زيت، رام الله، 2008، ص18.

⁽²⁾الشنطي، سهى، نمر، مرجع سابق، ص147.

⁽³⁾عبد الودود، يحيى، الموجز في النظرية العامة للالتزامات، مصادر الالتزام، د.ط، دار النهضة العربية للنشر، القاهرة، 1994، ص398.

⁽⁴⁾ محكمة النقض الاماراتية، الطعن رقم (88) لسنة 2015، موقع دائرة القضاء الاماراتي/أحكام محكمة النقض، <https://www.adjd.gov.ae/AR/Judgments>، بتاريخ 15-1-2019.

وقد تطرقت أغلب التشريعات العربية إلى عقد الإذعان، ولكن دون أن تتعرض إلى تعريف محدد لهذه الفئة من العقود، بل أوردت كيفية حصول القبول فيها⁽¹⁾.

كما تناولت المادة (169) من القانون المدني الأردني عقود الإذعان حيث نصت على أن: "القبول في عقود الإذعان يقتصر على مجرد التسليم بشروط مقررة يضعها الموجب ولا يقبل المناقشة فيها"⁽²⁾، وقد اتخذ المشرع الفلسطيني ذات الموقف للمشرعين المصري والأردني، حيث جاء في المادة (89) من مشروع القانون المدني الفلسطيني أنه: "يقتصر القبول في عقود الإذعان على مجرد التسليم بشروط مقررة يضعها الموجب ولا يقبل مناقشة فيها"⁽³⁾.

ويؤخذ على هذه النصوص السابقة أنها لم تراعي ما استجد في مفهوم الشروط التعسفية، فلم يعد هذا العقد اليوم محصوراً في العقود التي يكون أحد الطرفين فيها محتكراً لسلعة أو خدمة ضرورية، إنما يتسع ليشمل كل حالة يتم فيها إعداد شروط العقد من قبل أحد الطرفين بشكل مسبق، وليتم إبرام العقد على أساسها على نحو متكرر مع كل من يريد التعاقد مع هذا الطرف، فقد قلصت المبادئ القانونية الحديثة الشروط اللازم توفرها ليعتبر عقد إذعان إلى شرط واحد فقط، وهو أن الطرف القوي في العقد يقوم مسبقاً بإعداد شروط العقد، ويحدد التزامات الأطراف وحقوقهم، ولا يكون أمام الطرف الآخر المستهلك إلا الموافقة على بنود هذه العقود دون الحق في مناقشتها أو تعديلها⁽⁴⁾.

وعليه، فإن عقد الإذعان يتميز بعدد من الخصائص من أبرزها، أن الموجب يكون في مركز اقتصادي يسمح له بفرض شروطه على الطرف الآخر، كما أن العقد يتعلق بسلعة أو مرفق اقتصادي أو خدمة ضرورية من ضروريات الحياة الحديثة، لا يستطيع المتعاقد الاستغناء عنها⁽⁵⁾.

⁽³⁾ نصت المادة (100) من القانون المدني المصري رقم (131) لسنة 1948، المنشور في جريدة الوقائع الرسمية في العدد (108) مكرر أ بتاريخ 29-7-1948، ص 1101، على أن: "القبول في عقود الإذعان يقتصر على مجرد تسليم بشروط مقررة يضعها الموجب ولا يقبل مناقشة فيها".

⁽²⁾ المادة (169) من القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة 1976، المنشور في الجريدة الرسمية في العدد (2645) بتاريخ 1-8-1976، ص 11.

⁽³⁾ المادة (89) من مشروع القانون المدني الفلسطيني لسنة 2012.

⁽⁴⁾ محمود، عبدالله ذيب عبدالله، مرجع سابق، ص 68.

⁽⁵⁾ الحكيم، عبد المجيد الحكيم، مرجع سابق، ص 45.

وهنا قد يكون القبول مجرد إذعان لما يمليه الموجب، فالقابل للعقد لم يصدر قبوله بعد مناقشة الموجب لبود العقد، كما هو الحال في العقود الأخرى، وإنما لحاجته إلى التعاقد على أمر ما لا غنى عنه، فهو مضطر إلى الإذعان والقبول فرضاه هنا موجود، ولكن يكاد يكون مكرهاً عليه، وهو ليس الإكراه المعروف في عيوب الرضا، بل إكراه يتعلق بعوامل اقتصادية أكثر من اتصاله بعوامل نفسية⁽¹⁾.

وأمام هذه الفكرة، فقد ذهب البعض إلى القول بأن طبيعة العقد المبرم بين المشترك وشركة الاتصالات هو عقد إذعان، وذلك من خلال النظر إلى ما يتعرض له المشتركون من استغلال نظراً لحاجتهم إلى الخدمة التي تقدمها هذه الشركات، إضافة إلى أن هذه الشركات تمارس وتفرض إرادتها على المشتركين مستغلة إحتكارها لتقديم الخدمة وعدم وجود منافس، ناهيك عما تفرضه من شروط تعسفية تغلب فيها عادة مصلحة الشركة على مصلحة المشتركين، ويستند هذا الرأي في دعم موقفه إلى الآتي⁽²⁾:

1. الطريقة التي تفرض بها شركة الاتصالات على المشترك (المستهلك) رسوم الخدمة ولا تعذره في حال التخلف عن سدادها، في حين تعفي نفسها عن قصورها في تعميم تلك الخدمة.

2. عدم تردد شركة الاتصالات في قطع الخدمة عن المشترك، في حين تجيز لنفسها أن لا تقدم له الخدمة في كثير من الأوقات، أو تكون ذات مستوى متدني.

فشركة الاتصالات التي يتعاقد معها المشترك بخدمة الهاتف الثابت تبقى هي الطرف الأقوى والبارز في مواجهة المشترك، حيث تقوم الشركة المقدمة لخدمة الاتصالات ومن أجل تسهيل العمل بوضع عقود خاصة تتمثل بأوراق معدة ومجهزة مسبقاً وتخلو من أسماء الأطراف ومن الثمن والتوقيع، وبعد ملئها والتوقيع عليها من قبل المشترك تصبح عقود إلزامية⁽³⁾. مع الإشارة

(1) السنهوري، عبد الرزاق، شرح القانون المدني النظرية العامة للالتزامات، نظرية العقد، ج1، ط2، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 1998، ص279.

(2) الشهراني، مصطفى، مرجع سابق.

(3) عبد المجيد، عصمت، أثر التقدم العلمي في العقد (دراسة مقارنة)، ط1، مكتبة السنهوري، بغداد، 2007، ص26.

إلى أن شروط عقد تجهيز الهاتف الثابت تفرض من خلال هذه النماذج شكلاً قطعياً لا يقبل المناقشة، ومن ثم يقوم بعرضها على الجمهور، بحيث أن المشترك في هذه الحالة لا يكون له خيار ثالث، فإما أن يقبل العقد كما هو دون أن يكون له حق مناقشته وتعديل بنوده، أو أن يرفضه ولا يقبل به⁽¹⁾، خاصة إذا كان الموجب أي شركة الاتصالات التي تقوم بتزويد الخطوط الهاتفية الثابتة للمنازل والمكاتب والشركات لوحدها محتكرة لهذه الخدمة، ففي هذه الحالة يكون إبرام عقد تجهيز خدمة الهاتف الثابت مع هذه الشركة قبولاً لعقد إذعان⁽²⁾.

في المقابل هناك من يرى أن العقد المبرم بين المشترك وشركة الاتصالات التي تزود المشتركين بخدمة الهاتف الثابت، ينتفي عنه صفة الإذعان في حال وجود أكثر من موجب (شركة) تقوم بتقديم نفس الخدمة، وتتنافس فيما بينها لتقديم خدمة الاتصال للجمهور، فليس من المعقول أن تكون من عقود الإذعان وذلك لعدم توفر عنصر الاحتكار⁽³⁾، وعليه فإذا كانت شركة الاتصالات المزودة لخدمة الهاتف الثابت متنفذة في السوق ومحتكرة لها، فإنها تستطيع فرض شروطها على الجمهور في عقود نموذجية خاصة، فالاشتراك فيها يجعل العقد إذعان لها، في حين إذا وجدت عدة شركات تقوم بتقديم نفس الخدمة وتتنافس فيما بينها على تقديم هذه الخدمة، فإن إبرام عقد تجهيز خدمات الهاتف الثابت لا يضعها في طائفة عقود الإذعان وذلك لانتهاء صفة الاحتكار⁽⁴⁾.

وحول ذلك قضت محكمة النقض المصرية بأنه: "لكي يعتبر العقد عقد إذعان يجب أن يتضمن إحتكاراً قانونياً أو فعلياً، وفي القليل سيطرة على السلعة أو المرفق تجعل المنافسة فيها محدودة النطاق"⁽⁵⁾. وفي حكم آخر لمحكمة النقض فإن: "السلع الضرورية محل عقد الإذعان هي

(1) الحسيني، عماد الدين خلف، عالم الاتصالات، ط1، مكتبة الأسرة، القاهرة، 2009، ص87.

(2) جميعي، حسين عبد الباسط، أثر عدم التكافؤ بين المتعاقدين على شروط العقد، ط1، دار النهضة العربية للنشر، القاهرة، 1996، ص104.

(3) الحسيني، عماد الدين خلف، مرجع سابق، ص89.

(4) الرومي، أحمد أمين، التنظيم القانوني للاتصالات في مصر والدول العربية، ط1، دار الكتب القانونية للنشر، القاهرة، 2008، ص16.

(5) قرار محكمة النقض المصرية، الطعن رقم 248 لسنة 1969، الموقع الرسمي لمحكمة النقض المصرية،

<http://www.cc.gov.eg>، بتاريخ 1-1-2019.

التي لا غنى للناس عنها، والتي لا تستقيم مصالحهم بدونها بحيث يكونون في وضع يضطربهم إلى التعاقد بشأنها، ولا يمكنهم رفض الشروط التي يضعها الموجب ولو كانت جائرة وشديدة" (1).

كما قضت محكمة الاستئناف العليا في الكويت: "بعدم تكييف العقد بين شركة الهواتف المتنقلة - كذا في الأصل- وبين أحد المشتركين في خدمة الهاتف النقال بأنه من قبيل عقود الإذعان لأن الشركة لا تتمتع باحتكار، بالاستناد إلى أن الخدمة ليست من الضروريات التي لا غنى للناس عنها" (2).

وترى الباحثة هنا أن عقد تزويد خدمة الهاتف الثابت المبرم بين المشترك وشركة الاتصالات يعتبر عقد إذعان في كلا الحالتين سواء كانت الشركة محتكرة ومتفردة لهذه الخدمة، أم كان هناك أكثر من شركة تتنافس على تقديم هذه الخدمة، ذلك أن كل شركة تقوم بإعداد وتجهيز العقد مسبقاً بالشروط التي تحددها هي، وإذا اختار المشترك أي من هذه الشركات وفقاً لجودة الخدمة والسعر، فإنه سيقبل أيضاً بشروطها المحددة مسبقاً، وبالتالي فإن الفكرة ليست بوجود أكثر من شركة متنافسة على تقديم نفس الخدمة، فحتى لو وجد منافس لهذه الشركة، فهي تقوم بنفس الاجراء التي تقوم به الشركة الأخرى، وهي إخضاع المشترك لشروطها هي دون مناقشتها أو تعديلها من قبل المشترك.

المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للعقد المبرم بين شركة الاتصالات والدولة:

في طور تحديد المسمى القانوني الذي يربط بين أطراف عقود الاتصالات، اختلفت وجهات النظر حول ماهية العقد الذي يربط بين الدولة وشركات الاتصالات، فعدته الدولة من جهة بأنه عقد خصخصة، في حين عدته جمعيات المجتمع المدني بأنه عقد امتياز اداري.

(1) قرار محكمة النقض المصرية، الطعن رقم 1911 لسنة 80 قضائية بتاريخ: 2012/3/27. الموقع الرسمي لمحكمة النقض المصرية، مرجع سابق.

(2) قرار محكمة التمييز الكويتية في الطعن رقم 192 لسنة 2002 تجاري/1، جلسة 23 ديسمبر سنة 2002. نقلاً عن: الملحم، أحمد، الاحتكار والأفعال الاحتكارية دراسة تحليلية مقارنة في القانون الأمريكي والأوروبي والكويتي، ط1، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، 1997، ص93.

وحتى يتم إزالة اللبس الوارد حول هذا العقد، ولمعرفة هل يعتبر هذا العقد عقد خصخصة أم أنه عقد امتياز إداري، أم أن عقد الامتياز لا يخرج أن يكون أسلوباً من أساليب الخصخصة، سيتم دراسة هذا المطلب في فرعين، يتناول الفرع الأول التعريف بعقد الخصخصة، أما الفرع الثاني فسيتناول واقع عقد الامتياز الإداري وأهدافه ومسوغاته وعلى وجه الخصوص في فلسطين.

الفرع الأول: عقد خصخصة:

تباينت الآراء الفقهية في تعريف الخصخصة فعرفت على أنها: "تحويل ملكية المؤسسات الاقتصادية المملوكة لدولة والمنتجة لسلع والخدمات المملوكة من قبل الدولة إلى ملكية خاصة وقد يكون هذا التحويل كلياً وقد يكون جزئياً"⁽¹⁾.

وعرفت أيضاً على أنها: "سياسة ومرحلة من سياسات التحرر الاقتصادي، تعمل على تحويل المشروعات العامة إلى مشروعات خاصة باستخدام عديد من الأساليب المتاحة والملائمة"⁽²⁾. وبالمقابل عرف البنك الدولي الخصخصة على أنها: "الزيادة في مشاركة القطاع الخاص في إدارة وملكية الأنشطة والأصول التي تسيطر عليها الحكومة وتملكها"⁽³⁾.

وعرفت أيضاً على أنها السياسة التي يتم بها نقل الملكية العامة للقطاع الخاص خلال مدة معينة يتم تحديدها من خلال ما يحيط بالاقتصاد الوطني لدولة"⁽⁴⁾.

وتتمثل أهم الدعائم والتوجيهات الأساسية لنجاح سياسة الخصخصة في جودة البيئة المحيطة بسياسة الخصخصة، والتي تتضمن ضرورة تهيئة واستثمار المتغيرات الاقتصادية بصورة ايجابية لتكون سنداً داعماً لسياسة الخصخصة، ولتحقيق نتائج ايجابية لا بد من اتخاذ إجراءات

(1) عويضة، هيثم يوسف، الخصخصة في الاقتصاد الفلسطيني دراسة تطبيقية في المؤسسات الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2003، ص19.

(2) بادوا شيبيا مدير البنك المركزي الايطالي، نقلاً عن: عبد الكريم، خالد طه، رؤية اقتصادية في موضوع الخصخصة، مجلة ديبالي، عدد43، 2010، ص157.

(3) حبش، محمد حبش، الخصخصة واثرها على حقوق العاملين بالقطاع العام، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، سوريا، 2011، ص91.

(4) الابديري، اسماعيل صعصاع، فكرة التخصصية في المرافق العامة، مجلة بابل، المجلد 14، العدد(2)، 2007، ص17.

تسبق سياسة الخصخصة وبعضاً يرافقها وأخرى تأتي بعد تطبيقها، ويمكن إجمال المقومات الضرورية لسياسة الخصخصة بمجموعة من المقومات من أهمها تكوين هيئة مستقلة للخصخصة، وتهيئة البيئة الاقتصادية، والتزام الحكومة بسياسة الخصخصة⁽¹⁾.

وقد انتهجت السلطة الفلسطينية سياسة الخصخصة في قطاع الاتصالات (شركة الاتصالات الفلسطينية)، حيث تم نقل قطاع الاتصالات في الكامل من الملكية العامة للدولة إلى القطاع الخاص بتاريخ 1997/1/1، وباشرت شركة الاتصالات الفلسطينية المملوكة للقطاع الخاص أعمالها الميدانية برأس مال مصرح به 65 مليون دينار اردني، وبذلك أصبح قطاع الاتصالات في الاقتصاد الفلسطيني أول قطاع حكومي فلسطيني يتم نقله بالكامل للقطاع الخاص منذ ممارسة السلطة الفلسطينية صلاحياتها على الأرض في العام 1994⁽²⁾.

الفرع الثاني: عقد امتياز:

عقد الامتياز هو: "عقد إداري تلتزم بمقتضاه شركة ما بإدارة مرفق عام اقتصادي واستغلاله مقابل رسوم يتقاضاها من المنتفعين فضلاً عن الشروط الواردة في عقد الامتياز"⁽³⁾، ويعرف كذلك بأنه طريقة من طرق إدارة المرافق العامة تتمثل في عقد إداري ذي طبيعة مختلطة يعهد بمقتضاه أحد أشخاص القانون العام إلى شخص من أشخاص القانون الخاص (فرد طبيعي أو شركة) بمهمة إشباع حاجة جماعية عن طريق إنشاء وتسيير مرفق عام على نفقته الخاصة وعلى مسؤوليته لقاء تقاضي مبالغ نقدية من المنتفعين ولكن تحت إشراف ورقابة الإدارة المتعاقدة مانحة الامتياز⁽⁴⁾.

(1) سالم، محمد، الانظمة الاقتصادية، ط1، دار ابو البراء للنشر والتوزيع، السودان، 1997، ص61.

(2) نشرات شركة الاتصالات الفلسطينية المساهمة العامة المحدودة، اعلان طرح اسهم للاكتتاب العام الفلسطيني عقد التأسيس والنظام الداخلي، كتيب التأسيس، ص2-4.

(3) الطماوي، محمد، سليمان، الأسس العامة للعقود الإدارية (دراسة مقارنة)، ط5، دار الفكر العربي، القاهرة، 1991، ص108.

(4) شطناوي، علي خطار، الوجيز في القانون الإداري، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، سنة 2003، ص271.

ويعد الامتياز الإداري من أهم العقود الإدارية التي تعقدها الدولة⁽¹⁾، ويقترن عقده بتقديم خدمات معينة للمستهلكين مقابل الحصول على رسم معين، وقد أوجدت الدولة هذا العقد لعدة أهداف ومسوغات، من أبرزها:

1- تعزيز ميزانية الدولة وتقليل العجز من خلال إتاحة الفرص للمستثمرين الوطنيين والأجانب في تنظيم إدارة المرافق العامة التي يتم تحويلها إلى القطاع الخاص؛ مما يؤدي إلى زيادة الإيرادات⁽²⁾.

2- تخفيف الأعباء المالية على الإدارة الحكومية مانحة الامتياز، نتيجة تخلص الإدارة الحكومية من التشغيل المباشر للمرفق ومخاطره المالية⁽³⁾.

3- فتح باب لمشاريع جديدة واستقطاب مستثمرين جدد؛ مما يزيد من القوة المالية لدولة⁽⁴⁾.

4- تقليل دور الدولة في إنتاج السلع والخدمات.

5- زيادة الكفاءة الإنتاجية للمؤسسات الخاضعة لهذا العقد⁽⁵⁾.

ترى الباحثة في ضوء ما سبق، أن الامتياز الإداري يساهم في دعم اقتصاديات الدول وخاصة دول العالم النامية، التي تعاني من العجز وقلة الاستثمار فيها والبطالة والفقر، فعقد الامتياز تجلب المستثمرين وتفتح أبواب استثمارات جديدة للدولة، وبذلك يخفف من إنفاقها على المشاريع التي خصصت مما يزيد من ميزانيتها.

أما عن مسوغات الامتياز الإداري، فيمكن تحديدها على النحو الآتي:

(1) القيسي، أعاد حمود، الوجيز في القانون الإداري، ط1، دار وائل لنشر، عمان، 1998، ص324.

(2) البهجي، عصام احمد، عقد البوت الطريق لبناء مرافق الدولة الحديثة، ط1، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008، ص15.

(3) الجراف، مهدي، الجوانب القانونية للخصخصة، مجلة الحقوق، السنة19، العدد4، 1995، ص292.

(4) الابديري، إسماعيل صعصاع، مرجع سابق، ص27.

(5) الدليل القانوني للبيئة التجارية في فلسطين، معهد الحقوق، جامعة بيرزيت، 2010، ص436.

- 1- فشل الأساليب التي تتبعها الحكومة بسبب عدم كفاءتها لإدارة بعض المرافق⁽¹⁾.
- 2- نقص القدرات الفنية.
- 3- ضعف الموارد البشرية، والقيود المالية والإدارية التي تحد من قدرة الإنتاج⁽²⁾.
- 4- ضعف الرقابة الناتج عن اتساع المشاريع التي تتولاها الإدارة؛ مما أدى إلى انتشار المحسوبية، وغياب روح المبادرة لدى الأفراد⁽³⁾.
- 5- التداخل السياسي مع الواقع الإداري والاقتصادي؛ مما يصعب من اتخاذ القرارات.
- 6- رداءة الإنتاج وصعوبة تسويق المنتجات⁽⁴⁾.
- 7- نقصان مساهمة الدولة في دعم مشروعات البنية التحتية⁽⁵⁾.

مما سبق، ترى الباحثة أن هناك العديد من الدوافع التي دفعت الدول للجوء إلى منح الامتياز الإداري لبعض الخدمات، مما ساهم بشكل إيجابي في دفع الدولة بالاهتمام بشكل أكبر ببعض الخدمات غير الربحية كالتعليم، إلا أنه في ذات الوقت أدى إلى ارتفاع نسبة الرسوم وذلك نتيجة لإضافة أرباح صاحب الامتياز، كما أوقع على الدولة عبئاً إضافياً يتمثل بزيادة الرقابة على سوء الاستغلال للامتياز الممنوح، فإذا ضعفت رقابة الدولة قد يؤدي هذا إلى سوء الخدمة المقدمة للمستهلك واستغلال المستهلك مادياً.

وتجدر الإشارة بأنه لا يوجد في فلسطين قانون لتنظيم الامتياز الإداري، بل يوجد مشروع قانون لعام 2004 وعرف الامتياز في مادته الأولى حيث نصت على أنه: "حق تمنحه الدولة أو أحد الإدارات المحلية فيها بصفقتها مانح امتياز للقيام بأي عمل أو نشاط يبتغي تحقيق المنفعة

(1) الابديري، إسماعيل صعصاع، مرجع سابق، ص 29.

(2) الدليل القانوني للبيئة التجارية في فلسطين، مرجع سابق، ص 436.

(3) الابديري، إسماعيل صعصاع، المرجع السابق، ص 35.

(4) الدليل القانوني للبيئة التجارية في فلسطين، مرجع سابق، ص 436.

(5) دراسة نقدية لمشروع قانون الامتياز الفلسطيني، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس)، 2005، ص 7،

متوفر على الموقع library.mas.ps.

العامة بما في ذلك تقديم الخدمات العامة للجمهور أو إنشاء أو إدارة أو تشغيل أو تحديد أو إصلاح أو تعديل أو صيانة مرفق معين أو استغلال الموارد الطبيعية. ومن الأعمال والنشاطات التي يمكن أن تكون محلاً للامتياز في أي قطاع من القطاعات المنصوص عليها في هذا القانون ويتولى هذا القانون أو أي قانون امتياز خاص أو اتفاقية الامتياز تنظيم ممارسة هذا الحق بوجه خاص كما يكون هذا الحق خاضعاً لأحكام القوانين والتشريعات السارية في فلسطين".

وقد عرفت المادة الأولى أيضاً من نفس مشروع القانون اتفاقية الامتياز بأنها: "اتفاقية مكتوبة أو عقد مكتوب بين مانح الامتياز بصفته ممثلاً لدولة أو إحدى الإدارات العامة أو الهيئات المحلية فيها وحامل الامتياز ينظم من خلالها أحكام وشروط تنفيذ الامتياز والتزامات حقوق حامل الامتياز والسلطات التي يتمتع بها مانح الامتياز". وهنا نرى بأن التعريف قد جاء شاملاً وواضحاً، وقد عرفت نفس المادة حامل الامتياز بأنه: "أي شخص معنوي مؤسس أو قائم وفقاً للقوانين السارية في فلسطين منح امتياز وفقاً لأحكام هذا القانون".

كما تم تعريف مانح الامتياز بأنه: "أي وزارة أو هيئة أو سلطة عامة أو هيئة محلية تتولى وفقاً للقوانين السارية في فلسطين مسؤولية أو مهمة القيام بعمل أو نشاط في أي من القطاعات التي تكون محلاً للامتياز وفقاً لأحكام هذا القانون"⁽¹⁾.

ومما سبق، ترى الباحثة أن تعريف الامتياز في نصوص مشروع القانون قد جاء شاملاً وموسعاً، ولكن يعاب على التعريف الذي أورده بأنه نص على أنه يمكن أن يكون محلاً للامتياز في أي قطاع من القطاعات المنصوص عليها في هذا القانون أو القوانين الأخرى أو الاتفاقيات المنظمة لهذا الحق، حيث أنه يجب على جميع القوانين الأخرى والاتفاقيات أن ترجع لهذا القانون في حالة صدوره ويجب أن تقوم بإتباعه، كما يعاب على تعريف حامل الامتياز بأنه جاء يكتفي بالشركة التي أسست في فلسطين وبعض لامتيازات تحتاج لخبرات أجنبية.

(1) مشروع قانون الامتياز لسنة 2004.

على ضوء ما سبق، نستنتج أن عقد شركة الاتصال مع الدولة هو عقد امتياز إداري وليس عقد خصخصة، ومن أهم سمات هذا العقد بأنه عقد محدد بمدة زمنية وخاضع لرقابة الدولة، إلا أن صاحب الامتياز يتحمل كافة المسؤولية عن المرفق والأعباء المالية المتعلقة به ويتقاضى مقابل خدماته رسوم من المستهلكين، وهذا ما أكد عليه المشرع الفلسطيني في أكثر من موضع، فقد أجاز المشرع الفلسطيني منح حق الامتياز للمستثمرين في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية، وذلك بموجب المادة (3) من قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية الفلسطيني رقم (3) لسنة 1996، والتي نصت على أنه: "يجوز لمجلس الوزراء أن يمنح حق امتياز أو استثمار خدمة أو أكثر في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية، وأن يقرر حصر الاتصالات أو تعليقها إذا اقتضى الأمن الوطني أو مصالح أخرى جوهرية ذلك ولا يترتب من جراء ذلك دفع أي عطل أو ضرر أو تعويض أو إعادة البدلات". إلا أنه وفقاً للوضع الحالي وعدم صدور قانون الامتياز للأمن وخاصة ان القانون الاساسي الفلسطيني تضمن في المادة 94⁽¹⁾ بأنه القانون يحدد الاجراءات والقواعد الخاصة بمنح الامتياز أو الالتزامات لم يصدر قانون بعد فاعطت الشركة ترخيص لحين صدور قانون امتياز.

ووفقاً للمادة (2) من نظام الاتصالات السلكية واللاسلكية الفلسطيني رقم (1) لسنة 1996 فقد أُجيز منح امتياز إنشاء وتشغيل شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية العامة بقرار من مجلس الوزراء بناءً على اقتراح من وزير البريد والاتصالات.

مما سبق، ترى الباحثة عقد الامتياز الإداري والخصخصة يتشاركان بكونهما عقد يتم مع القطاع الخاص لينظم سير مرفق عام، وأن الخصخصة سياسة اقتصادية قائمة على نقل عبء إشباع الحاجات العامة التي تقع على عاتق الدولة بالطريقة التي تراها مناسبة إلى القطاع الخاص بحيث يتم نقل ملكية الدولة من القطاع العام إلى القطاع الخاص فتفقد الدولة سيطرتها على هذا القطاع، في حين أن عقد الامتياز الإداري يمثل تعهداً تقوم به الدولة للقطاع الخاص لفترة معينة لتنظيم سير مرافقها، ويبقى لدولة دور الإشراف والرقابة لهذا القطاع، كما أن الدولة الحق في إلغاء العقد و يعود لها المرفق بعد انتهاء مدة العقد.

(1) القانون الاساسي الفلسطيني المعدل لعام 2003.

كما أن الاختلاف بينهما يتحقق في أن للدولة في عقد الخصخصة تفقد صلاحيتها على المرفق حيث تقوم بنقل ملكيته بشكل دائم، على غرار الامتياز الإداري الذي يشكل عقدا ينتهي بمدة معينة ويرجع بانتهاء العقد السيطرة عليه من قبل الدولة.

وهنا لا بد من الإشارة أنه وعلى الرغم من تبني الدولة لسياسة السوق المفتوح وتعزيز المنافسة فلم يتم الإعلان من قبل الدولة بمنح الامتياز لشركة الاتصالات، وبذلك لم يتم إعطاء الشركات الأخرى فرصة في الاستثمار والمنافسة، حيث تمت الاتفاقية بشكل فردي وحصري وبقيت بنودها غير معن عنها لفترة طويلة، وعند قيام الدولة بتجديد العقد لشركة الاتصالات بقيت بنودها مبهممة ولم يتم الإعلان عنها، وهذا يتعارض ما جاء في المادة (6) من قانون الاتصالات السلوكية واللاسلكية الفلسطيني، الذي يوكل للوزارة مهمة وضع الخطط بهدف تشجيع الاستثمار والمنافسة في قطاع الاتصالات بهدف توفير خدمات بأسعار مناسبة وعادلة، وبذلك أيضا تعارض الاتفاقية النص السابق حيث أكدت في بنودها على إعطاء الشركة الحق في تحديد التسعيرة.

الفصل الثاني

حماية المستهلك في عقود خدمات الاتصال الثابت

إن عدم التوازن الاقتصادي بين المهني أو المحترف من جهة، والمستهلك أو متلقي الخدمة من جهة أخرى، قد حث المشرع في غالبية الدول على وضع التشريعات الملائمة لحماية المستهلك، وهذه الحماية تبررها ضرورات المنطق والعدالة، ذلك أن المستهلك عادة ما يكون هو الطرف الأضعف في التعاقد، ومن ثم فهو يجد نفسه أمام طرف آخر يفرض إرادته وشروطه عليه عند إبرام العقد، إضافة إلى أن مثل هذه العقود وفي أغلب الحالات تتعلق باحتياجات المستهلك وضرورياته الشخصية والتي قد لا يكون لديه المعلومات والخبرة الكافية حولها، وبالتالي أصبحت الحماية القانونية للمستهلك ضرورة ملحة.

ومن أبرز العقود التي تبرم بين المهني والمستهلك هي عقود تزويد خدمات الاتصال الثابت، حيث يقوم المستهلك (المشترك) بالتعاقد مع إحدى شركات الاتصالات مزودة الخدمة، وفق شروط محددة يفرضها في العادة عقد مكتوب ومحدد مسبقاً، ويجد المشترك هنا نفسه مجبراً على الانداعن لهذه الشروط والتوقيع على قبولها، حتى يتمكن من الاستفادة من الخدمات الهاتفية المطلوبة، فعادة لا يستطيع المشترك مناقشة بنود هذا العقد مع شركة الاتصالات، فهي أي الشركة تفرض نفسها على المشترك بهذه الشروط خاصة إذا كانت تلك الشركة محتكرة لخدمة معينة أو مجموعة خدمات دون غيرها، الأمر الذي استلزم من المشرع التدخل ووضع التشريعات المناسبة لحماية المشترك في هذا النوع من العقود.

لذلك سيتم من خلال هذا الفصل التطرق بالتفصيل إلى موضوع حماية المستهلك في عقود خدمات الاتصال الثابت، من خلال تقسيمه إلى مبحثين، في المبحث الأول سنتطرق الى متطلبات الحماية القانونية للمستهلك، أما المبحث الثاني فنخصصه للحديث عن طبيعة حماية المستهلك في عقود خدمات الاتصال الثابت، وذلك على النحو الآتي:

المبحث الأول

متطلبات الحماية القانونية للمستهلك

من أبرز متطلبات الحماية القانونية للمستهلك هي قيام مزود الخدمة (شركة الاتصالات) بالتزاماتها تجاه المستهلك التي فرضها القانون والعقد المبرم بينها وبين المشترك، ودون الإخلال بها، ومن أبرز هذه الالتزامات، الالتزام بأعلام المستهلك، والالتزام بحسن النية في تنفيذ الالتزام، والالتزام بسرية معلومات المستهلك.

لذا سيتم من خلال هذا المبحث التطرق إلى ماهية التزامات شركات الاتصالات تجاه المستهلك، ولكن قبل الحديث عن هذه الالتزامات سيتم التطرق إلى ضبط مفهوم حماية المستهلك والتزامات شركات الاتصالات تجاه المستهلك، وذلك على النحو الآتي:

المطلب الأول: ضبط مفهوم حماية المستهلك.

المطلب الثاني: التزامات شركات الاتصالات تجاه المستهلك.

المطلب الأول: ضبط مفهوم حماية المستهلك:

سيتم من خلال هذا المطلب تناول مفهوم حماية المستهلك، من خلال عرض لبعض التعريفات التي قُدمت حول هذا الموضوع، إضافة إلى تحديد أهداف ووسائل حماية المستهلك في عقود خدمات الاتصال الثابت، من خلال فرعين اثنين على النحو الآتي:

الفرع الأول: مبررات الحماية:

تعتبر حماية المستهلك من القضايا الهامة، خاصة في عصرنا الحالي، سواء بالنسبة للنواحي الاجتماعية أو الاقتصادية، أدى إلى تغيير في إنتاج السلع والخدمات، وبالتالي تغيير في السلوكيات الاستهلاكية لدى الزبائن والمستهلكين، وهؤلاء هم بحاجة دائمة للحماية، مهما كان النظام الاقتصادي الذي تطبقه الدولة.

وقد تعددت المفاهيم الفقهية الموضحة لمفهوم حماية المستهلك، واختلف الفقهاء في وضع تعريف محدد لها، حيث تم تعريفها بأنها خدمة توفرها الحكومة أو المجتمع المدني لحماية المستهلك من الخطر على صحته أو سلامته أو أمواله أو من الغش التجاري للسلع والخدمات⁽¹⁾، أو استغلاله أو سوء تقديم خدمة ما عن طريق الاحتيال أو الخضوع لظروف معينة⁽²⁾.

كما يقصد بحماية المستهلك رعاية المستهلك ومساعدته في الحصول على كل ما يطلبه أو يلزمه من مواد وخدمات لتلبية احتياجاته الشخصية، ولتحقيق الاستقرار المعيشي بأسعار معقولة وتحت كل الظروف تقوم على دفع الأضرار والأخطار التي من شأنها المساس بمصالحه وأمنه، وعليه يرتبط مفهوم حماية المستهلك بضمان حقوقه في مجال العملية الاستهلاكية بوجه عام بإيجاد وسائل وأساليب مناسبة لتحقيق التوازن التعاقدية بين المستهلك والمهني⁽³⁾.

ومن خلال ما سبق اتضح أن الحماية تتوفر من خلال وسائل نص عليها القانون للوصول إلى أهداف محددة.

وقد سعى المشرع الفلسطيني إلى تحقيق حماية فعالة للمستهلك رغم أنه لم يصدر قانون ينظم عقود الاستهلاك، ولكن في سنة 2005 صدر قانون حماية المستهلك، والذي يهدف إلى تحديد القواعد العامة التي تحرص على رعايته بوجه عام وصيانة لحقوقه الأساسية، وبما يكفل له عدم التعرض لأيّة مخاطر صحية أو غبن أو خسائر اقتصادية، توفير السلع والخدمات ومنع

(1) وفي هذا السياق أصدر القضاء الأردني حكماً في إحدى الدعاوى، أنه من المحتمل قيام غش الجمهور في حال تشابه علامتين حتى مع اختلاف نوع التجارة أو الصناعة التي ترتبط بها كل من العلامتين، ولكنه لم يسند حكمه على مفهوم العلامة المشهورة بل فقط على وجود غش للمستهلك، وجاء في القرار: "أن مناطق الفصل في هذا الاستئناف ينحصر فيما تحرزت به هذه الفقرة من حيث التشابه بين العلامتين إلى درجة تؤدي إلى غش الجمهور، فإن صح وجود هذا التشابه امتنع التسجيل". حكم محكمة العدل العليا الأردنية رقم (91/87)، هيئة خماسية، صدر بتاريخ 1991/5/29، منشورات مركز عدالة، <http://www.adaleh.info/>، بتاريخ 2019-2-1.

(2) المصطفى سامر، دور جمعية حماية المستهلك في خلق الوعي لدى المستهلكين، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، مجلد 29، عدد 2، 2013، ص98.

(3) مكحل، سمية، دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بسكرة، الجزائر، 2014، ص9.

الاستغلال والتلاعب في الأسعار⁽¹⁾. كما حرص القانون على تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك وتمثل بصورة موسعة في المجلس الفلسطيني لحماية المستهلك⁽²⁾. كذلك أنيطت بوزارة الاقتصاد الوطني مهام مكافحة الغش التجاري بكافة أنواعه وصوره وأشكاله وأصبحت من المهام الرئيسية لدائرته حماية المستهلك.

مما سبق، ترى الباحثة أن الحماية هي وسيلة لحماية وصيانة حقوق المستهلك، وتحقيق التوازن في العلاقة التعاقدية بين المستهلك ومقدم الخدمة باعتباره الطرف الأضعف في العلاقة، وهذا ما أكد عليه المشرع الفلسطيني، حيث اعتمد مجموعة من الاعتبارات التي دعت إلى إصدار تشريع لحماية حقوق المستهلك، منها اعتبار حماية حقوق المستهلك جزء لا يتجزأ من منظومة حماية حقوق الإنسان بشكل عام، كما روعي فيه الاستعانة بالمبادئ المستقرة والمعمول بها في مكافحة الغش التجاري، وأخذ المخالفين بالشده من خلال استحداث بعض العقوبات الرادعة، فضلاً عن توفير المرونة الكافية في التطبيق وسهولة الإجراءات وسرعتها لكفالة حماية المستهلك بفعالية وذلك كله في ضوء مقتضيات المصلحة العامة.

وفيما يتعلق بحماية المستهلك (المشترك) في خدمة الاتصالات عموماً وخدمة الهاتف الثابت بشكل خاص، فقد شدد المشرع الفلسطيني على ضرورة أن تضمن الشركة المرخص لها بتقديم هذه الخدمات توفير الحماية اللازمة للمشاركين، من خلال متابعة شكاوى المستفيدين والمشاركين ومعالجتها بما يضمن تقديم الخدمة بأفضل طريقة وجودة⁽³⁾، وعلى المرخص له أن يقدم لوزارة البريد والاتصالات تقريراً سنوياً يبين فيه الجوانب الفنية والإدارية والمالية المتوفرة، والتي تضمن تقديم الخدمة للمستفيدين بالمستوى المطلوب⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ راجع أهداف قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005، وألواردة في المادة (2) من القانون.

⁽²⁾ راجع الفصل الثالث من قانون حماية المستهلك الفلسطيني تحت عنوان: "المجلس الفلسطيني لحماية المستهلك وجمعيات حماية المستهلك".

⁽³⁾ نصت المادة (58) من قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية الفلسطيني رقم (3) لسنة 1996 على أن: "يقوم كل مرخص له لتقديم خدمة اتصالات عامة بإنشاء قسم خاص لتلقي شكاوى المستفيدين والمشاركين، وأن يعمل على تلافي أسباب الشكاوى إذا كانت تتعلق بمستوى الخدمة ونوعيتها أو طريقتها".

⁽⁴⁾ المادة (61) من قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية الفلسطيني رقم (3) لسنة 1996.

وإذا تلقت الوزارة شكاوى جماعية بوجود تقصير من المرخص له، أو وجود خلاف بين المرخص له والمستفيدين بشأن مستوى الخدمة، أو مخالفة شروط الرخصة، فللوزارة أن تحقق في أسباب الشكوى وأن تقرر ما تراه مناسباً ويعتبر قرارها نهائياً وملزماً للمرخص له⁽¹⁾.

وفي هذا السياق أيضاً، ألزم المشرع الأردني شركات الاتصالات المرخص لهم بتقديم خدمات الاتصالات بإنشاء قسم خاص لتلقي شكاوى المستهلكين وأوجب عليهم العمل على تلافي أسباب الشكاوى إذا كانت تتعلق بمستوى الخدمة ونوعيتها أو طريقة تقديمها⁽²⁾، وإذا تلقت الهيئة أي شكوى بوجود تقصير من المرخص له أو وجود خلاف بين المرخص له والمستهلكين بشأن مستوى الخدمة أو مخالفة شروط الرخصة، فإن هيئة الاتصالات تقوم بالتحقيق في أسباب الشكوى وتثبت من وجود التقصير من عدمه وعندها تقرر ما تراه مناسباً⁽³⁾ ولكن هذه الوسيلة تعتبر وسيلة لا تكفي لوحدها لحماية المستهلك.

الفرع الثاني: أهداف ووسائل حماية المستهلك في عقود خدمات الاتصال الثابت:

إن فكرة إحاطة المستهلك بالحماية القانونية ليست فكرة حديثة، فالمستهلك أياً كان العقد الذي يبرمه، يحتاج إلى الحماية إذا كان الطرف المقابل له في العقد تاجراً محترفاً، لأن الأخير يتمتع بالخبرة والقدرة الاقتصادية مما لا يحظى به المستهلك وهذا ما قد يؤدي إلى عدم توازن في العقد المبرم بينهما، ويدعو إلى ضرورة حماية الطرف الضعيف فيه وهو المستهلك.

فعدم التوازن الاقتصادي بين المهني من جهة والمستهلك أو متلقي الخدمة من جهة أخرى، قد حث المشرع في غالبية الدول على وضع الاجراءات الكفيلة بحماية المستهلك، خاصة في العقود التي تتعلق باحتياجات المستهلك وضروراته الشخصية، والتي قد لا يكون لديه المعلومات والخبرة الكافية حولها، فحاجة المستهلك إلى الحماية القانونية أضحت ضرورة ملحة، فهو قد يتعاقد مع منتج أو محترف في مركز اقتصادي متميز، وعليه أن ينفذ بنود العقد بما يتضمنه من شروط قد

(1) المادة (60) من قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية الفلسطيني.

(2) المادة (52) من قانون الاتصالات الأردني.

(3) المادة (54) من قانون الاتصالات الأردني.

تحد بشكل غير عادل من حقوقه، فهو لا يملك اختياراً لتلك الشروط، ومن ناحية أخرى فإن المستهلك الفرد قد يعجز عن الصمود أمام التكتلات الاقتصادية والتجارية في وقتنا الحاضر وخاصة الشركات الكبيرة لتزويد خدمات الاتصال والهاتف، ذلك أن هذه الشركات تمتلك استثمارات مالية ضخمة، فضلاً عن سيطرتها الفعلية واحتكارها لسوق تقديم تلك الخدمات⁽¹⁾⁽²⁾.

وتتجلى أهداف حماية المستهلك باعتباره الطرف الأضعف في عقد الاستهلاك، ويعود سبب ضعفه إلى كونه جاهلاً بالمعلومات الضرورية حول الخدمة المقدمة له، ووقوعه في الغش نتيجة تأثره بالإعلانات الخادعة الصادرة عن مزودي الخدمات، ومن هذا المنطلق كان لا بد من توفير مجموعة من القواعد التي تحمي المستهلك من كل خداع وتضليل وغش، وكل ما قد يعيب رضاه نتيجة الشروط التعسفية التي تفرضها العلاقة التعاقدية مع مزود الخدمة، لسد احتياجاته من الخدمات.

والغاية من توفير الحماية للمستهلك تتمثل في تحقيق عدد من الأمور، والتي حددها المشرع الفلسطيني في معرض نصه على الهدف من قانون حماية المستهلك، والمتمثلة في الآتي⁽³⁾:

1. حماية وضمن حقوق المستهلك بما يكفل له عدم التعرض لأيّة مخاطر صحية أو غبن أو خسائر اقتصادية.
2. توفير السلع والخدمات ومنع الاستغلال والتلاعب في الأسعار.
3. حماية حقوق المستهلك في الحصول على سلع وخدمات تتفق مع التعليمات الفنية الإلزامية، وتأمين شفافية المعاملات الاقتصادية التي يكون المستهلك طرفاً فيها.

(1) القيسي، عامر قاسم أحمد، مرجع سابق، ص 127.

(2) وفي هذا السياق، قررت محكمة الاستئناف الكويتية عدم إنطباق الاحتكار على شركة الهواتف المتقلة لكون المرسوم الصادر بتأسيس الشركة لم يمنح هذه الشركة حق احتكار الخدمة. حكم محكمة الاستئناف الكويتية العليا، الدائرة التجارية الثانية، رقم 89/428 جلسة 5 ديسمبر 1989م، مركز تصنيف الأحكام القضائية، <http://ccda.kuniv.edu.kw> /، بتاريخ 2019-3-1.

(3) المادة (2) من قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005.

4. ضمان المعاملات الاقتصادية على وجه السرعة والدقة بين المزود والمستهلك وما يكفله القانون من حماية.

المطلب الثاني: التزامات شركات الاتصالات تجاه المستهلك:

في سبيل ضمان الحماية القانونية للمستهلك في عقود الاستهلاك ومنها عقود تزويد خدمات الاتصالات، فرضت غالبية التشريعات ومنها التشريعات الفلسطينية على المهني أو المزود عدداً من الالتزامات تجاه المستهلك، من أبرزها الالتزام بأعلام المستهلك، والالتزام بحسن النية في تنفيذ الالتزام، والالتزام بسرية معلومات المستهلك، والتي سيتم التطرق إليها بالتفصيل على النحو الآتي:

الفرع الأول: التزام شركة الاتصالات بأعلام المستهلك:

يعتبر الالتزام بالأعلام أحد أبرز الآليات لتحقيق الرضا الكامل والمستدير للمستهلك على إبرام العقد، وهذا الالتزام يكون قبل العقد وبعده، هناك بعض البيانات التي يجب على شركة الاتصال الادلاء بها للمستهلك، وهي:

أولاً: الالتزام بالأعلام عن الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة:

أوجبت المادة (7) من قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005 على أن يكون المنتج مطابقاً للتعليمات الفنية الإلزامية، من حيث بيان طبيعة المنتجات ونوعها ومواصفاتها الجوهرية ومكوناتها، وبالتالي فإن إلزام المشرع الفلسطيني للمهني بعرض الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة التي يقدمها للمستهلك، تعتبر ضماناً لجودة المنتج سواء كان سلعة أم خدمة، وبالتالي حماية للمستهلك من الغش والتضليل. وهذا ما أكد عليه أيضاً المشرع الفلسطيني ضمن تحديده لحقوق المستهلك في المادة (3) من ذات القانون بنصها على أنه: "يتمتع المستهلك بالحقوق الآتية:..... 9- طلب فاتورة من المزود يحدد فيها:..... د) تعريف السلعة أو الخدمة ووحدة البيع أو التأجير".

كما أكدت المادة (4) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الفلسطيني الصادرة بقرار مجلس الوزراء رقم (13) لعام 2009م، على حق المستهلك في الحصول على معلومات صحيحة ووافية عن السلع أو الخدمات الذي ينوي شراؤها، عندما نصت على أنه "إضافة إلى ما كفلته القوانين الأخرى من حقوق للمستهلك، يتمتع المستهلك بالحقوق التالية: 2. الحصول على معلومات صحيحة وواضحة ووافية تتعلق بالسلعة أو الخدمة والشروط المتعلقة بأي منهما، إضافة إلى ثمنها وميزاتها وطرق استعمالها والأخطار التي قد تنتج عن هذا الاستعمال".

وفي التشريع المصري تقضي المادة (4) من قانون حماية المستهلك بإلزام مقدم الخدمة أن يحدد بطريقة واضحة بيانات الخدمة التي يقدمها ومميزاتها وخصائصها⁽¹⁾.

أما المشرع الأردني فقد اعتبر في المادة (6) من قانون حماية المستهلك أن عدم صحة المعلومات التي تم تزويد المستهلك بها عن السلعة أو الخدمة، وعدم صحة المعلومات التي تم تزويد المستهلك بخصوص التزاماته تجاه المزود، تعتبر إخلالاً بالالتزامات التعاقدية⁽²⁾.

وهو ذات الموقف الذي تبناه المشرع اللبناني، عندما أوجب على المحترف أن يزود المستهلك بكافة المعلومات والبيانات عن السلعة أو الخدمة التي يحصل عليها³.

(1) تنص المادة (6) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (67) لسنة 2006 على أن: "على كل مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط...."

كذلك قضت محكمة النقض المصرية في طعن رقم 80 لسنة 2017 بأنه: "المشرع أوجب على كل معلن أن يقوم بإمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج المعطن عنه وخصائصه سواء كان سلعة أو خدمة وتجنب ما قد يؤدي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لديه أو وقوعه في خلط أو غلط وإلا عد ما يقوم به إعلاناً مخادعاً يستوجب المسؤولية عنه". موقع محكمة النقض المصرية، مرجع سابق.

(2) تنص الفقرة (ب) من المادة (6) من قانون حماية المستهلك الأردني رقم (7) لسنة 2017، على أنه: "يعتبر إخلالاً بالالتزامات التعاقدية أي من الحالات التالية: 2- عدم صحة المعلومات التي تم تزويد المستهلك بها عن السلعة أو الخدمة أو إخفاء المزود عن المستهلك أي معلومة جوهرية عنه. 3- عدم صحة المعلومات التي تم تزويد المستهلك بها قبل إتمام عملية الشراء بخصوص الالتزامات التي تترتب في ذمته للمزود أو حقوق المزود في مواجهته أو إخفاء المزود عن أي معلومة جوهرية عنه....."

(3) تنص المادة (4) من قانون حماية المستهلك اللبناني رقم (659) لسنة 2005 على أنه: "يتوجب على المحترف أن يزود المستهلك بمعلومات صحيحة ووافية وواضحة تتناول البيانات الأساسية للسلعة أو الخدمة وطرق استخدامها".

أما فيما يتعلق بخدمات الهاتف أو الاتصال بشكل عام التي تقدمها شركات الاتصالات للمشاركين، فقد أكد المشرع الفلسطيني على ضرورة قيام الشركة المرخص لها لهذه الغاية تزويد المستهلكين بجميع أحكام وشروط تزويد خدمات الاتصالات، إضافة إلى عدم جواز اصدار معلومات غير صحيحة ومضلله فيما يتعلق بمواصفات الخدمة أو جودتها أو شروط خدمة الاتصالات أو أي سلعة مرتبطة بخدمة الاتصالات، حيث نصت المادة (1/42) من قانون الهيئة الفلسطينية لتنظيم قطاع الاتصالات رقم (15) لسنة 2009 على أنه: "يجب على كل مرخص له بتزويد خدمات الاتصالات للمستخدمين، أن يتقيد بمبادئ التجارة العادلة التالية:

أ. تزويد المستخدمين عن طريق صك الاشتراك بجميع أحكام وشروط تزويد خدمات الاتصالات بأسلوب سلس ومفهوم.

ب. لا يجوز لأي مرخص له وفي كل الأحوال أن يصدر تصريحات أو إعلانات غير صحيحة أو مضللة بشأن شروط تزويد خدمة الاتصالات ويشمل ذلك المواصفات أو الجودة أو الأسعار أو شروط تقديم الخدمة أو أي سلعة مرتبطة بخدمة الاتصالات....".

ثانياً: الالتزام بالإعلان عن ثمن السلعة أو الخدمة:

ورد هذا الالتزام في المادة (17) من قانون حماية المستهلك الفلسطيني حيث ألزمت المهني الذي يقوم ببيع سلعة أو تقديم خدمة أن يقوم بإعلان السعر بالعملة المتداولة على وحدة البيع المعروضة للمستهلك بشكل مباشر عليها وإذا تعذر ذلك توع بشكل بارز في مكان عرضها⁽¹⁾، وهذا ما أكد عليه أيضاً المشرع الفلسطيني ضمن تحديده لحقوق المستهلك في المادة (3) من ذات القانون بنصها على أنه: "يتمتع المستهلك بالحقوق الآتية:.....9- طلب فاتورة من المزود يحدد فيها: هـ) الثمن والكمية المتفق عليها والقيمة الإجمالية للفاتورة بالعملة المتداولة".

كما نصت اللائحة التنفيذية لقانون الاستهلاك في المادة 15: "يجب على المزود أيّاً كانت تجارته أو نشاطه أو خدماته، أن يلتزم بما يلي:

⁽¹⁾ راجع المادة (17) من قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005.

أ- أشهر سعر كل سلعة عليها أو على الرف التي تون السلعة معروضة عليه، أو بموجب قائمة موضح عليها أسعار السلع أو الخدمة المعروضة، أو أن تكون معلقة في مكان بارز ظاهر للعيان.

ب- تحديد ثمن السلعة أو الخدمة بالعملة المتداولة قانوناً ويجوز بالإضافة إلى ذلك، ذكر ما يعادله بالدولار أو أية عملة أخرى".

وفي التشريع المصري تقضي المادة (4) من قانون حماية المستهلك المصري بإلزام مقدم الخدمة أن يحدد بطريقة واضحة أسعار الخدمة التي يقدمها⁽¹⁾.

ووفقاً للقانون الأردني، فنجد أن المشرع لم يتطرق إلى ضرورة قيام المزود بإبصار المستهلك عن سعر السلعة أو الخدمة بشكل صريح وواضح، إلا أنه أعطى للمستهلك الحق في الحصول بصورة واضحة على المعلومات الخاصة بالسلعة أو الخدمة، وفي هذا إشارة إلى أن سعر السلعة أو الخدمة هي من المعلومات التي يحق للمستهلك الحصول عليها⁽²⁾.

أما المشرع اللبناني فقد انتهج ذات النهج، عندما أكد على حق المستهلك في الحصول على المعلومات الخاصة بثمان السلعة أو الخدمة قبل شرائها⁽³⁾.

أما فيما يتعلق بالخدمات التي تقدمها شركات الاتصالات ومنها خدمة الهاتف الثابت، فقد ألزم المشرع الفلسطيني المرخص لهم بتحديد أسعار خدمات الاتصالات، والإعلان عنها للجمهور، حيث نصت المادة (4/21) من القانون رقم (15) لسنة 2009م بشأن الهيئة الفلسطينية لتنظيم

(1) تنص المادة (6) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (67) لسنة 2006 على أن: "على كل مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط.....".

(2) تنص المادة (3/أ) من قانون حماية المستهلك الأردني رقم (7) لسنة 2017 على أنه: "للمستهلك الحق في: 2....- الحصول بصورة واضحة على المعلومات الكاملة والصحيحة عن السلعة أو الخدمة التي يشتريها وشروط البيع لها".

(3) تنص المادة 3 من قانون حماية المستهلك اللبناني رقم (659) لسنة 2005 على أنه: " يتمتع المستهلك بالحقوق التالية التي يمارسها وفقاً لأحكام هذا القانون الحق بالاستحصال على معلومات صحيحة وواضحة وواقعية تتعلق بالسلعة أو الخدمة وثمنها وميزاتها وطرق استعمالها والأخطار التي قد تنتج عن هذا الاستعمال....".

قطاع الاتصالات إلى الالتزام بالاعلان عن ثمن الخدمة، حيث نصت على أنه: "مع مراعاة أي التزامات أخرى منصوص عليها في هذا القانون أو الأنظمة الصادرة بمقتضاه، يجب أن تتضمن اتفاقية رخصة خدمة الاتصالات ما يلي:..... تحديد سعر الخدمة وطريقة التحصيل والالتزام بالإعلان عن ذلك...". كما نصت المادة (41) من ذات القانون على إلزام جميع المرخص لهم بالإعلان عن أسعار خدمات الاتصالات المقدمة للجمهور بالكيفية التي توافق عليها الهيئة⁽¹⁾.

أما المادة 16 من اللائحة التنفيذية لقانون الاستهلاك الفلسطيني تضمنت أنه يجب على المزود عند تسليم فاتورة الشراء أن يدون عليها اسمه ورقم تسجيله التجاري، وعنوانه، وتعريف بالخدمة والسلعة ووحده البيع والثمن والكمية المتفق عليها ومقدار الضرائب والرسوم المستوفاة والقيمة الإجمالية للفاتورة وتاريخ إصدارها.

ثالثاً: الالتزام بالأعلام عن هوية المهني:

يجب على المهني أن يقوم بتبصير المستهلك بهويته، من خلال إعلام المستهلك بإسمه التجاري وعنوانه وأية بيانات ضرورية للتواصل معه، حيث تعتبر المعلومات المتعلقة بالمهني من أبرز المعلومات التي يجب تبصير المستهلك بها، حتى يطمئن المستهلك عند إقدامه على التعاقد، كما أن هوية المهني هي أمر مهم لتحقيق الرضا الكامل للمستهلك، وتحديد المهنيين ذوي السمعة الطيبة، وحتى يتمكن المستهلك من تقديم شكوى إلى جمعيات حماية المستهلك في حال إخلال المهني بالتزاماته التعاقدية تجاه المستهلك⁽²⁾ وهذا ما أكد عليه المشرع الفلسطيني ضمن تحديده لحقوق المستهلك في قانون حماية المستهلك⁽³⁾.

(1) المادة (41) من القانون رقم (15) لسنة 2009م بشأن الهيئة الفلسطينية لتنظيم قطاع الاتصالات.

(2) حسن، محمد علي صاحب، حماية المستهلك في عقود خدمات الهاتف النقال في ضوء قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010، مجلة الجامعة العراقية، عدد (1/22)، ص 205.

(3) تنص المادة (3) من قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005، على أنه: "يتمتع المستهلك بالحقوق الآتية: 9- طلب فاتورة من المزود يحدد فيها: (أ) اسم المؤسسة (ب) رقم تسجيلها في السجل التجاري (ج) عنوانها".

كما أكد المشرع الفلسطيني على أن يبين المزود وبوضوح اسمه الحقيقي وعلامته التجارية المسجلة على السلع المطروحة للتداول في الأسواق، وكافة المعلومات المطلوبة في بطاقة البيان⁽¹⁾ وكل من يخالف ذلك يعاقب بغرامة مقدارها (500) دينار أردني⁽²⁾.

وتطبيقاً لذلك صدر حكم عن القضاء اللبناني مفاده أن: "حُسن النية في تنفيذ العقود يفرض على كل متعاقد أن يقوم بإعلام المتعاقد معه بكل ما من شأنه صيانة حقوقه وإن موجب الاعلام هذا يكون مفروضاً بصورة خاصة على الاشخاص الممتهين والذين ينعكس وضعهم المهني على موقعهم التعاقدى حيث يكونون أكثر المأمأً بشروط التعاقد وبتفاصيله ممن يتعاقدون معهم"⁽³⁾.

الفرع الثاني: الالتزام بحسن النية في تنفيذ الالتزام:

يعتبر مبدأ حُسن النية من المبادئ الأساسية التي يجب أن تسيطر على العقود سواء في إبرامها، أو تنفيذها، فهو بيان مهم في تفسير العقد خلال تكوينه في مراحله الأولى، وفي إتمام الإلتزامات العقدية، وعليه فإن حسن النية متطلب في إبرام العقود، حتى ولو لم يكن منصوص عليه صراحة في أي نص قانوني⁽⁴⁾. كما يمكن اعتباره بأنه: "التعامل بصدق وشرف وأمانة مع الغير بصورة تبقى ممارسة الحق ضمن الغاية المفيدة والعادلة التي انشئ من أجله والتزم به طرفي العقد

(1) المادة (21) من قانون حماية المستهلك الفلسطيني.

(2) تنص المادة (7/27) من قانون حماية المستهلك الفلسطيني على أن: "كل معن لم يستعمل اللغة العربية في الإعلان عن السلعة أو الخدمة، أو خالف أحكام المواد (15،21) من هذا القانون، يعاقب بغرامة لا تتجاوز خمسمائة دينار أردني أو ما يعادلها بالعملة المتداولة قانوناً".

(3) قرار رقم 148 الصادر عن القاضي المنفرد المدني في بيروت الناظر في الدعاوى الادارية بتاريخ 23 شباط 2006، منشور في مجلة العدل الصادرة عن نقابة محامي بيروت، العدد الاول-السنة 41-2007، ص 378-382. مشار إليه لدى: عبدالله، عبدالله عبد الكريم وحوى، فانتن حسين، حماية المستهلك في بعض التشريعات العربية بين الواقع والتطبيق القانون اللبناني نموذجاً، ورقة عمل، ندوة "حماية المستهلك العربي بين الواقع وآليات التطبيق"، بيروت، لبنان، 2-2014/6/4، ص47.

(4) سلطان، أنور، المبادئ القانونية العامة، النظرية العامة للالتزام، ط1، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005، ص231.

بحيث لا تؤدي هذه الممارسة إلى الإضرار بالغير دون مسوغ مشروع بل توصل كل ذي حق إلى حقه بالأمانة⁽¹⁾.

ويرى البعض أن مبدأ حسن النية في إطار تنفيذ الالتزام هو أن تحترم ما قام بينك وبين الطرف الآخر من أوضاع وأن تنفذها وفقاً لذلك كما تريد⁽²⁾، ويعني أيضاً أن يقوم كل متعاقد بتنفيذ ما تعهد به طوعاً واختياراً وأن يجري التنفيذ على النحو المشروط في العقد أو على النحو الذي يقتضيه العرف أو الثقة المتبادلة بين الناس⁽³⁾.

وإذا أراد المتعاقد أن يكون تنفيذه للعقد قانونياً وينسجم مع مبدأ حسن النية، فإن هناك أصولاً أخلاقية يجب على المتعاقد السير عليها، إضافة إلى القوة الملزمة لتنفيذ العقود والالتزامات والتي فرضها القانون، وهو ما أكدت عليه محكمة التمييز الأردنية حين قضت بأن: "سلوك المدعي الذي ينطوي على سوء نية خلافاً لأحكام المادة (202) من القانون المدني، التي توجب الالتزام بحسن النية عند التنفيذ سلوكاً تآباه الأخلاق والعدالة فضلاً عن القانون"⁴. فمحكمة التمييز بذلك تكون قد ألزمت المتعاقد بما تفرضه الأخلاق السائدة في المجتمع عند تنفيذ العقد، حتى لو لم تكن مقننة ذلك بنص قانوني.

ويقتضي حسن النية وجوب التعاون بين طرفي العقد على تنفيذه خاصة في العقود المستمرة التنفيذ، كعقد الشراكة، الوكالة وكذلك عقد التأمين، ويعتد القانون بحسن النية في تقريره لبعض الأحكام القانونية من ذلك، منح المدين نظرة الميسرة (أي منحه أجلاً للوفاء بالدين) إذا كان في عدم التنفيذ للالتزام حسن النية، وبالعكس يسأل المدين عن تعويض الدائن عن الأضرار التي

(1) العوجي، مصطفى، القانون المدني، العقد مع مقدمة في الموجبات المدنية، ج1، ط4، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2010، ص115.

(2) ابراهيم، عبد المنعم موسى، حسن النية في العقود - (دراسة مقارنة)، ط1، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، 2006، ص83.

(3) الذنون، حسن علي، النظرية في الالتزام (مصادر الالتزام)، ج1، د.ط، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص211.

⁴ قرار محكمة التمييز الأردنية، تمييز حقوق رقم 2002/2253 تاريخ 2002/9/23، منشورات مركز عدالة، 12-1-2019.

تصيبه، إذا كان عدم التنفيذ راجعاً إلى سوء نية المدين، بل أن القانون يتشدد في تقدير هذا التعويض، فيجعله يشمل الضرر غير المتوقع إذا كان المدين قد ارتكب غشاً أو خطأ جسيماً⁽¹⁾.

وعلى الرغم من أن مبدأ حُسن النية يشمل كافة الالتزامات إلا أن معظم تطبيقاته تبدو جلية في نطاق نظرية العقد، لذا نصت الفقرة (1) من المادة (128) من مشروع القانون المدني الفلسطيني لسنة 2012 على أنه: "يجب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبطريقة تتفق مع ما يوجبه حسن النية". وبذلك أكد المشرع الفلسطيني على مراعاة حسن النية أثناء تنفيذ العقد.

وقد جاء من ضمن أهداف قانون حماية المستهلك الفلسطيني ضمان وحماية حقوق المستهلك بما يكفل له عدم التعرض لأيّة مخاطر صحية أو غبن أو خسائر اقتصادية⁽²⁾، في تأكيد على مبدأ حُسن النية، كما تقرر في المادة (22) من ذات القانون أن يحظر على كل مزود ما يلي: 1- تسليم أو استعمال أو محاولة استعمال علامات الجودة بقصد الغش. 2- الادعاء أو الإيهام بأن السلعة تتمتع بشهادة الجودة.

وقد أقر المشرع الأردني مبدأ حُسن النية في تنفيذ العقد، بنصه في المادة (1/202) من القانون المدني على أنه: "يجب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبطريقة تتفق مع ما يوجبه حُسن النية". وهو ذات النص الذي قدمه المشرع المصري ضمن المادة (1/148) من القانون المدني⁽³⁾. كذلك أشار المشرع اللبناني إلى مبدأ حُسن النية عند تنفيذ العقد، بنصه في المادة (221) من قانون الموجبات والعقود لسنة 1932، على أن: "العقود المنشأة على الوجه القانوني تلزم المتعاقدين، ويجب أن تُفهم وتُفسر وتُنفذ وفقاً لحُسن النية والانصاف والعرف"⁽⁴⁾.

(1) أبو السعود، رمضان، مرجع سابق، ص 218-219.

(2) المادة (1/2) من قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005.

(3) تنص المادة (1/148) من القانون المدني المصري رقم (131) لسنة 1948 على أنه: "يجب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبطريقة تتفق مع ما يوجبه حُسن النية".

(4) ومن التشريعات العربية التي أكدت على مبدأ حُسن النية في تنفيذ الالتزام التعاقدية، نجد أن المشرع العراقي وفي المادة

(9) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2010، قد حظر على المجهز والمعلن ما يأتي: "

1- ممارسة الغش والتضليل والتدليس وإخفاء حقيقة المواد المكونة للمواصفات المعتمدة في السلع والخدمات كافة.

2- استعمال القوة أو الممانعة مع لجان التفتيش وممثلي الجهات الرسمية ذوات العلاقة ومنعهم من القيام بواجباتهم المناطة بهم أو عرقلتها بأيّة وسيلة كانت".

وتحقيقاً لمبدأ حُسن النية في تنفيذ العقود، فقد حظرت معظم التشريعات على المزود ممارسة الغش والتغريب والتدليس عند عرضه أو إعلانه أو بيعه للسلع والخدمات، وهنا نجد أن المشرع الفلسطيني لجأ إلى استخدام كلمة التغريب في نصوصه القانونية، والتغريب هو التدليس في الفقه الحديث، وهو استعمال طرق احتيالية توقع المتعاقد الآخر في الغلط الذي يدفعه للتعاقد⁽¹⁾، كما عرفت المادة (164) من مجلة الأحكام العدلية التغريب بأنه: "توصيف المبيع للمشتري بغير صفته الحقيقية".

ومن شروط التغريب استعمال طرق احتيالية، ويتألف هذا الشرط من عنصرين، مادي ومعنوي⁽²⁾:

1. العنصر المادي يتمثل في استعمال الطرق الاحتيالية، والطرق الاحتيالية هي الأعمال والتصرفات التي تستعمل للتأثير على إرادة المتعاقد، وتتفاوت الطرق الاحتيالية بتفاوت ذكاء المدليس وعدم ذكاء المدلس عليه، فمن الأشخاص من يصعب خداعه ومنهم من يسهل غشه، فالمعيار هنا هو معيار ذاتي وليس موضوعي.
2. عنصر معنوي يتمثل بنية التضليل للوصول إلى أهداف غير مشروعة، وإيقاع المتعاقد في غلط لحمله على التعاقد، وهو عنصر ذاتي، فهناك شركات تتخذ مظاهر بوسائل الاعلان ما لا تتفق مع حقيقة عملها وواقعها الفعلي.

ويشترط أيضاً أن يصدر التغريب من المتعاقد الآخر أو من الغير إذا علم المتعاقد بصدوره من الغير، أن تبلغ الطرق الاحتيالية حداً من الجسامة بحيث تؤثر في إرادة المتعاقد فتدفعه للتعاقد، وللقاضي هنا سلطة تقديرية وفقاً للحالة الشخصية للمتعاقد، فالمعيار في عيوب الارادة معيار شخصي ينظر في حالة المتعاقد الشخصية حسب سنه وجنسه وثقافته ومستوى تعليمه⁽³⁾.

(1) الحكيم، عبد المجيد وآخرون، مرجع سابق، ص 86.

(2) الحكيم، عبد المجيد وآخرون، مرجع سابق، ص 88.

(3) سلطان، أنور، مصادر الالتزام في القانون المدني، ط5، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 89.

وقد أجاز مشروع القانون المدني الفلسطيني فسخ العقد بسبب التغير، في حال تسببت الحيلة التي لجأ إليها أحد المتعاقدين الى إبرم الطرف الثاني⁽¹⁾. كما نصت مجلة الأحكام العدلية في المادة (357) منها بأنه: "إذا غرر أحد المتبايعين الآخر وتحقق ان في البيع غبناً فاحشاً فللمغبون أن يفسخ البيع حينئذ"⁽²⁾.

أما فيما يتعلق بعقد تزويد خدمة الهاتف الثابت، فإن شركة الاتصالات تكون ملزمة بضمان العيب وفقاً لما تتلائم مع طبيعة وأحكام هذا العقد، ومتى ما توافرت شروط هذا العيب كان بإمكان المشترك مقاضاة شركة الاتصالات بدعوى ضمان العيب الخفي، علاوة على وجود ضمان توافر المطابقة الوصفية لهذه الخدمة طبقاً لما يشترطه الطرفان أو يقرره القانون.

وبهذا نجد أن معظم التشريعات حظرت وشددت على عدم ارتكاب الغش والتغريب عند قيام المزود للسلع والخدمات بعرض منجاته وبيعها على المستهلكين، في خطوة جادة وواضحة لتوفير الحماية المطلوبة للمستهلك.

الفرع الثالث: الالتزام بالسرية:

برزت على أرض الواقع مشكلة تهدد مشركي الهاتف تتمثل بالتنصت على الاتصالات الهاتفية وإفشاء أسرار الاتصالات التي يقوم المشترك بإجرائها، فهي تعد انتهاكاً صارخاً لخصوصية المشترك في سرية اتصالاته، وقد ضمنت التشريعات والديساتير الوطنية مسألة خصوصية الأفراد وحررياتهم، بحيث لا يجوز لأي أحد الاطلاع عليها إلا باتباع الوسائل والاجراءات القانونية في

(1) نصت الفقرة (1) من المادة (124) من مشروع القانون المدني الفلسطيني بأنه: "يجوز إبطال العقد للتغريب إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو نائب عنه، من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد".

(2) وحول ذلك أكدت محكمة الإستئناف المنعقدة في رام الله في حكمها: "لا يجوز التحلل من الكفالة إلا بالتراضي أو بالتقاضي إذا توافر سبب من أسباب الفسخ أو البطلان، كما إذا شابها عيب من عيوب الرضا كالغلط أو التدليس أو الاكراه والاستغلال، وحيث أن الغبن الفاحش يعتبر عيباً من عيوب الإرادة خاصة وأن المادة 365 من مجلة الأحكام العدلية تشترط للفسخ بسبب الغبن أن يكون الغبن مقترناً بالتغريب ونتيجة له". استئناف حقوق (94/186) صادر عن محكمة الاستئناف المنعقدة في رام الله، منظومة القضاء والتشريع في فلسطين المقتفي، بتاريخ 2-2-2019.

كذلك قررت محكمة التمييز الأردنية بقراررقم (371) لسنة 2008 أنه: "إن علم البائع بأنه لا يستطيع تحويل المطعم بأسم المشتري وإخفائه ذلك عنه في مجلس العقد يعتبر تغريباً بالمشتري بأمر جوهري بحيث لو علم المشتري لما أقدم على شراء المطعم". نقلاً عن: محمود، عبد الله ذيب، مرجع سابق، ص47.

بعض الحالات⁽¹⁾، وهنا يقع على عاتق شركات الهاتف والاتصالات الالتزام بحماية خصوصية المشتركين، فلا يجوز التنصت والتجسس على مكالماتهم الهاتفية إلا في حالة الحصول على إذن من الجهات المختصة لسبب ما.

وبهذا نصت المادة (4) من قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية الفلسطيني رقم (3) لسنة 1996 على أن سرية الاتصالات على الأراضي الفلسطينية مصنونة ولا يجوز المس بها إلا للسلطة العامة وحدها وفي حدود القانون.

كما قضت الفقرة (هـ) من المادة (1/42) من قانون الهيئة الفلسطينية لتنظيم قطاع الاتصالات رقم (15) لسنة 2009 باعتبار جميع المعلومات الخاصة بالمستخدمين سرية ويشمل ذلك تفاصيل فواتيرهم ومكالماتهم باستثناء ما يلزم نشره في دليل الاتصالات العام أو ما يلزم لإرسال الفواتير.

وقد شدد المشرع الفلسطيني في هذه المسألة ضمن قانون الهيئة الفلسطينية لتنظيم قطاع الاتصالات، وجعل الإذن في تسجيل أي مكالمات خاصة لأحد المشتركين والاطلاع عليها من قبل أحد الموظفين إلا بموجب سند قانوني يجيز ذلك، ودون ذلك يتعرض للعقوبة التي حددها القانون حول ذلك⁽²⁾، كما عاد المشرع الفلسطيني للتأكيد على هذا الأمر من خلال قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية⁽³⁾.

(1) عرف مؤتمر رجال القانون في استكهولم عام 1967 الحق في الخصوصية بأنه: "حق الفرد في أن يكون حراً مع ادنى حد للتدخل الخارجي". راجع في ذلك: خليل، ممدوح، حماية الحياة الخاصة في القانون الجنائي، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1983، ص186.

(2) نصت المادة (52) من قانون الهيئة الفلسطينية لتنظيم قطاع الاتصالات على أن: "كل من نشر أو أشاع مضمون أي اتصال بواسطة شبكة اتصالات أو رسالة هاتفية اطلع عليها بحكم وظيفته أو قام بتسجيلها دون سند قانوني يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد على سنة أو بغرامة مالية لا تقل عن (200) دينار، ولا تزيد على (1200) دينار، أو بكلتا العقوبتين".

(3) نصت الفقرة (أ) من المادة (86) من قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية الفلسطيني رقم (3) لسنة 1996 على أن: "كل من نشر أو أشاع مضمون أي اتصال بواسطة شبكة اتصالات عامة أو رسالة هاتفية اطلع عليها بحكم وظيفته أو قام بتسجيلها دون سند قانوني يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنة أو بغرامة لا تزيد على (300) دينار أو بكلتا العقوبتين".

وهنا نشير الى أن المشرع الفلسطيني حدد حالات معينة وخاصة، يجوز أن يلجأ اليها القضاء لمراقبة الاتصالات، وذلك كإجراء قضائي أثناء التحقيق وتعقب مرتكبي جرائم غسل الأموال والجرائم الارهابية، وبهذا نصت المادة (33) من القرار بقانون رقم (20) لسنة 2015م بشأن مكافحة غسل الأموال وتمويل الإرهاب الفلسطيني، على أنه "يجوز للنائب العام وبناءً على قرار صادر من المحكمة المختصة صلاحية: 1) مراقبة الحسابات المصرفية والحسابات المماثلة الأخرى. 2) الوصول إلى أنظمة وشبكات الحاسوب وأجهزة الحاسوب الرئيسية. 3) الإخضاع للمراقبة أو تعقب الاتصالات. 4) التسجيل المسموع والمرئي أو تصوير الأفعال والسلوك أو المحادثات. 5) اعتراض وحجز المراسلات....".

كذلك أجاز المشرع الفلسطيني للقضاء الحق في بمراقبة الاتصالات والمحادثات، وذلك ضمن اجراءات البحث والتحري عن الأدلة المتعلقة بجناية أو جنحة تم ارتكابها، للتعرف على هوية الجاني، حيث نصت المادة (34) من القرار بقانون رقم (10) لسنة 2018م بشأن الجرائم الإلكترونية الفلسطيني، على أنه: "1) لقاضي الصلح أن يأذن للنائب العام أو أحد مساعديه بمراقبة الاتصالات والمحادثات الإلكترونية، وتسجيلها، والتعامل معها للبحث عن الدليل المتعلق بجناية أو جنحة يعاقب عليها بالحبس مدة لا تقل عن سنة، وذلك لمدة خمسة عشر يوماً قابلة للتجديد لمرة واحدة، بناءً على توافر دلائل جديّة، وعلى من قام بالتفتيش أو المراقبة أو التسجيل أن ينظم محضراً بذلك يقدمه إلى النيابة العامة. 2) للنائب العام أو أحد مساعديه أن يأمر بالجمع والتزويد الفوري لأي بيانات، بما فيها حركة الاتصالات أو معلومات إلكترونية أو بيانات مرور أو معلومات المشترك التي يراها لازمة لمصلحة التحقيقات لغايات الفقرة (1) من هذه المادة، باستعمال الوسائل الفنية المناسبة، والاستعانة بذلك عند الاقتضاء بمزودي الخدمات، حسب نوع الخدمة التي يقدمها".

ومن التشريعات العربية التي تناولت هذا الموضوع، نجد أن القانون رقم (10) لسنة 2003 المتعلق بتنظيم الاتصالات في مصر قد نص في المادة (19/25) منه على أن: "يحدد الترخيص الصادر التزامات المرخص له والتي تشمل بالأخص ضمان سرية الاتصالات والمكالمات الخاصة بعملاء المرخص له ووضع القواعد اللازمة للتأكد من ذلك".

وكما هو حال المشرع الفلسطيني فقد شدد المشرع المصري بهذا الخصوص، وجعل الإذن في التصنت على الاتصالات الهاتفية للمشاركين لا يصدر إلا من قبل القاضي، فلا يجوز

لأعضاء النيابة إصدار الإذن وأي إجراء بشأن مسألة التجسس والتنصت مخالف لأحكام القانون، لا يعتد به ويخلوا من أدلة الإثبات⁽¹⁾.

كما عاقب المشرع الأردني كل من نشر أو أشاع مضمون أي إتصال بواسطة شبكة إتصالات عامة أو خاصة أو رسالة هاتفية اطلع عليها بحكم وظيفته أو قام بتسجيلها دون سند قانوني بالحبس مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد على سنة أو بغرامة لا تقل عن (100) دينار ولا تزيد على (300) دينار أو بكلتا العقوبتين⁽²⁾.

ووفقاً للقانون اللبناني فإن المعلومات التي يطلع عليها المراقبون والمفتشون في معرض تنفيذهم لمهامهم تعتبر سرية ولا يجوز لهم البوح بها إلا أمام رؤسائهم التسلسليين، أو بناء على طلب المرجع القضائي المختص⁽³⁾.

مما سبق، ترى الباحثة أن التشريعات العربية وخصوصاً القوانين الفلسطينية والتشريعات المقارنة في كل من الأردن ومصر ولبنان، قد فرضت على مزود خدمة الاتصالات (شركات الاتصالات) تنفيذ عدد من الالتزامات التي يجب القيام بها أثناء تنفيذ العقد المبرم بينه وبين المستفيدين من هذه الخدمات (الزبائن)، ولذلك لضمان تقديم خدمات الاتصالات للمشتريين على أفضل شكل، وبما اتفق عليه سابقاً، وهذه الالتزامات هي بمثابة ضمان لحماية المستهلك (المستفيد) من أية ممارسات مخلة بحقوقه، وتحدد بمجملها الاطار القانوني للعلاقة بين المزود والمستفيد، بحيث تمكن المستفيد من الرجوع إلى الشركة المزودة في حال أخلت بهذه الالتزامات، وتمكن المستفيد من اللجوء إلى القضاء للحصول على التعويض المناسب جراء تعرضه للضرر.

(1) فقد نصت المادة (73) من قانون تنظيم الاتصالات المصري رقم (10) لسنة 2003، على أنه: "يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز خمسين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من قام أثناء تأدية وظيفته في مجال الاتصالات أو بسببها بأحد الأفعال الآتية:

1. إذاعة أو نشر أو تسجيل لمضمون رسالة اتصالات أو لجزء منها دون أن يكون له سند قانوني في ذلك.
2. إخفاء أو تغيير أو إعاقة أو تحوير أية رسالة اتصالات أو لجزء منها تكون قد وصلت إليه.
3. لامتناع عمداً عن إرسال رسالة اتصالات بعد تكليفه بإرسالها.
4. إفشاء أية معلومات خاصة بمستخدمي شبكات الاتصال أو عما يجرونه أو ما يتلقونه من اتصالات وذلك دون وجه حق".

(2) المادة (71) من قانون الاتصالات الأردني رقم 13 لسنة 1995 وتعديلاته.

(3) الفقرة (3) من المادة (38) من قانون الاتصالات اللبناني رقم (431) لسنة 2002.

المبحث الثاني

طبيعة حماية المستهلك في عقود خدمات الاتصال الثابت

تطرقنا في المبحث السابق إلى مفهوم حماية المستهلك وأبرز متطلبات الحماية القانونية للمستهلك وهي قيام مزود الخدمة (شركة الاتصالات) بالتزاماتها تجاه المستهلك التي فرضها القانون والعقد المبرم بينها وبين المشترك وهي: الالتزام بتبصير المستهلك، والالتزام بحسن النية في تنفيذ الالتزام، والالتزام بسرية معلومات المستهلك.

وقد تبين لنا أن الحماية هي وسيلة لحماية وصيانة حقوق المستهلك بشكل عام، والمستهلكين في قطاع الاتصالات بشكل خاص، وتحقيق التوازن في العلاقة التعاقدية بين المستهلك ومقدم الخدمة باعتباره الطرف الأضعف في العلاقة، وهذا ما أكد عليه المشرع الفلسطيني، حيث اعتمد مجموعة من الاعتبارات التي دعت إلى إصدار تشريع لحماية حقوق المستهلك.

ومن خلال هذا المبحث سيتم استكمال الموضوع السابق المتعلق بحماية المستهلك من خلال تحديد الطبيعة القانونية لحماية المستهلك في عقود خدمات الاتصال الثابت بشكل خاص، من خلال إستقراء التشريع الفلسطيني على وجه التحديد وبالمقارنة مع عدد من التشريعات الخاصة بالاتصالات في عدد من البلدان العربية كالأردن ومصر ولبنان، حيث أن التشريعات في غالبية الدول العربية حددت بعض الاجراءات القانونية، والحقوق الخاصة بالمستهلكين في قطاع الاتصالات، في خطوة جادة لضمان حقوقهم أثناء تعاقدهم مع المهني أو المورد للحصول على خدماته، خاصة في مجال الاتصال الثابت، ومن هذه الاجراءات ضمان حق المستهلك في العدول عن العقد، والحماية من التلاعب بأسعار الخدمات، والتي سيتم توضيحها من خلال مطلبين على النحو الآتي:

المطلب الأول: ضمان حق المستهلك في العدول عن العقد.

المطلب الثاني: الحماية من التلاعب بأسعار الخدمات.

المطلب الأول: ضمان حق المستهلك في العدول عن العقد:

يعتبر حق المستهلك في العدول عن العقد من الوسائل التي لجأ إليها المشرع لحماية المستهلك، فالحق في العدول عن العقد من الأدوات القانونية التي لها دور في حماية المستهلك في عقود الإذعان، التي لا يكون له الحق في مناقشة شروط التعاقد وبنوده، لذلك كان من الواجب إعطاء المستهلك الحق في العدول⁽¹⁾.

حيث يعرف العدول عن عقد الاستهلاك بأنه ميزه قانونية أعطاها المشرع للمستهلك في الرجوع عن التعاقد بعد أن إبرم العقد صحيحاً أو قبل إبرامه دون أن تترتب على ذلك مسؤولية المستهلك تعويض المتعاقد الآخر عما يصيبه من أضرار بسبب الرجوع⁽²⁾.

ووفقاً للتعريف السابق يمكن تحديد خصائص العدول عن عقد الاستهلاك بأنه يرد على عقد لازم بالأصل كالبيع، ويمارسه المستهلك بإرادته المنفردة دون اللجوء إلى القضاء ودون اشتراط موافقة المحترف أو البائع وحتى لو لم يخل الأخير بالتزاماته، وأن هذا الخيار يدخل ضمن الخيارات المؤقتة التي تنقضي إما باستعماله أو بسريان المدة المحددة لممارسته، وأن التشريعات التي اقرت هذا الخيار في أغلب الأحيان جعلت الأحكام المنظمة لهذا الخيار متعلقة بالنظام العام وبالتالي لا تجيز للمستهلك النزول عنه ويقع باطلاً أي شرط يقضي بغير ذلك⁽³⁾.

وحول ذلك، فقد أشار المشرع المصري إلى حق المستهلك في العدول عن العقد في حالة تبين وجود عيب ونقص الخدمة⁽⁴⁾، كذلك ألزم المشرع الأردني المزود ارجاع السلعة ورد ثمنها، بناء على طلب المستهلك أو أي شخص آخر انتقلت اليه ملكية السلعة، في حال كانت السلعة

(1) التهامي، سامح عبد الواحد، التعاقد عبر الانترنت، ط1، دار الكتب القانونية، القاهرة، 2008، ص340.

(2) الجميلي، سليمان براك دايج، الرجوع التشريعي عن التعاقد في عقود الاستهلاك، مجلة الحقوق العدد (48)، جامعة النهدين، 2005، ص168.

(3) عبد الباقي، عمر محمد، الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون)، ط1، منشأة المعارف، الاسكندرية، 2004، ص768-769.

(4) نصت المادة (9) من قانون حماية المستهلك المصري بأن: "يلتزم كل مقدم خدمة بإعادة مقابلها أو مقابل ما يجبر النقص فيها أو إعادة تقديمها الى المستهلك في حالة وجود عيب ونقص بها وفقاً لطبيعة الخدمة وشروط التعاقد عليها والعرف التجاري".

معيبة⁽¹⁾. ومن التشريعات العربية المقارنة أيضاً التي تطرقت إلى ضمان عدول المستهلك عن العقد في حال ثبت أن السلعة معيبة، نجد أن المشرع اللبناني قد أعطى للمستهلك الحق باسترجاع ثمن السلعة، واسترداد المبالغ التي يكون قد سددها لقاء خدمة في حال عدم مطابقتها سواء للمواصفات المتفق عليها أو المعمول بها، أم للغرض الذي من أجله تم الاستحصال عليها⁽²⁾. وبهذا نجد أن نطاق الحق في العدول في القوانين لا يقتصر فقط على السلع، بل يشمل أيضاً الخدمات⁽³⁾.

المطلب الثاني: الحماية من التلاعب بأسعار الخدمات:

كما ذكرنا سابقاً، فإن مبررات حماية المستهلك تتجلى باعتباره الطرف الأضعف في عقد الاستهلاك، ومن هذا المنطلق كان لا بد من توفير مجموعة من القواعد التي تحمي المستهلك من كل خداع وتضليل وغش، خاصة فيما يتعلق بالتلاعب بأسعار الخدمات، وإغراء المستهلك بخدمات إضافية لم تحدد أسعارها مسبقاً، من خلال الرسائل الاعلانية أو أية وسيلة أخرى.

وقد أوضح المشرع الفلسطيني هدفه من قانون حماية المستهلك، بحماية وضمن حقوق المستهلك بما يكفل له عدم التعرض لأيّة مخاطر صحية أو غبن أو خسائر اقتصادية، إضافة إلى توفير السلع والخدمات ومنع الاستغلال والتلاعب في الأسعار⁽⁴⁾.

وفي هذا السياق حددت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الفلسطيني، الحالات التي تكون فيها البيانات والإعلانات والعروض مضلّة، وهي⁽⁵⁾:

(1) الفقرة (1/1) من المادة (7) من قانون حماية المستهلك الأردني رقم (7) لسنة 2017.

(2) راجع المادة (3) من قانون حماية المستهلك اللبناني رقم (659) لسنة 2005.

(3) وحول ذلك نجد أن محكمة النقض الفلسطينية وفي سابقة قضائية قانونية أصدرت قرار 777-2014 الذي نص على إلغاء رسوم الاشتراك لأحد المشتركين في شركة الاتصالات، حيث صدر القرار بتاريخ 16-11-2015 متضمناً إعادة قيمة بدل الرسوم والاشتراك الشهري وبدفع مبلغ وقدره 87.75 شيقل للمدعي والطعن مع الرسوم والمصارف وأتعاب المحاماة وإلغاء ما عدا ذلك، منظومة القضاء والتشريع في فلسطين المقفلي، بتاريخ 1-2-2019.

(4) المادة (146) من قانون حماية المستهلك الفلسطيني.

(5) المادة (23) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الفلسطيني الصادرة بقرار مجلس الوزراء رقم (13) لعام 2009م.

1. الإعلان أو العرض الذي يحدد فيه ثمن السلعة أو الخدمة المعلن عنها بدفعات شهرية دون تحديد قيمة الدفعة للسلعة أو الخدمة أو مدة التقسيط.
2. الإعلان الذي يذكر طريقة لصنع السلعة غير مطابقة لحقيقة صنعها.
3. إيهام المستهلك بأنه حصل على هدية مجانية غير مشمولة بسعر السلعة المقرونة بها.
4. الإعلان الذي يتضمن عروضاً خاصة بالحصول على مكتسبات أو خدمات أو تسهيلات دون تحديد التزامات المستهلك للحصول عليها والفترة الزمنية المحددة للحصول عليها.
5. إعلانات مداواة الأمراض بالأعشاب، أو بالسحر أو بأدوية مبهمّة أو انتحال صفة الأطباء.
6. الإعلان الذي يتضمن تغييراً أو تبديلاً أو إخفاءً لحقيقة بلد المنشأ للسلعة.
7. الإعلان عن تنزيلات قيمتها غير محددة أو غير حقيقة على أسعار السلع.
8. الإعلان الذي لا يتضمن تحديد الأحجام أو الأوزان أو العدد أو أي قياس آخر لأية سلعة أو خدمة.
9. الإعلان الذي لا يتضمن تحديد المواصفات لتبيين أسباب الفوارق في أسعار أية سلعة أو خدمة.
10. الإعلان الذي يستخدم علامة مزورة أو مقلدة.

ولتوفير الحماية اللازمة للمستهلكين من حالات التلاعب بالأسعار، وحمايته من الاعلانات والعروض المضللة فقد ألزمت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الفلسطيني المزود أياً كانت أنواع تجارته أو نشاطه أو خدماته، بما يلي¹:

¹ الفقرة (1) من المادة (15) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الفلسطيني.

أ. إشهار سعر كل سلعة عليها أو على الرف التي تكون السلعة معروضة عليه، أو بموجب قائمة موضح عليها أسعار السلع أو الخدمة المعروضة، أو أن تكون معلقة في مكان بارز ظاهر للعيان.

ب. تحديد ثمن السلعة أو الخدمة بالعملة المتداولة قانوناً ويجوز بالإضافة إلى ذلك، ذكر ما يعادله بالدولار أو أية عملة أخرى.

وفيما يتعلق بخدمات الاتصالات بشكل عام وخدمة الهاتف الثابت على وجه الخصوص، فقد شدد المشرع الفلسطيني على حماية المشترك أو المستفيد من هذه الخدمات من كل ما يتعلق بتغيير لائحة أسعار الخدمات المقررة سابقاً نصت المادة (59) من قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية رقم (3) لسنة 1996 الفلسطيني على أنه: "لا يجوز للمرخص له أن يقدم على تغيير لائحة أجوره أو أسعاره إلا بعد ابلاغ وزارة البريد والاتصالات والإعلان عن الأسعار الجديدة قبل سريانها بمدة لا تقل عن شهر واحد، شريطة أن لا تزيد أسعاره عما ورد في شروط اتفاقية الترخيص".

كما أن التعليمات الخاصة بهيئة تنظيم قطاع الاتصالات الأردنية منعت زيادة سعر خدمات شركات الاتصال أو تغيير آلية الاشتراك بها وقيمة الحصول عليها أو التعديل عليها إلا بعد إعلام المشترك بذلك وموافقته على الاستمرار بالخدمة⁽¹⁾.

وفي هذا السياق أيضاً، نجد أن المشرع المصري منع مزود خدمة الاتصالات من رفع أسعار الخدمات إلا بعد الاعلان عن ذلك في صحيفتين يوميتين، حيث نصت المادة (53) من قانون الاتصالات المصري رقم (13) لسنة 1995 وتعديلاته، على أنه: "مع مراعاة الأحكام المشار إليها في البند (7) من الفقرة (أ) من المادة (12) من هذا القانون، لا يجوز للمرخص له زيادة أجور أو أسعار خدماته إلا بعد الاعلان في صحيفتين يوميتين محميتين عن الأجور والأسعار الجديدة بمدة لا تقل عن شهر شريطة أن لا تزيد عما ورد في شروط اتفاقية الترخيص أو

(1) دليل المستفيدين، هيئة تنظيم قطاع الاتصالات الأردنية، الربع الأول، 2017، ص6.

التعليمات أو القرارات الصادرة عن الهيئة بشأنها، وفي جميع الأحوال على المرخص له إعلام الهيئة عن أي تعديلات يجريها على هذه الأجور والأسعار".

كذلك فرض المشرع اللبناني على مقدمي خدمات الاتصالات العامة كافة أن يقدموا خدماتهم بالسعر والتعرفة المبلغة منهم إلى الهيئة، مشدداً على عدم جواز تعديل الأسعار والتعريفات أو أي من الشروط الأخرى للخدمة التي جرى إيداع تعرفتها لدى الهيئة إلا بعد إبلاغ هذا التعديل إلى الهيئة أصولاً⁽¹⁾.

مما سبق ترى الباحثة أن المشرع في كل من فلسطين والأردن والعديد من الدول العربية، والقضاء في هذه الدول، تصدى لكافة الممارسات المتعلقة بالإضرار بمصالح المستهلكين، في سعي جاد منه لحماية الأسواق التجارية من الممارسات الضارة كالإعتداء على العلامات التجارية أو الإحتكار أو المنافسة غير المشروعة، والتي تتسبب في النهاية بالإضرار بالمستهلكين، وكان هدف الشارع والقضاء من ذلك هو عدم الحاق الضرر بالمتنافسين وتوفير الحماية اللازمة لجمهور المستهلكين، وحماية للإقتصاد الوطني بشكل عام.

(1) الفقرة (4) من المادة (28) من قانون الاتصالات اللبناني رقم (431) لسنة 2002.

المبحث الثالث

دور الجهات الرسمية في حماية المستهلك وأبرز المشكلات

تبدو أهمية الاتصالات كأحد أبرز وأهم وسائل التواصل الاجتماعي التي جمعت آلاف المستهلكين في لحظات معدودة، كما تعد عقود خدمات الاتصالات من أهم العقود المستحدثة في الوقت الراهن، ونظراً لزيادة انتشارها كان لابد من حماية المستهلك من مخاطرها وخاصة في ظل وجود جهل في خدمات الاتصالات، وهنا يقع على عاتق الدولة وجمعيات حماية المستهلك ومؤسسات المجتمع المدني نشر التوعية والتثقيف للمستهلك حول خدمات الاتصالات، وتفعيل الدور الرقابي لها وخاصة أن الدولة قامت بتوقيع تجديد للرخصة مع شركة الاتصالات paltel.

ومن خلال هذا المبحث سيتم تناول دور كل من الدولة الفلسطينية ممثلة بوزارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وهيئة الاتصالات، إضافة إلى دور مؤسسات المجتمع المدني وعلى رأسها جمعيات حماية المستهلك، في توفير الحماية للمستهلك أثناء تعاقدته مع المهني أو المزود، وبخاصة في عقود تزويد خدمات الاتصالات التي تقدمها شركة الاتصالات الفلسطينية، كذلك سيتم التطرق إلى واقع الخدمات المقدمة للمستهلكين من قبل شركة الاتصالات الفلسطينية وأبرز المشكلات التي يواجهها المستهلكين من خلال إجراء دراسة استطلاعية حول هذا الموضوع، وذلك من خلال مطلبيين اثنين على النحو الآتي:

المطلب الأول: دور المؤسسات الفلسطينية في حماية المستهلك في عقود تزويد خدمة الاتصالات:

سيتم من خلال هذا المطلب التعرف على دور الدولة الفلسطينية ممثلة بوزارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وهيئة الاتصالات، في توفير الحماية اللازمة للمستهلك (المشترك) في عقود تزويد الاتصالات المبرمة بين المشترك وشركة الاتصالات، إضافة إلى دور مؤسسات المجتمع المدني ممثلة بجمعيات حماية المستهلكين في هذا الجانب، من خلال ثلاثة فروع على النحو الآتي:

الفرع الأول: دور وزارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الفلسطينية في حماية المستهلك:

تعد وزارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الممثل عن الدولة للقيام بالدور الرقابي والإرشادي على مقدمي الخدمات، وتتمثل مهمة الوزارة بمنع المنافسة غير المشروعة ومنع الاحتكارات، وتلقي الشكاوي من المواطنين ومشاركين خدمات الاتصالات، حيث تطرق قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية الفلسطيني رقم 3 لسنة 1996 لذكر مهام الوزارة في المادة 6 منه، ومن أبرزها:

أ. مراقبة الجهات المزودة للخدمات وأنها تقوم بتنفيذ التزامات السلطة وتعهداتها الدولية في قطاع الاتصالات.

ب. نشر الوعي لدى المواطنين بأهمية الاتصالات، والعمل على توفير خدمات الاتصالات بأنواعها.

ج. حماية المشتركين في خدمات الاتصالات وتعزيز دورها الرقابي على الشركات المقدمة للخدمة، وإلزام هذه الشركات بمراعاة شروط الرخصة وإستمرارها بتطوير خدماتها.

ويبدو دور الوزارة في حماية المشتركين في خدمة الاتصالات من خلال تلقي الشكاوي المقدمة من قبل المواطنين عن الخدمات التي تقدمها شركة الاتصالات وجودتها، فهناك نظام خاص في الوزارة يقوم بتلقي الشكاوي من المواطنين ويقوم هذا القسم بالنظر للشكاوي وتوجيهها لشركة الاتصالات لتقوم بحلها وتبقى الوزارة هذه الشكاوي تحت مراقبتها حتى يتم حلها، بالإضافة إلى دورها القائم على نشر الوعي لدى المستهلكين في مجال خدمات الاتصالات⁽¹⁾.

وفي وزارة الاقتصاد الفلسطينية يتم استقبال الشكاوي من المواطنين مع تحديد اسم هذا المشترك⁽²⁾، ويتم رفع الشكاوي لشركة الاتصالات ليتم حلها وديا، حيث أن أغلب الشكاوي التي يتم اللجوء للوزارة لحلها هي شكاوي تتعلق بالرسوم والعروض والإعلانات، كقيام شركة الاتصالات

(1) الزهري، سليمان ، وكيل وزارة الاتصالات في رام الله، تم اللقاء به شخصيا في طولكرم ، بتاريخ 2-2-2017، الساعة (4) عصرا.

(2) عبد الرحمن، زياد، مدير دائرة حماية المستهلك فرع قلقليه، لقاء شخصي بتاريخ 5-5-2018، الساعة (11) ظهرا.

بإنزال عرض ما وعند قيام المشترك بالاشتراك به يتم ذلك عن طريق التلفون، لكن إذا أراد إلغاء هذا العرض فيجب عليه القيام بالتوجه للشركة، كما يوجد عضو من الوزارة موجود في السوق لمراقبة هذه العروض والإعلانات وأسعار الخدمات في السوق⁽¹⁾.

وترى الباحثة هنا، أنه على الرغم من الجهود المبذولة من قبل الوزارات في تلقي الشكاوي ومحاولاتها لإيجاد الحلول، إلا أن دورها الرقابي غير كافي فما زالت ممارسات شركات الاتصالات الاحتكارية والتعسفية مستمرة سواء كانت برسوم الفواتير المفروضة من قبل شركات الاتصالات التي تقوم بتغييرها من شهر لآخر دون وجود أي مبرر ويتفاجأ بها المستهلك، أم بالإعلانات والعروض التي تستغل عقول المشتركين، وبهذا الصدد ترى الباحثة أنه يجب زيادة فعالية دور الدولة الممثلة بأجهزتها لمحاربة الانتهاكات المستمرة من قبل شركات الاتصالات وزيادة رقابتها لتأكد من إيجاد حلول فعلية لشكاوي المقدمة لها من قبل المستهلكين.

وقد أصدرت الوزارة الخطة الإستراتيجية القطاعية للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والبريد 2017-2022، التي تضمنت منهجية واليات العمل في مجال الاتصالات، كما أكدت فيه على دورها الرقابي على شركات الاتصالات وأشارت فيها إلى الإنجاز الذي حققته من خلال إصدار القرار الدولي المتضمن حق فلسطين في إدارة طيفه الترددي وحشد المزيد من التأييد الدولي لنصرة قضايا القطاع بنزاعه المستمر مع الاحتلال بسبب السيطرة والهيمنة الإسرائيلية على الطيف الترددي⁽²⁾، كما قامت بإطلاق مشروع التدقيق على الشركات المقدمة لخدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية، وتحديد نسبة 7% المترتبة على الشركات لصالح الخزينة العامة، كما قامت بإعفاء هذه الشركات من دفع العوائد لمدة 5 سنوات، كما تقوم الوزارة حالياً بالعمل على إعداد قانون حماية المستهلك وقانون حماية التنافس في فلسطين، وتقييم الخطة الوطنية للترقيم وتناقل الأرقام بين المشغلين وتعليمات التراخيص⁽³⁾.

(1) حسين، سائدة احمد العبد ، رئيسة قسم وحدة الشكاوي في رام الله، تم التواصل الهاتفي بتاريخ 9-5-2018، الساعة (11) ظهرا.

(2) الخطة الاستراتيجية القطاعية للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والبريد، 2017-2022، ص16، متوفرة على الموقع <https://www.mtit.pna.ps>

(3) الخطة الاستراتيجية القطاعية للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والبريد، مرجع سابق، ص9.

الفرع الثاني: دور هيئة الاتصالات الفلسطينية في حماية المستهلك:

تشكلت هيئة الاتصالات الفلسطينية بموجب القرار بقانون رقم 15 لسنة 2009، فقد نصت المادة (3) من القانون على أنه: "تتسبى هيئة عامة تسمى الهيئة الفلسطينية لتنظيم قطاع الاتصالات يكون لها موازنة العامة للسلطة الوطنية الفلسطينية وتتمتع بالشخصية الاعتبارية والأهلية القانونية الكاملة لمباشرة كافة الأعمال والنشاطات التي تكفل تحقيق المهام التي قامت من أجلها".

وقد حددت المادة (11) من القانون الفلسطيني العضوية في المجلس بأربع سنوات ويجوز تمديد هذه المدة إلى سنتين لمرة واحدة بناء على قرار من مجلس الوزراء على ألا يزيد عدد الأعضاء المجدد لهم عن عضوين في كل دورة، كما أشار في المادة (11) منه إلى طريقة إنهاء العضوية وحددها بالاستقالة أو انتهاء مدة العضوية أو الإقالة، وتكون الإقالة إذا تغيب العضو عن حضور ثلاث جلسات متتالية أو ستة جلسات غير متتالية خلال سنة دون وجود مبرر يقبله مجلس الإدارة، أو إذا كان له أو لزوجته حتى الدرجة الثانية أية مصلحة في الشركات والمؤسسات المتعلقة في مجال الاتصالات، أو قيامه بارتكاب جناية أو جنحة مخلة بالآداب العامة والشرف، أو عدم قدرته على العمل بسبب فقدانه لأهليته العقلية أو قدرته الجسدية أو في حالة تم إفلاسه⁽¹⁾.

وتتمثل أبرز اختصاصات الهيئة وصلاحياتها على النحو الآتي⁽²⁾:

- 1- رسم كافة السياسات الخاصة بتنظيم قطاع الاتصالات، وتنظيم خدمات الاتصالات في مناطق السلطة الوطنية لضمان تقديم خدمات الاتصالات للمستخدمين بجودة عالية وأسعار تنافسية، وبما يحقق الأداء الأمثل لقطاع الاتصالات ولا يتعارض مع المصالح العادلة للشركات العاملة والمزودة لخدمات الاتصالات على اختلافها.
- 2- حماية مصالح المستخدمين ومراقبة الأشخاص والجهات المرخص لها للتأكد من الالتزام بشروط الرخصة بما في ذلك مواصفات الخدمات المقدمة وجودتها وأسعارها.

⁽¹⁾المادة 15 من قرار بقانون رقم 15 لسنة 2009 بشأن الهيئة الفلسطينية لتنظيم قطاع الاتصالات.

⁽²⁾ المادة 5 من قرار بقانون رقم 15 لسنة 2009 بشأن الهيئة الفلسطينية لتنظيم قطاع الاتصالات.

أما اختصاصات مجلس إدارة الهيئة بشكل خاص، نوردتها كآلاتي⁽¹⁾:

- 1- تقوم الهيئة باتخاذ القرارات والإجراءات المناسبة وتوقيع الجزاءات على المخالفين لشروط الترخيص، ومعاقبة المخالفين لأحكام هذا القانون مما يضمن تحسن الأداء وضمان سير العمل على أكمل وجه ومنع الاحتكارات والمضاربات والتعديات في قطاع الاتصالات.
- 2- تقوم على وضع أسس ومعايير تحديد الأسعار وأجور الخدمات التي تقدمها شركات الاتصالات بما يتفق مع واقع المنافسة لضمان مصالح المشتركين.
- 3- تعمل الهيئة على إعطاء الموافقة على أجور خدمات الاتصالات الغير التنافسية وإقرار الأنظمة ورفعها لمجلس الوزراء لإصدارها.
- 4- تقوم الهيئة بإصدار التعليمات اللازمة لتطبيق السياسة المتعلقة بشمولية خدمات الاتصالات.

تجدر الإشارة إلى أنه وبالرغم من صدور القانون بتشكيل هيئة الاتصالات الفلسطينية وتحديد مهامها، إلا أن الظروف أبت بعدم تفعيلها على أرض الواقع، حيث أن وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات هي من تقوم بدور الهيئة القائم على الإشراف والرقابة على الشركات المقدمة لخدمة الاتصالات، ولعل أهم الأسباب التي أدت إلى عدم تشكيل الهيئة هو وجود خلاف على تأسيسها بين مراكز التأثير على القرار الرئاسي، وتعطيل تطبيق القرار بقانون المنشئ لها.

كما أن الخلاف الذي دار حول الأسماء المطروحة من مجلس الوزراء لتكوين مجلس إدارة الهيئة والظروف السياسية الصعبة كان له دور بارز في عدم تأسيسها، وأن انعدام وجود الأسس الواضحة للفصل بين منظومة قطاع الاتصالات والبيئة السياسية قد أثر على تشكيلها على أرض الواقع، كما قد يعود سبب عدم تشكيلها إلى أن الهيئة لا يمكن أن تعمل إلا في سوق للتنافس ولا يمكنها أن تكون فاعلة بدون تحرير المنافسة في قطاع الاتصالات⁽²⁾.

(1) المادة 13 من قرار بقانون رقم 15 لسنة 2009 بشأن الهيئة الفلسطينية لتنظيم قطاع الاتصالات .

(2) البرغوثي، معين، الحوكمة في إدارة الخدمات العامة حالة الأقسام المنظمة في قطاعات الكهرباء والمياه والاتصالات، الائتلاف من أجل النزاهة والمساءلة أمان سلسلة تقارير رقم 119، 2017، ص65.

مما سبق، ترى الباحثة أنه بغض النظر عن العوائق التي حالت دون تشكيل الهيئة في فلسطين، يجب على السلطة الفلسطينية تحديها وتأسيس هذه الهيئة للمحافظة بداية على مصلحة المواطن من تعسف شركات الاتصالات المهيمنة على الأسواق خاصة أن خدمة الاتصالات خدمة لا يوجد بديل عنها ومن أهم الخدمات التي لا يمكن الاستغناء عنها أبداً، وأن القوانين الحالية لا تكفل الحماية المناسبة للمستهلكين. كما ترى الباحثة أن قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية رقم 3 لسنة 1996 يتضمن صعوبة في فهم نصوصه وهذا عائد إلى صعوبة المصطلحات والكلمات المستخدمة به، كما أنه لا يواكب التطورات الموجودة في عالم الاتصالات حتى أنه غير كافٍ لحماية المستهلك من هيمنة شركات الاتصالات واحتكاراتها ولا يواكب قوانين الاتصالات الموجودة في الدولة الأخرى كلبان ومصر.

الفرع الثالث: دور مؤسسات المجتمع المدني في حماية المستهلك:

يقصد بمؤسسات المجتمع المدني هنا الجمعيات والمؤسسات الأهلية التي تعنى بحماية المستهلكين، وعلى رأسها جمعية حماية المستهلك، وهذه المؤسسات لا يقل دورها في حماية المستهلكين عن دور الدولة ممثلة بأجهزتها المختصة بحماية المستهلكين، فوجود جمعية حماية المستهلك ضروري للمحافظة على مصالح المستهلك والدفاع عنها وتمثيل المستهلكين جماعياً والدفاع عنهم لدى الهيئات الرسمية والتقاضى بهدف الحفاظ على حقوقهم، ونشر المعلومات التي تتعلق بالسلع والخدمات، وكذلك نشر حملات التوعية وإرشاد المستهلكين.

وقد عرف المشرع الفلسطيني جمعية حماية المستهلك بأنها: "كل جمعية غير ربحية تؤسس لأغراض غير سياسية أو تجارية أو اقتصادية وتهدف إلى توعية المستهلكين وتثقيفهم وإرشادهم وحماية مصالحهم وحقوقهم وتمثيلهم لدى كافة الجهات الرسمية وغير الرسمية"⁽¹⁾.

وجمعية حماية المستهلك الفلسطينية لها موقع الكتروني أورد القائمون عليه تعريفاً لها حيث عرفت بأنها: "جمعية أهلية تتمتع بالشخصية الاعتبارية المستقلة تتبع قانون الجمعيات والمؤسسات

(1) المادة (1) من قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005.

الأهلية في فلسطين ومرجعيتها قانون حماية المستهلك الفلسطيني، وهي جهة رقابية توعوية وليست جهة إنفاذ قانون⁽¹⁾.

وفي سياق تناول المشرع الفلسطيني لحقوق المستهلك ضمن المادة (3) من قانون حماية المستهلك، تم التطرق إلى حق المستهلك تشكيل جمعيات والانتساب لها، كما تضمنت أنه يحق له بالتقاضي مباشرة أو بواسطة جمعيات حماية المستهلك جماعيا للحفاظ على حقوقه وتعويضه عن الأضرار التي لحقت به⁽²⁾.

ومن نص المادة السابقة ترى الباحثة أن المشرع الفلسطيني قام بإعطاء الجمعية دور تمثيل المستهلك قضائيا في حال لجوء المستهلك إليها، لكن يعاب عليه أنه لم يتم بتوضيح هذا الدور بشكل كافي، على خلاف بعض التشريعات ومنها القانون اللبناني⁽³⁾ والقانون المصري⁽⁴⁾، اللذان قاما بتوضيح أهداف ودور الجمعية بشكل واضح.

(1) موقع جمعية حماية المستهلك على موقع الانترنت، <http://www.pcp.ps>، تاريخ الدخول 2019/3/5، الساعة الواحدة ظهرا.

(2) أنظر إلى المادة 3 من قانون حماية المستهلك الفلسطيني.

(3) عرفت المادة (2) من قانون حماية المستهلك اللبناني رقم (659) لسنة 2005 جمعية حماية المستهلك بأنها: "كل جمعية تؤسس لأغراض غير سياسية أو تجارية أو اقتصادية وتهدف لتوعية المستهلكين وتنقيفهم وإرشادهم وحماية مصالحهم وحقوقهم وتمثيلهم لدى كافة المراجع الرسمية والخاصة".

(4) تنص المادة (23) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (67) لسنة 2006 على أنه: "مع عدم الاخلال باختصاص الجمعيات التي تنشأ لحماية المستهلك طبقاً لقانون الجمعيات الأهلية يكون لها الاختصاصات التالية:

أ- حق مباشرة الدعاوى التي تتعلق بمصالح المستهلكين أو التدخل فيها. ب- عمل مسح ومقارنة لأسعار وجودة المنتجات والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها والتي تحدد محتواها وإبلاغ الأجهزة المعنية بما يقع من مخالفات في هذا الشأن.

ج- تقديم معلومات للجهات الحكومية المختصة عن المشاكل المتعلقة بحقوق ومصالح المستهلكين وتقديم مقترحات علاجها.

د- تلقي شكاوى المستهلكين والتحقق منها والعمل على إزالة أسبابها.

هـ- معاونة المستهلكين الذين وقع عليهم ضرر من جراء استخدام أو شراء سلعة أو تلقي خدمة في تقديم الشكاوى للجهات المختصة ومنها جهاز حماية المستهلك وإتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة لحماية حقوقهم ومصالحهم.

و- المساهمة في نشر ثقافة حقوق المستهلك، وتوعية المواطنين بحقوقهم وإنشاء قواعد للبيانات اللازمة لأداء اختصاصاتها.

ز- ويحظر على جمعيات حماية المستهلك والاتحاد النوعي لهذه الجمعيات تلقي المنح أو الهبات أو التبرعات من الموردين أو المعلنين.

وتتمثل أهداف جمعية حماية المستهلك الفلسطينية بالناية بشؤون المستهلك والحفاظ على مصالحه، والدفاع عنه أمام الجهات الحكومية والرسمية وحمايته من الغش والخداع، وتمثيله أمام اللجان والهيئات الحكومية والدولية، ونشر التوعية للمستهلك وتقديم الاستشارة له، بالإضافة إلى نشر المعلومات والتحليل وفحص جودة السلع المقدمة للمستهلك⁽¹⁾.

كما تقوم استراتيجية الجمعية في حماية المستهلك بتلقي الشكاوي من قبله ورفع هذه القضايا للجهات المختصة، كما أنها تقوم بإعداد دراسات ومؤتمرات وحلقات بحث حول المستهلك ونشر تلك الدراسات، بالإضافة إلى ما تقوم به تقوم نشر وتوعية للمستهلك عن طريق عمل ندوات وتقديم الاستشارات، كما أنها تعمل على تفعيل دور الجمعية في المجلس الفلسطيني لحماية المستهلك الذي يرأسه وزير الاقتصاد⁽²⁾.

أما فيما يتعلق بدور الجمعية في حماية المشتركين في عقود تزويد الاتصالات، فقد طالبت الجمعية بفتح باب المنافسة وقياس كفاءة الأداء ومراقبة ممارسات شركة الاتصالات، وضمان شمولية الخدمة وتوصيلها لكافة المناطق الجغرافية، وضرورة تعزيز المنافسة وإنصاف المشتركين في الخدمة من خلال الأسعار العادلة والتعرفة التي تراجع بشكل دوري من قبل المنظم، ومتابعة نظام الفاتورة والاحتساب للمشاركين، بالإضافة إلى المطالبة بضرورة مراقبة الحملات والإعلانات، والتشديد على ضرورة وجود تعرفه للاتصالات الأرضية ومراجعاتها بشكل دوري، وأن يتم مراقبة نظام الفاتورة والحملات المرعية لحقوق المشتركين القدامى والجدد، والرقابة على شركة الاتصالات فيما يتعلق بالفواتير والإعلانات.

كما أبدت جمعية حماية المستهلك رفضها من تجديد الترخيص لشركة الاتصالات الفلسطينية، بسبب ما طرأ على الاتفاقية من غموض وعدم إظهار لأي بنود من بنود التعاقد، وعدم إشراك الجمعية ومؤسسات المجتمع المدني في المفاوضات، وخاصة في ظل عدم تطبيق قانون

⁽¹⁾ موقع جمعية حماية المستهلك على موقع الانترنت، <http://www.pcp.ps>، تاريخ الدخول 2019/3/25، الساعة الثامنة مساءً.

⁽²⁾ فايق، محمد داود، عضو جمعية حماية المستهلك قفيلية، تم التواصل معه شخصياً بتاريخ 5-5-2018 الساعة الثانية ظهراً.

الاتصالات لعام 2009 المتعلق بتشكيل هيئة الاتصالات القائمة بشكل أساسي للدفاع عن حقوق المستهلك.

وترى الباحثة هنا أن جمعية حماية المستهلك أصابت بموضوع رفضها القطعي للاتفاقية التي وقعت مابين شركة الاتصالات والدولة، وذلك بسبب الغموض المتعلق بالاتفاقية وعدم الإعلان عن بنودها، الأمر الذي قد يضر بالمستهلكين، كما تتفق مع ما قامت به الجمعية من مطالبة بفتح باب المنافسة، والمحافظة على مصلحة المشتركين بالخدمة من خلال وضع تعرفه ثابتة للخدمة وحماية المستهلك من الإعلانات المغرضة، لكن وعلى الرغم من المساهمة الكبيرة لجمعية حماية المستهلك ودورها الكبير في حماية المستهلك الذي لا يقل أهمية عن دور أجهزة الدولة، من خلال مطالبتها بفتح باب المنافسة بين شركات الاتصالات، والمحافظة على مصلحة المشتركين بالخدمة من خلال وضع تعرفه ثابتة للخدمة، إلا أن مطالباتها لم تلق آذاناً صاغية، ولم يتم الأخذ بها، فشركة الاتصالات الفلسطينية تملّي شروطها على المشتركين وتقوم برفع أسعار خدماتها بشكل مستمر⁽¹⁾.

وهنا توصي الباحثة بضرورة قيام الدولة بتعزيز دور جمعية حماية المستهلك، وإعطائها صلاحيات قانونية وملزمة مع إبقاء الرقابة عليها، لتعمل جنباً إلى جنب مع أجهزة الدولة بهدف حماية حقوق المستهلك.

المطلب الثاني: واقع الخدمات المقدمة من شركة الاتصالات الفلسطينية وأبرز المشكلات:

يواجه المشتركون في شركة الاتصالات العديد من المشاكل والتحديات التي تمنعهم من الاستفادة بشكل كافي من الخدمات المقدمة لهم، لذلك تم استطلاع رأي عينة من المشتركين في خدمات شركة الاتصالات الفلسطينية للتعرف على واقع هذه الخدمات وأبرز المشكلات التي تواجههم، وعليه سيتم من خلال هذا المطلب إستعراض لإجراءات الدراسة الميدانية التي قامت بها الباحثة للوقوف على واقع الخدمات التي تقدمها شركة الاتصالات الفلسطينية لزيائنها، وإستعراض

(1) هنية، صلاح، رئيس جمعية حماية المستهلك الفلسطيني في رام الله، تم التواصل هاتفياً مع صلاح هنية بتاريخ 5-5-2018 الساعة الثانية ظهراً.

أبرز النتائج التي توصلت إليها ومقارنة ذلك مع الخدمات التي تقدمها شركة الاتصالات الأردنية في هذا المجال، حيث تم التطرق إلى ثلاثة محاور لتقييم رضا متلقي خدمات الاتصالات، وهي جودة الخدمة، والتسعير، والترويج للمنتجات، وذلك من خلال تقسيمه إلى أربعة فروع على النحو الآتي:

الفرع الأول: آلية إجراء الدراسة:

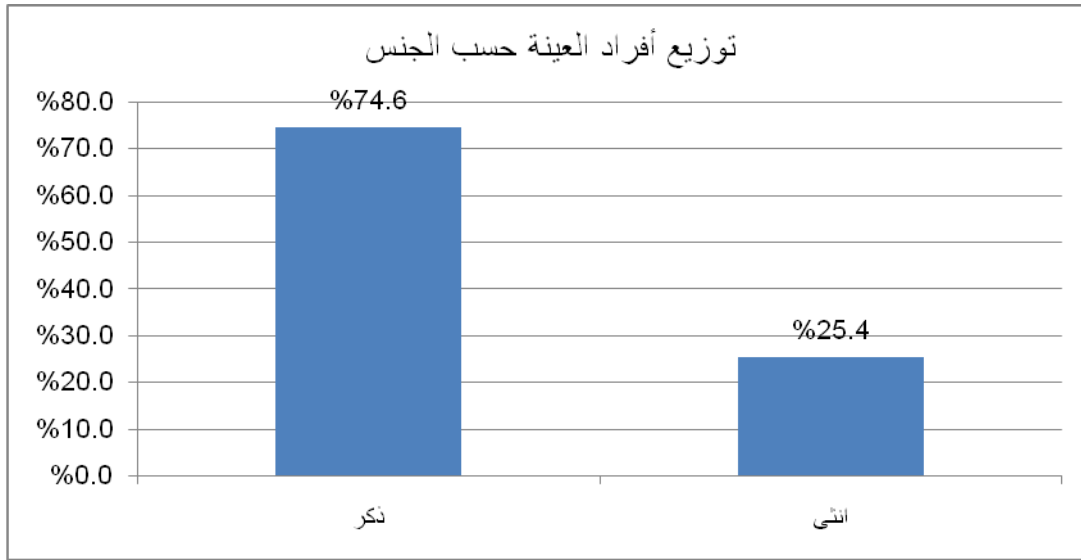
قامت الباحثة بإجراء دراسة ميدانية (استطلاع رأي) هدفت إلى معرفة مدى الرضا عن الخدمات التي تقدمها شركة الاتصالات الفلسطينية لمستخدميها، إضافة إلى تحديد أهم المشاكل التي يعاني منها المشتركون أثناء تعاملهم مع الشركة، وقد تم توزيع (165) استبانة، استرجع منها (150) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي، على عينة استطلاعية مثلت عدد من المشتركين الذين قاموا بمراجعة شركة الاتصالات الفلسطينية للحصول على خدماتها، وقد راعت الباحثة التوزيع الجغرافي في هذه الدراسة، من خلال اختيار (5) مدن فلسطينية هي (نابلس، رام الله، الخليل، بيت لحم، جنين)، وتوزيع الاستبانات على عدد من زبائن شركة الاتصالات الفلسطينية في هذه المدن.

وتركزت أسئلة الاستبانة على عدة محاور، المحور الأول يتعلق بجودة الخدمة المقدمة للمشاركين والعملاء، من خلال توجيه (3) أسئلة على أفراد عينة الدراسة، والاجابة عليها بالموافقة، أو عدم الموافقة، أو الحياد، أما المحور الثاني فيمثل (3) أسئلة موجهة للمشاركين (عينة الدراسة)، فيما يتعلق بتسعيرة الخدمات، أما المحور الثالث والآخر فيمثل (3) أسئلة حول الترويج للمنتجات. وقد تم مقارنة نتائج الاستطلاع مع ما هو متوفر من معلومات حول محاور الاستطلاع والتي تخص شركة الاتصالات الأردنية Orange والتي تقدم خدمات الهاتف الثابت والانترنت في المملكة الاردنية الهاشمية، للوقوف على طبيعة المشكلات التي تواجه المشتركين في شركة الاتصالات الفلسطينية مقارنة مع شركة الاتصالات الاردنية Orange.

الفرع الثاني: خصائص عينة الدراسة ومعايير رضا متلقي الخدمة:

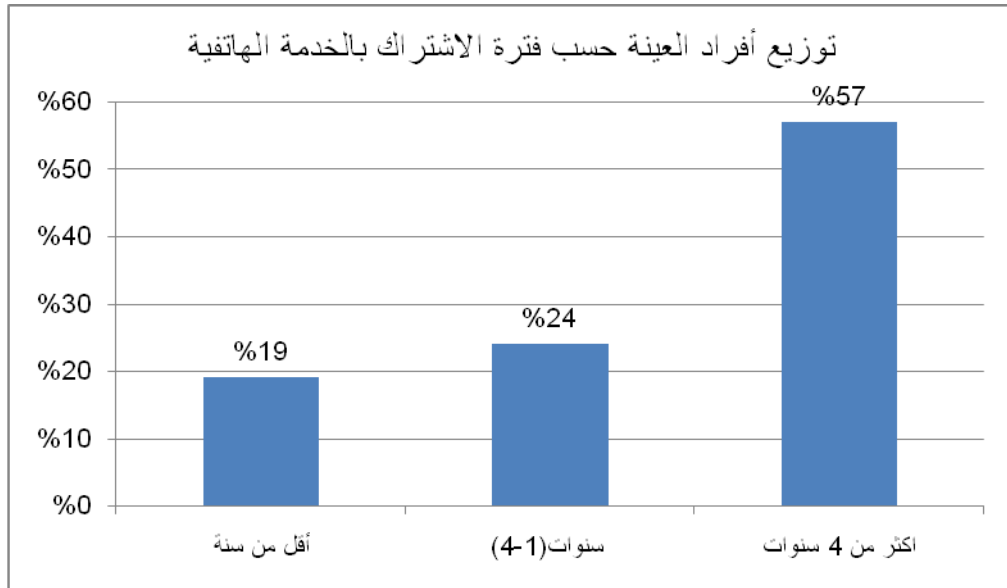
أولاً: خصائص عينة الدراسة:

بلغ عدد الأفراد الذين تم استيفاء بيانات المسح منهم بنجاح 150 فرداً من مراجعي شركة الاتصالات الفلسطينية، حيث بلغ عدد الذكور من المشتركين الذين تمت مقابلتهم (112) شخص، شكلت ما نسبته (74.6%) من عدد المستجيبين الكلي، فيما شكلت الإناث ما نسبته 25.4%، حسب الشكل (1).



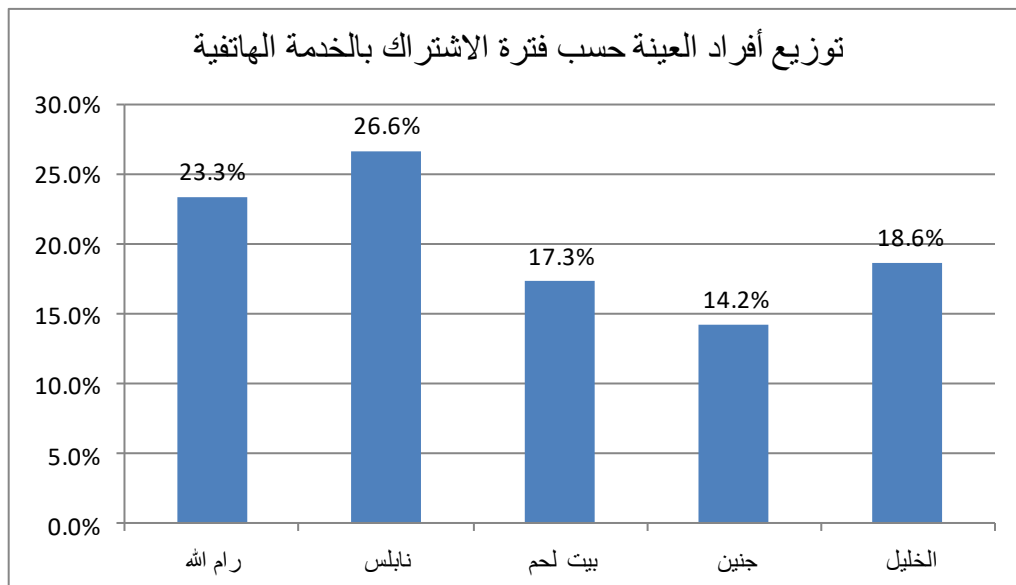
شكل (1): التوزيع النسبي للمشاركين حسب الجنس.

وأظهرت النتائج أن ما نسبته (57%) من المشتركين الذين تمت مقابلتهم كانت فترة اشتراكهم بالخدمة الهاتفية أكثر من (4) سنوات، فيما كانت النسبة (24%) للذين فترة اشتراكهم من (1-4) سنوات، أما الذين بلغت فترة اشتراكهم أقل من سنة واحدة فقد بلغت نسبتهم (19%) من عينة الدراسة بحسب الشكل رقم (2).



شكل (2): التوزيع النسبي للمشاركين حسب فترة الاشتراك بالخدمة الهاتفية.

كما بينت النتائج أن ما نسبته (26.6%) من عينة الدراسة الذين تمت مقابلتهم هم من مشرقي مدينة نابلس، فيما كانت النسبة (23.3%) من عينة الدراسة لمشرقي مدينة رام الله، وما نسبته (18.6%) من عينة الدراسة لمشرقي مدينة الخليل، وما نسبته (17.3%) من عينة الدراسة لمشرقي مدينة بيت لحم، وما نسبته (14.2%) من عينة الدراسة هم من مشرقي مدينة جنين، وهو ما يبينه الشكل رقم (3).



شكل (3): التوزيع النسبي للمشاركين حسب المنطقة الجغرافية.

ثانياً: معايير رضا متلقي الخدمة:

تم استطلاع رأي متلقي الخدمة حول مدى الرضا عن الخدمات التي تقدمها شركة الاتصالات الفلسطينية لمشتركيها، وبالتالي تحديد أهم المشاكل التي يعاني منها المشتركون أثناء تعاملهم مع الشركة حيث تم استخدام المقياس التالي في تحديد مدى الرضا:

المتوسط	درجة الموافقة
2.33 - 1	منخفضة
3.67 - 2.34	متوسطة
5 - 3.68	مرتفعة

الفرع الثالث: النتائج:

فيما يلي استعراض للنتائج التي توصلت اليها الدراسة فيما يتعلق بمعايير رضا متلقي الخدمة عن الخدمات التي تقدمها شركة الاتصالات الفلسطينية لزيائنها ومقارنة ذلك مع واقع الخدمات المقدمة من قبل شركة الاتصالات الأردنية Orange:

أولاً: جودة الخدمة المقدمة:

حقق معيار "جودة الخدمة المقدمة" متوسطاً حسابياً (3.85) بمستوى رضا جيد، كما يوضحه الجدول رقم (1)، أما من حيث فقرات هذا المعيار فقد بينت النتائج ما يلي:

- أفراد العينة يوافقون على أن: "شركة الاتصالات الفلسطينية قد وفرت عدة طرق لتسديد الفواتير"، وقد يكون ذلك ناتجا عن قيام الشركة بإطلاق عدة طرق لتسديد الفواتير مثل التسديد عبر مراكزها والبنوك ومكاتب البريد بمختلف فروعها وكذلك تشجيع التسديد الآلي عبر البنوك أو بواسطة بطاقات الائتمان والصراف الآلي بالإضافة للتسديد الإلكتروني من خلال موقعها على شبكة الانترنت. وبالمقارنة مع شركة الاتصالات الأردنية Orange نجد أن شركة الاتصالات الفلسطينية تتبع نفس نهج شركة (Orange) من حيث توفير وسائل وطرق متعددة لتسديد الفواتير، حيث ان شركة (Orange) تستخدم عدة طرق منها:

تطبيق My Orange أو بوابه الدفع الإلكترونية، أو eFAWATEERcom، أو مراكز مبيعات أورانج ، كذلك التسديد في المنزل أو المكتب أو أي مكان وموعد يختاره العميل، وذلك من خلال شركة الشرق الاوسط لتكنولوجيا الاتصالات (METT)، إضافة الى التسديد من خلال المكاتب البريدية المنتشرة في كافة أنحاء المملكة.

- يوافق أفراد العينة على أن شركة الاتصالات الفلسطينية توفر خدماتها بأشكال مختلفة تتلاءم مع احتياجات الزبائن وخصوصاً في مجال منح الزبائن القدرة على التحكم بالنفقات، فعلى سبيل المثال قامت الاتصالات الفلسطينية بتوفير الخط الثابت بنظامي (الفاتورة والدفع المسبق)، كما وفرت عدة طرق للاتصال الدولي من خلال الاتصال المباشر أو بطاقات الدفع المسبق أو من خلال الهاتف العمومي. وبالمقارنة مع شركة الاتصالات الأردنية Orange نجد أن شركة الاتصالات الفلسطينية تتبع نفس نهج شركة (Orange) من حيث توفير خدماتها بأشكال مختلفة ومنح الزبائن القدرة على التحكم بالنفقات، حيث أن شركة (Orange) توفر خدمة الخط الثابت ويعروض مختلفة منها: عروض حزم الخط الثابت، وعروض الخط الثابت الأساسي، وعروض الخط الثابت الاضافي.

- تعتبر درجة موافقة أفراد العينة منخفضة على الفقرة: " تصدر الشركة فواتيرها وتوزعها بشكل منظم"، وتعزو الباحثة ذلك إلى تغير الطريقة التي تتبعها الشركة في التوزيع، حيث كانت الفواتير سابقاً توزع من خلال الموظفين الفنيين في الشركة، الذين هم على معرفة كاملة بعناوين الزبائن، وحالياً يتم توزيع الفواتير من خلال موظفي البريد والذين يحتاجون لفترة تدريب قبل إتقان عملية التوزيع. وبالمقارنة مع شركة الاتصالات الأردنية Orange نجد أن هذه الشركة تنتهج نهجاً مختلفاً عن شركة الاتصالات الفلسطينية في طريقة وآلية توزيع الفواتير على المشتركين، ففي الأردن يوجد شركة لبنانية خاصة تسمى "دي اند سي"، مهمتها توزيع الفواتير التي تصدرها شركة (Orange) على المشتركين، وبالتالي فهي توزع الفواتير بطريقة منتظمة ودقيقة.

جدول (1): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات جودة الخدمة المقدمة

الرقم	فقرات محور جودة الخدمة	المتوسط الحسابي	الرتبة
1	توفر الشركة عدة طرق لتسهيل عملية تسديد الفواتير	4.21	1
2	تعمل الشركة على توفير خدماتها بأشكال مختلفة تتلاءم مع احتياجات الزبائن	3.76	2
3	تصدر الشركة فواتيرها وتوزعها بشكل منظم.	3.60	3
	المتوسط العام	3.85	

ثانياً: التسعير:

حقق معيار "التسعير" متوسطاً حسابياً (2.98) وبمستوى رضا متوسط، كما يوضحه الجدول رقم (1)، أما من حيث فقرات هذا المعيار فقد بينت النتائج ما يلي:

- يوافق أفراد العينة على الفقرة: "رسوم الاشتراك الشهرية للهاتف مناسبة، ويعزى ذلك إلى أن رسوم الاشتراك من أكثر عناصر الهيكل التسعيري تأثيراً على الزبائن، والتي انخفضت بشكل ملحوظ خلال السنوات الماضية.

وبالمقارنة مع شركة الاتصالات الأردنية Orange نجد أن نهج شركة الاتصالات الفلسطينية مشابه للنهج الذي تتبعه شركة (Orange) في هذا الجانب، حيث تلتزم الشركة بتقديم أسعار مناسبة لخدماتها، وتعمل على تخفيضها بشكل مستمر، إضافة لذلك فإن شركة (Orange) تقوم بإعادة رسوم التأسيس لخدمة الانترنت إلى الزبون في حال عدم تركيب الخدمة لأسباب تعود للشركة، كما أن شركة (Orange) تلتزم برد رسوم التأسيس والتأمين للمشارك بعد استلام طلب خطي منه بإلغاء خدمة الانترنت بعد مدة لا تزيد عن (3) ايام عمل من تاريخ الدفع، بشرط أن لا تكون الخدمة قد تم ايصالها الى الزبون، خلال مدة لا تزيد عن (30) يوماً من تاريخ تقديم طلب الالغاء.

- تعتبر درجة موافقة أفراد العينة منخفضة على الفقرة: "الرسوم التي يقوم المشترك بدفعها تتوافق مع ما هو موجود في العروض التي تقدمها الشركة لجذب المشتركين"، حيث أن

أغلب الشكاوى التي ترد الى الجهات المعنية تجاه شركة الاتصالات تنصب على الإعلانات التي تقوم بها شركة الاتصالات والحملات التي تدعو المشتركين للاشتراك بها، حيث تقوم شركة الاتصالات بعمل حملات تخفيضات لجذب للمشتركين وما أن يقوم المستهلك بالاشتراك يجد أن الرسوم التي يقوم بدفعها تختلف عن ما هو موجود في الحملة. وبالمقارنة مع شركة الاتصالات الأردنية Orange نجد أن الأمر مختلف تماماً، فشركة (Orange) تلتزم بشكل كبير في مسألة العروض ولا تقوم بتغييرها أو التعديل على أسعارها في حال قيام الزبون بالحصول عليها، وهذا ما يبدو من خلال قلة أو ربما ندرة الشكاوى المقدمة من قبل المشتركين في هذا الخصوص.

- تعتبر درجة موافقة أفراد العينة منخفضة على الفقرة: "الرسوم التي تتقاضاها الشركة عند توصيل خط الانترنت مناسبة"، وهذا يطرح تساؤلاً حول سبب ما تقوم به شركة الاتصالات من ممارسات عند توصيل خطوط الانترنت، حيث تقوم بخصم رسوم خط نفاذ حتى في حال عدم استخدام المستهلك الهاتف كوسيلة اتصال، وكان المبرر الذي قامت بوضعه وزارة الاتصالات أن تكلفة خط النفاذ هي من حق شركة الاتصالات، خاصة وأن التمديدات والبنية التحتية تقوم بها جميعها شركة الاتصالات، وأن الشركة تتعرض لضغوطات كبيرة من الجانب الإسرائيلي الذي يحدد نقاط المقابس الخاصة بالاتصالات، كما أنه لا يسمح بتوفير تقنيات الكترونية حديثة ولا يسمح باستيرادها لشركة الاتصالات، بالإضافة إلى أنه في السابق كانت فاتورة الانترنت وخط النفاذ واحده فلم يكن المواطن يعلم أنه يقوم بدفع ثمن خط النفاذ لشركة الاتصالات، لكن عندما تم الفصل بين الفاتورتين كل على حدى قد سبب مشاكل وضجة لدى المستهلكين وهناك توجهات يتم دراستها حديثاً لإعادة كلا الفاتورتين بفاتورة واحدة⁽¹⁾.

وبالمقارنة مع شركة الاتصالات الأردنية Orange نجد أن هذه الشركة تقوم كما هو الحال مع شركة الاتصالات الفلسطينية بتحصيل رسوم اشتراك من الزبون بدل "خط النفاذ"

(1) الزهري ، سليمان، مرجع سابق.

للحصول على خدمات الانترنت الثابت (ADSL)، حيث تتقاضى مبلغ من 9 دنانير شهرياً حتى وإن لم يتم استخدام الهاتف الأرضي كوسيلة اتصال، فالمشترك الراغب بالحصول على خدمات الانترنت عريض النطاق (ADSL) يتوجب عليه دفع قيمة فاتورتين الأولى فاتورة الخط الارضي للنفاز من خلال شبكة الخط الثابت التابعة للشركة، والآخرى لمزود الانترنت، إلا أن شركة الاتصالات الأردنية Orange سبقت شركة الاتصالات الفلسطينية في موضوع خدمات الفاتورة الموحدة التي تعتبر خدمة متناقصة بالنسبة للسعر، فبعد اقرار الشركة لخدمة الفاتورة الموحدة تراجعت قيمة الفاتورة الشهرية مع الخط الثابت للحصول على خدمات الانترنت بمقدار 4 - 5 دنانير.

جدول (2): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات التسعير

الرقم	فقرات محور التسعير	المتوسط الحسابي	الرتبة
1	رسوم الاشتراك الشهرية للهاتف مناسبة	3.13	1
2	الرسوم التي يقوم المشترك بدفعها تتوافق مع ما هو موجود في العروض التي تقدمها الشركة لجذب للمشركين	2.97	2
3	الرسوم التي تتقاضاها الشركة عند توصيل خط الانترنت مناسبة	2.85	3
	المتوسط العام	2.98	

ثالثاً: الترويج للمنتجات:

حقق معيار "الترويج للمنتجات" متوسطاً حسابياً (4.17) بمستوى رضا مرتفع، كما يوضحه الجدول رقم (3)، أما من حيث فقرات هذا المعيار فقد بينت النتائج ما يلي:

- يوافق أفراد العينة على الفقرة: "تعرض وتروج الشركة خدماتها ومنتجاتها بشكل واضح من خلال الفواتير الشهرية ومرفقاتها"، وتعزو الباحثة إلى أن شركة الاتصالات الفلسطينية ركزت على استثمار الفاتورة للترويج لخدماتها ومنتجاتها بطباعة إعلاناتها على ظهر الفاتورة، وتعتبر هذه الوسيلة من أنجح وسائل الترويج مما أدى إلى استقطاب المؤسسات والشركات وطلب وضع إعلاناتهم وحملاتهم الترويجية على ظهر الفاتورة.

وبالمقارنة مع شركة الاتصالات الأردنية Orange نجد أن النهج الذي تتبعه شركة الاتصالات الفلسطينية في هذا الجانب يتوافق مع شركة (Orange)، حيث توفر شركة (Orange) على موقعها خدمات المتجر الإلكتروني الذي يستطيع المشترك من خلاله الاطلاع على عروض الشركة أولاً بأول، إضافة الى توفير رابط "حسابي" والذي يقوم كل مشترك من خلاله عمل حساب خاص به (account) يتمكن من خلاله متابعة طلباته إضافة إلى امكانية الاستعلام عن قيمة الفاتورة وتسديدها.

- يوافق أفراد العينة على الفقرة: " توفر الشركة العديد من الخدمات الإلكترونية E-Service من خلال موقعها على شبكة الانترنت بشكل مناسب لتلبية احتياجات الزبائن مثلاً إستخراج الفاتورة والاطلاع على الكشف التفصيلي". حيث قامت شركة الاتصالات الفلسطينية بإطلاق الخدمات الإلكترونية لتسهيل وصول الزبائن لها والانتفاع من خدماتها من خلال الدخول إلى موقع الشركة WWW.PALTEL.PS حيث تتوفر فيه خدمة الاستعلام عن فاتورة والاطلاع على الكشف التفصيلي للمكالمات وإمكانية تسديد الفواتير بواسطة بطاقات الائتمان.

وبالمقارنة مع شركة الاتصالات الأردنية Orange نجد أن النهج الذي تتبعه شركة الاتصالات الفلسطينية في هذا الجانب يتوافق مع شركة (Orange)، حيث توفر شركة (Orange) على موقعها خدمة التسديد الإلكتروني عبر تطبيق eFAWATEERcom .

جدول (3): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات الترويج للمنتجات

الرقم	فقرات محور الترويج للمنتجات	المتوسط الحسابي	الرتبة
1	تقوم الشركة بمهامها المطلوبة في تحقيق الاتصال المطلوب مع الزبائن والتعرف على حاجاتهم المختلفة من خلال استطلاع آرائهم و معرفة ملاحظاتهم عن الخدمة.	3.96	3
2	توفر الشركة العديد من الخدمات الالكترونية E-Service من خلال موقعها على شبكة الانترنت بشكل مناسب لتلبية احتياجات الزبائن مثل استخراج الفاتورة والاطلاع على الكشف التفصيلي.	4.15	2
3	تعرض وتروج الشركة خدماتها ومنتجاتها بشكل واضح من خلال الفواتير الشهرية و مرفقاتها.	4.41	1
	المتوسط العام	4.17	

الخاتمة:

تناولت الباحثة في هذه الدراسة التنظيم القانوني لحماية المستهلك في قطاع خدمة الاتصال الثابت، وذلك من خلال التعرض لتعريف المستهلك والمزود ودراسة قوانين حماية المستهلك والتعرض لأهم حقوقه، ودور الدولة والجمعية ومؤسسات المجتمع المدني في الحماية وموقفهم من تجديد الرخصة مع شركة الاتصالات، وعرض أهم المشاكل التي يتعرض لها المستهلك من مزودي خدمة الاتصالات وذلك من خلال إجراء المقابلات مع ذوي العلاقة وكذلك البحث في نصوص القانون الفلسطيني بالإضافة إلى نصوص القوانين المقارنة العربية بهدف التعرف على مدى فاعلية القانون الساري حالياً في فلسطين ومدى تأثيره على حماية المستهلك.

عرضت هذه الرسالة الطبيعة العقدية بين المستهلك وشركات الاتصالات، من خلال التعرف إلى ماهية عقد تزويد خدمة الاتصال الثابت بتعريفه وتحديد أطرافه، إضافة إلى تحديد الطبيعة القانونية لعقد تزويد خدمة الاتصال الثابت، كما عرضت موضوع حماية المستهلك في عقود خدمات الاتصال الثابت، من خلال تحديد مفهوم حماية المستهلك ومبرراتها، والتزامات شركات الاتصالات تجاه المستهلك، إضافة إلى تحديد طبيعة حماية المستهلك في عقود تزويد خدمة الاتصال الثابت، ودور الجهات الرسمية ومؤسسات المجتمع المدني في حماية المستهلك، وأبرز المشكلات التي يعاني منها المشترك الفلسطيني تجاه شركة الاتصالات.

كما تبين لنا بأن هناك تداخل وتشابك حول مفهوم المستهلك، حيث ورد هذا المصطلح بين المفهوم الضيق تارة والمفهوم الموسع تارة أخرى، وبالنسبة للمشرع الفلسطيني فقد أخذ بالمعنى الموسع وعرفه على أنه: "كل من يشتري أو يستفيد من سلعة أو خدمة". كما اختلفت التشريعات المقارنة في وضع تعريف محدد لمن يقوم بتزويد الخدمة، وقد أطلق عليه المشرع الفلسطيني لفظ المزود، أما في مجال خدمات الاتصال، فنجد أن المشرع الفلسطيني قد أطلق على المزود اسم "المرخص له"، وعرفه في قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية رقم (3) لسنة 1996 بأنه: "الشخص الذي حصل على رخصة أو تصريح لإنشاء أو تشغيل أو إدارة شبكة اتصالات عامة أو استخدام موجات راديوية وفقاً لأحكام هذا القانون". كما بينت الدراسة أن الحماية تعتبر وسيلة

لحماية وصيانة حقوق المستهلك ولتحقيق التوازن في العلاقة التعاقدية بين المستهلك ومقدم للخدمة باعتباره الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية، ومن هذه الوسائل حماية المستهلك من الشروط التعسفية التي يقوم المزود بوضعها في العقد التي يترتب عليها انعدام التكافؤ بين أطراف العقد.

النتائج:

1. لم يحظ موضوع عقد تجهيز خدمة الهاتف الثابت بتنظيم قانوني خاص، إذ لم يتم تنظيم ذلك لا في القانون المدني ولا في قوانين الاتصالات، ومن ثم فإن عقد تجهيز خدمة الاتصال أو الهاتف الثابت ليس من العقود المسماة، ويمكن تكييفه على أنه عقد توريد أو عقد بيع.
2. تعتبر وسائل الحماية الواردة في قوانين حماية المستهلك، ومن ضمنها القانون الفلسطيني، أمر ضروري لصون حقوق المستهلك ولتحقيق التوازن في العلاقة التعاقدية بين المستهلك ومقدم الخدمة باعتباره الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية.
3. تتمثل حقوق المستهلك في حقه بالإعلام حيث يجب على كل من طرفي التعاقد إطلاع بعضهما البعض على كافة المعلومات المتعلقة بالتعاقد في جميع مراحل العقد، كما أنه من حق المستهلك المحافظة على خصوصيته ومنع نشر أي معلومات تتعلق به، بالإضافة إلى أن على الشركات المزودة للخدمة عند نشر الإعلانات أن تكون واضحة ومنع أي إعلان كاذب يهدف لتضليل المستهلك.
4. العقد الموقع بين الدولة وشركة الاتصالات هو عقد امتياز إداري وليس عقد خصخصة ويعرف على أنه: "عقد إداري يلتزم بمقتضاه شركة ما بإدارة مرفق عام اقتصادي واستغلاله مقابل رسوم يتقاضها من المنتفعين فضلا عن الشروط الواردة في عقد الامتياز".
5. يتمثل دور الدولة وجمعية حماية المستهلك من خلال الرقابة على المزودين للخدمات ونشر الوعي للمستهلك، إلا أن دورهم غير كافٍ خاصة بازدياد المشاكل والشكاوي التي يعاني

منها المستهلك جراء الرسوم التي يقوم بدفعها سواء كان يستخدم الهاتف أم لا، بالإضافة إلى رسوم خط النفاذ والإعلانات والعروض المغرصة التي تقدمها الشركات المزودة للخدمة.

التوصيات:

1. الاسراع بتنفيذ قانون الاتصالات لعام 2009 الذي ينص على تأسيس هيئة الاتصالات التي يتمثل دورها الأساسي في حماية المستهلك الفلسطيني والنص على إبقاء استقلاليتها وحياديتها وإصدار القوانين المساندة له وهي قانون منح الامتياز وقانون المنافسة ومنع الاحتكار.
2. وضع نصوص خاصة وقواعد قانونية جديدة وردعية ضمن قانون حماية المنافسة، وذلك للتصدي لمختلف أفعال الغش والتحايل، والاعتداءات التي تطال المستهلك، فالحماية الجزائية يجب أن ترافق الحماية المدنية لتوفير محيط يكون أكثر أمناً لجميع المتعاملين والمستهلكين.
3. ضرورة تفاعل التشريعات الوطنية وجميع الجهات مع الوسائل التقنية لتحقيق التعاون المثمر وتوحيد الجهود والقوانين بما يزيد من الثقة لدى المستهلكين، مع التركيز دائماً على توفير الحماية للمستهلك لكونه يشكل الحلقة الأضعف دائماً.
4. التوصية لشركة الاتصالات الفلسطينية بضرورة الاهتمام بتدريب الموظفين الذين يقومون بمهام توزيع الفواتير على المشتركين، حيث تبين من المسح الذي أجرته الباحثة أن هناك مستوى رضا منخفض تجاه عملية توزيع الفواتير وأنها لا تتم بشكل منظم.
5. التوصية تعديل نص المادة (7) من قانون حماية المستهلك بإضافة كلمة الخدمة، لتصبح المادة على النحو التالي "يجب أن يكون المنتج والخدمة مطابقاً للتعليمات الفنية الإلزامية، من حيث بيان طبيعة المنتجات ونوعها ومواصفاتها الجوهرية ومكوناتها...".

6. التوصية لشركة الاتصالات بإعادة النظر في رسوم اشتراك خدمة الانترنت والتي تتقاضاها الشركة من المشترك عند بداية توصيل الخدمة، حيث أشارت نتائج المسح الذي أجرته الباحثة إلى عدم رضا العملاء عن الرسوم التي تتقاضاها الشركة عند توصيل خط الانترنت لهم .

7. الاسراع في تطبيق خدمة الفاتورة الموحدة والتي من شأنها تخفيض رسوم خط النفاذ الذي يدفعها المشترك للحصول على خدمة الانترنت من الهاتف الثابت.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب:

ابراهيم، عبد المنعم موسى (2006): **حُسن النية في العقود (دراسة مقارنة)**، ط1، منشورات زين الحقوقية، بيروت.

الاحمد، محمد سليمان (2005): **الوجيز في العقود الرياضية**، دار النهضة العربية، ط1، القاهرة.

البرغوثي، معين (2017): **الحوكمة في إدارة الخدمات العامة حالة الأجسام المنظمة في قطاعات الكهرباء والمياه والاتصالات**، الائتلاف من أجل النزاهة أمان سلسلة تقارير.

بكر، عصمت عبد المجيد (2009): **نظرية العقد في القوانين المدنية العربية**، د.ط، دار الكتب العلمية، بيروت.

البهجي، عصام احمد (2008): **عقد البوت الطريق لبناء مرافق الدولة الحديثة**، ط1، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة.

تتاغو، سمير عبد السيد (2009): **مصادر الإلتزام العقد والارادة المنفردة**، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، القاهرة.

التهامي، سامح عبد الواحد (2008): **التعاقد عبر الانترنت**، ط1، دار الكتب القانونية، القاهرة.

الجمال، مصطفى (2002): **السعي إلى التعاقد**، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.

جميعي، حسين عبد الباسط (1996): **أثر عدم التكافؤ بين المتعاقدين على شروط العقد**، ط1، دار النهضة العربية للنشر، القاهرة.

حبش، محمد حبش (2011): **الخصخصة واثرها على حقوق العاملين بالقطاع العام**، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، دمشق.

- الحسيني، عماد الدين خلف (2009): عالم الاتصالات، ط1، مكتبة الأسرة، القاهرة.
- الحكيم، عبد المجيد وآخرون (1980): الوجيز في نظرية الالتزام في القانون المدني العراقي، ج1، ط1، مطبعة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بغداد.
- خلف، محمود محمد (2008): الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة دراسة مقارنة، ط1، المكتبة العصرية، القاهرة.
- خليل، ممدوح (1983): حماية الحياة الخاصة في القانون الجنائي، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة.
- درويش، كمال والسعدني، خليل (2006): الإحتراف (المفهوم-الواقع-المقترح)، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة.
- الذنون، حسن علي (2006): النظرية العامة في الالتزام، د.ط، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
- الرفاعي، أحمد محمد (1994): الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة.
- الرفاعي، شكيب بدران (2011): عقود المستهلك في القانون الدولي الخاص، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة.
- الرومي، أحمد أمين (2008): التنظيم القانوني للاتصالات في مصر والدول العربية، ط1، دار الكتب القانونية للنشر، القاهرة.
- سالم، محمد (1997): الانظمة الاقتصادية، ط1، دار ابو البراء للنشر والتوزيع، السودان.
- أبو السعود، رمضان (2003): مصادر الالتزام، ط1، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية.

سلطان، أنور (2005): المبادئ القانونية العامة النظرية العامة للالتزام، ط1، دار الجامعة الجديدة للنشر الأزارطة، الإسكندرية.

سلطان، أنور (2011): مصادر الالتزام في القانون المدني، ط5، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.

السنهوري، عبد الرزاق (1998): شرح القانون المدني النظرية العامة للالتزامات، نظرية العقد، ج1، ط2، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.

السنهوري، عبد الرزاق أحمد (1952): الوسيط في شرح القانون المدني، ج1، د.ط، نظرية الالتزام بوجه عام - مصادر الالتزام (العقد، العمل غير المشروع، الاثراء بلا سبب القانون)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.

السيد، محمد السيد عمران (2003): حماية المستهلك اثناء تكوين العقد، ط1، الدار الجامعية، بيروت.

شطناوي، علي خطار (2003): الوجيز في القانون الإداري، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.

الصدّة، عبد المنعم فرج (1994): عقود الاذعان في القانون المصري دراسة فقهية وقضائية مقارنة، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة.

الطماوي، محمد سليمان (1991): الأسس العامة للعقود الإدارية دراسة مقارنة، ط5، القاهرة، دار الفكر العربي.

عبد الباقي، عمر محمد (2004): الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون)، ط1، منشأة المعارف، الاسكندرية.

عبد الرحمن، محمد حسن (2007): مصادر الالتزام دراسة مقارنة، ط1، دار النهضة العربية للنشر، القاهرة.

عبد المجيد، عصمت (2007): أثر التقدم العلمي في العقد دراسة مقارنة، ط1، مكتبة السنهوري، بغداد.

عبد الودود، يحيى (1994): الموجز في النظرية العامة للالتزامات، مصادر الالتزام، ط1، دار النهضة العربية للنشر، القاهرة.

عبد الله، عبدالله عبد الكريم وحوى، فاتن حسين (2014): حماية المستهلك في بعض التشريعات العربية بين الواقع والتطبيق القانون اللبناني نموذجاً، ورقة عمل، ندوة "حماية المستهلك العربي بين الواقع وآليات التطبيق"، بيروت، لبنان، 2-4/6/2014.

أبو عمرو، أحمد مصطفى (2006): موجز قانون حماية المستهلك، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، دمشق.

العوجي، مصطفى (2010): القانون المدني، العقد مع مقدمة في الموجبات المدنية، ج1، ط4، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.

عيسى، محمد جمال عطية (1999): مفهوم العقد دراسة مقارنة بين الفكر القانوني الغربي والفقهاء الإسلامي، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة.

الغفاري، بشير أبو ذر (2005): العقد والإرادة المنفردة، ط5، مطابع السودان للعملة، الخرطوم.

فيلالي، علي (2002): الإلتزامات، العمل المستحق للتعويض، ج2، ط1، دار موفم للنشر والتوزيع، الجزائر.

القيسي، أعاد حمود (1998): الوجيز في القانون الإداري، ط1، دار وائل لنشر، عمان.

القيسي، عامر قاسم أحمد (2002): الحماية القانونية للمستهلك دراسة في القانون المدني المقارن، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع.

مرقص، سليمان (1988): الوافي في شرح القانون المدني في الالتزامات، ج2، د.ط. دار النهضة العربية، القاهرة.

معلوف، لويس (2005): المنجد في اللغة والاعلام، ط19، المطبعة الكاثوليكية، بيروت.

الملحم، أحمد (1997): الاحتكار والأفعال الاحتكارية دراسة تحليلية مقارنة في القانون الأمريكي والأوروبي والكويتي، ط1، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت.

الوكيل، شمس الدين (1968): مبادئ القانون، ط1، منشأة المعارف، الاسكندرية، مصر.

يونس، علي حسن (1986): العقود التجارية، ط1، دار الفكر العربي للنشر، القاهرة.

Kotler, P. (1997). **Marketing management: Analysis, Planning implementation and control**, prentice- Hall of India, New Delhi.

ثانياً: المقالات والدوريات:

الابديري، اسماعيل صعصاع (2007): فكرة التخصصية في المرافق العامة، مجلة بابل، العدد (14).

بادوا شيبيا مدير البنك المركزي الايطالي، نقلاً عن: عبد الكريم، خالد طه (2010): رؤية اقتصادية في موضوع الخصخصة، مجلة ديالي، عدد (43).

الجزاف، مهدي (1995): الجوانب القانونية للخصخصة، مجلة الحقوق، السنة19، العدد (4).

الجميل، سليمان براك دايع (2005): الرجوع التشريعي عن التعاقد في عقود الاستهلاك، مجلة الحقوق، جامعة النهريين، العدد (48).

حسن، محمد علي صاحب (2013): *حماية المستهلك في عقود خدمات الهاتف النقال في ضوء قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010*، مجلة الجامعة العراقية، عدد(1/33).

الخفاجي، حاكم جبوري (2012): *رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون دراسة حالة في مصرف بابل الأهلي*، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، مجلد 8، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية العدد (25).

الدليل القانوني للبيئة التجارية في فلسطين، جامعة بيرزيت، معهد الحقوق، 2016.

سلامة، رولا نائل وحطاب، رشا (2014): *الماهية القانونية لعقد إدارة الاستثمار في سوق عمان المالي*، مجلة دراسات، علوم الشريعة والقانون، الجامعة الأردنية، العدد (2/41).

عياض، محمد عماد الدين (2013): *نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش*، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد (9)، 2013.

المصطفى، سامر (2013): *دور جمعية حماية المستهلك في خلق الوعي لدى المستهلكين*، مجلد 29، عدد (2).

عامر، عادل (2015): *حماية المستهلك في العقود الدولية* ، دنيا الوطن .

ثالثاً: الرسائل الجامعية:

ارزقي، زوبير (2011): *حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مولود معمري، الجزائر.

بوشارب، ايمان (2012): *حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العربي بن المهدي، الجزائر.

ذنون، ندى محمود (2019): عقود الاشتراك بخدمة الاتصالات دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الموصل، العراق.

أبو سرحان، أحمد شحدة (2006): أثر فوات محل العقد في المعاملات المالية في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، الأردن.

الشديفات، علي محمد كساب (2010): حماية المستهلك من الشروط التعسفية في العقد، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عمان العربية، الأردن.

شعشاعة، حاتم غازي (2004): قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود في فلسطين من وجهة نظر العملاء، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين.

الطيب، أمين محمد (2008): الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أبو بكر، الجزائر.

العجمي، فهد فلاح (2011): الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

عسقلان، فضل (2008): المسؤولية التقصيرية لعدم التمييز، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.

عويضة، هيثم يوسف (2003): الخصخصة في الاقتصاد الفلسطيني دراسة تطبيقية في المؤسسات الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.

محمود، عبد الله ذيب عبد الله (2009): حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.

مكيحل، سمية (2014): دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بسكرة، الجزائر.

الياقوت، جرعود (2002): عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر.

رابعاً: القوانين:

قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية الفلسطيني رقم 3 لسنة 1996 الصادر بمدينة غزة 18-1-1996، المنشور في جريدة الوقائع في العدد (12)، ص7.

قانون الاتصالات اللبناني رقم (431) لسنة 2002، المنشور في الجريدة الرسمية، ملحق العدد (41) تاريخ 2002/7/23، ص3.

قانون الشركات الفلسطيني رقم 12 لسنة 1964 المنشور في الجريدة الرسمية العدد (1782)، بتاريخ 1964/8/16، ص493.

القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة 1976، المنشور في الجريدة الرسمية في العدد (2645) بتاريخ 1-8-1976، ص11.

القانون المدني المصري رقم (131) لسنة 1948، المنشور في جريدة الوقائع الرسمية في العدد (108) مكرر أ بتاريخ 29-7-1948، ص1101.

قانون تنظيم الاتصالات المصري رقم (10) لسنة 2003، المنشور في الجريدة الرسمية بتاريخ 4-2-2003، في العدد رقم (5) مكرر أ، ص1025.

قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005، المنشور في جريدة الوقائع الرسمية في العدد 63 بتاريخ 27-4-2006، ص29.

قانون حماية المستهلك اللبناني رقم 659 لسنة 2005، المنشور في الجريدة الرسمية في العدد (6) بتاريخ 4-2-2005، ص426.

قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006، المنشور في الجريدة الرسمية في العدد (20) لسنة 22-10-2006، ص3.

قانون قانون حماية المستهلك الأردني رقم (7) لسنة 2017، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 5455 تاريخ 2017/4/16، ص2725.

قرار بقانون رقم 15 لسنة 2009 بشأن الهيئة الفلسطينية لتنظيم قطاع الاتصالات الصادر في مدينة رام الله المنشور في جريدة الوقائع الرسمية في العدد 82 بتاريخ 22-8-2009، ص6.

خامسا: مشاريع القوانين:

مشروع القانون المدني الفلسطيني لسنة 2012.

مشروع قانون الامتياز الفلسطيني لسنة 2004.

سادسا: الانظمة والتعليمات:

الخطة الاستراتيجية القطاعية للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والبريد، 2017-2022، متوفرة على الموقع <https://www.mtit.pna.ps>.

قرار وزير البريد والاتصالات الفلسطيني رقم (1) لسنة 1996، بشأن نظام الاتصالات السلكية واللاسلكية، ، والمنشور في الوقائع الفلسطينية العدد(14)، بتاريخ 1996/8/27، ص3.

سابعا: الأدلة والوثائق الرسمية:

دليل المستفيدين، هيئة تنظيم قطاع الاتصالات الاردنية، الربع الأول 2017.

عقد الاشتراك الاسترشادي لخدمات الاتصالات، الصادر عن هيئة تنظيم قطاع الاتصالات
الأردنية، بتاريخ 2008/12/4.

ثامناً: المقابلات:

حسين، سائدة احمد العبد، رئيسة قسم وحدة الشكاوي في رام الله.

الزهري، سليمان، وكيل وزارة الاتصالات في رام الله.

عبد الرحمن، زياد، مديرة دائرة حماية المستهلك فرع قلقلية.

فايق، محمد داود، عضو جمعية حماية المستهلك الفلسطيني فرع قلقلية.

هنية، صلاح، رئيس جمعية حماية المستهلك الفلسطيني في رام الله.

تاسعاً: مواقع الانترنت:

خصخصة المرافق العامة الاقتصادية، مدونة البيت الكويتي، الاقتصاد الإسلامي،

<https://albaitalkuwaiti.wordpress.com/2010/>

دراسة نقدية لمشروع قانون الامتياز الفلسطيني.معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني

(ماس)، 2005، متوفر على الموقع، library.mas.ps.

المرابط، نجيب، عرض حول موضوع مفاهيم أطراف العقد الاستهلاكي.

<https://fptetouan.tk/wp-content/uploads/2014/.../.docx>

منشورات مركز عدالة، <http://www.adaleh.info>.

منظومة القضاء والتشريع في فلسطين المقتفي، <http://muqtafi.birzeit.edu>.

الموقع الرسمي لمحكمة التمييز الأردنية، <http://www.jc.jo/ejthadat>.

الموقع الرسمي لمحكمة أنقض المصرية، <http://www.cc.gov.eg>.

موقع جمعية حماية المستهلك على موقع الانترنت، <http://www.pcp.ps>.

موقع دائرة القضاء الإماراتي أحكام محكمة النقض دائرة القضاء

[.https://www.adjd.gov.ae/AR/Judgments](https://www.adjd.gov.ae/AR/Judgments)

موقع شركة الاتصالات الأردنية اورنج 2018، <https://www.orange.jo>.

موقع شركة الاتصالات الفلسطينية على الانترنت <http://www.paltel.ps>.

موقع شركة الاتصالات الفلسطينية على الانترنت <http://www.pita.ps/ar/content>.

الملحق

الاستبانة

الاخت/ الأخ... عملاء شركة الاتصالات الفلسطينية

تحية طيبة وبعد.....

انا الطالبة فاطمة الزهراء محاميد، طالبة في جامعة النجاح الوطنية، من متطلبات التخرج لدرجة الماجستير هو القيام بدراسة علمية، ولهذا اقوم بهذه الدراسة والتي عنوانها هو "التنظيم القانوني لحماية المستهلك في قطاع خدمات الاتصال الثابت".

لذا اتوجه اليكم راجية الاجابة على اسئلة هذه الاستبانة بعناية ودقة، علماً بأن البيانات المطلوبة هي لغايات البحث العلمي وستعامل بسرية تامة.

شاكرًا لكم حسن تعاونكم.

الجزء الأول: البيانات الشخصية: يرجى التكرم بوضع إشارة (√) في المربع المناسب:

1- الجنس: ذكر أنثى

2- فترة الاشتراك في الخدمة الهاتفية: أقل من سنة (1-4) سنوات أكثر من 4 سنوات

الجزء الثاني:

تمت صياغة الأسئلة التالية لتقيس محاور خدمات الهاتف الثابت في شركة الاتصالات الفلسطينية، الرجاء وضع إشارة (√) في المكان المناسب الذي يعكس الواقع الحالي داخل الشركة.

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	فقرات محور جودة الخدمة
					1 توفر الشركة عدة طرق لتسهيل عملية تسديد الفواتير
					2 تعمل الشركة على توفير خدماتها بأشكال مختلفة تتلاءم مع احتياجات الزبائن
					3 تصدر الشركة فواتيرها وتوزعها بشكل منتظم.
					فقرات محور التسعير
					4 رسوم الاشتراك الشهرية للهاتف مناسبة.
					5 الرسوم التي يقوم المشترك بدفعها تتوافق مع ما هو موجود في العروض التي تقدمها الشركة لجذب للمشاركين
					6 الرسوم التي تتقاضاها الشركة عند توصيل خط الانترنت مناسبة
					فقرات محور الترويج للمنتجات
					7 تقوم الشركة بمهامها المطلوبة في تحقيق الاتصال المطلوب مع الزبائن والتعرف على حاجاتهم المختلفة من خلال استطلاع آرائهم ومعرفة ملاحظاتهم عن الخدمة.
					8 توفر الشركة العديد من الخدمات الالكترونية E-Service من خلال موقعها على شبكة الانترنت بشكل مناسب لتلبية احتياجات الزبائن مثل استخراج الفاتورة والاطلاع على الكشف التفصيلي.
					9 تعرض وتروج الشركة خدماتها ومنتجاتها بشكل واضح من خلال الفواتير الشهرية ومرفقاتها.

**An-Najah National University
Faculty of Graduate Studies**

**Legal regulation of counsumer protection in
the sector of fixed telecommunication services
A Comparative study**

**By
Fatima Azzahra'a Sarih Mahamid**

**Supervisor
Dr. Naeem Salameh**

**This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Degree of Master of Private Law,
Faculty of Graduate Studies, An-Najah National University,
Nablus-Palestine.**

2019

**Legal regulation of consumer protection in
the sector of fixed telecommunication services**

**A Comparative study By
Fatima Azzahra'a Sarih Mahamid
Supervisor
Dr. Naeem Salameh**

Abstract

Consumer protection is one of the most complex and updated issues due to threats and violations consumers face by service providers, as they represent the weaker party in their contractual relationship with the service provider, especially in the light of the inadequacy of general rules and guarantees protecting them that have not kept pace with violations of service providers. This reflects the main motive behind this study, entitled "Legal regulation of consumer protection in the sector of fixed telecommunication services in the Palestinian law in comparison with the Jordanian, Egyptian and Lebanese laws.

This study aimed at addressing the legal regulations in protecting the consumer in the sector of fixed telecommunication services in Palestine in comparison with some Arab regulations in this area, through recognizing the nature of the fixed telecommunication service supply contract, identifying its parties, determining the legal nature of the fixed telecommunication service supply contract, as well as revealing all ambiguities so as to arrive at legal solutions through which the inadequacy of the Palestinian consumer protection law concerning the relationship between fixed telecommunication companies and the consumer, is solved. The study adopted the descriptive analytical method through explaining

and clarifying texts related to the consumer protection and his/her legal protection established in the Palestinian law and then comparing them with what was found in some laws, such as the Jordanian, Egyptian and Lebanese laws.