

الموازنة بين مقتضيات الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية وقواعد المنافسة

Balancing the requirements of universal service for electronic communications with competition rules

رضا بوالجديري^{1*}، جامعة قسنطينة 1 الاخوة منتوري، الجزائر، مخبر العقود وقانون الأعمال.

ridha.bouldjedri@doc.umc.edu.dz

وردة سالمي²، جامعة قسنطينة 1 الاخوة منتوري، الجزائر.

Ouarda.salmi@yahoo.com

تاريخ قبول المقال: 25-11-2024

تاريخ إرسال المقال: 03-08-2024

الملخص: يشكل تحقيق التوازن بين التزام الخدمة الشاملة وقواعد المنافسة تحديًا كبيرًا في قطاع الاتصالات الإلكترونية، فمن ناحية تهدف الخدمة الشاملة إلى مراعاة الجانب الاجتماعي، من خلال حصول جميع المواطنين على خدمات الاتصالات الأساسية بغض النظر عن موقعهم الجغرافي أو وضعهم الاجتماعي والاقتصادي، ومن ناحية أخرى تعزز المنافسة حرية المتعاملين داخل السوق في اختيار الأسواق الربحية والسعي لتوفير التكاليف، مما قد يعيق وصول خدمات الاتصالات للمناطق الريفية والمحرومة، ولغرض التوفيق بين المصلحتين تتدخل مجموعة من الآليات لحماية كليهما بدءًا من الإعلان عن الحاجة للخدمة الشاملة مرورًا بطرق الإنشاء والتمويل إلى غاية التنفيذ الفعلي لها.

الكلمات مفتاحية: الخدمة الشاملة، المنافسة، المتعاملين الاقتصاديين، الأسعار، خدمات الاتصالات.

Abstract: Balancing between universal service obligation and competition rules poses a significant challenge in the Electronic communications sector. On one hand, universal service aims to address societal aspects by ensuring all citizens have access to basic communication services regardless of their geographic location or socio-economic status. On the other hand, competition enhances operators' freedom to choose profitable markets and strive for cost efficiency, potentially hindering communication services' accessibility in rural and underserved areas. To reconcile these interests, various mechanisms intervene, starting from declaring the need for universal service, through establishment and financing methods, to the actual implementation.

Key words: Universal service; Competition; Economic operators; Price; Electronic communication services .

* بوالجديري رضا

مقدمة:

نظرا لتنامي دور الاتصالات الإلكترونية كنشاط اقتصادي لاسيما مع نهاية القرن العشرين، إذ صار مظهرا للتقدم العلمي لأي دولة وأضحى من السهل التواصل بين المجتمعات في مختلف المجالات، فأحيانا تقاس درجة تطور البلد بمدى تطور هذا القطاع وما يمكن أن يقدمه من خدمات، هذه الأخيرة لطالما كان المنظّمون على دراية بجوانبها الاجتماعية، بحيث شاركوا بشكل وثيق في تنظيم مختلف الخدمات تحت ما يسمى "بالمصلحة العامة" وما فتئت أن تبلورت هذه الممارسة حتى استقرت على مفهومها الحالي ألا وهو الخدمة الشاملة.

تم التطرق للخدمة الشاملة للاتصالات لأول مرة من خلال القانون 2000-03 المتعلق بالمواصلات السلكية واللاسلكية كما تمت الإشارة إليها بمصطلح الخدمة العامة من خلال الفقرة 18 من المادة 8 من نفس القانون، ثم أكدت بموجب القانون الحالي 18-04 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية.

وفي ظل التطورات التي يشهدها القطاع بداية من احتكار الدولة له مرورا بالانفتاح ثم تحرير السوق والسماح للخواص بالولوج والاستثمار جنبا إلى جنب مع الشركات الوطنية للاتصالات، وتلا ذلك أيضا إنشاء سلطات ضبط قطاعية كان الهدف منها ضبط القطاعات ذات الأهمية، حيث نجد سلطة ضبط البريد والاتصالات والتي كانت الغاية من إنشائها هو ضبط سوق الاتصالات وحماية الممارسات التنافسية بين المتعاملين الاقتصاديين فيه.

وكما هو معلوم فمن بين اختصاصات سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية تنفيذ برامج الخدمة الشاملة للاتصالات عبر مختلف مراحلها بداية من الإشراف عليها ثم متابعتها إلى غاية التنفيذ الفعلي لها، لكن ما كان يصعب من مأمورية ذلك هو الموازنة بين مقتضيات الخدمة الشاملة بصفتها التزام يخدم المصلحة العامة للجمهور "العملاء"، والمنافسة ومقتضياتها التي لطالما كانت تخدم مصالح المتعاملين الاقتصاديين "شركات الاتصالات" بغية تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح وتجنب الخسائر، بين هذا وذاك تتمحور إشكالية دراستنا حول كيفية التوفيق بين التزام الخدمة الشاملة وقواعد حرية المنافسة في سوق الاتصالات الإلكترونية؟

وللإجابة عن الإشكالية أعلاه ارتأينا تقسيم الموضوع إلى مبحثين:

المبحث الأول: الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية ومبدأ المنافسة

المبحث الثاني: محاولة دمج الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية مع مراعاة قواعد المنافسة

المبحث الأول: الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية ومبدأ المنافسة

الخدمة الشاملة ومبدأ المنافسة مصطلحين لهما الأثر البالغ في قطاع الاتصالات الإلكترونية وذلك من خلال الممارسات التي تتبعهما ومختلف العلاقات التي تربطهما نظرا لنقاط التلاقي والاختلاف وخصائص كل منهما.

المطلب الأول: مفهوم الخدمة الشاملة

سنحاول تعريف الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية وتبيان خصائصها، ثم التطرق لنشأتها التاريخية:

الفرع الأول: تعريف الخدمة الشاملة:

تُعرف الخدمة الشاملة بالقدرة على تمكين الوصول إلى خدمات الاتصالات الإلكترونية، بما في ذلك خدمات الهاتف والإنترنت، لجميع المنازل ضمن البلد، بما فيها المنازل المتواجدة في المناطق النائية والريفية والتي تكون تكلفة الخدمات فيها باهظة.¹

أولا: خصائص الخدمة الشاملة²:

تشتمل الخدمة الشاملة على مجموعة من الخصائص:

- **التوفر:** يجب أن تكون خدمات الاتصالات الأساسية متاحة للجميع، يشمل ذلك سكان المناطق النائية أو الفقيرة والمهمشة.
- **الجودة:** يجب أن تكون خدمات الاتصالات المقدمة ذات جودة عالية تلبي الاحتياجات الأساسية للمستخدمين.
- **التوصيل:** وجوب توفر خاصية الربط بين أنظمة الاتصالات المختلفة بغية توفير أفضل تجربة أداء للخدمة الشاملة.
- **الأسعار:** يجب أن يكون السعر معقولا بما يتناسب مع دخل مختلف السكان، خاصة تلك الفئة غير القادرة على تحمل تكاليف الخدمة.

¹ - VI. Servicio Universal, p 1 véase : <https://transition.fcc.gov/ib/initiative/files/cg/spanish/9.pdf>

² - Milton Mueller, Universal Service: Competition, Interconnection and Monopoly in the Making of the American Telephone System, (2013). Books. 18.

- **التطوير:** ضرورة التعاون بين مختلف الجهات الفاعلة (الحكومات والمؤسسات) المختلفة بغية تطوير أفضل تجربة لتوفير الخدمة الشاملة.
- **الحصول على التمويل:** وجوب استثمار مختلف الجهات المقدمة للخدمات الأساسية للاتصالات في تحسين الاستغلال بشكل مستمر مواكباً بذلك أحسن التقنيات، تكون هذه الاستثمارات عادة ذات دعم مشترك.

الفرع الثاني: أصل الخدمة الشاملة

ترجع جذور الخدمة الشاملة إلى الولايات المتحدة الأمريكية، أين استعمل هذا المصطلح للمرة الأولى من طرف "Théodore VALI" مدير مؤسسة تيليغراف والاتصال الأمريكية (TSA)، يهدف من خلالها إلى تبرير الاحتكار لسوق الاتصالات، حيث حدد في تقرير له عام 1909 على أن الخدمة الشاملة قادرة على ضمان الاتصال لجميع المراسلين وفي كل زمان، عبر توحيد شبكات المتعاملين المتنافسين في نظام احتكاري تتولى هي كمتعامل تاريخي تسييره، لهذا السبب احتفظت المؤسسة باحتكارها لمدة طويلة أين كانت توفر نسبة عالية من الخدمة وبتعريفه متدنية، ولم يتلاشى هذا الارتباط بين الخدمة الشاملة والاحتكار إلا بعد أن أصبح هذا المفهوم بحد ذاته سبباً لتفكيك المؤسسة، وأصبح له في التشريع الأمريكي بعد اجتماعي و سياسي في إطار تحقيق المصلحة العامة.¹

أما في أوروبا فقد استعمل مصطلح الخدمة الشاملة لأول مرة منذ سنة 1987 في الكتاب الأخضر المتعلق بتحرير قطاع الاتصالات، حيث ألزمت من خلاله الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي على توفير خدمة شاملة تمكن كل المواطنين الاستفادة من الدخول إلى قطاع الاتصالات، بعدها عرفت الخدمة الشاملة تطوراً تدريجياً حتى تم تعريفها سنة 1994، من خلال قرار مجلس الوزراء للمجموعة الأوروبية الصادر في تاريخ 16 فيفري 1994، وفي سنة 2009 جاءت تعليمية اللجنة الأوروبية التي حدّدت من خلالها مضمون الخدمة الشاملة والتي تم تعديلها بتعليمية جديدة صدرت في 2011، والتي أقيمت من خلالها اللجنة الأوروبية خدمات الهاتف النقال من مضمون الخدمة الشاملة، وأكدت في هذه

¹- مخلوف باهية، الخدمة الشاملة للمواصلات السلكية ولاسلكية في الجزائر، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 15، العدد 01- 2017، ص404.

التعليمية بأن السوق هي التي تضمن للمستهلكين خدمات هاتف نقال ذات نوعية عالية وبأسعار معقولة ومقبولة وتضمن لهم الدخول العادل إليها.¹

المطلب الثاني: المنافسة في الاتصالات الإلكترونية كمبدأ عام

تجدر الإشارة في البداية إلى أن المشرع الجزائري لم يتطرق لتعريف المنافسة بل اكتفى بالتحدث عن الهدف منها ونطاق تطبيقها، وذلك من خلال المادة الأولى والثانية من قانون المنافسة 03/03 المعدل والمتمم،

الفرع الأول: تعريف المنافسة

أولاً: لغة

المنافسة في اللغة من مصدر التنافس وأنفس الشيء أنفاساً نفس، وتنافس القوم في شيء: رغبوا فيه، ونافس في الشيء منافاة ونفاسا: إذا رغب فيه على وجه المباراة في الكرم، وهو عند العلماء: المسابقة إلى الشيء وكراهة أخذ غيرك إياه.²

ثانياً: اصطلاحاً

إذا نظرنا إلى المنافسة رأسياً، أي كنمط لتنظيم المجتمع، يمكننا القول بأنها عملية المواجهة confrontation بين رغبات وتوجهات أطراف ثلاث: المتعاملون الاقتصاديون من ناحية في سعيهم لتحقيق أكبر ربح ممكن، ومن ناحية ثانية العمال وسعيهم للحصول على أعلى أجر ممكن، وأخيراً المستهلكون ورغبتهم المستمرة في إشباع حاجاتهم المادية أو الخدماتية بأقل تكلفة. وبالإمكان اختزال ذلك كله، في قول: أنها تمثل أفضل علاقة ممكنة بين كل من الجودة والسعر.³

وتتجلى أهمية المنافسة في عنصرين أساسيين هما:⁴

1/ **فوائد داخلية:** وهي التي لها أفضلية وأسبقية في المؤسسة عند الحكم في تكاليف الصنع، الإدارة أو تسيير المنتج الذي يعطي قيمة لدى المنتج، هذه الأخيرة بدورها تمنح سعر تكلفة أقل من المنافسين، وينتج عن أهمية ذلك إنتاجية ومردودية أكبر كما تعطي المؤسسة قدرة جيدة لمقاومة انخفاض

1- مخلوف باهية، المرجع نفسه، ص 404.

2- سعيد أوحبيب، القاموس الفقهي، دار الفكر، دمشق، ط 2، 1988، ج 1، ص 356.

3- محمد تيروسي، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هوم، الجزائر، الطبعة الثانية، 2015، ص 33.

4- سليم سعداوي، المنافسة في سوق الهاتف النقال " موبيليس نموذجاً"، دار الحديث الكتاب، الجزائر، 2008، ص ص 64-65.

أسعار البيع المطروحة من طرف السوق أو المنافسة، والاستراتيجية التي تبنى على أساس الفوائد الداخلية للسيطرة على التكاليف هي سبب المعرفة التنظيمية والتكنولوجية للمؤسسة.

2/ فوائد خارجية: يمكن القول أن للمنافسة فوائد خارجية عندما تعتمد على نوعية مميزة لمنتج ذو قيمة عند الزبون إما بتقليل تكلفة الاستعمال أو برفع جودة الاستعمال، تعطي هذه الفوائد للمؤسسة حيز في السوق، يسمح لها بمقارنة أسعار البيع الحدية المقبولة من طرف السوق بالنسبة لمنافسها، وفي نفس الوقت تقبل سعر بيع أكبر مقارنة مع المنافسين الذين يمتلكون نفس الجودة أو النوعية المميزة. الاستراتيجية التي تبنى على أساس فائدة تنافسية خارجية تعتبر تمييزية وهي سبب المعرفة والمهارة التسويقية للمؤسسة.

الفرع الثاني: أنواع المنافسة

تأخذ المنافسة عدة أشكال وأنماط مختلفة وهذا حسب نوع السوق وبنيتها وكذا السلع والخدمات نذكر منها:

أولاً: المنافسة الكاملة

الشرط الأساسي لتوفير هذا النوع من المنافسة هو وجود عدد كبير من الوحدات الإنتاجية وهذا العدد يجب أن يبلغ من الكبر درجة يصير معها الإنتاج الذي تعرضه أي وحدة إنتاجية بمفردها كمية ضئيلة بالنسبة للإنتاج الكلي لجميع الوحدات المكونة للصناعة بأكملها ، فبذلك إذا توقفت إحدى المنشآت عن الإنتاج تماماً ، أو إذا قررت مضاعفة إنتاجها فهذا التصرف لن يؤثر على حالة العرض الكلي للصناعة ، ومن ثمة فالوحدة الإنتاجية بتصرفاتها الخاصة لا تستطيع التأثير عن الأسعار السائدة في السوق ويتحدد سعر السوق عن طريق تفاعل قوي بين العرض والطلب وهذا السعر تقبله الوحدات الإنتاجية على أنه أمر مسلم به ولا تستطيع تغييره.¹

ثانياً: المنافسة الاحتكارية

بالنظر إلى تسمية هذه الأخيرة نجد أنها تشتمل على صفات تنافسية واحتكارية في نفس الوقت وهذا النوع من المنافسة قد يكون أكثر واقعية من حالة المنافسة الكاملة، حيث يتميز بوجود عدد كبير من منتجي سلعة معينة ولكن إنتاج كل منهم ينفرد بمميزاته عن إنتاج الآخر ، ومهما كبر هذا العدد فلا يزال هناك اختلاف واضح عن المنافسة الكاملة التي تشترط التماثل التام في الوحدات التي تنتجها الصناعة، وأوجه الاختلاف بين السلع التي ينتجها المتعاملون تنحصر عادة في عدم تشابه السلع من حيث

¹ - عفاف عبد الجبار سعيد، مجيد علي حسين، مقدمة في التحليل الاقتصادي الجزئي، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، ط 2،

الشكل... إلخ ، ومع ذلك تعتبر السلع بدائل جيدة لبعضها كاللون، التعبئة ، التغليف والنوعية. أي أنها تؤدي نفس الوظيفة.¹

ثالثاً: منافسة القلة

إذا كان المنتج يعلم أن الأسعار التي يحددها غيره قد تؤثر هي الأخرى على حجم مبيعاته، فهو إذا لا بد وأن يأخذ تصرفات الآخرين في الاعتبار عند تحديد سعره وحجم مبيعاته فإذا كان هناك عدد محدود من المنتجين لسلعة معينة تعتبر بدائل قريبة جداً من بعضها البعض وفي هذه الحالة يكون إجمالي الإنتاج الخاص بوحدة إنتاجية واحدة الكمية لا يمكن إهمالها بالنسبة للإنتاج الكلي للصناعة ومن ثمة فكل منتج يستطيع تحديد سعر خاص به.²

الفرع الثاني: تفعيل مبدأ المنافسة في قطاع الاتصالات الإلكترونية

تجدر الإشارة إلى أن قطاع الاتصالات الإلكترونية بالجزائر يحكمه مبدأ أساسي وهو مبدأ "المنافسة المشروعة" الذي تم النص عليه من خلال المادة 4 من القانون 04-18 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية.³

انطلاقاً من النسب المئوية الصادرة عن سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية ضمن تقاريرها السنوية حول تقييم خدمات سوق الإنترنت، هذه الأخيرة تعتبر مجال خصب لنشوء ممارسات منافية للمنافسة والتي سنقف على البعض منها على سبيل المثال.

أولاً: التعسف في وضعية الهيمنة في سوق الاتصالات الإلكترونية

عند القراءة المتأنية لنص المادة 7 من القانون 03/03 المتعلق بالمنافسة، واستناداً للتقرير السنوي لسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية لسنة 2022⁴، الذي تناول توزيع حصص السوق (الجيل الثاني GSM، والجيل الثالث والرابع) لمتعاملي الهاتف النقال، نجد أن المتعامل اتصالات الجزائر

¹ - عمر صخري، مبادئ الاقتصاد الوحدوي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 1، الجزائر، 2001، ص 112.

² - محمد عبد العالي جاسم الشيباني، عادل الوزاني، سوق المنافسة الاحتكارية واحتكار القلة ومدى إمكانية تطبيقها على المنشآت الفندقية (دراسة نظرية)، مجلة بحوث العلوم الإنسانية، جامعة كربلاء، 2021، ص 242.

<file:///C:/Users/HP%20ProBook/Documents/iran.pdf>

³ - قانون رقم 04-18 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية، ج ر عدد 27.

⁴ - ارجع: <https://www.arpce.dz/ar/file/i4b1y5>.

للهاتف النقال يمثلك 43,04 % من حصة السوق يليه على التوالي المتعاملين اوبتيكوم تيليكوم الجزائر ب 96,30 % والوطنية للاتصالات الجزائر ب 26 %.

الملاحظ من خلال توزيع نسب حصص السوق أن متعامل الهاتف النقال اتصالات الجزائر يحوز على النسبة الأكبر من السوق، الأمر الذي يدفعنا للتساؤل حول ما إذا كانت تلك النسبة تشكل وضعية هيمنة على السوق علما أن التعسف في وضعية الهيمنة في السوق يعد أمرا مشروعاً ما لم يصحب تلك الوضعية تعسف من شأنه تعطيل مصالح المتنافسين داخل السوق.

وبالرجوع لأحكام قانون المنافسة وعلى ضوء المادة 7 والذي جاء فيما معناها " حظر جميع الممارسات التي تتم عن تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق، أو وضعية احتكارية لها أو حتى جزء منها بغرض الحد من الوصول إلى السوق أو ممارسة الأنشطة التجارية فيها، مراقبة أو تقليص القدرة الإنتاجية أو منافذ التسويق أو الاستثمارات، اقتسام السوق أو مكامن التموين، ضف إلى ذلك عرقلة تحديد السعر حسب منطق السوق من خلال الدعم المصطنع لرفع الأسعار وخفضها...الخ".¹

انطلاقاً من نص المادة أعلاه فإن قانون المنافسة يحظر كل ممارسة تعسف ناتجة عن وضعية هيمنة على السوق، هذه الأخيرة تثير تساؤل حول المعنى الدقيق للسوق المعنية؟ فقد عرّف مجلس المنافسة الفرنسي السوق في منظور قانون المنافسة بالمكان الذي يجتمع فيه العرض والطلب حول منتج أو خدمة معينة، أما السوق من الناحية الجغرافية فهي الحيز الإقليمي التي تعرض من خلاله الشركات سلعها وخدماتها أين تكون شروط المنافسة متكافئة ومتجانسة.² بيد أن المراد من السوق هنا من خلال نص المادة 07 هو السوق الداخلية وبالتالي فإن الممارسات التعسفية موضوع الحظر تتم على مستواها.

ثانياً: الاتفاقيات المقيدة للمنافسة

تناول المشرع الجزائري الاتفاقيات المنافية للمنافسة من خلال نص المادة 06 من قانون المنافسة بقوله " تمنع الأعمال والممارسات المدبرة والاتفاقيات والاتفاقيات الضمنية أو الصريحة عندما تكون تهدف أو في حالة الاحتمال إلى عرقلة حرية المنافسة أو الاخلال بها أو الحد منها في السوق نفسها أو جزء منها...الخ".

ويقصد بالاتفاقيات المقيدة للمنافسة " كل تنسيق فعلي بين المؤسسات أو أي اتفاق أو عقد صريح أو ضمني، أيا كان الشكل المتخذ لهذا الاتفاق إذا كان المحل أو الأثر المترتب عنه من شأنه أن

¹ - امر رقم 03/03 مؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 43.

² - Conseil de la concurrence français (Rapport annuel 2000) : www.autoritedelaconcurrence.fr.

يمنع أو يقيد أو يحرف الغاية من المنافسة¹. يمكن أن تشمل هذه الاتفاقات متعاملين اقتصاديين متواجدين في نفس الوضعية الإنتاجية "اتفاقيات افقية" أو على مستويات مختلفة "اتفاقيات عمودية" وكمثال حول الاتفاقيات المقيدة للمنافسة في قطاع الاتصالات نجد ما يسمى بالتنافس السلبي بين المتعاملين في السوق، لاسيما في مجال فرض تسعيرة الخدمات، بحيث يتم الاتفاق على فرض تسعيرة معينة تجاه مستهلك الخدمة، عوض التركيز على كفاءة التشغيل الخاص بكل شركة واحتساب سعر الخدمة على أساس ذلك.² وهذا ما يعود بالسلب على جودة الخدمات وقتل روح الابتكار داخل القطاع.

المبحث الثاني: محاولة دمج الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية مع مراعاة قواعد المنافسة

تعد التزامات الخدمة الشاملة حجر الزاوية في قطاع الاتصالات في العديد من البلدان، بحيث تهدف إلى ضمان وصول جميع المواطنين إلى خدمات الاتصالات الأساسية بأسعار معقولة. ومع ذلك، فإن العلاقة بين التزام الخدمة الشاملة والمنافسة داخل القطاع معقدة. في حين أن الهدف الأساسي منها ليس تحفيز المنافسة فحسب، بل يمكن أن يكون لها بعض الآثار غير المباشرة على ديناميكيات السوق. هذا ما سنحاول التعمق فيه من خلال تبيان الآثار غير المباشرة، وتحليل كل من فوائدها وقيوبدها المحتملة.

المطلب الأول: الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية والمنافسة وتأثير

تتأثر الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية في وجود المنافسة من عدمها، والأمر كذلك بالنسبة للمنافسة فكلما يؤثر في الآخر ويتأثر وهذا ما سنشرح في تبيانته:

الفرع الأول: سياسة الخدمة الشاملة تضر بالكفاءة والمنافسة

تتبنى القوانين فكرة المنافسة لضمان توفير خدمات الاتصالات للمستهلكين. وبينما ينص القانون على أن الهدف النهائي هو السماح لقوى السوق بتحديد سياسة السوق، فإن القوانين تطلب أيضاً من السلطة التنظيمية وضع برنامج واضحة للخدمة الشاملة من أجل الحفاظ على قدر معين من الممارسات المتعلقة أساساً بالأسعار تجاه المستهلكين وتكاليف الإنتاج بالنسبة للمتعاملين في السوق³.

¹- محمد تيورسي، مرجع سابق، ص 220

²- غازي الجبور، التنافس بين شركات الاتصالات تنافس سلبي ويجب وقف حرب الأسعار بينهم، مقال منشور في جريدة

الانباط، الأردن، 2018، راجع: <https://alanbatnews.net/article/190165>

³ - Gregory L. Rosston, Bradley S. Wimmer, The ABC's of Universal Service: Arbitrage, Big Bucks, and Competition, Hastings Law Journal, Volume 50 - Issue 6, 1999, p1587.

أولاً: الخدمة الشاملة وحرية الأسعار

الخدمة الشاملة وحرية الأسعار كامتداد لسياسة المنافسة هما مفهومان مهمان في التنظيم الاقتصادي لسوق الاتصالات، كما يمثلان جانبين مختلفين في تقديم الخدمات.

ثانياً: مبدأ حرية الأسعار

يرتبط مبدأ حرية الأسعار ارتباطاً وثيقاً بمبدأ المنافسة الحرة، فلا يمكن الحديث عن أحدهما دون التطرق للآخر فهما مبدآن متلازمان، تم اشتقاقهما من مبدأ حرية التجارة والصناعة؛ إذ لا يمكن قيام اقتصاد حر في ظل نظام أسعار منظمة.

ويقصد بحرية الأسعار، امتناع الدولة عن التدخل في تحديد أسعار الخدمات والسلع إدارياً، وترك الأسعار تخضع لمنطق السوق طبقاً لقانون العرض والطلب.

وعلى صعيد "سوق الاتصالات" نجد أن الأسعار تعتبر أحد المكونات الأساسية التي تحدد الصراع التنافسي فيها، باعتبار المنافسة بالأسعار أحد أهم ركائز العملية التنافسية، من خلال دفع متعاملي الاتصالات إلى الاستغلال الأمثل للموارد المسخرة بأقل تكلفة ممكنة¹.

الفرع الثاني: تصادم فكرة حرية الأسعار مع غايات الخدمة الشاملة

في عالم التكنولوجيا المتغيرة بسرعة، قد تكون هناك حوافز للمتعاملين الاقتصاديين المكلفين بتوسعة حزم الخدمة، كما يتضح ذلك من مصادر تمويل الخدمة الشاملة، ومع ذلك اكتشف أن تعريف الخدمة الشاملة الواسع النطاق قد يعوض الهدف الأساسي منها، وهو الحفاظ على توفير الخدمة دون عرقلة المنافسة الفعالة، وهذا ما اعترفت به اللجنة الفدرالية الأمريكية للاتصالات بأن تعريف الخدمة الشاملة يجب أن يتماشى مع التطورات المستقبلية للقطاع².

أولاً: خضوع متعاملي الاتصالات لمنطق السوق في فرض التسعيرة

غالباً ما "تطالب شركات الاتصالات" بتقديم أسعار بيع تختلف بشكل كبير عن تكاليفها الأساسية. وكمثال على هذه الممارسة هو الاشتراط في تقديم أسعار بيع موحدة جغرافياً، على الرغم من اختلاف تكلفة توفير الشبكة في مناطق مختلفة، حيث تؤدي هذه التداخلات التبادلية إلى صعوبات في الدخول الحر، وعادة ما يكون هناك "زيادة مفرطة" في الولوج للقطاعات المربحة بشكل مصطنع و"نقص

¹ - إلهام بوحلايس، الحماية القانونية للسوق في ظل قواعد المنافسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون أعمال، جامعة قسنطينة 1 الإخوة منتوري، 2017، ص 43.

² - E GASMI , A. GRIMAUD and J. J. LAFFONT, UNIVERSAL SERVICE : AN ECONOMIC PERSPECTIVE, Annals of Public and Cooperative Economics 72 : 1 2001, p10.

فاضح" في الأسواق الخاسرة. بالإضافة إلى ذلك هناك مشكلة في التمويل، إذا أدى الدخول إلى القضاء على الفوائد من الأسواق المربحة التي كانت موجودة، فقد تصبح الشركة القائمة غير قادرة على مواصلة تمويل عملياتها الخاسرة. نتيجةً لهذه المشاكل عادةً ما يُشعر بأن المنافسة ومتطلبات الخدمة الشاملة لا يمكن أن تتوافقا بشكل جيد¹.

ثانياً: الخدمة الشاملة كقيد لسياسة التسعير

بغض النظر عن تعريفها الدقيق، يُمكن اعتبار التزام الخدمة الشاملة كأداة تقيّد سياسة التسعير التي يتبعها المتعاملون، ثم أن القيد الشامل أي الالتزام بتغطية السوق بأكمله، حيث يكون ملزماً فقط بسبب القيود المفروضة في نفس الوقت على سياسة التسعير، لكن في الواقع إذا كان لدى المتعامل حرية كاملة في تحديد التسعير، فإنه سينتهك حتماً مبدأ الخدمة الشاملة، لأن المتعامل يريد أن يعكس تكلفة خدمة مجموعات المستهلكين المختلفة في تسعيره، وبالتالي عدم وجود طلب على بعض مجموعات المستهلكين ذوي التكلفة العالية. وهذا لا يصح في حالة تقييد الأسعار بحيث تكون معقولة وموحدة بين مختلف المستهلكين. ومن المرجح أن تكون الأسعار أدنى من التكلفة لبعض المستهلكين في المناطق ذات التكلفة العالية، وبالتالي تشكّل الخدمة الشاملة قيداً ملزماً على عاتق المتعامل².

أيضاً من الضروري تحديد متطلبات الأسعار المعقولة بشكل أكثر دقة، ولكن تحويل هذا المبدأ إلى تدابير يتطلب جهداً كبيراً. إذ يمكن الاعتماد على التجربة الفعلية للطلب على الخدمة ومعدلات التغطية، للاستدلال على بعض المعلومات حول التكلفة المعقولة، ولكن من الواضح أن مثل هذه المعلومات لا تتناسب مع الواقع، في حين أن انخفاض معدل التغطية في منطقة معينة قد يشير إلى عدم توفر أسعار في المتناول، وبالتالي معدل التغطية الثابت أو حتى المتزايد لا يعني بالضرورة أنها معقولة³.

ثالثاً: انتقاء توزيع الخدمات نحو توازن فعال لفرض التسعيرة

على مدى فترة طويلة، قام متعاملو الاتصالات أصحاب الرخص بتنفيذ برامج دعم واسعة النطاق للمناطق الريفية النائية، ولأسواق المنازل أو الخدمات المحددة مثل أجهزة الاتصال العامة. حيث لوحظ أنّ هناك مبالغة من طرف المتعاملين في النطاق المتعلق بالتدخلات المتبادلة، ولكن يبدو جلياً أن ظهور

¹ - Sarat Kumar Jena, Price and service co-opetition under uncertain demand and condition of used items in a remanufacturing system, International Journal of Production Economics 173, 2015, p15.

² - E GASMI , A. GRIMAUD and J. J. LAFFONT, UNIVERSAL SERVICE, op cit, P 11.

³ - في حين يمكن اضافة رقابة على الطلب لتقييم القدرة على تحمل التكاليف، بغية تقييم التكاليف التي يفرضها شراء الخدمة على المستهلك، ترى لجنة الاتصالات الفيدرالية الأمريكية أنه من المناسب فحص دخل الفرد وتكلفة المعيشة في منطقة محل الخدمة. انظر: [fund-america-connect-areas-cost-high-service-https://www.fcc.gov/general/universal](https://www.fcc.gov/general/universal-fund-america-connect-areas-cost-high-service)

المنافسة في هذا القطاع قد غيّرت بشكل كبير الشروط المتعلقة بعمليات الخدمة الشاملة. عموماً يستهدف المنافسون الجدد في السوق الفئات الأكثر ربحية، مع تجنب الفئات التي تكلف الخسائر¹. وذلك في الأسواق التي تتميز بتنوع المستهلكين فيما يتعلق بتكاليف تقديم الخدمة الموجهة لهم، الأمر الذي قد يحدث ما يسمى بـ "القشط الكريمي"². وبالتالي، يوجد لدى المتعاملين الحاليين حوافز قوية لإعادة توازن الأسعار من خلال خفضها على الفئات ذات التكلفة المنخفضة ورفعها في المناطق ذات التكاليف العالية.

الفرع الثالث: الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية والمنافسة (نقاط التلاقى)

تتلاقى الخدمة الشاملة للاتصالات في بعض النقاط الإيجابية مع المنافسة حيث نجد:

أولاً: المنافسة تدعم الخدمة الشاملة

رغم الفرص الهائلة التي فتحتها التكنولوجيا الجديدة والأسواق التنافسية وعولمة إنتاج السلع والتجارة، إلا أن حكومات العديد من الاقتصادات الناشئة كانت مترددة في إدخال المنافسة بشكل كلي على أسواق الاتصالات الخاصة بها. بيد أن الخدمات تقتصر في الغالب على الخدمة الصوتية الأساسية التي يقدمها المتعامل المسيطر، كما أن خدمات الإنترنت لا تزال خارج متناول معظم السكان. وبنشأ التردد في فتح الأسواق الاحتكارية أمام المنافسة من مخاوف بشأن ما يعنيه ذلك بالنسبة للخدمة الشاملة وفرص العمل وقدرة المتعاملين الوطنيين الحاليين على الاستمرار. ويؤكد هذا البيان بأن هذه المخاوف غير مبررة. فوصول تكنولوجيات وخدمات جديدة يعني أن القضية الحقيقية بالنسبة للحكومة لا تتعلق بما إذا كان ينبغي تحرير الأسواق الاحتكارية أم لا، بل متى وكيف³.

ومن الناحية العملية، هناك القليل من المؤشرات على أن المنافسة تعرض الخدمة الشاملة للخطر. فمعظم التجارب تشير إلى زيادة في انتشار الشبكة وتوافر الخدمة مع المنافسة.

¹ - يشار لمتوسط إيرادات العميل الواحد بـ (ARPU).

عادة ما يُعبّر عن الـ ARPU بالسعر الشهري الذي يدفعه العميل مقابل الخدمة. وعادة ما تكون هناك أنواع من العملاء مثل العملاء التجاريين والسكانيين، والذين سيشترون خدمات بأسعار مختلفة. وتزداد ضغوطات انخفاض الـ ARPU كلما زاد المنافسون في مجال الاتصالات اللاسلكية الثابتة والألياف البصرية من منافستهم، واشترى العملاء عدداً أقل من الخدمات من مزودي الاتصالات، واعتمدوا أكثر على خدمات البث. انظر:

Tom Coffey, Telecom Network Valuations – How to Value a Modern Telecommunications Company, 2024, see <https://www.linkedin.com/pulse/telecom-network-valuations-how-value-modern-tel>

² - في علم الاقتصاد، يشير مصطلح "القشط الكريمي" "Cream skimming" إلى ممارسة تجارية تستهدف فيها الشركة العملاء

الأكثر ربحية أو منخفضي التكلفة فقط داخل شريحة من السوق، بينما تهمل العملاء الأقل ربحية في خدمتهم. انظر:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/padm.12900>

³ - Ben A. Petrazzini, Competition in Telecoms—Implications for Universal Service and Employment, The World Bank Group, p 1, 1996.

ثانياً: المنافسة تعزز أداء العمالة المتعلقة بالخدمة الشاملة

هناك اعتقاد سائد على نطاق واسع بأن المنافسة تؤدي إلى تخفيضات كبيرة في العمالة، لكن الأدلة تشير إلى أن الأمر ليس كذلك في البلدان النامية. حيث يبين تحليل مقارن لستة وعشرين بلداً في آسيا وأمريكا اللاتينية أنه خلال الفترة 1990-1994 ازدادت العمالة في الأسواق التي تتفاوت فيها درجات المنافسة بنسبة 20.73 %، بينما نمت نسبة العمالة في الأسواق التي تشهد احتكارات بمعدل 3.13 % فقط. كما يبين تحليل آخر أكثر تفصيلاً للعينة أنه بينما نمت نسب العمالة في جميع الأسواق التنافسية، كان أداء الأسواق الاحتكارية متفاوتاً: ففي المتعاملين العموميين التاريخيين، نمت العمالة بنسبة 5.6 %، بينما انخفضت في الأسواق الاحتكارية التي تشهد حوصصة بنسبة 9 % . ولكن في أوساط المتعاملين العموميين، ارتفعت العمالة في 40 % فقط من المتعاملين، وانخفضت في 60 % منها.¹

ويتضح أن تحديث الشبكة لم يمثل سوى 29 % من جميع الاستثمارات في مجال الاتصالات في البلدان النامية في منتصف التسعينات، في حين أن تركيب خطوط جديدة وهي مهمة تعزز "قرص العمل" استأثرت بحوالي 71 % . وفي البلدان النامية، حيث كانت كثافة الاتصالات منخفضة إلى 5.2 % في عام 1994، فإن توسيع الشبكة يخلق طلباً على العمالة يفوق الاتجاهات نحو تخفيض القوى العاملة التي ولّدها تحديث الشبكة في البلدان الصناعية، حيث كانت كثافة الاتصالات بمعدل 52.3 %.²

ثالثاً: المنافسة تخلق أسواق جديدة (زيادة الطلب على السوق وتمكين دخول متعاملين جدد)

يخلق التزام الخدمة الشاملة طلباً أساسياً على خدمات الاتصالات في المناطق التي تعاني من نقص في الخدمات. وفي السياق ذاته، تعتبر هذه المناطق غير مربحة وذات عوائد منخفضة على المتعاملين من القطاع الخاص بسبب انخفاض الكثافة السكانية أو محدودية البنى التحتية. ومع ذلك، فإن التزام الخدمة الشاملة يحدد الحد الأدنى من الخدمة التي يجب توفيرها، مما يضمن بشكل أساسي مستوى معين من قاعدة العملاء. هذا الطلب المضمن من شأنه إغراء المتعاملين الجدد، لا سيما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الإقليمية في إطار ما يسمى "المناولة"، لدخول السوق. بحيث يرى هؤلاء الوافدون الجدد فرصة لتأسيس قاعدة عملاء وربما يقلّلون من أسعارهم على المتعاملين الأصليين بسبب انخفاض التكاليف التشغيلية في هذه المناطق.³

¹ - ITU (International Telecommunications Union). 1995. World Telecommunications Development Report: Information Infrastructures. Geneva.

² - ITU (International Telecommunications Union) op. cit.

³ - Akerlof's concept of "adverse selection" (Akerlof, G. A., "The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism," Quarterly Journal of Economics, (1978), 89(3), p 590.

رابعاً: زيادة كفاءة المتعاملين القائمين وإمكانية خفض الأسعار

يمكن أن يشجع التزام الخدمة الشاملة على مشاركة البنية التحتية (الربط البيني، التمرکز المشترك¹) بين المتعاملين الحاليين. فعندما تتقاسم الشركات الموارد، مثل أبراج الهواتف الخلوية وكابلات الألياف الضوئية، بحيث يمكن بذلك تقليل تكاليف الإنشاء الأولية بشكل كبير. وهذا ما يمكنهم من تركيز مواردهم على الابتكار والتوسع في مجالات أخرى من أعمالهم. وبالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تؤدي مشاركة البنية التحتية إلى أداء تشغيلي أعلى للمتعاملين المسيطرين. ويؤدي تقليل ازدواجية الجهود إلى انخفاض التكاليف الإجمالية، مما قد يمكنهم من خفض أسعار الخدمات وجعلهم أكثر قدرة على المنافسة في السوق بشكل عام، وليس فقط في المناطق التي يستهدفها التزام الخدمة الشاملة².

خامساً: تعزيز ديناميكية السوق على المدى الطويل

إن تمكين الوافدين الجدد الذين يجتذبهم متعاملو الاتصالات من بناء قاعدة عملاء في المناطق التي تعاني من نقص في الخدمات. وبمرور الوقت، قد يوسعون عروض خدماتهم إلى ما هو أبعد من خدمات الاتصالات الأساسية، مما يستدعي توفير خدمات الوصول إلى الإنترنت أو التلفزيون أو غيرها من الخدمات ذات القيمة المضافة. هذا التوسع يسمح لهم بالتنافس بشكل مباشر أكثر مع الجهات الفاعلة الراسخة في السوق الموسعة، مما يوفر للمستهلكين المزيد من الخيارات هذا ما قد يفضي إلى انخفاض الأسعار. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يؤدي وجود شركات جديدة إلى الضغط على المتعاملين المسيطرين للتطوير وتحسين خدماتهم للحفاظ على قدرتهم التنافسية. وهذا ما يعزز بيئة سوق أكثر ديناميكية تعود بالنفع على جميع المستهلكين على المدى البعيد³.

المطلب الثاني: المنافسة في اختيار المتعامل المكلف بأداء الخدمة الشاملة للاتصالات**الإلكترونية وطرق التمويل**

يخضع المتعامل المكلف بأداء الخدمة الشاملة للاتصالات إلى مجموعة من الآليات من أجل تمكينه من القيام بها والتي نذكر منها على النحو التالي:

¹ - يظهر التمرکز المشترك في شكل خدمات يكافئ عليها مقدمة من طرف متعامل لشبكة الاتصالات المتاحة للجمهور، تتمثل في إتاحة منشآت قاعدية تحت تصرف متعامل آخر لشبكة اتصالات مخصصة للجمهور أو متعاملين آخرين حاصلين على ترخيص عام.

راجع: المادة 10 مطة 10 من القانون 04-18، مرجع سابق.

² - Armstrong et al. (Armstrong, M., Cowan, S., & Vickers, J. Regulatory reform in telecommunications. The Journal of Regulatory Economics, (1998), 14(3),p 175-199.

³ - Aghion and Howitt, (Aghion, P., & Howitt, P. A model of growth through creative destruction. Econometrica, 60(2),p 342.

الفرع الأول: تأدية التزام الخدمة الشاملة عن طريق الدعوة للمنافسة

أولاً: تعريف الدعوة للمنافسة

يمكن تعريف الدعوة للمنافسة على أنها توجيه الدعوة لجميع المتعاملين المعنيين بصنف النشاط المتعلق بموضوع العقد، للتقدم بالعروض طبقاً للمواصفات والشروط المعلن عنها وذلك ضمن أجال محددة¹.

إن الغاية من الإعلان المسبق عن الدعوة هو إعلام جميع الراغبين ومن يهّم الأمر بموضوع الصفقة وشروطها وتواريخها وكيفيات وأساليب الإجراء الخاص بها، شرط كفاية المدة الزمنية المحددة للاطلاع على كافة الشروط والكيفيات المتعلقة بالصفقة. وهذا ما يتيح لهم الوقت اللازم لتحضير المتطلبات من وثائق ومستندات²، وكذا يفسح المجال للمنافسة بين المتعاملين المتنافسين من جهة، وتوسيع دائرة الخيارات والموازنة بين الثمن والجودة بالنسبة للجهة المتعاقدة من جهة أخرى.

ثانياً: الجانب الشكلي للإعلان عن المنافسة

ويتضمن فحوى الإعلان جملة من المعلومات والبيانات الواجبة التي تلتزم الجهة صاحبة المصلحة بإذاعتها وإعلانها للمتعاملين المعنيين، ولا تحوي هذه البيانات كل ما يجب معرفته حول الدعوة موضوع العقد، وإنما تشكل الحد الأدنى من المعلومات الضرورية لتكوين فكرة واضحة وأولية عما تريده المصلحة المتعاقدة، كمضمون وموضوع العقد، مكان وزمان تسليم العروض³...إلخ.

وللتفصيل أكثر وبالرجوع للقرار المتعلق بالموافقة على دفتر شروط الخدمة الشاملة نجد " يتم توفير الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية من طرف متعاملين يرسو عليهم مزاد الإعلان عن المنافسة، الذي تعده سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية وتنتشره عبر موقعها الإلكتروني. وذلك طبقاً للتنظيم المعمول به والمتعلق بتقديم الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية موضوع دفتر الشروط.

¹ - عبد القادر فصيح، الدعوة للمنافسة في صفقات التوريد، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 14، العدد 3، 2021، ص 215.

² - محمد الشاوي، شفافية إبرام الصفقة العمومية بين مقتضيات النص التنظيمي وواقع الممارسة العملية، مجلة القضاء الإداري، العدد 4، 2014، ص 113.

³ - عبد القادر فصيح، مرجع سابق، ص 220.

ثالثاً: إجراءات اختيار المكلف بأداء الخدمة الشاملة

ويدخل في دائرة الالتزام بتأدية متطلبات الخدمة الشاملة متعاملو الاتصالات الإلكترونية أصحاب الرخص لإنشاء واستغلال شبكات الاتصالات الإلكترونية للهاتف النقال¹.

يشمل هذا التنظيم متطلبات توفير خدمة ذات جودة وبأسعار معقولة للمستخدمين. كما يتضمن النص بنوداً تحدد مسؤوليات المتعاملين. وتحمل سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية مسؤولية متابعة تنفيذ هذا التنظيم وضمان تطبيقه بشكل صحيح وفقاً للشروط المحددة في دفتر الشروط.

ترسل سلطة الضبط دفتر الشروط، إلى جميع متعاملي الاتصالات الذين يمكنهم تقديم عروضهم إليها، كما تقوم هذه الأخيرة بتقييم العروض ونشر النتائج ودراسة الطعون².

تمنح الرخص لكل شخص طبيعي أو معنوي يرسو عليه المزاد إثر إعلان المنافسة، ويلتزم المتعامل باحترام الشروط المحددة في دفتر الشروط³.

تتعامل سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية فيما يخص الخدمة الشاملة بنفس مبدأ رخص الاستغلال الموجهة للمتعامل، وذلك من خلال توفير بيئة تنافسية وتحفيزية لتقديم هذا الأخير تلك الخدمة، بما يتوافق والمعايير المدرجة في دفتر الشروط مما يؤدي إلى توفير خدمات ذات جودة وبأسعار مقبولة من جهة، ومن جهة أخرى توزيع عادل وشفاف لهذه الخدمة على المستفيدين أصحاب الرخص.

الفرع الثاني: أعمال المنافسة في تمويل متطلبات الخدمة الشاملة

في قطاع الاتصالات، تتجلى سياسة "القشط الكريمي" من خلال قيد توحيد الأسعار، فتوصيل التجهيزات المتعلقة بالاتصالات في مناطق ذات تضاريس جغرافية وعرة (المناطق النائية، والريفية) يكلف أكثر مما هو عليه في المناطق الحضرية، ومع ذلك فإن السعر الذي يدفعه العميل مقابل نفس العروض متطابق ويستند إلى متوسط التكلفة المحسوبة على المستوى الوطني، وبسبب هذا السعر الموحد، يكون

¹ - أنظر المادة 03 من القرار مؤرخ في 27 جمادى الأولى عام 1440 الموافق 3 فبراير سنة 2019، يتضمن الموافقة على دفتر الشروط المتعلقة بتوفير الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية لتغطية 750 منطقة ذات كثافة سكانية منخفضة. ج ر عدد 34، الصادرة بتاريخ 22 مايو 2019. للاطلاع أكثر راجع، <https://www.arpce.dz/ar/file/n4m2p5>.

² - المادة 09 من المرسوم التنفيذي 18-247 مؤرخ في 29 محرم عام 1440 الموافق لـ 9 أكتوبر سنة 2018، يحدد كيفية تسخير صندوق دعم الخدمة الشاملة للبريد والخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية، ج ر عدد 60، الصادرة بتاريخ 10 أكتوبر 2018.

³ - المادة 123 من القانون 18-04، مرجع سابق.

توصيل الاتصالات في المناطق الحضرية أكثر ربحية وبالتالي بيئة أكثر جاذبية للمنافسين، عكس المناطق الريفية التي تكون تكلفة توصيل الاتصالات بها عالية وبالتالي نفور المتعاملين المتنافسين منها. ولذلك يحق للمتعامل مقدم الخدمة الشاملة المطالبة بتعويض عن الخدمات التي يقدمها، لا سيما إذا كانت تمثل عبئا غير متوازن يضعه في وضع غير عادل مقارنة بمنافسيه، ولذلك ينبغي إنشاء آلية لتعويض الخدمات الشاملة في السوق المحررة يكون لها نفس الدور الذي تؤديه عمليات النقل العابر في حالة الاحتكار لقطاع البريد.¹

ولهذا يأخذ تمويل الخدمة الشاملة للاتصالات أشكال مختلفة، يرجع ذلك لنوع التنظيم وتركيب السوق وأنماط تدخل الدولة في الاقتصاد، وسنذكر هنا مختلف طرق التمويل المنتهجة من خلالها:

أولاً: المساهمة المشتركة بين المتعاملين في السوق

تعتبر هذه الطريقة الأكثر شيوعاً، حيث يساهم مقدمو خدمات الاتصالات بنسبة مئوية صغيرة من إجمالي إيراداتهم (غالباً ما تتراوح بين 0.5% و 5%) في صندوق الخدمة الشاملة (USF)². حيث يوزع هذا النهج العبء المالي على جميع المتعاملين، وفي حالات معينة يساهم المتعامل الأقوى في السوق بنسبة أكبر.³

ثانياً: الميزانيات الحكومية

تعمل هذه الآلية على تخصيص جزء من ميزانية الحكومة لدعم متطلبات الخدمة الشاملة، بحيث تعد هذه الطريقة مصدر تقليدي موثوق للتمويل بغض النظر عن كونها تتصادم مع أولويات حكومية أخرى، وهي تتشابه من حيث المبدأ مع مفهوم الخدمة العامة.⁴

¹ - Christine Donjean, Le financement du service universel, Article publié sur le site de vulgarisation scientifique de l'université de Liège, 2012 voir ; https://www.reflexions.uliege.be/cms/c_44299/fr/le-financement-du-service-universel?part=1 / Date de consultation 23/04/2024, heure 20 ;16.

² - وهي اختصار للمصطلح باللغة الانجليزية Universal Service Funds.

³ - Stephen L. Magiera, Managing Universal Service Funds for Telecommunications, An ASEAN Manual for Output-Based Aid, 2009, p 19. See https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/pnaeb219.pdf .

⁴ - Politique de financement des services publics, Ministère des Finances, Québec, voir: <https://www.finances.gouv.qc.ca/financement-services-publics/fr-CA/2021-2022/%C3%80-propos-du-financement-des-services-publics/> .

ثالثاً: رسوم التراخيص والطيف الترددي

في حالات معينة يمكن استخدام العائدات المتأتية من إصدار تراخيص أنظمة استغلال شبكات الاتصالات أو بيع حقوق الطيف الترددي لتمويل أهداف الخدمة الشاملة، يخلق هذا النمط رابطاً بين قدرة الوصول إلى الموارد ومسؤولية المساهمة في تحقيق أهداف الخدمة الشاملة.¹

رابعاً: رسوم المشتركين

يعتبر هذا النمط من التمويل الأقل شيوعاً، بحيث قد تلجأ بعض البلدان لفرض رسوم إضافية صغيرة على جميع اشتراكات الاتصالات بغية تحصيل الأموال لصالح مكاتب خدمات المشتركين، تضمن هذه الطريقة مشاركة واسعة النطاق فهي تشمل جميع المشتركين ولكن من جهة أخرى يمكن اعتبارها عبء كونها ترهق كاهل المستخدمين ذوي الدخل المنخفض.²

خامساً: المؤسسات المالية الدولية

أحياناً تحصل بعض الدول النامية على مساعدات بغية إنجاز مشاريع الخدمة الشاملة للاتصالات، تقدم هذه المساعدات من طرف المنظمات الدولية مثل البنك الدولي، الاتحاد الدولي للاتصالات في إطار برنامج التنمية الإقليمي... الخ، يوفر هذا النوع نجاعة فعالة للتمويل غير أنه غالباً ما يرتبط بشروط محددة متعلقة بالقروض.³

سادساً: الشراكات بين القطاعين العام والخاص (PPP)

يمكن للحكومات إقامة شراكات مع القطاع الخاص للمشاركة في تمويل مشاريع البنية التحتية في المناطق المحرومة، وقد تستثمر الشركات في إنشاء البنى في المناطق المحرومة مقابل إعفاءات ضريبية

¹ - Kiran Rathee, Telcos seek regulation of OTT services, cut in licence fee & USO levy, An article published in The economic time industry, 2022. See: <https://economictimes.indiatimes.com/industry/telecom/telecom-news/regulate-communication-apps-sharply-cut-levies-telcos-to-dot-on-new-law/articleshow/94074699.cms?from=mdr> Date of viewing 02/05/2024 / 00:25/ 00:25.

² - Gilles N. LARIN, Daniel BOUDREAU, La tarification des services publics financement différent ou taxe supplémentaire, Fascicule 3 : Vers une politique de la tarification plus incitative, chaier de recherche en fiscalité et en finance publique, université de Sherbrooke, 2008, p 2. Voir: https://cftp.recherche.usherbrooke.ca/wp-content/uploads/2018/12/cr_2008-03_tarification_fascicule3.pdf.

³ - تقرير البنك الدولي المتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصال للبلدان النامية، راجع:

<https://www.albankaldawli.org/ar/results/2013/04/13/ict-results-profile>

أو حوافز أخرى، ويمكن أن تستفيد الشركات بين القطاعين العام والخاص من خبرات وموارد القطاع الخاص ولكنها تتطلب هيكله دقيقة لضمان تحقيق الشفافية والأهداف ذات البعد الاجتماعي.¹

الفرع الثالث: تمويل الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية في الجزائر:

وبالرجوع لما هو منتهج به في مجال تمويل الخدمة الشاملة للاتصالات في الجزائر نجد:

أولاً: الاعتماد على نموذج التمويل المزدوج

قبل تحرير قطاع الاتصالات الإلكترونية، كان يسند للمتعاين التاريخي إنجاز مشاريع الخدمة الشاملة، ولكن مع تعهد الدول بتحرير هذا الأخير زاد عدد الجهات الفاعلة في السوق وبالتالي تدعيم القطاع بجهات أخرى فاعلة.²

وعلى مدار العشرين سنة الماضية كان يتم تفعيل أعباء الخدمة الشاملة (الخدمة العامة سابقاً) على متعاملي الاتصالات السلكية، بالتنسيق مع وزارة الاتصالات وسلطة ضبط البريد والاتصالات السلكية ولا سلكية.

إن تعويض المتعامل أو المتعاملين المكلفين بأداء الخدمة الشاملة أمر ضروري حتى يتمكنوا من الاستمرار في المنافسة على اعتبار أن هذه الخدمة تعد نشاط غير ربحي بدرجة أولى. فالمبدأ العام هو تقاسم أعباء الخدمة الشاملة بين كل المتعاملين المتدخلين في سوق الاتصالات حتى وإن لم يكلفوا بتوفيرها.³

وبالرجوع للمادة 09 من المرسوم التنفيذي 18-246 نجد أنها بينت طرق تمويل الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية وذلك بنصها " تستفيد الخدمة الشاملة في البريد والاتصالات الإلكترونية مما يأتي: - " التمويل المحتمل من الدولة المحددة مبالغه في قانون المالية."

مساهمات متعاملي البريد والاتصالات الإلكترونية المحددة كما يأتي:

- بالنسبة لمتعاملي الاتصالات الإلكترونية أصحاب الرخص، تحدد المساهمة بثلاثة بالمائة (3%) من رقم أعمالهم خارج الرسوم.

¹ - هشام مصطفى محمد سالم الجمل، الشراكة بين القطاعين العام والخاص كأداة لتحقيق التنمية المستدامة، كلية الشريعة والقانون، طنطا، جامعة الأزهر، العدد الحادي والثلاثون، الجزء الرابع، 2016، ص 1736.

² - Ait El Hadj Kahina، La problématique du service universel Des télécommunications en Algérie، Revue abaad iqdisadia Université de M'Hamed Bougara Boumerdes، N06، 2016، p 649.

³ - مخلوف باهية، مرجع سابق، ص404.

بالنسبة لمعاملتي الاتصالات الإلكترونية أصحاب التراخيص العامة، تحدد المساهمة بثلاثة بالمائة (3%) من الناتج المحاسبي السنوي الخام¹.

عند استقراء أحكام المادة أعلاه نلاحظ أن المشرع حصر طريقتين لتمويل الخدمة الشاملة وذلك: إما عن طريق تمويل محتمل من الدولة الذي تحدد مبالغه في قانون المالية، لكن السؤال الذي يمكن طرحه هو معرفة متى وفي أي حالة تمول الدولة التزامات الخدمة الشاملة؟ عدم جدوى الدعوة إلى المنافسة؟ تمويل مستمر؟ كيف يتم هذا التمويل؟ هل هذا التمويل مكمل لتمويل المتعاملين²؟

قبل محاولة الإجابة على هذه التساؤلات نلاحظ للوهلة الأولى أن التمويل الذي تديره الدولة لا يناسب البيئة التنافسية بقدر ما ينص على إجراء الدعوة إلى المنافسة، حيث يتطلب منطق التنظيم أن مهمات المصلحة العامة المفروضة على جميع المتعاملين الفاعلين يجب أن تمول في ظل ظروف شفافة وغير تمييزية، ومع ذلك فإن تمويل الخدمة الشاملة من قبل الدولة قد يفتقر إلى الشفافية ويضع المتعامل التقليدي المملوك للدولة في وضع مهين مقارنة بباقي المتعاملين³.

أما الطريقة الثانية والتي تشمل مساهمات معاملي الاتصالات الإلكترونية، فهو أسلوب يتوافق والبيئة التنافسية للقطاع كونه يجسد فكرة تقاسم أعباء الخدمة العامة بينهم، وهذا يعزز فكرة المساواة التي تعد لب العمل التنافسي والذي يعارض فكرة التمييز بين المتنافسين الاقتصاديين، سواء عند الدخول للسوق أثناء تواجدهم في السوق والجدير بالذكر، أن الموارد المالية المخصصة للخدمة الشاملة تدمج ضمن ميزانية سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، وتوجه هذه الموارد خصيصا لتمويل الخدمة الشاملة دون سواها⁴.

ثانيا: التمويل عن طريق صندوق دعم الخدمة الشاملة

تقوم صناديق دعم الخدمة الشاملة بصفة عامة بتحصيل العائدات من مصادر متنوعة، وتشمل العائدات الحكومية، الرسوم على خدمات الربط، بالإضافة للرسوم المفروضة على معاملي الاتصالات،

¹ - المرسوم التنفيذي 18-246 مؤرخ في 29 محرم عام 1440 الموافق 09 أكتوبر سنة 2018، يحدد محتوى ونوعية الخدمة الشاملة للبريد والخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية والتعريفات المطبقة عليهما وكيفية تمويلهما، ج ر عدد 60، الصادرة بتاريخ 10 أكتوبر 2018.

² - BERRI Noureddine، Le service universel des communications électroniques en droit Algérien، Revue Critique de Droit et Sciences Politique، Volume15 Numéro2، 2020، p 289.

³ - BERRI Noureddine، op.cit.، p 290.

⁴ - مخلوف باهية، مرجع سابق، ص 409.

حيث تستعمل تلك العائدات الإجمالية المحصلة من صناديق الدعم لتعزيز أهداف الخدمة الشاملة من خلال تمويل المناطق المستهدفة (المناطق النائية، أو المشتركين ذوي الدخل المنخفض¹).

وبالرجوع لنص المادة 8 من القانون 04-18 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية والتي حرصت على إنشاء صندوق لدعم الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية، هذا الأخير يتم تسييره من قبل لجنة متعددة القطاعات والتي يرأسها وزير البريد والاتصالات الإلكترونية أو ممثلا عنه².

يُعتبر صندوق دعم الخدمة الشاملة جزءاً من اللجنة متعددة القطاعات، ويهدف إلى ضمان توفير الخدمات الأساسية للاتصالات بتكلفة معقولة. يقوم الصندوق أيضا بتوجيه التمويل لضمان توفر الخدمات الأساسية للاتصالات في المناطق التي قد تكون غير ربحية للمتعاملين³.

واستنادا لنص المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 18-247 تحت عنوان اللجنة متعددة القطاعات، حيث جاء في فحواها "تضمن تسيير الصندوق لجنة متعددة القطاعات، تدعى في صلب الموضوع اللجنة. وبهذه الصفة، تكلف على الخصوص بما يأتي⁴:

- البث في المشاريع المقترحة للتمويل في الصندوق،
- ترخيص الالتزام بالنفقات تحت عنوان الخدمة الشاملة للبريد والخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية،
- المصادقة على دفاتر الشروط المتعلقة بالخدمة الشاملة للبريد والخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية،
- ضمان متابعة تنفيذ الخدمة الشاملة للبريد والخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية،
- دراسة حصرية تنفيذ الخدمة الشاملة للبريد المعروضة من طرف بريد الجزائر، والمكلف بتقديم الخدمة الشاملة للبريد...إلخ.

¹ - هناك إنتيفن، جبريمي أوليفر، دليل تنظيم الاتصالات، برنامج إيفودن، البنك الدولي، نوفمبر 2000، ص 290.

² - راجع المادة 8 من القانون 04-18، مرجع سابق.

³ - Matilde Carlón Ruiz, El servicio universal de telecomunicaciones: balance y perspectivas, Fundación Democracia y Gobierno Local, QDL 23. Junio de 2010, p 124.

⁴ - المرسوم التنفيذي رقم 18-247 مرجع سابق.

الملاحظ من خلال نص المادة أنها لم تحدّد على الإطلاق القطاعات التي تدخل في تشكيل أو بالأحرى تسيير هذه اللجنة، وهذا ما انعكس بالفعل كون هذه اللجنة لم تفعل لحد الآن رغم صدور المرسوم التنفيذي الذي ينص عليها.

بشكل عام يلعب صندوق دعم الخدمة الشاملة دوراً حيوياً في ضمان توفر الخدمات الأساسية للاتصالات للجميع، ويعمل على تحقيق التوازن بين الحاجة إلى الخدمات الأساسية وبين الاستدامة المالية لمتعاملي الاتصالات.

الخاتمة:

في الختام يتضح لنا العلاقة بين التزامات الخدمة الشاملة للاتصالات والمنافسة في السوق هي علاقة معقّدة وديناميكية تأخذ نهج الخدمة العامة، في حين تضمن التزامات الخدمة الشاملة إتاحة الخدمات الأساسية لجميع المواطنين وبأسعار معقولة، بغض النظر عن موقعهم الجغرافي أو وضعهم الاقتصادي، فإن منطق المنافسة يفرض على المتعاملين الاقتصاديين في القطاع اتباع الأسواق الربحية وتجنب تلك التي قد تكبدهم الخسائر.

وبين محاولة التوفيق بين المصلحتين لتحقيق التوازن وقفنا على مجموعة من النتائج:

- أن الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية ضرورة حتمية للقطاع لما لها من بعد اجتماعي واقتصادي فيما يخص المناطق المحرومة وأصحاب الدخل المحدود.
- كون الخدمة الشاملة تتشارك في بعض مبادئها مع نظام الخدمة العامة من حيث مبدأ التوفر، والجودة والتطور إن لم نقل أن أصل فكرة الخدمة الشاملة هو الخدمة العامة.
- تأخذ المنافسة بصفة عامة أشكال عدة، ويشمل ذلك قطاع الاتصالات الإلكترونية حيث يحدد شكل وبنية السوق وعدد المتعاملين الاقتصاديين نوع المنافسة السائدة.
- الممارسات التنافسية داخل سوق الاتصالات يخلق نوع من الممارسات المنافية للمنافسة ذكرنا منها حالتين وهو التعسف في وضعية الهيمنة في السوق والاتفاقيات المقيدة للمنافسة حيث أخضع المشرع الجزائري هاتين الممارستين للمنع بموجب قانون المنافسة الأمر 03/03.
- أن التزامات الخدمة الشاملة للاتصالات تعيق المنافسة في حالات ذكرنا منها حرية الأسعار، هذه الأخيرة تحدد بناء على تكلفة إنشاء الخدمات في هذه الحالة يتصادم ارتفاع

تكاليف الإنشاء في المناطق النائية مع غايات الخدمة الشاملة من توفيرها بسعر معقول لمستخدمي تلك المناطق.

- وجدنا أيضا أن المنافسة تدعم الخدمة الشاملة في نقاط كثيرة من خلال خلق أسواق جديدة تسمح بولوج متعاملين اقتصاديين جدد، أيضا زيادة كفاءة المتعاملين مما يؤدي إلى خفض الأسعار المتعلقة بخدمات الاتصالات.

- اختيار المتعامل المكلف بأداء الخدمة الشاملة يخضع لنظام الدعوة للمنافسة وما يتبع ذلك من إجراءات لاحقة تسمح باختيار المتعامل الأجدر والأفضل للقيام بها.

وأخيرا يخضع تمويل الخدمة الشاملة لمشاركة كل المتعاملين أصحاب الرخص في السوق من خلال نسب مئوية تفرض عليهم، بالإضافة لإنشاء صندوق دعم الخدمة الشاملة الذي تصب فيه عائدات متنوعة المصدر.

التوصيات:

انطلاقا من النتائج المتطرق إليها يمكننا تقديم التوصيات التالية:

- ضرورة مواكبة متطلبات الخدمة الشاملة للتطور التكنولوجي الذي يشهده قطاع الاتصالات الإلكترونية.

- إعادة النظر في تمويل الخدمة الشاملة عن طريق الدعوة للمنافسة، فيما يخص التقدير المسبق للأعباء، واستبداله بتقدير لاحق يترجم القيمة الواقعية للتنفيذ.

- إشراك أصحاب المصلحة، بما في ذلك مقدمي الخدمات والمستهلكين والجمعيات، لضمان نجاعة سياسة الدعم والبرامج المعدة لتلبية الحاجيات.

- فتح سوق الاتصالات أمام متعاملين اقتصاديين جدد من أجل ضمان شمولية توزيع المعدات وبالتالي تحسين أداء الخدمة الشاملة.

- ضرورة مواكبة النص التنظيمي وتكييفه مع البيئة التنافسية للقطاع بما يدعم تحقيق أهداف الخدمة الشاملة.

وفي نهاية المطاف، يكمن نجاح الخدمة الشاملة في وجود المنافسة بالقدرة على تهيئة بيئة تنظيمية تشجع على الأمرين معاً، بما يضمن استفادة جميع المواطنين من مزايا السوق التنافسية مع إمكانية الوصول إلى الخدمات الأساسية التي يحتاجون إليها.

قائمة المصادر والمراجع:

أولا: النصوص القانونية

- قانون رقم 18-04 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية، ج ر عدد 27.
- أمر رقم 03/03 مؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 43.
- المرسوم التنفيذي 18-246 مؤرخ في 29 محرم عام 1440 الموافق 09 أكتوبر سنة 2018، يحدد محتوى ونوعية الخدمة الشاملة للبريد والخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية والتعريفات المطبقة عليهما وكيفية تمويلهما، ج ر عدد 60، الصادرة بتاريخ 10 أكتوبر 2018.
- المرسوم التنفيذي رقم 18-247 مؤرخ في 29 محرم عام 1440 الموافق 9 أكتوبر سنة 2018، يحدد كيفية تسير صندوق دعم الخدمة الشاملة للبريد والخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية، العدد 60، الصادرة بتاريخ 10 أكتوبر 2018.

ثانيا: الكتب

- Milton Mueller, Universal Service: Competition, Interconnection and Monopoly in the Making of the American Telephone System, (2013). Books. 18.
- سليم سعداوي، المنافسة في سوق الهاتف النقال " موبيليس نموذجا"، دار الحديث الكتاب، الجزائر، 2008.
- محمد تيورسي، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هوم، الجزائر، الطبعة الثانية، 2015.
- عفاف عبد الجبار سعيد، مجيد علي حسين، مقدمة في التحليل الاقتصادي الجزئي، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، ط 2، 2001.
- عمر صخري، مبادئ الاقتصاد الودودي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 1، الجزائر، 2001.

ثالثا: الرسائل والمذكرات

- إلهام بوحلايس، الحماية القانونية للسوق في ظل قواعد المنافسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون أعمال، جامعة قسنطينة 1 الإخوة منتوري، 2017.

رابعا: المقالات

- مخلوف باهية، الخدمة الشاملة للمواصلات السلكية ولاسلكية في الجزائر، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 15، العدد 01-2017
- محمد عبد العالي جاسم الشيباني، عادل الوزاني، سوق المنافسة الاحتكارية واحتكار القلة ومدى إمكانية تطبيقها على المنشآت الفندقية (دراسة نظرية)، مجلة بحوث العلوم الإنسانية، جامعة كربلاء، 2021
- غازي الجبور، التنافس بين شركات الاتصالات تنافس سلبي ويجب وقف حرب الأسعار بينهم، مقال منشور في جريدة الانباط، الأردن، 2018.

- عبد القادر فصيح، الدعوة للمنافسة في صفقات التوريد، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 14، العدد 3، 2021،
- محمد الشاوي، شفافية ابرام الصفقة العمومية بين مقتضيات النص التنظيمي وواقع الممارسة العملية، مجلة القضاء الإداري، العدد 4 ، 2014،
- هشام مصطفى محمد سالم الجمل، الشراكة بين القطاعين العام والخاص كأداة لتحقيق التنمية المستدامة، كلية الشريعة والقانون، طنطا، جامعة الازهر، العدد الحادي والثلاثون، الجزء الرابع، 2016.
- Matilde Carlón Ruiz, El servicio universal de telecomunicaciones: balance y perspectivas, Fundación Democracia y Gobierno Local, QDL 23. Junio de 2010,
- BERRI Noureddine 'Le service universel des communications électroniques en droit Algérien 'Revue Critique de Droit et Sciences Politique 'Volume15 Numéro2 , 2020.
- Ait El Hadj Kahina 'La problématique du service universel Des télécommunications en Algérie 'Revue abaad iqdissadia Université de M'Hamed Bougara Boumerdes ' N06 , 2016.
- Gilles N. LARIN, Daniel BOUDREAU, La tarification des services publics financement différent ou taxe supplémentaire, Fascicule 3 : Vers une politique de la tarification plus incitative, chaier de recherche en fiscalité et en finance publique, université de Sherbrooke, 2008.
- Kiran Rathee, Telcos seek regulation of OTT services, cut in licence fee & USO levy, An article published in The economic time industry, 2022.
- Stephen L. Magiera, Managing Universal Service Funds for Telecommunications, An ASEAN Manual for Output-Based Aid, 2009.
- Christine Donjean, Le financement du service universel, Article publié sur le site de vulgarisation scientifique de l'université de Liège, 2012.
- Aghion and Howitt, (Aghion, P., & Howitt, P. A model of growth through creative destruction. Econometrica.
- Armstrong et al. (Armstrong, M., Cowan, S., & Vickers, J. Regulatory reform in telecommunications. The Journal of Regulatory Economics, (1998).
- Akerlof's concept of "adverse selection" (Akerlof, G. A., "The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism," Quarterly Journal of Economics, (1978), 89(3), Ben A. Petrazzini, Competition in Telecoms—Implications for Universal Service and Employment, The World Bank Group
- Sarat Kumar Jena, Price and service co-opetition under uncertain demand and condition of used items in a remanufacturing system, International Journal of Production Economics 173, 2015.
- E GASMI, A. GRIMAUD and J. J. LAFFONT, UNIVERSAL SERVICE: AN ECONOMIC PERSPECTIVE, Annals of Public and Cooperative Economics 72: 1 2001.
- Gregory L. Rosston, Bradley S. Wimmer, The ABC's of Universal Service: Arbitrage, Big Bucks, and Competition, Hastings Law Journal, Volume 50 - Issue 6, 1999.

خامسا: المواقع الإلكترونية

- VI. Servicio Universal, p 1 véase :

<https://transition.fcc.gov/ib/initiative/files/cg/spanish/9.pdf>

-لجنة الاتصالات الفدرالية الامريكية

<https://www.fcc.gov/general/universal-service-high-cost-areas-connect-america-fund>

- Telecom Network Valuations <https://www.linkedin.com/pulse/telecom-network-valuations-how-value-modern-telecommunications-jtync>

في علم الاقتصاد، يشير مصطلح "القشط الكريمي" "Cream skimming" إلى ممارسة تجارية تستهدف فيها الشركة العملاء الأكثر ربحية أو منخفضي التكلفة فقط داخل شريحة من السوق، بينما تهمل العملاء الأقل ربحية في خدمتهم. انظر: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/padm.12900>

- قرار سلطة الضبط الحاص بدفتر الشروط المتعلق بتوفير الخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية لتغطية 750 منطقة ذات كثافة سكانية منخفضة. ج ر عدد 34، الصادرة بتاريخ 22 مايو 2019.

<https://www.arpce.dz/ar/file/n4m2p5>

Ministère des Finances, Québec. <https://www.finances.gouv.qc.ca/financement-services-publics/fr-CA/2021-2022/%C3%80-propos-du-financement-des-services-publics/> .

- تقرير البنك الدولي المتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصال للبلدان النامية.

<https://www.albankaldawli.org/ar/results/2013/04/13/ict-resul>