

ضمان المنتج وتنفيذ خدمة ما بعد البيع للمستهلك المادي والافتراضي حقا أساسيا يضمنه القانون

Product assurance and implementation of a post-sale service for the physical and virtual consumer a fundamental right guaranteed by law



د/ ربحي تبوب فاطمة الزهراء

جامعة محمد بوفرة بومرداس، (الجزائر)

f.tebboub@univ-boumerdes.dz

تاريخ النشر: 2022/06/05

تاريخ القبول للنشر: 2022/06/02

تاريخ الاستلام: 2022/04/07

ملخص: من أبرز حقوق المستهلك التي سعت مختلف التشريعات إلى حمايتها، حقه في ضمان صلاحية المنتج للاستعمال المخصص له ومطابقتها للمواصفات المتفق عليها في العقد طيلة فترة الضمان، وتوفير خدمة ما بعد البيع بالحفاظ على مواصفات المنتج وصلاحيته بعد انقضاء هذه الفترة. حرصا من المشرع الجزائري على تجسيد هذا الالتزام، تم إصدار قانون جديد خاص بحماية المستهلك وقمع الغش يتمثل في القانون رقم 03.09 المعدل والمتمم، الذي عزز من أحكام الضمان وأقرنه بإجراء جديد هو الالتزام بتنفيذ خدمة ما بعد البيع.. ومع اتساع مجال التجارة الإلكترونية في الجزائر نص المشرع الجزائري في القانون رقم 05.18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على وجوب أن يقدم المورد الإلكتروني في عرضه التجاري شروط الضمان وخدمة ما بعد البيع. الكلمات المفتاحية: ضمان صلاحية المنتج؛ ضمان تنفيذ خدمة ما بعد البيع؛ أجل الضمان؛ إثبات الضمان؛ تنفيذ الالتزام بالضمان؛ تصليح وصيانة المنتج.

Abstract: One of the most prominent consumer rights that various legislation has sought to protect is the right to ensure that the product is suitable for its intended use and meets the specifications agreed in the contract for the duration of the warranty, and to provide a post-sale service by maintaining the product's specifications and validity after the expiration of the period.

The Algerian legislature has enacted a new law on consumer protection and the suppression of fraud, amended and supplemented by Act No. 09 03. With the expansion of electronic commerce in Algeria, the Algerian legislator stipulated in Act No. 18-05 on electronic commerce that the electronic supplier must provide security and post-sale service conditions in its commercial offer

Keywords: to ensure the viability of the product; to ensure the execution of the post-sale service; to ensure security; to prove security; to implement the obligation of security; and to repair and maintain the product.

1. مقدمة:

المركز الضعيف الذي يعانیه المستهلك في عقود الاستهلاك* (03.09، 2009) (02.04، 2004) يعد الأساس الذي يبرر الحماية التي استحدثتها تشريعات حماية المستهلك في ظل ما بات يطبع علاقة المستهلك بالمهني من تفاوت اقتصادي ومعرفي عميق أخل بتوازنها، على نحو أتاح للمهني ذي المركز القوي إمكانية الهيمنة على مختلف جوانب هذه العلاقة، التي باتت تمثل نموذجا لظاهرة اللامساواة بين الأطراف في العلاقات التعاقدية المعاصرة.

لذلك أولى المشرع الجزائري على غرار كل التشريعات المقارنة اهتماما متناميا بموضوع حماية المستهلك، توج بإدراج حق المستهلكين في الحماية ضمن الحقوق العامة المضمونة دستوريا** (16-01، 2016) وهو ما ترجمه المشرع من خلال جملة من النصوص القانونية يتصدرها القانون رقم 03.09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي يعد أول قانون عالج بشكل مباشر حماية للمستهلك في التشريع الجزائري، وجانب من أحكام القانون رقم 02.04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية (02.04، 2004)، بالإضافة إلى الحماية التي وفرها المشرع للمستهلك الذي يتعامل في الوسط الافتراضي من خلال ما تضمنه قانون التجارة الإلكترونية.

وقد جسّد مجموع هذه النصوص ما صار يعرف بـ "قانون الاستهلاك الجزائري" الذي وضع مبادئ أساسية تهدف إلى ضمان سلامة وأمن المستهلك، بإلقاء على عاتق كلّ متدخل التزامات عدة منها الضمان والخدمة ما بعد البيع وهو التزام يتميز عن الالتزام بضمان الصلاحية المنصوص عليه في المادة 386 من القانون المدني وذلك لقصور هذا الأخير في تحقيق الحماية التي ينتظرها المستهلك بسبب أن أحكامه ليست من النظام العام عكس الضمان المنصوص عليه في المواد 13، 14، 15، 16 من القانون رقم 03.09، الساعي إلى توفير حماية متكاملة للمستهلك لأنه من النظام العام فلا يمكن للأطراف المتعاقدة الاتفاق على إسقاط الضمان أو التخفيف منه بدليل أحكام المادة 13 فقرة 4 التي تنص صراحة أنه: "... يعتبر باطلا كل شرط مخالف لأحكام هذه المادة...". وتتجلى أهمية هذا الالتزام في كون الالتزام بالضمان يحقق الرغبة المشروعة للمستهلك من خلال ضمان صلاحية المنتج للاستعمال المخصص له ومطابقته للوصف المتفق عليه في العقد طيلة فترة الضمان، في حين تتكفل خدمة ما بعد البيع بالحفاظ على مواصفات المنتج وصلاحيته بعد انقضاء هذه الفترة.

* يقصد باصطلاح "عقود الاستهلاك" العلاقة التعاقدية التي تربط المستهلك بالمهني، بموجها يقتني الأول من الثاني سلعة أو خدمة لغرض غير مهني، فالمستهلك والمهني هما قطبا علاقة الاستهلاك، وبهاتين الصفتين يتحدد نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك من حيث الأشخاص.

أما المستهلك الإلكتروني قد عرفه قانون التجارة الإلكترونية رقم 05.18 أنهكل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي (المادة 6) (ج.ر عدد 28 لسنة 2018).

** "تكفل الدولة ضبط السوق، ويحمي القانون حقوق المستهلكين" (المادة 43 ف3 من القانون رقم 01-16 المتضمن التعديل الدستوري)، أيضا "تعمل السلطات العمومية، بشكل يضمن لهم الأمن والسلامة والصحة وحقوقهم الاقتصادية" (المادة 62 المرسوم الرئاسي رقم 442.20 المتعلق بإصدار التعديل الدستوري).

على ضوء ما تقدم نتساءل عن مدى فعالية الالتزام بضمان صلاحية المنتج وتنفيذ خدمة ما بعد البيع المنصوص عليهما قانونا في توفير الحماية الكاملة للمستهلك المادي والافتراضي؟
لمعالجة هذه الإشكالية تم الاعتماد على المنهجين الوصفي والتحليلي وفقا لخطة بحث من مبحثين:
▪ المبحث الأول: حق المستهلك المادي والافتراضي في ضمان صلاحية المنتج.
▪ المبحث الثاني: حق المستهلك المادي والافتراضي في تنفيذ خدمة ما بعد البيع.

2. المبحث الأول: حق المستهلك المادي والافتراضي في ضمان صلاحية المنتج

أولى المشرع الجزائري أهمية كبيرة لأحكام الالتزام بالضمان نظرا لإدراكه لمدى خطورة عدم تنفيذ هذا الالتزام الواقع على عاتق المتدخل، من خلال التأكيد عليه في نص المادة 13 وما بعدها من قانون حماية المستهلك وقمع الغش والمرسوم التنفيذي المحدد لشروط و كفاءات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ (327.13، 2013). كما أكد المشرع في المادتين 10 و13 من قانون التجارة الإلكترونية على ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني بشروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع.
من خلال ما سبق سوف نتعرض إلى مفهوم الالتزام بضمان صلاحية المنتج وشروط الاستفادة منه (المطلب الأول)، ثم نتعرض إلى إجراءات الاستفادة من ضمان صلاحية المنتج (المطلب الثاني).

1.2 المطلب الأول: مفهوم الالتزام بضمان صلاحية المنتج وشروط الاستفادة منه

نتطرق بداية إلى تعريف للالتزام بضمان صلاحية المنتج (الفرع الأول)، ثم شروط قيام حق المستهلك في ضمان صلاحية المنتج (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف الالتزام بضمان صلاحية المنتج

يعرف الفقه القانوني الضمان بأنه: "عبارة عن الوعود المعلنة الصريحة أو الضمنية المقدمة من المنتج أو الموزع للمشتري التي تتعلق بأداء المنتج أو مدة الضمان ومسؤوليته عن العيوب أو الخلل الناتج عن استخدامه، وفقا للتعليمات الموضوعة له" (مصطفى، 2013، صفحة 305).

بالنسبة للتعريف التشريعي فيعرف المشرع الجزائري الضمان في القانون رقم 03.09 السابق الذكر أنه: "التزام كل متدخل خلال فترة زمنية معينة، في حالة ظهور عيب بالمنتج، باستبدال هذا الأخير أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل الخدمة على نفقته" (المادة 3 فقرة 19).

وقد وسع المشرع من المعيار الذي يتم على أساسه المطالبة بالضمان في المادة 3 فقرة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 327.13 التي جاء فيها: "الضمان المنصوص عليه في النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالأثار القانونية المترتبة على تسليم سلعة أو خدمة غير مطابقة لعقد البيع (كل بند تعاقدي أو فاتورة أو قسيمة شراء أو قسيمة تسليم أو تذكرة صندوق أو كشف تكاليف أو كل وسيلة إثبات أخرى منصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما) وتغطي العيوب الموجودة أثناء اقتناء السلعة أو تقديم الخدمة،" (زهية، 2017، صفحة 305). كما أكدت المادة الموالية من نفس المرسوم على أنه: "في إطار تنفيذ

الضمان، يتعين على كل متدخل تسليم المستهلك سلعة أو خدمة مطابقة لعقد البيع...". فضلا عن ذلك، أوجب المشرع في قانون التجارة الإلكترونية الالتزام بالمطابقة عندما قرر أنه: "يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته، في حالة تسليم غرض. غير مطابق للطلبية." (المادة 23)، بمعنى يجب على المورد الإلكتروني تسليم منتج للمستهلك الإلكتروني تتوافر فيه جميع المواصفات التي تم الاتفاق عليها في الطلبية. ويعرف المنتج المطابق لعقد البيع بأنه المنتج الصالح للاستعمال المخصص له والموافق للمواصفات القانونية والقياسية المنصوص عليها في التنظيم المعمول به، بما يحقق الرغبة المشروعة للمستهلك (المواد 11 و12 قانون حماية المستهلك).

وبالتالي فإن المشرع قد وسع من مفهوم العيب الموجب للضمان من مجرد اعتباره عيبا مؤثرا في صلاحية المنتج للاستعمال إلى اعتباره كل تخلف للوصف الذي قدمه المتدخل، أو عدم توفر المنتج على الخصائص التي تلبى الرغبات المشروعة للمستهلك أو تلك التي ينص عليها التشريع المعمول به كمخالفة المطابقة والتقييس.

الفرع الثاني: شروط قيام حق المستهلك في ضمان صلاحية المنتج

يشترط لقيام حق المستهلك في الضمان ظهور عيب بالمنتج، وقد وسع المشرع من مفهوم العيب الموجب للضمان كما سبق القول أعلاه، و قصد المشرع من وراء هذا التوسع، حتى يتمكن المستهلك من عدة طرق للمطالبة بالضمان (فاروق، 2016، صفحة 49).

المشرع الجزائري قيد العيب الموجب للضمان بشرطين: الأول يجب أن يكتشف العيب خلال فترة الضمان (03.09، 2009) (327.13، 2013)، والثاني أن يكون العيب الموجب للضمان موجود أثناء تسليم السلعة أو تقديم الخدمة أي مرتبط بصناعة المنتج (المادة 4 المرسوم التنفيذي رقم 327.13)، أما العيوب التي تظهر بعد التسليم والتي قد يكون المتسبب فيها المستهلك أو الغير أو ترجع إلى قوة القاهرة فلا يشملها الضمان.

لكن يؤخذ على المرسوم التنفيذي رقم 327-13 المشار إليه أعلاه ذكره أن الضمان يقتصر على تغطية العيوب الموجودة أثناء اقتناء السلعة، في حين أن الضمان يغطي حتى العيوب التي لم توجد وقت البيع، بل استجدت بعد التسليم وخلال فترة الضمان (يوسف، 2019، صفحة 34).

2.2.2. المطالب الثاني: إجراءات الاستفادة من حق ضمان صلاحية المنتج

إن للضمان الذي يلتزم به المتدخل أجال محددة، كما يتعين إثباته قبل المطالبة به (الفرع الأول)، كما أن إعلام المتدخل بالعيب الموجب للضمان أمر ضروري من أجل تنفيذ أحكام الضمان وإلا سيحرم المستهلك من الاستفادة منه (الفرع الثاني).

الفرع الأول: أجال الضمان وإثباته

ليتقرر الضمان المنصوص عليه بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش ينبغي أن يكون العيب حدث خلال فترة الضمان التي تختلف حسب طبيعة السلعة فيما إذا كانت جديدة أو مستعملة (أولاً)، كما يتعين على المستهلك للإفادة من الضمان تقديم وسيلة إثبات تتمثل كأصل عام في شهادة الضمان (ثانياً).

أولاً: أجال الضمان

ميز التنظيم المحدد لشروط و كفاءات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ بخصوص أجال الضمان بين ما إذا كان المنتج جديداً أو مستعملاً. فبالنسبة للمنتجات الجديدة قرر أنه لا يمكن أن تقل مدة الضمان عن ستة (6) أشهر، ابتداءً من تاريخ تسليم السلعة الجديدة أو تقديم الخدمة، وقرر أن لا تقل مدة الضمان عن ثلاثة (3) أشهر بالنسبة للمنتجات المستعملة، و أما مدة الضمان فتحدد بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش أو بقرار مشترك بينه وبين الوزير المعني (المواد 16 و17)، وهو ما تم تحديده فعلاً بموجب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14 ديسمبر 2014 (المشترك، 20158).

يلاحظ أن مدة الضمان بالنسبة للمنتجات المستعملة هو نصف المدة المقررة بالنسبة للمنتجات الجديدة، كما أن بداية تاريخ سريان مدة ضمان المنتجات المستعملة لم يحدد تاريخ بدأ سريانها على عكس المنتجات الجديدة التي يبدأ تاريخ سريانها من تاريخ تسليم السلعة أو الخدمة.

إضافة للضمان المقرر بموجب المواد 16 و17 أعلاه قررت المادة 18 من نفس من التنظيم إعطاء المتدخل إمكانية أن يمنح المستهلك ضماناً إضافياً أكثر امتيازاً يتمثل في كل التزام تعاقدي محتمل يبرم إضافة إلى الضمان القانوني الذي يقدمه المتدخل أو ممثله لفائدة المستهلك، دون زيادة في التكلفة (327.13، 2013)*. وفي هذه الحالة يطبق هذا الضمان حسب الشروط نفسها. ومن أمثله التزم المتدخل أو ممثله أن يضيف إلى الحد الأدنى لمدة ضمان المنتجات الجديدة أو المستعملة أجلاً أطول من ذلك المنصوص عليه قانوناً كأن يكون 12 شهراً مثلاً، والذي يعتبر في الأصل غير ملزم به مما يشكل امتيازاً أفضل وحماية قانونية أكبر للمستهلك ويمنح للمتدخل وضع أفضل في السوق إزاء المنافسة.

الملاحظ أن الضمان الإضافي لا يلزم المتدخل أو ممثله بمنحه للمستهلك طالما أنه يتم بصفة مجانية أي دون مقابل، غير أنه قد يستعمل هذا الضمان الإضافي من طرف المتدخل لأغراض أخرى مثلاً كوسيلة ترويجية لجلب جمهور المستهلكين من أجل اقتناء منتجاته (زكرياء، 2015، صفحة 277)، وقد أشار المشرع في قانون حماية المستهلك وقمع الغش إلى الضمان الإضافي لكن بطريقة غير مباشرة بموجب المادة 14: "كل ضمان آخر مقدم من المتدخل -بمقابل أو مجاناً-، لا يلغي الاستفادة من الضمان القانوني المنصوص عليه في المادة 13 أعلاه"، وهو ما شكل اختلاف ما بين ما جاء في قانون حماية المستهلك وبين ما جاء في المرسوم التنفيذي لسنة 2013 الذي اعتبره مجاناً أي دون زيادة في التكلفة ما يشكل قيداً على ما تضمنه قانون حماية المستهلك.

*المادة 3: "يقصد في مفهوم هذا المرسوم، بما يأتي: ... -الضمان الإضافي": كل التزام تعاقدي محتمل يبرم إضافة إلى الضمان القانوني الذي يقدمه المتدخل أو ممثله لفائدة المستهلك، دون زيادة في التكلفة.

هذا وقد نص المشرع على إمكانية طلب المستهلك تمديد فترة الضمان بثلاثين يوما على الأقل بسبب عدم استعمال السلعة وتضاف هذه الفترة إلى مدة الضمان الباقية (المادة 20 من نفس التنظيم). بالنسبة لقانون التجارة الإلكترونية، فقد أوجبت المادة 23 منه، في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتج معيبا، على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة إلى المورد الإلكتروني في غلافها الأصلي، خلال مدة أقصاها أربعة أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج.... وهذا يعد أجل قصير قد يحول دون استفادة المستهلك الإلكتروني من الغاية المقصودة من هذا النص، بسبب أن الأجل غير كافي يصعب التأكد خلاله من صلاحية السلعة للغرض أو المواصفات المتفق عليها إلا بعد استعمالها لمدة مناسبة خصوصا أن البيع قد تم في وسط افتراضي والمستهلك عبر عن رضاه عند تقديم الطلب انطلاقا من النماذج المعروضة للمنتجات في شكل صور عبر شاشات الكمبيوتر.

ثانيا: إثبات الضمان

على خلاف الضمان المنصوص عليه في القواعد العامة، الذي يقع عبء إثباته على المتمسك به، وضع المشرع عبء إثبات الالتزام بالضمان في عقود الاستهلاك على عاتق المتدخل و أما المستهلك فالمطلوب منه إثبات عقد الاستهلاك فقط.

ويثبت عقد الاستهلاك بتقديم شهادة الضمان المحررة طبقا للنموذج المرفق بالقرار المحدد لنموذج شهادة الضمان (2014، 2015) التي يتوجب، بقوة القانون، على المتدخل تقديمها للمستهلك وتضمينها على الخصوص البيانات الآتية: اسم أو اسم شركة الضامن وعنوانه ورقم سجله التجاري، وكذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء، اسم ولقب المقتني، رقم وتاريخ الفاتورة أو تذكرة الصندوق أو قسيمة الشراء و/ أو كل وثيقة أخرى مماثلة، طبيعة السلعة المضمونة، ولاسيما نوعها وعلامتها ورقمها التسلسلي، سعر السلعة المضمونة، مدة الضمان، اسم وعنوان الممثل المكلف بتنفيذ الضمان عند الاقتضاء" (المواد 5 و6 والمرسوم التنفيذي رقم 13-327).

جدير بالذكر أن شهادة الضمان بحسب المادة 3 من القرار السابق تتكون من شقين (2)، يحتفظ المتدخل بالشق الأول ويقدم الشق الثاني للمقتني الذي يجب أن يقدمه في حالة الشكوى، غير أن للمستهلك إمكانية المطالبة بالضمان حتى في حالة غياب هذه الشهادة أو في حالة وجود الشهادة لكن لم يراعى فيها البيانات المذكورة سابقا، وذلك يكون بتقديم فاتورة أو قسيمة الشراء أو أية وثيقة أخرى تثبت البيع، وهو ما يعزز حماية حق المستهلك في الضمان (زكرياء، 2015، صفحة 280).

أما عن شكل الضمان الإضافي فقد أوجب المشرع أن يأخذ شكل التزام تعاقدية مكتوب تحدد فيه البنود الضرورية لتنفيذه، وأن يحتوي على البيانات اللازمة المذكورة أعلاه. ويرجع فرض المشرع لهذا الشكل إلى تمكين المستهلك من الحصول على دليل يحتج به في مواجهة المتدخل أو ممثله مقدم الضمان الإضافي (زكرياء، 2015، صفحة 278).

الفرع الثاني: طرق تنفيذ الالتزام بالضمان

إن إعلام المتدخل بالعيب الموجب للضمان من طرف المستهلك أمر ضروري من أجل تنفيذ أحكام الضمان والآن يحرم من الاستفادة منه، ويتم الإعلام عن طريق أية وسيلة من وسائل الاتصال أو حتى عن طريق تقديم شكوى كتابية (المادة 21 ف1 من المرسوم التنفيذي 013-27-327)؛ فالتصريح بالعيب يسمح للمستهلك بالاستفادة من الخيارات التي منحها له القانون بموجب المادة 13 فقرة 2 من قانون حماية المستهلك وهي: استبداله أو إرجاع ثمنه، أو تصليحه أو تعديل الخدمة ويكون ذلك على نفقة المتدخل ودون أعباء إضافية، في حين نص المشرع في المادة 12 من نفس التنظيم أنه يجب أن يتم تنفيذ وجوب الضمان، طبقا للمادة 13 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، دون تحميل المستهلك أي مصاريف إضافية إما بإصلاح السلعة أو إعادة مطابقة الخدمة، إما باستبدالها، وإما برد ثمنها. وأما في حالة العطب المتكرر، فيجب أن يستبدل المنتج موضوع الضمان أو يرد ثمنه.

الملاحظ أن هناك تناقض بين المادة 13 ف 2 من قانون حماية المستهلك والمادة 12 من التنظيم السابق التي بينت طرق تنفيذ التزام الضمان. إذ الأصح هو ما ورد في هذه الأخيرة وليس ما ورد في المادة 13 ف 2 التي وضحت طرق تنفيذ الضمان بصورة اختيارية عند ذكر كل مرة (أو) وكذا البدء بتنفيذ الالتزام عن طريق الاستبدال ورد الثمن ثم تصليح المنتج، فهذا خطأ. (يوسف، 2019، صفحة 41).

يلاحظ أيضا في قانون التجارة الإلكترونية عندما نص المشرع عن حق العدول من خلال المادة 23 التي جاء فيها: "يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته، في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتج معيبا.

يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي، خلال مدة أقصاها أربعة (4) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، مع الإشارة إلى سبب الرفض، وتكون تكاليف إعادة الإرسال على عاتق المورد الإلكتروني.

ويلزم المورد الإلكتروني بما يأتي: تسليم جديد موافق للطلبية، أو إصلاح المنتج المعيب، أو استبدال المنتج بأخر مماثل، أو إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع ضرر..."

من خلال عرض هذه النصوص يلاحظ أن الخيارات التي منحها المشرع للمستهلك أثناء تنفيذ الضمان أو حق العدول عن العقد ليست متاحة جميعا للمستهلك في الوقت واحد وإنما هي متتابعة واستعمالها مقيد بشروط معينة، حيث يعتبر إصلاح السلعة أول حق للمستهلك ينشئه الضمان القانوني إذا كان عيبا قابلا للإصلاح وهو ما نص عليه التنظيم المذكور أعلاه (محمد، 2005، صفحة 94)، في حين أن المشرع بموجب قانون حماية المستهلك نص في حالة ظهور عيب بالمنتج على استبداله أو إرجاع ثمنه أو تصليح المنتج أو تعديل الخدمة، في حين في قانون التجارة الإلكترونية يلزم المورد الإلكتروني بتسليم جديد موافق للطلبية، أو إصلاح المنتج المعيب أو استبدال المنتج بأخر مماثل أو إلغاء الطلبية... (المادة

23 ف 3 قانون التجارة الإلكترونية). وهذا يعد تناقضا واضحا بين ما جاء في قانون حماية المستهلك وبين ما جاء في أحكام المرسوم التنفيذي، ذلك أن المشرع بموجب قانون حماية المستهلك قدم الاستبدال على رد الثمن والإصلاح وتعديل الخدمة، وهو ما يؤكد على مخالفة التنظيم لترتيب هذه الخيارات ومن شأن ذلك خلق مشاكل بين المتدخل والمستهلك في حالة ما إذا رفض المستهلك الإصلاح وطلب الاستبدال أو رد الثمن والمتدخل رفض الاستبدال قبل محاولة الإصلاح وقبل رد الثمن .

وقد مكن المشرع المتدخل أن يطلب مهلة عشرة (10) أيام ابتداء من تاريخ استلام الشكوى، للقيام بمعاينة مضادة، وعلى حسابه، بحضور الطرفين أو ممثليهما في المكان الذي توجد فيه السلعة المضمونة (المادة 21 ف 2 من المرسوم التنفيذي).

هذا وقد قرر التنظيم المعمول به أيضا أنه:

- إذا لم يتم المتدخل بإصلاح العيب في الأجل المتعارف عليها مهنيا، حسب طبيعة السلعة، فإنه يمكن المستهلك القيام بهذا الإصلاح، إن أمكن ذلك، عن طريق مهني مؤهل من اختياره وعلى حساب المتدخل. (المادة 13 من المرسوم التنفيذي).

- في حالة عدم تنفيذ المتدخل لالتزامه بالضمان في أجل ثلاثين (30) يوما التي تلي تاريخ استلام الشكوى، فإنه يجب على المستهلك إعدار المتدخل مرة ثانية عن طريق رسالة موصى عليها مع إشعار بالاستلام أو بأية وسيلة أخرى مطابقة للتشريع المعمول به. وفي هذه الحالة، يجب على المتدخل القيام بتنفيذ الضمان في أجل ثلاثين (30) يوما، ابتداء من تاريخ التوقيع على الإشعار بالاستلام (المادة 22 من المرسوم التنفيذي).

أما التشريع فقد نص أيضا على إمكانية مطالبة المستهلك بتجريب المنتج المقتنى دون إعفاء المتدخل من إلزامية الضمان (المادة 15 قانون حماية المستهلك)، غير أنه كان على المشرع تنظيم مدة الاستفادة من التجربة ما إذا كانت تخصم من مدة الضمان، وما إذا كان المتدخل يضمن العيب في المنتج والضرر الناتج عن تجربة ذاتها. وهو ما أكدته المشرع في قانون التجارة الإلكترونية حيث مكن المستهلك الإلكتروني من المطالبة بالتعويض في حالة وقوع ضرر بسبب عيب في المنتج أو في حالة تسليم طلبية غير مطابقة (المادة 23 ف 3).

3. المبحث الثاني: حق المستهلك المادي والافتراضي في تنفيذ خدمة ما بعد البيع

علاوة على أوجه الضمان السابقة وفي إطار خدمة ما بعد البيع، وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم، أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، قرر المشرع أنه يتعين على المتدخل المعني بضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق، وذلك بموجب المادة 16 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم والمادة 9 من المرسوم التنفيذي رقم 327.13 المحدد لشروط وكيفيات وضع الضمان السلع والخدمات، والمادة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 244.21 المحدد لشروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع (21-244، 2021)، وهو ما أكدته المشرع أيضا من

خلال المادة 23 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وذلك راجع لأتساع النشاط الذي يشهده قطاع الخدمات في السنوات الأخيرة، لذا فاجتهاد المشرع في محله ويشكل حماية للمستهلك العادي والمستهلك الافتراضي لهذه الخدمات التي قد لا تستجيب في كثير من الأحيان للطلبات المشروعة ما يستوجب التطرق لمفهوم الالتزام بتنفيذ خدمة ما بعد البيع (المطلب الأول)، ثم شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع ومجال الاستفادة منها (المطلب الثاني).

1.3. المطلب الأول: مفهوم الالتزام بتنفيذ خدمة ما بعد البيع

تعد خدمات ما بعد البيع وسيلة تنافسية فعالة بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية، وقد حازت على اهتمام الفقهاء وكذا المشرع، هذا ما يستوجب التطرق لكل من التعريف الفقهي للالتزام بتنفيذ خدمة ما بعد البيع (الفرع الأول) ثم التعريف القانوني (الفرع الثاني).

الفرع الأول: التعريف الفقهي للالتزام بتنفيذ خدمة ما بعد البيع

وجدت عدة تعريفات لخدمة ما بعد البيع يمكن أن نذكر منها:
هناك من عرف خدمة ما بعد البيع أنها: "كل ما يتوافق خارج حدود الأسعار لربط المستهلك بمنتج معين محدد إلى منتج منافس من نفس الطبيعة، وذلك بالتزويد بكثير من التسهيلات من أجل كسب هذا المنتج أو الخدمة، ومنح أكبر رضا ممكن في استعمال هذا المنتج (سعيد، 2017، صفحة 3).
وبحسب المفهوم الاقتصادي هناك من عرف خدمة ما بعد البيع أنها: "تلك الخدمات التي تمارس ما بعد البيع من طرف المؤسسة المنتجة للأجهزة والآلات أو الموزعين أو من قبل وكلاء يعملون بصفة وكيل المؤسسة المنتجة أو الموزعة، وذلك على شكل محطات للخدمة موزعة على مناطق مختلفة من البلاد. وتتمثل خدمات ما بعد البيع في الغالب في أعمال تقنية* (عباس، 2014، الصفحات 155-156).

وقد سهلت شبكة الانترنت ظهور خدمات إلكترونية متعددة ومتنوعة متصلة بنشاطات تجارية يمكن اقتناؤها عن بعد لم تكن ممكنة في الماضي القريب، كتوفير الخدمات البنكية والمصرفية والحكومية، فأصبحت وسيلة يمكن بيعها وشراؤها وتوزيعها، سواء تعلقت بخدمات ما بعد البيع كخدمات الصيانة التي يمكن إجرائها عندما تكون طبيعة المنتج الإلكتروني تسمح بذلك كبرامج الإعلام الآلي، وفي هذه الحالة تعد هذه الخدمات من مستلزمات المنتج مرتبطة به، أو الخدمات القائمة بذاتها والتي تباع كمنتج مستقل،

* وهي: - إزالة الأعطاب: حيث تقوم المؤسسة بإزالة الأعطاب لمنتجات زبائنها، وفي حالة ما إذا كان العطل كبير يوكل التكفل به لوكلاء معتمدين من أجل التكفل بإصلاحه.

- الإصلاح: إن هذه العملية يغلب عليها الطابع التقني نظرا لما تتطلبه من يد عاملة يتم تنفيذها على مستوى الورشة أين تنقل الآلة من طرف الزبون أو الموزع معتمد سواء في فترة الضمان أم خارجه.

- الصيانة: وهي الوظيفة التي تعمل على إعادة أو المحافظة على الحالة التشغيلية للعتاد وإتاحته المستمرة وهي التي تتم من خلال تلك المعلومات المسجلة بالورقة التقنية المرفقة مع السلعة وإتباع النصائح المقدمة من طرف البائع.

- النقل: قد تؤمن المؤسسة نقل المنتجات المباعة من طرفها للعميل حيث تنقل له السلع الكبيرة والثقيلة الوزن.

- التركيب: تعد خدمة التركيب ضرورية بالنسبة للسلع المعقدة فنيا والتي تتطلب عناية خاصة في وضعها وضبطها قبل تشغيلها، حيث يؤثر ذلك على فعالية أدائها.

كلاستشارات الطبية والقانونية والمالية أو أعمال الهندسة أو الحلول الرقمية الخاصة ببرامج الكمبيوتر أو تصميم موقع إلكتروني أو خدمات التصديق الإلكتروني أو غيرها. وتتخذ الإجراءات التقنية نفسها المستعملة في التكنولوجيا الرقمية حيث يتم تحويل الخدمة إلى بيانات رقمية تأخذ شكل رموز وحروف وأرقام (يمينه، 2012، صفحة 139). ومن أهم الخدمات التي تقدمها شبكة الانترنت، نجد: البريد الإلكتروني المعروف باسم E-MAIL، بروتوكول نقل الملفات FTP، خدمات الصيانة عبر الانترنت... وغيرها.

الفرع الثاني: التعريف القانوني للالتزام بتنفيذ خدمة ما بعد البيع

في إطار خدمة ما بعد البيع، وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم، أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، يتعين على المتدخل المعني بضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق (...)(9.18، 2019).

يلاحظ أن المشرع من خلال هذا النص لم يعرف إلزامية الخدمة ما بعد البيع، وإنما اكتفى بالنص فقط على مدة سريانها وتحديد الخدمات التي تدخل في إطارها وحصرها في خدمة الصيانة والتصليح، التي سوف نتعرض لها لاحقا، هذا ما يدل على أن المشرع قد أخذ بالمفهوم الضيق لخدمة ما بعد البيع (الدين، 2013، صفحة 28)، عكس المفهوم الواسع الذي يشمل كل أشكال الخدمات الممنوحة بعد إبرام عقد البيع والمتعلقة بالشيء المباع مهما كانت طريقة الدفع، كالتسليم في المنزل، وتركيب المنتجات والصيانة والتصليح، وهي مرتبطة بتنفيذ الضمان.

إن نطاق الضمان القانوني بالنسبة للخدمات حدد بنص المادة 9 من المرسوم التنفيذي رقم 327.13، وهو يمتد أيضا إلى عيوب الخدمات المرتبة باقتناء السلعة، ولاسيما فيما يتعلق برزمها وتعليمات تركيبها أو بتشغيلها عندما تنجز تحت مسؤولية المتدخل.

الملاحظ أن هذه المادة حصرت محل الضمان القانوني في تلك المرتبطة باقتناء السلعة ومثالها خدمة رزم السلعة، تركيبها أو تشغيلها، شريطة أن تنجز تحت مسؤولية المتدخل. وكون أن الضمان يتعلق بالسلع التجهيزية دون غيرها، وبالنتيجة فإن أي خدمة غير مرتبطة باقتناء هذا النوع من السلع تخرج من نطاق الضمان القانوني، كخدمة الطبيب أو المحامي.

من خلال النصوص السابقة الذكر يتضح أن الالتزام بتنفيذ خدمة ما بعد البيع يشمل السلع التجهيزية والخدمات المرتبطة بعملية اقتناءها.

بصدور المرسوم التنفيذي رقم 21-244 المؤرخ في 31 ماي سنة 2021 المحدد لشروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع نصت المادة 3 فقرة 1 خدمة ما بعد البيع: "مجموع الخدمات التي يجب على المتدخل تقديمها عندما تعرض السلعة للاستهلاك، بمقابل أو مجانا، مثل خدمات التصليح المؤقت، والتصليح، والصيانة، والتركيب، والمراقبة التقنية، والنقل، وكذا توفير قطع الغيار". وهكذا نجد المشرع من خلال إصداره لهذا المرسوم قد وسع من مفهوم خدمة ما بعد البيع حيث أصبحت تشمل كل أشكال الخدمات

الممنوحة بعد إبرام عقد البيع ولم تعد تقتصر على بعض المجالات كما كانت عليه في السابق حيث ورد النص على سبيل الأمثلة وليس على سبيل الحصر.

2.3.2.3. المطلب الثاني: شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع ومجال الاستفادة منها

يمكن أن تستعمل بيانات الضمان المنصوص عليها في المادة 6 من التنظيم المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، عند الاقتضاء، في مجال تقديم الخدمات إما عن طريق بند تعاقدى أو في الفاتورة أو في قسيمة الشراء أو أي وثيقة إثبات أخرى، طبقاً لتشريع المعمول به (المادة 7 مرسوم تنفيذي رقم 327.13).

وحسب ما تضمنه المرسوم التنفيذي رقم 21-244 السابق الذكر يستوجب تقديم خدمة ما بعد البيع توفر شروط وكيفيات معينة تتيح المطالبة بها والاستفادة منها (الفرع الأول)، كما أن مجال الخدمات التي يستفيد منها المستهلك أثناء قيام خدمة ما بعد البيع قد توسع ولم يعد يقتصر على خدمة الصيانة والتصليح فقط (الفرع الثاني).

الفرع الأول: شروط وكيفيات خدمة ما بعد البيع

ليستفيد المستهلك من حقه في خدمة ما بعد البيع لابد من توافر شرطين أساسيين (أولاً)، كما نص المرسوم رقم 21.244 على كيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع (ثانياً).

أولاً: شروط قيام حق المستهلك في تنفيذ خدمة ما بعد البيع

يتمثل الشرط الأول في انتهاء فعالية الالتزام بالضمان حسب ما أشارت إليه المادة 16 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش والمادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 21.244 السابق الذكر، أما الشرط الثاني فيتمثل في دفع المستهلك مبلغ مالي مقابل أداء الخدمة ما بعد البيع (المادة 3 فقرة 1).

الشرط الأول: انتهاء فعالية الالتزام بالضمان

يقصد بانتهاء فعالية الالتزام بالضمان الحالة التي تنتهي فيها فترة الضمان أو الحالة التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، أي أن المتدخل ملزم بصيانة وتصليح المنتج الذي ظهر به عيب بعد انقضاء المدة المقررة قانوناً للضمان، أو في حالة أن العيب الذي طرأ على المنتج كان بسبب خطأ صادر عن المستهلك أو الغير أو بسبب قوة قاهرة، ما يجعله غير مشمول بالضمان (فاطمة، 2014، صفحة 154).

الشرط الثاني: دفع المستهلك مبلغ مالي مقابل أداء خدمة ما بعد

المتدخل في إطار التزامه بخدمة ما بعد البيع يتلقى مبلغ مالي يدفعه المستهلك له ولا يدخل في ثمن البيع (يوسف، 2019)، حيث يقوم المتدخل بتصليح المنتج أو صيانتة إذا طلب المستهلك، مقابل مبلغ مالي يدفعه هذا الأخير، حيث نصت المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 21.244: "يجب أن تكون أي خدمة ما بعد البيع تم تنفيذها محل إصدار، حسب الحالة، لفاتورة أو قسيمة أو تذكرة قبل دفع ثمن الإصلاح. ولا يجوز للمتدخل رفض أداء هذا الالتزام وإلا يمكن مساءلته، إلا أنه يجوز الاتفاق بين المتدخل والمستهلك على أن يكون التصليح أو الصيانة في إطار خدمة ما بعد البيع مجاني (محمد، حماية المستهلك في القانون

المقارن: دراسة مقارنة في القانون الفرنسي، 2006، (صفحة 386)، كأن يتم الاتفاق بينهما على أن تكون أول صيانة أو تصليح أول عيب يظهر بالمنتج بعد انتهاء فترة الضمان على عاتق المتدخل، وذلك في سبيل الترويج لمنتجاته بهدف ترغيب المستهلك بشرائه وزيادة رضاه (سامر، صفحة 300).

غير أن الواقع العملي في الجزائر يبين غياب تنفيذ خدمة ما بعد البيع بالنسبة للعديد من المنتجات واقتصارها فقط مثلا على بعض الأجهزة الكهرومنزلية والسيارات، وهذا ربما راجع لجهل المستهلكين في المطالبة بحقوقهم الممنوح لهم قانونا في تنفيذ خدمة ما بعد البيع، وهو ما دفع المتدخلين في جعل خدمة ما بعد البيع كوسيلة للدعاية لمنتجاتهم، فيضعون في إعلاناتهم عبارة - خدمة ما بعد البيع متوفرة. بهدف جلب الزبائن لاقتناء منتجاتهم (نوال، 2012، صفحة 70)، وأحيانا ما تنفذ خدمة ما بعد البيع بمقابل بحجة أن قطع الغيار مستوردة بالعملة الصعبة ومكلفة جدا للوعون أو أنها موجودة في السوق الوطنية ولكنها غير ملائمة للمنتج مما يدفع المستهلك إلى اقتناء منتج آخر جديد، وهذا ما يشجع فعلا على استغلال المهني للمستهلك الضعيف خاصة في غياب الرقابة (يوسف، 2019، صفحة 43).

غير أن بصدور المرسوم التنفيذي رقم 21.244 السابق الذكر نجد المشرع بموجب المادة 4 فقرة 2 الزم المنتج و/أو المستورد ضمان توفير قطع الغيار للمستهلك حيث نص: "يجب على المصنع و/أو المستورد ضمان توفر قطع الغيار لمدة خمس (5) سنوات على الأقل، في حالة التوقف عن إنتاج أو استيراد سلعة معينة، ما لم ينص مص خاص على مدة أخرى".

ثانيا: كفاءات تقديم خدمة ما بعد البيع

حتى يوفر المشرع حماية للمستهلك في مجال تقديم الخدمات الزم مقدم الخدمة بموجب المادة 6 من المرسوم رقم 21.244 بإعلام المستهلك قبل الشروع في الإصلاح، بأصل العطب والقطع الواجب استبدالها وطبيعة التدخل والأخطار المحتملة نتيجة التصليح وأي معلومة أخرى ضرورية.

ويجب عليه أيضا إعلام المستهلك أنه يمكنه الاحتفاظ بالقطع والعناصر المستبدلة، ويجب أن تبين هذه المعلومات في المقايضة أو في قسيمة الإيداع أو في أي وثيقة أخرى مماثلة.

نصت المادة 7 من نفس المرسوم: "يسلم مقدم خدمة ما بعد البيع مقايضة للزبون إذا طلبها منه، ويجب إعلامه مسبقا في حالة ما إذا كانت المقايضة بمقابل، يجب أن تحدد المقايضة العناصر الأساسية لعقد خدمة ما بعد البيع والبيان التفصيلي بالكمية والسعر لكل خدمة ومنتج يقدم.

نصت المادة 8 من نفس المرسوم: "يجب على مقدم خدمة ما بعد البيع أن يسلم الزبون قسيمة إيداع تحتوي على توقيعه وختمه، وتشمل خصوصا البيانات الآتية: رقم القسيمة وتاريخ إيداع السلعة، اسم مقدم الخدمة أو عنوانه التجاري، العنوان وعند الاقتضاء رقم الهاتف والعنوان الإلكتروني لمقدم الخدمة، اسم الزبون، طبيعة السلعة، وعلامتها وكذا، عند الاقتضاء، نوعها ورقمها التسلسلي، نوع الخدمة المقدمة، تكلفة الخدمة، التحفظات المحتملة التي يبديها مقدم الخدمة عن حالة السلعة، مبلغ تعويض السلعة الموكلة للتصليح عندما تكون قيمة السلعة تزيد عن الحد الأقصى للمبلغ المحدد في جدول التعويضات، المدة

التي يستغرقها إصلاح السلعة وتاريخ استرجاعها، الشروط الخاصة بخدمة ما بعد البيع، عند الاقتضاء، بيان يشير إلى الأحكام الواردة في المادة 11 من هذا المرسوم".

يمكن مقدم خدمة ما بعد البيع أن يقترح على الزبون استخدام قطع غيار مستعملة، ويجب أن تكون قطع الغيار المستعملة في حالة جيدة وأمنة، يجب على مقدم خدمة ما بعد البيع تجربة السلعة التي تم تصليحها، بحضور الزبون (المادة 9 من المرسوم السابق الذكر). في حالة ما إذا لحق ضرر مادي بالزبون، فإنه يمكنه تقديم طلب كتابي أو بأي وسيلة مناسبة، لمقدم خدمة ما بعد البيع لتعويضه (المادة 12 فقرة 1 من نفس المرسوم).

الفرع الثاني: مجال الخدمات التي يستفيد منها المستهلك أثناء تنفيذ خدمة ما بعد البيع

المستهلك يستفيد من خدمات تكون مشمولة في ثمن البيع كخدمة التسليم في المنزل والتركيب، ويستفيد منها المستهلك مرة واحدة عند اقتناء المنتج، بينما خدمتي التصليح (أولا) والصيانة (ثانيا)، هما الخدمتان المنصوص عليهما في المادة 16 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش والمادة 3 فقرة 1 من المرسوم رقم 244.21 تكونان محل تكاليف إضافية بالنسبة للمستهلك بالإضافة لخدمات أخرى تضمنها المرسوم السابق الذكر كالمراقبة التقنية وكذا توفير قطع الغيار.

أولا: خدمة الصيانة

يعرف الالتزام بالصيانة أنه ذلك الالتزام الذي يقع على عاتق البائع أو المنتج، يتعهد بمقتضاه هذا الأخير بإصلاح أي عطب أو خلل يحول دون تأدية الأشياء المباعة لمنفعتهم المقصودة منها (لطيفة، 2011، صفحة 121).

وترجع أهمية الالتزام بالصيانة إلى أن صلاحية الأجهزة المباعة وخطورة الحوادث التي يمكن أن تسببها لا تظهر إلا بعد استعمالها، بعد فترة زمنية معينة، والمستهلك دائما يرغب في الحصول على مبيع صالح، والالتزام بالصيانة يحقق له ذلك. كما تهدف أيضا الصيانة إلى تحقيق سلامة المستهلك الجسدية حيث أن الصيانة تحقق الأمان لمستعملي الآلات والأجهزة الحديثة، وبالمقابل فهي تحسن من سمعة المتدخلين وتساعدهم على الاحتفاظ بالعملاء (الدين، 2013، صفحة 32).

يرد الالتزام بالصيانة في العقود الإلكترونية على عاتق المورد الإلكتروني، الذي يلتزم بصيانة الشيء المباع في الشروط العامة لعقود بيع المنتجات الجديدة والأجهزة الحديثة، ذات التقنية العالية والمعقدة والدقيقة الصنع سريعة الخلل، والتي يصعب على غير الفني المتخصص التعرف على سبب تعطلها، مثل برامج الحاسوب الآلي والأجهزة الإلكترونية والحاسبات الآلية والتحضيرات الطبية الإلكترونية وغيرها. يهدف الالتزام بالصيانة إلى محاولة الإبقاء على السلعة المباعة جيدة وصالحة للاستعمال لأطول وقت ممكن، وفي مجال البيع على الانترنت يلتزم المورد الإلكتروني بوصفه معيننا: بأن يقدم للمستهلك بيانات دقيقة على المنتجات محل التعاقد توضح مكوناتها وخصائصها وكيفية تشغيلها وطريقة استخدامها والاحتياطات التي يجب مراعاتها عند الاستعمال، كما يجنب المستهلك أخطارها وييسر له حسن الانتفاع.

ثانيا: خدمة التّصليح

أشار المشرع في المادة 3 فقرة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 244.21 السابق الذكر إلى خدمة التصليح المؤقت في البداية ثم ذكر التصليح هو مصطلح أخص من الصيانة، ويقصد به الأعمال الفنية التي يقوم بها المتدخل لإعادة المنتج إلى حالته الصحيحة بعد الخلل الذي طرأ عليه، تناسبا مع جسامه الخلل وطبيعة الجهاز والاستعمال المرجو منه (أمال، 2012، صفحة 119)، فعند وقوع عطل أو خلل بالسلعة دون أن يكون المستهلك أو المستخدم هو المتسبب في حدوثه فهنا تقوم المؤسسة بعملية التّصليح، فإذا كان العطل سهل وبسيط يتحمل البائع التّصليح، أما إذا كان العطل صعب ومعقد فتوجه السلعة المعطلة إلى المؤسسة المنتجة وهنا على المؤسسة أن تقوم بعملية التصليح بشكل فعال (الدين ح.، 2015، صفحة 24).

4. الخاتمة

أمام القصور الذي شاب القواعد العامة في حماية المستهلك، أقر المشرع بموجب القانون رقم 03.09 والمرسوم التنفيذي رقم 13-327 التزاما جديدا أكثر تطورا في حماية المستهلك تحت عنوان إلزامية الضمان وخدمة ما بعد البيع، ولعل أهم ما يميز هذا الالتزام أنه جعل أحكام الضمان وخدمة ما بعد البيع من النظام العام، بحيث لا يمكن للمتعاقدين الاتفاق على إسقاطه أو التخفيف منه. كما أدرج في التعديل الدستوري لسنة 2016 و2020 حق المستهلكين في الحماية ضمن الحقوق الأساسية المضمونة دستوريا. وهكذا أصبح ضمان صلاحية المنتج وتنفيذ خدمة ما بعد البيع من الحقوق مكرسة ومضمونة قانونا يجب على المتدخل الالتزام بها وتنفيذها.

وفي سبيل التيسير على المستهلك المطالبة بالالتزام المتدخل بالضمان فقد توسع المشرع في مفهوم العيب الموجب للضمان من مجرد اعتباره عيبا مؤثرا في صلاحية المنتج للاستعمال إلى اعتباره كل تخلف للوصف الذي قدمه المتدخل، أو عدم توفر المنتج على الخصائص التي تلبي الرغبات المشروعة للمستهلك أو تلك التي ينص عليها التشريع المعمول به، كما حصن المشرع حق ضمان صلاحية المنتج بحق التجربة من منطلق اعتبار الالتزام بالضمان حق يضاف إليه الحق في التجربة.

وقد وفق المشرع في تحديده للإجراءات الواجب إتباعها من طرف المستهلك من أجل مطالبة المتدخل بالضمان، إلا أن ذلك غير كافي في توفير حماية فعالة للمستهلك على أرض الواقع نظرا للتناقضات والثغرات التي تشوب أحكامه والتي تحد من فعاليته ولهذا نقترح مايلي:

■ تدخل المشرع لإزالة التضارب الموجود في ترتيب الخيارات الممنوحة للمستهلك أثناء تنفيذ طرق الضمان بين كل من أحكام القانون رقم 03.09 المتعلق بحماية المستهلك والمرسوم التنفيذي رقم 13.327 المتخذ تنفيذا له وإقرار ترتيب واحد بينهما يخدم المستهلك.

■ على المشرع أن يسعى من خلال النص على الالتزام بالضمان والخدمة ما بعد البيع في عقود الاستهلاك لتحقيق السلامة الجسدية والمادية للمستهلك المضمونة دستوريا وليس فقط السلامة التجارية للمستهلك.

وعليه فإن كل النقائص والتناقضات المشار إليها في هذه الورقة البحثية من شأنها أن تؤدي إلى عدم فعالية آلية الالتزام بالضمان وتنفيذ خدمة ما بعد البيع في الواقع.

5. قائمة المراجع:

- 102.04. ر. (2004). القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. الجزائر: الجريدة الرسمية.
- 103.09. ر. (2009). حماية المستهلك. الجزائر: الجريدة الرسمية.
- 105.18. ر. (2018). التجارة الإلكترونية. الجزائر: الجريدة الرسمية.
12014. ا. (2015). المحدد لنموذج شهادة الضمان. الجزائر: الجريدة الرسمية.
- 121-244. ا. (2021). المحدد لشروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع. الجزائر: الجريدة الرسمية.
- 1327.13. ا. (2013). المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ. الجزائر: الجريدة الرسمية.
- 19.18. ر. (2019). المؤرخ في 10 يونيو 2018 المعدل والمتمم للقانون رقم 03.09/المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. الجزائر: الجريدة الرسمية.
- الدين، ح. ن. (2015). مساهمة خدمات ما بعد البيع في تحقيق ولاء المستهلك: دراسة حالة مجمع MAIDAT للسيارات بتيجلابين. مذكرة ماستر. بومرداس، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر: جامعة بومرداس.
- الدين، ر. ن. (2013). الضمان وخدمة ما بعد البيع. مذكرة ماستر في القانون. البويرة، قسم الحقوق: تخصص عقود ومسؤولية، الجزائر: جامعة أكلي محند أولحاج.
- القانون 01-16. (2016). التعديل الدستوري. الجزائر: الجريدة الرسمية.
- المرسوم الرئاسي رقم 442.20. (2020). إصدار التعديل الدستوري. الجزائر: الجريدة الرسمية.
- المشترك، ا. ا. (20158). المؤرخ في 14 ديسمبر 2014/المحدد الضمان حسب طبيعة السلعة. الجزائر: الجريدة الرسمية.
- أمال، ج. (2012). تأثير قانون حماية المستهلك في عقد البيع. مذكرة ماجستير. وهران، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر: جامعة وهران.
- بن بعون زكرياء. (2015). آليات تنفيذ ضمان السلع والخدمات في القانون الجزائري. مجلة العلوم الإنسانية، صفحة 277.
- زاهية حورية سي يوسف. (2019). دراسة تحليلية للقانون رقم 03.09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم. الجزائر: دار هومة.
- زهية، ر. (2017). فاعلية الضمان في حماية المشتري في ضوء القانون المدني الجزائري. دكتوراه علوم سياسية. تيزي وزو، قسم العلوم السياسية، الجزائر: كلية الحقوق والعلوم السياسية.

- سامر مصطفى. (2013). أثر خدمة ضمان المنتج في تعزيز رضا العملاء. مجلة جامعة العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد الأول، صفحة 305.
- سامر م. (s.d.). أثر خدمة ضمان المنتج في تعزيز رضا العملاء. دمشق: مجلة جامعة العلوم الاقتصادية والقانونية.
- سعید ج. (2017). خدمات ما بعد البيع وتأثيرها على قرار المستهلك "دراسة حالة: نقطة بيع IRIS بولاية ورقلة. مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية. ورقلة، فرع تسويق واقتصاد، الجزائر: جامعة ورقلة.
- فاروق م. (2016). فعالية الالتزام بالضمان في قانون حماية المستهلك وقمع الغش. مذكرة ماجستير. الجزائر العاصمة، كليو الحقوق، الجزائر: جامعة الجزائر 1.
- فاطمة ب. (2014). الحماية الجنائية للمستهلك "دراسة مقارنة". مصر: دار الفكر الجامعي.
- فرحات عباس. (2014). أهمية خدمات ما بعد البيع في المؤسسة الصناعية: شركة كوندور إلكترونيكس. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، الصفحات 155-156.
- لطيفة أ. (2011). التزام البائع بتسليم المبيع في القانون الجزائري. أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية. تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر: جامعة مولود معمري.
- محمد ب. (2005). مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة "دراسة مقارنة". مصر: دار الفجر.
- محمد ب. (2006). حماية المستهلك في القانون المقارن: دراسة مقارنة في القانون الفرنسي. الجزائر: دار الكتاب الحديثة.
- نوال ش. ح. (2012). التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش. مذكرة ماجستير. تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر: جامعة مولود معمري.
- يمينة ح. (2012). عقد البيع الإلكتروني. أطروحة الدكتوراه. بن عكنون، كلية الحقوق، الجزائر: كلية الحقوق.