

إشكالات حق المستهلك في خدمة ما بعد البيع

Problems of the consumer's right to after-sales service- لعوج خديجة، طالبة دكتوراه.¹

- مخبر المتوسطي للدراسات القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان.

- ملخص:

يعتبر الحق في خدمة ما بعد البيع من أهم الحقوق المعترف بها للمستهلك بموجب قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جاء بها المشرع الجزائري بهدف استدراك الفراغ التشريعي الذي كان في قانون حماية المستهلك صادرة 1989، قصد تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك نتيجة لزيادة حجم وأنواع السلع والخدمات، بل أضحي من الضروري توفير خدمات ما بعد البيع بهدف صيانة وإصلاح السلعة بغية استعمال المنتج لفترة أطول، غير أنه بالرجوع إلى الواقع العملي في الجزائر نجد أن أغلبية المتدخلين لا يلتزمون به، وذلك يرجع إلى نقص الرقابة في هذا الميدان، وكذا عدم تمتع المستهلك بثقافة استهلاكية وقانونية تمكنه من معرفة حقوقه والمطالبة بها بالطرق المخولة له قانونا.

- الكلمات المفتاحية: الحق-المستهلك- الخدمة-البيع.

- Abstract :

The right to after sales service from the most recognized rights of the consumer under the 09-03 law on consumer protection and fraud, the Algerian legislature to remedy legislative vacuum which was issued by the consumer protection act in 1989. To achieve the legitimate desires of the consumer because of increased volume and types of goods and services. But it is necessary to provide after sales services to the maintenance and repair of the product in order to use the product for a longer period, but by reference to the practice in Algeria, we find that most actors don't abide by it, and it is due to a lack of oversight in this area, as well as the absence of consumer culture Legal and being able to know his rights and claim his methods.

Keywords: Right-Consumer-Service-Sales.¹ - البريد الإلكتروني: Khadidja.laouedj@unin-tlemcen.dz

يشهد هذا العصر نزعة استهلاكية واسعة ساهمت بشكل كبير في اكتساح المنتجات والسلع للأسواق مما يترتب عليه ازدحام هذه الأسواق بأشكال من المنتجات لم تكن معهودة من قبل من سلع استهلاكية، لذلك ساير المشرع الجزائري التغير الكبير والسريع الذي تشهده الساحة الاقتصادية خاصة في مجال التجارة وما يصاحبه من ظهور مخاطر تهدد فئة المستهلكين.

وكان ذلك عن طريق إصدار مجموعة من القواعد التشريعية والتنظيمية لتكريس حماية المستهلك، من بين أهم هذه القوانين القانون رقم 09-03 المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش، والذي كرس مجموعة من النصوص القانونية الآمرة التي لا يجوز الاتفاق على مخالفتها والمتعلقة بضمان مطابقة المنتج وخلوه من العيوب، فضلا عن صلاحيته للعمل مدة معينة من الزمن، وكذا ضمان حق المستهلك في خدمة ما بعد البيع التي لم تعد مجرد امتياز على السلع بل أصبحت إلزامية على المتدخل بموجب قانون رقم 09-03.

- إشكالية الدراسة:

وبناء على ما سبق يمكن طرح الإشكال التالي:

- إلى أي مدى يمكن اعتبار القواعد القانونية التي جاء بها المشرع الجزائري في تنظيمه إلزامية خدمة ما بعد البيع فعالة كضمانة للمستهلك؟

للإجابة على هذه الإشكالية ارتأينا تقسيم هذه الدراسة إلى مطلبين سنتناول في المطلب الأول التزام خدمة ما بعد البيع وفي المطلب الثاني خدمة ما بعد البيع كآلية لحماية المستهلك.

- أهمية الدراسة:

- إبراز أهمية خدمة ما بعد البيع في دعم قرار الشرائي بالنسبة للمستهلك.

- أهداف الدراسة:

- تحديد مكانة خدمة ما بعد البيع.

- التعرف على أثر وإشكالات التي تواجه المستهلك في خدمة ما بعد البيع.

المطلب الأول: التزام خدمة ما بعد البيع

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى الإطار القانوني لخدمة ما بعد البيع من خلال مفهوم هذا الإلتزام وشروطه، وهو ما سنتناوله في الفرع الأول، في الحين سنخصص الفرع الثاني تنفيذ التزام بخدمة ما بعد البيع.

الفرع الأول: الإطار القانوني لالتزام بخدمة ما بعد البيع

تعتبر خدمة ما بعد البيع من الإضافات التي جاء بها المشرع الجزائري من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03، حيث لم ينص عليها في القانون السابق الملغى رقم 89-02⁽¹⁾ فأعطى بذلك حماية

طالبة دكتوراه: لعوج خديجة

إضافية وأكثر فعالية للمستهلك، فأصبحت خدمة ما بعد البيع معيارا لقياس فعالية المؤسسة الاقتصادية، وذلك باعتبارها وسيلة مهمة لترويج لمنتجاتها بحثا عن ثقة المستهلك.

أولا: مفهوم التزام بخدمة ما بعد البيع

تعرف خدمة ما بعد البيع بأنها الخدمة الداعمة إضافية تقدم بعد عملية الشراء للعميل بهدف ترغيبه بالشراء وزيادة رضاه وبناء علاقة طيبة طويلة معه⁽²⁾، أو هي كل الأنشطة التي يبذلها المنتج والتي من شأنها تمكين المستهلك على الشراء وتأمين أفضل استفادة يحصل عليها من سلع من خلال زيادة المنافع الإضافية بحيث تحقق أكبر إشباع ممكن لحاجياته ورغبات⁽³⁾.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري لم يعرف خدمة ما بعد البيع بل اكتفى بتعداد الخدمات التي تدخل ضمنها وهذا في نص المادة 16 من القانون 03-09 والذي نص على أنه: "في إطار الخدمة ما بعد البيع وبعد انقضاء فترة الضمان المحدد عن طريق التنظيم، أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، يتعين على المتدخل المعني ضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق"⁽⁴⁾، ولكن بتحليل نص المادة نلاحظ أن التزام بخدمة ما بعد البيع في نظر المشرع الجزائري هي مجموعة أداءات التي تتعلق بضمان صيانة وإصلاح المنتج المعروض في السوق في الحالة التي لا يمكن للضمان أن يؤدي مفعوله، مما يميزه وتجعله التزاما مستقلا بذاته عن التزام بضمان سواء ضمان قانوني أو اتفاقي، حيث تركز خدمة ما بعد البيع على توفير وسائل مواتية للعناية بالمنتج، وعلى تدخل عمال التقنيين مؤهلين، وتوفير قطع غيار موجهة للمنتجات المعنية⁽⁵⁾.

ثانيا: شروط التزام بخدمة ما بعد البيع

لكي يلتزم المتدخل بخدمة ما بعد البيع لا بد من توافر شرطين أساسيين حيث يتمثل الشرط الأول في انتهاء فعالية الالتزام بالضمان، في الحين الشرط الثاني يتمثل في دفع المستهلك مقابل أداء الخدمة ما بعد البيع.

1- إنتهاء فعالية الالتزام بالضمان:

يقصد بانتهاء فعالية الضمان هي الحالة التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره فيها، فالمتدخل ملزم بإصلاح وصيانة المنتج الذي ظهر به عيب قبل انقضاء المدة المقررة للضمان، فإذا طرأ عيب على المنتج بسبب خطأ من المستهلك، فالمتدخل هنا ملزم بإصلاح المنتج بمقابل، وهو ما يجعل الضمان لا يغطيه حتى ولو لم تنتهي المدة القانونية والإضافية للضمان⁽⁶⁾، ويمكن أن تنتهي المدة القانونية كذلك للضمان وذلك بموجب القرار الوزاري المشترك المحدد لمدة الضمان حسب كل سلعة⁽⁷⁾، فمجرد انتهاء هذه المدة ينقضي التزام بالضمان بقوة القانون، وقد فرقت المادة 16 من القانون 03-09 بين خدمة ما بعد البيع والتزام بالضمان ضمينا، بحيث أن الحماية لا تتوقف بمجرد انتهاء فترة الضمان القانوني والاتفاقي، بل يأتي دور خدمة ما بعد البيع كالتزام مكمل لالتزام بالضمان؛ بحيث أن الزامية الضمان تقتصر على العيب الذي لا يد للمستهلك فيه، ويكون نتيجة خلل صناعي فيلتزم المتدخل بضمان إصلاح هذا العيب، بينما تشمل الزامية خدمة ما بعد البيع كل خلل يصيب المنتج سواء

إشكالات حق المستهلك في خدمة ما بعد البيع

كان خلل صناعيا أو كان خلل ناجما عن سوء استعمال للمنتج، كما نصت على ذلك المادة 379 من القانون المدني⁽⁸⁾.

2- دفع مقابل أداء خدمة ما بعد البيع من طرف المستهلك:

يقوم المتدخل بإصلاح المنتج أو صيانتة إذا طلب المستهلك منه ذلك لكن بمقابل مادي يدفعه هذا الأخير ولا يدخل في ثمن المبيع⁽⁹⁾، إلا أنه يجوز للمتدخل والمستهلك الاتفاق على أن يكون الإصلاح أو الصيانة في إطار خدمة ما بعد البيع مجاني⁽¹⁰⁾، كان يتم الاتفاق بينهما على أن تكون أول صيانة أو إصلاح أول عيب يظهر بالمنتج بعد انتهاء فترة الضمان على عاتق المتدخل وذلك في سبيل ترويج لمنتجاته، بهدف ترغيب المستهلك بشرائه وزيادة رضاه لكن لا يجوز للمتدخل رفض أداء التزامه وإلا يمكن مسألتة جزائيا⁽¹¹⁾.

الفرع الثاني: تنفيذ التزام خدمة ما بعد البيع

حتى نكون أمام التزام بخدمة ما بعد البيع يجب على المتدخل القيام بمجموعة من الخدمات لصالح المستهلك، لذلك لا بد من معرفة التصرفات التي يمكن اعتبارها خدمة ما بعد البيع أي صور التي يكون عليها هذا التزام، ولكن قد تكون سلعة أو خدمة كمحل لالتزام خدمة ما بعد البيع.

أولا: صور التزام خدمة ما بعد البيع

تعد خدمة ما بعد البيع من الخدمات التي يخولها عقد البيع للمستهلك، حيث أن هناك العديد من الخدمات تقع على عاتق المتدخل، ولقد نصت المادة 14 من المرسوم التنفيذي 13-327 على أنه: "يتحمل المتدخل المصاريف المتعلقة بخدمات التسليم والنقل والإرجاع والتركيب الضرورية لإصلاح سلعة أو استبدالها إذا كانت السلعة مبيعة قد سلمت في مسكن المستهلك أو في مكان آخر تم تعيينه من طرف هذا الأخير"⁽¹²⁾.

إذن يقوم المتدخل بتوفير وسائل النقل المناسبة من مكان البيع إلى محل إقامة المشتري أو إلى أي مكان آخر يتم تعيينه من طرف هذا الأخير على أن تكون أتعاب هذه الخدمة مشمولة بثمن المبيع، وطبقا لنفس المادة فإن المتدخل يضمن في كثير من الأحيان خدمة التركيب لأن تركيب الشيء قد يؤدي إلى إتلاف الجهاز أو يقلل من فعاليته، خاصة أن بعض الأجهزة التقنية تتطلب مهارة فنية من أجل تركيبها وضمان السير الحسن لها.

وفي إطار خدمة ما بعد البيع، يضمن المتدخل صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق⁽¹³⁾، لأن التزام بالصيانة والإصلاح يعد جوهر الالتزامات التبعية بالتزام بالتسليم المبيع والتي تقع على عاتق المتدخل أو البائع، حيث يهدف إلى تحقيق غرض المستهلك أو المشتري من اقتناء المبيع وإبقاء هذا الأخير في حالة جيدة ولأطول مدة ممكنة.

ويلاحظ أن إصلاح أدق من الصيانة، حيث يقصد به إعادة الشيء المبيع إلى حالته الصحيحة بعد خلل طرأ عليه، بينما الصيانة تشمل جميع الأعمال اللازمة لحفظ الشيء في حالة صحيحة، فغالبا ما يفضل المستهلك اقتناء السلع التي تكون فيه مسؤولية المتدخل قائمة ومستمرة طوال عمر السلعة فإذا كان هذا الأخير يقدم خدمة الصيانة والتصليح مجانا خلال فترة الضمان، لكن مجرد انقضاء هذه الفترة يصبح أداءها بمقابل أي على سبيل

طالبة دكتوراه: لعوج خديجة

المعاوضة⁽¹⁴⁾؛ كما اعتبرت توفير قطع الغيار من الخدمات التي لا بد للمتدخل بتقديمها من خلال المرسوم التنفيذي 15-58 المحدد لشروط وكيفية ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، على أنه يجب على الوكيل أن يلتزم بضمان تأدية خدمة ما بعد البيع للمركبات المبيعة، وذلك عن طريق مستخدمين يتمتعون بالمؤهلات التقنية والمهنية المطلوبة ويجب أن يتضمن خدمة ما بعد البيع على الخصوص مجموعة من الخدمات، ومن بينها بيع قطع الغيار ولوازم المصادق عليها من طرف الصانع⁽¹⁵⁾. إذن لا بد على المتدخل أن يقوم بتوفير قطع غيار جديدة للمستهلك في حالة تلف القطع المستخدمة ولا يتحلل البائع من مسؤوليته إلا إذا أثبت أن عدم التنفيذ يرجع إلا سبب أجنبي أو قوة قاهرة لا يد له فيها.

ثانيا: المنتج كمجال لخدمة ما بعد البيع

إن المشرع الجزائري لم يضع تعريفا محددا للمنتج، لذلك تختلف التعاريف لضبط مفهوم موحد، ففي بعض النصوص القانونية اعتبر ان المنتج هي سلعة فقط، فحسب المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 نصت على أنه: "كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية"⁽¹⁶⁾ ونصت المادة 140 مكرر 02 من القانون المدني على أنه: "يعتبر المنتج كل مال منقول ولو كان متصلا بالعقار لا سيما المنتج الزراعي والمنتج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية، والصيد البري والبحري و الطاقة الكهربائية"⁽¹⁷⁾ ن هذا وقد قصر المشرع مفهوم السلعة على الأشياء المادية، ولم يشترط أن تكون السلعة محل استهلاك شيئا منقولاً؛ بل يمكن أن يكون العقار أو مسكن محلا للاستهلاك ويخضع بالتالي للحماية الخاصة التي يقرها قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

كما نصت المادة 10 الفقرة 17 من القانون رقم 09-03 على أن السلعة كل شيء مادي قابل لتنازل عنه بمقابل أو مجانا ونلاحظ من خلال المادة ان المشرع قد استثنى الأموال المعنوية التي تكون محلا استهلاك كبراءة اختراع والعلامات والرسوم والنماذج الصناعية والعلة في ذلك ترجع لطبيعة هذه الأموال كونها ذات طبيعة معنوية غير محسوسة ما يجعلها غير ملائمة لأساليب الرقابة والمطابقة والتفتيش التي تتطلب وجودا ماديا لتطبيقها، بالإضافة لاقترانها بعالم الأعمال إذ لا يتصور مثلا أن يقوم الشخص بشراء براءة اختراع أو محل تجاري أو علامة تجارية لغرض غير مهني، وإن كان ثمة من يرى مانعا من أن تكون بعض الأموال المعنوية كنموذج الذهني محلا للاستهلاك⁽¹⁸⁾.

ولم يشترط المشرع عنصر الجدية في السلعة محل الاستهلاك، ومن ثم فهي مشمولة بأحكام القانون رقم 09-03 ويعتبر مستهلكا من يقتني أشياء المستعملة لاستعماله الشخصي، وهو موقف وجيه في ظل الإقبال الواسع عليها في السوق الجزائرية اليوم⁽¹⁹⁾.

ويمكن اعتبار السلع بأنها أموال منقولة كالسيارات والآلات الكهربائية والمواد الغذائية، حيث نصت المادة 02 الفقرة 03 من المرسوم التنفيذي 90-39 بأن الغذاء كل مادة معالجة كليا أو جزئيا معدة للتغذية البشرية أو الحيوانية ومنها المشروبات وكل مادة تستعمل في صناعة الأغذية وتحضيرها ومعالجتها ماعدا المواد التي تستعمل في

إشكالات حق المستهلك في خدمة ما بعد البيع

شكل أدوية ومواد تجميلية فقط، كما تعتبر الأموال سلعا ولو كانت مرتبطة بعقار ويعد مالا منقولا كل شيء غير مستقر في حيزه وغير ثابت فيه ويمكن نقله دون تلف، إلا أن المشرع الجزائري لم يستخدم لفظ المال في قانون حماية المستهلك لتفادي تأويل الواسع لمفهوم الأموال الذي يشمل المنقولات والعقارات⁽²⁰⁾، ولكن هل خدمة تعتبر كمحل التزام خدمة ما بعد البيع؟ أو بمعنى آخر هل تعتبر الخدمة جزء من المنتج؟

إن مصطلح الخدمة ملئ بالغموض لذلك قد عرفه المشرع الجزائري من خلال نص المادة 03 من قانون رقم 03-09 حيث نص على أن: "الخدمة كل عمل يقدم غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابع أو مدعما للخدمة المقدمة"، كما نصت المادة 02 من المرسوم التنفيذي 90-39 بأنها كل مجهود يقدم ما عدا تسليم المنتج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو داعما له.

ويتضح من خلال النصوص القانونية أن الخدمة لا تتعلق بالتسليم لأن هذا الأخير مرتبط بمفهوم السلعة باعتبارها التزام بإعطاء شيء، في حين أن الخدمة التزام بعمل، فلا يعتبر تعليف المنتج أو استقبال الجيد لزبون خدمة.

فإلى جانب السلع نجد الخدمات والتي تعتبر منتج يخضع لقانون حماية المستهلك وقمع الغش لأن المشرع الجزائري قد نص في المادة 13 من القانون رقم 03-09 على أنه: "يستفيد كل مقتن لأي منتج سواء كان أداة أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أي مادة تجهيزية أخرى من ضمان بقوة القانون ويمتد هذا الضمان إلى الخدمات..."، كما عرفته المادة 03 الفقرة 10 من نفس القانون بأنه: "كل سلعة أ خدمة يمكن أن يكون موضوع التنازل بمقابل أو مجانا". وبالتالي أدخل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الخدمة ضمن طائفة المنتوجات، نظرا لاتساع والنشاط الكبير لهذا القطاع في السنوات الأخيرة.

وبالتالي المتدخل ملزم بتوفير خدمة ما بعد البيع في مجال الخدمات في الحالات التي لا يمكن لضمان أن يلعب دوره.

المطلب الثاني: خدمة ما بعد البيع كآلية لحماية المستهلك

بعد تعديل قانون حماية المستهلك قد فرض على المتدخل القيام بالتزام بخدمة ما بعد البيع، غير أنه عند الإخلال به تكون هناك جزاءات، لكن في كثير من الأحيان تلاقي القواعد القانونية خرقا من طرف المتدخل في الواقع العملي نتيجة لإشكالات العملية.

الفرع الأول: أهمية و الآثار المترتبة عن التزام خدمة ما بعد البيع

سننظر في هذا الفرع إلى أهمية خدمة ما بعد البيع بالنسبة للمستهلك، ثم الآثار المترتبة عن هذا الإلتزام.

أولاً: أهمية خدمة ما بعد البيع

ترجع أهمية خدمة ما بعد البيع في تحضير المستهلك لتقييم السلعة واستعمالها ومن ثم للشراء القادم. وتعد عاملا أساسيا للمؤسسة وهي قيمة مضافة في ظل أسواق التي تتميز بقوة التكنولوجيا⁽²¹⁾ فالعديد من السلع تتأثر

طالبة دكتوراه: لعوج خديجة

بأداء خدمة ما بعد البيع، فالسيارات أو أجهزة الكمبيوتر إذا قدمت بدون هذه الخدمات، قد تفقد بسرعة منافعها وتصبح دون فائدة، وتعتبر هذه الخدمات أحد المحاور الأساسية للتنافس وللتمييز المؤسسة عن باقي المؤسسات المنافسة، حيث أصبحت معياراً لقياس فعالية هاته المؤسسات.

كما ترجع أهمية خدمة ما بعد البيع على وجه الخصوص إلى أن صلاحية أو كفاءة الأجهزة المباعة أحيانا لا تظهر عيوب السلعة إلا باستعمالها خلال فترة زمنية معينة، الأمر الذي أفنّع بائعي هذه المنتجات بأن البيع لم يعد تصرفاً وقتياً، ينتهي بنقل ملكية الشيء المباع للمشتري، إنما أصبح اتفاقاً مركباً ومعقداً يصطحب بعمليات عديدة، تبدأ من لحظة إبرام العقد وتتوزع من خلال مدة استعمال السلعة، ومن بين هذه العمليات خدمة الإصلاح وصيانة الشيء المباع⁽²²⁾.

ثانياً: الآثار المترتبة عن التزام خدمة ما بعد البيع

يعتمد المنتج أو المتدخل في تقديم خدمة ما بعد البيع إما على مراكز الخدمة التابعة له أو على موزعين، وهذا حسب النطاق المطلوب لأداء الخدمة ونوعها. ويتوقف مكان أداء خدمة ما بعد البيع على مجموعة من العناصر ومميزات السلعة، مدى إمكانية نقلها بسهولة وتكاليف ذلك، بالإضافة إلى مدى إمكانية توفير معدات لتقديم خدمة. ويجب على المستهلك في خدمة ما بعد البيع إخطار المتدخل بالعيوب الموجودة، لأن عدم الإخطار يعني قبول المستهلك بالعيوب.

وقد نصت المادة 13 الفقرة 02 من القانون 03-09 المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش بانه: "يجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحدد في حالة ظهور عيب بالمنتج استبداله أو ارجاع ثمنه، أو تصليح المنتج أو تعديل خدمة على نفقته". يفهم من نص المادة أنه يحق للمستهلك (المشتري) طلب خدمة ما بعد البيع كنوع من الضمان ويصعب على المتدخل (البائع) تقرير حق في تقديم هذه الخدمة كبديل، ولذلك قرر المشرع على كل متدخل لم يلتزم بتنفيذ خدمة ما بعد البيع غرامة مالية من خمسين ألف دينار إلى مليون دينار، وحسب المادة 77 من القانون 03-09⁽²³⁾ في حالة العود تتضاعف قيمة الغرام، كما تحيل المادة 85 من نفس القانون⁽²⁴⁾ إلى المادة 36 من قانون العقوبات⁽²⁵⁾ التي منح هذا الأخير السلطة التقديرية للقاضي بضم العقوبات المالية، إذا تعددت الغرامات من نفس المتدخل، وفي حالة العود تتضاعف الغرامات. كما يمكن للقاضي أن يأمر بالحكم بعقوبة تكميلية إضافة إلى العقوبات الأصلية وتتمثل في شطب من السجل التجاري حسب المادة 85 من القانون 03-09.

كما يمكن لأعوان قمع الغش فرض غرامة الصلح تقدر ب 10٪ وهذا في حالة رفض تنفيذ خدمة ما بعد البيع⁽²⁶⁾ وتجدر الإشارة أن المشرع في تعديل الجديد لم يبين كيفية حساب هذه النسبة، عكس النص قبل تعديل الذي نص على حساب نسبة 10٪ من ثمن المنتج المقتني، حسب المادة 88 من 03-09 المعدلة بموجب نص المادة 75 من الأمر 01-15. ونشير إلى أنه لا يمكن تطبيق غرامة الصلح في حالة العود أو تعدد المخالفات أو

إشكالات حق المستهلك في خدمة ما بعد البيع

إذا كانت المخالفة مسجلة يتعرض المهني أو المتدخل إلى عقوبة أخرى غير العقوبة المالية أو كانت المخالفة محل تعويض ضرر خاص للأشخاص أو الأملاك⁽²⁷⁾.

الفرع الثاني: الإشكالات الواقعية المتعلقة بخدمة ما بعد البيع

تعرف خدمة ما بعد البيع عدة مشاكل وعقبات بسبب عدم تطبيق النصوص القانونية، الأمر الذي يؤدي في كثير من الأحيان إلى حرمان المستهلك من حق شرعه له القانون

- استقلالية التزام خدمة ما بعد البيع عن التزام الضمان:

قد جاءت المادة 16 من القانون 03-09 أنه في إطار خدمة ما بعد البيع وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم، أو في كل الحالات التي لا يمكن أن يلعب دوره. لذلك يتعين على المتدخل المعني ضمان صيانة والتصليح المنتج المعروض في السوق.

قد يظهر لأول وهلة أن عملية الإصلاح المنتج قد تتداخل مع تنفيذ التزام الضمان عند اختيار إصلاح العيب في المنتج، لكن عملية الإصلاح مرتبطة بخدمة ما بعد البيع وبالتالي يعتبر هذه الأخيرة مستقلة بذاتها عن التزام الضمان.

فعملية الإصلاح في فترة الضمان تكون عند ظهور أو اكتشاف العيب، مما يعطل استفادة المستهلك من استعمال المنتج⁽²⁸⁾، فيكون الإصلاح أثناء فترة الضمان القانوني والإضافي ودون أن يتحمل المستهلك أعباء ومصاريف إضافية، وذلك أن يقوم المتدخل بتصليح العطب الموجود في السلعة أو استبدال الأجزاء المعيبة فيه بالأجزاء سليمة؛ أما الإصلاح المرتبط بخدمة ما بعد البيع تكون نتيجة لطول الاستعمال أو نتيجة خطأ منه أو نتيجة لخطأ الغير، فيلتزم المتدخل بضمان الصيانة والإصلاح المنتج محل التعاقد، فهنا المتدخل يقوم بإصلاح ولكنه يتلقى مقابلاً لهذه الخدمة من قبل المستهلك⁽²⁹⁾؛ لذلك بالرجوع إلى الواقع العملي نجد أن أغلبية المتدخلين لا يفرقون بين تنفيذ الضمان المنصوص عليه قانوناً وبين التزام خدمة ما بعد البيع؛ وتكمن الإشكالية هنا في جهل المستهلكين التنظيم القانوني لكل التزام، فلا يفرق أغلب المستهلكين بين التزام الضمان المنصوص عليه في المادتين 13 و14 من القانون رقم 03-09 وبين خدمة ما بعد البيع المنصوص عليها في المادة 16 من نفس القانون.

إضافة إلى عدم علمهم بالتعديلات والإضافات التي تطال القوانين التي تحمي مصالحهم، مما يتيح الفرصة للمتدخلين لمحاولة استغلال جهل المستهلك بذلك.

- تحديد مقابل خدمة ما بعد البيع:

يتلقى المستخدم في إطار التزامه بخدمة ما بعد البيع مقابلاً يدفعه المستهلك من أجل الصيانة والتصليح وتكون خارج عن ثمت المبيع، أي أن تكاليف الخدمة يتحملها المستهلك⁽³⁰⁾.

وبذلك يطرح إشكال تحديد مقابل الخدمة التي يوفرها المتدخل فالأمر يعود إليه لتحديد أي مقابل يراه مناسباً في خدمة ما بعد البيع، ولا يملك المستهلك أي حق في مناقشة الثمن خاصة مع غياب المنافسة وتركز الخدمة وقطع

طالبة دكتوراه: لعوج خديجة

الغياب في يد المتدخل الذي يحتكر السوق عن طريق عقد الامتياز حتى تكون له سلطة عن إبرام العقد وتحديد مقابل الخدمة والتكاليف الإضافية.

وفي هذه الحالة لا يبقى أمام المستهلك إلا اللجوء إلى القضاء ليتمكن من اجراء خبرة لتحديد مقابل لكن غالبا لا يلجأ للقضاء لطول إجراءات التقاضي وتكاليفه⁽³¹⁾.

- عدم توفير ورشات إصلاح ما بعد البيع:

لا يتحقق التزام بخدمة ما بعد البيع إلا بتوفير ورشات اصلاح والصيانة، فيجب أن تتوفر على أيادي عاملة فنية متخصصة في تركيب وصيانة قطع غيار المنتج، لكي يتمكن المستهلك من الانتفاع بالمنتج على النحو المتفق عليه⁽³²⁾. وهذا المشكل قائم في الجزائر، حيث أن القليل من الشركات توفر ورشات الصيانة والتصليح وذلك أن قصد المتدخل تحقيق الربح في المنتجات دون نية ربط العلاقة بالمستهلك من خلال خدمات ما بعد البيع، وأبرز مثال على ذلك، آلاف المنتجات المستوردة من الصين ولا توجد ورشات تصليح لهذه الشركات، فلا توفر أي خدمة بعد بيع المنتج للمستهلك.

- عدم توفير قطع الغيار:

لقد أكد المشرع الجزائري على ضرورة توفير قطع غيار الأصلية تفاديا للتقليد الذي من شأنه إتلاف المنتج من خلال المرسوم التنفيذي رقم 15-58⁽³³⁾ الذي الزم المتدخل بضرورة توفير قطع الغيار الأصلية في السوق، لكن لا يجوز أن يمتنع عن القيام بالتزامه بالخدمة ما بعد البيع بحجة عدم توفير قطع الغيار الأصلية، كأن يتمسك بوقف انتاجها أو ارتفاع أسعارها أو أن هذه المنتجات المستوردة ليست لها نقاط بيع معتمدة في الجزائر⁽³⁴⁾، وعليه لا ترفع مسؤولية المتدخل إلا إذا قام بإثبات أن عدم التنفيذ بسبب عدم إمكانية توفير قطع الغيار يرجع إلى القوة القاهرة أو سبب أجنبي، تفتقد قطع الغيار الأجهزة المستوردة نتيجة لحظرها اثر اعلان حرب على دولة مصنعة⁽³⁵⁾.

- الخاتمة

لقد وضع المشرع الجزائري من أجل ضمان حماية المستهلك قواعد في مواجهة المتدخل، وبرغم من مواكبة التطور الحاصل في مجال الاستهلاك إلا أنه عرف تأخر في مجال تنظيم خدمة ما بعد البيع، لغاية صدور القانون رقم 09-03 الخاص بقانون حماية المستهلك وقمع الغش. ذلك أن هذه الخدمة تحقق أهم رغبة مشروعة للمستهلك، ألا وهي الاستفادة من المنتج الذي اقتناه لفترة طويلة، من خلال الصيانة وإصلاح وتوفير قطع الغيار الخاصة به، خاصة إذا كانت الظروف المادية للمستهلك لا تسمح له بشراء منتج جديد.

يمكن القول إن لا بد للمشرع الجزائري أن يصدر نصوص قانونية لتنظيم جانب الخدمات، لغموض كيفية تنفيذ هذا الالتزام بحيث اكتفى بتنظيم السلع في التزام خدمة ما بعد البيع؛ فوجب عليه مساندة التطور في هذا القطاع وسن نصوص تحدد كيفية تنفيذ التزام خدمة ما بعد البيع.

إشكالات حق المستهلك في خدمة ما بعد البيع

إضافة إلى أنه عند استقراء النصوص القانونية نجد أن المشرع الجزائري لم يحدد مقابل هذا التزام، وهذا يعد فراغ قانوني يستغله المتدخل لصالحه لتحديد مقابل لتحقيق أرباح على مستهلك دون أي ضوابط أو معايير، وهذا لا يخدم مصلحة المستهلك الذي يسعى القانون إلى حمايتها، لذلك لا بد للمشرع تحديد سقف مقابل خدمة ما بعد البيع لكل سلعة أو خدمة.

وختاما يمكن القول عدم تجسيد وتفعيل خدمة ما بعد البيع في الواقع العملي، يرجع إلى نقص وعي المستهلك بحقوقه وعدم تمتعه بالثقافة الاستهلاكية، ونقص الرقابة في هذا المجال. ولذلك لا بد من ضرورة توعية المستهلك وتعريفه بحقوقه المعترف بها قانونا لكي يتمكن من المطالبة بها بكل الطرق المشروعة. فضلا عن ضرورة الرقابة على احترام الزامية خدمة ما بعد البيع من طرف الجهات المختصة بذلك.

1- القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية، العدد 06، لسنة 1989، الملغى بموجب 09-03.

2- ملوك جهيدة، رميدي عبد الوهاب، أثر الخدمات ما بعد البيع على ولاء المستهلك للعلامة التجارية *condor* (بولاية البويرة)، مجلة المعارف، جامعة البويرة، الجزائر، العدد 21، 2016، ص.176.

3- أحمد شاكر العسكري، دراسات تسويقية متخصصة، دار زهران لنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص.172.

4- المادة 16 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر 1430 هـ الموافق لـ 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15، لسنة 2009.

5- فدوى قهوجي، ضمان عيوب المبيع فقها وقضاء، دار الكتب القانونية، القاهرة، 2008، ص.15.

6- بوهنتالة آمال، قداش سلوى، واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 01، العدد 06، ص.207.

7- القرار الوزاري المشترك مؤرخ في 21 صفر 1436 هـ الموافق لـ 14 ديسمبر 2014، المحدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة، الجريدة الرسمية، العدد 03، لسنة 2015.

8- المادة 379 من الأمر 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية، العدد 78، لسنة 1975، المعدل والمتمم بالقانون 05-10، الجريدة الرسمية، العدد 44، لسنة 2005.

9- بودالي محمد، الحماية القانونية للمستهلك عن الإشهار الكاذب أو الخادع، مجلة العلوم القانونية والإدارية جامعة الجيلالي ليايس، سيدي بلعباس، الجزائر، العدد 06، 2009، ص.386.

10- بوهنتالة آمال، قداش سلوى، المرجع السابق، ص.207.

11- ملوك جهيدة، رميدي عبد الوهاب، المرجع السابق، ص.177.

12- المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 20 ذي القعدة 1434 هـ الموافق لـ 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، الجريدة الرسمية، العدد 49.

13- المادة 16 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

14- جابر محجوب علي، خدمة ما بعد البيع في بيع المنقولات الجديدة، ط3، طيبة لطباعة، مصر، 2008، ص.144.

15- المادة 38 من المرسوم التنفيذي 15-58 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات ممارسة وكلاء المركبات الجديدة والتي نصت على أنه: "يلزم الوكيل بضمان تأدية خدمة ما بعد البيع للمركبات المبيعة، وذلك عن طريق مستخدمين يتمتعون بالمؤهلات التقنية والمهنية المطلوبة.

يجب أن تتضمن خدمة ما بعد البيع على الخصوص الخدمات الآتية:

-المراجعات الدورية التي يغطيها الضمان،

-العناية والصيانة والتصليح،

- بيع قطع الغيار واللوازم الأصلية أو المصادق عليها من طرف الصانع"
- 16- المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المؤرخ في 03 رجب 1410 الموافق لـ 30 يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 05، لسنة 1990.
- 17- الأمر رقم 75-58، المؤرخ في 20 رمضان 1395 هـ الموافق لـ 20 سبتمبر 1975، المتضمن قانون المدني، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 يونيو 2005، الجريدة الرسمية، العدد 44.
- 18- صياد صادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 01، 2013-2014، ص. 54.
- 19- محمد عماد الدين عياض، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03، مداخلة ضمن أعمال الملتقى: الوطني الخامس حول حماية المستهلك في ظل القانون رقم 09-03، أيام 08-09 نوفمبر 2010، بكلية الحقوق، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، ص. 10.
- 20- شعباني (حنين) نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2011-2012، ص. 35.
- 21- *Lament Hermel et Pascale Hermel, 100 question, 10 pour comprendre et agir, impression brochage chirat, AFNOR, France, 2007, p.107.*
- 22- بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة وهران، الجزائر، 2012-2013، ص. 15.
- 23- تنص المادة 77 من القانون رقم 09-03 على أنه: "يعاقب بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000) كل من يخالف الزامية تنفيذ خدمة ما بعد البيع المنصوص عليها في المادة 16 من هذا القانون".
- 24- تنص المادة 85 من نفس القانون على أنه: "طبقا لأحكام المادة 36 من قانون العقوبات، تضم الغرامات المنصوص عليها في أحكام القانون. وفي حالة العود تضاعف الغرامات ويمكن للجهة القضائية المختصة اعلان شطب السجل التجاري للمخالف".
- 25- تنص المادة 36 من الأمر 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية، العدد 49، لسنة 1966، المعدل والمتمم بموجب قانون 16-02 يونيو 2016، الجريدة الرسمية، العدد 37، لسنة 2016، على أنه: "تضم العقوبات المالية، ما لم يقرر القاضي خلاف ذلك بنص صريح".
- 26- المادة 88 من القانون 09-03 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: "رفض تنفيذ خدمة ما بعد البيع للعاقب عليها في المادة 78 من هذا القانون 10٪ من ثمن المنتج المقتني".
- 27- ضوفي محمد، حق المستهلك في ضمان المنتج وتوفير خدمة ما بعد البيع، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، جامعة بليدة 02، العدد 08، ص. 275.
- 28- المرجع نفسه، ص. 274.
- 29- بوهنتالة آمال، قداش سلوى، المرجع السابق، ص. 213.
- 30- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص. 386.
- 31- بن عمارة محمد، المرجع السابق، ص. 303.
- 32- بوهنتالة آمال، قداش سلوى، المرجع السابق، ص. 213.
- 33- المادة 38 من المرسوم التنفيذي رقم 15-58 المتعلق بتحديد شروط وكيفية ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة.
- 34- بوهنتالة آمال، قداش سلوى، المرجع السابق، ص. 214.
- 35- محمد حسنين منصور، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، ط5، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2006، ص. 347.

– قائمة المراجع

أ- الكتب

- 1- أحمد شاعر العسكري، دراسات تسويقية متخصصة، دار زهران لنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2000.
- 2- جابر محبوب علي، خدمة ما بعد البيع في بيوع المنقولات الجديدة، ط3، طيبة لطباعة، مصر، 2008.
- 3- فدوى قهوجي، ضمان عيوب المبيع فقها وقضاء، دار الكتب القانونية، القاهرة، 2008.
- 4- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
- 5- محمد حسنين منصور، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، ط5، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2006.

ب- الأطروحات والمذكرات

1. بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة وهران، الجزائر، 2012-2013.
2. شعباني (حنين) نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2011-2012.
3. صياد صادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 01، 2013-2014.

ج- المقالات

- 1- بودالي محمد، الحماية القانونية للمستهلك عن الإشهار الكاذب أو الخادع، مجلة العلوم القانونية والإدارية جامعة الجليلي ليايس، سيدي بلعباس، الجزائر، العدد 06، 2009.
- 2- بوهنتالة آمال، قداش سلوى، واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 01، العدد 06.
- 3- ضويفي محمد، حق المستهلك في ضمان المنتج وتوفير خدمة ما بعد البيع، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، جامعة بليدة 02، العدد 08.
- 4- ملوك جهيدة، رميدي عبد الوهاب، أثر الخدمات ما بعد البيع على ولاء المستهلك للعلامة التجارية *condor* (بولاية البويرة)، مجلة المعارف، جامعة البويرة، الجزائر، العدد 21، 2016.

د- المداخلات

1- محمد عماد الدين عياض، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03، مداخلة ضمن أعمال الملتقى: الوطني الخامس حول حماية المستهلك في ظل القانون رقم 09-03، بكلية الحقوق، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، أيام 08-09 نوفمبر 2010.

ه- القوانين والمراسيم

1. الأمر 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية، العدد 49، لسنة 1966، المعدل والمتمم بموجب قانون 16-02 يونيو 2016، الجريدة الرسمية، العدد 37، لسنة 2016.
 2. الأمر رقم 75-58، المؤرخ في 20 رمضان 1395 هـ الموافق ل 20 سبتمبر 1975، المتضمن قانون المدني، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 يونيو 2005، الجريدة الرسمية، العدد 44.
 3. القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية، العدد 06، لسنة 1989، الملغى بموجب 09-03.
 4. المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المؤرخ في 03 رجب 1410 الموافق ل 30 يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 05، لسنة 1990.
 5. المادة 16 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر 1430 هـ الموافق ل 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15، لسنة 2009.
 6. لمرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 20 ذي القعدة 1434 هـ الموافق ل 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، الجريدة الرسمية، العدد 49.
 7. القرار الوزاري المشترك مؤرخ في 21 صفر 1436 هـ الموافق ل 14 ديسمبر 2014، المحدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة، الجريدة الرسمية، العدد 03، لسنة 2015.
 8. المرسوم التنفيذي رقم 15-58 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة.
- 6- المراجع باللغة الأجنبية

1- Lament Hermel et Pascale Hermel, 100 question, 10 pour comprendre et agir, impression brochage chirat, AFNOR, France, 2007.