

واقع خدمة ما بعد البيع في القانون الجزائري

The reality of after-sale service in Algerian law

دليلة معزوز*

جامعة البويرة، الجزائر، mazouz dall@gmail.com

مخبر الدولة والإجرام المنظم: مقارنة قانونية وحقوقية بأبعاد اقتصادية واجتماعية
جريمة تبييض الأموال نموذجاً

تاريخ الاستلام: 2021/04/24؛ تاريخ القبول: 2021/06/08؛ تاريخ النشر: 2021/06/30

ملخص:

تعتبر خدمة ما بعد البيع ضماناً إضافياً يلتزم به المتدخل لحماية المستهلك من العيوب التي تظهر في الأجهزة أو الآلات الحديثة بعد استعمالها. كما تعد من الحوافز الأساسية المساعدة على كسب رضاه وتوسيع قاعدة المستهلكين للمطالبة بها. وقد تم تنظيم خدمة ما بعد البيع في القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وفي القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، غير أن الواقع العملي أظهر عدولاً كبيراً عن تنفيذها من قبل المتدخلين بسبب نقص الرقابة في الميدان؛ ومن أجل ذلك حاول المشرع الجزائري وضع عدة آليات للسهر على تحقيقها وتوفيرها للمستهلك. كلمات مفتاحية: خدمة ما بعد البيع؛ المتدخل؛ التزام؛ المستهلك؛ ضمان؛ المنتج.

Abstract:

The after-sale service is considered an additional guarantee that the operator is obligated to undertake to protect the consumer from defects that appear in modern devices or machines after their use. It is also considered one of the main incentives to help gain his satisfaction and expand the consumer base to demand it. The after-sales service has been regulated in Law No. 09-03 related to consumer protection

and fraud suppression and in Law No. 18-05 related to electronic commerce, but the practical reality showed a great reversal of its implementation by the interveners due to the lack of oversight in the field, for this he tried The Algerian legislator has put in place several mechanisms to ensure that they are achieved and made available to the consumer.

Keywords: After sale service; interventionist; commitment; customer; guaranty; product.

مقدمة:

إنّ التقدم الصناعي أدى إلى ازدياد المنتجات الصناعية ذات التركيبة المعقدة أو التقنية العالية مثل الأجهزة الكهرو منزلية والآلات المختلفة الحديثة التي يكتنمها المستهلك من الأسواق العادية أو الافتراضية، أي عبر التجارة الالكترونية، فهذه المنتجات قد تحقق رفاهية له من خلال الانتفاع بها إلا أن بعد استعمال بعض هذه المنتجات ثبت عدم صلاحيتها أو عدم كفاءة هذه المنتجات، كما ان خطورة الحوادث التي يمكن ان تسببها هذه المنتجات لا تظهر إلا بعد استعمالها، الأمر الذي جعل كل المتدخلين بهذه المنتجات يدركوا بأن البيع ليس بتصرف وقتي، بل هو اتفاق مركب، يبدأ من بيع هذه لمنتجات إلى غاية اصلاح وصيانة الشي المبّيع.

ولذا، فان الزامية خدمة ما بعد البيع وما تضمنه من صيانة المنتج ضرورة تجارية تفرضها تعقيدات الاجهزة الحديثة مع صعوبة ايجاد فنيين متخصصين يقومون بعملية الاصلاح والصيانة بعيدا عن دائرة الصناع والبائعين.

كما ان أغلبية المستهلكين يتجاهلون اعتقادا منهم أن خدمة ما بعد البيع مجرد امتياز على السلع فقط، غير أن في الحقيقة، هي التزام يقع على عاتق المتدخل بموجب القانون 03-09⁽¹⁾ المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وكذلك القانون رقم 05-18⁽¹⁾ المتعلق بالتجارة الالكترونية.

(1) قانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فبراير 2009 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15 سنة 2009، معدل ومتمم بالقانون رقم 19-18 مؤرخ في 10 يونيو 2018، ج ر عدد 35 بتاريخ 13 جوان سنة 2018.

فهذا الأمر يستوجب التطرق بدراسة وتحليل لهذا الموضوع من خلال طرح الإشكالية الآتية:

هل تعد القواعد القانونية المنظمة للإلزامية خدمة ما بعد البيع في القانون الجزائري فعالة في حماية المستهلك في ظل الواقع الاقتصادي من جهة، والواقع المعرفي والتوعوي بالقانون من جهة أخرى؟

للإجابة عن هذه الإشكالية ارتأينا تناول الدراسة في مبحثين: (الأول) حول مفهوم تقديم خدمة ما بعد البيع، في حين خصصنا المبحث الثاني لخدمة ما بعد البيع في التشريع الجزائري.

المبحث الأول: مفهوم تقديم خدمة ما بعد البيع

عرف التطور الاقتصادي اكتظاظ شاسع للمؤسسات الاقتصادية ذات الطابع الصناعي والإنتاجي وكذا التسويقي مما جعلها تقدم خدمة ما بعد البيع حتى تميزها عن منافسيها في الأسواق، وجذب اهتمام المستهلكين للتعاقدها معها، تعتبر خدمة ما بعد البيع وسيلة ناجعة لترويج المنتجات وبيعها في أقل وقت ممكن.

بالإضافة لذلك، تعد خدمة ما بعد البيع ضمان حديث لم تتباين أحكامه بشكل واضح، ولذا سوف نعالج هذا الموضوع من تحديد تعريف خدمة ما بعد البيع وتميزها عن الالتزام بالضمان (المطلب الأول)، ثم نتطرق لشروط خدمة ما بعد البيع في (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تعريف خدمة ما بعد البيع وتميزها عن الالتزام بالضمان

قدم بعض الفقهاء تعريفات مختلفة حول خدمة ما بعد البيع، أما التشريع الجزائري فقد أقر خدمة ما بعد البيع ونظمها في قوانين حماية المستهلك. وعليه، ومن خلال تعريف خدمة ما بعد البيع (الفرع الأول)، يمكننا الوصول إلى تمييزها عن الالتزام بالضمان (الفرع الثاني).

(1) قانون رقم 05-18 مؤرخ في 10 مايو 2018، متعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائرية، ج ر عدد 28 صادر في 16 مايو 2018.

الفرع الأول: تعريف خدمة ما بعد البيع

حاول بعض الباحثين في علم الاقتصاد تقديم تعريفات مختلفة حول خدمة ما بعد البيع، حيث عرفها أحد الفقهاء على أنها: «خدمات داعمة إضافية تقدم مع عملية الشراء للعميل بهدف ترغيبه بالشراء وزيادة رضاه وبناء علاقة طيبة طويلة معه»⁽¹⁾، وهناك من عرفها بقوله: «يدخل في خدمة ما بعد البيع الأداءات التي تكون مقابل دفع تكاليف إضافية لا يشملها ثمن الشيء المباع بحيث يقوم البائع بكل عمليات الإصلاح والصيانة للمبيع المسلم لكن يجب على المشتري دفع تكاليف إضافية»⁽²⁾.

ويعرفها فقه آخر على أنها التزام على عاتق بائعي ومنتجي الآلات والأجهزة الحديثة لضمان صلاحيتها للعمل وإصلاح الأعطال التي ترجع إلى نوعية المواد الداخلة في صناعة الأجهزة وطريقة تصميمها أو تركيب أجزائها⁽³⁾.

وبالرجوع إلى القانون رقم 03-09، لقد نص على خدمة ما بعد البيع، ضمن المادة 16 من حيث جاء فيها: «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 ضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق».

وبعد تعديل قانون 03-09 بقانون رقم 09-18 أضيفت للمادة 16 الفقرة التالية: «تحدد شروط وكيفية خدمة ما بعد البيع عن طريق التنظيم». كما تضمن القانون رقم 05-18⁽⁴⁾ في المادة 13/ منه على: «يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني على الخصوص المعلومات الآتية:

– شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع، ...».

(1) ملوك جعيدة، رميدي عبد الوهاب، أثر خدمات ما بعد البيع على ولاء المستهلك للعلاقة التجارية كاندور (condor) مجلة المعارف، جامعة البويرة، الجزائر، العدد 21 سنة 2016، ص 176.

(2) جريفي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، رسالة دكتوراه، جامعة أحمد دراية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ادار، 2017/2018، ص 279.

(3) Philippe. MALAURIE et Laurent. AYNES, Les obligations, 11 éd, cujas 2001, n°435,p305 .

(4) قانون رقم 05-18 مرجع سابق.

وبهذا نجد أن المشرع الجزائري لم يقدم تعريفا متعلق بخدمة ما بعد البيع إلا أنه اعتبرها التزاما يقع على عاتق المتدخل سواء في البيع العادي أو الإلكتروني، وتتضمن خدمة ما بعد البيع مجموعة من الأداءات المتعلقة بالصيانة وإصلاح المنتج المعروض في السوق في الحالة التي لا يمكن للضمان بنوعيه تأدية مفعوله، وبالتالي يمكن القول أن خدمة ما بعد البيع ما هي إلا التزام مستقل عن الضمان المعمول به في العقود.

الفرع الثاني: تمييز خدمة ما بعد البيع عن الالتزام بالضمان

لاشك أن كل من خدمة ما بعد البيع والالتزام بالضمان يتشابهان أو يختلفان في عدة نقاط يمكن ذكرها فيما يلي:

أولاً: تتشابه إلزامية الضمان وإلزامية خدمة ما بعد البيع بكونهما التزاما يقع على عاتق المتدخل، كما أن الهدف منهما هو تحقيق الضمان والمصلحة للمستهلك تكمن في الاستفادة بشكل أطول بالمنتج الذي اقتناه.

ثانياً: كون صلاحية أو كفاءة الأجهزة المباعة قد لا تظهر إلا بعد الاستعمال خلال فترة زمنية معينة، سواء فترة الضمان أو فترة خدمة ما بعد البيع.

ثالثاً: تختلف إلزامية الضمان عن خدمة ما بعد البيع في كون أن دفع الثمن في إلزامية الضمان يقع على المنتج طبقاً للمادة 13 من قانون رقم 03-09، بينما في خدمة ما بعد البيع، يدفع المستهلك تكاليف الإصلاح والصيانة.

رابعاً: الالتزام بالضمان يسبق الالتزام بخدمة ما بعد البيع في التنفيذ، وعلى المستهلك المطالبة بخدمة ما بعد البيع إلا بعد انتهاء فترة الضمان.

خامساً: يختلف كل من الضمان وخدمة ما بعد البيع في المدة،، وأنها سارية ما دام المنتج موجود، ولقد نصت المادة 02 من القرار الوزاري المؤرخ في 214/12/14 أنه تحدد مدة ضمان السلع الجديدة المقتناة بمقابل أو مجاناً حسب طبيعة السلعة

وأضافت المادة 03 من نفس القرار أن: "مدة ضمان السلع المقتناة بمقابل أو مجاناً غير المحددة في القوائم الملحقة بهذا القرار هي تلك المعمول بها في المهنة أو النشاط على

ان تقل عن 06 أشهر⁽¹⁾.

المطلب الثاني: شروط خدمة ما بعد البيع

الالتزام بخدمة ما بعد البيع تستوجب توافر شرطان أساسيين لإنجازهما من قبل المتدخل وهما: الشرط الأول: انتهاء فعالية الالتزام بالضمان (فرع أول) أما الشرط الثاني متمثل في: دفع تكاليف خدمة ما بعد البيع من قبل المستهلك، أي الزبون (الفرع الثاني).

الفرع الأول: انتهاء فعالية الالتزام بالضمان

يقصد بهذا الشرط عدم الاستفادة بخدمة ما بعد البيع إلا بعد نفاذ مدة التزام بالضمان الأولى المفروضة على عاتق المتدخل⁽²⁾، أي أن المتدخل ملزم بصيانة وإصلاح المنتج الذي ظهر به عيب أو خلل في فترة الضمان المقررة قانونا حسب كل سلعة⁽³⁾، فينقضي الالتزام بالضمان بقوة القانون إلا أنه قد يتفق المستهلك والمتدخل على أن يكون هناك ضمان إضافي (أي الزيادة في الضمان طبقا لما ورد في المادة 384 من القانون المدني الجزائري)⁽⁴⁾.

وعليه، ان المتدخل ملزم بصيانة وإصلاح المنتج الذي ظهر به عيب بعد انقضاء المدة المقررة قانونا للضمان أو أن العيب الذي طرأ على المنتج كان بسبب خطأ صادر عن المستهلك مما جعل الضمان حتى ولو كان في المدد القانونية لا يغطيه⁽⁵⁾.

الفرع الثاني: دفع تكاليف خدمة ما بعد البيع من قبل المستهلك

يدفع المستهلك مقابلا للمتدخل بعد قيام هذا الأخير بأداء خدمة له، فهذه الخدمة قد تكون إصلاح أو صيانة المنتج، ويكون ذلك طبعا بطلب من المستهلك، فالمتدخل لا

(1) قرار الوزاري المشترك المؤرخ في 214/12/14، يحدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة، ج ر عدد 03 بتاريخ 27 يناير سنة 2015.

(2) انظر المادة 16 من قانون 03-09، مرجع سابق.

(3) قرار الوزاري المشترك المؤرخ في 214/12/14، المرجع السابق.

(4) أمر 58-75 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 متضمن القانون المدني الجزائري، ج ر عدد 78 لسنة 1975 معدل ومتمم بالقانون 10-05، ج ر عدد 44 بتاريخ 26 جوان سنة 2005

(5) بوهنتالة آمال، قداشي سلوى، واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مسيلة 2017، عدد 06، ص 207.

يمكنه رفض أداء خدمة للمستهلك لأنه قد يسأل جزائيا إذا تسبب المنتج بضرر جسيم للمستهلك.

غير أنه يجوز لأطراف العقد الاتفاق على أن يكون الإصلاح والصيانة في إطار خدمة ما بعد البيع مجاني، كأن يتم الاتفاق بينهما على أن تكون أول صيانة أو إصلاح أو عيب يطرأ على المنتج بعد انتهاء فترة الضمان على عاتق المتدخل وذلك في سبيل الترويج لمنتجاته بهدف ترغيب المستهلك بشراؤها وزيادة رضاه⁽¹⁾.

المطلب الثاني: نطاق تكريس خدمة ما بعد البيع

إن خدمة ما بعد البيع لها نطاق واسع، بحيث يمكن أن تتركس في إطار تعاقدى وهذا هو الأصل وقد تتركس في إطار غير تعاقدى، أي لا توجد علاقة مباشرة بين المستهلك المطالب خدمة والمتدخل الذي يقوم بتوفيرها له. كما أن خدمة ما بعد البيع تمارس على السلع المادية (آلات، أجهزة، وغيرها)، أو كما سماها المشرع في المادة 13 من القانون رقم 03-09 بمصطلح "المنتج"، فهذا المصطلح يتضمن كل أنواع السلع المادية والمعنوية.

وعليه، سنتناول في هذا المطلب، تكريس خدمة ما بعد البيع من حيث الأشخاص (فرع أول) ثم تكريس خدمة ما بعد البيع من حيث محل التعاقد (فرع ثاني).

الفرع الأول: تكريس خدمة ما بعد البيع من حيث الأشخاص

لا شك أن تطبيق خدمة ما بعد البيع سينتفع منها المستهلك (الزبون وغيره) فقد يكون متعاقدا أو غير متعاقد، فينتفع كل منهما منها لكونها توفر لهما حماية من المنتج الذي قد يعرض امنهما وسلامتهما للخطر.

وعليه، فالمستهلك المتعاقد قد تم تعريفه من خلال المادة 3 من القانون رقم 03-09 وهو: « كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به»، كما تم تعريف المستهلك في المادة 3/6 من قانون رقم 05-18: « المستهلك الالكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة

(1) بوهنتالة آمال، قداشي سلوى، مرجع سابق، ص 207.

عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي».

كما عرفه القانون رقم 02-04⁽¹⁾ بأنه: « كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت مجردة من كل طابع مهني».

وعليه، يتضح من خلال هذه التعريفات السابقة أن المستهلك المقصود بالحماية هو:

أولاً: كل شخص طبيعي كان أو معنوياً، يبرم عقوداً من أجل الحصول على السلع والخدمات للمنفعة، وغير مختص في مجال هذه المعاملة، وليس بنية بيع أو تصنيف أو تداولها، أي يتحصل على السلعة لشخصه ولعائلته⁽²⁾.

ثانياً: أن يقتني المستهلك السلعة بمقابل أو مجاناً ويدخل ضمن هذه العملية كل من المستهلك وافراد عائلته، غير أن اقتناء السلع عن طريق التعاقد تستلزم بالضرورة مقابلاً وليس مجاناً.

كما يدخل ضمن تكريس خدمة ما بعد البيع المتدخل الذي نص عليه القانون 09-03 في المادة 03 منه: « الطرف الملزم بتنفيذ خدمة ما بعد البيع بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك» غير أن في قانون رقم 05-18 ورد اسم المتدخل بتسمية المورد الالكتروني، وذلك في المادة 4/6: « المورد الالكتروني: هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية»، وهذا المورد الالكتروني قد يكون شخصاً طبيعياً أو معنوياً كالمؤسسات التجارية والاقتصادية وغيرها من الهياكل التجارية.

فمن خلال هذه المادة المشرع عرف المورد وخدماته ولم يذكر خدمة ما بعد البيع كما ورد ذلك في قانون رقم 03-09.

(1) - قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41 لسنة 2004، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 06-10 مؤرخ في 15 أغسطس 2010، ج ر عدد 46 بتاريخ 18 اوت سنة 2010.

(2) عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات حلي الحقوقية، ط1، لبنان، 2007، ص21. أنظر كذلك لدى:

J.GHESTIN Traité de droit civil les obligations le contrat formation L.G.D.J. 2ème éd ;Paris 1994 ; p136.

الفرع الثاني: تكريس خدمة ما بعد البيع من حيث محل التعاقد

لقد تضمنت المادة 10/03 والمادة 13 من قانون رقم 03-09 النطاق القانوني الذي تكرس فيه خدمة ما بعد البيع، ويتضح أن هذا النطاق يكمن في السلع والخدمات، فمن خلال هذا الفرع نتطرق للسلعة الموجبة لخدمة ما بعد البيع (أولا) الخدمة الموجبة للضمان ما بعد البيع (ثانيا).

أولاً: السلعة الموجبة بخدمة ما بعد البيع

وردت بعض النصوص القانونية متضمنة أنواع السلع التي يستفيد متقنيها بخدمة ما بعد البيع، حيث تضمنت المادة 1/13 من القانون 03-09⁽¹⁾ جملة من هذه السلع متمثلة في أداة أو آلة أو عتاد أو مركبة أو مادة تجهيزية، فكل هذه السلع تعد مادية ومنقولة قابلة لا يطلب المستهلك خدمة ما بعد البيع عليها .

كما تضمنت المادة 3/02 من المرسوم التنفيذي رقم 39-90⁽²⁾ نوعية خدمة موجبة بعد البيع، وتكمن في البضاعة المتمثلة في المنقول، فقد يكون هذا الأخير غذاء ماديا أو سائلا موجها للاستهلاك من قبل الإنسان أو الحيوان.

وكذلك يسري الضمان على المركبات بمختلف أنواعها وهذا ما ورد بموجب المادة 36 من المرسوم التنفيذي رقم 58-15⁽³⁾ "...وجاء فيها:" يلزم وكيل السيارات بالتكفل في إطار الضمان بالمركبات التي تحتوي على عيوب ونقائص".

ثانيا: خدمة موجبة للضمان ما بعد البيع

ألحق المشرع الجزائري خدمة ما بعد البيع ضمن مفهوم السلعة باعتبارها التزام بتقديم عمل أو نشاط، وكثيرا ما تكون هذه النشاطات مكرسة من المرافق العامة ذات

(1) المادة 1/13 من القانون 03-09، مرجع سابق، كما تضمن المرسوم التنفيذي رقم 58-15 مؤرخ في 08 فبراير 2015 يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، ج ر عدد 05 بتاريخ 08 فبراير 2015.

ضرورة تقديم خدمة للسيارات من قبل الوكلاء لضمان المركبات من مختلف العيوب.

(2) مرسوم تنفيذي رقم 39-90 مؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر عدد 05 سنة 1990 معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 315-01 مؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج ر عدد 61 بتاريخ 21 أكتوبر سنة 2001.

(3)- مرسوم تنفيذي رقم 58-15 مؤرخ في 08 فبراير 2015 يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة.

الطابع التجاري أو الاقتصادي أو من طرف وكلاء ذوي الاعتماد التجاري، وتبرز خدمة ما بعد البيع في تقديم تسهيلات عن طريق أعمال يقوم بها، فهي متمثلة في تصليح وصيانة المنتج عند تعرضه لعطب ما، وهذا ما تشير إليه بعض الشركات التي تباع الأجهزة الكهربائية أو الميكانيكية، كما توفر اليد العاملة المؤهلة تقنيا وفنيا لهذه المنتجات.

وكما أسلفنا، فقد تبني المشرع الجزائري خدمة ما بعد البيع في قانون رقم 05-18⁽¹⁾.

المبحث الثاني: خدمة ما بعد البيع في التشريع الجزائري

يعتبر الضمان وخدمة ما بعد البيع من أهم الحقوق المعترف بها للمستهلك بموجب التشريع الجزائري إلا أن خدمة ما بعد البيع مازال يشوبها الكثير من الصعوبات التي تحول دون تطبيقها وتجسيدها في الواقع التطبيقي، مما جعل المشرع الجزائري ينظم عدة اليات لمواجهة هذه الصعوبات، لذا سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى الصعوبات التي تحول دون تطبيق تقنية خدمة ما بعد البيع (المطلب الأول)، وتتناول في (المطلب الثاني) الآليات المكرسة لتجسيد الزامية خدمة ما بعد البيع.

المطلب الأول: الصعوبات التي تحول دون تطبيق تقنية الخدمة ما بعد البيع

لقد تعددت الصعوبات الواقعية في خدمة ما بعد البيع إلى درجة أن أصبح المستهلك لا يطلبها، بالرغم من أنها حق من حقوقه المشروعة في قوانين الاستهلاك، فما على المتدخل إلا الاستجابة لتنفيذها باعتبارها التزام على عاتقه لحماية المستهلك. تتمثل هذه الصعوبات في: الإشكال الواقعي المتعلق بالضمان والزامية خدمة ما بعد البيع (الفرع الأول)، عدم توفير قطع الغيار وورشات الإصلاح (الفرع الثاني)، صعوبة تحديد مقابل خدمة ما بعد البيع (الفرع الثالث) جهل الزبون (المستهلك) لحقوقه وتحاليل المؤسسات عن تقديم خدمة (الفرع الرابع).

الفرع الأول: إشكال واقعي متعلق بالضمان والزامية خدمة ما بعد البيع

يعد الالتزام بالضمان التزاما مستقلا بذاته عن الالتزام بخدمة ما بعد البيع، لكن

(1) - المادة 11 من قانون رقم 05-18 تضمنت متابعة كل منتج محل اقتناء بالصيانة بما يطرأ عليه من خلل أو عطب بعد تسليمه، وجاء فيها: "... -شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع، كما نصت على: - طريقة ارجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه...."

هناك في الواقع بعض المتدخلين والمستهلكين لا يفرقون بين الالتزام بالضمان المتضمن إصلاح أو استبدال المنتج المنصوص عليها في المادة 13 من المرسوم التنفيذي من المرسوم التنفيذي 327-13⁽¹⁾، وكذا المواد 13 و14 من قانون رقم 03-09، وبين خدمة ما بعد البيع المنصوص عليها في المادة 16 من قانون 03-09: حيث إن المتدخل يقوم بإصلاح أو استبدال المنتج عند ظهور العيب في فترة الضمان القانونية العادية أو كذلك الاتفاقية دون تحمل الزبون مصاريف ذلك، بينما خدمة ما بعد البيع تتحقق من طرف المتدخل بعد المدة المحددة قانوناً للضمان، أو قد يكون العيب الذي ظهر في المنتج من العيوب غير المشمولة بالضمان كالعيوب المتسببة عن الاستعمال الخاطئ من قبل المستهلك (الزبون)، فقد يقوم المتدخل بتقديم هذه الخدمة لكن على حساب المستهلك.

الفرع الثاني: عدم توفير قطع الغيار وورشات الإصلاح

تعتمد عملية إصلاح العيب في المنتج على ضرورة توفير قطع الغيار الأصلية والمناسبة للمنتج من قبل المتدخل، وهذا طبقاً لما نص عليه المرسوم التنفيذي رقم 58-15⁽²⁾، فيعد المتدخل إذن مسؤولاً مسؤولية عقدية عن هذا الالتزام؛ لأنه التزم بتحقيق نتيجة⁽³⁾، إذا تخلى عن تنفيذ هذا الالتزام فلا يستطيع إبعاد هذه المسؤولية إلا إذا قام بإثبات السبب الأجنبي في عدم توفير قطع غيار السيارات⁽⁴⁾.

كما قد يكون مشكل عدم توفير ورشات الإصلاح سبباً هاماً في تدني أو انعدام توفير خدمة ما بعد البيع لأن هذه الورشات تحتاج إلى تقنيين ومختصين في تركيب وإصلاح ذلك المنتج، لكن أغلبية مؤسسات الجزائر العامة أو الخاصة المهتمة بتداول وبيع المنتوجات غير مزودة بهذه الورشات حتى تحقق ربحاً دون خسارة، ولذا يجب تفعيل

(1) مرسوم تنفيذي رقم 327-13 مؤرخ في 26 سبتمبر 2013 يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج رعد د 49 صادر بتاريخ 02 أكتوبر 2013

(2) مرسوم تنفيذي رقم 58-15 مؤرخ في 08 فبراير 2015 يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، مرجع سابق.

(3) P. ANCEL, Le service après-vente – contrats – distributions paris 1979, p118

(4) بوهنتالة آمال، مرجع سابق، ص 213، انظر كذلك لدى:

محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 347.

دور فرق الرقابة للقيام بالتحريات والتبليغ عن هذه المخالفات القانونية التي يرتكبها هؤلاء ضد المستهلك.

الفرع الثالث: صعوبة تحديد مقابل خدمة ما بعد البيع

تتطلب خدمة ما بعد البيع أن يدفع المستهلك (الزبون) مقابل إصلاح أو صيانة المنتج، وقد يثبت أن مبلغ التصليحات يحدد جزافا ، وبالتالي قد يتضرر الزبون (المستهلك) من مبلغ الإصلاح خاصة إن لم يقبل المتدخل مناقشته، ولذا يجب على الزبون أن يشترط قبل القيام بأي إصلاحات على المنتج الحصول على تقرير مفصل يحمل نوعية الإصلاح، ومعلومات مفصلة عن السعر، وكذا تاريخ وأجال انجاز خدمة ما بعد البيع بالإضافة إلى ضمان محدد متعلق بالقطعة التي تم تغييرها⁽¹⁾.

الفرع الرابع: جهل الزبون لحقوقه وتحايل المؤسسات عن تقديم خدمة ما بعد البيع

لقد أدى انفتاح السوق الجزائرية إلى تدفق السلع وتداولها على نطاق واسع، غير أن خدمة ما بعد البيع عرفت تراجعا ملحوظا وذلك يرجع لعدة اسباب، ومن بين هذه الاخيرة جهل الزبون لمجال خدمة ما بعد البيع (أولا)، أو لتحايل المتدخلين أو المؤسسات على تقديمها للمستهلك (ثانيا).

أولا: جهل الزبون (المستهلك) لمجال خدمة ما بعد البيع

يعد جهل الزبون للقانون من احدى الاسباب التي تجعل خدمة ما بعد البيع العادي أو الالكترونى غير مطلوبة من طرفهم على الرغم من وجود نصوصا قانونية تلزم المتدخل وكذا جمعية حماية المستهلكين للقيام بإعلامهم حول أهمية خدمة ما بعد البيع والتبليغ عن أي تجاوز لهذا الالتزام.

ثانيا: تحايل المتدخلين أو المؤسسات عن تقديم خدمة للزبون

تسبب جهل المستهلك (الزبون) خدمة ما بعد البيع وكذلك عدم المطالبة بها إلى بروز فرص التحايل العمدي للكثير من المتدخلين والمؤسسات بعدم تقديم خدمة لهم وعدم

(1) سفيان بوعبياد محمد الفاتح خوي، خدمات ما بعد البيع...طريقة أخرى للتحايل على الجزائريين، مقال منشور في جريدة الخبر - جزييس في 2011/12/11، منشور في الموقع التالي:

<https://www.djazairiss.com/elkhabar/273691> تم الاطلاع عليه يوم 11 نوفمبر 2020 على الساعة 18:30

منحهم الحق فيها خاصة أثناء فترة الضمان فمثلا قد يتحایل على تأخير موعد إجراء التصليحات على منتوجه، ثم يجبره على دفع مقابل خدمة ما بعد البيع، ونجد ان قطاع السيارات أكثر القطاعات الذي يحدث فيه العقبات المتعلقة بخدمة ما بعد البيع. كما أصبح المتدخلين بتقديم خدمة يرفعون شعارات "الضامن هو الله" حتى يدفع الزبائن مبالغ إضافية للصيانة والإصلاح⁽¹⁾.

المطلب الثاني: الآليات المكرسة لتجسيد الزامية خدمة ما بعد البيع

لقد كان للتدخل التشريعي دورا كبيرا في حماية المستهلكين من كل التصرفات السلبية التي قد تمارس من قبل المتدخلين ضدهم، فقد يتحایل المتدخل على انجاز خدمة ما بعد البيع للمستهلك أو محاولة التهرب منها، ومن أجل ذلك حاول المشرع الجزائري تنظيم اليات للسهر على تحقيقها من أجل حماية المستهلك، وذلك بوضع آليات إدارية محكمة لتفعيل الخدمة ما بعد البيع (الفرع الأول)، والآليات القضائية الرادعة على مخالفتي خدمة ما بعد البيع (الفرع الثاني).

الفرع الأول: آليات إدارية لتفعيل خدمة ما بعد البيع

ينتج عن إخلال المتدخل بالتزاماته اتجاه المستهلك تعريض مصلحة هذا الأخير للخطر وقد تلحقه أضرار نتيجة هذا الإخلال، ومن أجل السهر على تطبيق النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك، لابد من ايجاد آليات إدارية قوية وفعالة، لردع المخالفين لهذا القانون من المتدخلين في هذا المجال .

وتتمثل الآليات الإدارية بشأن تفعيل خدمة ما بعد البيع حماية للمستهلك (الزبون) في وضع أجهزة مكلفة بمراقبة المتدخلين، متمثلة في جمعيات حماية المستهلك (أولا) وأعوان مؤهلون للتحري عن مخالفات المتدخلين (ثانيا).

أولا: جمعيات حماية المستهلك

نشأت هذه الجمعية بمقتضى القانون رقم 06-12⁽²⁾، لها دورا في عدّة مجالات

(1) سفيان بوعيداد محمد الفاتح خوي، مرجع سابق.

(2) قانون رقم 06-12 مؤرخ في 12 يناير 2012 متعلق بالجمعيات، ج ر عدد 02 بتاريخ 15 يناير سنة 2012.

متمثلا في تحسيس أو توعية أو إعلام وتمثيل المستهلكين والدفاع عن مصالحهم⁽¹⁾. كما ان جمعيات حماية المستهلك تعمل على كشف الإعلان الخادع، وكذلك تقوم بنشر الابحاث المتعلقة بالمنتجات عن طريق جميع وسائل الإعلام وغيره من أجل توعية المستهلك، ولذا إذا تعرض المستهلك للأضرار المختلفة التي يكون المتدخل سببا فيها مثلا كالامتناع عن أداء خدمة ما بعد البيع أو التأخير في تأديتها، تستطيع هذه الجمعيات أن تتأسس كطرف مدني للمطالبة بهذا الحق نيابة عن المستهلك⁽²⁾.

ثانيا: الأعوان المؤهلون للتحري عن مخالفات المتدخلين

نصت المادة 25 من قانون رقم 03-09 على الأعوان المؤهلين⁽³⁾ للتحري عن مخالفات المتدخلين ضد المستهلك، حيث يتشكل هؤلاء من أعوان ضابط الشرطة القضائية وأعوان آخرون مرخص لهم بموجب القانون متمثلون في أعوان الجمارك وأعوان السلطة البيطرية واعو حفظ الصحة. يسهر هؤلاء الاعوان على الرقابة والتحري حول مدى التزام المتدخلين لمهامهم حماية للمستهلك منذ ابرام هذا الاخير للعقد الاستهلاكي إلى غاية تنفيذه، وتحقيق خدمة ما بعد البيع المطلوبة من قبل المستهلك.

في حالة ثبوت مخالفات بشأن خدمة ما بعد البيع أو غيرها، يقوم الاعوان بتحرير محضر اثبات تلك المخالفات⁽⁴⁾. وتتخذ التدابير اللازمة بشأن ذلك.

الفرع الثاني: الآليات القضائية الرادعة مخالفتي خدمة ما بعد البيع

لقد تدخل المشرع الجزائري من خلال تجريمه لمخالفات المتدخل، ومنها مخالفة إلزامية خدمة ما بعد البيع، ويكون ذلك بواسطة الردع القضائي للمخالفين على خدمة ما بعد البيع (أولا) ثم العقوبات المقررة بشأن مخالفة خدمة ما بعد البيع (ثانيا).

(1) علي بوكية بن بوخميسي، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر 2000، ص 66.

(2) المادة 23 من قانون رقم 03-09. مرجع سابق، المادة 96 من الامر رقم 03-03 متعلق بالمنافسة، مرجع سابق، المادة 17 من قانون رقم 06-12 متعلق بالجمعيات، مرجع سابق.

(3) المادة 15 من الأمر رقم 66-156 مؤرخ في 08 يونيو 1966 متضمن قانون العقوبات، ج ر عدد 49 لسنة 1966 معدل ومتمم بقانون رقم 02-16 مؤرخ في 19 يونيو 2016، ج ر عدد 37 22 يونيو سنة 2016.

(4) المادة 31 من قانون رقم 03-09، مرجع سابق.

أولاً: الردع القضائي للمخالفين

يتدخل القضاء لحماية لمصالح المستهلك بناء على تحريك الدعوى من قبل المستهلك (الزبون) أو جمعيات حماية المستهلك أو قد ترفع عن طريق النيابة. فإذا تبين من الدعوى أو المحاضر المحررة من قبل الجمعيات أو الأعوان تحتوي على مخالفات مرتكبة من قبل المتدخلين حول موضوع خدمة ما بعد البيع أو غيرها من الالتزامات المتعلقة بالمتدخلين، تصدر ضدهم أحكام قضائية منصوص عليها في قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك 03-09.

ثانياً: العقوبات المقررة بشأن مخالفة خدمة ما بعد البيع

لقد نص المشرع الجزائري ضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03-09 على عقوبة مخالفة أداء خدمة ما بعد البيع في المادة 77 وتتمثل في الغرامة المقدرة بـ 50.000 دج كحد أدنى إلى 1000.000 دج كحد أقصى. كما تضمن نص المادة 85 من قانون 03-09 إحالة للمادة 36 من قانون العقوبات الجزائري⁽¹⁾ الذي يمنح للقاضي السلطة التقديرية بإضافة عقوبات مالية في حالة العود أو تعدد الغرامات المنسوبة للمتدخل.

خاتمة

تبين لنا من خلال هذه الدراسة أن خدمة ما بعد البيع تهدف إلى حماية المستهلك من أجل الاستفادة من المنتج اكبر مدة ممكنة مادام أنه صالح للاستعمال لمدة اطول ومن خلال دراستنا لهذا الموضوع توصلنا إلى عدة نتائج هي:

- 1- استحدث القانون رقم 03-09 التزام خدمة ما بعد البيع على عاتق المتدخل بعدما كان حق امتياز على بعض السلع سيما التقنية والخطرة والكهربائية وغيرها.
- 2- يتمحور نطاق خدمة ما بعد البيع في إطار تعاقدية وهذا هو الأصل، وقد يكرس في إطار غير تعاقدية، كما أن هذه الخدمة تمارس على السلع المادية والمعنوية.
- 3- خدمة ما بعد البيع المنظمة في القانون رقم 03-09 المعدل والمتمم لم تتجسد في الميدان العملي إلا بعد مرور وقت من صدور المراسيم التنظيمية بشأنها.

(1) أمر رقم 156-66 مؤرخ في 08 يونيو 1966 متضمن قانون العقوبات، مرجع سابق.

4- مازال دور جمعيات حماية المستهلك غير فعال مئة بالمئة في إعلام وتوعية المستهلكين حول الزامية خدمة ما بعد البيع واهميتها نظرا انه مازال بعض المستهلكين ليس لهم الوعي العام حول السلع وتقديم خدمة ما بعد البيع بشأنها.

ومن ذلك نذكر بعض الاقتراحات وهي:

- 1- ضرورة توعية المستهلك حول حقوقه سيما الحق فيما يخص خدمة ما بعد البيع حتى يتمكن من المطالبة بها.
- 2- التبليغ السريع عن التجاوزات الواقعة على خدمة ما بعد البيع من قبل المتدخلين وذلك بالاتصال المباشر بجمعية حماية المستهلكين.
- 3- تفعيل اكثر دور الجمعيات وفرق الرقابة باستعمال اليات ميدانية جديدة لضبط المخالفات في مجال خدمة ما بعد البيع.
- وأخيرا نستطيع القول إن خدمة ما بعد البيع ما زالت متأخرة جدا ويرجع ذلك لديمومة الصعوبات ونقص الرقابة في هذا المجال.

قائمة المراجع

- المراجع بالعربية

أولا: الكتب

- عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات حلبي الحقوقية، ط1، لبنان، 2007، ص21.
- محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والالكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.
- علي بوكية بن بوخميسي، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر 2000.

ثانيا: المقالات الجامعية:

- بوهنتالة آمال، قداشي سلوى، واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مسيلة، 2017، عدد 06، ص207.

- سفيان بوعبيد محمد الفاتح خوخي، خدمات ما بعد البيع...طريقة اخرى للتحويل على الجزائريين، مقال منشور في جريدة الخبر- جزايرس في 11/12/2011، منشور في الموقع التالي: <https://www.djazairss.com/elkhabar/273691> تم الاطلاع عليه يوم 11 نوفمبر 2020 على الساعة 18:30

- ملوك جهيدة، رميدي عبد الوهاب، أثر خدمات ما بعد البيع على ولاء المستهلك للعلاقة التجارية كاندور (condor) مجلة المعارف، جامعة البويرة، الجزائر، العدد 21 سنة 2016.

ثالثا: الأطروحات الجامعية

- جريفي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، رسالة دكتوراه، جامعة أحمد دراية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ادرار، 2017/2018.

رابعا: القوانين:

1/النصوص التشريعية

- أمر رقم 66-155 مؤرخ في 8 يونيو 1966، يتضمن قانون الاجراءات الجزائية، معدل ومتمم، ج ر عدد 48 لسنة 1966.

- أمر رقم 66-156 مؤرخ في 08 يونيو 1966 متضمن قانون العقوبات، ج ر عدد 49 لسنة 1966 معدل ومتمم بقانون رقم 16-02 مؤرخ في 19 يونيو 2016، ج ر عدد 37.

-أمر 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 متضمن القانون المدني الجزائري، ج ر عدد 78 لسنة 1975 معدل ومتمم بالقانون 05-10، ج ر عدد 44 لسنة 2005.

- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41 لسنة 2004، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 أغسطس 2010، ج ر عدد 46 لسنة 2010.

- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15 سنة 2009، معدل ومتمم بالقانون رقم 18-19 مؤرخ في 10 يونيو 2018، ج ر عدد 35 سنة 2018.

- قانون رقم 12-06 مؤرخ في 12 يناير 2012 متعلق بالجمعيات، ج ر عدد 02 لسنة 2012.

- قانون رقم 18-19 مؤرخ في 10 مايو 2018، متعلق بالتجارة الالكترونية الجزائرية ج ر

عدد 28 صادر في 16 مايو 2018.

2/النصوص التنظيمية

المراسيم التنفيذية

-مرسوم التنفيذي رقم 58-15 مؤرخ في 08 فبراير 2015 يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، ج ر عدد 05 سنة 2015

- مرسوم تنفيذي رقم 39-90 مؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر عدد 05 سنة 1990 معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 315-01 مؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج ر عدد 61 سنة 2001.

- مرسوم تنفيذي رقم 327-13 مؤرخ في 26 سبتمبر 2013 يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج ر عدد 49 صادر بتاريخ 02 أكتوبر 2013.

- مرسوم تنفيذي رقم 58-15 مؤرخ في 08 فبراير 2015 يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، ج ر، عدد 05 سنة 2015.

- قرار الوزاري المشترك المؤرخ في 214/12/14، يحدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة، ج ر عدد 03 لسنة 2015.

- المراجع بالفرنسية

Ouvrages:

- J.GHESTIN, Traité de droit civil, les obligations, le contrat, formation, L.G.D.J. 2^{ème} éd; Paris, 1994.
- Pascal .ANCEL, Le service après-vente – contrats – distributions Paris, 1979.
- Philipe. MALAURIE et Laurent .AYNES, Les obligations ,11 éd, cujas 2001.