

مجلة العلوم القانونية والاجتماعية

Journal of legal and social studies

Issn: 2507-7333

Eissn: 2676-1742

خدمة ما بعد البيع على ضوء المرسوم التنفيذي 21-244

After sales service in light of executive decree 21-244

قديري محمد توفيق*

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بن خلدون تيارت، الجزائر،

Faculty Of Law & Political Sciences- University of Tiaret, Algeria

medtoufik.kadiri@univ-tiaret.dz

مخبر الدراسات والبحوث الإسلامية والقانونية والاقتصاد الإسلامي، جامعة المسيلة

تاريخ النشر: 2021/12/01

تاريخ القبول: 2021/10/25

تاريخ ارسال المقال: 2021/09/02

* المؤلف المرسل

الملخص:

نظم المشرع الجزائري خدمة ما بعد البيع بموجب المرسوم التنفيذي 21-244 باعتبارها حقا للمستهلك والتزاما بالنسبة للمتدخل في عقد الاستهلاك، واعتبرها ميزة إضافية للالتزام بالضمان وليست بديلا عنه فلا تنفذ إلا بعد انتهاء مدة الضمان القانوني أو عدم إمكانية تطبيق هذا الضمان. وتتجسد خدمة ما بعد البيع في التزام المنتج أو المستورد بأن يقدم بنفسه أو بواسطة عون اقتصادي آخر خدمات التصليح المؤقت والتصليح والصيانة والتركيب والنقل وتوفير قطع الغيار. الكلمات المفتاحية: خدمة ; بعد البيع ; مستهلك ; منتج.

Abstract :

The Algerian legislator has organised , upon executive decree 21-244, after sale services, as it is a right of consumer, and an obligation for the contributor in consuming contract, and considered it as a favor to obligate the insurance, and not a substitute to it, so it won't affect until legal insurance date is finished or the inability to apply it.

After sale services is categorized in the obligation of producer or importer to represent by himself or another economic aid, repair services, forming and transportation, garanting exchange pieces.

Keywords: service; after sale; consumer; product.

مقدمة:

لقد تأثرت الأحكام التقليدية لعقد البيع الواردة في القانون المدني الجزائري بما جاء في النصوص القانونية الخاصة بالممارسات التجارية وحماية المستهلك خصوصا ما جاء في القانون 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، وبذلك لم يعد المستهلك محميا فقط بالضمانات التي يوفرها القانون المدني في مرحلتي تكوين وتنفيذ عقد البيع، حيث أضاف القانون 09-03 ضمانات جديدة تضاف على الضمانات الواردة في القانون المدني بخصوص عقد البيع، وهو ما يظهر بقوة في نطاق الالتزام بالضمان في عقد البيع حين نص المشرع في المادة 16 من القانون 09-03 على ضمانة قديمة جديدة هي خدمة ما بعد البيع التي كانت معمولا بها قبل تقييدها من قبل المشرع واعتبارها ضمانا قانونيا وذلك بقوله في المادة 16 سابقة الذكر: (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)، وظلت هذه هي المادة الوحيدة التي تحكم مجال خدمة ما بعد البيع، ولم يصدر أي نص تنظيمي خاص بخدمة ما بعد البيع حتى أن المشرع غفل عنها حينما أصدر المرسوم التنفيذي 13-327 المؤرخ في 26/09/2013 يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيّز التنفيذ والذي بيّن بالتفصيل مضمون الالتزام بالضمان وحقوق والتزامات كل من المستهلك والاعوان الاقتصادي، ولكن المشرع تدارك هذا التأخر سنة 2021 وصدر المرسوم التنفيذي 21-244 المؤرخ في 31/05/2021 يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع.

وتظهر أهمية البحث في هذا الموضوع من حيث حداثة التنظيم القانوني له على الرغم من العمل به على أرض الواقع من طرف المنتجين والمستوردين، ويدل على ذلك ما ورد في المادة 15 من المرسوم 21-244 التي منحت مهلة سنة واحدة للأشخاص الذين يقدمون خدمة ما بعد البيع حتى ينسجموا مع أحكام هذا المرسوم، وعليه تظهر أهمية استقراء نصوص هذا المرسوم التنفيذي وبيان أحكامه. كما تبدو أهمية موضوع خدمة ما بعد البيع كونها التزاما قانونيا إضافيا على عاتق الأعوان الاقتصاديين وخصوصا المنتجين والمستوردين وضعه المشرع لفائدة المستهلك كضمان إضافي للضمانات المقررة له.

وعلى ضوء ما سبق تبدو لنا إشكالية البحث تدور حول مدى كفاية المرسوم 21-244 في تنظيم الأحكام المتعلقة بخدمة ما بعد البيع بما يضمن الحماية اللازمة لحقوق المستهلك؟

ولالإجابة على هذه الإشكالية استخدمنا المنهجين الوصفي والتحليلي، فالأول نصف من خلاله النصوص القانونية المتعلقة بخدمة ما بعد البيع ومن خلال الثاني نقوم باستخراج مضامين هذه النصوص وإسقاطها على القواعد النظرية التي يذكرها شراح القانون من أجل الوصول إلى تقييم لنصوص المرسوم التنفيذي 21-244 وفق ما يخدم الإجابة على الإشكالية المطروحة.

ومن أجل ذلك تم اتباع خطة من مبحثين مع مطلبين في كل مبحث، نتناول في المبحث الأول مفهوم خدمة ما بعد البيع من خلال تعريفها وبيان خصائصها وتمييزها عن ضمانات أخرى تشبه بها ثم النظر في عناصرها وشروط

العمل بها، أما في المبحث الثاني فننتقل إلى آثار خدمة ما بعد البيع وذلك بالتطرق إلى كيفية تنفيذ خدمة ما بعد البيع والجزاء المترتبة عن الإخلال بهذا الالتزام من طرف المكلفين به. وذلك وفق الخطة التالية:

المبحث الأول: مفهوم خدمة ما بعد البيع

المطلب الأول: تعريف خدمة ما بعد البيع؛ خصائصها وتمييزها عن المفاهيم المقاربة

المطلب الثاني: عناصر خدمة ما بعد البيع وشروط العمل بها

المبحث الثاني: آثار خدمة ما بعد البيع

المطلب الأول: الالتزامات المترتبة عن خدمة ما بعد البيع

المطلب الثاني: المسؤولية المترتبة عن الإخلال بقواعد خدمة ما بعد البيع

المبحث الأول: مفهوم خدمة ما بعد البيع

نحاول من خلال هذا المبحث أن نحدد مفهوم خدمة ما بعد البيع في ظل التشريع الجزائري المتمثل في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمرسوم التنفيذي 21-244 سالف الذكر، وذلك من خلال مطلبين نخصص الأول منهما للتعريف بخدمة ما بعد البيع وبيان خصائصها وتمييزها عن المفاهيم المقاربة، بينما نخصص المطلب الثاني لنتناول فيه عناصر خدمة ما بعد البيع والشروط اللازمة للعمل بها.

المطلب الأول: تعريف خدمة ما بعد البيع؛ خصائصها وتمييزها عن المفاهيم المقاربة

نقوم في الفرع الأول بتعريف خدمة ما بعد البيع ثم بيان خصائصها في الفرع الثاني وأخيرا في الفرع الثالث نقوم بتمييز خدمة ما بعد البيع عن المفاهيم المقاربة لها.

الفرع الأول: تعريف خدمة ما بعد البيع

خدمة ما بعد البيع هي مفهوم حديث أملتته ضرورات التطورات التي مست عقد البيع في العصر الحديث، ولذلك لا نجد تعريفات قديمة لها، ولكن الباحثين المعاصرين تصدوا لهذه المسألة بتعريف خدمة ما بعد البيع من خلال التطرق إلى عناصرها أو مضمونها، إضافة إلى التعريف الذي تضمنه المرسوم التنفيذي 21-244.

أولا: التعريف الفقهي: تناول الباحثون في نطاق قانون حماية المستهلك تعريف خدمة ما بعد البيع حيث قالوا أن لها معنيين الأول معنى واسع والثاني ضيق، فهي بالمعنى الواسع: (الخدمة التي تتعلق بكل أنواع الخدمات التي تعرض بعد إبرام عقد البيع والتي تتعلق بالسلع المباعة مهما كانت طريقة عملها، كالتسليم في محل السكني أو التركيب أو الصيانة).¹ وبهذا المعنى فإن خدمة ما بعد البيع لا تنفك أن تكون جزءا من الضمان القانوني أو الاتفاقي ولا تتمتع بطبيعة مستقلة ورغم ذلك فإنها لا تكون مجانا دائما بل يمكن أن تكون بمقابل.² فهي بذلك مجموع الخدمات التي يعرضها العون الاقتصادي لفائدة المقتني يتم تنفيذها بعد نفاذ عقد البيع وبعد الضمان أيضا.³

أما المعنى الضيق لخدمة ما بعد البيع فهو يشمل تلك الخدمات الإضافية المكاملة والتي تتمثل غالبا في التصليح وقطع الغيار تكون دائما بمقابل إضافي يدفعه المشتري فهي ليست من آثار البيع وليس تابعة للضمان، وإنما تكون محل عقد آخر هو مقابلة بين المشتري والشخص القائم بالخدمة.⁴

وعليه نلاحظ أن الفرق بين المعنى الضيق والمعنى الواسع هو مدى استقلالية خدمة ما بعد البيع عن آثار عقد البيع، فحيثما كانت الأداءات المقدمة من المتدخل لفائدة المشتري مرتبطة بالضمان وتابعة له كنا أمام المعنى الواسع لفكرة خدمة ما بعد البيع أما حين تكون خدمة ما بعد البيع مستقلة عن آثار البيع ولها مقابل خاص بها أو تقدم لشكل مستقل ومجاني فإننا نكون أمام المعنى الضيق.

ويظهر لنا أن مصطلح المعنى الواسع والمعنى الضيق لا يخدمان المقصود من التمييز بين المعنيين، والأولى هو القول بوجود مفهوم عام (وهو يقترب مما يسميه الباحثون معنى واسعا) ومفهوم خاص لخدمة ما بعد البيع (وهو ما يقترب مما يطلق عليه الباحثون المعنى الضيق).

وننتقل الآن لنرى التعريف التشريعي لخدمة ما بعد البيع.

ثانيا: التعريف التشريعي: جاء في المادة 3 من المرسوم التنفيذي 21-244 تعريف لخدمة ما بعد البيع بأنها: (مجموع الخدمات التي يجب على المتدخل تقديمها عندما تعرض السلعة للاستهلاك، بمقابل أو مجانا، مثل خدمات التصليح المؤقت، والتصليح، والصيانة، والتزكيب، والمراقبة التقنية، والنقل، وكذا توفير قطع الغيار).⁵

ومن خلال هذا التعريف يظهر أن المشرع ذهب إلى الأخذ بالمعنى الخاص (الضيق) لخدمة ما بعد البيع حيث اعتبر خدمة ما بعد البيع التزاما على المتدخل لاستخدامه لفظ (يجب) كما أنه أفسح المجال لتكون هذه الخدمات بمقابل مادي مع إمكانية أن تكون مجانية، وما يؤكد ذلك هو ما جاء في المادة 2 من المرسوم التنفيذي 21-244 التي أكدت أن خدمة ما بعد البيع تطبق بعد انتهاء فترة الضمان أو حينما لا يمكن تطبيق الضمان.

وبعد أن انتهينا من تعريف خدمة ما بعد البيع، ننتقل في الفرع الموالي لنرى الخصائص التي تتميز بها.

الفرع الثاني: خصائص خدمة ما بعد البيع

من خلال التعريف الذي أوردناه في الفرع السابق وبالنظر في ما جاء في المرسوم 21-244 تظهر لنا مجموعة من الخصائص التي تتميز خدمة ما بعد البيع فهي أولا إلزامية، وهي مستقلة عن الالتزام بالضمان، كما أنها تقع على عاتق المنتج أو المستورد دون البائع العرضي ولكن لا يقوم بها بالضرورة بنفسه وأخيرا فإن خدمة ما بعد البيع غير محددة المدة وغير مجانية.

أولا: الإلزامية: حسب ما جاء في تعريف خدمة ما بعد البيع في المادة 3 من المرسوم 21-244 فإن خدمة ما بعد البيع ملزمة للمستورد و/ أو المنتج، وليست مجرد ميزة إضافية تمنح حسب رغبتهم وإنما هي ضمان إضافية دعم

بما المشرع الجزائري موقف المستهلك في مواجهة المتدخلين، وما يؤكد على الإلزامية هو نص المشرع على تطبيق العقوبات المنصوص عليها في القانون 09-03 إذا تمت مخالفة الأحكام المتعلقة بخدمة ما بعد البيع.⁶

ثانيا: خدمة ما بعد البيع التزام مستقل عن الالتزام بالضمان: نص المشرع على هذه الاستقلالية ابتداء سنة 2009 بنص المادة 16 من القانون 09-03، وجدد ذلك وأكدته من خلال المادة 2 من المرسوم 21-244. حيث أن خدمة ما بعد البيع هي ضمان إضافي بقوة القانون يعزز مكانة المستهلك ويدعم موقفه ويمنحه المزيد من الأريحية في استعمال المنتجات ما دام أنه سيستفيد من خدمة ما بعد البيع التي تتضمن الصيانة والتصليح بعد استنفاد مدة الضمان القانوني أو عدم إمكانية تطبيقه.⁸

ثالثا: التزام يقع على عاتق المنتج أو المستورد دون البائع العرضي: وفق نص المادة 16 من القانون 09-03 سالف الذكر فإن الملزم بتقديم خدمة ما بعد البيع هو المتدخل، والذي تم تعريفه في المادة 3 من نفس القانون بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عرض المنتجات للاستهلاك، وهو ما يشمل بالضرورة المستورد والمنتج والموزع والبائع بالجملة وبالتجزئة، إلا أن المشرع الجزائري عاد سنة 2021 ليحصر خدمة ما بعد البيع في فئتين هما المنتج والمستورد وذلك وفق ما نصت عليه المادة 4 من المرسوم التنفيذي 21-244.⁹ مع ملاحظة أن المشرع يستعمل لفظ (المصنِّع) ولفظ (المنتج) بالتناوب ويقصد بهما نفس المعنى وفق ما يفهم من طريقة صياغة النص.

وهنا تظهر مسألة مهمة وهي أن المنتج أو المصنِّع أو المستورد ليسوا ملزمين أن يقوموا بأداء الخدمة بصفة مباشرة حيث مكّهم المشرع من خلال المرسوم 21-244 بأن ينفذوا التزامهم بخدمة ما بعد البيع بواسطة وكلاء طبقا لما جاء في المادة 4 من ذات المرسوم التنفيذي، وهو ما التزم به المشرع من خلال تعريفه لمقدم خدمة ما بعد البيع بأنه: (كل عون اقتصادي أو شخص آخر طبيعي أو معنوي يوكل إليه عرض خدمات ما بعد البيع للمستهلك).¹⁰

رابعا: خدمة ما بعد البيع غير محددة المدة وغير مجانية: إن خدمة ما بعد البيع تسري بعد انتهاء مدة الضمان أو حين لا يكون تطبيق الضمان ممكنا، ولم يرد في نص المرسوم التنفيذي 21-244 أية إشارة إلى المدة التي يبقى فيها المنتج أو المستورد ملتزمين بتقديم خدمة ما بعد البيع، مما يوحي بأنها خدمة دائمة، وما يؤكد ذلك هو الاستثناء المذكور في الفقرة الثانية من المادة 4 التي تؤكد أن المنتج أو المستورد ملزمان بتوفير قطع الغيار لمدة 5 سنوات على الأقل في حالة التوقف عن إنتاج أو استيراد سلعة معروضة للبيع.

وإضافة إلى هذا فإن خدمة ما بعد البيع غير مجانية بالضرورة، لأنها كما سبق أن ذكرنا مستقلة عن الالتزام بالضمان، وبذلك فهي تكون موضوع عقد مقابله غالبا بين المستهلك والاعون الاقتصادي أو الشخص القائم بالتصليح أو مورد قطع الغيار، ويلتزم المستهلك بدفع المقابل، إلا أن ذلك لا يمنع أن تكون خدمة ما بعد البيع مجانية لا يدفع المستهلك مقابل لها، وغالبا ما يكون ذلك بموجب شرط في العقد مقرر لفائدة المستهلك.¹¹

وبهذا نكون قد انتهينا من خصائص خدمة ما بعد البيع لننتقل في الفرع الموالي لنرى الفرق بينها وبين بعض المفاهيم المرتبطة بها.

الفرع الثالث: تمييز خدمة ما بعد البيع عن المفاهيم المقاربة لها

يتداخل مفهوم خدمة ما بعد البيع مع بعض المفاهيم المقاربة لها ولعل أهمها هو ما ورد في القانون المدني المدني تحت مسمى ضمان صلاحية المبيع للعمل لمدة معينة والالتزام بضمان المنتجات المنصوص عليه في المواد 13 إلى 15 من القانون 09-03 والمرسوم التنفيذي 13-327 سالف الذكر الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.

أولاً: الفرق بين خدمة ما بعد البيع و ضمان صلاحية المبيع للعمل لمدة معينة: نصت المادة 386 من القانون المدني: (إذا ضمن البائع صلاحية المبيع للعمل لمدة معلومة ثم ظهر خلل فيها فعلى المشتري أن يعلم البائع في أجل شهر من يوم ظهوره وأن يرفع دعواه في مدة ستة (6) أشهر من يوم الإعلام، كل هذا ما لم يتفق الطرفان على خلافه). ومن خلال نص هذه المادة يظهر الفرق بين خدمة ما بعد البيع و ضمان صلاحية المبيع للعمل لمدة معينة في أن الأولى إلزامية وبقوة القانون أما ضمان صلاحية المبيع للعمل فهي ضمان اتفاقي إضافي، كما أن خدمة ما بعد البيع تكون بمقابل في حين أن ضمان صلاحية المبيع للعمل يكون على حساب البائع.¹²

ثانياً: الفرق بين خدمة ما بعد البيع والالتزام بالضمان (الضمان القانوني): ورد النص على وجوب الضمان في قانون حماية المستهلك وقمع الغش (03-09) في المواد 13 إلى 15 ومن ثم في المرسوم التنفيذي 13-247 سالف الذكر والذي فصل في شروط كيفيات تطبيق هذا الضمان الخاص بالمنتجات والخدمات، وبالمقارنة بين أحكامه وما ورد في المرسوم 21-244 الخاص بخدمة ما بعد البيع نجد أن الفرق بينهما يكمن في أن الالتزام بالضمان تابع لعقد البيع وأثر من آثاره ويكون مجانياً لكونه التزاماً أصلياً ملقى على عاتق المتدخل، بينما الخدمة ما بعد البيع فهي أمر يقع بعد انتهاء مدة الضمان أو عندما لا يمكن تطبيق أحكام الضمان فحيث ما أمكن تطبيق الضمان لا وجود لخدمة ما بعد البيع، ناهيك عن كون خدمة ما بعد البيع غالباً ما تكون بمقابل وتنفذ في شكل عقد مقاوله غالباً كما سبق ولا يقوم بها المتدخل دوماً بصفة شخصياً على خلاف الالتزام بالضمان الذي يؤديه المتدخل شخصياً.¹³

وبهذا ننتهي من المطلب الأول الذي خصصناه لتحديد المقصود من خدمة ما بعد البيع وبيان خصائصها والتمييز بينها وبين المفاهيم المقاربة لها، وننتقل في العنصر الموالي لنرى ما هي عناصر خدمة ما بعد البيع وشروط العمل بها.

المطلب الثاني: عناصر خدمة ما بعد البيع وشروط العمل بها

تشتمل خدمة ما بعد البيع على عدة عناصر أولها المتدخل الملزم بها وثانيها هو المستهلك المستفيد منها وثالثها موضوع هذه الخدمة وهو الأداء المطلوب من المتدخل القيام به، وحتى يتمكن المستفيد من الخدمة المطالبة

بها لا بد من توفر مجموعة من الشروط. وهو ما نتناوله من خلال هذا المطلب في فرعين نعرض فيهما على التوالي عناصر خدمة ما بعد البيع ثم شروط العمل بها.

الفرع الأول: عناصر خدمة ما بعد البيع

سنترك في العنصر الأول إلى الشخص المكلف بتقديم خدمة ما بعد البيع وفي العنصر الثاني نرى الشخص المستفيد من هذه الخدمة، وأخيرا في العنصر الثالث نرى موضوع أو مضمون خدمة ما بعد البيع.

أولا: الشخص المكلف بتقديم خدمة ما بعد البيع: وفق ما جاء في القانون 09-03 والمرسوم التنفيذي 21-244 فإن المشرع يفرق بين الشخص الملزم بتوفير خدمة ما بعد البيع والشخص الذي ينفذ هذا الالتزام، حيث نجد في المادة 16 من القانون 09-03 المشرع يستخدم لفظ المتدخل ويلزمه بضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق، أما في المرسوم التنفيذي 21-244 نجد المادة 4 منه تلزم المنتج والمستورد بتوفير خدمة ما بعد البيع عبر كامل شبكة توزيع المنتج، وأتاحت لهما بالمقابل إمكانية توكيل شخص طبيعي أو معنوي ليقوم بتنفيذ خدمة ما بعد البيع لفائدة المستهلك، وهو الغالب في الحياة العملية، حيث تمنح المصانع أو المستوردون عادة لبعض المحلات المتخصصة في التصليح أو بيع قطع الغيار توكيلا وتعتبره وكيلا معتمدا لتصليح منتجاتها.¹⁴

ثانيا: المستفيد من خدمة ما بعد البيع: المستفيد من خدمة ما بعد البيع هو المستهلك أو المقتني للسلعة، وطبقا للقواعد العامة في نظرية العقد يفترض أن يستفيد من الضمان الخلف العام والخلف الخاص للمستهلك.¹⁵

ولم يرد في قانون حماية المستهلك ولا في المرسوم التنفيذي 21-244 أي إشارة إلى المستفيد من خدمة ما بعد البيع وانتقال الحق في الاستفادة إلى الخلف العام أو الخلف الخاص للمشتري، وإن كان ذلك لا يثير مشكلة من الناحية العملية إذا كان المتدخل قد سلم للمشتري شهادة الضمان التي تسلم مع الشيء المباع والتي يكون لحاملها من حيث الأصل الحق في الحصول على خدمة ما بعد البيع.

ثالثا: مضمون خدمة ما بعد البيع: حين نص المشرع على خدمة ما بعد البيع في قانون حماية المستهلك وقمع الغش جعلها محصورة في صيانة وتصليح المبيع.¹⁶

أما في المرسوم التنفيذي 21-244 قام المشرع بالتوسع في مضمون خدمة ما بعد البيع وذلك حينما أضاف عبارة التصليح المؤقت والتركيب والرقابة التقنية والنقل وتوفير قطع الغيار. وهي خدمات مهمة جدا للمستهلك وإضافة المشرع لها هو استجابة لما فرضه الواقع من تطور السلع والخدمات وتنوعها الكبير فهناك أجهزة لا يمكن نقلها للتصليح وهناك أجهزة تحتاج للرقابة الدورية كأجهزة التدفئة المركزية والتكييف المركزي، لذلك شجع على إدراجها ضمن مشتريات خدمات ما بعد البيع لتشجيع المعاملات أكثر وتنشيط السوق.

والمقصود بالتصليح هو معالجة كل خلل يصيب الشيء المباع ولا يكون سببه عيبا خفيا فيه، ولا يكون ضمن العيوب التي يشملها الضمان القانوني.¹⁷

والتركيب يخص المنتجات التي تكون مجزأة وتحتاج إلى جمع وترتيب مثل غرف النوم والمكاتب الكبيرة، كما يشمل الأمر الأجهزة المتطورة التي تحتاج إلى أخصائي لأجل وضعها حيز التشغيل وهو ما يؤدي بنا إلى فكرة المراقبة التقنية وهي عبارة عن كشف دوري يقوم به العون التقني المتخصص ويجريه على السلعة سواء كانت جهاز آلي أو غير ذلك للتأكد من سلامتها أثناء العمل وتفادي أي عطل يمكن أن يحدث.¹⁸

أما توفير قطع الغيار فقد حددها المشرع بأنها كل القطع المنفصلة عن السلعة بما فيها اللواحق.¹⁹

ونلاحظ هنا أن المرسوم التنفيذي لم يقدم أي تعريفات تخص مضمون عملية التصليح والإصلاح رغم أنه قدم بعض التعريفات، وكان أجدد به تحديد مضمون العمليتين للفصل في محتواها، تماما كما فعل في قانون حماية المستهلك الذي وضع فيه تعريفات عديدة جدا تشمل كل أجزاء القانون.

وبهذا ننتهي من الفرع الأول الخاص بعناصر خدمة ما بعد البيع ونتنقل لنرى شروط إعمالها في الفرع الثاني.

الفرع الثاني: شروط إعمال خدمة ما بعد البيع

نجد أن المشرع لم يحدد صراحة ما هي الشروط المطلوبة حتى تصبح خدمة ما بعد البيع سارية المفعول وقابلة لأن تكون محل مطالبة بها من طرف المستهلك، إلا باستقراء نصوص قانون حماية المستهلك وقمع الغش (القانون 03-9) والمرسوم التنفيذي 21-244 سالف الذكر نجد أن خدمة ما بعد البيع لا تنفذ إلا بتوفر الشروط التالية: **أولاً: انتهاء فترة الضمان أو في الحالات التي لا يمكن فيها تطبيق الضمان:** المقصود بالضمان هنا ليس فقط الضمان المنصوص عليه في قانون حماية المستهلك وقمع الغش والمنظم بالمرسوم التنفيذي 13-327 سالف الذكر، وإنما يمتد إلى أحكام الضمان في عقد البيع الواردة في القانون المدني خصوصا ضمان العيوب الخفية وضمان صلاحية المبيع للعمل لمدة معينة أو ضمان وجود صفة في المبيع، وذلك حتى لا تستنفذ خدمة ما بعد البيع أو تكون ذريعة للتهرب من أحكام الضمان القانوني.

ثانياً: أن تتعلق خدمة ما بعد البيع بالتصليح أو الصيانة أو المراقبة التقنية أو توفير قطع الغيار: هذا الشرط نتيجة منطقية للشرط الأول، كما أنه من غير المنطقي مطالبة العون الاقتصادي المكلف بخدمة ما بعد البيع بالترام يخرج عن نطاقه.

وبهذا ننتهي من المبحث الأول الذي خصصناه لمفهوم خدمة ما بعد البيع، ونتنقل في المبحث الموالي لنرى آثار خدمة ما بعد البيع أي الالتزامات الواقعة على أطرافها والمسؤوليات التي قد تترتب عن ذلك.

المبحث الثاني: آثار خدمة ما بعد البيع

إن أهمية خدمة ما بعد البيع تظهر من خلال الحقوق التي مكنت للمستهلك في مواجهة الأشخاص المكلفين والقائمين بخدمة ما بعد البيع، وأيضاً الحماية المدنية والجزائية لهذا الحق في حال التقصير من طرف المتدخلين المزمين

ب هذه الخدمة، وعلى هذا نتطرق في المطلب الأول إلى الالتزامات الناشئة عن خدمة ما بعد البيع سواء بالمتدخلين أو المستهلك وفي المطلب الثاني نرى المسؤولية المترتبة عن الإخلال بقواعد خدمة ما بعد البيع.

المطلب الأول: الالتزامات المترتبة عن خدمة ما بعد البيع

على الرغم من أن خدمة ما بعد البيع مقررة لفائدة المستهلك مقتني المنتج، إلا أنها باعتبارها غير مجانية فإنها ترتب عليه مجموعة من الالتزامات لعل أهمها دفع المقابل المالي لعملية التصليح واسترجاع المنتج بعد تصليحه، أما المتدخلين فهم ملزمون بعدة التزامات، وعليه نتطرق في الفرع الأول للالتزامات المتدخلين في خدمة ما بعد البيع ثم نرى في الفرع الثاني التزامات المستهلك.

الفرع الأول: الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخلين

نتطرق أولاً إلى الالتزامات الملقاة على عاتق المنتج و/أو المستورد ثم الالتزامات الملقاة على عاتق البائع، وأخيراً الالتزامات الملقاة على عاتق العون الاقتصادي المنفذ بخدمة ما بعد البيع.

أولاً: الالتزامات الملقاة على عاتق المنتج/ أو المستورد: إضافة إلى الالتزام العام بتوفير خدمة ما بعد البيع عبر كافة نقاط توزيع المنتج، أورد المشرع التزاماً آخر وهو خاص بالحالة التي يتوقف فيها المستورد و/ أو المنتج عن توريد ذات المنتج المعروض في السوق، في هذه الحالة ألزم المشرع المستورد أو المنتج بتوفير قطع الغيار لمدة 5 سنوات على الأقل من تاريخ توقف عرض المنتج.²⁰

ثانياً: الالتزامات الملقاة على عاتق البائع: يقع على عاتق البائع التزام مهم وخطير جداً هو الالتزام بإعلام المستهلك حول كافة المعلومات والتفاصيل الخاصة بخدمة ما بعد البيع خصوصاً ما تعلق بمهوية المكلفين بتقديم خدمة ما بعد البيع وما يترتب بها من توفر لقطع الغيار الخاصة بالمنتج الذي تم اقتناؤه، وقد أعطى المشرع للبائع الحرية في كيفية القيام بهذا الالتزام بأي وسيلة تمكن المستهلك من أخذ المعلومة الصحيحة سواء عن طريق تعليقها في المحل أو من خلال وضعها في الموقع الإلكتروني للبائع.²¹

ثالثاً: الالتزامات الملقاة على عاتق مقدم خدمة ما بعد البيع: سبق القول أن المنتج و/أو المستورد لا يقومان بالضرورة بتنفيذ خدمة ما بعد البيع بأنفسهما وإنما قد يوكلان شخصاً آخر طبيعي أو معنوي للقيام بهذه المهمة، وقد أورد المشرع من خلال المرسوم التنفيذي 21-244 مجموعة من الالتزامات يجب على المكلف بتنفيذ خدمة ما بعد البيع القيام بها وهي معظمها حق للزبون المستهلك، وهذه الالتزامات هي:

1- الالتزام بالإعلام: مضمون هذا الالتزام هو إعلام المستهلك بالوضعية الحقيقية للمنتج المقدم للتصليح، وذلك ببيان أصل العطب وحدوده من حيث القطع المعطوبة والتي تتطلب الاستبدال، إضافة إلى وجوب أن يوضح مقدمة الخدمة للمستهلك العمل الذي سيقوم به وما هي الكيفية التي سيصلح بها العطب وما هي نسبة النجاح المحتملة والأخطار المتوقعة نتيجة التصليح. إضافة إلى وجوب إعلام المستهلك بحقه في الاحتفاظ بالقطع المستبدلة وأي معلومة أخرى مفيدة، ويتم إثبات ذلك بواسطة المقايسة أو قسيمة الإيداع أو أي وثيقة أخرى مثبتة.²²

2- الالتزام بتقديم قسيمة المقايسة وقسيمة الإيداع وتحرير الفاتورة أو تذكرة دفع الثمن: الغاية من فرض هذا الالتزام هو إثبات عمليات الإيداع والدفع وإلزام العون الاقتصادي بالنزاهة والشفافية في الممارسات التجارية، وهذه الوثائق هي:

أ/ قسيمة المقايسة: الهدف من هذه القسيمة حسبما يظهر من مواد المرسوم التنفيذي 21-244 هو أن يقوم الشخص المكلف بتقديم خدمة ما بعد البيع بتحديد الأعباء والتكاليف التي ستترتب عن قيامه بالخدمة، فبين للمستهلك العناصر الأساسية للخدمة والبيان التفصيلي بالكمية والسعر المقابل لها، هذا ويلزم الشخص المكلف بالخدمة بإعلام المستهلك إذا كانت عملية المقايسة غير مجانية لأن المستهلك قد يتراجع عن طلب المقايسة ويطلب التصليح مباشرة أو يعدل عن الأمر تماما.²³

ب/ قسيمة الإيداع: الهدف من هذه الوثيقة هو إثبات تسليم المستهلك المنتج إلى الشخص المكلف بتقديم خدمة ما بعد البيع، وذلك درءا لأي خلاف بين الطرفين لاحقا حول حالة المنتج وكميته وقيمته ومبلغ الخدمة.. الخ، ومن أجل ذلك ألزم المشرع المكلف بتقديم خدمة ما بعد البيع أن يحرر قسيمة إيداع تسلم للمستهلك وتتضمن البيانات التالية:

- 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 المرسوم التنفيذي 21-244 والتي مقضاها أن السلعة التي تمر مدة سنة على تاريخ استرجاعها دون أن تتم المطالبة بها تعتبر متخلى عنها.²⁴
- ج/ الفاتورة: إذا طلب المستهلك فاتورة من الشخص المكلف بالخدمة كان لزاما على الشخص المكلف أن يحررها له مبينا المبالغ المدفوعة، فإذا لم تحرر فاتورة تحرر قسيمة أو تذكرة بدفع الثمن وجوبا وتسلم للمشتري بمناسبة كل عملية خدمة ما بعد البيع يتم تنفيذها.²⁵

4- الالتزام بتصليح المنتج وتجربته بعد إصلاحه: يلتزم الشخص المكلف بتقديم خدمة ما بعد البيع أن يثوم بتصليح المنتج بكل السبل المتاحة وألزمه المشرع في حالة الحاجة إلى استخدام قطع غيار مستعملة أن يبلغ المستهلك بذلك وأن تكون هذه القطع في حالة جيدة وآمنة. وإضافة إلى ذلك لا بد أن يتم تجريب المنتج بعد إصلاحه بحضور المستهلك.²⁶

ونلاحظ هنا أن المشرع لم يشر بأي حال إلى مضمون أداء الشخص المكلف بتقديم الخدمة وتحديد الفرق بين عمليات التصليح والصيانة والمراقبة التقنية ونوع مسؤولية الشخص المكلف والعلاقة بينه وبين المستهلك، وهو ما يتعين على المشرع تداركه لا سيما من خلال القرارات الوزارية التي قد تصدر توضيحا لأحكام هذا المرسوم التنفيذي.

وننتقل في الفرع الموالي لنرى الالتزامات الملقاة على عاتق المستهلك.

الفرع الثاني: الالتزامات الملقاة على عاتق المستهلك

المستهلك منتقي المنتج هو المستفيد من خدمة ما بعد البيع، ولكن المشرع ألزمه ببعض الأداءات مقابل الحقوق التي استفاد بها، وهذه الالتزامات تنحصر وفقما يستنتج من نصوص مواد المرسوم التنفيذي 21-244، في عملية دفع المقابل النقدي وحضور تجربة المنتج بعد إصلاحه واسترداد السلعة خلال سنة من تاريخ الاسترجاع المحدد من طرف الشخص المكلف بتقديم خدمة ما بعد البيع وإلا اعتبر متخليا عنها.²⁷

وتظهر هنا مشكلة تحديد قيمة التصليح وثمان قطع الغيار المستخدمة وأيضا إمكانية استخدام قطع غيار مغشوشة أو مبالغ في قيمتها مما يكبد المستهلك خسائر كبيرة جدا، خصوصا وأن الواقع العملي يؤكد سيطرة أو احتكار أشخاص معينين لعمليات التصليح و/أو توريد قطع الغيار بشكل لا يتيح للمستهلك مناقشة السعر عادة.²⁸

المطلب الثاني: المسؤولية المترتبة عن الإخلال بقواعد خدمة ما بعد البيع

إذا أخل المنتج و/أو المستورد و/أو الشخص المكلف بخدمة ما بعد البيع بالتزاماته فقد أقام القانون مسؤوليته مدنيا وجزائيا.

الفرع الأول: المسؤولية المدنية عن الإخلال بالالتزام بخدمة ما بعد البيع

جاء في المادة 15 من المرسوم التنفيذي 21-244 أن المستهلك الذي أصابه ضرر نتيجة خدمة ما بعد البيع، إذا أراد الحصول على تعويض أن يقدم طلبا مكتوبا أو بأي وسيلة ممكنة إلى الشخص المكلف بخدمة ما بعد البيع ويطلبه بالتعويض (الذي من المفروض أنه قد ذكر في قسيمة الإيداع إضافة لأي تعويض عن ضرر آخر)، فإذا لم يستجب الشخص المكلف بتقديم الخدمة لهذا الطلب ولم يدفع التعويض فإن المستهلك يقوم بإعداره بموجب رسالة موصى عليها مع إشعار بالاستلام، ويمنح للمكلف بالخدمة 15 يوما من تاريخ الاستلام لأجل دفع التعويض. واكتفى المشرع بهذا ولم يبين أي تفصيل آخر حول كيفية تقدير التعويض ولا عن حالة مرور مدة 15 يوما دون أن يستجيب الشخص المكلف بالخدمة لطلب التعويض، وهو ما يحيل على القواعد العامة في التعويض الواردة

في القانون المدني والقواعد الإجرائية في رفع الدعوى، والقاضي في هذه الحالة يقدر التعويض بالنظر إلى مقدار الضرر الذي لحق المستهلك وما لحقه من خسارة وما فاتته من كسب. وهنا كان على المشرع أن يحدد قواعد خاصة لحساب التعويض سواء المتعلق بالسلعة أو الأضرار الأخرى.

الفرع الثاني: المسؤولية الجزائية عن الإخلال بالالتزام بخدمة ما بعد البيع

أحال المشرع الجزائري من خلال المادة 14 من المرسوم التنفيذي 21-244 بخصوص المسؤولية الجزائية الناتجة عن مخالفة أحكام خدمة ما بعد البيع على الأحكام الجزائية في القانون 09-03، وهذه الأخيرة تطرقت لمخالفة الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع في المادة 77 والتي حددت العقوبة بغرامة مالية مقدارها من 50.000 دج إلى مليون دينار جزائري، ويثبت المخالفة أعوان الرقابة المنصوص عليهم في قانون حماية المستهلك وقمع الغش وكل من خول لهم القانون صفة الرقابة، وإمكان العون الاقتصادي المخالف أن يتجنب الدعوى الجزائية بقبول عرض دفع غرامة المصالحة التي حددت قيمتها بمقتضى البند السابع من المادة 88 من القانون 09-03 ب10% من قيمة المنتج وقد تم تعديل هذه المادة بمقتضى قانون المالية التكميلي لسنة 2015 وحذفت عبارة (قيمة المنتج المتبقى) وبالتالي لم يعد واضحا كيف تحسب نسبة 10%، فإذا لم تدفع قيمة غرامة المصالحة خلال 30 يوما تحرك المتابعة الجزائية، علما أنه لا يستفيد من غرامة المصالحة طبقا للمادة 87 العون الاقتصادي الذي يكون في حالة العود أو كان ارتكب مخالفة أخرى تستوجب عقوبة غير مالية أو تعدد المخالفات وكانت إحداها لا تقبل فيها غرامة المصالحة.²⁹

خاتمة:

من خلال هذا البحث تطرقنا إلى موضوع خدمة ما بعد البيع على ضوء المرسوم التنفيذي الجديد 21-244 الذي جاء تطبيقا لنص المادة 16 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وقد توصلنا إلى النتائج التالية:

- خدمة ما بعد البيع هي ضمان إضافي مستقل عن الالتزام بالضمان،
- خدمة ما بعد البيع هي التزام بقوة القانون ولا يمكن الاتفاق على إلغائه وإن كان يمكن التخفيف منه،
- خدمة ما بعد البيع خدمة غير مجانية ولا يقوم بها بالضرورة المنتج أو المستورد ولا البائع، وإنما تكون موضوع عقد مقاول بين المستهلك والمكلف بالخدمة،
- مضمون خدمة ما بعد البيع منحصر في الصيانة والتصليح وما ارتبط لها.
- المشرع الجزائري لم يفصل في بعض الأحكام المهمة لا سيما مضمون أداء المكلف بالخدمة وإجراءات المطالبة بالتعويض.

بالنسبة للاقتراحات وعلى ضوء ما تناولناه نقترح ما يلي:

- ضرورة تفسير وتفصيل أحكام المرسوم التنفيذي 21-244 بقرارات وزارية في النقاط التي تثير الغموض والتي أشرنا إليها في البحث،
- إعادة تحديد مقدار غرامة الصلح المطبقة على العون المخالف لأحكام خدمة ما بعد البيع بمبلغ جزائي بدل النسبة المثوية المبهمة،
- على مديريات التجارة وجمعيات حماية المستهلك تكثيف النشاط الإعلامي الخاص بهذه الخدمة وتنقيف المستهلكين من الناحية القانونية.

الهوامش:

- 1- جريفلي أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في الحقوق تخصص قانون خاص معمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أحمد دراية، أدرار، 2018، ص 279.
- 2- سياحي حبيبة، حماية المستهلك في إطار عقد البيع في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة علي لونيسى البليدة 2، 2018، ص 227.
- 3- مالكي محمد، الآليات القانونية لحماية المستهلك في القانون المقارن، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث "ل.م.د" في القانون تخصص قانون المنافسة والإستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018، ص 122.
- 4- مالكي محمد، نفس المرجع، ص 122.
- 5- لم يرد تعريف لخدمة ما بعد البيع في القانون 09-03 ولا في القانون 89-02 ولا في أي من نصوصه التطبيقية على كثرتها.
- 6- تنص المادة 14 من المرسوم 21-244: (كل إخلال بأحكام هذا المرسوم يعاقب عليه طبقاً للأحكام التشريعية المعمول بها، لاسيما القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009، المعدل والمتّم والمذكور أعلاه).
- 7- نصت المادة 16 من القانون 09-03: (في إطار خدمة ما بعد البيع، ولعد 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)
- 8- شلفوم رحيمة، قانون الاستهلاك حماية المستهلك في التشريع الجزائري، دون طبعة، بيت الأفكار للنشر والتوزيع، الجزائر، 2019، ص 24.
- 9- جاء في مستهل المادة 4 من المرسوم التنفيذي 21-244: (يجب على المنتج و/ أو المستورد ...)
- 10- الفقرة الأخيرة من المادة 3 من المرسوم التنفيذي 21-244
- 11- بوهنتالة آمال وقداش سلوى، واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 2، العدد 4، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة المسيلة، الجزائر، مارس 2017، ص 207.
- 12- لمزيد من التفصيل حول ضمان صلاحية المبيع للعمل والفرق بينها وبين خدمة ما بعد البيع ينظر: بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2013، ص 77 وما يليها.
- 13- جريفلي محمد، المرجع السابق، ص 280
- 14- مالكي محمد، المرجع السابق، ص 123؛ سياحي حبيبة، المرجع السابق، ص 228.
- 15- بن عمارة محمد، المرجع السابق، ص 251.
- 16- ضويفي محمد، حق المستهلك في ضمان المنتج وتوفير خدمة ما بعد البيع، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد 4، العدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة علي لونيسى البليدة 2، الجزائر، جوان 2015، ص 272.
- 17- ضويفي محمد، المرجع السابق، ص 274.
- 18- بن عمارة محمد، المرجع السابق، ص 46.
- 19- المادة 3 من المرسوم التنفيذي 21-244.
- 20- المادة 4 من المرسوم التنفيذي 21-244.
- 21- المادة 5 من المرسوم التنفيذي 21-244

- 22- المادة 6 من المرسوم التنفيذي 21-244
- 23- المادة 7 من المرسوم التنفيذي 21-244
- 24- المادة 8 من المرسوم التنفيذي 21-244.
- 25- المادة 10 من المرسوم التنفيذي 21-244
- 26- المادة 9 من المرسوم التنفيذي 21-244
- 27- المواد 9 و 11 من المرسوم التنفيذي 21-244
- 28- بن عمارة محمد، المرجع السابق، ص 303.
- 29- ضويفي محمد، المرجع السابق، ص 275.