



جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية: الحقوق والعلوم الانسانية
قسم: الحقوق

مذكرة ماستر

ميدان: الحقوق والعلوم السياسية
فرع: القانون الخاص
تخصص: قانون أعمال

رقم:.....

إعداد الطالبة:

❖ مدور ريم

يوم: 2025/06/02

موضوع المذكرة:

ضمان الخدمة ما بعد البيع في القانون الجزائري

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة محمد خيضر بسكرة	أستاذ	بن عبد الله عادل
مشرفا	جامعة محمد خيضر بسكرة	أستاذ مساعد قسم ب	بوستة سمية
مناقشا	جامعة محمد خيضر بسكرة	أستاذ محاضر قسم ا	يتوجي سامية

السنة الجامعية: 2024-2025

اهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله شكرا وامتنانا على البدء والختام
(وآخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين)

وأخيرا أحمد الله الذي وفقني لأصل إلى مشارف التخرج، لم تكن الطريق قصيرة ولا سهلة لكن بعون الله وتوفيقه ها أنا الأمس ختامها.

أهدي هذا النجاح لنفسي أولا، ثم لكل مع سعى معي لإتمام مسيرتي، دمت لي سندا لا عمر له.

إلى العزيز الذي أحمل اسمه بكل فخر إلى من علمني أن الدنيا كفاح وسلاحها العلم إلى معلمي الأول الرجل الذي سعى طوال حياته لتكون الأفضل إلى من غرس في روعي مكارم الأخلاق داعمي الأول في مسيرتي "أبي الغالي"

إلى من جعل الجنة تحت أقدامها إلى من كان دعاؤها سر نجاحي إلى الجسر الصاعد بي إلى الجنة واليد التي أزالته عن طريقي الأشواك والمصاعب إلى من أبصرت النور بين يديها "مهجة الروح أمي"

إلى من احتضن حلمي وروحي إلى من جاد علي بوقته وأكرمني بفضله أقرارا مني بفضله واعترافا بحقه حيث كان خير السند والعون "زوجي يحي"

وإلى من شد الله بهم عضدي فكانوا خير معين إلى خيرة أيامي وصفوتها إلى ضلعي الثابت وأمان أيامي أخواتي "إكرام - حنان"

أنجبتها قلبا يضم سعادتي ولقيتها دوما لأيامي مسرة قرة القلب والعين صديقة أيامي وأنيسة روعي جميلتي "ابنتي آية صوفيا"

شكر و عرفان

أحمد الله عز وجل الذي وفقني في إتمام هذا البحث العلمي، والذي ألهمني الصحة والعافية والعزيمة فالحمد لله حمدا كثيرا.

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذة المشرفة "سمية بوستة" على كل ما قدمته من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستي،

كما نتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى أعضاء لجنة المناقشة الموقرة.

وإلى كل من كان سندا لي في مسيرتي الدراسية.

مقدمة

امام التطور الكبير الذي شهده العالم اليوم و الذي تمخض منه كثرة و تعدد المنتجين و المنتجات ذات التركيبية المعقدة و المتطورة . يقابلها زيادة نسبية في معدلات الاستهلاك دون وعي من المستهلك . الا ان هذا التطور التكنولوجي و التقني قد ساهم في تحقيق الرفاهية للمستهلك و من هذا الانفتاح نتج عنه ظهور العديد من المنتجات المتنوعة و متعددة في الأسواق و التي يجهل المستهلك طبيعتها و مصدرها و مكوناتها في الكثير من الأوقات , و نتج عن ذلك تزلزل في المخاطر التي تؤدي الى الاضرار بالمستهلك و المساس بصحته و امنه .

لم يواكب المشرع الجزائري تطور حركة المستهلك في الجزائر وذلك لطبيعة النظام الذي كان سائد في البلاد، فكان قانون رقم 02-89 المؤرخ في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وهو أول تشريع يحمي المستهلك لكن لم يكن فعال بقوانينه فصدر قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بموجب القانون 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، والذي ظهر بقوة في نطاق الالتزام بالضمان في عقد البيع. حيث نصت المادة 16 من القانون رقم 09-03 "في إطار خدمة ما بعد البيع، وبعد انقضاء فترة الضمان المحدد عن طريق التنظيم، أو في كالحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره.

يتعين على المتدخل ضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق" و عليه ظلت هذه المادة تحكم مجال خدمة ما بعد البيع إلى حين صدور المرسوم التنفيذي 13-327 المؤرخ في 26 أوت 2013 يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات والذي فضل مضمون الالتزام بالضمان. ولكن المشرع تدارك هذا الخطأ وأصدر المرسوم التنفيذي 21-244 المؤرخ في 31 ماي 2021 يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع.

أمام هذه التطورات أدرك المشرع أهمية هذا الجانب، فحاول وضع قواعد قانونية تعمل على حماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في هذه العلاقة في مواجهة المتدخل أو المنتج، الدافع الذي دفع المشرع لإدراج أحكام خاصة بضمان خدمة ما بعد البيع ضمن القانون 03_09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش هو ازدياد وكثرة الشكاوى المتعلقة بعدم التزام الموردين ومقدمي الخدمات بواجباتهم بعد البيع.

فموضوع حماية المستهلك من أكثر المواضيع أهمية في المجتمع، ومن أكبر التحديات التي تواجهها المنظومة القانونية الحديثة، خاصة في ظل التطورات في المعاملات التجارية وتنوع السلع وتعدد الخدمات.

أسباب اختيار الموضوع: تم اختياري للموضوع لأسباب من أبرزها تتجلى بشكل واضح في السبب الشخصي، يعود لشغفي حول معرفة النظام القانوني للخدمة ما بعد البيع ومدى فعالية القواعد القانونية في حماية المستهلك.

أما عن الأسباب الموضوعية تكمن في أهمية موضوع خدمة ما بعد البيع و تطوره في الآونة الأخيرة نظرا لأن المستهلك جاهل بأن قواعد خدمة ما بعد البيع لم تعد امتيازاً بل أصبحت الزامية على المورد أو المنتج.

ولأهمية هذا الموضوع هناك العديد من الدراسات السابقة تطرقت لهذا الموضوع في العديد من الجوانب المهمة ومنها:

حسام توكل موسى (الإطار القانوني لخدمة ما بعد البيع في قانون حماية المستهلك المصري) دراسة تحليلية 2020 مصر.

الهدف من الدراسة بيان أهمية خدمات ما بعد البيع التي يلتزم بها المورود بتقديمها، للمستهلك وحدود هذا الالتزام ومداه وعناصره وبيان دور ومراكز الخدمة والإصلاح لخدمة ما بعد البيع وما مدى مسؤولية هذه المراكز عن الاخلال بهذا الالتزام في التشريع القانوني المصري.

ومن أهم الإشكالات التي تطرق لها الكاتب هي العلاقة القانونية التي تربط مراكز ودور الخدمة والإصلاح بالموردين وما تأثير تلك العلاقة القانونية بين المورود ومراكز الخدمة على المستهلك.

وفي هذه الدراسة قد استخدم الكاتب المنهج التحليلي في هذا الموضوع، ويكمن الاختلاف في نطاق دراسة الموضوع أي هذه الدراسة كانت في التشريع المصري وموضوع البحث الخاص بي كان في التشريع الجزائري ومن أوجه التشابه في الدراستين هي ماهية الخدمات ما بعد البيع ونطاقها وأحكام الالتزام بضمان خدمة ما بعد البيع.

مكي فلة الزامية الخدمة ما بعد البيع في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش كلية الحقوق جامعة الجزائر الجزائر رسالة ماجستير 1 المجلة الاكاديمية للبحوث القانونية و السياسية 2022/2021.

الهدف من هذه الدراسة بيان الزامية خدمة ما بعد البيع في التشريع الجزائري، ومن أهم الإشكالات التي تطرقت لها هي ما هي شروط تنفيذ الخدمة ما بعد البيع وماهي الالتزامات التي تقع على مقدم الخدمة من أجل تنفيذ التزامه والجزاء المترتب عن الاخلال بها، واعتمدت في هذه الدراسة على المنهج التحليلي، ومن أوجه التشابه في الدراسة هو نطاق الدراسة وهو التشريع الجزائري.

عميروش محمد عادل، سرير محمد، تنظيم الخدمة ما بعد البيع في القانون الجزائري، مذكرة ماستر، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2021/2020.

الهدف من هذه الدراسة هي الأهمية التي تتميز بها خدمة ما بعد البيع ومدى توسعها في الآونة الأخيرة.

وتم اتباع المنهج التحليلي في هذه الدراسة لتحليل بعض الأحكام القانونية، ومن أوجه التشابه بين الدراستين هو التطرق للمفاهيم الفقهية والقانونية لخدمة ما بعد البيع والأساس الذي تقوم عليه.

والهدف من دراستنا هو تسليط الضوء بشكل أعمق على الإطار القانوني لخدمة ما بعد البيع، وما مدى فاعلية الرقابة الإدارية والقانونية المفروضة على هذا الالتزام. وكذلك نشر الوعي التحسيسية والإعلامي للمستهلك لنجعل منه مستهلك نشط وواع في المجتمع.

وعليه فإن دراستنا تتمحور حول الإشكالية التالية:

" هل الآليات المعمول بها حاليا تعطي ضمانا حقيقيا للمستهلك في خدمة ما بعد البيع " ؟

وتتفرع من هذه الإشكالية جملة من التساؤلات الفرعية:

- ما الطبيعة القانونية لخدمة ما بعد البيع؟
- ما الجزاء المترتب عند الاخلال بها؟

وفي سبيل تحقيق هذه الأهداف وعلى ضوء الإشكالية المطروحة اعتمدت على المنهج التحليلي في بحثي، وعليه تناولت فصلين، تناولت في (الفصل الأول) النظام القانوني لخدمة ما بعد البيع من خلاله تطرقت للمفاهيم الفقهية والقانونية وكذلك تمييزها عن باقي الضمانات المشابهة لها ولنطاق خدمة ما بعد البيع وشروطها، أما في (الفصل الثاني) تطرقت إلى آثار خدمة ما بعد البيع والآليات التي جاء بها المشرع الجزائي لتحقيق هذه الخدمة.

الفصل الأول
النظام القانوني لضمان
الخدمة ما بعد البيع في
التشريع الجزائري

تمهيد

شهد العالم حركة كبيرة في العديد من المجالات وبالخصوص المجال الصناعي والتجاري وذلك أدى إلى تزايد في القدرة الاستهلاكية للمستهلكين وكذلك التضخم في المنتجات ذات التركيبة المعقدة والمتطورة سواء كانت تلك المنتجات معيبة أو سليمة وبرغم تطور المنتجات إلا أن المستهلك غالبا ما يكون جاهلا بخصائص المنتوجات وكل المعلومات التي تمكنه من استعمال المنتج دون تعرض مصلحته وأمنه وسلامته للخطر ولهذا أقر المشرع نصوص تشريعية وتنظيمية إجبارية لا يجوز مخالفتها والمتعلقة بضمان حق المستهلك في الخدمة ما بعد البيع وتعتبر هذه القواعد حماية للمستهلك لاستهلاكه لهذه المنتجات وتعمل كذلك كإجراء وقائي لتسيير التصرفات والمعاملات التجارية العديدة وعلى ذلك في الفصل الأول سنتطرق لمفهوم ضمان الخدمة ما بعد البيع في التشريع الجزائري في (المبحث الأول) و(المبحث ثاني) سنتناول فيه شروط ونطاق خدمات ما بعد البيع.

المبحث الأول: ماهية ضمان خدمة ما بعد البيع

من الإضافات التي مر بها التشريع الجزائري المتمثل في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك⁽¹⁾ وقمع الغش والمرسوم التشريعي 21 - 224 هي ضمان خدمة ما بعد البيع وتعد من أهم الحقوق الأساسية للمستهلك وتعد كذلك من أهم الالتزامات على العاتق المهني في عمليات العرض المتداولة في السوق فتعتبر هذه القواعد من الإضافات اللازمة بمثابة حماية للمستهلك من استهلاكه للمنتجات وتفاديا للأضرار التي تنتج عنها. لذا كيف سنتطرق لتعريف ضمان خدمة ما بعد البيع في (المطلب الأول) وتمييزها عن باقي الضمانات المشابهة لها (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تعريف ضمان الالتزام بخدمة ما بعد البيع

أقر المشرع الجزائري بموجب القانون 09_03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على ضوء المرسوم التنفيذي 21_244 المؤرخ في 19 شوال عام 1442 الموافق 31 مايو سنة 2012 يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع. وتعتبر هذه الأخيرة ميزة وضمان للمستهلك الجزائري، وفي القانون السابق الملغى 89_02 لم ينص عليها، اعطي ذلك حماية أكثر فعالية للمستهلك حتى بعد انتهاء فترة الضمان⁽²⁾ جاءت في وقت أن العديد من الشركات تبحث عن المنافسة والتميز في السوق من خلال جلب الزبائن، لذا أصبحت خدمة ما بعد البيع معيارا لقياس فعالية المؤسسات الاقتصادية.

سنتناول في المطلب الأول إلى تعريف ضمان خدمة ما بعد البيع في (الفرع الأول) وخصائص الخدمة ما بعد البيع في (الفرع الثاني).

(1) القانون رقم 09_03 المؤرخ في 20 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج، سنة 2015، العدد 2009، المعدل والمتمم بالقانون رقم 18_09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج.ر.ج.ج، عدد 35، سنة 2018.
(2) القانون رقم 89_02 المؤرخ في 07 فيفري المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جريدة رسمية، عدد 06، لسنة 1989، ملغى بموجب القانون رقم 09_03.

الفرع الأول: تعريف ضمان الالتزام بخدمة ما بعد البيع

في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك والمرسوم التنفيذي 21-224 اقر حق المستهلك في الخدمة ما بعد البيع وبهذا سنبين مفهوم ومقصود الخدمة ما بعد البيع من خلال التعريف الفقهي والقانوني.

أولاً: التعريف الفقهي لالتزام الخدمة ما بعد البيع.

تم تعريف ضمان الخدمة ما بعد البيع من طرف الأستاذ كلود دومور كالآتي: "يستخدم بطريقة مقيدة للغاية في اللغة اليومية غالب ما يتوافق مع الخدمة التي يقدمها مورد لعملية حول صيانة وإصلاح المنتجات والخدمة ما بعد البيع لها معنى آخر وهو جعل الزبون وفي⁽¹⁾ تستخدم كلمة "خدمة ما بعد البيع" بشكل محدود للغاية في اللغة اليومية وغالبا ما يسير إلى الخدمة التي يقدمها المورد لعمله فيما يتعلق بصيانة وإصلاح المنتجات وقد يكون لها معنى آخر هو وفاء العملاء والزبائن.

كما عرفها بعض الفقهاء من باب الصيانة على أنها "الخدمة التي تشمل كل أنواع الخدمات التي تعرض بعدم ابرام عقد والتي تتعلق بالسلع المباعة مهما كانت طريقة عملهما. مثلا يكون التسليم في محل السكن أو التركيب أو صيانة وبهذا يكون المعنى الضمان بنوعيه القانوني والاتفاقي جزءا من هذه الخدمة."⁽²⁾

وتشمل الخدمة في معناها أيضا الخدمات الاضافية المكملة والتي تتمثل في التصليح وقطع الغيار تكون دائما بمقابل إضافي يدفعه المشتري فهي ليست من آثار البيع وليس تابعة للضمان. فتكون محل عقد مقاوله بين المتعاملين.

ثانياً: التعريف القانوني لضمان خدمة ما بعد البيع.

نصت المادة 03 من المرسوم التنفيذي 21_244 يحدد شروط وكيفيات خدمة ما بعد البيع تعريفا لخدمة ما بعد البيع على أنها "مجموع الخدمات التي يجب على المتدخل تقديمها عندما تعرض السلعة للاستهلاك بمقابل أو مجانا. مثل الخدمات والتصليح المؤقت والتصليح والصيانة والتركيب والمراقبة والتقنية والنقل وكذا توفير قطع الغيار.

وذكر أيضا المشرع الخدمة ما بعد البيع في مجال التجارة الالكترونية حيث نصت المادة 11 من القانون رقم 18_05 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية على أنه "يجب أن يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري بطريقة مرئية ماثروءة ومفهومة ويجب أن يتضمن على الأقل. ولكن ليس على سبيل حصر المعلومات الآتية... شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع."⁽³⁾

بالإضافة إلى التعريفين لخدمة ما بعد البيع الفقهي والقانوني توجد تعريفات أخرى مثال:

(1)Demeure (claud) « le marketing" 6ème édition. Édition dunod. France. 2005; p256.

(2) أنور العمروسي، دعاوى الضمان في القانون المدني، منشأة المعارف، مصر، 2004، ص122.

(3) قانون رقم 18_05 مؤرخ في 10 مايو 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج.ر، عدد 28 الصادرة بتاريخ 16 يوليو سنة 2018.

- هي خدمة مضاعفة تكون بعد عملية الشراء الزبون بهدف زيادة الرعية الشرائية وخلق علاقة قوية وكسب العملاء.(1)
- جميع الأنشطة التي يبذلها المنتج والتي قد تمكن المستهلك من الشراء وتحقيق استفادة يحصل عليها من السلع عن طريق منافع إضافية حيث تحقق أكبر اشباع لاحتياجاته.(2)

الفرع الثاني: خصائص خدمة ما بعد البيع.

من خلال التعريف السابق لخدمة ما بعد البيع ولما جاء به المرسوم التنفيذي 21 244 تظهر لنا مجموعة من الخصائص التي تميز خدمة ما بعد البيع و تتمثل في الإلزامية (أولاً) عدم المجانية (ثانياً) التبعية (ثالثها) أهمية خدمة ما بعد البيع (رابعاً).

(1) ملوك جهيدة، رميدي عبد الوهاب، أثر الخدمات ما بعد البيع على ولاء المستهلك للعلامة التجارية كوندور، مجلة المعارف، جامعة البويرة، الجزائر، العدد 21، لسنة 2016، ص176.

(2) مرجع نفسه، .

أولاً: خاصية الإلزامية

من خلال ما جاء في المادة 3 من المرسوم التنفيذي فإن الخدمة ما بعد البيع إجبارية وأمرة بين المتعاملين (المستورد والمنتج) وهذا الالتزام ليس مجرد ميزة مضافة تمنح حسب طلبهما ولكن تعتبر ميزة الزامية قدمت للمستهلك لمواجهة المتدخل وما يؤكد ذلك نص المشرع على تطبيق العقوبات المنصوص عليها في القانون 09 - 03 إذا تم خلاف ما أمر به.(1)

ثانياً: خاصية غير مجانية وغير محددة المدة

تسري خدمة ما بعد البيع بعد انتهاء المدة المحددة للضمان المتفق عليه ولا يكون تطبيق الضمان ممكن، وبالرجوع إلى نص المرسوم التنفيذي 21_224 المذكور سابقاً أنه لم يشير إلى المدة التي يبقى فيها المستورد أو المنتج ملتزمين بتقديم خدمة ما بعد البيع ولذلك فهي تعتبر خدمة دائمة ولتأكيد ذلك الاستثناء الذي جاء في الفقرة 02 المادة 04 يجب على المستورد أو المنتج توفير قطع الغيار لمدة 5 سنوات على الأقل في حالة توقف على الإنتاج أو استيراد السلع المعروضة للبيع.(2)

وبالزيادة على ذلك فإن خدمة ما بعد البيع غير مجانية ضرورة لأنها مستقلة عن الالتزام كما ذكرنا من قبل، وبذلك تكون موضوع عقد مقاوله بين في الأغلبية بين المستهلك والعمود الاقتصادي أو الشخص بالتصليح أو مزود قطع الغيار، ويتعين على المستهلك دفع مقابل غير أن ذلك لا يحول أن تكون خدمة ما بعد البيع مجانية لا يدفع المستهلك مقابل لها وغالبا ما يكون ذلك مبني على بند تعاقدى وضع لمصلحة المستهلك.(3)

(1) شعباني نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2011/2012، ص69.
 (2) حميد فارس، عطاالله، عبد الحكيم غرائسة، مرجع سابق، ص16.
 (3) قديري محمد توفيق، خدمة ما بعد البيع على ضوء المرسوم التنفيذي 21_244، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، بالجلفة، الجزائر، المجلد 6، العدد الرابع، ديسمبر، سنة 2021، ص1083.

ثالثا: خاصية التبعية

قد تتداخل عملية إصلاح المنتج مع عملية الصيانة الخاصة مع اجراءات تركيبه ومن ثم تشغيله وذلك في مرحلة تنفيذ عقد البيع ولا يمكن تسليم المنتج نهائيا إلا بعد اجراء اختبارات التشغيل لذا يجب على البائع الالتزام بالتسليم المنتج مصلحا من ذلك الخلل الذي يطرأ عليه أثناء تشغيله، فيلترم البائع بضمان خدمة ما بعد البيع والتزامه لعملية التسليم كلاهما يتعلقان في نطاق تنفيذ (1).

وبعدها يكون إصلاح المنتج وصيانته تنفيذا للالتزام البائع وتقديم المنتج سليما دون العيب الذي كان به لأن ذلك يعد تنفيذا عينا لهذا الالتزام، إذ يرتبط التزام البائع بخدمته ما بعد البيع بعقد البيع ارتباط قوي. لا يقوم إلا بقيامه لذا لا يمكن أن يتم الالتزام بتقديم الخدمة بعد زوال عقد البيع أو لأي سبب آخر فمن المستحيل استكمال العلاقة العقدية في ظل انقضاء الالتزام بتقديم الخدمة لذا فهو يعتبر التزام تبعية (2).

رابعا: أهمية خدمة ما بعد البيع

أهمية خدمة ما بعد البيع تتجلى في عدة جوانب تؤثر بشكل مباشر على رضا الزبائن ونجاح المنتج والشركة على المدى الطويل.

- تعتبر خدمات ما بعد البيع بمختلف أنواعها عاملا أساسيا لإعداد المستهلك لفحص السلعة واستعمالها ومن ثم التهيئة للشراء القادم تمثل هذه الخدمات ركيزة والقيمة المحققة التي تحققها المؤسسة في ظل أسواق علاقة قوية (3).
- كما تكمن أهمية خدمة ما بعد البيع خصوصا. إلا أن العيب الظاهر في المنتج لا يظهر إلا بعد استعمالها خلال مدة معينة رغم كفاءة وصلاحية الأجهزة المباعة.
- التقليل من الخوف الناتج بعد الشراء وزيادة رضا المنتج وتحفيزه على تكرار الشراء وتفضيل الشركة عن الأخرى.
- بناء الثقة والولاء بين المستهلك والمورد بخلق الثقة والاطمئنان بأن الشركة مهتمة حتى بعد إتمام الشراء مما يعزز ولاءه لها.
- بناء ميزة تنافسية لأن السوق فيه سلع متشابهة والذي يحدث الفرق هي خدمة ما بعد البيع وتبين الفرق بين الشركات (4).

ومنه في أهمية خدمة ما بعد البيع هو تقديم خدمة ممتازة وعلى فهم احتياجات المستهلك لتقديم الحل المناسب له.

- تمارس خدمة ما بعد البيع من قبل شركة أو موزعين أو من خلال شركة مستقلة وفي أغلب الأحيان تعمل على أساس وكلاء للشركة المنتجة. حيث يتم تقديم المنتجات عبر محطات موزعة في مختلف مناطق البلاد (1).

(1) ممدوح محمد إبراهيم، علي مبروك، الالتزام بصيانة الشيء المبيع، دراسة مقارنة بين القانون المدني والفقهاء الإسلامي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003، ص12.

(2) صايد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03_09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، الجزائر، سنة 2014/2013، ص67.

(3) ملوك جهيدة، رميدي عبد الوهاب، مرجع سابق، ص177.

(4) المرجع نفسه، ص176.

المطلب الثاني: صور خدمة ما بعد البيع وتمييزها عن باقي الضمانات المشابهة لها

خدمة ما بعد البيع التزام لضمان راحة ورضا المستهلك وليست مجرد خدمة ويتجسد الالتزام بالخدمة ما بعد البيع في صور مثلا الصيانة وخدمة التسليم وغيرها نتطرق إليها في (الفرع الأول) وإلى تمييزها وعن باقي الضمانات في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: صور خدمة ما بعد البيع**أولاً: إصلاح وصيانة الشيء المبيع**

يعتبر التصليح من الأعمال الفنية سواء كانت ذهنية أو أعمال يدوية التي يعمل عليها مختصون ومحترفون لإزالة ما يلحق بالمنتجات من خلل أو عيب. وذلك بغية إعادة المنتج لصورته الطبيعية وفقاً لما هو مخصص له.

حيث تتم عمليات الإصلاح في مكان مخصص مثال مراكز الصيانة الخاصة بالمنتج.

فالالتزام بخدمة الإصلاح هو التنفيذ العيني للالتزام بالصيانة. لذا يجب على المورد الحرص على استمرار وبقاء عمل المنتج لفترة أطول ولا يمكن أن يكون الالتزام بالإصلاح محققاً بمجرد اصلاح المنتج بطريقة يكفل استمراره للعمل حتى انتهاء فترة الضمان ثم يتوقف.

لا بد أن الالتزام يبقى قائم من بعد انتهاء فترة الضمان.⁽²⁾

وتعرف الصيانة على أنها مجموع الإجراءات والأعمال للمحافظة على المنتج واستمرارية الكفاءة الانتاجية للمنتج له بأقل جهد وموقت وتكلفة، "وأن تكاليف عملية الصيانة والإصلاح لهما أثر كبير على المستهلك وله تأثير على قراره بالشراء لأنه يأخذ بعين الاعتبار تكاليف الصيانة والتصليح".⁽³⁾

وأصبحت الصيانة ضرورة تجارية تفرضها الأجهزة التي تتسم بالتعقيد.⁽⁴⁾

ثانياً: خدمة التسليم في المنزل

تم انتشار خدمة التسليم في المنزل ولم تعد تقتصر على الآلات والأجهزة الكهرومنزلية بل اتسعت دائرة المنتجات المشمولة بهذه الخدمة. وتتمثل هذه الخدمة في توفير وسيلة النقل الملائمة من مكان البيع سواء كان محلاً للبيع أو مصنعا للإنتاج إلى محل إقامة المشتري، ويكون مشمولة بثمن البيع.⁽⁵⁾

ثالثاً: خدمة التركيب

- (1) سامر المصطفى، أثر خدمة ضمان المنتج في تعزيز رضا العملاء، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 29، العدد الأول، سنة 2012/2013، ص303.
- (2) بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة محمد بن أحمد، وهران-الجزائر، 2012، ص48-49.
- (3) حميد فارس، عطا الله عبد الحكيم، غرانة طارق، مرجع سابق، ص25.
- (4) نايت يوسف أمين، بوحدة كوسيلة، الالتزام بصيانة الشيء المبيع لالتزام تبعي في عقد البيع، مذكرة الماستر في قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، سنة 2024، ص10.
- (5) لحراري ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، رسالة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، سنة 2011/2012، ص47.

يضمن المنتج البائع خدمة التركيب. وتزداد أهمية هذه الخدمة خاصة في بعض الأجهزة التقنية التي تتطلب مهارة فنية معينة من أجل تركيبها وضمان السير الحين لها. وذلك لأنه قد يتسبب تركيب الشيء في إتلاف الجهاز أو التقليل من فعاليته ومن مثال من الأجهزة التي تتطلب مهارة معينة في التركيب نذكر منها تركيب أجهزة الإنذار في المنزل أو في مكان العمل أو مصنع معين.⁽¹⁾

رابعاً: بيع قطع الغيار الأصلية

تنص المادة 38 من المرسوم التنفيذي رقم 15_38 المؤرخ في 8 فبراير 2015 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات ممارسة النشاط وكلاء المركبات الجديدة على أنه (يلزم الوكيل بضمان تأدية خدمة ما بعد البيع للمركبات المباعة وذلك عن طريق المستخدمين يتمتعون بالمؤهلات التقنية والمهنية المطلوبات... بيع قطاع الغيار واللوازم الأصلية أو المصادق عليها من طرف الصانع).⁽²⁾

إذ يجب على البائع أن يلتزم بتوفير قطع الغيار جديدة في مكان الأجزاء التي يمكن هلاكها أو إتلافها خلال مدة الضمان إذا تعذر إصلاحها وإزالة ما جاء بها من خلل.⁽³⁾

الفرع الثاني: تمييز الالتزام بالضمان عن ما يشابهه من الضمانات

يمكن لخدمة ما بعد البيع أن تتداخل مع بعض مفاهيم الضمانات الأخرى ولعل من أهمها هو ما جاء في القانون المدني تحت مسمى ضمان صلاحية المبيع للعمل لمدة معينة والالتزام بضمان المنتجات المنصوص عليها في المواد 13 إلى 15 من القانون 09 - 03 والمرسوم التنفيذي 19_327 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.

أولاً: تمييز الالتزام بالضمان بضمان السلامة

يختلف هذان الالتزامات حيث أن تخلف الالتزام بضمان السلامة يعرض صحة وسلامة المستهلكين للخطر، بينما تخلف الالتزام بضمان الصلاحية يؤدي إلى الأضرار بالمصالح الاقتصادية للمستهلك ولأجل هذا كان الالتزام بالسلامة أكثر صرامة. ويتطلب التمييز بينهما كما يلي⁽⁴⁾:

- إن قواعد الضمان بالالتزام المنصوص عليها في قواعد حماية المستهلك ينحصر تطبيقها على كل مسؤولية ناتجة عن ضرر حدث بسبب السلعة وعيوبها، أي عن كل مساس بالسلامة وتمتد أيضاً إلى العيوب التي تضر بالجدوى الاقتصادية للمبيع.⁽⁵⁾

(1) مرجع نفسه.

(2) مرسوم تنفيذي رقم 15_58 مؤرخ 8 فبراير، سنة 2015، يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، ج.ر، عدد 05، الصادرة بتاريخ 08 فبراير سنة 2005.

(3) بن عمارة محمد، مرجع سابق، ص50.

(4) قرواش رضوان، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2013، ص31.

(5) مسعودي فاروق، فعالية الالتزام بالضمان في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، رسالة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 1 بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2016/2015، ص15.

- أن دعوى التعويض التي تتأسس على قواعد المسؤولية العقدية لا يلزم لقيامها إثبات وجود عيب خفي بالمنتوج قبل تسليمه للمستهلك، وإنما يجب لقيامها إثبات وجود عيب في تصميم المنتج أو في تصنيعه أكسبه خطر كان مصدرا للضرر اللاحق بالمستهلك⁽¹⁾.
- لا تخضع دعوى التعويض التي تتأسس من إخلال الالتزام بالضمان السلامة لشرط المدة القصيرة التي تخضع لها دعوى التعويض التي تتأسس على أحكام إلزامية الضمان.
- دعوى التعويض عن الإخلال بالالتزام السلامة لا تتطلب إثبات علم المتدخل بالضرر ولا يحق له التعويض على افتراض علم المتدخل به. على خلاف إذا ما تعلق الأمر بدعوى عيب المنتج وفقا لما جاء في قواعد حماية المستهلك.

ثانيا: تمييز إلزامية الضمان عن الالتزام بضمان العيوب الخفية

يلتزم المتعاقدين البائع أو المتدخل في الالتزامين بضمان العيوب التي تطرأ على المنتج. إلا أن ضمان العيوب الخفية لا يضمن العيوب الخفية دون العيوب الظاهرة التي يمكن للبائع أن يكتشفها لو فحص المنتج أو المبيع بعناية الرجل العادي، على عكس ضمان الصلاحية الذي يلتزم فيه البائع بضمان العيوب سواء كانت ظاهرة منها أو خفية، ويشترط في ضمان العيوب الخفية أن يكون العيب قديما. وهو شرط ملغى بالنسبة للضمان الذي أقره قانون حماية المستهلك وقمع الغش فبمجرد وجود العيب بالمنتوج قبل أو بعد إبرام العقد يعتبر سببا في المطالبة بتنفيذ الضمان بالنسبة للمستهلك⁽²⁾.

ثالثا: تمييز إلزامية الضمان عن الالتزام بصيانة الشيء المبيع

يقصد بضمان صيانة المبيع أي التزام البائع بصيانة السلع والمحافظة عليها بحالة جيدة وسليمة تكفل الاستمرار في عملها.

وأهم ما يميزهما هو وجود مدة محددة. تكون بقرار من القانون أو يتم الاتفاق عليها من طرف المتعاقدين بالنسبة لإلزامية الضمان في حين الالتزام بالصيانة يمكن أن يستمر طول عمر السلعة.

ويختلف الالتزامين عن بعضهما من حيث العيوب التي يمكن تغطيتها حسب كل التزام... فالالتزام بالصيانة يغطي جميع العيوب التي يمكن أن تظهر على المنتج حتى لو ظهرت نتيجة سوء الاستعمال. وبالنسبة للالتزام بالضمان فلا تدخل العيوب جراء سوء الاستعمال لمدة محددة.

غير أن الملاحظ بالنسبة للمشروع الجزائري هو إدراجه لمختلف الالتزامات تحت إطار الالتزام بالضمان وهذا من خلال نص المادة 10 من المرسوم 327_13 ومضمونها كالآتي: "يجب أن يكون المنتج موضوع الضمان صالحا للاستعمال المخصص له، وعند الاقتضاء⁽³⁾:"

(1) مرجع نفسه.

(2) هادي حسين، عبد العلي الكعبي، سلام عبد الزهرة عبد الله، ضمان صلاحية المبيع للعمل لمدة معينة، دراسة مقارنة في التقنيات المدنية العربية، سنة 2007، ص7.

(3) مسعودي فاروق، مرجع سابق، ص16.

- يوافق الوصف الذي يقدمه المتدخل وحائزا كل الخصائص التي يقدمها هذا المتدخل للمستهلك في شكل عينة أو نموذج.
- يقدم الخصائص التي يجوز للمستهلك أن يتوقعها بصفة مشروعة، والتي أعلنها المتدخل أو ممثله علنا ولا سيما عن طريق الإشهار أو الوسم.
- يتوفر على جميع الخصائص المنصوص عليها في التنظيم المعمول به.

المبحث الثاني: شروط ونطاق الالتزام بخدمة ما بعد البيع

لم يقر المشرع بتحديد الشروط الواجب توافرها لتصبح خدمة ما بعد البيع سارية المفعول وقابلة لتكون محل مطالبة من قبل المستهلك إلا بدراسة نصوص قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03-09 المعدل والمتمم والمرسوم التنفيذي رقم 21-224 نجد أن هذه الخدمة تقوم على شرطين مهمين.

المطلب الأول: شروط الالتزام بخدمة ما بعد البيع

القيام بخدمة ما بعد البيع يجب أن يتوفر شرطين مهمين يتمثل في انتهاء فعالية الالتزام بالضمان (أولاً) ويتمثل في دفع مقابل الأداء الخدمة ما بعد البيع من طرف المستهلك (ثانياً).

أولاً: إنتهاء فعالية الالتزام بالضمان أو في الحالات التي لا يمكن تطبيق فيها الضمان

انتهاء فعالية الالتزام بالضمان يقصد بها الحالة التي تنتضي فيها مدة الضمان المحددة بقوة القانون، أو في الحالة التي لا يمكن للضمان أن يؤدي دوره، أي أن المتدخل يجب عليه صيانة وإصلاح المنتج الذي ظهر به العيب أو الخلل بعد انتهاء المدة المقررة قانوناً للضمان، كما يمكن أن يكون هناك إضافي منفق عليه - فنتهي فاعلية الضمان بإنهاء المدة التي تم الاتفاق عليها (1).

ثانياً: دفع مقابل أداء خدمة ما بعد البيع

دفع مقابل أداء خدمة ما بعد البيع شرط نتيجة منطقية للشرط الأول - حيث يقوم المتدخل بتصليح المنتج أو صيانتها إذا طلب المستهلك منه ذلك، ولكن بمقابل مادي يدفعه هذا الأخير ولا يجوز للمتدخل رفض أداء التزامه هذا ولا يمكن الاتفاق بينهما على أن يكون الإصلاح والصيانة خدمة مجانية فيما بعد لكن يمكن الإتفاق على أن تكون صيانة وإصلاح أو عيب يظهر بالمنتج بعد انتهاء فترة الضمان على عاتق المتدخل وذلك على سبيل الترويج لمنتجاته بهدف ترغيب المستهلك بشرائه وزيادة رضاه (2).

أي من غير المنطقي مطالبة العون الاقتصادي المكلف بخدمة ما بعد البيع بالالتزام يخرج عن نطاقه (3).

المطلب الثاني: نطاق تطبيق الالتزام بخدمة ما بعد البيع

بما أن الأصل في القواعد العامة أن يكون للعقد أثراً بين الطرفين بل يكون أثره نسبياً. غير أن الواقع أثبت الكثير من المتضررين من المستهلكين لا توجد بينهم علاقة تعاقدية مباشرة بالمتدخل.

الفرع الأول: نطاق تطبيق الالتزام بضمان خدمة ما بعد البيع من حيث الأشخاص

(1) بوهنالة أمال، قداش سلمى، واقع الالتزامات بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، العدد 06، كلية الحقوق، جامعة باتنة، 1 الحاج لخضر، (بدون سنة)، ص 207.
 (2) المرجع نفسه 207.
 (3) قديري محمد توفيق، مرجع سابق، ص 1086.

عندما يتعلق الأمر بإبرام عقد البيع الذي يضبط قوانينه القانون المدني، فنجد أن الضمان متعلق بين طرفي عقد البيع المتمثلة في البائع والمشتري وبالتالي المستفيد هو المشتري أو الزبون سواء كان شخص عادي أو محترف والبائع ملزم بالضمان على مختلف أنواعه.

أما بخصوص التزام خدمة ما بعد البيع المنصوص عليه القانون 09 - 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم يفترض بأنه حق المستهلك العادي والتزام على عاتق المتدخل باعتبارهما أطراف أساسية في العلاقة الاستهلاكية.

ولتحديد نطاق هذه الخدمة من حيث الأشخاص لا بد من التطرق للمستهلك كطرف مستفيد من تطبيق الالتزام والخدمة ما بعد البيع (أولا) والمتدخل كطرف دائن بضمان الالتزام بالخدمة ما بعد البيع (ثانيا).

أولاً: المستهلك كطرف مستفيد من خدمة ما بعد البيع

لتحديد مفهوم المستهلك يجب تحديد نطاق قواعد الحماية من حيث الأشخاص، أي يجب تحديد معرفة من ينطبق عليه وصف المستهلك من الحماية، ويجب معرفة الاتجاه الفقهي الذي يأخذه المشرع الجزائري من خلال التعريف القانوني.

(1) التعريف الفقهي للمستهلك:

اختلف الفقه في تعريفه للمستهلك وينقسم ذلك إلى قسمين:

أحدهما يضيق طائفة المستهلكين والآخر يوسع هذه الفئة وعليه سنبين على النحو الآتي كل اتجاه:

أ- الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك:

يعرف المستهلك في هذا الإتجاه كل شخص ببرم عقد أو يستعمل المال أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو أغراضه المهنية "أي كل شخص يبرم عقدا بهدف الاستهلاك إذن يتعين مستهلكا إذن حسب هذا الاتجاه إذا تحقق شرط استخدام المنتج أو استعماله عند الشخص من مستهلكا سواء كان مهني أو غير مهني".⁽¹⁾

وقد احتج أنصار هذا الاتجاه بحجج واعتبارات منها، أن المفهوم الضيق للمستهلك يسمح للسلطات بضبط شؤون الإستهلاك لدى الأفراد وأن الأصل في اصدار التشريعات هو حماية الشخص العادي وهو الطرف الضعيف.⁽²⁾

ب-الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك:

يعتبر هذا الإتجاه للمستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي للقانون الخاص الذي يقتني أو يستعمل الأموال والخدمات لغرض غير مهني أو لإشباع احتياجاته العائلية والشخصية.

كما يعرف المستهلك وفقا لهذا الاتجاه بأنه: "كل شخص يتصرف بقصد إشباع حاجاته الشخصية وحاجيات من يعولهم".⁽³⁾

أي نستنتج كل من يأخذ هذا التعاقد بغرض مهني مثلا "شراء السلع وإعادة بيعها أو استعمالها لحاجيات مهنية كأدوات الطبيب أو المهندس الفلاحي أو إيجار محل تجاري".⁽⁴⁾

هذا تعريف من طرف اتجاه آخر: "كل من يحصل من دخله على السلع ذات طابع استهلاكي لكي يشبع حاجاته الاستهلاكية اشباعا حالاً ومباشراً".

(1) عبد الرحمان بن جيلالي، مديحة بن ناجي، مفهوم المستهلك في القانون الجزائري، مجلة للدراسات القانونية والسياسية، بونعامة، جامعة خميس مليانة، المجلد 5، العدد 1، سنة 2023، ص47.

(2) جريفي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة وهران، الجزائر، سنة 2012/2013، ص16.

(3) ليندة عبد الله، المستهلك والمهني، مفهومات متباينات مداخلة القيت ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 14/13 افريل، سنة 2003، ص21. (غ منشورة).

(4) محمود عبد الرحيم ديب، الحماية المدنية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية-مصر، سنة 2011، ص10.

2- عناصر تعريف المستهلك:

- يمكن للمستهلك أن يكون شخص طبيعي أو معنوي كما أن المشرع ذكر سابقا في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90_39 بأن المستهلك "هو كل شخص... أي أنه لم يحدد إذا كان طبيعي أو معنوي ولتجنب الغموض استدرك الأمر في القانون 09_03 وحسم طبيعة المستهلك حيث ضم مجموعة الأشخاص المعنوية داخل دائرة المستهلكين المحدد حمايتها حيث برر ذلك بأنها أحيانا لا تمارس نشاطا مهنيا تكسب منه على مواردها المالية على أسباب وجودها ومن ثم فإنها تشبه المستهلك العادي تماما.(1)
- يتمثل العنصر الثاني في أن المستهلك ليكون شخص مستهلك عليه استهلاك المنتج نهائيا حسب ما جاء في المادة 03 من القانون 09_03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أي أن المستهلك يبرم العقود لأجل الحصول على السلع والخدمات للمنفعة دون أن تكون في إعادة البيع... بل للاستعمال والاستغلال.(2)
- أما العنصر الثالث فيتمثل في أن المستهلك يقتني بمقابل أو مجانا: استخدم المشرع الإشارة على شراء المنتج - نفس اللفظ الوارد في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 وهو لفظ يقتني- فليس بالضرورة من يقتني من المستهلكين أن يستعمل المنتج أو الانتفاع بالخدمة فربما تكون الاستفادة للغير من الأهل.(3)

ثانيا: المتدخل كطرف دائن بضمان خدمة ما بعد البيع

يتطلب تعريف المتدخل الملتمزم بضمان خدمة ما بعد البيع الوقوف على التعريف الفقهي الذي وقف على المصطلح المهني والمحترف وبعدها التطرق للتعريف القانوني الذي جاء بمصطلح المتدخل.

تم تعريف المتدخل من طرف الفقهاء بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاط تجاري أو صناعي سواء كان مهني حرا أو يمارس نشاطه جماعيا مع آخرين".

ويرى البعض الآخر أن المتدخل هو كل شخص طبيعي أو معنوي عام أو خاص وسيظهر في العقد كمتدخل محترف يعمل من أجل توفير حاجيات نشاطه المهني سواء كان هذا النشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو غيره.(4)

وأمام كثرة المتدخلين يجب تحديد شخص واحد من بين المنتجين والموزعين والذي يتمكن من خلاله المستهلك من الرجوع عليه دون تحمل عبء الإثبات في المرحلة التي أصبح فيها

(1) أنظر المادة 02 الفقرة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 90_39 المؤرخ في 30 يناير 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

(2) عقباوي الطاهر، حنين ياسين، خدمة ما بعد البيع كآلية لحماية المستهلك، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة احمد دراية، أدرار-الجزائر، سنة 2019، ص24.

(3) أنظر تعريف المستهلك في المادة 03 فقرة 02 من القانون 09_03، السالف الذكر والمادة 02 الفقرة 10 من المرسوم التنفيذي 90_39.

(4) جريفي محمد، مرجع سابق، ص39.

المنتوج معيبا. ومن هنا يرى الفقه أن القائم على الإنتاج في المرحلة الأخيرة هو الذي يتحمل المسؤولية والذي يطلق عليه وصف المنتج.⁽¹⁾

(1) حساني علي، الاطار القانوني للالتزام بالضمان في المنتوجات، دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، سنة 2012، ص51.

الأشخاص المتدخلين في العملية الإنتاجية:

حسب المادة 03 من القانون 03_09 المتدخل بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك" في حين تعرف نفس المادة العملية الإنتاجية على أنها: "مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة".

من خلال المادة السابقة يجب التطرق لكل فئة من المتدخلين على حدة:

● المنتج: عرف على أنه: "الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يقوم بإنتاج أشياء متماثلة تتطلب توافر خبرات فنية تتطابق ومعطيات العلم التي تكون في متناول يديه حقيقة أو ظاهريا بواسطة غيره والذي يفترض فيه أنه قد حاز ولو بدرجات متفاوتة ثقة أقرانه في كفاءته (1)

● الوسيط: لم يعرفه القانون الجزائري غير ذلك يعتبره بمثابة السمسار. حيث يرتكز عملهما في إرشاد المتعاقد معه إلى فرصة للاتفاق على عقد ما. وتم تعريفه من طرف القانون الأردني للوساطة بأنه: "قيام شخص بالوساطة بين طرفين لعقد العقود أو تسهيل عقد المعاملات التجارية أو ما يتفرع عنها لقاء أجر دون تحمل تبعاتها (2)

● الموزع: تم تعريفه على أنه شخص يقوم بتوزيع المنتجات سواء بالجملة أو التجزئة. ويعتبر ملزما بالضمان بنوعيه وأساس التزامه بالضمان هو إمكانية فساد المنتج أو تعيبه نتيجة لعدم مراعاته للشروط والوسائل القانونية في مجال النقل (3)

أ. مدى اعتبار المرافق العامة من المتدخلين:

● المرافق العامة ذات الطابع الاقتصادي والتجاري: وهنا نعرف المرافق العامة الاقتصادية والتجارية وليس المرافق العامة الإدارية وهي تلك المرافق التي تزاول نشاطا تجاريا يشبه لنشاط الأفراد، ومثالا على ذلك مرافق توريد الماء والكهرباء والغاز، وتخضع هذه المرافق إلى القانون الخاص وهو ما أقرته محكمة التنازع الفرنسية وأكده مجلس الدولة الفرنسي، بتحريره للمرافق العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري من قيود وسائل القانون العام في علاقتها مع المنتفعين بها، بل وخضوعها لاختصاص القضاء العادي (4)

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد اعتبرها شركات تجارية، وهو ما يجعلها تدخل في خانة المتدخلين الذين يخضعون لقانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09.

● المرافق العامة الإدارية: بالنسبة للمرافق العامة الإدارية فهي تمارس نشاطا يختلف عما يمارسه الأفراد. وهي تتميز بالخضوع للقانون العام ولا تخضع للقانون الخاص وخصوصا تلك المرافق التي تقدم خدمات بدون مقابل مثال الخدمات التي تقدمها

(1) ماميش نادية، مسؤولية المنتج، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو-الجزائر، سنة 2012، ص58.

(2) قانون الوكلاء والوسطاء التجاريين الأردنيين، لسنة 2001، موسوعة حماة الحق، <http://jordan-lawyer.com/2021/10/06/commercial-agents-and-brokers-law/> 25 افريل 2025 الساعة 18:23.

(3) علي بولحية خميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، سنة 2000، ص84.

(4) مسعودي فاروق، مرجع سابق، ص32/31.

الشرطة والعدالة والدفاع... الخ. فلا يمكن اعتبار المنتفعين بالخدمات المقدمة للمستهلكين.⁽¹⁾

الفرع الثاني: نطاق تطبيق ضمان خدمة ما بعد البيع من حيث الأشخاص

تختلف التعاريف وتتمايز في تحديد مفهوم موحد للمنتوج. فالمشرع الجزائري لم يضع تعريف شامل له. كما أشارت المادة 13 من القانون 09_03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لمدلول المنتوج حيث نصت على "يستفيد كل مقتن لأي منتج سواء كان أداة أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أي مادة تجهيزية أخرى من الضمان بقوة القانون ويمتد هذا الضمان أيضا إلى الخدمات".

كما عرفته المادة 03 فقرة 10 من نفس القانون بأنه: "كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا".⁽²⁾

ليتضح لنا من المادتين أن الزامية الضمان وخدمة ما بعد البيع تمثل السلع والخدمات محلا وموضوعا أي أن السلع والخدمات تعتبر جملة المنتوجات تعرض للمستهلك.

في هذا الفرع سنبين مفهوم السلع كمحل لخدمة ما بعد البيع (أولا) ثم الخدمات كمحل لخدمة ما بعد البيع (ثانيا).

أولا: السلع كمحل لخدمة ما بعد البيع

1. تعريف السلعة:

حسب المشرع الجزائري عرف السلع من خلال القانون 89_02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (الملغى) كما يلي: "كل منتج سواء كان شيئا ماديا أو خدمة مهما كانت طبيعته يجب أن توفر على ضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها أن تمس صحة المستهلك / أو أمنه أو تضر بمصالحه المادية".⁽³⁾

ولقد شدد المشرع الالتزام على المنتج بالضمان مهما كانت صفته أو طبيعته من جهة. ومن جهة أخرى جاءت كلمة المنتج بصيغة العموم ليس بها غموص أو استثناءات أي أنها تشمل العديد من المنتوجات مثلا الزراعية والفلاحية والحرفية والمنتوجات المحلية والمستوردة إلا أن المفهوم لا ينطبق على المنتوجات الخاضعة لأحكام قانونية مثال "الأسلحة والمواد المتفجرة والسامة والمخدرة".⁽⁴⁾

وكما عرفتها المادة 03 الفقرة 17 من القانون 09_03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش "السلعة كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو بدون مقابل".

(1) محمد بودالي، مدى خضوع المرافق العامة ومرتبقيها لقانون حماية المستهلك، مجلة إدارة، العدد 24، المدرسة الوطنية للإدارة، سنة 2002، ص55/56.

(2) صايد الصادق، مرجع سابق، ص48.

(3) انظر المادة 02 من القانون رقم 89_02 المؤرخ في 7 فيفري 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر.ج.ج، عدد 06، سنة 1989، ملغى بموجب القانون 09_03.

(4) شطابي علي، حماية المنتج من المنتوجات المقلدة في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 1 الجزائر، سنة 2013/2014، ص17.

أي يتضح لنا أن المنقول المعنوي لا يكون ضمن الأشياء المادية أي لا يمكن اعتباره سلعة.

أي يمكن تصنيف السلع على أنها ضمن فئة الأموال منقولة كالسيارات والمواد الغذائية والآلات الكهربائية... وتعتبر الأموال سلعا حتى لو كانت مرتبطة بعقار ويعد مالا كل شيء غير مستقر في حيزه وغير ثابت ويمكن نقله دون تلف.(1)

2. السلعة الموجبة لخدمة ما بعد البيع:

نصت المادة 12 من الفقرة الأولى من القانون 09_03 على أن "يستفيد كل مقتني لأي منتج سواء كان جهازا أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أي آلة تجهيزية من الضمان بقوة القانون". ونستنتج من النص أن إلزامية الضمان ترد الأجهزة والآلات والعتاد... سواء مصنوعة محليا أو مستوردة.

لم يقم المشرع بتحديد أنواع السلع التي يلتزم المتدخل بالضمان وهذا لكثرة وتوسع مجالات الإنتاج في هذا الوقت. إلا أن المادة 140 مكرر من التقنين المدني المعدل والمتمم. ذكرت بعض المجالات "يعتبر منتوجا كل ما هو منقول ولو كان متصلا بعقار لا سيما المنتج الزراعي والمنتوج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البحري والطاقة الكهربائية".(2)

ثانيا: الخدمة كمحل للالتزام بخدمة ما بعد البيع

حسب قانون حماية المستهلك فإن الخدمة تدخل ضمن فئة المنتوجات. وهذا لإتساع النشاط الكبير لهذا القطاع في السنوات الأخيرة. وبالأخص عند تحرير التجارة والتشجيع على الاستثمار الأجنبي في كامل المجالات وخير مثال على ذلك خدمات الاتصال التي تكتسح السوق الجزائري بتنوع كبير من المتعاملين والمتدخلين.

لذا من الأفضل حماية المستهلك من بعض الخدمات التي تخالف أحيانا رغباته المشروعة كخدمة الهاتف مثلا.(3)

(1) شعيباني نوال، مرجع سابق، ص35.

(2) عميروش عادل، مرجع سابق، ص46.

(3) شعيباني نوال، مرجع سابق، ص40.

1. تعريف الخدمة:

بعد التطرق لتعريف السلع. نتعرف على الخدات وهي منتج يخضع لقانون حماية المستهلك وقمع الغش ويقصد بها الأنشطة الاقتصادية تقدم في صورة خدمة أو نشاط مفيد لمن يطلبه ولا يجسد في صورة سلعة عادية ومثال على هذه الخدمات منها المالية مثل بنوك وشركات التأمين وأسواق المال وخدمات النقل البري والجوي والبحري. وكذلك شركات الاتصال والخدمات السمعية والبصرية والمعلومات بما فيها الحاسب الآلي.(1)

وحسب ما جاءت به المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90_39 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش "كل مجهود يقدم ما عدا تسليم المنتج ولو كان هذا التسليم معلقا بالمجهود المقدم أو داعما له".

عرفت الفقرة 17 المادة الثالثة من القانون رقم 09_03 الخدمة بأنها "كل عمل مقدم غير تسليم السلعة. حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة".(2)

2. خصائص الخدمات:

- الخدمة الغير ملموسة: تعتبر من أهم الخصائص التي تميز بين الخدمة والسلعة فالخدمة عبارة عن قيمة غير مادية وليس لها تواجد مادي حتى لو ارتكزت عملية العرض لها على دعم مادي.(3)
- الخدمة غير قابلة للانفصال عن مقدمها: فلا يمكن تعويض مقدم بمقدم آخر إذا تعرض الأمر ما مثلا. أي أنه لا يمكن تقديم نفس القدرات الإنتاجية من عدة فنانين وأيضا لا يمكن فصل مكان وزمان إنتاج الخدمة واستهلاكها ومنه تكون عدة مشاكل ومن أهمها مشاكل التخزين وتكييف العرض مع الطلب. لذا يجب أن يكون الزمان والمكان صالحان معا للإنتاج والبيع والاستهلاك معا.(4)
- عدم التجانس: الخدمة تتغير حسب أوقات وظروف تحققها. لذلك في أغلب الأحيان من المستحيل جعل إنتاج الخدمة نمطية متماثلة لأن الخدمة تعتمد على من يقدمها وعلى كيفية تقديمها وحتى على الظروف التي تقدم بها وفي الحقيقة صعب الحصول على كفاءات وظروف مماثلة في هذا الشأن.
- قابلية الخدمة للتلف: أي عدم قدرتها على التخزين فإن عدم استخدام الكميات خلال فترة العرض ستخفي للأبد مثلا تذاكر السينما التي لا تباع ومقعد الطائرة الغير محجوز سابقا فهو مقعد مفقود لذا غالبا ما تفرض شركة الطيران عقوبات على المسافرين عند تأجيل رحلاتهم لأنها تدرك أن الكميات الغير مستخدمة عن العرض هي خدمات مفقودة لا تعوض.(5)

(1) صياد الصادق، مرجع سابق، ص50.

(2) المادة 17/03 من القانون رقم 09_03 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم.

(3) لسود راضية، سلوك المستهلك اتجاه المنتجات المقلدة، رسالة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، سنة 2008/2009، ص81.

(4) عبد القادر برانيس، هادية كبير، خصائص الخدمات وأثرها على سلوك المستهلكين، مجلة استراتيجية والتنمية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة مستغانم، الجزائر، ص334.

(5) المرجع نفسه، ص335.

وجاء في نص المادتين 05/04 من المرسوم التنفيذي رقم 327/13 على أنه "يجب على كل متدخل توفير الضمان على السلع والخدمات"⁽¹⁾

(1) انظر المادتين 05/04 من المرسوم التنفيذي رقم 327/13 مؤرخ في 26 سبتمبر سنة 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.

الفصل الثاني
آثار خدمة ما بعد البيع
وجزاء الإخلال به

آثار خدمة ما بعد البيع وجزاء الإخلال به

لا يقتصر الالتزام الواقع على المتدخل أمام المستهلك على تسليم السلعة أو المنتج فقط بل أقر المشرع على المتدخل التزامات للحفاظ على العلاقة العقدية ومنها تسليم الشيء المبيع خالي من عيوب قد تمس المنتج وبما أن القواعد كانت غير كافية لضمان الحماية القانونية للمشتري من البائع وخصيصاً في خدمة ما بعد البيع ظهر خلل في هذه العلاقة بين المتعاقدين.

هذا ما أدى للمشرع إعادة النظر في تكييف النصوص القانونية و التنظيمية و تحقيق التوازن بين طرفي العلاقة التعاقدية من خلال الالتزام بخدمة ما بعد البيع .

لذا في هذا الفصل سنتطرق للالتزامات المترتبة عن خدمة ما بعد البيع (المبحث الأول) ولأجهزة رقابة المتدخلين للالتزامهم بخدمة ما بعد البيع في (المبحث الثاني).

المبحث الأول: الالتزامات المترتبة على ضمان خدمة ما بعد البيع

من خلال الحقوق التي مكنت المستهلك من مواجهة الأشخاص القائمين والمكلفين بخدمة ما بعد البيع ظهرت أهمية هذه الأخيرة. وبما أن خدمة ما بعد البيع مقررّة لفائدة المستهلك إلا أنها ترتب التزامات من أهمها دفع مقابل مالي لعملية التصليح واسترجاع المنتج بعد تصليحه بما أنها غير مجانية. أما المتدخلين ملتزمين بعدة التزامات.⁽¹⁾

لذا سنتطرق للالتزامات الملقاة على عاتق المتدخلين والمستهلكين في (المطلب الأول) والإشكالات الواقعة المتعلقة بخدمة ما بعد البيع في (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخلين والمستهلكين

سنتطرق إلى الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخلين في (الفرع الأول) والالتزامات الملقاة على عاتق المستهلكين في (الفرع الثاني).

(1) ملوك جهيدة. رميدي عبد الوهاب. أثر خدمات ما بعد البيع على ولاء المستهلك للعلامة التجارية condor، جامعة البويرة، الجزائر، معارف مجلة علمية محكمة، عدد 21، ديسمبر لسنة 2016، ص280.

الفرع الأول: الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخلين

في هذا الفرع سنتطرق أولاً للالتزامات المترتبة على عاتق المنتج والمستورد وثانياً على البائع وثالثاً على مقدم خدمة ما بعد البيع.

أولاً: الالتزامات المترتبة على عاتق المنتج/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/المنتج عن توريد ذات المنتج المعروض في السوق، في هذه الحال أقر المشرع المستورد/المنتج بتوفير قطع الغيار لمدة 5 سنوات على الأقل من تاريخ توقف عرض المنتج⁽¹⁾

ثانياً: الالتزامات المترتبة 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 بهوية المكلفين بتقديم خدمة ما بعد البيع وما يرتبط 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⁽²⁾

ثالثاً: الالتزامات المترتبة على عاتق مقدم خدمة ما بعد البيع

سبق القول أن المنتج/المستورد لا يقوم بالضرورة بتنفيذ خدمة ما بعد البيع بأنفسهما وإنما قد يوكلان شخص آخر طبيعي أو معنوي للقيام بهذه الخدمة، 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 حسب ما جاءت به المادة 06 من المرسوم التنفيذي 21_244.⁽³⁾

(1) قديري محمد توفيق، مرجع سابق، ص 1087.

(2) المرجع نفسه.

(3) المرجع نفسه.

ويقصد بالإعلام أنه يجب على البائع الالتزام للمستهلك بالإفشاء بكافة المعلومات الضرورية الخاصة بمكونات المنتج و كيفية استعماله، وكذا تدابير التي يجب اتخاذها لتجنب المخاطر التي تترتب عن عدم الاستعمال الصحيح للمنتج.⁽¹⁾

2. الالتزام بتقديم قسيمة المقايسة وقسيمة الإيداع وتحريير الفاتورة أو تذكرة دفع الثمن:
أ- القسيمة المقايسة: الهدف من هذه القسيمة حسبما يظهر من مواد المرسوم التنفيذي 21_244 وخصوصا المادة 07 منه هو أن يقوم الشخص المكلف بتقديم خدمة ما بعد البيع بتحديد الأعباء والتكاليف التي سترتب عن قيامه بالخدمة، فيبين 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 بعدل عن الأمر تماما.

ب- قسيمة الإيداع: الهدف من هذه الوثيقة هو إثبات تسليم المستهلك المنتج إلى الشخص المكلف بتقديم خدمة ما بعد البيع، وذلك درءاً لأي خلل بين الطرفين لاحقا حول حالة المنتج وكميته وقيمته ومبلغ الخدمة... إلخ، 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 وعنوانه التجاري.
- اسم الزبون.
- تكلفة الخدمة.
- التحفظات المحتملة التي يبديها مقدم الخدمة عن حالة السلعة.
- مبلغ تعويض السلعة الموكلة لتصليح عندما تكون قيمة السلعة تزيد عن الحد الأقصى للمبلغ المحدد.
- المدة التي يستغرقها إصلاح السلعة وتاريخ استرجاعها.
- الشروط الخاصة بخدمة ما بعد البيع عند الاقتضاء.⁽²⁾

ج- الفاتورة: إذا طلب المستهلك الفاتورة من الشخص المكلف بمقدم الخدمة 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.⁽³⁾

3. الالتزام بتصليح المنتج وتجربته بعد إصلاحه: حسب المادة 09 من المرسوم التنفيذي 21_244 السالف الذكر أن يلتزم الشخص المكلف بتقديم خدمة ما بعد البيع أن يقوم بتصليح المنتج بكل السبل المتاحة وألزمه المشرع في حالة الحاجة إلى استخدام قطع

(1) نوادري فريدة، الحماية القانونية للمستهلك في التشريع الجزائري، جامعة عاشور زيان، الجلفة-الجزائر، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، سنة 2022، ص689.

(2) حميد فارس. عطا الله عبد الكريم، غرائسة طارق، مرجع سابق، ص45.

(3) المرجع نفسه.

غير مستعملة أن يبلغ المستهلك بذلك وأن تكون هذه القطع في حالة جيدة وأمنة، وإضافة إلى ذلك لا بد أن يتم تجريب المنتج بعد إصلاحه بحضور المستهلك.⁽¹⁾

إن عملية الإصلاح تدخل في نطاق ما يعرف بالصيانة الإصلاحية التي يجب أن تكون في حال ما إذا حدث تلف أو عطل في الجهاز المبيع لتؤدي إلى إصلاح وعلاج هذا الخلل، وإزالة أسبابه ويجب أن يكون هناك فريق من الفنيين المتخصصين القادرين على الاستجابة الفورية لطلبات العملاء، كما أن الصيانة على هذا النحو لن يكون لها إلا دور مساعد فرعي إذا أجريت الصيانة الوقائية بدقة متناهية.⁽²⁾

الفرع الثاني: الالتزامات المترتبة على عائق المستهلك

المستهلك منتمي المنتج هو المستفيد من خدمة ما بعد البيع، ولكن المشرع ألزمه ببعض الاداءات مقابل الحقوق التي استفاد بها، وهذه الالتزامات تنحصر وفق ما يستنتج من نصوص المواد 11/09 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 عنه.⁽³⁾

وتظهر هنا مشكلة تحديد قيمة التصليح وثمان قطع الغيار المستخدمة وأيضا إمكانية استخدام قطع الغيار مغشوشة أو مبالغ في قيمتها مما يكبد المستهلك خسائر كبيرة جدا، خصوصا وأن الواقع العملي يؤكد سيطرة أو احتكار أشخاص معينين لعمليات التصليح أو توريد قطع الغيار بشكل لا يتيح للمستهلك مناقشة السعر عادة.⁽⁴⁾

المطلب الثاني: الإشكالات الواقعة المتعلقة بخدمة ما بعد البيع

في هذا المطلب سنتطرق لإشكالية استقلالية الضمان عن إلزامية خدمة ما بعد البيع (الفرع الأول) وإشكالية عدم توفير قطع الغيار (الفرع الثاني) إشكالية عدم توفير ورشات الأصل ما بعد البيع (الفرع الثالث) وأخيرا إشكالية تحديد مقابل خدمة ما بعد البيع (الفرع الرابع).

الفرع الأول: إشكالية استقلالية الضمان عن إلزامية خدمة ما بعد البيع

يعتبر الالتزام بالضمان التزاما مستقلا بذاته عن الالتزام بخدمة ما بعد البيع كما وضحناه سابقا، غير أنه وبالرجوع إلى الواقع العملي نجد أن أغلبية المتدخلين لا يفرقون بين أحد طرق تنفيذ الضمان المنصوص عليه قانونا والمتمثلة في إصلاح المنتج حسب ما نصت عليه المادة 12 من المرسوم التنفيذي 13_327 السالف الذكر.⁽⁵⁾ وبين الالتزام بخدمة ما بعد البيع. ويكون الإصلاح أثناء فترة الضمان القانوني والإضافي عند ظهور العيب في المنتج دون تحمل

(1) قديري محمد توفيق، مرجع سابق، ص1089.

(2) خالد ضو، زينب شيخي، أسس الالتزام بخدمة ما بعد البيع في التشريع الجزائري، مجلة حقوق الانسان والحريات العامة، م.ج.ا.ع، المجلد 07، العدد 02، سنة 2022، ص436.

(3) حميد فارس. عطا الله عبد الكريم، غرانة طارق، مرجع سابق، ص46.

(4) بن عمارة محمد، مرجع سابق، ص303.

(5) فاطمة بحري، الحماية الجنائية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر-الإسكندرية، سنة 2014، ص150.

المستهلك أعباء ومصاريف إضافية، وذلك بتدخل المتدخل بتصليح المنتج من العيب الواقع به أو باستبدال السلعة الأجزاء المعطلة بأجزاء صالحة وسليمة. ويكون ذلك بتوفير وتقديم قطع الغيار اللازمة وتركيبها، أما عن خدمة الإصلاح فهي تكون عن طريق تعديل الخدمة برغبة من المستهلك وحسب ما يتوافق مع طلبه.(1)

أما بخصوص خدمة ما بعد البيع يجب إلزام المتدخل بضمان الصيانة والإصلاح محل التعاقد وذلك عند ظهور عيب بالمنتج بعد انقضاء المفترة المحددة قانوناً للضمان، أو العيب الناتج لا يغطيه الضمان كالعيب الناتج عن الاستخدام الخطأ للمنتج الصار عن المستهلك، هذا الأخير يمكن أن يحصل على خدمة من المتدخل بإصلاحه لكن بمقابل وليست خدمة مجانية في هذه الحالة.(2)

الفرع الثاني: إشكالية عدم توفير قطع الغيار الأصلية

تعتمد عملية الإصلاح للمنتج من العيب على الزامية توفير قطع الغيار الأصلية والمناسبة للمنتج من قبل المتدخل، وهذا تطبيقاً لما نص عليه المرسوم التنفيذي رقم 58_15 الخاص بتحديد شروط وكيفيات ممارسة نشاط الوكلاء المركبات الجديدة فيكون المتدخل مسؤولاً مسؤولية عقدية عن هذا الالتزام، لأنه التزم بتحقيق نتيجة(3) . إذا تخلى عن هذا الالتزام فلا يستطيع إبعاد هذه المسؤولية إلا إذا قام بإثبات السبب الأجنبي في عدم توفير قطع غيار السيارات.(4)

لا يستطيع البائع التخلص من الضمان لعدم توفر قطع الغيار الأصلية، بل عليه الحصول على تعهد من الصانع (المنتج) بتوفير قطع الغيار اللازمة طوال فترة الضمان.(5)

الفرع الثالث: إشكالية عدم توفير ورشات الإصلاح ما بعد البيع

لا يمكن تحقيق الالتزام بالضمان والالتزام خدمة ما بعد البيع إلا بتوفير ورشات الإصلاح وخدمة ما بعد البيع، والتي يجب أن تتوفر بطرق احترافية على أيادي فنية متخصصة في تركيب وصيانة قطع الغيار الخاصة بالمنتج. ولا بد من توفر المواد وقطع الغيار اللازمة لإصلاح المنتجات وذلك لاستفادة المستهلك بالمنتج على النحو الذي تم الاتفاق عليه. وهذا المشكل قائم في الجزائر أي أن القليل من الشركات توفر شركات الصيانة، وذلك لتحقيق الربح من المنتجات للمتدخل دون نية ربط علاقته بالمستهلك من خلال الخدمات ما بعد البيع.(6)

وقد يكون عدم توفير ورشات الإصلاح سبب هام في تدني أو انعدام خدمات ما بعد البيع لأن هذه الورشات تحتاج إلى مختصين في التركيب والإصلاح، لكن الأغلبية في الجزائر العامة

(1) بن زادي نسرين، مرجع سابق، ص121.

(2) المرجع نفسه.

(3) P. anel. Le service après-vente _contracté _ distributions paris 1989.p119.

(4) بوهنتالة نوال. قداش سلوى، مرجع سابق، ص213.

(5) خالد ضو، زينب شيخي، مرجع سابق، ص438.

(6) المرجع نفسه، ص213.

أو الخاصة المهمة بهذا المجال غير مزودة بهذه الورشات، لذا يجب تفعيل فرق الرقابة للقيام بالتحريات والتبليغ عن هذه المخالفات التي يرتكبها هؤلاء في حق المستهلك.⁽¹⁾

الفرع الرابع: إشكالية تحديد مقابل خدمة ما بعد البيع

تتطلب خدمة ما بعد البيع أن يدفع المستهلك مقابل إصلاح أو صيانة المنتج، وقد يثبت أن مبلغ التصليحات يحدد جزافاً، وبالتالي يتضرر المستهلك من مبلغ الإصلاح خاصة إذا لم يكن هناك اتفاق مسبق.⁽²⁾

تحدد الخدمة ما بعد البيع المقابل حسب مدة الضمان، فإن كانت في عقد البيع وداخل حيز الضمان، فإنها تكون مجانية ودون أي مقابل وعلى حساب البائع المهني وهذا ما تنص عليه المادة 13 الفقرة 3 من القانون رقم 03_09 "يستفيد المستهلك من تنفيذ الضمان المنصوص عليه أعلاه دون أعباء إضافية".

ولا يمكن للمستهلك مناقشة المهني في الثمن خاصة مع غياب المنافسة واكتساحه للسوق.⁽³⁾

المبحث الثاني: أجهزة رقابة المتدخلين لالتزامهم بخدمة ما بعد البيع

قانون حماية المستهلك جاء في مجمل التشريعات العربية والغربية حماية للطرف الضعيف والأقل خبرة ومقدرة في العلاقة التعاقدية على الصعيد الاقتصادي والفني والقانوني، لا سيما بعد أن يقع هذا الأخير في الكثير من التلاعبات والتحايل من طرف المتدخلين في العملية الاستهلاكية فيكون قد أبرم عقداً دون رضاه التام وعلى غير رغبته الحقيقية وعليه يجب على المشرع التدخل لحمايته بإيجاد الوسائل اللازمة لتحقيق هذه الحماية، لذا كان لزاماً على كل من يلتزم بالالتزام المطالب به أن يخضع للرقابة والجزاءات الإدارية من جهة (المطلب الأول) ومن جهة أخرى للرقابة القضائية لتفعيل خدمة ما بعد البيع (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الرقابة الإدارية لتفعيل خدمة ما بعد البيع

عدم إلتزام المتدخل بالتزاماته اتجاه المستهلك كونه الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، يعرضه ذلك للخطر ولأضرار نتيجة لذلك، ومن أجل التطبيق والسير الحسن للنصوص القانونية يجب تفعيل آليات وأجهزة فعالة خاصة بحماية المستهلك، إذ بدون هذه القواعد يصبح قانون حماية المستهلك ورق على حبر ويفقده آليته بالردع للمخالفين.

الفرع الأول: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك

أولاً: جمعيات حماية المستهلك

(1) دليلة معروز، واقع خدمة ما بعد البيع في القانون الجزائري، مجلة المعارف، المجلد 16، العدد 01، جوان، سنة 2021، ص70.

(2) المرجع نفسه، ص71.

(3) بن عمارة محمد، مرجع سابق، ص304.

للحديث عن جمعيات حماية المستهلك يضطرنا الحديث أنها لا تهدف للربح ودورها هو اجتماعي وخيري ويتجلى ذلك في الإعلام والتحسيس وتوعية المستهلك بأخطار وعيوب المنتجات من جهة ومن جهة أخرى لتوجيهه وتمثيله.

1- تعريف جمعيات حماية المستهلك

جمعيات حماية المستهلك هي جمعيات تطوعية غير حكومية يتم تأسيسها من طرف نشطاء في المجتمع المدني وذلك باختلاف ثقافتهم واختصاصاتهم وجنسهم، هذه الجمعيات غير ربحية ولا تهدف لذلك بل تهدف لحماية المستهلك وتوعيته من الممارسات المخلة بحقوقه وضمن الدفاع عنها عن طريق تنويره وتوعيته بما له من حقوق وما عليه من واجبات يلتزم بها، ورفع الدعاوى القضائية نيابة عنه ضد جشع المتدخلين... التجار والمحتكرين.(1)

وتخضع جمعيات حماية المستهلك في الجزائر من حيث إنشائها وتنظيمها إلى القانون 12_06(2) المتعلق بقانون الجمعيات، ويمكن لنشاطها أن يكون وطنيا أو محليا حسب ميدان نشاطها.(3)

وقد عرفها هذا القانون بـ "...تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة ويشترك الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مريح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها، لا سيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي والبيئي والخيري والإنساني..."

2- مهام جمعيات حماية المستهلك:

أ- الدور الإعلامي والتحسيبي: لزاما على جمعيات حماية المستهلك توعية وتحسيس المستهلك عن كل المخاطر والممارسات الاقتصادية التي تهدد أمنه وصحته.(4) وكما جاء في المادة 21 من القانون رقم 09_03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على ضرورة إعلام وتحسيس وتوجيه المستهلك كضمان أساسي لحمايته وذلك على أن "جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله".

وللجمعيات دور آخر لا يقتصر فقط على التحسيس والتوعية من المخاطر فقط، بل يمتد دورها إلى المشاركة في إعداد سياسة خاصة بالاستهلاك، بحضور ممثلي الخدمات في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين وهو ما يسمح لها بالتعبير عن الأهداف والتشجيع على الحوار مع السلطات الخاصة.(5)

ب- الدفاع عن حقوق ومصالح المشتركين:

• أولا: يكون التمثيل أمام المجلس الوطني لحماية المستهلك ينص المشرع بخصوص ذلك في المادة 24 من القانون رقم 09_03 بقولها "ينشأ المجلس الوطني لحماية

(1) بخته دندان، دور جمعيات حماية المستهلك، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات وواقع، يوم 23/22 ابريل 2008، بالمركز الجامعي طاهر مولاي بسعيدة، الجزائر، ص01.

(2) القانون 12_06 المؤرخ في 12 يناير 2012، المتعلق بالجمعيات، ج ر، ج، ج، عدد 02، سنة 2012.

(3) بولحية علي، مرجع سابق، ص66.

(4) عادل عميروش، مرجع سابق، ص9.

(5) بولحية علي، مرجع سابق، ص68.

المستهلكين يقوم بإبداء الرأي واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسة حماية المستهلك..."

ويكون هناك ممثلاً واحداً عن كل وزارة والهيئات والمؤسسات العمومية والشخصيات الخبيرة ويكون هناك ممثل واحد عن جمعية حماية المستهلكين المؤسسة قانوناً.⁽¹⁾

• ثانياً: التمثيل القضائي: يكون التمثيل للمستهلك عن طريق جمعية حماية المستهلك بعد التعرض له والمساس بمصالحه، وتطبيقاً للقانون رقم 09_03 أنه منح للجمعيات الحق في تمثيل المستهلك وصفة التقاضي أمام القضاء، لتتأسس كطرف مدني إذا تعرض المستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار تسبب فيها نفس المتدخل أو ذات أصل مشترك.⁽²⁾

أما في المادة 17 من القانون 12_06 الخاص بالجمعيات، ممارسة الجمعيات كل حقوقها الممنوحة للطرف المدني أمام القضاء، هو أثر من آثار اكتساب الشخصية المعنوية.

من خلال الأدوار المذكورة سابقاً تبين أن لجمعيات حماية المستهلك دوراً فعالاً في حماية المستهلك من مخالفة المتدخل لإلزامية خدمة ما بعد البيع، ويكون ذلك من خلال التوعية والتحسيس. وذلك لعدم الإدراك الكافي للمستهلكين الجاهلين بحقوقهم لهذه الخدمات ومدى إلزاميتها ومجالاتها وكيفية الاستفادة منها.

(1) محمد جريفي، مرجع سابق، ص70.

(2) فاطمة بحري، مرجع سابق، ص200.

ثانياً: الأعوان المؤهلون للبحث والتحري

تم النص على الأعوان المؤهلون بالبحث والتحري عن المخالفات المتعلقة بقانون حماية المستهلك من خلال المادة 25 من القانون رقم 09_03. ويتمثلون في ضباط الشرطة القضائية والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب القانون كأعوان الجمارك، وأعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك.

1. التعريف بالأعوان المؤهلون بالبحث والتحري: أوكل المشرع الجزائري مهمة البحث

والتحري ومعاينة المخالفات بموجب أحكام القانون 09_03 إلى عدة أعوان يتمثلون في:
- ضباط الشرطة القضائية نصت المادة 15 من الأمر 66_155⁽¹⁾ المتضمن قانون الإجراءات الجزائية الذي يحدد من خلاله المشرع من لهم صفة ضابط شرطة قضائية على ما يلي: "يتمتع بصفة ضباط الشرطة القضائية"

- (1) رؤساء المجالس الشعبية القضائية.
- (2) ضباط الدرك الوطني.
- (3) محافظو الشرطة.
- (4) ضباط الشرطة.

(5) ذو الرتب في الدرك ورجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك 3 سنوات على الأقل والذين تم تعيينهم بموجب القرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع الوطني بعد موافقة لجنة خاصة.

(6) مختصوا الأمن الذين قضا خدمتهم 03 سنوات على الأقل وعينوا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير الدفاع الوطني ووزير العدل ووزير الداخلية والجماعات المحلية بعد موافقة لجنة خاصة..."

(7) ضباط وضباط الصف التابعين للمصالح العسكرية للأمن الذين تم تعيينهم خصيصاً بموجب قرار مشترك صادر عن وزير الدفاع الوطني ووزير العدل..."

تبين من خلال المادتين السابقتين أن الأعوان المرخص لهم، هم من يتمتعون بصفة ضباط الشرطة القضائية بحكم القانون، الذين يتمثلون في ضباط الدرك الوطني وضباط الشرطة ورؤساء المجالس البلدية، أما الباقي الذي تم ذكرهم هم موظفين معينين بموجب قرار مشترك بين وزارتين مثال ضباط الأمن العسكري تم تعيينهم بقرار مشترك من وزير العدل ووزير الدفاع الوطني.

- **الأعوان المرخص لهم بموجب القانون:** وهم الذين ذكرهم المشرع الجزائري بمسمى آخر وهو الأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب نصوص خاصة بهم، كأعوان الجمارك وبصفة خاصة يؤهلون للقيام بمعاينة المخالفات.⁽²⁾

فأصدر المشرع قوانين خاصة تمنح اختصاص معاينة المخالفات المتعلقة بقانون حماية المستهلك وقمع الغش للأعوان التالية:

(1) الأمر رقم 66_155 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966، المتعلق بالإجراءات الجزائية ج.ر.ج.ج، العدد 48، سنة 1966، المعدل والمتمم بالأمر رقم 15_02 المؤرخ في 23 يوليو سنة 2015، ج.ر.ج.ج، عدد 40، سنة 2015.
(2) حنين نوال شعباني، مرجع سابق، ص 115.

- أعوان الجمارك: يعتبر أعوان الجمارك من حماة الاقتصاد الوطني، يسهرون على حماية حقوق الدولة واستحقاقها لذلك الحق من عمليات نقل البضائع، فيحمي الأعوان المستهلك من المنتج المغشوش والفاقد.⁽¹⁾
- أعوان السلطة البيطرية: تمارس السلطة البيطرية باعتبارها وكيل صحي كل الحقوق مخولة لها قانوناً، من أجل الحماية الصحية للبشر والحيوانات، فتتكفل بالمراقبة والتفتيش سواء داخل البلاد وعلى حدودها.
- أعوان حفظ الصحة البلدية: أنشأ المشرع في إطار مراقبة نوعية المواد الغذائية والمواد الاستهلاكية المعروضة للبيع على مستوى البلدية، مكاتب للحفاظ على صحة البلدية والسهر على مراقبة نوعية المواد المقدمة للمستهلك والمنتجات الاستهلاكية.
- أعوان اللجنة المكلفة بالتفتيش على مستوى الموانئ: قام المشرع الجزائري بإنشاء جهة مختصة على مستوى الموانئ مكلفة بتفتيش ومراقبة السلع على مستوى الميناء.⁽²⁾
- الأعوان التابعون لوزارة التجارة: يمثلون في الأعوان المؤهلون لمعاينة المخالفات وهم تابعون للمصالح الخارجية لوزارة التجارة، المتكونة من مديريات ولأئية و جهوية خاصة بالتجارة والذي بين المشرع مهامها في المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 11_09⁽³⁾ الذي يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها.
- كما جاء في المادة 05 من المرسوم التنفيذي 11_09 على تقسيم المهام في المديريات الولائية للتجارة جاء في 5 مصالح في كل مديرية تتضمن كل مصلحة فرق للتفتيش تمثلت هذه المصالح في:

- مصلحة ملاحظة السوق والاعلام الاقتصادي.
 - مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.
 - مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش.
 - مصلحة المنازعات والشؤون القانونية.
 - مصلحة الإدارة والوسائل.
- 2. سلطات ومهام الأعوان والمؤهلين للبحث والتحري:**

يقوم الأعوان بالبحث في مدى تطبيق المتدخل للالتزامات المترتبة على عاتقه في جميع مراحل وخطوات الاستهلاك، من أجل تجنب المخاطر المهددة لصحة المستهلك وأمنه أو المساس بمصلحته، وتعد هذه الرقابة رقابة وقائية، ثم تتحول إلى رقابة قمعية حين يتم كشف المخالفات التي يقوم بها المتدخل ولتحقيق هذه المهنة الصعبة تم منح سلطات واسعة للأعوان من أجل التطبيق الحسن للقوانين.⁽⁴⁾

تم الملاحظة من خلال نص المادة 29 من القانون رقم 09_03، أن أعوان الرقابة يقومون في إطار تأديتهم لوظائفهم، وبأي وسيلة كانت بمراقبة المتدخلين في أي مرحلة من مراحل

(1) لحراري شالح ويزة، مرجع سابق، ص97.

(2) المرجع نفسه، ص98.

(3) أنظر المادة 03 من المرسوم التنفيذي 09-11 المؤرخ في 20 يناير سنة 2011، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها ج.ر.ج. عدد 01، سنة 2011.

(4) لحراري شالح، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، فرع قانون المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، الجزائر، سنة 2011.

عملية العرض للاستهلاك، وهذا من خلال دخول المحلات⁽¹⁾، مع مراعاة احترام أحكام المادة 34 من القانون 03_09 والقيام بالمعاينة والتحري للتأكد من مدى قيام المتدخل بإحترام التزاماته منها إلتزامه توفير خدمة ما بعد البيع.

وبعد الانتهاء من عمليتي المراقبة والتحري وفي حالة إثبات المخالفات بشأن عدم احترام المتدخل لالتزاماته أو عند التبليغ عنه من رفض أحد المستهلكين أو جمعيات حماية المستهلك، يعمل الأعوان على تحرير محاضر تثبت ذلك مع مراعاة أحكام المادة 31 من القانون 03_09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.⁽²⁾

الفرع الثاني: الجزاء الإداري للاخلال بالالتزام بخدمة ما بعد البيع

أولاً: تعريف غرامة الصلح

تعتبر غرامة الصلح وسيلة للإرضاء، يتم الاتفاق عليها بين الهيئة المخولة لها توقيعها ومرتكب المخالفة، إضافة لذلك يمكن القول أنها تسوية غير قضائية تنهي النزاع في مراحله الأولى دون اللجوء إلى القضاء، إذ تجنب المخالفين من الوقوف أمام القضاء ومن العقوبات المقررة للمخالفات المحددة قانوناً، ويتم فرض غرامة الصلح من طرف أعوان الرقابة المنصوص عليهم في المادة 25 من قانون 03_09 الخاص بحماية المستهلك وقمع الغش على مرتكب المخالفة، إذا توفر شروط تطبيقها وبإتباع إجراءات محددة قانوناً.⁽³⁾

وتعرف الغرامة بأنها "إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى خزينة الدولة المبلغ الذي حدده الحكم"⁽⁴⁾ مع أن غرامة الصلح تقررها الإدارة وليست بموجب حكم قضائي ولكن يجب أن تفرض على من خالف القانون وتدفع لخزينة الدولة.

(1) لحراري شالح ويزة، مرجع سابق، ص101.

(2) المرجع نفسه.

(3) مكي فلة، الزامية الخدمة ما بعد البيع في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، كلية الحقوق والعلوم السياسية، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد 6، العدد الأول، السنة 2022، ص609.

(4) عبد الوهاب. محمد مصطفى، النظرية العامة للالتزام الدولة بتعويض المضرور من الجريمة. دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص215.

ثانياً: مقدار غرامة الصلح

نصت المادة 87 من القانون 03_09 الخاص بحماية المستهلك وقمع الغش أنه "لا يمكن فرض غرامة الصلح:

- إذا كانت المخالفة المسجلة تعرض صاحبها، إما إلى عقوبة أخرى غير العقوبة المالية وإما تتعلق بتعويض ضرر مسبب للأشخاص أو الأملاك.
- في حالة تعدد المخالفات التي يطبق في إحداها على الأقل إجراء غرامة الصلح.
- في حالة العود.

استنتجا لما جاءت عليه المادة أنه يخول لأعوان قمع الغش المذكور في نص المادة 25 من القانون 03_09 الخاص بحماية المستهلك وقمع الغش السابق الإشارة عليه. يمكن فرض غرامة الصلح إن وجدت مخالفة في حالات ما إذا كانت المخالفة المسجلة تعرض صاحبها لعقوبة أخرى غير مالية أو في تعدد المخالفات التي لا يتقرر إحداها على الأقل إجراء غرامة الصلح، أو كان المخالف عائدا لا يمكن تطبيق غرامة الصلح على المخالف⁽¹⁾. أما إذا كانت هناك مخالفات مسجلة للمتدخل في نفس المحضر فإن عليه دفع مبلغ إجمالي لكل غرامات الصلح المستحقة طبقاً للمادة 89 من القانون 03_09.

ثالثاً: إجراءات فرضها

حسب المادة 90 من القانون 03_09 المعدل والمتمم، عند معاينة المخالفة من الجهة المكلفة يتم إثباتها وتحرير المحضر بشأنها قبل تبليغ المتدخل المخالف. مع أن القرار الذي يحدد مبلغ غرامة الصلح لا يقبل الطعن كما جاء في المادة 91 من نفس القانون⁽²⁾.

تعد غرامة الصلح غرامة نسبية، ويقصد بالغرامة التي لم يحددها القانون بشكل ثابت. وإنما تتحدد بالنظر إلى النسبة المئوية من القدرة المالية للمخالف⁽³⁾.

يكون إجراء فرض غرامة الصلح بالسرعة، حيث تعمدت المصالح المكلفة بحماية المستهلك للإبلاغ عن المتدخل المخالف في أجل أقصاه 07 أيام، ابتداءً من تحرير المحضر، عن طريق رسالة بإذاره موسى عليها مع إشعار بالاستلام، وبمهلة مدتها ثلاثين (30) يوماً تلي تاريخ الإنذار لدفع مبلغ الغرامة، حيث يتم الدفع مرة واحدة عند قابض الضرائب لمكان إقامة المخالف⁽⁴⁾.

حسب ما جاءت به المادة 92 من القانون 03_09 المذكور سابقاً يجب إعلام المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش من طرف قابض الضرائب لن يكوم الدفع في أجل عشرة (10) أيام من تاريخ دفع الغرامة، وفي حالة عدم استلام الإشعار في أجل خمسة وأربعين (45)

(1) مكي فلة، مرجع سابق، ص 610.

(2) لحراري شالح، مرجع سابق، ص 116.

(3) أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، دراسة مقارنة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، الطبعة الأولى، سنة 2008، ص 544.

(4) منال بوروب، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، جامعة الجزائر، 1 كلية الحقوق، السنة الدراسية 2014/2015، ص 168.

يوما ابتداء من تاريخ وصول الإنذار المخالف، يتم ارسال المصالح المختصة بحماية المستهلك الملف إلى الجهة القضائية المختصة إقليميا.(1)

المطلب الثاني: الرقابة القضائية لتفعيل خدمة ما بعد البيع

إذا أخل المتدخل/المستورد المكلف بخدمة ما بعد البيع بالتزاماته فقد أقام القانون مسؤوليته مدنيا وجزائيا.(2)

اللجوء للقضاء يعتبر من إحدى الحقوق الجوهرية لضمان الحرية الفردية، سواء كان من المستهلك أو من الجمعيات الخاصة بحمايته ويمكن كذلك أن يتحرك القضاء من تلقاء نفسه عن طريق وكيل الجمهورية.(3)

في هذا المطلب سنتطرق إلى المسؤولية الجنائية للمتدخل (الفرع الأول) وتحريك الدعوى العمومية (الفرع الثاني) والعقوبات المقررة لمخالفة الالتزام بخدمة ما بعد البيع (الفرع الثالث).

الفرع الأول: المسؤولية الجنائية للمتدخل

تقوم مسؤولية المتدخل بمجرد إثبات عدم التزامه ولبعض الجرائم المنصوص عليها في قانون العقوبات أو متى أحالت إليه بعض النصوص الخاصة.

تعرف المسؤولية الجنائية للمتدخل بأنها الالتزام بتحمل الآثار القانونية المترتبة على توافر أركان الجريمة، وموضوع هذا الالتزام هو فرض عقوبة أو تدبير احترازي قام بتحديدتها المشرع في حالة قيام مسؤولية أي شخص فيعني هذا التعريف أن المسؤولية ليست ركن من أركان الجريمة ولا تدخل في تكوينها القانوني، إنما هي الأثر المترتب عن تحقيق كل عناصر الجريمة والذي يجعل ثبوت هذه الجريمة إلى خضوع الجانب للجزاء الذي يقرره القانون وذلك بموجب حكم قضائي.(4)

نص المشرع الجزائي على عقوبات جزائية في حق البائع في حالة الغش في المواد والسلع أو التديس أو الغش في المكاييل أو حيازة سلع مغشوشة، وهذا بموجب قانون العقوبات في المواد التالية: 429 و430 و433 و434 و435 تحت عنوان الغش في بيع السلع والتديس في المواد الغذائية والطبية وهنا تبدو أهمية التشديد في الالتزامات على المتدخل كما سبق الإشارة إليه سابقا من خلال ضرورة وسم السلع وتعليقها بما يعود عليها بالنفع على المستهلك وعدم الإضرار به.(5)

إن قانون العقوبات يحرم كل فعل يقوم به المتدخل من غش أو تديس قد يصيب المستهلك، وللمحكمة صلاحية النظر في كل الدعاوى الناشئة عن أعمال يعاقب عليها القانون أيا كان مرتكبها، ولها دور فعال ومنه الفصل في المخالفات التي تعرض على وكيل الجمهورية أو

(1) حميد فارس. عطا الله عبد الكريم، غرانة طارق، مرجع سابق، ص60.

(2) قديري محمد توفيق، مرجع سابق، ص1089.

(3) زاهية حورية، سي يوسف، مرجع سابق، ص86.

(4) زويبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، رسالة ماجستير في المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم

السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو-الجزائر، سنة 2011، ص200.

(5) نفس المرجع، ص201.

التي تحال إلى قاضي التحقيق أو إلى غرفة الإتهام بحسب نوع المخالفة ونوع الفعل الإجرامي.
(1)

تعد العقوبات الجنائية من القضايا الأكثر أهمية التي يجب إعادة النظر فيها بما يتوافق مع التدابير الاحترازية التي يعتمدها المشرع الجزائي خصوصا في مكافحة الجرائم الإلكترونية، وذلك للتطور السريع في هذا المجال.(2)

الفرع الثاني: تحريك الدعوى العمومية

يترتب على الخطأ المتمثل عن مخالفة أحكام قانون حماية المستهلك، وارتكال المتدخل لأفعال حرّمها القانون مثل الغش، الذي يؤدي بالضرر للمستهلكين، في هذه الحالة يتمتع المجتمع بسلطة المتابعة حيث سنتطرق لسلطة النيابة العامة (الفرع الأول) ثم شكوى المستهلك بإدعاء مدني (الفرع الثاني) وأخيرا العقوبات المقررة عن الإخلال بالالتزام بخدمة ما بعد البيع.

أولا: اختصاص النيابة العامة بتحريك الدعوى

النيابة العامة هيئة قضائية عمومية نص عليها تقنين الإجراءات الجزائية وتتولى تحريك الدعوى بإسم الشعب أمام الجهات المختصة. ويقوم وكيل الجمهورية بتحريكها عن طريق التوجيهات التي يتلقاها التي تكون على شكل تصريحات المعلومة أو المجهولة، أو عن طريق تقديم المستهلك لشكوى من المخالفة، أو من خلال محضر أو تقرير موجه إليه من طرف أعوان قمع الغش،(3) حيث جاءت المادة 31 من المرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة على أنه "إذا تبين من المحاضر المحررة... أو من التحاليل المتممة... أن خدمة المنتج غير مطابقين للمواصفات القانونية والتنظيمية، تكون المصلحة المختصة برقابة الجودة وقمع الغش، ملفا يشتمل على جميع الوثائق والملاحظات التي تفيد الجهة القضائية المختصة".

يتم التقرير من طرف وكيل الجمهورية بعد الاطلاع على الملف ما سيتخذ بشأن المخالفة ويباشر بنفسه، جميع الإجراءات اللازمة للبحث والتحري، ويبلغ الجهات القضائية المختصة بالتحقيق والمحاكمة.(4)

(1) علي بولحية، مرجع سابق، ص65.

(2) زويبير لرزقي، مرجع سابق، ص203.

(3) عميروش عادل، سرير محمد، مرجع سابق، ص79.

(4) شعباني نوال، مرجع سابق، ص131.

ثانيا: شكوى المستهلك المصحوبة بإدعاء مدني

يحق للمستهلك أن يرفع شكوى إلى قاضي التحقيق، عن طريق إدعاء مدني مطالب بالتعويض عن الضرر اللاحق به بسبب جريمة ارتكبتها المتدخل، حسب ما جاءت به المادة 02 من الأمر رقم 66_155⁽¹⁾ المتعلق بقانون الإجراءات الجزائية التي نصت على "يتعلق الحق في الدعوى المدنية للمطالبة بالتعويض بالضرر الناجم عن جنائية أو جنحة أو مخالفة لكل من أصابهم شخصا ضرر مباشر تسبب عن الجريمة".

يتم تقديم الشكوى من المستهلك المجنى عليه، أي من تعرض حقه للضرر الذي يحميه نص التجريم من عدوان مباشر وتحققت بالنسبة إليه النتيجة الإجرامية، ولا يمكن تقديم الشكوى من المضرور من الجريمة إذا لم يكن هو المجنى عليه فيها، فالحق يقتصر على طلب التعويض دون التعرض للعقاب للجاني.⁽²⁾

ثالثا: تقديم الشكوى من جمعيات حماية المستهلك

تقوم جمعيات حماية المستهلك بدورها في إعلام وتوجيه المستهلك إضافة إلى تمثيله عند الجهات المختصة، فتلعب دور مهم في الكشف عن المخالفات المرتكبة ضده، والإبلاغ عنها، فالقانون منحها الاختصاص في تحريك الدعوى القضائية للنيابة. كما يخول تقديم حق تقديم الشكوى من الأشخاص سواء طبيعية أو معنوية. وتعتبر الجمعيات من قبل الأشخاص المعنوية الخاصة التي يحق لممثلها القانوني تقديم الشكوى وفقا للشروط القانونية. فهذه الجمعيات يحق لها رفع الدعوى باسم المستهلكين المتضررين من المخالفات.⁽³⁾ كما جاءت المادة 17 من القانون رقم 12_06 المتعلق بالجمعيات بنص صريح أعطى للجمعيات الحق في رفع دعوى للدفاع عن المصلحة الجماعية والفردية.⁽⁴⁾

(1) الأمر رقم 66_155 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966، المتعلق بالإجراءات الجزائية ج.ر.ج.ج، العدد 48، سنة 1966، المعدل والمتمم بالأمر رقم 15_02 المؤرخ في 23 يوليو، سنة 2015، ج.ر.ج.ج، عدد 40، سنة 2015.
(2) زموش فرحات، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء أحكام القانون رقم 09_03، رسالة ماجستير كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو-الجزائر، سنة 2014/2015، ص144.
(3) المرجع نفسه، ص145.
(4) عميروش عادل، محمد سرير، مرجع سابق، ص81.

الفرع الثالث: العقوبات المقررة لمخالفة الالتزام بخدمة ما بعد البيع

خصص المشرع الجزائري الفصل الثاني من قانون حماية المستهلك من المخالفات والعقوبات في المواد 68 إلى 85، حيث نصت المادة 68 من القانون 09_03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات، كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأي وسيلة أو طريقة حول كمية المنتوجات المسلمة وتسليم المنتوجات غير تلك المعينة سابقا أو تاريخ ومدة الصلاحية. كما شددت المادة 69 على العقوبات حيث ترفع العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 أعلاه على خمس سنوات حبس وغرامة مالية قدرها 50.0000 دج إذا كان الخداع أو المحاولة فيه فقط.⁽¹⁾

(1) نوادري فريدة، مرجع سابق، ص 695.

الختامة

في الختام تطرقت إلى خدمة ما بعد البيع على ضوء المرسوم التنفيذي الجديد 21_244 الذي جاء تطبيقاً لنص المادة 16 من القانون 09_03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وبالنظر إلى أهميته البالغة التي تسعى لتحقيق التوازن بين مصالح المستهلك وبين المورد والمنتج.

حيث أن هذا الموضوع من المواضيع الحديثة المطروحة في المجتمع اليوم.

فحاولت من خلال دراستي لهذا الموضوع تسليط الضوء على العديد من الزوايا، بداية من معرفة النظام القانوني لخدمة ما بعد البيع وآثار هذه الأخيرة.

وكما تبين لنا أن خدمة ما بعد البيع من أهم الآليات القانونية التي تعمل على حماية المستهلك وتدعم العمل بثقة في المعاملات التجارية، فقد تبين من خلال الدراسة عن وجود الإطار القانوني ألزم الموردين والمنتجين بعدة التزامات، وأخضعهم للرقابة الإدارية والقانونية لضمان احترام خدمة ما بعد البيع وتنفيذها بفعالية.

وتم وضع المشرع أجهزة رقابية لحماية المستهلك وللمراقبة المتدخل لمدى إحترامه وتطبيقه للقوانين. كما يعتبر هذا من أهم الأهداف التي تسعى إليها جمعيات حماية المستهلك.

في ختام هذه الدراسة توصلنا لبعض النتائج وهي كالآتي:

- تعتبر خدمة ما بعد البيع كضمان إضافي عن الالتزام بالضمان.
- خدمة ما بعد البيع التزام بقوة القانون لا يمكن الاتفاق على إلغاءه.
- قلة فعالية جمعيات حماية المستهلك وعدم توعية وتحسيس المستهلك حول إلزامية خدمة ما بعد البيع.
- مضمون خدمة ما بعد البيع منحصر في الصيانة والتصليح وما يرتبط بها وما يشابهها.
- لم يفصل المشرع في بعض القوانين المهمة التفصيلية.

وبالنسبة للاقتراحات وعلى ضوء ما تناولناه في وضوح الدراسة نقترح ما يلي:

- ضرورة تفسير أحكام المرسوم التنفيذي 21-224 بقرارات وزارية لبعض الغرض فيه.
- توعية المستهلك أكثر بحقوقه خصوصاً في خدمة ما بعد البيع.
- تفعيل دور الجمعيات وفرق الرقابة والتحري باستعمال آليات ميدانية حديثة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر

1/ النصوص التشريعية

1. القانون رقم 02_89 المؤرخ في 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ج.ج.ج عدد 06 سنة 1989، ملغى بموجب القانون 03_09.
2. القانون رقم 06_12 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالجمعيات، ج، ر، ج، ج عدد 02 سنة 2012.
3. القانون رقم 327/13 مؤرخ في 26 سبتمبر سنة 2013 يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.
4. الأمر رقم 66_155 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966 المتعلق بالإجراءات الجزائية ج.ج.ج عدد 48 سنة 1966 المعدل والمتمم بالأمر رقم 02_15 المؤرخ في 23 يوليو سنة 2015، ج.ج.ج عدد 40 سنة 2015.
5. القانون رقم 03_09 المؤرخ في 20 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ج.ج.ج سنة 2015 العدد 2009 المعدل والمتمم بالقانون رقم 09_18 المؤرخ في 10 يونيو 2018 ج.ج.ج عدد 35 سنة 2018.
6. قانون رقم 05_18 مؤرخ في 10 مايو 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية ج.ر عدد 28 الصادرة بتاريخ 16 يوليو سنة 2018.

2/ النصوص التنفيذية

1. المرسوم التنفيذي رقم 90_39 المؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ج.ر عدد 5 الصادرة بتاريخ 31 يناير سنة 1990.
2. المرسوم تنفيذي رقم 15_58 مؤرخ 8 فبراير سنة 2015 يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة ج.ر عدد 05 الصادرة بتاريخ 08 فبراير سنة 2005.
3. المرسوم التنفيذي 11_09 المؤرخ في 20 يناير سنة 2011 يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلحياتها وعملها ج.ج.ج عدد 04 سنة 2011.
4. المرسوم تنفيذي رقم 21_244 المؤرخ 31 مايو سنة 2021 يحدد شروط وكيفيات خدمة ما بعد البيع ج.ر عدد 45 الصادرة 19 يونيو سنة 2021.

ثانياً: المراجع

الكتب:

أولاً: الكتب العامة:

1. سيد عبد الوهاب. محمد مصطفى، النظرية العامة لالتزام الدولة بتعويض المضرور من الجريمة. دار الفكر العربي، القاهرة، سنة 2002.

ثانياً: الكتب المتخصصة

1. أحمد محمد، محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، دراسة مقارنة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، الطبعة الأولى، سنة 2008.
2. زاهية حورية، سي يوسف، دراسة القانون رقم 09_03 المؤرخ في 15 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، دار هومة، الجزائر، سنة 2017.
3. فاطمة بحري، الحماية الجنائية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر-الإسكندرية، سنة 2014.
4. محمود عبد الرحيم ديب، الحماية المدنية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، سنة 2011.
5. ممدوح محمد إبراهيم، علي مبروك، الالتزام بصيانة الشيء المبيع، دراسة مقارنة بين القانون المدني والفقہ الإسلامي، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2003.
6. علي بولحية خميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، سنة 2000.

الرسائل العلمية:

أولا : أطروحات الدكتوراه:

1. بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة محمد بن أحمد، وهران-الجزائر، 2012.
2. جريفيلي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة وهران-الجزائر، سنة 2013/2012.
3. حساني علي، الاطار القانوني للالتزام بالضمان في المنتوجات، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة تلمسان-الجزائر، سنة 2012.
4. قرواش رضوان، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر-الجزائر، 2013.

ثانيا : المذكرات الجامعية

- رسائل الماجستير

1. زموش فرحات، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء أحكام القانون رقم 03_09، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو-الجزائر، سنة 2015/2014.
2. زوبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، رسالة ماجستير في المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو-الجزائر، سنة 2011.
3. شطابي علي، حماية المنتج من المنتوجات المقلدة في التشريع الجزائري، رسالة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 1 الجزائر، سنة 2014/2013.
4. شعباني نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، رسالة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو-الجزائر، 2012/2011.
5. صايد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03_09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 1 الجزائر، سنة 2014/2013.
6. لحراري شالح، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، رسالة الماجستير، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، فرع قانون المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، الجزائر، سنة 2011.
7. ماميش نادية، مسؤولية المنتج، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو-الجزائر، سنة 2012.

8. مسعودي فاروق، فعالية الالتزام بالضمان في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، رسالة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 1 بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2016/2015.

9. منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، كلية الحقوق، رسالة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، جامعة الجزائر، 1 الجزائر، سنة 2015/2014.

- مذكرات الماستر

1. حميد فارس عطا الله. عبد الحكيم غرائسة، مذكرة الماستر في الحقوق، قانون اعمال، كلية الحقوق، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي-الجزائر، 2022/2021.
2. عقباوي الطاهر. حنين ياسين، خدمة ما بعد البيع كآلية لحماية المستهلك، مذكرة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة احمد دراية، ادرار، سنة 2019.
3. نايت يوسف، امين بوحدة كوسيلة. الالتزام بصيانة الشيء المبوع للالتزام تبعي في عقد البيع، مذكرة الماستر في قانون الاعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، سنة 2024.

ثالثا: المقالات العلمية

1. ملوك جهيدة. رميدي عبد الوهاب. أثر خدمات ما بعد البيع على ولاء المستهلك للعلامة التجارية condor، جامعة البويرة، الجزائر، معارف مجلة علمية محكمة، عدد 21، ديسمبر لسنة 2016.
2. نوادري فريدة، الحماية القانونية للمستهلك في التشريع الجزائري، جامعة عاشور زيان، الجلفة-الجزائر، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، سنة 2022.
3. خالد ضو، زينب شيخي، أسس الالتزام بخدمة ما بعد البيع في التشريع الجزائري، مجلة حقوق الانسان والحريات العامة، م.ح.ا.ج.ع، المجلد 07، العدد 02، سنة 2022.
4. دليلة معزوز، واقع خدمة ما بعد البيع في القانون الجزائري، مجلة المعارف، المجلد 16، العدد 01، جوان، سنة 2021.
5. سفيان بوعياد، محمد الفاتح خوخي، خدمات ما بعد البيع... طريقة أخرى للتحايل على الجزائريين.
6. بوهنتالة امال. قداش سلمى، واقع الالتزامات بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، العدد 06، كلية الحقوق، جامعة باتنة، 1 الحاج لخضر (بدون سنة).
7. سامر المصطفى، اثر خدمة ضمان المنتج في تعزيز رضا العملاء، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، العدد الأول، المجلد 29، سنة 2013/2012.
8. عبد القادر برانيس. هادية كبير، خصائص الخدمات واثرها على سلوك المستهلكين، مجلة استراتيجيات والتنمية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة مستغانم-الجزائر.

9. قديري محمد توفيق، خدمة ما بعد البيع على ضوء المرسوم التنفيذي 21_244، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية بالجلفة، الجزائر، المجلد 6، العدد الرابع، ديسمبر، سنة 2021.
10. محمد بودالي، مدى خضوع المرافق العامة ومرتبقيها لقانون حماية المستهلك، مجلة إدارة، العدد 24، المدرسة الوطنية للإدارة، سنة 2002.

المدخلات

1. ليندة عبد الله، المستهلك والمهني مفهومات متباينات مداخلة القيت ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 14/13 افريل سنة 2003. ص 21 (غ منشورة).
2. بخته دندان، دور جمعيات حماية المستهلك، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات وواقع يوم 23/22 ابريل 2008 بالمركز الجامعي طاهر مولاي بسعيدة، الجزائر.

رابعا : المراجع الالكترونية:

1. قانون الوكلاء والوسطاء التجاريين الأردنيين سنة 2001 <https://jordan-lawyer.com/2021/10/06/commercial-agents-and-brokers-law> 25 افريل 2025، الساعة 23:18.

المراجع باللغة الفرنسية:

1. P.anel. Le service après-vente _contracté_ distributions paris 1989.
2. Demeure (claud) «le marketing "6ème édition.édition dunod. France. 2005.

الفهرس

الصفحة	العنوان
4-1	المقدمة
	الفصل الأول: النظام القانوني لضمان الخدمات ما بعد البيع في التشريع الجزائري
7	المبحث الأول: ماهية ضمان خدمة ما بعد البيع
7	المطلب الأول: تعريف ضمان الالتزام بخدمة ما بعد البيع
8	الفرع الأول: تعريف ضمان الالتزام بخدمة ما بعد البيع
8	أولا: التعريف الفقهي لخدمة ما بعد البيع
8	ثانيا: التعريف القانوني لخدمة ما بعد البيع
9	الفرع الثاني: خصائص خدمة ما بعد البيع
10	أولا: خاصية الإلزامية
10	ثانيا: خاصية غير مجانية وغير محددة المدة
11	ثالثا: خاصية التبعية
11	رابعا: خاصية أهمية خدمة ما بعد البيع
12	المطلب الثاني: صور خدمة ما بعد البيع وتمييزها عن باقي الضمانات المشابهة لها
12	الفرع الأول: صور خدمة ما بعد البيع
12	أولا: إصلاح وصيانة الشيء المبيع
13	ثانيا: خدمة التسليم
13	ثالثا: خدمة التركيب
14	رابعا: بيع قطع الغيار الأصلية
14	الفرع الثاني: تمييزها عن باقي الضمانات المشابهة لها
14	أولا: تمييز الالتزام بالضمان بالسلامة
15	ثانيا: تمييز الالتزام بالضمان عن الالتزام بضمان العيوب الخفية
16	ثالثا: تمييز الالتزام بالضمان عن الالتزام بصيانة الشيء المبيع
17	المبحث الثاني: شروط خدمة ما بعد البيع ونطاق تطبيق الالتزام بخدمة

	ما بعد البيع
17	المطلب الأول: شروط الالتزام بخدمة ما بعد البيع
17	أولاً: انتهاء فعالية الالتزام بخدمة ما بعد البيع
17	ثانياً: دفع مقابل أداء خدمة ما بعد البيع
18	المطلب الثاني: نطاق تطبيق الالتزام بخدمة ما بعد البيع
18	الفرع الأول: نطاق تطبيق الالتزام بضمان خدمة ما بعد البيع من حيث الأشخاص
19	أولاً: المستهلك كطرف مستفيد من خدمة ما بعد البيع
21	ثانياً: المتدخل كطرف دائن بضمان خدمة ما بعد البيع
23	الفرع الثاني: نطاق تطبيق ضمان خدمة ما بعد البيع من حيث الموضوع
24	أولاً: السلع كمحل لالتزام بخدمة ما بعد البيع
25	ثانياً: الخدمة كمحل لالتزام بخدمة ما بعد البيع
الفصل الثاني: آثار خدمة ما بعد البيع وجزاء الإخلال به	
29	المبحث الأول: الالتزامات المترتبة على ضمان خدمة ما بعد البيع
29	المطلب الأول: الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخلين والمستهلكين
30	الفرع الأول: الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخلين
30	أولاً: الالتزامات المترتبة على عاتق المنتج/المستورد
30	ثانياً: الالتزامات المترتبة على عاتق البائع
30	ثالثاً: الالتزامات الملقاة على عاتق مقدم خدمة ما بعد البيع
33	الفرع الثاني: الالتزامات المترتبة على عاتق المستهلك
33	المطلب الثاني: الإشكالات الواقعة المتعلقة بخدمة ما بعد البيع
33	الفرع الأول: إشكالية استقلالية الضمان عن الزامية خدمة ما بعد البيع
34	الفرع الثاني: إشكالية عدم توفير قطع الغيار الأصلية
35	الفرع الثالث: إشكالية عدم توفير ورشات الإصلاح ما بعد البيع

35	الفرع الرابع: إشكالية تحديد مقابل خدمة ما بعد البيع
36	المبحث الثاني: أجهزة رقابة المتدخلين لالتزامهم بخدمة ما بعد البيع
36	المطلب الأول: الرقابة الإدارية لتفعيل خدمة ما بعد البيع
36	الفرع الأول: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك
36	أولاً: جمعيات حماية المستهلك
39	ثانياً: الأعران المؤهلون للبحث والتحري
42	الفرع الثاني: الجزاء الإداري للإخلال بالالتزام بخدمة ما بعد البيع
42	أولاً: تعريف غرامة الصلح
43	ثانياً: مقدار غرامة الصلح
43	ثالثاً: إجراءات فرضها
44	المطلب الثاني: الرقابة القضائية لتفعيل خدمة ما بعد البيع
45	الفرع الأول: المسؤولية الجنائية للمتدخل
46	الفرع الثاني: تحريك الدعوى العمومية
46	أولاً: اختصاص النيابة العامة بتحريك الدعوى
47	ثانياً: شكوى المستهلك المصحوبة بإدعاء مدني
47	ثالثاً: تقديم الشكوى من جمعيات حماية المستهلك
48	الفرع الثالث: العقوبات المقررة لمخالفة الالتزام بخدمة ما بعد البيع
50	الخاتمة
57-52	قائمة المصادر والمراجع

الملخص

من أهم الحقوق المعترف بها للمستهلك هو الحق في الضمان بموجب القانون رقم 09_03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وتعتبر خدمة ما بعد البيع ميزة إضافية للضمان وليس بديلاً له، تنفذ بعد انتهاء مدة الضمان القانوني أو عند عدم إمكانية تطبيقه.

تعتبر خدمة ما بعد البيع أحد أهم الآليات القانونية لحماية المستهلك ويعتبر كذلك الالتزام بخدمة ما بعد البيع التزام بتصليح وصيانة المنتج المعيب كما أن الالتزام عقد مستمر لا ينتهي بمجرد انتقال الملكية أو تسليم المنتج، بل يستمر لالزام المتدخل بتنفيذ التزامه بإصلاح المنتج وصيانته وذلك على نفقة المستهلك.

الكلمات المفتاحية:

خدمة ما بعد البيع، الضمان، الالتزام، المستهلك.

Abstract

One of the most important rights recognized for the consumer is the right to warranty, as stipulated by Law No. 09-03 on Consumer Protection and the Suppression of Fraud. After-sales service is considered an additional benefit to the legal warranty, not a substitute for it. It is provided either after the expiration of the legal warranty period or when the legal warranty cannot be applied.

After-sales service is regarded as one of the key legal mechanisms for consumer protection. The obligation to provide such a service includes repairing and maintaining defective products. It is considered a continuing obligation that does not end with the transfer of ownership or delivery of the product, but rather persists, requiring the service provider to fulfill their duty of repair and maintenance at the consumer's expense.

Keywords:

After-sales service, warranty, obligation, consumer.