

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مذكرة بعنوان:

النظام القانوني لخدمة ما بعد البيع

مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي في تخصص: قانون أعمال

إشراف الأستاذ:
أ. قورية نذير

إعداد الطالب(ة):
بوبكر إيمان

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الهيئة المستخدمة	الصفة
قورية نذير	أستاذ مساعد قسم أ	جامعة الطارف	مشرفا ومقررا
بن صالحة صابر	أستاذ محاضر ب	جامعة الطارف	ممتحنا
بليدي دلال	أستاذة محاضرة ب	جامعة الطارف	رئيسا

السنة الجامعية: 2020/2019



القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 28 جويلية 2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحته.

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية

أنا الممضي أدناه،

السيد (ة) :بوبكر ايمان

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم:

.....806672....

الصادرة بتاريخ:

.....2016/08/21.....

عن دائرة:بوتلجة.....

المسجل بكلية :الحقوق والعلوم السياسية

.....قسم:الحقوق.....

والمكلف بإنجاز مذكرة تخرج ماستر

النظام القانوني لخدمة مابعد البيع.....

أصرح بشرفي أنني التزمت بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المنهجية
والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ:2020/10/15.....

إمضاء المعني

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مذكرة بعنوان:

النظام القانوني لخدمة ما بعد البيع

مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي في تخصص: قانون أعمال

إشراف الأستاذ:
أ. قورية نذير

إعداد الطالب(ة):
بوبكر إيمان

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الهيئة المستخدمة	الصفة
قورية نذير	أستاذ مساعد قسم أ	جامعة الطارف	مشرفا ومقررا
بن صالحة صابر	أستاذ محاضر ب	جامعة الطارف	ممتحنا
بليدي دلال	أستاذة محاضرة ب	جامعة الطارف	رئيسا

السنة الجامعية: 2020/2019

الشكر والعرفان

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله عليفضل الصلاة والسلام

قال تعالى "ولئن شكرتم لأزيدنكم" صدق الله العظيم

صدق الله العظيم

أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ الفاضل "قورية نذير" الذي تفضل بقبول الإشراف على
مذكرتي ولم يخل علي بالنصح والإرشاد والتوجيه.

كما اشكر كل من على رأس كلية الحقوق من رئيس قسم وأساتذة وطلبة
كما نتقدم بالشكر إلى كل من ساعدني في إخراج هذا العمل المنشور كل من السيدة وكيل
جمهورية بن طراد سارة والسيد ناصري عماد الدين وكذلك القاضية قوري أسمهان
والسيد القاضي ساري نصر جمال.

واخص بالذكر كذلك زملائي في العمل دباب فلة وبوستة سميرة التي طالما دعمتني بالدعاء
وكذلك عقاب لندة ومروجي مخلوف المتكلف بالإعلام الآلي وإسماعيل المكلف بمصلحة
المكتبة .

ولا يفوتنا إلا أن نتقدم بالشكر إلى الأساتذة أعضاء اللجنة المناقشة.

الإهداء

اهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى من قال فيها الله عز وجل

"واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما
ربياني صغيرا".

إلى الوالدين العزيزين وخاصة روح أمي الطاهرة ألف رحمة ونور عليها
إلى كل زملائي الذين تقاسموا معي مشوار الدراسة وكل زملائي في العمل

إلى كل أساتذتي

إلى أخي الوحيد

إلى كل من ساعدني في انجاز هذا العمل

لكم مني جميعا اهدي هذا العمل

قائمة المختصرات:

الرمز	معناه
ب.ع	بدون عدد
ب.س	بدون سنة
ط	طبعة
ب.إ.م	بدون إسم مجلة
ب.ط	بدون طبعة
ص	الصفحة

مقدمة

مقدمة:

إنّ التحولات الاقتصادية والتطور التكنولوجي والاقتصادي الذي شهده عالمنا وكذلك بلوغ الدولة الجزائرية قمة السوق العالمية، هنا أقرّ المشرع حماية المستهلك ورقابة المنتوجات حيث بمقتضى هذا التطور التكنولوجي أصبحت السلعة معقدة وتكون بكثرة وعلى اختلاف كبير.

إن المخاطر التي يمكن أن تعترض المستهلك بدأت بالزيادة كما سبق وأن قلنا نتيجة تطور الإنتاج من تقنيات وغيرها، حيث أن كثرة المنتجات والسلع قد يؤدي إلى تسريب سلع مقلدة وغير مطابقة تماما للمواصفات مما يترتب عليها ضرر بصحة المستهلك وسلامته، فإن المنتجين في وقتنا الحالي يقومون بترويج سلعهم إشباعا لمصلحتهم فقط دون الحاجة إلى التفكير في سلامة المستهلك من الأضرار التي قد تلحق به جراء إقتناؤه لسلع نتيجة التطور التكنولوجي والصناعي مما زاد في صعوبة المسألة.

حيث عمدت الدولة الجزائرية إلى سن مجموعة من النصوص القانونية أهما القانون رقم 09-03 المتعلق لحماية المستهلك وقمع الغش من أجل سد الثغرات التي جاء بها للتطور التكنولوجي، لكن هذه الأحكام التي تم سنّها لم تكن إلاّ حديثة نسبيا فبكثرة المنتوجات وتعقيدها أصبحت كذلك الأضرار والعيوب التي قد تلحق المنتج محل الإقتناء من طرف المستهلك كثيرة وصحية وكذلك الخدمات محل العقد.

فبهدف استقرار المعاملات التجارية من وراء التطور التكنولوجي فقد كان اهتمام المشرع بشكل كبير بضمان حقوق المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، ومن أجل خلق التوازن التعاقدي بين طرفي هذه العلاقة، فبرغم ما تم سنّه في القانون المدني الجزائري من أحكام ونصوص قانونية ساهمت إلى حد ما في حماية المستهلك من الوقوع في الغلط والتدليس أو الإكراه، وكذلك وضع أحكام كيفية دفع الثمن وضمان الحصول على منتوجات خالية تماما من العيوب.

حتى أن القضاء كان واقف بصف المستهلك حيث استخدم جميع الطرق والوسائل التي من شأنها أن تحقق الحماية الفعالة للطرف الضعيف المستهلك في العلاقة الاستهلاكية، كما يعتبر الضمان الركيزة الأساسية التي كان يعتمد عليها المستهلك عند تعاقدته في مجال العقود الاستهلاكية، حيث أوجد القانون مجموعة من الضمانات والالتزامات الواقعة على عاتق المتدخل ومن بين هذه الالتزامات الالتزام بخدمة ما بعد البيع، تعتبر خدمة ما بعد البيع مصطلح حديث النشأة بموجب القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي يعتبر التزام يقع على عاتق المتدخل فيمكن أن يكون مصدره العقد أو القانون.

أهمية الموضوع:

تكمن أهمية الموضوع في توسيع نطاق الحماية القانونية للمستهلك بحيث يعتبر الالتزام بخدمة ما بعد البيع واجب عام يترتب على الإخلال به المسؤولية المدنية بنوعيتها التقصيرية والعقدية ولاشك أن توسيع دائرة حماية المستهلك الهدف منها حماية من الأضرار وسلامة صحته من المنتجات المعيبة والمقلدة وهذا تحقيقا للتوازن التعاقدى بين المستهلك والمتدخل.

الإشكالية:

- ما مدى اعتبار خدمة ما بعد البيع آلية من آليات حماية المستهلك؟
- ويتفرع عن ذلك بعض الإشكاليات فرعية منها:
- ما هو الاختلاف بين الالتزام بالضمان والالتزام بخدمة ما بعد البيع؟
- فيما يتمثل نطاق تنفيذ الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع؟

المنهج المتبع:

في سبيل دراسة موضوع النظام القانوني لخدمة ما بعد البيع سيما من خلا اعتباره التزام رئيسي يقع على عاتق المنتج والمتدخل في عقود الاستهلاك اعتمدنا المنهج التحليلي بحكم هو المنهج المناسب بتحليل مجموعة النصوص القانونية ذات الصلة بموضوع الدراسة، كما تم اعتماد المنهج المقارن في بعض مواضع الدراسة إذا اقتضى الأمر.

خطة الدراسة:

للإجابة عن الإشكالية المطروحة قسمنا الدراسة إلى:

مقدمة

الفصل الأول: ماهية الالتزام بخدمة ما بعد البيع.

المبحث الأول: الالتزام بخدمة ما بعد البيع.

المبحث الثاني: الالتزام بالضمان.

الفصل الثاني: نطاق تنفيذ الالتزام بخدمة ما بعد البيع.

المبحث الأول: العلاقة العقدية بين المستهلك والمتدخل.

المبحث الثاني: محل الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع.

خاتمة

الفصل الأول

ماهية الالتزام بخدمة ما بعد البيع

الفصل الأول

ماهية الالتزام بخدمة ما بعد البيع

نظرا للتطور التكنولوجي الذي شهده هذا العصر في ما يخص المجال الصناعي والتجاري مما أدى إلى التوسع الكبير في السلع بحيث أصبحت ذات تركيبة صعبة فائقة الخطورة، الأمر الذي إلى سن أحكام جديدة في قانون حماية المستهلك وذلك حماية للطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية بوضع على التزام على عاتق المتدخل من شأنه توفير الحماية للمستهلك، وعليه سوف نتناول هذا الفصل من خلال مبحثين اثنين:

المبحث الأول: الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع.

المبحث الثاني: الالتزام بالضمان.

المبحث الأول: الالتزام بخدمة ما بعد البيع

نتطرق في هذا المبحث الالتزام بخدمة ما بعد البيع من خلال مطلبين الأول بعنوان مفهوم الالتزام بخدمة ما بعد البيع من حيث فرعين الأول بعنوان تعريف الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع والثاني بعنوان خصائص الالتزام بخدمة ما بعد البيع، أما المطلب الثاني بعنوان شروط خدمة ما بعد البيع.

المطلب الأول: تعريف الالتزام بخدمة ما بعد البيع

سوف نتطرق في هذا المطلب إلى فرعين الأول بعنوان تعريف الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع والثاني بعنوان خصائص الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع.

الفرع الأول: تعريف الالتزام بخدمة ما بعد البيع

أولاً: فقها

تعرف خدمة ما بعد البيع عند فقهاء الاقتصاد على أنها: "كل الأنشطة التي يبذلها المنتج والتي من شأنها تمكين المستهلك تأمين أفضل استفادة يحصل عليها من السلع، من خلال زيادة المنافع الإضافية بحيث تحقق أكبر إشباع ممكن لحاجياته ورغباته"⁽¹⁾.

كما تهدف خدمة ما بعد البيع إلى نفس الهدف التي يهدف إليه الالتزام بالضمان من حيث إصلاح المنتج وصيانتته إلا أنه كل منفصل عن الآخر، ووفقا للمفهوم الضيق تعتبر خدمة ما بعد البيع

⁽¹⁾ - ماتن زينب، جودة خدمة ما بعد البيع كمدخل إستراتيجي لتحقيق التفوق التنافسي للمؤسسة الإنتاجية دراسة حالة، مجمع Savoc للسيارات الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر 2010/2011، ص 113: نقلا عن عقباوي الطاهر وخشين ياسين، خدمة ما بعد البيع كآلية لحماية المستهلك، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019، ص 113.

كل إجراء يكون بمقابل واقع على منتج من بيع أو شراء، حيث أن الالتزام بخدمة ما بعد البيع يكون إما بالتصليح أو الصيانة أو استبدال المنتج أو توفير قطع الغيار وذلك كله بمقابل مادي⁽¹⁾.

كما تعرف أيضا على أنها مجموعة من الوظائف يلزم المتدخل بتنفيذها بعد ما يسلم المستهلك منتجه بغية التسهيل على المستهلك استعمال المنتج والانتفاع به على أكمل وجه، وعليه تعبر بمثابة عقد مبرم بين طرفين المتدخل والمستهلك باعتبارها متعلقة أو مرتبطة بعقد البيع، حيث يهدف هذا العقد إلى إصلاح أو صيانة المنتج عند نشوب عطب حين ما تم عملية الشراء في المدة المحددة للضمان، وهي كل الأنشطة التي يقوم المنتج على أساس التزام واقع على عاتقه بمهدف التسهيل على المستهلك عملية الشراء وترغيبه فيها وتوفير أحسن استفادة يحصل عليها المستهلك من السلع قصد إشباع حاجاته الشخصية والعائلية⁽²⁾.

ويعرف جانب من الفقه خدمة ما بعد البيع على أنها "مجموعة الأداءات المتعلقة بضمان صيانة وإصلاح المنتج المعروض في السوق في الحالة التي لا يمكن للضمان أن يؤدي مفعوله مما يميزه ويجعله التزاما مستقلا بذاته عن الالتزام بالضمان..."⁽³⁾.

كما يعرفها جانب آخر من الفقه على أنها: "هي استعمال كل الطرق من أجل إضفاء على المستعمل للمنتج رضاء تام على الأجهزة التي اقتناها سواء بمقابل أو مجانا كانت

(1) - مسعودي فاروق، فعالية الالتزام بالضمان في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر (1)، 2015-2016، ص ص 21-22.

(2) - بوهنتالة أمال وقداش سلوى، واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، العدد 6، ص 206.

(3) - بن يعلاش خاليدة، الإطار القانوني والتنظيمي للحماية من الأضرار للمنتجات الاستهلاكية، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجليلي اليابس، سيدي بلعباس، 2017-2018، ص 46.

موضوعة في بنود عقد البيع أو لا وهذا لغرض استمرار شراء المنتج لمؤسسة ما⁽¹⁾.

ويعرفها جانب آخر بـ: "أي شيء يفعله المنتج أو البائع زيادة على تنفيذ أمر البيع من أجل مساعدة المستهلك على استمرار أداء المنتج بطريقة سليمة مثل خدمات التركيب والحرص على توفير قطع الغيار اللازمة وكذا فتح قنوات الاتصال مباشرة وكافية لتلقي شكاويهم واقتراحاتهم والإجابة على استفساراتهم"⁽²⁾.

ومن جهة أخرى تعتبر خدمة ما بعد البيع بمثابة متابعة الشركة لمتوجها المعروض في السوق من صيانة وإصلاح بتوفير قطع الغيار اللازمة لذلك وكل الإمكانات وهي عقد يلتزم بموجبه المنتج أو المتدخل بتقديم الخدمة مجاناً للمستهلك خلال مدة محددة بعد إتمام عملية البيع⁽³⁾، وهي كذلك: "منفعة تقدم للسلعة بعد بيعها من منتجها أو من ينوب عنه مجاناً أو بثمن تساعد على انتفاع المستفيد منها"⁽⁴⁾.

أما من جانب الصيانة فتعرف خدمة ما بعد البيع على أنها: "عقد من عقود الإصلاح يشتمل على الالتزام الواقع على عاتق المنتج، ألا وهو الإصلاح والصيانة وكما يشمل تقديم قطع الغيار، بحيث يعتبر هذا العقد مقابل أحد بما فيه كذلك تجديد، أو تحديث سلعة معينة إما بناء على اتفاق أو بموجب القانون"⁽⁵⁾.

(1) - قرواش رضوان، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2013، ص 247.

(2) - قرواش رضوان، المرجع السابق، ص 247.

(3) - محمد عبد العزيز الجريه، خدمة ما بعد البيع، دراسة فقهية تطبيقية، أطروحة دكتوراه، كلية التربية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 1431هـ، ص ص 97-98.

(4) - المرجع نفسه، ص ص 98-99.

(5) - جريفي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2017-2018، ص 279.

ثانيا: تشريعا:

عرف المشرع الجزائري خدمة ما بعد البيع بموجب نص المادة 16 من القانون رقم 09-03⁽¹⁾ المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنها: "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 حيث يتعين على المتدخل المعني ضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق".

وعليه فالمشرع الجزائري بموجب نص المادة 16 وضع تمييز بين كل من خدمة ما بعد البيع والالتزام بالضمان حيث جعل خدمة ما بعد البيع تنفذ عند نهاية المدة المحددة للضمان ويمكن القول كذلك أن خدمة ما بعد البيع قد تتحول إلى التزام بالضمان بمجرد انتهاء المدة المحددة قانونا أو اتفاقا، بحكم أن كل من خدمة ما بعد البيع والالتزام بالضمان لهما نفس الغرض وهو التصليح لكن تختلف عنها في كونها تكون هذه الخدمة بمقابل مادي.

كما عرفها المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي رقم 07-390 الصادر في 2007/12/12 المحدد لشروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات الجديدة في المادة 33 منه: "يلتزم الوكيل بضمان تأدية خدمة ما بعد البيع للسيارات المباعة، وذلك عن طريق مستخدمين يتمتعون بالمؤهلات التقنية والمهنية المطلوبة"، كما يلاحظ من خلال نص المادة 33 السابق ذكرها أن خدمة ما بعد البيع تتضمن عدة وظائف ألا وهي بيع قطع الغيار وصيانة السيارات وغيرها⁽²⁾.

⁽¹⁾ - القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المؤرخ في 25 فبراير 2009، ج، ر، ج، ج عدد 15، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج، ر، ج، ج عدد 35.

⁽²⁾ - بن عمارة محمد، المرجع السابق، ص 15.

الفرع الثاني: خصائص الالتزام بخدمة ما بعد البيع

أولاً: التزام عقدي: فهو مصدره العقد، بحيث أنه يترتب آثار لكلا طرفي العقد وهو أيضاً من العقود المسماة فمجال إبرامه هو عقود البيع إذ أنه يظهر من خلال علاقة عقدية سابقة بين طرفي العقد.

ثانياً: التزام تباعي: فهو مرتبط بعقد البيع ينشأ بوجوده وينقضي بانقضائه.

ثالثاً: التزام مؤقت: التزام له نهاية بحيث أنه مرتبطاً بمدة محددة ينقضي بانقضائها مثله مثل عقد الإيجار الذي ينتهي بزوال المدة المتفق عليها للإيجار، فالمدة هنا هي المدة التي يلتزم المتدخل أو المنتج في حدودها بتقديم خدمات ما بعد البيع في حال توفر شروطها، فتبدأ بإبرام عقد البيع وتماه في حال ما إذا انتهت المدة ولم تتوفر شروط الالتزام بخدمة ما بعد البيع فهذا الالتزام ينقضي وبالتالي تنقضي خدمة ما بعد البيع.

رابعاً: التزام بمقابل: باعتباره متعلق بعقد البيع الذي يعتبر من عقود المفاوضة فالمقابل الذي يأخذه البائع من المشتري لتقديم خدمة ما بعد البيع يكون بشكل ضمني أي مدرج ضمن ثمن المبيع، فتبدو حينها خدمة ما بعد البيع مجانية لكن هي عكس ذلك باعتبار المقابل يكون في شكل غير ظاهر⁽¹⁾.

(1) - سلام منعم، مفهوم الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع وطبيعته القانونية، ب.أ.م.، كلية الحقوق، جامعة النهرين، ب.س، ص ص

المطلب الثاني: شروط الالتزام بخدمة ما بعد البيع

إن الالتزام بخدمة ما بعد البيع هو التزام فرضه القانون لذا لا بد لقيامه توفر مجموعة من الشروط والتي سوف نتطرق إليها في هذا المطلب.

الفرع الأول: شروط الالتزام بخدمة ما بعد البيع

أولاً: أن يوجد خلل أو عطل في الشيء المباع عملاً بمقتضيات المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات سيما نص المادة الثانية منه حيث يتوجب على المحترف (المتدخل) أن يضمن سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له، ومن أي خطر ينطوي عليه ويسري مفعول هذا الضمان لدى تسليم هذا المنتج، وبالتالي يفهم من هذه المادة أن الالتزام بخدمة ما بعد البيع ينشأ بنشوب عيب أو عطل في المنتج بعد عملية الشراء.

فمن خلال نص المادة 13 فقرة 2 من القانون رقم 09-03 يتوجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحددة في حالة ظهور عيب بالمنتج استبداله وإرجاع ثمنه أو تصليح المنتج أو تعديل الخدمة على نفقته، إضافة إلى ذلك أن العيب هو الخلل أو العطب الذي يصيب المنتج ويعرقل صلاحيته للاستعمال إما خلل كلياً أو جزئياً فالكلي يعرقل كلياً الخدمة أما الجزئي فيؤثر على كفاءة المنتج لأداء الخدمة المطلوبة⁽¹⁾.

ثانياً: انتهاء فعالية الالتزام بالضمان

يقصد بانتهاء فعالية الالتزام بالضمان تلك الحالة التي تنتهي فيها فترة الضمان أو في الحالة التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، أي أن المتدخل ملزم بصيانة وإصلاح المنتج الذي ظهر به عيب

(1) - بن عمارة محمد، المرجع السابق، ص 32.

بعد انقضاء المدة المقررة قانوناً للضمان أو أن العيب الذي طرأ على المنتج كان بسبب خطأ صادر عن المستهلك مما جعل الضمان حتى ولو كان في المدة القانونية لا يغطيه.

ثالثاً: ظهور الخلل أو العطل خلال فترة معينة

بمقتضى نص المادة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 يمكن القول أن خدمة ما بعد البيع تحدد بفترة معينة إما قانوناً أو بالاتفاق، حيث أن ظهور الخلل أو العطب مقتصر على ظهوره خلال المدة المحددة للالتزام بخدمة ما بعد البيع، حيث أن هذه المادة تختلف باختلاف المنتج الذي اقتناه المستهلك أو الشركة المنتجة لشيء المبيع حيث تكون عادة هذه المدة من ستة أشهر إلى ستة أو خمس سنوات، فالمدة تتحدد إما طبقاً للقانون أو باتفاق الطرفين مع مراعاة في ذلك شروط عقد البيع، حيث أنه من المستحسن أن يتفق الأطراف على مدة طويلة الأمد التي يكون فيها المبيع صالحاً للاستعمال ستة أو عشر سنوات⁽¹⁾.

رابعاً: دفع مقابل لأداء خدمة ما بعد البيع من طرف المستهلك

في الالتزام بخدمة ما بعد البيع يتلقى المتدخل مقابل مالي يدفعه له المستهلك حيث يكون ذلك ضمناً أو شكلياً حيث يكون ضمن ثمن البيع، فالمتدخل يقوم بإصلاح العطب الذي نشب في المنتج أو الخلل الذي قد يصيبه أو يقوم بالصيانة بناءً على طلب المستهلك بموجب مقابل مادي، والمتدخل يجوز له رفض تنفيذ التزامه مما يترتب عن ذلك مساءلته، ولكن كاستثناء من القاعدة العامة وهي دفع مقابل للخدمة قد يشمل في الاتفاق على هذه الخدمة بأن تكون بالمجان⁽²⁾.

(1) - بن عمارة محمد، المرجع السابق، ص 207.

(2) - بوهنتالة أمال وقداش سلوى، المرجع السابق، ص 208.

خامسا: إخطار البائع بظهور الخلل أو حدوث العطل في الشيء المبيع

طبقا لنص المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتضمن ضمان المنتجات والخدمات والمادة 8 فقرة 2 من القرار الوزاري رقم 94/05/10 المتضمن كيفية تطبيق المرسوم التنفيذي رقم 90-266 فإن البائع لا ينفذ التزامه بمجرد ظهور العطب أو الخلل خلال فترة الضمان بالشيء المبيع، وإنما يكون ذلك بإخطاره من طرف المشتري باعتباره أمر ضروري حيث يكون الإخطار في أجل مقبول، وعليه يعتبر هذا الإخطار من مصلحة المشتري لضمان إصلاح أو صيانة الخلل الذي ظهر بالمنتج الذي اشتراه حيث يكون الإصلاح قبل تفاقم الخلل⁽¹⁾.

سادسا: شروط مقدم خدمة ما بعد البيع والمستفيد منها

1. بالنسبة لمقدم خدمة ما بعد البيع: عدم إحداث تغيرات بالسلعة ويكون إصلاحها بناء على معرفة البائع كما يكون الإصلاح بعدم استعمال قطع غيار غير أصلية مع الفحص والمراجعة للسلعة دوريا مع إبلاغ البائع في حالة وجود خلل في السلعة على أن يكون ذلك بسرعة دون تماطل وتهاون فحص السلعة عند الشيء كالتزام المستفيد وتقديم أجره الخدمة مع إحضار فاتورة الشراء وتقديم خدمة ما بعد البيع في المدة المحددة وهذه الشروط تختلف باختلاف السلعة والخدمة.

2. بالنسبة للمستفيد من خدمة ما بعد البيع: توفير سلعة بديلة عن السلعة المعيبة عند صيانتها وإمكانية استبدال المبيع بغيره عند رغبة المستفيد في استبداله بضوابط متفق عليها مع إمكانية الرد عند رغبته في الرد بضوابط يتم الاتفاق عليها، مع إمكانية تمديد مدة تقديم الخدمة والتزام البائع بتبديل السلعة المعيبة دون إصلاحها أو العكس، وتقديم تعويض عند وجوب عيب في السلعة أو تأخذ في الخدمة⁽²⁾، وعليه فخدمة ما بعد البيع لا تشبه الالتزام بالضمان تماما فيمكن الاختلاف كون الالتزام بالضمان يعتبر منشئه العقد، فالخدمة المقدمة التي تلي نشوء عقد البيع يكون منشأها من عقد

(1) - بن عمارة محمد، المرجع السابق، ص ص 41-42.

(2) - محمد بن عبد العزيز الجريه، المرجع السابق، ص ص 186-187.

مشروع وهو منفصل انفصال تام عن عقد البيع مهما كانت تبعيته لعقد البيع، حيث يكون إنشاءه معاصر لإبرام الثاني بالرغم من اعتبارها جزء الأول من صور الاتفاق.

والمشرع الجزائري على التمييز بين الالتزام بخدمة ما بعد البيع والالتزام بالضمان من خلال نص المادة 16 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث بمقتضى هذه المادة فإن نشوء خدمة ما بعد البيع يكون بعد انتهاء المدة المحددة إما قانونا أو إتفاقا المتعلقة بالضمان⁽¹⁾، حيث أنه كذلك تختلف خدمة ما بعد البيع عن الالتزام بالضمان من حيث أنه يعرض المنتج مجموعة من الوظائف في قالب عقد بين طرفي العقد أي كل من المتدخل والمستهلك، بحيث يكون الموضوع المدرج ضمن هذا العقد هو ضمان الصيانة في حدود المدة المحددة للضمان وهذا طبقا لنص المادة 14 من القانون رقم 03/09⁽²⁾.

إن مجال الالتزام بخدمة ما بعد البيع يكون متعلق بالأجهزة الكهرومنزلية والكهربائية وكذا السيارات الحديثة، حيث أنه إذا كان المنتج يقوم بمراقبة دورية لسيارة هنا من حقه أن يدفع له تكاليف هذه الخدمة بالرغم أن شروط خدمة ما بعد البيع غير قائمة، لهذا لا يمكن تنفيذ الالتزام حيث أنه خدمة ما بعد البيع تكون في صورة اتفاق بين طرفي العقد كتابة في حدود مدة معينة متفق عليها في العقد، وهو نفس الموقف بالنسبة للمشرع الفرنسي أقر على أن تكون خدمة ما بعد البيع في شكل تعهد مكتوب وتسلم نسخة منه للمشتري وهذا ما يختلف تماما عن الالتزام بالضمان⁽³⁾.

ويعتبر الالتزام بالضمان مستقلا بذاته عن الالتزام بخدمة ما بعد البيع كما تم توضيحه سابقا غير أنه بالرجوع إلى الواقع العملي نجد أن أغلبية المتدخلين لا يفرقون بين أحد طرق تنفيذ الضمان

(1) - جريفي محمد، المرجع السابق، ص 280.

(2) - بن عمارة محمد، المرجع السابق، ص 80.

(3) - جريفي محمد، المرجع السابق، ص 280.

المنصوص عليها قانونا والمتمثلة في إصلاح المنتج وبين الالتزام بالخدمة ما بعد البيع، حيث أن الإصلاح يكون في حالة ظهور عيب بالمنتج أثناء فترة الضمان القانوني والإضافي دون أن يتحمل المستهلك أعباء أو مصاريف إضافية وذلك بأن يقوم المتدخل بتصليح العطب الموجود في السلعة أو استبدال الأجزاء المعيبة فيها بأجزاء سليمة⁽¹⁾.

المبحث الثاني: الالتزام بالضمان

حماية للطرف الضعيف في العلاقة العقدية بين المتدخل والمتسهلك رتب المشرع الجزائري الالتزام بالضمان على عاتق المتدخل كأحد الضمانات حيث سنتطرق في هذا المبحث إلى مطلبين الأول بعنوان تعريف الالتزام بالضمان أما المطلب الثاني بعنوان شروط الالتزام بالضمان.

المطلب الأول: مفهوم الالتزام بالضمان

الفرع الأول: تعريف الالتزام بالضمان

أولا: فقها

إن مصطلح الضمانة كان اهتمام محل اهتمام العديد من الفقهاء حيث كانوا يعرفونه على انه: "الدفاع عمن يتقرر له الضمان عندما يهدد الغير حقوقه ومن يضمن العيب لا يلتزم بان يدافع عن المتعاقد الآخر في تعرضه لحدث ما"، ويعرفه آخرون على انه: "الالتزام بتوفير الحياة الهادئة والمفيدة للشيء الذي يبيع من لغير وفي حالة عدم تمكنه من ذلك يلتزم من ذلك يلتزم بتعويض المشتري وفقا لأسس معينة"⁽²⁾، حيث يعتبر الالتزام بالمطابقة على انه المنتج ملزم بتقديم سلعة أو خدمة مطابقة لما

(1) - بوهنتالة أمال وقداش سلوى، المرجع السابق، ص 212.

(2) - فنيش بدر الدين، الالتزام بالضمان في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، ص ص 10-11.

تم الاتفاق عليه بصفة أولية في العقد أو بناء على ما تم إدراجه من شروط في العقد، وهو أن يكون الشيء المبيع الذي تم اقتنائه صالح للاستعمال ومطابق للمواصفات التي تم إدراجها أول مرة قبل إبرام العقد الاستهلاكي.

وبناء على تعريف الالتزام الذي نحن بصدد التكلم عليه نستنتج من بعض أراء الفقهاء على انه يلتزم البائع بان يكون الشيء المبيع أثناء التسليم مطابقا لما تم إدراجه من شروط في العقد سواء كان ذلك صراحة أو ضمنا بحيث يكون المنتج يحتوي على كافة المواصفات التي سبق وان تم الاتفاق عليها سابقا التي تجعل المنتج جاهز بان يؤدي وظائفه التي صنع من اجلها بناء على طبيعته والغاية التي يرمي من وراءها المستهلك جراء اقتنائه السلعة ولكي يضمن الانتفاع الجيد والمرغوب فيه.

يعرف أيضا على انه علاقة قانونية بين المستهلك والمتدخل احدهما الدائن والآخر المدين بحيث يكون هذا الالتزام مفاده نقل ملكية الشيء المبيع للمستهلك الذي سبق وان اقتناه مع الالتزام بصلاحيته وخلوه من أي عيب ومطابقته للمواصفات التي سبق الاتفاق عليها ويمكن القول كذلك أن الالتزام بالضمان هو كذلك امتداد لالتزام البائع بتسليم شيء صالح للاستعمال المنتظر من قبل المستهلك أو هو التزام يتعهد فيه المحترف بسلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له ويسري هذا الالتزام من تاريخ تسليم المنتج أو تقديم الخدمة للمستهلك⁽¹⁾.

(1) - بن بعلاش خاليدة، المرجع السابق، ص 17.

ثانيا: تشريعا

بالرجوع إلى نص المادة 379 من القانون المدني الجزائري نجد أنها تنص على أنه "يكون البائع ملزما بالضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت تسليم أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها" (1).

وبالرجوع لنص المادة 03 فقرة 19 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فإنها تنص على أن: "الضمان التزم كل متدخل خلال فترة زمنية في حالة ظهور عيب بالمنتج باستبدال هذا الأخير أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل الخدمة على نفقته"، فمن خلال هاتين المادتين يتضح لنا أن هذا الالتزام إما يفرضه القانون أو العقد بحيث يتمكن المستهلك من الانتفاع بالشيء المبيع الذي اقتناه ويمتد هذا الضمان في ظل قواعد القانون المدني إلى العقود الناقلة للملكية.

إن نصوص قانون حماية المستهلك بالجزائر في بعض أحكامها أكدت على ضرورة توفير المنتج على أساليب حماية من كل المخاطر التي يمكن أن تسبب ضرر لصحة المستهلك أو مصالحه المادية حيث أنه لا بد أن يكون المنتج المقتنى تلبيّة لحاجيات المستهلك ويشترط أن تكون منتجات مشروعة لعل أهم ما يتعلق بها من صنف وما يمتاز به من مميزات وتركيبته فلا بد أن يستجيب المنتج لرغبات المستهلك خاصة فيما يتعلق من نتائج مبتغاة منه ويشترط تقديمه وفق المقاييس تغليفه (2).

(1) - بن بعلاش خاليدة، المرجع السابق، ص 18.

(2) - حساني علي، المرجع السابق، ص 66.

كما أكد قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 على: "وجوب ضمان دوام الصلاحية حسب طبيعة المنتج لفائدة مقتني السلعة أو المستهلك...بالإضافة إلى وجوب احتواء عقد نقل حيازة أو ملكية المنتج على ضمانات لصالح المستهلك شريطة تنفيذ هذا الضمان...كما كان هناك تأكيد على إلزامية وجوب الضمان واعتبرت ذلك حق للمستهلك كغيره من الحقوق الأخرى كالمطابقة وتجربة الشيء المبيع وغيرها".

الفرع الثاني: شروط الالتزام بالضمان

أولاً: شرط العيب المؤثر

يختلف تعريف الشرط المؤثر في حدود قواعد حماية المستهلك عن العيب المؤثر ضمن القواعد العامة للتعاقد ذلك أن المشرع الجزائري جعل العيب المؤثر الموجب للضمان ضمن قواعد حماية المستهلك هو العيب وفقاً لمفهومه الوظيفي، والذي يقوم على أساس صلاحية المبيع للاستعمال المعد له فإذا كان المبيع غير صالح للاستعمال المخصص له اعتبر المبيع معيباً وإذا كان المبيع غير صالح للاستعمال المعد له، فإذا كان المبيع غير صالح للاستعمال المخصص له عد المبيع معيباً أو غير صالح للاستعمال⁽¹⁾.

وعليه لا تقوم مسؤولية المنتج في ضمان المنتج بمجرد ظهور هذا العيب بل يجب أن يتوفر على مجموعة من الشروط من أهمها أن يكون العيب قديماً ومؤثراً وخفي بحيث أن المشرع الجزائري تدخل ووضع قيود تجعل من البائع أو المنتج يميز ما يضمن منه وما يخرج عن نطاق التزامه في ظل القانون المدني وكذا قانون حماية المستهلك وقمع الغش من بين هذه القيود ما نص عليها القانون المدني الجزائري في نص المادة 379 وتتمثل في:

(1) - بوهنتالة آمال وقداش سلوى، المرجع السابق، ص 204.

• أن يكون العيب خفيا بمعنى لا يمكن ملاحظته بالعين المجردة ولا حتى لا يمكن معاينته وفحصه كذا لك أن يكون العيب قديما بمعنى أن يثب وجود العيب في الشيء من وقت التسليم الكلي للشيء المبيع من طرف المستهلك فلا بد إثباته من طرفه فلقد اشترط المشرع الجزائري أن يكون العيب قديما بحيث يمكن إثبات ذلك بواسطة شهادة الضمان.

• أن يكون العيب مؤثرا بمعنى أن ينقص من قيمة السلعة أو المنفعة المبتغاة منه أو كذا لك يكون له عائق لا يمكنه من القيام بوظائفه على أكمل وجه وجود العيب ضمن فترة زمنية معينة لكي يتحقق الضمان المنصوص عليه في القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش يشترط أن يتحقق الضمان خلال الفترة المحددة قانونا أو اتفاقا فقد حدد الحد الأدنى لمدة الضمان التي يلتزم المتدخل بقوة القانون بستة أشهر فيما يتعلق بالمنتجات الجديدة وثلاثة أشهر بالنسبة للمنتجات القديمة⁽¹⁾.

ثالثا: ارتباط العيب أو الخلل بصناعة المنتج

لكي يتحقق العيب الواجب هنا لابد أن يرتبط بكيفية صناعة المنتج فبهذا يكون العيب دخيل عن نطاق الضمان العيب الناتج عن مخالفة التعليمات المدرجة ضمن الغلاف الخارجي أو الدليل الاستعمال لكن يشترط أن تكون هذه التعليمات مفصلة وواضحة⁽²⁾.

(1) - بوهنتالة أمال وقداش سلوى، المرجع السابق، ص ص 204-205.

(2) - المرجع نفسه، ص 205.

الفرع الثاني: خصائص الالتزام بالضمان

أولاً: الالتزام بالضمان التزام قانوني

نص عليه قانون حماية المستهلك وقمع الغش بموجب نص المادة 13 منه فهو التزام غير مرتبط بإرادة طرفي العقد حيث أن المشرع جعله ملتزم ذلك أي انه لا يجوز الاتفاق عليه مخالفته لأنه التزام متعلق بالنظام العام.

ثانياً: الالتزام بالضمان التزام بتحقيق نتيجة

لم يتطرق المشرع الجزائري إلى طبيعة الالتزام بالضمان لكن أحكام الضمان المتمثلة أما في إصلاح المنتج المعيب أو استبداله أو إرجاع ثمنه فالمشرع الجزائري يتجه إلى اعتبار الغاية من هذا الالتزام تحقيق النتيجة المرغوب فيها من طرف المستهلك من خلال شراء سلعة وهي صلاحية المنتج وخلوه من العيوب ومطابقته لما تم الاتفاق عليه في المرحلة السابقة علي إبرام العقد⁽¹⁾.

وفي حالة ما إذا لم يتم الامتثال للالتزام من طرف المتدخل الذي يقع علي عاتقه جراء العلاقة الاستهلاكية بينه وبين المستهلك من اجل الإصلاح والصيانة يقع علي عاتقه نفقة الإصلاح وذلك طبقاً لنص المادة 13 من المرسوم 13-327 التي تنص على أنه: "إذا لم يتم المتدخل بإصلاح العيب في الآجال المتعارف عليها مهنياً حسب طبيعة السلعة فإنه يمكن للمستهلك القيام بهذا الصلاح إن أمكن ذلك عن طريق مهني مؤهل من اختياره وعلى نفقة المتدخل".

(1) - فواد مرياح، الالتزام بالضمان في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلاي بونعامة، خميس مليانة، 2018/2019، ص ص 8-9.

ثالثا: الالتزام بالضمان التزام مجاني

في إطار العلاقة الاستهلاكية بين المنتج والمستهلك إذا اقتني هذا الأخير السلعة أو أشياء مادية منقولة وتبين عليها أنها غير صالحة للاستعمال أو بها عيب يجعل من صحة المستهلك في خطر خاصة في ما يتعلق بالسلع ذات الخطورة الجسيمة جعل المشرع الجزائري علي عاتق المتدخل التزام يقتضي لإصلاح المنتج أو استبداله أو رد ثمنه سواء كلياً أو جزئياً أو تقديم خدمة للمستهلك علي نفقة المتدخل⁽¹⁾.

رابعا: شهادة الضمان وسيلة لإثبات الضمان

عندما يقتني المستهلك السلعة ممثلة في أجهزة كهربائية مثلاً يلتزم المتدخل بان يصاحب هذا الجهاز وثيقة تسمى شهادة الضمان التي تحتوي علي جميع المعلومات المتعلقة بتلك السلعة وأطراف العقد من حقوق والتزامات واقعة علي عاتق طرفي العقد الاستهلاكي أي المتدخل والمستهلك وذلك طبقاً لنص المادة 5 من المرسوم 327/13، التي تقر بأنه يكون الالتزام ساري المفعول ابتداء من تاريخ تسليم السلعة التي اقتناها المستهلك حيث كذلك يكون واقع علي عاتق المتدخل عندما يقدم المتدخل للمستهلك شهادة الضمان وذلك طبقاً للقانون أي بموجب القانون فتعتبر شهادة الضمان ووثيقة بها جميع البيانات والمعلومات المتعلقة بالسلعة وهي مجموعة الحقوق والالتزامات لكلا طرفي العلاقة الاستهلاكية، حيث أن هذه الوثيقة تعتبر وسيلة إثبات علي أن المتدخل واقع على عاتقه التزام بضمان صلاحية المنتج وخلوه من أي عيب يعتبر وسيلة إثبات لذلك الالتزام وليست وسيلة لتحقيقه وهذا ما أكدت نص المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327⁽²⁾.

(1) - فواد مرناح، المرجع السابق، ص 8.

(2) - المرجع نفسه، ص 9.

خامسا: الالتزام بالضمان لا يسقط بالتجربة

إن قواعد الضمان من النظام العام إذ لا يمكن الاتفاق علي مخالفتها فلا يمكن إسقاطه بحق التجربة إذ يمكن للمستهلك تجريب المنتج دون أن يعفي المتدخل من إلزامية الضمان، فطبقا لنص المادة 15 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فإنه في إطار العلاقة الاستهلاكية بين المنتج والمستهلك إذا اقتني هذا الأخير السلعة والأشياء المادية المنقولة فإنه من حقه تجربة المنتج وفحصه لمعرفة ما إذا كان صالح للاستعمال أو يقوم بوظائفه علي أكمل وجه وكذلك لا يوجد به أي عيب ينقص من قيمته وكذلك طبقا لنص المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 فإنه يمكن للمستهلك أن يطالب بتجربة المنتج المقتني طبقا للتشريع والأعراف المعمول بها دون إعفاء المتدخل من إلزامية الضمان⁽¹⁾.

سادسا: عبئ الإثبات

في إطار العلاقة الاستهلاكية بين المنتج والمستهلك وعندما يقتني المستهلك السلعة منها مثلا أجهزة كهر ومنزلية يقدم المنتج للمستهلك وثيقة تعرف أو تسمي شهادة الضمان التي يمكن من خلالها إثبات الالتزام بالضمان الواقع علي عاتق المتدخل المتمثل في الإصلاح والصيانة للمنتج الذي سبق اقتنائه من المنتج والذي ظهر عليه عيب ينقص من قيمته، ويمكن القول كذلك أن الضمان في إطار قانون حماية المستهلك وقمع الغش يمتاز بأنه يقوم بنقل عبئ الإثبات علي عاتق المستهلك وفي إطار معاكس يمكن للمتدخل إثبات ما يعاكس ذلك وهذا عكس القواعد المنظمة للضمان بموجب القواعد العامة ذلك لان العيب الذي يظهر في المنتج خلال مدة الضمان يفترض وجوده وقت تسليم المنتج للمستهلك⁽²⁾.

(1) - فواد مرياح، مرجع نفسه، ص 9.

(2) - المرجع نفسه، ص 9.

وفي نهاية هذا الفصل يمكن أن نستخلص بأن الالتزام بالضمان يعتبر منشأه العقد فإن الخدمة المقدمة التي تلبي نشوء عقد البيع يكون منشأها من عقد مشروع وهو منفصل انفصال تام عن عقد البيع، مهما كانت تبعيته لعقد البيع حيث يكون إنشاءه معاصر لإبرام الثاني بالرغم من اعتبارها جزء الأول من صور الاتفاق لقد نص المشرع الجزائري على التمييز بين الالتزام بخدمة ما بعد البيع والالتزام بالضمان من خلال المادة 16 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث بمقتضى هذه المادة نشوء خدمة ما بعد البيع يكون بعد انتهاء المدة المحددة إما قانونا أو اتفاقا المتعلقة بالضمان حيث أنه كذلك تختلف خدمة ما بعد البيع عن الالتزام بالضمان بحيث أنه يعرض المنتج مجموعة من الوظائف في قالب عقد بين طرفي العقد، أي كل من المتدخل والمستهلك بحيث أن يكون الموضوع المدرج ضمن هذا العقد هو ضمان الصيانة في حدود المدة المحددة للضمان، وهذا طبقا لنص المادة 14 من قانون 09-03.

الفصل الثاني

نطاق تنفيذ الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع

الفصل الثاني

نطاق تنفيذ الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع

على اعتبار أن خدمة ما بعد البيع تعتبر كما ذكرنا سالفًا التزام يقع على عاتق المتدخل لحماية الطرف الضعيف المتمثل في المستهلك في إطار العلاقة العقدية بينهما بناءً على الضرر الذي قد يلحق به جراء شرائه لسلعة معينة مما يمنعه من الانتفاع بالوظائف التي يقدمها المنتج الذي اقتناه، ومن خلال هذا الفصل سنحاول تناول نطاق تنفيذ الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع في مبحثين اثنين:

المبحث الأول: العلاقة العقدية بين المستهلك والمتدخل.

المبحث الثاني: محل الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع.

المبحث الأول: العلاقة العقدية بين المستهلك والمتدخل

بين المستهلك والمتدخل علاقة عقدية مفادها اقتناء المستهلك سلعة من أجل تلبية حاجاته الشخصية والمهنية بحيث سوف نتطرق في هذا المبحث إلى مطلبين الأول بعنوان المتدخل والثاني بعنوان المستهلك.

المطلب الأول: مفهوم عقود الاستهلاك

الفرع الأول: تعريف عقد الاستهلاك

أولاً: فقها

مصطلح عقد الاستهلاك يطلق على أي عقد سواء كان مسمى أو لا وذلك بشرط أن يكون أحد طرفيه مستهلكاً أو غير مهني والطرف الآخر متدخل (محترف)، وبمفهوم المخالفة لكي تعتبر عقود استهلاك تلك العقود التي يكون كل أطرافها من التجار والمهنيين، فعقد البيع مثلاً تنطبق عليه صفة عقد الاستهلاك إذا كان المتعاقد مع البائع وهو المشتري له صفة المستهلك، وأيضا عقد القرض يكون عقد استهلاك إذا توافرت في المقترض صفة المستهلك، أما إذا كان أطراف هذه العقود من التجار فقط أو المهنيين فلا تنطبق عليها صفة عقود الاستهلاك⁽¹⁾.

ويعتبر هذا النوع من العقود عقود استهلاك إذا كان أحد طرفيها مستهلكاً فلا يكون كذلك إذا تم إبرام عقد بين مجموعة من المستهلكين طبقاً لإعلانات صغيرة مما يؤدي إلى توافر عدم التوازن العقدي بين كل من المستهلك والمتدخل بحيث يشترط أن يكون هناك طرف ضعيف متمثل في المستهلك مقارنة مع المنتج كطرف محترف⁽²⁾.

(1) - مسكين حنان، الحماية القانونية للمستهلك بين الواقع والمنظور، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الطاهر مولا، سعيده، 2016، ص 47.

(2) - مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز أحكام قانون حماية المستهلك، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2011، ص 10-9.

يعتبر هذا النوع من العقود ذو طبيعة عادية التي يمكن من أن يكون محلها توريد أو تقديم أشياء منقولة أو خدمات من طرف المنتج الذي بدوره يقدمها للمستهلك باعتباره الطرف الثاني في العلاقة الاستهلاكية والذي يقتني السلعة أو الخدمة تلبية لحاجاته الشخصية والعائلية بحيث لا تكون من اجل نشاطه المهني

إذ يمكن أن نستنتج من هذا التعريف أنه ركز فيه على عناصر عقود الاستهلاك أو مميزات منها فهو متمثل في محل العقد الذي يكون محله سلعة أو أشياء منقولة وخدمات من جهة أخرى يركز على الصفة التي يمتاز بها الأطراف بحيث يشترط لقيام هذا العقد صفة المنتج أو المهني الذي ينتج السلعة من اجل ترويجها وإعادة بيعها وطرف آخر متمثل في المستهلك الذي يقتني السلعة أو الخدمة التي يعرضها المنتج أو المتدخل للبيع كذلك يركز على الدافع الذي جعل المستهلك يتعاقد مع المنتج الذي يقتني السلعة أو الخدمة تلبية لحاجاته الشخصية والعائلية فقط دون المهنية مثل ما هو معروف عند المنتج⁽¹⁾

لقد جعل الفقهاء مصطلح عقد الاستهلاك باعتباره علاقة عقدية بين المنتج أو المتدخل والمستهلك وذلك لان المستهلك يقتني سلعة أو خدمة من المتدخل بغرض استهلاكها في حياته اليومية وسميت كذلك تعتبر من قبيل النصوص الآمرة التي وضعها المشرع من اجل حماية الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية وذلك من اجل إقامة التوازن العقدي

فنظرا للتطور الاقتصادي والصناعي طرأ تغير في السلع من حيث التركيبة فقد أصبحت معقدة وبتنوعها أصبحت تمثل خطرا اكبر على صحة المستهلك، كما يعتبر عقد الاستهلاك أيضا عقد مبرم بين كل من المستهلك والمتدخل فيتلقى المستهلك بموجب هذا العقد منتج مقابل دفعة مقابل

(1) - مصطفى احمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ص 9-10.

له فقد يكون هذا العقد يوصف على انه عقد بيع أو عقد ودیعة أو عقد إيجار أو إي عقد آخر يكون محله تقديم منتج يكون فيه المستهلك مدعن⁽¹⁾.

ثانيا: تشريعا

طبقا لنص المادة 03 من القانون رقم 02-04⁽²⁾ والمادة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 306-06 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 44-08 تعرف العقود الاستهلاكية بأنها: "كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة حرر مسبقا من احد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث، لا يمكن لهذه الأخيرة إحداث تغيير حقيقي فيه"⁽³⁾.

الفرع الثاني: صور عقد الاستهلاك

طبقا لنص المادة 03 فقرة 2 من القانون رقم 02-04 يمكن أن يرد العقد في شكل طلبيه أو فاتورة أو سند ضمان أو وصل تسليم أو أي وثيقة أخرى مهما كان شكلها بحيث تتضمن المميزات أو المراجع المطابقة للشروط العامة المتعلقة بعقد البيع التي تم الاتفاق عليها في المرحلة السابقة لإبرام العقد.

وإذا نظرنا كذلك نص المادة 10 من القانون السالف الذكر المعدل والمتمم نجد أن المشرع الجزائري أكد على أن تكون كل علاقة تعاقدية أساسها بيع سلعة أو أشياء مادية منقولة وجب على المستهلك أن يطلب شهادة الضمان أو وثيقة يمكن أن تكون تبرير للمعاملة التجارية التي سبق وان وقعت بين المنتج والمستهلك، نستنتج مما سبق قوله أن المشرع الجزائري قد عدد صور للعقد الاستهلاكي بحيث يمكن أن تكون في شكل فاتورة أو سند أو وصل تسليم أو فاتورة إجمالية أو أي وثيقة أخرى.

(1) - مسكين حنان، المرجع السابق، ص 47.

(2) - القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج. عدد 41 الصادرة في 27 جويلية 2004.

(3) - بوهنتالة أمال وقداش سلوى، المرجع السابق، ص 198.

أولاً: التعامل بالفاتورة

تعتبر الفاتورة الوثيقة التي تم جاء النص عليها في المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفية ذلك بحيث تتضمن هذه الفاتورة مجموعة من الالتزامات والحقوق لكلا طرفي العقد الاستهلاكي وهما المنتج والمستهلك فان المؤسسات المسؤولة عن جعل هذه الفواتير في شكلها الواضح والمحدد يمكن أن يتضمن طبيعة العقد والشروط التي تم وضعها في العقد⁽¹⁾، وكذلك الحقوق والالتزامات لكل طرف تكون هذه الوثيقة مكتوبة بشكل واضح ومفهوم باستعمال عبارات لا تدعو للشك أو الالتباس⁽²⁾.

لقد حددت المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 مجموعة من البيانات بشرط أن تتوفر الفاتورة على مجموعة من البيانات المتعلقة منها بالمتدخل والأخرى المتعلقة بالمستهلك ويشترط كذلك مجموعة من الشروط لا بد توفرها في الفاتورة وذلك طبقا لنص المادة الرابعة من نفس المرسوم من بينها هذه الشروط :وجب توقيع الفاتورة بختم ملك للمنتج بالإضافة إلى توقيعه لكن إذا حررت الفاتورة الكترونيا طبقا لنص المادة 11 جعلت هذه الفاتورة صحيحة حتى وان خلت الفاتورة الالكترونية من التوقيع والختم بحيث ترسل الكترونيا .

وجب أن تتوفر الفاتورة على الفوائد والتكاليف والزيادة في السعر بحيث تكون عبارات واضحة لا تدعو للشك ولا تكون مشطوبة أو مكتوبة بلغة غير مفهومة ومحددة.

تكتسي هذه الفاتورة الصيغة القانونية إذا تم تسجيلها في دفتر سمي بدفتر الفاتورة يطلق عليه أيضا دفتر الأورمان الذي يمكن انجازه عن طريق الكمبيوتر بحيث يحتوي على مجموعة من الفواتير بصفة متواصلة تعد هذه الفاتورة بمثابة وسيلة من وسائل الإثبات التي تم النص عليها في المادة 30 من القانون التجاري الجزائري فصاحب هذه الفاتورة يمكن أن يقدمها للاحتجاج بها.

(1) - سلمة بن سعيدي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2013-2014، ص ص 35-36.

(2) - المرجع نفسه، ص ص 35-36.

ثانيا: التعامل بسند التحويل

إذا تم نقل السلعة عن طريق الشخص المتكلف بذلك من أجل تحويل من مكان إلى مكان آخر من أجل تعبئتها وإعادة تسويقها، فالمشرع اوجب على أن يقوم العون الاقتصادي بتحرير سند يبين فيه كل ما هو متعلق بالسلعة من حركتها وغير ذلك من أجل تقديمها إلى ضباط القضائية وأعوان الرقابة.

فطبقا لنص المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 يكون تحرير هذا السند وفقا لشروط ومعايير بحيث يجب أن يكون مؤرخ بمعنى يحتوي على تاريخ الإنتاج وكذلك تاريخ نهاية صلاحية الاستعمال وكذلك يكون مرقم بالسلع في الفترة التي يتم فيها تحويل هذه السلعة من مكان إلى آخر وكذلك يحتوي على تاريخ بيانات منها ما هو متعلق بالسلعة ومثال ذلك السند الذي أورده المشرع الجزائري في القانون التجاري الذي يطلق عليه إما سند التخزين والنقل وكذلك "عقد تحويل فاتورة".

وطبقا لنص المادة 543 مكرر من القانون التجاري الجزائري على انه وثيقة ضمان مرتبطة بوصول البضائع التي تم تخزينها بالمخازن العامة فيتم تداوله بالأساليب التجارية المتاحة أما الفقرة الثانية من نفس المادة جعلت من سند التحويل قابل للتطهير ولكن وفقا للشروط المتعلقة بالسندات التجارية الأخرى، وكذلك يمكن لحامل السند أن يفصله في أي وقت كان ويتم تحويله بناء على إذن الحامل حيثئذ تكون البضاعة قد شكلت ضمان متعلق بتسديد المبلغ الذي تم فرضه في الوقت المستحق فيه إليه.

ثالثا: التعامل بوصل التسليم والفاتورة الإجمالية

أثناء قيام العون الاقتصادي بالمعاملات التجارية يقوم بتحرير سند أو فاتورة سواء في أول المعاملة التجارية أو في نهايتها بحيث يمكن إقامة معاملات تجارية مع زبون واحد أو أكثر من مرة، فطبقا لنص المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 05-864 أجاز المشرع الجزائري للعون الاقتصادي أن يحدد

فاتورة فيما يتعلق بالمعاملات التجارية وكذلك يقوم بتحرير فاتورة إجمالية في حدود شهر واحد فيم فيها جمع جميع الوصلات فيتم تسجيلها مباشرة بعد انقضاء المدة المحددة يمكن كذلك للعون الاقتصادي أن يكون مختص بالرخصة متعلقة باستعمال الوصلات بناء على مقرر من طرف الإدارات المتعلقة بالتجارة، وطبقا لنص لمادة 15 من نفس المرسوم يجب أن يتضمن الوصل على الاسم واللقب ورقم بطاقة الناقل وجميع المعلومات الواجب توفرها في كلا طرفي العلاقة الاستهلاكية المنتج والمستهلك مع ذلك لا بد أن تتوفر الفاتورة الإجمالية على أرقام وتواريخ وصل التسليم الذي تم صياغته⁽¹⁾.

المطلب الثاني: أطراف عقد الاستهلاك

سوف نتطرق إلى فرعين الأول بعنوان المنتج أو المتدخل والثاني بعنوان المستهلك.

الفرع الأول: تعريف المنتج أو المتدخل

أولا: فقها

يعرف المنتج عند بعض الفقهاء بأنه: "هو الذي يعرض السلعة في السوق ويحرص على وجود اسمه أو علامته أو أي علامة أخرى عليها دون سواها، وحتى لو لم يكن المنتج الحقيقي لها أو هو الذي يتولى شيء حتى يؤتى إنتاجه أو المنفعة المطلوبة منه".

أو هو الذي ينتج السلعة التي تكون محل اقتناء من طرف المستهلك، سواء بالصنع الكلي لها أو بعض أجزائها.

(1) - سلمة بن سعيدي، المرجع السابق، ص 37.

ويعرفه بعض الفقهاء في المجال الصيدلاني على أنه: "هو الذي يقوم بصنع الأدوية ويعرضها للبيع سواء تحت اسمه أو أي اسم تجاري آخر"⁽¹⁾.

حيث يعرف أيضا الشخص الذي يحترف مهنة التجارة، أو هو الذي يكون الغرض من عمله هو تلبية ما يحتاجه في مهنته⁽²⁾، كذلك يمكن تعريف المنتج أنه ذلك الشخص سواء كانت شخص عادي أو شركة أو مؤسسة اقتصادية تجارية، الغرض الذي يهدف إليه هو تحقيق الربح، الذي يكون طرف في العلاقة التعاقدية مع المستهلك، حيث يقوم هذا الشخص الذي يمكن تسميته أيضا بالمحترف أو المهني، يقوم بنشاط يمكن اعتباره نشاط مهني أي متعلق بمهنته على وجود الدوام والاعتیاد سواء كانت متعلقة بهذا النشاط بتجارة أو بضاعة بغرض تحقيق الربح.

ويعتبر متدخل كل من يحترف تجارة أو صناعة سلعة أو خدمة، ويقوم بعرضها في السوق بغرض بيعها والمضاربة بها على وجه الاعتیاد الذي يعتبر شرط لاكتساب صفة التاجر.

ثانيا: تشريعا

عرفه المشرع الجزائري المحترف بالمنتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع، وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك، أما المشرع الفرنسي وخصوصا في القانون المدني الفرنسي فعرفه على أنه: "صانع المنتجات النهائية ومنتج المواد الأولية، وصانع المكونات الداخلة في تكوين المنتجات النهائية"⁽³⁾.

كما عرفه قانون حماية المستهلك المصري في مادته 01 على أنه ذلك الشخص الذي ينتج المنتج أو السلعة أو البضاعة، سواء في صنعه الخاص أو يستوردها بحيث يضعها محل بيع أو اقتناء

(1) - زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، ب ط، دار هومة، الجزائر، 2009، ص ص 23-24.

(2) - مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ص 31-32.

(3) - زهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص ص 28-29.

للمستهلك بغرض إبرام عقد استهلاك معه، أما موقف المشرع السوري فجعل المنتج هو ذلك الشخص الذي تمر السلعة أو الخدمة على يده بمعنى يصنعها ويبيعها أو يؤجرها⁽¹⁾.

الفرع الثاني: المستهلك

أولاً: فقها

ويقصد بالمستهلك وفق المفهوم الواسع الشخص الذي يقتني سلعة كانت معروضة في السوق، وهذا من أجل ما تتطلبه حاجاته الشخصية أو العائلية بحيث يكون طرف أول في عقد استهلاكي مع الطرف الثاني ألا وهو المنتج أو المتدخل، سواء كانت هذه العلاقة التعاقدية بصفة متكررة أو مرة واحدة ولا يكون ذلك إلا من أجل الحصول على السلع التي تكون لها منفعة خاصة أو عائلية دون حاجاته المهنية أي أنها فقط لإشباع حاجاته وليس من أجل إعادة بيعها، حيث أنه يقتني اللباس لكي يلبسه والأكل لكي يأكله والسيارة لكي يقودها⁽²⁾.

ويعرف أيضاً أنه ذلك الشخص الذي يقتني سلعة أو خدمة لدافع واحد لا غير ألا وهو الحاجة الشخصية أو العائلية للمنتج الذي اقتناه دون إعادة المضاربة بيه، حيث أنه يمكن أن يكون شخص طبيعي أو معنوي، أو هو ذلك الفرد الذي يبرم العقود الاستهلاكية من أجل شراء سلعة إشباعاً لحاجاته اليومية وإعادة بيعها⁽³⁾.

وبالتالي لا يعتبر مستهلك من يقتني سلعة من أجل إعادة بيعها أو المضاربة بها فالتاجر الذي يقتني سلع من أجل بيعها في السوق أو محله لا يعتبر مستهلك بل مهني أو محترف فهو الذي يقتني منتجا ما أو يستعمله لأغراض شخصية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فهو بذلك يشبع حاجة غير تجارية، وهو أي فرد يشتري السلع والخدمات إما لاستعماله الشخصي كشرائه ملابس أو علاج

(1) - مصطفى أحمد أو عمرو، المرجع السابق، ص 37-38.

(2) - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 19-21.

(3) - مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص 31.

أسنانه أو للاستهلاك العائلي مثل شراء المواد الغذائية اللازمة للأسرة ففي جميع الأحوال يتم الشراء بهدف الاستهلاك النهائي للمنتجات.

وهو ذلك الشخص الذي يقوم بتصرفات قانونية من شأنها شراء منتج من أجل استعماله واستغلال وظائفه، بحيث يعتبر مستهلك كل من يبرم عقد مع المنتج بغرض شراء عليه منتج له رغبة فيه، بحيث المستهلك ينحصر فقط في الأشخاص الطبيعة دون الشركات والمؤسسات ذات طابع اقتصادي⁽¹⁾.

قد تشمل الحاجات السالفة الذكر الخدمات الصحية والتأمينية أو الاستشارات القانونية، حيث لا يمنع من الشخص أن يكون مستهلك إلا إذا كان للهدف من وراء شراء السلعة أو المنتج سوى الحاجة الشخصية لا غير، بحيث أن هذا الشخص يبرم عقده مع المنتج سواء باستعمال الوسيلة التقليدية للتعاقد أو ما تم استحداثه من وسائل جديدة للتعاقد بهدف ما يلزمه من منتجات⁽²⁾.

كما يعرف المستهلك بأنه: "ذلك الشخص الذي ينفق مبلغا من المال مقابل الحصول على سلعة أو خدمة معينة، وعرف المستهلك بأنه كل شخص طبيعي الذي في خارج نطاق تجارته أو أعماله أو مهنته يحدد عقدا مع مورد بنفسه في أثناء القيام بنشاطه المهني أو التجاري"⁽³⁾.

ثانيا: تشريعا

عرفه المشرع المصري بأنه: "كل شخص يقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص"⁽⁴⁾، أما وفقا لقانون حماية المستهلك اللبناني فهو "الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستفيد منها،

(1) - زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 30-32.

(2) - مصطفى أحمد أبو عمرو، مرجع سابق، ص 32-33.

(3) - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، ب ط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص 27.

(4) - المرجع نفسه، ص 30.

وذلك لأغراض غير مرتبطة مباشرة بنشاطه المهني"، حيث أنه يشترط للمستهلك لاكتسابه هذه التسمية أو الصفة، إلا إذا كان اقتناؤه للسلعة غير مرتبطة بنشاطه الحرفي⁽¹⁾.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد عرفه على أنه "كل شخص يشتري سلعة سواء بمقابل أو بدون مقابل بغرض الاستعمال الشخصي أو ما يتكفل به"، أو ذلك الذي يقتني سلعة معروضة في السوق للبيع ذات طابع شخصي لا مهني، وهو أيضا الطرف الذي يبرم العقد الاستهلاكي مع المنتج بعرض شراء من عنده سلعة أو خدمة لاستعمالها في حياته اليومية والشخصية⁽²⁾.

المبحث الثاني: محل الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع

إن خدمة ما بعد البيع التزام يقع على عاتق المتدخل حماية للطرف الضعيف المستهلك جراء ما يمكن أن يقتنيه من المنتج من سلعة أو خدمة لهذا سوف نتطرق في هذا المبحث إلى مطلبين الأول بعنوان الخدمة والثاني بعنوان السلعة.

المطلب الأول: الخدمة

سنتطرق في هذا المطلب إلى الخدمة كمحل لعقد الاستهلاك من خلال فرعين الأول بعنوان تعريف الخدمة والثاني بعنوان خصائصها أو سماتها.

الفرع الأول: تعريف الخدمة

تعتبر الخدمة فكرة أدمجت ضمن المنتجات فهي تعتبر أداة لا غير فلا يمكن أن تكون إلا مجرد محلا لعقد مقاوله وليس بعقد بيع فبمقتضى القانون الفرنسي الخاص بحماية المستهلك من المنتجات والخدمات في مواجهة الشروط التعسفية، حيث تكلم على وظيفة الخدمات وذكر منها الخدمات التي

(1) - مصطفى أحمد أبو عمرو، مرجع سابق، ص 27.

(2) - زاهية حورية سي يوسف، مرجع سابق، ص 33-35.

يمكن أن تقدمها المهن التجارية، حيث نذكر منها على سبيل المثال غسل الملابس والتأمين وكل ما هو متعلق بالخدمات البنكية بحيث وضع المشرع الخدمة ضمن إطار المنتجات، وهذا راجع إلى الإشباع الكبير لهذا القطاع وتنوع نشاطاته خلال الفترة الأخيرة، من خلال ما شهدته من تطورات على الصعيد التكنولوجي والصناعي.

حيث يمكن أن نذكر على سبيل المثال خدمات الاتصال التي كانت مسيطرة بشكل كبير في السوق الجزائرية لذلك وجب حماية المستهلك للطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية من هذا النوع من الخدمات التي لا تكون مطابقة لرغبة المستهلك المشروعة، بحيث عرف المشرع الجزائري الخدمة على أنها: "كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة".

ذلك أن الخدمة غير متصلة على السلعة حتى لو كانت متصلة بعمليات البيع كما هو معروف في خدمة ما بعد البيع، لأن تسليم السلعة لا يعتبر من قبيل الخدمات فهو يمكن أن يكون في إطار التنفيذ الجيد للالتزام⁽¹⁾.

وتعرف الخدمة أيضا بأنها: "كل عمل مقدم أو كل أداء أو جهد يمكن تقويمه بالنقود سواء كان ماديا أو معنويا باستثناء عملية تسليم المنتج، التي تعتبر من الالتزامات التي تقع على عاتق البائع ويمكن الإشارة إلى أن بعض الخدمات التي قد تكون ذات طبيعة مادية، كإصلاح الأجهزة الكهرومنزلية صيانتها أو تركيبها وقد تكون ذات طبيعة ذهنية كاستشارات القانونية والعلاج"⁽²⁾.

(1) - شعباني (حنين) نوال، المرجع السابق، ص 39-40.

(2) - حماز فتيحة، الرقابة القانونية لحماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2017-2018، ص 23.

كما تم تعريفها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-39 في المادة 3 منه بأنها هي تلك الأعمال والنشاطات المقدمة من المنتج من غير تسليم مادي، للمنتج حتى وإن كان هذا التسليم تابعا للنشاط السابق تقديمه.

وهي أيضا تلك الاداءات التي يقدمها المنتج للمستهلك ولا يختلف الأمر سواء في مرحلة قبل إبرام العقد أو بعد تنفيذه من غيرها، تسليم المنتج السلعة للمستهلك فهي تعتبر منفصلة تماما عن عقد البيع⁽¹⁾.

الفرع الثاني: خصائص الخدمة.

أولا: السمات الأساسية للخدمة

يعتبر الإعلام بمواصفات وخصائص الخدمة من أساسيات الالتزام بالإسلام كون خصائص الخدمة تكون الدافع الرئيسي لدى المستهلك للتعاقد، الذي بصدها يكون المستهلك عرضة للغش والتقليد فالإعلام المشتري بالثمن يعتبر من أنه الأمور التي يشترط فيها الوضوح، فالخدمة بثمن هي التي يضع لها القانون ثمن لا يجوز إنقصه أو زيادة فيه، خاصة إذا كانت هذه السمات غير مطابقة للخصائص المتفق عليها أول مرة أي قبل مرحلة إبرام العقد -في مرحلة المفاوضات- فالمتدخل الذي يعرض خدماته على شبكة الانترنت يجب عليه أن يحدد كل سمات وخصائص اللازمة بكل وضوح وشفافية، بحيث اشترط القانون حصول المستهلك على سمات الخدمة محل العقد واشترط أيضا ضرورة مطابقة الخدمة لما تم وصفه وما تم ذكره من معلومات.

كما أكد القانون على ضرورة أن يكون السعر معلن عنه بالعملة التي يجري تداولها بشكل مباشر، بحيث كذلك أكد المشرع المصري على أنه يجب على المتدخل أن يقي كل المعلومات الصحيحة التي يمكن أن تميز الخدمة محل العقد، بحيث وضع تحذير للمتدخل من أن يقوم بوضع

(1) - مسعودي فاروق، المرجع السابق، ص 45.

معلومات زائفة من شأنها إيقاع المستهلك في الغلط، مما قد يؤدي كذلك إلى التحايل وخداع المستهلك أي المتضرر في العلاقة الاستهلاكية جراء ما يقع فيه من غلط في اقتناء الخدمة المناسبة، لأن ذكر المواصفات والسمات والمعلومات الصحيحة المتعلقة بالخدمة محل العقد من شأنها خلق تراضي سليم أو من شأنه أيضا أن يدفعه للتعاقد بكل أريحية بدون غش أو غلط⁽¹⁾.

ثانيا: خصائص الخدمات

1. عدم القابلية للمس:

إن المستهلك يتلقى صعوبة في اقتناء السلعة وهذا راجع لعدم القدرة على استخدام كافة حواسه الخمس في الاقتناء لفحص هذه الخدمة قبل أن تكون محل للتعاقد، حيث أن مستفيد الخدمة لا يستطيع تقديم تفاصيل أو رأي أو بيانات متعلقة بالخدمة، إلا أن قام باستخدام حواسه الخمس من أجل المعاينة والفحص الذي يستطيع خلالها إبداء الرأي حول الخدمة محل العقد، حيث أن هذه الصفة جعلت جل الخدمات وأغلبها يقوم المستهلك باستهلاكها في الوقت نفسها الذي تم فيه إنتاجه، حيث أنه على اعتبار طرف الخدمة ليس مادية لا يمكن تخزينها أو تحبثتها لذلك فإن المشاكل والأضرار والصعوبات التي تنجر عن التخزين لم يمكن لها أن تنتج أو تحدث أو تظهر وهذا راجع لعدم القدرة على تخزينها أو توفيرها، حيث أن هذا التوفير هنا يمكن أن يحصل إلا إذا تم تحويلها للطرف المحمي ألا وهو المستهلك، لذلك فإن تداول الخدمات يتم إلا على اعتبار المزايا التي تتمتع بها ولكن حيث أن الخصائص لا مجال للاعتبار عليها لذلك لا يمكن التفرقة بين الخدمات لاستخراج الأفضل منها مثلما يتم في السلع، بحيث أن الخدمة لا يمكن فحصها إلا بعد الحياة الكاملة لها فلا يمكن أن تحدث قبل اقتنائها ومن هنا يمكن القول أن عملية الفحص واللمس والمراقبة و استخدام كافة الحواس

(1) - عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن،

من أجل اقتناء الخدمة، له أهمية ودور كبير في عملية الترويج والمضاربة على عكس ما هو متداول بالنسبة للسلع⁽¹⁾.

2. خاصية التلازمية:

يقصد بالتلازمية درجة الارتباط بين الخدمة ومن خدمها أي صعوبة الفصل بين الخدمة والشخص الذي قد يتولى تقديمها، لأن وقت إنتاج الخدمة هو نفسه وقت استهلاكها، كما سبق وأن أشرنا إليها فالمستهلك يكون في اتصال مباشر مع مقدم الخدمة ويتعرف عليه فالمستهلك لا يعلم من أنتج المنتج.

وهذا ما يدفع بمقدم الخدمة على تحسين خدماته من خلال الرفع من المستوى العلمي والكفاءة المهنية والتأهيل مما يجعله يميز لميزة تنافسية لغيرها من الخدمات، حيث أنه يمكن أن يتم العثور في مجال الخدمات لمنتج الخدمة ومقدمها سمعة ومحل يمكن اعتبارهما من أحسن ما يكون، بحيث كذلك يكون محله كبير، لذلك يمكن القول أن السمعة والمحل هما اللذان دفعا بالمستهلك للتعاقد باستثناء مراعاة تفاصيل الخدمة.

3. قابلية الخدمة للتلف:

إن الخدمة لا يمكن لمسها وفحصها باستعمال الحواس الخمس على اعتبار أيضا لا يمكن تحبثها وتوفيرها كذلك لا توجد مدة محدودة لانتهاء صلاحيتها فالخدمة ليس لها مجال محدد، بحيث أنها لا تنتهي، وبالتالي يمكن أن تكون الخدمة معرضة للتلف إلا في حالة ما إذا كان هناك أماكن فارغة

(1) - بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام لحماية المستهلك، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، ص ص 63-64.

للطيران ففي غالب الأحيان تتوفر الخدمات لكن المستهلك على غنى عنها، أي أنه ليجتاجها فهي جد مكلفة مرحلة إنتاجها وتصنيعها⁽¹⁾.

وإذا كانت الخدمة محل طلب كثير تكون معرضة للتلف أكثر بحيث يكون الطلب متوازي ولا يحتوي على الارتفاعات والانخفاضات، أي أنها الخدمات في هذا الصدد تنتج على حسب ما هي مطلوبة فكلما كثر الطلب عرض للتلف أكثر.

4. خاصية عدم التجانس:

يقصد بهذه الخاصية عدم القدرة في كثير من الأحيان على تمشيط الخدمات وخاصة تلك التي يعتمد تقديمها على الإنسان بشكل كبير وواضح، وهذا ببساطة يعني أنه يصعب على مورد الخدمة أن يتعهد أن تكون خدماته مماثلة ومتجانسة على الدوام وبالتالي فهو لا يستطيع ضمان الجودة أي أنه من الصعب إيجاد معايير موحدة في حالة إنتاج الخدمة على الرغم من استخدام أنظمة موحدة خاصة بتقسيم الخدمة كحجز السفر في الطائرة، فعلى الرغم من وضع المؤسسات معايير التأكد من تقديم الخدمة بمستوى عال من الجودة إلا أنه من الصعب الحكم على جودة الخدمة قبل الشراء من طرف المستهلك، لأن تقديم الخدمة يعتمد على الأشخاص الذين تتحكم فيهم المعايير الشخصية فلا يمكن أن يكون مقدم الخدمة على نفس مستوى النشاط خلال يوم كامل من العمل، وبالتالي تكون مخلفة حسب مزاجه والظروف النفسية⁽²⁾.

المطلب الثاني: السلع

سنعتمد في دراسة هذا المطلب تقسيمه إلى فرعين حيث نتطرق إلى الفرع الأول بعنوان تعريف البضاعة أو السلعة و الفرع الثاني أنواع السلعة أو البضاعة.

(1) - بن سالم المختار، المرجع السابق، ص ص 62-63.

(2) - المرجع نفسه، ص ص 63-64.

الفرع الأول: تعريف السلعة أو البضاعة

طبقاً لنص المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 626/90 المتعلق بضمان المنتجات يمكن أن نفهم أن المقصود بالمنتج المادي "هو السلع أي كل منقول مادي"، فيمكن أن يقع في دائرة السلع الأموال المنقولة المتمثلة مثلاً في السيارات والأجهزة الكهرومنزلية والمواد الغذائية وغيرها، بحيث يمكن اعتبار السلع أموال إلا إذا كانت لها اتصال بعقار حيث يعتبر سلعة كل منقول يمكن نقله وتوزيعه وعرضه في السوق⁽¹⁾.

إن الالتزام بالإعلام يشمل كافة ما هو صالح للبيع سواء كان هذا الشيء عقار أو منقول سواء بسيطة أو صعبة مادية أو معنوية خطرة أم ليست كذلك، سواء كانت جديدة أو استعملت من قبل سواء كانت منتشرة بشكل واسع في السوق أم حديثة الابتكار، حيث أن الالتزام بالإعلام في هذه الحالة يتميز بعدة مزايا ويكون النطاق الذي يندرج ضمنه فيعتبر مادية الشيء الدافع للتعاقد، بحيث في كثير من الأحيان المستهلك يكون له رغبة في التعاقد وهذا ما كان يبتغيه من صفات وسمات من شأنها تميز الشيء المبيع محل العقد، لذلك وفي إطار الالتزام بالإعلام وجب على المتدخل إعلام المستهلك بكافة المواصفات والبيانات المتعلقة بالشيء المبيع لما في ذلك من تأثير على رغبة المستهلك في التعاقد من عدمه⁽²⁾.

الفرع الثاني: أنواع السلع

أولاً: المنتجات الغذائية:

طبقاً لنص المادة 3 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 فإن المادة الغذائية هي: "كل مادة معالجة أو معالجة جزئياً أو خام موجهة لتغذية الإنسان أو الحيوان بما في ذلك

(1) - شعباني (حنين) نوال، المرجع السابق، ص 35.

(2) - بن سالم المختار، المرجع السابق، ص 51.

المشروبات وعلك المضغ وكل المواد المستعملة في تصنيع الأغذية وتحضيرها ومعالجتها، باستثناء المواد المستخدمة في شكل الأدوية أو مواد التجميل أو مواد التبغ".

فيعتبر الغذاء من الضروريات الأساسية في حياتنا اليومية إلى جانب الماء والمتمثلة في الدهون والبروتينات والسكريات والألبان والأملاح والفيتامينات والماء، سواء كانت هذه المواد على طبيعتها أو كانت مطبوخة أو مشكلة مع مواد غذائية أخرى، فيجب أن تكون هذه المواد مخصصة للغذاء فقط فلا تدخل ضمان مواد التصنيع والمواد الخام، فأقتصر هذه المصالح هنا على السلع التي تكون محل غذاء للإنسان باستثناء أغذية الحيوان.

ثانيا: المنتجات الصيدلانية

هي مجموعة الأدوية التي يقتنيها المريض بناء على وصفة طبية بحيث تعتبر متعلقة بصحة الإنسان ومرضه فهي توصف حسب الأعراض والحالة والمرض الذي يشكو منه المريض، فاستعمالها مقيد في حدود ما تم الإعلان عنه من طرف الطبيب، وهذا لأن هذه المواد صعبة وخطيرة ممكن أن تنسي الموت أو أعراض وتأثيرات جانبية أخرى غير مرغوب فيها⁽¹⁾.

وطالما أن الدواء يقتني بناء على وصفة طبية من طرف طبيب مختص فنحن هنا بصدد الالتزام بالإعلام، فهنا الطبيب ملتزم بأن يقدم ويسجل له إضافة إلى تسمية الدواء البيانات والكيفية التي يستعمل بها الدواء بحيث يقتدي بها لما يريد أن يعرف.

ثالثا: المنتجات غير الغذائية

هي التي تستعمل في تنظيم وتنظيف المحلات على غرار السلع والأدوية بناء على أحكام المرسوم التنفيذي رقم 97-37 من خلال نص المادة 02 منه فإنه: "كل مستحضر أو مادة باستثناء الدواء

(1) - بن سالم المختار، المرجع السابق، ص ص 51-53.

المعد للاستعمال في مختلف الأجزاء السطحية لجسم الإنسان مثل البشرة ، الشعر، الأظافر، الشفاه، الأجنان، الأسنان، الأغشية بهدف تنظيمها أو المحافظة على سلامتها أو تعديل هيئتها أو تعطيرها أو تصحيح رائحتها".

غير أن لا يعتبر من قبيل المنتجات الغذائية كل ما يتعلق بالأسلحة سواء كانت معدة للحرب أو غيره وكذا كل أنواع المتفجرات، وكذلك المواد السامة والمخدرة لتعارضها مع حماية المستهلك⁽¹⁾.

إن المنتج يشتري السلع بهدف أن يخرج منها سلعا أخرى تكون مختلفة عنها بالمزايا بهدف المضاربة بها وتحقيق الربح من وراءها.

وعليه تكون هناك صعوبة في التمييز بين ما إذا كانت سلعة إنتاجية أو سلعة استهلاكية إلا من خلال الاستعمال والاستهلاك لهذه المنتجات، فمثلا شراء السكر من طرف المستهلك يعتبر ذلك من أجل الاستهلاك أما إذا كان شرائها من طرف المتدخل، فإن الهدف منها هو الاستعمال بمعنى تحقيق ربح وراء إعادة بيعها والمضاربة بها أو شراءها من أجل إضافتها على منتج آخر، مثل المعجنات فمثلا يعتبر من قبل السلع الإنتاجية⁽²⁾.

والمرجع الجزائري لم يتطرق إلى أنواع السلع التي تكون محل العقد أي التي تقع في دائرة التزام المتدخل ضمان سلامة هذه السلع والمنتجات نظرا لتطورها وتوسع دائرتها واختلافها وكثرتها في كافة المجالات فإنه يمكن القول أن يعتبر مستوى كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار لاسيما المنتج الزراعي والمنتج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البحري والطاقة الكهربائية.

وكذلك منتجات تربية الحيوانات المتمثلة في السلع التي يمكن أن تكون تغذية للحيوانات وكذلك يمكن أن تكون تربية الحيوانات، مثل الأبقار والأغنام والدجاج التي تكون قابلة للاستهلاك

(1) - بن سالم المختار، المرجع السابق، ص ص 52-53.

(2) - شعباني (حنين) نوال، المرجع السابق، ص 36.

والاستغلال والاستعمال ولو جزء بسيط منها، بالإضافة إلى المنتجات التي يمكن أن نستخلص من هذه الحيوانات مثال تلك الألبان والأجبان التي نستخلصها منها وكذلك الجلود والزيوت التي يمكن أن تكون قابلة للاستهلاك الغذائي⁽¹⁾.

وكذلك منتج الصيد البري المتمثل في بعض الحيوانات أو أجزاء منها التي تعيش في البر أي حرة طليقة، ليست ملازمة للإنسان تعيش وحدها في البراري والغابات بحيث يجب أن يراعى في هذه المنتجات سلامتها والقدر الممكن من الصلاحية والنظافة، لكي يستعملها الإنسان لكي تكون بصدد المحافظة على سلامة صحة الإنسان ومثال ذلك الطيور على أنواع يمكن ذكرها من سبيل العصر لكن دون الإجماع على كافة الطيور.

أما الطاقة الكهربائية كنوع أخير للمنتجات التي تعتبر الطاقة الكهربائية التي تزود الإنسان عن طريق شركة الكهرباء لكي يستهلكه في متطلبات الراحة والرفاهية المتعلقة بالحياة اليومية، لكن المشرع من أغفل الغاز لا يعتبر من قبل المنتجات وحتى المياه التي يمكن أن تكون محل تداول، فالماء يمكن أن يستخدم للشرب أو الغسيل أو سقي المنتجات الزراعية أو إنتاج المنتجات الصناعية⁽²⁾.

يستخلص مما سبق أن مجال تنفيذ خدمة ما بعد البيع من حيث الأشخاص تكمن في المتدخل باعتباره ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يقوم بصنع سلع أو خدمة من أجل المضاربة بها وتخفيف الربح، أما المستهلك باعتباره الشخص الذي يقوم باقتناء السلعة أو الخدمة المعروفة في السوق لتلبية لحاجاته الشخصية أو العائلية، كما يكون مجال تنفيذ هذا الالتزام من حيث الموضوع هو السلعة أو الخدمة فالسلعة هي المنتج الذي يقوم بتضييعه المنتج وأما الخدمة هي الأداءات والنشاطات والجهود التي يقدمها المتدخل.

(1) - شعباني (حنين) نوال، المرجع السابق، ص 36-37.

(2) - المرجع نفسه، ص 38.

خاتمة

الخاتمة:

نستخلص مما سبق أن خدمة ما بعد البيع تعتبر فعلاً وسيلة لحماية المستهلك بموجب القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش واقع على عاتق المتدخل فمن واجبه القيام بهذه الخدمة المتمثلة في الشخصية والعائلية، فإن المتدخل تقع على عاتقه المسؤولية المدنية بنوعيتها التقصيرية والعقدية الذي من شأنها أن تحمي الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية ألا وهو المستهلك الذي يقع في غلط جراء تحايل وغش المتدخل المستهلك عن طريق قيام سوء نية التي تكمن في أن المتدخل يعلم بالعيب الموجود في المنتج ومع ذلك يقوم ببيعه هنا يقوم مسؤولية التي سبق وأن ذكرناها.

حيث أن خدمة ما بعد البيع مصطلح حديث النشأة جاء حماية للمستهلك جراء التطور التكنولوجي والصناعي الذي تشهده الآن مما أدى إلى تعقيد التركيب الفني للسلعة أو الخدمة مما تتطلب خبرة فنية من أجل إصلاحها وصيانتها فاعتبار أن المتدخل له خبرة فنية في هذا الإطار على عكس المستهلك لهذا أقر له المشرع خدمة ما بعد البيع وهذا من أجل حمايته من الضرر الذي قد يلحق جراء الضرر الذي قد يلحق بصحته وسلامته نتيجة إقتناؤه لسلعة أو منتج به عيب أو خلل فالمتدخل ملزم بالمحافظة على سلامة المتدخل.

وعليه يمكن أن نتوصل إلى النتيجة الآتية:

- أن خدمة ما بعد البيع جاءت بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش وهذا حماية للطرف الضعيف ألا وهو المستهلك بحيث بموجب هذا الالتزام الذي يمكن أن يكون مصدره العقد أي باتفاق بين طرفي العقد أو بقوة القانون أي فرضه القانون على عاتق المتدخل فحماية الطرف الضعيف المستهلك أقررت على عاتق المتدخل مسؤولية مدنية بنوعيتها تقصيرية وعقدية عند إخلاله بتنفيذ التزامه.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

1 - المصادر:

• القرآن الكريم

• القوانين:

- الأمر 75-58 المؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق ل 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون

المدني الجزائري المعدل والمتمم، جريدة رسمية، العدد 31.

- القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المؤرخ في 25 فبراير 2009، المعدل

والمتمم بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج ر ج ج عدد 35.

- القانون رقم 04-02 المؤرخ في 27 جويلية 2004، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات

التجارية، ج ر ج ج عدد 41.

- المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة

وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك ج ر ج ج رقم 80.

2 - المراجع:

• الكتب:

- زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، بدون طبعة، دار هومة، الجزائر، 2009.

- عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، الطبعة

الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، بدون طبعة، دار الجامعة الجديدة،

الإسكندرية، 2012.

- مصطفى احمد أبو عمرو ، موجز أحكام قانون حماية المستهلك، الطبعة الأولى، منشورات

الحلي الحقوقية، بيروت، 2011.

• الرسائل الجامعية:

- بن يعلاش خاليدة، الإطار القانوني والتنظيمي للحماية من الأضرار للمنتجات الاستهلاكية، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلالي الياصب، سيدي بلعباس، 2017-2018.
- جريفيلى محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2017-2018.
- حماز فتيحة، الرقابة القانونية لحماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2017-2018.
- سلمة بن سعيدي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2013-2014.
- عقبابوي الطاهر وخشين ياسين، خدمة ما بعد البيع كآلية لحماية المستهلك، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019.
- فنيش بدر الدين، الالتزام بالضمان في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.
- فواد مرباح، الالتزام بالضمان في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2018/2019.
- قرواش رضوان، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2013.

- ماتن زينب، جودة خدمة ما بعد البيع كمدخل إستراتيجي لتحقيق التفوق التنافسي للمؤسسة الإنتاجية دراسة حالة، مجمع Savoc للسيارات الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر 2010/2011.
- محمد عبد العزيز الجريه، خدمة ما بعد البيع، دراسة فقهية تطبيقية، أطروحة دكتوراه، كلية التربية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية.
- مسعودي فاروق، فعالية الالتزام بالضمان في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر (1)، 2015-2016.
- مسكين حنان، الحماية القانونية للمستهلك بين الواقع والمنظور، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الطاهر مولاي، سعيده، 2016.

● المقالات والدوريات:

- بوهنتالة أمال - قداش سلوى، واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، جامعة باتنة 01، العدد السادس، بدون سنة.
- سلام منعم، مفهوم الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع، وظيفة القانونية، كلية الحقوق، جامعة النهرين.
- علاء عمر محمد، التزام التاجر بتقديم خدمات ما بعد البيع، الضمان الاتفاقي، كلية القانون، جامعة البصرة، مجلة الدراسات، البصرة، 2019.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
-	شكر وعرفان
-	الإهداء
-	قائمة المختصرات
7-5	المقدمة
9	الفصل الأول: ماهية الالتزام بخدمة ما بعد البيع
10	المبحث الأول: الالتزام بخدمة ما بعد البيع
10	المطلب الأول: مفهوم الالتزام بخدمة ما بعد البيع
10	الفرع الأول: تعريف الالتزام بخدمة ما بعد البيع
12-10	أولا: فقها
13	ثانيا: تشريعا
14	الفرع الثاني: خصائص الالتزام بخدمة ما بعد البيع
14	أولا: التزام عقدي
14	ثانيا: التزام تبعي
14	ثالثا: التزام مؤقت
14	رابعا: التزام بمقابل
15	المطلب الثاني: شروط الالتزام بخدمة ما بعد البيع
15	الفرع الأول: شروط الالتزام بخدمة ما بعد البيع
15	أولا: أن يوجد خلل أو عطل في الشيء المبيع
15	ثانيا: انتهاء فعالية الالتزام بالضمان
16	ثالثا: ظهور الخلل أو العطل خلال فترة معينة.
16	رابعا: دفع مقابل أداء خدمة ما بعد البيع من طرف المستهلك
17	خامسا: إخطار البائع بظهور الخلل أو حدوث العطل في الشيء المبيع
17	سادسا: شروط مقدم خدمة ما بعد البيع والمستفيد منها
17	1. بالنسبة لمقدم خدمة ما بعد البيع
19-17	2. بالنسبة للمستفيد لخدمة ما بعد البيع

19	المبحث الثاني: الالتزام بالضمان
19	المطلب الأول: مفهوم الالتزام بالضمان
19	الفرع الأول: تعريف الالتزام بالضمان
20-19	أولا: فقها
22-21	ثانيا: تشريعا
22	الفرع الثاني : شروط الالتزام بالضمان
22	أولا: شرط العيب المؤثر
23	ثانيا: ارتباط العيب أو الخلل بصناعة المنتج
24	المطلب الثاني: خصائص الالتزام بالضمان
24	أولا: الالتزام بالضمان التزام قانوني
24	ثانيا: الالتزام بالضمان التزام بتحقيق نتيجة
25	ثالثا: الالتزام بالضمان التزام مجاني
25	رابعا: الالتزام بالضمان وسيلة للإثبات الضمان
26	خامسا: الالتزام بالضمان لا يسقط بالتجربة
26	سادسا: عبئ الإثبات
27	ملخص الفصل
29	الفصل الثاني: نطاق تنفيذ الالتزام بخدمة ما بعد البيع
30	المبحث الأول: العلاقة العقدية بين المنتج والمستهلك
30	المطلب الأول: مفهوم عقد الاستهلاك
30	الفرع الأول: تعريف عقد الاستهلاك
32-30	أولا: فقها
32	ثانيا: تشريعا
32	الفرع الثاني: صور عقد الاستهلاك
33	أولا: التعامل بالفاتورة
34	ثانيا: التعامل بسند التحويل
34	ثالثا: التعامل بوصل التسليم والفاتورة الإجمالية

35	المطلب الثاني: أطراف عقد الاستهلاك
35	الفرع الأول: المتدخل أو المنتج
35	أولا: فقها
36	ثانيا: تشريعا
37	الفرع الثاني: المستهلك
37	أولا: فقها
38	ثانيا: تشريعا
39	المبحث الثاني: نطاق تنفيذ الالتزام من حيث الموضوع
39	المطلب الأول: الخدمة محل العقد
40-39	الفرع الأول: تعريف الخدمة.
41	الفرع الثاني: سمات وخصائص خدمة ما بعد البيع
41	أولا: السمات الأساسية للخدمة
42	ثانيا: خصائص الخدمات
42	1. عدم القابلية للمس
43	2. خاصية التلازمة
43	3. قابلية الخدمة للتلف
44	4. خاصية عدم التجانس
44	المطلب الثاني: البضاعة
45	الفرع الأول: تعريف السلعة أو البضاعة
45	الفرع الثاني: أنواع السلع
45	أولا: المنتجات الغذائية
46	ثانيا: المنتجات الصيدلانية
48-46	ثالثا: المنتجات الغير غذائية
48	ملخص الفصل
50	الخاتمة
54-52	قائمة المصادر والمراجع

59-56	فهرس المحتويات
-	الملخص

الملخص باللغة العربية:

بموجب القانون رقم 09-03 الذي استحدث مصطلح خدمة ما بعد البيع التي تعتبر التزام على عاتق المتدخل حماية الطرف الضعيف ألا وهو المستهلك الذي يكتني السلعة أو الخدمة المعروضة فالسوق وهذا تلبية لحاجاته الشخصية أو العائلية.

فإن المشرع الجزائري بموجب القانون السالف الذكر جعل مسؤولية مدنية تقع على عاتق المتدخل سواء كانت تقصيرية أو عقدية حيث يعتبر المتدخل ذلك الشخص الذي يمكن أن نطلق عليه تسمية المهني المحترف، التاجر الذي يقوم بتصنيع السلعة لكافة أنواعها سواء كانت غذائية أو إستهلاكية من منتجات غير قابلة للإستهلاك وكذلك الخدمة المتمثلة في الجهود والأداءات التي يقدمها المتدخل وذلك بهدف المضاربة أو تحقيق الربح على وجه الإعتياد.

بحيث يقع على عاتق المتدخل أيضا في إطار خدمة ما بعد البيع من تصليح وصيانة المنتج إذا شابه عيب أو خلل في المرحلة السابقة لمرحلة تسليم الشيء المبيع فالمتدخل ملزم أيضا بالمطابقة معناه أن تكون المواصفات المتعلقة بالسلعة مطابقة لما تم الإتفاق عليه قبل تنفيذ العقد.

الكلمات المفتاحية:

مستهلك - متدخل - سلعة - خدمة .

الملخص باللغة الفرنسية:

Selon la loi n ° 09-03, qui a créé le terme de service après-vente, qui est considéré comme une obligation de l'interlocuteur de protéger la partie faible, à savoir le consommateur qui acquiert le bien ou le service offert, le marché et ce, pour répondre à ses besoins personnels ou familiaux.

Le législateur algérien, selon la loi précitée, a rendu une responsabilité civile de l'ingérence, qu'elle soit délictuelle ou contractuelle, comme l'interventionniste considère cette personne que l'on peut appeler le professionnel professionnel, le commerçant qui fabrique la marchandise de toutes sortes, qu'elle soit alimentaire ou de consommation, à partir de produits non consommables. Ainsi que le service représenté par les efforts et les performances fournis par l'interventionniste, dans le but de spéculer ou de gagner du profit comme d'habitude.

De cette manière, il est également de la responsabilité de l'interlocuteur, dans le cadre du service après-vente, de réparer et d'entretenir le produit, s'il y a un défaut ou un défaut à l'étape précédente de l'étape de livraison de la chose vendue, donc l'interventionniste est également obligé de se conformer, c'est-à-dire que les spécifications relatives à la marchandise sont conformes à ce qui avait été convenu avant la mise en œuvre du contrat.

Ainsi, le consommateur a le droit d'obtenir réparation, ainsi que de réclamer réparation du dommage qu'il a subi.

les mots clés:

Consommateur- l'intervenant- Marchandise - Service.