

د. حسام توكل موسى

الإطار القانوني لخدمات ما بعد البيع

في قانون حماية المستهلك المصري

دراسة تحليلية

٢٠٢٠

الإطار القانوني لخدمات ما بعد البيع

في قانون حماية المستهلك المصري
(دراسة تحليلية)

د. حسام توكل موسى

٢٠٢٠



جميع الحقوق الواردة على هذا المصنف محفوظة للمؤلف بموجب قانون حماية الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ وتعديلاته، ولا يجوز بأي حال من الأحوال نشر أو نسخ أو طبع أو برمجة أو إعادة تنفيذ هذا المؤلف، سواء كاملاً أو مجزأً أو معدلاً أو محرّفاً، أو إدخاله على أجهزة الحاسب الآلي أو على اسطوانات ضوئية أو مدمجة، بأي صورة من الصور، إلا بموافقة خطية سابقة من المؤلف. كما لا يجوز لأي شخص أن ينسب هذا المؤلف إليه بأي صورة من الصور. وكل من يخالف أي مما سبق يتحمل كامل المسؤولية الجنائية والمدنية الناتجة عن هذا الفعل.

إني رأيت أنه لا يكتب انسان كتاباً في يومه إلا قال في غده:
لو غير هذا لكان أحسن، ولو زيد كذا لكان يُستحسن، ولو
قُدِم هذا لكان أفضل، ولو تُرك هذا لكان أجمل. وهذا من
أعظم العبر، وهو دليل على استيلاء النقص على جملة النشر.

العماد الأصفهاني

المقدمة

١ - مع تنامي مفاهيم العولمة والليبرالية الاقتصادية خاصة من سبعينيات القرن الماضي، اتجهت المؤسسات الاقتصادية والحكومات الرأسمالية إلى تشجيع قيم الاستهلاك لدى الأفراد، وحثهم على اقتناء المنتجات والخدمات التي تلبى العديد من رغباتهم واحتياجاته، سواء الضرورية منها أو غير الضرورية^١. وقد ترتب على ذلك أن اتسعت الهوة بين المنتجين والمستهلكين، خاصة في ظل التقدم العلمي والتكنولوجي، وتطور وتعقد المنتجات من حيث التركيب أو طريقة الاستخدام، مما أدى إلى الإخلال بالتوازن الاقتصادي والمعرفي بين المنتجين وبين المستهلكين. وهذا الأمر قد نتج عنه تنامي حركة حماية المستهلك في الدول الرأسمالية التي تعتمد على اقتصاد السوق، وذلك بهدف تحقيق نوع من التوازن بين المنتجين وبين المستهلكين؛ بحيث لا يكون فيه المستهلكين مجرد مستقبل للمنتجات التي تقدم إليهم، دون مراعاة لحقوقهم أو أمنهم وسلامتهم من استخدام تلك المنتجات. وقد ترتب على تنامي هذه الحركة، أيضاً، حدوث تطور كبير في مفهوم العقد، فلم يعد التزام المنتج أو المورد يتوقف فقط عند تقديم منتج إلى المستهلك، بل امتد تنفيذ العقد لما بعد إبرامه، فصار المنتج أو المورد ملزماً - خاصة في المنتجات المعقدة التركيب - بتوفير قطع الغيار اللازمة لهذه المنتجات، أو توفير الصيانة الدورية اللازمة للإبقاء على تحقيق هذه المنتجات للغرض الذي صُنعت من أجله.

^١ ذلك أن النظرة الليبرالية حول الطبيعة الانسانية باعتبارها رغبة لا متناهية في الامتلاك والاستحواذ، قد تُرجمت في القرن العشرين إلى التصور الاستهلاكي عن الرغبة؛ وتحولت إلى رغبة لا متناهية في الاستهلاك، فالقيم الليبرالية صارت المشجع الأكبر نحو مزيد من الاستهلاك، باعتبار أن ذلك هو السبيل إلى نمو الاقتصاد من خلال زيادة حجم الانتاج، الذي يؤدي بدوره إلى توفير فرص العمل والقضاء على البطالة. راجع: د. أشرف منصور: الليبرالية الجديدة: جذورها الفكرية وأبعادها الاقتصادية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مشروع مكتبة الأسرة: سلسلة الفكر، ٢٠٠٨، ص ٢٩ وما بعدها.

٢- وهذا الأمر قد جعل العقد المبرم بين المُنتَج والمستهلك (وهو ما يطلق عليه عقد الاستهلاك) لا يتوقف فقط على مجرد إبرامه، أو على مجرد تسليم المنتجون سلعهم إلى المستهلكين تنفيذاً لهذا العقد، بل صار المنتجون ملتزمون بتقديم ثلاثة مستويات من الخدمة إلى المستهلكين: قبل وأثناء وبعد إبرام العقد، وهذه الخدمات هي^١:

أ. خدمات ما قبل البيع: وهي الخدمات التي تعتمد على الاتصال بالمستهلكين، والتعرف على رغباتهم واحتياجاتهم بشأن المنتجات التي يقدمها إليهم المنتجون، ومحاولة تلبية ميولهم واتجاهاتهم؛ عن طريق دراسة سلوك المستهلكين، والتعرف على قدراتهم الشرائية، ومقدار الدخل الذي يمكن لهم إنفاقه في سبيل اقتناء هذا المنتج.

ب. الخدمات المرافقة للبيع: وتمثل هذه الخدمات في اعلام المستهلك بماهية المنتجات ومواصفاتها وبيان مميزاتها، وشرح طريقة استعمالها والنتائج المترتبة على ذلك.

ج. خدمات ما بعد البيع: وتبدأ هذه الخدمات من لحظة استلام المستهلك للمنتج وبداية استعماله له، وهذه الخدمات تركز بشكل رئيسي على إزالة كل عائق يمنع المستهلك من استعمال المنتج والاستفادة منه، فهي تشمل خدمات التركيب، والإصلاح، والصيانة، وتوفير قطع الغيار اللازمة للمنتجات، واستبدال المنتجات نفسها في حالة عدم أدائها للغرض المخصصة له.

٣ - ولا تقف أهمية خدمات ما بعد البيع على أنها تمثل دعاية للمنتجين، وتسويقاً غير مباشر لمنتجاتهم، ومجالاً يخلق لهم ميزة تنافسية مع أمثالهم من المنتجين في

^١ عتيقة العايبي، كريمة لغراوي: دور خدمات ما بعد البيع في تعزيز الميزة التنافسية من وجهة نظر المؤسسة/ الزبون- دراسة حالة مؤسسة خدماتي كوندور- أدرار، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، ٢٠١٨/٢٠١٩، ص ٠٧.

السوق، أو مفتاحاً لبناء علاقة طويلة الأمد مع المستهلكين، وكسب ولائهم لعلامتهم التجارية. بل إن هذه الخدمات قد صارت معياراً لمدى تأثير المستهلك ورغبته في اقتناء سلعة ما، واختيارها عن مثيلاتها في السوق.

فلم يعد اختيار المستهلك لمنتج ما متوقفاً فقط على جودة السلعة أو الخدمة المقدمة إليه، بل صارت خدمات ما بعد البيع التي تقدم إليه من المنتج أو المورد بعد اقتنائه لهذه السلعة أو الخدمة من المعايير الهامة لهذا الاختيار. بل إنه، وفي نطاق السلع المعمرة، صارت خدمات ما بعد البيع هي الفيصل في اختيار المستهلك لهذا المنتج عن باقي المنتجات المماثلة في السوق.

ويمكن القول أن التفعيل الحقيقي لخدمات ما بعد البيع وسيلة هامة لمحاربة الممارسات غير المشروعة لما يسمى بالتقادم المقصود أو التقادم المخطط له *planned obsolescence*¹، وتقوم هذه العملية على فكرة الاستهلاك المتكرر *repetitive consumption* ومعناه استهلاك نفس السلعة بشكل متكرر ومستمر؛ حيث تقوم الشركات المصنعة للسلع بتحديد عمر افتراضي لمنتجاتها، بحيث يكون من الصعب، بعد انقضاء هذا العمر الافتراضي، توفير الصيانة اللازمة لهذه السلع، أو يكون من العسير إمكانية القيام بعمليات الإصلاح اللازمة للأعطال والعيوب التي تظهر بعد الاستعمال، أو أن تمتنع هذه الشركات عن توفير قطع الغيار اللازمة لعمليات الصيانة والإصلاح تلك. فالمنتجات التي تقوم بإنتاجها تكون إما مُصممة على أن تتلف مع كثرة الاستعمال، أو أن تصير غير مطابقة للمعايير اللازمة لاستعمالها على نحو سليم بعد مدة معينة من تشغيلها².

¹ من ناحية علم التسويق والإدارة، يشير هذا المصطلح إلى أن المنتج الذي تقوم الشركة بتصميمه وإنتاجه سيكون مطلوباً في الأسواق، ويؤدي الوظيفة التي تم إنتاجه لأجلها لفترة زمنية محدودة، لتنتهي دورة حياته بعدها. وقبل وصول المنتج إلى هذه المرحلة، ستحاول الشركة المنتجة التعديل على بعض خصائص المنتج ليتناسب مع التطور ومع حاجات العملاء الجديدة. فقد تقوم بتغيير تصميم المنتج أو تغليفه أو إضافة مميزات جديدة وغيرها من الوسائل التي ستشجع العملاء على ترك النسخة القديمة من المنتج واقتناء النسخة الأحدث. راجع: <https://www.meemapps.com/term/planned-obsolescence>

² حيث أظهرت إحدى الدراسات أنه خلال الفترة بين ٢٠٠٤ و٢٠١٢، ارتفعت نسبة الأجهزة المنزلية الأساسية التي جرى التخلص منها، بعد أقل من ٥ سنوات على شرائها، من ٣,٥% إلى ٨,٣%. راجع في ذلك: مقال بعنوان: "صنع ليتلف ويستبدل"

وتهدف الشركات من هذا الأمر إلى تقليل العمر الافتراضي للمنتج، بحيث لا يكون للمشتري من سبيل إلا اللجوء إلى شراء منتج جديد، بدلاً من الاتجاه نحو صيانة أو إصلاح المنتج القديم، وهذا الأمر من شأنه العمل على ارتفاع مبيعات الشركات المصنعة، وتعزيز ثقافة الاستهلاك لدى المستهلك؛ من خلال استغلال ضعف المستهلك وعدم توفير خدمات حقيقية لما بعد البيع^١.

وقد صدر القانون رقم ٩٩٢ لسنة ٢٠١٥ في فرنسا للمعاقبة على الممارسات غير المشروعة المترتبة على التقادم المخطط له. وقد عرف القانون التقادم المخطط بأنه مجموعة من التقنيات يهدف من خلاله المصنع إلى تقليل عمر المنتج بشكل متعمد من أجل زيادة معدل استبداله. وقد اعتبر القانون هذه الممارسات جريمة يعاقب عليها بالسجن لمدة عامين وغرامة تصل إلى ٣٠٠ ألف يورو أو ما يعادل ٥% من مبيعات الشركة^٢.

بغيره: شركات تعتمد تعطيل منتجاتها"، جريدة الشرق الاوسط، السبت: ٣ رجب ١٤٤٠ هـ - ٠٩ مارس ٢٠١٩ م، العدد ٠١٤٧١١

^١ هذه الممارسات واجهتها نشاطات لمجموعات حماية المستهلكين ترفع شعار «الحق في التصليح»، وهي تحالف مدني يضم متطوعين وناشطين يدورون مراكز ومقرات إصلاح وإعادة تشغيل المنتجات التي تعطلت قبل أوانها، من أجل السعي لإجبار الشركات على تصنيع سلع تدوم لفترة أطول، على أن تكون أسهل في التصليح أيضاً. راجع: المرجع السابق.

^٢ وقد درج القضاء على محاربة هذه الممارسات غير المشروعة من خلال اجبار الشركات التي تقوم بها على أداء تعويضات للمستهلكين عن الأضرار التي لحقت بهم جراء تلك الممارسات، خاصة في الدول التي تعتمد على تقنية دعوى المجموعة class action أو الدعوى الجماعية collective action باعتبارها وسيلة هامة من وسائل حماية المستهلك قضائياً.

Review: Kasturi Moodaliyar, James F. Reardon: Collective Consumer Redress in Competition Law: The EU Green and White Papers on Private Damages Actions for Breach of the EC Antitrust Rules and South African Development, paper presented to Forth Competition Law Conference, p. 9, 10. available at: <http://www.compcom.co.za/..competition-law.../collective-consumer-Redress-in-competitive-law-draft.pdf>

ففي عام ٢٠١٧، قامت شركة أبل apple بارتكاب ممارسة غير أخلاقية لإجبار مستهلكيها على شراء الأجهزة الجديدة، حيث قامت بإصدار تحديث iOS 7 جديد لأجهزة iPhone 6, iPhone 7 ولكن اتضح للمستهلكين أن أجهزة iPhone 4 قد صارت بعد تنزيل التحديث بطيئة وغير سلسله في العمل، ولم تكن الشركة قد قامت بإعلام المستهلكين أن التحديث سيؤثر على بطاريات الاصدارات القديمة. وقد رحج البعض أن الشركة قد فعلت ذلك لإجبار المستهلكين على شراء أحدث إصدارتها من آيفون، لكن الشركة قالت إنها تهدف إلى معالجة مشاكل بطاريات الليثيوم أيون القديمة التي من شأنها أن تجعل الهواتف مغلقة فجأة لحماية مكوناتها. وعندما قام المستهلكون بالشكوى من هذه الممارسة، اعتذرت الشركة في ٢٨ ديسمبر ٢٠١٧، وعرضت بدائل للبطاريات لعملائها مقابل ٧٩ دولاراً، التي أصبحت ٢٩ دولاراً في يناير ٢٠١٨. واعترف الرئيس التنفيذي للشركة تيم كوك، بعد ذلك بعام بأن إيرادات الشركة في ٢٠١٨ تأثرت جزئياً "بتخفيض كبير في الأسعار لاستبدال بطاريات آيفون"، وقامت بإزالة

٤- وقد سعى المشرع في قانون حماية المستهلك^١ رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، إلى وضع إطار قانوني لخدمات ما بعد البيع التي يقدمها المنتجون، سواء كانت هذه الخدمات في إطار الضمان القانوني المفروض عليهم بشأن المنتجات المقدمة منهم إلى المستهلكين، أو كانت هذه الخدمات خارج نطاق هذا الضمان. ولذلك نجد المشرع، في المادة ٢٠ من هذا القانون قد ألزم مورد أي منتج بضمان جودة المنتجات محل التعاقد وسلامتها طوال فترة الضمان، وكذلك ضمان توافر المواصفات التي تم التعاقد بناءً عليها مع مستهلك تلك المنتجات. كما وضعت المادة ٢٢ من ذات القانون حداً أدنى لمدة الضمان بالنسبة للسلع المعمرة، وهو عامين من تاريخ استلام المستهلك للسلعة، مع عدم الإخلال بأي ضمانات أو شروط قانونية أو اتفاقية أفضل للمستهلك. وفي حالة المنتجات التي تحتاج إلى تركيب أو تشغيل من جانب المورد - نظراً لتعقيد تلك العملية أو احتياجها إلى خبراء متخصصين في ذلك - فيبدأ احتساب مدة الضمان من تاريخ التركيب أو التشغيل الفعلي، وبحد أقصى شهرين من تاريخ استلام المستهلك إيها. أما المادة ٢٣ من ذات القانون فقد بينت الأعمال التي يرد عليها الضمان المقرر بالمواد السابقة، فهو يشمل أعمال الكشف والفحص والإصلاح وتوفير قطع الغيار، وكذلك نفقات انتقال الفنيين، ونفقات نقل المنتج إلى مراكز الإصلاح أو الصيانة أو إلى مقر الشركة، وكذلك مصاريف إعادة المنتج بعد ذلك إلى مقر المستهلك.

التحديث، لكن المستهلكين قاموا برفع دعوى قضائية في عام ٢٠١٧ ضد الشركة عن هذه الممارسات غير الاخلاقية، وفي شهر مارس ٢٠٢٠ عرضت الشركة تسوية للدعوى الجماعية المرفوعة ضدها من المستهلكين، وتضمنت اتفاقية التسوية المقترحة من شركة آبل أن تدفع الشركة للملكي نوعيات معينة من هاتف آيفون ٢٥ دولاراً لكل جهاز متأثر. ويبلغ مجموع التعويضات ٣١٠ ملايين دولار بحد أدنى ٥٠٠ مليون دولار كحد أقصى. وفي شهر اغسطس ٢٠٢٠ اضطرت الشركة أن تدفع لجهاز حماية المستهلك في فرنسا ٢٥ مليون يورو، لتسوية قضية مشابهة مرفوعة عليها لنفس السبب. راجع في تفصيل ذلك:

<https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-42465350>

<https://arabic.cnn.com/business/article/2020/03/03/apple-will-pay-500-million-settle-lawsuit-over-slowing-down-older-iphones>

^١ الجريدة الرسمية، العدد ٣٧ تابع، في ١٣ سبتمبر ٢٠١٨.

في حين بينت المواد التالية (من ٢٤ حتى ٢٨) مدى ونطاق مسؤولية المورد في حالة الإخلال بالضمان. وكيفية تعويض المستهلك، عيناً ونقدياً، عن الأضرار التي تلحق به جراء ذلك.

٥ - وإذا كان التزام المنتجين بالضمان المقرر بالمواد السابقة ما هو إلا ضمان اضافي ومكمل للضمان الوارد بالقواعد العامة والمتعلق بضمان العيب الخفي (المواد ٤٤٧ وما بعدها من القانون المدني)، إلا أن المشرع قد رأى أن يجعل من التزام المورد بتقديم خدمات ما بعد البيع التزاماً قانوناً، فأورد نص المادة ٣٤ من قانون حماية المستهلك والذي ألقى على عاتق المورد التزاماً بتوفير مراكز الخدمة والصيانة والإصلاح وتقديم قطع الغيار الأصلية أو المعتمدة للسلع المستوردة أو المنتجة محلياً، وذلك على اعتبار أن توفير هذه المراكز يرتبط بشكل مباشر بالتنفيذ العيني لالتزام المورد بالضمان المقرر قانوناً على عاتقه.

كما بينت المادة ٣٣ من ذات القانون الالتزامات التي تقع على مراكز الخدمة المذكورة في المادة السابقة تجاه المستهلك، سواء أكانت هذه المراكز تابعة بشكل مباشر أو غير مباشر للمورد، أم كانت تعمل على نحو مستقل عنه.

٦ - ولكن، وعلى الرغم من هذه الحماية التشريعية التي أولاها المشرع للمستهلك من خلال تقرير ضمان قانوني لحمايته من الأضرار التي تصيبه جراء اقتناء منتج ما، وكذلك تقرير التزام المورد بتوفير مراكز الخدمة التي توفر له خدمة ما بعد البيع بشكل لائق يتوافق مع رغبته وإرادته من اقتناء هذه المنتجات. إلا أن الواقع العملي قد كشف لنا العديد من أوجه القصور التي تقع عند ممارسة تلك المراكز لخدمات ما بعد البيع.

ففي دراسة ميدانية على عينة من المستهلكين العملاء لإحدى شركات الأجهزة الكهربائية في مصر حول أبعاد خدمات ما بعد البيع وسلوك إعادة الشراء^١، تبين أن:

- ما يقرب من ٧٠% من العينة محل الدراسة ترى انخفاض مستوى خدمات ما بعد البيع؛ مما يدل على عدم وجود اهتمام كافي من المنتجين بتقديم تلك الخدمات على نحو مرضٍ للمستهلك.
- كما أن نسبة ٧٥% من العينة محل الدراسة ترى انخفاض في مستوى سلوك إعادة الشراء، كأثر مباشر لانخفاض مستوى خدمة ما بعد البيع؛ مما يدل على عدم رضا المستهلك عن مقدم الخدمة، الأمر الذي يؤدي إلى عدم الاستقرار في التعامل مع هذه الشركات مستقبلاً، والاتجاه إلى شركات أخرى منافسة.

بل إن البعض^٢ قد رصد مخالفات تتعلق بقيام هذه المراكز باستغلال قلة وعي المستهلكين، وعدم معرفتهم بحقوقهم بشأن خدمات ما بعد البيع المقدمة إليهم، أو عدم معرفتهم بالتزامات الموردين ومراكز الخدمة تجاههم في هذا الأمر، وكذلك ضعف الرقابة الحكومية على أداء هذه المراكز لأعمالها، وذلك من خلال قيام هذه المراكز باستنزاف المستهلكين أثناء تقديم خدمات ما بعد البيع، عن طريق رفع أسعار قطع الغيار التي يتم استبدالها بشكل مبالغ فيه، أو قيامهم باستبدال بعض قطع الغيار تلك بأخرى جديدة، على الرغم من صلاحية القطع الموجودة أصلاً بالمنتج لأداء عملها على نحو سليم، ودون وجود مسوغ في ذلك. فضلاً عن سعي بعض الموردين نحو التهرب من تطبيق أحكام الضمان، سواء القانوني أو الاتفاقي، دون وجه حق، من خلال التقرير، بشكل منفرد ودون أي

^١ مروة محمد محمد على البطريق: تأثير خدمات ما بعد البيع على سلوك إعادة الشراء لدى المستهلك المصري: دراسة تطبيقية على الأدوات الكهربائية المنزلية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد العاشر، العدد الثالث، الجزء الأول، ٢٠١٩، ص

٠٤٨٨. متاح على الانترنت: <https://jces.journals.ekb.eg>

^٢ جريدة الرياض السعودية، عدد ١٤ أكتوبر ٢٠١٨.

رأي مرجعي آخر، بأن العيوب التي لحقت بالمنتج إنما ترجع إلى سوء استخدام المستهلك للمنتج، وليست ناتجة لعيب في المنتج نفسه مما يدخل ضمن نطاق الضمان المقرر على عاتق منتج السلعة.

٧ - من هنا تأتي أهمية هذه الدراسة لبيان ماهية خدمات ما بعد البيع التي يلتزم المورد بتقديمها للمستهلك، وحدود هذا الالتزام، ومداه، وعناصره، وبيان دور مراكز الخدمة والإصلاح في تقديم خدمات ما بعد البيع، وفي تنفيذ الالتزام الواقع على عاتق المورد بضمان المنتجات المقدمة إلى المستهلك، ومدى التزامها بتقديم تلك الخدمات، وحدود ونطاق هذا الالتزام، ومدى مسؤولية هذه المراكز عن الإخلال بهذا الالتزام، وماهية الالتزام القانوني الواقع على المورد بتوفير مراكز الخدمة، ومدى استقلالية هذه المراكز عن المورد من عدمه، وماهية العلاقة القانونية التي تربط تلك المراكز بالمورد، ومدى مسؤولية المورد عن إخلال تلك المراكز بتقديم خدمات ما بعد البيع، وما تأثير تلك العلاقة القانونية بين المورد ومراكز الخدمة على المستهلك، وأحقته في الرجوع على أيهما عند الإخلال بحقوقه المتعلقة بخدمات ما بعد البيع.

٨ - وللإجابة عن هذه التساؤلات، تم تقسيم هذه الدراسة إلى أربعة مباحث:

المبحث الأول: ماهية خدمات ما بعد البيع وعناصرها.

المبحث الثاني: نطاق الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع.

المبحث الثالث: أحكام الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع.

المبحث الرابع: ضمان مركز الخدمة لخدمات ما بعد البيع.

المبحث الأول

ماهية خدمات ما بعد البيع وعناصرها

٩ - أُلقت الفقرة الأولى من المادة ٣٤ من قانون حماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، وكذلك الفقرة الأولى من المادة ٢٢ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، الصادرة بقرار رئيس مجلس الوزراء^١ رقم ٨٢٢ لسنة ٢٠١٩، على عاتق المورد التزاماً بتوفير مراكز الخدمة التي تقوم على تقديم خدمات الصيانة والإصلاح، وتوفير قطع الغيار الأصلية أو المعتمدة للسلع المستوردة أو المنتجة محلياً، أو بمعنى أعم توفير مراكز تقوم على توفير خدمات ما بعد البيع للمستهلكين من عملائها.

وبهذا النص فقد خرج التزام المورد بتوفير خدمات ما بعد البيع عن طريق مراكز الخدمة والصيانة التي تقوم بتقديم خدمات ما بعد البيع، من مجرد كونه التزاماً إضافياً يقع على عاتق المورد، يسعى من خلاله إلى تقديم ميزة إضافية للمستهلك لحثه على شراء منتجاته دون باقي منتجات المنافسين له، فأصبح هذا الالتزام التزاماً قانوناً اجبارياً، لا يمكن للمورد الإفلات من الالتزام بالقيام به. ويدل على ذلك، الجزء الجنائي الذي أورده المشرع لمخالفة المورد هذا الالتزام؛ إذ قررت المادة ٦٦ من قانون حماية المستهلك أنه "يعاقب بغرامة لا تقل عن خمسين ألف جنيه ولا تتجاوز مليوني جنيه، أو مثلي قيمة المنتج محل المخالفة أيهما أكبر، كل مورد خالف أحكام أي من المواد: ...، ٣٤، ... من هذا القانون".

^١ الجريدة الرسمية، العدد ١٣ مكرر (أ)، في أول ابريل ٢٠١٩.

١٠- وفي هذا المبحث سوف نتناول بالتفصيل بيان ماهية خدمات ما بعد البيع التي تلزم مراكز الخدمة بتقديمها للمستهلك (المطلب الأول)، ثم نبين عناصر خدمات ما بعد البيع (المطلب الثاني).

المطلب الأول

ماهية خدمات ما بعد البيع

١١ - لم يرد في قانون حماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ أو لائحته التنفيذية تعريف لخدمات ما بعد البيع، التي يدور حولها الالتزام المقرر على عاتق المورد ومراكز الخدمة في هذا القانون.

أولاً: تعريف خدمات ما بعد البيع.

١٢ - من الناحية الاقتصادية، تعتبر خدمات ما بعد البيع جزءاً من الاستراتيجية التسويقية الشاملة للشركة المنتجة، فهي تساهم في ترويج منتجاتها وزيادة المبيعات، من خلال كسب ولاء المستهلك ورضائه للعلامة التجارية، وما يترتب على ذلك من قيام نفس المستهلك بترويج المنتجات التي سبق له التمتع بخدمات ما بعد البيع الخاصة بها، والتي توافق رغباته من اقتناء المنتج.

لذلك تعرف خدمات ما بعد البيع *after-sales services*، أو دعم ما بعد البيع *after-sales support* بأنها كل الأنشطة التي يبذلها المنتجون، والتي من شأنها تمكين المستهلكين من تأمين أفضل استفادة يمكن لهم الحصول عليها من المنتجات المقدمة إليهم، وذلك من خلال زيادة المنافع، من أجل تحقيق أكبر اشباع ممكن لحاجاتهم ورغباتهم^١.

أو هي مجموعة الخدمات المقدمة للزبائن بعد البيع من قبل المنتج أو الموزع، وتتمثل في خدمات: تسليم المبيع وتركيبه، وتوفير الصيانة والإصلاح، والمساعدة بالمنزل، والمراجعة الدورية، واستبدال الاجزاء المعيبة بقطع غيار جديدة، وذلك

^١ الطاهر عقباوي، ياسين حنين: خدمة ما بعد البيع كآلية لحماية المستهلك، رسالة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، ٢٠١٩، ص ٩.

بهدف تيسير انتفاع المستهلك بالمبيع واستعماله على النحو المخصص له، وتحقيق رضا المستهلك عن تلك المنتجات وكسب ولائه للعلامة التجارية للمنتج^١.

١٣ - أما من الناحية القانونية، فلخدمات ما بعد البيع معنيين: أحدهما معنى واسع، والأخر معنى ضيق.

ففي معناها الواسع، فإن خدمات ما بعد البيع هي كل أنواع الخدمات التي تُقدم بعد إبرام عقد البيع، وتتعلق بالسلع أو الاموال المباعة، أيًا كان شكل المقابل المقرر لهذه الخدمة، مثل تسليم المنتج في محل إقامة المستهلك، وتركيب المنتج، واصلاحه وصيانته، وتوفير قطع الغيار الضرورية لذلك. وفي هذا المعنى يكون كلاً من الضمان القانوني والاتفاقي جزءاً من خدمة ما بعد البيع^٢.

أما المعنى الضيق لخدمة ما بعد البيع فلا يجعلها تشمل إلا الالتزامات التي يقوم المستهلك بدفع مقابل لها أو أجراً إضافياً لا يشملها عقد البيع، كإصلاح المبيع أو صيانته. وهنا تختلف خدمة ما بعد البيع عن الضمان، فبينما يكون الضمان التزاماً قانونياً ناشئاً عن نص القانون، أو التزاماً إضافياً ناشئاً عن العقد نفسه، فإننا - وفقاً للمفهوم الضيق - نجد خدمة ما بعد البيع تنشأ من عقد آخر مستقل عن عقد البيع حتى وإن كان تابعاً له^٣.

١٤ - ونرى أن كلا المعنيين السابقين يمكن تطبيقهما على خدمة ما بعد البيع. فقط، يختلف التعريف بحسب من يقدم الخدمة، فإذا كان المورد هو الذي يقدمها

^١ راجع: د. محمد بن عمارة: الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة وهران، الجزائر، ٢٠١٢-٢٠١٣، ص ١٢، ١٣؛ سعيد جباس: خدمات ما بعد البيع وتأثيرها على قرار المستهلك (دراسة حالة: نقطة بيع IRIS بولاية ورقلة)، رسالة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، الجزائر، ٢٠١٦/٢٠١٧، ص ٣٧؛ عتيقة العايبى وأخر: مرجع سابق، ص ٧.

^٢ راجع: د. حمد الله محمد حمد الله (مترجم): مختارات من كتاب قانون الاستهلاك الفرنسي Droit de la Consommation للأستاذ: Jean Calais Auloy، الجزء الثاني: عقود الاستهلاك les Contrats de Consommation، بدون ناشر، ٢٠٠٠، ص ٥٢؛ د. محمد جريفيلى: حماية المستهلك في نطاق العقد- دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية أورار، الجزائر، ٢٠١٧/٢٠١٨، ص ٢٧٩؛ الطاهر عقباوي وأخر: مرجع سابق، ص ٩، ١٠.

^٣ راجع: د. حمد الله محمد حمد الله: المرجع السابق؛ د. محمد جريفيلى: المرجع السابق؛ الطاهر عقباوي وأخر: مرجع سابق، ص

في سبيل تفعيل الضمان المقرر في عقد الاستهلاك، فإن معنى خدمات ما بعد البيع يشمل التعريف الموسع لها.

أما إذا كان من يقدم خدمة ما بعد البيع هو مركز خدمة مستقل عن المورد، ويقوم بتقديم هذه الخدمة بناء على عقد محرر بينه وبين المورد لذلك، فإن تعريف خدمة ما بعد البيع يكون أقرب إلى التعريف الضيق، ذلك أن الخدمة التي يقدمها مركز الخدمة في هذه الحالة لا تكون مجانية، أو يكون مقابلها داخلًا في نطاق عقد الاستهلاك. إذ إن مركز الخدمة يتحصل دائماً على مقابل تلك الخدمة، سواء أكان ذلك من المستهلك أو من المورد بناء على العقد المحرر بينه وبين مركز الخدمة لتقديم خدمات ما بعد البيع. فبالنسبة لمركز الخدمة تكون الخدمات التي يقدمها دائماً بمقابل، كما أنها - بالنسبة إليه - لا تجد مصدرها في عقد الاستهلاك المحرر بين المورد والمستهلك، وإنما يكون مصدرها العقد المحرر بين مركز الخدمة وبين المورد، بصرف النظر عن فعالية الضمان الخاص بعقد الاستهلاك والواقع على عاتق المورد. لذلك، يمكننا تعريف خدمات ما بعد البيع بأنها تلك الخدمات التي تُقدم إلى المستهلك بعد استلام المنتج، لضمان استمرار أداء المنتج للوظيفة المرجوة منه، وتحقيقه الغرض الذي اقتناه المستهلك من أجله، وتشمل تركيب المنتج وإصلاحه وصيانته وتوفير قطع الغيار اللازمة لذلك، سواء أكان تقديم هذه الخدمات تنفيذاً للضمان الملقى على عاتق المورد أم لا، وسواء كان تقديم هذه الخدمات بمقابل يؤديه المستهلك أو كان المقابل مشمولاً في عقد الاستهلاك المحرر من قبل. ويقع على عاتق المورد التزاماً بتوفير المراكز التي تقوم بهذه الخدمات، وتوفير قطع الغيار اللازمة لذلك.

١٥ - ومن التعريف السابق يمكننا بيان الخصائص والمميزات التي تقوم عليها خدمة ما بعد البيع في الآتي:

- قد يكون المدين بخدمة ما بعد البيع الصانع أو البائع، أو شخصاً آخر من الغير (مركز الخدمة المستقل)، ويختلف هذا الأمر حسب المصدر القانوني

للاتزام بخدمة ما بعد البيع (عقد الاستهلاك نفسه، أو عقد مستقل عن عقد الاستهلاك يتم ابرامه بين المستهلك ومركز الخدمة).

- تتسع الالتزامات التي تشملها خدمات ما بعد البيع؛ فهي تبدأ من عمليات الصيانة الدورية طوال فترة العمر الافتراضي للمنتج، وذلك لضمان استمرار أدائه للغرض المخصص له، وكذلك عمليات الإصلاح التي تتم للعيوب التي قد تظهر أثناء استخدام المنتج، واستبدال قطع المنتج التالفة بأخرى صالحة وأصلية، وكل ذلك بهدف استمرار أداء المنتج لوظيفته المرجوة منه.
- قد يكون المقابل لخدمات ما بعد البيع مُقدراً في عقد الاستهلاك نفسه ويتحمله المورد، وقد يكون لا يكون كذلك، بحيث يتحمله المستهلك في كل مرة يُقدم فيها المنتج إلى مركز الخدمة للإصلاح، وهنا يكون تحديد المقابل حسب تقدير مركز الخدمة في ضوء السياسات التسويقية المتفق عليها بين مركز الخدمة وبين المورد.
- قد يُتفق في عقد الاستهلاك على مدة محددة يكون فيها المورد أو مركز الخدمة ملزماً بتقديم خدمات ما بعد البيع للمستهلك، وقد لا يكون في العقد مدة محددة لذلك.

ثانياً: أهمية خدمات ما بعد البيع.

١٦ - مما سبق يتضح أهمية خدمات ما بعد البيع بالنسبة لكلاً من المستهلك والمورد، خاصة وأنها أصبحت ضرورة تجارية في ظل تعقد المنتجات وتنوعها، وفي ظل تطور المعرفة الفنية التي يمتلكها المورد للمنتجات التي يقدمها للمستهلكين، وعدم قدرة المستهلكين على مسابرتهم في هذا المجال، وما ينتج عن ذلك من عدم قدرتهم على التوصل إلى الفنيين المتخصصين من أجل إصلاح وصيانة تلك المنتجات خارج نطاق الموردين لها.

فبالنسبة للمستهلك إذا، تُحقق له خدمات ما بعد البيع الغرض من اقتناء المنتج، وهو الانتفاع به على الوجه المرجو منه، ويكون ذلك بتركيبه بالطريقة

الصحيحة التي تحقق الوظيفة الكاملة للمنتج - خاصةً إذا كان من المنتجات المعقدة الصنع، وصيانتته بشكل دوري يمنع من ظهور المشاكل، وإصلاح ما يظهر من عيوب أثناء الاستخدام، وتوفير قطع الغيار الأصلية اللازمة لاستمرار أداء المنتج لوظيفته، فضلاً عن ضمان سلامة وأمن المستهلك من الناحية الجسدية والمادية^١.
أما بالنسبة للمورد، فإن خدمات ما بعد البيع تعتبر عاملاً لتحسين سمعته التجارية ومصدراً لجذب عملاء جدد، فضلاً عن الاحتفاظ بالعملاء القدامى من خلال ضمان ولائهم لعلامته التجارية. كما أن خدمات ما بعد البيع تخفف من مسؤولية المورد عن الأضرار التي قد يحدثها المنتج، سواء وفقاً لأحكام الضمان القانوني أو الضمان الاتفاقي، أو وفقاً لقواعد المسؤولية عن الأضرار الناشئة عن استعمال المنتجات. فضلاً عن أن هذه الخدمات وسيلة لتمييز منتجات المورد عن منتجات منافسيه المماثلة في السوق. كما أنها وسيلة لتحسين الكفاءة الانتاجية للمورد، من خلال ضمان عدم قيام المستهلكين بفسخ العقود المبرمة مع المورد بشأن هذه المنتجات، وذلك نتيجة مخالفة أحكام الضمان، وكثرة العيوب التي تلحق بهذه المنتجات، وما قد يؤدي إليه هذا الأمر من انخفاض في مبيعات المورد، وركود المنتجات التي يقدمها إلى السوق^٢.

ثالثاً: الزامية خدمات ما بعد البيع.

١٧ - وفقاً للمقرر بنص المادة ٣٤ من قانون حماية المستهلك، فقد صار المورد ملزماً بتقديم خدمة ما بعد البيع للمستهلك، من خلال الالتزام بتوفير مراكز الخدمة، التي تقوم بإصلاح وصيانة المنتجات المقدمة إلى المستهلكين، وتوفير قطع الغيار اللازمة لذلك، وليستوي في هذا الالتزام أن تكون تلك المراكز تابعة للمورد، أو مستقلة عنه.

^١ محمد بن عمارة: مرجع سابق، ص ١٦؛ د. ممدوح محمد علي مبروك: الالتزام بصيانة الشيء المباع - دراسة مقارنة بين القانون المدني (المصري والفرنسي) والفقهاء الاسلامي، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون سنة نشر، ص ٧، ٨.

^٢ محمد بن عمارة: مرجع سابق، ص ١٧؛ د. ممدوح محمد علي مبروك: مرجع سابق، ص ٨، ٩؛ سعيد جباس: مرجع سابق، ص

فالاتزام بتوفير مراكز الخدمة اللازمة لعمليات الصيانة والإصلاح يقع بشكل كلي على عاتق المورد، أما طريقة تنفيذه فقد تركها المشرع لمحض إرادة المورد، فيكون قد أوفى بالتزامه بتقديم هذه الخدمات سواء من خلال مراكز خدمة تتبعه مباشرة، أو من خلال مراكز خدمة مستقلة عنه، يتعاقد المورد معها على تقديم تلك الخدمات نيابة عنه، أيًا كان شكل هذا التعاقد أو صيغته، المهم أن يكون شاملاً لخدمات الصيانة والإصلاح وتوفير قطع الغيار للمستهلك.

١٨ - ولا يتوقف تقديم هذه الخدمات خلال فترة الضمان المقررة للمستهلك، بحيث ينتهي التزام المورد ذاك بمجرد انتهاء تلك الفترة، بل يستمر التزام المورد بتوفير مراكز الخدمة التي تقدم خدمات ما بعد البيع تلك لما بعد فترة الضمان، على الأقل لحين انتهاء العمر الافتراضي للمنتج محل العقد؛ لأنَّ القول بغير ذلك يربط خدمة ما بعد البيع بالاتزام بالضمان، وهو أمر لم يسع المشرع إليه، فكلاً من الاتزامين مستقلين عن بعضهما البعض، ولكل منهما إطاره ودائرته القانونية التي يعمل فيها.

وإذا كان الاتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع خلال فترة الضمان أمرًا واقعاً على عاتق المورد، فما هو إلا تنفيذ عيني لعقد الاستهلاك^١؛ ذلك أن الضمان يوجب على المورد أن يقدم للمستهلك منتجاً صالحاً لأداء الغرض الوظيفي منه، ومطابق للمواصفات المتفق عليها، بدون أي تكلفة على عاتق المستهلك. وهذا يتطلب أن يسعى المورد دائماً إلى إصلاح كل عيب يظهر على المنتج خلال هذه الفترة، وتوفير القطع اللازمة لذلك، وعمل الصيانة الدورية التي تجعل المنتج صالحاً لهذه الوظيفة، لأنَّ ذلك يعد تنفيذاً عينياً لهذا الاتزام، ويترتب على مخالفة ذلك الاتزام حق المستهلك في خيار استبدال المنتج المعيب، أو رده إلى المورد دون أية مصاريف، وفقاً للمقرر بنص المادة ٢١ من قانون حماية المستهلك، أو ثبوت حقه

^١ راجع: د. حسام توكل موسى: حماية المستهلك من الغش والخداع التجاري (مرحلة الاعلان- مرحلة التعاقد)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠١٩، ص ٣٢٧، ٣٢٨.

في خيار فسخ العقد المبرم بينه وبين المورد، مع التعويض وفقاً لنص المادة ٤٤٧ وما بعدها، وذلك في حالة ثبوت ضمان العيب الخفي.

١٩ - أما في حالة انتهاء فترة الضمان، أو عدم توافر شروطه، فإن التزام المورد بالتدخل لتقديم خدمة ما بعد البيع لا يكون أساسه فكرة الضمان، وإنما مساعدة المستهلك على الانتفاع بالمنتج لأطول فترة ممكنة، وتمكينه من استخدام المنتج بشكل سليم خلال فترة العمر الافتراضي المقررة له، على الأقل.

لذلك، فإن تقديم خدمة ما بعد البيع لا يشترط فيها أن يكون العيب الذي لحق المنتج راجعاً إلى المنتج نفسه، بل يجوز أن يكون العيب راجعاً لطول فترة الاستعمال، أو حتى إلى خطأ المستهلك أو الغير، وذلك على اعتبار أن المستهلك هو من يقوم بأداء المقابل المتعلق بخدمة ما بعد البيع، ولا يتحملها المورد. لذلك، فإن هذه الخدمة تسري على أي عيب يلحق المنتج، دون النظر لسببه^١.

ويدل على ذلك ما قرره الفقرة ١٦ من المادة الأولى من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، عندما عرفت العمر الافتراضي للمنتجات محل الاستهلاك بأنها الفترة الزمنية لتقديم المورد خدمة ما بعد البيع، والتي تتناسب مع طبيعة المنتج لاستمراره في أداء وظيفته، ويلتزم خلالها المورد بتوفير مراكز الخدمة والصيانة وقطع الغيار.

ووفقاً للنص السابق، فإن الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع، على الأقل خلال فترة العمر الافتراضي للمنتج، هو التزام قائم على عاتق المورد، يتم تنفيذه من خلال مراكز خدمة تتمتع بالكفاءة والكفاية الفنية التي تؤهلها لذلك، سواء أكانت هذه المراكز تابعة للمورد بشكل مباشر أو غير مباشر، أو كانت مستقلة عن المورد، وإنما تقوم بتقديم هذه الخدمات بناء على اتفاق بينها وبين المورد على ذلك.

^١ د. محمد ضويفي: حق المستهلك في ضمان المنتج وتوفير خدمة ما بعد البيع، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد الرابع، العدد الثاني، ٢٠١٥، ص ٢٧٤. متاح على الانترنت: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/30392>

المطلب الثاني

عناصر خدمات ما بعد البيع

٢٠ - تتنوع عناصر خدمات ما بعد البيع بشكل متدرج: تبدأ من وضع المبيع في طور التشغيل، ثم إيجاد قناة اتصال مباشر مع المستهلك لحل المشاكل التي يواجهها أثناء استعماله للمنتجات، مروراً بتقديم خدمات الصيانة والإصلاح وتوفير قطع الغيار، وانتهاءً بتقديم الضمان المقرر قانوناً أو اتفاقاً بين المورد والمستهلك.

أولاً: الالتزامات المتعلقة بوضع المبيع في طور التشغيل:

٢١ - النتيجة المباشرة لتعدد المنتجات وتطورها الفني والتقني؛ هو عدم قدرة المستهلك على القيام بتركيب أو تشغيل بعض الأجهزة، فلا يكون من سبيل إلى القيام بذلك إلا عن طريق تدخل فنيين متخصصين على درجة عالية من الكفاءة والخبرة. ذلك أن التركيب الخاطئ لتلك الأجهزة يؤدي إلى تلفها أو عطبها، أو على أقل الأحوال التقليل من فاعليتها وعدم أدائها للوظيفة المرجوة منها.

٢٢ - لذلك، عرف المشرع، في المادة الأولى من قانون حماية المستهلك، العيب الذي يلحق بالمنتج بأنه كل نقص في قيمة أي من المنتجات بحسب الغاية المقصودة منها، ويؤدي بالضرورة إلى حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً من الاستفادة بها فيما أعدت من أجله، بما في ذلك النقص الذي ينتج من خطأ في مناولة السلعة أو تخزينها، وذلك كله ما لم يكن المستهلك قد تسبب في وقوع هذا النقص.

فوفقاً للنص السابق يضمن المورد كل عيب يلحق بالمنتج حتى لو كان هذا العيب ناتجاً عن خطأ أثناء تركيب السلعة أو تسليمها إلى المستهلك. وهذا ما أكدت عليه الفقرة الثانية من المادة ٢٧ من قانون حماية المستهلك، حينما وزعت المسؤولية عن الضمان، فجعلت الموزع أو البائع مسؤولاً عن كل ضرر ينتج عن المنتجات، متى كان هذا الضرر ناشئاً عن عيب في طريقة إعداده للاستهلاك، أو في طريقة حفظه أو تعبئته أو تداوله أو عرضه.

وقد جعلت الفقرة الثالثة من نفس المادة مسؤولية الموردين في هذا النطاق مسؤولية تضامنيه، إذ أن توزيع المسؤولية الوارد في المادة ٢٧ لا يخص إلا المتدخلين في انشاء وتوزيع وبيع السلعة للمستهلك، أما هذا الأخير فيستطيع أن يرجع على أي منهم بدعوى المسؤولية تلك عن العيب الذي يلحق بالسلعة، حتى ولو كان هذا العيب، وفقاً لقواعد التوزيع تلك، لا يدخل في نطاق مسؤوليته، وإنما يكون لهذا المورد أن يرجع، بعد أداء التعويض للمستهلك، على المسئول قانوناً عن هذا العيب بما أداه للمستهلك من تعويض.

وقد قصد المشرع من ذلك توفير الحماية للمستهلك باعتباره الطرف الضعيف في هذه الرابطة، وذلك بأن جعل له حرية اختيار المورد الأكثر ملاءمة للرجوع عليه بالضمان، ويكون لهذا الأخير أن يرجع على المسئول الفعلي بما أداه وفقاً لقواعد التوزيع الوارد بالمادة ٢٧ من قانون حماية المستهلك.

٢٣ - ووفقاً للنصوص السابقة يكون المورد مسئولاً عن توجيه المستهلك توجيهاً صحيحاً بشأن تركيب وتشغيل الأجهزة التي تحتاج إلى طريقة معينة لذلك، سواء أكان ذلك عن طريق توفير التعليمات والبيانات اللازمة لذلك، والتي تُقدم للمستهلك الطريقة الصحيحة لتركيب وتشغيل الأجهزة بما يتوافق مع الغرض والوظيفة المرجوة منها.

وإذا ما كانت هذه الأجهزة معقدة فنياً أو تقنياً بشكل لا يسمح للمستهلك بالقيام بعمليات التركيب أو التشغيل، فإن هذا الالتزام يتطور ليصبح المورد ملزماً بأن يوفر للمستهلك الفنيين المتخصصين ذوي الكفاءة والخبرة للقيام بعملية التركيب والتشغيل، سواء أكان هؤلاء الفنيين تابعين للمورد نفسه، أم تابعين لمراكز الخدمة التي تعاقد معها المورد على تقديم خدمات ما بعد البيع.

ثانياً: الاتصال المباشر مع المستهلك:

٢٤ - يقصد بالاتصال المباشر مع المستهلكين إيجاد نوع من قنوات الاتصال المباشر، التي تعتمد على سماع رغبات أو مشاكل أو تظلمات وشكاوى المستهلكين، سواء من المنتج محل الاستعمال، أو طريقة أداء الخدمة.

٢٥ - ولقد أكد المشرع، في المادة الثانية من قانون حماية المستهلك، على حق المستهلك في تقديم الشكوى للمورد عن العيوب التي تصيب المنتجات، أو تلك التي تشوب طريقة أو أسلوب أداء الخدمات محل التعاقد، أو عند الإخلال بالالتزامات الواقعة على عاتق المورد تجاه المستهلك أو المنتجات المقدمة إليه.

ويُقصد بشكوى المستهلك عدم رضائه من المنتجات المقدمة إليه، أو استيائه أو خيبة أمله منها، أو من المورد نفسه، سواء أكان ذلك لسبب يتعلق بالمنتج نفسه، أو بطريقة تقديمه إليه، أو بسبب قصور في خدمات ما بعد البيع. ويكون الغرض من هذه الشكوى دائماً تصحيح ما يعثر تنفيذ العقد المبرم بين المورد والمستهلك من أخطاء بقصد تفادي فسخه، فالشكوى دائماً ما تُقدم لتصحيح مسار تنفيذ العقد، بإرجاع تنفيذ الالتزامات الملقاة على عاتق طرفيه إلى مسارها الطبيعي، وبشكل يحول دون الوصول بالمستهلك إلى مرحلة اللجوء إلى فسخ العقد، أو طلب إبطاله. وهذا هدف عام يسعى إليه المشرع من خلال الحد من الأفعال والإجراءات التي تؤدي إلى فسخ العقود، ومحاولة توفير البيئة التي تسمح دائماً بتصحيح مسارها؛ للحيلولة دون فسخها.

٢٦ - ويجب على المورد العمل على معالجة شكاوى المستهلكين والتعامل معها من خلال إيجاد الطرق التي يستطيع بها المستهلكين بث شكاوهم إلى المورد، والتكفل بإيجاد أساليب لمعالجة هذه المشاكل، سواء كانت هذه المشاكل ناتجة عن خلل أو عيب في المنتجات المقدمة للمستهلك، أو نتيجة سلوك خاطئ من المستهلك عند استعمال المنتج^١.

^١ سعيد جباس: مرجع سابق، ص ٧.

وتتطلب معالجة شكاوى المستهلكين قيام المورد بتوفير الوسائل والطرق التي تساعد على سماع هذه الشكاوى، وتوفير الأطقم القادرة على استيعابها ومحاولة الوصول إلى طرق حلها؛ بتقديم المعلومات والبيانات اللازمة لذلك إلى المستهلك، ويكون ذلك عادة من خلال عدة طرق مثل:

- توفير خطوط ساخنة لخدمة العملاء تعمل على تلقي شكاواهم وتحويلهم إلى متخصصين يقدمون لهم النصائح التي تعالج المشاكل التي تظهر لهم أثناء استعمال المنتجات.
- توفير المواقع الإلكترونية، أو المنتديات على وسائل التواصل الاجتماعي، أو البريد الإلكتروني الذي يوفر للمستهلك اتصال مباشر مع الموردين.
- توفير خدمات الدعم الفني، أو مكاتب المساعدة التي يستطيع المستهلك التواصل معها، والتي تقدم له الحلول الفنية للمشكلات التي تواجهه.

ثالثاً: الالتزام بصيانة المنتجات؛

٢٧ - تُعرّف الصيانة بأنها مجموعة من الأعمال والإجراءات التي تهدف إلى بقاء الآلة على الحالة التي تصلح معها لأداء الأعمال المراد تحقيقها منها. أو هي مجموعة من الإجراءات وسلسلة من العمليات المستمرة التي يجب القيام بها بهدف وضع الآلة في وضع الاستعداد التام للعمل. أو هي المحافظة على الآلة لضمان إصلاحها واستمرار إنتاجيتها. أو هي المحافظة على استمرارية الكفاءة الإنتاجية العالية للآلة بأقل جهد ووقت وتكلفة، ويتحقق ذلك بالوقاية من التلف المتوقع حدوثه، أو بإصلاحها عند وقوع التلف، وحمايتها من التآكل والتقدم مع الزمن؛ باستبدال القطع التالفة بقطع أخرى سليمة^١.

ومن التعريفات السابقة، يتضح لنا أن الالتزام بالصيانة أصبح ضرورة تجارية، تفرضها ما صارت عليه المنتجات من تعقيدات فنية وتقنية، تتطلب فنيين

^١ راجع في ذلك: د. عاطف محمد حسين أبو هرييد: عقود الصيانة وتطبيقاتها (دراسة فقهية مقارنة)، رسالة دكتوراه، كلية دار العلوم، جامعة القاهرة، ٢٠١١، ص ٤٤، ٤٥.

متخصصين ذوو خبرة كافية للقيام بها. لذلك؛ بالنسبة للمورد، فإن الصيانة تهدف إلى المساهمة إلى خلق قيمة سوقية عالية للمنتج في السوق، وإلى زيادة عمر السلعة الافتراضي، وكذلك إلى تخفيض تكاليف الأعطال وتحسين الأرباح، وإلى تحسين أداء المنتج من خلال تقليل الأعطال^١.

كما تهدف صيانة المنتجات بشكل أساسي إلى هو ضمان صلاحية المنتج محل الصيانة للعمل، وإصلاح أي تلف أو عطل أو عيوب ترد عليه، سواء أكانت بسبب نوعية المواد الداخلة في تصميمه، أو إلى طريقة التصميم نفسها، أو طريقة تركيب أجزائه. ويتطلب ذلك مراقبة المنتج بصفة دورية للتأكد من استمرار عمل المنتج بصورة صحيحة، ولضمان عدم اصابته بأي ضرر أو تلف أو عيب، والقيام بعملية الإصلاح المناسبة واللازمة لتلك العيوب بشكل سريع؛ لمنع تفاقمها وتطورها أضرارها^٢. ولا يتطلب تنفيذ هذا الالتزام بالضرورة وجود عطل أو تلف أو خلل بالمنتج؛ حيث أن الهدف منه دائماً هو الوقاية من حدوث هذه الأعطال أو التلفيات من الأساس^٣.

رابعاً: الالتزام بإصلاح المنتجات؛

٢٨ - يقصد بالإصلاح، الأعمال الفنية، سواء أكانت أعمالاً يدوية أو ذهنية، التي يقوم بها فنيون متخصصون ومحترفون لإزالة ما يلحق بالمنتجات من خلل أو عيوب، بغرض إعادة المنتج للعمل بصورة طبيعية وفقاً للغرض المخصص له^٤. يستوي في ذلك أن تتم عملية الإصلاح تلك في مقر إقامة المستهلك، أو في مراكز الصيانة الخاصة بالمنتج، أو تلك المملوكة للفني المحترف، وسواء أكان الفني المحترف

^١ سعيد جاس: مرجع سابق، ص ٦.

^٢ د. ممدوح محمد علي مبروك: مرجع سابق، ص ٤ وما بعدها.

^٣ المرجع السابق، ص ٧٤، ٧٥.

^٤ المرجع السابق، ص ٧٥.

يقوم بهذه العملية وهو مستقل عن المنتج، أو كان تابعاً له يعمل تحت إشرافه ورقابته^١.

٢٩ - والالتزام بالإصلاح هو التنفيذ العيني للالتزام بالصيانة، إذ يجب على المورد ضمان بقاء واستمرار عمل المنتج لأطول فترة ممكنة على الوجه المتفق عليه. ولا يعد وفاءً بالالتزام بالصيانة مجرد إصلاح الجهاز على نحو يكفل استمراره للعمل حتى انتهاء فترة الضمان، ثم يتوقف بعد ذلك، فهذا الالتزام يبقى قائماً حتى بعد انتهاء فترة الضمان، وإذا أخل المورد به يكون مسؤولاً عنه، حتى ولو ظهر العيب أو الخلل بعد انتهاء فترة الضمان، وذلك وفقاً لقاعدة أن الغش يفسد كل شيء. ويعد ظهور العيب مرة أخرى في نفس الموضع الذي جرت عليه عملية الصيانة والإصلاح قرينة على إخلال المورد بالالتزام بالضمان.

ولا يستطيع المورد أن يتحلى من هذا الالتزام بالقول بأنه قد بذل الجهد اللازم للإصلاح، أو أن هذا الإصلاح يتجاوز مقدرته الفنية، وإنما لا بد، حتى يكون قد أوفى بالتزامه بالإصلاح، أن يتم الإصلاح فعلاً، وأن يتم إزالة الخلل أو العيب الذي لحق بالمنتج، وأن يعود الأخير لأداء وظيفته بالصورة المعتادة^٢.

ويقوم الفني، سواء أكان تابعاً للمورد أم مستقلاً عنه، بعملية الإصلاح وفقاً لتعليمات المنتج، وبما يتفق مع المعطيات التقنية والفنية الحديثة، ويجب أن يتفق الإصلاح مع جسامه الخلل وطبيعة المنتج، والاستعمال المرجو منه، والعمر الافتراضي المتوقع له^٣.

٣٠ - وإذا كانت الصيانة لا يلزم فيها وجود خلل أو عيب يلحق بالمنتج، وذلك لكونها تقوم أساساً على فكرة الوقاية أو منع وقوع الخلل أو العيب المحتمل، فإن الإصلاح على العكس من ذلك، لا يقوم إلا إذا وجد خلل أو عيب يلحق بالمنتج

^١ سعيد جباس: مرجع سابق، ص ٧.

^٢ د. ممدوح محمد علي مبروك: مرجع سابق، ص ٧٨، ٧٩.

^٣ المرجع السابق، ص ٧٦.

محل العقد، ذلك أن الهدف من الإصلاح دائماً هو العلاج وليس الوقاية، لأنَّ الهدف منه بقاء واستدامة المنتج محل العقد سليماً وجاهزاً للاستعمال في الغرض أو الوظيفة التي تم التعاقد عليها من أجله، وهذا يتطلب وجود خلل أو عيب يلحق بالمنتج محل العقد، وهذا ما يوجب أن يقوم به فني متخصص يحترف هذا العمل بشكل رئيسي^١.

فالالتزام بالإصلاح، في رأي البعض، يتضمن أداءين على الأقل: الإصلاح بالمعنى الضيق، وهو العملية الذهنية واليدوية التي يقوم بها الفني لإزالة ما يصيب المنتج من عيب أو خلل، ثم إحلال قطع جديدة محل القطع المعيبة، متى كان تغيير هذه القطع أمراً ضرورياً لإعادة المنتج إلى سابق حالته^٢. ولهذا يمكن القول بأن الالتزام بالإصلاح يرتبط بشكل ما مع الالتزام بتوفير قطع الغيار، بل إن الالتزام الأخير يعد من ضرورياته، على اعتبار أن الإصلاح في كثير من الحالات لا يتم إلا من خلال استبدال قطع الغيار التالفة بأخرى جديدة.

خامساً: الالتزام بتوفير قطع الغيار

٣١ - يتطلب أداء الالتزام بالإصلاح في أغلب الأحيان أن يتم استبدال قطع الغيار الجديدة ببعض قطع الغيار التالفة في المنتج الذي تجري عليه عملية الإصلاح، وذلك حتى يقوم المنتج بأداء الوظيفة المرجوة منه. فلا يقع الاستبدال في هذه الحالة على المنتج ككل، وإنما على بعض أجزائه التي أصابها التلف أو أصبحت غير مناسبة أو غير متوافقة مع عمل المنتج، فيكون تغييرها بأخرى جديدة أمراً ضرورياً لبقاء المنتج واستمرار أدائه لعمله.

ووفقاً لنص المادة ٣٤ من قانون حماية المستهلك فإن المورد يلتزم بتوفير قطع الغيار الأصلية أو المعتمدة للسلع المستوردة أو المنتجة محلياً. وقد اختص المشرع المورد بالالتزام بتوفير قطع الغيار تلك لأنه هو من قدم المنتج للمستهلك، كما أنه هو

^١ د. عاطف محمد حسين أبو هرييد: مرجع سابق، ص ٥٤؛ الطاهر عقباوي واخر: مرجع سابق، ص ١٨.

^٢ د. حسام توكل موسى: مرجع سابق، ص ٣٢٧.

من يلتزم حياله بالضمان، والالتزام بتوفير قطع الغيار يرتبط بفترة الضمان على اعتبار أنه من الالتزامات الضرورية لتنفيذه.

٣٢ - والالتزام بتقديم قطع الغيار الأصلية أو المعتمدة هو التزام بتحقيق نتيجة وليس التزاماً ببذل عناية، ويترتب على ذلك أن المورد لا يستطيع التحلل من هذا الالتزام بدعوى عدم توافر قطع الغيار اللازمة لتوقف إنتاجها أو ارتفاع أسعارها، إذ كان يجب عليه أن يؤمن نفسه من حدوث ذلك بأن يحصل من المنتج أو الصانع على تعهد بتوفير هذه القطع خلال فترة الضمان الخاصة بالمنتجات محل العقد^١.

ولا ترتفع هذه المسؤولية إلا بإثبات توافر إحدى حالات القوة القاهرة أو السبب الأجنبي أو خطأ المشتري، الذي يمنع المورد من تنفيذ هذا الالتزام. ويعد من قبيل السبب الأجنبي حظر الحكومة استيراد قطع الغيار الأصلية أو المعتمدة أثر ظروف دولية، كنشوب الحرب مع الدولة المنتجة لقطع الغيار تلك^٢.

كما لا ترتفع مسؤولية المورد متى كان السبب في عدم توافر قطع الغيار اللازمة لعمليات الإصلاح والصيانة راجعاً إلى ممارسته لما يسمى بالتقادم المخطط له أو التقادم المقصود؛ حيث تتجه الشركات المنافسة إلى الاتفاق فيما بينها على تحديد عمر افتراضي للمنتجات المتشابهة التي تقوم بإنتاجها أو بتصنيعها، ومن أجل ذلك تسعى إلى جعل تكلفة صيانة تلك المنتجات أو عملية إصلاح العيوب التي تظهر فيها خلال فترة الاستعمال، مكلفة أو شاقة بالنسبة للمستهلك، أو تتجه إلى الامتناع عن توريد قطع الغيار اللازمة لذلك، أو تجعل تكلفة أو قيمة هذه القطع مقاربة لثمن المنتج نفسه، وذلك بقصد جعل المستهلك يتجه إلى شراء منتج جديد،

^١ د. ممدوح محمد علي مبروك: مرجع سابق، ص ٧٨؛ الطاهر عقباوي واخر: مرجع سابق، ص ١٩.

^٢ د. ممدوح محمد علي مبروك: مرجع سابق، ص ٧٩؛ الطاهر عقباوي واخر: مرجع سابق، ص ٢٠؛ د. أمال بوهنتاله، سلوى قداش: واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد الثاني، العدد الرابع (عدد

خاص)، ٢٠١٧، ص ٢١٣. متاح على الانترنت: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/30392>

بدلاً من المنتج القديم الذي يرغب في إصلاحه أو تغيير قطع الغيار التالفة أو المعينة الموجودة به^١.

ذلك أن هذه الممارسات تدخل في نطاق الممارسات التسويقية غير المشروعة، ويتصف سلوك المورد في هذه الحالة بأنه ينطوي على غش نحو المستهلك. ووفقاً للقاعدة القانونية، فإن الغش يُفسد كل شيء، وبالتالي يُعامل المورد بنقيض مقصودة، ولا ترتفع مسؤوليته عن الضمان المقرر على عاتقه، ويسأل في مواجهة المستهلك متى توافرت أي من الحالات السابق ذكرها.

سادساً: الالتزام بتنفيذ الضمان القانوني أو الاتفاقي؛

٣٣ - يتعلق الضمان بتنفيذ المورد للالتزامات التي فرضها عليه قانون حماية المستهلك حيال هذا الأخير، وقد جعل المشرع الضمان متعلقاً بالعيوب أو الأعطاب التي تحدث للمنتجات، والتي تكون راجعة إلى المنتج ذاته، سواء أكان السبب في ذلك عيب في التصنيع، أو في التركيب، أو في التشغيل، أو في التسليم، أو في التخزين. وبمعنى أكثر شمولاً؛ لكل عيب لا يكون للمستهلك يد فيه.

ووفقاً لنص المادة ٢٠ من قانون حماية المستهلك فإن الالتزام بالضمان يتعلق بناحيتين: الأولى جودة المنتج محل التعاقد، أي قدرته على أداء الوظيفة المرجوة منه بكل كفاءة، حتى ولو يكن قد اتفق عليها بين المورد وبين المستهلك، إذ يُرجع في ذلك إلى طبيعة المنتج نفسه، والوظيفة المرجوة منه، والعرف التجاري الذي يسري في هذا الشأن. والناحية الثانية هي توافر الصفات التي تم التعاقد بناءً عليها بين المورد وبين المستهلك، حتى ولو لم يكن لعدم توافرها أي تأثير على أداء المنتج للوظيفة المرجوة منه.

٣٤ - ووفقاً للقواعد العامة الواردة بالمادة ٤٥٢ من القانون المدني، فإن مدة الضمان للعيب الخفي الذي يلحق بالسلعة محل العقد، هي سنة تبدأ من تاريخ

^١ راجع في ذلك البند ٥.

استلام المشتري للسلعة محل الضمان، حتى ولو كان اكتشاف العيب قد حدث بعد ذلك.

واستثناءً مما سبق، يكون البائع ملتزماً بضمان العيب الذي يظهر بعد مرور سنة من تاريخ استلام المشتري للسلعة، متى كان مصدر العيب الذي ظهر أو نواته قد وجد قبل انتهاء تلك المدة، وبشرط ألا يكون راجعاً إلى خطأ المشتري، كتراخيه في إبلاغ البائع عن العيب أو نقل الجهاز المبيع إلى مركز الخدمة المختص لإصلاحه. ويكون على المشتري في هذه الحالة عبء إثبات أن سبب العيب أو الخلل قد ظهر أثناء فترة الضمان، ثم تفاقم بعد ذلك^١.

لكن المشرع قد خرج على هذا الأصل في المادة ٢٢ من قانون حماية المستهلك، فوضع حداً أدنى لمدة الضمان القانوني للسلع المعمرة عن العيوب المتعلقة بصناعتها، فلا يجوز أن تقل هذه المدة عن عامين تبدأ من تاريخ استلام المستهلك للمنتج، فإذا كانت المنتجات من تلك التي تحتاج إلى تركيب أو تشغيل من جانب المورد، فنبداً مدة الضمان من تاريخ التركيب أو التشغيل الفعلي، وذلك بحد أقصى شهرين من تاريخ استلام المستهلك للمنتج.

٣٥ - ووفقاً للمادة ٢٣ من قانون حماية المستهلك فإن الضمان المقرر بالمادة السابقة، يشمل أعمال الكشف والفحص والإصلاح وتوفير قطع الغيار الأصلية، بالإضافة إلى تحمل نفقات انتقال الفنيين ونفقات نقل المنتج - عند الحاجة إلى الإصلاح - من مقر المستهلك إلى مقر الشركة أو مركز الصيانة، وإعادةه إلى مقر المستهلك بعد الإصلاح، بما في ذلك نفقات التركيب والتشغيل.

فالمورد يلتزم بتوفير الصيانة الدورية للمنتجات محل الضمان، ولا يجوز له الامتناع عن توفيرها للمستهلك تحت أي ظرف، كما يقع عليه التزام بتوفير الفنيين المؤهلين لفحص المنتج والكشف عليه.

^١ د. ممدوح محمد علي مبروك: مرجع سابق، ص ٥٩.

ولا يجوز للمورد أن يُحمّل المستهلك، خلال فترة الضمان، ومتى كان العيب الذي يلحق بالمنتج داخلياً في نطاق الضمان، أي نفقات تتعلق بالصيانة أو الإصلاح أو استبدال قطع الغيار التالفة بأخرى سليمة، بل لا يجوز له أن يُحمّله نفقات انتقال الفنيين إلى مقر المستهلك لفحص المنتج، أو نفقات نقل المنتج نفسه من مقر المستهلك إلى مقر الشركة أو مركز الصيانة، وذلك متى كان إصلاح المنتج يتطلب ذلك، ولا نفقات إعادة المنتج، بعد الإصلاح إلى المستهلك، ولا نفقات إعادة تركيبه وتشغيله، وذلك كله ما دام الإصلاح يتم خلال فترة الضمان، ومتى كان العيب راجعاً إلى سبب من الأسباب التي يشملها الضمان^١، وذلك وفقاً لمفهوم العيب الوارد بالفقرة السابعة من المادة الأولى من قانون حماية المستهلك.

٣٦ - ونرى أن الالتزامات الواردة على عاتق المورد بالمادتين ٢٢ و ٢٣ من قانون حماية المستهلك، والمتعلقة بعدم تحميل المستهلك أي نفقات للأعمال المتعلقة بتنفيذ الضمان القانوني، هي التزامات من النظام العام، فلا يجوز الاتفاق على مخالفتها أو تحلل المورد منها؛ وذلك لأنّ هذه الأعمال، من ناحية أولى، هي جوهر عملية الضمان نفسها، فلا يقوم الضمان إلا بأعمال الكشف والإصلاح والصيانة وتوفير قطع الغيار اللازمة، والقول بتحميل المستهلك لنفقات تلك الأعمال يُخرج الضمان عن مضمونه والهدف منه، كما أنه سيكون وسيلة للمورد لاستغلال المستهلك وتحميله نفقات مبالغ فيها قد لا يكون العيب الذي لحق المنتج نفسه يحتاج إليها.

ومن ناحية أخرى، فإنّ المشرع قد وضع، بالمادة ٦٥ من قانون حماية المستهلك، جزاءً جنائياً عند مخالفة المورد لأحكام المادتين ٢٠ و ٢٢ من قانون حماية المستهلك، وهما المتعلقة بالالتزام المورد بالضمان ومدته، ويمتد هذا العقاب إلى مخالفة أحكام المادة ٢٣ من قانون حماية المستهلك، والمتعلقة بالأعمال الداخلة في الضمان؛ وذلك على اعتبار أن هذه المادة ما هي إلا مادة مُفسرة ومُكمّلة للمادة

^١ د. أمال بوهنتاله وانخر: مرجع سابق، ص ٢١٢، ٢١٣.

السابقة لها (المادة ٢٢ من قانون حماية المستهلك) والتي تُبين مدة الضمان القانوني الواقع على عاتق المورد.

لذلك، يمكن القول بأنه متى قام أي سبب من الأسباب الموجبة للضمان خلال المدة المحددة له قانوناً أو اتفاقاً، فلا يجوز للمورد أن يتنصل من التزاماته بأداء الأعمال التي قررتها المادة ٢٣ من قانون حماية المستهلك، فمن ناحية أولى يجب عليه الالتزام بأداء أعمال الكشف أو الصيانة أو الإصلاح، أو الالتزام بتوفير قطع الغيار اللازمة لذلك، سواء أتم ذلك عن طريق المورد نفسه، أو بواسطة فنيين تابعين له، أو بواسطة مراكز خدمة تعاقد معها على القيام بتلك الأعمال.

ومن ناحية أخرى لا يجوز تحميل المستهلك بأي نفقات لازمة لإتمام هذه الأعمال خلال مدة الضمان، وذلك تحت أي مسمى، حتى ولو كان من يقوم بتنفيذ أعمال الضمان مراكز خدمة مستقلة عن المورد نفسه، ذلك أن هذه المراكز ما هي إلا وسيلة لتنفيذ المورد لالتزامه بالضمان القانوني أو الاتفاقي، ولا يجوز لها أن تخالف أحكام هذا الضمان، وإلا كان ذلك وسيلة لتهرب المورد من الالتزام بالضمان المقرر بقانون حماية المستهلك.

المبحث الثاني

نطاق الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع

٣٧ - بيناَ فيما سبق أن الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع يقع على عاتق المورد. وهنا يكون المورد بالخيار بين أن يُقدم هذه الخدمة بنفسه، أو عن طريق فنيين تابعين له، أو عن طريق فنيين مستقلين عنه تربطهم به رابطة عقدية قوامها تقديم خدمات ما بعد البيع لعملاء المورد، تنفيذاً لالتزامه ذلك.

وهذا الالتزام هو ما ورد بالمادة ٣٤ من قانون حماية المستهلك، والذي أوجب على المورد توفير مراكز الخدمة، التي تقدم خدمات ما بعد البيع، سواء أكانت تلك المراكز تابعة للمورد نفسه أم مستقلة عنه.

٣٨ - وقد أوجب المشرع أن يكون تقديم خدمات ما بعد البيع عن طريق مراكز الخدمة، باعتبار أن تلك المراكز ستضمن فنيين ذوي كفاءة وخبرة كافية لتقديم خدمات ما بعد البيع وفقاً للأصول والقواعد المتبعة لذلك. وفي ذلك ضمان للمستهلك، وتحقيقاً للغرض الرئيسي من الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع، وهو استمرار أداء المنتج للوظيفة المرجوة منه.

٣٩ - سوف نتناول في هذا المبحث بيان نطاق الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع من حيث الأشخاص (المطلب الأول)، ثم من حيث موضوع الالتزام نفسه (المطلب الثاني).

المطلب الأول

النطاق الشخصي للالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع

٤٠ - يختلف النطاق الشخصي للالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع عن الالتزام بالضمان، ففي حين يقتصر الالتزام بالضمان على بائع السلعة ومشتريها، فإن أطراف الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع هم: المستهلك السلعة، وموردها، ومركز الخدمة الذي يقوم بتقديم تلك الخدمات.

أولاً: المستهلك.

٤١ - للاستهلاك معنيين، أحدهما مادي؛ وهو فعل الاستهلاك ذاته، أي استخدام السلع ذاتها. أما المعنى الآخر فهو معنى قانوني، ويقصد به كل تصرف يبرمه الشخص يكون القصد منه إشباع حاجة شخصية له^١.

ولقد أخذ المشرع المصري بمعيار الارتباط المباشر لتحديد مفهوم المستهلك، إذ ورد في البند الأول من المادة الأولى من قانون حماية المستهلك، تعريف المستهلك بأنه كل شخص طبيعي أو اعتباري يقدم إليه أحد المنتجات لإشباع حاجاته غير المهنية أو غير الحرفية أو غير التجارية، أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص.

وعلى ذلك، فإن مفهوم المستهلك يتسع ليشمل الأشخاص الطبيعية، وكذلك الأشخاص الاعتبارية، بصرف النظر عن ماهية تلك الأشخاص، فيجوز أن يكون مستهلكاً أي شخص اعتباري، بصرف النظر عن الشكل القانوني الذي يتخذه، سواء أكان شخصاً اعتبارياً مدنياً، كالجمعيات أو المؤسسات الأهلية أو النقابات، أو شخصاً اعتبارياً تجارياً، كأن يتخذ صورة إحدى الشركات المقررة بالقانون.

٤٢ - وإذا كان المشرع قد وسع من نطاق الشخص الذي يعد مستهلكاً، فأجاز أن يكون شخصاً طبيعياً أو شخصاً اعتبارياً، بصرف النظر عن موضوع نشاطه، إلا أن

^١ د. حسام توكل موسى: مرجع سابق، ص ٨٠.

المشروع قد ضيق من غرض المستهلك من التصرف محل الاستهلاك، فلا يُعد مستهلكاً من يُبرم التصرف لأغراض تتعلق بأنشطته المهنية أو الحرفية أو التجارية. ففهوم المستهلك لا يتحقق في الشخص متى كان التعاقد بشأن الأعمال اللازمة لتسهيل أو تحسين أداء مهنته أو حرفته أو تجارته، أو الأعمال المرتبطة بها. إذ يجب ألا يكون للعمل الذي يمارسه الشخص أي ارتباط، بأي شكل كان أو بأي مدى كان، بالعقد محل الاستهلاك.

ويرجع ذلك إلى أن من يتعاقد لهذه الأغراض يكون لديه من الخبرة والمعرفة ما يمكنه من صون حقوقه، مقارنةً بالمستهلك الذي لا تكون لديه هذه الخبرة أو تلك المعرفة. فضلاً عن أن العقود المتعلقة بأغراض مهنية أو تجارية أو حرفية، عادة ما تخضع لتنظيم آخر غير ذلك التي يحكم عقود الاستهلاك والتي ينظمها قانون حماية المستهلك¹.

ثانياً: المورد.

٤٣ - توسع المشرع في تعريف المورد، فلم يقتصر هذا التعريف على من يقوم بإنتاج السلع أو تقديم الخدمات، وإنما مدَّ نطاق مفهوم المورد لكل من يتدخل في عملية الاستهلاك ابتداءً من المنتج أو الصانع، وانتهاءً بأخر موزع أو بائع يقدم المنتجات إلى المستهلك النهائي.

لذلك، يمكن القول بأن مفهوم المورد يمتد ليشمل كلاً من:

- المنتج: وهو من يقوم بإنتاج المواد الأولية عن طريق إحدى عمليات التصنيع أو التحويل إلى مادة جديدة، عن طريق تغيير حجمها أو تركيبها أو طبيعتها أو نوعها. كما يعتبر منتجاً من يقوم بتركيب الأجهزة، ومن يقوم بالتغليف وإعادة التغليف ومن يقوم بالحفظ، سواء أكان ذلك بطريقة اعتيادية أو عرضية، بصورة رئيسية أو تبعية، وأيا كانت الوسائل المستخدمة في ذلك، وهو في ذلك قد يكون منتجاً لمادة أولية يتوقف دوره على

¹ المرجع السابق، ص ٨٦.

استخراجها، دون تحويلها إلى شكل آخر، أو بتحويلها إلى مُنتج نهائي بتحويل المادة الأولية إلى شكل جديد، أو صانع لجزء مكون لمنتج نهائي، سواء كان تدخله بالتركيب أو التغليف أو الحفظ أو غير ذلك من الوسائل^١.

• المستورد: وهو من يمتن جلب المنتجات والسلع من الخارج إلى البلاد، بطريقة منتظمة. فهو يقوم بشراء السلعة - وليس إنتاجها - بقصد إعادة بيعها للمشتري أو المستهلك بطريقة غير مباشرة^٢.

• الموزع: هو عادة الشخص الذي يمتن توزيع المنتجات التي يقوم المنتج أو الصانع بإنتاجها، فهو يهدف إلى إيصال السلع بعد الانتهاء من إنتاجها إلى المستهلك، أو المشتري الصناعي، وقد يمتد نشاطه ليشمل خدمات التسويق ذاتها. وقد يقتصر على عملية نقل السلع من منتجها أو مصنعها أو المستوردين لها إلى البائع بالجملة أو نصف الجملة^٣.

• البائع: يمثل الحلقة الأخيرة في السلسلة الممتدة من المنتج إلى المستهلك، إذ يقوم بعرض المنتجات والسلع على المستهلك. وقد يكون بائعاً محترفاً، وقد يكون بائعاً عرضياً. وهو في الحالتين يعد مهنيًا، وفقا لعموم تعريف المورد الواردة في نص المادة الأولى من قانون حماية المستهلك^٤.

• مقدم الخدمة: هو من يقدم خدماته إلى المستهلكين بقصد الاستفادة منها. حيث لم يقصر قانون حماية المستهلك مجال تطبيقه على مقدمي السلع فقط، وإنما مدّ ذلك إلى الخدمات، ومن يقدمها للمستهلكين^٥.

٤٤ - كما توسع المشرع في مفهوم المورد فلم يقصر ذلك المفهوم على أشخاص القانون الخاص فقط، بل نجده قد مدّ نطاق هذا المفهوم إلى أشخاص القانون العام

^١ المرجع السابق، ص ١١٤، ١١٥.

^٢ المرجع السابق، ص ١١٦.

^٣ المرجع السابق.

^٤ المرجع السابق، ص ١١٧.

^٥ المرجع السابق.

الذين يقدمون منتجاتهم إلى المستهلكين، وذلك وفقاً لتعريف المنتجات الوارد بالبند الرابع من قانون حماية المستهلك، والذي عرفها بأنها السلع والخدمات المقدمة من أشخاص القانون العام أو الخاص.

لذلك يمكن القول باعتبار أشخاص القانون العام الذين يقدمون سلعا أو خدمات إلى المستهلك، في حكم الموردين، وذلك متى كانوا من المرافق الصناعية أو التجارية، التي تسعى دائماً لتقديم هذه الخدمات من أجل تحقيق الربح، وتتبع في تعاملها مع المستهلك ذات الأسلوب التي يتبعه أشخاص القانون الخاص¹.

لذلك ورد تعريف المورد في البند الخامس من المادة الأولى من قانون حماية المستهلك (البند الثامن من المادة الأولى من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك) على اعتبار أنه كل شخص يمارس نشاطاً تجارياً أو صناعياً أو مهنياً أو حرفياً، أو يقدم خدمة للمستهلك، أو ينتج سلعة أو يصنعها أو يستوردها، أو

¹ نتيجة لتزايد تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي، خاصة بعد الحرب العالمية الأولى، ظهرت طائفة من المرافق العامة ذات طبيعة اقتصادية، هي المرافق العامة الصناعية والتجارية، والتي لا تفتقر طبيعة نشاطها عن طبيعة نشاط المشروعات الخاصة، كما أنها تلجأ، في الغالب، إلى أساليب القانون الخاص في مباشرة نشاطها، كشركات القطاع العام التي تخصص في لون من ألوان النشاط التجاري والصناعي والتي تنافس أشخاص القانون الخاص في ذلك. ويجه الفقه الحديث إلى تحرير هذه المرافق من قيود ووسائل القانون العام في علاقاتها مع المتفاعلين بها، واخضاعها للقانون الخاص ولاختصاص القضاء العادي. ولا تثار صعوبة على إضفاء وصف المهني على تلك المرافق، لأنها تزاوّل نشاط من جنس ما يقوم به الأفراد. ويعزى اكتسابها صفة المهني إلى أن المنتفع في علاقته مع هذه المرافق ليس دائماً في مركز تنظيمي أو لائحي، وإنما في مركز تعاقدى ناشئ عن توافق الإرادتين. فلم تعد هذا المرفق تقدم أداءً عاماً كما كان، إذ تحول المنتفع بها إلى مستهلك، وتحول المرفق العام إلى محترف يرمي أساساً إلى إرضاء المنتفع بشكل رئيسي وبشكل فردي قبل أن يهدف إلى تحقيق النفع العام.

أما بالنسبة للمرافق العامة الإدارية، سواء الإقليمية كوحدة الحكم المحلي، أو المصلحية كالمؤسسات والهيئات العامة، والتي تزاوّل نشاطاً يختلف عما يزاوله الأفراد عادةً، وتخضع بشكل عام للقانون العام، ولا تلجأ لأحكام القانون الخاص في تعاملاتها إلا على سبيل الاستثناء، فيجب التمييز بين نوعين منها:

1. المرافق الإدارية التي تقدم خدمات بمقابل، كالمستشفيات. ويميل الفقه إلى إدخالها في فئة المهنيين، واعتبار المنتفعين بها من فئة المستهلكين الذين تنطبق عليهم قواعد الاستهلاك. ويعزى ذلك إلى ما يتوافر لديها من تفوق في وقانوني ووضع مسيطر، بل واحتكاري من واقع ما تملكه من سلطة إدراج شروط فاحشة في تعاملاتها مع الأفراد. كما أنها توجد في حالة منافسة مع غيرها من الأشخاص الخاصة التي قد تمارس ذات النشاط التي تقوم عليه.
 2. المرافق الإدارية التي تقدم خدمات جماعية مجانية، كمرافق العدالة والشرطة، ويجمع الفقه على عدم إمكان إدخالها في فئة المهنيين، ولا يمكن وصف المنتفعين بخدماتها بالمستهلكين. إذ أنهم في مركز تنظيمي تحدده القوانين بطريقة موضوعية، بغض النظر عن شاغليه، لذلك لا يمكن اعتبارهم من المستهلكين.
- راجع في تفصيل ذلك: المرجع السابق، ص 110 وما بعدها.

يصدرها أو يبيعها أو يؤجرها أو يعرضها أو يتداولها أو يوزعها أو يسوقها، سواء أكان من أشخاص القانون العام أو من أشخاص القانون الخاص، متى كان ذلك بهدف تقديمها إلى المستهلك أو التعامل أو التعاقد معه عليها بأي طريقة من الطرق، بما في ذلك الوسائل الالكترونية وغيرها من الوسائل التقنية الحديثة.

٤٥ - وبتطبيق النص السابق على الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع الوارد في المادتين ٢٠ و٣٤ من قانون حماية المستهلك، فيمكننا القول أن المشرع قد ساوى بين جميع الموردين المتدخلين في تقديم هذه المنتجات إلى المستهلكين، بدءاً من منتج السلعة أو صانعها، أو مقدم الخدمة الرئيسي، وانتهاءً ببائع التجزئة الذي يقدم المنتج إلى المستهلك النهائي له.

فجميع هؤلاء يكونون ملتزمين بتقديم خدمة ما بعد البيع إلى المستهلك، وهذا الالتزام يكون التزاماً تضامياً فيما بينهم، بمعنى أن قيام أحدهم بتقديم خدمة ما بعد البيع إلى المستهلك، يلقي عن كاهل الباقيين الالتزام بتقديم تلك الخدمة، لكن امتناعهم عن تقديم هذه الخدمة يجعلهم جميعاً مسؤولين عن عدم تنفيذ الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع، ويكون للمستهلك الحق في الرجوع على أي منهم، أو عليهم جميعاً، لمخالفتهم أداء هذا الالتزام.

٤٦ - وإذا كان يمكننا فهم قيام الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع، بشكل أساسي، على عاتق منتج السلعة أو صانعها أو مستوردها، أو على عاتق مقدم الخدمة الرئيسي، على اعتبار أن أداء هذا الالتزام يرتبط بشكل رئيسي بتسويق تلك المنتجات إلى جمهور المستهلكين، فلهؤلاء مصلحة مباشرة من تنفيذ هذا الالتزام، فضلاً عن أن أداء هذا الالتزام يعد وقاية وحماية من الرجوع عليهم بالضمان القانوني.

٤٧ - أما بالنسبة للموزعين والبائعين، فإن المنتجون غالباً ما يرتبطون معهم بعقود توزيع شاملة أو متكاملة، تهدف من ناحية أولى إلى تحقيق أكبر رقم من المبيعات

عن طريق التنازل لهؤلاء الموزعين، في نطاق جغرافي معين، وبشكل حصري، عن الحق في توزيع منتجاتهم وتسويقها وتقديم خدمات ما بعد البيع للمستهلكين. وهنا يتحدد نطاق العلاقة بين المنتجين والموزعين وفقاً لعقد امتياز التوزيع المبرم بينهما، فهذا العقد هو ما يحدد التزامات وحقوق كل منهم تجاه الآخر. وبالتالي يحدد هذا العقد مدى ونطاق التزام الموزع بتقديم خدمة ما بعد البيع إلى المستهلك.

أما بالنسبة للمستهلك، فغالباً ما تحدد شهادة الضمان المسلمة إليه من الموزعين المسؤولين عن تقديم خدمات ما بعد البيع نيابة عن المنتج، مدى ونطاق هذا الالتزام. ومتى كان الموزع ملزماً، بموجب شهادة الضمان، بأداء خدمة ما بعد البيع، فإنه يلتزم بها تجاه المستهلك، بصفته وكيلاً عن المنتج الذي منحه هذا الامتياز. ويكون هذا الموزع مسؤولاً عن كل تقصير يقع منه في أداء هذه الخدمة، سواء أمام المستهلك أو أمام المنتج^١.

٤٨ - أما بالنسبة لمدى التزام الوكيل التجاري بتقديم خدمة ما بعد البيع للمستهلك، فيجب التفرقة بين الوكيل بالعمولة ووكيل العقود. ففي حالة الوكيل بالعمولة، فهو يباشر التعاقد مع المستهلك باسمه الشخصي لا باسم موكله، وبالتالي يلتزم في مواجهة المستهلك بكافة الالتزامات الناشئة عن العقد، وإن كان يُسأل أمام الموكل عن تنفيذ الوكالة واحترام شروطها. وبالتالي، يكون الوكيل بالعمولة ملتزماً بأداء خدمات ما بعد البيع تجاه المستهلك، ولا يكون الموكل ملتزماً بهذه الخدمات تجاه المستهلك، باعتباره أجنبياً عن العقد^٢.

أما وكيل العقود، فهو يتولى، على وجه الاستمرار، في منطقة نشاط معينة، الحق في إبرام العقود لمصلحة الموكل في مقابل أجر. فإذا اقتصر دور وكيل العقود

^١ د. محمد بن عمارة: مرجع سابق، ص ٢٨٢ وما بعدها.

^٢ المرجع السابق، ص ٢٩٤، ٢٩٥.

على مجرد احضار المستهلك دون تدخل منه في إبرام العقد، فلا يكون ملتزماً تجاه الأخير بأي التزامات ناشئة عن العقد، ومنها الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع^١. أما إذا تضمن عقد وكالة العقود شرطاً بضمان التنفيذ، فهنا تنشأ علاقة مباشرة بين المستهلك ووكيل العقود، باعتبار أن هذا الشرط هو اشتراط من الموكل لمصلحة المستهلك، ويكون على وكيل العقود تنفيذ الالتزامات الناشئة عن العقد المبرم مع المستهلك، ومنها الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع، وذلك جنباً إلى جنب مع التزام الموكل نفسه بأداء هذا الالتزام^٢.

٤٩ - أما بالنسبة لبائعي التجزئة الذين يقتصر دورهم على مجرد تقديم المنتجات إلى المستهلك النهائي، دون أن تربطهم بمنتجي أو صانعي السلع، أو مقدمي الخدمات الرئيسيين ثمة علاقة وكالة أو امتياز، فلا يمكن القول بالتزامهم بتقديم خدمة ما بعد البيع إلى المستهلكين على النحو السالف بيانه؛ ذلك أن طبيعة دورهم يقتصر على مجرد تقديم هذه المنتجات إلى المستهلكين في إطار الحلقة الأخيرة من عملية التوزيع، كما أن حجم أعمالهم، عادةً، لا يؤهلهم إلى تقديم مثل تلك الخدمات، فضلاً عن أنه عادة ما تحدد شهادة الضمان الوكلاء الملتزمون بتقديم خدمة ما بعد البيع إلى المستهلك، وهذه الشهادة تعد إيجاباً موجهاً إلى المستهلكين الذين سيشترون المنتج أو يتعاقدون عليه، وموضوعها ضمان المنتج، والالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع. وبالتالي، فلا يوجد عليهم التزام بتقديم خدمة ما بعد البيع إلى المستهلك على النحو السالف، على اعتبار عدم تحميلهم بهذا الالتزام بشهادة الضمان تلك. وإن كان ذلك لا يمنع من التزام هؤلاء البائعين تجاه المستهلك المتعاقد معهم بالضمان القانوني أو الضمان الاتفاقي، وذلك وفقاً للقواعد العامة بالقانون المدني^٣.

^١ المرجع السابق، ص ٢٩٦.

^٢ المرجع السابق، ص ٢٩٧.

^٣ المرجع السابق، ص ٢٦٠ وما بعدها.

ثالثاً: مراكز الخدمة.

٥٠ - تقوم مراكز الخدمة على تقديم الخدمات المتعلقة بتوفير الفنيين ذوو الكفاءة والخبرة العلمية والعملية اللازمة لصيانة وإصلاح المنتجات المقدمة إلى المستهلكين، وتوفير قطع الغيار الأصلية والمعتمدة والتي تكون لازمة لعملية الإصلاح. وتعتمد هذه المراكز في عملها على خبرة هؤلاء الفنيين من ناحية، ومن ناحية أخرى على توفير الأجهزة والأدوات اللازمة لعملية الإصلاح، والتي غالباً ما تكون عالية التقنية، وكثيرة التعقيد، وباهظة التكاليف.

ومن هذا المنطلق فإن التزام هذه المراكز بتقديم خدمات ما بعد البيع يدور حول تقديمها لهذه الخدمات كالتزام تابع للالتزام الأصلي الواقع على المورد بتقديم خدمات ما بعد البيع إلى المستهلك، فالتزام مراكز الخدمة بتقديم خدمة ما بعد البيع ليس التزاماً رئيسياً على عاتقها، وإنما هو التزام تابع للالتزام المورد الأصلي بذلك.

ويظهر هذا بشكل واضح حينما يكون مركز الخدمة مجرد مركز تابع للمورد، ويقع تحت الاشراف والرقابة المباشرين له، ويقدم خدمات ما بعد البيع في إطار السياسة التسويقية للمورد. فهنا، يكون تقديم المركز لخدمات ما بعد البيع مجرد تنفيذ لالتزام المورد الرئيسي بهذا الالتزام، ويكون المورد مسؤولاً عن أي خلل يصيب عملية أداء خدمة ما بعد البيع، أو التقصير فيها.

٥١ - لكن الأمر الغالب في الوقت الراهن أن يقوم المورد بتقديم خدمات ما بعد البيع من خلال مراكز خدمة مستقلة عنه، ولا تتبعه بطريق مباشر أو غير مباشر، وإنما يقوم بالاتفاق معها على أداء خدمات ما بعد البيع لعملائه، في لقاء مقابل معين، سواء قام المورد بالالتزام بأدائه، أو كان المستهلك هو الملتزم بذلك.

ويرجع السبب في هذا الاتجاه من ناحية أولى، إلى سياسة التخصص وتقسيم العمل، والتي تفرض على المورد إيكال هذه الخدمات لمراكز متخصصة في هذا المجال، والاكتفاء من قبله بالأمر الانتاجية والتسويقية، التي يعتمد عليها في

زيادة أرقام مبيعاته. ومن ناحية أخرى، حتى يستطيع المورد أن يمد نطاق تقديم خدمات ما بعد البيع لأكبر نطاق جغرافي ممكن، وفي ذلك دعم للسياسة التسويقية للمورد، ودعاية له عن طريق امكانية اقناع المستهلكين بقدرته على الوصول إليهم بخدمات ما بعد البيع في أي مكان يكونون فيه.

٥٢ - ويقتصر التزام مركز الخدمة في هذه الحالة على توفير الفنيين المتخصصين ذوو الكفاءة للتعامل مع الخلل أو العيوب التي تظهر بالمنتجات التي يتم الاتفاق مع المورد على الالتزام بأداء خدمات ما بعد البيع لها، سواء تعلقت هذه الخدمات بتنفيذ الضمان القانوني الذي يقع على عاتق المورد، أو كانت هذه الخدمات تقدم للمنتجات خارج الضمان أو بعد انتهائه.

كل ما في الأمر، أن المورد، في حالة أداء خدمات ما بعد البيع خلال مدة الضمان القانوني، يكون هو المسئول عن أداء مقابل هذه الخدمات إلى مركز الخدمة، ولا يجوز تحميلها إلى المستهلك، ما دامت العيوب التي لحقت بالمنتجات ترجع إلى سبب من أسباب الضمان، ووقعت خلال مدته.

أما في حالة طلب المستهلك لهذه الخدمات بعد انتهاء مدة الضمان، أو في حالة تخلف شرط من شروطه، فيكون المستهلك هو الملتزم بأداء مقابل تلك الخدمات إلى مركز الخدمة، ولا يجوز تحميلها إلى المورد، إلا إذا وجد اتفاق بين المورد وبين مركز الخدمة، أو بين المورد وبين المستهلك على تحمل المورد لتكاليف خدمة ما بعد البيع.

٥٣ - بالإضافة إلى ما سبق، وضع المشرع على عاتق مركز الخدمة بعض الالتزامات تجاه المستهلك عند تقديم خدمات ما بعد البيع، أورد النص عليها بالمادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك.

وتتمحور هذه الالتزامات في التزام مركز الخدمة بإعلام المستهلك بالأعطال التي لحقت بالمنتج، وعمّا إذا كانت تدخل في إطار الضمان القانوني أم تخرج عنه، وبيان أعمال الصيانة التي تمت للمنتج، والتكاليف الفعلية لتلك الأعمال. وفي جميع

الأحوال يجب الحصول على موافقة المستهلك الصريحة قبل القيام بهذه الأعمال. كما يجب على مراكز الخدمة اصدار فاتورة للمستهلك تتضمن البيانات السابقة. وهذه الالتزامات الملقاة على عاتق مراكز الخدمة والصيانة من النظام العام؛ فلا يجوز لمركز الخدمة مخالفتها أو الامتناع عن القيام بها. ويستدل على ذلك من أن المشرع قد قرر لمخالفتها جزاءً جنائياً، بينه في المادة ٦٤ من قانون حماية المستهلك. ووفقاً للفقرة الثالثة من المادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك، يضمن المركز سلامة المنتج في حدود خدمة الإصلاح التي قام بها، ويكون مسئولاً في حالة تحقق شروط هذا الضمان برد ما حصله من مقابل لخدمة ما بعد البيع، أو إعادة تقديم الخدمة بدون أي تكلفة إضافية على المستهلك. وهذا الالتزام أيضاً من النظام العام؛ لوجود جزاء جنائي مقرر عند مخالفته، أورده المشرع بالمادة ٦٥ من قانون حماية المستهلك.

٥٤ - ويمكن رد التزام مركز الخدمة تجاه المستهلك بهذه الالتزامات إلى فكرة الاشتراط لمصلحة الغير؛ فالمورد في العقد الذي يبرمه مع مركز الخدمة يشترط، لمصلحة المستهلك، قيام مركز الخدمة بأداء خدمات ما بعد البيع على نحو يتفق والاشتراطات الفنية المقررة في عرف المهنة من ناحية، ووفقاً للغرض من استخدام المنتج ووظيفته وشروط التعاقد عليه، من ناحية أخرى. وبموجب هذا الاشتراط ينشأ للمستهلك حق مباشر قبل مركز الخدمة، يكون له بمقتضاه مطالبة مركز الخدمة بصيانة أو إصلاح المنتج، وتوفير قطع الغيار اللازمة لذلك، فإذا امتنع مركز الخدمة عن تقديم هذه الخدمات للمستهلك، يكون للأخير الرجوع عليه بالتعويض، وفقاً لقواعد المسؤولية المدنية^١.

ولا يمنع ذلك المستهلك من حق الرجوع على المورد في حالة إخلال مركز الخدمة بأداء خدمات ما بعد البيع، أو رفضه أدائها إليه كليةً. ذلك أن الاشتراط

^١ د. ممدوح محمد علي مبروك: مرجع سابق، ص ١٢٢.

لمصلحة الغير ما هو إلا طريق للوفاء بالالتزام بخدمة ما بعد البيع الذي يقع أساساً على عاتق المورد، وما مركز الخدمة إلا مدين احتياطي بهذا الالتزام^١.

فإن قام مركز الخدمة بأدائه على النحو المتفق عليه، سقط هذا الالتزام عن كاهل المورد وبرأت ذمته منه، أما في حالة عدم أداء مركز الخدمة لهذا الالتزام، أو مخالفة شروط أدائها، فلا تبرأ ذمة المورد منه، ويكون للمستهلك الحق في الرجوع عليه باعتباره المدين الأصلي به^٢.

فإذا ما رجع المستهلك على المورد بالتعويض، نتيجة مخالفة مركز الخدمة للالتزامات الناشئة عن خدمة ما بعد البيع، وفقاً لقواعد الاشتراط لمصلحة الغير التي تحكم التزامات مركز الخدمة هنا، فيكون للمورد أن يرجع على مركز الخدمة بما أداه للمستهلك من تعويضات، وفقاً لقواعد المسؤولية العقدية التي تحكمها أحكام العقد المبرم بينهما في هذا الشأن^٣.

٥٥ - لذلك، يمكن القول بوجود علاقة ثلاثية الأطراف بين المورد (المدين الأصلي) والمستهلك ومركز الخدمة (المدين الاحتياطي)، قوامها نصوص القانون من جهة (المادتين ٣٣ و ٣٤ من قانون حماية المستهلك)، ومن ناحية أخرى الأحكام الواردة بالعقد المبرم بين المورد ومركز الخدمة لتقديم خدمات ما بعد البيع. وموضوعها، التزام مركز الخدمة بأداء خدمات ما بعد البيع للمستهلك نيابة عن المورد، وذلك وفقاً لشروط التعاقد، ولطبيعة المنتج والغرض من استخدامه، ووفقاً للشروط الفنية اللازمة لذلك، وأن إخلال مركز الخدمة بأداء هذه الالتزامات، يترتب عليه قيام مسؤوليته العقدية قبل المستهلك والمورد على حدٍ سواء.

^١ د. محمد بن عمارة: مرجع سابق، ص ٢٩٢.

^٢ المرجع السابق.

^٣ د. ممدوح محمد علي مبروك: مرجع سابق، ص ١٢٢، ١٢٣.

المطلب الثاني

النطاق الموضوعي للالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع

٥٦ - يتحدد النطاق الموضوعي لخدمة ما بعد البيع من حيث المنتجات التي يرد عليها هذا الالتزام، ومن حيث العيوب أو الأعطاب التي يدور حولها الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع.

أولاً: المنتجات التي يرد عليها الالتزام بخدمات ما بعد البيع:

٥٧ - ورد تعريف المنتجات في البند الرابع من المادة الأولى من قانون حماية المستهلك (البند السابع من المادة الأولى من اللائحة التنفيذية)، ويقصد بها السلع والخدمات المقدمة من أشخاص القانون العام أو الخاص، وتشمل السلع المستعملة التي يتم التعاقد عليها من خلال مورد، عدا الخدمات المالية والمصرفية المنظمة بأحكام قانون البنك المركزي والجهاز المصرفي، وقانون تنظيم الرقابة على الأسواق والأدوات المالية.

ويتضح من التعريف السابق أن المشرع قد توسع في نطاق المنتجات التي يسري عليها أحكام قانون حماية المستهلك، فلا يقف معنى هذه المنتجات على السلع فقط، بل قد مدَّ المشرع نطاق الحماية الخاصة بهذا القانون إلى الخدمات كذلك، أيّاً كان نوعها.

كما لم يقصر المشرع نطاق الحماية على السلع الجديدة فقط، بل مدَّ نطاق الحماية إلى السلع المستعملة التي يتم التعاقد عليها من خلال مورد، وأفرد لها أحكاماً خاصة في هذا القانون (المادة ٣٥ من قانون حماية المستهلك).

كما تشمل المنتجات محل الحماية تلك التي تقدم من أشخاص القانون الخاص، كالشركات وأفراد التجار، وكذلك تلك التي تقدم من أشخاص القانون العام، كالمرافق العامة الصناعية والتجارية، على نحو ما سبق بيانه سابقاً.

^١ راجع البند رقم ٤٤.

٥٨ - ولم يضع المشرع المصري تعريفاً للسلع، وإنما بين، في المادة ٨٤ من القانون المدني، الأشياء القابلة للاستهلاك فقرر أنها "تلك التي ينحصر استعمالها بحسب ما أُعدت له في استهلاكها أو انفاقها، ويعتبر قابلاً للاستهلاك كل ما أُعد في المتاجر للبيع".

لذلك، يمكن القول بأن الأشياء القابلة للاستهلاك هي تلك التي تُستهلك بمجرد الاستعمال العادي فيما أُعدت له بطبيعتها، وقد يكون الاستهلاك مادياً، بالقضاء على مادة الشيء، أو بتحويل صورتها إلى شكل جديد. وقد يكون الاستهلاك حكماً، بالتصرف في الشيء، كالتقود^١.

وتشمل السلع، كل السلع المستخدمة من جانب المستهلك في إطار هدف غير مهني، وهي تمر في إنتاجها بمرحلتين: الأولى: مرحلة الإنتاج، والتي تنتهي بتجهيز السلعة للتسويق. والثانية: مرحلة التوزيع والتي تمتد حتى تصل السلعة إلى المستهلك. ولا يعني كون هذه السلع استهلاكية، أنها تُستخدم لمرة واحدة، فيمكن للمستهلك أن يشتري سيارة لأغراض شخصية، أو يشتري أدوات منزلية تُستخدم عدة مرات، طالما كان الهدف من ذلك إشباع الحاجات الشخصية أو العائلية له^٢.

٥٩ - ولقد ذهب بعض الفقه في تعريفه للسلعة إلى الاستعانة بالمعنى التجاري^٣، فاعتبرها كل ما يمكن أن يباع ويشتري. فكل ما يخرج عن دائرة التعامل التجاري، لا يدخل في معنى السلعة. ومنهم من يذهب إلى أن السلعة تشمل كل شيء قابل للنقل أو الحياة سواء كان ذا طبيعة تجارية أم لا^٤.

^١ د. أحمد شوقي محمد عبد الرحمن: النظرية العامة للتحق، المطبعة العربية الحديثة، القاهرة، ١٩٨٨، ص ١٤٠.

^٢ د. حسام توكل موسى: مرجع سابق، ص ١١٨.

^٣ شريف محمد: المسؤولية المدنية للمنتج وفقاً لأحكام القانون المدني الجزائري- دراسة وصفية تحليلية، بحث مقدم لمعهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بنجيس مليانة، الجزائر، ٢٠٠٨، ص ١٦.

^٤ نوال شعباني: التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء حماية المستهلك وقع الغش، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، ٢٠١٢، ص ٣٥.

وطبقاً للمفهوم الواسع الذي تبناه المشرع عند تعريفه للمنتجات بأنها تلك التي تُقدم من أشخاص القانون العام أو الخاص. فإن هذه المنتجات تشمل جميع السلع، سواء أكانت صناعية أم زراعية أم حيوانية أو غذائية، أو تتعلق بالصيد البري أو البحري، أو حتى المنتجات غير المادية، وسواء أكانت سلعةً جديدة أم سلعةً مستعملة^١.

٦٠ - أما الخدمات، فيُقصد بها الأنشطة الاقتصادية غير المجسدة في صورة سلعة مادية، وإنما تقدم في صورة خدمة أو نشاط لمن يطلبها. وقد عرفها البعض بأنها أوجه نشاط غير ملهوس، تهدف إلى إشباع الرغبات والاحتياجات عندما يتم تسويقها للمستهلك، مقابل دفع مبلغ معين من المال، بحيث لا تقتصر هذه الخدمات ببيع منتجات أخرى^٢.

والخدمات، من الناحية القانونية، تشمل جميع النشاطات والأداءات التي تُقدم لجمهور المستهلكين، أو تكون محل طلب هؤلاء الأخيرين، وهي تصلح أن تكون محلاً للاستهلاك، بغض النظر عن طبيعتها، أي سواء أكانت مادية كالإصلاح والتنظيف، أو مالية كالقروض والتأمين، أو فكرية أو ذهنية كالعلاج الطبي والاستشارات القانونية. واختلاف طبيعة الأداءات أو الخدمات التي تقدم للمستهلك، يرجع لكون عقود الاستهلاك من العقود غير المسماة^٣.

٦١ - وقد توسع المشرع المصري في مفهوم الخدمات محل الاستهلاك، إذ أن كل خدمة تقدم للمستهلك تكون محلاً للحماية، سواء أكان متلقي الخدمة قد تلقاها من المورد بعقد - أيًا كان نوعه - أم كان من غير المتعاقدين، وسواء أكانت هذه الخدمة مقدمة من قبل أشخاص القانون الخاص، كالخدمة الفندقية، أو من قبل

١ د. حسام توكل موسى: مرجع سابق، ص ١٢٠.

٢ د. مرفت عبد المنعم عبد الصادق: الحماية الجنائية للمستهلك، بدون ناشر، القاهرة، ١٩٩٩، ص ٣٦.

٣ د. حسام توكل موسى: مرجع سابق، ص ١٢٣.

أشخاص القانون العام، نخدمات الصحة أو الكهرباء، وسواء قُدمت إليه هذه الخدمات بمقابل أو بدون مقابل.

وإذا كان التعريف الوارد للخدمات قد جاء عاماً، إذ يشمل جميع الخدمات المقدمة من أشخاص القانون العام، إلا أن المنطق القانوني لا يمكن أن يمد نطاق قانون حماية المستهلك إلى الخدمات التي تقدمها المرافق الإدارية بدون مقابل، وذلك لعدة أسباب هي^١:

١. أن هذه الخدمات تُقدم بدون مقابل، وبالتالي فإن الدولة لا تهدف من وراء تقديمها إلا الصالح العام فقط، وليس لها هدف خاص، أو ما يسميه البعض الربح الاجتماعي.

٢. لا يمكن تطبيق الالتزامات الواردة على عاتق المورد، والتي ينظمها قانون حماية المستهلك، على الدولة في خصوص هذه الخدمات؛ لأنَّ الدولة هي المنوط بها تنظيم شكل تطبيقها، وفقاً للمصلحة العامة من ناحية، ووفقاً لإمكانيات وموارد الدولة من ناحية أخرى.

٣. أغلب هذه الخدمات لا تكون ذات طابع اقتصادي، إذ لا تهدف إلى تحقيق ربح اقتصادي أو منفعة مادية، وإنما تكون ذات أهداف وغايات اجتماعية، هي توفير الأمن والأمان للمواطن، نخدمات الشرطة أو القضاء، دون أن تسعى إلى غاية مادية معينة.

٦٢ - واستثناءً من التوسع الذي انتهجه المشرع المصري في المنتجات التي تُقدم للمستهلك وتخضع للحماية المقررة بقانون حماية المستهلك، فإن المشرع قد أخرج عن نطاق المنتجات محل الحماية في قانون حماية المستهلك، الخدمات المالية والمصرفية المنظمة بأحكام قانون البنك المركزي والجهاز المصرفي، وقانون تنظيم الرقابة على الأسواق والأدوات المالية.

^١ المرجع السابق، ص ١٢٤، ١٢٥.

ويرجع السبب في إخراج هذه الخدمات من مفهوم المنتجات الوارد في قانون حماية المستهلك، إلى كونها منظمة بالأساس بموجب قوانين خاصة، هذا من ناحية. ومن ناحية أخرى، فإن هذه الخدمات تتعلق بالنظام العام المصرفي، ولهذا فإن أحكامها تخضع لرقابة مشددة من الأجهزة المصرفية، والإدارات المختصة بتنظيم الأسواق والأدوات المالية.

وهذا الاتجاه لم يسلم من نقد الفقه^١؛ على اعتبار أنه لم يضمن حماية كلية للمستهلك، خاصة في مجال الائتمان، على الرغم من كون المستهلك أحوج ما يكون للحماية في هذا المجال، باعتباره لا يملك فرض شروطه على القائمين عليه، لكونهم يملكون مركزاً اقتصادياً قوياً في مواجهة المستهلكين، يمكنهم من فرض شروطهم على الأخير، دون أن يكون للمستهلك الحق في الاعتراض عليها، وهو ما يخل بالتوازن العقدي بين الطرفين، وهذا يعد من الأسباب الرئيسية لتدخل المشرع لحماية المستهلك بموجب قوانين الاستهلاك.

ثانياً: العيب الذي يرد عليه الالتزام بخدمة ما بعد البيع:

٦٣ - تنص المادة ٤٤٧ من القانون المدني على أن:

"(١) يكون البائع ملزماً بالضمان إذا لم يتوافر في المبيع وقت التسليم الصفات التي كفل للمشتري وجودها فيه، أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من نفعه بحسب الغاية المقصودة مستفادة مما هو مبين في العقد أو مما هو ظاهر من طبيعة الشيء، أو الغرض الذي أعد له، ويضمن البائع هذا العيب ولو لم يكن عالماً بوجوده.

"(٢) ومع ذلك لا يضمن البائع العيوب التي كان المشتري يعرفها وقت البيع، أو كان يستطيع أن يتبينها بنفسه لو أنه فحص المبيع بعناية الرجل العادي، إلا إذا أثبت المشتري أن البائع قد أكد له خلو المبيع من هذا العيب، أو أثبت أن البائع قد تعمد إخفاء العيب غشاً منه."

^١ د. نبيل إبراهيم سعد: ملاحظ حماية المستهلك في مجال الائتمان، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٨، ص ٩، ١٠.

ويتضح من النص السابق أن الضمان المقرر بالمادة ٤٤٧ من القانون المدني، يشمل نوعين من العيوب: الأول، ما يمكن أن نطلق عليه الآفات أو الخلل الذي يلحق المبيع ويجعله غير صالح لأداء الغرض المخصص له. والثاني، هو عدم مطابقة المبيع للصفات التي كفل البائع للمشتري توافرها فيه^١.

ففي الحالة الأولى نجد المبيع قد جاء مطابقاً للمواصفات الفنية أو التقنية التي اتفق عليها بين البائع والمشتري في عقد البيع، وإنما وقع العيب أو الخلل بجعل المبيع غير صالح لأداء وظيفته، لذلك يمكن القول هنا بأن الخلل أو العيب الذي لحق المبيع هو عيب وظيفي.

أما الحالة الثانية، فإن المبيع لم يلحقه عيب وظيفي يحد من أدائه للغرض المخصص له، وإنما انتفت فيه بعض الصفات التي تم الاتفاق على وجوب توافرها فيه، وكانت سبباً في دفع المشتري إلى اقتناء هذا المبيع.

٦٤ - وبالنسبة لمفهوم العيب أو الخلل الذي يصيب الشيء المبيع، فهو كل آفة تلحق بالمبيع وتجعله غير صالح لأداء الوظيفة المرجوة منه، وقد حدد المشرع مفهوم العيب هنا وفقاً لآطار موضوعي قوامه أحد معايير ثلاثة، هي^٢:

• كل نقص في قيمة أو منفعة المبيع بحسب الغاية المقصودة مما هو مبين بالعقد. وهذا يفترض أن شروط العقد قد تضمنت تحديداً لهذا الغرض بعبارات واضحة لا شك فيها.

• كل نقص في قيمة أو منفعة المبيع بحسب ما هو ظاهر من طبيعة الشيء المبيع نفسه. ويتم اللجوء إلى ذلك في حالة خلو العقد من بيان الغرض الذي أُعد له الجهاز المبيع، إذ يتم الكشف عن النية المشتركة للتعاقد من خلال

^١ حمزة سويبي، محمد الإمام بن الشيخ: حق المستهلك في الضمان، رسالة ماجستير أكاديمية، كلية الحقوق، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، ٢٠١٨/٢٠١٩، ص ١٩.

^٢ راجع: د. أحمد شوقي محمد عبد الرحمن: مسؤولية البائع عن ضمان العيوب الخفية في بيع السيارات في الفقه والقضاء المصري والفرنسي، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٧، ص ١٢: ١٥.

طرق التفسير الخارجية، فيتم النظر إلى طبيعة الشيء المبيع، إذ تكون هذه الطبيعة كاشفة عن الغرض من الشيء المبيع.

• كل نقص في قيمة أو منفعة المبيع بحسب الغرض الذي أُعد له الشيء المبيع. ويُقصد بالصلاحية للعمل، أداء الجهاز للوظيفة المرجوة منه بكل جوانبها الضرورية منها والكافية، إذ يلتزم البائع بإصلاح كل أنواع الخلل أو التلف الذي يصيب الشيء المبيع، مهما كانت يسيرة، طالما كانت تؤثر على صلاحية المبيع للعمل. ويمكن للقاضي الاستعانة بجهاز آخر من نفس النوع لاستبيان مدى تأثير الخلل الموجب للضمان على صلاحية المبيع للعمل^١.
وفي جميع الحالات، يجب أن تكون العيب مؤثراً في الشيء المبيع، بأن جعله غير صالح لأداء الوظيفة المرجوة منه، أو أدى إلى نقض واضح وشديد في قيمته، بحسب العرف الجاري. ويقع على المشتري عبء اثبات الصفة المؤثرة للعيب. ويمكن التمييز بين أمرين فيما يتعلق بطرق الاثبات المقررة لذلك^٢:

• اثبات الحالة المادية للشيء المبيع، ويكون ذلك بجميع طرق الاثبات، على اعتبار أن ذلك مجرد واقعة مادية، لا يتقيد فيها المشتري بأي قيد من قيود الاثبات.

• اثبات الغرض المقصود من التعاقد المتعارض مع الحالة المادية للمبيع، فيكون اثبات ذلك بتفسير العقد عن طريق استظهار النية المشتركة للمتعاقدين. ومتى كانت عبارات العقد واضحة؛ فيتقيد المشتري بقاعدة عدم اثبات ما يخالف الكتابة إلا بالكتابة. أما إذا كانت عبارات العقد غامضة أو تحتمل أكثر من تفسير، فيمكن إزالة هذا الغموض بجميع طرق الاثبات، كشهادة الشهود، أو طريقة التنفيذ اللاحق للعقد، أو العرف التجاري الساري بهذا الشأن.

١. د. ممدوح محمد علي مبروك: مرجع سابق، ص ٥٠، ٥١.

٢. د. أحمد شوقي محمد عبد الرحمن: مرجع سابق، ص ١٧، ١٨.

٦٥ - فضلاً عن ذلك، فإن البائع يضمن توافر الصفات التي كفل للمشتري وجودها في الشيء المبيع وقت التسليم. وقد جعل المشرع مجرد تخلف تلك الصفة موجباً لضمان البائع، أي عدم مطابقة الشيء المبيع للصفات المتفق عليها بالعقد المبرم بين البائع والمشتري، إذ يمثل ذلك عدم احترام من البائع لما وعد به المشتري في العقد، فجاء تنفيذ التزامه غير مطابق لما تعهد به^١.

ويتحقق مفهوم عدم المطابقة ذاك سواء كان المشتري يعلم بتخلف هذه الصفات وقت البيع، أو كان لا يعلم بذلك، وسواء أكان يستطيع تبيين فوات تلك الصفة أو كان لا يستطيع ذلك^٢. كما لا يشترط لتحقيق عدم المطابقة أن يكون فوات تلك الصفة أو تخلفها مؤثراً في الشيء المبيع، بأن يجعله غير صالح للاستعمال فيما خصص له^٣. كما لا يشترط في الصفات التي تخلفت في المبيع أن تكون من الصفات الجوهرية في حد ذاتها، أو تكون مؤثرة في قيمة المبيع^٤.

ذلك أن مجرد التعهد بضمان الصفة من قبل البائع يكفي بذاته لاعتبار تلك الصفة مؤثرة، ذلك أن اتفاق أطراف العقد على ادخال هذه الصفة في اعتبارهما عند التعاقد، بصرف النظر عن مدى اعتبارها من الصفات الجوهرية في المبيع أو من الصفات المؤثرة على صلاحيته للعمل، يدل على اتفاقهم على أهميتها وجوهريتها بالنسبة لقيام المبيع بوظيفته، ويظل هذا الاعتبار قائماً بصرف النظر عن قيمة الشيء المبيع، أو صلاحيته بذاته للاستعمال في ظل تخلف تلك الصفة، أو غير ذلك من الاعتبارات الأخرى^٥.

^١ د. حسين الماحي: المسؤولية الناشئة عن المنتجات المعيبة في ضوء أحكام التوجيه الأوروبي الصادر في ٢٥ يوليو ١٩٨٥، دار النهضة العربية، القاهرة، ط ١، ١٩٩٨، ص ٤٠ وما بعدها.

^٢ الطعن رقم ١٥١٩ لسنة ٨٨ قضائية، جلسة ٢٠١٩/٥/٥. منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت.

^٣ د. فتحي عبد الرحيم عبد الله: الوجيز في العقود المدنية المسماة، الكتاب الأول: عقد البيع، مكتبة الجلاء، المنصورة، ط ٢، بدون سنة نشر، ص ٢١٨؛

^٤ د. حسن عبد الباسط جمعي: شروط التخفيف والاعفاء من ضمان العيوب الخفية: دراسة مقارنة بين القانون المصري وقانون دولة الامارات والقوانين الأوروبية، بدون نشر، ١٩٩٣، ص ١٤٥.

^٥ المرجع السابق، ص ١٤٥، ١٤٦.

لذلك، وعلى عكس الحال بالنسبة للعيب الخفي، لا يمكن للبائع التحلل من التزامه بالضمان بإثبات أن تخلف الصفة غير مؤثر في قيمة المبيع، أو في صلاحيته لأداء الغرض المخصص له؛ ذلك أن مسؤولية الأخير عن ضمان المطابقة تنعقد بمجرد تخلف الصفة التي تعهد للبائع بوجودها في المبيع، دون النظر لأي أسباب أدت إلى ذلك. ولا يكون على المشتري من قيود في إقامة دعواه بالضمان ضد البائع، إلا الالتزام بالقيود الزمني لدعوى الضمان (دعوى العيب الخفي) لقبول دعواه ضد البائع^١.

٦٦ - أما في قانون حماية المستهلك، فقد ورد تعريف العيب في البند السابع من المادة الأولى منه، ويقصد به "كل نقص في قيمة أو منفعة أي من المنتجات بحسب الغاية منها، ويؤدي بالضرورة إلى حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً من الاستفادة بها فيما أعدت من أجله، بما في ذلك النقص الذي ينتج من خطأ في مناولة السلعة أو تخزينها، وذلك كله ما لم يكن المستهلك قد تسبب في وقوع هذا النقص".

ويختلف مفهوم العيب في قانون حماية المستهلك عن ذلك المقرر بالمادة ٤٤٧ من القانون المدني من عدة نواحي، يمكن حصرها في^٢:

١. اتساع مفهوم المدين بضمان العيب في قانون حماية المستهلك ليشمل مفهوم المورد، والذي يتسع إلى جميع المتدخلين في المنتج المقدم إلى المستهلك ابتداءً من الصانع وحتى البائع النهائي. بعكس الحال في ضمان العيب الخفي، والذي يقتصر على البائع النهائي فقط الذي أبرم العقد مع المشتري.
٢. يمتد مفهوم العيب في قانون حماية المستهلك إلى السلع والخدمات على السواء، في حين يقتصر مفهوم العيب في القانون المدني على السلع فقط دون الخدمات.

^١ المرجع السابق، ص ١٤٩: ١٥١.

^٢ د. حسام توكل موسى: مرجع سابق، ص ٣٢١: ٣٢٣.

٣. إن عموم النص الوارد في قانون حماية المستهلك يجعل العيب يمتد حتى إلى ذلك الذي كان المستهلك عالماً به وقت التسليم، على عكس الحال بالنسبة للعيب الخفي الذي لا يمتد إلى العيوب التي كان المستهلك عالماً بها وقت التسليم.

٤. يمتد مفهوم العيب في قانون حماية المستهلك إلى حالة وجود غرض خاص للمستهلك من اقتناء المنتج، كان يعلمه المورد أو كان يجب عليه أن يعلمه وقت التعاقد، ما دام ذلك قد أدى إلى حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً من الانتفاع بالمنتج. وهذا ما يُطلق عليه الفقه واجب الاستعلام من قبل المهني عن غرض خاص للمستهلك في اقتناء المنتج المتعاقد عليه.

٥. يمتد مفهوم العيب في قانون حماية المستهلك حتى إلى ذلك الخلل الذي يصيب المنتج بعد تسليمه للمستهلك، كالعيوب الناتجة عن عملية نقل المنتجات أو تركيبها أو طريقة تقديمها أو عرضها أو تخزينها.

٦٧ - وفي مجال الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع، فإنه يجب التفرقة بين نوعين من العيوب يتم تقديم خدمة ما بعد البيع بمناسبةهما، وإن كان يختلف نطاق ومدى الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع لهما، وهما العيوب التي تقع في إطار الضمان، والعيوب التي تقع خارج إطار الضمان.

٦٨ - أما بالنسبة للنوع الأول، وهو العيوب المتعلقة بالضمان (القانوني أو الاتفاقي)، سواء تلك التي نظمت أحكامها قواعد ضمان العيب الخفي الواردة بالتقنين المدني، أو تلك التي نظمت أحكامها قواعد قانون حماية المستهلك. وهنا لا يضمن المورد إلا تلك العيوب، ويكون تقديم خدمة ما بعد البيع مرتبطاً بها دون غيرها، ويكون تقديمها بدون مقابل إلى المستهلك، ما دام العيب راجعاً إلى المنتج أو إلى طريقة تقديمه أو تركيبه أو تشغيله أو حفظه، وطالما حدث العيب خلال فترة الضمان المقررة.

ويرتبط تقديم خدمة ما بعد البيع هنا بقواعد الضمان، سواء الواردة في القانون، أو تلك التي تم الاتفاق عليها في العقد المبرم بين المورد والمستهلك. وفي جميع الأحوال، فإن المورد، طبقاً للمادة ٢٠ من قانون حماية المستهلك، يضمن جودة المنتج وسلامته طوال فترة الضمان، كما يضمن المواصفات التي تم التعاقد بناءً عليها، والتي التزام المورد بتوفيرها للمستهلك في المنتجات محل العقد.

٦٩ - ويكون للمستهلك، بجانب الحق في الحصول على خدمات ما بعد البيع، أن يطلب استبدال السلعة أو إعادتها إلى المورد مع استرداد قيمتها النقدية دون أية تكلفة إضافية، متى شاب السلعة عيباً أو كانت غير مطابقة للمواصفات أو للغرض الذي خصصت له، وذلك خلال ثلاثين يوماً من تسلم المستهلك السلعة، وذلك وفقاً للمقرر بالمادة ٢١ من قانون حماية المستهلك.

وكذلك الحال بالنسبة للخدمة المقدمة إلى المستهلك، فيكون على المورد رد مقابل الخدمة أو مقابل ما يجبر النقص فيها، أو إعادة تقديمها إلى المستهلك مرة أخرى، في حالة وجود عيب أو نقص بها وفقاً لطبيعتها وشروط التعاقد عليها والعرف التجاري، وذلك وفقاً للمقرر بالمادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك.

٧٠ - أما النوع الثاني، فهو العيوب التي تقع خارج إطار الضمان المقرر، أو بعد انتهاء مدته، فقد يرد شرط في العقد المبرم بين المورد والمستهلك على التزام الأول بتقديم خدمات ما بعد البيع إلى المستهلك بعد انتهاء فترة الضمان، أو خلال تلك الفترة بالنسبة للعيوب التي لا يشملها الضمان القانوني^١.

ووفقاً لقاعدة العقد شريعة المتعاقدين، يمتد الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع هنا إلى جميع العيوب التي تلحق بالمنتج، حتى ولو كانت راجعة لسبب أجنبي أو لقوة قاهرة أو لخطأ المستهلك نفسه، ويكون أداء خدمة ما بعد البيع هنا بمقابل يتحمل المستهلك أدائه للمورد أو إلى مركز الخدمة، ويكون تحديد هذا المقابل وفقاً

١ د. محمد بن عمارة: مرجع سابق، ص ٢٣٨.

لطبيعة المنتج وللغرض من استخدامه، ومقدار الجهد اللازم لعملية إصلاح الخلل أو العيب، ودرجته، ومدى مساهمة المستهلك فيه، وكذلك وفقاً لقيمة قطع الغيار اللازمة لعملية الإصلاح أو الصيانة.

٧١ - وتدخل المورد لأداء خدمة ما بعد البيع خارج نطاق الضمان، يخضع لنظام قانوني مختلف عن ذلك الذي يحكم تقديم نفس الخدمة أثناء فترة الضمان. ففي الحالة الأخيرة يحكم تقديم خدمة ما بعد البيع أحكام الضمان القانوني المقررة بقانون حماية المستهلك، أو ضمان العيب الخفي المقررة بالقانون المدني، على حسب الأحوال، فضلاً عن أحكام الضمان الاتفاقي الواردة بالعقد الأصلي المبرم بين المورد والمستهلك.

أما في حالة تقديم خدمة ما بعد البيع خارج نطاق الضمان، فإنها تخضع لأحكام عقد مستقل تماماً عن العقد الأصلي بين المورد والمستهلك، قد يكون هذا العقد عقد مقابله موضوعه إصلاح أو صيانة المنتج محل الخدمة، أو يكون عقد بيع محلة توريد قطع الغيار اللازمة للإصلاح^١.

٧٢ - ويترتب على هذا الاختلاف عدداً من النتائج، يمكن حصرها في الآتي^٢:

١. إن التزام المورد بأداء خدمة ما بعد البيع أثناء فترة الضمان يجد مصدره في نصوص القانون أو العقد المتعلقة بهذا الضمان، سواء أكان ضمناً قانونياً أو اتفاقياً. أما التزام المورد بأداء خدمة ما بعد البيع خارج نطاق الضمان فيجد مصدره في النصوص القانونية التي تعاقب على امتناع المورد عن البيع أو أداء الخدمة، وهذه النصوص تقرها المصلحة العامة لضمان حرية المنافسة. وبالتالي، فهي لا تمنح المستهلك حقاً شخصياً في مواجهة المورد، وبالتالي فلا يجوز للمستهلك إكراه المورد على أداء خدمة ما بعد البيع خارج نطاق الضمان، سواء أكان ذلك عن طريق إجباره على أداء هذه الخدمة

^١ المرجع السابق، ص ٢٣٦.

^٢ راجع: المرجع السابق، ص ص ٢٣٤: ٢٣٧.

بالغرامة التهديدية، أو عن طريق الحصول على حكم من القضاء بإصلاح المنتج المعيب على نفقة المورد. وإنما كل ما يكون للمستهلك هنا، هو الحق في طلب التعويض في حالة اصابته بضرر ما، وفقاً لقواعد المسؤولية التقصيرية، أو ملاحقة المورد أو مركز الخدمة طبقاً للنصوص الجزائية الواردة في قانون حماية المستهلك، والتي تعاقبهم على الامتناع عن أداء خدمة ما بعد البيع.

٢. لا يكون للمستهلك، في حالة الإخلال بأداء خدمة ما بعد البيع خارج نطاق الضمان، أن يطلب توقيع الجزاءات المقررة بالضمان القانوني أو الاتفاقي، فلا يكون له الحق في طلب فسخ البيع أو انقاص الثمن أو التعويض على أساس العيب الخفي أو عيب عدم المطابقة أو عيب عدم الصلاحية، وإنما يكون الضمان في حدود العقد الجديد المبرم بشأن أداء خدمة ما بعد البيع، سواء أكان عقد مقاوله أو عقد توريد أشياء، دون الرجوع إلى العقد الأصلي في هذا الشأن.

وهو ما قرره المادة ٣٣ / ٣، ٤ من قانون حماية المستهلك، حيث جعلت حدود التزام مراكز الخدمة بضمان خدمة ما بعد البيع التي أدتها للمستهلك، في حدود خدمة الإصلاح التي قامت بها، دون النظر إلى الضمان الوارد بالعقد الأصلي. كما أنها لا تلتزم، في حالة الإخلال بضمان خدمة ما بعد البيع، إلا برد ما حصلته من مقابل لهذه الخدمة، أو إعادة تقديمها للمستهلك مرة أخرى، بدون تحميله أي تكلفة إضافية.

٣. لا يسري على العقد الجديد المبرم بشأن تقديم خدمة ما بعد البيع خارج نطاق الضمان، الأحكام المتعلقة بتقديم تلك الخدمة، والتي تضمنها العقد الأصلي المبرم بين المورد والمستهلك.

٤. لا يحق للمورد أن يحبس المنتج الذي يتم تقديم خدمة ما بعد البيع له، لحين قيام المستهلك بأداء مقابل تلك الخدمة أو ثمن قطع الغيار التي تم احلالها

به، لأنَّ المورد ملتزم هنا بأداء هذه الخدمة بدون مقابل إلى المستهلك، باعتبار أنها تدخل في نطاق الضمان القانوني أو الاتفاقي المقرر لها. أما في خدمة ما بعد البيع خارج نطاق الضمان، فإن الأمر على خلاف ذلك؛ إذ يكون للمورد الحق في حبس المنتج لحين استيفاء مقابل الخدمة أو ثمن قطع الغيار من المستهلك، وذلك على اعتبار أن التزام المستهلك في هذه الحالة بأداء هذا المقابل هو التزامٌ مقابل لالتزام المورد بأداء الخدمة، وهنا يكون للأخير حبس المنتج لحين استيفاء حقه من المستهلك.

المبحث الثالث

أحكام الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع

٧٣ - لا شك أن الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع هو من الالتزامات الرئيسية على عاتق المورد، باعتباره من مستلزمات الضمان القانوني الذي أقرته وحددت أحكامه المواد ٢٠ وما بعدها من قانون حماية المستهلك. ويعد هذا الالتزام من الالتزامات المتعلقة بالنظام العام، فلا يجوز، وفقاً لنص المادة ٢٨ من قانون حماية المستهلك، اعفاء المورد منه، أو التخفيف من أحكامه.

لكن الملاحظ من نص المادة ٣٤ من قانون حماية المستهلك، أن المشرع قد سعى إلى مد الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع لما بعد فترة الضمان القانوني، إذ أوجب على المورد توفير مراكز الخدمة المعتمدة، التي تقوم بتقديم خدمات الصيانة والإصلاح وتوفير قطع الغيار الأصلية والمعتمدة إلى المستهلك.

وحيث أن النص السابق قد جاء بشكل عام، إذ لم يرد فيه، وعلى عكس الحال بالنسبة للمادة ٢٠ من قانون حماية المستهلك، تحديداً لهذا الالتزام بفترة معينة. لذلك، يمكن القول بأن هذا الالتزام يمتد لما بعد فترة الضمان القانوني أو الاتفاقية.

وهذا يتفق بطبيعة الحال مع الاتجاه نحو توفير حماية أكبر للمستهلك عند استعمال المنتجات المقدمة إليه، وضمان استمرار أداء هذه المنتجات للغرض أو الوظيفة المرجوة منها. مع ضرورة التأكيد على أن التزام المورد هنا ليس بنفس قوة التزامه بتقديم خدمة ما بعد البيع خلال فترة الضمان.

٧٤ - ونظراً للتباين بين أحكام الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع خلال فترة الضمان عن تلك المتعلقة بتقديم هذه الخدمة خارج نطاق الضمان، فسوف نفضّل هذه الأحكام من خلال بيان أحكام الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع خلال

فترة الضمان (المطلب الأول)، ثم بيان أحكام الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع خارج الضمان (المطلب الثاني).

المطلب الأول

أحكام الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع خلال فترة الضمان

٧٤ - نتناول أحكام الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع خلال فترة الضمان من خلال بيان الأساس القانون لهذا الالتزام، ثم الالتزامات الواقعة على عاتق المورد تنفيذاً لهذا الالتزام، ثم بيان شروط الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع أثناء الضمان، وأخيراً بيان الجزاءات المقررة عند الامتناع أو إخلال المورد بتقديم خدمة ما بعد البيع أثناء فترة الضمان.

أولاً: الأساس القانوني لخدمة ما بعد البيع خلال فترة الضمان.

٧٥ - تعتبر خدمة ما بعد البيع تنفيذاً عينياً لالتزام المورد بالضمان، فالمورد يلتزم بضمان جودة المنتجات وسلامتها طوال مدة الضمان، كما يضمن توافر الصفات التي كفل وجودها في المنتجات محل الضمان.

وهذا الالتزام هو التزام بتحقيق نتيجة، وليس التزاماً ببذل عناية. فلا يتحقق التزام المورد بأداء خدمة ما بعد البيع فعلاً، إلا بإعادة المنتج المعيب إلى حالته التي كان عليها، والتي تمكنه من أداء الوظيفة المرجوة منه. ولا يجوز له التحلل من هذا الضمان بإثبات قيامه ببذل الجهد اللازم للإصلاح أو الصيانة، أو اثبات أن الإصلاح يتجاوز مقدرته الفنية^١.

فالمورد يضمن استمرار المنتج محل التعاقد في أداء الوظيفة المرجوة منه خلال فترة الضمان، والالتزام بخدمة ما بعد البيع هنا ما هو إلا تنفيذاً عينياً لهذا الالتزام، يقوم فيه المورد بإصلاح ما يعتور المنتج من عيوب أو خلل خلال فترة الضمان، وذلك حتى يعود لأداء الوظيفة المرجوة منه^٢.

^١ د. محمد بن عمارة: مرجع سابق، ص ٢٠٩.

^٢ المرجع السابق، ص ٢٠٣، د. ممدوح محمد علي مبروك: مرجع سابق، ص ٩٢.

ويترتب على ذلك أن المستهلك لا يكون ملزماً إلا بإثبات عدم تحقق النتيجة المرجوة من المنتج لإثبات مسؤولية المورد، أو خطأ الفني الذي تولى عملية إصلاح المنتجات. كما لا يستطيع المورد التخلص من مسؤوليته تلك إلا بإثبات انقطاع علاقة السببية بين الضرر الواقع على المستهلك وبين عملية خدمة ما بعد البيع، كإثبات خطأ المستهلك، أو توافر السبب الأجنبي^١.

٧٦ - وبما أن الالتزام بأداء خدمة ما بعد البيع هو تنفيذ عيني للالتزام الملقى على عاتق المورد بضمان جود المنتجات وسلامتها خلال فترة الضمان، فإن هذا الالتزام هو التزام بعمل، قوامه أن يبذل المورد كل جهده في الحفاظ على المنتج صالحاً لأداء الوظيفة المرجوة منه.

لذلك يكون للمستهلك في حالة امتناع المورد عن أداء هذا الالتزام أن يطلب من القضاء الحصول على إذن بإصلاح الخلل الواقع على المنتج على نفقة المورد، ويكون للمستهلك في حالة الاستعجال أن يقوم بالإصلاح دون الحصول على ترخيص من القضاء بذلك، وذلك وفقاً لما تقرره القواعد العامة في هذا الشأن (المواد ٢٠٩، ٢١٠ من القانون المدني).

فإذا كان المورد محتكراً للمنتج محل التعاقد، بحيث يصبح هو وحده القادر على إصلاحه أو صيانته، وعلى توفير قطع الغيار اللازمة لذلك، فإن الالتزام هنا لا يكون ممكناً أو ملائماً إلا إذا تدخل فيه المورد بشخصه، ولا يكون أمام المستهلك إلا اللجوء إلى القضاء للحصول على حكم بإلزام المورد بأداء خدمة ما بعد البيع، ويجوز للقاضي أن يفرض على المورد غرامة تهديدية لحمله على تنفيذ التزامه، وفقاً لنص المادة ٢١٣ من القانون المدني.

١ د. محمد بن عمارة: مرجع سابق، ص ٢٠٨.

ثانياً: التزامات المورد عند تقديم خدمات ما بعد البيع خلال فترة الضمان.

٧٧ - يلتزم المورد خلال فترة الضمان بتوفير خدمات ما بعد البيع للمنتجات المقدمة إلى المستهلك، والتي تتضمن الصيانة الدورية للمنتجات حسب القواعد الفنية المحددة لذلك، وتوفير الفنيين المؤهلين للقيام بعمليات الإصلاح وإزالة العيوب والأعطال التي تلحق بهذه المنتجات، والتي تكون ناشئة عن عيوب التصنيع أو التخزين أو التركيب أو النقل. كما يلتزم خلال هذه الفترة بتوفير قطع الغيار اللازمة لعمليات الإصلاح تلك.

وهذه الالتزامات، كما قرنا سلفاً، هي التزامات بتحقيق نتيجة، فلا ترتفع عن كاهل المورد إلا بإثبات المورد لخطأ المستهلك أو خطأ الغير أو السبب الأجنبي^١. ويلتزم المورد بأداء هذه الالتزامات سواء أكان تقديمها يتم عن طريقه، بواسطة فنيين تابعين بشكل مباشر أو غير مباشر له، أو عن طريق مراكز خدمة مستقلة، يعهد إليها المورد، بموجب اتفاق خاص بينه وبين هذه المراكز، بأداء خدمات ما بعد البيع لعملاء المورد خلال فترة الضمان.

٧٨ - بالإضافة إلى هذه الالتزامات يجب على المورد، وفقاً لنص المادة ١٩ من قانون حماية المستهلك، متى اكتشف عيباً في المنتج، بأن يبلغ جهاز حماية المستهلك، خلال سبعة أيام من اكتشافه للعيب، بهذا العيب وبالأضرار المحتملة له، وكيفية توقي الضرر أو معالجة الآثار الناجمة عنه في حالة حدوثه.

فإذا كان العيب من شأنه الإضرار بصحة المستهلك أو سلامته، فيجب أن يكون الإبلاغ فوراً، دون التقييد بمدة السبعة أيام المذكورة. كما يجب على المورد أن يتخذ عدداً من الإجراءات الاحترازية، سواء تجاه المنتجات المقدمة منه، سواءً بوقف انتاجها فوراً، أو وقف التعامل عليها، أي بمنع بيعها للمستهلكين أو تقديمها

^١ راجع في تفصيل هذه الالتزامات البنود رقم من ٢٠ حتى ٣٦.

لهم. كما يجب عليه أن يقوم بتحذير المستهلكين بشكل مباشر من استخدام هذه المنتجات، وإعلامهم بالعيوب التي لحقت بها والأضرار التي تنشأ عن ذلك. ووفقاً للفقرة الثانية من المادة ١٥ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، فيتم اعلان المستهلكين وتحذيرهم عن طريق النشر في الصحف اليومية، أو المواقع الالكترونية، أو القنوات الفضائية أو الاذاعية، أو بالاتصال المباشر بالمستهلكين في الأحوال التي يسمح فيها توزيع المنتجات أو تداولها بتحديد مستهلكيها الفعليين.

ويجب على المورد بيان الإجراءات التي يتيحها للمستهلك من أجل استبدال المنتجات المعيبة، أو إصلاحها، أو ردها للمورد مع استرداد قيمتها دون أية نفقات إضافية على المستهلك. كما يجب عليه أن يحدد نقاط البيع ومراكز الصيانة الخاصة به على مستوى الجمهورية، والتي تسهل على المستهلكين اتخاذ أي من الإجراءات السابقة.

وفي جميع الأحوال يلتزم المورد باستدعاء المنتج المعيب، والقيام بأي تغيير كلي أو جزئي له، من أجل إزالة العيب أو الخلل الذي أصابه، بما يؤدي إلى استمرار أداء المنتج للوظيفة المرجوة منه بشكل مناسب، دون تحميل المستهلك أية نفقات أو مصاريف إضافية.

ثالثاً: شروط الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع خلال فترة الضمان.
٧٩ - يرتبط تقديم خدمة ما بعد البيع هنا بالضمان المقرر لمصلحة المستهلك والوارد بالمادة ٢٠ من قانون حماية المستهلك، لذا فإن شروط تقديم خدمات ما بعد البيع هنا ترتبط بتوافر شروط الضمان نفسه. ولذلك يمكن القول بأن تقديم خدمة ما بعد البيع خلال فترة الضمان تتوقف على توافر الشروط الآتية^١:

^١ د. محمد بن عمارة: مرجع سابق، ص ٣١: ٤٠.

١. ثبوت وجود خلل أو عيب في المنتج محل الضمان، ويشترط في هذا الخلل أن يكون من شأنه الانقاص من جودة المنتج أو من سلامته. أو لا تتوافر بالمنتج المواصفات التي تم التعاقد بناء عليها بين المورد وبين المستهلك.

٢. أن يظهر هذا العيب خلال فترة الضمان المقررة قانوناً أو اتفاقاً. فيجب أن يظهر العيب خلال مدة الضمان المقررة بالقانون، وهي بشكل عام سنة من تاريخ استلام المستهلك للمنتجات، وفقاً للقواعد العامة المتعلقة بالعيب الخفي، أو سنتين من تاريخ الاستلام بالنسبة للسلع المعمرة، وفقاً لنص المادة ٢٢ من قانون حماية المستهلك. أو وفقاً لمدة الضمان التي يتم الاتفاق عليها بين المورد والمستهلك، والتي ترد عادةً في شهادة الضمان المسلمة إلى المستهلك.

٣. أن يقوم المستهلك بإخطار المورد بظهور العيب أو الخلل؛ وذلك حتى يعلم المورد بالعيب ويسعى إلى إصلاحه.

٤. أن يكون العيب أو الخلل راجعاً إلى عيب في صناعة المنتج أو في تركيبة أو في تخزينه أو في نقله، وبمعنى آخر ألا يكون العيب راجعاً إلى خطأ المستهلك أو لسبب أجنبي.

رابعاً: الجزاء المقرر عند الامتناع عن تقديم خدمة ما بعد البيع خلال فترة الضمان:

٨٠ - نظراً لارتباط خدمة ما بعد البيع هنا بالضمان المقرر قانوناً لحماية المستهلك، فإن الجزاءات المترتبة على امتناع المورد عن أداء خدمات ما بعد البيع أو مخالفة الأحكام المتعلقة بكيفية تقديمها، يؤدي إلى توقيع جزاءات مدنية تؤثر على العقد المبرم بين المورد وبين المستهلك من ناحية، ومن ناحية أخرى يكون لها آثار جنائية تتمثل في توقيع جزاءات جنائية على المورد نتيجة تعلق أداء هذه الخدمات بالنظام العام المقرر لحماية المستهلكين والذي يتبناه قانون حماية المستهلك.

٨١ - فتمت امتنع المورد عن تقديم خدمات الصيانة أو الإصلاح للمنتجات المعيبة، أو امتنع، بأي شكل من الأشكال، عن توفير قطع الغيار اللازمة لإصلاح تلك المنتجات، فيكون للمستهلك الحق في طلب استبدال المنتج المعيب وتغييره بآخر غير معيب، وبنفس المواصفات التي كان متفقاً عليها بالعقد المبرم بين المورد وبين المستهلك.

فإذا كان خيار الاستبدال السابق ذكره غير مناسب للمستهلك، أو لم يستطع المورد القيام به خلال مدة معقولة بدون إلحاق ضرر بالمورد، فيكون للمستهلك الحق في أن يطلب رد المنتج المعيب إلى المورد مع استرداد قيمته دون تحميل المستهلك أية تكاليف أو مصاريف إضافية^١.

ويكون للمستهلك الحق في ممارسة خيار الاستبدال أو خيار رد السلعة مع استرداد ثمنها، خلال ثلاثين يوماً من تاريخ استلامه للسلعة محل التعاقد، وذلك وفقاً للمقرر بالمادة ٢١ من قانون حماية المستهلك.

ويمكن للمستهلك أن يمارس هذا الحق بالطريقتين معاً، فيطلب أولاً استبدال المنتج المعيب بآخر سليم أو مطابق للمواصفات خلال مدة معقولة، فإذا تبين له، بعد ممارسة خيار الاستبدال، أن المنتج محل الاستبدال لا يصلح للاستعمال في الغرض الذي تم التعاقد عليه، فيسارع إلى طلب الرد واسترداد الثمن. ذلك أن مدة جديدة (٣٠ يوم من تاريخ تسلم المستهلك للمنتج المستبدل) تكون قد بدأت حال استلامه المنتج المستبدل، ويحق له خلالها ممارسة حق الرجوع على هذا المنتج مرة أخرى^٢.

والحق في استبدال المنتج المعيب، أو رده مع استرداد ثمنه، من النظام العام؛ فلا يجوز الاتفاق على اعفاء المورد منه، أو التخفيف من أحكامه، ويقع

^١ د. حسام توكل موسى: مرجع سابق، ص ٣٥٠.

^٢ المرجع السابق، ص ٣٥٢.

كل اتفاق يخالف ذلك باطلاً، دون تأثير على صحة العقد المبرم بين المورد وبين المستهلك^١.

٨٢ - كما أن إخلال المورد بالتزامه بتقديم خدمات ما بعد البيع خلال فترة الضمان، يمنح المستهلك الحق في طلب التنفيذ العيني لهذا الالتزام، وذلك بإجبار المورد على أداء هذه الخدمة، وفقاً للمقرر بالقواعد العامة بشأن التنفيذ العيني للالتزام، والوردة بالمادة ٢٠٣ وما بعدها من القانون المدني.

ويكون للمستهلك، أمام تعنت المورد عن أداء خدمة ما بعد البيع، أن يلجأ إلى القضاء للحصول على ترخيص بإصلاح المنتج أو شراء قطع الغيار اللازمة لذلك، على نفقة المورد. ويكون له في حالة الاستعجال أن يقوم بما سبق دون اللجوء إلى القضاء.

وإذا ما كان المورد محتكراً لإنتاج أو بيع المنتجات محل التعاقد، أو للمعرفة الفنية أو التقنية اللازمة لتقديم خدمات ما بعد البيع بشأنها، ولا يستطيع غيره تقديم هذه الخدمات للمستهلك، فيكون للأخير الحق في اللجوء إلى القضاء بطلب فرض غرامة تهديدية على المورد؛ لحملة على تنفيذ التزامه بأداء خدمات ما بعد البيع.

٨٣- بالإضافة لما سبق، يكون للمستهلك الحق في طلب التعويض عن أية أضرار تصيبه في نفسه أو في ماله نتيجة إخلال المورد بأداء التزامه بخدمات ما بعد البيع، وفقاً لنص المادة ٢٧ من قانون حماية المستهلك. وتشمل الأضرار التي يكون للمستهلك الحق في تعويضها الأضرار الآتية:

١. الأضرار البدنية: وهي كل ما يصيب جسد الإنسان من أذى تتحدد أقصى مراتبه في إزهاق الروح، وكذلك كل انتهاك للسلامة الجسدية من جروح

١ د. محمد بن عمارة: مرجع سابق، ص ٣٠٧، ٣٠٨.

وأعراض وعلل، مما يمكن أن يسببه عيب السلعة^١. ويكون التعويض عن الضرر البدني في جميع الأحوال، ولجميع المضرورين، لا فرق بين المشتري العادي والمشتري الخبير، ولا بين المشتري والمستخدم، فالمسئولية هنا موضوعية وشاملة^٢.

٢. الأضرار المادية: هي كل ما يصيب الإنسان من خلال هلاك أو تلف لأمواله وممتلكاته، تحدثه السلعة نتيجة عيب فيها، ويشمل الضرر المادي كل ما يتكبده المضرور من نفقات من أجل منع تفاقم الضرر أو الحد منه، مثل نفقات إعادة الشيء إلى الحالة التي كانت عليها^٣. وعلى ذلك، فالمسئولية الموضوعية تغطي الأضرار الآتية^٤: الأضرار الناتجة عن هلاك المال أو تلفه أو الانتقاص من قيمته، نتيجة العيب الذي يعتور السلعة، وعلى وجه الخصوص، ثمن شراء البديل والمصروفات المتعلقة بذلك. وكذلك الأضرار التي يتكبدها المضرور من أجل منع تفاقم الضرر، وتشمل نفقات إصلاح الضرر الذي أصاب الشيء وما يتعلق به. وكذلك الخسارة الناتجة عن هذه الأضرار، كفقْد العملاء وغيرها.

٣. الأضرار المعنوية: هي تلك الناتجة عن الألم والمعاناة وخسارة الراحة. أو التي تمس بحرية المضرور أو بشرفه أو سمعته. وغالباً ما تتميز الأضرار المعنوية

^١ د. هاني دويدار: القانون التجاري - التنظيم القانوني للتجارة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص ٢٣٧؛ د. طه عبد المولى طه: التعويض عن الأضرار الجسدية في ضوء الفقه وقضاء النقض الحديث، دار الكتب القانونية، القاهرة، ٢٠٠٢، ص ١١. وأيضاً:

Brian W. HARVEY, Deborah L.PARRY: The law of consumer protection and fair trading, 3 ed, Butterworths, London, 1987, p. 147; Catherina ELLIOTT, Frances QUINN: Contract law, 8 ed, Longman, Pearson Education Limited, 2011, p. 401.

^٢ د. حسن عبد الباسط جميعي: مرجع سابق، ص ١٦٢.

^٣ د. هاني دويدار: المرجع السابق، ص ٢٣٧، ٢٣٨.

^٤ راجع في تفصيل ذلك: د. قادة شهيدة: المسئولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٧، ص ٨٠؛ د. حسن عبد الباسط جميعي: مسئولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة - دراسة مقارنة في تطور القضاء الفرنسي وصدور القانون الفرنسي بشأن مسئولية المنتج عن عيوب المبيع في ١٩ مايو ١٩٩٨، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٠، ص ٢٠٩.

بصعوبة تقديرها، وبالتالي جبرها^١. لذلك يرى البعض عدم جواز التعويض عن هذه الأضرار في نطاق المسؤولية عن المنتجات المعيبة، لعدم عدالة ذلك، أو عدم وجود ما يبرره، فالعبرة بما يتسبب فيه العيب من أضرار، وليس العكس^٢. لكن بالنظر الى المادة ٢٢٢ من القانون المدني، فإنها تؤكد على أن التعويض، بشكل عام، يشمل الضرر الأدبي، سواء تعلق الأمر بالمسؤولية العقدية أو التقصيرية.

٤. الأضرار التجارية: وهي الأضرار الناتجة عن كون المنتج غير صالح للاستعمال المخصص له، أو تفتقد فيه المواصفات المتفق عليها أو المنتظرة منه. وفي هذه الحالة، فإن المشتري يتعرض لخسارة تمثل في نقص القيمة الاقتصادية، بالمقارنة بالثمن المدفوع في المبيع، أو تلك المتمثلة في المصروفات التي يدفعها لإصلاح الشيء وجعله قابلاً للاستعمال. كما قد يترتب التعويض على فوات الربح - خاصة إذا تسبب نقص القيمة الاقتصادية في إلغاء بعض العقود^٣.

لكن البعض^٤ ذهب إلى أنه إذا كان العيب يشمل جزءاً مكوناً من هذا المنتج فقط، فإن التعويض لا يشمل إلا الخسائر الاقتصادية (التجارية) التي تلحق هذا الجزء المعيب فقط، دون تلك التي تلحق المنتج نفسه، لأنَّ المنتج هنا يكون في عداد الملكية التي يشملها التعويض ممثلاً في الأضرار المادية.

٨٤ - ولكننا نعتقد أن عمومية نص المادة ٢٧ من قانون حماية المستهلك، تجعل التعويض المقرر للمستهلك عن أضرار المنتجات المعيبة التي تُقدم إليه، يشمل جميع الأضرار السابق ذكرها؛ ذلك أن المشرع قد قرر ضمان تعويض جميع أنواع الأضرار

^١ Naemah binti AMIN: Liability for defective products: a comparative study of English and Malaysian law, thesis for the qualification of PhD, University of Aberdeen, UK, October 1996, p. 192. downloaded from <http://ethos.bl.uk>

^٢ Ibid, p. 193.

^٣ د. حسام توكّل موسى: مرجع سابق، ص ٣٧١.

^٤ N. B. AMIN: op cit, p. 206.

التي تلحق بالمستهلك أو مستعمل المنتجات، دون تفرقة بينها، أو تمييز لبعضها عن البعض الآخر. وكل ما هنالك أن المشرع قد وزع المسؤولية على الموردين، كلٍّ بحسب تدخله في إحداث العيب الموجب للمسئولية. لكن في جميع الأحوال يكون المورد مسؤولاً تعويضاً أية أضرار تنتج عن ذلك العيب.

٨٥ - ومما يدل على ذلك أن المشرع قد أقر، في الفقرة الأخيرة من المادة ٢٧ من قانون حماية المستهلك، المسؤولية التضامنية لجميع الموردين المتداخلين في إيصال السلعة إلى المستهلك، ابتداءً من منتج السلعة أو مصنعها، وانتهاءً بالموزع أو البائع النهائي لها.

وعليه، يكون للمستهلك الحق في اختيار الرجوع إما على أي من البائع أو المستورد أو الموزع أو المورد أو المنتج الأصلي للسلعة، بطلب التعويض عن الأضرار التي لحقت به جراء تعيب السلعة. ولا يتوقف الأمر هنا على مصدر العيب، فحتى إذا كان العيب الحادث في السلعة يرجع إلى المنتج الأصلي فيحق للمستهلك الرجوع أو على أي من الموردين التاليين له في السلسلة العقدية^١.

والتضامن المقرر في المادة ٢٧/٤ من قانون حماية المستهلك هو تضامن سلمي بين الموردين (تضامن بين المدنيين). حيث يعتبر تأميناً للمستهلك، يتمثل في تعدد المدنيين، بحيث يستطيع أن يرجع على أي منهم بكل الدين، وبذلك يتفادى إعسار أحدهم^٢.

ويكون للمورد الذي اختباره المستهلك لتعويض الأضرار التي لحقت به جراء تعيب السلعة أن يرجع على المتسبب الحقيقي في ذلك، وفقاً لقواعد توزيع المسؤولية المقررة بالمادة ٢٧ من قانون حماية المستهلك.

٨٦ - فضلاً عن الجزاءات المدنية السابق بيانها للإخلال بالالتزام بخدمات ما بعد البيع، فإن المورد يتعرض لجزاءات جنائية أوردتها المشرع في قانون حماية

^١ د. حسام توكل موسى: المرجع السابق، ص ٣٥٣.

^٢ المرجع السابق.

المستهلك، وهذه الجزاءات تتراوح بين الغرامة التي قد تصل في بعض الأحيان إلى مليوني جنيه، أو غلق مركز الخدمة المخالف لمدة قد تصل إلى ستة أشهر، أو تصل إلى حد الحبس أو السجن، متى ترتب على تراخي المورد عن الإبلاغ عن عيب المنتج الذي اكتشفه، إلى تعريض حياة المستهلك للخطر، أو للإصابة بمرض مزمن أو مستعص أو عاهة مستديمة. وقد تصل العقوبة إلى السجن المؤبد، إذا نشأ عن المخالفة وفاة شخص أو أكثر.

وقرر المشرع، في المادة ٧٤ من قانون حماية المستهلك، معاقبة المسئول عن الإدارة الفعلية للشخص المعنوي، جنباً إلى جنب مع الشخص المعنوي ذاته، إذا ثبت علمه بهذه المخالفة، وكان إخلاله بالواجبات التي تفرضها عليه تلك الإدارة قد أسهم في وقوع الجريمة^١.

فضلاً عن هذه العقوبات المالية والبدنية، فإن المشرع، بمقتضى المادة ٧٥ من قانون حماية المستهلك، قد قرر جزاءات تتعلق بالتشهير بحق المورد الذي يخالف أحكام هذا القانون؛ فأوجب نشر الحكم الصادر بإدانة المورد في جريدة يومية واحدة، وفي أحد المواقع الالكترونية واسعة الانتشار، وكذلك على الموقع الالكتروني لجهاز حماية المستهلك، وأن يستمر الإعلان في الموقع الأخير لمدة ثلاث سنوات من تاريخ صدور الحكم

^١ في ذلك تقضي محكمة النقض بأن " لما كان الحكم الابتدائي المؤيد بالحكم المطعون فيه بين واقعة الدعوى بما مفاده بأن ... تقدم بشكوى إلى جهاز حماية المستهلك بتاريخ ... تفيد شراءه سيارة ماركه ... من شركة ... بتاريخ ... تبين له وجود عيوب في الدرياج والكاوتش وزجاج باب السيارة ولجأ إلى الصيانة بالشركة أكثر من مرة إلا أن العيب المذكور لم يتم إصلاحه، وبقيام الجهاز بفحص الشكوى عن طريق مركز الاستشارات الهندسية بكلية الهندسة جامعة ... ثبت أن السيارة بها عيوب صناعة بالكاوتش والدرياج، وأن العيوب غير طبيعية وغير مقبولة وأن السيارة غير سليمة وهي مسئولية الشركة المصنعة، ورفضت الشركة تلك التوصية وأصدر مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك قراراً بإلزام الشركة بإصلاح السيارة وإزالة العيوب القائمة بها دون أي تكلفة خلال أسبوع من تاريخ الإخطار، حيث أن الشكوى مقدمه خلال فترة الضمان الوارد بشروط دفتر الضمان الصادر من الشركة المشكو في حقها، إلا أن المتهم، وهو المسئول عن الإدارة الفعلية، امتنع عن إصلاح السيارة، وكان واجباً عليه تجنب حدوث المخالفة وتنفيذ قرار جهاز حماية المستهلك، مما يكون قد ثبت علمه بالمخالفة وفقاً لتقرير الجهاز المذكور والذي تظمن الحكم لصحة ما ورد به ومطابقتها للواقع، ومن ثم عدم التزامه بتنفيذ القرار يعد إخلالاً بالواجبات التي تفرضها عليه إدارة الشخص الاعتباري مما تظمن معه المحكمة لثبوت الاتهام في جانبه وهو ما يتعين معاقبته وفقاً لنصوص مواد الاتهام". الطعن رقم ٢٤٧١ لسنة ٨٠ قضائية، جلسة ٢٠/٣/٢٠١١، منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت.

المطلب الثاني

أحكام الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع خارج الضمان

٨٧ - نتناول أحكام الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع خارج الضمان من خلال بيان الأساس القانون لهذا الالتزام، ثم الالتزامات الواقعة على عاتق المورد والمستهلك تنفيذاً لهذا الالتزام، ثم بيان شروط الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع خارج الضمان، وأخيراً بيان الجزاءات المقررة عند الامتناع أو الإخلال بتقديم المورد لخدمة ما بعد البيع خارج الضمان.

أولاً: الأساس القانوني لخدمة ما بعد البيع خارج نطاق فترة الضمان.

٨٨- على العكس مما سبق أن قررناه من ارتباط التزام المورد بتقديم خدمة ما بعد البيع خلال فترة الضمان بالأحكام الخاصة بالضمان المقرر في قانون حماية المستهلك، وبالأحكام الواردة بالقواعد العامة بالقانون المدني. فإن التزام المورد بتقديم خدمة ما بعد البيع خارج نطاق الضمان يستند هنا إلى التزام عام، هو وجوب أن يقوم بتوفير مراكز الخدمة المعتمدة التي تقوم بعمليات الإصلاح والصيانة، وتوفير قطع الغيار اللازمة لاستمرار أداء المنتجات للوظيفة المرجوة منها.

وفقاً لنص المادة ٣٤ من قانون حماية المستهلك، فإن المورد يلتزم بتوفير مراكز الخدمة المعتمدة التي تقوم بتقديم خدمات ما بعد البيع للمستهلك، دون أن يكون لهذا الالتزام تأثير على العقد المبرم بين المورد وبين المستهلك، فلا فسخ أو بطلان لهذا العقد إذا ما وقعته من المورد مخالفته لهذا الالتزام، أو إذا امتنع عن أدائه للمستهلك.

٨٩ - لذلك، وعلى العكس من الالتزام بأداء خدمة ما بعد البيع خلال فترة الضمان، لا يجوز إجبار المورد على أداء تلك الخدمة خارج نطاق الضمان. ولا يكون لامتناع المورد عن توفير تلك المراكز، أو عدم قيام تلك المراكز بأداء خدمة

ما بعد البيع للمستهلك، أو قيامها بأداء هذه الخدمة له على نحو غير مرضٍ، فلا يكون لجميع ذلك أثر على العقد المبرم بين المورد والمستهلك.

ويترتب على ذلك أنه لا يكون للمستهلك الحق في طلب فسخ العقد المبرم بينه وبين المورد؛ لمخالفة الأخير للالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع خارج فترة الضمان. كما لا تترتب الجزاءات المدنية المقررة لمخالفة أحكام الضمان القانوني (الاستبدال، أو رد المنتج إلى المورد مع استرداد ثمنه) عند مخالفة المورد أو مركز الخدمة لأحكام الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع.

كما لا يجوز إجبار المورد بالغرامة التهديدية على تقديم خدمة ما بعد البيع، أو الحصول على ترخيص من القضاء بإصلاح المنتج أو صيانتته أو شراء قطع الغيار على نفقة المورد، مثلها هو الحال عليه في فترة الضمان.

٩٠ - ويرجع ذلك بالأساس إلى أن الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع هنا يخضع لعقد مستقل عن العقد الأصلي المحرر بين المورد وبين المستهلك، والذي يكون أساساً للضمان القانوني. وبالتالي فإن الجزاءات أو النتائج المترتبة على إخلال المورد بأداء خدمة ما بعد البيع خلال فترة الضمان لا يمكن تطبيقها عند امتناع المورد أو مركز الخدمة عن تقديم هذه الخدمات خارج نطاق الضمان.

ثانياً: التزامات المورد والمستهلك عند تقديم خدمات ما بعد البيع خارج الضمان.

٩١ - وفقاً لنص المادة ٣٤ من قانون حماية المستهلك (المادة ٢٢ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك)، ينحصر التزام المورد بشأن تقديم خدمات ما بعد البيع خارج نطاق الضمان في توفير مراكز الخدمة، التي تقوم بعمليات الصيانة الدورية للمنتجات التي يقدمها للمستهلك، وكذلك إصلاح العيوب التي تشوبها، وكذلك توفير قطع الغيار اللازمة لعمليات الإصلاح والصيانة.

ويتم ذلك سواء بالعمل على إنشاء مراكز الخدمة والصيانة التابعة للمورد، والتي تعمل وفقاً لرقابته وإشرافه، أو بالتعاقد مع مراكز خدمة قائمة بالفعل؛ للقيام

بتقديم خدمة ما بعد البيع لعملاء المورد، وفقاً للضوابط التي يحددها قانون حماية المستهلك ولائحته التنفيذية في هذا الشأن.

٩٢ - فإذا كانت مراكز الخدمة التي قام المورد بتوفيرها لعملائه تابعة له وتحت إشرافه ورقابته، فإن المورد يكون في مركز المتبوع بالنسبة لهذه المراكز، وبالمقابل تكون هذه المراكز تكون في مركز التابع بالنسبة للمورد.

ووفقاً لنص المادة ١٧٤ من القانون المدني، يكون المورد، بوصفه متبوعاً، مسؤولاً عن أعمال مركز الخدمة، ويلتزم بتعويض المستهلك عن كل ضرر ينشأ عن تقصير أو إهمال مراكز الخدمة في تقديم خدمات ما بعد البيع، على النحو المقرر قانوناً.

ووفقاً لما استقرت عليه أحكام محكمة النقض المصرية، فإن مسؤولية المورد (المتبوع) عن الضرر الذي يحدثه مركز الخدمة (التابع) بعمله غير المشروع تقوم على خطأ مفترض في جانب المورد فرضاً لا يقبل إثبات العكس، متى كان العمل قد وقع من مركز الخدمة أثناء تأدية وظيفته، المثلة هنا في تقديم خدمات ما بعد البيع، أو بسببها، أو ساعدته هذه الوظيفة، أو هيأت له إتيان فعله غير المشروع، وتقوم علاقة التبعية كلما كان للمورد سلطة فعلية على مركز الخدمة في الرقابة والتوجيه، ولو كانت هذه الرقابة قاصرة على الرقابة الإدارية^١.

لذلك، فإذا خالف مركز الخدمة الأحكام والتعليمات التي تنظم تقديم خدمة ما بعد البيع، أو قصر في أدائها على نحو يؤدي إلى التأثير على المنتج، أو امتنع عن تقديمها بالأساس إلى المستهلك، ففي جميع هذه الأحوال، تنشأ إلى جانب مسؤولية مركز الخدمة عن هذه الأخطاء قبل المستهلك، مسؤولية المورد بوصفه متبوعاً قبل المستهلك أيضاً، ما دامت للأخير سلطة الرقابة والإشراف الفعلية على مركز الخدمة، أو توافرت في حق المورد ولاية الرقابة والتوجيه في

^١ الطعن رقم ٢٤٨٤ لسنة ٦٥ قضائية، جلسة ٢٠١٩/٨/١. منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت:

https://www.cc.gov.eg/civil_judgments

إصدار الأوامر إلى مركز الخدمة، في شأن طريقة تقديم خدمات ما بعد البيع لحساب عملاء المورد، وفي الرقابة على هذه المراكز في تنفيذ هذه الأوامر، ومحاسبتها عند الخروج أو عند مخالفة تلك الأوامر، حتى ولو لم يكن المورد حراً في اختيار مركز الخدمة^١.

لكن يجب ملاحظة أن مسؤولية المورد هنا ليست ناشئة عن تطبيق أحكام الضمان، سواء أكان الضمان القانوني أو الضمان الاتفاقي. بمعنى أن مسؤوليته عن خطأ مركز الخدمة في تقديم خدمة ما بعد البيع للمستهلك، أو تقصيره أو إهماله أو حتى امتناعه عن تقديمها إلى المستهلك، كل ذلك لا يؤدي إلى تطبيق أحكام الضمان المقررة في القانون؛ وذلك لأنَّ هذه الخدمات تُقدم فعلاً خارج نطاق الضمان. وإنما تكون مسؤولية المورد، هنا، وفقاً لقواعد العامة المتعلقة بالمسؤولية المدنية، بمعنى أنه يجب اثبات توافر أو وجود الخطأ في حق مركز الخدمة أثناء تقديم خدمة ما بعد البيع، والذي بدوره أدى إلى إحداث الأضرار بالمستهلك، كما يجي أن نتوافر علاقة السببية بين هذا الخطأ وذلك الضرر.

وتقوم مسؤولية المورد، هنا، على قواعد المسؤولية عن فعل الغير، والتي تنظمها أحكام المادة ١٧٤ من القانون المدني، باعتبار المورد هنا متبوعاً، يكون من سلطته الرقابة والإشراف على تابعه (مركز الخدمة)، وهذه السلطة في الرقابة والإشراف هي التي توجب مساءلته عن الخطأ الصادر من مركز الخدمة، وليست مخالفة أحكام الضمان.

لذلك، تنتفي مسؤولية المورد (المتبوع) متى انعدمت سلطته الفعلية في إصدار الأوامر إلى مركز الخدمة (التابع) فيما يتعلق بطريقة أداء عمله، أو متى انعدمت رقابة المورد على مركز الخدمة في تنفيذ هذه الأوامر ومحاسبته عند الخروج

^١ الطعن رقم ٢٣٥٣ لسنة ٨٧ قضائية، جلسة ٢٠١٩/٦/١٥ منشور على موقع محكمة النقض المشار إليه سلفاً.

عليها، فهنا لا يكون مركز الخدمة قائماً بوظيفته لدى المورد، ولا يكون الأخير مسؤولاً عن الفعل الخاطئ الذي يقع من مركز الخدمة^١.

٩٣ - أما في حالة استقلالية مراكز الخدمة الفنية والإدارية والمالية عن المورد، وقيام الأخير، فقط، بالتعاقد معها من أجل تقديم خدمات ما بعد البيع لعملائه، سواء اقتصر عمل هذه المراكز على عملاء هذا المورد فقط، أم شمل عملائه وعملاء موردين آخرين، فإن علاقة التبعية السابق ذكرها لا تكون قائمة بين المورد وبين مركز الخدمة.

ذلك أن العلاقة، هنا، بين المورد وبين مركز الخدمة ليست علاقة تبعية تنظم أحكامها القواعد المتعلقة بمسئولية المتبوع عن أعمال تابعة، والمقررة بالمادة ١٧٤ من القانون المدني، وإنما هي علاقة تعاقدية ينظم أحكامها العقد المبرم بين المورد وبين مركز الخدمة، ويكون هذا العقد هو المنظم لأحكام الالتزامات والواجبات المفروضة على عاتق كلاً من طرفيه تجاه الآخر.

وهذا العقد يكون قوامه قيام مراكز الخدمة، نيابة عن المورد، بتقديم خدمات ما بعد البيع لعملاء المورد، وذلك في سبيل الحصول على مقابل مالي نظير تقديم هذه الخدمات، سواء أكان الملتزم بأداء هذا المقابل المالي هو المورد نفسه، وذلك في حالة تقديم هذه الخدمات أثناء الضمان القانوني أو الاتفاقية الذي يلتزم خلاله المورد بتقديم خدمات ما بعد البيع للمستهلك مجاناً، أو أن يكون المستهلك هي الملتزم بأداء هذا المقابل المالي، وذلك في حالة تقديم تلك الخدمات إما بعد انتهاء مدة الضمان المقررة قانوناً أو اتفاقاً، أو في حالة عدم توافر شروط تطبيق هذا الضمان.

٩٤ - وإذا كان الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع، الذي يقع على عاتق المورد خلال فترة الضمان، هو التزام بتحقيق نتيجة. فإنه لا يمكننا الانتهاء إلى نفس

^١ الطعن رقم ٨٠٥٧ لسنة ٨٤ قضائية، جلسة ٢٠١٨/١١/١٥ منشور على موقع محكمة النقض المشار إليه سلفاً.

النتيجة بالنسبة لالتزام المورد بهذه الخدمات خارج الضمان؛ وذلك على اعتبار أن توفير هذه الخدمات خارج نطاق الضمان ليست من قبيل التنفيذ العيني للالتزام بالضمان، وإنما هي من قبل الخدمات الإضافية أو التسويقية التي يقدمها المورد سعياً من قبله لجذب أكبر عدد من العملاء لمنتجاته، أو من أجل الحفاظ على العملاء الحاليين، وكسب ولائهم لعلامته التجارية.

لذلك، ، ففي حالة قيام مراكز الخدمة المستقلة بتقديم خدمات ما بعد البيع، فإن الالتزام بتقديم هذه الخدمات لا يرتبط بالالتزام المورد بتمكين المستهلك من استخدام المنتج في الغرض المخصص له، أو تحقيق المنتج للوظيفة المرجوة منه، كما هو الحال في حالة الضمان. وإنما يمكن النظر إلى الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع خارج الضمان على أنه من قبيل الالتزام العام بحسن النية في المعاملات، وذلك وفقاً لنص المادة ١٤٨ من القانون المدني.

ولكن يجب تفسير حسن النية في إطار الضمان القانوني الذي يلتزم به المورد، فلا يجوز بأي حال من الأحوال أن يضع المشرع على المورد التزام أبدي بتقديم خدمات ما بعد البيع، وإنما يجب أن يرتبط تقديم هذا الالتزام بمدة معينة، سواء كانت هي مدة الضمان القانوني التي أقرها المشرع، أو مدة الضمان الاتفاقي التي اتفق عليها أطراف العقد. أما خارج هذه المدة فلا يجوز إبقاء هذا الالتزام معلّقاً في رقبة المورد، وإلا صار هذا الالتزام التزام أبدي يخالف مقتضيات الواقع، وقواعد العدالة والمساواة.

ومما يدل على ذلك نص الفقرة الأخيرة من المادة ٣٤ من قانون حماية المستهلك، والتي منحت جهاز حماية المستهلك، بعد أخذ رأي اتحادات الأعمال المعنية، الحق في تحديد مدة تنفيذ التزام المورد بتوفير مراكز الخدمة والصيانة، وتوفير قطع الغيار الأصلية أو المعتمدة، وكذلك الحق في تحديد السلع التي تُعفى من هذا الالتزام، سواء بسبب طبيعتها أو بسبب العادات التجارية التي تحكم التعامل أو التعاقد بشأنها.

٩٥ - لذلك، يمكن القول بأن التزام المورد بتقديم خدمة ما بعد البيع خارج الضمان، يتم بمجرد قيامه بتوفير مراكز الخدمة التي تقدم خدمات الصيانة والإصلاح وتوفير قطع الغيار للمستهلك، وفقاً للشروط التي تحددها الجهة الادارية في هذا الشأن، دون أن يكون مسئولاً عن درجة كفاءة، أو مقدار خبرة هذه المراكز، أو أن يكون مسئولاً عن حالة امتناع هذه المراكز عن تقديم تلك الخدمات للمستهلك، أو حالة التقصير في أدائها بشكل يضر المستهلك.

نخدمات ما بعد البيع التي تقدمها تلك المركز لا ترتبط بالعقد الأصلي المحرر بين المورد والمستهلك، ولا يوجد التزام على المورد بتقديم تلك الخدمات خارج نطاق الضمان، وإنما يقوم مركز الخدمة بتقديم هذه الخدمات للمستهلك بموجب عقد مستقل عن العقد الأصلي، قوامه: إما صيانة المنتج أو إصلاحه، أو توريد قطع الغيار اللازمة لذلك.

وإن كان المورد سيسعى دائماً إلى اختيار أفضل المراكز التي تتمتع بالكفاءة والخبرة في تقديم خدمات ما بعد البيع للمستهلك؛ لأن ذلك سينعكس بشكل مباشر على سمعته التجارية، وارتفاع أو انخفاض أرقام مبيعاته بالأسواق، ومدى ولاء المستهلك لعلامته التجارية.

٩٦ - ولذلك، صدر قرار وزير الصناعة والتجارة والمشروعات الصغيرة والمتوسطة رقم ٩٤٢ لسنة ٢٠١٤، بإلغاء القرار الوزاري رقم ٣٠٤ لسنة ٢٠١٤ بشأن مراكز الخدمة والصيانة^١، واستمرار العمل بالقرار الوزاري رقم ٨٤ لسنة ٢٠٠٤ المعدل بقرار وزير التجارة والصناعة رقم ٣٩٣ لسنة ٢٠٠٨.

وجاء هذا الالغاء استجابة لطلب جهاز حماية المستهلك لتنظيم سوق عمل مراكز الخدمة والصيانة، حيث أن القرار الوزاري رقم ٣٠٤ لسنة ٢٠١٤ كان يشترط لإنشاء مركز الصيانة ضرورة الحصول على استمارة "١٤س" من هيئة الرقابة

^١ الوقائع المصرية، العدد ١١ (تابع)، في ١٥ يناير ٢٠١٥.

على الصادرات والواردات "شهادة الوكلاء التجاريين" فقط، وإلغاء الشرط الوارد في القرار رقم ٨٤ لسنة ٢٠٠٤ المعدل بقرار وزير التجارة والصناعة رقم ٣٩٣ لسنة ٢٠٠٨، والذي كان ينص على ضرورة حصول المركز على موافقة المصنع أو الشركة المنتجة أو صاحبة العلامة التجارية لإجراء الصيانة.

حيث تبين لجهاز حماية المستهلك، بعد فحص العديد من الشكاوى الواردة إليه، وجود العديد من مراكز الخدمة العشوائية التي تمارس نشاطها بدون ترخيص من الجهات المختصة. فضلاً عن قيام تلك المراكز بالإعلان، على الفواتير والمستندات الصادرة عنها، أنها مركز صيانة لأجهزة وعلامات تجارية عالمية معروفة عالمياً، وذلك على غير الحقيقة، وهو ما يمثل خداعاً للمستهلك، ويضر بمصالحه، ويعرض سلامته وأمنه للخطر.

كما أن هذه المراكز تستخدم قطع غيار مقلدة ومغشوشة، إضافة إلى أن الفنيين العاملين بها لم يحصلوا على الخبرات الكافية لممارسة نشاطهم. وأن الثابت أن الشركات صاحبة العلامة التجارية لم تمنح أي ترخيص أو شهادة لهذه المراكز للقيام بعمليات صيانة أو إصلاح للأجهزة التي تقوم بإنتاجها أو بيعها، وذلك بالمخالفة لقراري وزير التجارة والصناعة رقم ٨٤ لسنة ٢٠٠٤، ٣٩٣ لسنة ٢٠٠٨ بشأن الترخيص في استخدام الماركات العالمية والمحلية، وضرورة موافقة مصلحة الرقابة الصناعية قبل الترخيص بمباشرة النشاط^١.

وبالتالي، فلا يجوز لمراكز الخدمة والصيانة أن تمارس نشاطها قبل الحصول على موافقة مصلحة الرقابة الصناعية، وذلك بعد التحقق من توافر الضوابط المقررة بقرار وزير التجارة رقم ٨٤ لسنة ٢٠٠٤ المعدل بالقرار رقم ٣٩٣ لسنة ٢٠٠٨، ومن أهم هذه الضوابط ضرورة حصول مركز الصيانة على ترخيص أو موافقة من المورد الذي يقوم مركز الخدمة بتقديم خدمات ما بعد البيع لمنتجاته.

^١ <https://www.elwatannews.com/news/details/637793>

٩٧ - بالإضافة إلى ذلك، فيقع على المورد التزام بضرورة اخطار جهاز حماية المستهلك بأي تغيير يطرأ على مراكز الخدمة، سواء كان بالتعاقد على مراكز خدمة جديدة، أو انتهاء التعاقد بشأن مراكز خدمة قائمة بالفعل. وكذلك بأي تعديل يطرأ على النطاق الجغرافي لأي من هذه المراكز، أو أي تعديل في المنتجات التي يختص مركز الخدمة بتقديم خدمات ما بعد البيع إليها، سواء كان ذلك بإضافة منتجات جديدة خاصة بالمورد، أو باستبعاد منتجات خرجت عن نطاق عمل المورد. ويجب أن يتم ذلك الاخطار خلال شهر من تاريخ التغيير.

ووفقاً للمادة ٢٢ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، يتم هذا الاخطار على استمارة معدة لذلك من جانب الجهاز، ويجب أن تشمل على البيانات الآتية:

١. اسم المورد وبياناته ورقم سجله التجاري.
٢. ترخيص من الجهة المختصة باعتماد مركز الخدمة.
٣. بيان نشاط مركز الخدمة ونوع المنتجات محل خدمة الصيانة.
٤. المكان الجغرافي لمركز الخدمة.
٥. مواعيد عمل المركز.

٩٨ - وفي مقابل الالتزامات التي ذكرناها سلفاً، والتي تقع على عاتق المورد أثناء تقديم خدمة ما بعد البيع خارج نطاق الضمان. فإن المستهلك، في المقابل، يكون ملزماً بأداء المقابل المالي المتعلق بتقديم خدمة ما بعد البيع إلى المورد، إذا كان تقديم هذه الخدمة يتم عن طريقه أو عن طريق مراكز خدمة تابعة له، أو أداء هذا المقابل المالي إلى مركز الخدمة الذي يقوم بتقديم تلك الخدمات بناء على اتفاق بينه وبين المورد على ذلك.

لذلك يلتزم المستهلك بأن يؤدي، للمورد أو مركز الخدمة على حسب الأحوال، قيمة تكاليف أعمال الصيانة والإصلاح التي يجريها الفنيين، سواء كانوا تابعين للمورد أم كانوا تابعين لمركز الخدمة المستقل، وكذلك نفقات انتقال هؤلاء

الفنيين إلى محل إقامة المستهلك لتقديم خدمات الصيانة والإصلاح، وكذلك نفقات نقل المنتج إلى مركز الخدمة والصيانة، ونفقات إعادته إلى مقر المستهلك بعد الإصلاح، وكذلك يجب على المستهلك أداء ثمن قطع الغيار التي يتم تركيبها للمنتج، متى كانت ضرورية لإعادته إلى الحالة التي كان عليها من قبل، وأداء الوظيفة المرجوة منه.

٩٩ - وفي حالة امتناع المستهلك عن أداء المقابل المالي لنفقات خدمة ما بعد البيع، أو التراخي في ذلك دون مبرر شرعي، فيكون للمورد أو مركز الخدمة الحق في حبس المنتج حتى يقوم المستهلك بسداد المقابل المالي لخدمة ما بعد البيع، وذلك وفقاً لنص المادة ٢٤٦ / ١ من القانون المدني، والتي تقرر أن "لكل من التزم بأداء شيء أن يمتنع عن الوفاء به، مادام الدائن لم يعرض الوفاء بالتزام مترتب عليه بسبب التزام المدين ومرتب به، أو مادام الدائن لم يقيم بتقديم تأمين كافٍ للوفاء بالتزامه هذا".

ذلك أن التزام المستهلك بأداء المقابل المالي لخدمات ما بعد البيع خارج نطاق الضمان، هو التزام مقابل ومرتب بالتزام المورد أو مركز الخدمة بأداء هذه الخدمات، وليس التزاماً متعلقاً بالضمان القانوني أو الاتفاقي الذي يقع على عاتق المورد، وإنما بناءً على عقدٍ مستقل عن العقد الأصلي، سواء أُنخذ شكل عقد صيانة قوامه تقديم خدمات ما بعد البيع، أو عقد توريد قوامه توفير قطع الغيار اللازمة لإعادة المنتج لأداء الوظيفة المرجوة منه.

وبالتالي، يكون لمن قدم خدمات ما بعد البيع في هذه الحالة، الحق في حبس المنتج لحين استيفاء حقه في الحصول على المقابل المالي لهذه الخدمات من المستهلك، باعتبار أن الوفاء بهذا المقابل المالي كان بسبب القيام بأداء خدمة ما بعد البيع، وهي التزامات يحكمها عقد الصيانة أو التوريد، على حسب الأحوال، وليس بسبب الالتزامات التي يحكمها العقد الأصلي المحرر بين المورد وبين المستهلك.

ثالثاً: شروط الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع خارج الضمان:

١٠٠ - مما سبق يتضح لنا أنه يشترط للالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع خارج نطاق الضمان، من قبل مركز الخدمة والصيانة، سواء كان تابعاً للمورد أو مستقلاً عنه، وجوب توافر الشرطين الآتيين:

أ - انتهاء فعالية الضمان القانوني أو الاتفاقي، ويتحقق ذلك بتوافر إحدى حالتين:

١. انتهاء المدة المحددة للضمان القانوني؛ بمرور أكثر من عام على تاريخ استلام المستهلك للسلعة في حالة الضمان من العيوب الخفية، وفقاً للمادة ٤٤٧ من القانون المدني. أو مرور أكثر من عامين على تاريخ استلام المستهلك للسلعة المعمرة، وفقاً للمقرر بنص المادة ٢٢ من قانون حماية المستهلك. أو مرور المدة المحددة للضمان الاتفاقي الوارد في العقد المحرر بين المستهلك وبين المورد.

٢. أن تكون مدة الضمان، المبينة في الفقرة السابقة، مازالت سارية، ولكن يكون العيب أو الخلل الذي لحق المنتج محل الضمان من العيوب أو من الحالات التي تخرج عن نطاق الضمان الاتفاقي أو القانوني، كأن يكون العيب أو الخلل ناشئاً عن سبب يرجع إلى المستهلك، مثل العيب أو الخلل الناشئ عن سوء استعمال المستهلك للمنتج محل الضمان، أو عدم اتباع المستهلك لتعليمات المورد بشأن استخدام المنتج، أو طريقة الاستخدام، أو الظروف الخاصة بهذا الاستخدام. وكذلك الحال عندما يكون العيب أو الخلل ناشئاً عن قوة قاهرة أو حادث أجنبي أو خطأ الغير.

ب - أداء المستهلك للمقابل المالي الخاص بخدمة ما بعد البيع، وذلك وفقاً لطبيعة العيب أو الخلل، ومقدار الجهد اللازم لإصلاحه، وقيمة قطع الغيار التي تم استبدالها في المنتج لإعادته لحالته الطبيعية.

رابعاً: الجزاء عن الامتناع عن تقديم خدمة ما بعد البيع خارج الضمان:
١٠١ - لا علاقة لتقديم خدمة ما بعد البيع، سواء من قبل مراكز الخدمة التابعة للمورد أم تلك المستقلة عنه، بالعقد الأصلي المبرم بين المورد والمستهلك، وإنما يكون ذلك، كما سبق أن قررنا، بموجب عقد مستقل بين المستهلك ومركز الخدمة، ويكون الأخير طرفاً أصلياً في هذا العقد، ويدور هذا العقد حول أداء خدمة الإصلاح والصيانة، أو توريد قطع الغيار للمستهلك، أو كلاهما معاً.

وفي العقد المبرم بين المستهلك ومركز الخدمة، قد يكون المورد متضامناً معه، وفقاً لقواعد مسؤولية المتبوع عن أعمال تابعه، وذلك متى كان مركز الخدمة يخضع لرقابة وإشراف المورد في أدائه لخدمات ما بعد البيع.

أما في حالة استقلال مركز الخدمة عن المورد وعدم خضوعه لرقابته أو إشرافه، فإن المورد لا يكون متضامناً مع مركز الخدمة في مسؤولية الأخير عن التقصير أو الإهمال في أداء خدمة ما بعد البيع خارج نطاق الضمان؛ لأنه ليس طرفاً في العقد المبرم بين المستهلك ومركز الخدمة. وتختصر مسؤولية المورد في عدم توفير مراكز الخدمة، أو عدم توريد قطع الغيار لمراكز الخدمة، وذلك وفقاً للعقد المبرم بين المورد ومركز الخدمة، أو وفقاً لما يقرره جهاز حماية المستهلك في هذا الشأن.

١٠٢ - ويترتب على ذلك، أنه لا مجال لإعمال الجزاءات المدنية التي قررها القانون بشأن مخالفة أحكام الضمان. ففي حالة تقصير مركز الخدمة أو إهماله في أداء خدمات ما بعد البيع، لا يكون للمستهلك الحق في مطالبة مركز الخدمة باستبدال منتج جديد بالمنتج محل الضمان، أو برد المنتج مع استرداد ثمنه، ولا يكون له الحق في طلب فسخ العقد الأصلي المبرم بينه وبين المورد.

وذلك على اعتبار أن هذه الجزاءات تتعلق فقط بتنفيذ العقد الأصلي بين المورد وبين المستهلك، فما هي إلا ضمان للتنفيذ العيني لالتزام المورد بأداء المنتج للوظيفة المرجوة منه، أو ضمان الصفات التي تعهد بكفالتها فيه. وأن هذه الجزاءات

تقرر فقط عند تحقق مسؤولية المورد، طبقاً لقواعد الضمان القانوني الواردة في القانون المدني أو قانون حماية المستهلك، أو طبقاً لأحكام الضمان الاتفاقي الواردة بالعقد المبرم بين المستهلك وبين المورد. أما في الحالات الأخرى خلاف هذين الضمانين، فلا يجوز تطبيق هذه الجزاءات عليها.

١٠٣ - ولكن لا يمكن القول بأن تقصير مركز الخدمة أو إهماله في أداء خدمات ما بعد البيع للمستهلك لا يترتب عليه أي مسؤولية. ذلك أن العقد المبرم بين المركز والمستهلك يفرض عليه أن يؤدي تلك الخدمات وفقاً لقواعد فنية أقرها صانع المنتج محل الخدمة، أو فرضتها الجهات المهنية الخاصة بهذه المنتجات، أو أكدت عليها المواصفات الفنية القياسية التي تصدر من الوزارة المعنية بذلك.

ومخالفة المركز لهذه القواعد يثبت توافر الخطأ في ناحيته، وهذا الخطأ يؤدي إلى توافر المسؤولية المدنية في حق المركز تجاه المستهلك، وهي المسؤولية التي أقرها المشرع، بموجب الفقرة الأخيرة من المادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك، وهي مسؤولية مركز الخدمة عن التقصير أو الإهمال في أداء خدمات ما بعد البيع، حينما قرر أنه "وتضمن المراكز المشار إليها سلامة المنتج في حدود خدمة الإصلاح وفقاً لطبيعة الخدمة وشروط التعاقد أو الحدود الدنيا للضمان التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون. كما تلتزم عند تحقق شروط المسؤولية عن سلامة الإصلاح إما برد ما حصلته من مقابل للخدمة أو بإعادة تقديم الخدمة بغير تكلفه إضافية على المستهلك، وذلك ما لم يكن العيب قد نشأ لسبب أجنبي أو لخطأ المستهلك". وسوف نتناول بالتفصيل أحكام هذه المسؤولية في الفرع التالي.

١٠٤ - كما يتعرض مركز الخدمة لجزاءات جنائية في حالة الإخلال بالالتزامات التي فرضتها عليه المادة ٣٣ / ١ من قانون حماية المستهلك، فوفقاً للفقرة الثانية من المادة ٦٤ من ذات القانون، يعاقب بالغرامة التي لا تقل عن عشرة آلاف جنيه ولا تجاوز خمسمائة ألف جنيه، مركز الخدمة الذي لا يلتزم بالالتزامات الواردة

بالمادة ٣٣ / ١ من القانون، وللمحكمة أن تحكم، بالإضافة للغرامة، بغلق مركز الخدمة لمدة لا تتجاوز ستة أشهر.

أما في حالة مخالفة مركز الخدمة للالتزام بإصدار فاتورة للمستهلك عن أعمال الصيانة المقدمة منه، فإنه يعاقب بمقتضى المادة ٦٥ من قانون حماية المستهلك، بالغرامة التي لا تقل عن ثلاثين ألف جنيه ولا تتجاوز مليون جنيه أو مثلي قيمة المنتج محل المخالفة أيهما أكبر.

كما يعاقب المركز بذات العقوبة السابقة، متى خالف أحكام ضمان سلامة المنتج في حدود خدمة الإصلاح، وعدم تفعيل الجزاءات أو الإجراءات التي وضعها المشرع تنفيذاً لهذا الضمان، والتي أوردها نص المادة ٣/٣٣ من قانون حماية المستهلك.

١٠٥ - فإذا ترتب على مخالفة مركز الخدمة لالتزاماته الواردة بالمادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك، تعريض حياة المستهلك للخطر، أو للإصابة بمرض مزمن أو مستعصٍ أو عاهة مستديمة، فإن العقوبة تصل إلى السجن والغرامة التي لا تقل عن مائة ألف جنيه ولا تتجاوز مليون جنيه أو ما يعادل قيمة السلعة محل الجريمة، أيهما أكبر. فإذا نشأ عن هذه المخالفة وفاة شخص أو أكثر فإن العقوبة تصل إلى السجن المؤبد والغرامة التي لا تقل عن مائتي ألف جنيه ولا تتجاوز مليوني جنيه أو ما يعادل قيمة السلعة محل الجريمة، أيهما أكبر. وذلك وفقاً لنص المادة ٧٢ من قانون حماية المستهلك.

ووفقاً لنص المادة ٧٤ من قانون حماية المستهلك، يعاقب الشخص المسئول عن الإدارة الفعلية لمركز الخدمة، جنباً إلى جنب مع مركز الخدمة ذاته، إذا ثبت علمه بهذه المخالفة، وكان إخلاله بالواجبات التي تفرضها عليه تلك الإدارة قد أسهم في وقوع الجريمة.

فضلاً عن هذه العقوبات المالية والبدنية السالف ذكرها، فإن المشرع، بمقتضى المادة ٧٥ من قانون حماية المستهلك، قد قرر جزاءً تتعلق بالتشهير بحق مركز

الخدمة الذي يخالف الالتزامات الواردة بأحكام هذا القانون؛ فأوجب المشرع نشر الحكم الجنائي الصادر بإدانة مركز الخدمة في جريدة يومية واحدة، وفي أحد المواقع الالكترونية واسعة الانتشار، وكذلك في الموقع الالكتروني لجهاز حماية المستهلك، وأن يستمر الإعلان في الموقع الأخير لمدة ثلاث سنوات من تاريخ صدور الحكم، كنوع من أنواع التشهير بمراكز الخدمة المخالفة للالتزامات الواقعة عليها بمقتضى القانون.

وعقوبة التشهير بنشر الحكم الجنائي الصادر بحق مركز الخدمة المخالف، هي عقوبة تكميلية وجوبية، يجب على المحكمة أن تقضي بها في كل حالة يصدر فيها حكم بالإدانة ضد مركز الخدمة أو المدير المسؤول، وإذا خالفت المحكمة هذا الأمر كان حكمها مخالف للقانون، يتعين تصحيحه لهذا السبب من قبل محكمة النقض، متى كانت النيابة العامة قد طعنت على الحكم لهذا السبب^١.

^١ في ذلك قضت محكمة النقض بأنه "لما الحكم المطعون فيه لم يقضٍ بالنشر كعقوبة تكميلية وجوبية يُقضى بها في جميع الأحوال عملاً لنص المادة ٢٤ من القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بشأن إصدار قانون حماية المستهلك، فإنه يكون قد خالف القانون مما يتعين معه نقضه وتصحيحه عملاً بالفقرة الأولى من المادة ٣٩ من القانون رقم ٥٧ لسنة ١٩٥٩ بشأن حالات وإجراءات الطعن أمام محكمة النقض، إلا أنه لا محل لتصحيحه لأنَّ النيابة العامة لم تطعن على الحكم المطعون فيه ولا يصح أن يُضار الطاعن بطعنه". الطعن رقم ٢٦٣٤٣ لسنة ٨٨ قضائية، الدوائر الجنائية، جلسة ٢٠١٩/١٠/٩، منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت.

المبحث الرابع

ضمان مركز الخدمة لخدمات ما بعد البيع

١٠٦ - تنص الفقرة الأخيرة من المادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك، على أنه "وتضمن المراكز المشار إليها سلامة المنتج في حدود خدمة الإصلاح وفقاً لطبيعة الخدمة وشروط التعاقد أو الحدود الدنيا للضمان التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون. كما تلتزم، عند تحقق شروط المسؤولية عن سلامة الإصلاح، إما برد ما حصلته من مقابل للخدمة أو بإعادة تقديم الخدمة بغير تكلفه إضافية على المستهلك، وذلك ما لم يكن العيب قد نشأ لسبب أجنبي أو لخطأ المستهلك".

ويتضح من النص السابق أن مركز الخدمة لا يعفى من أي مسؤولية عن تقديم خدمات ما بعد البيع، وإنما وضع المشرع قواعد لأحكام الضمان القانوني التي يلتزم بها مركز الخدمة والصيانة عن الأعمال التي قام بها تجاه المستهلك، ويترتب على مخالفته لأحكام هذا الضمان، توافر المسؤولية القانونية في حقه تجاه المستهلك.

١٠٧ - وسوف نبين الضمان القانوني الواقع على عاتق مراكز الخدمة من خلال بيان الالتزامات الواقعة على عاتق مراكز الخدمة عند تقديم خدمات ما بعد البيع (المطلب الأول)، ثم بيان أحكام ضمان مركز الخدمة لخدمات ما بعد البيع (المطلب الثاني).

المطلب الأول

التزامات مراكز الخدمة عند تقديم خدمات ما بعد البيع.

١٠٨ - يجب على مراكز الخدمة والصيانة قبل أن تمارس نشاطها الحصول على موافقة مصلحة الرقابة الصناعية، وذلك بعد استيفاء الضوابط المقررة بقرار وزير التجارة رقم ٨٤ لسنة ٢٠٠٤ المعدل بالقرار رقم ٣٩٣ لسنة ٢٠٠٨، ومن أهم هذه الضوابط ضرورة حصول مركز الصيانة على ترخيص من المورد الذي يقوم بتقديم خدمات ما بعد البيع لمنتجاته. فلا يجوز لمراكز الخدمة والصيانة أن تقوم بتقديم خدمات ما بعد البيع لمنتجات معينة، إلا بعد الحصول على ترخيص أو موافقة مسبقة من مورد هذه المنتجات.

وعادة لا يتم منح هذه الموافقة أو ذلك الترخيص من المورد إلا بعد إبرام عقد يخول فيه المورد لمراكز الخدمة والصيانة تقديم خدمات ما بعد البيع لعملائه، أو لمنتجاته التي يتم تداولها بالأسواق. ويتم الاتفاق في هذا العقد على نوع الخدمات المقدمة من مراكز الخدمة لعملاء المورد، وأنواع الأجهزة التي تخضع لهذه الخدمات، وقطع الغيار التي يلتزم المورد بتوفيرها لمراكز الخدمة لإتمام عمليات الصيانة والإصلاح، وكذلك المقابل المالي الذي يتحصل عليه مركز الخدمة من المستهلك نظير تلك الخدمات، أو طرق تقديره، أو كيفية تسويته في حالة تقديم هذه الخدمات مجاناً للمستهلك أثناء فترة الضمان القانوني أو الاتفاقي.

١٠٩ - ومن ناحية أخرى، قرر المشرع بمقتضى المادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك بعض الالتزامات التي يجب على مركز الخدمة أدائها قبل المستهلك، سواء أكان مركز الخدمة تابعاً للمورد، أم كان مستقلاً عنه. وتنحصر هذه الالتزامات في الالتزام بإعلام المستهلك بالخدمة المقدمة إليه وتكلفتها، والالتزام بالحصول على الموافقة الصريحة للمستهلك قبل البدء في عملية الإصلاح أو الصيانة، والالتزام

بإصدار فاتورة للمستهلك بالأعمال التي تمت، والالتزام بضمان سلامة المنتج في ضوء الخدمة المقدمة.

أولاً: الالتزام بأداء الخدمة للمستهلك دون تمييز.

١١٠ - يلتزم مركز الخدمة بأن يؤدي خدمات ما بعد البيع للمستهلكين حائزي المنتجات التي يضطلع مركز الخدمة بصيانتها، دون أي تمييز بينهم، كأن يقصر مركز الخدمة تقديم تلك الخدمات على المنتجات التي تقع خارج الضمان فقط، دون تلك التي يسري في شأنها الضمان القانون أو الاتفاقي.

كما يلتزم مركز الخدمة بتقديم خدمات ما بعد البيع للمنتجات التي تحمل العلامة التجارية للصانع أو المنتج أو المستورد، بصرف النظر عن قيام المستهلك بشراءها من وكيل لهذا الصانع أو المنتج أو المستورد، أو أي بائع آخر. لأنّ القول بغير ذلك يتناقض مع حقوق المستهلك الأساسية، والتي أكد عليها المشرع بالمادة الثانية من قانون حماية المستهلك. إذ في قيام مركز الخدمة بالتمييز بين المستهلكين، على أي أساس، حرمان لهم من حقهم في الحصول على الفائدة المثلى للمنتجات المقدمة إليهم، والإضرار بمصالحهم المادية والاقتصادية.

ثانياً: الالتزام بإعلام المستهلك بالخدمة المقدمة له.

١١١ - فرضت المادة ٣٣ / ١ من قانون حماية المستهلك على مركز الخدمة واجب إعلام المستهلك بالخدمات التي يشرع مركز الخدمة في تقديمها إليه، إذ قررت أنه "تلتزم مراكز الخدمة والصيانة بإبلاغ المستهلك بأعمال الصيانة والإصلاح اللازمة للمنتج، ومدة الإصلاح وتكلفته".

ويرجع قيام الالتزام بتقديم المعلومات إلى المبدأ الذي يقضي بأنه إذا كان أحد المتعاقدين في مركز لا يؤهله لتبين المعلومات الضرورية بموضوع العقد، فإنه على المتعاقد الآخر إخباره بها.

فالالتزام بالإعلام، في حقيقته، واجب قانوني يفرضه المشرع على منتج السلعة أو من تربطهم بها صلة وثيقة، كمركز الخدمة الذي يقوم بخدمات ما بعد

البيع، بأن يقدموا للمستهلك كافة المعلومات والبيانات التي تمكنه من استخدام المنتج طبقاً لوجهته الصحيحة، أو يجنبه أضرار ومخاطر استخدامه^١.

١١٢ - والالتزام بالإعلام الذي فرضته المادة ٣٣ / ١ من قانون حماية المستهلك على مركز الخدمة، هو التزام بالإعلام سابق على التعاقد^٢، إذ ينشأ التزام مركز الخدمة بإعلام المستهلك قبل الحصول على موافقته الصريحة على عملية الإصلاح والصيانة التي تتم للمنتج، لذا فهو التزم سابق على إبرام العقد بين المستهلك وبين مركز الخدمة، سواء كان عقد عمل أو مقاوله قوامه إصلاح المنتج وصيانته، أو عقد توريد لقطع الغيار اللازمة لذلك.

وبشكل عام، يلتزم المهني (المورد أو مركز الخدمة) في الالتزام بالإعلام السابق على التعاقد بتقديم المعلومات والإرشادات التي تسمح للمستهلك بتكوين فكرة واضحة عن العقد ومحلّه، وإعلامه بكل أمر يمكن أن يؤثر على قراره في إبرام العقد من عدمه، حتى تكون إرادته حرة في ذلك^٣.

١ د. أحمد محمد الرفاعي: الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٤، ص ١٤٢؛ د. محمد محمد القطب مسعد: المسؤولية المدنية الناشئة عن أضرار الدواء (مشكلاتها، وخصوصية أحكامها)، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، ٢٠١٢، ص ٥٢، ٥٣.

٢ يتجه بعض الفقه إلى تعريف الالتزام بالإعلام السابق على إبرام العقد على أنه التزام قانوني سابق على التعاقد يلتزم فيه المدين، في ظروف معينة، بإعلام الدائن إعلاماً صحيحاً وصادقاً بكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه، والتي يعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبني عليها رضائه بالعقد. (راجع في ذلك: د. خالد ممدوح إبراهيم: حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية - دراسة مقارنة، الدار الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٧، ص ١٦٣؛ د. مصطفى أحمد أبو عمرو: الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك - دراسة مقارنة في القانون الفرنسي والتشريعات العربية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠١٠، ص ٣٣؛ د. السيد محمد عمران: الالتزام بالإعلام الالكتروني قبل التعاقد على شبكة الانترنت، الدار الجامعية، بيروت، ٢٠٠٦، ص ٢٩؛ د. تزيه محمد الصادق المهدي: الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٢، ص ١٥؛ د. خالد جمال أحمد حسن: الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ٨٢).

بينما بعض الفقه إلى تعريفه بأنه تنبيه وإعلام طالب التعاقد بمعلومات من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر ما من عناصر التعاقد المزمع، حتى يكون الطالب على بينة من أمره، بحث يتخذ قراره الذي يراه مناسباً على ضوء حاجاته وهدفه من إبرام العقد. (د. سهر منتصر: الالتزام بالتبصير، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٠، ص ٤١).

٣ د. محمد المرسي زهرة: الحماية المدنية للتجارة الالكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٧، ص ١٧٣؛ د. محمد سعيد إسماعيل: أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الالكترونية - دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ٢٠٠٥، ص ٢٧٠.

ويجد هذا الالتزام أساسه في نظرية التراضي وسلامته من العيوب، والهدف منه خلق رضا حر وواعٍ بحقيقة العقد وملاساته وظروفه. ويكون هذا الالتزام، دائماً، سابقاً على انعقاد العقد أو إبرامه^١.

١١٣ - ويتميز التزام مركز الخدمة بالإعلام السابق على التعاقد، وفقاً لما فرضته المادة ١/٣٣ بالخصائص الآتية^٢:

١. هو التزام قانوني سابق على إبرام العقد الخاص بتقديم مركز الخدمة لخدمات ما بعد البيع للمستهلك.

٢. هو التزام وقائي، إذ يمنع ويحفظ هذا العقد من الإنهيار ودواعي الإبطال بعد قيامه.

٣. يقتصر نطاقه على حد معين من المعلومات المتصلة بالعقد، وهي تلك التي بينها المادة ١/٣٣ من قانون حماية المستهلك دون أن ينطبق على أية معلومات أخرى، حتى ولو كانت معلومات جوهرية.

٤. هو التزام مستقل عن العقد الأصلي المبرم بين المورد وبين المستهلك، وهو التزام تفرضه العدالة العقدية لتحقيق التكافؤ بين الطرفين عند تحديد حقوقهما والتزاماتهما تجاه بعضهما البعض.

٥. لا يقتصر هذا الالتزام على قيام مركز الخدمة بإمداد المستهلك بالمعلومات والبيانات التي استوجبتها القانون، وإنما يجب عليه أن يضمن وصول هذه المعلومات والبيانات للمستهلك بشكل صحيح وكامل ووافي وواضح، فهو التزام بنتيجة وليس ببذل عناية.

١١٤ - ومما سبق يتضح أن المورد يلتزم بأن يمد المستهلك بالمعلومات الواضحة والكافية والكاملة عن أعمال الصيانة والإصلاح التي يحتاجها المنتج، وكذلك بيان قطع الغيار اللازم استبدالها، وتكلفة عملية الإصلاح، شاملة جميع الرسوم

^١ د. حسام توكل موسى: مرجع سابق، ص ٢٧٠.

^٢ راجع في ذلك: د. خالد جمال أحمد حسن: مرجع سابق، ص ٣٣٨: ٣٤٨.

والضرائب التي يجب على المستهلك أداءها نظير تلك الخدمة، وكذلك المدة اللازمة لعملية الإصلاح.

ويجب أن يتم موافاة المستهلك بهذه المعلومات بشكل كامل، قبل شروع مركز الخدمة في القيام بأي عملية من عمليات الصيانة، أو الإصلاح، أو استبدال قطع الغيار اللازمة لذلك. حيث أن الالتزام بتقديم هذه المعلومات للمستهلك يجب أن يكون سابقاً على إبرام العقد الخاص بتقديم خدمات ما بعد البيع؛ لأنه من مقومات هذا العقد، إذ تقديم هذه المعلومات للمستهلك أمراً ضرورياً للحصول على رضائه الصريح على إبرام هذا العقد، وإتيان هذا العقد للثمار المرجوة منه.

١١٥ - ويجب أن تكون المعلومات التي يقدمها مركز الخدمة، تنفيذاً منه للالتزام بالإعلام الواقع على عاتقه، كاملة ووافية، سواء من حيث حجم المعلومات التي يقدمها إلى المستهلك، أو مدى حاجته إليها، أو الطريقة التي يمكن له الحصول عليها. كما يجب أن تكون هذه المعلومات واضحة الصياغة وسهلة الأسلوب. وأن تكون خالية من الكذب أو التضليل، أو الإفراط في المبالغة والغموض المفضي إلى اللبس. أو أن تكون غير كافية لتبصير أو إعلام المستهلك بما تتضمنه من عناصر كافية لحمله على قبول خدمات ما بعد البيع التي يقدمها مركز الخدمة، واتخاذ القرار الملائم بشأن التعاقد عليها.

ولا يجوز إعفاء مركز الخدمة من الالتزام بإعلام المستهلك، حتى ولو كان الأخير عالماً بالمعلومات التي يشملها هذا الالتزام؛ ذلك لأنّ هذا الالتزام مفروض على مركز الخدمة بحكم القانون، ومن ثم لا يجوز الإعفاء منه إلا بمقتضى نص القانون. وبالتالي، يجب على مركز الخدمة أن يوفى بالالتزام بالإعلام الواقع على كاهله بمقتضى المادة ١/٣٣ من قانون حماية المستهلك، حتى وإن كان المستهلك خبيراً بالمعلومات محل هذا الالتزام^٢.

١ د. حسام توكل موسى: مرجع سابق، ص ٢٩٤ وما بعدها.

٢ د. خالد جمال حسين: مرجع سابق، ص ٢٩٠ وما بعدها؛ د. مصطفى أحمد أبو عمرو: مرجع سابق، ص ٦٠.

١١٦ - ويذهب بعض الفقه^١، وبحق، إلى عدم اعتبار الالتزام بالإعلام السابق على التعاقد التزاماً تابعاً للعقد المزمع إبرامه، بل هو التزام مستقل وله ذاتيته المستقلة التي تساهم في تكملة نصوص التشريع. فهو وسيلة قانونية تدعم الثقة المشروعة في الروابط العقدية، فمن ناحية يؤدي إلى امتداد مبدأ حسن النية في مجال تنفيذ العقد إلى مجال إبرامه، بحيث يمكن أن يرتب بطلان العقد عند مخالفته، وبذلك يصبح وسيلة لحماية الإرادة بجانب نظرية عيوب الإرادة. كما أن الاعتراف لهذا الالتزام بالذاتية المستقلة من شأنه أن يوجد الأساس القانوني للبطلان الوارد في المادة ٤١٩ من التقنين المدني المصري، والتي تقرر البطلان إذا لم يتوافر العلم الكافي بحقيقة المبيع.

لذلك، فالأصل أنه يترتب على عدم قيام مركز الخدمة بموافاة المستهلك بالمعلومات التي استوجبها المادة ١/٣٣ من قانون حماية المستهلك، ثبوت الخطأ العقدي في حق مركز الخدمة، ويترتب على ذلك قيام مسؤوليته العقدية عن تعويض الضرر الذي يلحق بالمستهلك جراء ذلك، بشرط أن تتوافر علاقة السببية بين هذا الخطأ والضرر الذي لحق بالمستهلك^٢.

وهذا الخطأ الصادر من مركز الخدمة، والناشئ عن تخلف قيامه بالالتزام بالإعلام السابق على التعاقد، قد يؤدي إلى الحكم بإبطال العقد، متى كانت هذه المعلومات، التي أغفل مركز الخدمة إعلام المستهلك بها، جوهرية بالنسبة لهذا

^١ د. نزيه محمد الصادق المهدي: مرجع سابق، ص ٢٣١: ٢٣٣؛ د. ممدوح محمد علي مبروك: مرجع سابق، ص ٢٠؛ د. خالد جمال أحمد حسن: مرجع سابق، ص ٣٣٥؛ د. عبد العزيز المرسي حمود: الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة - دراسة مقارنة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، العدد ١٨، السنة ٩، أكتوبر ٢٠٠٠، ص ٢٩٧؛ د. مبارك خلف مبارك الوهبي: الالتزام بالإفصاح في العقود، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ٢٠١٠، ص ١٦٤.

^٢ د. كريمة بركات: حق المستهلك في الاعلام في عقد البيع الالكتروني، الملتقى الدولي السابع عشر حول: "الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة"، المنعقد يومي ١٠، ١١ ابريل ٢٠١٧، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، الجزائر، ص ٢٩٠.

الأخير. وهي تكون كذلك متى كانت هي السبب الرئيسي لحمله على التعاقد، وقبول أداء مركز الخدمة لخدمات ما بعد البيع.

كما قد يكون تخلف أداء هذه المعلومات، أيضاً، سبباً في إبطال العقد المبرم بين المركز والمستهلك، أيضاً، متى كانت هذه المعلومات مضللة، أو شابهها نوع من التدليس والخداع الذي حمل المستهلك على إبرام هذا العقد، وقبول خدمات ما بعد البيع المقدمة من مركز الخدمة.

١١٧ - ويكون للمستهلك في هذه الحالة الحق في طلب فسخ العقد المبرم بينه وبين المورد، وإعادة الحال لما كان عليه قبل التعاقد، وذلك متى كانت هذه المعلومات جوهرية بالنسبة للمستهلك، أو كانت هي السبب الرئيسي الذي حمله على التعاقد، ومتى كانت قد سببت له أضراراً، أيّاً كان نوعها^١.

فضلاً عما سبق، فإن عدم التزام مركز الخدمة بإعلام المستهلك بالمعلومات الواردة بالفقرة الأولى من المادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك، يؤدي إلى قيام مسؤولية المركز الجنائية، وفقاً لنص المادة ٦٤ من قانون حماية المستهلك. وقد يؤدي الأمر إمكان صدور حكم قضائي بإغلاق المركز لمدة لا تزيد عن ستة أشهر.

ثالثاً: الالتزام بالحصول على الموافقة الصريحة للمستهلك قبل تقديم الخدمة.

١١٨ - وفقاً لنص المادة ١/٣٣ من قانون حماية المستهلك، لا يجوز لمركز الخدمة الشروع في عمليات خدمة ما بعد البيع، إلا بعد إعلام المستهلك بمهية أعمال الصيانة أو الإصلاح المزمع إجراؤها، وكذلك بيان مدتها، وتكلفتها الإجمالية. كما يجب على مركز الخدمة أن يحصل على موافقة المستهلك الصريحة والواضحة على قبول قيام المركز بتقديم خدمات ما بعد البيع، التي بينها من قبل للمستهلك، وفقاً للالتزام بالإعلام السابق بيانه.

^١ المرجع السابق، ص ٢٩٦.

فلا يكفي أن يُقدم المستهلك المُنتَج المعيب إلى مركز الخدمة، وإبقائه لديه بعد العلم بالأعمال اللازمة للإصلاح ومدته وتكلفته، بل يجب أن يوافق المستهلك صراحةً على قيام مركز الخدمة بتقديم هذه الخدمات، بناءً على المعلومات التي بينها له مركز الخدمة.

وترجع أهمية هذه الموافقة إلى اعتبارها القبول الصريح للعقد المزمع إبرامه بين المركز وبين المستهلك، والذي يكون الهدف منه أداء خدمات ما بعد البيع، فهي بمثابة قبول للمعلومات الجوهرية التي سبق للمركز إبدائها للمستهلك بشأن هذه الخدمة.

١١٩ - ويجب أن تصدر موافقة المستهلك قبل بدء مركز الخدمة في أداء خدمات ما بعد البيع، وإلا كانت رضا المستهلك معيب بعيب الغلط أو التدليس، حسب الأحوال؛ وذلك على اعتبار أن المشرع اشترط وجوب توافر قبول المستهلك الصريح بإبرام العقد قبل البدء في تقديم خدمات ما بعد البيع، وهذه الموافقة لا تتم إلا بعد إعلام المستهلك بالمعلومات التي أوجبها نص المادة ١/٣٣ من قانون حماية المستهلك إعلاماً صحيحاً.

فإذا أخفى مركز الخدمة هذه المعلومات عن المستهلك، وقع المستهلك في غلط، قد يؤثر على إبرامه للعقد. وإذا قام مركز الخدمة بالتدليس على المستهلك في تقديم معلومات غير صحيحة أو غير واضحة، أو تقديم معلومات مخالفة للحقيقة أو الواقع، وقع المستهلك فريسة التدليس الذي مارسه مركز الخدمة، وصارت إرادته معيبة بعيب التدليس.

ومع ذلك فإن تراخي موافقة المستهلك على قيام مركز الخدمة بتقديم خدمات ما بعد البيع إليه لا يبطل العقد الخاص بالصيانة بشكل مباشر؛ ذلك أن الموافقة الصريحة اللاحقة تصحح ما شاب هذا الإجراء من خلل، وذلك وفقاً لما تقضي به القواعد العامة من القانون المدني من ناحية، وكذلك اتساقاً مع مبدأ حسن النية في تنفيذ العقود من ناحية أخرى.

ومن جهة أخرى، فإن نص المادة ١/٣٣ من قانون حماية المستهلك، قد استبعد بشكل واضح، امكانية الإرتكان إلى اثبات موافقة المستهلك الضمنية على إجراء خدمات ما بعد البيع، ذلك أن النص قد قرر وجوب أخذ موافقة المستهلك الصريحة، وبالتالي فلا يجوز البحث عن موافقة المستهلك الضمنية على تقديم مركز الخدمة لخدمات ما بعد البيع، وذلك بصرف النظر عن الدلائل أو المؤشرات التي تعكس هذه الموافقة، أو مدى قوة الأدلة التي يمكن الاستناد إليها لإثبات توافر الموافقة الضمنية.

١٢٠ - ويترتب على تخلف موافقة المستهلك الصريحة، على النحو السابق ذكره، تخلف ركن الرضا بالنسبة للمستهلك، وبالتالي عدم انعقاد العقد بينه وبين مركز الخدمة على تقديم خدمات ما بعد البيع، ويكون عمل مركز الخدمة في حكم عمل الفضيولي، وتنطبق عليه أحكام الفضالة المقررة بالمواد ١٨٨ وما بعدها من القانون المدني، وذلك متى كانت أعمال الصيانة أو الإصلاح التي قام بها مركز الخدمة ضرورية أو عاجلة، وليس فقط أن تكون هذه الأعمال مجرد أعمال نافعة أو مفيدة للمستهلك^١.

ويُعد العمل ضرورياً بالنسبة للمستهلك، متى كان الأخير لن يتوان عن القيام بعملية الإصلاح أو الصيانة، بعد علمه أو تبينه للعيب أو الخلل الحادث بالمنتج، أو الأضرار المحتملة التي قد تنتج عن ذلك العيب أو الخلل، وأن المستهلك كان سيُقدم على عمليتي الإصلاح أو الصيانة لا محالة؛ لتفادي تلك الأضرار أو النتائج السلبية التي قد تلحق بالمنتج جراء عدم إجراء عمليات الصيانة أو الإصلاح للمنتج. وهذا من أمور الواقع التي يستقل بها قاضي الموضوع دون رقابة من محكمة النقض، متى أقام قضاؤه على أسباب سائغة.

١ د. عبد الرزاق أحمد السنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الأول، نظرية الالتزام بوجه عام (مصادر الالتزام)، تنقيح م. أحمد مدحت المراغي، طبعة لجنة الشريعة الإسلامية، النقابة العامة للمحامين، القاهرة، ٢٠٠٦، ص ١٠٥٧؛ الطعن رقم ٣٢١ لسنة ٣٨ قضائية، جلسة ١٩٧٤/١/٢٨، المكتب الفني، السنة ٢٥، القاعدة ٤١، الصفحة ٢٣٨.

أما إذا لم تكن أعمال الصيانة أو الإصلاح التي قام بها مركز الخدمة ضرورية أو عاجلة لإنقاذ المنتج المعيب من الهلاك مثلاً، أو تفاقم العيب أو الخلل الذي أصابه؛ فلا تنطبق على تصرفات مركز الخدمة أحكام الفضالة، وإنما يبقى عمله مجرد عمل مادي لا يترتب عليه انعقاد أي تصرف قانوني بينه وبين المستهلك، ولا يترتب عليه أيضاً، نشوء أي التزام قانوني على عاتق المستهلك تجاه مركز الخدمة.

رابعاً: الالتزام بإصدار فاتورة بالخدمات المقدمة.

١٢١ - يُعد الالتزام بإصدار الفاتورة للمستهلك من الالتزامات التي أكد عليها قانون حماية المستهلك بشكل صريح، وأوجب التزام كل من يتعامل مع المستهلك، بشأن أي عمل أو تصرف، بإصدار فاتورة تُبين ماهية هذا العمل وتكلفته التي قام المستهلك بأدائها.

وقد عرفت المادة ١ / ١٤ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الفاتورة بأنها، كل مستند، ورقي أو رقمي أو الكتروني، كاف بذاته لإثبات التعامل أو التعاقد مع المستهلك على منتج، على أن يكون متضمناً البيانات التي يتطلبها القانون وهذه اللائحة.

وقد أوجبت المادة ٤ من اللائحة التنفيذية، على وجوب الالتزام بأن تصدر الفاتورة باللغة العربية، وبخط واضح تسهل قراءته. كما بينت المادة ٩ من ذات اللائحة البيانات التي يجب أن تتضمنها أي فاتورة تصدر من المورد، وأوجبت أن يتم إصدار هذه الفاتورة للمستهلك دون تحميله أية أعباء إضافية، سواء أكانت أعباءً مالية أو غير مالية.

١٢٢ - ومن نص المادتين ٩، ٢١ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، يمكن حصر البيانات التي يجب على مركز الخدمة ذكرها في الفاتورة الصادرة منه للمستهلك بشأن خدمات ما بعد البيع في البيانات الآتية:

١. اسم مركز الخدمة، واسم محله التجاري، ورقم السجل التجاري، ورقم التسجيل الضريبي.

٢. تاريخ التعامل أو التعاقد.
 ٣. السعر الشامل لخدمة ما بعد البيع التي تم تقديمها للمستهلك.
 ٤. توقيع أو ختم مركز الخدمة أو من يمثله.
 ٥. بيان عما إذا كان المنتج في فترة الضمان أو تم الإصلاح خارج نطاق الضمان.
 ٦. بيان أعمال الصيانة أو الإصلاح التي تمت للمنتج.
 ٧. بيان قطع الغيار التي تم استبدالها، وتكلفة القطع الجديدة، شاملة ضريبة القيمة المضافة^١.
 ٨. بيان ضمان مركز الخدمة لسلامة المنتج في حدود خدمة الإصلاح المقدمة منه، ومدة هذا الضمان وحدوده.
- ١٢٣ - وتنبع أهمية إصدار الفاتورة للمستهلك على النحو الذي قرره المشرع في أنها مصدرًا للإعلام المستهلك بالخدمات التي تم تقديمها إليه، وتكلفتها الفعلية، وما إذا كانت هذه الخدمات قد تمت إليه في إطار الضمان القانون، أو في إطار الضمان الاتفاقي الساري بشأن العقد المبرم بينه وبين المورد، أم كانت هذه الخدمات قد قُدمت إليه خارج نطاق الضمان.

^١ تلجأ العديد من الشركات إلى حيلة تتمثل في المبالغة في تكلفة عمليات الصيانة والإصلاح، أو في قيمة قطع الغيار التي يتم توفيرها لهذه العملية، بشكل يكاد يقارب قيمة المنتج نفسه، وذلك بقصد دفع المستهلك إلى شراء منتج جديد بدلا من ذلك الذي أصابه العيب أو الخلل. وهذه السياسة يطلق عليها "التقادم المخطط له" "planned obsolescence"، سياسة في مجال الصناعات الاستهلاكية بالدرجة الأولى، تعمل على تقليل العمر الافتراضي للمنتج إلى أقصى قدر ممكن، حتى يتسنى للشركة المنتجة الاستفادة من إصلاحه أو استبداله، بهذه الممارسة تضمن هذه الشركات عوائد تجارية كبيرة، لأنها تزيد من إنتاجيتها، وتعزز ثقافة الاستهلاك في أوساط المجتمع، والتقادم المخطط له هو ظاهرة اقتصادية تتعلق بالتخطيط الإنتاجي لدورة حياة المنتج الاستهلاكي، بحيث يتم طرح هذا المنتج في نقاط البيع السوقية لفترة محددة من الزمن، ثم استبداله بمنتج استهلاكي آخر يؤدي الوظيفة نفسها، عن طريق وقف تسويق الأول أو التوقف عن إنتاج قطع غيار له، أو طرح بديل مطور عنه، ذلك لحمل المستهلكين على تغييره وشراء البديل الجديد، رغم كون الأول ما زال صالحا للاستعمال. وقد أصدرت فرنسا في ٢٠١٥ قانونا يقرر اعتبار هذا السلوك جريمة يعاقب عليها القانون بالسجن لمدة عامين، وغرامة تصل إلى ٣٠٠ ألف يورو. وبموجب هذا القانون، تلتزم الشركات الفرنسية بإبلاغ المستهلكين حول المدد التي ستكون قطع غيار المنتجات التي اشتروها متوافرة خلالها.

راجع في ذلك: https://www.aleqt.com/2020/01/16/article_1746511.html

كما أن هذه الفاتورة تعد مستنداً لإثبات قيام العقد المبرم بين المستهلك ومركز الخدمة بشأن تقديم خدمات ما بعد البيع للمستهلك، كما أنها تعد دليلاً لإثبات نوع الخدمات المقدمة وتكلفتها ومدة تقديمها.

ومن ناحية أخرى فإن الفاتورة تعد مصدراً لمحاسبة المركز ضريبياً من قبل مصلحة الضرائب، ودليلاً على قيمة الخدمات التي قدمها مركز الخدمة، ومن ثم يمكن عن طريقها حساب مقدار الأرباح التي حققها، والتي تُمكن الدولة من استيفاء الضرائب المقررة عنها.

١٢٤- وعلى العكس من قانون حماية المستهلك السابق رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، فلم يعد إصدار الفاتورة أمراً جوازياً للمستهلك، ذلك أن نص المادة العاشرة من قانون حماية المستهلك، قد ألزم المورد بإصدار فاتورة لإثبات التعامل مع المستهلك، وكذلك فعل نص المادة ٢/٣٣ من قانون حماية المستهلك بالنسبة لمركز الخدمة.

وبالتالي لم يعد إصدار الفاتورة أمراً راجعاً إلى إرادة المورد أو مركز الخدمة، أو يتوقف إصدارها على طلب المستهلك لها، وإنما يجب على المورد أو مركز الخدمة دائماً إصدار فاتورة بأي تعامل يجري بينه وبين المستهلك.

ومما يدل على صيرورة هذا الالتزام أمراً وجوبياً، أن المشرع قد أفرد عقوبة عند مخالفة المورد أو مركز الخدمة للالتزام بإصدار فاتورة لإثبات التعامل بينه وبين المستهلك، فقد قررت المادة ٦٥ من قانون حماية المستهلك معاقبة المورد أو مركز الخدمة عن عدم إصدار فاتورة للمستهلك بالغرامة التي لا تقل عن ثلاثين ألف جنيه ولا تتجاوز مليون جنيه أو مثلي قيمة المنتج محل المخالفة أيهما أكبر.

فضلاً عن ذلك، فإنه يترتب على عدم وفاء مركز الخدمة للالتزام بإصدار فاتورة للمستهلك عن الخدمات التي قدمها إليه، تحرر المستهلك من عبء إثبات وجود، أو ماهية وأحكام التعامل أو التعاقد الذي تم بينه وبين مركز الخدمة، وعدم تقيده في إثبات ذلك بوجود إثبات التصرفات القانونية بالكتابة متى جاوزت حداً معيناً.

فوفقاً لنص المادة ١١ من قانون حماية المستهلك، يكون للمستهلك الحق في إثبات وجود التعاقد، وكذلك إثبات سائر عناصره بجميع طرق الإثبات، دون التقيّد بالقواعد الواردة بقانون الإثبات في شأن التصرفات القانونية.

خامساً: الالتزام بالقواعد والأحكام الضمنية في حالات الصيانة والإصلاح وتغيير قطع الغيار.

١٢٥ - يجب على مركز الخدمة، أثناء قيامه بعمليات الصيانة أو الإصلاح أو تغيير قطع الغيار، بالالتزام بتعليمات صانع السلعة محل خدمة ما بعد البيع، على اعتبار أن الأخير هو الأجدر على تحديد الطريقة المثلى التي يجب أن تتم بها عمليات الإصلاح أو الصيانة، وذلك حتى تحافظ السلعة على أداء الوظيفة المرجوة منها، أو أداء الغرض الذي صنعت من أجله.

لذلك، يجب أن تتم معالجة العيوب التي تلحق المنتجات محل خدمة ما بعد البيع التي يقدمها مركز الخدمة، بالطريقة الفنية التي تتفق مع طبيعة المنتجات، والغرض الذي خصصت له، والدور الوظيفي المنتظر منها.

كما يجب أن يتم تغيير قطع الغيار التالفة أو المعطوبة بالمنتج محل خدمة ما بعد البيع، بأخرى جديدة كلما كان ذلك ضرورياً أو لازماً لأجل إعادة المنتج للحالة التي كان عليها قبل حدوث العطل. فلا يجوز لمركز الخدمة الاكتفاء بإصلاح القطعة التالفة، إذا كان السبيل الوحيد لإعادة المنتج للحالة التي كانت عليها هو تغيير القطعة التالفة بأخرى جديدة، أو إذا كان مجرد إصلاح تلك القطعة لا يمنع من إعادة تعطلها أو تعييبها مرة أخرى.

وعليه، لا يعد مركز الخدمة قد أوفى بالتزامه بأداء خدمة ما بعد البيع بشكل كامل، إلا إذا جاء أداء هذه العمليات متوافقاً مع الأصول الفنية والتقنية اللازمة لإتمام عمليات الإصلاح أو الصيانة، والتي تعالج العيوب أو الخلل الذي يصيب المنتج من ناحية، ومن ناحية أخرى يؤدي إلى إعادة المنتج لأداء الوظيفة المرجوة منه، مع ضمان أمن وسلامة المستهلك.

المطلب الثاني

أحكام ضمان مركز الخدمة لخدمات ما بعد البيع

١٢٦ - لا يمكن أن يُعفى مركز الخدمة عن أية مسؤولية عند تقديمه لخدمات ما بعد البيع، فهو يُعد في حكم مقدم الخدمة أولاً وأخيراً، لذلك يقع عليه ذات الالتزام المقرر على عاتق مقدم الخدمة، طبقاً لنص المادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك، والتي تضع التزاماً عاماً على عاتق مقدم أي خدمة للمستهلك بضمن هذه الخدمة في حالة وجود عيب أو نقص فيها.

لذلك، جاء نص الفقرة الأخيرة من المادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك مؤكداً على مسؤولية مراكز الخدمة عن خدمات ما بعد البيع التي تقدمها للمستهلك، فتضمن سلامة المنتج في حدود خدمة الإصلاح، وفقاً لطبيعة الخدمة وشروط التعاقد أو الحدود الدنيا للضمان التي تحددها اللائحة التنفيذية.

وهذا الضمان القانوني لا يمكن لمراكز الخدمة التنصل منه؛ فلا يجوز أن يتضمن العقد المبرم بين مركز الخدمة إعفاء المركز من هذا الضمان، أو التخفيف من الأحكام المقررة له. كما لا يجوز للمورد أن يُضمّن العقد الأصلي المحرر بينه وبين المستهلك ما يفيد ذلك؛ وذلك على اعتبار أن الأحكام الواردة في قانون حماية المستهلك من النظام العام التي لا يجوز الاتفاق على مخالفتها أو الاعفاء منها.

وهذا ظاهر من نص المادة ٢٨ من قانون حماية المستهلك، التي تقرر أنه يقع باطلاً كل شرط يرد في عقد أو وثيقة أو مستند أو غير ذلك مما يتعلق بالتعاقد مع المستهلك، إذا كان من شأنه خفض أي من التزامات المورد الواردة بهذا القانون أو لائحته التنفيذية أو إعفاؤه منها.

وهذا النص يسري في حق مراكز الخدمة والصيانة، على اعتبار أنها في حكم المورد بالنسبة للمستهلك؛ فهي تقوم على تقديم خدمة ما بعد البيع للمستهلك، لذلك ينطبق عليها تعريف المورد الوارد في المادة ٥/١ من قانون حماية المستهلك، حيث

يعتبر مورداً كل شخص يمارس نشاطاً تجارياً أو صناعياً أو مهنياً أو حرفياً أو يُقدم خدمة للمستهلك.....

أولاً: ماهية الضمان القانوني لمراكز الخدمة.

١٢٧ - يقوم الضمان القانوني على عاتق مراكز الخدمة بالنسبة لخدمات ما بعد البيع التي تضطلع بتقديمها للمستهلك، على كون هذه المراكز في حكم المهني المحترف، واعتبارها كذلك يفرض عليها واجبات والتزامات تجاه المستهلك، بحيث تكون مسؤولة عن الإخلال بها، كما يجب عليها كذلك أن تراعي في عملها ما تفرضه عليها الأعراف والتقاليد وقواعد السلوك التي تحكم أداؤها لعملها، بحيث تتحقق مسئوليتها عند مخالفة هذه القواعد أو الأعراف.

ووفقاً للمادة ٣٣/٣ من قانون حماية المستهلك، فإن الضمان القانوني الذي يقع على عاتق مراكز الخدمة، هو ضمان هذه المراكز لسلامة المنتجات التي قدمت لها خدمات ما بعد البيع، في حدود الخدمة التي قدمتها، ووفقاً لشروط التعاقد والعرف التجاري.

والنص على النحو السالف يختلف عن ذلك المتعلق بالضمان الملقى على عاتق مقدم الخدمة بشكل عام، والمقرر بالمادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك، والذي يضمن فيها مقدم الخدمة كل عيب أو نقص في أداء الخدمة ذاتها.

١٢٨ - ولا يمكن القول بأن الضمان المقرر على عاتق مركز الخدمة يقتصر على ذلك المقرر بالمادة ٣٣/٣ من قانون حماية المستهلك فقط، بل إن الضمان المقرر على عاتق مركز الخدمة يشمل ما قرره المادة ٣٣/٣، وكذلك المادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك.

فمن ناحية، فإن مركز الخدمة والصيانة هو في حكم المورد وفقاً لنص المادة ٥/١ من قانون حماية المستهلك، باعتباره مهني يحترف تقديم الخدمات إلى المستهلكين. ووفقاً لذلك ينطبق عليه النص العام الخاص بضمان مقدم الخدمة للخدمات المقدمة منه، والوارد بالمادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك.

ومما يدل على ذلك، أن النص الخاص بضمان مراكز الخدمة، والمقرر بالمادة ٣/٣٣ من قانون حماية المستهلك، قد أورده المشرع تحت عنوان فرعي بأحكام خاصة ببعض التعاقدات، وبهذا يكون المشرع قد اعترف بخصوصية التعاقدات التي تتم بين المستهلك ومراكز الخدمة، فأورد لخدمات ما بعد البيع التي تقدمها للمستهلك ضماناً خاصاً، يسير جنباً إلى جنب مع النص العام المقرر لضمان مقدم الخدمة للخدمات التي يضطلع بها، بحيث يكون كلا الضمانين مكملان لبعضهما البعض، دون أن يزيح أحدهما الآخر.

ومن ناحية أخرى، فإن القول بمسئولية مراكز الخدمة عن الضمان المقرر بالمادة ٣/٣٣ من قانون حماية المستهلك فقط، دون مسئوليتها وفقاً للضمان العام المقرر بالمادة ٢٥ من ذات القانون، يؤدي إلى نتائج غير سوية؛ وهي عدم مسئولية مراكز الخدمة عن عدم مراعاة الأصول الفنية، أو مسئوليتها عن اتباع طرق غير مصرح بها في عمليات الإصلاح أو الصيانة أو تغيير قطع الغيار، وذلك ما دام المنتج سليم وفقاً لخدمة ما بعد البيع التي قدمت له. في حين أن مركز الخدمة ملتزم باتباع الطرق والأصول الفنية المصرح بها من الصانع، وذلك حتى يستمر المنتج في أداء الوظيفة المرجوة منه، على النحو الذي يتناهى المستهلك.

١٢٩ - لذلك، يمكن القول بأن الضمان القانوني الذي يقع على عاتق مركز الخدمة يشمل ضمانين: أحدهما عام، باعتباره مقدم خدمة للمستهلك، وهو ضمان كل عيب أو نقص في الخدمة التي قام المركز بأدائها للمستهلك، ويرجع في تحديد ذلك إلى الأصول الفنية التي يلتزم بها مركز الخدمة، وفقاً لقواعد وأعراف المهنة، ووفقاً لتعليمات الصانع في شأن خدمة ما بعد البيع للمنتجات الخاصة به.

أما الضمان الثاني، فيكون نطاقه هو سلامة المنتجات التي قدمت لها خدمات ما بعد البيع، بحيث تكون الخدمة التي قدمت للمنتجات فعالة، بإزالة العطل أو الخلل الذي أصابها من قبل، وضمان سلامة قطع الغيار التي تم استبدالها، بحيث تؤدي نفس الوظيفة التي كانت تؤديها قطع الغيار القديمة، ويتم تحديد هذا

الضمان وفقاً لطبيعة الخدمة التي قدمها المركز إلى المستهلك، وكذلك إلى شروط التعاقد المتفق عليها بين المركز وبين المستهلك، وللعرف التجاري الذي يحكم عمل المركز في هذا الشأن.

ثانياً: خصائص الضمان القانوني لمراكز الخدمة.

١٣٠ - يتميز الضمان المقرر على عاتق مركز الخدمة عن خدمة ما بعد البيع التي قدمها للمستهلك بأنه ضمان قانوني؛ أي يستمد وجود ومصدر فعاليته من واقع النص القانوني الذي أقره وحدد تخومه. وعلى ذلك، فهذا الضمان مفروض على مركز الخدمة بقوة القانون، فلا يجوز له التنصل منه، سواء باتفاق بينه وبين المورد الذي يقدم خدمات ما بعد البيع للمستهلك نيابة عنه، حتى ولو كان ذلك أثناء فترة الضمان، بل وحتى ولو ورد ذلك في الاتفاق المحرر بين المستهلك وبين مركز الخدمة في شأن تقديم خدمات ما بعد البيع.

وهذا يتفق مع الهدف من قانون حماية المستهلك، حيث اتجه المشرع إلى إضفاء طابع النظام العام على الأحكام الواردة به، خاصة تلك التي تتعلق بحماية حقوق المستهلك، فلا يجوز الانتقاص منها، أو إعفاء المورد من أداؤها للمستهلك تحت أي مسمى.

فالمشرع، حين وضع الأحكام الخاصة بحماية المستهلك في هذا القانون، كان على يقين تام بأن المستهلك ما هو إلا الحلقة الأضعف في عملية الاستهلاك؛ سواء في المرحلة السابقة على التعاقد أو في مرحلة التعاقد، أو حتى في مرحلة ما بعد إبرام العقد وأثناء تنفيذه. لذلك أكد المشرع على اعتبار الأحكام الخاصة بحمايته، والحقوق المقررة له في هذا القانون، والالتزامات التي تقع على عاتق المورد في مواجهته، جميع تلك الأحكام من النظام العام، فلا يجوز إعفاء المورد منها، أو التخفيف من أحكامها، ولا يجوز إجبار المستهلك على قبول ذلك تحت أي صورة من الصور.

١٣١ - كما يتميز التزام مركز الخدمة بالضمان تجاه المستهلك، بأنه لا يقتصر فقط على ضمان الالتزامات التي تنشأ بمقتضى العقد المحرر بين مركز الخدمة وبين المستهلك، بشأن تقديم خدمات ما بعد البيع، بل إن هذا الضمان يمتد إلى مرحلة سابقة على إبرام هذا العقد، يكون فيها مركز الخدمة ملتزماً بإعلام المستهلك، قبل البدء في تقديم خدمة ما بعد البيع، بمعلومات وبيانات معينة نصت عليها المادة ١/٣٣ من قانون حماية المستهلك، ويترتب على مخالفة مركز الخدمة لأداء هذه المعلومات، أو تقصيره في أدائها للمستهلك، أو التحايل في أدائها، مسؤولية المركز بموجب قواعد الضمان المقررة قانوناً، هذا فضلاً عن الجزاءات الجنائية التي وضعها المشرع لذلك^١.

١٣٢ - ويختلف مفهوم العيب بالنسبة لضمان العيوب الخفية والمقرر في المادة ٤٤٧ من القانون المدني، عن ذلك المقرر بالنسبة لضمان مركز الخدمة لخدمات ما بعد البيع التي يقدمها، والمقرر في المادتين ٢٥، ٣/٣٣ من قانون حماية المستهلك، ويمكن استخلاص أهم هذه الفروق من الآتي^٢:

١. لا يقتصر نطاق الحماية المقرر في ضمان مركز الخدمة لخدمات ما بعد البيع على الحماية المادية للمستهلك، نقص المنفعة أو القيمة، بل تهدف إلى حماية صحة المستهلك، وأمنه وسلامته الجسدية.

٢. يقتصر ضمان العيوب الخفية على السلع فقط، أما ضمان مركز الخدمة لخدمات ما بعد البيع فيسري على القصور في أداء خدمة ما بعد البيع ذاتها، وكذلك على السلع التي تُقدم بمناسبة هذا الضمان، كقطع الغيار التي يتم استبدالها مثلاً.

٣. تتسع دائرة الأشخاص المستفيدين من ضمان مركز الخدمة لخدمات ما بعد البيع،

^١ راجع في ذلك البند ١١٢.

^٢ راجع في ذلك: د. محمد ضويفي: مرجع سابق، ص ٢٦٣، ٢٦٤؛ د. حسام توكل موسى: مرجع سابق، ص ٣٢١؛ حمزة سولبي وآخر: مرجع سابق، ص ١٠.

ليشمل مستهلك السلعة، أي كل شخص اقتنى المنتج، بصرف النظر عما إذا كان هو المشتري لها أو المتعاقد الأصلي عليها مع المورد أم غير ذلك. في حين أن ضمان العيوب الخفية يقتصر فقط على مشتري السلعة التي تربطه بالبائع رابطة عقدية.

٤. ضمان العيوب الخفية يقتصر على العيوب التي كان المشتري غير عالماً بها وقت البيع، أما ضمان العيب الخاص بخدمة ما بعد البيع، والوارد في قانون حماية المستهلك فيسري حتى على ذلك الذي كان المستهلك عالماً به وقت البيع، طالما لم يكن هو المتسبب فيه.

٥. العيب الخاص بخدمة ما بعد البيع لا يقتصر على النقص في المنفعة الذي يُستفاد من العقد، أو طبيعة الشيء أو الغرض الذي أُعد من أجله، بل يمتد لحالة وجود غرض خاص للمستهلك كان يعلمه مركز الخدمة، أو كان يجب عليه أن يعلمه (واجب الاستعلام)، طالما أدى ذلك إلى حرمان المستهلك من الاستفادة بهذا المنتج كلياً أو جزئياً.

٦. يجوز الاتفاق على تعديل أو إلغاء ضمان العيب الخفي (المادة ٤٥٣ من التقنين المدني)، بينما لا يجوز إعفاء المورد أو مقدم الخدمة من الالتزام بضمان العيب الوارد في قانون حماية المستهلك (المادة ٢٨ من قانون حماية المستهلك).

ثالثاً: نطاق الضمان القانوني لمراكز الخدمة.

١٣٣ - من خلال النظر في نص المادتين ٢٥، ٣٣ من قانون حماية المستهلك، يمكننا أن نحدد نطاق الضمان القانوني الواقع على عاتق مراكز الخدمة والصيانة في نوعين من الضمان: الأول، هو الضمان المتعلق بأداء خدمة ما بعد البيع نفسها، والثاني، هو الضمان المتعلق بسلامة المنتج في حدود خدمة الضمان.

أ - الضمان المتعلق بالعيوب التي تلحق أداء خدمة ما بعد البيع نفسها:
١٣٤ - وفقاً لنص المادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك، فإن هناك التزاماً عاماً يقع على عاتق كل مقدم خدمة إلى المستهلك، يتمثل في ضمان كل عيب أو نقص يلحق الخدمة التي يقدمها المورد إلى المستهلك، وذلك وفقاً لطبيعة الخدمة المقدمة، أو شروط التعاقد بين المورد والمستهلك، أو وفقاً للعرف التجاري المتبع في هذا الشأن، أو وفقاً للقرارات التي تصدر من جهاز حماية المستهلك.

وينطبق على مركز الخدمة والصيانة الالتزام العام المقرر بالمادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك، باعتباره مقدم خدمة للمستهلك، ذلك أن النص الوارد بالمادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك لم يضع استثناءً أو تحديداً لمن يوجه إليه هذا الالتزام، فينطبق على كل مقدم خدمة للمستهلك أيّاً كان نوعها.

١٣٥ - لذلك، يضمن مركز الخدمة والصيانة كل عيب أو نقص يقع من مركز الخدمة والصيانة عند تقديمه لخدمة ما بعد البيع إلى المستهلك. ويتحدد مفهوم العيب أو النقص بحسب الغاية المقصودة من خدمة ما بعد البيع المقدمة إلى المستهلك، متى أدت بالضرورة إلى حرمان المستهلك من الاستمتاع أو الاستفادة من هذه الغاية، وفقاً لتعريف العيب الوارد بالمادة ٧/١ من قانون حماية المستهلك.

ويتحدد النقص أو العيب الذي يشمل خدمة ما بعد البيع المقدمة إلى المستهلك وفقاً للأصول الفنية والتقنية والمهنية التي كان على مركز الخدمة الالتزام بها عند تقديم خدمات ما بعد البيع، إذ تعد كل مخالفة أو عدم التزام بهذه الأصول، عيب أو نقص يشوب خدمة ما بعد البيع، متى كان يؤدي بالضرورة إلى حرمان أو عدم انتفاع المستهلك بخدمة ما بعد البيع المقدمة إليه، سواء أكان ذلك بشكل كلي أو بشكل جزئي.

ووفقاً لما استقرت عليه أحكام محكمة النقض المصرية، فإن التزام الفني المتخصص باتباع الأصول الفنية أو المهنية أو التقنية هو التزام ببذل عناية، قوامه وجوب الالتزام أداء الواجبات التي تقتضيها أصول وظيفته الفنية، وعلى مستوى ما

هو مألوف من أوسط الفنيين علماً وكفايةً ويقظةً؛ بحيث إذا انحرف عن هذا المعيار عد ذلك منه خطأً موجباً لمسئوليته، ومسئولية الشخص المعنوي التابع له، عن الضرر الذي ينجم عن ذلك التقصير، متى توافرت سائر شروط هذه المسؤولية^١. وذلك على اعتبار أن مركز الخدمة والصيانة هو في حكم الفني المتخصص المحترف، الذي تمكنه قدرته الفنية تلك من العلم بالعيوب التي تشوب المنتجات التي تُقدم إليه، وتحديد الطريقة الصحيحة، والأدوات والمواد وقطع الغيار اللازمة لإعادة المنتج للحالة التي كان عليها، أو تعيده إلى أداء الوظيفة المرجوة منه^٢. لذلك، تتحدد مسؤوليته وفقاً لمعيار ما هو مألوف من أوسط الفنيين علماً وكفايةً ويقظةً، وليس معيار الرجل متوسط الحرص والذكاء.

١٣٦ - وقد وضع المشرع في المادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك، المحددات التي يمكن على أساسها قياس مدى وجود مخالفة من مركز الخدمة، تؤدي إلى تحقق العيب أو النقص في خدمة ما بعد البيع التي يقدمها إلى المستهلك.

وأولى هذه المحددات هي طبيعة خدمة ما بعد البيع ذاتها؛ ففي حالة إذا ما كانت خدمة ما بعد البيع المقدمة إلى المستهلك تمثل في الصيانة الدورية، فإن مخالفة المركز للتعليمات الخاصة بالصانع، سواء في مواعيد الصيانة المحددة منه، أو إجراءاتها، أو قطع الغيار التي يجب تغييرها أو استبدالها، أو التجارب التي يجب أن تتم على المنتج، كل ذلك يعد مخالفة للقواعد والأصول المهنية والفنية التي كان على مركز الخدمة والصيانة الالتزام بها، وتعتبر عيباً أو نقصاً شاب أداء خدمة ما بعد البيع، ومتى نشأ عنها حرمان المستهلك من النتيجة المتوقعة للصيانة الدورية، تتحقق مسؤولية مركز الخدمة.

ونفس الحال ينطبق على أعمال الإصلاح؛ فيجب على مركز الخدمة الالتزام بالتعليمات التي يحددها الصانع لذلك، سواء من طريقة الإصلاح، بعدم اتباع

^١ الطعن رقم ٢٣٨ لسنة ٣٥ قضائية، جلسة ١٣/٥/١٩٦٩، مجموعة المكتب الفني، س ٢٠، ق ١٢٣، ص ٧٧٩.

^٢ د. أحمد شوقي محمد عبد الرحمن: مرجع سابق، ص ١٧٤.

طريقة غير مألوفة للإصلاح، أو من حيث الأدوات والآلات التي يجب استخدامها في عملية الإصلاح، فضلاً عن وجوب اختيار المركز لفنيين أكفاء على علم ودراية بالمنتجات محل الخدمة. كما يعد المركز مسئولاً متى امتنع، دون وجه حق، عن أداء خدمة ما بعد البيع للمستهلكين، أو قام بالتمييز غير المبرر بينهم عند أداء خدمة ما بعد البيع.

أما في حالة استبدال قطع الغيار، فإن مسؤولية المركز تتحقق في حالة عدم الالتزام باستبدال قطع الغيار التالفة بأخرى صالحة، والاقتصر على إصلاحها فقط، في الوقت التي كانت تحتاج فيه إلى التغيير. أو في حالة أن يقوم الاستبدال على قطع غير أصلية أو غير معتمدة من المورد، أو في حالة تحايل المركز بقيامه بعملية التغيير دون أن يكون هناك حاجة إليها، كأن تكون قطع الغيار المستبدلة صالحة للاستعمال أو غير معيبة.

١٣٧ - كما يمكن أن يتحدد العيب أو النقص الذي يشوب خدمة ما بعد البيع من خلال شروط التعاقد التي ترد في العقد المبرم بين المورد المستهلك، متى كانت خدمة ما بعد البيع مقدمة خلال فترة الضمان، ومتى كانت هذه الشروط أفضل للمستهلك. وكذلك قد يتحدد العيب وفقاً لشروط العقد المبرم بين المستهلك وبين مركز الخدمة بشأن تقديم خدمة ما بعد البيع، وذلك في حالة تقديم تلك الخدمات خارج نطاق الضمان.

وفي جميع الحالات لا يجوز أن تمثل الشروط الواردة في العقد، سواء مع المورد أو مركز الخدمة، إعفاءً أو تخفيفاً لالتزامات المورد أو مركز الخدمة الواردة في القانوني. بمعنى آخر، يجب ألا تخالف شروط العقد، المتعلقة بضمان مركز الخدمة لخدمات ما بعد البيع، الحد الأدنى المقرر في قانون حماية المستهلك لهذا الضمان.

١٣٨ - كما يمكن أن يتحدد مفهوم العيب أو النقص الذي يشوب خدمة ما بعد البيع المقدمة من مركز الخدمة، وفقاً للعرف التجاري الساري في شأن تقديم هذه الخدمات. ويُقصد بالعرف التجاري في هذا الشأن، اعتياد المهنيون، بصورة

متواترة، على اتباع سنة أو طريقة معينة، اعتياداً يوجب الاعتقاد بلزومها ووجوب احترامها كقاعدة قانونية^١. أو هو ما درج عليه التجار من قواعد في تنظيم معاملاتهم التجارية، بحيث تصبح لهذه القواعد قوة ملزمة فيما بينهم، شأنها في ذلك شأن النصوص القانونية^٢.

ويرجع في ذلك إلى قواعد السلوك المهنية، المكتوبة أو غير المكتوبة، التي تتبعها الاتحادات المهنية التي تتبعها تلك المراكز، والتي تتضمن مجموعة من القواعد والأحكام، والتي تتضمن معايير ومبادئ تهدف إلى ضمان النزاهة والشفافية في الأعمال التي تقوم بها مراكز الخدمة، ويجب على مراكز الخدمة والصيانة اتباعها والالتزام بها.

ولا يجوز التعويل على مجرد مخالفة أحكام هذه القواعد لاعتبار ذلك عيباً أو نقصاً في أداء خدمة ما بعد البيع للمستهلك من قبل مركز الخدمة، وإنما يجب أن تكون هذه القاعدة بمثابة عرف تجاري يسري على جميع المخاطبين بأحكامها، ويوقنون بإلزاميتها، وأن يؤدي مخالفتها بالضرورة إلى حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً من النتيجة المتوقعة من خدمة ما بعد البيع المقدمة إليه.

١٣٩ - كما تعد قرارات جهاز حماية المستهلك مصدراً من مصادر تحديد العيب أو النقص الذي يشوب خدمة ما بعد البيع المقدمة للمستهلك؛ فوفقاً للمادة ٤٢ من قانون حماية المستهلك، فإن الجهاز هو المختص بتطبيق أحكام هذا القانون. وفي سبيل ذلك يكون له، وفقاً للمواد ٤٣، ٥٢، ٥٣، ٥٤، ٥٦، ٥٧، ٥٨ من ذات القانون، إصدار قرارات فردية بشأن الحالات المعروضة عليه، وهذه القرارات تكون قرارات نهائية ونافذة في حق الأطراف المعنية، ولا يجوز الطعن عليها إلا أمام محكمة القضاء الإداري^٣.

١ د. حسين عبده الماحي: قانون التجارة، الجزء الأول، دار النهضة العربية، القاهرة، ط ٣، ٢٠١٢/٢٠١٣، ص ١٤.

٢ الطعن رقم ١٣٨٣٣ لسنة ٨١ قضائية، جلسة ٢٠١٥/١١/١٨. منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت.

٣ الطعن رقم ٢٠١ لسنة ٨٠ قضائية، جلسة ٢٠١١/٥/٤؛ الطعن رقم ٢٤٧١ لسنة ٨٠ قضائية، جلسة ٢٠١١/٣/٢٠، منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت.

لذلك، يعد امتناع مركز الخدمة عن تطبيق القرار الصادر من جهاز حماية المستهلك بشأن خدمة ما بعد البيع المقدمة للمستهلك، سواء من حيث طريقة تقديمها أو شروط تقديمها أو المقابل النقدي لها، أو مخالفته لهذا القرار، يعد ذلك بمثابة نقصاً أو عيباً شاب أداء خدمة ما بعد البيع المقدمة للمستهلك، مما يوجب تطبيق أحكام الضمان المقرر بالمادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك على مركز الخدمة والصيانة.

ب - الضمان المتعلق بسلامة المنتج في حدود خدمة الضمان:

١٤٠ - الضمان هنا، وفقاً لنص المادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك، هو ضمان خاص يقع على عاتق مراكز الخدمة والصيانة فقط، دون باقي مقدمي الخدمات الأخرى للمستهلكين، على نحو ما عليه الحال بالنسبة للمادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك، التي تمثل التزاماً عاماً يقع على عاتق جميع مقدمي جميع الخدمات للمستهلكين، بصرف النظر عن نوع هذه الخدمات أو طبيعتها.

ويقوم الضمان، المقرر في المادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك، على ضمان مركز الخدمة والصيانة لسلامة المنتج الذي قُدمت بشأنه خدمة ما بعد البيع. وهذا الضمان يتفق مع ضمان صلاحية المنتج للعمل لمدة معلومة، حيث يكفل مركز الخدمة صلاحية المنتج واستمرار سلامته مدة زمنية معينة^١.

١٤١ - ويختلف هذا الضمان عن الضمان العام المقرر بالمادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك، في أن الضمان الأخير يقتصر على الخلل أو العيب الذي يشوب خدمة ما بعد البيع المقدمة إلى المستهلك ذاتها، وذلك بالنظر إلى مدى مراعاة مركز الخدمة للأصول الفنية والمهنية والتقنية التي يجب عليه اتباعها عند تقديم خدمات ما بعد البيع، ودون النظر إلى سلامة المنتج، أو استمرار أدائه لوظيفته المرجوة منه

^١ د. محمد حسين منصور: ضمان صلاحية المبيع للعمل لمدة معلومة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، بدون سنة نشر، ص ٥٢.

بعد تقديم خدمة ما بعد البيع إليه، وإن كان ذلك الأمر يؤخذ في الاعتبار عند تقدير التعويض المستحق عن هذا الضمان.

في حين أن الضمان، المقرر بالمادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك، يدور حول ضمان مركز الخدمة لصلاحية وسلامة المنتج لأداء الوظيفة المرجوة منه، بعد تقديم خدمات ما بعد البيع إليه. فالمعيار الذي ينظر إليه، هنا، هو مدى جدوى خدمة ما بعد البيع التي قدمها مركز الخدمة بالنسبة لبقاء المنتج مؤدياً لوظيفته، وليس لمدى مطابقة خدمة ما بعد البيع للأصول الفنية أو التقنية أو المهنية المتعارف عليها، أو الواجب اتباعها عند أداء مثل تلك الخدمات من قبل مهنيين محترفين.

١٤٢ - والتزام مركز الخدمة والصيانة بضمان سلامة المنتج في ضوء خدمة ما بعد البيع، هو التزام بتحقيق نتيجة وليس التزاماً ببذل عناية؛ ذلك أن الهدف من هذا الالتزام هو ضمان سلامة المنتج وصلاحيته لأداء الوظيفة المرجوة منه، بعد تقديم خدمة ما بعد البيع إليه، وبالتالي لا يكون مركز الخدمة قد أوفى بالتزامه إلا حيث تكون تلك النتيجة قد تحققت فعلاً، واستمر المنتج مؤدياً لوظيفته المرجوة منه.

ولا يمكن القول بأن مركز الخدمة يكون قد أوفى بالتزامه بمجرد بذل العناية اللازمة لذلك؛ لأنّ القول بهذا يؤدي إلى إفراغ هذا الالتزام من مضمونه، وإنما يجب أن يكون تدخل مركز الخدمة، عن طريق خدمة ما بعد البيع، في إصلاح أو صيانة المنتج، مؤدياً بالضرورة إلى الإبقاء على صلاحية المنتج لأداء الوظيفة المرجوة منه، وإلا فإن التزامه بالصيانة أو الإصلاح لا يكون قد تحقق أثره.

فلا يكون مركز الخدمة والصيانة قد وفى بالتزامه بالضمان بمجرد بذل العناية المطلوبة لإصلاح المنتج، وإنما يجب أن يؤدي تدخله بالضرورة إلى الإبقاء على صلاحية المنتج للعمل وأداء الوظيفة المرجوة منه، فإذا لم يؤد تدخله إلى إعادة المنتج للعمل وأداء الوظيفة المرجوة منه، فإن مركز الخدمة يكون مسؤولاً عن ذلك، ويكون عليه إما إعادة تقديم الخدمة للمستهلك مرة أخرى، دون تكلفة

إضافة على المستهلك، أو أن يرد للمستهلك مقابل الخدمة التي سبق له أن دفعها إليه نظير خدمة ما بعد البيع.

١٤٣ - وكما عليه الحال في الضمان المقرر بالمادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك، يتحدد نطاق هذا الضمان بطبيعة خدمة ما بعد البيع المقدمة من مركز الخدمة، وشروط التعاقد المبرم بين المستهلك وبين مركز الخدمة، أو العرف التجاري المقرر في مثل هذه الحالات، وذلك على النحو السابق بيانه من قبل^١.

١٤٤ - والأصل أن مدى الضمان المقرر بالمادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك يتحدد باتفاق الطرفين، سواء ورد هذا الاتفاق بين المورد وبين المستهلك في العقد الأصلي المحرر بينهما بشأن المنتج محل الخدمة، أو بين المورد وبين مركز الخدمة في العقد المبرم بينها بشأن تقديم الأخير لخدمات ما بعد البيع نيابة عن المورد، أو وفقاً للعقد المبرم بين مركز الخدمة وبين المستهلك في حالات تقديم خدمة ما بعد البيع إلى الأخير خارج نطاق الضمان.

ولكن في جميع الحالات فإن المشرع قد وضع حداً أدنى لمدة الضمان، فلا يجوز، وفقاً لنص المادة ٣/٢١ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، أن تقل مدة الضمان عن ستة أشهر، تبدأ من تاريخ انتهاء مركز الخدمة من تقديم خدمة ما بعد البيع للمستهلك.

ومدة الضمان المقررة بالمادة ٣/٢١ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، هي مدة سقوط وليست مدة تقادم، فيجب على المستهلك أن يرفع دعواه بالضمان ضد مركز الخدمة، خلال مدة الضمان المتفق عليها، فإن لم يتم تحديد مدة للضمان، فيجب عليه أن يرفع هذه الدعوى خلال ستة أشهر من تاريخ انتهاء أعمال خدمات ما بعد البيع التي يقدمها مركز الخدمة إليه.

^١ راجع البنود من ١٣٦ حتى ١٣٨.

ويترتب على اعتبار مدة الضمان مدة سقوط لا مدة تقادم، أنه لا يسري بحقها أحكام الوقف والانقطاع المقررة لمدد التقادم، كما يجوز دائماً الاتفاق على إطالتها لمدة أكثر من ستة أشهر، وإن كان لا يجوز الانقاص منها إلى مدة تقل عن ستة أشهر من تاريخ انتهاء الصيانة^١.

وظهور الخلل أو العيب الموجب للضمان المقرر بالمادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك، خلال فترة الضمان المتفق عليها، يكفي لنشوء حق المستهلك في المطالبة بالضمان، حتى ولو رفع المستهلك دعوى الضمان تلك بعد انقضاء مدة الضمان المتفق عليها، لكن يقع على المستهلك حينئذ عبء اثبات ظهور الخلل أو العيب الموجب للضمان خلال مدة الضمان المتفق عليها^٢.

ج - تكامل الضمان المتعلق بأداء خدمة ما بعد البيع ذاتها مع الضمان المتعلق بسلامة المنتج:

١٤٥ - ويمكن القول بأن الضمان المقرر بالمادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك، هو ضمان مُكْمَل للضمان المقرر بالمادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك، يهدف في النهاية إلى توفير أكبر حماية للمستهلك في مواجهة مهني محترف يمتلك من المعلومات والقدرات الفنية ما يؤهله لتبيان نوع العيب أو الخلل الذي يلحق بالمنتج، واختيار أفضل الطرق والوسائل التي يمكن بها إزالة هذا العيب أو الخلل.

وإذا كان الضمان المقرر في المادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك، يوفر الحماية للمستهلك من كل عيب أو نقص يقع على خدمة ما بعد البيع ذاتها، فإن الضمان المقرر بالمادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك يوفر الحماية للمستهلك من كل عيب يؤدي إلى عدم أداء المنتج لوظيفته المرجوة، أو كل عيب أو خلل يؤدي إلى الإخلال بالأمان والسلامة التي يكفلها القانون للمستهلك ذاته، سواء أكان السبب

١ د. ممدوح محمد علي مبروك: مرجع سابق، ص ٥٩.

٢ د. محمد حسين منصور: مرجع سابق، ص ٥٨.

في ذلك راجعاً إلى عيب أو نقص في خدمة ما بعد البيع ذاتها، أو إلى غير ذلك من الأسباب الأخرى.

رابعاً: آثار الضمان القانوني لمراكز الخدمة.

١٤٦- يثبت الضمان، سواء ذلك المقرر بالمادة ٢٥ أو المادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك، في حق مركز الخدمة بمجرد قيام المستهلك بإخطار مركز الخدمة بالعيب الموجب للضمان، وذلك خلال المدة المتفق عليه له.

ولم يحدد المشرع مدة يجب على المستهلك فيها إخطار مركز الخدمة بالعيب الموجب للضمان، لذا يجب أن يتم الإخطار خلال مدة معقولة من تاريخ اكتشاف المستهلك للعيب الموجب للضمان. ويتم تحديد هذه المدة وفقاً لطبيعة الخدمة أو وفقاً للعرف الجاري في هذا الشأن. وهي عادة المدة اللازمة لتحقيق المستهلك من حالة المنتج بعد انتهاء أعمال الصيانة، وذلك بعد تجربته واستبيان الخلل أو العيب الذي يلحق به^١.

ولم يضع المشرع نصاً خاصاً بشأن كيفية الإخطار أو الوسيلة الخاصة به. وعليه، يكون للمستهلك إخطار مركز الخدمة بأي وسيلة يتحقق معها علم مركز الخدمة بالعيب الموجب للضمان، فيصح أن يكون الإخطار شفهياً، أو بموجب خطاب مسجل بعلم الوصول، أو بإنداز على يد محضر، أو بأي وسيلة من وسائل الاتصال الالكترونية، كالبريد الالكتروني أو غيره، أو بموجب شكوى يتقدم بها المستهلك على الموقع الالكتروني لمركز الخدمة، أو الوسائل الالكترونية الأخرى التي يضعها مركز الخدمة لذلك.

ولكن في جميع الأحوال، يجب على المستهلك أن يوفر لنفسه الدليل على قيامه بإخطار مركز الخدمة بالعيب الموجب للضمان في وقت ملائم، إذ يقع عليه عبء اثبات ذلك. وفي جميع الأحوال، يستطيع المستهلك إثبات حصول الإخطار

^١ د. فتحي عبد الرحيم عبد الله: مرجع سابق، ص ٢٣١، ٢٣٢.

بجميع الطرق المقررة للإثبات، باعتبار وقوع الاخطار مجرد واقعة مادية يجوز إثباتها بجميع الطرق، وليس تصرفاً قانونياً يتقيد اثباته بالأحكام الواردة بقانون الاثبات^١.
١٤٧ - ومتى تحقق العيب أو الخلل الموجب للضمان في حق مركز الخدمة، سواء طبقاً للمادة ٢٥ أو المادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك، فيلتزم مركز الخدمة إما بإعادة تقديم خدمة ما بعد البيع إلى المستهلك مرة أخرى، دون أي تكلفة إضافية على المستهلك، وإما أن يلتزم بإعادة مقابل الخدمة التي قام المستهلك بسدادها إليه نظير خدمة ما بعد البيع التي قدمت إليه.

فإذا اختار مركز الخدمة إعادة تقديم الخدمة مرة أخرى إلى المستهلك، فيجب عليه إصلاح العيب أو الخلل الذي تحقق للضمان بسببه، فإذا كان العيب يمثل في عدم الالتزام بالأصول الفنية التي يجب عليه اتباعها في أداء خدمة الإصلاح مثلاً، مما أدى إلى حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً من الانتفاع بالمنتج، فيجب على مركز الخدمة إعادة إصلاح المنتج وفقاً لتلك الأصول الفنية، وبشكل يؤدي إلى تحقق انتفاع المستهلك من المنتج.

أما إذا كان العيب الموجب للضمان يمثل في استبدال قطع غيار غير معتمدة من الصانع أو المستورد، أو قطع غيار غير أصلية بقطع الغيار التالفة، فيجب على مركز الخدمة إعادة تقديم خدمة ما بعد البيع من خلال إعادة تركيب قطع غيار أصلية أو معتمدة للمنتج، وإزالة قطع الغيار غير المعتمدة أو غير الأصلية التي سبق له تركيبها بالمنتج.

١٤٨ - أما إذا اختار مركز الخدمة رد المقابل المالي الذي سبق للمستهلك أدائه إليه بمناسبة خدمة ما بعد البيع، فيجب أن يكون رد ذلك المقابل المالي كاملاً غير منقوص، لأي سبب كان. فلا يجوز لمركز الخدمة استقطاع الضرائب المستحقة على قطع الغيار المعيبة التي تم تركيبها بالمخالفة للضمان من المقابل المالي الذي سيتم رده

^١ المرجع السابق، ص ٢٣٢.

للمستهلك. كما لا يجوز لمركز الخدمة تحصيل أي رسوم أو خصم أية مبالغ من هذا المقابل تحت أي مسمى كان.

ومخالفة مركز الخدمة لذلك الالتزام يُعرضه للعقوبات المقررة بالمادة ٦٥ من قانون حماية المستهلك، والتي تتراوح بين الغرامة التي لا تقل عن ثلاثين ألف جنيه ولا تجاوز مليون جنيه أو مثلي قيمة المنتج محل المخالفة أيهما أكبر، على نحو ما سبق بيانه من قبل^١.

١٤٩ - فضلاً عن التزام مركز الخدمة بإعادة تقديم خدمة ما بعد البيع المعيبة، أو رد مقابل خدمة ما بعد البيع للمستهلك، فإنه يجوز للمستهلك مطالبة مركز الخدمة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به جراء إخلال مركز الخدمة بالضمان المقرر على عاتقه، وفقاً لنص المادتين ٢٥، ٣٣ من قانون حماية المستهلك.

ويخضع التعويض في هذه الحالة للقواعد العامة للمسئولية العقدية، والتي تتمثل في وجود خطأ من مركز الخدمة، وهو يتمثل عادة في الإخلال بقواعد الضمان المقررة قانوناً، ثم توافر الضرر في حق المستهلك، سواء تمثل في ضرر مادي، أو ضرر تجاري، أو حتى ضرر ادبي، ووجوب ثبوت علاقة السببية بين خطأ مركز الخدمة والضرر الذي لحق المستهلك.

ويكون على المستهلك، باعتباره المدعي في دعوى التعويض، عبء اثبات أركان المسئولية في حق مركز الخدمة. وإن كان إخلال مركز الخدمة بالضمان المقرر، وثبوت تعيب المنتج، يعد قرينة على توافر الخطأ الموجب للمسئولية في حق مركز الخدمة. لكن في جميع الأحوال، يكون على المستهلك اثبات الأضرار التي لحقت به جراء ذلك، واثبات علاقة السببية بين خطأ مركز الخدمة والضرر الذي لحق به، بحيث يكون هذا الخطأ هو السبب المباشر للأضرار التي نشأت عنه، والمدعى بها من قبل المستهلك.

^١ راجع البندين ١٠٤، ١٠٥.

خامساً: مسقطات الضمان القانوني لمراكز الخدمة.

١٥٠ - يسقط الضمان الواقع على عاتق مركز الخدمة تجاه المستهلك، عن خدمات ما بعد البيع التي يقدمها إليه، متى انعدمت رابطة السببية بين العيب أو الخلل الواقع على خدمة ما بعد البيع أو على المنتج نفسه وبين نسبة هذا العيب أو الخلل إلى مركز الخدمة. أو متى لم توجد علاقة مباشرة بين الخطأ الذي ارتكبه مركز الخدمة، وبين الضرر الذي أصاب المستهلك^١.

بمعنى آخر، متى كان السبب في العيب أو الخلل الذي لحق بالخدمة ذاتها، وأدى إلى عدم تحقيق الخدمة المقدمة إلى المستهلك للهدف المنشود منها. أو متى كان السبب الذي أدى إلى عدم سلامة المنتج، وعدم أدائه للوظيفة المرجوة منه، يرجع إلى خطأ لا يمكن نسبته إلى مركز الخدمة.

وقد عبرت عن ذلك المادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك، حينما قررت بوضوح أن الضمان يسقط متى كان السبب في العيب يرجع إلى المستهلك نفسه، أو إلى سبب أجنبي. وهذا تطبيق للقواعد العامة المقررة بالمادة ١٦٥ من القانون المدني.

كذلك يسقط الضمان كذلك بانتهاء مدة الضمان المتفق عليها بين مركز الخدمة وبين المستهلك، دون قيام الأخير برفع دعواه بالضمان ضد مركز الخدمة. وفي حالة عدم الاتفاق على مدة للضمان، فيسقط الضمان بانتهاء الحد الأدنى لها المقرر بالمادة ٢١ من اللائحة التنفيذية للقانون، وهو ستة أشهر من تاريخ انتهاء مركز الخدمة من تقديم خدمة ما بعد البيع محل الضمان.

١٥١ - وحيث أن الضمان، المقرر على عاتق مركز الخدمة، ناشئ عن العقد المبرم بين مركز الخدمة وبين المستهلك بشأن تقديم خدمات ما بعد البيع للأخير، فإن علاقة السببية بين خطأ المركز (الناشئ عن حدوث العيب أو الخلل الموجب للضمان)، وبين الضرر اللاحق بالمستهلك تكون قائمة، ولا يكلف المستهلك بإثباتها،

^١ د. عبد الرزاق أحمد السهوري: مرجع سابق، ص ٧٤٥.

بل يكون على مركز الخدمة (باعتباره المدين في الضمان) اثبات انتفاء علاقة السببية تلك؛ بإثبات توافر السبب الأجنبي، أو خطأ الغير، أو خطأ المستهلك، وفقاً لصريح نص المادة ٢١٥ من القانون المدني^١.

أ - السبب الأجنبي كأحد أسباب سقوط ضمان مركز الخدمة::

١٥٢ - يسقط الضمان المقرر على عاتق مركز الخدمة أيضاً، متى كان السبب في حدوث العيب أو الخلل يرجع لسبب أجنبي لا يد للمركز فيه، كأن يكون بسبب قوة القاهرة^٢ أو حادث فجائي. وهنا يسقط الضمان ولا يكون للمستهلك الحق في الرجوع على أحد بدعوى التعويض.

كما يسقط الضمان متى كان العيب أو الخلل يرجع إلى خطأ الغير. وهنا يتحول الالتزام بتعويض الضرر الذي لحق بالمستهلك من على عاتق مركز الخدمة إلى عاتق الغير الذي تسبب بخطئه في هذا الضرر، ويكون مسؤولاً عن تعويضه وفقاً للقواعد العامة في المسؤولية التقصيرية.

١٥٣ - وبشكل عام، يشترط في هذا السبب الأجنبي، والذي يعنى مركز الخدمة إعفاءً كاملاً من المسؤولية، على ما استقر عليه قضاء محكمة النقض^٣، أن يكون أمراً يستحيل توقعه أو دفعه، وتقدير إمكان التوقع أو الدفع يكون بمعيار موضوعي لا ذاتي، لا عبرة فيه بمركز الخدمة وظروفه الخاصة، ولا يعتد في هذا التقدير بمعيار الرجل المعتاد، وإنما بأشد الناس يقظةً وبصراً بالأمر؛ ذلك أن المقصود بالاستحالة في هذا الخصوص هي الاستحالة المطلقة لا النسبية، فلا يلزم لاعتبار العيب أو الخلل ممكن التوقع أن يقع وفقاً للمألوف والمجرى العادي للأمر، بل

^١ المرجع السابق، ص ٥٧٤.

^٢ يشترط لاعتبار الحادث قوة القاهرة عدم إمكان توقعه أو استحالة دفعه، فإذا تخلف أحد هذين الشرطين انتفت عن الحادث صفة القوة القاهرة، ولا يلزم لاعتباره ممكن التوقع أن يقع وفقاً للمألوف من الأمر، بل يكفي لذلك أن تشير الظروف والملابسات إلى احتمال حصوله. راجع: الطعن رقم ٤٩٣٢ لسنة ٨١ قضائية، جلسة ٢٢/١٢/٢٠١٨، منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت.

^٣ الطعن رقم ١٥٤٨٠ لسنة ٨٣ قضائية، سابق الإشارة إليه.

يكفى أن تنبئ الظروف والملايسات عن احتمال حصوله، وبأنه كان في وسع مركز الخدمة دفعه مهما تكلف ذلك من جهد ومال.

ب - خطأ المستهلك كأحد أسباب سقوط ضمان مركز الخدمة:

١٥٤ - ويتحقق خطأ المستهلك المسقط للضمان، في حالة إساءة المستهلك استعمال المنتج، أو استعماله في غير الغرض المحدد له، أو في غير ما أعد له بطبيعته، أو مخالفته للتعليمات أو الارشادات الفنية التي وضعها مركز الخدمة والصيانة، وأوجب على المستهلك ضرورة اتباعها عند استعمال المنتج بعد خدمة الصيانة أو الإصلاح التي تمت له^١.

ولكن يجب ملاحظة أن التعليمات أو الارشادات الفنية التي يضعها مركز الخدمة، ويوجب على المستهلك ضرورة اتباعها لسريان الضمان المقرر قانوناً، لا تؤدي مجرد مخالفتها إلى اسقاط الضمان، وإنما يجب أن تكون هذه التعليمات أو الارشادات لها ما يبررها، بأن تكون ضرورية لخدمة ما بعد البيع التي قدمت للمنتج، بحيث تزيد من فاعليتها أو تقوى من النتائج المنتظرة منها. كما يجب أن تؤدي مخالفة هذه التعليمات أو الارشادات، بالضرورة، إلى حدوث العيب أو الخلل الذي يصيب خدمة ما بعد البيع التي قدمت للمنتج، أو يؤثر على سلامة وأمن المنتج أو الوظيفة المرجوة منه.

١٥٥ - وبالنظر إلى كون مركز الخدمة مهني محترف، يتمتع بالمعرفة الفنية والمهنية التي تمكنه من تبصر العيوب التي قد تلحق بالمنتجات، فإن عبء اثبات خطأ المستهلك المسقط للضمان يقع على عاتقه، ويجب عليه، بجانب ذلك أيضاً، أن يثبت أن خطأ المستهلك وحده، دون أي تدخل من جانبه، كان هو السبب في العيب أو الخلل الذي لحق بالمنتج أو بخدمة ما بعد البيع التي قدمت إليه.

^١ د. ممدوح محمد علي مبروك: مرجع سابق، ص ٥٢.

فقد استقر قضاء محكمة النقض على أن فعل المضرور أو خطأه لا يُعتبر سبباً أجنبياً يدرأ مسؤولية حارس الشيء كاملةً إلا إذا أقام هو الدليل على أن هذا الخطأ قد توافرت فيه شرائط السبب الأجنبي، فإن عجز الحارس عن إثبات ذلك بقي الخطأ مفترضاً في جانبه، وقامت مسؤوليته عن الضرر، ولو كان فعل المضرور في ذاته خطأً، طالما كان يمكن توقعه أو دفعه، فإنه لا يؤدي إلى سقوط حقه في التعويض بأسره لأنه في هذه الحالة يكون الضرر ناشئاً عن خطأين: خطأ المضرور وخطأ الحارس المفترض بما يوجب توزيع المسؤولية، وفقاً للقواعد الواردة في المادة ٢١٦ من التقنين المدني^١.

ذلك أن المستقر أنه متى تعددت الأخطاء المسببة للعيب أو الخلل، اعتبرت جميعها أسباباً مستقلة متساندة، تُتوزع المسؤولية عليها جميعاً، ولا ينفرد بتحملها الخطأ الأكبر وحده، وأنه مهما كانت جسامته الخطأ الأشد فإنه لا يستغرق غيره من الأخطاء المستقلة، إلا إذا كانت كافية لإحداث النتيجة بالصورة التي تمت بها مستغنياً بذاته عن مساهمة الأخطاء الأخرى^٢.

ج - انتهاء مدة الضمان المتفق عليها:

١٥٦ - وفقاً لنص المادة ٢١ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، يجوز لكلاً من مركز الخدمة والمستهلك الاتفاق على تحديد المدة التي يسري بشأنها الضمان المقرر بالمادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك، مع ضرورة الالتزام بالحد الأدنى الذي وضعته اللائحة التنفيذية لهذه المدة، فلا يجوز أن تقل بأي حال من الأحوال عن ستة أشهر، تبدأ من تاريخ انتهاء مركز الخدمة من تقديم خدمة ما بعد البيع المتعاقد عليها إلى المستهلك.

فإذا اتفق، سواء في عقد الصيانة المبرم بينهما، أو في العقد الأصلي المبرم بين المستهلك وبين المورد، أو في العقد المبرم بين المورد وبين مركز الخدمة بشأن

^١ الطعن رقم ١٥٤٨٠ لسنة ٨٣ قضائية، سابق الإشارة إليه.

^٢ الطعن رقم ٨٣٦٥ لسنة ٨٢ قضائية، جلسة ٢٠١٩/٤/٨، منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت.

تقديم الأخير لخدمة ما بعد البيع نيابة عن المورد، على مدة معينة يسري بشأنها ضمان مركز الخدمة لخدمات ما بعد البيع المقدمة له، فإن هذا الضمان يستمر قائماً طوال تلك المدة، ويكون مركز الخدمة مسئولاً عن كل عيب أو خلل يؤثر في سلامة المنتج في حدود خدمة الضمان.

أما حيث لم يرد اتفاق، تحت أي شكل من الأشكال، على تحديد تلك المدة، فإنه، ووفقاً لنص المادة ٢١ من اللائحة التنفيذية، يسري الضمان المقرر بالمادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك، في حق مركز الخدمة لمدة لا تقل ستة أشهر تبدأ من تاريخ انتهاء المركز من تقديم خدمة ما بعد البيع المتعاقد عليها.

١٥٧ - ومدة الضمان، على النحو السابق، مدة سقوط لا مدة تقادم؛ لذا لا يسري بشأنها الأحكام المتعلقة بالوقف أو الانقطاع. كما يترتب على ذلك، أن ظهور الخلل أو العيب الموجب للضمان خلال مدة الضمان، يكفي لنشوء حق المستهلك في المطالبة به، حتى ولو رفع المستهلك دعوى الضمان تلك بعد انقضاء مدته^١. على عكس ما هو عليه الحال بالنسبة للضمان المقرر في العيب الخفي، والذي تعتبر مدته مدة تقادم، يسري عليها أحكام الوقف والانقطاع، ويترتب على انقضاءها سقوط حق المستهلك في الضمان، حتى ولو كان العيب قد تم اكتشافه خلال مدة الضمان، طالما لم يباشر المستهلك دعواه خلال تلك المدة.

فإذا انتهت المدة، سواء تلك المتفق عليها أو الحد الأدنى المقرر بالمادة ٢١ من اللائحة التنفيذية، فإن الضمان المقرر عن كل عيب أو خلل يؤثر في سلامة المنتج، يسقط من على عاتق مركز الخدمة، ولا يكون للمستهلك الحق في الرجوع على مركز الخدمة بأحكام هذا الضمان، وفقاً للمادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك.

^١ راجع في تفصيل ذلك البند ١٤٤.

الخاصة

أولاً: النتائج

خدمات ما بعد البيع هي تلك الخدمات التي تُقدم إلى المستهلك بعد استلام المنتج، وتهدف إلى ضمان استمرار أداء المنتج للوظيفة المرجوة منه، وتحقيقه الغرض من التعاقد عليه، وتشمل تركيب المنتج وإصلاحه وصيانته وتوفير قطع الغيار اللازمة لذلك، سواء أكان تقديم هذه الخدمات قد جاء تنفيذاً للضمان الملقى على عاتق المورد أم لا، وسواء كان تقديم هذه الخدمات بمقابل يؤديه المستهلك، أو كان هذا المقابل مشمولاً في عقد الاستهلاك المحرر من قبل.

وهذا الالتزام يقع بشكل كلي على عاتق المورد، أما طريقة تنفيذه فقد تركها المشرع لمحض إرادة المورد، فيكون قد أوفى بالتزامه بتقديم هذه الخدمات سواء من خلال مراكز خدمة تتبعه مباشرة، أو من خلال مراكز خدمة مستقلة عنه، يتعاقد المورد معها على تقديم تلك الخدمات نيابة عنه، أيّاً كان شكل هذا التعاقد أو صيغته، المهم أن يكون شاملاً لخدمات الصيانة والإصلاح وتوفير قطع الغيار للمستهلك.

وإن كان القانون قد أوجب على المورد أن يوفر مراكز الخدمة والصيانة التي تقوم بهذه الخدمات، وتوفير قطع الغيار اللازمة لذلك، ويرجع ذلك بالأساس إلى توفير أكبر قدر من الحماية للمستهلك، بجعل تقديم هذه الخدمات يتم من خلال فنيين متخصصين يتوافر بحقهم العلم والخبرة اللازمة لتقديم تلك الخدمات.

ولا يتوقف تقديم هذه الخدمات على فترة الضمان المقررة للمستهلك، بحيث ينتهي التزام المورد ذاك بمجرد انتهاء تلك الفترة، بل يستمر التزام المورد بتوفير مراكز الخدمة التي تقدم خدمات ما بعد البيع تلك لما بعد فترة الضمان، على الأقل لحين انتهاء العمر الافتراضي للمنتج محل العقد؛ لأن القول بغير ذلك يربط خدمة ما بعد البيع بالالتزام بالضمان، وهو أمر لم يسع المشرع إليه، فكلّاً من

الالتزامين مستقلين عن بعضهما البعض، ولكل منهما إطاره ودائرته القانونية التي يعمل فيها.

ولقد وضع المشرع على عاتق مراكز الخدمة والصيانة، سواء أكانت تابعة للمورد أم مستقلة عنه، التزامات تجاه المستهلك عند اضطلاعها بتقديم خدمات ما بعد البيع إليه، كما أقر على عاتقها ضماناً تجاه المستهلك، سواء لخدمة ما بعد البيع ذاتها، وهو الضمان المنصوص عليه في المادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك، حيث يضمن المركز، بوصفه مقدم خدمة، كل عيب أو نقص يقع على خدمة ما بعد البيع ذاتها. أما الضمان الأخر فهو ضمان خاص بمراكز الخدمة والصيانة فقط، وهو الضمان المنصوص عليه بالمادة ٣٣ من قانون حماية المستهلك، قوامه ضمان سلامة المنتج الذي قُدمت بشأنه تلك الخدمة، حيث يضمن المركز كل عيب أو خلل يؤدي إلى عدم أداء المنتج لوظيفته المرجوة، أو يؤدي إلى الإخلال بالأمان والسلامة التي يكفلها القانون للمستهلك ذاته، سواء أكان السبب في ذلك راجعاً إلى عيب أو نقص في خدمة ما بعد البيع ذاتها، أو إلى غير ذلك من الأسباب الأخرى.

وكلا الضمانين السابقين يكمل منهما الأخر، فلا يقوم أحدهما مكان الأخر، إذ أن الضمان المقرر بالمادة ٢٥ من قانون حماية المستهلك هو ضمان عام على عاتق كل مقدم خدمة للمستهلك، ويسري بالتالي على عاتق مركز الخدمة باعتباره يقدم خدمة ما بعد البيع للمستهلك. أما الضمان المقرر بالمادة ٣٣ من القانون فهو خاص بمراكز الخدمة والصيانة فقط، لذا فلكل من الضمانين دائرته الخاصة وحدوده.

ثانياً: التوصيات.

لا شك أن خدمات ما بعد البيع قد صارت أمراً ضرورياً للمستهلك، في ظل تعقد المنتجات، واحتياجها للصيانة الدورية والإصلاح من قبل فنيين متخصصين، ووجوب توفير قطع الغيار الأصلية أو المعتمدة لضمان أداء المنتجات للوظيفة المرجوة منها، واستمرار ذلك لأطول فترة ممكنة.

ومن حيث أن مراكز الخدمة والصيانة يقع عليها العبء الأكبر لتقديم وتنفيذ هذه الخدمات، فيجب أن يتجه المشرع إلى توفير أكبر حماية للمستهلك عند التعامل معها. إذ غالباً ما يقع المستهلك فريسة لبعض هذه المراكز التي لا تتوانى عن استغلال جهل المستهلك بالخدمات المقدمة إليه، ومدى احتياج المنتج إليها، وعدم قدرة المستهلك على التفرقة بين قطع الغيار الاصلية أو المعتمدة وغيرها من قطع الغيار الأخرى، فضلاً عما تزدهم به شاشات التلفاز والوسائل الالكترونية من إعلانات لمراكز خدمة وصيانة لعلامات تجارية شهيرة، على غير الواقع.

لذلك نرى وجوباً على المشرع أن يقنن أوضاع مراكز الخدمة، من ناحية. ومن ناحية أخرى يجب عليه أن يحيط المستهلك بالحماية اللازمة أثناء تعامله مع هذه المراكز، وذلك من خلال الإجراءات الآتية:

1. قيام الجهات الإدارية المختصة بالرقابة على هذه المراكز للتأكد من حصولها على التراخيص اللازمة من الموردين، لتقديم خدمات ما بعد البيع للمنتجات الصادرة منها، والتأكد من دخول المنتجات التي يتم تقديم خدمات ما بعد البيع إليها ضمن هذه التراخيص. واتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة تجاه مراكز الخدمة المخالفة لذلك، وغلقها، ومساءلة المسئول عنها.
2. وجوب وضع القواعد القانونية اللازمة لمحاربة الممارسات غير المشروعة فيما يتعلق بالتقادم المخطط له أو التقادم المقصود، ومعاينة الشركات التي تعمل على الاتفاق فيما بينها على تحديد العمر الافتراضي للسلع التي تقوم بإنتاجها بشكل يضر بالمستهلك. وكذلك تلك التي تجعل من عمليات الصيانة والإصلاح عملية مكلفة أو شاقة بالنسبة للمستهلك، أو لا تعمل على توفير قطع الغيار اللازمة لذلك؛ متى كان القصد من وراء ذلك جعل المستهلك يسعى إلى استبدال منتجته بأخر جديد، بدلاً من إصلاح العيوب التي تشوب الأول.

٣. تفعيل دور جهاز حماية المستهلك والأجهزة الرقابية الأخرى على ممارسات مراكز الخدمة والصيانة، خاصةً فيما يتعلق بالتكاليف التي يتم تحميلها للمستهلك بشأن خدمات الصيانة والإصلاح، والمبالغة في قيمة قطع الغيار بما يفوق، في أحيان كثيرة، قيمة المنتج نفسه، وذلك في ظل سياسة التقادم المخطط له التي تتبعها الشركات المنتجة، وأن يتجه دور هذه الأجهزة الرقابية بالأساس إلى حماية المستهلك من هذه الممارسات غير المشروعة، ومعاينة الموردين ومراكز الخدمة التي تخالف ذلك.

٤. امتناع الوكالات الإعلانية والقنوات التلفزيونية والصحف والمواقع الإلكترونية وغيرها من وسائل الدعاية والإعلان، عن تقديم خدمات الدعاية والإعلان لمراكز الخدمة إلا بعد التأكد من صدور تراخيص لها من الموردين بممارسة خدمات ما بعد البيع للمنتجات التي تحمل العلامة التجارية لهم، وصدور موافقة الجهات الإدارية المختصة على مباشرة هذه المراكز للأنشطة التي تقوم بها، وإقرار الجزاءات الجنائية والإدارية المناسبة عند مخالفة ذلك.

٥. وجوب توفير آلية مناسبة لمراقبة قيمة المقابل المالي للخدمات التي تقدمها مراكز الخدمة والصيانة، والتي يتم تحديدها بالإرادة المنفردة لمراكز الخدمة والصيانة؛ للتأكد من مناسبة هذا المقابل المالي لطبيعة الخدمة المقدمة، وعدم استغلال هذه المراكز لجهل أو ضعف المستهلك واحتياجه لخدمة ما بعد البيع، أو المبالغة في تقدير قيمة هذه الخدمات بما يخالف الواقع. ويكون ذلك بالاتفاق مع المنظمات والاتحادات المهنية التي تتبعها هذه المراكز، وأن يتم نشر قيمة هذه الخدمات على الموقع الإلكتروني لجهاز حماية المستهلك، والموقع الإلكتروني لمراكز الخدمة إن وجد، ومراقبة التزام مراكز الخدمة بها.

٦. إلزام جميع الموردين وجميع مراكز الخدمة بإنشاء وحدة لتلقي شكاوى المستهلكين، ومراقبة جهاز حماية المستهلك لوجود هذه الوحدة فعلياً، وفعاليتها في تلقي الشكاوى وسرعة الاستجابة إليها، وطرق حلها، دون تحميل المستهلك أية تكاليف مالية عن ذلك.

٧. وجوب أن تتضمن الفاتورة الصادرة من مراكز الخدمة إلى المستهلكين عن خدمات ما بعد البيع التي قُدمت إليهم، بيان العمليات التي تمت تفصيلاً، وتكلفتها بشكل واضح، مع بيان قطع الغيار التي تم تركيبها، وأن تُسلم إلى المستهلك قطع الغيار القديمة، إلا إذا تنازل المستهلك عن ذلك. وذلك حتى تكون هذه الفاتورة وثيقة لإثبات مدى الضمان الملقى على عاتق مركز الخدمة، وتُعتبر مخالفة بيانات الفاتورة للخدمة المقدمة فعلاً، أو عدم تضمين الفاتورة بياناً تفصيلاً بالخدمة، قرينة على الخطأ الصادر من مركز الخدمة عند تحقق شروط الضمان الأخرى، ويُعفى المستهلك من اثبات هذا الخطأ، ويقع على مركز الخدمة عبء اثبات نفيه.

٨. تشجيع مراكز الخدمة على تقديم أفضل الخدمات للمستهلكين، كأن يُصدر جهاز حماية المستهلك شهادة "صديق المستهلك" تُمنح لأفضل المراكز التي تقدم خدماتها للمستهلكين، وذلك من واقع تقييمات المستهلكين وتعليقاتهم على خدمات هذه المراكز، ومن واقع مراجعة الجهاز للأعمال التي تقدمها تلك المراكز، وموافقها لأحكام القانون، وللمواصفات التي يصدرها الجهاز في هذا الشأن. وأن يتم نشر منح هذه الشهادة على الموقع الإلكتروني للجهاز، والصحف اليومية، وعلى التلفزيون، لتشجيع باقي مراكز الخدمة على التمثُّل بها.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- د. أحمد شوقي محمد عبد الرحمن: النظرية العامة للحق، المطبعة العربية الحديثة، القاهرة، ١٩٨٨.
- د. أحمد شوقي محمد عبد الرحمن: مسؤولية البائع عن ضمان العيوب الخفية في بيع السيارات في الفقه والقضاء المصري والفرنسي، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٧.
- د. أحمد محمد الرفاعي: الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٤.
- د. أشرف منصور: الليبرالية الجديدة: جذورها الفكرية وأبعادها الاقتصادية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مشروع مكتبة الأسرة: سلسلة الفكر، ٢٠٠٨.
- د. السيد محمد عمران: الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد على شبكة الانترنت، الدار الجامعية، بيروت، ٢٠٠٦.
- الطاهر عقباوي، ياسين حنين: خدمة ما بعد البيع كآلية لحماية المستهلك، رسالة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، ٢٠١٩.
- د. أمال بوهنتاله، سلوى قداش: واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد الثاني، العدد الرابع (عدد خاص)، ٢٠١٧، ص ٢١٣. متاح على الانترنت: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/30392>
- د. حسام توكل موسى: حماية المستهلك من الغش والخداع التجاري (مرحلة الاعلان- مرحلة التعاقد)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠١٩.

- د. حسن عبد الباسط جميعي: شروط التخفيف والاعفاء من ضمان العيوب الخفية: دراسة مقارنة بين القانون المصري وقانون دولة الامارات والقوانين الاوروبية، بدون ناشر، ١٩٩٣.
- د. حسن عبد الباسط جميعي: مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة- دراسة مقارنة في تطور القضاء الفرنسي وصدور القانون الفرنسي بشأن مسؤولية المنتج عن عيوب المبيع في ١٩ مايو ١٩٩٨، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٠.
- د. حسين عبده الماحي: المسؤولية الناشئة عن المنتجات المعيبة في ضوء أحكام التوجيه الأوروبي الصادر في ٢٥ يوليو ١٩٨٥، دار النهضة العربية، القاهرة، ط ١، ١٩٩٨.
- د. حسين عبده الماحي: قانون التجارة، الجزء الأول، دار النهضة العربية، القاهرة، ط ٣، ٢٠١٢ / ٢٠١٣.
- د. محمد الله محمد محمد الله (مترجم): مختارات من كتاب قانون الاستهلاك الفرنسي Droit de la Consommation للأستاذ: Jean Calais Auloy، الجزء الثاني: عقود الاستهلاك des Contrats de Consommation، بدون ناشر، ٢٠٠٠.
- حمزة سويبي، محمد الإمام بن الشيخ: حق المستهلك في الضمان، رسالة ماستر أكاديمي، كلية الحقوق، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، ٢٠١٨ / ٢٠١٩.
- د. خالد جمال أحمد حسن: الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٣.
- د. خالد ممدوح إبراهيم: حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية- دراسة مقارنة، الدار الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٧.

- سعيد جباس: خدمات ما بعد البيع وتأثيرها على قرار المستهلك (دراسة حالة: نقطة بيع IRIS بولاية ورقلة)، رسالة ماجستير أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح- ورقلة، الجزائر، ٢٠١٦ / ٢٠١٧.
- د. سهير منتصر: الالتزام بالتبصير، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٠.
- شريف محمد: المسؤولية المدنية للمنتج وفقاً لأحكام القانون المدني الجزائري- دراسة وصفية تحليلية، بحث مقدم لمعهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بجحميس مليانة، الجزائر، ٢٠٠٨.
- د. طه عبد المولى طه: التعويض عن الأضرار الجسدية في ضوء الفقه وقضاء النقض الحديث، دار الكتب القانونية، القاهرة، ٢٠٠٢.
- د. عاطف محمد حسين أبو هرييد: عقود الصيانة وتطبيقاتها (دراسة فقهية مقارنة)، رسالة دكتوراه، كلية دار العلوم، جامعة القاهرة، ٢٠١١.
- د. عبد الرزاق أحمد السنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الأول، نظرية الالتزام بوجه عام (مصادر الالتزام)، تنقيح م. أحمد مدحت المراغي، طبعة لجنة الشريعة الإسلامية، النقابة العامة للمحامين، القاهرة، ٢٠٠٦.
- د. عبد العزيز المرسي حمود: الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة -دراسة مقارنة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، العدد ١٨، السنة ٩، أكتوبر ٢٠٠٠.
- عتيقة العايبي، كريمة لغراوي: دور خدمات ما بعد البيع في تعزيز الميزة التنافسية من وجهة نظر المؤسسة/ الزبون- دراسة حالة مؤسسة خدماتي كوندور- أدرار، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، ٢٠١٨ / ٢٠١٩.

- د. فتحي عبد الرحيم عبد الله: الوجيز في العقود المدنية المسماة، الكتاب الأول: عقد البيع، مكتبة الجلاء، المنصورة، ط ٢، بدون سنة نشر.
- د. قادة شهيدة: المسؤولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٧.
- د. كريمة بركات: حق المستهلك في الاعلام في عقد البيع الالكتروني، الملتقى الدولي السابع عشر حول: "الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة"، المنعقد يومي ١٠، ١١ ابريل ٢٠١٧، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر- بسكرة، الجزائر.
- د. مبارك خلف مبارك الوهبي: الالتزام بالإفصاح في العقود، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ٢٠١٠.
- د. محمد المرسي زهرة: الحماية المدنية للتجارة الالكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٧.
- د. محمد بن عمارة: الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة وهران، الجزائر، ٢٠١٢-٢٠١٣.
- د. محمد حسين منصور: ضمان صلاحية المبيع للعمل مدة معلومة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، بدون سنة نشر.
- د. محمد جريفي: حماية المستهلك في نطاق العقد- دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية أورار، الجزائر، ٢٠١٧/٢٠١٨.
- د. محمد سعيد إسماعيل: أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الالكترونية- دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ٢٠٠٥.

- د. محمد ضوييفي: حق المستهلك في ضمان المنتج وتوفير خدمة ما بعد البيع، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسة، المجلد الرابع، العدد الثاني، ٢٠١٥، ص ٢٧٤. متاح على الانترنت: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/30392>
- د. محمد محمد القطب مسعد: المسؤولية المدنية الناشئة عن أضرار الدواء (مشكلاتها، وخصوصية أحكامها)، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، ٢٠١٢.
- مروة محمد محمد علي البطريق: تأثير خدمات ما بعد البيع على سلوك إعادة الشراء لدى المستهلك المصري: دراسة تطبيقية على الأدوات الكهربائية المنزلية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد العاشر، العدد الثالث، الجزء الأول، ٢٠١٩، ص ٤٨٨. متاح على الانترنت: <https://jces.journals.ekb.eg>
- د. مرفت عبد المنعم عبد الصادق: الحماية الجنائية للمستهلك، بدون ناشر، القاهرة، ١٩٩٩.
- د. مصطفى أحمد أبو عمرو: الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك - دراسة مقارنة في القانون الفرنسي والتشريعات العربية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠١٠.
- د. ممدوح محمد علي مبروك: الالتزام بصيانة الشيء المبيع - دراسة مقارنة بين القانون المدني (المصري والفرنسي) والفقهاء الاسلامي، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون سنة نشر.
- د. هاني دويدار: القانون التجاري - التنظيم القانوني للتجارة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٤.
- د. نبيل ابراهيم سعد: ملامح حماية المستهلك في مجال الائتمان، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٨.

- د. نزيه محمد الصادق المهدي: الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٢.
- نوال شعباني: التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء حماية المستهلك وقع الغش، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، ٢٠١٢.

ثانيا: المراجع الاجنبية

- **Brian W. HARVEY, Deborah L.PARRY:** The law of consumer protection and fair trading, 3 ed, Butterworths, London, 1987.
- **Catherina ELLIOTT, Frances QUINN:** Contract law, 8 ed, Longman, Pearson Education Limited, 2011.
- **Kasturi Moodaliyar, James F. Reardon:** Collective Consumer Redress in Competition Law: The EU Green and White Papers on Private Damages Actions for Breach of the EC Antitrust Rules and South African Development, paper presented to Forth Competition Law Conference. available at:
- <http://www.compcom.co.za/..competition-law.../collective-consumer-Redress-in-competitive-law-draft.pdf>
- **Naemah binti AMIN:** Liability for defective products: a comparative study of English and Malaysian law, thesis for the qualification of PhD, University of Aberdeen, UK, October 1996. downloaded from <http://ethos.bl.uk>

ثالثا: الصحف والمجلات

- مقال بعنوان: "صُنع ليتلف ويُستبدل بغيره: شركات تُعتمد تعطيل منتجاتها"، جريدة الشرق الاوسط، السبت: ٣ رجب ١٤٤٠ هـ - ٠٩ مارس ٢٠١٩ م، العدد ١٤٧١١.

رابعاً: مواقع الانترنت

- <https://www.meemapps.com/term/planned-obsolescence>
- <https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-42465350>
- <https://arabic.cnn.com/business/article/2020/03/03/apple-will-pay-500-million-settle-lawsuit-over-slowng-down-older-iphones>
- <https://www.elwatannews.com/news/details/637793>
- https://www.aleqt.com/2020/01/16/article_1746511.html

خامساً: الأحكام القضائية

- الطعن رقم ٢٣٨ لسنة ٣٥ قضائية، جلسة ١٣/٥/١٩٦٩، مجموعة المكتب الفني، س ٢٠، ق ١٢٣، ص ٧٧٩.
- الطعن رقم ٣٢١ لسنة ٣٨ قضائية، جلسة ٢٨/١/١٩٧٤، المكتب الفني، السنة ٢٥، القاعدة ٤١، الصفحة ٢٣٨.
- الطعن رقم ٢٤٧١ لسنة ٨٠ قضائية، جلسة ٢٠/٣/٢٠١١، منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت: https://www.cc.gov.eg/civil_judgments
- الطعن رقم ٢٠١ لسنة ٨٠ قضائية، جلسة ٤/٥/٢٠١١، منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت.
- الطعن رقم ١٣٨٣٣ لسنة ٨١ قضائية، جلسة ١٨/١١/٢٠١٥، منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت.
- الطعن رقم ٨٠٥٧ لسنة ٨٤ قضائية، جلسة ١٥/١١/٢٠١٨، منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت.
- الطعن رقم ٤٩٣٢ لسنة ٨١ قضائية، جلسة ٢٢/١٢/٢٠١٨، منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت.

- الطعن رقم ٨٣٦٥ لسنة ٨٢ قضائية، جلسة ٢٠١٩/٤/٨، منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت.
- الطعن رقم ١٥١٩ لسنة ٨٨ قضائية، جلسة ٢٠١٩/٥/٥، منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت.
- الطعن رقم ٢٣٥٣ لسنة ٨٧ قضائية، جلسة ٢٠١٩/٦/١٥، منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت.
- الطعن رقم ٢٤٨٤ لسنة ٦٥ قضائية، جلسة ٢٠١٩/٨/١، منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت.
- الطعن رقم ٢٦٣٤٣ لسنة ٨٨ قضائية، الدوائر الجنائية، جلسة ٢٠١٩/١٠/٩، منشور على موقع محكمة النقض على الانترنت.

الفهرس

٣	المقدمة
١١	المبحث الأول: ماهية خدمات ما بعد البيع وعناصرها
١٣	المطلب الأول: ماهية خدمات ما بعد البيع
١٣	أولاً: تعريف خدمات ما بعد البيع.
١٦	ثانياً: أهمية خدمات ما بعد البيع.
١٧	ثالثاً: الزامية خدمات ما بعد البيع.
٢١	المطلب الثاني: عناصر خدمات ما بعد البيع
٢١	أولاً: الالتزامات المتعلقة بوضع المبيع في طور التشغيل
٢٣	ثانياً: الاتصال المباشر مع المستهلك:
٢٤	ثالثاً: الالتزام بصيانة المنتجات:
٢٥	رابعاً: الالتزام بإصلاح المنتجات:
٢٧	خامساً: الالتزام بتوفير قطع الغيار:
٢٩	سادساً: الالتزام بتنفيذ الضمان القانوني أو الاتفاقي:
٣٣	المبحث الثاني: نطاق الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع
٣٥	المطلب الأول: النطاق الشخصي للالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع
٣٥	أولاً: المستهلك.
٣٦	ثانياً: المورد.
٤٢	ثالثاً: مراكز الخدمة.
٤٧	المطلب الثاني: النطاق الموضوعي للالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع
٤٧	أولاً: المنتجات التي يرد عليها الالتزام بخدمة ما بعد البيع:
٥١	ثانياً: العيب الذي يرد عليه الالتزام بخدمة ما بعد البيع:

٦١	المبحث الثالث: أحكام الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع
٦٣	المطلب الأول: أحكام الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع خلال فترة الضمان
٦٣	أولاً: الأساس القانوني لخدمة ما بعد البيع خلال فترة الضمان.
٦٥	ثانياً: التزامات المورد عند تقديم خدمات ما بعد البيع خلال فترة الضمان.
٦٦	ثالثاً: شروط الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع خلال فترة الضمان.
٦٧	رابعاً: الجزاء عن الامتناع عن تقديم خدمة ما بعد البيع خلال فترة الضمان:
٧٥	المطلب الثاني: أحكام الالتزام بتقديم خدمات ما بعد البيع خارج الضمان
٧٥	أولاً: الأساس القانوني لخدمة ما بعد البيع خارج نطاق فترة الضمان.
٧٦	ثانياً: التزامات المورد والمستهلك عند تقديم خدمات ما بعد البيع خارج الضمان.
٨٥	ثالثاً: شروط الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع خارج الضمان:
٨٦	رابعاً: الجزاء عن الامتناع عن تقديم خدمة ما بعد البيع خارج الضمان:
٩١	المبحث الرابع: ضمان مركز الخدمة لخدمات ما بعد البيع
٩٣	المطلب الأول: التزامات مراكز الخدمة عند تقديم خدمات ما بعد البيع.
٩٤	أولاً: الالتزام بأداء الخدمة للمستهلك دون تمييز.
٩٤	ثانياً: الالتزام بإعلام المستهلك بالخدمة المقدمة له.
٩٩	ثالثاً: الالتزام بالحصول على الموافقة الصريحة للمستهلك قبل تقديم الخدمة.
١٠٢	رابعاً: الالتزام بإصدار فاتورة بالخدمات المقدمة.
١٠٥	خامساً: الالتزام بالقواعد والأحكام الفنية في حالات الصيانة والإصلاح وتعديل قطع الغيار.
١٠٧	المطلب الثاني: أحكام ضمان مركز الخدمة لخدمات ما بعد البيع

١٠٨	أولاً: ماهية الضمان القانوني لمراكز الخدمة.
١١٠	ثانياً: خصائص الضمان القانوني لمراكز الخدمة.
١١٢	ثالثاً: نطاق الضمان القانوني لمراكز الخدمة.
١١٣	أ - الضمان المتعلق بالعيوب التي تلحق أداء خدمة ما بعد البيع نفسها:
١١٧	ب - الضمان المتعلق بسلامة المنتج في حدود خدمة الضمان:
١٢٠	ج - تكامل الضمان المتعلق بأداء خدمة ما بعد البيع ذاتها مع الضمان المتعلق بسلامة المنتج:
١٢١	رابعاً: آثار الضمان القانوني لمراكز الخدمة.
١٢٤	خامساً: مسقطات الضمان القانوني لمراكز الخدمة.
١٢٥	أ - السبب الأجنبي كأحد أسباب سقوط ضمان مركز الخدمة::
١٢٦	ب - خطأ المستهلك كأحد أسباب سقوط ضمان مركز الخدمة:
١٢٧	ج - انتهاء مدة الضمان المتفق عليها:
١٢٩	الخاتمة
١٣٥	المراجع