

الضمان

الضمان هو التزام من البائع تجاه المشتري ضمناً أو صراحة، في شكل مكتوب أو شفويماً فيما يتعلق بضمان أداء السلعة أو عدم وجود عيوب ميكانيكية أو فنية خلال فترة زمنية معينة أو حتى استعمالها لمسافات معينة (كيلو مترات مثلاً)، أو توفر خصائص معينة فيها، أو أيضاً فيها. يتعلق بتحقيق الرضاء المطلق للمستهلك الأخير أو المشتري الصناعي من خصائص السلعة وأدائها واستعمالها.

أنواع الضمان :

هناك نوعان رئيسيان من الضمان هما : الضمان الضمني Implied Warranty والضمان الصريح Expressed Warranty .

١. الضمان الضمني :

ويعنى التزاماً من البائع تجاه المشتري فيما يتعلق بأداء السلعة وخصائصها . الخ، دون أن يكون هناك وعد أو التزام مكتوب أو شفهي منه للمشتري . فمثلاً في حالة قيام المشتري بذكر احتياجاته، المبالغ وأغراضه من شراء السلعة واعتماده على مهارة البائع والمعلومات المتوفرة لديه وحكمه إلى تحديد المنتجات التي تفي بذلك، واعتماده على ذلك في الشراء، فإن البائع ملتزم بضمان منتجاته للأغراض التي ذكرها المشتري، ومن ثم فإن البائع يضمن ذلك ضمناً . وفي حالة البيع على أساس الوصف أو العينات فإن هناك ضماناً ضمناً بتوفر الخصائص التي تتميز بها العينة أو الواردة في الوصف في جميع الوحدات المباعة .

ولا يوجد ضمان ضمني في حالة الشراء بأسماء وعلامات تجارية معينة بالنسبة للملاءمة المنتجات لأغراض معينة من جانب المشتري، أو في حالة قيام المشتري بفحص جميع الوحدات المشتراة عند الشراء . ويلاحظ أن ذلك لا يمكن القيام به إلا من جانب المشتري الذين تتوفر لديهم الإمكانيات الفنية والمالية، ولا يمكن للمشتري العادي القيام به في حالة شراء سيارة أو أحد الأدوات .

ويلاحظ أن الضمان الصريح لا يلغى الضمان الضمني بالنسبة للحالات التي سبق ذكرها .

٢ . الضمان الصريح :

ويعنى التزاماً من البائع تجاه المشتري فيما يتعلق بأداء السلعة وخصائصها ... إلخ، صراحة إما كتابياً أو شفويّاً بشكل يؤدي إلى إقناع المشتري بشراء السلعة واعتماده على هذا الضمان في اتخاذ القرار بشرائها . ولا يعتبر ما يقوله رجل البيع في متاجر التجزئة في وصف السلعة بأنها أحسن سلعة مثلاً ضماناً صريحاً لأنه لا يمثل المنتج ولا تتوفر لديه البيانات الفنية عن السلعة . أما البيانات التي يقولها رجال البيع التابعون للمنتج فإنها تكون بمثابة ضمان صريح لأن جميع البيانات التي يقدمونها لتجار الجملة أو المشتريين الصناعيين ... إلخ، عن السلعة وخصائصها متوفرة لديهم .

وعادة لا يقدم الضمان الصريح، خاصة في شكل مكتوب، بالنسبة للمنتجات التي تتعرض لسوء الاستعمال من جانب المشتري لصعوبة تحديد المسؤولية في حالة الشكوى من الأداء والخصائص، والمنتجات القابلة للتلف بسرعة والمنتجات منخفضة الجودة، وأيضاً في الحالات الخاصة بالضمان الضمني، وهي الشراء عن طريق الوصف أو العينة، وتحديد البائع للمنتجات التي تفي باحتياجات المشتري بعد أن يحددها للبائع .

وبصفة عامة فإن هناك بعض الأشكال من الضمان الصريح في شكل مكتوب بالنسبة لمعظم المنتجات المصنوعة .

أسباب تقديم الضمان :

يقدم البائعون الضمان للمشتري نظراً لأن المشتري يرغب في التأكد في وقت الشراء، بأن البائع سيتحمل المسؤولية تجاه السلعة في حالة ظهور عيوب فيها أو في أحد أجزائها الرئيسية بعد الشراء .

ويقدم الضمان أيضاً لصعوبة التمييز الكامل بالنسبة لجميع عدد الوحدات المنتجة من نفس السلعة بالنسبة للخصائص الفنية، ويرجع ذلك إلى أن مراقبة جودة الإنتاج والتفتيش يتم على أساس العينات لا الحصر الشامل، مما يؤدي إلى احتمال وجود بعض الوحدات

المعيبة، وسعوية احكام الإشراف الدقيق على العمال الكسالى وعلى العمال فى حالة المفاوضات الجماعية التى تتم بين الإدارة والنقابات فى الدول الرأسمالية التى ثبت أن جودة الإنتاج تنخفض فى عدد من الحالات أثناء هذه المفاوضات. وغالباً ما تكون نفقات استبدال الوحدات، معيبة قليلة العدد أقل من نفقات القيام بمراقبة الإنتاج أو التفتيش على أساس الحصر الشامل، وذلك من حيث المال والوقت والمجهود، بالإضافة إلى استحالة القيام بالحصر الشامل فى ندين المجالين بالنسبة لعدد كبير من السلع كمصاييح الإضاءة.

وتتطلب المنتجات الجديدة التى يتم تطويرها بصفة مستمرة تقديم الضمان، خاصة وأن عدداً كبيراً من الشركات تقدم هذه المنتجات بسرعة للسوق قبل اكتشاف عيوبها فى ظروف الاستعمال الفعلية. بالرغم من القيام بعدد كبير من الاختبارات عليها. لتكون لها الأسبقية والقيادة فى تقديم هذه المنتجات أو تطويرها. وبالرغم من رغبة المشتريين فى شراء هذه المنتجات إلا أنهم يترددون فى ذلك لخوفهم من احتمالات فشل هذه المنتجات فى الأداء... إلخ، مما يتطلب ضرورة تقديم ضمان حتى يقوم المشترون بشرائها دون تردد، ومن ثم فإن هناك علاقة كبيرة بين التقدم الفنى وتقديم المنتجات الجديدة والضمان.

وتزداد أهمية الضمان نظراً لعدم مقدرة المشتري على التعرف على خصائص السلعة واحتمال وجود عيوب فيها، وذلك فى وقت الشراء نتيجة لأن السلعة تباع مغلفة، أو لصعوبة القيام بذلك إلا عن طريق القيام بتحليل كيميائى أو اختبار فنى للتأكد من ذلك. وبطبيعة الحال لا يستطيع المستهلك الأخير القيام بذلك فى وقت الشراء لعدم توفر الإمكانيات المالية واجتثرية والفنية اللازمة للقيام بذلك، وأخيراً فإن عدداً كبيراً من العيوب لا تظهر إلا عند القيام باستعمال السلعة فعلاً، لا عند القيام بتشغيلها مجرد عرضها على المستهلك المرتقب.

وتتميز بعض المنتجات بأنها قد تتلف أو تفقد بعض خصائصها بالرغم من عدم استعمالها أو استهلاكها إذا تم تخزينها أو عرضها فى متاجر التجزئة لفترة زمنية معينة، ومن أمثلة هذه المنتجات، الإطارات والأدوية والمنتجات الغذائية، لذلك يجب تقديم ضمان بالنسبة لهذه المنتجات، وفى بعض الحالات يقوم المنتج بكتابة تاريخ الإنتاج على السلعة أو على غلافها الخارجى، أما تتم كتابة التاريخ الذى لا يمكن استعمال السلعة بعده.

وتتطلب بعض المنتجات ضرورة القيام بتركيبها، كما هو الحال بالنسبة لعدد كبير من سلع الإنتاج، وبعض السلع الكهربائية المنزلية كالثلاجات والغسالات الكهربائية... إلخ، وبالنسبة لهذه المنتجات يجب أن يقوم البائع بضمان سلامة التركيب، حتى يمكن الاستفادة منها بأقصى درجة ممكنة.

ويرغب المستهلك في تقديم الضمان خاصة بالنسبة للمنتجات المعقدة، نظراً لعدم مقدرته على التعرف على أسباب تعطلها أو على القيام بإصلاحها، ويتركز ذلك بوضوح في حالة السلع الكهربائية المنزلية، كالغسالات والثلاجات والمجففات الكهربائية.

من العرض والتحليل السابقين يتضح للقارئ أن الضمان ضروري، وبالرغم من ذلك إلا أن قابلية السلعة للتلف بسرعة، وصعوبة تحديد شكوى المشتري من السلعة، وهل يرجع ذلك إلى عيوب فيها أو سوء استعماله لها، يجعلان البائع يحجم عن تقديم الضمان. فمثلاً إذا تمت المقارنة بين ثلاجة كهربائية ومضرب تنس، فإن فشل الثلاجة الكهربائية في تقديم الخدمات المطلوبة منها خلال فترة زمنية معينة بعد شرائها من مسؤوليات المنتج، إلا إذا قام المستهلك الأخير بإفْسَادها أو إساءة استعمالها، ويمكن التعرف على ذلك بسهولة. أما مضرب التنس فإن المستهلك الأخير قد يكسره بعد شرائه بلحظات، بالرغم من عدم وجود أى عيوب فيه وقت الشراء. لذلك فإن الثلاجة الكهربائية يقدم معها ضمان، بينما لا يقدم أى ضمان بالنسبة لمضرب التنس.

ويقوم بعض المنتجين الجدد بتقديم ضمان لمنتجاتهم، بالرغم من أنها منخفضة الجودة أو قابلة للتلف وسوء الاستعمال من جانب المشتري بعد شرائها، حتى يدفع ذلك المستهلكين المرتقبين نحو شرائها وتجربتها.

وهناك بعض المنتجات التي جرى العرف في الصناعة أو التجارة على عدم تقديم ضمان لها، ومنها على سبيل المثال لا الحصر الكتب والورق وبعض الأدوات الكهربائية كمصابيح الإضاءة... إلخ.

المجالات التي يغطيها الضمان :

ينطى الضمان مجالات متعددة منها المجالات التالية :

١. الرضاء المطلق :

وبعنى أن المستهلك الأخير يجب أن يكون راضياً بصفة مطلقة عن السلعة التي قام بشرائها، وفي حالة عدم رضائه عنها، فإن المنتج يقوم باستبدال الوحدة بوحدة أخرى للمستهلك، أو يقوم برد ثمنها له أو يقوم باستبدالها مع رد ثمنها.

ولا يستخدم هذا النوع من الضمان بالنسبة للسلع مرتفعة الأثمان والسلع المعمرة، وإن كان يستخدم بالنسبة للأدوية والمنتجات الغذائية وعدد كبير من السلع الميسرة.

٢. التماشي مع معايير محددة :

سبق أذ، أوضحنا عند شرح وظيفة التبيين أن هناك بعض الهيئات الحكومية واتحادات المستهلكين واتحادات الصناعات تقوم بوضع مواصفات قياسية للجودة، وإعداد نظام للإعلان عن مستوى جودة المنتجات، إما في شكل حروف أو أرقام أو صفات، حيث يتم وضعها على الغلاف الخارجي للسلعة. ويضمن المنتج بأن سلعته تتمشى من حيث الجودة مع الخصائص التي تتوفر في السلعة التي تنتمي إلى هذه الدرجة من الجودة.

ويستخدم هذا النوع من الضمان بالنسبة لعدد كبير من المنتجات، خاصة المنتجات الغذائية والأدوية ومستحضرات التجميل بشرط توفر المواصفات القياسية.

٣. ضمان هينات خارجية :

يوجد عدد كبير من الهيئات والمنظمات التي تقوم باختبار المنتجات في معاملها الخاصة وتنصح المستهلكين باستعمال بعض الماركات التجارية مما تتوفر فيها خصائص الجودة طبقاً للمعايير التي تضعها الهيئة، وتنتشر هذه الهيئات والمنظمات في عدد كبير من الدول الأجنبية، خاصة الولايات المتحدة الأمريكية، وقد سبق الإشارة إليها عند شرح وظيفة التبيين.

ويجب أن تتميز هذه الهيئات والمنظمات بالحياد وعدم التحيز، كما يجب أن تتوفر لديها الإمكانيات البشرية والفنية اللازمة للقيام بالاختبارات، ويجب أن ترتبط بمعلنين حتى يثق المستهلكون في نتائجها.

وفي حالة اقتصار تعليق هذه الهيئات بالنسبة لماركة معينة، «يوصى باستعمالها أو شراؤها» أو «تم اختبارها وموافق عليها» أو «تم اختبارها» أو «تتوفر فيها اشتراطات الجودة»، فإن ذلك لايعنى شيئاً من حيث الضمان بالرغم من أهميته للترويج.

أما في حالة النص صراحة أن الهيئة تضمن استبدال السلعة أو رد ثمنها في حالة عدم تمشى السلعة مع الخصائص والاستعمالات... إلخ، المعلن عنها، فإن ذلك يكون ضماناً من النوع الأول أي «الرضا المطلق». ولايستخدم المنتجون هذا النوع من الضمان إلا إذا كان يساعدهم في الترويج عن منتجاتهم، لذلك فإن المنتجين الذين تتمتع منتجاتهم وأسماءهم وعلاماتهم التجارية بسمعة وشهرة كبيرة في السوق لايستخدمون هذا النوع من الضمان.

وتوجد في بعض الدول هيئات حكومية تتولى إعطاء علامات الجودة لبعض المنتجات دليلاً على أنها تحقق المواصفات القياسية والاشتراطات الفنية الموضوعة أو المتفق عليها، ومن ثم فإنها تعتبر اعترافاً من هذه الهيئات بأن هذه المنتجات مطابقة للمواصفات مضمونة الجودة.

ويؤدي نظام علامات الجودة إلى خدمة المستهلكين عن طريق ضمان جودة السلع التي يقومون بشرائها، وخدمة المنتجين عن طريق العمل على رواج منتجاتهم المطابقة للمواصفات، وخدمة الاقتصاد القومي عن طريق اتباع المنتجين للمواصفات القياسية القومية التي تكفل زيادة الإنتاج مع خفض تكاليفه ورفع مستواه.

وقد أخذ بهذا النظام بصفة تجريبية في جمهورية مصر العربية في ١٩٥٩، حيث طبق على الأجهزة المنزلية التي تعمل «بالبوتاجاز»، حيث لم يسمح بتداول أي منها إذا لم يكن حاملاً لعلامة الهيئة، ثم رأى تطبيق هذا النظام ليشمل جميع السلع والمنتجات المطابقة للمواصفات القياسية، لتكون هذه العلامة وسيلة لتعريف المستهلكين بجودة الإنتاج المحلي والعمل على رواجه في الأسواق الداخلية والخارجية.

وقد روعى أن يكون تطبيق هذا النظام بصفة اختيارية في مراحله الأولى، وقد تم الاتصال بالشركات الصناعية التي وافقت على وضع علامة الجودة على السلع التي تنتجها طبقاً للمواصفات القياسية، وتم إيفاد عدد كبير من الإخصائيين بالهيئة العامة للتوحيد القياسي إلى هذه الشركات للوقوف على نظم ضبط الجودة بها، وطرق التفتيش عند المراحل المختلفة

للتصنيع والاختبارات التي يجريها المصنع على الخامات والمنتجات النهائية، للتأكد من مطابقتها المواصفات القياسية، وسحبت عينات من بعض هذه المنتجات لفحصها وتحليلها في معامل متخصصة لذلك، مثل المعامل التابعة لمصلحة الكيمياء والمعامل المركزية للقوات المسلحة والمعهد القومي للقياس والمعايرة... إلخ. وتعطى العلامة إذا ما أوضحت نتائج الفحوص والتحليل مطابقة هذه السلع للمواصفات القياسية مع الاطمئنان باستمرار إلى قيام الشركة المنتجة بالإنتاج طبقاً لهذه المواصفات.

وبطبيعة الحال لا يمكن القيام بهذا النوع من الضمان إلا إذا كانت هناك مواصفات قياسية للجودة مبنية على دراسة سليمة لاحتياجات المستهلكين والمشتريين وللظروف التي تستعمل فيها الساعة والخصائص الطبيعية والكيميائية والنمطية للسلعة، وخصائص المواد والآلات وظروف التشغيل والعمليات الصناعية الخاصة بها مع توافر جميع الإمكانيات البشرية والفنية والدلية اللازمة لفحص الوحدات المنتجة أو عينات منها للتأكد من مطابقتها لهذه المواصفات.

ويجب أن تكون المواصفات الموضوعية متعلقة بالبيئة المحلية، وليست خاصة بالدول الأجنبية نظراً لاختلاف النواحي الاستهلاكية والفنية وظروف التشغيل... إلخ، في كل دولة عن الأخرى، كما يجب أن يتم تعديل هذه المواصفات من حين لآخر، طبقاً للتغيرات الفنية والتكنولوجية.

وتدولى الهيئة المصرية للتوحيد القياسى وحدها المهمة الخاصة بوضع المواصفات القياسية، وذلك في جمهورية مصر العربية ابتداء من ١٩٥٧.

٤- الآليات:

ويهدف، إلى ضمان أداء السلعة خلال فترة زمنية معينة من تاريخ شرائها كسنة شهور مثلاً، أو حتى مسافات معينة كسنة آلاف ميل أو ضمان طاقة معينة كضمان آلة معينة ستقوم بإنتاج كمية معينة من إحدى السلع في فترة زمنية معينة في ظروف تشغيل معينة.

ويتم هذا الضمان بالنسبة للسلع الإنتاجية كالمعدات والآلات والسلع الاستهلاكية المعمرة.

٥. خلو السلعة من العيوب الفنية أو الميكانيكية :

ويهدف إلى ضمان خلو السلعة من العيوب الميكانيكية والعيوب الفنية، وعدم وجود أى عيوب فى المواد أو العمل فى وقت الشراء، وعادة ما يغطى هذا الضمان مدة معينة تكفى لظهور العيوب عند استعمال السلعة، وتختلف هذه المدة من سلعة لأخرى حسب طبيعتها. وفى بعض الحالات الأخرى يسرى الضمان حتى مسافة معينة تقطعها السلعة، كالإطارات مثلاً. وفى حالات أخرى يسرى الضمان خلال الفترة أو حتى مسافة معينة أيهما يحدث أولاً كالسيارات، حيث يسرى الضمان خلال فترة ستة شهور أو حتى تقطع السيارة ٦٠٠٠ ميل، أيهما يحدث أولاً.

وفى حالة قيام المنتج بتجميع الأجزاء التى تتألف منها السلعة كاملة الصنع، فإن الضمان لا يغطى إلا الأجزاء التى قام بصنعها، أما الأجزاء الأخرى فإن منتجها يضمنونها. فمثلاً لا يسرى ضمان السيارات عادة على الإطارات والأجزاء التى لم يتم تصنيعها لدى المنتج، وإن كان منتج هذه الأجزاء يضمنونها بطبيعة الحال، ولكن نظراً لصعوبة اتصال المستهلك الأخير بمنتجى هذه الأجزاء فإن استبدالها أو إصلاحها يتم عن طريق الموزع، على أن يتم الاتصال بعد ذلك بمنتجى هذه الأجزاء.

وبالرغم من تحديد مدة معينة أو عدد معين من الأميال لسريان الضمان فى حالة السيارات، إلا أن هناك عدداً كبيراً من منتجى السيارات يتبعون سياسات مرنة فى الضمان، نظراً لأن السيارة عبارة عن عدة سلع مجمعة معاً لكل منها عمر معين، بعضها يستمر طول عمر السيارة، وبعضها يتم استبداله بصفة دورية، وبعضها لا يستمر إلا لفترة قصيرة، لأن العيوب فى بعض هذه السلع التى لا تظهر إلا بعد فترة من استعمال السيارة تفوق فى عدد كبير من الحالات مدة الضمان كالكرابراتير، ويمكن التحديد بوضوح عما إذا كان العيب راجعاً لسوء الاستعمال أم لا، فى مثل هذه الظروف. لذلك فإنه يتم تحديد فترة زمنية معينة أو مسافة معينة تقطعها السيارة للضمان لجميع السلع التى تتألف منها السيارة، على أساس أقل مدة ممكنة لظهور العيوب فيها، مع التجاوز عن ذلك فى بعض الحالات الخاصة التى تبرز فيها العيوب نتيجة لعدم إساءة استعمالها وعدم استهلاكها طبقاً للمعدلات المعروفة. وبالإضافة إلى ذلك فإن الموزع المعتمد يقوم بإجراء خدمة مجانية للسيارات مرة أو مرتين قبل انتهاء مدة الضمان لفحص الأجزاء الرئيسية بها والأداء للتأكد من عدم وجود عيوب التصنيع أو المواد فيها.

وأخيراً يلاحظ أن الموزع المعتمد عادة هو المسؤول عن الضمان، بحيث لا يرجع المستهلك الأخير إلا للموزع لتنفيذ شروط الضمان، على أن يرجع الموزع للمنتج. وذلك تسهيلاً لكل من المنتج والمستهلك الأخير، وحتى يشعر الموزع بمسئوليته تجاه المستهلك الأخير بالنسبة للمنتجات التي يقوم ببيعها. ويستثنى من ذلك بعض المنتجات، كالمنتجات الغذائية والأدوية ومستحضرات التجميل... إلخ، حيث يمكن للمستهلك الرجوع مباشرة إلى المنتج.

وغالباً ما ينص هذا النوع من الضمان على استبدال الأجزاء المعيبة طبقاً لشروط الضمان، مع عدم تحميل المستهلك الأخير نفقات العمل المتعلقة بذلك، كما في حالة السلع الكهربائية المنزلية كالثلاجات الكهربائية، أو قد ينص على تحميله نفقات العمل، كما في حالة السيارات بالنسبة لعدد كبير من الماركات. وقد يتطلب الضمان ضرورة قيام المستهلك بملء بيانات بطاقة الضمان وإرسالها للمنتج، على أن يتم التعامل بعد ذلك بمقتضى رقم البطاقة كما هو الحال بالنسبة للسلع الكهربائية المنزلية كالثلاجات والغسالات الكهربائية... إلخ.

وأي شئنا، كبير من الحالات ينص هذا النوع من الضمان على أنه قد تم فحص المنتجات قبل شحنها أو أن السلعة في حالة جيدة، كما هو الحال بالنسبة للملابس.

٦- توفير خصائص معينة في السلعة وعدم حدوث نتائج معينة :

ويهدف، هذا النوع من الضمان إلى ضمان خصائص معينة في السلعة باستعمالها، كعدم حاجة بعض أنواع الملابس إلى الكي وعدم تأثرها بالمياه، من حيث الانكماش أو عدم كسر بعض لأدبـر المنزلية عند وضعها في الفرن أو على الموقد، أو عدم حدوث أى كسر أو عطل للساعة عند سقوطها أو تعرضها للمياه... إلخ، ويقوم المنتج بضمان عدم حدوث نتائج معينة للساعة بعد انقضاء فترة زمنية على استعمالها، كعدم تعرض التماثيل أو التحف للكسر أو التشقق نتيجة للحرارة.

وبدبيعة الحال يتم استبدال الوحدات بوحدات أخرى أو إصلاحها في حالة حدوث النتائج المضمونة، ويشترط عدم تعرضها لسوء الاستعمال.

النواحي الترويجية والحمائية للضمان :

١. الضمان الترويجي :

يهدف المنتج إلى الترويج عن منتجاته عند تقديم الضمان نظراً لأن الضمان يشجع المستهلك الأخير أو المشتري الصناعي على شراء السلع وتجربتها دون تحمل أى مخاطر لأن المنتج يضمن أى عيوب فيها خلال فترة معينة، ولأن المنتج سيقوم باستبدالها أو رد ثمنها في حالة عدم رضائه عنها وكثيراً ما يصبح المستهلك مستهلكاً دائماً للسلعة بعد تجربتها .

ويعتبر الضمان الذى يهدف إلى تحقيق الرضاء المطلق والضمان عن طريق هيئات خارجية، والضمان الخاص بتوفير خصائص معينة فى السلعة، وعدم حدوث نتائج معينة عند استعمالها من أنواع الضمان الترويجي، أما ضمان الأداء والضمان الذى يضمن تمشي السلعة مع معايير محددة للجودة، فإنهما من أنواع الضمان الترويجي بصفة رئيسية، مع وجود بعض العناصر الحمائية فى كل منهما .

وبالرغم من أن الضمان الترويجي يؤدي إلى تحمل بعض النفقات من جانب المنتج، إلا أنه يؤدي إلى زيادة المبيعات بدرجة كبيرة بتكلفة أقل بكثير من تكاليف الإعلان والمسابقات والهدايا والعينات المجانية فى تحقيق نفس الهدف . فمثلاً قامت إحدى الشركات بتقديم ضمان برد ضعف ثمن السلعة فى حالة عدم الرضاء عنها، ولم يطلب رد الثمن إلا مستهلك واحد بين كل ١٠٠٠ مستهلك .

وحتى يقلل المنتج من الطلبات غير المنطقية أو استرداد الثمن، فإنه عادة يطلب من المستهلك الأخير رد البطاقة الملصقة أو المثبتة على الغلاف الخارجى للسلعة إلى المنتج، وكتابة أسباب عدم رضائه عن السلعة وإرسالها بالبريد، مما يؤدي إلى عدم المطالبة بذلك إلا فى الحالات الضرورية ولأسباب جادة، ولا يجب أن تكون الإجراءات المطلوبة طويلة ومعقدة بشكل يفهم منه المستهلك أن المنتج يعتمد على ذلك حتى لا يطالب المستهلك بما جاء فى الضمان، مما يؤدي بالتالى إلى تأثير سمعة المنتج فى السوق تأثيراً سيئاً .

ويجب أن يستخدم الضمان الترويجي لكسب ثقة الموزع والمستهلك الأخير فى السلعة . فمثلاً قامت إحدى الشركات المنتجة لأفلام التصوير بتقديم ضمان ينص على أنه بعد تمييز

أى فيلم إذا لم يرض المشتري عن النتائج مهما كان السبب في ذلك، فإن الشركة سترسل له فيلماً جديداً دون تحمل أى نفقات، بما في ذلك نفقات البريد إذا ما أرسل اسمه وعنوانه في بطاقة موجودة في الضمان مع النيجاتيف على عنوان الشركة، وبالإضافة إلى ذلك فإن الشركة سترسل إليه إرشادات خاصة بكيفية التصوير بطريقة سليمة.

وقد أدى هذا الضمان إلى عدم تلقى الموزعين شكاوى المشترين، فيما يتعلق بعدم الرضاء عن نتائج التصوير، وبالتالي تخفيف العبء عنهم، وإرشاد المشترين إلى الطرق الصحيحة للتصوير والاستفادة من أجهزة التصوير بأحسن طريقة ممكنة، مما أدى بالتالى إلى زيادة الطلب على الأفلام، وبالتالي زيادة أوجه نشاط الموزعين فى بيع وتحميض الأفلام وطبع الصور، وفي نانس الوقت حمت الشركة نفسها من الطلبات غير المعقولة عن طريق طلب إرسال النيجاتيف، الذى لا يرضى المستهلك عن نتائجه.

الإلزام بتقديم الضمان الترويجى بالنسبة للسلع مرتفعة الأثمان، لأن ذلك يشجع الأفراد على طلب رد الثمن أو الاستبدال حتى فى حالة وضع إجراءات طويلة معقدة لذلك، ولا يجب أيضاً لتوسع فى تقديم هذا النوع من الضمان بشروط مجزية حتى لا يشك المشترون فى السلعة.

وهذا النوع من الضمان غير قاصر فقط على المنتجين، نظراً لأن الموزعين يقدمونه بالنسبة للمنتجات التى يتم تمييزها بأسمائهم وعلاماتهم التجارية، وتقدمها أيضاً بيوت البيع بالبريد.

وأخيراً فإن التمدادى فى إعطاء هذا النوع من الضمان من جميع المنتجين والموزعين على أساس أنه نوع من التنافس يؤدى إلى عدم تحقيق نتائجه الترويجية بالنسبة لكل منهم.

ومن أمثلة المغالاة فى ذلك، ما حدث فى دولة الكويت فى صيف ١٩٧٢، عندما تنافست الشركات، التى لها حق التوزيع الوحيد لأجهزة تكييف الهواء غير المركزية على الضمان واستخدمته كمنقطة إعلانية رئيسية للتنافس فيما بينها، مما أدى إلى حرب إعلانية بين هؤلاء الموزعين تسمى نقطة الضمان. ويعتقد الكاتب أن ذلك لن يؤدى فى الأجل الطويل إلى مصلحة موزع معين منهم دون الآخرين خاصة وأن الإعلانات قد أوضحت أن الضمان الذى يعطيه كل موزع لا يعطى الأجزاء الرئيسية فى جهاز التكييف.

٢. الضمان الحمائي :

ويهدف هذا النوع من الضمان إلى حماية المنتج من الطلبات غير المعقولة من جانب المشترين ، نظراً لأن الضمان يحدد مسؤوليات المنتج بوضوح فيما يتعلق بالسلعة بعد بيعها ، نظراً لأنه يهدف إلى ضمان خلو السلعة من وجود العيوب الفنية والميكانيكية خلال فترة زمنية معينة أو مسافة معينة تكفي لظهور هذه العيوب دون أن يكون ذلك نتيجة لسوء استعمال المشتري لها .

ويعتبر ضمان خلو السلعة من العيوب الفنية والميكانيكية ضماناً حمائياً بصفة أساسية ، وتوجد بعض النواحي الحمائية في الضمان الخاص بالتمشي مع معايير محددة للجودة و ضمان الأداء والضمان الخاص بخصائص السلعة وعدم حدوث نتائج معينة .

ويعتبر ضمان السيارات من أهم أنواع الضمان الحمائي ، وقد قرر منتجو السيارات في الولايات المتحدة عدم التنافس فيما بينهم من حيث الضمان ، لذلك فإنهم يستخدمون ضماناً واحداً غمطياً . وينص هذا الضمان على أن المنتج يضمن العيوب الخاصة بالمواد أو التصنيع الخاص بالأجزاء التي تتألف منها السيارة والتي قام المنتج بتصنيعها ، أما الأجزاء التي لم يتم إنتاجها في مصانع المنتج كالإطارات فإنه لايسرى عليها هذا الضمان ، وإن كنا قد سبق وأوضحنا أن الموزع يقوم باستبدالها على أن يرجع إلى منتجها بعد ذلك لصعوبة اتصال المشتري به مباشرة ، وينص ضمان السيارات على أن الضمان يسرى مادامت العيوب تظهر خلال فترة ستة شهور من تاريخ استلام السيارة أو حتى تقطع السيارة ٦٠٠٠ ميل أيهما يحدث أولاً على ألا تكون هذه العيوب ناتجة من الحوادث أو الجهل أو سوء الاستعمال وألا يكون قد تم تغيير أى جزء من أجزاء السيارة أو تم إصلاحه لدى هيئات غير معتمدة من الموزع . وفي جميع الحالات تكون سلطة تحديد مدى انطباق شروط الضمان في حالة معينة للموزع المعتمد ، ولايغطي الضمان الصيانة الدورية للسيارة ، ويقوم الموزع المعتمد باستبدال الأجزاء التي بها عيوب دون مقابل على أن يدفع المشتري نفقات العمل الخاصة بتركيبها .

ويلاحظ أن هذا الضمان يحدد بوضوح المسؤوليات التي يغطيها الضمان ، ومن ثم فإنه يحقق عدم حدوث طلبات غير معقولة من جانب المستهلكين ، ومن ثم فإنه يعتبر ضماناً حمائياً ، وبصفة عامة يجب الاهتمام بصياغة شروط هذا النوع من الضمان حتى لا تحدث مشاكل بين البائع والمشتري نتيجة لعدم وضوح مسؤوليات البائع وشروط الضمان .

وهناك اتجاه بين المنتجين نحو ترميط الضمان وصياغته وتوحيده بالنسبة لجميع البائعين الذين يقومون ببيع نفس السلعة حتى لا يحدث تنافس فيما بينهم من حيث شروط الضمان بشكل يؤدي إلى شك المشتري في السلعة، أو تحمل نفقات أكثر مما يجب نظراً للمنافسة في مدة الضمان وشروطه. وينتشر هذا النوع من الضمان في عدة قطاعات أهمها السيارات في الولايات المتحدة الأمريكية.

وأخيراً يهتما أن نوضح أن هناك بعض المنتجين الذين يبيعون منتجاتهم بأسعار منخفضة بالنسبة للمسلع المنافسة على أساس عدم تقديم ضمان لمنتجاتهم.

مدة الضمان :

هناك عدة عوامل تلعب دوراً هاماً في تحديد مدة الضمان وهي :

١ - أهداف الضمان :

كلما كان الضمان ترويجياً كلما كانت مدته طويلة نسبياً، وكلما كان الضمان حمائياً كلما كانت مدته قصيرة نسبياً.

٢ - طبيعة السلعة :

كما كانت هناك احتمالات كبيرة لسرعة تعرض السلعة للتلف، وتعرضها لسوء الاستعمال، وصعوبة اكتشاف ذلك، كلما كانت مدة الضمان قصيرة والعكس صحيح.

وفي حالة تصنيع السلعة من عدة أجزاء لكل منها عمر معين، تتحدد مدة الضمان على أساس متوسط أو على أساس أقل هذه الأجزاء عمراً، ولتحقيق الأغراض الترويجية قد يقوم أحد منتجي الشلاجات بتحديد مدة للضمان لكل جزء رئيسي فيها، فمثلاً تتحدد مدة لنظام التبريد، وأخرى لضمان الموتور... إلخ.

٣ - تدوير السلعة :

قد ينتج عن التقدم الفني وتطوير السلعة زيادة عمرها وقلة العيوب فيها، مما يؤدي إلى أن يقوم المنتج بزيادة مدة الضمان، كما حدث بالنسبة لشركة جنرال موتورز عندما قررت زيادة مدة الضمان، من سنتين إلى ٤ سنوات بغض النظر عن عدد الأميال، وذلك بالنسبة للبطارية.

٤. المركز التنافسي للشركة :

تلجأ الشركة الجديدة والتي لا تحتل مراكز قوية بالنسبة للشركات المنافسة في السوق إلى زيادة مدة الضمان بالنسبة لمنتجاتها، وذلك بالمقارنة بالمنتجات المنافسة كسلاح ترويجي، وذلك لحث المستهلكين على تجربة السلعة بشرائها، ولا تخسر هذه الشركات بزيادة مدة الضمان بدرجة كبيرة، لا تتفق مع طبيعة المنتجات التي تقوم بإنتاجها، بالنسبة للشركات المنافسة لها خاصة إذا ما اقترن ذلك بزيادة مبيعاتها، ولن يحدث ذلك بطبيعة الحال إلا إذا اقتنع المستهلك بها بالنسبة للمنتجات الأخرى من حيث الجودة والسعر.

٥. تبسيط الإجراءات :

بالرغم من اختلاف بعض المنتجات من حيث الخصائص وطرق الأداء والتشغيل... إلخ، إلا أن عدداً كبيراً من الشركات يلجأ إلى استعمال مدة واحدة للضمان بالنسبة لجميع هذه المنتجات. فمثلاً تظهر العيوب في المواد أو التصنيع في بعض الأجهزة الكهربائية الصغيرة في خلال أسابيع أو شهور قليلة من الاستعمال، بينما تظهر هذه العيوب بعد سنة أو أكثر في أجهزة كهربائية أخرى، وبالرغم من ذلك فإن عدداً كبيراً من المنتجين يحدد مدة الضمان بالنسبة لجميع هذه الأجهزة على أساس سنة، وذلك لتبسيط الإجراءات المتعلقة بالضمان.

ويجب أن يلاحظ القارئ أنه يجب دراسة هذه العوامل عند تحديد مدة الضمان، بالإضافة إلى القيام بدراسة رياضية وإحصائية أساسها تحليل السجلات الخاصة بالعيوب التي تم اكتشافها في المنتجات والتي يغطيها الضمان من حيث عيوبها وأسبابها ووقت حدوثها من الشراء والاستعمال، ويهدف ذلك إلى تحديد الوقت الذي يفصل بين ظهور العيوب في الإنتاج وبدء حاجة السلعة إلى الخدمة والصيانة بصفة دورية، ومن ثم فإنه يمكن تحديد مدة الضمان بطريقة سليمة.

وقد قامت إحدى شركات إنتاج الإطارات في الولايات المتحدة الأمريكية بضمان الإطارات بالنسبة للعيوب في المواد أو التصنيع طوال فترة استعمالها، بغض النظر عن تاريخ الشراء أو عدد الأميال التي قطعتها، على أن يكون الضمان لمن يملك الإطار. وفي حالة وجود هذه العيوب يجب القيام بفحص فني للإطار من قبل ممثل المنتج، وفي حالة ثبوت أن العيوب

يغطيها الضمان، فإنه يتم إصلاحها أو تخصم قيمتها من ثمن شراء إطار جديد حسب ما يراه ممثل الموزع.

ويلاحظ أن هذا الضمان يختلف تماماً عن الضمان الخاص بالسيارات والذي سبق الإشارة إليه، من حيث إن ضمان الإطارات لا يحدد مدة معينة لسريانه بعكس المدة القصيرة نسبياً بالنسبة ل ضمان السيارات. ويرجع هذا الاختلاف - حسب العوامل التي سبق شرحها والتي تؤثر على تحديد مدة الضمان - إلى ما يلي :

- ١ - ضمان الإطارات ترويجي بينما ضمان السيارات حمائي.
- ٢ - الإطار سلعة واحدة بينما السيارة عدة سلع مجمعة معاً لكل منها عمر معين.
- ٣ - تحديد عما إذا كان العيب في الإطار راجعاً إلى سوء الاستعمال أو إلى عيوب في المواد أو التصنيع أسهل منه في حالة السيارة.
- ٤ - ضمان الإطارات مختلف من منتج لآخر، أما ضمان السيارة تغطي موحد بين جميع المنتجين، ومن ثم فإن ضمان الإطارات تغلب عليه النواحي الترويجية.
- ٥ - حدث تطور كبير في الإطارات أدى إلى زيادة عمرها.

النواحي التنظيمية للضمان :

في حالة الضمان الترويجي يجب أن يكون هناك جهاز لدراسة الشكاوى والرد عليها. وغالباً ما يكون العمل في هذه الحالة روتينياً.

أما في حالة الضمان الحمائي، فإن هناك مقدرة كبيرة يجب أن يتميز بها العاملون في مجال الضمان، من حيث تلقي الشكاوى ودراستها، وتحديد عما إذا كان يسرى عليها الضمان أم لا، ومعالجتها بطريقة مرنة تهدف إلى إرضاء المشتري والحفاظة على سمعة الشركة دون المس بحقوقها، ويقوم العاملون في هذا المجال أيضاً بإعطاء التعليمات الخاصة بالضمان وأي تعديلات فيها للموزعين المعتمدين. ويقوم الجهاز أيضاً بجميع الأعمال المتعلقة بالضمان الضمني.

أما تنفيذ شروط الضمان، فعالباً ما يتم عن طريق الجهاز المسئول عن الخدمة، وستتم مناقشة ذلك بالتفصيل في الفصل التالي، فالخدمة والضمان يهدفان إلى إقناع المشتري بأنه يحصل على أقصى فائدة ممكنة من السلعة بعد شرائها، وأن أداء السلعة سيتم طبقاً لما يتوقعه خلال فترة زمنية طويلة دون أن يواجه بمتعاب بصفة مستمرة، وبصفة عامة يجب أن تكون هناك بطاقة للضمان يقوم المشتري باستيفاء بياناتها عند الشراء، والتي تشمل بيانات عن السلعة المشتراة والموديل واسم المتجر الذي تم الشراء منه وتاريخ الشراء وبعض البيانات عن المشتري، كالجنس والسن والدخل والمنطقة الجغرافية والغرض من شراء السلعة... إلخ، وفي بعض الحالات يطلب من المشتري استيفاء بيانات البطاقة ثم إرسالها بالبريد للشركة المنتجة، وتشجيعاً له على ذلك تعطى له مظروفاً عليه طابع البريد وعنوان الشركة. وتصر بعض الشركات على عدم تنفيذ شروط الضمان إلا باستيفاء بيانات البطاقة وإرسالها إليها فعلاً. ويمكن الاستفادة من بيانات هذه البطاقة في تحديد تاريخ الشراء حتى يمكن حساب فترة الضمان بدقة وموضوعية، وأيضاً في الحصول على البيانات الرئيسية عن المشتريين لأخذها في الحسبان عند إعداد البرنامج التسويقي للشركة.

وتكتفى بعض الشركات بفاتورة الشراء لتنفيذ شروط الضمان، وتقوم بعض الشركات الأخرى بختم السلعة بتاريخ الشراء، كما هو الحال بالنسبة للبطاريات لتحديد التاريخ الذي يبدأ منه الضمان.