



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ألكلي محمد أولحاج - البويرة

كلية الحقوق و العلوم السياسية



جامعة البويرة

قسم القانون الخاص

الحماية القانونية للمستهلك في إطار جودة المنتوجات

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في القانون

تخصص : عقود ومسؤولية

تحت إشراف الأستاذ:

د / سمير شهاني

إعداد الطالبة:

شلابي صارة

لجنة المناقشة

الأستاذ: د/ والي نادية أستاذة بجامعة البويرة.....رئيسا

الأستاذ: د/ شهاني سمير أستاذ محاضر قسم "أ".....مشرفا ومقررا

الأستاذ: د/ بوديسة كريم أستاذ بجامعة البويرة.....ممتحنا

تاريخ المناقشة: 2018/11/29.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قَالَ تَعَالَى:

﴿وَتَرَى الْجِبَالَ تَحْسَبُهَا جَامِدَةً وَهِيَ تَمُرُّ مَرَّ السَّحَابِ صُنِعَ اللَّهُ

الَّذِي أَتَقَنَ كُلَّ شَيْءٍ إِنَّهُ خَيْرٌ بِمَا تَفْعَلُونَ ﴿٨٨﴾

[النمل: الآية 88]

شكر و تقدير

قَالَ تَعَالَى: ﴿ وَقَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ ﴾ [من الآية 19 من سورة النمل].

فالحمد لله حمدا كثيرا على توفيقه لي بإتمام هذا العمل المتواضع، وأسأل الله أن يرفع به خلقه و يكون لي عوناً على طاعته.

وامثالاً لقوله ﷺ: «لَا يَشْكُرُ اللَّهُ مَنْ لَا يَشْكُرُ النَّاسَ»⁽¹⁾ «أجدُ لزاماً عليّ

أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى الهامة المرفوعة والقامة المنصوبة أستاذي الفاضل الدكتور "سمير شهاني" الأستاذ الصنديد صاحب الفكر السديد والعلم الرشيد الذي لم ييخل عليا بعلم ولا بوقت رغم مشاغله الكثيرة فله كل الاحترام، إلهي امنحه الثواب بالأسحار و مجالسة الأبرار وخير الزاد في هذه الدار و إجمعه مع أحبائه يا الله يا غفار، وأسأل الله أن ينفع به غيري من الطلبة.

كما لا يفوتني أن أشكر كل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل وتذليل الصعوبات التي واجهتني في هذا البحث لتصويبه والارتقاء به.

اللهم علمنا ما ينفعنا وانفعنا بما علمتنا، وزدنا علماً أنك أنت العليم الحكيم ، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

كباحثة صارة

(1)- رواه أحمد ابن حنبل المسند، ج 7، ص 295 حديث رقم 7495، ج 8، ص 61، حديث رقم 7926، ص 126، حديث رقم 8006، ج 9، حديث رقم 9906، ج 16، ص 111، حديث رقم 21735.



لله جلَّ اللهُ سابغ العطف والجود

العليم العلام الحي الودود

للأبي معلم العلماء لبني العالمين محمد ﷺ من رب المرسلين

لمدرستي الأولى روح التضحية ونبع الحنان لأبي "عقيلة" رعاها الله

للمصدر الحامي والظهر الوافي أبي "عبد القادر" الغالي الحاني

لتلك الروحين الطاهرتين لي جدتاي "بركا هم" و"عائشة" رحمة الله عليهما

لملائكة الدعاء والنصح الجميد جددي "ثير" و"محمد" رعاهما المولى

للأحباب القلب ورفاق الدرب من الصغر أخواتي: "بركا هم"، "أسياء"، "وفاء"، "أم

كلثوم"، "عائشة"، "زينب شيماء"

لي سدي المتنين أخوادي: "بلقاسم"، "أحمد ياسين"

لكل من عرفت ومن أحببت رفاق الدراسة الرائعين طلبة كلية الحقوق.

لي كل من شجعني وأزاني لي أن وقتت اليوم متخرجة

لي طلاب العلم أينما كانوا سيروا بإذن الله و متم ناجحين.

من طالبة كتبت ونحتت لعلها تفيد بالقليل "صارة" كان إسما.

قائمة بأهم المختصرات

أولاً: باللغة العربية

- ج. ر: الجريدة الرسمية.
- ج: جزء.
- د. س. ن: دون سنة نشر.
- د. ب. ن: دون بلد نشر.
- د. ط: دون طبعة.
- ص: صفحة.
- ص. ص: من الصفحة... إلى الصفحة.
- ق: القانون.
- ق. م. ج: القانون المدني الجزائري.
- تح: تحقيق.
- مج: مجلد.

مقدمة:

إن للتطورات الحالية في مجال الإنتاج؛ أدى إلى ظهور كم هائل من المنتجات؛ إذ أصبح اعتماد المستهلكين عليها أمرًا أساسيًا، في تيسير حياته لما وفرته له من أسباب للرفاهية، إلا أنه في مقابل ذلك ليس في وسع أحد أن يغفل ما تعرض له الكثير من المستهلكين من مخاطر تهدد سلامتهم؛ نظرًا لتعقيدات تركيب هذه المنتجات.

ولم يكن لهذه الأخطار أن تقلل من إقبال المستهلك عليها فعلى الرغم من مخاطرها فلا يمكن الاستغناء عنها لأهميتها البالغة في حياته؛ ورغم وعي بعض المنتجين بأهمية رضا المستهلك في النمو والتطور في ظل المنافسة الشديدة بين المنتجين كون للمنتجات أهمية كبيرة في الاقتصاد، وبالتالي رضا مقنتيها.

إلا أن ذلك لم يحدث أثر كبير في دفع المتدخلين إلى توفير منتجات ذات نوعية وصحية؛ إذ في بداية الأمر لم يكن المتدخل مسؤولاً سوى عن توفير المنتجات بأسعار مقبولة؛ وعليه جرى اختزال مجموعة من المصالح المشروعة للمستهلك في مصلحة واحدة هي الحصول على المنتج بسعر مناسب بغض النظر إذا إلى شروط الجودة، وبالتالي لم تكن تعطى أهمية للجودة.

غير أن هذه النظرة الضيقة تغيرت مع تطور المجتمعات، بحيث أصبحت حماية المستهلك في الحصول على ما يلزمه من منتجات بجودة عالية وأسعار معتدلة في مختلف الظروف والأوقات، وأصبح من الضروري على المتدخلين أن يولوا اهتماماً كبيراً بجودة ما يقدمونه من منتجات إرضاءً لرغبات وحاجات المستهلك.

وتتجلى أهمية الالتزام بجودة المنتجات في كونها تمثل رضا المستهلك واشباع حاجاته من جهة، وتوفير منتجات آمنة للحفاظ على صحته وسلامته من جهة أخرى فبات موضوع الجودة محل اهتمام عالمي نظرًا للانفتاح الاقتصادي وتحرير السوق الذي شهد غزواً للمنتجات وتغلب الطلب على العرض والكمية على النوعية التي صارت آخر اهتمامات المتدخل؛ مما أدى إلى فرض جملة من القوانين لحماية المستهلك، تسعى إلى توفير مقاييس ومواصفات معينة ومحددة.

مقدمة:

وعليه فإن من الأسباب التي كانت الدافع لانتقاء هذا لموضوع "حماية المستهلك في إطار جودة المنتوجات" محلا للدراسة أنه يعد من أكثر المواضيع حداثة، وهو بحاجة إلى البحث مقارنة بمواضيع تقليدية أخرى، وكونه من الواقع اليومي وقلة الدراسات القانونية في هذا المجال.

وكذا ارتباط الموضوع ارتباطا وثيقا بحياة وسلامة الإنسان، ما يستدعي البحث والموضوع، والرغبة في تسليط الضوء على الالتزام بالجودة في المنتوجات ودور هذا الالتزام في حماية المستهلك، والوصول إلى مفهوم قانوني وواضح للالتزام بضمان الجودة ومعرفة مدى كفالة القانون له.

والسعي إلى المساهمة ولو بالقليل في نشر الثقافة الاستهلاكية، والتحقق العلمي من جوانب الجودة حتى يكون القارئ بمختلف مستوياته على دراية من أهمية توكي الجودة في المنتوجات المقدمة للاستهلاك، والنظر إلى جوانب قصور القانون في حماية المستهلك فيما يخص الالتزام بجودة المنتج.

كما انو الموضوع يكتسي أهمية بالغة من الناحية القانونية والشرعية والاقتصادية، ومما لا شك فيه أن أول منهج علمي يستعين به الباحث هو المنهج الوصفي؛ وذلك لتبيان مفهوم جودة المنتوجات وغيرها من المفاهيم المتعلقة بالموضوع محل الدراسة، كما اعتمدنا على المنهج الاستقرائي في بعض النصوص المتعلقة بالإضافة إلى المنهج التحليلي في تحليل بعض الأفكار.

وأثناء إعدادي لهذا البحث واجهتني ككل باحث جملة من صعوبات كان أبرزها نقص المراجع القانونية في الموضوع تحديدا مقارنة بغيرها من المراجع كالمراجع الاقتصادية، بالإضافة إلى قصر الوقت بمقارنة بصعوبات البحث في الموضوع الذي كان يحتاج إلى وقت أطول.

و سنقوم - بإذن الله- من خلال هذه الدراسة إلى التطرق إلى مختلف الأحكام التي جاء بها المشرع في هذا الإطار، وكذا الوقوف على جل المشكلات والصعوبات وتبيان

مقدمة:

المخاطر التي تهدد سلامة المستهلك، والمعالجة القانونية لها قبل وبعد حدوثها.

وتسليط الضوء على واقع الالتزام بالجودة في المنتجات ودوره في حماية المستهلك، إذ نجد التشريعات الحديثة الخاصة بحماية المستهلك عملت على توفير حماية لرغبات والعادات الشرائية للمستهلك من حيث نوع السلعة وجودتها، وانطلاقاً من ذلك نطرح الإشكالية التالية: ما هي الضمانات القانونية التي جاء بها المشرع تحقيقاً للجودة؟

والتي بدورها تنطوي على جملة من الإشكالات تتمثل في:

- ما مفهوم جودة المنتجات؟
 - فما تتجلى أهمية جودة المنتجات؟ وما دورها في حماية المستهلك؟
 - ما هي الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخل ضمناً لحق المستهلك في الحصول على منتجات جودة؟ وفي حالة إخلال بهذه الالتزامات ما هي العقوبات الموقعة عليه؟
- وللإجابة عن هاته الإشكالات قسمنا بحثنا إلى فصلين: الفصل الأول تناولنا فيه الإطار المفاهيمي للجودة من خلال التطرق إلى تعريفها ومراحل التاريخية، وكذا إبراز أهميتها.
- والفصل الثاني تطبيقي تناولنا فيه الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

إنّ الأسواق الحديثة والمنتجين تتميز بشدة المنافسة الجادة بينها، في محاولة جاهدة منها للوصول إلى تلبية طلبات المستهلكين وكسب رضاهم، بطريقة تضمن لهم التمتع بالمزايا التنافسية التي تتيح لهم الاحتفاظ بموقعهم في الميادين التي يعملون بها؛ لذا فإنّه على المنتجين الذين يرغبون في البقاء والنماء مع التفوق تقديم منتجات ذات جودة للمستهلك، وهذا ما جعل الاهتمام بالجودة ظاهرة عالمية وأصبح المتدخلين يولونها اهتماما خاصا وكبيرا، وباتت هذه الأخيرة سلاحا استراتيجيا للحصول على الميزة التنافسية وزيادة الأسواق⁽¹⁾.

كما أن لهذا الأخيرة دورا كبيرا في توفير الحماية للمستهلك إذ باتت هاجسا للمنتجين، حيث أصبح المستهلك أو الزبون محاور اهتمامهم، كون لهذا الأخيرة المفاضلة بين المنتجات حسب رغباته واختياراته⁽²⁾، وسنحاول في هذا الفصل تسليط الضوء على الجودة من خلال التعريف بها (المبحث الأول) وكذا التطرق إلى أبعاد الثلاث وأهميتها بالنسبة للمستهلك والمنتج في نفس الوقت (المبحث الثاني)

المبحث الأول: التعريف بجودة المنتجات

لا يوجد إجماع بين الفقهاء حول تعريف واضح ومحدد، على اعتبار أنّ الجودة مرتبطة بمتطلبات وتوقعات المستهلكين منها، وهي متغيرة، وعلى الرغم من الاختلاف حول تعريف الجودة، إلا أنّ الجميع يتفق على أنّ الهدف هو إرضاء المستهلك (المستفيد) وإبهاجه، لذا فإنّ الفهم الحقيقي لجودة المنتجات يعتبر أحد الركائز الأساسية لحماية المستهلك، باعتبار أنّ هذه الأخيرة تشمل سلامة المنتج ومطابقته للمواصفات القانونية القياسية التي تكفل للمستهلك الحماية المطلوبة.

(1)- خضر مصباح الطيبي، إدارة وصناعة الجودة، مفاهيم إدارية وفنية وتجارية في الجودة، دار الحامد، ط 1، الأردن، 2011، ص14.

(2)- حليلة عيادي، مدخل إلى إدارة الجودة لتقييم خدمات المرافق العامة،، مذكرة ماستر، فرع تنظيمات سياسية وإدارية، كلية العلوم الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2013، ص01.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

ومن خلال هذا المبحث سنحاول الوقوف على جملة هذه التعاريف وكذا تعريف المنتج محل عقد الاستهلاك الذي تجب فيه الجودة (المطلب الأول)، وإن الدارس للجودة يجد أنها لم تصل إلى مفهومها الحالي إلا بعد المرور بجملة من المراحل التاريخية سنقوم بالتطرق إلى الخلفية التاريخية لهذه الأخيرة على نظراً لأهميتها في تبيان حقيقة الجودة (المطلب الثاني)، ومن خلال تعريف الجودة يتبين لنا أنها نوعان محدودة وشاملة (المطلب الثالث).

المطلب الأول: تعريف جودة المنتجات

العمل المتقن للسلعة الذي يمكن قياسه وتحديده والتحكم فيه، بحيث تكون هذه الأخيرة مطابقة لرغبات وحاجات ورغبات المستهلك، وهو ما يعبر عنه بمصطلح جودة المنتجات⁽¹⁾، وسنتطرق في هذا المطلب لتعريف كل من الجودة (الفرع الأول) و المنتج (الفرع الثاني) على حدة.

الفرع الأول: تعرف الجودة

لفظ الجودة من الألفاظ المألوفة في كثير من العلوم، وخاصة علمي القانون والاقتصاد إلا أن دلالاته تختلف من علم لآخر، أضف إلى ذلك نظرة الفقه الإسلامي وتعريفه للجودة فكان لها أكثر من معنى، وإن تعدد تعاريف الجودة واختلافه يرجع لاختلاف النظرة إليها وباختلاف تطور مفهومها في حد ذاته كون هذه الأخيرة ليست ذات معنى موضوعي قابل للقياس وموحد بل هي ذات معنى ذاتي غير قابلة للقياس كونها توقعات الخاصة لكل مستهلك فجودة المنتج لفرد ليست نفسها لذات المنتج لفرد آخر⁽²⁾.

وقبل التطرق إلى تبيان أوجه الاختلاف في تعريف الجودة وبداية لابد من تحديد التعريف اللغوي للفظ الجودة، ثم تبيان التعريف لدى كل من الفقه والتشريع.

(1) - سامية بن جراف، دور مراقبة النوعية وضمان جودة المنتج الغذائي، مجلة الحقوق والحريات كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الرابع، أبريل 2017، ص428.

(2) - خضر مصباح الطيطي، المرجع السابق، ص41.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

أولاً: تعرف الجودة لغة

الجودة من (الجُودُ) الجيد نقيض الرديء والجمع جياذ وجيادات (1) لقوله تعالى: ﴿إِذْ عَرَضَ عَلَيْهِ بِالْعَشِيِّ الصَّفِيَّ الْجِيَادُ﴾ (2).

وجه الدلالة: إذ عرض علي سليمان ؛ الخيل الصافنات الجياذ ، وهي الخيل التي تقف على ثلاث وطرف حافر الرابعة، والجياذ: هي السراع، وسمي بالجياذ ؛ لأنه يجود في جريه (3). ويتضح من هذا أن النبي سليمان ؛ اختار من الخيل أجودها وأفضلها نوعاً وأحسنها قوة وجمالاً.

وجاد بالشيء جودة أي صار جيداً، وأجادت الشيء فجاد، والتجويد مثله، وأجودت كما قالوا طال وأطوال ويقال هذا الشيء جيد بين الجُودَة والجَوْدَة.

وقد جاد جودة وأجاد: أتى بالجيد من القول والفعل ويقال: أجاد فلان في عمله ويجود جودة وفي الصحاح في جمعه جياذ بالهمز على غير قياس (4).

الكرماني: الجُودُ: إعطاء ما ينبغي لمن ينبغي (5).

ثانياً: التعريف الاصطلاحي للجودة

يعتبر مصطلح الجودة مصطلحاً موجود في الدين الإسلامي، كما أنه يستعمل بكثرة في علمي الاقتصاد والقانون؛ لذا سنحاول إظهار مدلول هذا المصطلح من فقه إلى آخر.

(1) - محمد بن مكرم بن علي ابن منظور، لسان العرب، ج9، دار صادر، ط3، بيروت، لبنان، 1414هـ، مج1، باب الجيم، ص720.

(2) - سورة ص الآية 31.

(3) - إسماعيل بن عمر بن كثير القرشي، تفسير القرآن العظيم، تحقيق: سامي بن محمد سلامة ، مج7، سورة ص، دار الطيبة، د.ب.ن، 700-774هـ، ص64-65.

(4) - ابن منظور أبو الفضل الإفريقي المصري، لسان العرب، المرجع السابق، ص720.

(5) - محمد مرتضى الحسيني الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، باب الدال، ج7، مطبعة حكومة الكويت، ط2، 1994، ص527-533.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

أ- الجودة في الفقه الإسلامي:

كان للدين الإسلامي نصيبٌ وفرٌّ في التأكيد على جودة المنتج وإتقان العمال وإحراق الحقوق، حيث نجد هذا التأكيد في آيات القرآن الكريمة والأحاديث النبوية الشريفة (1)، فقد حث الإسلام على إتقان العمل وضرورة تحقيق الجودة فيه، وأن يكون خاليًا من العيوب، كما حث على السعي إلى التحسين الدائم. ونستدل على ذلك بما رواه أبو يعلى عن عائشة عن أن النبي ﷺ قال: «إِنَّ اللَّهَ يَحِبُّ إِذَا عَمَلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتْقَنَهُ» (2).

والإتقان هو تجويد العمل بطريقة تصل إلى حد المطابقة للمواصفات التي ترقى بمستوى العمل بطريقة مبدعة، والجودة تطلق على كل من كلف بعمل فأجاده بينما الإتقان فيطلق على من أتقن عمله دون أن يكلف به فهو إحسان ودليل ذلك أن الله سبحانه وتعالى أسند الفعل أتقن إليه دون سواه في قوله تعالى: ﴿وَتَرَى الْجِبَالَ تَحْسَبُهَا جَامِدَةً وَهِيَ تَمُرُّ مَرَّ السَّحَابِ صُغَعَ اللَّهُ الَّذِي اتَّقَنَ كُلَّ شَيْءٍ إِنَّهُ خَبِيرٌ بِمَا تَفْعَلُونَ﴾ (3)؛ وذلك دلالة على تفرد الله جلا وعلا بالإتقان.

إن المنهج الإسلامي قائم على الجودة؛ فهي مظهر من مظاهر الإبداع الكوني ووظيفية تكليفية، ومسؤولية شرعية وليس خيارا بشريا؛ لذا أمر النبي ﷺ العامل وحثه على أن يُجَوِّدَ عمله حتى يتقنه، فدل أمر النبي ﷺ على اعتبار الجودة والإتقان من شكر الله عزوجل على إحسانه في خلقنا.

ويعد مفهوم الجودة موجودًا في كل تعاليم الإسلام بمضامينه، وهو مطلب لإرضاء الله تعالى والآخرين، وهو مفهوم أصيل في الحضارة الإسلامية منبثق من منظومة القيم

(1)- مهدي السامرائي، إدارة الجودة الشاملة في القطاعين الإنتاجي والخدمي، دار جرير، ط 1، الأردن، 2007، ص40.

(2)- أحمد بن علي بن المثنى بن يحيى بن عيسى بن هلال التميمي، مسند أبي يعلى، تح: حسين سليم أسد، دار المأمون للتراث، ط01، دمشق، سوريا، 1404 هـ - 1984م، ج7، ص349، حديث رقم 4386. قال المحقق: إسناده لئن، وأنظر أيضا: أحمد بن الحسين بن علي بن موسى الخُسْرُوْجَرْدِي البيهقي، شعب الإيمان، تح: الدكتور عبد العلي عبد الحميد حامد، مكتبة الرشد للنشر والتوزيع - الرياض، الدار السلفية - بومباي، الهند، ط01، 1423 هـ - 2003 م، ج7، ص233، حديث رقم 4930، بإسناد صحيح وفق ما ذكره محقق الكتاب.

(3)- سورة النمل، من الآية 88.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

الإسلامية المتميزة التي يمثل الإتقان والدقة والتسديد والإحسان فيها مكانة عالية ، فقال تعالى: ﴿الَّذِي أَحْسَنَ كُلَّ شَيْءٍ خَلَقَهُ وَبَدَأَ خَلْقَ الْإِنْسَانِ مِنْ طِينٍ﴾ (٧) ﴿١﴾.

ويعتبر تحري الجودة وتحقيقها عبادة، والعبادة يلزمها إخلاص القلب والإتمام والوفاء إذ تعتبر تسوية الصفوف في الصلاة من علامات الجودة في أدائها(2).

إذن فالعمل في الإسلام عبادة ويسند للرقابة الذاتية التي هي أصل من أصول التربية الإسلامية الصحيحة، التي تستوجب على المؤمن المسؤولية في إجادة العمل وسلامته من العيوب أي جودته. وجرت العادة على أن الشيء الجيد يجلب الرزق، وهو موطن اتقاق والرداءة موطن للنفرة والفقر وجلب النزاع(3).

ب- الجودة في الفقه الاقتصادي:

عرفها قاموس أكسفورد الأمريكي: «الجودة هي درجة التمييز والتفوق»(4).

تُعرَّف الجودة في الاقتصاد من زاويتين: الزاوية الإنتاجية، وهي مجموعة من الخصائص والمواصفات الفنية التي لا بد من توفرها في المنتج أثناء إنتاجه؛ والزاوية التسويقية، وهي القدرة على إشباع متطلبات وحاجات المستهلكين(5).

وعليه الجودة هي: مجموع الخصائص والصفات للسلعة أو الخدمة التي تؤدي إلى قدرتها على تحقيق رغبات معلننة ومفترضة.

ويعرفها الفقيه ديمينج DEMING على أنها: "الجودة والمستهلك" وهو تعريف غامض إذ مصطلح الجودة بالجودة وأضاف إليه المستهلك الذي يحتاج إلى تعريف في حد ذاته،

(1)- سورة السجدة، من الآية 07.

(2)- عامر سليمان أبو شريعة، الجودة في مؤسسات التعليم في الإسلام، كلية القيادة والإدارة، جامعة العلوم الإسلامية الماليزية، ماليزيا، ب.س.ن، ص 09.

(3)- آية إسماعيل، المرجع السابق، ص 18، 19.

(4)- محمد عبد العال النعيمي وآخرون، إدارة الجودة المعاصرة، دار البازوري، الأردن، 2009، ص 31.

(5)- علي سلمي، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للايزو 9000، دار الغريب، القاهرة، مصر، 2005، ص 18.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

غير أن المقصود من تعريف الفقيه أنه للحصول على جودة عالية لابد من تحقيق رغبات المستهلك وهو المقصود من ربطه للمصطلحين⁽¹⁾.

وهناك من عرفها بأنها مقدرة المنتج على الوفاء بمتطلبات وظيفته، ومطابقته للمواصفات الموضوعية أثناء التصميم، أي درجة استيفاء المتطلبات التي يتوقعها المستهلك من المنتج أو المتفق عليها⁽²⁾.

فإذا كانت الجودة من الناحية الاقتصادية هي كل المواصفات المتوقعة في المنتج واستخدامه، وتتضمن السعر والأمان، التوفير، الموثوقية، والاعتمادية ، وقابلية الاستعمال⁽³⁾، فإنها من الناحية القانونية لا تختلف كثيرا، وإن كان يصعب إيجاد تعريف قانوني خاص بجودة المنتج؛ كونها تعتمد على توفر خصائص وعوامل متعددة، وهو ما سنحاول توضيحه فيما يلي.

ج- الجودة من الناحية القانونية:

ترجع صعوبة إيجاد تعريف خاص بالجودة إلى تباين أنواعها وطرق استخدامها، والأغراض التي تستعمل من أجلها؛ فمنها ما هو مادي يمكن تحديده وقياسه، ومنها ما هو معنوي يعتمد على تقييمه من طرف المستهلك.

والجودة تمثل الوسيلة القانونية للحصول على النتيجة التي تعاقدها من أجلها المشتري فإن كان الشيء محل البيع يضمن له الحياة المباشرة؛ فهي الضامن للنتيجة المتوقعة؛ إذ تعد النوعية دافعا لاختيار المنتجات، وهي لا تكتمل إلا إذا اجتمعت فيها العناصر التي تكونها من مواصفات قياسية متفق عليها دوليا⁽⁴⁾.

وعرفها البعض الآخر من وجهة نظر المستهلك بأنها: مدى الانطباع والإشباع الذي

(1)- أنيسة زمالي، تفعيل الموارد البشرية في ظل إدارة الجودة الشاملة (بالمكتبة المركزية)، تخصص علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي تبسي، تبسة، الجزائر، 2016، ص88.

(2)- _____، قاموس الجودة والاعتماد، مركز ضمان الجودة جامعة الإسكندرية، مصر، د.س.ن، ص02.

(3)- نزار عبد المجيد البروراي، لحسن عبد الله باشوية، مدخل للتمييز والريادة، مفاهيم وأسس وتطبيقات، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2011، ص28.

(4)- محمود السلامة، جودة المنتج، دار الكتاب، القاهرة، مصر، 1967، ص35.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

يتركه أثر شراء واستخدام السلعة لديه من حيث فاعلية الاستخدام والشكل ومستوى الأداء وتكلفة الشراء والاستخدام دون أضرار صحية؛ حيث تقدر جودة المنتجات بإشباع الحاجة، وهي منبع الشعور بالضمان والأمان، والطريقة للحصول على أهداف الشراء، كما أنها تحدد مدى ملاءمة المنتج لتأدية الوظيفة المطلوبة من المستهلك، ويكون المنتج مطابقا لكل ما هو منتظر ومتكيف أثناء استعماله من طرف المستهلك، فيجب أن تكون الأشياء المعروضة للبيع والمنتظرة من طرف المستهلك غير مضرّة به⁽¹⁾.

فالجودة هي مجموع الخصائص التي تميّز منتوجا معينا عن منتوجات من نفس الجنس⁽²⁾.

كما عرفت الجمعية الفرنسية للتقييس AFNOR الجودة بأنها: مجموعة من الخصائص المتعلقة بالمنتج أو الخدمة التي تعطيها طبيعة إقناع الحاجات⁽³⁾.

وعليه فمن الطبيعي أن المستهلك لشتى السلع والمنتجات يحاول الحصول في مقابل ما يدفعه من ثمن على شيء أكبر قيمة وأجود نوع، وأحسن صنف، وينال أفضل أداء أي يتحصل على المنتج الذي ينتظره من دون عيب مع توفره على جملة العناصر المطلوبة، منها: حالته التنقية، والمعطيات المقدمة، من المنتج. وباختصار يحاول الحصول على منتج ذا جودة ونوعية⁽⁴⁾.

أما من الناحية التشريعية، فإن أول قانون جزائري يخص حماية المستهلك هو القانون رقم 89-02 الصادر في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك⁽⁵⁾ وهو لم يعرف الجودة، باستثناء ما جاء في نص المادة 03 منه التي تحدد الشروط

(1)- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص88.

(2)- بنقة حفيظة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مذكرة ماستر، تخصص عقود ومسؤولية، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق وعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج، البويرة، الجزائر، 2013/2012، ص86.

(3)- مركب حفيظة، الحماية التشريعية للمستهلك في جودة المنتج وخدمة، مذكرة ماجيستر، تخصص قانون، معهد العلوم الإدارية والقانونية، جامعة الجزائر، 2001/2000، ص21.

(4)- محي الدين عباس الأزهرى، بحوث التسويق بين المنهج العلمي والتطبيقي، دار الفكر العربي، مصر، 1978، ص211.

(5)- ج.ر عدد 6، مؤرخة في 08 فبراير 1989.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

اللازمة التي يجب أن تتوفر في البضاعة التي تعرض للاستهلاك، والمتمثلة في المقاييس المتعددة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تميزها لتستجيب لرغبات المستهلك، كما أن النصوص الخاصة بالاستهلاك لم تعرف النوعية وإنما عرفت المنتج (الذي سنتطرق إليه لاحقاً) والمطابقة التي نصت عليها المادة 03 من القانون رقم 09-03 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، غير أنه يمكن استنتاج تعريف الجودة من خلال عنصري: منتج سليم ونزيه وقابل للتسويق، ومنتج مضمون؛ بمعنى ذا جودة.

الفرع الثاني: تعريف المنتجات

المنتج هو قلب الإستراتيجية التسويقية؛ وذلك لأهميته من الناحية الاقتصادية والقانونية؛ لذا سنتطرق للتعريف الفقهي لهذا المصطلح وكيف انتقل من الفقه الاقتصادي (أولاً) إلى الفقه القانوني وكذا تعريف المشرع له (ثانياً).

أولاً: التعريف الفقهي

لم يكن لفظ منتج أو المنتج مصطلحاً قانونياً - في الجزائر - إلى غاية صدور عدة نصوص، مثل: مرسوم 76-139، يتضمن تنظيم منتجات الصيدلة، مؤرخ في 23 أكتوبر 1976، جريدة عدد 1، مؤرخة في 02 يناير 1977.

مرسوم 80-101 يتضمن إحداث المؤسسة الوطنية لتكرير المنتجات البترولية وتوزيعها، مؤرخ في 06 أبريل 1980، جريدة عدد 15، مؤرخة في 08 أبريل 1980.

والقانون رقم 89-02، بل كان حكراً على العلوم الاقتصادية. وقد عرفه رجال الاقتصاد بأنه: الشيء الذي يتولد عن عملية الإنتاج سواء كان صناعياً أو زراعياً أو فنياً⁽¹⁾ إنتاجية التسويقية.

واعتبر الفقه المنتج مرادفاً للسلع، فتم تعريفه بأنه: عبارة عن أي شيء يمكن عرضه في الأسواق بغرض جذب الانتباه للتملك والاستخدام أو الاستعمال أو الاستهلاك، ويكون قادراً على إشباع الحاجة أو الرغبة، وهو حصيلة أو ثمرة العملية الإنتاجية، بغض النظر

(1) - جليل أمال، تأثير قانون حماية المستهلك على عقد البيع، مذكرة ماجستير، تخصص قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، الجزائر، 2011/2010، ص 82.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

عن مصدرها، زراعيًا كان أو صناعيًا⁽¹⁾.

ويعرفه الفقيه "لاروميه" المنتج بأنه كل منقول، سواء تعلق الأمر بمادة أولوية تم تحويلها صناعيًا أو لم يتم تحويلها، وسواء تعلق الأمر بمنقول اندمج فيه أو لم يندمج⁽²⁾. كما عرفه بعض الفقهاء بأنه خليط من الخصائص الملموسة وغير الملموسة، ومجموعة من المنافع المادية التي تهدف إلى إشباع حاجات ورغبات المستهلك⁽³⁾.

ثانياً: التعريف التشريعي

عرف المشرع المنتج في العديد من النصوص القانونية، لكن اختلف التعريف من نص لآخر، وفي بعض الأحيان يكون متناقضًا كما سنحاول إيضاحه فيما يلي:

لم يعرف المشرع المنتج في أول قانون متعلق بحماية المستهلك القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، وإنما ذكر سواء كان المنتج شيء مادي أو خدمة يجب أن يتوفر على ضمانات في نص المادة 02 منه على أنه: "أي شيء مادي أو خدمة مهما تكن طبيعته، يجب أن يتوفر على ضمانات ضد المخاطر التي من شأنها أن تمس بصحة المستهلك أو أمنه أو تضر بمصالحه المادية"، إذ ذكر ما يجب أن يتصف به المنتج الذي يعرض للاستهلاك طبعًا، كما ذكر في المادة التي تليه ما يجب أن يتوفر في المنتج.

ثم عرفه في نص المادة 02 النقطة 05 من القانون رقم 89-23 المتعلق بالتقييس⁽⁴⁾ على أنه: «أية مادة، تركيبية، جهاز، نظام، إجراء، وظيفية أو طريقة»، وجاء في نص المادة 02 المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش⁽⁵⁾،

(1)- زاهية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، الجزائر، 2009، ص40، 41.

(2)- زاهية سي يوسف، الرجوع نفسه، ص40.

(3)- هشماوي وهيبة، حمودة نجوى، الحماية القانونية للمستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة ماستر، تخصص، قانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، 2013/2012، ص16.

(4)- الصادر في ج.ر عدد 54، مؤرخة في 20 ديسمبر 1989، والهغى بموجب القانون 04-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004.

(5)- الصادر في ج.ر عدد 5، مؤرخة في 31 يناير 1990.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

بأن المنتج هو: «كل شيء مادي منقول يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية» وفي هذا التعريف استثنى المشرع من المنتجات العقار واستثنى كذلك المنقولات التي لا تكون محلا للمعاملات التجارية.

جاء تعريف بعد ذلك في نص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات⁽¹⁾ على أنه: "هو كل ما يقتنيه المستهلك من منتج مادي أو خدمة"، واعتبر المشرع المنتج سلعة بمقتضى المادة الثانية من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات حيث جاء فيها: ((السلعة هي كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خاما كان أو مصنعا)).

وجاء في نص المادة الثانية النقطة 11 من القانون رقم 16-04 المتعلق بالتقييس⁽²⁾، أن المنتج هو: «كل مادة أو مكون أو مركب أو جهاز أو نظام أو إجراء أو وظيفة أو طريقة أو خدمة»، وبذلك عدد أنواع المنتج وهذا النص في الحقيقة توسيع لنص المادة 2 من القانون 89-23.

وفي الأمر 75-58 المتضمن للقانون المدني لم يأت المشرع - قبل 2005 - على ذكر المنتج، بحيث كان يستعمل لفظ الأشياء والأموال، لكن عند تبنيه للمسؤولية الناتجة عن فعل المنتجات المعيبة في سنة 2005 أورده في نص المادة 140 مكرر الفقرة الثانية: ((يعتبر منتوجا كل منقول ولو كان متصلا بعقار، لاسيما المنتج الزراعي والمنتج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية، والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية))، وهو بذلك أورد قائمة بالمواد التي تعد منتوجا علسييل المثال لا الحصر ، متأثرا بالمشرع الفرنسي إذ عرفه⁽³⁾.

من خلال التعاريف السابقة يتضح أن المشرع قد وقع في تذبذب وعدم الدقة في استعمال المصطلح وتردد في تحديد معناه؛ فتارة يستخدم مصطلح المنتج وتارة سلعة، ولكن بمعنى مغاير للمنتج، وفي بعض الأحيان يعتبر الخدمة منتوجا. ولم يتدارك هذا التناقضم يزد شيئا تقريبا عما سبق، سوى مسألة أن التنازل قد يتم مجانا أو بمقابل حتى

(1)- الصادرة فيج.ر عدد 40 مؤرخة في 19 سبتمبر 1990.

(2)- الصادر فيج.ر عدد 37، مؤرخة في 22 يونيو 2016.

(3)- زاهية سي يوسف، المرجع السابق، ص39.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

بعد صدور القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المادة 03 حيث عرف المنتج على أنه: "كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً"⁽¹⁾.

المطلب الثاني: التطور التاريخي لجودة المنتجات

إن الجودة قديمة قدم الصناعة نفسها، وفكرة الاهتمام بالجودة أرجعها العديد من الباحثين إلى أكثر من سبعة آلاف سنة، وتجسدت في الحضارات الإنسانية المتعاقبة، خاصة منها الحضارة الفرعونية واليونانية وغيرها... الخ. إلا أن أصل الاهتمام الفعلي يعود لفترة ما قبل الثورة الصناعية⁽²⁾.

وقد بدأ التركيز على مفهوم جودة المنتجات في اليابان، ثم انتشر بعدها في أمريكا والدول الأوروبية، ثم باقي دول العالم. وإذا نظرنا إلى مفهوم جودة المنتجات نجدها مرت بثلاث مراحل تاريخية أساسية حتى وصلت إلى ما وصلت إليه حالياً، وسنتطرق لكل مرحلة على حدة فيما يلي:

الفرع الأول: مرحلة الفحص والتفتيش (1900-1937 م)

بدأت الجودة بمرحلة التفتيش أو السيطرة على الجودة، وكان الهدف هو اكتشاف الأخطاء والعيوب والسعي إلى تصحيحها ومنع حدوثها⁽³⁾، حيث تميزت المؤسسات الإنتاجية في هذه الفترة بالتركيز على التحديد الواضح لمواصفات المنتج، بالإضافة إلى تحديد الخطوات اللازمة لصنع المنتج. وكان المستهلك في هذه الفترة يشتري سلعا يتحدد مستوى جودتها وفق خبرة المورد وليس تبعا لمتطلباته⁽⁴⁾.

(1) - هشيماوي وهيبة، المرجع السابق، ص16.

(2) - عمر وصفي عقيلي، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة، دار وائل، ط1، عمان، الأردن، ص20.

(3) - الرشيد أحمد خير الله، جودة وسلامة تصنيع الأغذية، أضواء إدارة الجودة الشاملة والهسب، فهرسة المكتبة الوطنية، ط1، السودان، 2014، ص07.

(4) - جباري فادية، تأثير جودة الخدمة على رضا العميل، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ر العلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2010/2011، ص12.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

ولم تقترن الجودة في هذه الفترة سوى بالمنتج، واقتصرت على الاعتبارات الخاصة بالمؤسسات دون مراعاة لرغبات وحاجات المستهلكين، في مقولة "فورد" الساخرة بخصوص ما إن كانت شركته للسيارات قد راعت عند تصميمها للسيارة فورد نموذج T رغبات عملائها تلخيصاً للمكانة التي كانوا يحتلونها آنذاك: «كل عميل بإمكانه اختيار اللون الذي يريد بشرط أن يكون أسودا». ورغم ذلك فقد تم تسويق 15 مليون وحدة من هذه السيارة⁽¹⁾.

ويفسر ذلك بأن الجودة لم تكن تعني للمستهلكين أكثر من الاقتصاد، وضمان التشغيل، حيث لم تكن مطالبهم تتعدى صلاحية المنتج للاستعمال، والاشتغال لأطول فترة ممكنة.

ويمكن تلخيص خطوات التفتيش في هذه النقاط:

1. القيام بعمليات التفتيش والإحاطة بالمنتج تبعاً لاحتياجات خط الجودة.
2. إعداد نظام يتم بموجبه مطابقة المنتج لإجراءات محددة بالاعتماد على الملاحظة والمراقبة.
3. الاحتفاظ بالمنتج قبل عرضه للبيع حتى تنفذ عمليات التفتيش والاختبار.
4. التعرف على المنتجات المطابقة.

وتتميز هذه المرحلة بجملة من الخصائص هي:

- ✓ مفهوم الجودة يعني مطابقة المنتج للمواصفات.
- ✓ لم يتم الاهتمام برغبات المستهلك واحتياجاته.
- ✓ تم الاعتماد على التحسين والتطوير في التفتيش⁽²⁾.

مما سبق يلاحظ أن الجودة في البداية كانت عبارة عن عملية فحص للمنتجات، وهذه

(1) - منصف ملوك، أثر شهادة الجودة على أداء المؤسسات الجزائرية، مذكرة ماجستير، فرع التقنيات الكمية في التفسير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2010/2009، ص10.

(2) - بودالي محمد، دور المورد البشري في الرقابة على جودة المنتج، مذكرة ماجستير، فرع إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2011/2010، ص05.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

العملية هي بمثابة مصفاة تقوم باكتشاف وعزل الوحدات غير المطابقة، التي يتم توجيهها فيما بعد نحو الإصلاح، أو بيعها بالحالة التي هي عليها مع تخفيض السعر، أو تصنيفها في خانة المهملات⁽¹⁾.

فلم يكن المنتجون يبالون بنوعية منتجاتهم، بل يتم تسويق أي منتج وإن كان مخالفا للمواصفات، فالطلب كان يفوق العرض ولا يهم كثيرا اتخاذ إجراءات تصحيحية، إلا إذا تقدم الزبون بشكوى وقام بإعادة المنتجات المعيبة للمؤسسة⁽²⁾.

الفرع الثاني: مرحلة مراقبة الجودة (1937-1960م)

ظهرت الرقابة على الجودة مع ظهور أسلوب الإنتاج الكبير عام 1937م الذي صاحبه آنذاك مفهوم التتميط، وتوحيد الإنتاج كوسيلة تصنيع السلعة ؛ لأنّ المنتج ذو مواصفات قياسية نمطية موحدة، وهذه النمطية مكنت من استخدام أدوات وأساليب الرقابة ومن خلالها استطاعت اليابان أن تغزو أسواق العالم⁽³⁾.

وتشمل هذه المرحلة جميع عمليات الإنتاج المختلفة ومقارنتها بالمواصفات المطلوبة بالمواصفات المطلوبة باستعمال أجهزة قياس. ويعتمد هذا النظام على الأساليب الإحصائية لأداء أنشطة مراقبة الجودة، وقد اتسمت هذه المرحلة بالآتي⁽⁴⁾:

- استخدام أساليب إحصائية في أنشطة مراقبة الجودة.
- فحص وإجراء التعديلات على التصميم.
- مراجعة مواصفات المواد الأولية أو المداخلات العملية الإنتاجية بما يساهم في تحسين الجودة.

سعت المؤسسات الإنتاجية في هذه الفترة إلى التقليل من نسبة المعيوبية، مستخدمة

(1)- منصف ملوك، المرجع السابق، ص10.

(2)- غسان طيارة وآخرون، الجودة ودورها في التنمية الاقتصادية، منشور على موقع: <http://www.Dld.net/mangent/ariticle/tqm.ht>، 2018/08/31.

(3)- عطا الله علي الزبون، خالد حمدان، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوي، عمان، الأردن، 2015، ص22، 23.

(4)- محمد بودالي، المرجع السابق، ص05.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

بالإضافة إلى المرحلة الأولى (الفحص)، تطبيق الأساليب الإحصائية في ضبط الجودة لأداء أنشطتها والتحقق من مطابقة المنتج لمقاييسها، حيث بدأ استخدامها مع بداية القرن العشرين⁽¹⁾.

كما تم تعميم عمليات الفحص والمراقبة على كامل مراحل الإنتاج لأسباب اقتصادية؛ فبدلاً من ترك المنتج المعيب، الذي طرأ عليه خلل في مرحلة من مراحل الإنتاج، والانتظار حتى يتم عزله؛ فإنه من الأنسب القيام بهذا العمل مباشرة عند الانتهاء من المرحلة التي طرأ عليها الخلل، خلافاً لمرحلة الفحص التي تقوم على التفتيش الكلي، فإن المراقبة تعتمد استخدام الأساليب الإحصائية، والتي تتمثل في استخدام عينات القبول للحكم على جودة المنتج النهائي، وتقوم هذه الطريقة على أخذ عينة من الطليبة واختبارها وإسقاط نتائجها على المجتمع ككل، فإذا كانت نسبة الوحدات المعيبة أقل من نسبة الوحدات المسموح بها فالمنتج يعتبر سليماً وبالتالي يمكن القبول به، أما إذا كانت النسبة أكبر في العينة فيتم رفض المنتج⁽²⁾.

رغم هذا التطور في مفهوم الجودة من الفحص إلى المراقبة الإحصائية، فإنه مازال يُنظر إليها على أنها مجرد تدابير، وأنها حكراً على المهندسين، ولا مكانة لاختلاف أذواق المستهلكين وتتنوع آرائهم في تحديدها⁽³⁾.

كذلك، على الرغم من أن مراقبة الجودة أكثر تقدماً من الفحص، إلا أنه غير كافٍ لتحقيق التحسين المستمر⁽⁴⁾.

(1) - محمد زواغي، تحليل العلاقة بين جودة المنتج وسعره وأثرها على القرارات الشرائية للمستهلك، مذكرة ماجستير، فرع إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2010، ص 65.

(2) - منصف ملوك، المرجع السابق، ص 11.

(3) - فادية جباري، المرجع السابق، ص 13-14.

(4) - زواغي محمد، المرجع السابق، ص 65.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

الفرع الثالث: مرحلة الضمان والجودة الشاملة (من 1960 إلى يومنا هذا)

تجاوزت الجودة في هذه المرحلة المراحل السابقة، وذلك من أجل تحسين جودة المنتج، وفي نفس الوقت جودة الأسلوب الإنتاجي، فضلا عن العيوب والأخطاء التي يتم اكتشافها في المراحل الأولى للإنتاج أين تكون تكلفتها أقل، أي تأكيد الجودة وتأمين السير الحسن لنشاطات المؤسسة الإنتاجية، والهدف منه تقليص عدم مطابقة المنتجات⁽¹⁾.

وقد تميزت هذه المرحلة بتصريف المنتجات التي تم تصنيعها، والاهتمام بالمنتج في مرحلة التصميم والعمليات الإنتاجية كلها، وتسخير جميع المجهودات الإدارية والفنية لتجنب الوقوع في المشكلات. وفي هذا الاتجاه عرفت الجمعية الفرنسية AFNOR هذا المفهوم كالاتي: «ضمان الجودة هي تطبيق مجموعة من الإجراءات المعدة مسبقا للمنظمة بهدف إعطاء الثقة في الحصول على الجودة المطلوبة»⁽²⁾.

تم الانتقال من مرحلة ضمان الجودة إلى الجودة الشاملة كمنظرة جديدة للإدارة؛ فبعد انتشار المنتجات اليابانية في الأسواق العالمية بفضل جودتها العالية وأسعارها التنافسية وعولمة المبادلات، ازدادت الضغوط التنافسية، وأصبح من الضروري للمؤسسات التركيز على جودة المنتجات لتعزيز قدرتها التنافسية، وبالتالي أصبح المستهلك مركز اهتمام المؤسسات الإنتاجية، التي أصبحت تعمل من أجل تلبية حاجاته، وجمع المعلومات اللازمة عن خصائص ورغبات وتطلعات المستهلكين، خاصة مع تطور وسائل الاتصال وظهور جمعيات المستهلكين، مما جعلهم أكثر تطلبا. فلم يعد السعر هو العامل الأساسي لاختيارات المستهلك وتفضيلاته، بل ظهرت جوانب أخرى جلبت اهتمامه، مثل: الدقة في جودة السلع والخدمات، وابتكار أنواع جديدة للحصول على منتجات آمنة وغير مضرّة للبيئة⁽³⁾.

ويطلق على هذه المرحلة "جودة العملية الإنتاجية"، حيث تم فيها تأسيس قسم الجودة في المؤسسة الذي يعمل على مراقبة جودة المنتج أثناء مراحل إنتاجه، أي يقوم بضبط

(1)-فادية جباري، مرجع سابق، ص14.

(2)-فادية جباري، المرجع السابق، ص14.

(3)- جباري فادية، المرجع نفسه، ص15.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

العمليات الإنتاجية، ولكن عملية الضبط فقط لا تساعد في تحقيق الجودة لما تنتجه المؤسسة كما ينبغي، خاصة في ظل تطورات السوق التنافسية لذا كان لا بد أن تشمل الجودة كل وظائف المؤسسة ومجالات نشاطها، ثم أصبحت الجودة تتعلق بجميع العمليات الداخلية، ومسؤولية كل فرد بالمؤسسة للوصول إلى جودة عالية في جميع نشاطات ووظائف المؤسسة، ومواردها ومهامها من خلال مجموعة من الجهود التنسيقية يطلق عليها "إدارة الجودة الشاملة"⁽¹⁾.

ومن أهم خصائص هذه المرحلة:

1. إعطاء الجودة اهتماما خاصا من الإدارة العليا، وإدراجها ضمن التخطيط الاستراتيجي للمنظمة.

2. إيجاد العلاقة بين الجودة وتحقيق الأرباح، واستخدامها لتحقيق الميزة التنافسية.

3. إعطاء الجودة تعريفا خاصا من وجهة نظر المستهلكين، والاهتمام بالمستهلك واحتياجاته⁽²⁾.

إن المفهوم المعاصر للجودة أضفى مسؤولية الجميع ، ابتداءً من العامل البسيط إلى أعوان التنفيذ وأعوان التحكم والإدارة العليا، إذ تبدأ المسؤولية عند بداية صنع المنتج ، وتستمر حتى تسليمه للمستهلك؛ إذ يتلقى هذا الأخير المنتج بارتياح⁽³⁾.

كانت مرحلة ضمان الجودة أكثر عمقا من مداخل الجودة السابقة تاريخيا؛ ذلك أن الجودة الشاملة مدخل يرتكز على مساهمة جميع العاملين في المؤسسة لتحقيق نجاح طويل الأمد من خلال تحقيق رضا المستهلك⁽⁴⁾، ففي هذه المرحلة انقلبت موازين القوى إلى جهة المستهلك وأصبحت له إمكانية الاختيار بين مجموعة واسعة من المنتجات؛ ما

(1)- عاشور مرزوق، محمد غربي، تسير وضمان جودة المنتجات الصناعية الجزائرية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، ع 02، جامعة شلف، الجزائر، ب.س.ن، ص 240.

(2)- حليلة عيادي، المرجع السابق، ص 17، 18.

(3)- عاشور مرزوق، محمد غربي، المرجع السابق، ص 240.

(4)- حليلة عيادي، المرجع السابق، ص 17.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

دفع بالمؤسسات إلى توجيه نشاطها نحو إرضاء المستهلك بدل الاكتفاء بكسب ثقلته (1)، إذ ما الهدف من تصميم وإنتاج سلع لا يريدونها المستهلك؟!!

ونافذة القول أن مفهوم الجودة انتقل نقلة نوعية؛ من اكتشاف الخطأ إلى منعه من الحدوث، ومن الاهتمام بالإنتاج إلى الاهتمام بالمستهلك.

المطلب الثالث: أنواع جودة المنتجات

من خلال تعريف الجودة يتضح أن جودة المنتجات نوعان: جودة تنشأ بهدف التصحيح والوقاية، بحيث تكون مقتصرة على علاج العيوب الموجودة في المنتج، وهي الجودة المحدودة (الفرع الأول)، وجودة شاملة لكل مراحل الإنتاج بهدف الحصول على رضا المستهلكين، وهي الجودة الشاملة (الفرع الثاني)، وسنتطرق لكل نوع بشيء من التفصيل.

الفرع الأول: الجودة المحدودة

وهي الجودة التي تنتج من التصحيح وليس الوقاية، أي مقدار الخسارة التي يمكن تفاديها، والتي قد يسببها المنتج لمستهلكيه بعد تسويقه ويتضمن ذلك الفشل في تلبية توقعات الزبون، والفشل في تلبية خصائص الأداء والتأثيرات الجانبية الناجمة عن المجتمع كالتلوث وغيرها (2).

كما تعني الجودة المحدود تطبيق أحد بنود الجودة على أحد أقسام الإنتاج، وسعي معظم الموردين إلى تحقيقها، إلا أنهم يوجهون جهودهم في معظم الأحيان إلى أنشطة الفحص وعلاج العيوب والفشل أثناء التصنيع فقط، وعلى ذلك فإن التفتيش وحده لا يمكن أن يحقق الجودة في المنتج، ولكن يجب إسقاط الجودة على كل مراحل الإنتاج وحتى بعد تسليم المنتج للعميل للحصول على نتيجة عكسية دقيقة عن جودة المنتج (3).

(1)- ملوك منصف، المرجع السابق، ص14.

(2)- محمد عبد الوهاب العزاوي، إدارة الجودة الشاملة، مدخل استراتيجي تطبيقي، دار إثراء، ط 1، عمان، الأردن، 2010، ص15.

(3)- غسان طيارة وآخرون، المرجع السابق، ص12.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

هذا النوع من الجودة تكون مصاريفه وأعبأؤه جد معتبرة، خاصة عندما يتمكن من إنتاج منتجات بدون عيوب، ويتحدد مستواها وفق خبرة المنتج وليس تبعاً لمتطلبات المستهلك⁽¹⁾، والهدف منها رفع مستوى الكفاءة الإنتاجية داخل المصنع عن طريق التخصص والفحص والنمطية وتبسيط العمل وتقسيمه، وعملية الفصل بين الإنتاج والتفتيش⁽²⁾.

ويمكن القول إنها انقسام وظيفية الجودة بين العامل الذي يقوم بالإنتاج، والتفتيش الذي يقوم بفحص المنتجات، بغرض التقليل من العيوب، وفصل المنتجات التي بها عيوب عن المنتج النهائي؛ لأنه لا يمنع من وقوع الخطأ⁽³⁾.

وتتطلب الجودة المحدودة تفتيش المنتجات بالكامل، وكذا تعيين مفتشين متخصصين للقيام بعملية عزل الإنتاج المقبول عن المعيب⁽⁴⁾، حيث يتم التركيز على اكتشاف الأخطاء وتصحيحها، فعملية الفحص تكتشف الأخطاء والمنتج خارج حدود المواصفات، أو العيب الذي حدث بالفعل ولم تكن قد قامت بمنعه من الأساس⁽⁵⁾.

الفرع الثاني: الجودة الشاملة

وهي النوع الثاني من الجودة وأجود أنواعها، وقد تعددت تعاريفها؛ فمن الفقهاء من عرفها من حيث التصورات، ومنهم من عرفها من حيث الأساليب والظروف؛ وذلك لأنها أصبحت طموح كل المؤسسات الإنتاجية.

فعرّفها البعض على أنها التفوق في الأداء لإسعاد المستهلكين عن طريق عمل

(1)- غسان طيارة وآخرون، المرجع السابق، ص12.

(2)- بوخلوة باديس، أثر تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة على المنتجات النفطية، أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2016، ص07.

(3)- بوخلوة باديس، مرجع نفسه، ص07.

(4)- ماجد محمد صالح، تحليل العلاقة بين أبعاد الجودة وتحقيق المنتج، دراسة استطلاعية لآراء المدراء، كلية الإدارة والاقتصادية، جامعة موصل، العراق، 2007.

(5)- قدور لبراو، دور إدارة الجودة الشاملة في تحسين أداء العاملين في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة ماستر، تخصص اقتصاد عمومي وتسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمدة لخضر بالوادي، الجزائر، 2015/2014، ص05.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

المديرين والموظفين مع بعضهم البعض من أجل تزويد المستهلكين بمنتجات ذات قيمة من خلال تأدية العمل الصحيح وبالشكل الصحيح ومن المرة الأولى وفي كل وقت.

ولتحقيق الجودة الشاملة لابد من⁽¹⁾:

- التفوق والتميز في الأداء التنظيمي.
- العمل على إسعاد وإرضاء المستهلكين.
- عمل الموظفين والمدراء مع بعضهم بروح الفريق.
- تقديم سلعة أو خدمة ذات جودة عالية.
- القيام بالعمل الصحيح وبالطريقة الصحيحة.

ولضمان الجودة لابد من ضبط العمليات والأنشطة جميعا، وهو ما يقصد بالشمولية، ولهذا الضبط الشامل تأثير مباشر على جودة المنتج⁽²⁾.

ومن العوامل الأساسية في تحقيق عملية الجودة الشاملة التزام كل وحدات المنشأة الإنتاجية قمة وقاعدة بتقديم منتجات ذات جودة، حيث يزداد النجاح في إنتاجها عندما تكون هناك رغبة كبيرة لتحقيق الجودة، وتقل عندما لا يظهر المنتج عزمه والتزامه بمبادئها⁽³⁾.

تعد الجودة الشاملة من الفلسفات الإدارية المعاصرة، والتي ظهرت نتيجة للمنافسة العالمية الشديدة بين مؤسسات الإنتاج الأمريكية والأوروبية واليابانية للحصول على رضا المستهلكين بالمنتجات الصناعية، وانتقل التنافس من المجال الصناعي إلى مجال التكنولوجيا ثم الخدماتي. وتستمد الجودة الشاملة طاقة حركتها من المعلومات ومن توظيف مواهب العاملين، واستثمار قدراتهم الفكرية على النحو الداعي لتحقيق التحسن المستمر للمؤسسة، وتحقيق النوعية فيها⁽⁴⁾.

(1) - مأمون سليمان الدرادكة، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، دار صفاء، ط1، الأردن، 2008، ص18-19.
(2) - محمد عيشوني، مفاهيم أساسية عن الضبط الشامل للجودة وإدارة الجودة، د.د.ن، د.ب.ن، 2005، ص5، تم نشره في موقع: <http://aichouni.Tripod.com>، 2018/08/16.
(3) - خضر مصباح الطيطي، المرجع السابق، ص46.
(4) - نزار عبد المجيد، لحسن عبد الله باشيوة، المرجع السابق، ص25.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

إذن الجودة الشاملة هي العمل على تحقيق أعلى جودة ممكنة، ونجاحها يتوقف على درجة قناعة أفراد المؤسسة؛ إذ تقع في صلب كل جزء من أجزاء العملية الإنتاجية، وتعتبر جزءاً رئيسياً من إستراتيجيتها، سعياً وراء حصولها على حصة أكبر في السوق، ويكون ذلك من خلال السعي بصورة مستمرة لتحقيق رضا المستهلك؛ من خلال دمج الأدوات والتقنيات، والتدريب الذي يؤدي إلى إنتاج منتجات تتميز بالموصفات القياسية ذات النوعية الجديّة والسعر الذي يتلاءم مع قدرات للمستهلك الشرائية، فهي ليست هدفاً محدداً تحققه المؤسسة ومن ثم تحفل به ثم تفقده، بل هدفاً متغيراً، وهو الاستمرار في عملية تحسين الجودة⁽¹⁾.

(1) - خضر مصباح الطيطي، المرجع السابق، ص46.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

المبحث الثاني: أبعاد جودة المنتجات وأهميتها

باعتبار أن الجودة هي القدرة على قيام المنتج بإشباع طلبات وتوقعات المستهلك، فإن قيامها يتحدد بعدد من الأبعاد إن توفرت في المنتج اعتبر ذا جودة عالية تؤدي إلى رضا هذا الأخير، وقد حددت بثلاث أبعاد جودة التصميم والإنتاج وأخيرا الأداء (**المطلب الأول**) وهذه الأخيرة تعتبر من الآليات الهامة لضمان الحماية للمستهلك خاصة بعد هيمنة اقتصاد السوق واشتداد المنافسة وتزايد الغش والخداع التسويقي الذي يتعرض له المستهلك؛ مما دفع المؤسسات الإنتاجية إلى السعي نحو تجويد منتجاتها وهذا ما يعكس أهمية الجودة لدى كل من المستهلك والمنتج، وهو ما سنتناوله في **المطلب الثاني**.

المطلب الأول: أبعاد جودة المنتجات

يعتمد تحقيق أي مؤسسة إنتاجية لمستوى متميز من الجودة في منتجاتها على مدى دقة ومناسبة الإستراتيجية التي ترسمها، بحيث توجه سياستها الإنتاجية بالاتجاه الذي يخدم هذه الإستراتيجية التنافسية، والتي يتم التركيز عليها للمدى البعيد، والمتمثلة في تحقيق الجودة والعمل على تحسينها وجعلها محورا رئيسيا في خططها⁽¹⁾.

وتتجسد أبعاد الجودة بالنسبة للمستهلك في مدى ملاءمة المنتج للاستعمال، ويعمله وفق رغباته. وبشكل عام هناك ثلاثة أبعاد أساسية لجودة المنتجات تتعلق برضا المستهلكين، وسنتطرق لكل بعد على حدة في هذا المطلب.

الفرع الأول: جودة التصميم

يشير هذا البعد إلى المواصفات والخصائص المتوقع أن تكون عليها بعد الإنتاج، أي المقدرة على تحقيق رغبات المستهلك منذ بداية العمل على المنتج⁽²⁾. فيجب على كل مؤسسة أن تقوم بصياغة المنتج وتصميمه وفق مواصفات معينة، وعلى أساس طلبات

(1)- مأمون سليمان الدرادكة، المرجع السابق، ص67.

(2)- حميد عبد النبي الطائي وآخرون، إدارة الجودة الشاملة TQM الأيزو ISO، مؤسسة الوراق، ط1، الأردن، 2003، ص29.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

زبائنهم واهتماماتهم، أي تنشئ المواصفات بما يلتقي مع حاجات المستهلكين ورغباتهم⁽¹⁾، وبالتالي فهي جملة من الخصائص الملموسة في تصميم المنتج.

وقد تأخذ الجودة المرتفعة في التصميم⁽²⁾ شكل استخدام مادة خام أفضل، ودقة أكبر، ومظهر أفضل للمنتج، وغالبا ما يظهر ذلك بالنسبة للسلع في شكل مواصفات هندسية أكثر دقة⁽³⁾.

إن المنتج ذا النوعية والجودة العالية يتأسس من المرحلة الأولى لتصميمه، ويتحدد مدى فاعلية التصميم من خلال اجتذاب المنتج للزبائن، وهذا يتطلب أيضا - في نفس الوقت - أن يكون التصميم بكلفة مناسبة وسعر تنافسي، فضلا عن ضرورة التكامل بين تصميم المنتج وعملية إنتاجه باعتبارهما عمليتان مترادفتان، وهذا يؤدي إلى الحصول على ارتفاع في مستوى الجودة والاقتصاد في وقت الإنتاج، إذ هناك من يرى بأنها نية المصمم في احتواء خصائص محددة في المنتج، تمثل الخطوات التي تحدد مستوى الجودة⁽⁴⁾.

وتعني - جودة التصميم - أيضا إمكانية تحقق التصميم الذي يرغب به الزبون وتنفيذه، وهي تمثل تحديًا؛ لأنها تتطلب الاستخدام الصحيح والمتطور لتكنولوجيا الإنتاج، بحيث يتطابق المنتج مع التصميم، الذي بدوره يتطابق مع المواصفات⁽⁵⁾.

ومن ثم فجودة التصميم هي الجودة وفق التصميم الذي يعجب المستهلك، وذلك بمقدار الرتبة التي يمكن أن تتألف السلعة من خلال رضا المستهلكين عامة، وذلك إذا كان التصميم داخلاً في مكونات المنتج، أو كان لتصميم الشكل العام تأثير على

(1) - يوسف حجيم الطائي، نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية، دار اليازوري، الأردن، 2009، ص 71-72.

(2) - التصميم: هو جميع القرارات التي تتعلق بتحديد خصائص السلعة. أنظر: يوسف حجيم الطائي وآخرون، المرجع نفسه، ص 42، 43.

(3) - حميد عبد النبي الطائي وآخرون، المرجع السابق، ص 41.

(4) - يوسف حجيم الطائي وآخرون، المرجع السابق، ص 42، 43.

(5) - يوسف حجيم الطائي وآخرون، المرجع السابق، ص 72.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

المستهلك في الشراء⁽¹⁾.

الفرع الثاني: جودة الإنتاج

هي تلك الجودة المرتبطة بظروف الإنتاج الفعلية، من خلال مطابقة السلع المنتجة مع المواصفات الموضوعية ضمن التصميم، مع القدرات التكنولوجية المتاحة لدى المؤسسة⁽²⁾.

ويطلق على جودة الإنتاج أحيانا " **جودة المطابقة** " أي تطابق جدّة التصميم مع ظروف وعمليات الإنتاج في المؤسسة الإنتاجية، وهذا التطابق تكون له نتائج إيجابية على الجودة الكلية⁽³⁾، إذ يجب أن يتطابق المنتج مع مواصفات التصميم، وخلوه من العيوب والأعطال، أي الجودة التي يجب أن تحققها أثناء العملية الإنتاجية⁽⁴⁾. وعليه فالتأكد من وجود التطابق في المدى المطلوب التصميم عنصر أساسي في جودة المنتج⁽⁵⁾.

وعليه تتوقف جودة الإنتاج على اختيار التصميم، فالتطابق الجيد بين القدرات الإنتاجية ومجموع المواصفات الموضوعية للمنتج، قد يؤدي إلى جودة ممتازة، على الرغم من أن المواصفات الموضوعية قد تكون على مستوى متوسطة⁽⁶⁾.

الفرع الثالث: جودة الأداء

جودة الأداء هي ما اصطلح على تسميتها بدرجة الاعتمادية أو الجدارة، ويقصد بالاعتمادية قدرة المنتج على الأداء المرضي تحت ظروف التشغيل العادية ولمدة معينة. وكذلك درجة سهولة عملية الصيانة والإصلاح للسلعة عند الحاجة، ويمكن رفع جودة

(1) - الرشيد أحمد سالم خير الله، المرجع السابق، ص 09.

(2) - علاء فرج الطاهر، إدارة المواد والجودة الشاملة، دار الراية، الأردن، ط1، 2009، ص 140.

(3) - محمد الصريفي، الجودة الشاملة TQM، مؤسسة حورس، ط1، مصر، 2006، ص 18.

(4) - سمير محمد عبد العزيز، جودة المنتج بين إدارة الجودة الشاملة والايزو 10011، 9000، مطبعة الإشعاع، ط 1، مصر، 1999، ص 09، 10.

(5) - الرشيد سالم خير الله، المرجع السابق، ص 09.

(6) - حميد عبد النبي الطائي وآخرون، المرجع السابق، ص 42.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

الأداء عن طريق بعض السياسات مثل سياسة ضمان السلعة فيما يتعلق بالأجزاء المصنعة خلال فترة زمنية، وتقديم إرشادات عن طريقة الاستعمال⁽¹⁾.

وتعني جودة الأداء، قدرة المنتج على تحقيق الغرض الذي صنع من أجله في ظل ظروف عمل معينة وخلال مدة زمنية محددة، وتوجيه الزبون إلى كيفية استخدامه بالشكل المناسب، بحيث يلتقي بشكل آمن مع حاجات المستهلك، وقدرته على تحقيق الفائدة المتوقعة⁽²⁾. حيث يهتم الأفراد بمستوى أداء المنتج من خلال فترة استعماله، والعمر المتوقع له، وتكلفة الصيانة وإمكانات الإصلاح، أي مدى التطابق بين المواصفات المعلنة والمواصفات الحقيقية للمنتج. ويمكن قياس ذلك بنسبة فشل المنتج في مواجهة المعايير المحددة، بمعنى الكيفية التي يتم بها أداء الوظيفة ومعالمها⁽³⁾.

وجاء عند البعض بأن المقصود من هذا البعد هو الأداء المتوقع عند الاستعمال، أو ما يعبر عنه بالاعتمادية وإمكانية الصيانة⁽⁴⁾، أي الجودة وفق رغبات المستهلك وحسب الذوق، وذلك بمقدار ما تحققه سلعة معينة من رغبات مجموعة من المستهلكين؛ لذلك يختلف الحكم على جودة سلعة معينة من سوق لآخر تبعاً لاختلاف الأذواق والعادات الاستهلاكية من منطقة لأخرى؛ ولذا فالمطلوب هو إجراء التجارب الحسية للتأكد من مطابقة الجودة لذوق السوق⁽⁵⁾.

وانطلاقاً مما سبق يتضح أنّ الأبعاد في مجمل احتياجات المستهلك ورغباته متكاملة ومتداخلة فيما بينها؛ فجودة الأداء والتصميم تعتبر هدفاً تسعى المؤسسات إلى تحقيقه أثناء العملية الإنتاجية، إلا أنه قد يصعب من الناحية العملية تحقيق كلٍ منها بشكل كامل، فهناك البعد الآخر من الجودة الناتج عن ظروف الإنتاج الفعلية، والذي يعرف بجودة الإنتاج أو جودة المطابقة للمواصفات حيث يتوقف على أي حد تم اختيار التصميم بحيث يتلاءم مع القدرات التكنولوجية المتاحة في العملية الإنتاجية لدى المنشأة، فالتطابق

(1) - حميد عبد النبي وآخرون، المرجع السابق، ص 41- 42.

(2) - يوسف حجيم الطائي، ص 72.

(3) - محمد عبد الواهب العزاوي، المرجع السابق، ص 18.

(4) - سمير محمد عبد العزيز، المرجع السابق، ص 09- 10.

(5) - الرشيد أحمد سالم خير الله، المرجع السابق، ص 09.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

الجيد بين القدرات الإنتاجية ومجموعة المواصفات الموضوعية للمنتج نتيجة جودة التصميم والأداء⁽¹⁾ حتى يؤدي المنتج الوظيفة التي صنع من أجلها بصورة جيدة⁽²⁾. كما أنّ انخفاض جودة التصميم يقود إلى وجب التغيير إما في جودة الإنتاج أو في جودة الأداء أو في كليهما.

المطلب الثاني: أهمية جودة المنتجات

من خلال ما سبق تتضح حقيقة أساسية، وهي أهمية جودة المنتجات باعتبارها الوسيلة الفعالة والمصدر الحقيقي للحصول على رضا المستهلك، خاصة وأنه أصبح من الضروري في الوقت الحالي على المنتجين أن يولوا كافة اهتمامهم بجودة ما يقدمونه منتجات لإرضاء حاجات ورغبات المستهلكين بالمواصفات المطلوبة والمطابقة للتشريعات⁽³⁾.

حيث أصبح مفهوم الجودة أحد الركائز الأساسية لنجاح المؤسسات الإنتاجية نتيجة حدة المنافسة وظهور المفاضلة بين المنتجات⁽⁴⁾، وبالتالي للجودة أهمية بالنسبة للمستهلك (الفرع الأول) وبالنسبة للمنتج (الفرع الثاني).

الفرع الأول: أهمية جودة المنتج بالنسبة للمستهلك

يعتبر مستوى الجودة في السلع المقدمة للمستهلك من الأمور الهامة بالنسبة له، إذ إنّ قرار شرائه يعتمد على توفر الجودة في السلع؛ فقد يرغب في شراء السلع الأجنبية بالرغم من ارتفاع أسعارها لارتفاع مستوى الجودة فيها، ويرفض السلع المحلية لانخفاض مستوى هذه الجودة، فالمستهلك الأمريكي مثلا يفضل العديد من السلع

(1) - حميد عبد النبي وآخرون، المرجع السابق، ص 42.

(2) - محمد زواغي، المرجع السابق، ص 73.

(3) - رحاجلية بلال، بوفاس الشريف، الالتزام بالمواصفات القياسية كإستراتيجية لحماية المستهلك - حالة الجزائر -، الملتقى الوطني حول أثر التحولات الاقتصادية على المنظومة القانونية لحماية المستهلك، جامعة محمد الشريف، سوق أهراس، الجزائر، 08-09 ماي 2013، ص 02.

(4) - بوخلوة باديس، المرجع السابق، ص "ب".

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

اليابانية، وبشكل خاص السيارات والإلكترونيات، على مثيلاتها الأمريكية⁽¹⁾.

وبالتالي فإنَّ إجماع المستهلك عن السوق المحلية وتفضيله للسلع الأجنبية يرجع في معظم الأحيان إلى الاختلاف الواضح في مستوى الجودة بين نوعي السلع.

فالمنتج ذو الجودة العالية سيعود على المستهلك بجملة من المنافع المختلفة جراء استخدام هذا المنتج بما يلبي حاجاته الضمنية أيضا⁽²⁾.

وقد أدت الأخطار التي يتعرض لها المستهلك نتيجة لانخفاض الجودة أو عدم جودة المواصفات الموضوعة إلى ظهور جماعات للدفاع عن المستهلك وحمائته وإرشاده إلى أفضل السلع التي تعتبر أكثر جودة وأمانا⁽³⁾.

كذلك تتمثل أهمية جودة المنتج في حصول المستهلك على ما توقعه من المنتج أو أفضل مما توقعه، أي شعوره بالرضا؛ بحيث يقارن المستهلكين بين الأداء الفعلي للمنتج وبين الأداء المتوقع قبل الاستخدام. فإذا تحققت التوقعات أو تفوق الأداء الفعلي للمنتج عليها كانت النتيجة رضاهم، والعكس صحيح، فكلما كانت الفجوة بين ما يتوقعونه من مميزات وما يحصلون عليه فعلا زاد تأثرهم ووضح سلوكهم بعدم الرضا (صدور حكم بالإيجاب أو السلب)، وكلما كان الحكم بالإيجاب كان ذلك لصالح المستهلك والمنتج على حد سواء⁽⁴⁾.

ورضا المستهلك يعتبر مزية في حد ذاتها لهذا الأخير؛ كونه يعبر عن حالة من الاستقرار النفسي تجاه منتج معين⁽⁵⁾، وهذا الرضا يتجلى في أنه يعكس الشعور الإيجابي له، والنتائج عن إشباع حاجات لم تكن مشبعة من قبل⁽⁶⁾.

(1) - مأمون سليمان الدرادكة، المرجع السابق، ص 61.

(2) - يوسف حجيم الطائي، هاشم فوزي العبادي، دور جودة المنتج في إبهاج الزبون باستخدام نموذج كانو، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، ص 151-150.

(3) - منير نوري، سلوك المستهلك المعاصر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013، ص 314.

(4) - منير نوري، المرجع السابق، ص 315.

(5) - منير نوري، المرجع نفسه، ص 317.

(6) - منير نوري، المرجع نفسه، ص 314.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

الفرع الثاني: أهمية جودة الإنتاج بالنسبة للمنتج

تعتبر الجودة أحد الدوافع الشرائية للمستهلك - إن لم نقل أنها الأهم-؛ كونها تمثل جملة الدوافع الأخرى: من مدى احتياجه للمنتج، وكذا نوع السلعة وسعرها وشكلها، ومواصفاتها، ووقت ومكان الحاجة إليه، وبالتالي تعد الجودة أمراً جوهرياً لبقاء المؤسسة الإنتاجية. ومن ثم تظهر أهمية الجودة بالنسبة للمنتج في جملة من النقاط نذكر منها⁽¹⁾:

1. أن مستوى الجودة يعتبر من أهم عناصر المزيج التسويقي التي تؤثر على حجم المبيعات.

2. أن الجودة هي أحد أبرز الجوانب الأساسية لإعطاء ميزة خاصة للسلعة في ظل وجود المنافسة الشديدة.

3. يترتب على غياب الجودة تحمل المؤسسة لتكاليف باهظة تؤثر سلباً على الأرباح.

ونظراً لفوائد التي تحققها الجودة للمؤسسات الإنتاجية؛ لا بد من أن تحرص هذه المؤسسات على توفير العوامل التالية لتحسين جودة المنتج⁽²⁾:

- ✓ الإنتاج في الوقت المحدد، من خلال الاقتصاد على إنتاج الكمية المطلوبة من العملاء في السوق، وبالتالي حل أي مشكلة تظهر في الإنتاج.
- ✓ العمل على ترميم السلع والمنتجات، بوضع نمط معين لها يكون سهل الاستيعاب والفهم من قبل العاملين على خطوط الإنتاج.
- ✓ استخدام التجهيزات الآلية التلقائية قدر الإمكان مما يساعد في الوصول إلى مستوى عالٍ من الجودة في السلع المنتجة.
- ✓ الصيانة المستمرة الوقائية للألات للحد من التعطل أو التوقف.

فالحصول على رضا المستهلك هو وسيلة ضرورية للوصول إلى هدف أعلى يتمثل في خلق ولاء المستهلك، ثم الحفاظ على ولائه لأطول فترة ممكنة؛ فولاء الزبون يعد

(1)- علاء فرج الطاهر، المرجع السابق، ص141.

(2)- علاء فرج الطاهر، المرجع السابق، ص141.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات

المؤشر الحاسم والداعي الرئيسي لتعزيز مكانة المؤسسة الإنتاجية وثباتها في السوق⁽¹⁾.

فالجودة هي الضمانة الأفضل لكسب الزبائن، وهي الدفاع القوي في مواجهة المؤسسة الإنتاجية المنافسة، والطريقة الوحيدة نحو النمو والربح المستمرين⁽²⁾.

وللجودة أهمية كبيرة من جوانب متعددة نذكر منها:

1 تعتبر مطلب استراتيجي لتعزيز القوة الاقتصادية ويضاف إلى ذلك أن اهتمام المؤسسات الإنتاجية بالجودة وتحسينها سيخفض التكلفة من جهة، نتيجة لخفض العيوب والهدر، ويحسن الإنتاجية لديها من جهة أخرى نتيجة لتحسين العمليات فيها⁽³⁾.

2 للجودة سلاحاً لحيازة مزايا تنافسية⁽⁴⁾ وتطور الصناعة الوطنية لمواكبة الأحداث التغيرات بالأسواق العالمية.

3 ارتفاع مستوى الجودة في المنتجات أو توفره بالمستوى المطلوب، يؤدي إلى تكرار شرائها، كما أنه أحد الجوانب الأساسية لإعطاء ميزة خاصة لسلعة ما في ظل المنافسة الشديدة بين المنتجات المعروضة.

4 تحسين العائد المالي بتحسين مواءمة السلعة للاستخدام، وكذا القضاء على عيب داخل المؤسسة أو عند المستهلك وتقليل للتكاليف.

في مقابل ذلك، يترتب عن غياب الجودة تحمل المؤسسة لتكاليف باهظة، والتي تعرف بتكاليف اللاجودة، مما سيؤثر على أرباحها وموقعها في السوق⁽⁵⁾. وعلى العموم قد تتحمل المؤسسة المنتجة جملة من المخاطر جراء عدم اهتمامها وتحقيقها للجودة، نذكر منها:

✓ زيادة شكاوى الزبائن والمستهلكين بسبب تلبية المؤسسة لحاجياتها.

(1)- منير نوري، المرجع السابق، ص314.

(2)- محمد عيشوني، المرجع السابق ص5.

(3)- خضر مصباح الطيطي، ص45 .

(4)- خالد بن عبد العزيز الفالح، جودة الصناعة... لاقتصاد متكامل ومستدام، الملتقى والمعرض السعودي الدولي الثاني للجودة، مركز الرياض الدولي للمؤتمرات، المملكة العربية السعودية، ماي 2018، ص01، ص02.

(5)- خالد بن عبد العزيز الفالح، مرجع نفسه، ص نفسها.

الفصل الأول: مفهوم جودة المنتوجات

- ✓ تأثر سرعة المؤسسة في السوق.
- ✓ تراجع حجم الطلب على منتجاتها.
- ✓ زيادة التكاليف الناتجة عن حالات عدم مطابقة والانحرافات والإصلاحات والتعويضات الناتجة عنها وتراجع أرباح المؤسسة وحصلتها في السوق⁽¹⁾.

(1) - خالد بن عبد العزيز الفالح، مرجع نفسه، ص نفسها.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

بعد التطرق للمفهوم الجوده من خلال تعريفها والوقوف على خلفيتها التاريخية، وكذا أهميتها المتمثلة في الفائدة التي تعود بها على المستهلك والمنتج معاً، وبناءً على العلاقة التي تجمع بين متدخل محترف، ومستهلك لا يمكنه إدراك خبايا المنتجات خاصة المعقدة في تركيبها.

وبالتالي أصبح المستهلك الحلقة الأضعف والضحية؛ مما كان لازماً على المشرع إلزام المتدخل بجملة من القواعد القانونية هدفها وضع حد لعدم التوازن، وذلك بوضع نظام قانوني خاص بمجال الجودة؛ كون هذه الأخيرة مبنية على اختيار المستهلك ورضاه (كما تطرقنا له سابقاً)، إذ ألقى على عاتق المتدخل جملة من الالتزامات تضمن للمستهلك حصوله على أجود المنتجات (المبحث الأول)، بالإضافة إلى الرقابة كألية لتحقيق الجودة، والعقوبات الموقعة عند إخلال هذا الأخير بالتزاماته (المبحث الثاني)

المبحث الأول: تقييد التدخل بالتزاماته

ألزم المشرع المتدخل بجملة من الالتزامات الملقاة على عاتقه؛ بهدف منح المستهلك منتجات ذات جودة وحسب طلبه؛ بحيث يجب عليه إعلام هذا الأخير حتى يكون على بينة من أمره، كما يجب أن يطابق المنتج المواصفات القانونية والقياسية (المطلب الأول) كما يلتزم بخلو المنتج من العيوب وأن يحتوي على قواعد السلامة (المطلب الثاني).

المطلب الأول: إلزامية الإعلام والمطابقة

يقع على عاتق المتدخل تقديم منتج يحتوي على كافة المعلومات بأي وسيلة محددة قانوناً، وأن يكون مطابقاً للمواصفات المحددة قانوناً وهو ما سنتطرق إليه ببعض الشرح والتوضيح في هذا المطلب.

الفرع الأول: إلزام المتدخل بإعلام المستهلك

التعقيدات الكثيرة في تركيب المنتجات ساعدت على وجود طرف قوي يمتلك القدرة والمعرفة بخبايا وأسرار المنتجات، وفي نفس الوقت أدت إلى وجود طرف ضعيف يسعى

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتوجات

إلى إشباع حاجاته دون الاهتمام بالتفاصيل المتعلقة بهذا المنتج (الإقبال اللامدروس)⁽¹⁾؛ وبالتالي انعدام التوازن بين المستهلك والمتدخل.

وفي هذا الاختلاف في درجة المعرفة إضرار بجمهور المستهلكين في صحتهم وسلامتهم وكذا ذمهم المالية، بالإضافة إلى أن تطور وسائل الإغراء بجودة السلع الموضوعه للاستهلاك لدفعهم إلى اقتناء المنتجات المختلفة؛ ولد الحاجة الحقيقية والمّحة لتدخل المشرع بتوفير جملة من الوسائل حماية لهم من خلال ضمان الشروط التي تكفل حرية اختيارهم ومن أهم وسائل تلك الحماية إلزام المتدخل بالإعلام⁽²⁾، إذ إن تنفيذ الالتزام بالجودة يستدعي إعلام المستهلك حول المنتجات محل الالتزام؛ لذا سنتطرق في هذا الفرع إلى مفهوم هذا الالتزام (أولا) وكيف أنه يعد ضامنة للجودة من خلال إبراز علاماتها (ثانيا)

أولا: مفهوم الالتزام بالإعلام

من أبرز الحقوق التي يتمتع بها المستهلك الحق في الحصول على المعلومات حقيقية غير خادعة ولا مضللة، التي تساعده على شراء واستهلاك سليم لأجود المنتوجات⁽³⁾ ويقابل هذا الحق التزام المتدخل بالإدلاء بالبيانات والتعليمات اللازمة للمستهلك؛ بكيفية استعمال المنتج، وتحذيره من مخاطره باتخاذ جميع الاحتياطات⁽⁴⁾، وهو ما يعرف بالالتزام بالإعلام، وقد تعددت تعريفات هذا الالتزام؛ فمنها ما هو فقهي، ومنها ما هو تشريعي.

(1) - إبراهيم عبد العزيز داود، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية، دار الجديدة، مصر، 2014، ص 09.

(2) - محمد محبوب، مظاهر حماية المستهلك في ضوء التشريع المغربي، مجلة الفقه القانوني، تم نشره في الموقع: www.majalah.new.ma، 2010/11/26، ص 08.

(3) - عدنان إبراهيم سرحان، حق المستهلك في الحصول على الحقائق (المعلومات البنائيات الصحيحة عن السلع والخدمات)، دراسة مقارنة في القانونين الإماراتي و البحريني، مجلة الفكر، العدد الثامن، جامعة الشارقة، ص 12.

(4) - حسين فرحي، المسؤولية المدنية للمنتج، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، ص 12.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

أ - تعريف الالتزام بإعلام فقها:

ويطلق عليه أيضا الالتزام بالتبصير أو الإدلاء بالبيانات⁽¹⁾. ويقصد به إحاطة المستهلك بالمعلومات الكافية عن المنتجات المعروضة للاستهلاك⁽²⁾؛ حتى لا يقع هذا الأخير رهينة الشك وعدم الثقة لجهله؛ كونه يفتقر للقدرات الفنية والقانونية التي تمكنه من الاستعلام⁽³⁾، خاصة وأن المستهلك الأحسن معرفة بالسلع هو الأكثر قدرة على الاختيار بين المعروض منها، الذي سيتجه بالتأكيد نحو الأفضل بينها صنفا وسعرا⁽⁴⁾، أي باختيار الأجود منها.

كما عرفه بعض الفقهاء بأنه: التزام يلقي على عاتق المتدخل تُّجاة المستهلك بسبب خبرته ومعرفته للمنتج، وثقة المستهلك فيه، بأن يلتزم ببيان المعلومات الخاصة بالمنتج والتي بدونها يتعذر الحصول على الفائدة المرجوة، سواء من الناحية المادية أو المعنوية، إذ يكون الإعلام على نحو يكفل الانتفاع بالمنتج على أكمل وجه⁽⁵⁾.

ب - تعريف الالتزام بالإعلام تشريعا:

لم يعرف المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام غير أنه ذكره في نصوص مواد عديدة؛ وذلك لما لهذا الالتزام من أهمية في توفير حماية للمستهلك، ودوره في حصول هذا الأخير على أجود المنتجات، وبالتالي سنحاول إيضاح مسألة تقرير هذا الالتزام بالنصوص القانونية، حيث ألزم المشرع المتدخل بأن يُمكن المستهلك بأي وسيلة ملائمة من معرفة المميزات الأساسية للمنتج، وأن يقدم إليه المعلومات التي من شأنها مساعدته على القيام

(1) - خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دار الفكر العربي، ط2، مصر، 2011، ص304.

(4) - عدنان إبراهيم سرحان، المرجع السابق، ص12.

(3) - مريم خليفي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية، دفا تر السياسية والقانون، عدد 04، جامعة بشار، الجزائر، جانفي 2011، ص210.

(4) - عدنان إبراهيم سرحان، المرجع السابق، ص12.

(5) - سماح سفير، الآليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، تخصص قانون اجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الطاهر مولاي، سعيدة، الجزائر، 2016/2017، ص54، ص55.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

باختيار معقول باعتبار حاجياته وإمكانياته⁽¹⁾، وذلك لتوفير حماية كافية لرضاه من خطر التفاوت بينه وبين هذا الأخير⁽²⁾، إذ إنّه حقّ المتعاقد بإعلامه إعلاماً كافياً بمضمون العقد وشروط إبرامه. وقد أقره المشرع في القواعد العامة للعقد وذلك طبقاً لنص 352 من التقنين المدني، حيث يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً مانعاً للجهالة وذلك ببيان المنتج وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التحقق منه⁽³⁾.

والالتزام هنا يقتصر على حماية رضا المستهلك المتعاقد فقط، والالتزام الخاص بالإعلام المقرر في قانون حماية المستهلك هو الأكثر فعالية لحماية المستهلك جاء في نص المادة 17 الفقرة 01 منها من القانون رقم 09-03: ((يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم أو وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة)). وبالتالي يحمي المستهلك المتعاقد وغير المتعاقد، فإن العلم بالمبيع أكثر شمولاً من مجرد معرفة يتحقق بها تعيين المبيع وفقاً للقواعد العامة⁽⁴⁾.

وكذا نص المادة 04 من القانون رقم 04-02⁽⁵⁾ المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث جاء فيها: ((يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع)).

(1) - محمد محبوب، المرجع السابق، ص 07.

(2) - شعباني (حنين) نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير تخصص المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، الجزائر، 2012/03/08، ص 71.

(3) - عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في الشرح القانون المدني، العقود التي تقع على الملكية، البيع و المقايضة، دار إحياء التراث العربي، ط 03، لبنان، 2003.

(4) - مجلة المحقق الحلّي للعلوم القانونية والسياسية، د.ب.ن، د.س.ن، عدد 02، ص 05.

(5) - المؤرخ في 05 جمادى الأولى 1425 هـ الموافق 23 يونيو 2004م، ج.ر عدد 41.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

وعليه يجب إرفاق المنتجات بكل المعلومات الضرورية⁽¹⁾، وهذا الالتزام يكون واجبا على المتدخل لكل مستهلك بغض النظر عن البحث في إمكانية هذا الأخير في الاستعمال من عدمه.

وليُعطي الالتزام بالإعلام ثماره في تبصير المستهلك، ويؤدي دوره في ضمان جودة المنتجات محل الالتزام، ينبغي أن يتوفر على جملة من الشروط. والملاحظ من نص المادة 18 من قانون حماية المستهلك المعدل والمتمم⁽²⁾ أن المشرع حصر شروط الإعلام في تلك المتعلقة بالوسم⁽³⁾، رغم أنه نص على إمكانية الإعلام بأي وسيلة أخرى⁽⁴⁾، حيث جاء فيها: ((يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم ساري المفعول باللغة العربية أساسا، وعلى سبيل الإضافة، يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين، وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوه)).

وعليه شروط الالتزام بالإعلام هي:

1. أن يكون مكتوبا باللغة العربية : أي أن تكون المعلومات المقدمة باللغة العربية وقد كرس المشرع ضرورة الكتابة باللغة العربية بالنسبة للمنتجات من خلال القانون رقم 91-05⁽⁵⁾ في المادة 21 منه التي جاء فيها: ((تطبع باللغة العربية، وبعده لغات

(1)- لحراري شالح ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقانون المنافسة، مذكرة ماجستير، تخصص قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، الجزائر، 2012/02/29، ص 49.

(2)- المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 مؤرخ في 25 رمضان 1439 الموافق 10 يونيو 2018، ج.ر العدد 35.

(3)- الوسم: طبقا لما جاء في الفقرة 04 المادة 03 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: ((كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف، أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة، أو بطاقة أو ختم، أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها.))

(4)- سعدي جمال، الحماية القانونية للعلامات في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج، الجزائر، 2016، ص 01.

(5)- القانون رقم 91-05 المؤرخ في 30 جمادى الثانية عام 1411 الموافق 06 يناير 1991، يتضمن تعميم استعمال

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتوجات

أجنبية، الوثائق، والمطبوعات، والأكياس، والعلب، والتي تتضمن البيانات التقنية وطرق الاستخدام، وعناصر التركيب، وكيفيات الاستعمال التي تتعلق على وجه الخصوص بما يأتي:

- المنتجات الصيدلانية.
- المنتجات الكيماوية.
- المنتجات الخطيرة.
- أجهزة الإطفاء والإنقاذ ومكافحة الجوائح.

على أن تكتب باللغة العربية بارزة في جميع الحالات.))، وكذا نص المادة 22 الفقرة 01 منها من نفس القانون إذ جاء فيها: ((تكتب باللغة العربية الأسماء والبيانات المتعلقة بالمنتجات والبضائع والخدمات، وجميع الأشياء المصنوعة، أو المستوردة، أو المسوقة في الجزائر.))

كما أكد ذلك ما جاء في نص المادة 18 من قانون حماية المستهلك السالف الذكر، والعبرة من أن تكون المعلومات باللغة العربية هو تسهيل قراءته، أي اللغة التي يفهمها

2. أن يكون مرئيا: طبقا لنص المادة 18 من قانون حماية المستهلك، يجب أن يكون الطرف الضعيف بحيث يتجه إلى المنتج وهو على بينة⁽¹⁾، وباعتبار أن هذه الأخيرة هي اللغة الرسمية الأولى⁽²⁾.

الإعلام ظاهرا، بمعنى أن يتم كتابته بخط واضح وألوان ظاهرة تلفت انتباه المستهلك، وأن تكتب على المنتج ذاته إذا كان ذا قوام صلب⁽³⁾.

اللغة العربية، ج.ر العدد 03 معدل ومتمم.

(1)- خليفي مريم، المرجع السابق، 213.

(2)- أنظر، المادة 03 من القانون رقم 16-01 مؤرخ في 26 جمادى الأولى عام 1437 الموافق 6 مارس 2016 يتضمن التعديل الدستوري.

(3)- ميري مالك، التزام المتدخل بالإعلام كألية لحماية المستهلك على ضوء المرسوم التنفيذي رقم 13-378، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج، 2015، ص 29.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتوجات

3. أن يكون من المتعذر محوها: أي أن تكون البيانات ملتصق بالمنتوج ولهذا ينبغي أن تكتب البيانات على المستند المرفق بالمنتوج.

ثانيا: كيفية الإعلام عن جودة المنتوجات

طبقا لنص المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش السالفة الذكر، فإنّ المتدخل يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الموضوع للاستهلاك بواسطة: الوسم، أو عن طريق ووضع العلامات، أو بأي وسيلة أخرى مناسبة. ومن خلال المادة يتضح المشرع ألزم المتدخل بأن يقدم للمستهلك المعلومات التي من شأنها أن تساعد في القيام باختيار معقول.

والعلامة التي توضع على المنتج والتي من خلالها يتبين المستهلك مدى جودة المنتج وفي معظم الأحيان تكون هي الدافع وراء شرائه المنتوجات.

وحتى يتم إعلام المستهلكين بشكل كامل، فإن القانون لا يكتفي بفرض الالتزامات على عاتق المتدخلين، وإنما يضع بين أيديهم علامات مختلفة تسمح بالاستعلام عن المنتجات، ومن بينها علامات الجودة عبارة عن رسالة مختصرة موجهة للمستهلكين في شكل كلمة أو شعار تشهد بأن المنتج يمثل بعض السمات⁽¹⁾.

تخلق العلامة فرقا في أذهان المستهلكين حيث تخلق صورة متفردة، وذلك من خلال الوعود التي تقدمها العلامة لهم فتصبح لديهم ثقة بالمنتوج، كونها ترتبط بالجودة فهي نوع من أنواع الضمان، فالمستهلك يلجأ إلى شراء منتج يحمل علامة الجودة؛ حماية لنفسه من المخاطر وتخفيفا للايقين المرتبط بالمنتجات التي لا تحمل علامة⁽²⁾.

(1) - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 88.

(2) - بورقعة فاطمة، قياس تأثير الصورة الذهنية للعلامة التجارية على ولاء المستهلك للعلامة التجارية، أطروحة دكتوراه، تخصص تسيير مؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلومالتجارية وعلوم التسيير، جامعة مصطفى إسنطبولي، الجزائر، 2017/2016، ص 12، ص 22.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

كما أن العلامة تحد من الصعوبات التي تقابل المستهلك عند اقتنائه للمنتجات التي ترجع لنقص المعلومات لديه عن الجودة والأسعار والكمية⁽¹⁾. وقد أكد المشرع إمكانية الإعلام بالعلامة من خلال نص المادة 05 في فقرتها الأولى من القانون رقم 02-04 والتي جاء فيها: ((يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات...)).

والعلامات تحمل إعلامًا محددًا للمستهلك عن منتجات معينة وما تتميز به من خصائص، تسهم في انتشارها وإقبال المستهلكين عليها دون غيرها، لكن فائدتها في ترقية المنتج تغلب على فائدتها الإعلامية باعتبارها وسيلة منافسة مشروع؛ إذ تستعمله المؤسسات نظرًا للفوائد التي تجنيها من وراء ذلك⁽²⁾.

الفرع الثاني: إلزامية مطابقة المنتجات

أوجب المشرع المطابقة في المنتجات حماية للمستهلك من الأضرار الماسة بأمنه وسلامته، وتكون هذه الأخيرة متوفرة على مقاييس قانونية. وبهذا المعنى لا بد من وجود خصائص تقنية في المنتج تدل على جودته وأمنه، بحيث يستجيب كل منتج مصنوع للضرورة المشروعة للمستهلك لاسيما فيما يتعلق بطبيعته، ومميزاته الأساسية، مصدره وكذا كيفية استعماله. واحترام هذه المقاييس بالمنتج يعني احترام قواعد المطابقة⁽³⁾.

(1) - صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة

ماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2014/2013، ص70.

(2) - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص88، ص98، ص90.

(3) - بشيري محمد، آليات رقابة مطابقة المنتجات في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماستر، تخصص

عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، الجزائر، 2014/2013، ص23.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

وقد نظم المشرع المطابقة في عدة نصوص التشريعية منها، والتنفيذية وقد حرص من خلالها على ضرورة توفير كل الأسباب والظروف التي تضمن فعالية فكرة الجودة⁽¹⁾ حيث تضمنت هذه النصوص إلزام المتدخل بوجود استجابة المنتجات التي يعرضها للاستهلاك للرغبات المشروعة للمستهلكين فيما يخص النتائج المرجوة منها، وأن تقدم وفقا للمقاييس المطلوبة⁽²⁾.

وسنتطرق إلى مفهوم هذا الالتزام (أولا) وكذا مواصفات الجودة التي يجب التقيد بها حتى يكون المنتج ذا نوعية (ثانيا)

أولا: مفهوم الالتزام بالمطابقة

للمطابقة الواردة على المنتجات العديد من المعاني، إذ يقصد بها مطابقة للمقاييس والعرف التجاري، وقد يقصد منها كذلك المطابقة للمواصفات القانونية، كما قد تعني المطابقة للعقد. وحتى نأخذ المطابقة بمفهوم واسع لا بد من أن نشمل المفاهيم السابقة كلها ولا نتقيد بأحدها⁽³⁾.

والالتزام بالمطابقة حق رتبته المشرع في ذمة المتدخلين لمصلحة المستهلكين⁽⁴⁾، إذ نص على إلزامية مطابقة المبيع للعينة في حالة الاتفاق على البيع بالعينة في المادة 353 من التقنين المدني، كما نص على الالتزام بالمطابقة في قانون حماية المستهلك وقمع الغش في نص المادة 11⁽⁵⁾ منه إذ جاء فيها: ((يجب أن يلبي كل منتج معروض

(1)- جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، الجزائر، 2001/2002، ص93.

(2)- شلبي نبيل، التزامات المهني اتجاه المستهلك، مذكرة ماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2007/2008، ص80.

(3)- جرعود الياقوت، المرجع السابق، ص88.

(4)- علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، ط 01، مصر 2014، ص235.

(5)- المتممة بنص المادة 02 من القانون رقم 09-18 المعدل للقانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصفه ومنشؤه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله...)) ويفهم من نص المادة أن للمطابقة مفهوماً واسعاً هو مطابقة المنتجات للرغبة المشروعة للمستهلك، والتي تتحقق بتوافق هذه المنتجات والمقاييس القانونية والتنظيمية لإنتاجه، والنتائج المرجوة من استعمالها، وعدم انطوائها على أخطار التي تعيب صنعها، أي كل ما ينتظره المستهلك من السلعة⁽¹⁾.

وعليه يجب أن يكون المنتج مطابق بأن تتوفر فيها لمقاييس المتعددة في اللوائح الفنية والواصفات القانونية، ويجب أن يستجيب للرغبة المشروعة للمستهلكين التي تميزه، وفي هذه الحالة يتم إثبات المطابقة بالحصول على شهادة مطابقة من الجهة المختصة وذلك طبقاً لما جاء في نص المادة 19 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس، ونص المادة 02 من القانون رقم 04-16 المتعلق بالتقييس⁽²⁾؛ والتي أصبحت طريقاً منظماً وموضوعياً لتأكيد نوعية المنتجات، إذ باتت تمثل أحد معايير الجودة بالنسبة للمستهلك⁽³⁾.

ثانياً: معايير الجودة المحددة قانوناً

انطلاقاً مما سبق يمكن القول أن معايير الجودة تتمثل في استجابة المنتج الرغبة المشروعة للمستهلك طبقاً لنص المادة 11 من قانون حماية المستهلك 03-09، وكذا تحقيق المواصفات القانونية والقياسية (أو التوافق على المواصفات) ، فبتوفر هذه المعايير يمكن القول إن المنتج ذو جودة.

(1) - لحراري شالح ويزة، المرجع السابق، ص35.

(2) - القانون رقم 04-16 مؤرخ في 14 رمضان 1437 الموافق 19 يونيو سنة 2016 يعدل ويتم القانون رقم 04-04 مؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو 2004 والمتعلق بالتقييس، ج.ر العدد 37.

(3) - بشيري محمد، المرجع السابق، ص22، ص23.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

1. استجابة المنتج للرجبة المشروعة للمستهلك:

تمثل الرغبة المشروعة أمرًا ذاتيًا لدى الإنسان، فالرغبة هي كل ما تدعو إليه النفس، وتكون مقيدة بكونها مشروعة⁽¹⁾.

ومطابقة المنتج للرغبة المشروعة للمستهلك، تمثل المفهوم الواسع للمطابقة كما قلنا سابقا، وقد عرّفها المشرع بموجب المادة 03 في النقطة 19 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنّها: ((استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية والمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاص به)).

كما نصت المادة 11 من نفس القانون على ضرورة استجابة المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره، والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية و من ناحية تغليفه، وتاريخ صنعه، والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله والشروط اللازمة لحفظه، وبالتالي قابلية المنتج لإرضاء وإشباع حاجات المستهلكين وأذواقهم.

2. توافر المنتج على المواصفات القانونية والقياسية

تعد المواصفات ضرورية لتسهيل وترقية وتطوير الجودة وحماية المستهلك⁽²⁾، وللتميز والسعي نحو مستوى أعلى من الجودة في الإنتاج؛ لا بد من أن تكون المنتجات مطابقة لنوعين من المواصفات⁽³⁾، وهي:

1. المواصفات القانونية: تعتبر هي المحدد الأساسي للجودة، فيما يتعلق بطبيعة المنتج أو صفته ومميزاته الأساسية، وتركيبه، وكيفية تغليفه، وكذا الاحتياطات الواجب

(1) - محمد أحمد أبو سيد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، دار الكتب العلمية، لبنان، 2004، ص 26.

(2) - عبد الحق حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، مركز البحوث والدراسات، الإمارات العربية المتحدة، 2004، ص 24.

(3) - جمال عياشي، قراءة للتقييس في ظل القانون الجزائري، الملتقى الوطني الخامس، جامعة الدكتور يحيى فارس، المدية، الجزائر، ماي 2012، ص 06.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

اتخاذها، خاصة إذا كان المنتج خطير، وبالتالي هي الخصائص والمميزات المطلوبة في المنتج لكي يحقق الغرض المطلوب⁽¹⁾؛ وقد أوجد المشرع هذه المواصفات بهدف ضمان نوعية وجوده ثابتة للمستهلك⁽²⁾، وبالتالي حصوله على أرقى المنتجات.

2. **المواصفات القياسية:** المواصفات القياسية هي التي تحدد صفات المنتج ومستوى جودته، وامتداد أبعاده، بالإضافة إلى متطلبات السلامة فيه⁽³⁾، والتي تعني أن المنتجات أنتجت في ظروف مناسبة من حيث المكونات والعناصر النافعة التي تتكون منها عند التصنيع أو التعبئة بالقدر الذي يحقق لها الصفات التي يستهدفها المستهلك ويسعى إليها⁽⁴⁾.

تهتم المواصفة القياسية بتحديد جودة المنتجات من خلال: الدقة، الصلاحية اللازمة للمنتجات والمواد لكي تحقق الرغبات المشروعة للمستهلك، كما تهتم بالنص على الحد الأدنى الواجب توافره من الخصائص، واشتراطات الجودة في المواد لتؤدي الغرض منها في ظروف الاستخدام أو الاستهلاك العادية.

وإلى جانب هذا الحد الأدنى، قد تنص المواصفات على مستويات أعلى من حيث جودة الإنتاج لبعض الأصناف من المواد والسلع، بحيث تعرض في الأسواق بأسعار أعلى لمواجهة طلبات وأذواق فئات خاصة من المستهلكين⁽⁵⁾.

ويعرف التقييس طبقاً لنص المادة 02 الفقرة الأولى منها من قانون رقم 16-04 المتعلق بالتقييس بأنه: ((النشاط الخاص بالم تعلق بوضع أحكام ذات استعمال مشترك ومتكور في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة، يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظي في إطار معين...)).

(1) - كالم حبيبة، المرجع السابق، ص41.

(2) - علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص27.

(3) كالم حبيبة، المرجع السابق، ص43.

(4) - خالد محمد السباتين، الحماية القانونية للمستهلك، الهيئة الفلسطينية المستقلة لحقوق المواطن، فلسطين، 2002، ص40.

(5) - خالد محمد السباتين، المرجع السابق، ص41.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

وفي التقيد بالواصفات القياسية تقيد بمعايير ضبط الجودة، والموصفات أنواع:

1. **المواصفات الجزائرية:** المواصفات التي تعدها الدولة عن طريق المعهد الجزائري للقياس وكذا عن طريق التنظيم، وهي تحدد مواصفات المنتج من حيث وحدات القياس وشكلها، وتتجسد هذه المواصفات في شكل قرارات خاصة بكل منتج. وتتم مطابقة منتج ما للمواصفات الجزائرية بتسليم شهادة مطابقة، أو وضع علامة مطابقة على المنتج طبقاً لما جاء في نص المادة 19 من قانون التقييس رقم 04-04 السالف الذكر.

2. **مواصفات المؤسسة:** تشمل بوجه خاص المنتجات وأساليب الصنع، والتجهيزات المصنوعة أو المستعملة داخل المؤسسة نفسها. وعليه، فمواصفات المؤسسة توضع أو تعد بمبادرة من مديرية المؤسسة المعنية مع مراعاة التشريع والتنظيم الخاص في مجال التقييس، شرط أن لا تكون مواصفات المؤسسة أوفى من المواصفات المنصوص عليها قانوناً كما يمكن أن تكون محل مواصفات مصادق عليها⁽¹⁾.

كما أن هناك مواصفات أخرى: الأوروبي ة، والأمريكية... إلخ. خاصة بالنسبة للمنتجات الموجهة إلى الخارج.

المطلب الثاني: إلزامية ضمان العيب الخفي وسلامة المنتجات

لتحقيق أقصى جودة ممكنة وللاستفادة الكاملة من المنتجات، مع تقادي مخاطر التقدم العلمي من خلال التحكم في أساليب ضمان الجودة، والحفاظ على سلامة وصحة المستهلك؛ يجب على المتدخل إتباع الأصول العلمية ومواكبة المعرفة الفنية المحققة في هذا المجال؛ لتقديم منتج خالٍ من العيوب، ولا يُشكّل خطورة على صحة مستعمليه⁽²⁾ لذلك فرض المشرع على المتدخل التزامين في إطار قانون حماية المستهلك وقمع الغش: التزاماً بضمان العيب الخفي (الفرع الأول) والتزاماً بضمان سلامة وأمن المنتج (الفرع الثاني).

(1) - كالم حبيبة، المرجع السابق، ص46.

(2) - صالحة العمري، حماية المستهلك في إطار قواعد المسؤولية المستحدثة لمنتج الدواء في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، د.س.ن، ص557.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

الفرع الأول: إلزامية ضمان العيب الخفي في المنتج

وسنبين في هذا الفرع مفهوم العيب الموجب للضمان وشروطه.

أ - مفهوم العيب الموجب للضمان:

يعرف العيب الموجب للضمان بأنه الآفة الطارئة التي تلحق بالمبيع فتنقص من قيمته ويُقوت المشتري الغرض الذي كان الدافع له وراء شراء المبيع. فالمستهلك عند شراء منتج معين يشتريه على أنه خالٍ من العيوب وصالح للغرض الذي اشتراه من أجله⁽¹⁾. ويعتبر الشيء معيباً متى كان العيب ينقص من صلاحيته للاستعمال لدرجة أن المشتري لم يكن ليشتريه أولم يكن ليدفع فيه إلا ثمناً أقل لو علم بهذا العيب⁽²⁾، والمشرع الجزائري لم يعرف العيب إنما عدد شروطه في المادة 379 من التقنين المدني⁽³⁾، إذ يفهم من هذه المادة أن العيب الخفي هو العيب غير معلوم للمستهلك الذي لم يكن باستطاعته اكتشافه عن طريق فحص المنتج بعناية الرجل العادي، وهو الذي يقع ضمانه على عاتق المتدخل⁽⁴⁾.

(1) - غدوشي نعيمة، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة ماجستير، تخصص المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، الجزائر، 27 سبتمبر 2012، ص 62.

(2) - قشو أمال، موهوب ريمة، المسؤولية الدنية للمتدخل، مذكرة ماستر، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج، الجزائر، 31/01/2016، ص 29، ص 30.

(3) - جاء في نص المادة 379: ((يكون البائع ملزماً بالضمان إذ لم يشمل المبيع على صفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو انتفاع به حسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله. فيكون البائع ضامناً لهذه العيوب ولو يكن عالماً بوجودها. غير أن البائع لا يكون ضامناً للعيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع، أو كان في استطاعته أن يطلع عليها لو أنه فحص المبيع بعناية الرجل العادي، إلا إذا أثبت المشتري أن البائع أكد له خلو المبيع من تلك العيوب أو أنه أخفاها غشاً منه.))

(4) - غدوشي نعيمة، المرجع السابق، ص 62.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

ب - شروط العيب الموجب للضمان:

حتى يكون العيب موجباً للضمان لابد من توفر ثلاثة شروط هي:

1. أن يكون العيب جسيماً (مؤثراً): بمعنى أن ينقص من قيمة المبيع ومن الانتفاع به بحسب الغاية التي أعد لها بصفة عامة⁽¹⁾، فإذا بلغ حدّاً من الجسامة بحيث يتعذر إصلاحه كان بذلك مؤثراً، ولا يضمن المتدخل عيب المنتج إلا إذا كان هذا العيب ينقص من قيمته أو نفعه⁽²⁾.

2. أن يكون العيب قديماً: لا يكون العيب موجباً للضمان إلا إذا كان قديماً، والمراد بقدّم العيب وجوده من وقت تسليم المنتج. وتختلف الصفة التي تعهد المتدخل بوجودها في المنتج ليس عيباً خفياً وإنما يأخذ حكم العيب الخفي⁽³⁾.

وعليه يقاس قدم العيب بوجوده في المنتج وقت التسليم، أمّا إذا نشأ العيب بعد التسليم فإن المتدخل لا يكون ضامناً له، فيكفي لاعتباره قديماً أن يكون موجوداً وقت العقد وقبل التسليم⁽⁴⁾.

3. أن يكون العيب خفياً: بمعنى أن لا يكون ظاهر (المادي) ولا يكون بوسع المستهلك المضروب أن يكشفه، ولو فحص المنتج بعناية الرجل العادي، فلا يمكن كشفه إلاّ بواسطة خبير أو مختصّ⁽⁵⁾، وبالتالي ألزم المشرع المتدخل بضمان العيب الخفي؛ إذ يفترض فيه المعرفة الفنية بعيب الصناعة الموجودة في السلعة التي يقدمها للمستهلك باعتباره تاجراً محترفاً⁽⁶⁾.

(1) - قشور أمال، موهوب ريمة، المرجع السابق، ص 30.

(2) - سليمان مرقس، شرح القانون المدني، العقود المسماة عقد البيع، عالم الكتب، ط04، مصر، 1980، ص400.

(3) - سليمان مرقس، المرجع نفسه، ص400.

(4) - قشور أمال، موهوب ريمة، المرجع السابق، ص30.

(5) - زوية سامية، مرجع سابق، ص44.

(6) - محمد حاج بن علي، مسؤولية المحترف عن أضرار ومخاطر تطور المنتجات المعيبة، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، د.س.ن، ص395.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

الفرع الثاني: إلزامية ضمان السلامة والأمن

إن لمستهلك المنتج الحق في السلامة في حالة استعماله سواء في الظروف العادية وغير عادية⁽¹⁾؛ ففي جميع الحالات يجب أن يستجيب المنتج للطلبات المشروعة للمستهلك ولا يمكن أن تكون كذلك إلا إذا وُجِدَت السلامة المرجوة، فلا تكون الرغبة مشروعة إذا كان المصدر خطرًا. ويقابل هذا الحق التزام يقع على عاتق المتدخل وذلك بعدم إلحاق الضرر بالمستهلكين، فالالتزام بضمان السلامة والأمن هو: التزام يقع على عاتق المتدخل لمصلحة المستهلك؛ وذلك بتسليم منتجات خالية من كل عيب أو خلل في التصنيع يكون مصدر خطر بالنسبة للمستهلك؛ حتى يتحقق في هذه المنتجات الأمان الذي يتوقعه المستهلك عند استعمالها⁽²⁾، فطبقاً لما جاء في المادتين 09 و 10 قانون حماية المستهلك وقمع الغش فإنه يتمثل في الجهد الذي يبذله المتدخل باحترام المقاييس التي من خلالها تكون السلعة التي يقدمها المستهلك غير مضرّة بصحته⁽³⁾.

وبالتالي يجب على المنتج توفير منتجات ذات جودة، وألا تمس المنتجات بالسلامة الجسدية للأشخاص وأمنهم ومصالحهم المادية، بمعنى آخر حماية المستهلك ضد كل الأخطار التي تسببها المنتجات الخطيرة سواء كانت الخطورة كامنة فيها أو بسبب عيب فيها⁽⁴⁾، وقد كرس المشرع هذه الوسيلة في نص المادة 09 من حماية المستهلك 03-09⁽⁵⁾.

(1) - جرعود الياقوت، المرجع السابق، ص 83.

(2) - المر سهام، التزام المنتج بالسلامة، دراسة مقارنة، كلية الحقوق، مذكرة ماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2008/2009، ص 20، ص 21.

(3) - موقاي بناني أحمد، الالتزام بضمان السلامة (المفهوم، المضمون، أساس المسؤولية)، مجلة الفكر، العدد العاشر، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، د.س.ن، ص 415، ص 416.

(4) - كالم حبيبية. المرجع السابق، ص 54.

(5) - جاء فيها: ((يجب أن تكون المنتجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها، وأن تلحق ضرراً بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه، وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال و الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين)).

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

المبحث الثاني: آليات ضمان جودة المنتجات

بتقييد المتدخل بالالتزامات الملقة على عاتقه يحصل المستهلك على منتجات ذات جودة ويحقق بها إشباع رغبته، غير أنه في بعض الأحيان لا يلتزم بها، ولتفادي ذلك وضع المشرع جملة من الآليات لمكافحة ذلك من خلال الرقابة كآلية قبلية (المطلب الأول)، والعقوبات الملقة على عاتقه في حالة إخلاله بالتزاماته كآلية ردعية لضمان جودة المنتجات (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الرقابة كوسيلة وقائية لضمان جودة المنتجات

تعتبر الرقابة المهمة الوقائية التي تقوم بها الأجهزة الاستشارية والإدارية التي تعمل على حماية المستهلك قبل إلحاق الضرر به، كما أن المشرع أقر في العديد من النصوص وجوب رقابة جودة ونوعية المنتجات وقمع الغش في ذلك.

وبما أن الجودة هي قابلية المنتج لإرضاء المستهلك وإشباع حاجاته؛ بحيث تجعله إما يرغب في المزيد أو الامتناع، فهي مرتبطة بخصائصه الداخلية، أو طبيعة عناصره أو مكوناته، وبالتالي العمل الذي يمكن قياسه، خاصة وأن مختلف المقاييس المحددة للمنتج تتماشى مع جل رغبات الزبائن، فتتخذ هذه المواصفات كأساس للقيام بعملية الرقابة على الجودة من خلال ملاحظة مدى تطابق المنتج والمواصفات⁽¹⁾.

ولدراسة الرقابة كآلية فعالة لضمان جودة المنتجات فإنه يجب الوقوف على مفهوم رقابة الجودة (الفرع الأول)، وكذا الأجهزة التي تسهر على القيام بهذه الرقابة (الفرع الثاني)

(1) - كالم حبيبة، المرجع السابق، ص55.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

الفرع الأول: مفهوم الرقابة على الجودة

تعرف رقابة المنتج بأنها خضوع المنتج لرقابة هيئة أو جهاز يحدده القانون للقيام بالتحري والكشف عن الحقائق المحددة قانوناً⁽¹⁾، فهي جملة من الأنشطة التنظيمية تهدف إلى جعل الأنشطة المختلفة والخطط والنتائج متناسقة مع التوقعات والمعايير المستهدفة⁽²⁾، فالهدف من الرقابة هو الوقاية أو القضاء على الخطر الذي يهدد المستهلك⁽³⁾.

أما الرقابة على جودة المنتجات فهي جملة الأنشطة التنظيمية التي تهدف لمعرفة مدى التزام المنتج بالمواصفات، وكلما تحقق التطابق كانت الجودة عالية، وكلما انحرفت خصائص المنتج عن المواصفات القياسية كلما انخفض مستوى الجودة. والرقابة هنا تكون من خلال الاستخدام الأنسب للأنشطة لتحقيق الجودة وتحسينها⁽⁴⁾.

ورقابة الجودة التزام قانوني يقع على عاتق المتدخل، ولا تعفي الرقابة التي تجريها الأجهزة المتخصصة هذا الأخير من إلزامية الرقابة الملقاة على عاتقه طبقاً لنص المادة 12 من القانون رقم 09-03 المعدل والمتمم.

الفرع الثاني: الأجهزة المكلفة برقابة جودة المنتجات

نتيجة اهتمام المتدخلين بالربح السريع دون مراعاة جودة المنتج أو مطابقته للمواصفات القانونية؛ عمد المشرع إلى تكريس أجهزة رقابية تسهر على ضمان الجودة في المنتجات، من خلال مراقبة مدى سلامة المنتجات وتأهيلها للاستعمال أو قابليتها للاستهلاك.

(1)- علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص68.

(2)- محمد البشير، المرجع السابق، ص07.

(3)- Bouach Mohamed, Qualité des aliments et protection de la santé de consommateur, (RASJEP), Volume 36N°4, 1998, p15

(4)- أمال طرفي، المرجع السابق، ص17.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

إذ تم تكريس العديد من الأجهزة، لها العديد من الصلاحيات، بما لا يمكننا حصر؛ لذا سنقتصر على دراسة أبرز الأجهزة المكلفة بالرقابة على جودة المنتجات، وذلك بالتركيز على:

أولاً: وزارة التجارة

تعتبر الوزارة الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك، حيث تسهر على ضمان جودة المنتج، عن طريق المصالح التابعة لها، بحيث كل مصلحة مكلفة بنوع من المهام والأنشطة المسطرة⁽¹⁾، والتي تمارسها طبقاً للتنظيم الساري المفعول به⁽²⁾.

فوزير التجارة له دور مهم في تنظيم الرقابة على جودة وأمن المنتجات، وذلك بتوليه لتنظيم وتوجيه تنفيذ الرقابة⁽³⁾؛ نظراً لأهمية تحري الجودة في الإنتاج، ودورها في حمايته؛ إذ أنشأ المشرع أجهزة مركزية وأخرى على المستوى المحلي وأبرزها: مديرية الجودة والاستهلاك على المستوى المركزي، ومفتشية مراقبة الجودة وقمع الغش على مستوى الحدود البرية و البحرية والجوية على المستوى المحلي.

أ- مديرية الجودة والاستهلاك:

نص عليها المشرع بموجب المرسوم التنفيذي رقم 14-18⁽⁴⁾ في نص المادة 04 التي تعدل وتتم أحكام المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 02-454.

(1)- عماري الجيلالي، بكة سيد أحمد المولود، حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية (DEUA)، تخصص قانون أعمال، جامعة التكوين المتواصل، مركز شلف، الجزائر، 2011/2012، ص 40.

(2)- مرسوم تنفيذي رقم 02-454 مؤرخ في 21/12/2002، متضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر. عدد 85، المعدل والمتمم.

(3)- زوبية سامية، حماية المستهلك في إطار استخدام الإضافات الغذائية، مذكرة ماستر، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج- البويرة-، الجزائر، 09/12/2017، ص 72.

(4)- مرسوم تنفيذي رقم 14-18 مؤرخ في 21 يناير 2014، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 02-454، متضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر. عدد 04.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

• مهامها⁽¹⁾:

- اقتراح مشاريع النصوص ذات الطابع التشريعي والتنظيمي والمتعلقة بترقية الجودة وحماية المستهلكين.

- المساهمة في إرساء حق الاستهلاك.

- المشاركة في كل الدراسات المرتبطة بالمواصفات في مجال الجودة والنظافة

الصحية والأمن المطبقة في جميع مراحل صنع المنتجات وتسويقها.

- اتخاذ كل التدابير الرامية إلى إرساء أنظمة للعلامات التصنيفية وحماية العلامات والتسميات الأصلية.

- التشجيع عبر المبادرات الملائمة على تطوير المراقبة الذاتية للجودة على مستوى المتعاملين الاقتصاديين

- تنشيط عملية تقييم المنتجات والخدمات وطرق تحليل الجودة وتشجيعها ومتابعتها.

- ترقية برامج إعلام المهنيين والمستهلكين وتحسيسهم.

ب- مفتشية مراقبة الجودة وقمع الغش على مستوى الحدود البرية والبحرية والجوية:

أنشأها المشرع نظرا لزيادة حجم تدفق السلع العابرة للحدود، وتتواجد في المديريات التي تتضمن الموانئ والمطارات.

• مهامها:

طبقا لنص المادتين 07 و 08 من المرسوم التنفيذي رقم 11-09⁽²⁾ تدور مهامها حول مراقبة المطابقة وجودة المنتجات المستوردة وتلك الموجهة للتصدير بالاعتماد على

(1)- انظر المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 14-18 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 02-454 السالف الذكر.

(2)- المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها، ج.ر. عدد 04 الصادرة في 2011/01/23.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

أعوان قمع الغش كما تستعين هذه المفتشيات لأداء مهامها بمخابر التحاليل التابعة للوزارة أو مخابر تحاليل الجودة المعتمدة.

ثانيا: الهيئات الإدارية المتخصصة في حماية المستهلك

في سعي المشرع واهتمامه بتوفير حماية المستهلك قام بإنشاء أجهزة جديد إدارية متخصصة للسهر على ضمان حصوله على أجود المنتجات؛ بالتحقق من مطابقتها للمقاييس والمواصفات القانونية .

وسنتعرض إلى أهم هذه الهيئات؛ من المركز الجزائري للرزم وأجهزة التقييس وهيئات تقييم المطابقة فيما يأتي:

أ- المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم:

أنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147⁽¹⁾ يعد مؤسسة ذات طابع إداري تحت وصاية وزارة التجارة، ويتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، ويخضع لوصاية الوزير المكلف بالتجارة الذي بدوره يعين مدير المركز، وكذا الإشراف على مصالح المركز الخارجية التابعة له، من مخابر ومفتشيات جهوية⁽²⁾. ويشكل المركز دعماً تقنياً لتنفيذ برنامج ضمان جودة الإنتاج.

• مهامه⁽³⁾:

المهمة الرئيسية للمركز تتمثل في حماية صحة وأمن المستهلكين وكذلك حماية مصالحهم المادية والمعنوية، وترقية الإنتاج الوطني للسلع وإعلام وتحسيس المستهلكين.

(1)- المرسوم التنفيذي رقم 89/147 المؤرخ في 08/08/1989، يتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، ج.ر عدد 33 ، صادر في 09/08/1989 معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 03- مؤرخ في 30/09/2003 المتعلق ج.ر. عدد 59 الصادر في 05/10/2003.
(2)-أنظر المادة 01 من المرسوم التنفيذي 89/147 السالف الذكر.
(3)- المادة 04 من المرسوم التنفيذي 89/147 السالف الذكر.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

ويتولى المركز معاينة كل أعمال الغش والتزوير، والمخالفات التي تمس بنوعية المنتجات بالتعاون مع الهيئات المتخصصة، وله أن يجري في المخابر المعتمدة أي تحليل، لفحص مدى مطابقتها للمواصفات واللوائح الفنية.

- القيام بكافة الأبحاث التي من شأنها الكشف عما قد ينطوي عليه المنتج من مخاطر على صحة وسلامة المستهلك.

- يقوم بإجراء تحاليل في المخبر للتحقق من نوعية الرزم، خاصة في مجال التفاعل المتبادل مع المحتوى.

ويعتبر هذا المركز الوسيط أو كإداة لترقية جودة المنتجات، وحماية المستهلك مع الهيئات التالية:

1 مجلس توجيه:

يتكوّن من ممثلي بعض الوزارات، وممثل المجلس الوطني لحماية المستهلك؛ حيث يتداول في كل المسائل المرتبطة بمهام المركز خصوصا فيما يتعلق بالمسائل التنظيمية الداخلية للمركز من المواد البشرية، والميزانية، والنظام الداخلي⁽¹⁾.

2 اللجنة العلمية والتقنية:

تتكون من ممثلي بعض الهيئات، كمعهد باستور، والمعهد الوطني للطب البيطري، لها دور استشاري في إبداء رأيها، خاصة في طلبات الترخيص لفتح مخابر تحاليل نوعية⁽²⁾.

3 مخابر تحاليل النوعية وشبكة مخابر التجارة والتحاليل النوعية:

تصنف هذه المخابر في إطار مخابر تحاليل النوعية، وذلك في إطار المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 91-192 المتعلق بمخابر النوعية، وتشمل هذه المخابر ثلاث فئات محدّدة بموجب نفس المادة⁽³⁾.

(1)- انظر للمادتين 14 و17 من المرسوم 147/89.

(2)- انظر للمادتين 17 مكرر و17 مكرر 03 من المرسوم نفسه.

(3)- المرسوم التنفيذي رقم 91-192 المؤرخ في 01/01/1991 المتعلق بمخابر تحليل النوعية، ج.ر. عدد 02، الصادر بتاريخ 02/06/1991.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

مهامها:

يتمثل الدور الأساسي لهذه المخابر في ترقية نوعية المنتجات كما يظهر دورها الوقائي في حماية المستهلك، من خلال الزيارات المفاجئة على المتدخل، وأخذ العينات لتحليلها بالمخبر، والتأكد من مدى مراعاتها لشروط السلامة⁽¹⁾.

ب- المجلس الوطني لحماية المستهلك:

هيئة حكومية استشارية، أنشئ بموجب القانون الملغى رقم 89-02، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الملغى، ويقوم هذا المجلس باقتراح تدابير من شأنها أن تساهم في تطوير ترقية سياسية حماية المستهلك طبقا لنص المادة 24 من القانون رقم 03-09.

وقد تم تحديد تكوينه، واختصاصه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92-272 المؤرخ في 06/07/1992⁽²⁾.

ومن أهم اختصاصاته الاطلاع على البرامج السنوية لمراقبة الجودة وقمع الغش طبقا لنص المادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 12-355⁽³⁾.

(1) - زكرياء مولاي، حماية المستهلك من الغش التجاري، مذكرة ماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2015 - 2016، ص 119.

(2) - ج.ر. عدد 52 الصادر بتاريخ: 08/07/1992.

(3) - المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المؤرخ في 02/12/2012، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلك واختصاصاته، ج.ر. عدد 56 الصادر في 11/10/2012.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

ج- جمعيات حماية المستهلك:

عرفها المشرع في المادة 21 من قانون حماية المستهلك 03-09 بأنها: ((كل جمعية منشأة طبقا للقانون ⁽¹⁾، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله...)).

فكرة حماية المستهلك هي السبب الرئيسي لظهور جمعيات حماية المستهلك ⁽²⁾، إذ تركز هذه الأخيرة على عدة محاور أهمها: وجود منظومة تسعى لضمان سلامة المعروض من المنتجات والتأكد من مطابقتها للمواصفات القانونية ⁽³⁾، بالإضافة إلى سعيها على صون مصالحه من خلال العمل على تنوير المستهلكين بالمعلومات المتعلقة بالسلع المعروضة واختيار أحسنها وأجودها.

كما تعمل على ضمان حقوق المستهلك في استهلاك منتج لا يشكل خطرا على صحته؛ إذ تقوم بحملات تحسيسية وتوعوية تهدف أساسا لضمان أمنه وسلامته ⁽⁴⁾.

وبالتالي أصبح الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك أكثر من ضرورة؛ لاسيما أنها تعمل على تطهير الأسواق من أي منتج لا يتطابق مع المقاييس و المواصفات المحددة قانونا ⁽⁵⁾.

(1)- الجمعية طبقا للمادة 02 من القانون 06-12 مؤرخ في 2012/01/12، يتعلق بالجمعيات، ج.ر. عدد 06 بأنها: ((تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدى لمدة محددة أو غير محددة.

و يشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم وسائلهم تطوعا ولغرض غير مريح...)).

(2)- بن لحراش نوال، جمعيات حماية المستهلك في الجزائر - دور فعالية-، مذكرة ماجستير، تخصص التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة -1-، الجزائر، 2013/2012، ص11.

(3)- محمود عبد الرحيم الديب، الحماية المدنية للمستهلك (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2011، ص82.

(4)- مريخي محمد، جمعيات حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج، الجزائر، 2015/2014، ص51.

(5)- مريخي محمد، المرجع نفسه، ص51.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

د- أجهزة التقييس

عدد المشرع الجزائري أجهزة التقييس من خلال نص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464⁽¹⁾ وهي: المجلس الوطني للتقييس، المعهد الوطني للتقييس، اللجان التقنية الوطنية، الهيئات ذات النشاطات التقييسية، والوزارات ضمن نشاطاتها في إعداد اللوائح الفنية، وسنقوم فيما يلي بشرح بعضها وتبيان دورها في ضمان الجودة:

1 المجلس الوطني للتقييس:

نصت عليه المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464، والتي يفهم منها أنه جهاز استشارة ونصح في ميدان التقييس، ومن أبرز مهامه:

- اقتراح التدابير الكفيلة بتطوير النظام الوطني للتقييس المعروضة عليه لإبداء الرأي في مجال التقييس.

- تحديد الأهداف المتوسطة والبعيدة المدى في مجال التقييس⁽²⁾.

2 المعهد الجزائري للتقييس:

أنشأ بموجب المرسوم رقم 98-69 المؤرخ في 21/02/1998⁽³⁾، وذكر في المادة 02 الفقرة 10 القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس المعدل والمتمم إذ جاء فيه بأن المعهد هو الهيئة الوطنية للتقييس، وتراجع عن ذلك إذ لم يذكره في تعديل 2016 واكتفى بذكر الهيئة الوطنية للتقييس.

مهامه:

طبقا لنص المادة 07 من المرسوم 05-464 السالف الذكر فإنه يكلف بالعديد من

(1)- يتعلق بتنظيم التقييس وسيره، المؤرخ في 06/11/2005، ج.ر. عدد 80.

(2)- انظر في المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 السالف الذكر.

(3)- يتضمن إنشاء المعهد الجزائري للتقييس ويحدد قانونه الأساسي، ج.ر. عدد 10، الصادر في 01/03/1998.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتوجات

نص المادة 04 من قانون 04-04 السالف الذكر المهام نذكر منها: ((... - السهر على إعداد المواصفات الوطنية بالتنسيق مع مختلف القطاعات.

- إنجاز الدراسات والبحوث وإجراء التحقيقات العمومية في مجال التقييس.
- تحديد الاحتياجات الوطنية في مجال التقييس.
- السهر على تنفيذ البرنامج الوطني للتقييس...)).

3- اللجان التقنية : وقد نص المشرع على كيفية إنشاءها وتشكيله اللجان ⁽¹⁾ كما بين مهامها من خلال نص المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 :

- إعداد مشاريع برامج التقييس
- إعداد مشاريع المواصفات
- تبليغ مشاريع المواصفات إلى المعهد الجزائري للتقييس، قصد إخضاعها للتحقيق العمومي...

4- الهيئات ذات النشاط التقييسية: اعتبر المشرع كل كيان يثبت كفاءته التقنية لتنشيط الأشغال في ميدان التقييس، مع التزامه بقبول مبادئ حسن مبادئ الممارسة المنصوص عليها في المعاهدات الدولية هيئة ذات نشاط تقييسي ⁽²⁾.

طبقا لنص المادة 12 من المرسوم التنفيذي 05-464 ((تعد الهيئات المواصفات القطاعية وتبليغها إلى المعهد الجزائري للتقييس وتسهر على توزيعها بكل وسيلة ملائمة)).

3- هيئات تقييم المطابقة: طبقا لنص المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 05-465 ⁽³⁾

(1)- انظر نص المادتين 08 و09 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 السالف الذكر.

(2)- طبقا لنص المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 السالف الذكر.

(3)- المؤرخ في 2005/12/06، يتعلق بتقييم المطابقة، ج.ر عدد 80 الصادر في 2005/12/11.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتوجات

فإن هيئات تقييم المطابقة هي:

المخابر، هيئات التفتيش، هيئات الإشهاد على المطابقة، وتكلف هذه الهيئات بالتحاليل والتجارب والتفتيش والإشهاد على المطابقة والمنتوجات.

كما أن الإشهاد على المطابقة الخاصة بالمنتوج يثبت به مطابقتها لصفات دقيقة أو لقواعد محددة سابقا وخاضعة لمراقبة صارمة.

والإشهاد على المطابقة الخاصة بالنظام تضم على وجه الخصوص: تسيير الجودة، تسيير البيئة، تسيير السلامة الغذائية وتسيير الصحة والسلامة⁽¹⁾.

كما تخضع المنتجات الموجهة للاستهلاك والاستعمال التي تمس السلامة والصحة والبيئة إلى إشهاد إجباري ويفرض على المنتجات المصنعة محليا أو المستوردة وذلك طبقا لنص المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 05-465.

المطلب الثاني: إخلال المتدخل بالتزاماته والعقوبات المقررة عليها في قانون حماية المستهلك

نتيجة لعدم احترام القواعد القانونية المتعلقة بحماية المستهلك من طرف المتدخلين الذين لم يعد يهمهم سوى التحقيق الربح السريع دون مراعاة لسلامة وصحة المستهلك وجودة المنتوجات؛ الأمر الذي أدى إلى الإضرار بسلامة وأمن المستهلكين⁽²⁾، ودفع المشرع إلى وضع وسائل حماية إلى جانب الأجهزة الإدارية التي تسهر على رقابة المنتجات لمنع حدوث الضرر والمساس بمصالح المستهلك.

وبالتالي فلردع المتدخلين المخالفين وحثهم على تنفيذ التزاماتهم، وضع المشرع تدابير تحفظية وفرض عقوبات؛ لضمان صحة المستهلك وسلامته بتقديم منتوجات ذات جودة عالية وغير مغشوشة، بحيث أن هذه التدابير والعقوبات لها صفة الجزاء والتي لا

(1)- أنظر في المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 05-465 السالف الذكر.

(2)- نصيرة بلحاج، الرقابة على مطابقة جودة المنتوجات، الملتقى الوطني الخامس لحماية المستهلك في ظل الخداع، كلية الحقوق، والغش التسويقي، جامعة يحي فارس، الجزائر، يومي 16-17 ماي 2012، ص16.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

تتم إلا بعد التحقق من وقوع المخالفات من عدمها⁽¹⁾.

وعليه سنتطرق في هذا المطلب إلى أغلبية المخالفات التي يرتكبها المتدخلين (الفرع الأول)، وكذا التدابير والعقوبات المقررة في قانون حماية المستهلك لردع مثل هذه المخالفات والجرائم (الفرع الثاني).

الفرع الأول: إخلال المتدخل بالتزامات

ألقي المشرع جملة من الالتزامات على عاتق المتدخلين وذلك لتوفير حماية لصحة وسلامة المستهلكين وعدم التزام المتدخل بهذه الالتزامات يعد إخلال يعاقب عليه وسنحاول من خلال هذا الفرع التطرق إلى جل هذه المخالفات، بالإضافة إلى جرمتي الخداع والغش.

أولاً: الإخلال بالتزام بالإعلام

كما سبق وتطرقنا إليه بأن المشرع أقر إلزامية إعلام المستهلك من خلال نص المادة 17 والمادة 18 من قانون حماية المستهلك 09-03 فمتى خالف المتدخل ما جاء في نص المادتين كعدم التزامه بتضمين الوسم البيانات اللازمة لإحاطة المستهلك بالمعلومات المنتج المعروض، فإنه يعد مرتكب الجريمة مخالفة الالتزام بإعلام المستهلك، ولقيامها يجب توافر ركنين بالإضافة إلى الركن الشرعي لهذه الجريمة المتمثل في تجريم المشرع لهذا الفعل.

أ. الركن المادي:

يتمثل الركن المادي لجريمة مخالفة النظام القانوني لوسم المنتجات وفقاً لما ينص عليه القانون، فالإخلال بالبيانات اللازمة فيه يعد تحقيقاً للركن المادي لها وذلك بمخالفة المتدخل للبيانات الواجب مراعاتها أو بمخالفة استعمال اللغة العربية في الوسم، أو أن تكون الطريقة الوسم المعتمدة غير مرئية أو كان سهلة المحو أو يكون الوسم غير مقروء،

(1) - مقراني كمال، رمضان زهير، الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة ماستر، تخصص قانو خاص شامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، الجزائر، 2017، ص55.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

فإذا قام المتدخل بإحدى هذه التصرفات أو الصور فإنه يكون قد قام الركن المادي للجريمة.⁽¹⁾

ب. الركن المعنوي:

كون جنحة مخالفة النظام القانوني للوسم جريمة عمدية فإنه يشترط لقيامها توافر القصد الجنائي المتمثل في اتجاه إرادة المتدخل إلى عدم احترام إلزامية إعلام المستهلك، وكذا علمه بأن عدم وسم المنتجات يشكل جريمة.⁽²⁾

بتوفر الركنين تقوم في حق المتدخل جنحة مخالفة النظام القانوني للوسم المعاقب عليها طبقا لنص المادة 78 من القانون رقم 09-03 المعدلة بنص المادة 07 من قانون 18-09 السالف الذكر.

ثانيا: مخالفة إلزامية رقابة جودة المنتجات وجريمة عرقلة ممارسة الرقابة

أكد المشرع على دور الرقابة في ضمان جودة المنتجات وكذا ضمان سلامته ولذلك جرم كل الأفعال الرامية إلى عدم القيام بها أو عرقلة ممارستها، إذ يتعين على كل متدخل عرض منتجات مطابقة للموصفات القانونية كما سبق وتطرقتنا لذلك، غير أن الكثير من المتدخلين يخالفون مثل هذا الالتزام نظرا لرغبتهم في استهداف الربح غير مبالين بمدى مطابقة المنتجات للمواصفات المحددة قانونا⁽³⁾، وذلك بعدم امتلاك المتدخلين لشهادة مطابقة المنتج أو الترخيص للإنتاج، أو عدم اعتماد نظام الرقابة الذاتية التي نصت عليه المادة 12 من القانون رقم 09-03، وغيابها يشكل الركن المادي للجريمة⁽⁴⁾، وعلم المتدخلين بأن هذا التصرف هو فعل مجرم ومعاقب عليه فهذا يشكل

(1)- زوبة سامية، المرجع السابق، ص 67.

(2)- حدوش كريمة، الالتزام بالإعلام في إطار قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة

ماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة أمجد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2011/2012، ص 170.

(3)- منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون رقم 09-03، مذكرة ماجستير، تخصص قانون حماية

المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، الجزائر، 2014/2015، ص 195.

(4)- لحراري شالح ويزة، المرجع السابق، ص 131.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

الركن المعنوي للجريمة، وقد نص المشرع على هذه المخالفة في نص المادة 74 من قانون حماية المستهلك السالف الذكر (الركن الشرعي).

أما جريمة عرقلة ممارسة الرقابة فقد نص المشرع على هذه المخالفة في المادة 84 من قانون حماية المستهلك، ومتى توفرت أركان هذه المخالفة يعاقب عليها المتدخل حيث يقوم هذا الأخير باعتراض مهام الرقابة التي يمارسها الأعوان المؤهلون⁽¹⁾ كرفض تسليم الوثائق ومنع الدخول إلى محال المهنية، اعتراض القيام بالمعاينة المباشرة أو الاقتطاعات⁽²⁾ وغيرها من صور العرقلة، وكل هذه الصور تمثل الركن المادي للجريمة، مع ضرورة توفر علم المتدخلين بأن هذه التصرفات جريمة يعاقب عليها القانون وهو الركن المعنوي لهذه الجريمة.

ثالثا: مخالفة إلزامية السلامة والأمن:

يقع على عاتق المتدخل أثناء وضع المنتجات للاستهلاك السهر على سلامتها وبأن أن لا تضر صحة المستهلك كما يجب أن يحترم شروط النظافة الصحية طبقا لما جاء في نصوص المواد من 04 إلى 08 من قانون حماية المستهلك، وإذا أخل بذلك وقام بعرض منتجات تهدد صحة وسلامة المستهلك لعدم تطبيقه القوانين والتنظيمات المعمول بها من حيث القواعد والنوعية⁽³⁾ يكون مخالفا للالتزام الملقى على عاتقه ويعاقب على ذلك.

أ- **الركن المادي:** يتجسد في تخلف المتدخل عن تحقيق السلامة المفروضة عليه في إنتاج المنتجات بصفة عامة، وعدم احترامه للنوعية الواجبة، وعدم احترام شروط النظافة

(1) - طبقا للنص المادة 25 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك: ((بالإضافة إلى ضباط الشرطة

القضائية والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم، يؤهل البحث ومعاينة مخالفات أحكام هذا القانون، أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك.))

(2) - علي فتاك، المرجع السابق، ص 443.

(3) - منال بوروح، المرجع السابق، ص 68.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

الصحية؛ وبالتالي وجود خطر يهدد سلامة المنتج ويعرض الدائن بالسلامة (المستهلك) لخطورة المنتجات بعد إقنتاءها واستعمالها⁽¹⁾.

ب- **الركن المعنوي:** مخالفة أمن المنتجات تعتبر جنحة ترتكب من طرف المتدخل، تتحقق بمجرد القيام بمخالفة معينة لقواعد السلامة عن قصد وإدراك⁽²⁾، باتجاه نية المتدخل لإلحاق الضرر بالمستهلك نتيجة ارتكابه لهذا الفعل المجرم قانوناً؛ باعتبار أن هذه المخالفة من الجرائم العمدية بأي صورة من صور الاعتداء على حق المستهلك في أمن المنتج⁽³⁾.

رابعاً: الإخلال بالالتزام المطابقة:

كما سبق وتطرقنا إليها أن سلامة وأمن المستهلك تقتضي ضرورة التزام المتدخل بمطابقة المنتجات للرغبة المشروعة أثناء عرضها للاستهلاك، غير أن هذا الأخير قد يتجاوز هذا الالتزام القانوني ولا يحقق منتوجه المطابقة للمواصفات القانونية والتنظيمية، إذ قد يعتمد بعض المتدخلين إلى الإخلال بحماية المستهلك عن طريق الإخلال في مواصفات المنتجات وذلك بمخالفة أحكام المادة 11 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، هو جريمة ضمن نطاق الجرح طبقاً لنص المادة 74 من نفس القانون وتتحقق هذه الجريمة بركنيها المادي والمعنوي⁽⁴⁾، إذ تتضمن القصد والامتناع؛ وذلك باتجاه إرادة الجاني إلى امتناعه عن القيام بالالتزام مطابقة المنتج، وعدم مراعاة المواصفات القياسية والقانونية.

(1) - دعبوز خديجة، بوطاوس ليديا، المرجع السابق، ص72.

(2) - الطاهر دلول، السايح بوساحية، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريعين الجزائري والعراقي، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، مج 06، العدد01، 2014، ص74.

(3) - ليلي بعناش، أثر الغش في عقد الأساس على تنفيذ الاعتماد المستندي، أطروحة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لحاج لخضر، باتنة، 2014/201، ص72.

(4) - زوية سامية، المرجع السابق، ص70.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

خامسا: جريمة الخداع:

نظرا لجشع بعض المتدخلين اللذين لا يهتمهم سوى حصد الأرباح ولو كان ذلك على حساب صحة وسلامة المستهلك؛ لذلك يلجأون إلى الخداع، وهو: أعمال وأكاذيب يرتكبها شخص لإظهار المنتج على غير حقيقته وإحاطته بمظهر مخالف لما هو عليه في الواقع، فهو تصرف من شأنه إيقاع أحد المتعاقدين في الغلط حول البضاعة⁽¹⁾، ولتحقق هذه الجريمة لا بد من توافر أركانها الثلاث: ركنه الشرعي المتمثل في النص عليها قانونا وكذا ركنيها المادي والمعنوي.

1. **الركن المادي:** في كل فعل يصدر من الجاني (المتدخل) لإيقاع المستهلك في غلط حول المنتج في صفاته، مصدره، مقداره، قابليته للاستعمال، تاريخ ومدد الصلاحية وغيرها، إذ لم يشترط المشرع وسيلة معينة في ذلك، فالمذكورة جريمة الخداع بهذا الشكل هي الجريمة بشكلها البسيط، فإذا اقترنت بواحد من الظروف في نص المادة 69 من قانون 03-09.

2. **الركن المعنوي:** لقيام جريمة الخداع؛ لا بد من ثبوت القصد الجنائي بعنصريه العلم والإرادة أي انصراف إرادة المتدخل إلى الخداع، أو بعلم المتدخل بأن الفعل مجرم ومعاقب عليه⁽²⁾.

خامسا: جريمة الغش

إن كان المتدخل بالخداع يستهدف تضليل المستهلك دون المساس بجوهر المنتجات أي دون إدخال تغيير على تركيبها، فإن الغش

الفرع الثاني: التدابير المتخذة والعقوبات الموقعة على المتدخل المخالف

سعى المشرع لحماية المستهلك من خلال قمع مخالفات المتدخلين؛ وذلك بفرض تدابير وقائية لضمان جودة المنتجات والتي من خلالها يضمن سلامة وصحة المستهلك

(1) - مسكين حنان، المرجع السابق، ص 142.

(2) - نوال حنين شعباني، مرجع سابق، ص 138.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

(أولاً) غير أن هذه التدابير لا تغني عن العقوبات الجزائية المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك، وفي هذا الإطار جاء المشرع في التعديل الأخير لقانون حماية المستهلك القانون رقم 09-18 بإصلاحات معتبرة من حيث النص على زيادة وإن كانت قليلة في الغرامات لم تكن موجودة في ظل القانون رقم 09-03 (ثانياً)

أولاً: التدابير المتخذة عند الإخلال بالقواعد المتعلقة بضمان الجودة

في حالة التأكد أن المنتج غير مطابق للمواصفات المنصوص عليها قانوناً، تتخذ السلطة الإدارية المختصة كافة التدابير التحفظية أو الوقائية الرامية إلى حماية صحة المستهلك ومصالحه؛ وذلك طبقاً لما جاء في نص المادتين 53 من القانون رقم 09-03 المستهلك المعدلة والمتممة بنص المادة 02 من القانون رقم 09-18 السالفين الذكر، والمادة 23 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، وتتمثل هذه التدابير في:

أ - رفض دخول المنتج المستورد:

طبقاً للنص المادة 54 من قانون رقم 09-03 فإنه يصرح بهذا الإجراء في حالة الشك بعدم مطابقة المنتجات المعنية؛ بهدف إجراء تحريات مدققة أو لضبط المطابقة، وهو نوعان رفض مؤقت فيكون إجراء قبلي تحفظي يهدف إلى التأكد من مطابقة المنتجات لمواصفات هو ذلك طبقاً للمادة 54 للفقرة 01، ورفض نهائي بعدي منع دخول المنتجات الغير مطابقة لمواصفاته؛ وذلك بعد إجراء التحريات والمعاینات لإثبات ذلك طبقاً لنص المادة 54 الفقرة 02⁽¹⁾.

ب - الإيداع: يتمثل الإيداع في وقف المنتج المعروض للاستهلاك بعد ثبوت أنه غير مطابق؛ قصد مطابقة المنتج المشتبه فيه من طرف المتدخل المعني.⁽²⁾

ت - السحب: في حالة عدم مطابقة المنتج الذي تم دراسته يتم سحبه من حيز

(1) - مقراني كمال، المرجع السابق، ص56.

(2) - طبقاً لنص المادة 55 الفقرة 02/01 من القانون 09-03 السالف الذكر.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

الاستهلاك من طرف المتدخل⁽¹⁾، والسحب نوعان مؤقت ونهائي وسنتطرق بالقليل من شرح لكل نوع على حدى فيما يلي:

1. **السحب المؤقت:** هو منع حائز المنتج من التصرف فيه في حالة المنتجات التي يمكن تزويرها أو الغش فيها أو الغير صالحة للاستهلاك، والتي تكون غير مطابقة للقوانين التي تشكل خطرا على صحة وأمن المستهلكين؛ ويتم هذا الإجراء قصد جعل البضاعة مطابقة أو تغيير اتجاهها، وهذا بعد إنذار صاحب المنتجات لإزالة سبب عدم مطابقتها، ويتم ذلك على نفقته⁽²⁾، وهو ما نصت عليه المواد 24 و 25 و 26 من المرسوم التنفيذي 90-39 السالف الذكر.

2. **السحب النهائي:** يتم هذا الإجراء في حالة التأكد من عدم مطابقة المنتج بعد إجراء التحليل اللازمة عليه ويثبت أن منتج خطير ويهدد سلامة المستهلك، كما ينفذ هذا الإجراء من طرف الأعوان دون رخصة مسبقة من السلطة القضائية المختصة طبقا لنص المادة 62 من القانون رقم 09-03 السالف الذكر في الحالات التالية:

- المنتجات التي يثبت أنها مزورة أو مغشوشة أو انتهت مدة صلاحيتها أو سامة.
- المنتجات المقلدة، والتي تم حيازتها دون سبب شرعي.
- المنتجات التي تم التأكد من عدم صلاحيتها.

كما يتحمل المتدخل على نفقته استرجاع المنتج المشتبه فيه إذا ما تم سحبه نهائيا⁽³⁾.

ث - **حجز المنتج غير مطابق وإتلافه:** يحق للأعوان بعد الحصول على إذن قضائي بحجز المنتجات التي ثبت أنها مضرّة على صحة وأمن المستهلك⁽⁴⁾، وتقوم المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش بإعلام المستهلكين عن المخاطر التي يشكلها

(1) - مامش نادية، المرجع السابق، ص 157.

(2) - بشيري محمد، المرجع السابق، ص 70.

(3) - انظر المادة 63 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

(4) - زوية سامية، المرجع السابق، ص 89.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

المنتج المحجوز (المسحوب من العرض)⁽¹⁾.

بعد الانتهاء من عملية الحجز يتم إتلاف المنتج غير مطابق وذلك بموجب قرار من الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش أو الجهة القضائية المختصة⁽²⁾.

ثانيا: العقوبات الموقعة على المتدخل المخالف في قانون حماية المستهلك:

لردع المتدخلين المخالفين وحثهم على تنفيذ التزاماتهم، فرض المشرع عقوبات في ظل القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك، كما احدث تعديلات فيما يخص بعض الغرامات في ظل القانون 09-18 المعدل والمتمم لهذا الأخير

1. العقوبة المقررة في حالة اكتشاف جريمة الخداع:

تعتبر جريمة الخداع من جرائم الاستهلاك، والتي تدرج ضمن جرائم الخطر، لا من جرائم الضرر؛ لأن آثارها تتجاوز الأضرار البسيطة، بل قد تمتد للمساس بصحة المستهلك⁽³⁾.

لذا فقد نص المشرع على العقوبات المطبقة على جنحة الخداع بنص المادة 68 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وأحال العقوبة المقررة لها للمادة 429 من قانون العقوبات في عبارتها : ((يعاقب بالحبس من شهرين إلي ثلاث سنوات وبغرامة من 200 إلي 20.000 دج، ويجوز الحكم إما بعقوبة الحبس أو بعقوبة الغرامة لكل جاني ارتكب جريمة الخداع، كما قرر المشرع نفس العقوبة على الشروع⁽⁴⁾ في جريمة الخداع".

كما شدد المشرع الجزائري من جريمة الخداع بنص المادة 69 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وذلك إذا تم خداع المستهلك بأي وسيلة من الوسائل

(1)- الطاهر دلول، السايح بوساحية، المرجع السابق، ص67.

(2)- مماش نادية، المرجع السابق، ص160.

(3)- زوية سامية مرجع سابق، ص99.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

المذكورة في المادة، حيث يعاقب الجاني بالحبس.

خداع المستهلك بأي وسيلة من الوسائل المذكورة في المادة، والعقوبة المقررة بالمادة 69 تنقرر في الحبس إلى خمس سنوات كحد أقصى، والغرامة ترفع إلى 500.000 دج.

وهذه العقوبة المقررة هي نفسها العقوبة المدرجة في المادة 430 من القانون العقوبات، غير أنه قبل تعديل 2006، لم يكن قد أدرج الغرامة المالية إلا أنه، وبعد التعديل الذي جاء به القانون 06-23 على قانون العقوبات قد عدل هذه المادة، وقرّر عقوبة الغرامة المالية إلى 500.000 دج.

وحتى يتحقق هذا التنظيم التشريعي المزدوج لجريمة الخداع في عقود الاستهلاك مبتغاه؛ لأبد من أن يحقق التنسيق والتكامل بين هذين النصين لتحقيق الحماية الأمثل للمستهلك.

2. العقوبة المقررة في حالة اكتشاف جريمة الغش:

نظرا لما يصاحب جريمة الغش من آثار سلبية على مصلحة المستهلك، من خلال المساس بحقه في الحصول على السلعة الملائمة من جهة، أو المساس بسلامته الصحية والأمنية⁽¹⁾، لذا فقد جرّم المشرّع فعل الغش تحقيقا للرغبة المشروعة للمستهلك.

فبالنسبة لعقوبة هذه الجريمة فقد قضت المادة 431 من قانون العقوبات على أنه: ((يعاقب الفاعل من سنتين إلى خمس سنوات، وغرامة مالية من 10.000 إلى 50.000، وترفع العقوبة للحبس من 05 إلى 10 سنوات وبغرامة من 500.000 إلى 1.000.000 دج)).

فتدّخل المشرّع لقمع ممارسات الغش والخداع ضمن مجال التجريم الجنحي، إنّما كانت الغاية من هذه النصوص بثّ الأمان والثقة في التعاملات، كما لها الدور الرئيسي

(1)-أمانة لطروش، جريمتي الخداع والغش في المواد الاستهلاكية، مجلة منازعات الأعمال، ع 02، جويلية-أوت 2014، ص 47.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

في حماية المستهلك من جميع الأضرار التي تلحق به

3. العقوبة المقررة في حالة مخالفة إعلام المستهلك:

يتسم الالتزام بالإعلام بالخاصية الوقائية المسبقة في حماية المستهلك، بتبصيره بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج، التي قد تدفعه للامتناع عن اقتنائه في حالة ما إذا أدرك أنه قد يلحق به ضررا.

لكن قد يخل المتدخل عن قيامه بهذا الالتزام، مما يشكل خطرا على سلامة المستهلك، لذا فقد جرّم المشرع هذا الفعل، واعتبره جريمة في نطاق الجرح، حيث يعاقب عليها بغرامة من 100.000 دج إلى مليون 1000000 دج كل من يخالف إلزامية الإعلام، طبقا لنص المادة 78 من القانون رقم 03-09 المتعلق رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدلة والمتممة بنص المادة 07 من 09-18.

4. العقوبة المقررة في حالة مخالفة مطابقة المنتجات للمواصفات المطلوبة:

تقتضي ضرورة سلامة وأمن المستهلك، التزام المتدخل بمطابقة المنتج للرغبة المشروعة أثناء عرضه للاستهلاك، غير أن المتدخل قد يتجاوز هذا الالتزام القانوني، ولا يحقق منتوجه المطابقة للمواصفات القانونية والتنظيمية.

وقد اعتبر المشرع مخالفة الالتزام بالمطابقة جريمة ضمن نطاق الجرح، معاقب عليها بغرامة من خمسين ألف (50.000) إلى خمس مائة ألف (500.000) دج.

وذلك في حالة عدم قيامه بعرض منتوجاته لرقابة المطابقة حتى يضمن عرض منتج سليم للاستهلاك⁽¹⁾، وتتحقق بمخالفة لأحكام نص المادة 12 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

(1)- ينظر إلى المادة 83 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتجات

5. العقوبة المقررة في حالة مخالفة أمن وسلامة المستهلك

إهمال المتدخل لواجبه على تقديم منتج آمن تعتبر الجريمة، نصت المادة 73 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، بعقوبة الغرامة المالية 200.000 دج إلى 500.000 دج لكل من يخالف إلزامية الأمن المنصوص عليها في المادة 10 من هذا القانون.

كما نجد أنّ المشرع قد نص على عقوبة أخرى فيما يخص إلزامية أمن المنتجات، وهذا بمقتضى المادة 83 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش حيث يعاقب الفاعل بالعقوبات المقررة في الفقرة الأولى من المادة 432 من قانون العقوبات، بالسحب من 10 إلى 20 سنة، وغرامة مالية من 500.000 دج إلى 1.000.000 دج.

وهذا ما يجعلنا نقف أمام إشكالية تعدّد الأوصاف للفعل الواحد، وأمام هذا الوضع، فالقاضي يختار الوصف الأشد عند وقوع الفعل الواحد، وأمام هذا الوضع للمادة 32 من قانون العقوبات⁽¹⁾.

إلى جانب العقوبات الأصلية السالف ذكرها، فقد نص المشرع صراحة على عقوبة المصادرة كعقوبة تكميلية، نظرا لأهميتها في الحماية من جرائم الاستهلاك، وذلك بمصادرة المنتجات، والأدوات المستعملة في ارتكاب المخالفات، طبقا للمادة 82 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁽²⁾.

واستنادا إلى هذا النص يمكن للقاضي الحكم بالمصادرة إضافة للعقوبات المنصوص عليها في المواد 68، 69، 70، 71، 73، من القانون 03-09، سالف الذكر.

وقد أقرّ المشرع الجزاء الردعي لهذه الجرائم لاندرجها ضمن جرائم المخاطر، وليس

(1) - تقتضي المادة 32 من قانون العقوبات على أنه: ((يجب أن يوصف الفعل الواحد الذي يحتمل عدّة أوصاف بالوصف الأشد بينهما)).

(2) - ينظر المادة 82 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

الفصل الثاني: الضمانات القانونية لتحقيق جودة المنتوجات

جرائم الأضرار فحسب.

من خلال إنجازي لهذه المذكرة يمكن القول: إن موضوع الجودة أصبح له أهمية كبرى سواء من الناحية القانونية و الاقتصادية، إذ أن حماية المستهلك في الوقت الراهن تزداد أهميتها أمام تعدد المنتجات ودخول الجزائر اقتصاد السوق وتفتحتها على الأسواق العالمية، وما ينتج عن ذلك من أضرار محقة بسلامة المستهلك الذي ت قصها الداربية والعلم بالمنتجات المتداولة بشكل رهيب بالأسواق؛ مما أوجب تدخل المشرع بتعزيز الرقابة والوقاية من المنتجات وحماية المستهلك من خلال فرض التزامات على المتدخل التقييد بها للتحري في جودة في الإنتاج، وضمان حصوله على منتجات تتطابق مع رغباته المشروعة، وكذا جملة المواصفات القانونية والقياسية .

كما أوجد أجهزة إدارية تسهر على رقابة الجودة في المنتجات، بالإضافة إلى أنه في حالة الإخلال المتدخل بالتزاماته يتحمل مسؤولية ذلك بجملة من العقوبات القانونية.

ومن خلال هذا البحث توصلنا إلى العديد من النتائج أبرزها:

- ✓ إن مبادئ الجودة التي اتفق عليها الباحثين؛ هي مبادئ أساسية في العمل عامة وفي الإسلام، على أن تربط في جميع أبعادها بالمفهوم القانوني للجودة والذي وضع رضا المستفيدين المرتبة الأولى، والبحث على التحسين والإتقان المستمرين، والنزول على تنمية الرقابة بجميع مستوياتها الذاتية والإدارية.
- ✓ إن متطلبات تحقيق الجودة هي متطلبات للعمل عامة في التصور الإسلامي وضرورات لتحقيق نجاحه وقبوله ، ابتداء من الاقتناع والإيمان بأهمية الجودة والتعاون والعمل الجماعي لتحقيقها.
- ✓ تعتبر الجودة أحد الدوافع الشرائية للمستهلك، إن لم نقل أنها أهم الدوافع كونها تتمثل في جملة الدوافع الأخرى من مدى احتياجه للمنتج، وكذا نوع السلعة وسعرها وشكلها ومواصفاتها ووقت ومكان الحاجة إليها.
- ✓ ألزم المشرع المتدخل بجملة من الالتزامات للتحقيق الجودة.

خاتمة:

✓ جرم المشرع الغش حيثما وقع كيفما وقع لما ينطوي عليه من خداع والتضليل يهز الثقة والامتحان اللذان هما ركيزة المعاملات.

بناء على النتائج السابقة نوصي بما يلي :

- 1 - من الضروري الاهتمام بتأصيل جودة المنتجات بصورة مستوفية وبدراسة علمية شاملة متكاملة.
- 2 - لا بد لتحقيق الجودة في المؤسسات الإنتاجية من توفير كل متطلباتها وهذا الأمر لن يتم في وقت قصير وإنما يتطلب وقت طويل لتحقيقه.
- 3 - نشر الثقافة الاستهلاكية السليمة في جمهور المستهلكين.
- 4 - العمل على تنظيم ندوات ولقاءات علمية لترسيخ أهمية الجودة.
- 5 - مكفاءة المنتخبين الذين يتوخون الجودة في منتجاتهم لتشجيعهم على ذلك.

قدمنا في هذا البحث قراءة لمفهوم الجودة في القانون وكيفية ضمانها ، وتعريف الجودة في الإنتاج، ومقومات الجودة في القانون، ووضحت نظرة القانون لها من خلال إيراد أدلة من النصوص التشريعية.

وهذه الدراسة كانت عبارة عن قراءة سريعة على بعض ما ورد في موضوع الجودة من نصوص قانونية.

خاتمة:

وأخيراً أسأل الله أن أكون وفقت في هذا العمل فما كان من توفيق فهو من الله وحده، وما كان من نسيان أو خطأ فإنه من نفسي ومن الشيطان.

الفضل لأهل العلم إنهم على الهدى لمن استهدى أدلاء
ضد كل امرئ جهله والجاهلون لأهل العلم أعداء
ففر بعلم ولا تطلب له بدلا فالناس موتى وأهل العلم

الإمام علي بن أبي طالب

❖ كتب القرآن والحديث وعلومهما:

- 1 القرآن الكريم برواية حفص (مصحف المدينة).
- 2 إسماعيل بن عمر بن كثير القرشي، تفسير القرآن العظيم ، تحقيق: سامي بن محمد سلامة ، مج7، سورة ص، دار الطيبة، د.ب.ن، 700-774هـ.
- 3 أحمد ابن حنبل المسند، ج 7، حديث رقم 7495، ج 8، حديث رقم 7926، ص126، حديث رقم 8006، ج9، حديث رقم 9906، ج16، حديث رقم 21735.
- 4 أحمد بن علي بن المثني بن يحيى بن عيسى بن هلال التميمي، مسند أبي يعلى، تح: حسين سليم أسد، دار المأمون للتراث، ط01، دمشق، سوريا، 1404 هـ-1984م، ج7، حديث رقم 4386. قال المحقق: إسناده لين.
- 5 أحمد بن الحسين بن علي بن موسى الخُسرَوِجَردِي البيهقي، شعب الإيمان، تح: الدكتور عبد العلي عبد الحميد حامد، مكتبة الرشد للنشر والتوزيع - الرياض، الدار السلفية - بومباي، الهند، ط01، 1423 هـ - 2003 م، ج7، حديث رقم 4930، بإسناد صحيح وفق ما ذكره محقق الكتاب.
- 6 - محمد ناصر الدين الألباني، سلسلة الأحاديث الصحيحة وشيء من فقهها وفوائدها، مكتبة المعارف، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1415هـ، 1995م، مج 03، الحديث رقم 1113.

❖ المعاجم:

- 7 محمد بن مكرم بن علي ابن منظور، لسان العرب، ج9، دار صادر، ط3، بيروت، لبنان، 1414هـ، مج1، باب الجيم.
- 8 - محمد مرتضى الحسيني الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، باب الدال، ج7، مطبعة حكومة الكويت، ط2، 1994.
- 9 - _____، قاموس الجودة والاعتماد، مركز ضمان الجودة جامعة الإسكندرية، مصر، د.س.ن.

❖ الكتب:

- 10 - إبراهيم عبد العزيز داود، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية، دار الجديدة، مصر، 2014.
- 11 - حميد عبد النبي الطائي وآخرون، إدارة الجودة الشاملة TQM الأيزو ISO، مؤسسة الوراق، ط1، الأردن، 2003.
- 12 - خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دار الفكر العربي، ط 02، مصر، 2011.
- 13 - خضر مصباح الطيبي، إدارة وصناعة الجودة، مفاهيم إدارية وفنية وتجارية في الجودة، دار الحامد، ط1، الأردن، 2011.
- 14 - الرشيد أحمد سالم خير الله، جودة وسلامة تصنيع الأغذية، أضواء إدارة الجودة الشاملة والهسب، فهرسة المكتبة الوطنية، ط1، السودان، 2014.
- 15 - زاهية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، الجزائر، 2009.
- 16 - سليمان مرقس، شرح القانون المدني، العقود المسماة عقد البيع، عالم الكتب، ط04، مصر، 1980.
- 17 - سمير محمد عبد العزيز، جودة المنتج بين إدارة الجودة الشاملة والايزو 10011، 9000، مطبعة الإشعاع، ط1، مصر، 1999.
- 18 - عبد الحق حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، مركز البحوث والدراسات، الإمارات العربية المتحدة، 2004.
- 19 - عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في الشرح القانون المدني، العقود التي تقع على الملكية، البيع و المقايضة، دار إحياء التراث العربي، ط 03، لبنان، 2003.
- 20 - عطا الله علي الزبون، خالد حمدان، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوي، عمان، الأردن، 2015.
- 21 - علاء فرج الطاهر، إدارة المواد والجودة الشاملة، دار الرابية، الأردن، ط1، 2009.
- 22 - علي سلمي، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للايزو 9000، دار الغريب، القاهرة، مصر، 2005.
- 23 - علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار

- الفكر الجامعي، ط01، مصر 2014.
- 24 - عمر وصفي عقيلي، المنهجية الكاملة لإدارة الجودة الشاملة، دار وائل، ط 1، عمان، الأردن، 2001.
- 25 - مأمون سليمان الدرادكة، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، دار صفاء، ط 1، الأردن، 2008.
- 26 - محمد الصريفي، الجودة الشاملة TQM، مؤسسة حورس، ط1، مصر، 2006.
- 27 - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
- 28 - محمد عبد العال النعيمي وآخرون، إدارة الجودة المعاصرة، دار البازوري، الأردن، 2009.
- 29 - محمد عبد الوهاب العزاوي، إدارة الجودة الشاملة، مدخل استراتيجي تطبيقي، دار إثراء، ط1، عمان، الأردن، 2010.
- 30 - محمد محمد أحمد أبو سيد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، دار الكتب العلمية، لبنان، 2004.
- 31 - محمود السلامة، جودة المنتج، دار الكتاب، القاهرة، مصر، 1967.
- 32 - محمود عبد الرحيم الديب، الحماية المدنية للمستهلك (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2011.
- 33 - محي الدين عباس الأزهري، بحوث التسويق بين المنهج العلمي والتطبيقي، دار الفكر العربي، مصر، 1978.
- 34 - منير نوري، سلوك المستهلك المعاصر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013.
- 35 - مهدي السامرائي، إدارة الجودة الشاملة في القطاعين الإنتاجي والخدمي، دار جرير، ط1، الأردن، 2007.
- 36 - نزار عبد المجيد البروراري، لحسن عبد الله باشيوة، مدخل للتمييز والريادة، مفاهيم وأسس وتطبيقات، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2011.
- 37 - يوسف حجيم الطائي، نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية، دار

اليازوري، الأردن، 2009.

❖ الأطاريح والمذكرات الجامعية:

أ/ الأطاريح:

- 38 - باديس بوخلوة، أثر تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة على المنتجات النفطية، أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2016.
- 39 - عامر سليمان أبو شريعة، الجودة في مؤسسات التعليم في الإسلام، كلية القيادة والإدارة، جامعة العلوم الإسلامية الماليزية، ماليزيا، د.س.ن.
- 40 - فاطمة بورقعة، قياس تأثير الصورة الذهنية للعلامة التجارية على ولاء المستهلك للعلامة التجارية، أطروحة دكتوراه، تخصص تسيير مؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة مصطفى إسطنبولي، الجزائر، 2017/2016.
- 41 - كريمة بركات، حماية أمن المستهلك في ظل اقتصاد السوق (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 29 ماي 2014.
- 42 - ليلي بعتاش، أثر الغش في عقد الأساس على تنفيذ الاعتماد المستندي، أطروحة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لحاج لخضر، باتنة، 2014/2013.

ب/ المذكرات الجامعية:

- 43 - نوال بن لحرش، جمعيات حماية المستهلك في الجزائر - دور فعالية-، مذكرة ماجستير، تخصص التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة - 1، الجزائر، 2013/2012.
- 44 - أمال قشو، موهوب ريمة، المسؤولية الدنية للمتدخل، مذكرة ماستر، تخصص عقود

- ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج، الجزائر،
2016/01/31.
- 45 - أنيسة زمالي، تفعيل الموارد البشرية في ظل إدارة الجودة الشاملة (بالمكتبة
المركزية)، تخصص علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي
تبسي، تبسة، الجزائر، 2016.
- 46 - بشيري محمد، آليات رقابة مطابقة المنتوجات في ظل قانون حماية المستهلك وقمع
الغش، مذكرة ماستر، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية،
جامعة ألكلي محند أولحاج، الجزائر، 2014/2013.
- 47 - جمال سعدي، الحماية القانونية للعلامات في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر،
تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج،
الجزائر، 2016.
- 48 - حفيظة مركب، الحماية التشريعية للمستهلك في جودة المنتج وخدمة، مذكرة
ماجستير، تخصص قانون، معهد العلوم الإدارية والقانونية، جامعة الجزائر،
2001/2000.
- 49 - حفيظة بتقة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مذكرة ماستر، تخصص عقود
ومسؤولية، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق وعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند
أولحاج، البويرة، الجزائر، 2013/2012.
- 50 - زكرياء مولاي، حماية المستهلك من الغش التجاري، مذكرة ماجستير، فرع قانون
حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2015-2016.
- 51 - سامية زوبة، حماية المستهلك في إطار استخدام المضافات الغذائية، مذكرة
ماستر، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند
أولحاج- البويرة-، الجزائر، 2017/12/09.
- 52 - سفير سماح، الآليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة
ماستر، تخصص قانون اجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الطاهر
مولاي، سعيدة، الجزائر، 2017/2016.
- 53 - سهام المر، التزام المنتج بالسلامة، دراسة مقارنة، كلية الحقوق، مذكرة ماجستير،

- جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2009/2008.
- 54 - صالحة العمري، حماية المستهلك في إطار قواعد المسؤولية المستحدثة لمنتج الدواء في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، د.س.ن.
- 55 - صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2014/2013.
- 56 - عماري الجيلالي، بكة سيد أحمد المولود، حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية (DEUA)، تخصص قانون أعمال، جامعة التكوين المتواصل، مركز شلف، الجزائر، 2012/2011.
- 57 - قدور لبراو، دور إدارة الجودة الشاملة في تحسين أداء العاملين في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة ماستر، تخصص اقتصاد عمومي وتسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، الجزائر، 2015/2014.
- 58 - كمال مقراني، رمضان زهير، الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة ماستر، تخصص قانون خاص شامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، الجزائر، 2017.
- 59 - ماجد محمد صالح، تحليل العلاقة بين أبعاد الجودة وتحقيق المنتج، دراسة استطلاعية لآراء المدراء، كلية الإدارة والاقتصادية، جامعة موصل، العراق، 2007.
- 60 - محمد زواغي، تحليل العلاقة بين جودة المنتج وسعره وأثرها على القرارات الشرائية للمستهلك، مذكرة ماجستير، فرع إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2010.
- 61 - محمد بودالي، دور المورد البشري في الرقابة على جودة المنتج، مذكرة ماجستير، فرع إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2011/2010.
- 62 - محمد مريخي، جمعيات حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج،

- الجزائر، 2015/2014.
- 63 - مريم خليفي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية، دفاثر السياسية والقانون، عدد 04، جامعة بشار، الجزائر، جانفي 2011.
- 64 - ملوك منصف، أثر شهادة الجودة على أداء المؤسسات الجزائرية، مذكرة ماجستير، فرع التقنيات الكمية في التفسير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2010/2009.
- 65 - منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون رقم 09-03، مذكرة ماجستير، تخصص قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، الجزائر، 2015/2014.
- 66 - ميري مالك، التزام المتدخل بالإعلام كألية لحماية المستهلك على ضوء المرسوم التنفيذي رقم 13-378، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، 2015.
- 67 - نبيل شلبي، التزامات المهني اتجاه المستهلك، رسالة ماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008/2007.
- 68 - نعيمة غدوشي، حماية المستهلك الإلكتروني، رسالة ماجستير، تخصص المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، الجزائر، 27 سبتمبر 2012.
- 69 - نوال شعباني (حنين)، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير تخصص المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، الجزائر، 2012/03/08.
- 70 - ويزة لحراري شالح، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقانون المنافسة، مذكرة ماجستير، تخصص قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، الجزائر، 2012/02/29.
- 71 - مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، د.ب.ن، د.س.ن، عدد 02.
- 72 - هشيموي وهيبة، حمودة نجوى، الحماية القانونية للمستهلك من الشروط التعسفية،

مذكرة ماستر، تخصص، قانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية،
جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، 2013/2012.

73 - جباري فادية، تأثير جودة الخدمة على رضا العميل، مذكرة ماجستير، كلية العلوم
الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر،
2011/2010.

74 - الياقوت جرعود ، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة
ماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، الجزائر،
2002/2001.

75 - جليل أمال، تأثير قانون حماية المستهلك على عقد البيع، مذكرة ماجستير،
تخصص قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران،
الجزائر، 2011/2010.

76 - كريمة حدوش، الالتزام بالإعلام في إطار قانون 03-09 المتعلق بحماية
المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق،
جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2012/2011.

77 - حسين فرحي، المسؤولية المدنية للمنتج، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال،
كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.

78 - حليلة عيادي، مدخل إلى إدارة الجودة لتقييم خدمات المرافق العامة، مذكرة
ماستر، فرع تنظيمات سياسية وإدارية، كلية العلوم الحقوق والعلوم السياسية، قسم
العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2013.

❖ المقالات والمدخلات:

79 - أمينة لطروش، جرميتي الخداع والغش في المواد الاستهلاكية، مجلة منازعات
الأعمال، ع02، جويلية - أوت 2014.

80 - جمال عياشي، قراءة للتقييس في ظل القانون الجزائري، الملتقى الوطني الخامس،
جامعة الدكتور يحي فارس، المدينة، الجزائر، ماي 2012.

81 - خالد بن عبد العزيز الفالح، جودة الصناعة... لاقتصاد متكامل ومستدام، الملتقى
والمعرض السعودي الدولي الثاني للجودة ، مركز الرياض الدولي للمؤتمرات، المملكة

- العربية السعودية، ماي 2018.
- 82 - خالد محمد السباطين، الحماية القانونية للمستهلك، الهيئة الفلسطينية المستقلة لحقوق المواطن، فلسطين، 2002.
- 83 - رحاجلية بلال، بوفاس الشريف، الالتزام بالموصفات القياسية كاستراتيجية لحماية المستهلك-حالة الجزائر-، الملتقى الوطني حول أثر التحولات الاقتصادية على المنظومة القانونية لحماية المستهلك، جامعة محمد الشريف، سوق أهراس، الجزائر، 08-09 ماي 2013.
- 84 - سامية بن جراف، دور مراقبة النوعية وضمان جودة المنتج الغذائي، مجلة الحقوق والحريات كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الرابع، أبريل 2017.
- 85 - الطاهر دلول، السايح بوساحية، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريعين الجزائري والعراقي، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، مج 06، العدد 01، 2014.
- 86 - عاشور مرزوق، محمد غربي، تسير وضمان جودة المنتجات الصناعية الجزائرية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، ع 02، جامعة شلف، الجزائر، د.س.ن. يتضمن إنشاء المعهد الجزائري للتقييس ويحدد قانونه الأساسي، ج.ر. عدد 10، الصادر في 1998/03/01. محمد حاج بن علي، مسؤولية المحترف عن أضرار ومخاطر تطور المنتجات المعيبة، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، الجزائر، د.س.ن.
- 87 - عدنان إبراهيم سرحان، حق المستهلك في الحصول على الحقائق (المعلومات البنائيات الصحيحة عن السلع والخدمات)، دراسة مقارنة في القانونين الإماراتي و البحريني، مجلة الفكر، العدد الثامن، جامعة الشارقة.
- 88 - غسان طيارة وآخرون، الجودة ودورها في التنمية الاقتصادية، منشور على موقع: <http://www.Dld.net/mangent/ariticle/tqm.h>، 2018/08/31.
- 89 - محمد عيشوني، مفاهيم أساسية عن الضبط الشامل للجودة وإدارة الجودة، د.ب.ن، 2005، تم نشره في موقع: <http://aichouni.Tripod.com>، 2018/08/16.
- 90 - محمد محبوب، مظاهر حماية المستهلك في ضوء التشريع المغربي، مجلة الفقه

- القانوني، تم نشره في الموقع: www.majalah.new.ma ، 2010/11/26.
- 91 - مواقي بناني أحمد، الالتزام بضمان السلامة (المفهوم، المضمون، أساس المسؤولية)، مجلة الفكر، العدد العاشر، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، د.س.ن.
- 92 - نصيرة بلحاج، الرقابة على مطابقة جودة المنتوجات، الملتقى الوطني الخامس لحماية المستهلك في ظل الخداع، كلية الحقوق، والغش التسويقي، جامعة يحي فارس، الجزائر، يومي 16-17 ماي 2012.
- 93 - يوسف حجيم الطائي، هاشم فوزي العبادي، دور جودة المنتج في إبهاج الزبون باستخدام نموذج كانو، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة.
- 94 - يوسف حوري، مسؤولية المنتج في القانون الجزائري، الملتقى الوطني الخامس، الحماية القانونية للمستهلك، جامعة الدكتور يحي فارس، الجزائر، يومي 16 و17/05/2012.

❖ النصوص القانونية:

- 95 - القانون 06-12 مؤرخ في 12/01/2012، يتعلق بالجمعيات، ج.ر. عدد 06
- 96 - القانون رقم 01-16 مؤرخ في 26 جمادى الأولى عام 1437 الموافق 6 مارس 2016 يتضمن التعديل الدستوري.
- 97 - القانون رقم 04-16 مؤرخ في 14 رمضان 1437 الموافق 19 يونيو سنة 2016 يعدل ويتمم القانون رقم 04-04 المؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو 2004 والمتعلق بالتقييس، ج.ر. العدد 37.
- 98 - القانون رقم 09-18 مؤرخ في 25 رمضان 1439 الموافق 10 يونيو 2018، ج.ر. العدد 35.
- 99 - القانون رقم 05-91 المؤرخ في 30 جمادى الثانية عام 1411 الموافق 06 يناير 1991، يتضمن تعميم استعمال اللغة العربية، ج.ر. العدد 03 معدل ومتمم.
- 100 - المرسوم التنفيذي رقم 14-18 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 02-454 السالف الذكر.

قائمة المراجع:

- 101 المرسوم التنفيذي رقم 147/89 المؤرخ في 1989/08/08، يتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزق وتنظيمه وعمله، ج.ر عدد 33، صادر في 1989/08/09 معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 03- مؤرخ في 2003/09/30 المتعلق ج.ر. عدد 59 الصادر في 2003/10/05.
- 102 المرسوم التنفيذي رقم 91-192 المؤرخ في 1991/01/01 المتعلق بمخابر تحليل النوعية، ج.ر. عدد 02، الصادر بتاريخ 1991/06/02.
- 103 المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المؤرخ في 2012/12/02، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلك واختصاصاته، ج.ر. عدد 56 الصادر في 2012/10/11.
- 104 المرسوم التنفيذي رقم 02-454 مؤرخ في 2002/12/21، متضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر. عدد 85، المعدل والمتمم.
- 105 المرسوم التنفيذي رقم 14-18 مؤرخ في 21 يناير 2014، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 02-454، متضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر. عدد 04.
- 106 المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها، ج.ر. عدد 04 الصادرة في 2011/01/23.
- ❖ المراجع الأجنبية:
- 107- Bouach Mohamed, Qualité des aliments et protection de la santé de consommateur, (RASJEP), Volume 36N°4, 1998.
2018/08/31 <http://www.Dld.net/mangent/ariticle/tqm.ht>

مقدمة	Erreur ! Signet non défini.
2	الفصل الأول: مفهوم جودة المنتجات
2	المبحث الأول: التعريف بجودة المنتجات
3	المطلب الأول: تعريف جودة المنتجات
3	الفرع الأول: تعرف الجودة.
4	أولاً: تعرف الجودة لغة
4	ثانياً: التعريف الاصطلاحي للجودة
5	أ- الجودة في الفقه الإسلامي
6	ب- الجودة في الفقه الاقتصادي
7	ج- الجودة من الناحية القانونية
9	الفرع الثاني: تعريف المنتجات
9	أولاً: التعريف الفقهي
10	ثانياً: التعريف التشريعي
12	المطلب الثاني: التطور التاريخي لجودة المنتجات
12	الفرع الأول: مرحلة الفحص والتفتيش (1900-1937 م)
14	الفرع الثاني: مرحلة مراقبة الجودة (1937-1960 م)
16	الفرع الثالث: مرحلة الضمان والجودة الشاملة (من 1960 إلى يومنا هذا)
18	المطلب الثالث: أنواع جودة المنتجات
18	الفرع الأول: الجودة المحدودة
19	الفرع الثاني: الجودة الشاملة
22	المبحث الثاني: أبعاد جودة المنتجات وأهميتها
22	المطلب الأول: أبعاد جودة المنتجات
22	الفرع الأول: جودة التصميم
24	الفرع الثاني: جودة الإنتاج
24	الفرع الثالث: جودة الأداء

26	المطلب الثاني: أهمية جودة المنتجات
26	الفرع الأول: أهمية جودة المنتج النسبة للمستهلك
27	الفرع الثاني: أهمية جودة الإنتاج بالنسبة للمنتج
30	المبحث الأول: تقييد التدخل بالتزاماته
30	المطلب الأول: إلزامية الإعلام والمطابقة
30	الفرع الأول: إلزام المتدخل بإعلام المستهلك
31	أولاً: مفهوم الالتزام بالإعلام
32	أ- تعريف الالتزام بإعلام فقها
32	ب- تعريف الالتزام بالإعلام تشريعاً
36	ثانياً: كيفية الإعلام عن جودة المنتجات
37	الفرع الثاني: إلزامية مطابقة المنتجات
38	أولاً: مفهوم الالتزام بالمطابقة
39	ثانياً: معايير الجودة المحددة قانوناً
42	المطلب الثاني: إلزامية ضمان العيب الخفي وسلامة المنتجات
43	الفرع الأول: إلزامية ضمان العيب الخفي في المنتج
43	أ- مفهوم العيب الموجب للضمان
44	ب- شروط العيب الموجب للضمان
45	الفرع الثاني: إلزامية ضمان السلامة والأمن
46	المبحث الثاني: آليات ضمان جودة المنتجات
46	المطلب الأول: الرقابة كوسيلة وقائية لضمان جودة المنتجات
47	الفرع الأول: مفهوم الرقابة على الجودة
48	الفرع الثاني: الأجهزة المكلفة برقابة جودة المنتجات
48	أولاً: وزارة التجارة
49	أ- مديرية الجودة والاستهلاك
49	ب- مفتشية مراقبة الجودة وقمع الغش على مستوى الحدود البرية والبحرية والجوية: ..
50	ثانياً: الهيئات الإدارية المتخصصة في حماية المستهلك

50	أ- المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزيم:
52	ب- المجلس الوطني لحماية المستهلك:
53	ج- جمعيات حماية المستهلك:
54	د- أجهزة التقييس:
	المطلب الثاني: إخلال المتدخل بالتزاماته والعقوبات المقررة عليها في قانون حماية
56	المستهلك
57	الفرع الأول: إخلال المتدخل بالتزامات
57	أولاً: الإخلال بالتزام بالإعلام
58	أ. الركن المادي:
58	ب. الركن المعنوي:
58	ثانياً: مخالفة إلزامية رقابة جودة المنتجات وجريمة عرقلة ممارسة الرقابة
59	ثالثاً: مخالفة إلزامية السلامة والأمن
60	أ- الركن المادي:
60	ب- الركن المعنوي:
60	رابعاً: الإخلال بالتزام المطابقة:
61	خامساً: جريمة الخداع:
61	1. الركن المادي
61	2. الركن المعنوي:
62	خامساً: جريمة الغش:
62	الفرع الثاني: التدابير المتخذة والعقوبات الموقعة على المتدخل المخالف:
62	أولاً: التدابير المتخذة عند الإخلال بالقواعد المتعلقة بضمان الجودة
64	ثانياً: العقوبات الموقعة على المتدخل المخالف في قانون حماية المستهلك
64	1. العقوبة المقررة في حالة إكتشاف جريمة الخداع:
65	2. العقوبة المقررة في حالة إكتشاف جريمة الغش:
66	3. العقوبة المقررة في حالة مخالفة إعلام المستهلك:
66	4. العقوبة المقررة في حالة مخالفة مطابقة المنتجات للمواصفات المطلوبة:

67.....	العقوبة المقررة في حالة مخالفة أمن وسلامة المستهلك
Erreur ! Signet non défini.	خاتمة