



كلية الحقوق

التزام البائع بإعلام المشتري وتبصيره في المرحلة السابقة على إبرام البيع

رسالة للحصول على درجة الدكتوراه في الحقوق
مقدمة من الباحث

رمضان المقطوف عمر عبد الله

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة :

الأستاذ الدكتور / حسام الدين كامل الأهواني
أستاذ القانون المدني وعميد الكلية الأسبق بكلية
الحقوق - جامعة عين شمس رئيساً

الأستاذ الدكتور / سعيد سليمان جبر
أستاذ القانون المدني ووكيل الكلية الأسبق بكلية
الحقوق - جامعة القاهرة عضواً

الأستاذ الدكتور / جابر محبوب علي
أستاذ ورئيس قسم القانون المدني بكلية الحقوق -
جامعة القاهرة مشرفاً وعضواً

2012 م



كلية الحقوق

التزام البائع بإعلام المشتري وتبصيره في المرحلة
السابقة على إبرام البيع

رسالة للحصول على درجة الدكتوراه في الحقوق
مقدمة من الباحث

رمضان المقطوف عمر عبد الله

تحت إشراف الأستاذ الدكتور

جابر محجوب علي

أستاذ ورئيس قسم القانون المدني بكلية الحقوق -
جامعة القاهرة

2012 م



قال الله تبارك وتعالى:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ

مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا﴾ . صدق الله العظيم

الآية 29 من سورة النساء

ومن وائلة بن الأسقع رضي الله عنه قال، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

" لا يحل لأحد أن يبيع شيئا إلا بين ما فيه، ولا يحل لأحد يعلم ذلك إلا بينه " .

رواه الإمام أحمد بن حنبل رضي الله عنه

الإهداء

إلى روح والدي ووالدتي

وفاء وبراءاً

إلى أساتذتي الأجلاء

تقديراً واحتراماً

إلى زوجتي الغالية وأبنائي

حُباً وحناناً

شكر وتقدير

رَبِّهِ أَوْزَعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَحْمَنَ صَلَاحًا تُرَضَاةً وَأَذْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ. صدق الله العظيم

الآية 19 من سورة النمل

الحمد لله، الذي أعطى كل شيء خلقه ثم هدى وأشهد أن لا إله إلا الله الذي علم الإنسان ما لم يعلم، وبين له سبيل السعادة في الدارين الدنيا والآخرة، وأشهد أن سيدنا ومعلمنا محمد ابن عبد الله سيد الأولين والآخرين وأفضل من جاء بالبينات والهدى، اللهم صل على وسلم عليه وعلى آله وصحبه ومن بسنته اقتدى.

وبعد،

فحقيق عليّ بعد الشكر والحمد والثناء لخالق الأرض ورافع السماء، أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى أستاذي الفاضل الأستاذ الدكتور/ جابر محبوب علي أستاذ ورئيس قسم القانون المدني بكلية الحقوق - جامعة القاهرة لتفضله بالإشراف على هذه الرسالة، وقد أحاطني بالرعاية والتوجيه والنصح والإرشاد، حيث لم يكن مقدراً لهذه الدراسة أن تظهر إلى الوجود لولا جهود أستاذي الذي قادها وأشرف عليها في كل خطواتها، حيث ساعدني في التغلب على كثير من الصعاب المنهجية التي واجهتني، والحق لم يخل عليّ ولا على هذه الدراسة أثناء قيامي بكتابتها بالنصح والإرشاد والتوجيه الدائم، وذلك بكل ما يملك من بصيرة نافذة ورؤية شاملة، وكما شملني بكرمه فأمدني من مكتبته الخاصة بالكثير من المراجع النادرة، مما كان له أكبر الأثر في نفسي للمضي قداماً في هذا الموضوع حتى خرج إلى النور، فله مني كل الوفاء والتقدير على ما لمسته وعاشته من خلق رفيع، لعالم محب للعلم وأهله، فأدام الله عليه الصحة وزاده علماً ورفعة في الدنيا والآخرة، وإن شاء الله في ميزان حسناته، وله مني جزيل الشكر والتقدير.

كما أتوجه بخالص الشكر والتقدير والاحترام للعالمين الفاضلين، الأستاذ الدكتور/ حسام الدين كامل الأهواني أستاذ القانون المدني وعميد الكلية الأسبق بكلية الحقوق - جامعة عين شمس، والأستاذ الدكتور/ سعيد سليمان جبر أستاذ القانون المدني ووكيل الكلية الأسبق بكلية الحقوق - جامعة القاهرة، لما شرفاني به من قبول الإشتراك في لجنة مناقشة هذه الرسالة، بالرغم من كثرة مشاغلهما وضيق وقتيهما، فلهما مني جزيل الشكر والعرفان، وجازاهما الله عني خير الجزاء.

(الباحث)

مقدمة

الحمد لله الذي علم الإنسان ما لم يعلم، وهدهد بعد الجهل والضلال وأرسي له في شرعه ما تستقيم به الحياة والأفهام ويعم به النفع على الأنام، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين، سيدنا ومعلمنا محمد صلى الله عليه وسلم، أرسله ربه إلى الناس كافة يمشياً وتذكيراً وداعياً إلى الله بإذنه وسراجاً منيراً.

موضوع الدراسة:

يعد عقد البيع من أهم العقود وأكثرها انتشاراً في حياتنا اليومية، فلا يكاد يمر يوم دون أن يُبرم عدداً من العقود، بموجبها يتصرف المرء إما في الفاضل من السلع والخدمات، وإما للتزود بها لإشباع حاجاته الفردية وتحقيق أغراضه.

وإزاء تعقد الحياة طرأ تطور على طرق وأساليب التعاقد، وظهر عدد من المتغيرات لعل أهمها تطور مفهوم مجلس العقد، ذلك التطور الذي نتج عن الثورة المعلوماتية والتي نبهت إلى خطورة اختلال التوازن وعدم التكافؤ بين البائع من جهة والمستهلك من جهة أخرى (1). والخطورة المشار إليها ليست هي الخطورة الوحيدة، بل نتج عن التطور السابق أن ظهرت إلى الأسواق سلعاً خطيرة بطبيعتها، هذه الخطورة الكامنة بالسلعة وضعت على عاتق المنتج التزاماً جديداً في مضمونه، هو الالتزام بالإعلام عن البيانات والمعلومات المتعلقة بالسلعة موضوع التعاقد.

فالمنتج يسعى من جانبه إلى نيل ثقة المستهلك، لأن هذه الثقة هي العامل الرئيسي لنجاحه، وفي المقابل يرغب المستهلك في الحصول على سلعة تشبع حاجاته وخدمة يستفيد منها (2).

وحقيقة أن الالتزام بالإعلام - على الرغم من أهميته - غير معلوم لدى المتعاقدين أو لنقل يتجاهله بعض المتعاقدين لاسيما طائفة البائعين، وهو في ذلك لا يختلف عن

1 - د. محمد حسام محمود لطفي، استخدام وسائل الاتصال الحديثة في التفاوض على العقود وإبرامها، دار النهضة العربية، طبعة عام 1993م، ص 2.

2 - د. أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، طبعة عام 2005م، ص 21.

فهرس الرسالة

الموضوع	رقم الصفحة
الإهداء	00
شكر وتقدير	00
المقدمة	01
الباب الأول: مضمون الالتزام بالإعلام	08
الفصل الأول: ماهية الالتزام بالإعلام	09
المبحث الأول: تعريف الالتزام بالإعلام وأهميته	10
المطلب الأول: تعريف الالتزام بالإعلام	10
المطلب الثاني: أهمية الالتزام بالإعلام قبل التعاقد	16
أولاً: حماية الدائن بهذا الالتزام	16
ثانياً: تحقيق العدالة العقدية	17
ثالثاً: ضمان سلامة المستهلك الجسدية والمادية	19
رابعاً: إخلال القاعدة الأخلاقية في نطاق الالتزامات القانونية	21
خامساً: معالجة قصور نظريتي عيوب الإرادة والضمن	25
1 - نظرية الغلط	26
2 - نظرية التدليس	28
3 - نظرية الضمان	30
المبحث الثاني: محتوى الالتزام بالإعلام	34
المطلب الأول: الالتزام بالإدلاء بالبيانات	35
الفرع الأول: الإعلام بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالحالة المادية للشيء المبيع	35
1- إعلام المشتري بعيوب المبيع	38
2- الالتزام بالإعلام في بيع الأشياء المستعملة	39
الفرع الثاني: الإعلام بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالحالة القانونية للشيء المبيع	41
الرأي الأول: حق الارتفاق المسجل كحق الارتفاق الظاهر	46
الرأي الثاني: حق الارتفاق المسجل كحق الارتفاق الخفي	46

المطلب الثاني: إعلام المشتري بطريقة استعمال الشيء المبيع ومكامن خطورته.....	49
الفرع الأول: الإعلام بالبيانات والمعلومات المتعلقة باستعمال الشيء المبيع.....	49
الفرع الثاني: إعلام المشتري بمكامن الخطورة (شروط التحذير الذي يتم به الإعلام).....	52
1 - وجوب أن يكون التحذير كاملاً.....	53
2 - وجوب أن يكون التحذير واضحاً.....	56
3 - وجوب أن يكون التحذير ظاهراً.....	59
4 - وجوب أن يكون التحذير لصيقاً بالمنتج.....	60
المطلب الثالث: كيفية تنفيذ البائع الالتزام بالإعلام.....	63
الفرع الأول: الوسائل التقليدية لإعلام المستهلك.....	64
أولاً: إعلام المشتري شفاهة.....	64
ثانياً: إعلام المشتري كتابة.....	66
الفرع الثاني: الوسائل الحديثة لإعلام المستهلك.....	68
أولاً: الوسائل الاقتصادية.....	68
1 - الكتالوجات.....	69
2 - الكوبونات.....	70
3 - عينة من السلعة.....	70
4 - الملصقات واللافتات الإعلانية.....	70
5 - النماذج والعلامات التجارية.....	71
6 - أوامر الشراء والفواتير.....	72
ثانياً: الوسائل التقنية لإعلام المشتري.....	73
1 - الإذاعة المسموعة.....	73
2 - الإذاعة المرئية (التلفزيون).....	74
3 - السينما.....	75
4 - الهاتف.....	75
5 - الحاسب الآلي.....	75
6 - الإنترنت.....	76

الفرع الثالث: الوسائل التشريعية لإعلام المشتري بحقيقة المبيع (نظرية العلم الكافي

- 77 بالمبيع) - الكيفية التي يتم بها الإعلام
- 77 1 - معاينة المشتري للمبيع
- 79 2 - بيان المبيع وأوصافه الأساسية في العقد
- 80 3 - إقرار المشتري في العقد بعلمه بالمبيع
- 83 الفصل الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام وأساسه وتمييزه عما يمكن أن يشتبه به
- 84 المبحث الأول: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام
- 85 المطلب الأول: الطبيعة العقدية وغير العقدية للالتزام بالإعلام
- 85 الرأي الأول: التزام البائع بإعلام المشتري ذو طبيعة غير عقدية
- 86 الرأي الثاني: التزام البائع بإعلام المشتري ذو طبيعة عقدية
- 88 رأينا الخاص
- 89 المطلب الثاني: مضمون التزام البائع بإعلام المستهلك
- 90 الرأي الأول: الالتزام بالإعلام محله بذل عناية
- 91 الرأي الثاني: الالتزام بالإعلام محله تحقيق نتيجة
- 92 رأينا الخاص
- 93 المبحث الثاني: الأساس القانوني للالتزام قبل التعاقد بالإعلام
- 95 1 - نص المادة 419 مدني مصري كأساس للالتزام البائع بالإعلام
- 96 2 - القوانين الخاصة بحماية المستهلك كأساس للالتزام بالإعلام
- 98 3 - التزام البائع بالضمان كأساس للالتزام بالإعلام
- 99 4 - الالتزام بالتعاون كأساس للالتزام بالإعلام
- 100 5 - المادة 148 / 2 مدني مصري كأساس للالتزام بالإعلام
- 100 6 - الالتزام بالتسليم كأساس للالتزام بالإعلام
- 101 7 - نظرية عيوب الإرادة كأساس للالتزام بالإعلام
- 102 8 - الالتزام بضمان السلامة كأساس للالتزام بالإعلام
- 103 9 - مبدأ حسن النية كأساس للالتزام بالإعلام
- 104 10 - صفة الاحتراف كأساس للالتزام بالإعلام
- 104 رأينا الخاص

المبحث الثالث: تمييز الالتزام بالإعلام في المرحلة السابقة لإبرام العقد عن

105	الالتزام العقدي بالتنصير
110	المطلب الأول: الالتزام العقدي الرئيسي
111	الفرع الأول: التزام الاستشاري القانوني
114	الفرع الثاني: التزام الاستشاري الهندسي
116	الفرع الثالث: التزام الاستشاري المحاسبي
119	المطلب الثاني: الالتزام العقدي الثانوي
119	1 - الالتزام بالإعلام في عقد البيع
122	2 - الالتزام بالإعلام في عقد الإيجار
125	3 - الالتزام بالإعلام في عقد الوكالة
128	4 - الالتزام بالإعلام في عقد التأمين
129	5 - الالتزام بالإعلام في عقد الوديعة
131	6 - الالتزام بالإعلام في عقد الكفالة
135	الباب الثاني: النظام القانوني للالتزام بالإعلام وجزاء مخالفته
137	الفصل الأول: أحكام الالتزام بالإعلام
139	المبحث الأول: شروط قيام الالتزام بالإعلام
141	المطلب الأول: جهل المستهلك بحقيقة المبيع جهلاً مبرراً مشروعاً
144	الفرع الأول: الاستحالة الموضوعية للاستعلام
146	الفرع الثاني: الاستحالة الشخصية للاستعلام (عرض وتطبيق)
146	أولاً: مفهوم الاستحالة الشخصية
146	الرأي الأول: المعيار الشخصي للاستحالة الشخصية للاستعلام
147	الرأي الثاني: المعيار الموضوعي للاستحالة الشخصية للاستعلام
147	الرأي الثالث: المعيار المختلط للاستحالة الشخصية للاستعلام
149	ثانياً: نماذج لحالات الاستحالة الشخصية للاستعلام
149	1 - انخفاض مستوى العلم والمعرفة في جانب المتعاقد
150	2 - الثقة المشروعة لدى المستهلك بسبب صفة أو اعتبار في البائع
151	أ - الثقة المشروعة في عقد الإذعان
154	ب - الثقة المشروعة في نطاق العقود النموذجية
157	ج - الثقة المشروعة في نطاق التعامل بين أفراد الأسرة والصداقة والجوار

158	د - الثقة المشروعة المرتكزة على المعلومات المقدمة من البائع
160	المطلب الثاني: علم البائع ببيانات ومواصفات المبيع
161	الفرع الأول: علم المدين بالبيانات ومواصفات المبيع
164	الفرع الثاني: التزام المدين بالاستعلام عن البيانات
165	أولاً: من حيث نطاق الاستعلام
165	1 - الالتزام بالاستعلام يتحدد على ضوء طبيعة البيانات الجاري البحث عنها
167	2 - أثر احتراف البائع على نطاق الالتزام بالاستعلام
168	ثانياً: طبيعة التزام البائع بالاستعلام من أجل الإعلام
168	الرأي الأول: التزام ببذل عناية
168	الرأي الثاني: التزام بتحقيق نتيجة
169	الرأي الثالث: التزام بالضمان
170	المطلب الثالث: أهمية البيان محل الإقضاء
175	المبحث الثاني: نطاق تطبيق الالتزام بالإعلام
176	المطلب الأول: نطاق تطبيق الالتزام بالإعلام من حيث الأشخاص
176	الفرع الأول: الدائن بالالتزام بالإعلام
185	الفرع الثاني: المدين بالالتزام بالإعلام
186	البائع المحترف
190	البائع الموزع
191	البائع المتخصص
193	البائع غير المتخصص
194	المجهز
195	البائع العرضي
197	المطلب الثاني: نطاق تطبيق الالتزام بالإعلام من حيث الأشياء
198	الفرع الأول: الأشياء الخطرة
199	1 - حالة ما إذا كان الشيء خطراً بطبيعته
200	2 - حالة الشيء الذي يحمل بين عناصره مسببات الخطر
200	3 - حالة الخطورة الناتجة عن تعقد الاستعمال
202	الفرع الثاني: الأشياء ذات التقنية العالية والمعقدة
205	الفرع الثالث: المنتجات الجديدة والحديثة الابتكار

208	المطلب الثالث: نطاق تطبيق الالتزام بالإعلام من حيث الوقت
212	الفصل الثاني: إثبات الالتزام وجزاء الإخلال به
213	المبحث الأول: إثبات الالتزام بالإعلام
215	المطلب الأول: محل الإثبات
218	المطلب الثاني: عبء الإثبات
219	الفرع الأول: عبء الإثبات وفق ما تقضي به القواعد العامة
221	الفرع الثاني: الاتجاه التقليدي في الأخذ بتحميل المستهلك (الدائن) عبء الإثبات
225	الفرع الثالث: الاتجاه الحديث في تحميل البائع (المدين) عبء الإثبات
233	المبحث الثاني: جزاء مخالفة الالتزام
	المطلب الأول: جزاء الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام من خلال نظرية
235	عيوب الإرادة ونظرية الضمان
236	الفرع الأول: جزاء الإخلال بالالتزام من خلال نظرية عيوب الإرادة
236	أولاً: نظرية الغلط
240	ثانياً: نظرية التدليس
243	الفرع الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام من خلال نظرية الضمان
251	المطلب الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام وفقاً للمادة 408 من القانون المدني الليبي
256	المطلب الثالث: جزاء الإخلال بالالتزام وفقاً للقواعد المسؤولية التقصيرية
258	الفرع الأول: المسؤولية المبنية على الخطأ واجب الإثبات
259	أولاً: طبيعة المسؤولية
259	الرأي الأول: المسؤولية العقدية
261	الرأي الثاني: المسؤولية التقصيرية
262	رأينا الخاص
264	ثانياً: شروط قيام المسؤولية
265	الشرط الأول: الخطأ كشرط لقيام المسؤولية
267	الشرط الثاني: الضرر
270	الشرط الثالث: علاقة السببية
272	العقوبة الخاصة في عقد قرض الاستهلاك
277	الفرع الثاني: المسؤولية الموضوعية المبنية على وجود العيب
277	أولاً: أساس المسؤولية

279	ثانياً: شروط قيام المسؤولية
280	الشرط الأول: وجود العيب
282	الشرط الثاني: الضرر
284	الشرط الثالث: علاقة السببية
289	خاتمة الرسالة
301	مراجع الرسالة
301	أولاً: مراجع باللغة العربية
301	أ - كتب الفقه الإسلامي
301	ب - المراجع العامة
305	ج - المراجع الخاصة
310	د - الرسائل
313	هـ - المجموعات الفنية
314	ثانياً: مراجع باللغة الفرنسية
317	مواقع الإنترنت
318	قائمة المختصرات
319	فهرس الرسالة

مستخلص الرسالة

تناولت هذه الدراسة التزام البائع بإعلام المشتري وتبصيره في المرحلة السابقة على إبرام البيع، ونظراً لأهمية الموضوع على المستويين العلمي والعملي ولاسيما في عقد البيع وما يتبعه من إشكالات، جاءت هذه الدراسة لتوضيح ماهية الالتزام وآثاره، وتطوره، ودراسة النصوص والاجتهاد القضائي في هذا الموضوع.

ومن خلال الدراسة، نرى أن تقديم الحماية للمستهلك يستلزم فرض التزام على عاتق المنتج والصانع والبائع والموزع بإعلام المستهلك بكافة البيانات والمعلومات، وكذلك المواصفات المتعلقة بالمبيع، لتتوفر إرادته واختيار السلعة المناسبة لظروفه وإمكانياته وإيضاح وجوه الخطورة والاحتياطات الواجب اتخاذها فيما يتعلق باستخدامها، بحيث يقدم على إبرام العقد بإرادة حرة مستنيرة.

وعليه، فإن هذا البحث يتضمن بابين، تعرضت في الباب الأول لمضمون الالتزام بالإعلام، وخصصت الباب الثاني للحديث عن أحكام الالتزام بالإعلام وجزاء الإخلال به، وهو بدوره يتضمن الآثار المترتبة على عدم تنفيذ الالتزام، ثم خلصت إلى مجموعة من النتائج والتوصيات تضمنتها خاتمة الرسالة.

توقيع المشرف

الأستاذ الدكتور / جابر محجوب علي