مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الالكتروني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري

الأستاذ عزوز سعيدي
كلية الحقوق والعلوم السياسية
جامعة لونيسي علي البليدة2

ملخص:
لقد تطرق البحث بدراسة وتحليل مجمل المقتضيات التي بررت وجوب توفير حماية المستهلك الالكتروني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري سواء تعلق الامر بالمقتضيات التقنية الفنية التي تخص خصوصيات الوسط والوسيلة اللتان يتم ابرام العقود الالكترونية فيهما، او المقتضيات القانونية التي تمثلت في قصور النصوص القانونية التقليدية في توفير حماية فعالة للمستهلك الالكتروني في ظل الظروف الراهنة.
الكلمات المفتاحية: المستهلك الالكتروني، الشبكة العنكبوتية، الحماية.

Résumé :
la recherche portait sur l'étude et l'analyse de toutes les exigences justifiant la nécessité d'une protection du consommateur électronique dans la loi de protection de consommateur et répression de fraude, qu'il s'agisse des exigences techniques liées aux spécificités du support et des moyens de contractualisation électronique ou des contraintes juridiques, En fournissant une protection efficace au consommateur électronique dans les circonstances actuelles**.**
Mots clés : le consommateur électronique, l'internet, la protection.

مقدمة:

لقد ظل الحضور المادي للبائع والمشتري لحقبة طويلة من الزمن امًرا لا يتم البيع الا به، غير ان الإقلاع عن أنواع المعاملات التقليدية اضحى ضرورة حتمية نتيجة سرعة التطورات التكنولوجية التي أحدثت ثورة غير مسبوقة على مختلف المفاهيم التقليدية اين مهدت الطريق الى بروز نوع جديد من المعاملات لم تكون معروفة منذ ازمنة غابرة والتي تستعمل فيها وسائل الاتصال الحديثة على راسها الشبكة العنكبوتية، وامام هذه المتغيرات ظهرت اشكال جديدة من العقود اطلق عليها مسمى العقود الالكترونية التي بدورها افرزت عن ظهور نوع جديد من المستهلكين وهو ما اطلق عليه بالمستهلك الالكتروني، ولما كان المعاملات في البيئة الرقمية تتمتع بخصوصيات كثيرة يطرح الاشكالية الاتية: **ما مدى توفير وملائمة قانون حماية المستهلك وقع الغش الجزائري في توفير حماية للمستهلك الالكتروني ؟**

وهو ما سنحاول الإجابة عليه في هذا المقال الذي ارتأينا تقسيمه الى محورين رئيسيين كما يلي:

1. مفهوم المستهلك الالكتروني؛
2. مبررات توفير حماية للمستهلك الالكتروني.

أولاً- مفهوم المستهلك الالكتروني:

قبل التطرق الى عرض الأسباب التي دعت الى توفير الحماية للمستهلك الالكتروني ارتأينا انه من الأهمية ببيان مفهوم المستهلك الالكتروني كونه من المفاهيم الحديثة التي تستوجب منا اعطاءها حقها من الدراسة، غير ان تحديد تعريف المستهلك الالكتروني يتطلب في بادئ الامر الاخذ بتعريف المستهلك بشكل عام سواء من منظور فقهي، او من منظور قانوني على ان نقوم في الأخير بإعطاء تعريف للمستهلك الالكتروني حسب التفصيل الاتي.

1- التعريف الفقهي للمستهلك:

لقد انقسم الفقه في تحديد مفهوم المستهلك الى اتجاهين أحدهما ضيقه، والجانب الاخر وسعه ليشمل أكبر قدر من المستهلكين الذين يمكنهم التمتع بالحماية المقررة في قوانين حماية المستهلك وفقا لما يلي:

1-1- الفقه المضيق لمفهوم المستهلك:

يعد المستهلك وفقا لهذا الاتجاه كل شخص طبيعي يتصرف لإشباع حاجاته الخاصة وحاجات من يعولهم من الأشخاص وليس لإعادة بيعها او تحويلها او استخدامها في نطاق مهنته او مشروعه، فالمستهلك هو الذي يسعي لتحقيق احتياجاته الشخصية او احتياجات افراد اسرته[1]، وقد وصل التشدد في تضييق مفهوم المستهلك حسب انصار هذا الاتجاه الى استبعاد صفة المستهلك حتى عن الشخص الذي يتصرف لأغراض مهنية بشكل جزئي وعن المهني الذي يتصرف لغرض مهني حتي ولو كان خارج مجال اختصاصه على أساس ان هذا الأخير يكون اقل جهلا من المستهلك الذي يتصرف لأغراضه الشخصية اذا ما واجه احدهما مهنيا محترفا اثناء تعاقدهما معه، مما يجعل المستهلك اكثر حاجة للدفاع عنه[2].

وقد ذكر في هذا الصدد بعض الفقهاء مجموعة من التعريفات للمستهلك نذكر منها ما يلي:

المستهلك هو:" **كل من يبرم تصرفا قانونيا يهدف الى اشباع احتياجاته الشخصية والعائلية من السلع والخدمات**"[3].

اما اخر فقد عرفه على انه:" **كل شخص يقتني او يستعمل مالا او خدمة لتحقيق هدف شخصي او عائلي، سواء تعلق الامر باقتناء منقولات او عقارات دون ان يكون لهذا الاقتناء أي هدف مهني**"[4].

فالمتأمل لهذه التعريفات بمجملها وان اختلفت في مبانيها اللفظية الا انها تصب في معنى واحد، اذ تخرج كل من يتعاقد لأغراض مهنية او لأغراض مزدوجة مهنية وشخصية في الوقت ذاته من نطاق الحماية التي يكفلها التشريع للمستهلك، وتدخل في دائرة هذه الحماية كل من يتعاقد من اجل التزود بالسلع والخدمات لإشباع حاجاته الشخصية او حاجات من يعولهم[5].

1-2- الفقه الموسع لتعريف للمستهلك:

على عكس أنصار الاتجاه المضيق في إعطاء مفهوم للمستهلك، ظهر بعض الفقه الموسع الذي يقول بضرورة الاخذ بالمفهوم الواسع للمستهلك ليشمل اشخاص اخرين او كل من يتعاقد من اجل الاستهلاك، ولهذا عرف المستهلك على انه كل

شخص طبيعي او معنوي يبرم تصرفا قانونيا للحصول على منتوج بقصد ان يكون هو او ذويه المستعمل النهائي له وتمتد نفس الصفة الى المهني الذي يتعاقد خارج مجال اختصاصه.

فالمستهلك إذا هو من تنتهي عنده دورة السلعة أيا كان الغرض من استعمالها، لذا يستبعد من هذا المفهوم من يشتري سلعة او خدمة أيا كانت من اجل إعادة بيعها ثانيا[6].

كما يلاحظ من هذا الاتجاه وسع أيضا من مفهوم المستهلك ليشمل حتى الشخص المعنوي، والعبرة وفقا لأنصار هذا الاتجاه تكمن في ان الشخص المعنوي يمكن ان يكون هو بدوره في مركز ضعف سواء اقتصاديا او فنيا، اذ قد يمارس نشاطا مهنيا لا يحصل عليه من موارد مالية، ومن ثم فهو يشبه المستهلك الذي يتعاقد للحصول على المنتجات لإشباع حاجاته الشخصية، اما الضعف من الناحية الفنية يكون حينما لا يتمتع الشخص المعنوي بالقدرة الفنية على اقتناء المنتوجات تماما مثل المستهلك العادي[7].

2- التعريف القانوني للمستهلك:

ان تحديد تعريف المستهلك يكتسي أهمية كبيرة، فهو المعيار الذي يتم بموجبه تحديد الشخص المقصود بالحماية، وهذا ما دفع بنا الى محاولة تحديد مفهومه وفقا للتشريع الجزائري وكذا التشريع الفرنسي والمصري لكونهما المصدران التاريخيان للتشريع الجزائري.

2-1- تعريف المستهلك في القانون الفرنسي:

لقد نصت المادة الثانية من القانون الفرنسي رقم 78-22 المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الائتمان على انه**:" يطبق القانون الحالي على كل العمليات التي تمنح عادة للأشخاص التبيعين او المعنويين والتي لا تكون مخصصة لتمويل نشاط مهني"**[8].

غير انه وفي سنة 1993 وبصدور القانون الفرنسي في26 جويلية 1993 فقد عرف المشرع الفرنسي المستهلكين بأنهم**:" الأشخاص الذين يحصلون او يستعملون المنقولات او الخدمات لاستعمال غير مهني"**[9].

وما يلاحظ على هذا التعريف ان المشرع الفرنسي اخذ بالمعيار المضيق في تعريف المستهلك من جهة، وقد جاء هذا القانون خاليا من أي تعريف للمستهلك الالكتروني من جهة مقابلة.

2-2- تعريف المستهلك في القانون المصري:

عرف القانون المصري رقم 67 لسنة 2006 بشأن حماية المستهلك في مادته الأولى المستهلك بانه**:" كل شخص تقدم اليه أحد المنتوجات لإشباع احتياجاته الشخصية او العائلية او يجري التعامل او التعاقد في هذا الخصوص".**

ويقصد بالشخص بمفهوم هذه المادة:" **الأشخاص الطبيعية والمعنوية ومنها الشركات بجميع اشكالها والكيانات الاقتصادية والجمعيات والاتحادات والمؤسسات والمنشئات والروابط والتجمعات المالية وتجمعات الأشخاص على اختلاف طرق تأسيسها**"[10].

يلاحظ من خلال التمعن في نص هذه المادة من اول نظرة ان المشرع المصري قد اخذ بالمفهوم الواسع للمستهلك من خلال استعماله لفظ (كل شخص)، غير انه يتنين ويتضح لنا من عبارة احتياجاته الشخصية او العائلية على انه استقر على الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك. كما ان المشرع المصري لم يقوم بإيراد أي تعريف او مفهوم للمستهلك الالكتروني.

2-3- تعريف المستهلك في القانون الجزائري:

لقد افرد المشرع الجزائري المستهلك بقانون خاص به منذ بداية سنة 1989 وذلك بموجب القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (ملغي)، ثم اتبع هذا القانون بمجموعة من المراسيم التنفيذية الى ان تم الغاءه واستبداله بموجب القانون 09-03 الجديد، وقد خرج المشرع الجزائري في هذه النصوص عن قاعدة ترك مهمة وضع التعريفات للفقه بالنسبة لتحديد مفهوم المستهلك، بحيث تضمنت جل القوانين التي أصدرها في هذا المجال مصطلح المستهلك حتى لا يترك أي مجال للاختلافات والتأويلات الفقهية.

وبالاطلاع على مجمل النصوص القانونية نجد ان المشرع الجزائري قد تطرق لتعريف المستهلك أولا في نص المادة 9/2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش اذ عرف المستهلك في هذا النص على انه:" **كل شخص يقتني بثمن او مجانا منتوجا او خدمة للاستهلاك الوسيط او النهائي، لسد حاجياته الشخصية او حاجة شخص اخر او حيوان يتكفل به**"[11].

كما وجاء كذلك القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في مادته الثالثة بتعريف للمستهلك بنصها:" **هو كل شخص طبيعي او معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع او يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني**"[12].

اما القانون رقم 09-03 الجديد تحديدا في مادته 1/3 تطرقت الى وضع تعريف للمستهلك بقولها:" **المستهلك كل شخص طبيعي او معنوي يقتني بمقابل او مجانا سلعة او خدمة موجهة للاستعمال النهائي من اجل تلبية حاجاته الشخصية او تلبية حاجة شخص اخر او حيوان يتكفل به**"[13].

ومن خلال استقراءنا لمجمل هذه النصوص القانونية نجد ان المشرع الجزائري قد تبني المفهوم الضيق للمستهلك اذ قصر مفهومه على الشخص الذي يقتني منتوجات او خدمات من اجل الاستعمال الشخصي فقذ دون المهني، كما وجاءت هذه المواد مثلها مثل القانون الفرنسي والمصري خالية من أي تعريف او إشارة للمستهلك الالكتروني.

من خلال ما سبقنا التطرق اليه يتبين ان معظم التشريعات المقارنة لم تتطرق الى تعريف مصطلح المستهلك الالكتروني وذلك لقلة التطبيقات العملية خاصة في الدول النامية، اذ ان معظم عمليات الاستهلاك تتم بطريقة تقليدية، كما ان معظم هذه التشريعات عرفت المستهلك من خلال الهدف الذي يسعي اليه وهو اشباعه لحاجاته او حاجات من يعولهم، وليس من خلال الوسيلة المستخدمة في العاقد.

ولذا فإن التعريف بالمستهلك الإلكتروني هو تعريف يقوم على أساس الوسيلة المستخدمة في إشباع الحاجات والرغبات، إذ أن المستهلك يقوم باستخدام جهاز إلكتروني مرتبطبشبكة الإنترنت يُعينه على بحث السلعة أو الخدمة التي يريدها ومن ثم يقدم على طلبها وتعبيره بالقبول لها ومن ثم السير في إجراءات التعاقد بالطرق الإلكترونية ومن ثم الحصول على السلعة أو الخدمة إما بشكل إلكتروني أيضا أو عن طريق الاستلام اليدوي، فالعبرة هنا تكمن في طريقة اختيار المنتج أو السلعة وطريقة إبرام العقد، أما التنفيذ فقد يتم إلكترونيا وقد يتم بشكل تقليدي[14].

ولذلك يمكن تعريف المستهلك الالكتروني على انه:**" كل من يقوم باستعمال السلع او الخدمات لإشباع حاجاته او حاجات من يعولوهم ولا يهدف الى إعادة بيعها او تحويلها او استخدامها في نشاطه المهني، وان يقوم التعاقد بشأن تلك السلع والخدمات بالوسائل الالكترونية الحديثة"**[15].

ثانياً- مبررات حماية المستهلك الالكتروني:

انه وباتساع استخدام الشبكة العنكبوتية في ابرام مختلف المعاملات الالكترونية عبر مختلف انحاء المعمورة، ونظرا لخصوصيات هذا الوسط الذي تبرم فيه هذه المعاملات فان مسالة حماية الطرف الضعيف من هذه العلاقة وهو المستهلك الالكتروني قد بدا يتبلور مفهومها على صعيد مختلف التشريعات القانونية الوطنية منها والدولية، ولكن هذه الحماية ظهرت نتيجة مقتضيات عديدة منها ما يعود للطبيعة التقنية للوسط الذي تبرم فيه هذه المعاملات، ومنها مقتضيات قانونية سنتطرق اليها بنوع من التفصيل كما يلي:

1- مقتضيات حماية المستهلك الالكتروني التقنية:

يمكن حصر مقتضيات حماية المستهلك الالكتروني التقنية فيما يلي:

1-1- تطور شبكة الانترنت:

لقد ظهرت العديد من التقنيات والأدوات التي ساهمت كثيرا في تطوير الشبكة العنكبوتية مما جعلها من احدث الخدمات التقنية التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الكمبيوتر فمن خلالها يمكن الوصول الى اكبر عدد ممكن من السلع والخدمات بطريقة سهلة وسريعة، وعليه فان التطور التقني في هذا المجال يعد جانبا واقعيا علميا يأتي بتطورات مستمرة، مما ينبغي ان يقود الى تحسين وتمتين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك، بهدف الحصول على افضل أداء للممارسات التجارية الالكترونية[16]، غير

ان التطور التقني قد يكون له جانب سلبي يتجسد في قهر المستهلك بطريقة عدائية، مما سيؤثر حتما على الوصف القانوني لعقد التجارة الالكترونية عبر الشبكة العنكبوتية مقارنة بالبيع التقليدي الذي يتم في موطن ومحل إقامة المستهلك.

1-2- حاجة المستهلك الى الخدمات الالكترونية:

ان حاجة المستهلك الى السلع والخدمات الالكترونية التي تقدم عبر شبكة الانترنت(كالخدمات السياحية، والمصرفية، والتامين، وبيع تذاكر الطيران، والحجز في الفنادق...الخ)، تدفعه الى الاقبال عليها وابرام التصرفات من خلال الشبكة العنكبوتية، فحاجة المستهلك للخدمات الالكترونية تنبع من كونها توفر منتجات وخدمات ذات جودة عالية وبأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع التجارية مما يؤدي الى زيادة المنافسة بين هذه المواقع لتقديم افضل الخدمات[17]، غير انه وبالرغم من حاجة المستهلك لهذه الخدمات الى انه قد يفتقر الى الخبرة والدراية والمعرفة في مجال تكنولوجيا المعلومات الامر الذي يدفعه الى الدخول في علاقات من خلال مواقع وهمية تعرضه للاحتيال والخداع[18]، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن حماية للمستهلك بشكل ملح وواضح[19].

2- مبررات توفير الحماية للمستهلك القانونية:

ان اهم المبررات التي دفعت الى وجود توفير حماية للمستهلك الالكتروني تتمثل أساسا في قصور النصوص القانونية التقليدية في توفير حماية للمستهلك الالكتروني، فمثلا لو تمعنا في مجمل القواعد التي قررها المشرع الجزائري لحماية المستهلك العادي بموجب القانون رقم 03/09 والنصوص التنظيمية الصادرة بشأنه، يمكن القول بانه وان كانت هذه القواعد على درجة عالية من الأهمية في حماية المستهلك التقليدي، فأنها لا تصلح لحماية المستهلك الالكتروني الذي يبرم تعاقداته في طبيعة تقنية لكونها تتسم بخصوصيات تميزها عن المعاملات التقليدية اين يلتقي المستهلك العادي بالمهني وجها لوجهن ويتم التعاقد بشكل مادي وملموس، عكس المستهلك الالكتروني الذي يبرم تعاقدات بدون الحضور المادي للمتعاقدين من جهة، ودون إمكانية معاينة السلعة او الخدمة بشكل ملموس، مما يجعله ادعى للحصول على ضمان اكبر وتبصير اعمق بمحل التعاقد حتي يكون على بينة بما هو مقدم عليه[20].

كما ونجد ان المشرع الجزائري وان كان قد أشار في المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الى تقنيات الاتصال عن بعد وإمكانية استعمالها في التعاقد حيث عرفها بموجب المادة 22/3 بنصه على انها:" **كل وسيلة بدون الحضور الشخصي والمتزامن للمستهلك والمتدخل يمكن استعمالها لإبرام العقد بين هذين الطرفين**"[21].

غير انه يبرز جانب النقص في عدم تنظيم المشرع لكيفية ابرام العقود بهذه الوسيلة، كما لم ينظم أساليب اعلام المستهلك الالكتروني عن طريق هذه الوسائل، كما لم يتناول مسألة الضمان هل يتم استبدال شهادات الضمان الورقية بشهادات ضمان الكترونية[22]، وغيرها من المسائل التي لم تشير اليها النصوص القانونية الحالية التي قلنا انها لا تستجيب لمعايير توفير الحماية للمستهلك الالكتروني في ظل ضرورة التحول نحو الاقتصاد الرقمي.

خاتمة.

ان الثورة التكنولوجية التي نعيشها في حاضرنا هذا قد ولجت ودخلت لكافة مجالات الحياة الإنسانية لاسيما منها المجالات التجارية، وقد احدث هذه التطورات ثورة غير مسبوقة على المفاهيم التقليدية، ولما كان المستهلك الجزائري بدوره ليس بمعزل عن هذه البيئة، كان لزاما على التشريع الجزائري ان يواكب بدوره هذه المتغيرات العصرية، وذلك بتنظيمها والاحاطة بجميع جوانبها بموجب نصوص قانونية فعالة حتى تعطي ثقة وحماية اكثر للمتعاملين في البيئة الرقمية التي لا تحصرها الحدود التقليدية والجغرافية لدول المعمورة، وعليه لابد على المشرع الجزائري تحيين منظومته القانونية بالتعجيل في اصدار القانون الخاص بالتجارة والمعاملات الالكترونية، او على الأقل تعديل القانون 09-03 وتضمينه نصوص قانونية خاصة بحماية المستهلك الالكتروني بما يتماشى مع الطبيعة الخاصة بهذه الأخيرة.

الهوامش والمراجع المعتمدة:

(1)_نبيل محمد احمد صبيح، حماية المستهلك في التعاملات الالكترونية (دراسة مقارنة)، مجلة الحقوق، عدد09، الكويت، 2007، ص147.

(2)_ ليندة عبد الله، المستهلك والمهني مفهومان متباينان، مداخلة مقدمة لأشغال الملتقي الوطني حول، حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي الوادي، أيام 13 و 14 افريل 2008، ص21.

(3)_ امير فرج يوسف، عالمية التجارة الالكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش الالكتروني، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009، ص138.

(4)_ ليندة عبد الله، مرجع سابق، ص21

(5)_ ليندة بوحراث، فاعلية القانون 09-03 في حماية المستهلك الجزائري في الالفية الثالثة، ص346. مقال متوفر على الموقع الالكتروني التالي: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/26932.

(6)_ نوال شعبان، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجيستر في العلوم القانونية، فرع: عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص ص25-26.

(7)_ ليندة بوحراث، مرجع سابق، ص347.

(8)_ القانون رقم 78-22 الفرنسي المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الائتمان متوفر على الموقع:www.legifrance.gouv.fr.

(9)_ قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 93-949 الصادر في 26 جويلية 1993، متوفر على الموقع: www.justic.gouv.fr.

(10)_ قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006، منشور في جريدة الوقائع المصرية، عدد 241 بتاريخ 2006/10/22.

(11)_ المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 3 رجب عام 1410هـ الموافق لـ 30 يناير سنة 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

(12)_القانون رقم 04-02 المؤرخ في 05 جمادي الأول عام 1425 هـ الموافق لـ 23 يونيو سنة 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

(13)_ القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر 1430 هـ الموافق لـ 25 فبراير 2009م المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

(14)_ شبيب بن ناصر بن خلفان البوسعيدي، المستهلك الالكتروني من الناحية القانونية، مقال متوفر على الموقع التالي: https://roohalqanon.blogspot.com/2015/08/blog-post.html.

(15)_ علي احمد المهداوي،" اثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الالكتروني"،(دراسة تحليلية في ضوء قانون المعاملات المدنية الاتحادي رقم 01 لسنة 2006 بشان المعاملات والتجارة الالكترونية والقانون الاتحادي رقم 24 بشان حماية المستهلك)، مجلة الشريعة والقانون، عدد 42، ص129.

(16)_ شاهين بهاء، الانترنت والعولمة، عالم الكتاب، مصر، 1999، ص46.

(17)_عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، (دراسة مقارنة)، مذكرة ماجيستر في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2009، ص31.

(18)_ طارق كميل، حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت، (دراسة مقارنة)، مجلة الجامعة العربية الامريكية للبحوث، ص68. متوفر على الموقع التالي: http://www.aauj.edu/sites/default/files/% %87.pdf .

(19)_ عبد الله ذيب عبد الله محمود، مرجع سابق، ص31.

(20)_ ليندة بومحراث، مرجع سابق، ص376.

(21)_ المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 5 محرم عام 1435 هـ الموافق لـ 09 نوفمبر سنة 2013، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

(22)_ليندة بومحراث، مرجع سابق، ص377.

المراجع:

أولا: الكتب.

_ امير فرج يوسف، عالمية التجارة الالكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش الالكتروني، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009.

_ شاهين بهاء، الانترنت والعولمة، عالم الكتاب، مصر، 1999.

ثانيا: الاطروحات والمذكرات.

_ نوال شعبان، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجيستر في العلوم القانونية، فرع: عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012

_ عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، (دراسة مقارنة)، مذكرة ماجيستر في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2009.

ثالثا: المقالات:

طارق كميل، حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت، (دراسة مقارنة)، مجلة الجامعة العربية الامريكية للبحوث، ص68. متوفر على الموقع التالي: http://www.aauj.edu/sites/default/files/%Df.

_ ليندة بومحراث، فاعلية القانون 09-03 في حماية المستهلك الجزائري في الالفية الثالثة، ص346. مقال متوفر على الموقع الالكتروني التالي: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/26932.

_ نبيل محمد احمد صبيح، حماية المستهلك في التعاملات الالكترونية (دراسة مقارنة)، مجلة الحقوق، عدد09، الكويت، 2007.

_ علي احمد المهداوي،" اثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الالكتروني"، (دراسة تحليلية في ضوء قانون المعاملات المدنية الاتحادي رقم 01 لسنة 2006 بشان المعاملات والتجارة الالكترونية والقانون الاتحادي رقم 24 بشان حماية المستهلك)، مجلة الشريعة والقانون، عدد 42.

_ شبيب بن ناصر بن خلفان البوسعيدي، المستهلك الالكتروني من الناحية القانونية، مقال متوفر على الموقع التالي: https://roohalqanon.blogspot.com/2015/08/blog-post.html.

رابعا: اعمال الملتقيات:

_ ليندة عبد الله، المستهلك والمهني مفهومان متباينان، مداخلة مقدمة لأشغال الملتقي الوطني حول، حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي الوادي، أيام 13 و 14 افريل 2008.

خامسا: النصوص القانونية:

أ:/ الجزائرية:

_ النصوص التشريعية:

_ القانون رقم 04-02 المؤرخ في 05 جمادي الأول عام 1425 هـ الموافق لـ 23 يونيو سنة 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

_ القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر 1430 هـ الموافق لـ 25 فبراير 2009م المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

_النصوص التنظيمية:

_ المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 3 رجب عام 1410هـ الموافق لـ 30 يناير سنة 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

_ المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 5 محرم عام 1435 هـ الموافق لـ 09 نوفمبر سنة 2013، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

ب/ النصوص القانونية المقارنة:

_ القانون رقم 78-22 الفرنسي المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الائتمان متوفر على الموقع:www.legifrance.gouv.fr.

_ قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 93-949 الصادر في 26 جويلية 1993، متوفر على الموقع: www.justic.gouv.fr.

_ قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006، منشور في جريدة الوقائع المصرية، عدد 241 بتاريخ 2006/10/22.