

تأملات قانونية حول عقد الدروبشيبينغ

: الدكتورة سعاد الزروالي



أستاذ مساعد بجامعة
ظفار بسلطنة عمان

Legal Reflections on the Drop shipping Contract: The Need for Legal Regulation,

الكلمات الافتتاحية :

الدروبشيبينغ - تجارة إلكترونية - سلع - مستودع - شحن - تسليم

Keywords :

Dropshipping - Electronic commerce - Goods -
Warehouse - Shipment - Delivery.

الدكتور عمر أجوم

أستاذ مؤهل بجامعة ابن طفيل
القنيطرة المغرب

Abstract : Today, e-commerce has become one of the most important economic sectors in the world, witnessing amazing growth annually, and the number and value of electronic transactions have increased significantly. There is no doubt that this development has brought about a radical change in the traditional method of shopping, and new types of contracts have emerged that take advantage of technology and the digital revolution to facilitate civil and commercial transactions and help customers reach their needs faster without incurring the hassle of transportation. The dropshipping contract is one of these contracts and a model. It is important in the field of e-commerce, as it allows the seller the ability to sell products without the need to own, store, or ship the products, as the seller promotes and markets the products through his website or e-commerce platform that gives him the right to display the goods. The study sheds light on clarifying the concept of dropshipping by defining it and mentioning its characteristics and legal nature, then addressing the obligations of each party in this contract to determine the rights and duties related to the contractors.

الملخص:

أصبحت التجارة الإلكترونية اليوم أحد أهم القطاعات الاقتصادية في العالم، حيث شهدت نموًا مذهلاً سنوياً، وازدادت عدد المعاملات الإلكترونية وقيمتها بشكل ملحوظ. ومما لا شك فيه، فهذا التطور قد أحدث تغييراً جذرياً في طريقة التسوق التقليدية وظهرت أنواع جديدة من العقود التي تستفيد من التكنولوجيا والثورة الرقمية لتسهيل المعاملات المدنية والتجارية ومساعدة العملاء في الوصول لحاجياتهم بشكل أسرع دون تحمل عناء التنقل، ويعد عقد الدروبشيبينغ واحداً من هذه العقود ونموذجاً مهماً في مجال التجارة الإلكترونية، إذ يتيح للبائع القدرة على بيع المنتجات بدون الحاجة إلى امتلاك المنتجات أو تخزينها أو شحنها، حيث يقوم البائع بالترويج والتسويق للمنتجات عبر موقعه الإلكتروني أو منصة التجارة الإلكترونية التي تعطيه الحق في عرض السلع. والدراسة تسلط الضوء على توضيح مفهوم الدروبشيبينغ بتعريفه وذكر خصائصه و طبيعته القانونية، ثم التطرق لالتزامات كل طرف في هذا العقد لتحديد الحقوق والواجبات المتعلقة بالمتعاقدين.

المقدمة:

أتاح ازدهار التجارة الإلكترونية إمكانية التسوق في المنزل، مما أدى إلى توسع غير مسبوق في سوق التجزئة عبر الإنترنت. ومع نمو هذا القطاع بسرعة فائقة، اهتم المصنعون بتطوير قناة البيع بالتجزئة عبر الإنترنت بالإضافة إلى المتجر الفعلي. حيث تطورت التجارة الإلكترونية بشكل كبير في السنوات الأخيرة، وشهدت زيادة كبيرة في عدد المتاجر الإلكترونية^١ والمنتجات المتاحة على الإنترنت، مما سهل في البحث عن المنتجات وشرائها من خلال الهاتف المحمول أو أجهزة الكمبيوتر الشخصية. ووفقاً للبيانات الحالية والأرقام القياسية المتاحة، يمكن ملاحظة زيادة مهولة في رقم معاملات التجارة الإلكترونية في العالم^٢، حيث يشهد السوق الصيني نمواً غير مسبوق في مجال التجارة الإلكترونية^٣، مع تزايد عدد المستهلكين الذين يفضلون القيام بعمليات الشراء عبر الإنترنت بشكل أساسي. وتليها بعض الدول الأخرى مثل الولايات المتحدة^٤ واليابان وألمانيا. ولعل العوامل المحفزة لهذا النمو تشمل الوفرة في العروض والتخفيضات المتاحة عبر المنصات التجارية الإلكترونية، بالإضافة إلى

وجود تقنيات دفع آمنة وموثوقة وسهلة الاستخدام. كما أن السهولة والمرونة التي تتيحها التجارة الإلكترونية للمستهلكين تعتبر أيضاً عاملاً رئيسياً في هذا النمو المستدام، وأيضاً نظراً للتطور المستمر في مجال التكنولوجيا وزيادة الوعي بفوائد التجارة الإلكترونية. هذا التطور أحدث تغييراً جذرياً في طريقة التسوق التقليدية بتمكين المستهلكين من الاطلاع على تفاصيل المنتجات ومقارنتها وقراءة تقييمات المستخدمين قبل الشراء. فضلاً على أن العديد من المتاجر الإلكترونية توفر خدمات توصيل سريعة ومريحة، مما يجعل عملية التسوق عبر الإنترنت أكثر ملاءمة للمستهلكين. وبذلك تغلبت الإنترنت بشكل فعال على القيود الجغرافية لتجارة التجزئة التقليدية ومكنت من إبرام عقد جديد لتلبية الطلب على متاجر التجزئة عبر الإنترنت، وهو عقد الدروبشيبينغ أو عقد "الشحن المباشر" أو عقد البيع بالتجزئة عبر الإنترنت. وبمقتضى هذا العقد يقوم بائع التجزئة عبر الإنترنت بنقل طلب العميل إلى الشركة المصنعة، التي تشحن البضائع مباشرة إلى العميل وتشارك جزءاً من الربح مع بائع التجزئة عبر الإنترنت من خلال نسبة مشاركة أرباح محددة مسبقاً. أهمية الدراسة: يحظى الدروبشيبينغ بأهمية كبيرة في مجال التجارة الإلكترونية بسبب المزايا التي يوفرها للبائع والعميل على حد سواء. بالنسبة للبائع، يقلل الدروبشيبينغ من التكاليف العملية مثل تكاليف المخزون والشحن والتخزين، كما يسمح له بتوسيع نطاق منتجاته والوصول إلى أسواق جديدة بسهولة. بالنسبة للعميل، يوفر الدروبشيبينغ تشكيلة واسعة من المنتجات والخيارات، مع خدمة توصيل مباشرة إلى باب المنزل وخيارات مرنة للاسترجاع والاستبدال. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للعملاء الاستفادة من أسعار تنافسية وعروض خاصة وتوافر المنتجات الحصرية التي قد لا تتوفر في الأسواق التقليدية. يعد عقد الدروبشيبينغ نموذجاً مهماً في مجال التجارة الإلكترونية وعقد جديد يتداخل فيه مجموعة من العقود فيما بينها وأيضاً تتنوع الأنظمة القانونية المختلفة المنظمة لكل عقد، حيث يتيح للبائع القدرة على بيع المنتجات بدون الحاجة إلى الاحتفاظ بها في مخزنه الخاص أو توفير الشحن لها كما يلتزم صاحب البضاعة أو المصنع بإرسال الطلبات مباشرة إلى العميل. وبالرغم من

أهمية الدروبشيبينغ في الاقتصاد الحديث، إلا أنه لا يزال هناك حاجة ملحة لتحسين وتطوير النظام القانوني المتعلق به، لضمان الحماية الكاملة لحقوق الأطراف وتوفير بيئة قانونية موثوقة ومستدامة. إشكالية الدراسة: موضوع عقد الدروبشيبينغ نظرا لحدثته نتيجة التطور الحاصل في التجارة الإلكترونية يطرح إشكالية رئيسية حول مدى كفاية قواعد القانون المدني باعتباره الشريعة العامة وكذا قواعد القانون التجاري وقوانين حماية المستهلك في تجاوز الفراغ التشريعي حول هذا العقد، ويطرح تساؤل حول حاجة ضرورة تنظيمه قانونا هل أصبح أمرا ملحا خاصة مع تزايد الإقبال عليه مؤخرا من أجل توفير حماية للمستهلك أي العميل بالتنصيص على التزامات كل طرف وحدود مسؤوليته؟ وتتفرع عن هذه الإشكالية تساؤلات محورية تتعلق أساسا بالطبيعة القانونية لهذا العقد وتكييفه القانوني، وما هو موقف الشريعة الإسلامية من القيام بهذا النشاط؟ ثم ماهي التزامات وحقوق كل طرف؟ سيما، وأن العقد يشمل ثلاثة أطراف: المنتج أو المصنع والبائع بالتجزئة المعروف بالدروبشيبير، ثم أخيرا المستهلك أو العميل الذي يشتري البضع والسلع. ثم من هو الطرف المسؤول عن الخسائر أو التلف الناشئ عن العقد هل البائع أم المورد؟، بالإضافة إلى القضايا المتعلقة بمدة العقد وشروطه التفصيلية الأخرى.

أهداف الدراسة: يهدف هذا البحث بشكل رئيسي إلى دراسة النظام القانوني "لعقد الدروبشيبينغ"، وكذلك تحليل خصائصه وإبراز مظاهر الاختلاف بينه وبين باقي العقود المشابهة له، ثم تناول التزامات أطرافه وتحديد المسؤولية الملقاة على كل واحد.

منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لأنه يمكن من فهم عقد الدروبشيبينغ بعد تحديد عناصره وأطرافه وتحليل العقود التي ترتبط به والعلاقة بينه وبين الباقي المفاهيم المتمثلة أو المتشابهة معه مثل عقد البيع الإلكتروني وعقد الشراكة المبرم من قبل المؤثر الاجتماعي أو عقد الوكالة أو البيع بالسلم المنصوص عليه في شريعتنا الإسلامية السمحاء.

خطة الدراسة: لمقاربة الموضوع تم تقسيم البحث إلى مبحثين، حيث سيعالج الأول منهما مفهوم عقد الدروبشيبينغ من خلال بيان تعريفه وتمييزه عن باقي العقود المشابهة له وموقف الشريعة الإسلامية منه. أما المبحث الثاني فيتطرق لخصوصيات عقد الدروبشيبينغ والمتمثلة أساسا في مميزاته ثم طبيعته القانونية وأخيرا حقوق والتزامات كل طرف من أجل حماية المستهلك وتفاذي أي غبن أو غش قد يلحقه من جهة، ولضمان حقوق المورد والدروبشيبير من جهة أخرى. لتختتم الدراسة بما تم التوصل إليه من نتائج والاقتراحات التي يمكن أن تسهم في تنظيم هذا العقد من قبل المشرع.

المبحث الأول: مفهوم عقد الدروبشيبينغ : عقد الدروبشيبينغ هو عقد وليد تطور التجارة الإلكترونية إذ يتم إبرامه بوسائل التكنولوجيا الحديثة حيث أن العميل بتصفحه لمنصات متخصصة في البيع بالدروبشيبينغ يبرم عقدا مع بائع لا يملك لا السلع وليس لديه مخزن لتلك البضائع لشحنها، بل بمجرد إبرام العقد تعطى إشارة إلكترونية لصاحب البضاعة الذي يتلقى الطلب فيقوم بشحن الطلبية ويرسلها له ويتلقى الدروبشيبير عمولة عن ذلك^١. هذه الثلاثية التي تجمع بين أطرافه تحتتم ضرورة تحديد مفهوم العقد بإيجاد تعريف ملائم له، والتطرق للفرق بينه وبين العقود المشابهة له ثم الوقوف عند موقف الشريعة الإسلامية من هذا العقد ومدى جوازه من تحريمه استنادا إلى أقوال الفقهاء وفتاوي المؤسسات الفقهية المؤهلة لذلك (المطلب الأول)، لنصل في الأخير إلى خصوصيات هذا العقد بتحديد مميزاته وطبيعته القانونية (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تعريف عقد الدروبشيبينغ: يسلط هذا المطلب الضوء على تعريف عقد الدروبشيبينغ، وتمييزه عن العقود المشابهة له خاصة وأن التجارة الإلكترونية أفرزت مجموعة من العقود التي تتخذ صيغا مماثلة للدروبشيبينغ، وتقصي موقف الشريعة الإسلامية من هذا التعامل الحديث. عقد الدروبشيبينغ مشتق من مصطلح أنجلوسكسوني Dropshipping ظهر استعماله في الولايات المتحدة الأمريكية^٢ واختلفت ترجمته للعربية من " التسليم بالوكالة أو بالتفويض " أو " البيع بالتجزئة

عبر الانترنت "أو" إحالة الشحن" وكذلك مصطلح "البيع عبر سلسلة التجزئة"، و سنفضل في هذه الدراسة استعمال مصطلح الدروبشيبينغ. وقد اعتبره أحد الباحثين بأنه: "تقنية تجارية تمكن من بيع المنتجات دون توافرها في المخزون"^٨، وعرفه البعض بشرح دور الأطراف في العقد على أنه "يعتمد على إرسال البائع للعملاء السلع مباشرة من قبل المورد إذ يتم إعفائه من الالعباء التخزينية واللوجستية رغم أنه يبقى المسؤول الوحيد أمام العملاء، والمستهلكين أو المهنيين، عن الاتفاق، من الطلب إلى التسليم"^٩. ويذهب في نفس الاتجاه أحد الباحثين أن عقد الدروبشيبينغ يتيح للبائع التعاقد مع شركة مسؤولة عن حفظ وتخزين البضائع في مستودعاته بدلاً من الاحتفاظ بجميع بضائعه في متجره، وهذه الشركة هي التي ستقوم بشحن المنتجات التي تم شراؤها أو طلبها مباشرة إلى العملاء، نيابة عن التاجر. ويقوم التاجر بالترويج لمنتجاته إما عن طريق الكتالوج أو عن طريق العينات أو نماذج العرض في متجره^{١٠}. وبفضل هذه الطريقة، سيوفر على نفسه جميع المضايقات المرتبطة بإدارة المساحات لتخزين بضائعه. في هذا النموذج، يكون التاجر هو الشريك الوحيد لعميله، وبالتالي فهو المسؤول الوحيد عن عيوب المنتج أو حوادث التسليم. أما موسوعة ويكيبيديا فتعتبره أسلوباً لإدارة سلسلة التوريد إذ لا يحتفظ فيه بائع التجزئة بالبضائع في المخزن ولكنه يقوم بدلاً من ذلك بتحويل طلبات العملاء وتفاصيل الشحن إلى الشركة المصنعة أو بائع التجزئة الآخر أو بائع الجملة الذي يقوم بعد ذلك بشحن البضائع إلى العميل مباشرة. كما هو الحال في تجارة التجزئة، تحقق أغلبية تجار التجزئة أرباحها من الفرق بين سعر الجملة والتجزئة، ولكن بعض تجار التجزئة يحصلون على نسبة متفق عليها من المبيعات في العمولة، يدفعها بائع الجملة إلى بائع التجزئة^{١١}. ويضيف آخرون أن الدروبشيبينغ هو نموذج للتجارة الإلكترونية يتم فيه بيع المنتجات من قبل بائع للعملاء مباشرة، دون الحاجة لامتلاكه المنتجات أو تخزينها أو شحنها^{١٢}. في هذا النموذج، يقوم البائع بالترويج والتسويق للمنتجات عبر موقعه الإلكتروني أو منصة التجارة الإلكترونية، وعندما يتم طلب منتج من قبل العميل، يتم إرسال طلب الشراء مباشرة إلى المصنع أو المورد الذي سيقوم بتسليم المنتج للعميل مباشرة وفقاً

لتوجيهات البائع^{١٣}. ونورد تعريفاً آخر يوضح أنه بيع بموجبه يقوم البائع بتحويل طلبات العملاء وتفاصيل الشحن إلى الشركة المصنعة أو بائع التجزئة الآخر أو بائع الجملة الذي يقوم بعد ذلك بشحن البضائع إلى العميل مباشرة الذي لا يحتفظ فيه بالبضائع في المخزون ولكنه يقوم بدلاً من ذلك. كما هو الحال في تجارة التجزئة، تحقق أغلبية تجار التجزئة أرباحها من الفرق بين سعر الجملة والتجزئة، ولكن بعض تجار التجزئة يحصلون على نسبة متفق عليها من المبيعات في العمولة، يدفعها بائع الجملة إلى بائع التجزئة^{١٤}. من خلال التعاريف السابقة يتبين لنا بداية أن هذا العقد يتميز بسهولة إنشاء الأعمال التجارية وتوسيع نطاق العمل بدون الحاجة لتخزين المنتجات أو تحمل تكاليف الشحن والتجميع. كما يُعتبر الدروبشيبينغ وسيلة مربحة للعمل عن بُعد وبدون الحاجة لتوظيف موظفين بشكل مباشر، إذ يمكن للبائعين أن يعملوا بشكل فردي ويقوموا بتحقيق أرباح من خلال عمليات البيع والترويج، ما يجعله نموذجاً ناجحاً ومشهوراً في مجال التجارة الإلكترونية. وهي معاملة تجري في الواقع باعتبارها بيعاً، وتكون بين أطراف ثلاثة: صاحب الموقع الإلكتروني أو المتجر الإلكتروني الذي يصطلح عليه بالدروبشيبير الذي يمكن أن يكون شخصاً طبيعياً أو معنوياً ونسوق مثال لشركة رائدة في هذا المجال وهي شركة^{١٥} Shopify.

ثم هناك الطرف الثاني وهو الزبون أو العميل، المشتري أي المستهلك الذي تعاقد مباشرة مع الدروبشيبير.

وأخيراً الطرف الثالث التاجر الذي قد يكون:

- إما مورداً fournisseur، ويتخذ المورد عدة صور، حيث قد يكون بمثابة موزعاً وتاجراً بالجملة أو وسيطاً بين الشركة المصنعة وتاجر التجزئة مثل شركة أمازون أو علي إكسبريس أو شيين.... كما قد يكون حرفياً أو صانعاً يصنع منتجاته ويوردها للبائعين.
- أو منتجاً producteur صاحب المصنع مالك السلعة. وسنستعمل في دراستنا مصطلح المورد أو المنتج.

المطلب الثاني: تمييز عقد الدروبشيبينغ عن غيره من العقود المشابهة

يختلط عقد الدروبشيبينغ بالعديد من العقود التي تتقاطع معه إما في وسيلة التعاقد أي باعتمادها على التكنولوجيا في إبرام العقود، أو لقيامها على آلية الوكالة والتفويض، أو لتضمنها عقوداً مركبة، وسيتم توضيح أوجه الشبه والاختلاف بين العقد موضوع الدراسة والمفاهيم الاتفاقية المشابهة له.

- (١) عقد الدروبشيبينغ وعقد البيع بالجملة
- (٢) عقد الدروبشيبينغ وعقد البيع الإلكتروني
- (٣) عقد الدروبشيبينغ وعقد البيع الإلكتروني في منصة Marketpalce
- (٤) عقد الدروبشيبينغ وعقد الوكالة التجارية
- (٥) عقد الدروبشيبينغ وعقد السمسرة
- (٦) عقد الدروبشيبينغ وعقد الشراكة للمؤثر الاجتماعي
- (٧) عقد الدروبشيبينغ وعقد السحب من المحل التجاري clic and collect

أولاً- عقد الدروبشيبينغ عقد البيع بالجملة: عقد البيع كما عرفته المادة ٤٨٧ من قانون الالتزامات والعقود المغربي^{١٦} هو: "عقد بمقتضاه ينقل أحد المتعاقدين للآخر ملكية شيء أو حق في مقابل ثمن يلتزم هذا الآخر بدفعه له." وعموماً عقود بيع البضائع هي العقود التي يبرمها التجار فيما بينهم لشئون تتعلق بالتجارة، ويشترط في تلك العقود أن يكون البدل المقابل للمبيع نقداً أو كان نقداً وعيناً وكانت قيمة الجزء العيني أدنى من الجزء النقدي وقد تطرقت لها القوانين المتعلقة بالتجارة عند تصنيفها للأعمال التجارية الأصلية مثلاً مدونة التجارة المغربية^{١٧} في المادة ٦ بالاعتماد على معياري احتراف عملية البيع والحصول على الربح . والبيع بالجملة يحتفظ فيه بائع التجزئة بالبضائع في المخزن، أما تقنية الدروبشيبينغ فهي تسمح لتاجر التجزئة بقضاء المزيد من الوقت في التسويق وخدمة العملاء. إذن وجه الخلاف يكمن في مسألة الشحن والتخزين التي يقوم بها بائع التجزئة حيث يورد له تاجر الجملة البضائع عكس الدروبشيبينغ الذي لا يتسلم فيه البائع أية سلع إنما تشحن وتسلم مباشرة من قبل

المصنع أو مالك البضاعة للمستهلك. على الرغم من أن عقد الدروبشيبينغ يتمتع بعدد من المزايا المميزة مقارنة بعقد البيع بالجملة التقليدي، إلا أن بعض تجار التجزئة عبر الإنترنت (على سبيل المثال، Wayfair) يفضلون إنشاء مستودعاتهم الخاصة. وذلك لأن عقد الدروبشيبينغ به أيضاً بعض أوجه القصور، مثلاً يعتمد تنفيذ الطلب عبر الإنترنت بشكل كبير على الشركة المصنعة حيث لا يحتفظ البائع بأي مخزون من خلال اعتماد عقد الشحن السريع. ثانياً-عقد الدروبشيبينغ وعقد البيع عن طريق الوسائل الإلكترونية، هذا الأخير يتم عن طريق تقنية عن بعد التي عرفتها المادة ٢٥ من القانون رقم ٣١،٨ يقضي بتحديد تدابير لحماية المستهلك المغربي^{١٨} بأنها: " كل وسيلة تستعمل لإبرام العقد بين المورد والمستهلك بدون حضورهما شخصياً وفي آن واحد. " ، وتابعت المادة ٢٦ أنه تطبق أحكام هذا الباب على كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاطاً عن بعد أو يقترح بواسطة إلكترونية توريد منتج أو سلعة أو تقديم خدمة للمستهلك، كما تطبق هذه المقتضيات على كل عقد ينتج عن هذه العملية بين مستهلك ومورد بواسطة تقنية للاتصال عن بعد. ويرجع الاختلاف بين العقدين أن الدروب شيبينغ لا يحتاج فيه التاجر إلى رأس مال كبير لأن التكلفة الأولية لإنشاء متجر دروبشيبينغ ستكون منخفضة مقارنة مع المتجر الإلكتروني العادي، ولا يحتاج إلى المزيد من المصروفات للتسويق أو دفع تكلفة التخزين، على عكس التجارة الإلكترونية حيث يحتاج التاجر رأس المال لإنشاء المتجر وإيجاد مساحة لتخزين المنتجات وتوفير تكاليف شحنها، وسيتحمل تكاليف إضافية للتسويق لمتجره. أيضاً في الدروبشيبينغ يمكن للتاجر إنشاء متجر إلكتروني خاص وبيع المنتجات باسم متجره أو يمكنه إنشاء متجر على منصة وكيل توريد المنتجات لعرض وبيع المنتجات باسم المتجر، ولكن في التجارة الإلكترونية يجب أن ينشئ التاجر متجراً إلكترونياً خاصاً يتم من خلاله عرض وبيع المنتجات.

ثالثاً-عقد الدروبشيبينغ وعقد البيع الإلكتروني في منصة Marketpalce: البيع عن طريق المتجر الإلكتروني في منصة خاصة مثلاً موقع Avito في المغرب أو موقع السوق المفتوح في الدول العربية أو منصة الفيسبوك تكون بإنشاء موقع ويب يتيح للمتداولين (المهنيين أو غير المهنيين) الفرصة لتسويق منتجاتهم (المنتجات أو الخدمات) عبر الإنترنت للعملاء المشاركين في المنصة بخلق حساب وعرض السلع وتلقي طلبات الشراء دون أن تتحمل المنصة أي مسؤولية عما يقع بين البائعين من اخلال بما تم الاتفاق عليه، بل فقط تضع تنبيهات بتوخي الحذر أثناء اللقاء بين المتعاقدين. وتجدر الإشارة أنه يمكن أن تقدم منصة "السوق" أيضاً خدمة "دروبشيبينغ" كما في الفيسبوك. رابعاً-عقد الوكالة التجارية: هي العقد التي يستعين فيها التاجر بأشخاص غير التابعين له، لتصريف بضائعه أو إرسال ما يحتاج إليه من سلع أو خدمات أو التوسط بينه وبين غيره من العملاء أو أصحاب المصانع والمتاجر التي لها علاقة بطبيعة التجارة التي يباشرها^{١٩}. إن الوكيل التجاري هو ممثل يمارس هذا النوع من النشاط في إطار مهنة مستقلة، وبالتالي يعمل ويتفاوض لحساب المنتجين أو الصناعيين أو التجار، وإذا لزم الأمر، بيع المنتجات والخدمات من ممثليها. الشيء المشترك بين هذين العقدين هو أن كل منهما لديه مهمة تركز على الجزء التسويقي والبيع. على العكس من ذلك، فإن مهنة الوكيل التجاري هي بطبيعة الحال تسويق منتجات الموكلين بالإضافة إلى ذلك، لا يمكن له إذا لم يحصل على الموافقة أن يمثل في نفس الوقت منافساً لموكله إذا تعلق الأمر بموكلين متنافسين، في حين أن الدروبشيبير لا يكون ممثلاً للعملاء أو الصناعيين أو التجار. خامساً-عقد السمسرة وهو عقد يتعهد بمقتضاه السمسار لشخص بالبحث عن طرف ثان لإبرام عقد معين والتوسط في إبرامه، يستعين التاجر بالسمسرة لتصريف أو إرسال ما يحتاج إليه من سلع أو خدمات، للتوسط بينه وبين العملاء المحتملين أو أصحاب المصانع

والمتاجر التي لها علاقة بطبيعة التجارة التي يباشرها، حيث عرفتها المادة (٤.٥) من مدونة التجارة بالمغرب أنها : "عقد يكلف بموجبه السمسار من طرف شخص بالبحث عن شخص آخر لربط علاقة بينهما قصد إبرام عقد. تخضع علاقات السمسار مع المتعاقدين للمبادئ العامة التي تسري على عقد إجارة الصنعة في كل ما يمكن تطبيقه على عقد السمسرة، وفيما عدا ذلك تخضع للمقتضيات الآتية بعده". وتندرج مهمة السمسرة في التقريب بين أشخاص لإبرام عقود معينة مقابل أجر، وهم مستقلين عن التاجر غير تابعين، فالسمسار لا يقصر أعماله وساطته على تاجر معين، بل يقوم بأعماله لعدة تجار دون أن يرتبط مع أحدهم بعقد عمل. في حين مهمة الدروبشيبير هي التعاقد باسمه مع العملاء و يقوم المنتج أو المصنع بتوريد السلع مباشرة لهم. سادسا-عقد الدروبشيبينغ وعقد الشراكة المبرم بين المورد والمؤثر الاجتماعي : تعتبر المادة الأولى من القانون الفرنسي المتعلق بتأطير التأثير التجاري و الحد من تجاوزات المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي^{٢٠} أن المؤثرين الاجتماعيين هم " الأشخاص الطبيعيون أو الاعتباريون الذين يقومون، مقابل رسوم، بحشد سمعتهم بين جمهورهم لتوصيل محتوى يهدف إلى الترويج، بشكل مباشر أو غير مباشر، للسلع أو الخدمات أو لأي سبب من الأسباب، إلى الجمهور، من خلال الوسائل الإلكترونية". فهؤلاء الفئة أصبح لها قانون قائم بذاته وإن كان حديثا، عكس الدروبشيبينغ الذي مازال ممارسيه يتذبذبون بين مقتضيات عقود أخرى، ويعتمد على نموذج اقتصادي يرتبط بتحفيز المورد على التركيز على أعماله فقط، أي الإنتاج بالإضافة إلى العناصر الجانبية كالشحن والتسليم. أما الدروبشيبير فيتكلف بالتسويق والبيع. فالعقد الرباط بين المورد والمؤثر الاجتماعي يركز بالأساس على الإشهار وجذب متتبعي المؤثر الذين تجمعهم به علاقة الثقة والمصادقية والمودة ويحفزهم صاحب المحتوى على لشراء منتج المورد مع ضرورة إخبار المؤثر جمهوره ومنخرطيه

على صفحته بكون المنتج يدخل في إطار الشراكة التي تجمعها مع المورد. وقد نصت المادة ٢١ من القانون المتعلق بوضع تدابير لحماية المستهلك أنه يمنع كل إشهار يتضمن ادعاء أو عرضاً أو بياناً كاذباً يؤدي إلى وقوع الغلط في السلع أو مكوناتها أو تركيباتها أو حجمها حماية للمستهلكين. سابعاً- عقد الدروبشيبينغ وعقد السحب من المحل التجاري^{٢١} clic and collect: ويقصد بهذا العقد تم الاستلام من المتجر عادةً بعد أن يتلقى العميل مكالمة أو بريدًا إلكترونيًا أو إشعارًا بأن طلبه جاهز^{٢٢}. يعتبر Click & Collect طريقة الشراء التي تستخدمها المستهلكين في شراء منتجاتها عبر الإنترنت وتسريع شرائها في نقطة بيع. يتم استخدام Click and Collect من قبل العديد من شبكات المبيعات، ويشمل ذلك عادةً طريقة تجارة الخلفية^{٢٣}. والغاية الأساسية من عقد الدروبشيبينغ تكمن في إعادة بيع المنتجات أو الخدمات التي لا يتم إعدادها أو تصنيعها أو تخزينها.

المطلب الثاني: موقف الشريعة الإسلامية من عقد الدروبشيبينغ: تناول هذه الفقرة دراسة التكييف الفقهي لعملية الدروبشيبينغ من الناحية الشرعية، وما يجب القيام به لوضع الدروبشيبينغ في منظوره الصحيح دون الإخلال بأصول الشريعة. إن المبدأ الأساسي في المعاملات التجارية الإسلامية أن الأصل في الأشياء الإباحة حتى يدل الدليل على التحريم عند الجمهور، وعند أبي حنيفة: الأصل فيها التحريم حتى يدل الدليل على الإباحة^{٢٤}. ويعضد قول الجمهور ويقويه قوله - صلى الله عليه وسلم -: "ما أحل الله فهو حلال، وما حرم فهو حرام، وما سكت عنه فهو عفو، فاقبلوا من الله عافيته، فإن الله لم يكن لينسى شيئاً^{٢٥}". المسألة الفقهية في عقد الدروبشيبينغ يمكن تناولها من عدة زوايا سواء من حيث أحقية الوكيل في بيع مال موكله، ثم جانب عدم جواز بيع ملك الغير.

- الوكالة : تعد الوكالة من عقود التفويضات التي تتضمن تفويض الغير وتمكينه من التصرف. وهي جائزة بالكتاب، والسنة، والإجماع، أما الكتاب: فقوله تعالى " فَأَبْعَثُوا

أَحَدَكُمْ بِوَرَقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ"^{٢٦}. وأما السنة، فأحاديث منها ما روي: «أن النبي عليه الصلاة والسلام وكل عروة البارقي بشراء الأضحية"^{٢٧}. وكذلك وكل أبا رافع بقبول نكاح ميمونة — رضي الله عنها"^{٢٨}» في عقد الوكالة لا يشترط امتلاك البائع للسلعة لأنه مكلف طبقاً لعقد الوكالة ببيع ما يملكه موكله لقاء عمولة يتقاضاها وهذا الأمر جائز"^{٢٩}. أيضاً يمكن أن يكون وكيلاً عن المشتري بحيث يأخذ المال منه ويشترى له السلع التي يريدتها.

فالوكالة بكلتا الحالتين جائزة إن كانت عن البائع أو المشتري. مما سبق يتضح لنا بأن حكم البيع بالوكالة هو أمر جائز. وإذا اعتبرنا الدروبشيبير وكيلاً عن المورد، فهو الذي يتوسط العلاقة ونقل البضائع والخدمات بين العملاء والمورد، ويقوم بتبادل البضائع والدفع بين العميل والمورد"^{٣٠}. والدروبشيبير يعلم الطرفين حيث يدرك العميل الذي يطلب منتجاً عبر الإنترنت أن البائع المسؤول عن المنصة هو وسيط وأن هناك مورد مستقل. فهنا الدروبشيبير البائع يعد وكيلاً عنه وبالتالي فلا تعارض في ذلك مع أحكام الشريعة الإسلامية. -بيع السلم: هو أن يتم بيع عين مالية معينة وموصوفة في الذمة، بحيث تكون مؤجلة لوقت معلوم.

وذلك لقاء ثمن حال ويكون مدفوع ضمن مجلس العقد"^{٣١}. بيع السلم حكمه جائز، وثبتت مشروعيته في القرآن الكريم، والسنة النبوية، والإجماع، ودليل مشروعيته القرآن الكريم قال الله تعالى (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِحِثِّهِ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَآكُتُبُوهُ)^{٣٢}، بين عبدالله بن عباس -رضي الله عنه- أن مراد الله تعالى من الآية الكريمة هو عقد السلم، حيث قال: "أشهد أن السلف المضمون إلى أجل مُّسَمًّى قد أحله الله في كتابه، وأذن فيه، ثم قرأ هذه الآية"، والمقصود بالسلف هو عقد السلم"^{٣٣}. أما السنة النبوية ورد عن عبدالله بن عباس -رضي الله عنه- قال: قَدِمَ النَّبِيُّ -صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- الْمَدِينَةَ، وَهُمْ يُسَلِّفُونَ فِي الثَّمَارِ السَّنَةَ وَالسَّنَتَيْنِ، فَقَالَ: (مَنْ أَسْلَفَ فِي تَمْرٍ، فَلْيُسَلِّفْ فِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ، وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ، إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ)^{٣٤} وليكون بيع السلم صحيحاً يحتاج توافر مجموعة شروط نجدها أيضاً ضمن البيع عبر الدروبشيبينغ وهذه الشروط هي:

- القدرة على تسليم المنتج أو الشيء المسلم فيه وفق الصفات المطلوبة.
 - ذكر صفات الشيء المسلم بكل دقة.
 - تحديد مقدار المسلم بشكل دقيق.
 - أن يكون التسليم مؤجلاً.
 - أن يكون الغالب على الظن وجوده عندما يحين الأجل.
 - وجوب تسليم الثمن خلال مجلس العقد.
- وإذا أردنا تطبيق عقد السلم على الدروبشيبينغ وكانت النقود عند البائع الدروبشيبير، ولا يمكنه أخذها، فإن السلم لا يصح؛ إذ شرط السلم قبض رأس المال في مجلس العقد، ويتحقق هذا القبض لو أودع المال في حسابه، وكان يمكنه أخذه مباشرة، والأصل في تحريم بيع الإنسان ما لا يملك^{٣٥}.
- وقد أفنى الشيخ شوقي إبراهيم علام عن دار الإفتاء المصرية بجواز التعامل بالدروبشيبينغ موضحاً أن: "التعاملُ بالبيع والشراء داخل المتاجر الإلكترونية بما يُسمّى بـ(الدروبشيبينغ) جائز شرعاً؛ لكون هذه المعاملة داخلة في عموم إباحة البيع والتجارة تحقيقاً لحاجة الناس، ولكن بشرط انتفاء الغرر والضرر ورفع الجهالة عن المبيع مع مراعاة اللوائح والقوانين المنظمة لمثل هذه المعاملات^{٣٦}."
- وفي نفس الاتجاه أكدت دار الإفتاء الليبية أفتت بالاتي: "فإذا كان عرض البضاعة في المتجر الإلكتروني من قبيل التسويق للمورّد، والربط بينه وبين المشتري، دون أن يتحمّل صاحب المتجر ضمانَ السلعة، فهذا نوع من السمسرة، وهي جائزة، بشرط أن تكون أجرة السمسرة معلومة للبائع مورّد السلعة وللمشتري؛ لأن جهالة الأجرة تفسد العقد، ولا يجوز لصاحب السلعة أن يقول للسمسار أعطني في السلعة كذا وما زاد فهو لك دون أن يكون معلوماً؛ قال الأمير رحمه الله: "وَأَمَّا بَعْ سِلْعَتِي وَمَا زَادَ عَنْ مِائَةٍ فَهُوَ بَيْنِي وَبَيْنَكَ فَلَا يَجُوزُ، وَلَهُ كِرَاءُ الْمِثْلِ".
- أما إذا كان صاحب المتجر يتحمّل ضمان السلعة فإنه يصير بائعاً للسلعة قبل تملكها، وقد جاء النهي عن النبي صلى الله عليه وسلم عن بيع السلعة قبل ملكها، فقد قال لحكيم بن حزام (لَا تَبِيعْ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ) [سنن الترمذي: ١٢٣٢]^{٣٧} من خلا ما تقدم يتضح

الدروبشيبينغ ليس محرماً لأن يقوم على شروط بيع السلم وأيضا على الوكالة بأجر التي أباحهما الدين الإسلامي. وصدرت فتوى رقمية رقم ٩٦٩٥٥ بتاريخ ١٧، ١٢، ٢٠١٨ عن الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والأوقاف بإمارة دبي حول مشروعية العقد حيث جاء فيها أنه: "إذا كان صاحب الموقع مجرد وكيل عن التاجر ويبيع على الوصف نيابة عنه وبعلمه بذلك فلا بأس بالمعاملة، لأن الوكالة بأجر جائزة، فالممنوع إنما هو أن يبيع سلعة لا يملكها بدون وكالة من صاحبها، وليس على وجه السلم المعروف، لأن ذلك منهي عنه شرعا، ففي سنن أبي داود عن حكيم بن حزام، قال: يا رسول الله يأتيني الرجل فيريد مني البيع ليس عندي أفأبتاعه له من السوق؟ فقال: «لا تبع ما ليس عندك». هذا مع التذكير إلى أن عمولة صاحب الموقع ينبغي أن تكون محددة مسبقا فذلك هو الأحوط، وإذا كانت نسبة مائوية مقارنة بثمن السلعة مثلا، أو بما زاد على السعر المحدد، فهي محل خلاف بين أهل العلم منهم من يمتنعها ومنهم من يجيزها، ولا حرج في الأخذ بقول المجيز نظرا لحاجة الناس له، قال العلامة ابن قدامة رحمه الله تعالى في شرحه الكبير: (ولو قال بع ثوبي بعشرة فما زاد فلك صح نص عليه، وروي ذلك عن ابن عباس وهو قول ابن سيرين وإسحاق) إذا كان صاحب الموقع الإلكتروني مجرد وكيل عن التاجر ويبيع على الوصف نيابة عنه وبعلمه بذلك فلا بأس بالمعاملة^{٢٨}.

المبحث الثاني: خصوصيات عقد الدروبشيبينغ : يتميز عقد الدروبشيبينغ بعدة خصائص تميزه عن بقية العقود المشابهة التي تعرضنا لها سابقا، ونظرا لعدم تنظيم المشرع لهذا العقد ولاحتوائه على عدة أطراف وكونه عقدا مركبا من عقود مختلفة من بيع وتوزيع وشحن ونقل وتسليم، فإن تكييفه القانوني يثير عدة تساؤلات حول طبيعته القانونية وتعيين الأحكام الواجبة التطبيق عليه وكذا التزامات أطرافه.

المطلب الأول: مميزات عقد الدروبشيبينغ: عقد الدروبشيبينغ كباقي العقود هو عقد رضائي يتطلب تعبيرا عن الإرادة صراحة أو ضمنا في الحالات التي يعتبر فيها القانون التعبير الضمني بمثابة تعاقد ودون التعرض لأحد عيوب الرضا. ويستلزم أيضا هذا العقد أهلية قانونية ووجود محل وسبب تتوافر فيهما الشروط المنصوص عليها في البادئ العامة لإبرام العقود. كذلك يعد هذا العقد من عقود المعاوضة الملزمة لكل

الأطراف إذ يلتزم البائع والمورد بتوفير المنتج أو الخدمة وفق المواصفات المتوافق عليها للزبون، ويلتزم هذا الأخير بدفع ثمن ذلك في الوقت المحدد. كما أنه عقد إلكتروني يبرم باستعمال الوسائط الالكترونية وفق ما هو منصوص عليه في القانون ٥٣-٥٥ المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية حيث اعتمد فيها على مبدأ المعادلة بين المحرر الإلكتروني والمحرر الورقي بعد توافر مجموعة من الشروط أهمها التوقيع الإلكتروني وإمكانية التعرف على صاحبها وب حفظها وتخزينها بشكل يضمن عدم إتلافها أو تزويرها وتغيير محتواها.^{٣٩} تشتمل آلية الدروبشيبينغ على أربع نقاط أساسية لاستكمال إجراءاتها التشغيلية في دورة سلسلة التوريد بأكملها. أولاً، سيتعين على الأشخاص طبيعية أو معنوية الراغبة في الاستفادة إنشاء حساب بائع عبر الإنترنت مع أي من المتاجر الرائدة عبر الإنترنت مثل Aliexpress و Alibaba و Temu ، Shein ، Amazon... وفي هذه الحالة تصبح هذه المتاجر هي مالكة منصة الإعلان حيث يمكن لتجار التجزئة تسويق المنتجات وبيعها^{٤٠}. وسيتعين على كل بائع تجزئة مسجل الالتزام بشروط النظام الأساسي عبر الإنترنت الذي تم اختياره.

ثانياً، سيتعين على بائع التجزئة العثور على شركات دروبشيبينغ تنافسية تتمتع بالكفاءة والفعالية في منتجاتها المختلفة^{٤١}. تعد الثقة أمراً ضرورياً لأنه سيتعين على بائع التجزئة الاعتماد على المعلومات المقدمة دون تأكيد مادي.

ثالثاً: يلزم البائعون أو تجار التجزئة بالاطلاع على كتالوج شركة الشحن المحددة، واختيار المنتج الذي يرغب في بيعه، وتحميل العناصر المحددة عبر الإنترنت إلى المنصة المختارة حيث يمكن للعملاء طلبها. ويرى zorzini أن العناصر الرخيصة والموثوقة هي أكثر السلع جاذبية للبيع على المنصات عبر الإنترنت. عادة ما يكون العملاء الذين يتسوقون عبر الإنترنت على دراية بالقيمة والمال الذي يحصلون عليه من السلع والخدمات المشتراة. بقدر ما يكون السعر مهماً، فإن شركة الشحن التي تضمن شحن المنتج وتسليمه بشكل مناسب تعد أيضاً مهمة جداً في الأعمال التجارية عبر الإنترنت^{٤٢}.

رابعاً: بيع العناصر الموجودة على المنصة، ومراقبة الدفع والشحن واستلام المنتج. فالبايع التجزئة لا يشتري أي سلع بأمواله ولا يقوم بتخزين المنتجات ولكنه يكسب المال من خلال الاستفادة من نظام سلسلة التوريد المنظم بعقد الدروبشيبينغ^{٤٣}. وبناء عليه يمكن القول أن عقد الدروبشيبينغ يتميز بعدة خصائص يمكن ذكرها في النقاط التالية:

(١) عدم وجود تخزين للمنتجات من قبل البائع المباشر، لأن هذا النوع من العقود، لا يحتاج البائع فيه إلى امتلاك أو إدارة مخزون من المنتجات. فهو مسؤول فقط عن الترويج للمنتجات، وتلقي الطلبات من العملاء. فالمورد هو الذي يعتني بتخزين المنتجات وشحنها المباشر إلى العميل النهائي. يتيح ذلك للبائع التركيز أكثر على أنشطة التسويق والترويج والمبيعات وجذب العملاء، دون الحاجة إلى الاهتمام بشأن إدارة مخزون المنتج مما يسهل على البائع إدارة التكاليف، حيث لا يتعين عليه الاستثمار في مساحة التخزين أو تحمل التكاليف المرتبطة بإدارة المخزون.

(٢) نقل مسؤولية التسليم للمورد أو صاحب البضاعة أو الخدمة، فعلى عكس نماذج التوزيع الأخرى، ففي الدروبشيبينغ فإن المورد هو المسؤول عن شحن المنتجات إلى العميل النهائي. إذ يتحمل هذه المسؤولية، فبمجرد أن يتلقى البائع طلباً من العميل، فإنه يرسله إلى المورد المسؤول عن إعداد المنتجات وشحنها مباشرة إلى العميل النهائي. هذه الطريقة لها العديد من المزايا لمتاجر التجزئة، خاصة فيما يتعلق بالخدمات اللوجستية وتقليل المخاطر المتعلقة بإدارة التسليم. وإذا وقع إلغاء أو تأخير في التسليم، فإن الأمر متروك للمورد لتحمل المسؤولية، مما يسمح للموزع بالتركيز على جوانب أخرى من أعماله.

(٣) الأجر على أساس المبيعات: يعتمد الأجر بالنسبة للبائع على نسبة من المبيعات وهو جانب مهم في عقد الدروبشيبينغ، على عكس باقي عقود العمل أو التوزيع أو الوكالات حيث قد يحصل الموزع على مكافأة ثابتة أو هامش ربح على المنتجات

المباعة، أما في الدروبشيبينغ، عادة ما تكون المكافأة مرتبطة بالمبيعات التي تم إجراؤها، مما يفيد أن البائع يتلقى الدفع فقط عند إجراء المبيعات. يمكن أن يعتمد مبلغ التعويض على نسبة مئوية من سعر بيع المنتجات أو عمولة ثابتة لكل عملية بيع. هذا النهج يقدم فوائد لكلا الطرفين، فبالنسبة للبائع، لا تحمل تكاليف شراء المنتجات مقدما، مما يقلل من المخاطر المالية.

أما المورد فيمكنه التأكد من أن الموزع متحمس للترويج للنشط والفعال للمنتجات وتحقيق المبيعات، حيث تعتمد مكافآته عليها بشكل مباشر.

المطلب الثاني- الطبيعة القانونية لعقد الدروبشيبينغ: دراسة الطبيعة القانونية لعقد الدروبشيبينغ تستلزم تحليل التكييف القانوني لعند النظر في طبيعة العقد، يتعين علينا أولاً فهم المفهوم الأساسي للدروبشيبينغ. ويمكن وصف الدروبشيبينغ بأنه عملية تسليم البضائع من الشاحن إلى المستفيد مباشرة، دون الحاجة إلى وجود مستودع أو نقل فعلي للبضائع. إذ يتمتع هذا النوع من التجارة بمرونة كبيرة ويعتبر خياراً شائعاً بين التجار في جميع أنحاء العالم. فبالإضافة إلى كونه نشاطاً تجارياً، يشكل "دروبشيبينغ" عملية قانونية تتميز بالعلاقة المتبادلة القائمة بين أطرافها المختلفين: "الدروبشيبير"، والعميل (أو المستفيد من الطلب) والمورد صاحب البضاعة. في هذه العلاقة الثلاثية، تتمتع شركة دروبشيبينغ بموقع محوري، أي أنها الوحيدة التي لديها رابط تعاقدى مع الطرفين الآخرين.

ولا ينحصر تكييف هذا العقد في صورة موحدة من معاملة البيع، بل يتضمن عدة صور مختلفة خاصة بين الدروبشيبينغ والمورد؛ حيث تختلف طبيعته القانونية باختلاف كل حالة كالآتي :

- طبيعة العقد الرابط بين الدروبشيبير و المورد: الحالة الأولى: حصول صاحب الموقع أو المتجر الإلكتروني على توكيل مسبق من التاجر المورد أو صاحب المصنع ببيع سلعة محددة يعرضها في موقعه أو متجره مقابل نسبة أو مبلغ مقطوع، على أن يقوم التاجر بتوريد تلك السلع للزبون مباشرة، فهنا يتخذ العقد صورة وكالة من جانب الدروبشيبير والمورد صاحب البضاعة.

الحالة الثانية: اتفاق الدروبشيبير على عرض رابط سلع المورد في موقعه، مقابل عمولة على كل عملية شراء تتم من خلال الدخول من ذلك الرابط الموجود على موقعه، فهنا العقد يأخذ طبيعة عقد السمسرة بين الطرفين.

الحالة الثالثة: عرض الدروبشيبير لسلع تجار وموردين دون توكيل أو اتفاق مسبق، ثم بيعها للزبون قبل تملكها ودون أن يقبض صاحب الموقع ثمنها، ثم شرائها من المورد مع طلب تسليمها للزبون كأنه هو المشتري ابتداءً، وهذه من صور بيع ملك الغير التي تحتاج لموافقة من المورد لصحة البيع أو ملكية البائع له وذلك تحت طائلة البطلان طبقاً لمقتضيات الفصل ٤٨٥ من قانون الالتزامات والعقود المغربي، سيما وأنه هو المكلف بالشحن و تسليم السلعة و ضمان عيوبها.

- طبيعة العلاقة بين الدروبشيبير والعميل: الحالة الأولى: يعرض فيها الدروبشيبير سلعة محددة الأوصاف يمكنه توفيرها، وفي حال شراء الزبون لها ودفع ثمنها معجلاً، على أن يوفرها له في أجل متفق عليه بينهما، على أن يقوم الدروبشيبير بطلب السلعة من المورد و تسليمها لعنوان ذلك الزبون، فها يكيف العقد على أنه صورة بيع السلم الذي نظمته غالبية الدول العربية مثلاً نص الفصل ٦١٣ من قانون الالتزامات والعقود المغربي جاء فيه أن: "السلم عقد بمقتضاه يعجل أحد المتعاقدين مبلغاً محدداً للمتعاقد الآخر الذي يلتزم من جانبه، بتسليم مقدار معين من الأطعمة أو غيرها من الأشياء المنقولة في أجل متفق عليه."

الحالة الثانية: إذا أعلن الدروبشيبير أنه مجرد وسيط أو سمسار يساعد العميل على اقتناء سلعة جيدة بثمن ملائم من خلال كاتالوج للسلع أو الخدمات فهنا العقد يكون عقد سمسرة الغاية منه التقريب بين وجهات نظر البائعين والمشتريين مع أخذ عمولة عن مهمته أو وكالة بأجر إذا فوض له الزبون شراء السلعة. كما يتبين فعملية الدروبشيبينغ تنطوي على عدة عقود تتداخل مع بعضها البعض، وتلعب هذه العقود دوراً حيوياً في تنظيم العلاقة بين البائع والعميل والمورد وتحدد حقوقهم والتزاماتهم. من خلال العقود، يتم تحديد شروط بيع وتوزيع المنتجات وتوفير الخدمات الضرورية لعملية الدروبشيبينغ. تشمل العقود أيضاً التزامات الطرفين تجاه بعضهما البعض وتوفير اتفاقية واضحة للعميل والبائع والمورد. وكما أشرنا يمكن استخدام عقود الوكالة لتفويض البائع للقيام بترويج وتسويق منتجات المصنع أو المورد. بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام عقود التوزيع^{٤٥} لتحديد شروط بيع المنتجات وتوزيعها بين البائع والعميل النهائي. كما يتم استخدام عقود الامتياز^{٤٦} لتمكين البائع من استخدام العلامة التجارية وتسويق المنتجات باسم المصنع أو المورد. ويتوجب في كل عقد تحديد طبيعة هذه العقود لتنظيم عملية الدروبشيبينغ وضمان حقوق وواجبات الأطراف المعنية. والدراسة تكيف العقد أنه عقد بيع عن بعد يربط العميل بالدروبشيبير والمورد تخضع أحكامه لمواد قانون تدابير لحماية المستهلك، أما العلاقة الرابطة بين الدروبشيبير والمورد فهي تختلف بحسب شروط وأحكام العقد الرابط بينهما فقد يتخذ العقد شكل عقد معاولة^{٤٦} يتعهد فيه الدروبشيبير بالقيام بالتسويق وبيع بضائع المورد لقاء بدل متفق عليه بينهما. كما يمكن تكيف العقد على أنه عقد وكالة بأجر أو عقد شركة إذا ساهم الدروبشيبير بمجهوده الشخصي وعمله في جذب العملاء كحصة في شراكته مع المورد. فعقد الدروبشيبينغ هو عقد مركب ينطوي على مجموعة من العقود من بيع وتوزيع ونقل وتسليم. وبالتالي فتحدد الطبيعة القانونية لهذا العقد تتوقف على بنود العقد والوضع القانوني لكل طرف.

المطلب الثالث: التزامات وحقوق الأطراف في عقد الدروبشيبينغ : يفرض عقد الدروبشيبينغ التزامات محددة على كلا الطرفين المعنيين: المورد والبائع المباشر.

هذه الالتزامات ضرورية لضمان حسن سير هذا الشكل من التعاون. وهي تتعلق أساسا بالجوانب اللوجستية والتجارية لبيع المنتجات، يلتزم فيها المورد بتوريد المنتجات التي يطلبها الدروبشيبير خلال المواعيد النهائية المتفق عليها وتسليمها مباشرة إلى العملاء النهائيين. ويجب عليهم أيضا التأكد من أن المنتجات تتوافق مع معايير الجودة والسلامة المعمول بها. بالإضافة إلى ذلك، يلتزم الدروبشيبير بالترويج النشط للمنتجات لعملائه وتسويقها وفقا لتعليمات المورد مع تقديم خدمة عملاء عالية الجودة والتعامل مع أي شكاوى أو إرجاع واسترداد ثمن السلع بطريقة احترافية. وأخيرا، هناك التزامات معينة مشتركة بين الطرفين، لا سيما فيما يتعلق بالامتثال لقواعد المنافسة وحماية البيانات الشخصية. كما أن العميل تفرض عليه التزامات اتجاه الدروبشيبير ويضمن له القانون حقوقا لحمايته من الغش أو التضليل في تعاملاته. أولا. التزامات وحقوق الدروبشيبير في الدروبشيبينغ تتطلب عملية الدروبشيبينغ من البائع العديد من الالتزامات ويتمتع بمجموعة من الحقوق المنصوص عليها سواء في قانون الالتزامات والعقود أو في قانون حماية المستهلك المغربي يمكن أن نوجزها في الآتي:

أ- الالتزامات: نص قانون الالتزامات والعقود المغربي في فصله ٤٩٨ على التزامين أساسيين للبائع عند إبرام عقد البيع مع المشتري وهما الالتزام بالتسليم و الالتزام بضمان المبيع، إلا أنه ونظرا لخصوصية عقد الدروبشيبينغ فإن البائع حسب اتفاقه مع المورد يمكن له أن يتحلل من هذا الالتزام لكون المورد هو صاحب البضاعة أو الخدمة وهو المسؤول عن عيوبها و عن التأخر في التسليم، وتقتصر مهمة الدروبشيبير على تسويق المنتج و تتبع تسلمه للمستهلك، و سنورد التزاماته كالآتي:

١- يجب أن يكون الدروبشيبير قادراً على توفير المنتجات والمخزون بشكل مستمر لضمان توفرها للعملاء. عليه أيضاً العثور على موردين موثوقين والتعاقد معهم لضمان جودة المنتجات وتوفرها في الوقت المحدد.

٢- يلزم البائع أن يكون متميزاً في التسويق والإعلان لجلب العملاء وزيادة المبيعات من خلال استراتيجيات التسويق الفعالة والإعلانات المبتكرة، بجذب اهتمام العملاء المحتملين وتحفيزهم على شراء المنتجات. ولكن مع ضرورة وضع رهن إشارة العملاء الشروط التعاقدية المطبقة بشكل يمكن من الاحتفاظ بها واستنساخها. وأن يتضمن العرض حسب الفصل ٦٥ في فقرته الثانية^{٧٤} من قانون الالتزامات والعقود المعلومات التالية:

– الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة المقترحة أو الأصل التجاري المعني أو أحد عناصره ؛

– شروط بيع السلعة أو الخدمة أو شروط تفويت الأصل التجاري أو أحد عناصره ؛
– مختلف المراحل الواجب اتباعها لإبرام العقد بطريقة إلكترونية ولا سيما كيفية التي يفي طبقها الأطراف بالتزاماتهم المتبادلة ؛

الوسائل التقنية التي تمكن المستعمل المحتمل، قبل إبرام العقد، من كشف الأخطاء المرتكبة أثناء تحصيل المعطيات وتصحيحها ؛

– اللغات المقترحة من أجل إبرام العقد ؛
– طريقة حفظ العقد في الأرشيف من لدن صاحب العرض وشروط الاطلاع على العقد المحفوظ إذا كان من شأن طبيعة العقد أو الغرض منه تبرير ذلك ؛

– وسائل الاطلاع، بطريقة إلكترونية، على القواعد المهنية والتجارية التي يعتزم صاحب العرض الخضوع لها، عند الاقتضاء.

كل اقتراح غير متضمن لكافة البيانات المشار إليها في هذا الفصل لا يجوز اعتباره عرضاً بل يبقى مجرد إشهار، ولا يلزم صاحبه".

٣- يجب على البائع تقديم خدمة عملاء ملائمة، ويتطلب ذلك التعامل مع العملاء بصدق واحترافية والاستجابة لاحتياجاتهم واستفساراتهم بشكل سريع وفعال مع تقديم الدعم اللازم بعد البيع وحل أي مشاكل تنشأ خلال عملية الشحن أو الوصول إلى المنتجات.

٤- الالتزام بالتبصير أو الاعلام وفقاً للمادة ٢ من قانون تدابير لحماية المستهلك التي تلزم البائع بضرورة تقديمه لجميع المعلومات عن السلعة أو الخدمة.

٥- ضمان تتبع عملية الشحن والتسليم وإخبار العميل بكل تطورات العمليتين لأنها تدخل في إطار خدمة ما بعد البيع التي تناولتها بالتنظيم المادة من قانون تدابير لحماية المستهلك.^{٤٨}

٦- التنصيص في العقد على حق التراجع عن البيع المنصوص عليه في المادة ٣٦ من قانون تدابير لحماية المستهلك.^{٤٩}

ب- حقوق البائع في الدروبشيبينغ: يتمتع البائع في نظام الدروبشيبينغ بالعديد من الحقوق التي تحميه وتسهم في تعزيز أداء عمله وتتعلق أساساً بالحقوق الآتي ذكرها:

١- حقوق توزيع المنتجات: تُعدّ حقوق توزيع المنتجات من أهم حقوق البائع في نظام الدروبشيبينغ، حيث يتمتع البائع بحرية توزيع منتجاته للعملاء بواسطة الوكلاء أو المنتجين الأصليين. يُمكن هذا الحق البائع من توفير مجموعة متنوعة من المنتجات للعملاء من خلال شبكة واسعة من الموردين في السوق، مما يزيد من فرص نجاحه وتحقيق أرباح أكبر. وبناءً على هذا الحق، يستطيع البائع تلبية احتياجات العملاء المختلفة وتقديم منتجات عالية الجودة وذات قيمة عالية.^{٥٠}

٢- حقوق التسويق والإعلان: يتمتع الدروبشيبير في نظام الدروبشيبينغ بحقوق التسويق والإعلان، مما يساهم في تعزيز انتشار منتجاته وجذب المزيد من العملاء استخدام أدوات التسويق المختلفة مثل وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق عبر البريد الإلكتروني والإعلان عبر الإنترنت للترويج للمنتجات وإيصال رسالته التسويقية للعملاء المحتملين^{٥١}. بفضل هذه الحقوق، يستطيع البائع إبراز مميزات منتجاته وقيمتها للعملاء والتأثير في قراراتهم الشرائية بشكل فعال.

٣- حقوق الحماية القانونية: يُوفّر النظام القانوني في الدروبشيبينغ حماية قانونية لحقوق الدروبشيبير، ففي حالة حدوث نزاعات أو مشكلات قانونية بينه وبين العملاء أو الشركاء التجاريين، يمكن له اللجوء إلى القوانين المعمول بها للدفاع عن مصالحه وحقوقه كما في حالة عدم دفع العميل للثمن و المصاريف أو تأخر المورد في شحن البضاعة أو إرسال بضاعة غير تلك التي تعاقد عليها مع عميله.

ثانيا: التزامات العميل في الدروبشيبينغ

أ : الالتزامات: العميل في عقد الدروبشيبينغ ملزم بعدة التزامات هامة تضمنها عقد البيع في قانون الالتزامات والعقود(الفصل ٥٧٦ الذي نص على التزامين أساسيين وهما دفع الثمن وتسليم الشيء).

١- دفع الثمن والمصاريف: قياسا على عقد البيع سيما الفصل ٥١١ من قانون الالتزامات والعقود المغربي فإنه يتوجب على العميل أي المشتري في عملية الدروبشيبينغ دفع الثمن الكامل للمنتجات المشتراة بالإضافة إلى المصاريف المتعلقة بالشحن والتوصيل وكذا الرسوم الجمركية والتي تحدد عند اتفاق العميل والبائع على الطلبية. كما أنه ملزم بسداد المبلغ المطلوب في الوقت المحدد لضمان تسليم سلس وسريع للمنتجات وفق ما تنص عليه المادة ٥٧٧ من قانون الالتزامات والعقود المغربي.

٢- توفير معلومات الشحن والتسليم: يلتزم العميل توفير معلومات الشحن والتسليم المطلوبة للبائع من خلال تزويد البائع بعنوان الشحن الصحيح ومعلومات الاتصال الدقيقة لتسهيل تسليم الطلبية. كما يحتاج العميل أيضاً إلى تحديد طريقة الشحن المفضلة وتوفير أي تعليمات خاصة بالتسليم. توفير معلومات الشحن والتسليم بشكل صحيح يساهم في تجنب أي تأخير أو خطأ في عملية الشحن. وفي ذلك نصت المادة ٥٨٠ من قانون الالتزامات والعقود على أنه: "يلتزم المشتري بتسلم الشيء المبيع في المكان والوقت اللذين يحددهما العقد، فإذا سكت التزم المشتري بأن يتسلم المبيع فوراً، إلا ما يقتضيه تسلمه من زمن العقد وإذا لم يتقدم المشتري لتسلم المبيع ولم يجر بشأنه عرف، أو إذا تقدم لتسلمه، ولكنه لم يعرض في نفس الوقت أداء ثمنه، عندما يكون هذا الثمن معجلاً، وجب اتباع القواعد العامة المتعلقة بمطل الدائن".

٣- التعامل مع المنتجات بحسن نية: يجب على العميل التعامل مع المنتجات المشتراة بحسن نية ومصادقية. فيتطلب منه عدم التلاعب أو التشويه في المنتجات بأي وسيلة. وعليه أيضاً أن يتعاون مع البائع في حالة وجود أي مشاكل أو عيوب في المنتجات. يمكن أن يتضمن هذا إعادة المنتجات المعيبة أو تسوية الخلافات بصورة سلمية. يتوجب على العميل أن يمارس التعاون والمرونة في التعامل مع المنتجات، مما يعزز سمعة العميل ويضمن استمرارية ونجاح عملية الدروبشيبينغ.

ب: حقوق العميل في الدروبشيبينغ

حق العميل في الدروبشيبينغ يتمثل في الحصول على سلعة ذات جودة عالية ومطابقة للوصف المعلن عنه، كما يجب أن يتم توفير ضمان استرجاع المال أو

استبدال المنتجات في حالة عدم رضا العميل عنها أو في حالة وجود عيوب في السلعة. وتشمل حقوق العميل أيضًا الحصول على حماية قانونية في حالة وجود أي تلاعب أو ممارسات غير قانونية من قبل البائع. وتوفير هذه الحقوق يساعد على بناء ثقة العميل في منصة الدروبشيبينغ وتعزيز التجارة الإلكترونية.

١- حقوق الاسترجاع والاستبدال: يحق للعميل في الدروبشيبينغ طلب استرجاع المال أو استبدال المنتجات التي لا تلبي توقعاته أو التي تصل بها مع عيوب. يجب على البائع أن يقدم سياسة استرجاع واضحة ومنصفة للعملاء بهدف ضمان رضاهم وثقتهم. طبقا للمادة ٣٦ من قانون تدابير لحماية المستهلك سالفة الذكر، ويتعين على العميل التواصل مع البائع وتقديم الأدلة المطلوبة لإثبات السبب المشروع للاسترجاع أو الاستبدال. من جانبه، يجب على البائع تسهيل وتنفيذ عملية الاسترجاع أو الاستبدال بشكل سريع للعميل.

٢- حقوق الحماية القانونية: تتيح حقوق الحماية القانونية للعميل في الدروبشيبينغ الحماية من أي انتهاكات قانونية أو ممارسات غير قانونية من قبل البائع. يمكن للعميل تقديم شكوى قانونية ولديه الحق في الحصول على تعويض مادي إذا تم تأكيد وجود مخالفات قانونية. على العميل أن يقدم الأدلة اللازمة لدعم شكواه وإثبات تعرضه لأضرار مالية أو معنوية نتيجة للممارسات المخالفة. يعزز وجود حقوق الحماية القانونية ثقة العميل في النظام القانوني ويضمن حمايته لحقوقه ومصالحه في عقد الدروبشيبينغ. ويعد قانون حماية المستهلك آلية مهمة لحماية العميل في عقود الدروبشيبينغ وتأمين التعويضات اللازمة هو قانون يهدف إلى حماية حقوق المستهلكين وضمان سلامتهم في مجال الشراء والبيع والخدمات المقدمة. يعتبر هذا القانون مرجعية قانونية مهمة تحمي المستهلكين من الأضرار والاحتمالات التي يمكن أن تحدث في عمليات الشراء والبيع. حيث يضمن حسب المادة الأولى من القانون ٨٠٨-٣١ المتعلق بتحديد تدابير لحماية المستهلك الحقوق التالية:

- إعلام المستهلك إعلاما ملائما وواضحا بالمنتجات أو السلع أو الخدمات التي يقتنيها أو يستعملها؛
- ضمان حماية المستهلك فيما يتعلق بالشروط الواردة في عقود الاستهلاك ولاسيما الشروط التعسفية والشروط المتعلقة بالخدمات المالية والقروض الاستهلاكية والقروض العقارية وكذا الشروط المتعلقة بالإشهار والبيع عن بعد والبيع خارج المحلات التجارية؛
- تحديد الضمانات القانونية والتعاقدية لعيوب الشيء المبيع والخدمة بعد البيع وتحديد الشروط والإجراءات المتعلقة بالتعويض عن الضرر أو الأذى الذي قد يلحق بالمستهلك؛
- تمثيل مصالح المستهلك والدفاع عنها من خلال جمعيات حماية المستهلك التي تعمل طبقا لأحكام هذا القانون.

ثالثا: التزامات المورد أو المنتج: المورد أو المنتج عرفه الفصل ١.٦ في الفقرة ٥^٢ بأنه: "يعد منتجا، كل مصنع لمنتج كامل الصنع أو منتج مادة أولية أو مصنع لجزء مكون للمنتج . وكل شخص يتصرف بصفة مهنية:

1- ويتقدم كمنتج بوضعه على المنتج اسمه أو علامته التجارية أو أي علامة مميزة أخرى؛

٢- أو يستورد منتوجا إلى التراب الوطني من أجل البيع أو الكراء، مع وعد بالبيع أو بدونه أو أي شكل آخر من أشكال التوزيع." فالمنتج هو صاحب السلع وهو الذي يكلف الدروبشيبير بتسويق منتجاته ليتفرغ هو للإنتاج وكل العمليات اللوجيستية من إعداد البضاعة وشحنها و تسليمها للعميل. وفي عقد الدروبشيبينغ تكون لديه العديد من الالتزامات تجاه الدروبشيبير، حيث يجب عليه التأكد من أن لديه مخزونا كافيا من المنتجات المعروضة من أجل تلبية طلبات الموزع، كما يلتزم بتسليم المنتجات التي تتوافق مع الأوصاف والميزات المتفق عليها بين الطرفين. بالإضافة إلى ذلك، فهو

مسؤول عن الشحن الآمن للسلع لمنع أي تدهور أثناء النقل والتزامه هو التزام بتحقيق نتيجة أي توصل الزبون ببضاعته دون تلف، وأيضا الالتزام بأوقات التسليم المتفق عليها وإبلاغ الدروبشيبير بعدم توفر مؤقت للمنتجات لتمكين المشتري أو العميل من حق الاسترداد وفسخ العقد. علاوة على ذلك، يقع عليه واجب ضمان سرية المعلومات التجارية المتبادلة مع الدروبشيبير. ويثور تساؤل في هذا الصدد بخصوص من المكلف بتحمل مسؤولية تلف أو هلاك الشيء أو عيوبه، هل الدروبشيبير أو المورد؟ بالرجوع للفصل من ٤٩٦ من قانون الالتزامات والعقود المغربي نجد نص على أنه يبقى الشيء المبيع أثناء نقله في ضمان البائع، الذي يتحمل تبعه هلاكه، إلى أن يتسلمه المشتري. كم أن الفصل ٤٩٨ من نفس القانون يحمل البائع بالتزامين أساسيين هما: الالتزام بتسليم الشيء المبيع؛ والالتزام بضمانه. المشتري أو العميل يتعاقد مع الدروبشيبير مباشرة ولا علم له بالمورد، وبالتالي حسب هذا المنطق فالبائع هو الذي يسأل في حالة وقوع أي أضرار للمشتري أو حصول عيب في السلع، ولكن تحميل البائع لالتزامات تتعلق بعيوب في البضاعة يجعله التزاما مرهقا ويحلل المورد من المسؤولية عن خطئه أو تقصيره، وسيشجع لا محالة على إقبالهم على عقود الدروبشيبينغ لأنها ستعفيهم من المسؤولية، لذلك نصت المادة ١.٦ في فقرتها ٨ من قانون الالتزامات والعقود أنه: "يمكن للمنتج أن يكون مسؤولا عن العيب وإن تم صنع المنتج في إطار احترام كل القواعد والمقاييس الموجودة أو رغم حصول المنتج على ترخيص إداري". ويحق له الاعفاء من مسؤوليته وفق المادة ١.٦ في الفقرة إذ: تمكن من إثبات:

(أ) أنه لم يقم بعرض المنتج في السوق؛ وهنا تقوم مسؤولية الدروبشيبير إذا عرض سلع المورد أو المنتج دون أخذ موافقته.

(ب) أن العيب الذي تسبب في الضرر لم يكن موجودا أثناء عرضه للمنتج في السوق أو أن هذا العيب ظهر لاحقا؛

(ج) أن المنتج لم يتم صنعه بهدف البيع أو أي شكل آخر من أشكال التوزيع لأغراض تجارية ولم يتم صنعه أو توزيعه في إطار نشاطه التجاري؛

(د) أن العيب راجع لمطابقة المنتج للقواعد الإلزامية الصادرة عن السلطات العمومية؛
(هـ) أنه لم يكن ممكناً اكتشاف العيب بالنظر إلى ما وصلت إليه حالة المعرفة العلمية والتقنية أثناء عرض هذا المنتج في السوق؛

تنتفي مسؤولية منتج مكون للمنتج أو قطعة مكونة للمنتج، إذا أثبت أنه احترام تعليمات أو دفتر تحملات منتج المنتج أو الخصائص المعلنة للمكون أو القطعة المكونة. ورغم ذلك، ينبغي في كل عقد أن تكون مقتضيات المسؤولية واضحة وتحديد مسؤولية كل طرف، فالمورد باعتباره هو صاحب البضاعة تقوم مسؤوليته عن غياب المواصفات المتفق عليها والمعلن عنها ورداءة جودتها وكذلك تأخره في نقل البضائع والتسليم بدون وجود سبب أجنبي أو قوة قاهرة أو التلاعب في المعطيات الشخصية للعملاء، ويتطلب منه التأمين على مسؤوليته لتعويض العملاء عما قد يتسبب لهم من خسائر، لأنه طبقاً للقواعد العامة سيما الفقرة ١٣ من المادة ١٠٦ من قانون الالتزامات والعقود لا يجوز للمنتج الاعفاء من المسؤولية اتجاه الضحية أو التقليل منها بل واعتبرها القانون باطلة حماية لحقوق العملاء و أيضاً المتعاملين مع الموردين و المنتجين.

خاتمة: من خلال التأمل في عقد الدروبشيبينغ، هذا العقد الذي أفرزه تطور التجارة الالكترونية، يمكن القول أنه مازال عقداً غير مسمى لم يحظ بعد بالتنظيم القانوني لأحكامه ربما لحدائته، كذلك توصلت الدراسة أن هذا العقد يقوم على بيع الدروبشيبير لمنتجات المورد دون تحمل عناء اقتنائها وتخزينها وتسليمها، حيث يتكلف صاحب البضاعة بمجرد إتمام العقد بنقلها وتسليمها ويسأل عن عيوبها. وتوقفت الدراسة عند مميزات هذا العقد الذي رغم كونه عقد بيع إلا أن الدروبشيبير لا يتحمل بنفسه الالتزامات في عقد البيع بل يلتزم بها المورد، ثم تم التطرق لموقف الشريعة الإسلامية من هذا العقد بناء على فتاوى هيئات متخصصة أجازت التعامل به شريطة احترام روح ومبادئ الشريعة. وتطرق البحث في الختام لطبيعة العقد التي تختلف باختلاف كل حالة من وكالة وسمسرة وبيع السلم ومقاوله وشركه، ودور القضاء سيساهم بدون شك في تحديد طبيعة العقد حسب حيثيات واتفاقات الأطراف. كما

تناول أيضا التزامات وحقوق كل طرف في العقد التي تعتمد على الاحكام العامة لنظرية العقد سيما عقد البيع خاصة فيما يتعلق بالمسؤولية و الضمان. وتوصي الدراسة بضرورة تنظيم هذا العقد الذي يعد عملا تجاريا وتحديد التزامات كل طرف و ضماناته ومسؤوليته، وأيضا ضرورة الاستعانة بأهل الخبرة لتحديد العقد أو لفهم بنوده قبل الإقبال على التعاقد خاصة بالنسبة للدروبشيبير لأنه يمكن للمورد أن يحمله التزامات قد تكلفه مبالغ خيالية حالة وقوع خطأ أو تأخير في التسليم للمستفيد. كذلك عليه أن يتحرى جيدا عن الشركات الموردة التي يتعامل معها ومدى مصداقيتها وسمعتها التجارية في السوق لتفادي أية خسارة محتملة.

قائمة المراجع المعتمدة:

أولا- القوانين:

- القانون رقم ١٥,٩٥ المتعلق بمدونة التجارة المنشور بالجريدة الرسمية عدد ٤٤١٨ بتاريخ ١٩ جمادى الأولى ١٤١٧ (٣ أكتوبر ١٩٩٦)، ص ٢١٨٧.
- القانون رقم ٣,٠٥ المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم ١,٧,١٢٩, بتاريخ ١٩ من ذي القعدة ١٤٢٨ (٣٠ نوفمبر ٢٠٠٧)، الجريدة الرسمية عدد ٥٥٨٤ بتاريخ ٢٥ من ذي القعدة ١٤٢٨ (٦ ديسمبر ٢٠٠٧) ص ٣٨٧٩.
- القانون رقم ٣١,٠٨ يقضي بتحديد تدابير لحماية المستهلك المنشور بالجريدة الرسمية عدد ٥٩٣٢ الصادرة بتاريخ ٣ جمادى الأولى ١٤٣٢ (٧ أبريل ٢٠١١).
- القانون رقم ٤,١٩. بتعديل الفصل ١.٦ من الظهير الشريف الصادر في ٩ رمضان ١٣٣١ (١٢ أغسطس ١٩١٣) بشأن قانون الالتزامات والعقود الصادر بتنفيذه الظهير الشريف رقم ١,١٩,١٤ بتاريخ ٢ جمادى الآخرة ١٤٤٠ (٨ فبراير ٢٠١٩)، الجريدة الرسمية عدد ٦٧٥٤ بتاريخ ١٥ جمادى الآخرة ١٤٤٠ (٢١ فبراير ٢٠١٩) ص ٨٤٣.
- المادة ٦٥ من القانون رقم ٢٤,٠٩ يتعلق بسلامة المنتجات والخدمات وبتمميم الظهير الشريف الصادر في ٩ رمضان ١٣٣١ (١٢ أغسطس ١٩١٣) بمثابة قانون

الالتزامات والعقود الصادر بتنفيذه الظهير الشريف رقم ١٤٠، ١١، ١ بتاريخ ١٦ من رمضان ١٤٣٢ (١٧ أغسطس ٢٠١١)، الجريدة الرسمية عدد ٩٨٠ بتاريخ ٢٣ شوال ١٤٣٢ (٢٢ سبتمبر ٢٠١١) ص ٤٦٧٨؛

– LOI(France) n° 2023-451 du 9 juin 2023 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux

ثانيا-المراجع باللغة العربية:

– ابن نور الدين، تيسير البيان لأحكام القرآن، سوريا، دار النوادر ٢٠١٢، الجزء الثاني ٢٠٢١

– جمال قاسم حسن ومحمود عبد السلام، التجارة الالكترونية، سلسلة كتيبات تعريفية، العدد (٢٠)، صندوق النقد العربي، ٢٠٢١

– دبيان الديان، المعاملات المالية أصالة ومعاصرة، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، (١٤٣٢)، الطبعة الثانية.

– السيد عبد الحليم محمد حسين، الوكالة في الشريعة الإسلامية، مجمع فقهاء الشريعة بأمريكا، سلسلة إصدارات المجمع، العدد ٢٣، دار الطباعة والنشر الإسلامية القاهرة، ٢٠٠٤.

– محمد مصطفى الزحيلي، القواعد الفقهية وتطبيقاتها في المذاهب الأربعة، دار الفكر – دمشق الطبعة: الأولى، ٢٠٠٦

ثالثا- المراجع باللغة الأجنبية:

– UNCTAD, (2020). " B2C E-Commerce Index 2020.

- Laurent Thibault Montet, « Le dropshipping : définition et réglementation », article publié sur : <https://www.village-justice.com/>
- Siyu Shi, Jingchun Sun, T.C.E. Cheng, Wholesale or dropshipping: Contract choices of the online retailer and the manufacturer in a dual-channel supply chain, International Journal of Production Economics, Volume 226, 2020,
- Nicholas T. Scheel, Drop Shipping as a Marketing Function: A Handbook of Methods and Policies, Quorum Books, (1990)
- ȘERBAN COMĂNESCU, A. Dropshipping in Romania, Opportunity or Illusion. Revista Economica, [s. l.], v. 73, n. 2,
- Thomas Rivoire, «Le contrat de drop shipping», publié le 13 mars 2015 au site : <https://www.legalife.fr/guides-juridiques/contrat-de-drop-shipping/>
- Jérémie Verniau, «Les enjeux du contrat de dropshipping», publié le 19 janvier 2016 au site : <https://www.leprogres.fr/economie/2016/01/19/les-enjeux-du-contrat-de-dropshipping>
- Hafsa Sarra, Hovelaque Vincent, Soler Louis-Georges. Organisation des chaînes d'approvisionnement et commerce électronique. In: Économie rurale. N°272, 2002.
- Ibanez, Éric. « 1. Le fonctionnement du dropshipping », Dropshipping. Se lancer et réussir en e-commerce, sous la direction de Ibanez Éric. Dunod, 2019

- Ferreira, C.:What Is Dropshipping? Shopify Blog, 1 January 2021
- B. Bathelo, Click & Collect, 08/11/2020, <https://www.definitions-marketing.com/definition/click-collect/>
- Pretorius, S.J.: Effective supply chain effective supply chain management in the furniture retail industry. In: Acutt, R. (ed.) Pretoria (2001)
- Zorzini, C.: Dropshipping definition: the best way to setup a drop shipping business quickly (2018). <https://ecommerceplatforms.com/ecommerce-selling-advice/setup-drop-shipping-ecommerce>
- Michael, C.: Dropshipping for dummies: a beginner's guide to dropshipping (2017).
- Philippe le TOURNAU, la concession commerciale exclusive, Edition Economica 1991.
- Jason Hawk, Dropshipping: Six-Figure Dropshipping Blueprint: Step by Step Guide to Private Label, Retail Arbitrage, Amazon FBA, Shopify, (2016).
- Netessine, Serguei, and Nils Rudi. "Supply Chain Structures on the Internet: and the role of marketing-operations interaction." Handbook of quantitative supply chain analysis: Modeling in the e-business era (2004).

رابعاً- المواقع الالكترونية:

- <https://arabic.news.cn/20240331/36a6b26da27b4b6e832762929b02b250/c.html>
- <https://www.mordorintelligence.com/ar/industry-reports/united-states-retail-3pl-market>
- <https://www.volusion.com/blog/a-beginners-guide-to-drop-shipping>
- https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D8%AD%D8%A7%D9%84%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AD%D9%86
- <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/26557496/ramassage-en-magasin>
- <https://ifta.ly>
- <https://www.awqaf.gov.ae/ar/Pages/FatwaDetail.aspx?did=96955>

الهوامش

- ^١ بلغ حجم التجارة الالكترونية حول العالم ٣.٨ تريليون دولار في عام ٢٠١٩. بحسب تقديرات الأمم المتحدة. ثم وصل الرقم إلى ٦.٨ تريليون دولار في أواخر عام ٢٠٢٠، للتعلم يرجى الرجوع للوثيقة الآتية: "UNCTAD, (2020). B2C E-Commerce Index 2020".
- ^٢ جمال قاسم حسن ومحمود عبد السلام، التجارة الالكترونية، سلسلة كتبات تعري في، العدد (٢٠)، صندوق النقد العربي، ٢٠٢١، ص ١٩.
- ^٣ حيث أفاد المكتب الوطني للإحصاء الصيني سنة ٢٠١٩ أنه في الأرباع الثلاثة الأولى من عام ٢٠١٩، بلغت مبيعات التجزئة عبر الإنترنت للسلع المادية في الصين ٥٧٧٧.٧ مليار يوان، وهو ما يمثل ١٩.٥٪ من إجمالي مبيعات التجزئة للسلع الاستهلاكية الاجتماعية، وواصل النمو وتيرته سنة ٢٠٢٤ إذ أظهرت بيانات رسمية، أصدرتها وزارة التجارة الصينية، أن مبيعات التجزئة عبر الإنترنت سجلت نموا مطردا في الشهرين الأول والثاني من عام ٢٠٢٤، بلغ ٢.١٥ تريليون يوان (حوالي ٣٠٣ مليارات دولار أمريكي). ونقلت وكالة الأنباء الصينية

تبينخوا أن إجمالي مبيعات التجزئة عبر الإنترنت خلال الفترة المذكورة بلغ ٢.١٥ تريليون يوان، بزيادة ١٥.٣ في المائة على أساس سنوي وفقاً للبيانات. وارتفعت مبيعات التجزئة عبر الإنترنت للسلع المادية في جميع أنحاء الصين بنسبة ١٤.٤ في المائة على أساس سنوي، لتصل إلى ١.٨٢ تريليون يوان، ما ساهم بنسبة ٢٢.٤ في المائة من إجمالي مبيعات التجزئة للسلع الاستهلاكية في الصين. انظر في ذلك:

(تاريخ الاطلاع: <https://arabic.news.cn/20240331/36a6b26da27b4b6e832762929b02b250/c.html>)

(٢٥.٣.٢٠٢٤)

^٤ بلغت مبيعات الانترنت في الولايات المتحدة بـ ٥١.٩٤ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠٢٤، ومن المتوقع أن يصل إلى ٦٩.٤٣ مليار دولار أمريكي بحلول عام ٢٠٢٩، بمعدل نمو سنوي مركب قدره ٦٪ خلال الفترة المتوقعة (٢٠٢٤-٢٠٢٩). من ٣.٧٨ تريليون دولار أمريكي في عام ٢٠١٩، ارتفع إجمالي مبيعات التجزئة بنسبة ٦.٩٪ إلى ٤.٠٤ تريليون دولار أمريكي في عام ٢٠٢٠. ونظرًا للتأثير السلبي لوباء فيروس كورونا على الشراء داخل المتاجر، قد تكون الزيادة الكبيرة في إجمالي مبيعات التجزئة بمثابة مفاجأة. ومع ذلك، شكلت المبيعات الرقمية غالبية نمو تجارة التجزئة. في عام ٢٠٢٠، شكلت التجارة الإلكترونية أكثر من ثلاثة أرباع إجمالي نمو التجزئة (٧٤.٦ بالمائة)، وهي أكبر حصة من النمو الإجمالي حققها قطاع الإنترنت على الإطلاق. نمت المبيعات خارج الإنترنت، والتي تشمل المتاجر والكتالوجات ومراكز الاتصال، بنسبة ٢.١٪ في عام ٢٠٢٠، وهو نفس معدل العام السابق الخالي من الوباء. وفي الوقت نفسه، في أبريل ٢٠٢٣، شهدت مبيعات التجزئة في الولايات المتحدة نموًا على أساس شهري وسنوي. ومع ذلك، واصلت متاجر الملابس وإكسسوارات الملابس مواجهة التحديات، مع انخفاض المبيعات بنسبة ٠.٣٪ مقارنة بالشهر السابق وانخفاض بنسبة ٤.١٪ مقارنة بنفس الفترة من العام الماضي. إن النمو الإجمالي لمبيعات التجزئة مدفوع بشكل رئيسي بالإنفاق الاستهلاكي المرن على الرغم من تقلبات التضخم. وبالإضافة إلى ذلك، أدت مستويات الأسعار المعتدلة، واستمرار قوة سوق العمل، ومكاسب الأجور إلى زيادة قدرة المستهلكين على الإنفاق. انظر في ذلك:

<https://www.mordorintelligence.com/ar/industry-reports/united-states-retail-3pl-market>

(تاريخ الاطلاع ٢٥.٣.٢٠٢٤)

Siyu Shi, Jingchun Sun, T.C.E. Cheng, Wholesale or drop-shipping: Contract choices of the online retailer and the manufacturer in a dual-channel supply chain, International Journal of Production Economics, Vo

Aucune source spécifiée dans le document actif. lume 226, 2020, p.1

^٥ Siyu Shi, Jingchun Sun, T.C.E. Cheng, Wholesale or drop-shipping: Contract choices of the online retailer and the manufacturer in a dual-channel supply chain, International Journal of Production Economics, Volume 226, 2020, p.1

^٦ Laurent Thibault Montet, « Le dropshipping : définition et réglementation », article publié sur :

<https://www.village-justice.com/> (Consulté le 28.3.2024).

^٧ المفكر الاقتصادي Nicholas T. Scheel يعود إليه الفضل في دراسة الدروبشيبينغ سنة ١٩٩٠ حيث اعتبره تقنية للتسويق وأرجع تأصيله التاريخي إلى القدم حيث كان يلجأ إلى هذا العقد من قبل المنتج أو المصنع بتكليف سمسار أو وسيط بعمليات الشحن و التسليم. ويتم شحن السلع مباشرة إلى عميل الوسيط من قبل الشركة المصنعة.

انظر في ذلك مرجعه:

Handbook of Methods and Policies, Nicholas T. Scheel, Drop Shipping as a Marketing Function: A Quorum Books, (1990)

وفي الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي بدأ بزوغ نموذج الدروبشيبينغ قبل عصر الإنترنت. حيث بدأ ظهر نموذج الدروبشيبينغ عندما استخدمت شركات الطلب بالبريد كتالوجات الطلب في علاقتها مع العملاء النهائيين. هناك أمثلة عديدة لشركات أمريكية مشهورة، وليس فقط، مثل جي سي بيني وسيرز، وول مارت، التي استخدمت بنجاح هذه الطريقة والتي اتضحت أنها طريقة مربحة للغاية. لقد لاحظوا أنه مع زيادة حجم المنتجات المباعة، زادت مشكلة إدارة عدد متزايد من الطلبات، طلبات لم يعد بإمكانها تلبية الطلب المتزايد من العملاء. وكحل لهذه المشكلة، حددوا الخيار في تطوير مستودعات البضائع مصممة خصيصاً لتسريع هذه العملية وإدارة تدفق كامل عمليات اللوجستيات، على غرار ما تسميه أمازون الآن (FBA) -مستودعات التحقق من الطلبات بواسطة أمازون لهدف رئيسي لهم كان تخزين كميات ضخمة من المنتجات بالجملة، للتعامل معها بشكل سليم وإدخالها في نظام إدارة محاسبية متطورة جيداً، بشكل واضح ومن ثم توصيلها للعميل النهائي ومع ظهور الانترنت.

وفي التسعينيات ومع ظهور الانترنت، تحولت شركات الطلب بالبريد إلى متاجر "التجارة الإلكترونية". وقد تم تقديم التسوق عبر الانترنت للجمهور العام. بالطبع، كان الجمهور في البداية متردداً حيال هذا النموذج الجديد للمبيعات، ولم يكن الناس يثقون على الإطلاق في تقديم بياناتهم الشخصية المتعلقة ببطاقات الائتمان البنكية، ولكن مع مرور الوقت، بدأ المزيد والمزيد من الناس في قبول هذا النمط الجديد "الافتراضي" لشراء السلع.

الاطلاع على:

ȘERBAN COMĂNESCU, A. Dropshipping in Romania, Opportunity or Illusion. Revista Economica, [s. l.], 10 v. 73, n. 2, p.

Thomas Rivoire, «Le contrat de drop shipping», publié le 13 mars 2015 au site : ^٨

<https://www.legalife.fr/guides-juridiques/contrat-de-drop-shipping/> (consulté le 29.3.2024).

Jérémy Verniau, «Les enjeux du contrat de dropshipping», publié le 19 janvier 2016 au site : ^٩

<https://www.leprogres.fr/economie/2016/01/19/les-enjeux-du-contrat-de-dropshipping> (consulté le 29.3.2024).

Hafsa Sarra, Hovelaque Vincent, Soler Louis-Georges. Organisation des chaînes ^{١٠} d'approvisionnement et commerce électronique. In: Économie rurale. N°272, 2002. pp. 28-41.

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D8%AD%D8%A7%D9%84%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AD/ ^{١١} D9/86

Ibanez, Éric. « 1. Le fonctionnement du dropshipping », , Dropshipping. Se lancer et réussir en e- ^{١٢} commerce, sous la direction de Ibanez Éric. Dunod, 2019, pp. 7-19.

Ferreira, C.:What Is Dropshipping? Shopify Blog, 1 January 2021(consulté le 5.4.2024) ^{١٣}

ȘERBAN COMĂNESCU, Ibid, p.103, 2021. ^{١٤}

^{١٥} هي شركة كندية متعددة الجنسيات للتجارة الإلكترونية ومقرها في أوتاوا، أونتاريو Shopify. هو اسم منصة التجارة الإلكترونية المملوكة لها للمتاجر عبر الإنترنت وأنظمة نقاط البيع بالتجزئة. تقدم منصة Shopify لتجار التجزئة عبر الإنترنت مجموعة من الخدمات بما في ذلك أدوات الدفع والتسويق والتشحن ومشاركة العملاء. وأفادت الشركة أن لديها أكثر من ٢.٠٠٠.٠٠٠ شركة في حوالي ١٧٥ دولة باستخدام منصتها اعتباراً من ديسمبر ٢٠٢٢. موزعة جغرافياً على النحو التالي: ٥٥٪ أمريكا الشمالية، ٢٥٪ أوروبا الشرق

الأوسط وأفريقيا ، ١٥٪ آسيا والمحيط الهادئ ، أستراليا والصين و ٥ ٪ في أمريكا اللاتينية (المكسيك وأمريكا الجنوبية). وفقًا لـ BuiltWith ، يعمل ١.٥٨ مليون موقع على منصة Shopify اعتبارًا من عام ٢٠٢١. وفقًا لـ W3Techs ، يستخدم ٤.٤٪ من أفضل ١٠ ملايين موقع Shopify. تجاوز إجمالي حجم البضائع الإجمالي ١٩٧ مليار دولار أمريكي لتقويم ٢٠٢٢. اعتبارًا من يوليو ٢٠٢٢ ، تعد Shopify من بين أكبر ٢٠ شركة كندية مدرجة في البورصة من حيث القيمة السوقية . للاطلاع أكثر الرجوع لموقع ويكيبيديا. وموقع الشركة:

<https://www.shopify.com/news/company-info>

^{١٦} قانون الالتزامات والعقود ظهر ٩ رمضان ١٣٣١ (١١ أغسطس ١٩١٣) تم تعديله سنة ١٩٦٥
^{١٧} القانون رقم ١٥.٩٥ المتعلق بمدونة التجارة المنشور بالجريدة الرسمية عدد ٤٤١٨ بتاريخ ١٩ جمادى الأولى ١٤١٧ (٣ أكتوبر ١٩٩٦)، ص. ٢١٨٧.

^{١٨} المنشور بالجريدة الرسمية عدد ٥٩٣٢ الصادرة بتاريخ ٣ جمادى الأولى ١٤٣٢ (٧ أبريل ٢٠١١)
^{١٩} عرفتها المادة (٣٩٣) من مدونة التجارة المغربية بأنه: "عقد يلتزم بمقتضاه شخص ودون أن يكون مرتبطا بعقد عمل، بالتفاوض أو بالتعاقد بصفة معتادة بشأن عمليات تهتم أشتية أو ببيوعات، وبصفة عامة جميع العمليات التجارية باسم ولحساب تاجر أو منتج أو ممثل تجاري آخر يلتزم من جهته بأدائه أجرة عن ذلك. يمكن للوكيل التجاري أن يمثل عدة موكلين دون أن يلزم بموافقة أي منهم. غير أنه لا يجوز له أن يمثل عدة مقاولات متنافسة. لا يمكن للموكل أن يلتزم للوكيل التجاري بضمان حماية مطلقة للزبائن المعهود بهم إليه ضد المنافسة السلبية لباقي وكلائه التجاريين."

^{٢٠} LOI n° 2023-451 du 9 juin 2023 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux

^{٢١} نجد أيضًا استخدامًا للتعبيرات أو المصطلحات التالية: click-remove، click-pick up، انقر وانطلق؛ الشراء عبر الإنترنت، والاستلام من المتجر؛ الطلب عبر الإنترنت، والاستلام من المتجر؛ اشتتر عبر الإنترنت، واستلم من المتجر؛ واطلب عبر الإنترنت، واستلم من المتجر. متغيرات هذه التعبيرات المقترنة بصيغة الجمع بضمير المخاطب شائعة أيضًا (على سبيل المثال: اشتتر عبر الإنترنت، التقط [أو اجمع] في المتجر؛ اطلب عبر الإنترنت، التقط [أو اجمع] في المتجر). في فرنسا، تمت التوصية رسميًا بمصطلحي "الجمع في المتجر" و "النقر والإزالة" من قبل لجنة إثراء اللغة الفرنسية منذ عام ٢٠١٦.

^{٢٢} <https://vitrlnelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/26557496/ramassage-en-magasin>

(consulté le 29.3.2024).

^{٢٣} B. Bathelo، Click & Collect، 08/11/2020، <https://www.definitions-marketing.com/definition/click-collect/>

(consulté le 29.3.2024).

^{٢٤} محمد مصطفى الزحيلي، القواعد الفقهية وتطبيقاتها في المذاهب الأربعة، دار الفكر – دمشق الطبعة: الأولى، ١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٦ م، ص ١٩١

^{٢٥} أخرجه البزار والطبراني والبيهقي من حديث أبي الدرداء بسند حسن

^{٢٦} وقال العراقي بصحة الوكالة بناء على هذه الآية الكريمة، أحكام القرآن لابن العربي (٣/٢٢٠).

^{٢٧} أخرجه البخاري في كتاب المناقب ، حديث (٣٦٤٢)

^{٢٨} أخرجه مالك في الموطأ ، كتاب الحج ، باب نكاح المحرم ، حديث (١٢٦٧)

^{٢٩} سورة الكهف الآية ١٩

^{٣٠} السيد عبدالحليم محمد حسين، الوكالة في التشريعة الإسلامية، مجمع فقهاء الشريعة بأمريكا، سلسلة إصدارات المجمع، العدد ٢٣، دار الطباعة والنشر الإسلامية القاهرة، ٢٠٠٤، ص ٦٣ وما بعده.

^{٣١} ديبان الديبان، المعاملات المالية أصالة ومعاصرة، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، (١٤٣٢)، الطبعة ٢،

صفحة ٧٩، جزء ٣

^{٣٢} سورة البقرة، آية: ٢٨٢

^{٣٣} ابن نور الدين ، تفسير البيان لأحكام القرآن، سوريا، دار النوادر ٢٠١٢، صفحة ١٦١، جزء ٢

^{٣٤} رواه مسلم، في صحيح مسلم، عن عبدالله بن عباس، الصفحة أو الرقم: ١٦٠٤، حديث صحيح

^{٣٥} ما روى النسائي (٤٦١٣) ، وأبو داود (٣٥٠٣) والترمذي (١٢٣٢) عن حكيم بن حزام قال: " سألت النبي صلى الله عليه وسلم فقلت : يا رسول الله ، يأتيني الرجل فيسألني البيع ليس عندي ، أبيع منه ، ثم أبتاعه له من السوق قال: لا تبع ما ليس عندك " والحديث صححه الألباني في " صحيح النسائي".

^{٣٦} الفتوى رقم ١٦٤٦٤ الصادرة بتاريخ ١٣ فبراير ٢٠٢٢ منشورة بموقعها:

<https://www.dar-alifta.org/ar/fatawa> تاريخ الاطلاع ١.٤.٢٠٢٤

^{٣٧} <https://ifta.ly> تاريخ الاطلاع ١.٤.٢٠٢٤

^{٣٨} فتوى رقمية رقم ٩٦٩٥٥ بتاريخ ١٨.١٢.٢٠١٧ منشورة بالموقع الخاص بالهيئة:

<https://www.awqaf.gov.ae/ar/Pages/FatwaDetail.aspx?did=96955> تاريخ الاطلاع ١.٤.٢٠٢٤

^{٣٩} الفقرة الأولى من المادة ٤١٧ من القانون المذكور.

^{٤٠} Pretorius, S.J.: Effective supply chain effective supply chain management in the furniture retail industry. In: Acutt, R. (ed.) Pretoria (2001)

^{٤١} quickly (2018). Zorzini, C.: Dropshipping definition: the best way to setup a drop shipping business <https://ecommerce-platforms.com/ecommerce-selling-advice/setup-drop-shipping-ecommerce>

^{٤٢} Ibid

^{٤٣} Michael, C.: Dropshipping for dummies: a beginner's guide to dropshipping (2017).

<https://www.volusion.com/blog/a-beginners-guide-to-drop-shipping>

^{٤٤} العقد الذي يتم إبرامه بين مُنتج وموزع للمُنتج، بموجبه يتولى الموزع مهمة توزيع البضاعة وترويجها في مناطق الجغرافية يتفق عليها ويتم تحديدها في العقد مقابل عمولة أو أرباح معينة أيضاً يتم تحديدها في العقد من الفرق بين هامش الشراء وهامش البيع وعليها فإن عقد التوزيع هو صورة خاصة بالوكالة التجارية وتسري عليها الأحكام العامة للوكالة التجارية، وهذا العقد يتعهد بمقتضاه الوكيل أن يجري باسمه الخاص العمليات التجارية وتكون هذه العمليات لحساب الموكل بمقابل أجر، فبينما يقوم الوكيل التجاري بإجراء الصفقة باسم الموكل ولحسابه يقوم الوكيل بالعمولة بإجرائها باسمه الخاص ولكن لحساب الموكل.

^{٤٥} عرف لوتورنو Ph. Letourneau عقد الامتياز بكونه "العقد الذي يمنح المتنازل بمقتضاه حق التفرد المكاني في بيع منتجاته من قبل المتنازل له، مع التزام هذا الأخير بالتوريد الانفرادي من عند المتنازل" يراجع:

la concession commerciale exclusive, Edition Economica 1991, p :8 Philippe le TOURNAU,

^{٤٦} ومقتضى عقد المقاول أن يتعهد أحد طرفيه بأن يصنع شيئاً أو يؤدي عملاً لقاء بدل يتعهد به الطرف الآخر. وقد اصطلح عليها قانون الالتزامات والعقود المغربي في المادة ٧٢٣ بإجارة الصناعة. و يتميز عقد المقاول عن عقد العمل بغياب عنصر التبعية.

^{٤٧} المادة ٦٥ من القانون رقم ٢٤.٠٩ يتعلق بسلامة المنتجات والخدمات وبتتيم الظهير الشريف الصادر في ٩ رمضان ١٣٣١ (١٢ أغسطس ١٩١٣) بمثابة قانون الالتزامات والعقود الصادر بتنفيذه الظهير الشريف رقم ١.١.١٤٠ بتاريخ ١٦ من رمضان ١٤٣٢ (١٧ أغسطس ٢٠١١). الجريدة الرسمية عدد ٥٩٨٠ بتاريخ ٢٣ شوال ١٤٣٢ (٢٢ سبتمبر ٢٠١١) ص ٤٦٧٨

٤٨ المادة ٦٩ تقضي بما يلي: " لأجل تطبيق هذا الباب، يراد بالخدمة بعد البيع العقد الذي تحدد فيه جميع الخدمات التي يلتزم بتقديمها مورد سلعة أو منتج سواء أكان ذلك بعوض أم بالمجان ولاسيما تسليم السلعة أو المنتج المبيع بالمنازل وصيانتها وتركيبه وتجريبه وإصلاحه. تختلف الخدمة بعد البيع عن الضمان القانوني وعند الاقتضاء عن الضمان التعاقدي".

٤٩ تنص المادة ٣٦ على أنه: " للمستهلك أجل:

-سبعة أيام كاملة لممارسة حقه في التراجع ؛
-ثلاثين يوما لممارسة حقه في التراجع في حالة ما لم يف المورد بالتزامه بالتأكيد الكتابي للمعلومات المنصوص عليها في المادتين ٢٩ و ٣٢.

وذلك دون الحاجة إلى تبرير ذلك أو دفع غرامة باستثناء مصاريف الإرجاع إن اقتضى الحال ذلك. تسري الأجل المشار إليها في الفقرة السابقة ابتداء من تاريخ تسلم السلعة أو قبول العرض فيما يتعلق بتقديم الخدمات.

تطبق أحكام هذه المادة مع مراعاة أحكام المادتين ٣٨ و ٤٢. "

٥٠ by Step Guide to Private Jason Hawk, Dropshipping: Six-Figure Dropshipping Blueprint: Step

Shopify, (2016), p.11. Label, Retail Arbitrage, Amazon FBA,

Netessine, Serguei, and Nils Rudi. "Supply Chain Structures on the Internet: and the role of marketing-operations interaction." Handbook of quantitative supply chain analysis: Modeling in the e-business era (2004): 607-641.

٥٢ القانون رقم ٠٤.١٩ بتعديل الفصل ١٠٦ من الظهير الشريف الصادر في ٩ رمضان ١٣٣١ (١٢ أغسطس ١٩١٣)

بتشان قانون الالتزامات والعقود الصادر بتنفيذه الظهير الشريف رقم ١.١٩.١٤ بتاريخ ٢ جمادى الآخرة ١٤٤٠ (٨ فبراير ٢٠١٩).

الجريدة الرسمية عدد ٦٧٥٤ بتاريخ ١٥ جمادى الآخرة ١٤٤٠ (٢١ فبراير ٢٠١٩) ص ٨٤٣