

## ضوابط معالجة المتاجر الإلكترونية بيانات العملاء الشخصية

وفقاً للتشريع الإماراتي: دراسة مقارنة<sup>(\*)</sup>

د. عيسى غسان ربضي

أستاذ القانون المدني المشارك

جامعة العلوم والتقنية، الفجيرة

الإمارات العربية المتحدة

### الملخص

وفق منهج وصفي وتحليلي ومقارن يتناول هذا البحث ضوابط معالجة المتاجر الإلكترونية بيانات العملاء الشخصية وفقاً للتشريع الإماراتي. وقد خصص الباحث لذلك ثلاثة محاور رئيسة تناول في أولها بيان التنظيم القانوني للمتجر الإلكتروني، ثم عرض في ثانيها للضوابط القانونية لحماية البيانات الشخصية لعملاء المتجر الإلكتروني، وبيّن في ثالثها أحكام معالجة بيانات عملاء المتجر الإلكتروني. ويكتسي هذا البحث أهمية بالغة، ففي ظل عالم التكنولوجيا السريع والمتغير، من المتوقع أن تشهد ثورات تكنولوجية قائمة على الذكاء الصناعي والجيل الخامس من الإنترنت، هذه التكنولوجيا تحتاج إلى البيانات، وهنا تكمن الخطورة التي تتجلى في الحفاظ على البيانات الشخصية، وحمايتها من انتهاك خصوصية الشخص المعني بها، من خلال معالجتها.

وإن معالجة البيانات الشخصية سلاح ذو حدين، فعلى الرغم من الإيجابية الكبيرة، والمزايا التي توفرها، فإنها تمس كثيراً من حقوق الأشخاص وحررياتهم؛ لذا لا بد من وجود ضابط يوازن ما بين الإيجابية وكبح الانتهاك؛ لذلك شرعت أغلب الدول، ومن ضمنها دولة الإمارات العربية، في إصدار قانون لحماية البيانات الشخصية، ووضع ضوابط لمعالجتها؛ حيث أصدر المشرع الإماراتي قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي رقم 45 لسنة 2021. وتعدّ المتاجر الإلكترونية إحدى صور التكنولوجيا الحديثة التي توفر للأشخاص ميزة التسوق وتقديم الخدمات إلكترونياً، ولكن لكي تستمر هذه المتاجر في الخدمة، ولكي تطور ذاتها، فإنها في حاجة إلى البيانات الشخصية للعملاء الذين يتسوقون من خلالها، من أجل معالجتها، ثم توظيفها لخدمتها.

وتاريخ قبوله للنشر: 12 فبراير 2024

(\*) تاريخ تقديمه للنشر: 2 يناير 2024

وفي الوقت الذي تعد فيه معالجة البيانات الشخصية انتهاكاً لخصوصية الشخص المعني بها، فإن القانون وضع ضوابط موضوعية وإجرائية تحل مشروعية معالجة هذه البيانات الشخصية، أي أنه أصبح للمتاجر الإلكترونية حق قانوني يمنحها معالجة بيانات العملاء الشخصية ضمن شروط، وكان هنالك غاية معينة منها تخدمه أو تخدم العميل، وهو ما ناقشه الباحث بشكل مستفيض.

وقد انتهى البحث إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن معالجة البيانات الشخصية أصبحت محل اهتمام؛ وهي تأخذ صوراً مختلفة، وأن البيانات الشخصية لعملاء المتاجر الإلكترونية تعد جزءاً من خصوصية العميل، تستحق الحماية وهو ما حرصت عليه التشريعات المختلفة ومن بينها المشرع الإماراتي. كما خلص البحث إلى أن معالجة البيانات الشخصية مرتبطة بغاية مُحددة يجب عدم الخروج عنها، ضمن شروط محددة، ولمدة زمنية معينة. ثم أوصى البحث بضرورة تعديل بعض نصوص قانون حماية البيانات الشخصية، وكذلك بإضافة نصوص جديدة اقتضتها الممارسات العملية.

**كلمات دالة:** بيانات شخصية، ومعالجة، ومتحكم، ومعالج، ومتجر إلكتروني، وعميل.

## المقدمة

### أولاً: موضوع البحث

يعتبر المتجر الإلكتروني أحد المكونات الأساسية للتجارة الإلكترونية؛ فهو الفضاء الحقيقي للمحلات التجارية؛ حيث يحقق إمكان إجراء كل العمليات التجارية بين الشركة وعملائها، بما يوفره المتجر من معلومات عن جميع الخدمات والمنتجات، وقوائم الأصناف، والأسعار، ونماذج طلبات الشراء، وأساليب السداد، والتحويلات المالية. وبناءً على الوصف السابق للمتجر الإلكتروني، فهو يحتوي على بيانات متعددة؛ حيث إن بيانات العملاء التي يسجلها، أو يحتاج إليها المتجر الإلكتروني، كثيرة ومختلفة وكذلك متنوعة، بداية من عنوان البريد الإلكتروني، والأسماء، وأرقام الهواتف الشخصية... وغيرها، ونهايةً ببيانات الحسابات البنكية، أو البيانات الخاصة ببطاقتهم الائتمانية التي يستخدمونها في الدفع مقابل مشترياتهم من المتاجر الإلكترونية المختلفة<sup>(1)</sup>.

ولكي يتمكن المتجر الإلكتروني من أداء نشاطه بشكله المطلوب، فإنه في حاجة إلى معالجة بيانات عملائه المتوافرة على قواعد بياناته الإلكترونية، والتي عادة ما يكون قد حصل عليها إما من خلال إرسالها من العميل نفسه، عند رغبته في التعامل معه، أو طلبها من المتجر الإلكتروني منه من أجل غاية معينة<sup>(2)</sup>.

(1) وفق المادة الأولى من قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي يقصد بالبيانات الشخصية «أي بيانات تتعلق بشخص طبيعي محدد، أو تتعلق بشخص طبيعي يمكن التعرف عليه بشكل مباشر أو غير مباشر، من خلال الربط بين البيانات، باستخدام عناصر التعريف، مثل: اسمه، أو صوته، أو رقمه التعريفي، أو المعرف الإلكتروني الخاص به، أو موقعه الجغرافي، أو صفة أو أكثر من صفاته الشكلية، أو الفسيولوجية، أو الاقتصادية، أو الثقافية، أو الاجتماعية. وتشمل البيانات الشخصية الحساسة والبيانات الحيوية البيومترية». ويتقارب هذا التعريف مع التعريف الذي نصت عليه الأولى من قانون حماية البيانات الشخصية المصري، وكذلك المادة الثانية من قانون حماية البيانات الشخصية الأردني، التي عرفتها بأنها «أي بيانات أو معلومات تتعلق بشخص طبيعي ومن شأنها التعريف به بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، مهما كان مصدرها أو شكلها، بما في ذلك البيانات المتعلقة بشخصه أو وضعة العائلي أو أماكن تواجده».

(2) وفق المادة الأولى من قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي يقصد بالمعالجة «أي عملية أو مجموعة عمليات يتم إجراؤها على البيانات الشخصية باستخدام أي وسيلة من الوسائل الإلكترونية، بما فيها وسيلة المعالجة وغيرها من الوسائل الأخرى، وتشمل هذه العملية جمع البيانات الشخصية، أو تخزينها، أو تسجيلها، أو تنظيمها، أو تكييفها، أو تعديلها، أو تداولها، أو تحويلها، أو استرجاعها، أو تبادلها، أو مشاركتها، أو استعمالها، أو توصيفها، أو الإفصاح عنها عن طريق بثها، أو نقلها، أو توزيعها، أو إتاحتها، أو تنسيقها، أو دمجها، أو تقييدها، أو حجبها، أو محوها، أو إتلافها، أو إنشاء نماذج لها». ويتشابه هذا التعريف مع ما ورد في الفقرة الثانية من اللائحة الأوروبية رقم 679 لسنة 2016؛ حيث عرف المعالجة بأنها «عملية أو مجموعة من العمليات يتم إجراؤها على البيانات الشخصية أو على مجموعة من البيانات الشخصية، سواء كانت بواسطة آلية أو غير ذلك، مثل جمع، أو تسجيل، أو تنظيم،

إن معالجة المتجر الإلكتروني لبيانات العملاء، سواء تمت المعالجة آلياً أو يدوياً<sup>(3)</sup>، يجب أن تتم من خلال ضوابط قانونية حددها قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي؛ لأن هذه البيانات تتسم بالحساسية بالنسبة إلى صاحبها، وبالتالي لا يجوز لأي شخص، سواء أكان شخصاً طبيعياً أم معنوياً، أم جهة حكومية، الوصول إليها، أو القيام بأي إجراء يتعلق بها دون التقييد بما ورد في القانون من أحكام أو إجراءات<sup>(4)</sup>.

تعتبر بيانات عملاء المتاجر الإلكترونية من الحقوق الشخصية المتعلقة بخصوصيته، والتي ينفرد بالتعامل بها، ولكن مع تطور تكنولوجيا المعلومات، وبدء الانتقال من التعاملات المادية إلى التعاملات غير المادية، أو كما يُطلق عليها التعاملات الإلكترونية، أصبحت بيانات العملاء الشخصية جزءاً من النشاطات التي تمارس إلكترونياً، والتي لا يمكن إتقانها بشكلها المطلوب إلا بعد الوصول إلى بيانات العملاء الشخصية والاستفادة منها؛ لذا من الضروري إقامة الموازنة بين خصوصية العملاء ومصالح المتاجر الإلكترونية، من إنشاء تنظيم قانوني يحقق هذه المعادلة من دون خسائر للطرفين؛ لذا بدأت معظم دول العالم، ومنها دولة الإمارات العربية المتحدة، إصدار القوانين الخاصة بالبيانات الشخصية، من حيث حمايتها ومعالجتها من الغير<sup>(5)</sup>.

أو هيكلة، أو تخزين، أو تعديل، أو تغيير، أو استرجاع، أو المواءمة، أو الجمع، أو الحو، أو التدمير». وهذا التعريف يتشابه مع التعريف الذي نص عليه كل من قانوني حماية البيانات الشخصية المصري والأردني.

- (3) لم تميز التشريعات النازمة لحماية البيانات الشخصية بين المعالجة الآلية واليدوية للبيانات الشخصية؛ لأن الوظيفة أو الغاية هي ذاتها، مع اختلاف الأسلوب.
- (4) إن سبب الاهتمام بالبيانات الشخصية، في الأونة الأخيرة، وتنظيمها قانوناً، يعود إلى التغيير الجذري الذي لحق بها؛ فقد أصبحت الآن ذات قيمة مالية، خاصة تلك البيانات الشخصية التي يقدمها عملاء المتاجر الإلكترونية؛ حيث تعتبر جزءاً من أصولها المالية في حال بيعها؛ فالبيانات الشخصية في الأصل ما هي إلا مظهر من مظاهر الحقوق المعنوية للحقوق للصيقة بالأشخاص.
- (5) على الرغم من الإيجابيات التي تنجم عن معالجة البيانات الشخصية، وتحقيق غايات تؤدي إلى تطوير خدمة، أو منتج، أو وسيلة ما، فإن هناك العديد من السلبيات أو المخاوف المتعلقة بالمعالجة، منها:
  - فقدان الخصوصية: يمكن أن يؤدي جمع ومعالجة كميات كبيرة من البيانات الشخصية إلى فقدان الخصوصية. إذا لم تتم معالجة البيانات بشكل صحيح، أو إذا تم الوصول غير المشروع إلى هذه البيانات، ويمكن أن يتسبب ذلك في انتهاك خصوصية الأشخاص.
  - استخدام غير أخلاقي أو غير قانوني: يمكن أن يؤدي استخدام البيانات الشخصية بطرق غير أخلاقية، أو غير قانونية، إلى آثار سلبية على الأشخاص، مثل التمييز أو التشهير.
  - التمييز: قد يؤدي استخدام البيانات الشخصية إلى التمييز ضد فئات معينة من الأشخاص، سواء على أساس الجنس، أو العرق، أو الدين، أو أي خصائص أخرى.
  - أمان البيانات: تعد قضايا الأمان السيبراني، واختراق البيانات من التحديات الرئيسية. إذا لم تتخذ إجراءات أمان قوية، يمكن أن يؤدي ذلك إلى تسريب بيانات الأشخاص.
  - قد تواجه المؤسسات انتهاكات قوانين حماية البيانات إذا لم تلتزم بالقوانين المحلية أو الدولية المتعلقة بمعالجة البيانات الشخصية.

## ثانياً: أهمية البحث

أصبح - في وقتنا الحاضر - جمع بيانات الأشخاص ومعالجتها، مصدرًا ثمينًا للعديد من المؤسسات المختلفة النشاط، وأكثرها اهتمامًا بهذا النشاط هي المتاجر الإلكترونية؛ حيث زاد في الآونة الأخيرة استغلالها خصوصية العملاء، من خلال معالجة بياناتهم الشخصية لزيادة نمو أعمالهم، أو لتحقيق غاية معينة، مثل تحديد نوع معين من الخدمات أو منتجاتهم، لا بل هنالك الأخطر من معالجة البيانات، وهو تسويق المتاجر الإلكترونية بيانات العملاء الشخصية، سواء وهي «خام» غير معالجة، أو بعد معالجتها<sup>(6)</sup>.

وبسبب ذلك أصبح لدى العملاء تخوفٌ عند تقديم بياناتهم الشخصية لأي جهة تطلبها لإتمام الغاية المقصودة، وهذا ما أكدته الدراسة التي قامت بها مجلة تايم ماغازين Time Magazine؛ حيث انتهت إلى أن 79 في المائة، ممن خضعوا للدراسة، يشعرون بالقلق الشديد من جراء بياناتهم الشخصية التي تم جمعها إلكترونياً، مقابل إجراء المعاملات، أو بسبب التسوق من المتاجر الإلكترونية<sup>(7)</sup>.

وبما أن البيانات الشخصية أصبحت - في وقتنا الحاضر - عنصراً مهماً لدى كثير من الجهات والشركات، على اختلاف أنشطتها؛ حيث يتم استحضارها وقت حاجتها إليها، ومن أجل حماية هذه البيانات من مخاطر الانتهاك، وبالتالي تشكيل خطر على الحق في السرية؛ فقد أصدر المشرع الإماراتي، أسوةً ببقية الدول، مرسوماً بقانون اتحادي رقم 45 لسنة 2021، بشأن حماية البيانات الشخصية؛ ليوازي بين المصالح المتضاربة للجهات والشركات التي أصبحت تعتمد في نشاطها على البيانات الشخصية للأشخاص، وبين حق هؤلاء في الاحتفاظ بسرية بياناتهم، بموجبه يجوز للجهات والشركات - ومن ضمنها المتاجر الإلكترونية - معالجة البيانات الشخصية، مثل حفظها، أو جمعها، أو تحليلها، بالاتفاق مع أصحابها، أو من دون اتفاق في بعض الحالات. وبذلك يكون المشرع قد قطع طريق ظاهرة تجارة البيانات الشخصية واستغلالها استغلالاً تجارياً،

- التحليل الخطأ: يمكن أن يؤدي التحليل الخطأ للبيانات إلى اتخاذ قرارات غير صحيحة، أو تكنولوجيا التعرف على الوجوه إلى انحيازات وظلم.
- التبادل غير المشروع للبيانات: يمكن أن يحدث التبادل غير المشروع للبيانات بين الشركات أو الحكومات؛ ما يتسبب في فقدان السيطرة على بيانات الأشخاص.
- التعقيد التشريعي: يجب على المؤسسات الامتثال لمجموعة من اللوائح والتشريعات المختلفة؛ مما يزيد من التعقيد وتكلفة معالجة البيانات الشخصية.

(6) أحمد محمد حسن، الحماية الدستورية للحق في الخصوصية: دراسة مقارنة، منشورات وزارة العدل الإماراتية، سلسلة الدراسات القانونية رقم 34، 2020، ص45.

(7) <https://time.com/>, last accessed: 4/2/2024.

أو خفف منها من قبل بعض المتاجر الإلكترونية<sup>(8)</sup>.

### ثالثاً: مشكلة البحث

إن وصول الغير إلى البيانات الشخصية، في ظل الحوسبة العالمية المتطورة، ووجود البرامج الإلكترونية، أصبح ميسراً للغاية، بل قد يكون من السهل - في بعض الأحيان - الوصول إليها إذا كانت متاحة على إحدى الوسائل أو التطبيقات الإلكترونية، ولكن هذا السهولة لا تعطي الغير حق التعامل معها أو معالجتها من دون موافقة صريحة من مالكيها. ويزاد الأمر سوءاً وتعقيداً عندما يقوم صاحب البيانات الشخصية بإرسالها إلى طرف آخر من أجل غاية يقصدها؛ حيث يمكن لهذا الطرف إجراء معالجة للبيانات؛ إما لهدف متعلق بنشاطه، وإما لاستغلالها بطريقة غير مشروعة، مثل نقلها إلى الغير بمقابل، أو من دون مقابل، أو الاستفادة منها في غاية معينة.

وتعتبر البيانات الشخصية لعملاء المتاجر الإلكترونية هي الصورة المثالية للفرض السابق؛ حيث يمكن للمتجر الإلكتروني إجراء معالجة البيانات الشخصية الموجودة على قواعده الإلكترونية، ولا ضرر من إجراء هذه المعالجة إذا تمت بموافقة صاحبها، وضمن الأطر القانونية، ولكن الأمر يزداد تعقيداً، وتبدأ الاختلافات والمنازعات في الظهور، إذا أُجريت المعالجة عكس ذلك.

ولما تقدم، تثير معالجة المتجر الإلكتروني بيانات العملاء الشخصية عدة مشكلات قانونية، يجب أن ينص عليها أي قانون ينظم الحماية القانونية للبيانات الشخصية، وهذه المشكلات هي:

- 1- طبيعة المتاجر الإلكترونية القانونية: ما المتاجر الإلكترونية، وكيف تختلف سماتها عن المتاجر العادية؟
- 2- حماية بيانات عملاء المتاجر الإلكترونية: هل يمكن الاستعانة بقوانين حماية البيانات الشخصية، ومنها القانون الإماراتي والقانون الأردني، لحماية بياناتهم؟
- 3- معالجة بيانات عملاء المتاجر الإلكترونية: ما مدى مشروعية معالجة البيانات الشخصية، وما ضوابط وشروط هذه المعالجة؟

(8) أحمد عابد، «تجارة البيانات الشخصية تهدد خصوصية الأفراد» منشور على الموقع الإلكتروني لصحيفة الإمارات اليوم بتاريخ 15 سبتمبر 2023.

<https://www.emaratalyoun.com/local-section/accidents/2013-09-15-1.606568>

آخر زيارة للموقع بتاريخ: 2024/2/3.

4- آثار معالجة بيانات عملاء المتاجر الإلكترونية: ماذا يترتب على معالجة البيانات من التزامات على المتجر الإلكتروني؟ وما حقوق العميل صاحب البيانات؟

#### رابعاً: نطاق البحث

فرَّق قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي بين البيانات الشخصية والبيانات الشخصية الحساسة<sup>(9)</sup>، ويُلاحظ أن البيانات الشخصية الحساسة أغلبها يدور حول البيانات المتصلة بالأصل العرقي، أو التوجُّه السياسي، أو المعتقد الديني، أو الطائفة، أو الحالة الصحية، أو الإدانة الجنائية، أو البيانات الحيوية... وغير ذلك، وهذه البيانات لا توضع ضمن البيانات الخاصة بالبطاقة التعريفية (الهوية) للشخص؛ لئلا لها من حساسية، إضافة إلى أن التعامل معها يكون ضمن ضوابط وإجراءات استثنائية مغايرة للضوابط والإجراءات المعتادة، كذلك لا تدخل هذه البيانات ضمن مجال المتاجر الإلكترونية لكي يتم بحثها، ولهذا الأسباب حدد الباحث نطاق البحث في ضوابط معالجة البيانات الشخصية العادية.

#### خامساً: منهجية البحث

إنَّ المنهجية المتبعة في كتابة هذا البحث هي، أولاً: المنهج الوصفي؛ حيث سيتم تحليل النصوص القانونية الخاصة بضوابط معالجة المتجر الإلكتروني بيانات العملاء الشخصية الواردة في قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي رقم 45 لسنة 2021. ثانياً: المنهج التحليلي المقارن؛ حيث سيتم إجراء مقارنته مع نصوص وأحكام كل من قانون حماية البيانات الشخصية الأردني رقم 24 لسنة 2023، وقانون حماية البيانات الشخصية المصري رقم 151 لسنة 2020<sup>(10)</sup>، للوصول إلى غاية البحث، وهي تحديد ضوابط معالجة البيانات الشخصية لعملاء المتاجر الإلكترونية ومدى حمايتها.

(9) وفق المادة الأولى يشار إلى البيانات الحساسة عندما «تكشف البيانات بشكل مباشر - أو غير مباشر - عن عائلة الشخص الطبيعي، أو أصله العرقي، أو آرائه السياسية، أو الفلسفية، أو معتقداته الدينية، أو سجل السوابق الجنائية الخاص به، أو بيانات القياسات الحيوية البيومترية الخاصة به، أو أي بيانات تتعلق بصحة هذا الشخص، وتشمل حالته الجسدية، أو النفسية، أو الذهنية، أو العقلية، أو البدنية، أو الجينية، أو الجنسية، بما في ذلك المعلومات المتعلقة بتوفير خدمات الرعاية الصحية له التي تكشف عن وضعه الصحي». وعلى الرغم من هذا التمييز بين البيانات الشخصية والبيانات الشخصية الحساسة فإن كلاً منهما تخضع للمعايير والإجراءات ذاتها عند معالجتها من قبل المتجر الإلكتروني. وكذلك ميز قانونا حماية البيانات الشخصية الأردني والمصري بين البيانات الشخصية والبيانات الشخصية الحساسة، وكذلك ميزت المادة (4) من اللائحة الأوروبية رقم 679 لسنة 2016 بينهما.

(10) تجدر الإشارة إلى أن القوانين محل البحث قد تأثرت - بشكل ملحوظ - باللائحة الأوروبية رقم 679 الصادر عن مجلس الاتحاد الأوروبي بتاريخ 27 أبريل 2016 بشأن حماية البيانات الشخصية، وقد حل هذا التوجيه محل التوجيه الأوروبي الملغى رقم 46 الصادر بتاريخ 24 أكتوبر 1995.

### سادساً: خطة البحث

- سَيُقَسَّم هذا البحث إلى مطلب تمهيدي ومبحثين، كالتالي:
- المطلب التمهيدي: التنظيم القانوني للمتجر الإلكتروني
  - المبحث الأول: الضوابط القانونية لحماية البيانات الشخصية لعملاء المتجر الإلكتروني
  - المبحث الثاني: أحكام معالجة بيانات عملاء المتجر الإلكتروني



## المطلب التمهيدي

### التنظيم القانوني للمتجر الإلكتروني

أصبح من الممكن للأشخاص الحصول على مختلف السلع والمنتجات والخدمات التي يحتاجون إليها، وإتمام إجراءات الحصول عليها بطريقة سهلة وميسرة، وذلك من خلال المتاجر الإلكترونية التي ظهرت أخيراً نتيجةً للتطور الإلكتروني والتقني الذي نشهده منذُ سنوات<sup>(11)</sup>؛ حيث نجحت التكنولوجيا - وما يدور في محيطها - في تغيير طبيعة حياتنا، وجعلها أكثر بساطة عما كانت عليه، خاصة طريقة الحصول على الاحتياجات المعيشية. وقد أخذ عدد هذه المتاجر في التزايد خلال السنوات الماضية، وذلك لأنها غير مكلفة اقتصادياً، كما أنها تضمن اطلاع كثير من الناس عليها؛ لاسيما أن الأغلبية العظمى من الأشخاص يستخدمون الإنترنت في مختلف الأنشطة التي يقومون بها.

إن الفرق الأساسي والرئيس بين التسوق من المتجر الإلكتروني والتسوق من المتجر التقليدي هو أن الأول أكثر راحة، ويمكن القيام به في أي وقت، وبالتالي توفير كثير من الوقت والجهد. في حين أن التسوق التقليدي غالباً ما يحتاج إلى وقت معين خلال ساعات النهار، كما يتطلب الحصول على السلعة وقتاً طويلاً، ومن الفروق الواضحة بين هذين النوعين من التسوق هو أن الشراء من المتجر الإلكتروني لا يسمح للزبون برؤية السلعة من قرب، ومعرفة مدى ملاءمتها له؛ فالاعتماد هنا يكون على طبيعة الصور المرافقة للمنتج، وهو أمر يسمح بكثير من التحايل، في حين أن هذا الأمر لا يمكن أن يحصل خلال عملية البيع التقليدي.

ومن أكثر الأسئلة التي تتبادر إلى أذهان كثيرين هو: ما المتجر الإلكتروني؟ وما سماته؟ هذا ما سيحاول الباحث الإجابة عنه في الفرعين التاليين:

### الفرع الأول

#### تعريف المتجر الإلكتروني

لا يوجد في دولة الإمارات العربية تعريف قانوني مباشر للمتجر الإلكتروني، ولكن التحديث الذي أجراه المشرع الإماراتي على قانون المعاملات التجارية سنة 2022، عدّل مفهوم المحل التجاري ليشمل كل أنواع المتاجر، ومن ضمنها المتجر الإلكتروني؛ فقد

(11) ظهرت المتاجر الإلكترونية منذ مدة ليست بالقصيرة؛ إذ إن أحد أكبر المتاجر الأمريكية (أمازون) موجود منذ منتصف تسعينيات القرن الماضي.

عرفت المادة (36) المحل التجاري بأنه «مجموع أموال مادية ومعنوية تُخصَّص لمزاولة أعمال تجارية واقعية أو افتراضية سواء كان ذلك في الأوساط التقنية أو من خلال وسائط التقنية الحديثة أو من خلال الوسائل التقليدية».

وفي التخصيص، عرّف البعض المتجر الإلكتروني<sup>(12)</sup> بأنه «موقع على الشبكة العنكبوتية، تُعرض من خلاله وعلى صفحاته الخدمات والبضائع، حيث يتم من خلاله طلب الخدمة أو المنتج، وإتمام عمليات الشراء من قبل الزبون الذي يتصفح الموقع، ومن خلال الموقع الإلكتروني يتمكن الزبون من عمل مقارنات بين الأسعار للمنتجات في المواقع المختلفة، وأخذ فكرة عن تجارب الآخرين، ومتابعة تعليقاتهم، وإعجابهم، وحتى توصياتهم، والقيام بعملية الدفع».

كذلك عرّفه البعض<sup>(13)</sup> بأنه موقع يقوم بعرض منتجات شركة معينة في شكل منسق وجميل، وكل الشركات الكبرى تستخدم هذا الموقع للحصول على المنتجات». كذلك عرفه البعض<sup>(14)</sup> بأنه «موقع تكون البضاعة أو الخدمة معروضة على الخط، يتبعها طلب الخدمة، أو طلب الشراء من العميل المتصفح للموقع».

وبناءً على ذلك يمكن تعريف المتجر الإلكتروني بأنه «محل تجاري افتراضي إلكتروني تم تصميمه من أجل إتمام إجراءات البيع والشراء للمنتجات أو تقديم الخدمات عبر الإنترنت».

وتتعدد أنواع المتاجر الإلكترونية التي يقوم بإنشائها رواد الأعمال، ويختلف الجمهور المستهدف لكل متجر إلكتروني، بناءً على المنتج أو الخدمة التي يقدمها، والهدف من إنشائه، كما أن فكرة تصميم متجر إلكتروني أصبح لا غنى عنها في العصر الحالي<sup>(15)</sup>،

(12) شاكركي تركي أمين، النظام القانوني للتسوق الإلكتروني، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2019، ص45.

(13) كرم بدوي، تصميم مواقع الإنترنت، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص39.

(14) عبدالله بن محمد الشمراي، النظام القانوني للمتجر الإلكتروني، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، 2018، ص91.

(15) من أشهر أنواع المتاجر الإلكترونية:

- من شركة إلى شركة: وهنا يتم التعامل بين شركتين إحداهما تقدم خدماتها للأخرى، مثل: شركة تقدم خدمات الاستضافة لشركة بيع إلكترونيات.
- من شركة إلى شخص: يعتبر هذا هو النوع الشائع من المتاجر؛ حيث تقوم شركة ببيع منتجاتها بشكل مباشر للمستهلكين، من خلال متجرها الإلكتروني.
- من شخص إلى شخص: هذا التعامل يعتبر بين الأشخاص من دون وجود وسيط بينهم، ومن أشهر المتاجر الإلكترونية التي ينتشر فيها هذا النوع هو «ميتا - Facebook».
- من شخص إلى شركة: وهو متجر خاص بشخص معين يقدم خدماته للشركات، مثل خدمات البرمجة أو تصميم الجرافيك.

بل أنه بدأ يسجل انتشاراً واسعاً، وأصبح من أهم أنواع التجارة على المستوى الوطني والدولي؛ بسبب تطور عناصره الأساسية، وهي الإنترنت وتكنولوجيا البرمجيات والمعلومات.

## الفرع الثاني

### سمات المتجر الإلكتروني

إن عدد المؤسسات التجارية التي تمارس كامل نشاطها إلكترونياً، أو تلك التي تصيف إلى جانب نشاطها التقليدي النشاط الإلكتروني، أو تتحول بالكامل إلى ممارسة نشاطها إلكترونياً في تزايد؛ خاصة بعد ظهور فيروس كورونا، وذلك تماشياً مع التطور التكنولوجي، ولغاية تحقيق أرباح أكثر، وربما يكون السبب في ذلك السمات التي يتمتع بها المتجر الإلكتروني، وهي:

1- **توفير الوقت والجهد:** المتاجر الإلكترونية من شأنها توفير الوقت والجهد الخاص بالعميل؛ لأنه لن يضطر إلى الخروج من المنزل للتسوق، كما أنك تستطيع التحكم في المتجر من بعد.

2- **طرق دفع متعددة:** من أهم مميزات المتاجر توفير طرق دفع متعددة؛ يمكن لعملائك اختيار الأنسب منها. يتيح المتجر الإلكتروني طرق دفع متعددة تناسب مختلف العملاء؛ فيتيح الدفع كاش لمدوب التوصيل عند تسلم المنتج، أو من خلال الحوالات البنكية، أو من خلال PayPal، والبطاقات الإلكترونية المتوافرة (الفيزا أو الماستر كارد)؛ مما يسهل إتمام عملية الشراء والتسليم.

3- **معرفة آراء العملاء:** تستطيع معرفة آراء العملاء بما تقدمه لهم، ومعرفة أي المنتجات تلقى إعجابهم، وأي المنتجات لا تناسبهم.

4- **معرفة رغبات العميل وتلبيتها:** عندما يقوم العميل بالتسوق داخل متجرك

- من شركة إلى الإدارة: تشمل جميع الخدمات المقدمة من الشركات الإدارية أو الهيئات الحكومية؛ حيث تعتمد بعض الجهات الحكومية - في بعض الأحيان - على الخدمات أو المنتجات الإلكترونية التي تقدمها الشركات.

- من الأشخاص إلى الإدارة: هذا النوع من التجارة الإلكترونية ينم عن المعاملات الإلكترونية التي تتم بين الأشخاص والإدارات المختلفة، فنادرًا ما تشتري الإدارات أو الهيئات الحكومية المنتجات أو الخدمات من الأشخاص الذين يقدمون خدمات إلكترونية، ومن أشهر هذه الخدمات التعلم من بُعد، للتفاصيل انظر الرابط: ما المتجر الإلكتروني، وما أهم 6 مميزات له لعام 2023 (techvillageeg.com)، تاريخ آخر زيارة: 2023/11/23.

تستوقفه بعض المنتجات التي تلقى استحسانه، ولكنه لا يريدُها في الوقت الحالي، هذا يسجّل في السجل الشرائي للعميل بالمتجر، ويُمكنك من تقديم اقتراحات وعروض على هذه المنتجات.

5- **التواصل الدائم مع العملاء:** يمكنك التواصل - بشكل دائم - مع العملاء، من خلال طلب اشتراكهم في الرسائل البريدية، أو تسجيل الإعجاب بصفحات الوسائل الاجتماعية؛ الأمر الذي يجعلك أقرب إلى العملاء، وتقوم بإرسال عروض وتخفيضات وأحدث منتجاتك، سواء من خلال الصفحات أو البريد الإلكتروني.

6- **سهولة الوصول إلى العملاء:** من المميزات المهمة للمتجر الإلكتروني سهولة الوصول إلى العملاء الذين يهتمون بمنتجك، من خلال الطرق التسويقية، سواء عن طريق محركات البحث، أو البريد الإلكتروني، أو منصات التواصل الاجتماعي<sup>(16)</sup>.

(16) للتفاصيل انظر: رشا محمد، ومها يوسف، تطبيق النظام القانوني للمحل التجاري على الموقع التجاري الإلكتروني، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات، ع67، سنة 2021، ص20.

## المبحث الأول الضوابط القانونية لحماية البيانات الشخصية لعملاء المتجر الإلكتروني

نص قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي - صراحة - على مجموعة من الضوابط القانونية التي تهدف إلى حماية البيانات الشخصية بشكل عام. وبما أن المتجر الإلكتروني (المتحكم)<sup>(17)</sup> يعتبر مثالاً حياً على القانون أو تطبيقاً له، فإنه يقع على عاتقه مجموعة من الالتزامات التي نص عليها من أجل حماية بيانات العملاء الذين يتعاملون معه. ولكن لكي يُسَمَح للمتجر الإلكتروني بمعالجة بيانات العملاء، ومن ثم حمايتها، يجب أولاً أخذ موافقة العميل على الاحتفاظ ببياناته ومعالجتها. ولهذا، ولتحديد الضوابط القانونية سوف يقسم الباحث هذا المبحث إلى مطلبين، الأول: الضوابط الخاصة بموافقة عميل المتجر الإلكتروني على المعالجة، الثاني: ضوابط حماية المتجر الإلكتروني لبيانات عملاء المتجر الإلكتروني.

### المطلب الأول

#### الضوابط الخاصة بموافقة عميل المتجر الإلكتروني على المعالجة

لا جدال اليوم في أن الخصوصية تعد من الحقوق الدستورية الأساسية الملازمة للشخص الطبيعي بصفته الإنسانية كأصل عام؛ فهي أساس بنيان كل مجتمع سليم<sup>(18)</sup>، وهي أيضاً من الحقوق السابقة على وجود الدولة ذاتها؛ لذا تحرص المجتمعات - خاصة الديمقراطية منها - على كفالة هذا الحق، وتعتبره حقاً مستقلاً قائماً بذاته، ولا تكتفي

(17) تعتبر المتاجر الإلكترونية إحدى صور المتحكم، ووفق المادة الأولى من قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي يقصد بالمتحكم أنه «المنشأة أو الشخص الطبيعي الذي لديه بيانات شخصية، وبحكم نشاطه يقوم بتحديد طريقة وأسلوب ومعايير معالجة هذه البيانات الشخصية والغاية من معالجتها، سواء بمفرده أو بالاشتراك مع أشخاص أو منشآت أخرى». وعرفته المادة الأولى من قانون حماية البيانات المصرية بأنه «أي شخص طبيعي أو اعتباري يكون له - بحكم أو طبيعة عمله - الحق في الحصول على البيانات الشخصية، وتحديد طريقة وأسلوب ومعايير الاحتفاظ بها، أو معالجتها والتحكم فيها طبقاً للغرض المحدد أو نشاطه». في المقابل أطلق عليه قانون حماية البيانات الشخصية الأردني مصطلح «المسؤول»، وهو «كل شخص طبيعي أو معنوي، سواء أكان داخل المملكة أم خارجها تكون البيانات في عهده».

(18) شريف يوسف خاطر، حق الاطلاع على البيانات الشخصية في فرنسا، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، س3، ع9، مارس 2015، ص310.

بسبب القوانين لحمايته، بل تسعى إلى ترسيخه في الأذهان<sup>(19)</sup>، وذلك بغرس القيم النبيلة التي تؤدي دوراً كبيراً وفعالاً في منع أي شخص من التدخل في خصوصيات الآخرين، وكشف أسرارهم. ولقد حظي هذا الحق باهتمام كبير، سواء من جانب الهيئات والمنظمات الدولية، أو من جانب الدساتير والنظم القانونية.

لذلك صدرت القوانين في مختلف الدول من أجل صيانة هذه الخصوصية، وتعتبر البيانات المتعلقة بالأشخاص جزءاً من الخصوصية؛ لذلك يشترط قانون حماية البيانات الشخصية<sup>(20)</sup> على المتجر الإلكتروني من أجل معالجة بيانات العملاء، والاحتفاظ بها، مجموعة من الاشتراطات تعبر عن موافقة العميل على معالجة بياناته والاحتفاظ بها، في المقابل هناك حالات يجوز للمتجر الإلكتروني معالجة بيانات والاحتفاظ بها، من دون الحصول على موافقة صريحة من العملاء<sup>(21)</sup>.

## الفرع الأول

### شروط معالجة المتجر الإلكتروني بيانات العملاء الشخصية

تجمع المتاجر الإلكترونية من العملاء بيانات شخصية عديدة ومفصلة تتعلق بالوضع المادي، أو الصحي، أو التعليمي، أو العائلي، أو العادات الاجتماعية، أو العمل... وإلى ما شابه ذلك؛ حيث تستخدمها ضمن نطاق عملها بعد معالجتها وتحليلها، ثم تحتفظ بها في خزائنها، أو قد تنقلها. وبالتالي فإن الوصول إلى هذه البيانات الشخصية يجب أن يكون ضمن الطرق القانونية؛ لأن الوصول إليها - على نحو غير مأذون به، أو بطريق التحايل - أصبح، بموجب قانون حماية البيانات الشخصية، ومكافحة الشائعات والجرائم

(19) الشيخ الحسين محمد يحيى وسيد محمد أحمد، الحماية القانونية للبيانات الشخصية: دراسة مقارنة في القانون البريطاني والإماراتي، ص19، انظر الرابط: (PDF) الحماية القانونية للبيانات الشخصية: دراسة مقارنة في القانون البريطاني والإماراتي (researchgate.net).

(20) من حيث نطاق تطبيق القانون على الأشخاص، يسري هذا القانون على الأشخاص الطبيعيين دون الأشخاص المعنوية؛ حيث عرّفت المادة الأولى من القانون صاحب البيانات بأنه الشخص الطبيعي موضوع البيانات الشخصية.

(21) معالجة البيانات عملية فنية معقدة تمر بسلسلة من المراحل، وأكثرها هي المعالجة التي تتم باستخدام أجهزة الحاسوب الآلي، المرحلة الأولى: مرحلة جمع البيانات. المرحلة الثانية: مرحلة إدخال البيانات، وهي المرحلة التي يتم إدخال البيانات بشكل مناسب حتى تتم معالجتها. المرحلة الثالثة: مرحلة المعالجة، وهذه المرحلة تتضمن عملية أو أكثر من العمليات، مثل: التصنيف أو المقارنة أو التحليل. المرحلة الرابعة: مرحلة الإخراج، وهي نتائج المعالجة، أو ما يُعرف بالتعامل مع المخرجات. مقال بعنوان «كيف تتم معالجة البيانات الشخصية»، منشور على الرابط: نص توضيحي عن معالجة البيانات الشخصية - دكتور استشاري أيمن أرسلان. (draydinarslan.com)

الإلكترونية، فعلاً غير مصرح به يستوجب العقوبة بشقيها<sup>(22)</sup>. وللتفاصيل سوف يبين الباحث الشروط القانونية الواجب توافرها من أجل معالجة بيانات العملاء من قبل المتجر الإلكتروني.

### أولاً: موافقة العميل على معالجة بياناته الشخصية

عرّفت المادة (1) من قانون حماية البيانات الشخصية الموافقة بأنها «الموافقة التي يصرح فيها صاحب البيانات<sup>(23)</sup> للغير بمعالجة بياناته الشخصية، على أن تكون هذه الموافقة بشكل محدد وواضح لا لبس فيه على قبوله بمعالجة بياناته الشخصية، من خلال بيان أو إجراء إيجابي واضح».

وفقاً للتعريف السابق، يُشترط على المتجر الإلكتروني أخذ موافقة العميل الصريحة على معالجة بياناته الشخصية، أي أن يعطي إذناً صريحاً للمتجر الإلكتروني الذي يجمع البيانات لاستخدامها وفقاً للأغراض المحددة، هذه الموافقة يجب أن تكون واضحة ومحددة ومستندة إلى بيانات صحيحة<sup>(24)</sup>، وبالعكس ذلك تعتبر المعالجة اعتداءً خطيراً من المتجر الإلكتروني على خصوصية العميل صاحب البيانات؛ لأنها تؤدي إلى رسم صورة كاملة عنه من دون علمه بحدوث ذلك.

ووفقاً للقواعد العامة، فإنه لكي يُعتمد بالموافقة الصادرة عن العميل، ومن ثم تترتب عليها آثار قانونية، يشترط فيه أن تكون أهليته كاملة من حيث السن، أو عوارض الأهلية ونقصانها، أي يجب أخذ موافقة الممثل القانوني في حال كان هذا العميل عديم الأهلية أو ناقصاً إياها، مثل الحصول على موافقة ولي القاصر<sup>(25)</sup>.

وقد حدّدت المادة (6) من القانون أحكام موافقة العميل على معالجة بياناته؛ حيث نصت على أنه «يُشترط للاعتداد بموافقة صاحب البيانات على معالجتها ما يلي: أ- أن يكون المتحكم قادراً على إثبات موافقة صاحب البيانات، في حال كانت المعالجة مبنية على موافقة صاحب البيانات لمعالجة بياناته الشخصية. ب- أن تكون الموافقة مُعدّة بطريقة واضحة وبسيطة وغير مبهمة وسهلة الوصول إليها، سواء أكانت كتابية خطية، أم إلكترونية».

(22) عمرو طه بدوي محمد، التنظيم القانوني لمعالجة البيانات الشخصية، در النهضة العربية، القاهرة، 2020، ص63.

(23) ويطلق عليه قانوناً حماية البيانات الشخصية الأردني والمصري، وكذلك اللائحة الأوروبية مصطلح «الشخص المعني».

(24) صلاح محمد أحمد، الحماية القانونية للحياة الخاصة وضمائنها في ظل الوسائل التكنولوجية الحديثة، دار الكتب القانونية، القاهرة، 2016، ص67.

(25) وهذا ما نصت عليه صراحة المادة (11/ أ / 3) من قانون البيانات الشخصية الأردني، والمادة (8) من اللائحة الأوروبية (ووفق المادة المذكورة يعتبر الشخص بالغاً إذا أتم 16 سنة وقت المعالجة).

يتضح من النص السابق أنه عند منازعة العميل المتجر الإلكتروني بشأن معالجة بياناته، عليه أن يثبت صدور الرضاء الصريح عن العميل بالمعالجة قبل القيام بإجراءات المعالجة، ويُشترط في موافقة العميل - وفق الفقرة (ب) - على معالجة بياناته أن تكون مكتوبة؛ لأن القانون حدّد صورة واحدة للموافقة، وهي الكتابة؛ سواء التقليدية أو الإلكترونية، صريحة أو ضمنية، وبالمفهوم المخالف لا يجوز أن تكون الموافقة الصادرة عن العميل شفاهية، أو بأي طريقة أخرى من طرق التعبير عن الإرادة، حتى إن حقت معالجة البيانات مصلحة مادية أو معنوية للعميل<sup>(26)</sup>.

ويتفق قانون حماية البيانات الشخصية الأردني مع قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي؛ حيث اشترط أن تكون الموافقة صريحة وموثقة خطياً أو إلكترونياً، على أنه اشترط أن تكون الموافقة سابقة على بدء إجراءات المعالجة<sup>(27)</sup>. أما قانون حماية البيانات الشخصية المصري، فقد نهج أسلوباً مخالفاً للقانوني الإماراتي والأردني؛ حيث لم ينص على شرط كتابة الموافقة على المعالجة، واكتفى بأن تكون الموافقة صريحة من العميل؛ فقد نصت المادة (6) على أنه «تعد المعالجة الإلكترونية مشروعة وقانونية في حال توافر أيّ من الحالات الآتية: 1- موافقة الشخص المعني بالبيانات على إجراء المعالجة من أجل تحقيق غرض محدّد أو أكثر». وهذا قد يسبب نزاعات بين العميل والمتجر الإلكتروني حول صدور الموافقة على المعالجة؛ لأن موافقة العميل قد لا تكون مكتوبة.

وتُعرف الموافقة على معالجة البيانات الشخصية بمفهوم الموافقة المستنيرة، وتعني أن الشخص يجب أن يكون على علم ودراية بما إذا كانت بياناته الشخصية ستتم معالجتها، وما الأغراض التي ستستخدم فيها هذه البيانات، ويجب أن تكون الموافقة مبنية على معلومات دقيقة ومفصلة.

وتشتمل الموافقة المستنيرة على مجموعة من المبادئ:

- **الوضوح:** يجب أن يكون النص الذي يتعين على العميل الموافقة عليه واضحاً ومفهوماً.
- **خيارية:** يجب أن تكون الموافقة مبنية على اختيار العميل، وألا تفرض عليه.
- **فصل:** يجب أن يكون العميل قادراً على الموافقة، أو عدم الموافقة، بشكل منفصل عن أي مسائل أخرى. ويجب أن يكون لديه الخيار فيما إذا كان يوافق على جزء معين من معالجة البيانات الشخصية، أو لا.

(26) سامح عبدالواحد التهامي، ضوابط معالجة البيانات الشخصية: دراسة مقارنة بين القانون الفرنسي والقانون الكويتي، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، س3، ع9، مارس 2015، ص413.

(27) المادة (1/5).



– سهولة العدول: يجب أن يكون في إمكان العميل العدول عن موافقته على معالجة بياناته في أي وقت، من دون أي جزاءات تقع عليه<sup>(28)</sup>.

وبذلك تحقق الموافقة المستنيرة ضمان حماية خصوصية عملاء المتجر الإلكتروني، وتضمن أنهم يعرفون – بوضوح – كيفية استخدام بياناتهم الشخصية، والغرض من المعالجة المقررة.

ويعتقد الباحث أن سبب اشتراط المشرع الإماراتي – وكذلك الأردني – أن يكون التعبير عن إرادة العميل بالكتابة، هو خطورة معالجة بيانات العملاء، وما يترتب عليها من آثار سلبية تعود على العميل، خاصة إذا كانت تلك البيانات متعلقة بشخصه، أو أسرته، أو بوضعه المادي؛ لذا ارتأى المشرع حصر الموافقة على معالجة البيانات في أن تكون مكتوبة؛ حتى إذا حصل نزاع بين العميل والمتجر الإلكتروني على الغاية من المعالجة، تكون هناك ثوابت وأدلة كتابية حددتها مسبقاً.

ووفق ما تجري عليه الأمور، يجب على المتجر الإلكتروني أن يبدأ بأخذ موافقة العميل على المعالجة، أي أنه يجب أن تكون الموافقة الصادرة عن العميل سابقة على معالجة البيانات؛ فهي الإذن أو التصريح لبدء توظيف البيانات في تحقيق الغاية من المعالجة؛ لأنه في حال كان الأمر عكس ذلك تفقد الموافقة غايتها الأساسية.

وهذا ما أخذ به – صراحة – قانون حماية البيانات الشخصية الأردني؛ حيث يمكن أن نستنتج من تعريفه الموافقة على أنها تلك الموافقة التي تصدر عن الشخص المعني قبل معالجة بياناته الشخصية<sup>(29)</sup>. ويتعقد الباحث أن موقف قانون حماية البيانات لشخصية الأردني – بهذا الخصوص – أكثر ضماناً وحفاظاً على بيانات العميل الشخصية من قانوني حماية البيانات الشخصية الإماراتي والمصري؛ حيث لم يرد بهما ما يشترط صدور موافقة العميل قبل البدء في إجراءات معالجة بياناته الشخصية.

### ثانياً: عدول العميل عن الموافقة على معالجة بياناته الشخصية

من الأحكام التي نصت عليها المادة (6) أن تتضمن موافقة العميل ما يفيد بحقه في

(28) علي محمد الخوري، خصوصية البيانات وحماية هوية الأفراد في العالم الرقمي، ورقة عمل مقدمة لمنتدى مجلس التعاون الخليجي للمشاركة المجتمعية الإلكترونية والحكومة الرقمية، المنعقد في أبوظبي، الإمارات، بتاريخ 9 سبتمبر 2018، ص 9.

(29) عرّفت المادة الثانية من القانون الموافقة المسبقة على أنها «موافقة الشخص المعني المسبقة على المعالجة».

العدول عن معالجة بياناته بطريقة سهلة إذا رغب في ذلك لاحقاً<sup>(30)</sup>. ويعني عدول العميل عن الموافقة على معالجة بياناته الشخصية أنه إذا قام بمنح موافقة سابقة لاستخدام، أو معالجة، بياناته الشخصية، يمكنه سحب هذه الموافقة أو التخلي عنها، وفي هذه الحال، يتوقف العميل عن الموافقة على استخدام بياناته الشخصية للأغراض التي تم الاتفاق عليها مسبقاً.

وبذلك يكون من حق العميل الرجوع عن موافقته التي منحها للمتجر الإلكتروني في أي وقت، من دون أن يتعرض لأي مساءلة قانونية، وهذا ما نصت عليه صراحة الفقرة الثانية من المادة (6)، مع التأكيد أن هذا العدول اللاحق على الموافقة على معالجة المتجر الإلكتروني بيانات عميله، لا يؤثر على إجراءات المعالجة التي قام بها، ولا يجوز له طلب حذفها، أو تعديلها، أو نقلها، مادامت الإجراءات تمت ضمن نطاق ما هو متفق عليه<sup>(31)</sup>. ويعتقد الباحث أن هذا يحقق موازنة المصالح بين العميل والمتجر الإلكتروني؛ إذ إن هذا الحق يعزز حماية خصوصية العميل، ويسمح له بالتحكم في كيفية استخدام معلوماته الشخصية. وفي المقابل هو يحمي إجراءات المعالجة التي قام بها المتجر الإلكتروني في أثناء وقت الموافقة على معالجة البيانات، وأي مصلحة حققها المتجر من إجراءات المعالجة.

ولم يحدد قانون حماية البيانات الشخصية طريقة تعبير العميل عن إرادته في العدول عن الموافقة على معالجة بياناته الشخصية؛ الأمر الذي قد يترتب عليه العديد من الآثار القانونية في حال تم التعبير عن العدول بطريقة قد يراها مالك المتجر الإلكتروني غير كافية لوقف معالجة البيانات، أو لا تتناسب مع السياق والغرض، كما لو تم العدول من خلال محادثة بالهاتف، أو اتخاذ موقف سلبي من العميل يدل على رغبته في العدول، ويعتقد الباحث أن الطريقة المثلى للتعبير عن الإرادة بالعدول عن الموافقة على معالجة البيانات الشخصية أن تكون بالطريقة ذاتها في التعبير عن الموافقة، وهي الكتابة، وذلك من أجل تجنب وقوع نزاعات بين العميل والمتجر الإلكتروني، تكون متعلقة بالعدول عن الموافقة.

(30) تنص الفقرة (ج) على أن «تتضمن الموافقة ما يفيد حق صاحب البيانات في العدول عنها، وأن يكون إجراء العدول بطريقة سهلة». ويتفق كل من قانوني حماية البيانات الشخصية الأردني والمصري مع القانون الإماراتي على حق العميل العدول عن موافقته على معالجة بياناته الشخصية، انظر: (المادة 8/ و) أردني، والمادة (2/2) مصري.

(31) تنص الفقرة (2) على أنه «يجوز لصاحب البيانات العدول - في أي وقت - عن موافقته على معالجة بياناته الشخصية، ولا يؤثر هذا العدول على قانونية ومشروعية المعالجة المبينة على الموافقة التي أعطيت قبل العدول عنها».

ومن حيث الواقع العملي هذا ما يلجأ إليه المعالجون عند التعاقد مع أصحاب البيانات الشخصية؛ حيث يشترطون أن يكون التعبير عن الإرادة في العدول عن الموافقة مكتوباً من خلال إرسال إيميل، وقد يحددون أسلوباً آخر، وهو دخول العميل على موقع المتجر، وتحديد خيار الرغبة في عدم الاستمرار في معالجة بياناته الشخصية.

ويمكن لصاحب البيانات الشخصية العدول عن معالجة بياناته، سواء كان هناك سبب قانوني للعدول أو لا، فمثلاً إذا قام متجر إلكتروني بإجراء دراسة - من خلال استبانة تم توزيعها على عملائه - وكان الهدف من هذه الدراسة تقييم منتج من منتجاته، ووافق العميل على معالجة بياناته المحددة من خلال تحليلها إحصائياً، فإنه من حقه العدول عن الموافقة وسحب بياناته؛ إذا ثبت له أن المتجر الإلكتروني استخدم البيانات لهدف غير المعلن عنه. أيضاً يجوز للعميل العدول عن الموافقة على معالجة بياناته وسحبها من المتجر الإلكتروني، مع عدم وجود سبب قانوني لذلك؛ لأن قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي لم يشترط على العميل - عند العدول عن الموافقة - ذكر سبب قانوني.

## الفرع الثاني

### معالجة بيانات العملاء الشخصية من دون أخذ موافقة صاحبها

الأصل أنه يُحظر معالجة بيانات العملاء الشخصية من دون موافقة مسبقة على ذلك؛ لأن تلك البيانات تُعد قوام الحق في الخصوصية، وتمثل - في مجموعها - المعطيات والمعلومات الخاصة بالعميل، والتي تكتسب صفة السرية، كما أن المعالجة غير القانونية للبيانات الشخصية تشكل أبرز صور انتهاك السرية، وتتعارض مع القوانين المنظمة لحماية البيانات الشخصية.

ومع ذلك نص قانون حماية البيانات الشخصية، في المادة (4) منه، على استثناء بعض الحالات التي يجوز للمتجر الإلكتروني - من خلال إحداها - معالجة البيانات الشخصية للعميل من دون أخذ موافقته على الإجراءات. وسوف يستعرض الباحث هذه الحالات، وفق السبب الذي يبرر المعالجة من دون أخذ الموافقة:

### أولاً: معالجة بيانات العميل الشخصية للمصلحة العامة

المصلحة العامة تناقض المصلحة الشخصية، وتغلب عليها في العديد من المجالات؛ لأنها تعود بالنفع على المجتمع ككل بدلاً من النفع الشخصي، أو النفع الذي يعود على مجموعة صغيرة من الأشخاص، وفي السياق القانوني - وهو محفل البحث - يُستخدم

مفهوم المصلحة العامة لتبرير وتوجيه القرارات والتدابير التي تتخذها الدولة، من خلال إحدى سلطاتها العامة، بهدف تحقيق منفعة أو رفاهية عامة لأفراد المجتمع. ومن هذا المفهوم أجاز قانون حماية البيانات الشخصية معالجة بيانات العملاء، واعتبر هذه المعالجة مشروعة، وهذا ما نصت عليه صراحة الفقرة (1) من المادة (4)؛ حيث نصت على أنه «وتستثنى أي من الحالات التالية من هذا الحظر، وتعتبر المعالجة حينها مشروعة: 1- أن تكون المعالجة ضرورية لحماية المصلحة العامة»، وهنا يسأل الباحث عن مدى أحقية المتجر الإلكتروني في معالجة بيانات العملاء تحت مظلة هذا الاستثناء؟

من المؤكد أن مؤسسات الدولة هي التي تقرر أو تحدد المصلحة العامة، وإذا لم تكن هي صاحبة الفكرة فإنها تؤدي دوراً رئيساً في ذلك إذا اتخذت فكرة المصلحة العامة من الأشخاص، ثم تنظم ذلك من خلال إصدار القوانين، أو اتخاذ القرارات المناسبة لتحقيق مشروعية المصلحة العامة. هذا معناه إن لم تتوافر في المتجر الإلكتروني الصفة الرسمية، فإنه لا يجوز - في اعتقاد الباحث - له أن يعالج بيانات العملاء تحت غطاء المصلحة العامة، ولا يجوز له أن يصدر تعليمات تنظم المصلحة العامة لعدم الاختصاص، والتجاوز على سلطات الدولة.

وفي نطاق المصلحة العامة، خص قانون حماية البيانات الشخصية البيانات المتعلقة بالأمراض والأوبئة، أو أغراض ضمان سلامة وجودة الرعاية الصحية، أو الاجتماعية، وأجاز معالجتها من دون موافقة صاحب البيانات<sup>(32)</sup>.

وبناءً على ذلك يكون للمتجر الإلكتروني - إذا كان نطاق الخدمة التي يقدمها أو المنتجات تتصل بإحدى الحالات المذكورة - الحق في معالجة بيانات العميل من دون أخذ موافقته، أو إعلانه بالمعالجة؛ فمثلاً انتشرت في الآونة الأخيرة المستودعات الإلكترونية التي تباع الأدوية للمرضى، والمريض كي يحصل على العلاج يجب أن يدلي ببعض البيانات الشخصية عن الحالة المرضية التي يعانها، مثل: سيرته المرضية، أو زمن إصابته بهذا المرض، أو إصابة أحد أفراد العائلة بالمرض نفسه، أو الفحوص... وهكذا. هذه البيانات يمكن للمتجر الإلكتروني أن يعالجها من دون التقيد بأخذ موافقة صاحبها، بشرط التقيد ببقية الشروط القانونية الأخرى.

ويلتقي قانون حماية البيانات الشخصية الأردني مع ما ورد في المادة (1/4) المذكورة أعلاه، حيث أجازت المادة (6) منه معالجة البيانات الشخصية للعميل من دون أخذ موافقته

(32) تنص الفقرة (5) على أنه «تكون المعالجة ضرورية لحماية الصحة العامة، وتشمل الحماية من الأمراض السارية والأوبئة، أو لأغراض ضمان سلامة وجودة الرعاية الصحية والأدوية والعقاقير والأجهزة الطبية، وفقاً للتشريعات السارية في الدولة».

المسبقة؛ إذا كانت الغاية من هذه المعالجة تحقق المصلحة العامة، وأجرتها جهة حكومية، أو جهة أخرى متعاقد معها<sup>(33)</sup>. أما قانون حماية البيانات الشخصية المصري، فلم ينص - صراحة - على ما أخذ به القانونان الإماراتي والأردني؛ فقد اكتفى بتحديد بعض الحالات المستثناة من نطاق تطبيق القانون؛ أي أنه يمكن معالجة البيانات الشخصية عند تحقق إحداها من دون موافقة صريحة من الشخص المعني (العميل)<sup>(34)</sup>.

ويعتقد الباحث أن موقف القانون المصري - بهذا الخصوص - أكثر أنصافاً وعدلاً للعميل من قانوني حماية البيانات الشخصية الإماراتي والأردني، وسبب هذا الاعتقاد يعود إلى أن البيانات الشخصية هي جزء ملتصق بصاحبها، ولا يجوز لأي شخص أو جهة التعدي عليها، مهما كانت مشروعية وسبب التعدي.

### ثانياً: معالجة بيانات العميل الشخصية من أجل حماية مصلحته

يجوز للمتجر الإلكتروني إجراء معالجة للبيانات الشخصية للعملاء عندما يرى أن المعالجة تحقق مصلحة خاصة لهم، هذا ما نصت عليه الفقرة (7) من المادة (4)؛ حيث نصت على «أن تكون المعالجة ضرورية لحماية مصالح صاحب البيانات».

(33) تنص المادة (6) على أنه «تعد المعالجة قانونية ومشروعة، ويجوز إجراؤها دون الحصول على الموافقة المسبقة، أو أعلام الشخص المعني في الحالات التالية: 1- المعالجة التي تتم مباشرة من قبل جهة عامة مختصة بالقدر الذي يقتضيه تنفيذ المهام المنوطة بها وفقاً لأحكام التشريعات النافذة أو من خلال جهات أخرى متعاقد معها».

- (34) تنص المادة (3) على أنه «لا تسري أحكام القانون المرافق على ما يأتي:
- 1- البيانات الشخصية التي يحتفظ بها الأشخاص الطبيعيون للغير، وتتم معالجتها للاستخدام الشخصي.
  - 2- البيانات الشخصية التي تتم معالجتها بغرض الحصول على البيانات الإحصائية الرسمية، أو تطبيقاً لنص قانوني.
  - 3- البيانات الشخصية التي تتم معالجتها حصراً للأغراض الإعلامية، بشرط أن تكون صحيحة ودقيقة، وألا تُستخدم في أي أغراض أخرى، وذلك من دون الإخلال بالتشريعات المنظمة للصحافة والإعلام.
  - 4- البيانات الشخصية المتعلقة بمحاضر الضبط القضائي والتحقيقات والدعاوى القضائية.
  - 5- البيانات الشخصية لدى جهات الأمن القومي، وما تقدره لاعتبارات أخرى.
- ويجب على المركز، بناء على طلب جهات الأمن القومي، إخطار المتحكم، أو المعالج، بتعديل، أو محو، أو عدم إظهار، أو إتاحة، أو تداول البيانات الشخصية، خلال مدة زمنية مُحددة، وفقاً لاعتبارات الأمن القومي، ويلتزم المتحكم أو المعالج بتنفيذ ما ورد في الإخطار خلال المدة الزمنية المحددة به.
- 6- البيانات الشخصية لدى البنك المركزي المصري والجهات الخاضعة لرقابته وإشرافه، عدا شركات تحويل الأموال وشركات الصرافة، على أن تُراعى في شأنهما القواعد المقررة من البنك المركزي المصري بشأن التعامل مع البيانات الشخصية».

ولكي يجري المتجر الإلكتروني معالجة البيانات الشخصية لعميله يجب أن تنتج عنها مصلحة مشروعة لصاحب البيانات، ويؤخذ على الفقرة (7) أنها لم تحدد ضوابط مصطلح «حماية مصالح صاحب البيانات»، الأمر الذي يترتب عليه انفراد بتكليف المصلحة؛ مما يسبب نزاعات بين العميل والمتجر الإلكتروني على وجود مصلحة، أو عدم وجود؛ لذا يرى الباحث أنه يجب أن تتوافر بعض الشروط والمعايير لضمان توافق هذه المعالجة مع قوانين حماية البيانات؛ لذلك يجب توافر مجموعة من الشروط الرئيسية لمعالجة البيانات الشخصية للعميل بناءً على مصلحة مشروعة، وهي<sup>(35)</sup>:

1- **الشرعية:** يجب أن تكون المصلحة مشروعة وقانونية؛ إذ يجب على المتجر الإلكتروني أن يمتلك أسباباً معقولة لمعالجة بيانات العملاء.

2- **ضرورة المعالجة:** يجب أن تكون معالجة البيانات الشخصية ضرورية للهدف المطلوب، ولا يمكن تحقيقه بوسائل أخرى أقل تداخلاً مع خصوصية العملاء.

3- **تقدير التوازن:** يجب على المتجر الإلكتروني أن يقدر توازن المصلحة المشروعة مع حقوق العملاء وحرياتهم التي تتعلق ببياناتهم، أي على المتجر الإلكتروني أن يتأكد من أن المصلحة المشروعة للعملاء تتفوق على أي تأثير سلبي من المحتمل أن يعود عليهم.

4- **إعلان وشفافية:** يجب أن يعلن المتجر الإلكتروني المعالجة المعتمدة على مصلحة مشروعة بشكل واضح للعملاء، ويجب أن يوضح لهم الأغراض من المعالجة.

5- **حق المعارضة:** يجب أن يتيح المتجر الإلكتروني للعملاء الحق في الاعتراض على معالجة بياناتهم الشخصية بناءً على مصلحة مشروعة، ويجب أن يقدم وسيلة سهلة للقيام بهذا الحق.

وقد أضاف قانون حماية البيانات الشخصية الأردني على حماية مصالح العميل الحيوية، إذا كانت هذه المعالجة ضرورية لحماية حياته، وبلا شك أن هذه الإضافة تحمل كثيراً من الاستفسارات، ويشوبها الغموض، وقد يتم استغلالها من أجل معالجة البيانات الشخصية من دون موافقة مسبقة من العميل؛ لأن القانون لم يعالج تفاصيلها، ولم يحدد كيف يمكن أن تحمي معالجة البيانات الشخصية حياة صاحبها.

### ثالثاً: معالجة بيانات العميل الشخصية لتنفيذ التزامات على المتجر الإلكتروني

تنص الفقرة (8) من المادة (4) على «أن تكون المعالجة ضرورية لأغراض قيام المتحكم، أو صاحب البيانات بالتزاماته ومباشرة حقوقه المقررة قانوناً». وتنص الفقرة (9) على

(35) حسين عبيد عون الله، أحكام سرية المعلومات الخاصة، مكتبة الوفاء القانونية، القاهرة، 2015، ص86.

«أن تكون المعالجة ضرورية لتنفيذ عقد يكون صاحب البيانات طرفاً فيه، أو لاتخاذ إجراءات بناءً على طلب صاحب البيانات بهدف إبرام عقد، أو تعديله، أو إنهائه».

إن معالجة البيانات الشخصية لتنفيذ التزامات قانونية على صاحبها، أو على المتجر الإلكتروني، غالباً ما تكون قانونية ومشروعة، وتعتبر جزءاً من العقد بين العميل والمتجر الإلكتروني. وبناءً على نص الفقرتين السابقتين هنالك حالتان تتعين فيهما معالجة البيانات الشخصية لتلبية التزامات على العميل أو المتجر الإلكتروني:

**1-الالتزامات القانونية:** قد تكون هناك قوانين ولوائح تلزم المتجر الإلكتروني بمعالجة بيانات العملاء امتثالاً للقوانين؛ مثلاً قد تتطلب لوائح المتجر الإلكتروني معالجة معينة لبيانات العملاء لأغراض تقديم الإقرارات الضريبية.

**2-تنفيذ الالتزامات التعاقدية:** في حال وجود عقد بين العميل والمتجر الإلكتروني، يمكن للمتجر الإلكتروني معالجة البيانات الشخصية للعميل لتلبية التزامات العقد؛ على سبيل المثال، يمكن للبنك معالجة بيانات العميل لإدارة حسابه، وتقديم الخدمات المصرفية.

ويجب على المتجر الإلكتروني - دائماً - الالتزام بمبادئ حماية البيانات، والامتثال للقوانين واللوائح ذات الصلة، عند معالجة البيانات الشخصية لأغراض تنفيذ التزامات على صاحبها، كذلك تجب معالجة البيانات بشفافية محدودة لأغراض تنفيذ الالتزامات العقدية أو القانونية، وليس لأغراض أخرى غير متعلقة بها<sup>(36)</sup>.

وعلى الرغم من أهمية حكم الفقرتين (8) و(9) من المادة (4)، وضرورة الأخذ بها، فإن قانوني حماية البيانات الشخصية المصري والأردني لم ينصا على حكم مشابه لهما.

#### رابعاً: معالجة بيانات العميل الشخصية المتاحة للجميع

تتصل البيانات الشخصية بخصوصية الأشخاص؛ ما يعني أنهم يبذلون عنايتهم من أجل عدم وصولها إلى الغير، أو الاطلاع عليها بطريقة خارجة عن إرادتهم، وهذه هي فئة البيانات التي ينطبق عليها قانون حماية البيانات الشخصية. أما فئة البيانات الشخصية الأخرى التي تتعلق بالأشخاص، وأفصحوا عنها للغير بطريقة ما، أو تم نشرها بإرادتهم بحيث أصبحت متاحة للجميع<sup>(37)</sup>، فإنها تخرج من نطاق حماية القانون؛ ما يعني أن من

(36) مروة زين العابدين صالح، الحماية القانونية للبيانات الشخصية عبر الإنترنت، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، د.ن، 2016، ص 63.

(37) عبدالحميد مهري، حماية البيانات الشخصية وخصوصية الأفراد: دراسة مقارنة للتشريعات القانونية في كل من دول الاتحاد الأوروبي والجزائر، بحث مقدم لمؤتمر اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، من 13 - 16 مايو 2016، ص 12.

حق أي شخص معالجة هذه البيانات الشخصية؛ لأنها أصبحت عمومية، وخرجت من نطاق الخصوصية، أو السرية<sup>(38)</sup>، ومن ضمن هؤلاء الأشخاص المتجر الإلكتروني، فإذا ثبت له أن البيانات التي قدمها العميل له متاحة - مثلاً - على وسائل التواصل الاجتماعي؛ مثل: الاسم، والعمر، وطبيعة العمل ومكانه، والحالة الاجتماعية... إلخ. أو كانت مكتوبة في إحدى الصحف المحلية، فإنه له الحق في معالجتها دون الرجوع إلى صاحبها لأخذ موافقته على المعالجة، بناءً على ما ورد في حكم الفقرة (2) من المادة (4)<sup>(39)</sup>.

وتنص الفقرة (أ/10) من المادة (6) من قانون البيانات الشخصية الأردني على الحكم ذاته؛ حيث أجازت للمتجر الإلكتروني معالجة بيانات العملاء المتاحة للجمهور من العميل دون الحصول على موافقة مسبقة. في المقابل لم ينص قانون حماية البيانات الشخصية المصري على حكم مشابه للقانونين الإماراتي والأردني؛ الأمر الذي يمنع المتجر الإلكتروني من معالجة هذه الفئة من البيانات الشخصية دون موافقة صريحة من العميل. ويعتقد الباحث أن موقف القانون المصري هو الأشد في حماية بيانات العميل الشخصية؛ لأنه ليس من المنصف أن نركز على عمومية البيانات الشخصية من أجل السماح للمتجر الإلكتروني بمعالجتها من دون موافقة العميل؛ خاصة أن بعض الحالات قد تترتب على معالجة البيانات نتائج لا يرغب العميل في الإفصاح عنها للغير، أو تركها للعموم.

## المطلب الثاني

### ضوابط معالجة المتجر الإلكتروني البيانات الشخصية للعميل

من الواجب على المتجر الإلكتروني مراعاة الضوابط التي تبناها قانون حماية البيانات الشخصية عند معالجته بيانات عملائه، وتتمحور الغاية من وجود هذه الضوابط في حماية خصوصية البيانات الشخصية للعميل وأمانها، وضمان تماشي هذه المعالجة مع القوانين واللوائح المعمول بها في الدولة، وأنها تتمتع بالإنفاذ القانوني. أي يجب على المتجر الإلكتروني، المعالج لبيانات العميل، أن تكون لديه أسباب قانونية مشروعة

(38) عابد يوسف الأسمر، حماية الحياة الخاصة في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، القاهرة، 2019، ص145.

(39) تنص الفقرة (2) على أنه «تكون المعالجة مرتبطة بالبيانات الشخصية التي أصبحت متاحة ومعلومة للكافة بفعل من صاحب البيانات».

هنالك حالات أخرى تعتبر معالجة البيانات مشروعة، ولكن تخرج عن نطاق المتجر الإلكتروني؛ فمثلاً نصت الفقرة (5) على أنه «تكون المعالجة ضرورية لحماية الصحة العامة، وتشمل الحماية من الأمراض السارية والأوبئة أو لأغراض ضمان سلامة وجودة الرعاية الصحية والأدوية والعقاقير والأجهزة الطبية، وفقاً للتشريعات السارية في الدول»، كذلك تنص الفقرة (6) على أنه «تكون المعالجة ضرورية لأغراض أرشيفية، أو دراسات علمية وتاريخية وإحصائية وفقاً للتشريعات السارية في الدولة».



للمعالجة؛ سواء كان ذلك بناءً على القانون، أو باتفاق مع العميل، علمًا أن هذه الضوابط غير ثابتة؛ بمعنى أنها قد تكون محلًا للتعديل أو الإلغاء مع مرور الزمن. ولتفصيل ضوابط معالجة المتجر الإلكتروني البيانات الشخصية للعميل يقسم الباحث هذا المطلب إلى الفرعين التاليين:

## الفرع الأول

### الضوابط الموضوعية لمعالجة المتجر الإلكتروني

#### البيانات الشخصية للعميل

بالرجوع إلى أحكام قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي، وجد الباحث أنه نص على مجموعة من الضوابط الموضوعية الخاصة بمعالجة بيانات الأشخاص، ويُقصد بالضوابط الموضوعية لمعالجة البيانات الشخصية مبادئ وقواعد تجمع معايير وإرشادات تسهم في ضمان امتثال المتجر الإلكتروني للمتطلبات القانونية، وتطبيقها كما نصَّ عليها عند التعامل مع البيانات الشخصية للعملاء. كما أنها تشكل إطارًا أساسيًا لضمان معالجة البيانات الشخصية للعملاء بطريقة آمنة وملتزمة بالأخلاق والقوانين. ووفقًا لما نصت عليه المادة (5) من القانون، استنتج الباحث أن الضوابط الموضوعية التالية لمعالجة البيانات الشخصية للعملاء:

#### أولاً: معالجة البيانات الشخصية بطريقة عادلة وشفافة ومشروعة

تتشرط الفقرة (1) من المادة (5)، من قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي أن يتمتع المتجر الإلكتروني بالعدالة والشفافية والمشروعية، عندما يجمع ويعالج البيانات الشخصية للعميل<sup>(40)</sup>.

**1- مفهوم العدالة:** يشير مفهوم العدالة إلى ضمان معاملة المتجر الإلكتروني للعملاء ومعالجة بياناتهم بشكل منصف، هذا يعني أن المتجر الإلكتروني - عند معالجة البيانات - يجب أن يتعامل مع العملاء بمساواة وبشكل عادل، من دون اللجوء إلى أي شكل من أشكال التمييز، أو الظلم على أساس العوامل الشخصية، مثل: العرق، والجنس، والديانة، والجنسية، والعمر، والإعاقة... وغيرها من العوامل المحمية بموجب القوانين.

(40) وبالمعنى ذاته أخذ قانونا حماية البيانات الشخصية الأردني والمصري؛ (المادة 7/ أ) أردني، والمادة (1/3) مصري، والمادة (13) من اللائحة الأوروبية.

ويعتقد الباحث أن مفهوم «العدالة» في معالجة البيانات الشخصية ليس مصطلحاً قانونياً، أو تقنياً معروفاً في مجال حماية البيانات الشخصية، وربما تكون «العدالة» مصطلحاً مشتقاً أو تعبيراً للتأكيد أهمية معاملة العملاء بشكل عادل ومنصف، عندما يتعلق الأمر بجمع بياناتهم الشخصية ومعالجتها. وفي سياق حماية البيانات، تهدف معظم اللوائح والقوانين المنظمة لحماية البيانات الشخصية إلى تعزيز مبادئ العدالة والإنصاف فيما يتعلق بإجراءات المعالجة؛ ذلك يعني أنه يجب على المتجر الإلكتروني معالجة جميع بيانات العملاء بالطريقة نفسها، وبشكل عادل من دون أي تمييز، أو تحيز.

**2- الشفافية:** الشفافية جزء أساسي من حماية البيانات الشخصية للعملاء، وضمن أن المعالجة التي أجراها المتجر الإلكتروني تتم بشكل مشروع وبموجب القوانين، من خلال تقديم معلومات واضحة وواقعية للعميل حول إجراءات معالجة البيانات، حتى يتسنى للعملاء أن يفهموا كيف تتم معالجة بياناتهم، وما حقوقهم بعد المعالجة. ومن صور الشفافية عند معالجة بيانات عملاء المتجر الإلكتروني: الإعلان عن الغرض من إجراءات المعالجة، وعدم الإفصاح عنها، أو مشاركة الغير في إجراءات المعالجة، وإجراء التعديل على البيانات وتحديثها عند الحاجة.

**3- المشروعية في المعالجة:** يُقصد بـمشروعية معالجة المتجر الإلكتروني بيانات العملاء الشخصية، أن يتم إخبارهم بكل إجراءات المعالجة، بدءاً من جمع البيانات الشخصية، مروراً بالمعالجة والتحليل، ووصولاً إلى الغاية من المعالجة، كما تشمل المشروعية القيام بإجراءات تحديث البيانات عندما يتطلب الأمر ذلك<sup>(41)</sup>.

## ثانياً: تحديد الغرض من معالجة البيانات الشخصية

تنص الفقرة (2) من المادة (5) من قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي على «أن تكون البيانات الشخصية قد جُمعت لغرض محدد وواضح، وألا تتم معالجتها في أي وقت لاحق، على نحو يتنافى مع ذلك الغرض، ومع ذلك تجوز معالجتها في حال كان الغرض منها مشابهاً، أو متقارباً من الغرض الذي جُمعت هذه البيانات من أجله»<sup>(42)</sup>.

تسعى المتاجر الإلكترونية إلى تحقيق أهداف معينة من معالجة بيانات العميل، وهذا يعني أنه لا يجوز للمتجر الإلكتروني جميع بيانات ومعالجتها من دون أن تكون هناك غاية أساسية تُعرض على العميل من أجل الحصول على الموافقة عليها؛ فمثلاً لو أن أحد

(41) سامح عبدالواحد التهامي، مرجع سابق، ص406.

(42) وبالمنعنى ذاته أخذ قانونا حماية البيانات الشخصية الأردني والمصري؛ (المادة 7/ ب) أردني، والمادة (3/3) مصري.

البنوك في الدولة رجع إلى السجلات والمعاملات الإلكترونية الخاصة بالعملاء ثم قام بمعالجتها، فإنه لا بد من تحديد غاية هذه المعالجة، كأن يريد مثلاً تطوير إحدى الخدمات التي يقدمها لعملائه. ووفق الفقرة (2) يجب أن يحدد المتجر الإلكتروني الغاية من المعالجة بشكل واضح ودقيق، وأن يعبر عنها للعملاء باستخدام طريقة أو وسيلة تبعد الجهالة عنهم.

ويعتقد الباحث أن قانون حماية البيانات الشخصية يهدف - من ذلك - إلى حماية الأشخاص وبياناتهم من الاستغلال غير المشروع؛ لذلك منع استخدام البيانات مرة أخرى، ومعالجتها لغاية غير تلك الغاية التي صرح بها، وهذا ما يسمى شفافية غرض المعالجة<sup>(43)</sup>، والتي تعني أن يتم تنفيذ إجراءات معالجة البيانات بطريقة، بحيث يكون لدى للعملاء القدرة على فهم لماذا جُمعت بياناتهم، وفي أي شيء ستُستخدم، ومع من تشارك.

وقد يعتزم المتجر الإلكتروني - في بعض الأحيان - معالجة بيانات العملاء الشخصية لغرض آخر غير الذي جُمعت من أجله؛ ففي هذه الحالة عليه أن يُعلم العميل المعني بالغرض الجديد، وأخذ موافقته قبل الشروع في المعالجة<sup>(44)</sup>.

### ثالثاً: حدود استخدام بيانات العملاء

إن تحديد الغرض من المعالجة يلزم المتجر الإلكتروني بتحديد استخدام بيانات العملاء بغرض المعالجة، هذا يعني أن تكون بيانات العملاء متطابقة مع تنفيذ الغرض؛ بحيث لا يكون نقصان فيها ولا زيادة، وهذا ما اشترطته الفقرة (3) من المادة (5)، حيث نصت على «أن تكون البيانات الشخصية كافية ومقصورة على ما هو ضروري وفقاً للغرض الذي تمت المعالجة من أجله»<sup>(45)</sup>.

فمثلاً إذا قررت شركة «أمازون» تحديث قائمة المنتجات التي تعرضها للعملاء، وأرادت الاستعانة ببياناتهم، فإنه يجب أن تستعين بالبيانات التي تخدم هذا القرار، مثل: العمر، والجنس، والمكان... وما شابه؛ لتحديد المنتجات الأكثر بحثاً عنها لإضافتها إلى القائمة، ولا تستغل هذا الغرض لمعالجة رقم البطاقة الائتمانية، أو رقم الهاتف، أو الاسم؛ لعدم توافيقها مع غاية القرار.

(43) شاكور جميل ساجت، الحق في الخصوصية كأحد حقوق الإنسان، مركز النماء لحقوق الإنسان، بغداد، 2016، ص 21.

(44) عمرو طه بدوي محمد، مرجع سابق، ص 119.

(45) كذلك تنص المادة (2/4) من قانون حماية البيانات الشخصية المصري على أنه «يلتزم المتحكم بما يأتي: التأكد من صحة البيانات الشخصية ووافقها وكفايتها مع الغرض المحدد لجمعها».

وعلى الرغم من أهمية الالتزام بالنسبة إلى العميل صاحب البيانات الشخصية، فإن قانون حماية البيانات الشخصية الأردني لم ينص عليه، الأمر الذي يسهل على المتجر الإلكتروني معالجة بيانات شخصية للعميل تخرج بطبيعتها عن الغرض من المعالجة.

#### رابعاً: التأكد من صحة بيانات العملاء ودقتها

من الضوابط الموضوعية المهمة، والتي يجب على المتجر الإلكتروني التأكد منها قبل معالجة البيانات الشخصية للعميل، هو التأكد من مدى صحة هذه البيانات ودقتها، وهذا ما أكدته الفقرة (4) من المادة (5)؛ حيث نصت على «1 - تكون البيانات الشخصية دقيقة وصحيحة». وبناءً على ذلك لا يجوز له أن ينسب بيانات تكون قد جُمعت أو أرسلت وهي غير صحيحة، أو أنها تتعلق بعميل آخر؛ لأن البيانات غير الصحيحة، أو غير الدقيقة يمكن أن تؤدي إلى معالجة غير صحيحة وغير دقيقة، وبالتالي إلى اتخاذ قرارات خاطئة، وهذا يتطلب من المتجر الإلكتروني مزيداً من الدقة في العمل قبل إجراء المعالجة؛ فمثلاً عليه: جمع بيانات العملاء بعناية، وتحديث البيانات بانتظام، وتنظيم قاعدة بيانات، ويحقق ذلك من خلال تقارير الضمانة بحيث يقوم بإعداد تقارير دورية للتحقق من صحة ودقة بيانات العملاء في قاعدة بياناته لتصحيح أي أخطاء تم العثور عليها؛ فعلى سبيل المثال، لا يجوز لبنك معالجة بيانات العميل التي قدمها له عند فتح حساب بنكي إذا كان هناك فارق زمني بين الإجراءين، مثل: العمر، ورقم الهاتف، ومكان العمل والسكن، والعديد من البيانات التي يمكن أن تطرأ عليها تعديلات أو تغيرات مع مرور الزمن<sup>(46)</sup>.

### الفرع الثاني

#### الضوابط الإجرائية لمعالجة المتجر الإلكتروني

##### البيانات الشخصية للعميل

إلى جانب الضوابط الموضوعية التي نص عليها قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي، نص على مجموعة من الضوابط الإجرائية التي يجب القيام بها واتباعها عند معالجة البيانات، وهذه الإجراءات تنقسم إلى قسمين: إجراءات يجب تنفيذها خلال القيام بالمعالجة، وإجراءات يجب تنفيذها لاحقاً عند الضرورة، أي ما بعد الانتهاء من المعالجة وتحقيق الغرض الأساسي.

(46) ونص كل من قانوني حماية البيانات الشخصية الأردني والمصري على هذا الالتزام: المادة (7/ د) أردني، والمادة (2/3) مصري.

## أولاً: إجراءات في أثناء المعالجة

1- تحديث بيانات العملاء: أسلف الباحث القول بأن على المتجر الإلكتروني التأكد من صحة البيانات الشخصية للعميل قبل إجراء المعالجة إذا كانت هذه البيانات مُخزّنة على قاعدة بياناته، فإذا ظهر له في أثناء عملية «التطهير» بيانات تخالف الحقيقة أو الواقع للعملاء، فما الإجراء الذي يجب القيام به؟ وفقاً للفقرة (4) من المادة (5) التي تنص على «2- وأن تخضع للتحديث متى اقتضى الأمر ذلك».

وبناءً على ذلك يجب على المتجر الإلكتروني الامتثال للقانون، والالتزام باتخاذ جميع الإجراءات التي تتعلق بتحديث البيانات كي يتجنب التعرض للمسؤولية القانونية لعدم القيام بما يوجبه القانون، ويعتقد الباحث أن هذا «التزام بتحقيق نتيجة»: لأن المتجر الإلكتروني ملزم - بموجب القانون - بتحديث بيانات العميل، ولتحقيق هذا الالتزام يجب أن يؤدي إجراء التحديث إلى الوصول إلى الغاية، وهي بيانات العميل الصحيحة؛ فلو أرادت شركة «أمازون» معالجة بيانات العملاء من أجل إضافة منتجات - كما ذكر الباحث في السابق - عليها تحديث بيانات العملاء إذا اقتضى الأمر ذلك، من خلال وسيلة ترى أنها تحقق ذلك.

2- سرية بيانات العملاء: يعتبر امتثال المتجر الإلكتروني لمبدأ سرية معالجة البيانات الشخصية أمراً حاسماً لضمان حقوق العملاء، وهو مطلب أساسي تؤكد جميع القوانين، ومنها قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي<sup>(47)</sup>، والأردني والمصري<sup>(48)</sup>، ويُقصد بسرية معالجة البيانات عدم مشاركة البيانات الشخصية بين العملاء أو الغير، بل يجب أن تتم عملية المعالجة لحماية المصالح بطريقة منفصلة وسرية، والسبب في ذلك يكمن في أن بعض البيانات - أو كلها - قد تحمل خصوصية للعميل لا يرغب في كشفها من الغير، بل أن يبقى محتفظاً بها لنفسه، وبالتالي إطلاع المتجر الإلكتروني الغير عليها بالنشر أو المشاركة، أو بأي وسيلة أخرى، قد يسبب ضرراً مادياً أو معنوياً للعميل؛ لذلك يجب أن يكون المتجر الإلكتروني حريصاً على سرية ما في حوزته من بيانات للعملاء، من أجل تجنب إصابتهم بالضرر.

## ثانياً: إجراءات ما بعد معالجة البيانات

تستمر التزامات المتجر الإلكتروني تجاه العملاء إلى ما بعد الانتهاء من إجراءات معالجة بياناتهم الشخصية؛ حيث نص قانون حماية البيانات الشخصية على مجموعة

(47) المادة (6/5).

(48) المادة (7/ز) أردني، والمادة (6/4) مصري.

من الإجراءات التي يجب أن يقوم بها كلما تطلب منه الأمر ذلك، وتختلف طبيعة الإجراءات المطلوبة من المتجر الإلكتروني وفقاً لغاية الإجراء التي حددها القانون، وفيما يلي الإجراءات المستمرة إلى ما بعد الانتهاء من المعالجة:

### 1- حماية بيانات العملاء من الانتهاك أو الاختراق: يلتزم المتجر الإلكتروني بحماية

بيانات العملاء من كل الاختراقات والانتهاكات التي تهددها، لاسيما الهجمات السيبرانية، والمخاطر الناجمة عنها، وذلك من خلال تطبيق ضوابط ومعايير الأمن السيبراني التي تتمثل في تطبيق ضوابط حماية الأنظمة، والبرمجيات، والشبكات، والأجهزة الخاصة بالمتجر الإلكتروني، وضوابط إدارة مخاطر الأمن السيبراني، والكشف والاستجابة للحوادث السيبرانية، بما يضمن خصوصية بيانات موفري الخدمة في المتجر الإلكتروني<sup>(49)</sup>.

وبالرجوع إلى أحكام قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي، يستنتج الباحث أنه - ولما لمعالجة البيانات من حساسية وأهمية بالنسبة إلى العميل - حدد إجراءات خاصة بضمان خصوصية بيانات موفري الخدمة في المتجر الإلكتروني، أي أن الإجراءات تبدأ من خلال اتخاذ ضوابط واشتراطات وإجراءات وقواعد معالجة حماية البيانات، حيث نصت المادة (20) على أنه «يجب على المتحكم والمعالج وضع واتخاذ إجراءات وتدابير تقنية وتنظيمية ملائمة؛ لضمان تطبيق مستوى أمن المعلومات الذي يتناسب مع المخاطر المصاحبة للمعالجة، وفق أفضل المعايير والممارسات الدولية»<sup>(50)</sup>. كذلك حددت المادة (20)، على سبيل المثال، التدابير التقنية التي يمكن للمتجر الإلكتروني اتخاذها من أجل تحقيق هذه الغاية:

- أ- تشفير البيانات الشخصية وتطبيق آلية إخفاء البيانات.
- ب- تطبيق إجراءات وتدابير تضمن استمرار سرية أنظمة وخدمات المعالجة، وسلامتها، وصحتها، ومرونتها.
- ج- تطبيق إجراءات وتدابير تضمن استرجاع البيانات الشخصية، والوصول إليها في الوقت المحدد، في حال حدوث أي عطل فعلي أو فني.

وهناك العديد من التقنيات الإلكترونية والإجراءات التي يمكن للمتجر الإلكتروني القيام بها من أجل تحقيق الغاية المطلوبة التي أشارت إليها المادة المذكور أعلاه،

(49) مالك نصار، التنظيم القانوني للأمن السيبراني في المتاجر الإلكترونية، رسالة ماجستير، كلية القانون، جامعة اليرموك، الأردن، 2022، ص46.

(50) أيضاً نص قانوننا حماية البيانات الشخصية الأردني والمصري على هذا الالتزام: المادة (1/8) أردني، والمادة (6/3) مصري.

من أهمها تشفير قاعدة بياناته، ثم تشفير بيانات العملاء من خلال استخدام أنظمة مصادقة قوية وموثوقة للدخول إلى نظام المعلومات، وتوفير تقنيات وبرمجيات أنظمة كشف الاختراق الإلكتروني والاحتيال الإلكتروني<sup>(51)</sup>. ولما لبيانات العملاء من أهمية، وأن اختراقها في أثناء، أو بعد، معالجتها يعتبر خطراً جسيماً يهدد مصالحهم، وينال من خصوصيتهم، أكدت أيضاً المادة (5) ضرورة أن تكون البيانات الشخصية للعملاء محفوظة بشكل آمن، بما فيه حمايتها من أي انتهاك، أو اختراق، أو معالجة غير مشروعة، أو غير مصرح بها، من خلال وضع واستخدام تدابير وإجراءات تقنية وتنظيمية ملائمة؛ وفق القوانين والتشريعات السارية في هذا الشأن.

**2- عدم الاحتفاظ ببيانات العملاء أو إخفاء هوية صاحبها:** يمكننا تعريف عدم الاحتفاظ ببيانات العملاء بأنه: إجراء يقوم به المتجر الإلكتروني يؤدي إلى قطع العلاقة بين البيانات الشخصية المتوافرة على قواعد بياناته واسم العميل بعد استنفاد الغرض من المعالجة، أو سحب العميل موافقته عليها. ويمكن أن يتم ذلك من خلال اتباع وسيلة معاكسة للغاية من المعالجة؛ فعلى سبيل المثال إذا كان الهدف من المعالجة هو إجراء استبانة تحتوي على بيانات شخصية للعميل؛ فعلى المتجر الإلكتروني حذف هذه البيانات مع انتهاء الغاية، وهذا ما أكدته الفقرة (7) من المادة (5)؛ حيث نصت على ما يلي: «عدم الاحتفاظ بالبيانات الشخصية بعد استنفاد الغرض من معالجتها»<sup>(52)</sup>.

وهناك وسيلة أخرى نصت عليها الفقرة السابقة من قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي، وهي الإبقاء على البيانات الشخصية للعميل مع إخفاء هويته؛ حيث نصت على أنه «يجوز الإبقاء عليها في حال تم إخفاء هوية صاحب البيانات باستخدام خاصية آلية إخفاء الهوية»<sup>(53)</sup>. وهذا ما أطلق عليه قانون البيانات الشخصية الإماراتي بآلية إخفاء البيانات، ويقصد بهذه الآلية، وفق المادة (1) أنها «المعالجة التي يتم إجراؤها على البيانات الشخصية بطريقة تؤدي، بعد إتمام المعالجة، إلى عدم إمكانية ربط وتنسيب هذه البيانات بصاحب البيانات دون استخدام معلومات إضافية». وعلى ضوء هذا التعريف، ومن

(51) نعيم مغيب، مخاطر المعلوماتية والإنترنت، المخاطر على الحياة الخاصة وحمايتها، منشورات الحلبي، بيروت، 2018، ص 101.

(52) انظر أيضاً: المادة (9/ ج) أردني، والمادة (7/3) مصري.

(53) انظر: المادة (7/3) من قانون حماية البيانات الشخصية مصري، ولم ينص قانون حماية البيانات الشخصية الأردني على هذا الالتزام؛ ما يعني أن المتجر الإلكتروني ملزم بحذف بيانات العميل بعد انتهاء مدة المعالجة أو غايتها.

خلال المصطلح الذي استخدمه، يمكن القول بأن القانون لا يلزم المتجر الإلكتروني بمحو أو مسح البيانات الشخصية للعميل<sup>(54)</sup>، وإنما فصل البيانات عن صاحبها، ويمكن له القيام بهذا الإجراء من خلال إخفاء هوية العميل، وهذا ما أكدته الفقرة (1)، عندما عرفت إخفاء هوية صاحب البيانات<sup>(55)</sup> حيث يمكن له إبقاء بيانات العميل والاحتفاظ بها إذا راعى هذا الشرط. وتبقى الطريقة التنفيذية (التقنية) لإخفاء البيانات أو هوية صاحبها للمتجر الإلكتروني يحددها وفق ما لديه من تطبيقات تقوم بهذه الوظيفة؛ فقد تكون من خلال استخدام تقنية التشفير لحجبها عن الغير، أو أي خاصية أخرى تقوم بالغاية. ويعتبر هذا الالتزام من الالتزامات القانونية التي يجب أن يقوم بتنفيذها المتجر الإلكتروني من تلقاء نفسه، ولا داعي لأن يتفق عليها مع صاحب البيانات أو يطلبها منه.

### ثالثاً: محو أو تصحيح بيانات العميل الشخصية غير الصحيحة

إن قانون حماية البيانات الشخصية لم ينصّ على إلزام المتجر الإلكتروني بمحو بيانات العميل الشخصية بعد الانتهاء من غاية المعالجة، ولكن هناك التزاماً يجب أن يقوم به عند توافر السبب، وهو محو أو تصحيح بيانات العميل عندما يثبت له أن بيانات العميل غير صحيحة؛ حيث نصت الفقرة (5) من المادة (5) على «أن تتوافر تدابير وإجراءات لضمان محو، أو تصحيح البيانات الشخصية غير الصحيحة»<sup>(56)</sup>.

ولم يحدد قانون حماية البيانات الشخصية السبب الذي يحدد متى تعتبر البيانات غير صحيحة؛ فقد يكون السبب راجعاً إلى العميل، كأن يزود المتجر الإلكتروني ببيانات خاطئة، سواء بقصد أو من دون قصد. وقد يكون السبب يعود إلى فعل أو امتناع عن فعل صادر عن المتجر الإلكتروني؛ كأن يرتكب خطأً عند إدخال بيانات العميل إلى قاعدة بياناته، أو بسبب خطأ تقني في تطبيقاته. وبغض النظر عن تحديد المتسبب يبقى المتجر الإلكتروني، وفق نص الفقرة (5)، الطرف المعني بمحو أو تصحيح بيانات العميل، وهنا علينا إجراء تمييز بين تحديث بيانات العميل التي تم التطرق إليها سابقاً ومحوها أو تصحيحها؛ ففي الحالة الأولى تكون بيانات العميل صحيحة، ولكن تم تعديلها، الأمر

(54) ويمكننا تعريف حذف أو مسح بيانات العميل بأنه «إجراء يقوم به المتجر الإلكتروني يؤدي إلى مسح، أو تدمير، بيانات العميل الشخصية بعد انتهاء الغرض من المعالجة، أو سحب العميل موافقته عليها، بحيث لا تعود موجودة على قاعدة بياناته».

(55) يقصد بالية إخفاء الهوية بأنها «المعالجة التي يتم إجراؤها على البيانات الشخصية بطريقة تؤدي إلى إخفاء هوية صاحب البيانات، وعدم ربط وتنسيب هذه البيانات به، وعدم إمكانية التعرف عليه بأي طريقة كانت».

(56) انظر أيضاً: المادة (1/10) أردني، والمادة (8/4) مصري.



الذي أدى إلى أن أصبحت غير صحيحة؛ مما تطلب التدخل من أجل تحديثها ومواءمتها مع شكلها الجديد. أما الحالة الثانية فتكون بيانات العميل في الأصل غير صحيحة لسبب ما، وفي كلتا الحالتين على المتجر الإلكتروني اتخاذ الإجراءات التي تحقق التحديث أو المحو أو التصحيح.

ووفق الفقرة (5) يجب أن تكون لدى المتجر الإلكتروني تدابير وإجراءات سابقة على كشف بيانات العميل غير الصحيحة، كأن يوفر لائحة إجرائية توضح آليات المحو، أو التصحيح، أو تطبيقات تقنية، أو أي وسيلة تحقق الغاية.

## المبحث الثاني

### أحكام معالجة بيانات عملاء المتجر الإلكتروني

من المؤكّد أن معالجة المتاجر الإلكترونية لبيانات العملاء الشخصية تكون من دون مقابل مادي لأسباب متعددة، أولها: أن البيانات الشخصية تخرج عن نطاق التصرفات، مثل: البيع أو الرهن. ثانيها: لأن المعالجة في هذا الإطار تنحصر في حالات معينة، مثل: تطوير المتجر الإلكتروني قاعدة بياناته أو التطبيقات الإلكترونية المتعلقة بمجال المنتجات أو الخدمات التي يقدمها للعملاء، أو يكون الغرض من المعالجة إضافة منتج أو خدمة على مجال نشاطه، أو تطبيقاً لنص قانوني يشترط على المتجر الإلكتروني معالجة بيانات العملاء الشخصية؛ لذا تتم موافقة عملاء المتجر الإلكتروني على معالجة بياناتهم الشخصية من دون أن يتلقى مقابلًا ماديًا أو معنويًا. على سبيل المثال، عندما يقوم العميل بملاء استبانة على الإنترنت، بعد إبرام عقد بيع، حيث يطلب المتجر الإلكتروني من العميل الإجابة عن بعض الأسئلة، أو تقديم بعض البيانات، ويكون الغرض محدّدًا في الاستبانة بشكل مكتوب وصريح، أو يظهر من خلال الأسئلة أو من تعبئة البيانات.

هذا يعني أن العميل لا تقع على عاتقه أي التزامات تجاه المتجر الإلكتروني، بل بموجب قانون حماية البيانات يتمتع بمجموعة من الحقوق، في المقابل تقع على عاتق المتجر الإلكتروني مجموعة من الالتزامات القانونية التي تهدف إلى حماية بيانات العملاء الشخصية، وللتفاصيل سوف يقسم الباحث هذا المبحث إلى المطلبين التاليين: الأول: التزامات المتجر الإلكتروني القانونية. الثاني: حقوق عملاء المتجر الإلكتروني.

### المطلب الأول

#### التزامات المتجر الإلكتروني القانونية

حدّد قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي مجموعة من الالتزامات التي يجب أن يتقيد بها المتجر الإلكتروني، ونطاق هذه الالتزامات يبدأ من إجراءات جمع البيانات ومعالجتها، مرورًا بالالتزام بالغرض منها، وحتى الانتهاء من خلال إخفاء بيانات العملاء، إما بطلب منهم، وإما لأي سبب آخر، وإعادة الحال إلى ما كانت عليه. ولتحديد ماهية هذه الالتزامات وتفصيلها، يقسم الباحث هذا المطلب إلى الفرعين التاليين:

## الفرع الأول

### الالتزامات القانونية لممارسة نشاط معالجة

#### البيانات الشخصية

أسلف الباحث القول بأن المتحكم في البيانات الشخصية هو المنشأة أو الشخص الذي يقوم بجمع ومعالجة البيانات الشخصية نيابة عن أصحابها الذين تتعلق بهم هذه البيانات. وللقيام بهذه الوظيفة، ولاعتبار معالجة البيانات التي قام بها قانونية، يجب على معالج البيانات الشخصية الامتثال للعديد من الالتزامات وفقاً للتشريعات واللوائح الناظمة لذلك. وكون المتجر الإلكتروني منشأة تقوم بمعالجة بيانات العملاء الشخصية، فقد حدد قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي بعض الشروط التي يجب عليه التقيد بها أينما وردت.

#### 1- تعيين شخص ذي كفاءة في معالجة البيانات الشخصية للعملاء

اشتراطت الفقرة (5) من المادة (7)، من قانون حماية البيانات الشخصية على المتجر الإلكتروني، تعيين معالج بيانات تتوافر لديه ضمانات كافية لتطبيق المعايير التنظيمية والتقنية التي تهدف - في النهاية - إلى إتمام معالجة بيانات العملاء وفق أحكام القانون، فمن هذا المعالج؟

وفق المادة (1) يقصد بالمعالج «المنشأة أو الشخص الطبيعي الذي يعالج البيانات الشخصية نيابة عن المتحكم، بحيث يقوم بمعالجتها تحت توجيهه ووفقاً لتعليماته»<sup>(57)</sup>.

من التعريف نستنتج أن المتجر الإلكتروني لا يجوز أن يقوم بنفسه بمعالجة البيانات الشخصية للعملاء، بل عليه إحالة هذه الوظيفة إلى طرف آخر، ووفق الجزء الخاص بالالتزامات «المتحكم» (المتجر الإلكتروني) فإن الإحالة شرط إلزامي عليه، حيث نصت المادة (7) من القانون على أنه «يجب على المتحكم الالتزام بتعيين المعالج الذي تتوافر لديه ضمانات كافية لتطبيق التدابير التقنية والتنظيمية، على نحو يضمن استيفاء المعالجة لمتطلبات وقواعد وضوابط المعالجة المنصوص عليها في هذا المرسوم بقانون ولائحته التنفيذية والقرارات الصادرة تنفيذاً له».

(57) وعرفته المادة (1) من قانون حماية البيانات الشخصية الأردني بأنه «الشخص الطبيعي أو الاعتباري الذي يكون مختصاً بمعالجة البيانات». وعرفته المادة (1) من قانون حماية البيانات الشخصية المصري بأنه «أي شخص طبيعي أو اعتباري مختص بطبيعة عمله، بمعالجة البيانات الشخصية لصالحه أو لصالح المتحكم بالاتفاق معه ووفقاً لتعليماته». بينما عرفته المادة (4) من اللائحة الأوروبية بأنه «الشخص الطبيعي، أو القانوني، أو السلطة العامة، أو الوكالة، أو أي هيئة أخرى تقوم بمعالجة البيانات الشخصية نيابة عن المراقب».

ولم يحدد قانون حماية البيانات الشخصية غاية إحالة المتجر الإلكتروني معالجة بيانات العملاء على المعالج، ويعتقد الباحث أن الغاية من ذلك تكمن في السببين التاليين، الأول: الاختلاف بين نشاط المتجر الإلكتروني الأصلي ونشاط معالجة البيانات الشخصية؛ فعلى سبيل المثال نشاط شركة «أمازون» باعتبارها متجرًا إلكترونيًا ينحصر في عرض أو بيع السلع، وبعض الخدمات للمستهلكين، من خلال تطبيق إلكتروني، وهذا النشاط لا يتوافق مع نشاط معالجة البيانات الشخصية. الثاني: ضمان إضافي لحماية ودقة معالجة بيانات العملاء الشخصية؛ فلكي تحقق المعالجة كل أهدافها لا بد من أن تتم من خلال منشأة، أو شخص من أصحاب التخصص الذين لديهم التدابير التقنية والتنظيمية المطلوبة.

وبالرجوع إلى أحكام المادة (8) من قانون حماية البيانات الشخصية، والخاصة بالتزامات المعالج، يتبين أن المعالج، في أثناء القيام بعمله (معالجة بيانات العملاء) يتبع قانوناً للمتجر الإلكتروني، من حيث إصدار الأوامر والتعليمات، وفيما يتعلق بأداء العمل والإشراف عليه ومراقبته عند القيام بالمعالجة؛ حيث نصت الفقرة (1) على أنه «يجب على المعالج الالتزام بما يأتي: إجراء المعالجة وتنفيذها وفقاً لتعليمات المتحكم، والعقود والاتفاقات المبرمة بينهما، والتي تحدد - على وجه الخصوص - نطاق المعالجة وموضوعها وغرضها وطبيعتها ونوع البيانات الشخصية، وفئات أصحاب البيانات». بناءً على ذلك، يجوز للمتجر الإلكتروني تعيين معالج بيانات العملاء لديه ليكون جزءاً من ضمن فريقه ونطاق نشاطه الأصلي؛ لأن القانون لم ينص على شرط أو حكم يفصل بين النشاطين، بل إن الباحث يعتقد أن هذه التبعية تعطي المتجر الإلكتروني سلطة تنظيم معالجة بيانات العملاء وفقاً لأحكام القانون.

وقد اتخذ قانون حماية البيانات الشخصية الأردني موقف القانون الإماراتي؛ حيث ألزمت المادة (11) منه المتجر الإلكتروني بتعيين مراقب، ولكن التعيين مرتبط بحالات معينة<sup>(58)</sup> للمعالجة، وليس في العموم، وهنا نقطة الاختلاف مع القانون الإماراتي الذي ألزم المتجر الإلكتروني بتعيين المتحكم، دون التقييد بنوع المعالجة، أي أن جميع أنواع المعالجات الخاصة ببيانات العملاء تتم من خلال المتحكم.

أما بالنسبة إلى قانون حماية البيانات الشخصية المصري، فعلى الرغم من أن الفصل

(58) «وهذه الحالات هي: 1- إذا كان العمل الرئيسي للمسؤول هو معالجة البيانات الشخصية. 2- معالجة البيانات الشخصية الحساسة. 3- معالجة البيانات لمن لا يتمتع بالأهلية القانونية. 4- معالجة البيانات التي تتضمن معلومات مالية. 5- نقب قواعد البيانات خارج المملكة. 6- أي حالة أخرى يقرر المجلس إلزام المسؤول بتعيين المراقب لأجلها».

الثالث منه<sup>(59)</sup> نظم التزامات المتحكم والمعالج، فإنه لم ينص صراحة على إلزام المتجر الإلكتروني بتعيين معالج للبيانات الشخصية للعملاء، كذلك لم يحدد حالات معينة للمعالجة، وهذا يعني أن من حقه القيام بالمعالجة بنفسه.

## 2- تعيين موظف مختص بحماية البيانات الشخصية للعملاء

نظرًا إلى أهمية وسرية حماية البيانات الشخصية، وخطورة انتهاكها أو خرقها من الغير، ألزم قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي المتجر الإلكتروني بتعيين مسؤول يعهد إليه بمسؤولية حماية بيانات العملاء الشخصية<sup>(60)</sup>؛ حيث يؤدي دورًا محوريًا في عملية حفظ ومعالجة البيانات الشخصية، ويجب أن يكون المسؤول من الأشخاص الذين تتوافر فيهم الخبرة والمهارات الكافية لحماية البيانات الشخصية<sup>(61)</sup>. ووفق الفقرة (1) يقصد بمسؤول حماية البيانات «أي شخص طبيعي، أو اعتباري، يتم تعيينه من قبل المتحكم أو المعالج، يتولى مهام التأكد من مدى امتثال الجهة التي يتبعها، بضوابط واشتراطات وإجراءات وقواعد معالجة حماية البيانات الشخصية، المنصوص عليها في هذا المرسوم بقانون، والتأكد من سلامة أنظمتها وإجراءاتها من أجل تحقيق الالتزام بأحكامه»<sup>(62)</sup>.

ووفق المادة (10) من القانون فإن التزام المتجر الإلكتروني بتعيين المسؤول مرهون بتوافر إحدى الأحوال الآتية: أ- إذا كانت المعالجة من شأنها إحداث خطر ذي مستوى عالٍ على سرية وخصوصية البيانات الشخصية لصاحب البيانات، نتيجة اعتماد تقنيات جديدة أو مرتبطة بحجم البيانات. ب- إذا كانت المعالجة ستتضمن تقييمًا منمجهًا وشاملًا للبيانات الشخصية الحساسة، بما يشمل التنميط والمعالجة المؤتمتة. ج- إذا كانت المعالجة ستتم على حجم كبير من البيانات الشخصية الحساسة.

وحددت المادة (11) من القانون الواجبات الملقاة على عاتق مسؤول حماية البيانات الشخصية من أجل تحقيق الغاية التي من أجلها تم تعيينه<sup>(63)</sup>، وهي:

(59) المادتان (5) و(6).

(60) خالد حسن أحمد، الحق في خصوصية البيانات الشخصية بين الحماية القانونية والتحديات التقنية، دار الكتب والدراسات العربية، القاهرة، 2019، ص 63.

(61) المادة (10)، ويتفق قانون حماية البيانات الشخصية المصري مع القانون الإماراتي في المسمى، في حين أطلق عليه قانون حماية البيانات الشخصية الأردني مسمى المراقب، وهو المسمى ذاته الذي أطلقته اللائحة الأوروبية رقم (679) لسنة 2016.

(62) ولم يتطرق قانون حماية البيانات الشخصية المصري لتعريف مسؤول حماية البيانات الشخصية. (63) وبالرجوع إلى قانوني حماية البيانات الشخصية الأردني والمصري، نجد أن كلا القانونين يتفقان من حيث مهام مسؤول حماية البيانات الشخصية مع القانون الإماراتي، مع بعض وجود الالتزامات الخاصة التي ينفرد بها كل قانون على حدة. انظر: المادة (11/ب) أردني، والمادة (9) مصري.

- التأكد من مدى امتثال المتجر الإلكتروني، أو المعالج، لتنفيذ أحكام القانون: بما أن مسؤول حماية البيانات الشخصية يعتبر حلقة الوصل بين المتجر الإلكتروني والعمل، وبين المتجر الإلكتروني والمعالج؛ لذا يتعين عليه أن يكون على دراية بتشريعات دولة الإمارات والمعايير ذات الصلة<sup>(64)</sup>.
- الحفاظ على سرية المعلومات وبيانات العملاء: أي أنه يعمل بجد للحفاظ على أمان البيانات، واحترام خصوصية العملاء، كما أوضح الباحث مسبقاً.
- ويعتقد الباحث أنه من أجل أن يقوم مسؤول حماية البيانات الشخصية بمهامه فيجب أن تكون لديه خبرة واطلاع في النقاط التالية:
- الخبرة والتأهيل اللازمين لأداء هذا الدور؛ إذ يجب أن تكون لديه معرفة بالقوانين واللوائح المحلية والدولية المتعلقة بحماية البيانات.
- تقييم المخاطر، يجب على مسؤول حماية البيانات تقدير ومراقبة المخاطر المحتملة المتعلقة بمعالجة البيانات الشخصية وتطبيق التدابير الأمنية اللازمة.
- المهارة التقنية في الاتصالات؛ إذ يجب أن يكون المسؤول من الأشخاص الذي لديهم مهارة تقنية في الاتصالات وأدواتها، بالإضافة إلى المعرفة بالجانب القانوني والمهني.
- التخصص في معالجة البيانات، ويقصد الباحث أن حماية البيانات الشخصية تختلف من متجر إلكتروني إلى آخر، فمثلاً معالجة بيانات عملاء البنوك تختلف عن معالجة بيانات عملاء شركات السيارات، وبالتالي كلما كانت البيانات أكثر أهمية للعملاء تطلب الأمر من المتجر الإلكتروني تعيين مسؤول حماية بيانات أكثر تخصصاً في مجال معالجة البيانات.

(64) ووفق المادة (11) يتولى مسؤول حماية البيانات - على وجه الخصوص - القيام بالمهام والصلاحيات الآتية:

- أ- التحقق من جودة وصحة الإجراءات المعمول بها لدى كل من المتحكم والمعالج.
- ب - تلقي الطلبات والشكاوى المتعلقة بالبيانات الشخصية وفقاً لأحكام هذا المرسوم بقانون ولائحته التنفيذية.
- ج- تقديم الاستشارات الفنية الخاصة بإجراءات التقييم والفحص الدوري لأنظمة حماية البيانات الشخصية لدى المتحكم والمعالج، وأنظمة منع الاختراق، وتوثيق نتائج هذا التقييم، وتقديم التوصيات المناسبة بشأنها، بما فيها إجراءات تقييم المخاطر.
- د - العمل كحلقة وصل بين المتحكم أو المعالج وفق الأحوال والمكتب بشأن قيامهما بتطبيق أحكام معالجة البيانات الشخصية المنصوص عليها في هذا المرسوم بقانون.
- هـ- أي مهام أو صلاحيات أخرى يتم تحديدها بموجب اللائحة التنفيذية لهذا المرسوم بقانون.

وقد انتهج قانون حماية البيانات المصري ما أخذ به القانون الإماراتي؛ حيث ألزمت المادة (8) منه المتجر الإلكتروني بتعيين مسؤول لحماية البيانات الشخصية للعملاء، ولكن التعيين لم يتحدد بحالات معينة، كما فعل القانون الإماراتي، بل جعله إلزامياً؛ حيث نصت المادة المذكورة على أنه «يلتزم الممثل القانوني للشخص الاعتباري لأي متحكم أو معالج بأن يعين داخل كيانه القانوني وهيكله الوظيفي موظفاً مختصاً مسؤولاً عن حماية البيانات الشخصية». أما قانون حماية البيانات الشخصية الأردني فلم ينص على إلزام المتجر الإلكتروني بتعيين شخص مسؤول عن حماية البيانات الشخصية للعملاء؛ ما يعني أن القانون الأردني أحال التزامات مسؤول حماية البيانات على المتجر الإلكتروني<sup>(65)</sup>.

### 3- مسك المتجر الإلكتروني سجلاً خاصاً ببيانات العملاء

مصطلح «السجل» يشير إلى توثيق، أو تسجيل، معلومات معينة، بطريقة منظمة ومحددة، ويمكن أن يكون السجل وثيقة مكتوبة، أو ملفاً إلكترونياً، أو أي وسيلة تُستخدم لتسجيل البيانات، يتم استخدام مصطلح «السجل» في سياقات مختلفة ولأغراض متنوعة، ومنها السجل الخاص الذي يجب على المتجر الإلكتروني مسكه، وفق الغاية المحددة بقانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي.

وقد حددت الفقرة (4) من المادة (7) الغاية من إلزام المتجر الإلكتروني بمسك السجل؛ حيث يجب أن يحتوي على بيانات كل من: المتحكم، ومسؤول حماية البيانات، وبيان وصف فئات البيانات الشخصية لديه، وبيانات الأشخاص المصرح لهم بالوصول إلى البيانات الشخصية، والمدد الزمنية للمعالجة، وقيودها، ونطاقها، وآلية محو البيانات الشخصية أو تعديلها أو معالجتها لديه، والغرض من المعالجة، وأي بيانات متعلقة بحركة ومعالجة تلك البيانات عبر الحدود، وبيان الإجراءات التقنية والتنظيمية الخاصة بأمن المعلومات، وعمليات المعالجة<sup>(66)</sup>.

ويعتقد الباحث أن الغاية التي أرادها قانون حماية البيانات الشخصية من مسك المتجر الإلكتروني هذا السجل ما هي إلا وسيلة لمراقبته، من جانب مكتب الإمارات للبيانات؛ لتحديد مدى التزامه بتطبيق ما ورد في القانون من أحكام والتزامات.

(65) بالرجوع إلى التزامات مسؤول حماية البيانات الشخصية في قانوني حماية البيانات الشخصية المصري والإماراتي، نجد أن بعضاً من هذه الالتزامات تطرق إليها قانون حماية البيانات الشخصية الأردني عند تنظيم عمل المسؤول والمراقب، انظر: المواد من (8) إلى (15).

(66) انظر: المادة (14/ب) أردني، والمادة (4/9) مصري.

## الفرع الثاني

### الالتزامات القانونية الناجمة عن معالجة البيانات الشخصية

وفق التنظيم القانوني لحماية البيانات الشخصية في دولة الإمارات، تمتد التزامات المتجر الإلكتروني إلى ما بعد الانتهاء من المعالجة؛ حيث يجب على المتجر الإلكتروني التقيد بهذه الالتزامات، وتنفيذها بشكل دقيق؛ لما لها من أهمية بالغة لصاحب البيانات، وأن عدم الامتثال لها، أو عدم تنفيذها بالطريقة التي حددها القانون، يلحق بصاحب البيانات الضرر، وسوف يستعرض الباحث هذه النقاط وفق التالي:

#### 1- الإبلاغ عن انتهاك أو اختراق بيانات العملاء المعالجة

إن التزام معالج البيانات الشخصية بالإبلاغ عن وجود انتهاك أو اختراق يهدف إلى تعزيز الثقة والمساءلة والشفافية في مجال حماية البيانات الشخصية، ويعتبر من الالتزامات القانونية المهمة؛ لما له من دور أساسي في حماية حقوق وحرية الأشخاص المعنيين بالبيانات من أي ضرر، أو تأثير ناتج عن هذا الانتهاك، أو الاختراق<sup>(67)</sup>؛ لذلك يقع على عاتق المتجر الإلكتروني التزام بالإبلاغ عن أي اكتشاف لوجود انتهاك أو اختراق لبيانات العملاء الشخصية. ووفق المادة (1) من قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي، يُقصد بخرق وانتهاك البيانات الشخصية ما يلي: «عملية خرق أمن المعلومات، وانتهاك البيانات الشخصية؛ من خلال الدخول والوصول إليها، بشكل غير مشروع أو غير مرخص به، وتشمل نسخها، أو إرسالها، أو توزيعها، أو تبادلها، أو نقلها، أو تداولها، أو معالجتها بشكل يؤدي إلى الكشف أو الإفصاح إلى الغير عن هذه البيانات، أو إتلافها، أو تعديلها في أثناء عملية التخزين والنقل والمعالجة».

ولما لهذا الالتزام من أهمية أفرد قانون حماية البيانات الشخصية نصًا خاصًا حدّد الإجراءات الواجب اتخاذها عند حدوث الاختراق أو الانتهاك؛ فقد نصت المادة (9) على أنه «يلتزم المتحكم بمجرد علمه بوجود أي اختراق، أو انتهاك للبيانات الشخصية لصاحب البيانات، والذي من شأنه المساس بخصوصية وسرية وأمن بياناته، بإبلاغ المكتب عن هذا الاختراق، أو الانتهاك، بنتائج التحقيق خلال المدة ووفقاً للإجراءات والشروط التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا المرسوم بقانون»<sup>(68)</sup>.

(67) القاضي شادي محمد عدرة، خرق حرمة الحياة الخاصة باستخدام نظام معالجة المعلومات، دار الكتب والدراسات العربية، القاهرة، 2019، ص 24.

(68) على الرغم من أن المادة (28) من القانون نصت على أنه يجب أن تصدر اللائحة التنفيذية خلال ستة أشهر من تاريخ نشر القانون في الجريدة الرسمية، إلا أنها لم تصدر حتى تاريخ الانتهاء من كتابة هذا البحث. علمًا بأن مكتب الإمارات للبيانات هو الجهة المكلفة بإعداد مشروع اللائحة وتقديمه لمجلس الوزراء.



ووفق أحكام المادة (9) عند حدوث الانتهاك أو الاختراق على المتجر الإلكتروني إبلاغ كل من مكتب الإمارات للبيانات<sup>(69)</sup>، والعميل صاحب البيانات<sup>(70)</sup>، على أن يكون الإبلاغ مشفوعاً بالبيانات والمستندات الآتية:

أ - بيان طبيعة الاختراق أو الانتهاك، وصورته، وأسبابه، والعدد التقريبي له، وسجلاته.

ب - بيانات مسؤول حماية البيانات المعين لديه.

ج - الآثار المحتملة والمتوقعة لحدوث الاختراق أو الانتهاك.

د - بيان الإجراءات والتدابير المتخذة من قبله، والمقترح تنفيذها لمواجهة هذا الاختراق أو الانتهاك، والتقليل من آثاره السلبية.

هـ - توثيق الاختراق أو الانتهاك، والإجراءات التصحيحية المتخذة من قبله.

و - أي متطلبات أخرى يطلبها المكتب.

## 2 - مراقبة أداء مسؤول حماية بيانات العملاء الشخصية

يشترط قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي على المتجر الإلكتروني تعيين موظف مسؤول عن حماية بيانات العملاء الشخصية بعد المعالجة، كما ذكر الباحث مسبقاً، ولا يكفي القانون بهذا الإجراء، بل ألزم المتجر الإلكتروني بمراقبة أداء العمل الذي يقوم به، والذي يهدف إلى حماية بيانات العملاء، وتوفير كل الاحتياجات لضمان أداء العمل. ومسؤول حماية البيانات هو الشخص الذي يُمثل المتجر الإلكتروني أمام مكتب الإمارات للبيانات، وكذلك أمام العميل، وهو أيضاً الشخص المسؤول عن وضع وإنفاذ القواعد الداخلية المتعلقة بإجراءات حفظ البيانات الشخصية ومعالجتها وتعديلها<sup>(71)</sup>؛ لذلك من الضروري أن يخضع عمله للمراقبة والتقييم؛ فقد نصت المادة (12) على أنه على «المتحكم والمعالج توفير كل السبل لضمان أداء مسؤول حماية البيانات الأدوار ومراقبة المهام الموكلة إليه».

ويعتقد الباحث أن غاية القانون من النص على هذا الالتزام تكمن في ضمان مستوى مناسب من الحماية القانونية والتقنية لبيانات العملاء؛ وذلك من خلال مراقبة تنفيذ أحكام القانون، وقرارات مكتب الإمارات للبيانات، وكذلك مراقبة الإجراءات المتعلقة بحفظ بيانات العملاء ومعالجتها وتعديلها داخل كيانه.

(69) تم إنشاء هذا المكتب بموجب المرسوم بقانون اتحادي رقم (44) لسنة 2021.

(70) الفقرة (2).

(71) زياد زيتون، بحث بعنوان «التزامات مسؤول حماية البيانات وفقاً لقانون حماية البيانات الشخصية»، انظر: الرابط: التزامات مسؤول حماية البيانات وفقاً لقانون حماية البيانات الشخصية Masaar.

### 3- حظر معالجة بيانات العملاء لأغراض دعائية أو التسويق المباشر

لم ينص قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي على هذا الالتزام، وهو إحدى سلبياته التي كان على المشرع تلافيها عند إصداره قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي رقم 45 لسنة 2021؛ لما لهذا الالتزام من أهمية في منع المتاجر الإلكترونية من انتهاك خصوصية البيانات الشخصية للعملاء. ويعتقد الباحث أن وجود هذا الالتزام سيؤدي إلى القضاء على الظاهرة التي تم رصدها خلال السنوات الماضية، وهي الكشف عن البيانات الخاصة بالعملاء، مثل: أرقام هواتفهم، أو عناوين البريد الإلكتروني الخاصة بهم؛ لتعزيز عمليات شراء وبيع السلع والخدمات، أو ما يدور في المحور ذاته.

في المقابل، حظرت المادة (17) من قانون البيانات الشخصية المصري أي اتصال إلكتروني بغرض التسويق المباشر للشخص المعني بالبيانات، من دون الحصول على موافقته<sup>(72)</sup>.

## المطلب الثاني

### حقوق عملاء المتجر الإلكتروني

بناءً على أحكام قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي، يتمتع عملاء المتجر الإلكتروني بمجموعة من الحقوق التي يمارسها في مواجهة المتجر الإلكتروني، أو من يتبعه من أشخاص. وتهدف هذه الحقوق إلى ضمان أن يكون لدى عملاء المتجر السيطرة على بياناتهم الشخصية وكيفية استخدامها، وكذلك ضمان أن تكون تحت حماية صارمة؛ لمنع سوء الاستخدام أو الاختراق والانتهاك.

ولمعرفة الحقوق القانونية لعملاء المتجر الإلكتروني، سيقسم الباحث هذا المطلب إلى الفرعين التاليين:

## الفرع الأول

### حقوق العميل قبل معالجة بياناته الشخصية

لم يقتصر قانون حماية البيانات الشخصية على تنظيم مجموعة من الضوابط الخاصة بمعالجة بيانات عملاء المتجر الإلكتروني، بل نص على بعض الحقوق التي يمكن لهم المطالبة بها عندما يقررون ذلك.

(72) وفي السياق ذاته منعت المادة (9) من اللائحة الأوروبية التسوق الإلكتروني المباشر.

## 1- تحديد أنواع البيانات المُعالَجة

لم ينص قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي على هذا الحق مباشرة، ولكن يمكن الوصول إليه من خلال النقطتين التاليتين، أولاً: بما أن معالجة البيانات الشخصية في حاجة إلى موافقة العميل، فإنه من حقه تحديد نطاق هذه الموافقة من خلال تحديد البيانات الشخصية التي ستخضع للمعالجة، بما لا يتعارض مع الغاية الأساسية التي يقصدها المتجر الإلكتروني من المعالجة. ثانياً: أن الفقرة (1/ أ) من المادة (13) ألزمت المتجر الإلكتروني بتسليم العميل البيانات الشخصية التابعة له، والتي تتم معالجتها، الأمر الذي يترتب عليه الحق في الاعتراض على مجموعة من البيانات التي لا يرغب في معالجتها ووقف المعالجة.

ويعتقد الباحث أن هذا الحق في تحديد أنواع البيانات يمكن للعميل المطالبة به بعد معالجة البيانات إذا توافر سبب لذلك؛ فعلى سبيل المثال أجازت الفقرة (2/ ب) من المادة (15) للعميل الحق في العدول عن الموافقة التي بُنيت عليها معالجة بياناته الشخصية، وبالتالي فإن هذا العدول يمكن أن يكون جزئياً خاصاً ببعض أنواع البيانات، ومن دون تحديد سبب العدول.

## 2- الموافقة على ضوابط ومعايير معالجة البيانات

لكي تتسم معالجة المتجر الإلكتروني للبيانات الشخصية للعملاء بالصفة القانونية، يجب أن تتمثل لأحكام قانون حماية البيانات الشخصية، وتعتبر موافقة العميل أولى خطوات السير في إجراءات المعالجة، والسؤال الذي يُطرح، في هذا السياق، هو: ما إطار موافقة العميل؟ تجيب الفقرة (2) من المادة (13) عن هذا التساؤل؛ إذ تنص على أنه «يجب على المتحكم، وقبل البدء في المعالجة، تزويد صاحب البيانات بالمعلومات التالية: أغراض المعالجة - القطاعات أو المنشآت المستهدفة التي ستتم مشاركة بياناته الشخصية معها من داخل الدولة وخارجها. - تدابير الحماية الخاصة بالمعالجة عبر الحدود التي تتم وفقاً للمادتين (22) و(23) من هذا المرسوم بقانون».

وبناءً على ذلك، وبعد الاتفاق على بيانات العملاء، تتحدد موافقة العميل بثلاثة موضوعات أساسية خاصة بمعالجة بياناته الشخصية، يجب أن يعبر عن إرادته بالموافقة الصريحة عليها.

## 3- التأكد من وجود الأشخاص المعنيين بمعالجة البيانات

وفقاً لما نص عليه قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي، يجوز للعميل - قبل الموافقة على إجراءات معالجة بياناته - أن يطلب من المتجر الإلكتروني ما يثبت استيفاء

المتطلبات القانونية الخاصة بمعالجة البيانات<sup>(73)</sup>، ومن أهمها الأشخاص التقنيون الذين اشترط القانون تعيينهم، مثل: المعالج، ومسؤول حماية البيانات.

ويعتقد الباحث أن هذا حق مشروع للعميل من أجل الاطمئنان على مصير بياناته، وتوافقها مع غاية المعالجة، وحمايتها من الانتهاك والسرقة في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، وزيادة استخدام البيانات الشخصية عبر الإنترنت؛ لأن هؤلاء الأشخاص المتخصصين هم من ضمنوا له سرية بياناته الشخصية وحمايته.

## الفرع الثاني

### حقوق العميل بعد معالجة بياناته الشخصية

تترتب على معالجة بيانات العملاء حقوق يمكن لهم مطالبة المتجر الإلكتروني بها عند الحاجة، وهي حقوق محمية بالقانون؛ لأنه نص عليها صراحة، وهذه الحقوق تُصنّف على أنها من الحقوق غير المالية؛ لأنها لا يمكن تقييمها بالنقود، وليست لها أي قيمة معنوية، بل هي حقوق منحها القانون للعميل كي يُسمح له بالتحكم في بياناته الشخصية والسيطرة عليها.

#### أولاً: حق العميل في نقل بياناته الشخصية

يُقصد بنقل البيانات الشخصية أن ينقل العميل بياناته الشخصية من متجر إلكتروني إلى متجر إلكتروني آخر، متى كان ذلك ممكناً من الناحية التقنية<sup>(74)</sup>. ولم يحدد القانون أي شروط في الطلب المُقدّم من العميل، بمعنى أنه لا يجوز للمتجر الإلكتروني رفض الطلب ما لم يكن هناك اتفاق أو نص قانوني يقضي بغير ذلك؛ فمثلاً لو كان صاحب البيانات الشخصية عميلاً لدى شركة «أمازون»، وكانت بياناته قد تمت معالجتها، يحق له طلب نقل هذه البيانات إلى متجر إلكتروني آخر من أجل غاية معينة.

ويعتقد الباحث أن ممارسة هذا الحق من العميل لا تؤثر على الغاية التي تم من أجلها تمت معالجة البيانات، بمعنى أنه يجب أن يتم الفصل بين حق العميل في نقل بياناته الشخصية من المتجر الإلكتروني إلى متجر آخر، وبين حق المتجر الإلكتروني في استكمال الغاية التي من أجلها أُجريت معالجة البيانات، وذلك من أجل إقرار المساواة ما بين الطرفين، ولكن بعد انتهاء الغاية المُتفق عليها من حق العميل أن يمنع المتجر الإلكتروني من معالجة بياناته الشخصية مجدداً، من دون أن يأخذ الموافقة منه وفق ما تم بيانه مسبقاً.

(73) المادة (13) إماراتي، والمادة (4) أردني، والمادة (2) مصري.

(74) انظر: الفقرة (2) من المادة (14)، والمادة (4/ب/7) أردني.

ولم ينص قانون حماية البيانات الشخصية المصري على هذا الحق، وهذا يعني أن المتجر الإلكتروني الذي عالج البيانات غير مُلزم قانوناً بالموافقة على طلب العميل بنقل بياناته لمتجر إلكتروني آخر، ما لم يكن هناك اتفاق مسبق يمنحه هذا الحق.

### ثانياً: حصول العميل على بياناته الشخصية من المتجر الإلكتروني

أجازت الفقرة (1) من المادة (14) من قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي للعميل حق الرجوع على المتجر الإلكتروني متى شاء، للحصول على بياناته الشخصية التي زودهم بها عند الاتفاق على المعالجة، أو التي زودهم بها بعد الاتفاق، على أن تكون البيانات قابلة للقراءة آلياً<sup>(75)</sup>.

ويعتقد الباحث أن الفقرة المشار إليها ينتابها الغموض وعدم الدقة لسببين، وهما:

- إن أصل البيانات الشخصية في حياة العميل، وفي الغالب تكون هذه البيانات غير مادية، مثل: الاسم، والعنوان، ورقم الهاتف، وعنوان الإيميل، وبالتالي لا قيمة لهذا الحق على الصعيد الواقعي.

- لم تحدّد الفقرة الغاية من طلب العميل الحصول على بياناته الشخصية من المتجر الإلكتروني، ولكن الباحث يرى أن الغاية من ذلك لا تؤثر على استمرارية احتفاظ المتجر الإلكتروني ببيانات العميل، كما يعتقد أن القاعدة الموضوعية وراء هذه الفقرة تنحصر في إحدى الحالات الآتية، وهي:

1- إن طلب هذا الحق من العميل يمكن المطالبة به في حال أن البيانات التي تم تسليمها للمتجر الإلكتروني لم تعد متوافرة لديه لسبب ما.

2- تأكد العميل من أن المتجر الإلكتروني متقيد بالبيانات الشخصية التي تم تزويده بها لتحقيق غاية المعالجة.

3- حق الاطلاع على إجراءات معالجة البيانات الشخصية؛ حيث يُسمح للعميل بمراقبة المتجر الإلكتروني، وما مدى احترامه لقواعد المعالجة المتفق عليها أو المنصوص عليها في القانون. وهذا - وهو ما يرجحه الباحث - ما كان يقصده المشرع الإماراتي من النص على الفقرة (1).

ويؤكد كل ما تقدّم أن قانوني حماية البيانات الشخصية الأردني والمصري لم ينصاً على هذا الحق؛ الأمر الذي يجزم بأن هذا الحق لا داعي له.

(75) وتنص على أنه «يحق لصاحب البيانات الحصول على البيانات الشخصية الخاصة به، والتي تم تزويد المتحكم بها لمعالجتها، وذلك بشكل منظم وقابل للقراءة آلياً متى ما كانت المعالجة مبنية على موافقة صاحب البيانات، أو ضرورة لتنفيذ التزام عقدي، ومنفذة بوسائل مؤتمتة».

### ثالثاً: حق العميل في طلب تصحيح أو محو بياناته الشخصية

بدايةً، يجب أن تُميّز بين التزام المتجر الإلكتروني بتصحيح بيانات العميل الشخصية أو محوها، وبين حق العميل في ممارسة هذا الحق؛ ففي الحالة الأولى يتم التصحيح أو المحو بناءً على وجود نص قانوني يُلزم المتجر الإلكتروني بذلك، ضمن الشروط التي نص عليها، كما أوضح الباحث سابقاً. أما في الحالة الثانية فإن هذا الحق يُمارَس من قبل العميل، وضمن نصوص وشروط قانونية تختلف عما ورد في الحالة الأولى.

#### 1- حق العميل في تصحيح بياناته الشخصية أو استكمالها:

تنص المادة (15) من قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي على أنه «1 - يحق لصاحب البيانات طلب تصحيح بياناته الشخصية غير الدقيقة، أو استكمالها لدى المتحكم دون تأخير غير مبرر»<sup>(76)</sup>. إن حق العميل في تصحيح بياناته الشخصية ملازم لحق الحصول (الإطلاع) على البيانات الشخصية؛ فلا يجوز الفصل بينهما وإفقاد آثارهما؛ فقد يكتشف العميل وجود خطأ في بياناته، أو أنها غير دقيقة، أو ناقصة؛ إما بسبب يعود إليه، أو إلى المتجر الإلكتروني، أو إلى إجراءات المعالجة<sup>(77)</sup>؛ ففي حال تحقّق هذه الواقعة يجوز أن يُطلب من المتجر الإلكتروني تصحيح الخطأ أو مراجعة دقة البيانات.

من جانب ثانٍ، يجب أن تُميّز - يقول الباحث - بين طلب التصحيح وطلب التعديل؛ فالطلب الأول (التصحيح) تكون البيانات الشخصية للعميل صحيحة لكن وقعت تحت الخطأ، أو عدم الدقة، أو شابهها النقص، مثل: معالجة تاريخ الميلاد، أو الاسم، أو مكان السكن، بطريقة مغايرة للصحيح. أما الطلب الثاني (التعديل) فيكون مبنياً على سبب آخر غير الخطأ أو عدم الدقة؛ كأن يكون حصل تعديل على بيانات المعالجة، ويرغب في تقديم التعديل لكي يتوافق مع الواقع، مثل: طلب تغيير رقم الهاتف، أو الإيميل الشخصي، أو مكان الإقامة، مع العلم أن قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي (والمقارنة) لم يورد نصاً خاصاً بتعديل البيانات كونها من الأمور المُسلم بها، ولا تحتاج إلى نص عليها.

ويعتقد الباحث أن القانون الإماراتي أكثر تنظيمياً من قانوني حماية البيانات الشخصية الأردني والمصري، حيث وضع ضوابط وحالات خاصة لطلب تصحيح البيانات أو استكمالها<sup>(78)</sup>، ولم يترك طلب التصحيح لمزاج العميل أو رغبته كلما أراد،

(76) المادة (4/ب/3) أردني، والمادة (3/2) مصري.

(77) رضا حميسي، الضمانات القانونية لحماية البيانات الشخصية في الفضاء الرقمي، مقدم إلى المؤتمر الدولي الثالث للقانون والعدالة، كلية الشريعة والقانون، جامعة العلوم الإسلامية، ماليزيا، 2019، ص 61.

(78) تنص الفقرة (2) من المادة (15) على أنه «يحق لصاحب البيانات طلب محو بياناته الشخصية الخاصة لدى المتحكم، في أي من الحالات الآتية:

كما فعل القانونان الأردني والمصري اللذان اكتفيا بالنص على هذا الحق من دون وضع ضوابط لممارسته.

## 2- حق العميل في محو بياناته الشخصية

تنص الفقرة (2) على أنه «من دون الإخلال بالتشريعات السارية في الدولة، وما تتطلبه المصلحة العامة، يحق لصاحب البيانات طلب محو بياناته الشخصية الخاصة لدى المتحكم في أي من الحالات الآتية:

- أ- لم تعد بياناته الشخصية ضرورية للأغراض التي جُمعت أو عولجت من أجلها.
- ب- عدول صاحب البيانات عن الموافقة التي بُنيت عليها المعالجة.
- ج- اعتراض صاحب البيانات على المعالجة، أو غياب الأسباب المشروعة للمتحكم في الاستمرار في المعالجة.
- د- إن معالجة بياناته الشخصية تمت بالمخالفة لأحكام هذا المرسوم بقانون والتشريعات السارية، وإن عملية المحو ضرورية للامتثال للتشريعات والمعايير المعتمدة المعمول بها في هذا الشأن».

تحدد الفقرة أعلاه الحالات التي يجوز من خلالها للعميل الطلب من المتجر الإلكتروني محو بياناته الشخصية المُعالجة، ويستنتج الباحث أن قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي قد حدّد حالات المحو، وبالتالي لا يجوز للعميل الاعتماد على حالات غير تلك المنصوص عليها في الفقرة (2) لطلب محو بياناته.

ويتضح أن المشرع الإماراتي قد نهج تنظيمًا عاليًا - من حيث الدقة - في حق العميل في محو بياناته الشخصية المُعالجة إذا قارنها بحقه في تصحيحها<sup>(79)</sup>. كما أنه أيضًا

أ- لم تعد بياناته الشخصية ضرورية للأغراض التي جُمعت أو عولجت من أجلها. ب- عدول صاحب البيانات عن الموافقة التي بُنيت عليها المعالجة. ج- اعتراض صاحب البيانات على المعالجة، أو غياب الأسباب المشروعة للمتحكم في الاستمرار في المعالجة. د- أن معالجة بياناته الشخصية تمت بالمخالفة لأحكام هذا المرسوم بقانون والتشريعات السارية، وأن عملية المحو ضرورية للامتثال للتشريعات والمعايير المعتمدة المعمول بها في هذا الشأن».

(79) ولتحقيق المصلحة العامة، هنالك بيانات شخصية لا يجوز للعميل طلب محوها؛ فقد نصت الفقرة (3) على أنه «استثناء مما ورد في البند (2) من هذه المادة لا يحق لصاحب البيانات طلب محو بياناته الشخصية لدى المتحكم في الحالات الآتية:

- أ- في حال كان الطلب يتعلق بمحو بياناته الشخصية المتعلقة بالصحة العامة لدى المنشآت الخاصة.
- ب- إذا كان الطلب يؤثر على إجراءات التحقيق والمطالبة بالحقوق والدعوى القانونية أو الدفاع عنها لدى المتحكم.
- ج- إذا كان الطلب يتعارض مع تشريعات أخرى يخضع لها المتحكم.
- د- أي حالات أخرى تحددها اللائحة التنفيذية لهذا المرسوم بقانون».

تفوق في التنظيم على قانوني حماية البيانات الشخصية الأردني والمصري اللذين اكتفيا بالنص على هذا الحق، من دون وضع إجراءات تنظم ممارسته على الرغم من أهميته على الصعيد الواقعي<sup>(80)</sup>.

#### رابعاً: حق العميل في تقييد معالجة بياناته الشخصية

لم ينص قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي على تحديد مصطلح «تقييد المعالجة» أو تعريفه؛ الأمر الذي قد تترتب عليه نزاعات بين العميل والمتجر الإلكتروني، وإنما اكتفى بسرد الحالات التي يجوز من خلالها طلب تقييد المعالجة.

ويمكننا - يقول الباحث - تعريف تقييد معالجة البيانات بأنه حق العميل في وقف معالجة بياناته الشخصية عندما يثبت له عدم امتثال المتجر الإلكتروني لقانون حماية البيانات الشخصية، أو خروجه عن نطاق غاية المعالجة المتفق عليها.

ويعتبر هذا التقييد ضرورياً لحماية خصوصية العملاء، وضمان أن المعالجة تتم بشكل قانوني وعادل؛ الأمر الذي يعطي العميل الطمأنينة عندما تُطلب منه الموافقة على معالجة بياناته الشخصية. وتقييد معالجة البيانات يمكن التعبير عنه بأنه الطريق الذي يمكن للعميل سلوكه في المستقبل إذا قرر العودة عن موافقته<sup>(81)</sup>. ووفق الفقرة (1) من المادة (16) من قانون حماية البيانات الإماراتي تنحصر حالات حق تقييد معالجة بياناته في الحالات التالية:

- 1- الاعتراض على دقة بياناته الشخصية، وفي هذه الحالة يتم تقييد المعالجة لفترة مُحددة تسمح للمتحمك في التحقق من دقتها.
- 2- الاعتراض على معالجة بياناته الشخصية المخالفة للأغراض المتفق عليها.
- 3- أن تكون المعالجة قد تمت بالمخالفة لأحكام هذا المرسوم بقانون والتشريعات السارية.

أما قانونا حماية البيانات الشخصية الأردني والمصري فلم ينصاً على هذا الحق؛ حيث نصاً على حق العميل في الاعتراض على معالجة بياناته الشخصية، من دون أن يقررا له حق طلب تقييد المعالجة<sup>(82)</sup>، وهذا - في اعتقاد الباحث - يشكل فراغاً قانونياً قد

(80) المادة (4/ب/5) أردني، والمادة (3/2) مصري.

(81) وليد السيد سليم، ضمانات الخصوصية في الإنترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2021، ص178.

(82) المادة (4/ب/6) أردني، والمادة (6/2) مصري، والمادة (21) من اللائحة الأوروبية.



يكون لمصلحة المتجر الإلكتروني ويلحق بالعمل الضرر؛ لأن الاعتراض المنصوص عليه في القانونين لا يلزم المتجر الإلكتروني بتقييد المعالجة، كما لم ينص عند تنظيم التزامات المتجر الإلكتروني (المتحكم) بضرورة تقييد المعالجة.

### خامساً: حق العميل في إيقاف معالجة بياناته الشخصية

انتهج المشرع الإماراتي، عند إصداره قانون حماية البيانات الشخصية، طريقة مخالفة لما نهجه المشرعان الأردني والمصري، من حيث التمييز بين حق تقييد معالجة البيانات الشخصية والحق في إيقافها. على الرغم من أن المشرع تطرق إلى إيقاف المعالجة عند تنظيم حق العميل في تقييد المعالجة؛ حيث نصت الفقرة (1) من المادة (16) على أنه «يحق لصاحب البيانات إلزام المتحكم في تقييد وإيقاف المعالجة في أيٍّ من الحالات الآتية». وهذا النص الصريح يفهم منه أنه يجوز للعميل أن يختار بين طلب التقييد والإيقاف في حال توافر إحدى الحالات المشار إليها في الفقرة (1).

إضافة إلى ذلك نصت المادة (17) من قانون حماية البيانات الشخصية على حق العميل في إيقاف معالجة بياناته الشخصية مرة أخرى؛ حيث نصت على أنه «يحق لصاحب البيانات الاعتراض على معالجة بياناته الشخصية وإيقاف المعالجة في أي من الحالات الآتية: 1- إذا كانت المعالجة لأغراض التسويق المباشر، بما في ذلك التنميط<sup>(83)</sup> ذات العلاقة بالتسويق المباشر. 2- إذا كانت المعالجة لأغراض إجراء المسوح الإحصائية، إلا إذا كانت المعالجة لازمة لتحقيق المصلحة العامة. 3- إذا كانت المعالجة بالمخالفة لأحكام المادة (5) من هذا المرسوم بقانون».

وعلى الرغم من اختلاف الحالات في المادتين (16) و(17) يعتقد الباحث أن ازدواجية المعايير المنصوص عليها ستظهر إشكالية عند التطبيق على الواقع العملي، وسبب ذلك يعود إلى أن المشرع الإماراتي لم يبيّن شروط لجوء العميل إلى ممارسة حق تقييد معالجة بياناته الشخصية أو إيقافها، ولا الآثار المترتبة على ممارسة هذين الحقين، أي أن مزاجية العميل سوف تؤدي دوراً أساسياً في تحديد النص القانوني الذي سيستند عليه لمطالبة المتجر الإلكتروني بإيقاف معالجة بياناته الشخصية.

(83) وفق المادة (1) من قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي، يُقصد بالتنميط أنه «شكل من أشكال المعالجة المؤتمتة بحيث تتضمن استخدام البيانات الشخصية لتقييم جوانب شخصية معينة، ومرتبطة بصاحب البيانات، ومن بينها تحليل أو توقع الجوانب المتعلقة بأدائه، أو وضعه المالي، أو صحته، أو تفضيلاته الشخصية، أو اهتماماته، أو سلوكه، أو مكانه، أو تحركاته، أو موثوقيته».

## الخاتمة

بعد الانتهاء - بعون الله تعالى - من كتابة هذا البحث وعنوانه «ضوابط معالجة المتاجر الإلكترونية بيانات العملاء الشخصية وفقاً للتشريع الإماراتي: دراسة مقارنة»، توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج والتوصيات.

### أولاً: النتائج

- 1- أصبحت معالجة البيانات الشخصية - في الوقت الراهن - محل اهتمام؛ حيث نظمّ المشرع الإماراتي - من خلال قانون حماية البيانات الشخصية - أحكام معالجة البيانات التي تتعلق بشخص محدد، أو يمكن تحديده، حتى لا تعتبر هذه المعالجة انتهاكاً لخصوصيته.
- 2- تأخذ معالجة بيانات عملاء المتاجر الإلكترونية الشخصية صوراً مختلفة، من خلال عملية جمع البيانات الشخصية، أو تخزينها، أو تسجيلها، أو تنظيمها، أو تكيفها، أو تعديلها، أو تداولها، أو تحويلها، أو استرجاعها، أو تبادلها، أو مشاركتها، أو استعمالها، أو توصيفها، أو الإفصاح عنها عن طريق بثها، أو نقلها، أو توزيعها، أو إتاحتها، أو تنسيقها، أو دمجها، أو تقييدها، أو حجبها، أو محوها، أو إتلافها، أو إنشاء نماذج لها.
- 3- تعتبر البيانات الشخصية لعملاء المتاجر الإلكترونية جزءاً من خصوصية العميل، وهذا يعني أنه لا يجوز لأي شخص أن يمسها أو يعتدي عليها، وأن كل شخص لديه غاية معينة تخدمه أو تخدم صاحب البيانات ويرغب في معالجتها يجب عليه - أولاً - الحصول على موافقة صريحة من صاحبها.
- 4- حمايةً للبيانات الشخصية حددّ قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي، والقوانين المقارنة، للمتاجر الإلكترونية الشروط الواجب تلبيتها قبل إجراء عملية معالجة البيانات الشخصية للعملاء؛ إذا كانت هذه البيانات من ضمن البيانات الشخصية الخاضعة للشروط.
- 5- استثناءً من الأصل، حدد القانون الإماراتي، والقوانين المقارنة، وعلى سبيل الحصر معالجة بعض الحالات التي يمكن من خلالها للمتجر الإلكتروني معالجة بيانات العميل الشخصية من دون أخذ موافقته، ولكل حالة من هذه الحالات سبب معين.

- 6- معالجة البيانات الشخصية مرتبطة بغاية مُحدَّدة يجب عدم الخروج عنها، ضمن شروط محددة، ولمدة زمنية معينة، بحيث لا يجوز للمتجر الإلكتروني استخدام بيانات العملاء في غير الغرض الذي جُمعت من أجله وبموافقته.
- 7- حدد قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي والقوانين المقارنة، الالتزامات والإجراءات السابقة واللاحقة على معالجة بيانات العملاء الشخصية، والتي يجب على المتجر الإلكتروني التقيُّد بها لكي تعتبر المعالجة ضمن مظلة المشروعية، من جانب، ولحماية خصوصية العملاء وعدم انتهاكها من جانب ثانٍ.
- 8- يتمتع العميل بمجموعة من الحقوق التي نص عليها قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي والقوانين المقارنة؛ إذ يمكن له أن يطالب بها المتجر الإلكتروني، مثل: محو بياناته الشخصية من دون تحديد السبب، أو تصحيحها، أو نقلها، أو الرجوع عن الموافقة على معالجة بياناته.

## ثانيًا: التوصيات

### 1- تعديل نصوص قانون حماية البيانات الشخصية التالية:

- 1- أجاز قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي حق العميل في العدول عن معالجة بياناته، ولكن لم يحدد طريقة التعبير عن العدول، كما فعل عند الموافقة على المعالجة؛ لذا على المشرع تعديل الفقرة (2) من المادة (6) لتحدد طريقة التعبير عن العدول عن معالجة البيانات، على أن تكون هي طريقة التعبير ذاتها عند الموافقة على معالجة البيانات.
- 2- إجراء تعديل على المادة (15) من قانون حماية البيانات الشخصية لتحديد نطاق ممارسة العميل حقوقه، مثل: حق نقل بياناته، أو حق طلب محوها، أو حق تقييد معالجتها، لتجنب الأضرار التي قد تلحق بالمتجر الإلكتروني.
- 3- تعديل المادة (2) من قانون حماية البيانات الشخصية المصري؛ بحيث تكون موافقة العميل على معالجة بياناته الشخصية موافقة صريحة مكتوبة، أسوة بقانوني حماية البيانات الشخصية الأردني والإماراتي.

### 2- إضافة نصوص لقانون حماية البيانات الشخصية

- 1- إصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي التي نصت عليها المادة (28)؛ لما لها من أهمية عند تنفيذ القانون.

- 2- إضافة نصوص وأحكام لقانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي تفرض عقوبات جنائية على المتجر الإلكتروني أو المعالج في حال مخالفته أحكام القانون، أسوة بقانوني حماية البيانات الشخصية الأردني والمصري.
- 3- إضافة نص إلى قانون حماية البيانات الشخصية الإماراتي والأردني والمصري، يعطي الحق لأي شخص في الاعتراض على معالجة البيانات التي أجراها المتجر الإلكتروني، إذا كان هذا الإجراء فيه مساس ببياناته الشخصية.
- 4- إضافة نص لقانوني حماية البيانات الشخصية الإماراتي والمصري، تمنع معالجة البيانات الشخصية لكل شخص لا يتمتع بالأهلية القانونية، ومنهم عملاء المتاجر الإلكترونية، أو أخذ موافقة الولي أو الوصي على المعالجة.
- 5- إضافة نص إلى قانوني حماية البيانات الشخصية الإماراتي والأردني يحظر معالجة بيانات العملاء لأغراض دعائية أو التسويق المباشر.

## قائمة المراجع

### أولاً: الكتب المتخصصة

- أحمد محمد حسن، الحماية الدستورية للحق في الخصوصية، دراسة مقارنة، منشورات وزارة العدل الإماراتية، سلسلة الدراسات القانونية، رقم 34، 2020.
- وليد السيد سليم، ضمانات الخصوصية في الإنترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2021.
- حسين عبيد عون الله، أحكام سرية المعلومات الخاصة، مكتبة الوفاء القانونية، القاهرة، 2015.
- كرم بدوي، تصميم مواقع الإنترنت، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة.
- مروة زين العابدين صالح، الحماية القانونية للبيانات الشخصية عبر الإنترنت، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، د. ن، 2016.
- نعيم مغيب، مخاطر المعلوماتية والإنترنت، المخاطر على الحياة الخاصة وحمايتها، منشورات الحلبي، بيروت، 2018.
- عبدالله بن محمد طه، النظام القانوني للمتجر الإلكتروني، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، 2018.
- عمرو طه بدوي محمد، التنظيم القانوني لمعالجة البيانات الشخصية، در النهضة العربية، القاهرة، 2020.
- صلاح محمد أحمد، الحماية القانونية للحياة الخاصة و ضماناتها في ظل الوسائل التكنولوجية الحديثة، دار الكتب القانونية، القاهرة، 2016.
- القاضي شادي محمد عدرة، خرق حرمة الحياة الخاصة باستخدام نظام معالجة المعلومات، دار الكتب والدراسات العربية، القاهرة، 2019.
- شاكر تركي أمين، النظام القانوني للتسوق الإلكتروني، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2019.
- خالد حسن أحمد، الحق في خصوصية البيانات الشخصية بين الحماية القانونية والتحديات التقنية، دار الكتب والدراسات العربية، القاهرة، 2019.

### ثانياً: الرسائل الجامعية

- مالك نصار، التنظيم القانوني للأمن السيبراني في المتاجر الإلكترونية، رسالة ماجستير، كلية القانون، جامعة اليرموك، الأردن، 2022.
- عابد الأسمر، حماية الحياة الخاصة في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، كلية القانون، 2019.

### ثالثاً: البحوث العلمية

- زياد زيتون، بحث بعنوان «التزامات مسؤول حماية البيانات وفقاً لقانون حماية البيانات الشخصية». انظر الرابط: التزامات مسؤول حماية البيانات وفقاً لقانون حماية البيانات الشخصية.
- سامح عبدالواحد التهامي، ضوابط معالجة البيانات الشخصية: دراسة مقارنة بين القانون الفرنسي والقانون الكويتي، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، س3، ع9، مارس 2015.
- عبدالحميد مهري، حماية البيانات الشخصية وخصوصية الأفراد: دراسة مقارنة للتشريعات القانونية في كل من دول الاتحاد الأوروبي والجزائر، بحث مُقدّم إلى مؤتمر اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، من 13 - 16 مايو 2016.
- علي محمد الخوري، خصوصية البيانات وحماية هوية الأفراد في العالم الرقمي، ورقة عمل مقدمة لمندى مجلس التعاون الخليجي للمشاركة المجتمعية الإلكترونية والحوكمة الرقمية، المنعقد في أبوظبي، الإمارات، 9 سبتمبر 2018.
- رشا محمد ومها يوسف، تطبيق النظام القانوني للمحل التجاري على الموقع التجاري الإلكتروني، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات، ع67، سنة 2021.
- رضا حميسي، الضمانات القانونية لحماية البيانات الشخصية في الفضاء الرقمي، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الثالث للقانون والعدالة، كلية الشريعة والقانون، جامعة العلوم الإسلامية، ماليزيا، 2019.
- شاكر جميل ساجت، الحق في الخصوصية كأحد حقوق الإنسان، بحث مقدم إلى مركز النماء لحقوق الإنسان، بغداد، 2016.

- الشيخ الحسين محمد يحيى، سيد محمد أحمد، بحث بعنوان «الحماية القانونية للبيانات الشخصية، دراسة مقارنة في القانون البريطاني والإماراتي»، انظر الرابط: (PDF) الحماية القانونية للبيانات الشخصية: دراسة مقارنة في القانون البريطاني والإماراتي (researchgate.net)
- شريف يوسف خاطر، حق الاطلاع على البيانات الشخصية في فرنسا، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، س3، ع9، مارس 2015.

## المحتوى

الصفحة	الموضوع
279	الملخص
281	مقدمة
287	<b>المطلب التمهيدي: التنظيم القانوني للمتجر الإلكتروني</b>
287	الفرع الأول: تعريف المتجر الإلكتروني
289	الفرع الثاني: سمات المتجر الإلكتروني
291	<b>المبحث الأول: الضوابط القانونية لحماية البيانات الشخصية لعملاء المتجر الإلكتروني</b>
291	المطلب الأول: الضوابط الخاصة بموافقة عميل المتجر الإلكتروني على المعالجة
292	الفرع الأول: شروط معالجة المتجر الإلكتروني بيانات العملاء الشخصية
297	الفرع الثاني: معالجة بيانات العملاء الشخصية دون أخذ موافقة صاحبها
302	المطلب الثاني: ضوابط معالجة المتجر الإلكتروني البيانات الشخصية للعميل
303	الفرع الأول: الضوابط الموضوعية لمعالجة المتجر الإلكتروني البيانات الشخصية للعميل
306	الفرع الثاني: الضوابط الإجرائية لمعالجة المتجر الإلكتروني البيانات الشخصية للعميل
312	<b>المبحث الثاني: أحكام معالجة بيانات عملاء المتجر الإلكتروني</b>
312	المطلب الأول: التزامات المتجر الإلكتروني القانونية



الصفحة	الموضوع
313	الفرع الأول: الالتزامات القانونية لممارسة نشاط معالجة البيانات الشخصية
318	الفرع الثاني: الالتزامات القانونية الناجمة عن معالجة البيانات الشخصية
320	المطلب الثاني: حقوق عملاء المتجر الإلكتروني
320	الفرع الأول: حقوق العميل قبل معالجة بياناته الشخصية
322	الفرع الثاني: حقوق العميل بعد معالجة بياناته الشخصية
328	الخاتمة
331	قائمة المراجع

