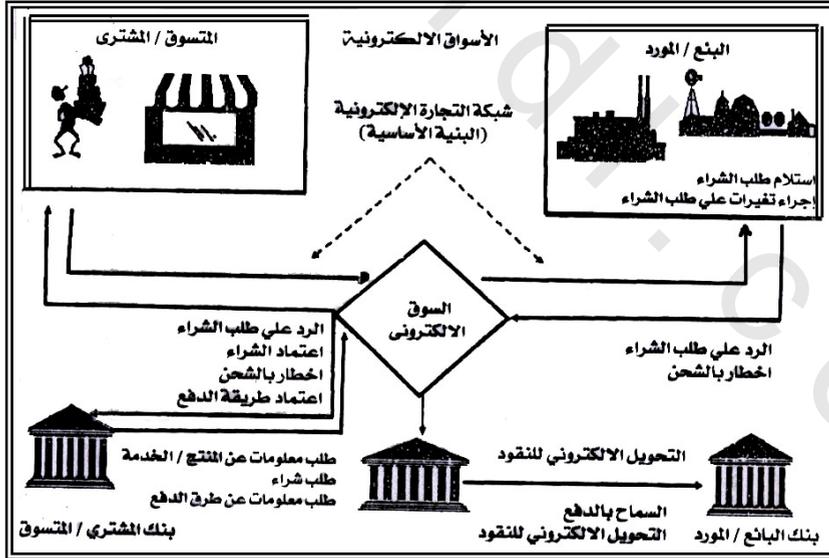


الفصل السادس

(٥) الأسواق الإلكترونية

Electronic Commerce

السوق هو عبارة عن محل من التعاملات والمعاملات والعلاقات من أجل تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات والأموال. وعندما تكون هيئة السوق إلكترونية فإن مركز التجارة ليس بناية أو ما شابه بل هو محل شبكي يحوي تعاملات تجارية. فالمشاركين في الأسواق الإلكترونية من باعة ومشترين وسماسرة ليسوا فقط في أماكن مختلفة بل نادراً ما يعرفون بعضهم البعض، طرق التواصل ما بين الأفراد في السوق الإلكتروني تختلف من فرد لآخر ومن حالة لأخرى.



أطراف التعامل في السوق الإلكتروني

المشرون	السلع التي يتم تبادلها داخل الأسواق الإلكترونية	البائعون
<p>* مشتري منجز أي يقوم بالشراء السريع.</p> <p>* مشتري صبور أي لا يقوم بالشراء إلا بعد عمليات المقارنة.</p> <p>* مشتري تحليلي أي يقوم بمجموعة من التحليلات قبل الشراء</p>	<p>* سلع ذات علامة تجارية مميزة ومعروفة عالمياً.</p> <p>* سلع يمكن تحويلها إلى سلع رقمية.</p> <p>* سلع يمكن عرض مواصفاتها كلياً عبر الشبكة باستخدام التكنولوجيا المرئية.</p> <p>* سلع متكررة الشراء بنسب عالية.</p> <p>* سلع بضمان بائعين معروفين.</p> <p>* سلع رخيصة نسبياً.</p>	<p>* مواقع افتراضية ليس لها واقع مادي ملموس.</p> <p>* شركات تقليدية تتخذ من الإنترنت قناة توزيعية لمنتجاتها.</p> <p>* شركات تكتفي باستخدام الإنترنت كوسيلة للإعلان عن منتجاتها مع الإشارة إلى أقرب محل لمكان إقامتها للشراء الفعلي.</p>

هذا وعادة ما تنقسم الأسواق الإلكترونية إلى ثلاثة أنواع هي:

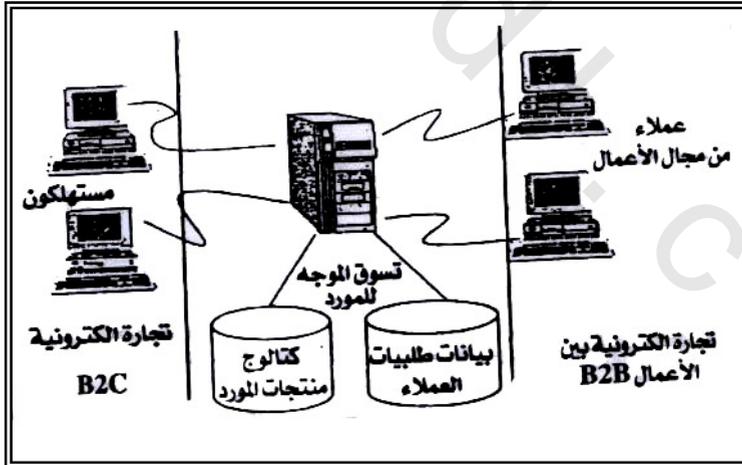
١- الأسواق الموجهة للمورد:

ويتبع ذلك النموذج غالبية المخازن الإلكترونية الموجهة للصناعة.

وفي هذا النموذج يستخدم كل من المستهلك المستقبل والمشتري من الأعمال نفس السوق ويشبه الهيكل الخاص بذلك النموذج، هيكل التجارة الإلكترونية بين الأعمال والمستهلك (B2C) وكذا تتشابه عملية الشراء.

ومن الأمثلة الناجحة لهذا النموذج للعمل شركة (Dell) للحاسبات وشركة سيسكو (Cisco) وشركة (IBM).

السوق الموجهة للمورد

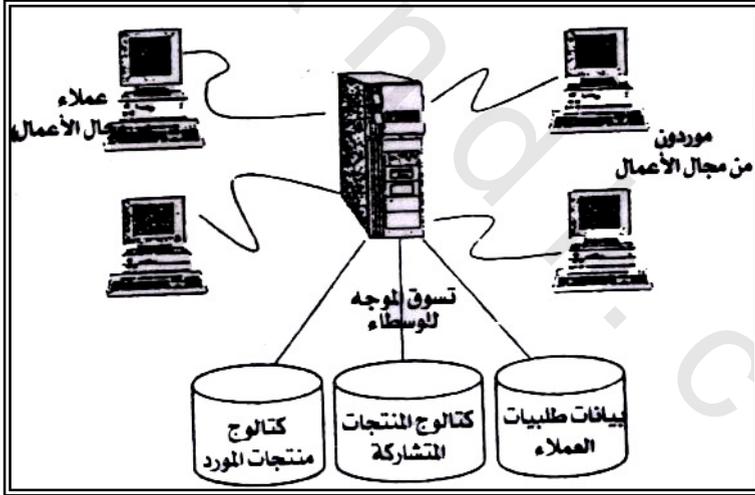


٢ الأسواق الموجهة للوسطاء

ويشبه هذا المبدأ الأسواق الإلكترونية المعتمدة على الوساطة، وكذا المخازن الإلكترونية التي تنشأ من أجل التجارة الإلكترونية بين الأعمال. ويمكن أن نسمي هذه المواقع بالأسواق الموجهة للوسطاء.

ومن الأمثلة الناجحة في هذا النموذج موقع (PART) (لشركة بوينج) والذي يقوم بالوساطة بين مختلف الأعمال لتجميع الطائرات.

السوق الموجهة للوسطاء



الوكيل والوسيط الإلكتروني

١- الوكيل الإلكتروني :

أ- ماهية الوكيل الإلكتروني :

عرف القانون التجاري الأمريكي الموعد UCC في المادة الثانية منه، والقانون الأمريكي الموحد للمعاملات الإلكترونية UETA الوكيل الإلكتروني في المادة (٦/٢) من القسم رقم (٤٠١) بأنه " برنامج حاسوبي أو إلكتروني أو آية وسيلة إلكترونية أخرى أعد لكي يبدأ عملاً أو الرد على تسجيلات إلكترونية أو أداء معين بصفة كلية أو جزئية بدون الرجوع إلى شخص طبيعي"^(١) . وهناك تعريف مماثل مستخدم في المادة (١٩) من قانون كندا الموحد بشأن التجارة الإلكترونية.

كما جاء بمشروع الاتفاقية الخاصة بالعقود الدولية المبرمة برسائل بيانات إلكترونية في المادة الخامسة أنه يقصد بمصطلح وكيل إلكتروني " برنامج حاسوبي أو وسيلة إلكترونية أو وسيلة مؤتمتة أخرى تستخدم للبدء في عمل أو للاستجابة كلياً أو جزئياً لرسائل بيانات دون مراجعة أو تدخل نم شخص طبيعي في كل مرة يبدأ فيها النظام عملاً أو يقدم استجابة"^(٢) .

كما عرف القانون التجاري الأمريكي الموعد UCC برنامج الكمبيوتر بأنه " مجموعة من الإرشادات أو التعليمات التي تستخدم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في

(١) Electronic agent: means a computer program or an electronic or other automated means used independently to initiate an action or respond to electronic records or performances in whole in part, without review or action by an individual.

(٢) وثيقة الأونسترال باللغة العربية رقم A/CN.9/WG.IV/WP.95.

نظام معالجة المعلومات لكي تحدث نتيجة معينة" ^(١) . وعرف هذا القانون أيضاً مصطلح إلكتروني بأنه " تقنية كهربية، أو رقمية، أو مغناطيسية، أو بصرية، أو إلكترومغناطيسية، أو أي شكل آخر من أشكال التكنولوجيا يضم إمكانات ماثلة لتلك التقنيات ^(٢) .

أما قانون إمارة دبي للمعاملات الإلكترونية فقد عرف المادة (٢) الوسيط الإلكتروني المؤتمت بأنه " برنامج أو نظام إلكتروني لحاسب آلي يمكن أن يتصرف أو يستجيب لتصرف بشكل مستقل، كلياً أو جزئياً، دون إشراف أي شخص طبيعي في الوقت لذي يتم فيه التصرف أو الاستجابة له " . كما عرف هذا القانون المعاملات الإلكترونية المؤتمتة بأنها " معاملات يتم إبرامها أو تنفيذها بشكل كلي أو جزئي بواسطة وسائل أو سجلات إلكترونية، والتي لا تكون فيها هذه الأعمال أو السجلات خاضعة لأية متابعة أو مراجعة من قبل أي شخص طبيعي " ، كما في السياق العادي لإنشاء وتنفيذ العقود والمعاملات.

يتضح من التعريفات السابقة أنها تتفق على جواز إبرام التعاقد الإلكتروني ما بين شخص طبيعي ووكيل إلكتروني ممثلاً في جهاز كمبيوتر مبرمج مسبقاً أو أحد مواقع الويب على الشبكة، أو ما بين جهاز كمبيوتر وآخر.

^(١) Computer program: means a set of statement or instruction to be used directly or indirectly an information processing system in order to bring about a certain result.

^(٢) Electronic: means electrical, digital, magnetic, optical, electromagnetic, or any other form of technologies.

ب- إعداد الوكيل الإلكتروني:

- ١- قرار يتخذ بواسطة إنسان لبرمجة الكمبيوتر للرد بطريقة معينة، وهو ما يعني أن إنسان طبيعي سواء كان بالأصالة عن نفسه أو ممثل قانوني عن شخص معنوي قد اتخذ قراراً إرادياً بتجهيز وإعداد وكيل إلكتروني للقيام بالعمليات الإلكترونية والمؤتمتة.
 - ٢- يقوم صانع البرنامج برمجة الكمبيوتر للرد حسب القرار السابق اتخاذه، لأن البرنامج المعلوماتي يعمل حسب المعلومات التي يتم تزويده بها.
 - ٣- يقوم الكمبيوتر بالرد بطريقة أوتوماتيكية حسب البرمجة التي تم عليها.
- ويلاحظ هنا أن الكمبيوتر لا يفاوض أو يحاور الطرف الآخر، سواء كان شخصاً طبيعياً أو كمبيوتر آخر، لأنه لا يخرج عن حدود ما تم برمجته عليه. وبذلك فإنه يمكن التسوق والشراء من خلال صفحات الويب على الإنترنت وفقاً لبرنامج يكون المستخدم قام بإعداده سلفاً بجهاز الكمبيوتر، حيث يقوم الجهاز بالبحث والتسوق في شبكة الإنترنت والشراء وفق البرنامج الموضوع بداخله دون الرجوع إلى العنصر البشري أو الحصول على موافقته^(١).

ومع ذلك فإنه يعيب الكمبيوتر المبرمج مسبقاً أنه وإن كان يستطيع شراء السلع أو البضائع أو الخدمات المبرمج على شرائها، إلا أنه قد يشتري منتجاً أو خدمة لا يتفق أو يتناسب مع ذوق العميل، على الرغم من أن تلك السلعة أو الخدمة تكون مطابقة للشروط الموضوعية في الكمبيوتر، كما أنه من السهل الاحتيال والنصب على الكمبيوتر بعدة وسائل عن طريق قرصنة الكمبيوتر، وهو أيضاً لا يستطيع أن يعرف متى يكون

^(١) Nicholas Imparato, Public policy and the Internet, Hoover Institution press, 2000, P. 129.

التعامل معه جاداً ومتى يكون هزلاً؟ ولكن مع ذلك لا يمكن خداع الكمبيوتر المبرمج مسبقاً من نواحي أخرى، وخاصة من الناحية الحسابية هذا بالإضافة إلى أنه ملتزم بما لديه من تعليمات لا يتجاوز عنها ولا يخالفها^(١).

ج- أشكال التعاقد بواسطة الوكيل الإلكتروني:

تختلف وسائل التعاقد الإلكتروني بحسب درجة استخدام الكمبيوتر في التعاقد وعمّا إذا كان التعاقد بالكامل بواسطة الكمبيوتر، أم يوجد في جزء منه عنصر آدمي، وكلما زادت درجة استخدام الكمبيوتر في هذا المجال فإننا نتحرك بعيداً عن القواعد التقليدية ونجد أنفسنا أمام قواعد خاصة بالتعاقد الإلكتروني.

والتعاقد عن طريق الوكيل الإلكتروني أو التعاقد عن طريق الوسائط الإلكترونية المؤتمتة يأخذ ثلاث أشكال^(٢):

- ١- من إنسان إلى كمبيوتر وبالعكس: أي تعاقد ما بين وسيط إلكتروني مؤتمت وبين شخص طبيعي، وذلك بالأصالة عن نفسه أو كونه الممثل القانوني لأحد الأشخاص الاعتبارية العامة، وفي هذه الحالة فإن الإنسان يتخذ جميع خطوات عملية التعاقد الإلكتروني كطرف أول بينما في الجهة الأخرى فإن القرارات تتخذ من جانب جهاز الكمبيوتر المبرمج مسبقاً، وهذا الشكل من أشكال التعاقد يجب لإتمامه أن يكون الشخص الطبيعي على علم أو من المفترض أن يعلم أن الوكيل الإلكتروني هو الذي سيتولى إبرام العقد معه.

(١) Nicholas Imparato. Op. cit., P. 129.

(٢) John A. Baumgarien & Michael A. Estein, Op. Cit., P. 165 .

٢- من كمبيوتر إلى كمبيوتر (باتفاق مسبق): وفي هذه الحالة فإن العقد الإلكتروني يبرم وينفذ بالكامل بواسطة جهاز كمبيوتر دون تدخل عنصر بشري، ولكن الصفقة التجارية تحدث من خلال مظلة من علاقات تجارية سابقة متفق عليها مسبقاً بين الأطراف المتعاقدة.

٣- من كمبيوتر إلى كمبيوتر (بدون اتفاق مسبق): يتم التعاقد الإلكتروني في هذه الحالة دون تدخل أي عنصر بشري وبدون وجود اتفاق سابق بين أطراف التعاقد، وفي هذا الشكل من التعاقد يقوم جهاز كمبيوتر بإبرام عقد مع جهاز كمبيوتر آخر ودون أي تدخل من الشخص الذي ينتمي إليه الكمبيوتر^(١).

(١) Ibid P. 166..

٢- وسيط المعرفة الإلكترونية^(١):

أ- تعريف وسيط المعرفة الإلكترونية:

إن وسيط المعرفة الإلكترونية هو عبارة عن منشأة أعمال (شركة أو مكتب استشاري أو فريق عمل... الخ) يكون مصدر إيراداتها الرئيسي أو الوحيد ناشئاً عن اقتناص معلومات عن العميل وتطوير سجلات تفصيلية خاصة بكل عميل لاستخدامها من قبل طرف ثالث يتمثل بالبائعين.

والواقع أن هناك تطوراً اثنان سيساهمان في تسير عجلة هذا النوع من الوسطاء ويدفعانه إلى الأمام، هما:

١- إن قدرة العملاء على اقتناص المعلومات المتعلقة بسلوكهم وتفضيلاتهم في

عالم الاقتصاد الرقمي تعني ضمناً أنه سيكون بإمكانهم أيضاً حجب هذه المعلومات عن البائعين الراغبين بالحصول عليها.

٢- وفي الوقت نفسه، فإن عملية الوصول المطلق إلى هذا النوع من المعلومات قد أثارَت جملة من المخاوف حول الخصوصية.

إن هذين التحولين في طبيعة النشاط الاقتصادي سيؤديان إلى وضع تدخل فيه الشركات كطرف تفاوضي مع العملاء للظفر بالمعلومات المتعلقة بهؤلاء العملاء وستخلق عملية المساومة هذه الحاجة إلى وسطاء قادرين على التعامل مع المفاوضات وشروط الدفع وإضافة القيمة من خلال معالجة المعلومات المتعلقة بالعملاء.

^(١) د. سعد غالب التكريتي وآخرون، الأعمال الإلكترونية، مرجع سابق، ص ٢٩٢ وما بعدها.

ب- أنواع ووظائف وسطاء المعرفة :

إن وسطاء المعرفة الإلكترونية الذين نعرفهم اليوم يندرجون ضمن فئة (الوسطاء الموجهين بالبائع)، بمعنى أنهم يستخدمون المعلومات المتحصلة عن العملاء لمساعدة البائع في توجيه المنتجات والخدمات ووسائل الترويج صوب العملاء في الأسواق التنافسية، كما يتوقع بروز فئة الوسطاء الموجهين بالعملاء، وذلك على النحو التالي:

أولاً: وسطاء المعرفة الموجهون بالبائع:

هناك نوعان أساسيان من هؤلاء الوسطاء الذين يمارسون عملهم فعلياً في السوق الإلكترونية القائمة وهما:

١- سمسارة الجمهور:

وهم عبارة عن وسطاء يقتنصون معلومات عن مستخدمي مواقع الشبكة وذلك لمساعدة المعلنين في الوصول إلى الجمهور الملائم بغية استهدافه من خلال الحملات الإعلانية، وسمسارة الجمهور يتواجدون أيضاً في العالم المادي، ومن أمثلتهم سمسارة المعلومات في الصحف والمجلات، حيث يقوم هؤلاء باستخدام المعلومات المتوفرة لديهم عن الجمهور لتصميم ونشر الإعلانات في هذه الوسائل.

إن قيمة هؤلاء السمسارة تكمن في قدرتهم على مساعدة المعلنين في اختيار الجمهور الأفضل الذي ينبغي استهدافه والتأثير فيه.

٢- مهدو المبيعات:

يقوم هؤلاء بتجميع العملاء المرتقبين طبقاً لسجلاتهم وتفضيلاتهم وآية معايير أخرى، وترجمة هذه البيانات إلى حاجات سلعية وخدمية محددة، ومن ثم توجيه العملاء صوب البائعين القادرين على إشباع هذه الحاجات.

ومن الأمثلة الرائدة على ذلك موقع Auto-By-Tel على شبكة الإنترنت، حيث يقوم هذا الموقع بتزويد شبكة وطنية مؤلفة من ٢,٢٠٠ وكيل لبيع السيارات بطلبات الراغبين بشراء سيارات معينة مقابل رسوم لكل صفقة مبيعات، وموقع 800-PFClowers الذي يتولى مهام توزيع الطلبات إلى بائعي الزهور المستقلين في جميع أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية. ومهدو المبيعات موجودون أيضاً في العالم المادي مثل شركة FTD التي تستخدم الهاتف وشبكة الفاكس لتوزيع طلبات الزهور.

ثانياً: وسطاء المعرفة الموجهون بالعميل:

نتوقع أن يبرز إلى الوجود قريباً نوع آخر من وسطاء المعرفة في السوق الإلكترونية، حيث سيكون هؤلاء موجهون بالعميل – بمعنى أن ولاءهم سيكون للعملاء بدلاً من البائعين، وسيتولى هؤلاء الوسطاء المهام التالية:

١- مساعدة العملاء في الحصول على أقصى قيمة ممكنة بالاستناد إلى السجلات المتوفرة لديهم عن هؤلاء العملاء، حيث سيلجأ الوسطاء إلى الانتفاع من خيارات الشراء التي قام بها العميل في السابق لاستنباط السلع والخدمات التي تتواءم وتتلاءم مع الحاجات الحالية للعملاء، ومن ثم إيجاد البائع/البائعين القادرين على تقديم السلعة/الخدمة وفق تفضيلات العميل وبأرخص الأسعار السائدة (وظيفة الوكيل).

٢- تمثيل مصالح العملاء في المفاوضات التي تجري مع البائعين الراغبين بالحصول على معلومات عن العملاء (وظيفة التوكيل).

٣- غربلة الرسائل التجارية والواردة من البائعين لكي تكون متوافقة وذات صلة بالعملاء (وظيفة الغرلة).

الأسواق الموجهة إلى المشتري:

وفقاً لهذا النموذج، يفتح المشتري سوقاً إلكترونياً على وحدة الخدمة (Server) الخاص به ويدعو الموردين للمضاربة على متطلبات الشراء. تقوم إدارة المشتريات بإدخال المعلومات الخاصة بطلبية المشتري يدوياً في نظام المعلومات الشامل لها.

ومن الأمثلة الناجحة لهذا النموذج شركة (جنرال إلكتريك) GE .

السوق الموجهة للمشتري

