

يتحدث هذا الباب عن حقيقة المزاد الإلكتروني، وذلك بتعريف المزاد الإلكتروني، وبيان أنواعه، وأركانه، والخطوات التي من خلالها تتم المزايدة على السلعة المعروضة في موقع المزاد الإلكتروني.

ولذلك جاءت دراسة هذه المسائل في الفصول الأربعة الآتية: -

الفصل الأول: التعريف بالمزاد الإلكتروني.

الفصل الثاني: أنواع المزاد الإلكتروني.

الفصل الثالث: أركان المزاد الإلكتروني.

الفصل الرابع: خطوات البيع والمزايدة في المزاد الإلكتروني.

الفصل الأول

التعريف بالمزاد الإلكتروني

يستعرض هذا الفصل عدداً من المسائل المتعلقة بتعريف المزاد الإلكتروني، مع بيان نشأته والخصائص التي يتميز بها المزاد الإلكتروني عن المزاد التقليدي (غير الإلكتروني) والفوائد التي يمكن أن يجنيها الفرد والمجتمع من المزاد الإلكتروني، كما يستعرض هذا الفصل العلاقة بين التجارة الإلكترونية والمزاد الإلكتروني ولذلك جاءت دراسة هذه المسائل في المباحث الخمسة الآتية:-

المبحث الأول: تعريف المزاد الإلكتروني.

المبحث الثاني: نشأة المزاد الإلكتروني وتطوره.

المبحث الثالث: خصائص المزاد الإلكتروني.

المبحث الرابع: فوائد المزاد الإلكتروني.

المبحث الخامس: العلاقة بين المزاد الإلكتروني والتجارة الإلكترونية.

المبحث الأول

تعريف المزداد الإلكتروني

يتحدث هذا المبحث عن معنى المزداد الإلكتروني، وذلك ببيان معنى الإلكترون ثم بيان المراد بالمزداد الإلكتروني وذلك في المطلبين الآتين:-

المطلب الأول: المراد بالإلكترون

أ- في اللغة: -

الإلكترون «Electron» كلمة إنجليزية وليست عربية، ولذلك فلا يوجد لهذه الكلمة ذكرٌ في المعاجم العربية القديمة، ولكن لكثرة استعمال هذه الكلمة في الوقت المعاصر وانتقالها إلى اللغة العربية جاءت الحاجة لبيان معناها.

جاء في المعجم الوسيط قوله: «الإلكترون: دقيقة ذات شحنة كهربائية سالبة شحنتها هي الجزء الذي لا يتجزأ من الكهرباء»^(١).

وقد أكد المعجم الوسيط أن لفظ «إلكترون» أقره مجمع اللغة العربية^(٢).

وهذا التعريف اللغوي قريب من التعريف الاصطلاحي للإلكترون الذي سيرد ذكره في الفقرة الآتية.

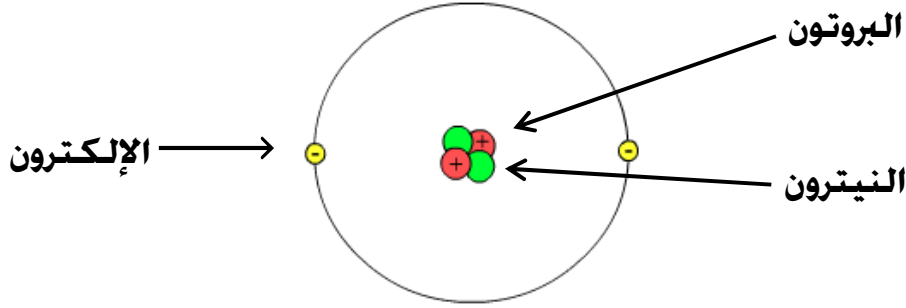
ب- في الاصطلاح: -

الإلكترون هو أحد أجزاء الذرة، والذرة هي أصغر جزء من مادة عنصر كيميائي يمكن أن تنقسم إليه المادة و تظل حاملة لصفاتها الكيميائية، وتحتوي الذرة

(١) ص: ٢٤.

(٢) المرجع السابق.

على: البروتونات (موجبة الشحنة)، والنيوترونات (متعادلة الشحنة)، والإلكترونات (سالبة الشحنة)، وفي الشكل الآتي بيان لأجزاء الذرة^(١):-



وبناءً على ما سبق يمكن تعريف الإلكترون بأنه: جسمٌ صغيرٌ جداً يَحْمِلُ شحنةً سالبةً يدورُ حول نواة الذرة^(٢).

وقد تم التعرف عليه عام ١٨٩٧م (١٣١٤هـ) على يد أحد العلماء عندما تمكن من قياس النسبة بين شحنة الإلكترون إلى كتلته^(٣).

أما مناسبة إضافة كلمة «إلكترون» للتعاملات التي تتم عن بعد كالتجارة الإلكترونية أو الإدارة الإلكترونية أو التعليم الإلكتروني؛ فذلك لأن معظم الوسائل الإلكترونية تؤدي وظائفها من خلال حركة الإلكترون تحت تأثير مجال كهربائي أو مغناطيسي فالإلكترون يعدّ الآن العنصر الأساس في بناء عالم الإلكترونيات؛ لأن الوسائل الإلكترونية تعمل بمبدأ التحكم في الشحنات الكهربائية التي تتحرك خلال

(١) ينظر: الإلكترون وأثره في حياتنا لجين بندق ص: ١١.

(٢) ينظر: الإلكترون وأثره في حياتنا ص: ١٠، الكيمياء العامة للدكتور أحمد العويس ص: ١٠٣.

(٣) ينظر: الكيمياء العامة للدكتور أحمد العويس ص: ١٠٣.

أشباه الموصلات أو الغازات أو الفراغ، وباستخدام هذه الوسائل في دوائر متصلة بطرق معينة أمكن التحكم في الطاقة الكهربائية وتحويلها إلى صور مختلفة مفيدة^(١).



(١) ينظر: طرق حماية التجارة الإلكترونية للدكتور سليمان الشدي ص: ١٦.

المطلب الثاني: المراد بالمزاد الإلكتروني

للمزاد الإلكتروني عدة مصطلحات في اللغة الإنجليزية مرادفة لمعناه، فقد يعبرون عنه بـ "أونلاين أوكشن" (Online Auction)^(١) وأحياناً بـ "إنترنت أوكشن" (Internet Auction)^(٢) وأحياناً بـ "إي أوكشن" (e-Auction)^(٣) وبغيرها من المصطلحات المقاربة التي تحكي حقيقة المزاد الإلكتروني.

والعقود الإلكترونية – ومنها المزاد الإلكتروني – هي عقود تتم عبر وسائل تعمل عن طريق الإلكترونيات؛ كالمذياع، والتلفاز، والهاتف، والحاسب الآلي، وهذا من حيث الأصل، إلا أنه بعد ظهور الحاسب الآلي وانتشار المراسلة والتعاقد بواسطته خُصصَ هذا المصطلح للعقود التي تتم عن طريقه، أما التعاقد عبر الراديو أو الهاتف أو غيرها من وسائل الاتصال فلا يشملها عرفاً هذا المصطلح في العقدين الأخيرين وأصبح مصطلح العقود الإلكترونية ينصرف مباشرة إلى العقود التي تتم عبر شبكة الإنترنت، ولذا نجد أن كثيراً من الباحثين يرون أن مصطلح التجارة الإلكترونية يطلق على مجموعة العمليات التي تتم عبر الوسائل الإلكترونية، وخاصة عبر شبكة المواقع "ويب" (web) والبريد الإلكتروني^(٤).

(١) ينظر: (Complete Idiot's Guide to Online Auctions)، (Auction This!:)، (Your Complete Guide to the World of Online Auctions).

(٢) ينظر: (The Business Guide to Selling Through Internet Auctions)، (Internet Auctions for Dummies).

(٣) ينظر: (Teach Yourself e-Auctions Today)، (The e-Auction Insider).

(٤) ينظر: البيع والتجارة على الإنترنت لعبد الحميد بسيوني ص: ٥٤، خصوصية التعاقد عبر الإنترنت لأسامة أبو الحسن مجاهد ص: ١٤، التجارة الإلكترونية لسعد غالب وبشير عباس ص: ١٢٨، التجارة الإلكترونية للخريجي ص: ١.

وقد ورد تعريف المزاد الإلكتروني في القواميس الإنجليزية على أنه عملية استعمال الإنترنت للتنسيق بين المشتري والباعة حول العالم^(١).

كما أشارت الموسوعة البريطانية "إنسيكلوبيديا بريتانيكا" (Encyclopedia Britannica)^(٢) إلى المزاد الإلكتروني بقولها: «هو المزاد الذي يقام على الإنترنت كموقع "إي بي" ebay^(٣) حيث تكون المزايدة من الأعضاء من مختلف أنحاء العالم وفي معظم الحالات ينتهي المزاد في الوقت المحدد ويكون المزاد من نصيب صاحب العطاء الأعلى، وبعد ذلك يتواصل الفائز مع صاحب السلعة لتحديد طريقة السداد وغالباً ما يكون التواصل عن طريق البريد الإلكتروني»^(٤).

ومما يؤكد هذا المعنى ما جاء في التعريفات الواردة عن من كتب حول المزاد الإلكتروني، حيث جاء تعريفاتهم للمزاد الإلكتروني متقاربة، ومن ذلك:

(١) ينظر: www.pcmag.com

(٢) الموسوعة البريطانية هي أشهر الموسوعات العامة الإنجليزية، وأقدم موسوعة مازالت مستمرة في الطبع، صدرت لأول مرة في عام ١٧٦٨ م (١١٨١ هـ)، وكان إصدارها القديم يعتمد على مقالات طويلة فيها أبحاث مفصلة بحيث يستفيد منها حتى المختصون، وفي عام ١٩١١ م (١٣٢٨ هـ) تم شراء الموسوعة من شركة أمريكية وصار هدف الشركة هو الربح التجاري، فصارت المقالات قصيرة وموجهة للعموم وليس للمختصين، وفي عام ١٩٩٩ م (١٤١٩ هـ) تم نشر الموسوعة على أقراص مدمجة ونشر أجزاء منها على شبكة الإنترنت.

ينظر: موقع الموسوعة على الإنترنت (www.britannica.com).

(٣) موقع الشركة على الإنترنت: (www.ebay.com).

(٤) ينظر: كلمة (auction) في برنامج (Encyclopedia Britannica Ultimate)، إصدار عام ٢٠٠٨ م (١٤٢٨ هـ).

١ - ربط المشتريين مع الباعة بحيث يتبادلون معلومات حول منتج معين ليتم التنسيق بينهم وإتمام عملية البيع، حيث يتمكن أعضاء سوق المزاد من استعمال الموقع الإلكتروني المخصص للمزاد لشراء السلع والخدمات وبيعها^(١).

٢ - المزاد الذي يتم التصرف فيه من خلال الموقع الإلكتروني؛ بحيث يقوم البائع بوضع سلعته في الموقع، ويقوم المزايدون بوضع مزايداتهم من خلال الكتابة في الحقول المخصصة لذلك مع الاحتفاظ بالمفهوم التقليدي للمزاد، كما أن موقع المزاد الإلكتروني هو من يحدد سعر البداية للمزايدة، وكذلك الوقت المحدد للمزاد، وكافة الضوابط والقواعد المتعلقة بالمزاد، وتظهر صورة المنتج و طريقة الشحن وكافة المعلومات المتعلقة بذلك في الموقع^(٢).

٣ - أن يعرض شخص سلعة للبيع عن طريق المزايدة، دون أن يذهب كل من البائع والمشتري جسدياً إلى المزاد، وإنما يذهبان إلى الموقع الإلكتروني الخاص بالمزاد من خلال شبكة الإنترنت، ويختلف عن المزاد العادي في عدة نقاط منها: إمكانية الشراء من البائع مباشرة، و غالباً ما يستمر المزاد لعدة أيام، ولا بد من أن يتفق كل من البائع والمشتري بصفة خاصة على آلية السداد و طريقة الشحن، وغالباً ما يتم ذلك من خلال البريد الإلكتروني^(٣).

(١) ينظر: Distinguishing Different Types Of Initial Trust In Online C2C

(Auction Markets) ص: ٢.

(٢) ينظر: (The business guide to selling through internet auctions) ص: ٥.

(٣) ينظر: (SAMS Teach yourself today e-Auctions) ص: ٧.

وبالنظر للتعريفات السابقة يمكننا تعريف المزاد الإلكتروني على أنه: عرض السلعة عن طريق موقع إلكتروني وسيط بين البائع والمشتري، لطلب الزيادة في ثمنها ويكون تنفيذ العقد إلكترونياً، وغالباً ما تتم عملية السداد بطريقة الكترونية.

شرح التعريف وبيان محترزاته:-

١ - (عرض السلعة): ليشمل أنواع المزاد الإلكتروني المختلفة، كمزاد السعر المحدد ومزاد السعر الأعلى، وسواء تم بيع السلعة أم لا.

٢ - (عن طريق موقع إلكتروني وسيط): أي أن عرض السلعة ليس بواسطة موقع يمتلكه البائع، بل عن طريق موقع إلكتروني وسيط بينه وبين المشتري، وذلك يخرج المزاد التقليدي، حيث إن المزاد التقليدي يكون في أماكن عامة وحقيقية كالخراج أو في صالات محددة.

٣ - (ويكون تنفيذ العقد إلكترونياً): وهذا القيد من أهم القيود التي تفرّق بين المزاد العادي والمزاد الإلكتروني؛ بحيث يكون تنفيذ العقد في المزاد الإلكتروني عن طريق الإنترنت.

٤ - (غالباً ما تتم عملية السداد بطريقة الكترونية): أي أن وسائل السداد قد تكون إلكترونية -وهو الغالب- كالدفع بواسطة البطاقات الائتمانية، وقد تكون غير إلكترونية كالدفع النقدي عند الاستلام.

المبحث الثاني نشأة المزاد الإلكتروني وتطوره

يتحدث البحث في هذا المبحث عن نشأة المزاد الإلكتروني، والمراحل التي مر بها في الفترة الماضية، وذلك في المطلبين الآتين:-

المطلب الأول: نشأة المزاد الإلكتروني

ظهرت المزادات على الإنترنت قبل أن يكون التصفح عبر مواقع الإنترنت متاحاً فقبل تحرير متصفح Mosaic -وهو أول متصفح ويب لبرنامجي ويندوز وماكنتوش- في نهاية عام ١٩٩٣ م (١٤١٤ هـ) كان هناك عدد من المزادات تجري على مجموعات الإنترنت الإخبارية^(١)، وقوائم البريد الإلكتروني.

حيث لاحظ المهتمون بالمزاد مجموعات إخبارية عمرها عام متخصصة في المتاجرة في بطاقات الألعاب، وكانت المجموعة الإخبارية تسمى في الأصل rec.games.deckmaster.marketplace ويمكن أن توجد الآن على موقع marketplace.magic.auctions حيث يجتمع هناك المئات من البائعين المختلفين الذين أجروا المزادات على هذه المجموعة الإخبارية، وقد يستمر كل مزاد أياماً أو أسابيع، وكان بإمكان المزايد أن يقدموا عروضهم من خلال البريد الإلكتروني^(٢).

(١) المجموعة الإخبارية هي: مجموعة تجتمع للنقاش حول موضوع معين، بحيث يتراسلون فيما بينهم ويتبادلون المقالات.

ينظر: التجارة الإلكترونية لجاري شنايدر تعريب سرور علي إبراهيم، ص: ٧٠١.

(٢) ينظر: (the internet encyclopedia) ٧٠٦/٢.

كما أن القواعد المستخدمة في المزاد في مجموعة الأخبار تختلف من مزاييد إلى آخر فقد يُغلق المزاد في موعد نهائي ثابت، بينما قد يترك آخر المزاد مفتوحاً على البضاعة حتى تمر ثلاثة أيام على إدراج السلعة، وفي كل الأحوال ليس لإدارة مجموعة الأخبار قواعد ثابتة في ضبط المزاد الإلكتروني^(١).

وظهرت أول المزادات الإلكترونية على الإنترنت على موقع "أون سل" Onsale الذي افتتح في مايو ١٩٩٥ م (١٤١٥ هـ)، ثم جاء بعده موقع eBay الذي افتتح في سبتمبر ١٩٩٥ م (١٤١٦ هـ) وكانا أول من استفاد من الخدمات التي تقدمها الإنترنت بما في ذلك استخدام الوسائل الآمنة لحماية المزادات الإلكترونية^(٢).



(١) ينظر: مقال (Using field experiments to test equivalence between auction formats: Magic on the Internet) من مجلة (The American Economic Review) ١٠٦٣/٨٩.

(٢) المرجع السابق.

المطلب الثاني: تطور المزاد الإلكتروني

بدأ موقع "أون سل" Onsale كموقع تجاري، يبيع بضاعته الخاصة به، التي تشمل الكمبيوترات والإلكترونيات المجددة، وقد أشار المدير التنفيذي لموقع Onsale "جيري كابلان" Jerry Kaplan أنه شعر أن المزادات ستوفر قيمة ترفيهية للمتسوقين، وأن الطبيعة التنافسية للمزادات ستجذب الذكور الذين قد لا يميلون للتسوق من أجل الترفيه، ولم يكن نموذج العمل هذا ناجحاً مثل موقع eBay الذي يضع قوائم المزادات، ولذلك غير موقع Onsale إستراتيجيته، فبدأ موقع Onsale في عام ١٩٩٧ م (١٤١٧ هـ) في تكملة موقعه التجاري بخدمة قوائم المزادات بطريقة شبيهة بتلك الموجودة في موقع eBay، وبعد ذلك أعلن Onsale أنه سيبدأ في تقديم بيع الإلكترونيات بسعر ثابت بسعر الجملة، وفي يوليو ١٩٩٩ م (١٤٢٠ هـ) أعلن الموقع الاندماج في موقع "إيجهد" Egghead، وهو موقع للبيع بالتجزئة على الإنترنت.^(١)

وعلى النقيض من ذلك بدأ موقع eBay عمله بتشجيع الأفراد في إدراج مزاداتهم الخاصة على الإنترنت، وقد حقق هذا الموقع أرباحاً تقدر بمبلغ ١.٥ مليار دولار، وفي عام ٢٠٠٠ م (١٤٢٠ هـ) أتم مستخدمو eBay صفقات تزيد عن ٥.٤ مليار دولار، وتشمل التصنيفات الرئيسية على موقع eBay التحف والكتب والملابس وأجهزة الحاسب الآلي والمجوهرات إلى غير ذلك من السلع، وقد أضاف eBay مزادات وخدمات خاصة جديدة لخط منتجاته فيقدم eBay Motors بالاشتراك مع "إيتو تراد" AutoTrader مزادات لسيارات وأجزائها وملحقاتها ويقدم "أيبي برايمر" eBay Premier فنوناً ومقتنيات تراثية بالتعاون مع

(١) ينظر: (Auctions on the Internet) ص: ٧.

صالتي المزادات التقليدية "كرايس إنترناشونال وبترفيلد" Kruse و Butterfields International المملوكة لـ eBay^(١).

كما يوفر موقع eBay لمستخدميه العديد من الخيارات والوسائل التسويقية المختلفة، بحيث يترك لهم الخيار في عدد الأيام التي سيعقد فيها المزاد، وطريقة عرض السلعة، ومن ثم صارت لهذه التسهيلات والخدمات التي يقدمها الموقع أثر في نمو الموقع بمعدل ١٢٪ شهرياً^(٢).

وأما موقع "أمازون" Amazon فقد كان متخصصاً في بيع الكتب على الإنترنت ثم قام بتقديم خدمة المزاد الإلكتروني، وقد استغرق موقع أمازون سبع سنوات ليحقق أول أرباح له من خدمة المزاد الإلكتروني، ولعل أشهر وسائل التسويق الذي انتهجه الموقع هو ضمان المزادات العلنية، حيث وافق موقع أمازون على تعويض المشتري عن السلع التجارية المشتراة في المزاد الإلكتروني التي لا تُسَلَّم له أو كانت مختلفة عما قدمه البائع من أوصاف للسلعة، وقيد الموقع ضمانه بالسلع التي تكلف ٢٥٠ دولاراً أو أقل، لكن هذه الميزة لم تدم طويلاً لموقع أمازون حيث قام موقع ebay بتقديم ضمان شبيه لعملائه، وفي سنة ٢٠٠٣م (١٤٢٣هـ) رفع موقع ebay ضمانه إلى ٥٠٠ دولار على أمل أن تشد عملاء جدد للشراء من مزاداته الإلكترونية، ثم رفع الموقع ضمانه مرة أخرى في سنة ٢٠٠٤م (١٤٢٤هـ) إلى ١٠٠٠ دولار^(٣).

(١) ينظر: (internet encyclopedia) ٧٠٦ / ٢.

(٢) ينظر: (@ebay:Dennis L.Prince Online auctions) ص: ٤٣.

(٣) ينظر: (internet encyclopedia) ٧٠٦ / ٢.

وتطور موقع "يو بيد" UBid من متجر إلكتروني للسلع المجددة إلى موقع كبير للمزادات، وذلك من خلال إقامته لتحالفات إستراتيجية مع شركتي "مايكروسوفت نتورك وإيكست" Microsoft Network و Excite^(١).

كما تخصصت بعض المواقع الإلكترونية في مزادات المعدات الصناعية، وكان أول مزاد إلكتروني للبضائع الصناعية هو موقع "تراد أوت" TradeOut والذي أنشئ في أكتوبر عام ١٩٩٨ م (١٤٢٠ هـ) وقد وصلت مبيعات الموقع خلال شهره الأولى قرابة ٢٢ مليون دولار لـ ٧٥٠٠٠ مستهلك^(٢).

وتشمل المزادات الصناعية الأخرى مواقع Equipp.com, iMark.com, و bLiquid.com التي تتعامل جميعها في المنتجات الصناعية ومعدات التصنيع^(٣).

وقد أسست الشركات الصناعية الكبرى مزادات إلكترونية لجمع العروض التنافسية من الباعة، فقد استخدمت نظم فيستون الآلية (أحد أقسام شركة فورد للسيارات) مزاداً إلكترونياً مدته ٩٠ دقيقة لجمع عروض بمبلغ ١٥٠ مليون دولار في عقود الموردين، وكنتيجة لهذا استطاعت فيستون أن تختصر أسابيع عدة من عملية الشراء المعتادة مع تحقيق توفير معتبر^(٤)، كما تقوم شركات كبرى أخرى كجنرال موتورز، ودايمر كرايسلر، بتطوير المزادات الإلكترونية كونها مجالاً تسويقياً يحقق دخلاً إضافياً لشركاتهم^(٥).

(١) ينظر: (internet encyclopedia) ٧٠٨ / ٢، التجارة الإلكترونية لجاري شنيدر ص: ٣٤٦.

(٢) ينظر: (Vigorosa, M. On the Internet. Purchasing) ص: ٨٥.

(٣) ينظر: (Let's start the e-bidding at \$50. Machine Design) ص: ١٤٨.

(٤) ينظر: (Online auctions pick up. InformationWeek. 2000, February 15) ص: ٣٧.

(٥) ينظر: (Let's start the e-bidding at \$50. Machine Design) ص: ١٤٨.

وحتى المجالات التي تتسم عموماً بالرصانة؛ مثل الصيرفة اتجهت للاستثمار عبر المزاد الإلكتروني، حيث قامت بعض البنوك في المزايدة على شهادات الإيداع إلكترونياً، كما أنها تستخدم الإنترنت لجمع العطاءات الإلكترونية للعروض العامة^(١).



(١) ينظر: (37, Information week, Online auctions pick up. Dalton, G).

المبحث الثالث

خصائص المزاد الإلكتروني

يتميز المزاد الإلكتروني بخصائص تميزه عن المزاد التقليدي، ومن هذه الخصائص؛ وجود وسيط إلكتروني يجمع البائع مع المشتري، وكون التعامل بينهما إلكترونياً، من جهة الإيجاب والقبول، وكذلك من جهة وسائل دفع قيمة الصفقة، إضافة إلى أن المزاد الإلكتروني لا يرتبط بالحدود المكانية بين المتعاقدين وليبان ما سبق؛ جاء البحث في هذه المسائل في المطالب الأربعة الآتية:-

المطلب الأول: وجود وسيط إلكتروني بين البائع والمزاد

من أهم خصائص المزاد الإلكتروني هو وجود وسيط إلكتروني بين البائع والمزاد، وهذا الموقع الوسيط يوفر الخدمات والأدوات المناسبة لإجراء المزاد. وللبدء في إدراج السلعة أو المشاركة في المزادة عليها؛ ينبغي على كل من البائع والمزاد التسجيل في الموقع؛ لتوفير شيء من الجدية بين الطرفين. ووجود الوسيط الإلكتروني أدى إلى تقليل النفقات والرسوم التي يدفعها المتعاقدان؛ إذ تميل هذه الرسوم إلى أن تكون أقل مقارنة بصالات المزاد التقليدية فموقع "ساوثبي" Sotheby^(١) -مثلاً- يفرض زيادة على المشتري مقدارها ١٥٪ فوق سعر العطاء، وعمولة على البائع مقدارها ٢٠٪ من سعر العطاء، وفي المقابل ومع هذه

(١) دار ساوثبي Sotheby من أشهر المزادات العالمية، تم إنشاؤها عام ١٧٤٤م على يد "صمويل بيكر"

Samuel Baker وتتخذ من لندن مقراً لها، ولها عدد من الفروع في العالم.

ينظر: الصفحة العربية لموقع الدار: <http://www.sothebys.com/help/arabic/index.html>

المصاريف الإجمالية التي تزيد عن ٣٠٪ من سعر العطاء النهائي فإن إجمالي مصاريف
مواقع المزاد الإلكتروني قرابة ٥٪ فقط من سعر العطاء النهائي^(١).



(١) ينظر: (Auctions on the Internet: Lucking-Reiley) ص: ١٥.

المطلب الثاني: التعامل الإلكتروني بين البائع والمزاد

المزاد الإلكتروني مقارب للمزاد العادي، إلا أن البائع والمشتري نادراً ما يتقابلان وجهاً لوجه، ويكون التعامل بينهما إلكترونياً، إما من خلال الوسيط الإلكتروني مباشرة، أو من خلال البريد الإلكتروني للتواصل والاتفاق على آلية السداد وموعد إرسال البضاعة واستلامها، وكذلك في حالة وجود أي استفسار لدى أحد الطرفين فيما يتعلق بإتمام عملية البيع والشراء^(١)، وتتجلى مظاهر هذه الخاصية في المزاد الإلكتروني فيما يأتي:-

- ١- أن عرض السلعة في المزاد الإلكتروني يتم عبر وسائل إلكترونية، فالبائع والمشتري يستخدمان الإنترنت للتواصل بينهما.
- ٢- أن تلاقي الإيجاب مع القبول في عقد المزاد الإلكتروني يتم من خلال هذه الوسائط الإلكترونية، فلكي يقال عن هذا المزاد أنه مزاد إلكتروني لابد من أن يكون الإيجاب والقبول يتلاقيان من خلال وسائط إلكترونية^(٢).
- ٣- أن معرفة السلعة التي وقع عليها المزاد يكون عن طريق الوسائل الإلكترونية التي وفرها الوسيط الإلكتروني، ويكون البائع ملزماً بتحري الصدق في وصف سلعته، بل إن أنظمة التجارة الإلكترونية عموماً تلزم البائع أن يوفر للمستهلك وبطريقة واضحة عدة أمور منها: الوصف الكامل للسلعة، وبيان خصائص سعر المنتج المراد التعاقد بشأنه وطبيعته^(٣).

(١) ينظر: (The auction-APP) ص: ٤.

(٢) ينظر: طرق حماية التجارة الإلكترونية، ص: ٢٤، إبرام العقد الإلكتروني، ص: ٧٤.

(٣) ينظر: المادة (١٦) من القانون النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية (الأونسيترال) الصادر عن

الأمم المتحدة على موقع الأونسيترال على الإنترنت (www.uncitral.org)

المطلب الثالث: الاعتماد على الدفع الإلكتروني غالباً

تعتمد كثير من المزادات الإلكترونية على الوسائل الإلكترونية لسداد الأمور المالية الناتجة عن المزاد الإلكتروني؛ كقيمة السلعة النهائية وأجرة الموقع، وهذا وإن لم يكن من شروط المزاد الإلكتروني، إلا أن غالب عمليات المزاد الإلكتروني يتم السداد فيها بطريقة إلكترونية^(١).

ومفهوم الدفع الإلكتروني لا يختلف عن مفهوم الدفع التقليدي، إلا في الشكل الذي تأخذه تلك النقود، وفي الطريقة التي يتم بها السداد، فشكل النقود تتحول في الدفع الإلكتروني من أوراق نقدية محسوسة إلى بيانات وأرقام غير مادية يتم معالجتها آلياً، مما يميزها عن الطريقة التقليدية بالسرعة والسهولة، ولكن التحدي الأكبر بالنسبة للتجارة الإلكترونية عامّةً والمزادات الإلكترونية خاصّةً هو تطوير طرق الدفع الإلكتروني بشكل سريع وآمن وموثوق، ويمكن أن يختار المشتري من بين خيارات عديدة لدفع ثمن السلعة التي اشتراها من المزاد على الإنترنت، كما أنه في بعض المزادات يحدد البائع أنواع الدفع المقبولة ويوضح تلك المعلومات أثناء عرض السلعة في موقع المزاد الإلكتروني^(٢).



(١) ينظر: إبرام العقد الإلكتروني، ص: ٧٧.

(٢) ينظر: (Internet auctions: a guide for buyers and sellers) ص: ٥، وسيأتي مزيد

من التفصيل عن وسائل دفع الثمن في الفصل الأول من الباب الثاني - إن شاء الله تعالى.

المطلب الرابع: عالمية المزاد الإلكتروني

من أهم سمات المزاد الإلكتروني أنه لا يجب على من أراد المزايدة على السلعة التوجه لمكان واحد و التجمع هناك، بل بإمكانه المزايدة والشراء من أي مكان في العالم كما يمكن للبائع طرح سلعته وعرضها للمزايدة وهو في منزله، وقد يكون البائع يعيش في الصين، و المشتري يعيش في جنوب أفريقيا، فلا اعتبار للحدود المكانية في عالم المزاد الإلكتروني وهذا مما يسمح بمشاركة المزيد من المزايدين ومما ينعش حركة التجارة^(١).

وهذه الميزة للمزاد الإلكتروني أعطتها قيمة كبيرة في المجال الاقتصادي، إلا أن هذه الخاصية أثارت بعض المسائل القانونية المهمة، كمسألة بيان مدى أهلية المتعاقدين للتعاقد، ومسألة الاختصاص القضائي في حالة النزاع بين أطراف العقد، ورغبة أحدهم في رفع دعوى على الآخر، فما هي المحكمة المختصة بنظر النزاع؟ هل هي محكمة محل إقامة المدعى عليه، وذلك إعمالاً للقاعدة العامة في الدعوى، أم محكمة محل إقامة المستهلك وذلك إعمالاً لنصوص بعض الاتفاقيات الدولية التي تقرر ذلك حماية للمستهلك؟^(٢).



(١) ينظر: (The Timing of Biding in Internet Auctions) ص: ٢.

(٢) ينظر: إبرام العقد الإلكتروني ص: ٧٧، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، ص: ٦٧.

المبحث الرابع

فوائد المزاد الإلكتروني

لا تقتصر فائدة المزاد الإلكتروني في كونه أحد الأنشطة التجارية التي تخدم الحركة الاقتصادية للمجتمع؛ بل يتعداه إلى تحقيق فوائد كبيرة للبائع وللمزايد وللوسيط الإلكتروني، سواء فيما يتعلق بتوفير فرص عمل جديدة، أو بتسهيل الحركة التجارية بين الناس، ولذلك فإن هذا المبحث سيتحدث عن هذه الفوائد في المطالب الثلاثة الآتية:-

المطلب الأول: فوائد المزاد الإلكتروني للبائع

الفوائد التي يمكن أن يجنيها البائع من المزاد الإلكتروني كثيرة، وتزداد بزيادة خبرة البائع وقدرته في التعامل مع هذا النوع من المزاد، ولعل أبرز هذه الفوائد يمكن حصرها في الآتي:-

١. فتح أسواق جديدة للبائع لعرض المنتجات و المقتنيات غير مرتبطة بالموقع الجغرافي له، مما يزيد من نسبة مبيعاته، فبالمزاد الإلكتروني يستطيع البائع أن يعرض سلعته لجميع المتصلين بموقعه الإلكتروني عن طريق الإنترنت من مختلف أنحاء العالم^(١).

(١) ينظر: (The business guide to selling through internet auctions) ص: ١٥.

٢. أن المزاد الإلكتروني يمكّن البائع من دراسة حجم السوق والحصول على إحصاءات فعلية لعدد العمليات التجارية، وبيان السلع التي عليها ازدياد في الطلب مما ينعكس على جودة أداء عمله^(١).
٣. أن المزاد الإلكتروني يمكّن البائع من العمل في الأوقات المناسبة له، في أي ساعة من ليل أو نهار، ومن ثمّ لن يكون مرتبطاً بدوام معين^(٢).
٤. أن المزاد الإلكتروني يمكّن البائع من العمل من المنزل، ومن ثمّ سيتجنب البائع معاناة توظيف العمال ومتابعتهم^(٣).
٥. إتاحة الفرصة للتخلص من المقتنيات التي لا حاجة للبائع بها، دون الحاجة إلى التنقل من موقع لآخر.
٦. إمكانية عرض السلعة على ملايين الأفراد، وهذا ما لا يمكن تحقيقه من خلال المزادات التقليدية^(٤).
٧. تقليل الوقت المطلوب للاستلام والإجابة على الطلبات وأوامر الشراء، فالتطرق الإلكترونية أفضل من المعاملات الورقية التقليدية، كما أن المستهلكين والمستخدمين والعملاء على اختلاف درجاتهم يرغبون بالاستجابة السريعة لطلباتهم واستفساراتهم^(٥).

(١) ينظر: (The business guide to selling through internet auctions) ص: ١٥.

(٢) ينظر: (101 auction secrets revealed) ص: ٧.

(٣) ينظر: المرجع السابق.

(٤) ينظر: (The business guide to selling through internet auctions) ص: ١١.

(٥) ينظر: المرجع السابق.

٨. المزادات الإلكترونية تُعدّ سوقاً جديدة وواسعة لمنتجات الصناعات المنزلية والحرف التقليدية، وكذلك الصناعات الصغيرة والمتوسطة، مما يزيد من حجم التعاملات التجارية ومما يؤثر إيجاباً على المستوى الاقتصادي للفرد والمجتمع.
٩. المزادات الإلكترونية تسمح بمشاركة فعالة للمرأة في المجال الاقتصادي، مع الحفاظ على الضوابط الشرعية، خصوصاً في ظل شح الوظائف.



المطلب الثاني: فوائد المزاد الإلكتروني للمزايد

الفوائد التي يجنيها المشتري من المزاد الإلكتروني كثيرة، وتزداد بزيادة قدرته على استغلال الفرص الموجودة في موقع المزاد الإلكتروني، ومن أهم الفوائد ما يأتي:-

١. أن المزاد الإلكتروني يعطي الخيار للمستهلك بأن يتسوق وينهي معاملاته في أي وقت يناسبه خلال ٢٤ ساعة في اليوم، وفي أي يوم من السنة، ومن أي مكان تتوفر فيه خدمة الإنترنت^(١).

٢. يوفر المزاد الإلكتروني على المشتري نفقات الاتصالات التقليدية من بريد وتليفون وفاكس وغيرها^(٢).

٣. يوفر المزاد الإلكتروني على المشتري نفقات الانتقال للمزايدة أو الشراء^(٣).

٤. يقدم الكثير من الخيارات للمشتري بسبب إمكانية الوصول إلى منتجات عديدة من مختلف أنحاء العالم^(٤).

٥. أن السلع المعروضة في المزاد الإلكتروني تكون -في الغالب- أرخص من مواقع بيع التجزئة على الإنترنت؛ وذلك لأن المشتري يستطيع أن يتنقل بين المواقع التجارية على الإنترنت ومقارنة بضائع كل شركة مع الأخرى بسهولة، ولذلك فإنه في آخر الأمر سيتمكن من الحصول على أفضل عرض في المزاد الإلكتروني، في حين أن الأمر أصعب إذا استلزم الأمر زيارة كل موقع جغرافي مختلف من أجل مقارنة بضائع كل شركة بأخرى^(٥).

(١) ينظر: (The business guide to selling through internet auctions) ص: ١١.

(٢) ينظر: (SAMS Teach yourself today e-Auctions) ص: ١١.

(٣) المرجع السابق.

(٤) ينظر: (The business guide to selling through internet auctions) ص: ١٣.

(٥) المرجع السابق.

٦. في استطاعة المشتري الحصول على المعلومات اللازمة خلال ثوان أو دقائق في المزادات الإلكترونية عن طريق تواصله مع البائع عبر البريد الإلكتروني في حين قد يستغرق الأمر أياماً من أجل الحصول على جواب على استفساراته في صالات المزاد التقليدية^(١).

٧. أن المزادات الإلكترونية تشجع المنافسة مما يعني خفض الأسعار فإنه في الغالب تجد سلع متشابهة وبأسعار مختلفة، مما يجعل البائع حريصاً على تصريف بضاعته بسعر أقل من الآخر، وفي هذا مصلحة للمشتري، خاصة إذا كان من ذوي الدخل المحدود^(٢).



(١) ينظر: (The Auction APP) ص: ٤.

(٢) ينظر: (The business guide to selling through internet auctions) ص: ١٣.

المطلب الثالث: فوائد المزاد الإلكتروني للوسيط الإلكتروني

تفرض معظم مواقع المزاد الإلكتروني رسوماً لإدراج السلع في مواقعها الإلكترونية، مع بعض الاختلافات اليسيرة في تحديد قيمة إدراج السلعة، وغالب هذه المواقع تفرض رسوماً أقل من ٥٪ وذلك لتعزز عملها، ولتكسب المزيد من العملاء^(١). وبالنظر للرسوم التي يطلبها موقع ebay كأحد أشهر المزادات الإلكترونية نلاحظ أن فيها شيئاً من التعقيد بناءً على الاختيارات التي يقدمها الموقع للبائع، حيث تنقسم الرسوم التي يطلبها الموقع من البائع إلى قسمين: رسوم إجبارية؛ وتشمل رسوم الإدراج ورسوم القيمة النهائية للسلعة، والقسم الثاني رسوم اختيارية؛ وهي رسوم مقابل بعض الخدمات التي يقدمها الموقع للبائع؛ كأن يكون الإعلان عن السلعة في الصفحة الرئيسة للموقع، أو يكون الإعلان مكتوباً بخط كبير، إلى غير ذلك من الخدمات.

وسأبين هنا رسوم الإدراج عند ebay^(٢) لإعطاء صورة عن نسبة الأموال التي يجنيها الموقع من إدارة المزاد الإلكتروني، وهي كالآتي:-

(١) وفي دراسة أُجريت على عدد من مواقع المزاد الإلكتروني وُجِدَ أن ما يعادل (٦٢) موقعاً من إجمالي (١٠٧) موقعاً يقوم بفرض عمولة على البائع عبارة عن نسبة مئوية من سعر البيع النهائي، ومن هذه المواقع ٦٢ يأخذ ٢٨ موقعاً عمولة ٥٪ أو أقل، و١٨ موقعاً تأخذ عمولة تتراوح بين ٧ إلى ٢٠٪، وباقي المواقع لا تعطي معلومات حول حجم العمولة.

ينظر: (Auctions on the Internet: What's Being Auctioned, and How) ص: ١٥.

(٢) ينظر: www.pages.ebay.com/help/sell/fees.html

السعر الافتتاحي للمزاد أو السعر المحدد للسلعة	رسوم الإدراج للكتب والملفات الصوتية والأفلام والألعاب	رسوم الإدراج لباقي الأنواع
Starting or Reserve Price	Insertion Fee: Books, Music, DVDs & Movies, Video Games*	Insertion Fee (other categories)
\$0.01 - \$0.99**	\$0.10	\$0.15
\$1.00 - \$9.99	\$0.25	\$0.35
\$10.00 - \$24.99	\$0.35	\$0.55
\$25.00 - \$49.99	\$1.00	\$1.00
\$50.00 - \$199.99	\$2.00	\$2.00
\$200.00 - \$499.99	\$3.00	\$3.00
\$500.00 or more	\$4.00	\$4.00

فيتضح من الجدول السابق رسوم الإدراج التي تؤخذ من البائع عند إدراج سلعته في الموقع، بحيث يتمكن المزايدون من الاطلاع على السلعة ومن ثم المزايدة عليها فرسوم الإدراج تختلف باختلاف السلعة، فالموقع - كما هو ظاهر في الجدول - يجعل السلع على قسمين:

القسم الأول: الكتب و الملفات الصوتية و الأفلام وألعاب الفيديو.

والقسم الثاني: ويشمل باقي السلع.

فالموقع يعطي خصماً للقسم الأول؛ لكثرة المزادات لهذا النوع في الموقع ولمحاولة جذب أكبر عدد من السلع، وهذا بدوره يؤثر على ارتفاع نسبة الأرباح للموقع، التي بلغت ما يزيد عن ٣ مليار دولار سنوياً، ليس هذا فحسب، بل إن شركة ebay قامت بشراء عدد من الشركات المساندة، التي سيكون لها أثر في زيادة الصفقات التجارية عبر الموقع، مما يؤدي إلى زيادة الأرباح، حيث قامت شركة ebay بشراء شركة سكايب

skype^(١) لخدمات الاتصالات الهاتفية عن طريق الإنترنت بمبلغ ٤.١ مليار دولار مما يسمح لها بعرض اتصالات هاتفية مجانية خلال المزادات التي تجرى عن طريق شبكة الإنترنت، حيث تربط بين أكثر من ١٥٠ مليون من العملاء، يتبادلون حالياً نحو خمسة ملايين رسالة عن طريق البريد الإلكتروني يومياً، وتأمل الشركة أن ييسر إتاحة مكالمات هاتفية مجانية عن طريق سكايب السبل لإبرام صفقات أكثر، على أن يتحمل التجار تكلفة المكالمات التي تسفر عن إبرام الصفقة^(٢).



(١) ينظر موقع الشركة على الإنترنت: www.skype.com

(٢) ينظر: مجلة العالم الرقمي العدد ١٣٥ وتاريخ ٩ أكتوبر ٢٠٠٥م، وسيأتي مزيد من التفصيل عن موقع ebay في الفصل الأول من الباب الثالث -إن شاء الله تعالى.

المبحث الخامس

العلاقة بين المزاد الإلكتروني والتجارة الإلكترونية

المزاد الإلكتروني أحد مجالات التجارة الإلكترونية، وسيتحدث هذا المبحث عن حقيقة التجارة الإلكترونية، وبيان العلاقة بينها وبين المزاد الإلكتروني، وذلك في المطلبين الآتين:-

المطلب الأول: حقيقة التجارة الإلكترونية.

لا يوجد تعريف محدد ومتفق عليه للتجارة الإلكترونية حتى الآن، وذلك بسبب تعدد الجهات والمنظمات الدولية التي أوردت عدة تعاريف لها، كما عرفت بها بعض التشريعات الصادرة من الدول الغربية والعربية بتعريفات مختلفة^(١) ولييان ذلك نعرض حقيقة التجارة الإلكترونية من خلال الآتي:-

أولاً: حقيقة التجارة الإلكترونية في المنظمات الدولية:

المنظمات الدولية التي عنت بالحديث عن التجارة الإلكترونية كثيرة، ولعل من أشهرها: منظمة الأمم المتحدة (UN)، ومنظمة التجارة العالمية (OTW)، لذا سأذكر تعريف التجارة الإلكترونية عند هاتين المنظميتين:

١ - منظمة الأمم المتحدة (UN):

اهتمت منظمة الأمم المتحدة "يونايتد نيشن" United Nations ممثلة في لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي الأونسيترال (Uncitral)^(٢) بوضع

(١) ينظر: إبرام العقد الإلكتروني، ص: ٤٠.

(٢) ينظر: موقع الأونسيترال على الإنترنت (www.uncitral.org) وهو مترجم إلى عدة لغات ومن ضمنها اللغة العربية.

مشروع قانون التجارة الإلكترونية، حيث وافقت لجنة الأونسيترال على إصدار القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية^(١)، ومع أن هذا القانون لم يتضمن تعريفاً للتجارة الإلكترونية، إلا أنه أشار إلى أن التجارة الإلكترونية تقوم على «التبادل الإلكتروني للبيانات ووسائل الاتصال»^(٢).

٢- منظمة التجارة العالمية (OTW):

عرفت منظمة التجارة العالمية^(٣) "وورد تراد أورجنيزيشن" Word Trade Organization التجارة الإلكترونية بأنها عملية « إنتاج المنتجات والإعلان عنها وبيعها وتوزيعها بواسطة شبكات الاتصالات »^(٤).
ويلاحظ أن التعريف لم يقصر التجارة الإلكترونية على التجارة عبر الإنترنت بل هي عامة لأي شبكة اتصال^(٥).

(١) ينظر : يتكون هذا القانون من سبع عشرة مادة، ويمكن الاطلاع على النسخة العربية من هذا القانون على موقع الأونسيترال بصيغة PDF.

(٢) ينظر: المادة رقم: ١ من قانون الأونسيترال.

(٣) منظمة التجارة العالمية هي إحدى المنظمات العالمية التي أنشأت عام ١٩٩٥ م (١٤١٥ هـ) وهي تهتم بالتجارة الإلكترونية، وتضم في عضويتها ما يزيد على ١٤٠ دولة، وقد التحقت المملكة العربية السعودية بعضوية المنظمة نهاية عام ٢٠٠٥ م.

(٤) ينظر: قاعدة المصطلحات التجارية للمنظمة على موقع المنظمة (www.wtoarab.org).

(٥) ينظر: إبرام العقد الإلكتروني، ص: ٤٣.

ثانياً: حقيقة التجارة الإلكترونية في الأنظمة العربية:

اتفقت الأنظمة العربية الصادرة في التعاملات والتجارة الإلكترونية على النقاط الأساسية لمفهوم التجارة الإلكترونية ومضمونها، حيث اتفقت على أنها: المعاملات التجارية التي تتم بواسطة وسيلة إلكترونية^(١).

وهذا التعريف الوارد في الأنظمة العربية أكد على نقطتين في تحديد ماهية التجارة الإلكترونية، وهما:

١ - العموم، فهو عام لكل صور وأنواع التعاملات التجارية، سواء كانت التعاملات في شكل عقود معاوضات أو عقود خدمات، أو عقود تسليم فوري، أو غيرها من العقود التجارية^(٢).

٢ - الشمول، فهو لم يربط التجارة الإلكترونية بوسيلة معينة كشبكات الحاسب الآلي ولا غيرها من الحاسبات الأخرى، بل جعلها شاملة في كل تعامل يتم عبر وسائط إلكترونية من غير تحديد بوسيلة معينة^(٣).

(١) ينظر: المادة الثانية من قانون إمارة دبي الخاص بالمعاملات والتجارة الإلكترونية، والمادة الأولى من قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي.

(٢) ينظر: طرق حماية التجارة الإلكترونية للشدي، ص: ٢١.

(٣) ينظر: المرجع السابق.

ثالثاً: حقيقة التجارة الإلكترونية عند شرح الأنظمة والمختصين:-

عرف بعض الباحثين التجارة الإلكترونية بتعريفات متقاربة، وهي كالآتي:-

١- العملية التي تتم بين طرفين أو أكثر عن طريق استخدام الكمبيوتر عبر شبكة الإنترنت^(١).

٢- مجموعة العمليات التجارية التي تتم عبر شبكة ويب^(٢).

٣- جميع المعاملات التي تتم عبر الإنترنت^(٣).

ويلاحظ في هذه التعاريف وأمثالها قصر التجارة الإلكترونية على وسيلة واحدة، وهي الإنترنت، وقد يكون هذا نتيجة لشيوع هذا المصطلح وانتشاره بعد وجود الإنترنت، مما جعل كثيراً من الباحثين يرون أن مصطلح التجارة الإلكترونية محصور على العمليات التجارية التي تتم عبر الوسائل الإلكترونية وخاصة عبر شبكة الإنترنت^(٤).

فالتجارة الإلكترونية لا تختلف كثيراً عن التجارة بصفة عامة من حيث مضمونها، أما وجه الخصوصية فيها فيتمثل في وسائل مباشرتها، والطريقة التي تنعقد بها العقود وطريقة تنفيذها^(٥).

(١) ينظر: الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية لهدى قشقوش ص: ٦.

(٢) ينظر: البيع والتجارة على الإنترنت لعبد الحميد بسيوني ص: ٥٤.

(٣) ينظر: التعاقد عبر الإنترنت لأسامة أبو الحسن مجاهد ص: ٢١.

(٤) ينظر: البيع والتجارة على الإنترنت لعبد الحميد بسيوني ص: ٥٤، خصوصية التعاقد عبر الإنترنت

ص: ١٤، التجارة الإلكترونية لسعد غالب، ص: ١٢٨، التجارة الإلكترونية للخريجي ص: ١.

(٥) ينظر: التعاقد عبر الإنترنت لأسامة أبو الحسن مجاهد ص: ٢٢.

ولعل التعريف المناسب للتجارة الإلكترونية هو: كل معاملة تجارية يتلاقى فيها الإيجاب والقبول من خلال وسائط إلكترونية^(١).

شرح التعريف وبيان محترزاته:-

- ١- (كل معاملة تجارية): لتشمل جميع أنواع العقود التجارية كالبيع والإجارة وغيرها.
- ٢- (يتلاقى فيها الإيجاب والقبول): وهذا ضابط التجارة الإلكترونية، أن يتلاقى الإيجاب مع القبول، وسواء كان تسليم العقود عليه بطريقة إلكترونية أم لا.
- ٣- (وسائط إلكترونية): لتشمل جميع أنواع الوسائط الإلكترونية التي يمكن من خلالها إبرام عقد التجارة الإلكترونية، كشبكات الحاسب الآلي أو الجوال الرقمي^(٢).



(١) ينظر: التعاقد عبر الإنترنت لأسمامة أبو الحسن مجاهد ص: ٢٢.

(٢) ينظر: طرق حماية التجارة الإلكترونية للشدي ص: ٢١.

المطلب الثاني: أوجه الشبه والاختلاف بين المزاد الإلكتروني والتجارة الإلكترونية

أ - أوجه الشبه بين المزاد الإلكتروني والتجارة الإلكترونية:

المزاد الإلكتروني هو أحد أوجه التجارة الإلكترونية، ولذلك فهو يشابه التجارة الإلكترونية في كثير من الخصائص والمميزات، ومن ذلك الآتي:-

١ - تشابه العقد الإلكتروني في المزاد الإلكتروني وفي التجارة الإلكترونية من جهة أن تنفيذه يكون بطريقة إلكترونية، وهذه الطريقة يتلاقى فيها إيجاب صادر من الموجب بشأن عرض مطروح بطريقة إلكترونية سمعية أو مرئية أو كليهما على شبكة الإنترنت بقبول مطابق له صادر من الطرف القابل بذات الطرق بهدف تحقيق عملية أو صفقة معينة يرغب الطرفان في إنجازها^(١).

٢ - تشابه طريقة السداد في المزاد الإلكتروني وفي التجارة الإلكترونية، حيث تعتمد كثير من المزادات الإلكترونية والمواقع التجارية على الوسائل الإلكترونية لسداد المستحقات المالية الناتجة عن بيع السلع أو الخدمات^(٢)؛ كالدفع بواسطة البطاقة الائتمانية، أو عن طريق خدمات الدفع عبر الإنترنت، وقد تكون الوسائل غير إلكترونية؛ كأن يرسل المشتري شيكاً بقيمة السلعة إلى البائع، أو تكون الوسيلة عبر الدفع النقدي المباشر، ولا يؤثر كون الوسيلة غير إلكترونية في حقيقة المزاد الإلكتروني أو التجارة الإلكترونية^(٣).

(١) ينظر: إبرام العقد الإلكتروني، ص: ٧٤، عقود التجارة الإلكترونية لمحمد أبو الهيجاء ص: ٣٩.

(٢) ينظر: إبرام العقد الإلكتروني لخالد ممدوح ص: ٧٧.

(٣) ينظر: (Internet auctions: a guide for buyers and sellers) ص: ٥، (Online

(Auction at ebay) ص: ٣٩١.

٣- أن المزاد الإلكتروني والتجارة الإلكترونية لا تعترفان بالبعد المكاني للمتعاقدين ومن ثم فقد يكون البائع في اليابان والمشتري في أمريكا، ولا يرى أحدهما الآخر ومن غير تحديد لهويتهما الحقيقية، وهذا بدوره أوجد الإشكالات القانونية في التعامل مع هذا العقد، كمسألة بيان مدى أهلية المتعاقدين للتعاقد ومسألة الاختصاص القضائي في حالة النزاع بين أطراف العقد ورغبة أحدهم في رفع دعوى على الآخر^(١).

ب - أوجه الاختلاف بين المزاد الإلكتروني والتجارة الإلكترونية:

يختلف المزاد الإلكتروني عن التجارة الإلكترونية في عدد من الأمور، منها ما يلي:-

١- أن من خصائص المزاد الإلكتروني وجود طرف إلكتروني وسيط بين البائع والمشتري، ويكون من مهمته توفير البيئة الإلكترونية المناسبة لإتمام الصفقة ومثال ذلك موقع ebay فالوسيط الإلكتروني - في الغالب - لا يبيع سلعاً يمتلكها، بل يكون أداة وصل بين البائع والمشتري، والغالب أن يأخذ الوسيط أجرته من البائع، سواء عن طريق رسوم إدراج السلعة أو رسوم السعر النهائي للسلعة، وهذا بخلاف الموقع التجاري الذي يقوم ببيع سلع يمتلكها، أو وكيل عن أصحابها كموقع amazon إذ أن هذا الموقع ليس وسيطاً بين البائع والمشتري فحسب، بل هو يبيع سلعاً يمتلكها أو موكل في بيعها، ومن ثم فإن الموقع يستفيد من هامش الربح الذي يأخذه من المشتري إذا كانت السلعة مملوكة للموقع، أو من قيمة الوكالة إذا كان الموقع وكيلاً في بيعها.

(١) ينظر: إبرام العقد الإلكتروني ص: ٧٧، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني لأسامة بدر ص: ٦٧.

٢- أن البائع في المزاد الإلكتروني محكوم بالشروط التي يضعها موقع المزاد الإلكتروني، ومن ثم فهو ملتزم بالشروط العامة التي يضعها الموقع، سواء فيما يتعلق بمدة المزاد أو طريقة عرضه للسلعة أو غير ذلك من الشروط، أما في الموقع التجاري فالبائع هو في الغالب صاحب الموقع، ومن ثم فهو ليس محكوماً بشروط معينة.

٣- أن سعر السلعة في المزاد الإلكتروني غير محدد، بل إن السعر عرضة للزيادة أو النقصان، كما أن موقع المزاد الإلكتروني يعرض العديد من السلع المشابهة وبأسعار متفاوتة، مما يزيد في المنافسة بين أصحاب السلع، ولا شك أن هذا بدوره ينعكس في أن الأسعار تكون في صالح المشتري، وهذا بخلاف سعر السلعة عند الموقع التجاري؛ إذ أن سعرها ثابت ومحدد، لا يتغير -غالباً- بمرور الوقت أو بكثرة الطلب عليها، وبمقارنة أسعار السلع في المزادات الإلكترونية مع المواقع التجارية؛ نجد أن متوسط أسعار السلع في مواقع المزاد الإلكتروني تقل ٢٥٪ عن الأسعار المحددة للسلع المثلثة في المواقع التجارية^(١).

٤- أن نسبة المخاطرة في بيع السلعة عبر موقع المزاد الإلكتروني أعلى منها في البيع عبر المواقع التجارية؛ لأن المشتري أو البائع في المزاد الإلكتروني يتعامل مع شخصية غير معروفة، ومن ثم فهو عرضة للاحتيال؛ فقد يدفع المشتري الثمن ولا تصل إليه السلعة، وقد يرسل البائع السلعة ولا يصل إليه الثمن، أما التعامل مع الموقع التجاري مباشرة فنسبة المخاطرة تكون أقل؛ لكون الموقع التجاري حريصاً على سمعته التجارية، وزيادة عملائه، ونتيجة لذلك قامت العديد من مواقع المزاد الإلكتروني بوضع العديد من الأنظمة والضوابط التي تقلل من نسبة

(١) ينظر: (Can Online Auctions Beat Online Catalogs?) ص: ٣.

المخاطرة والاحتياال في المزاد الإللكتروني، ومن أشهرها نظام التغذية الراجعة "فبيدباك" Feedback للعملاء في موقع المزاد الإللكتروني، حيث يقوم هذا النظام بجمع التقارير الإيجابية أو السلبية للعملاء، بحيث يكون لكل عميل تقييم من الأعضاء الذين تعاملوا معه في السابق^(١)، ولا شك أن هذا سيؤدي إلى حرص كل عميل على سمعته التجارية بالتعامل الصادق مع الطرف الآخر^(٢).



(١) سيأتي مزيد من التفصيل عن هذه المسألة في الفصل الأول من الباب الثاني -إن شاء الله تعالى-.

(٢) ينظر: (The Business Guide to Selling Through Internet Auctions) ص: ٣٣٨، كيف تفعل كل شيء مع ebay لغريغ هولدن ص ١٥٦-١٧٦.