



روش های سنتی معامله در بستر تجارت الکترونیکی

مزایده الکترونیکی

دکتر مریم ابراهیمی

مزایده، روشی بازاری است که در آن فروشنده، فروش محصولی را پیشنهاد می دهد و خریداران نیز مبالغی را برای خرید آن محصول پیشنهاد می دهند و برای خرید محصول با یکدیگر رقابت می کنند تا قیمت نهایی مشخص شود. مزایده، روشی در تجارت است که عمر طولانی دارد و در برخی زمان ها، مانند تصمیم به فروش سریع محصول، استفاده می شود [۱].

اینترنت، زیرساختاری را برای اجرای مزایده ها با هزینه ای کمتر، تعداد بیشتری از خریداران و فروشندگان و محصولات بیشتر فراهم می کند. اشخاص حقیقی و حقوقی می توانند در این نوع تجارت الکترونیکی در حال گسترش وارد شوند.

مزایده الکترونیکی^۱ مانند مزایده های سنتی است؛ با این تفاوت که در بستر اینترنت و به کمک کامپیوتر قابل انجام است. مزایده الکترونیکی، چندین سال بر شبکه های با دسترسی محلی (LAN) انجام می شود و در سال ۱۹۹۵، روی اینترنت نیز اجرا گشت [۱].

یکی از ویژگی های اصلی مزایده ها، آن است که قیمت ها بر اساس رابطه عرضه و تقاضا در زمان تغییر می کنند که این خاصیت، قیمت گذاری پویا نامیده می شود. این درحالیست که قیمت های کاتالوگ ها ثابت است. قیمت گذاری پویا را بر اساس تعداد خریداران و فروشندگان درگیر تبادل، به چهار دسته طبقه بندی کرده اند که در شکل ۱ نشان داده شده است.

در دسته (یک) فروشنده - یک خریدار، هر گروه درگیر تبادل، می تواند برای تغییر قیمت از روش های مذاکره، چانه زنی یا تهاوت^۲ استفاده کند. قیمت نهایی از طریق قدرت چانه زنی، عرضه و تقاضا در بازار محصول و فاکتورهای محیطی کسب و کار تعیین

یکی	مذاکره تهاوت چانه زنی	حراج معکوس
فروشندگان	تبادلات پویا	حراج پیش رو
زیاد	خریداران	یکی

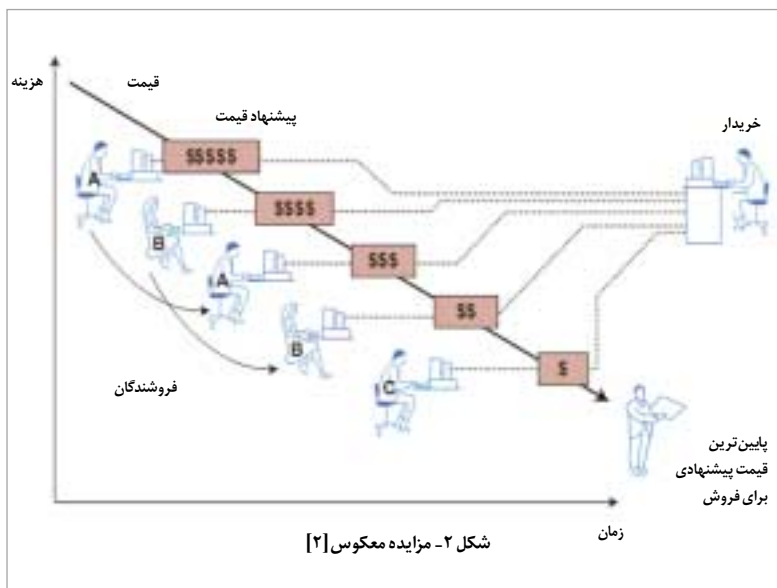
شکل ۱- انواع قیمت گذاری پویا [۲]

می شود [۱].

در دسته (یک) فروشنده - تعداد بالقوه زیاد خریدار، فروشنده از مزایده پیش رو برای ارائه محصول به خریداران متعدد استفاده می کند. در مزایده پیش رو، محصولی به خریداران پیشنهاد

می شود. روش های دیگری نیز در این دسته از قیمت گذاری استفاده می شود. به عنوان مثال در روشی که به آن مزایده با پیشنهاد خرید پوشیده^۳ می گویند؛ خریدار، تنها یک بار، پیشنهاد خرید می دهد. این روش نیز دارای دسته بندی هایی است. به عنوان مثال در دسته اولین قیمت، آن محصول، به فردی که بالاترین قیمت را مطرح می کند؛ هدیه داده می شود و در دسته دومین قیمت، آن محصول، به فردی که دومین و بالاترین قیمت را پیشنهاد می دهد؛ هدیه داده می شود که این دو دسته را مزایده ویکری^۴ نیز می نامند. در روشی دیگر از مزایده به نام مزایده ساکت^۵، خریداران نمی دانند که چه کسی پیشنهاد خرید می دهد و چه قیمتی را مطرح می کند [۱].

در دسته (یک) خریدار - تعداد بالقوه زیاد فروشنده، خریدار از طریق مزایده معکوس قابل انجام است. در این روش، عرضه کنندگان، پیشنهادهای خود را درباره قیمت محصولات مطرح می کنند. در این روش، قیمت خرید، به طور متوالی کاهش می یابد و محصولات با کمترین قیمت خریداری می شوند. در این روش، هنگامی که درخواست مظنه قیمت برای محصولات تهیه شد؛ فروشندگان و عرضه کنندگان، پیشنهادهای را به صورت الکترونیکی ارسال می کنند [۱].



شکل ۲- مزایده معکوس [۲]

به عنوان مثال شرکت اینگرام میکرو، سایتی را برای فروش مستقیم ابزارهای کامپیوتری به نام blocktx.com، طراحی کرده است.

مزایده در سایت شرکت: تعداد زیادی از شرکت ها، امکانات انجام مزایده را روی سایت خود ایجاد کرده اند. شرکت دل با سایت dellauction.com از این نوع است.

مزایده های کسب و کار - به مشتری (B2C) و مشتری - به مشتری (C2C)، معمولاً به گونه مزایده پیش رو هستند. دسته بندی هایی برای این گونه

در دسته (چند خریدار - چند فروشنده)، خریداران و قیمت های پیشنهادی آنان با فروشندگان و قیمت های درخواستی آنان تطبیق داده می شود و بر اساس قیمت های پیشنهادی و درخواستی و تعامل پویای خریداران با فروشندگان قیمت نهایی تعیین می شود [۱].

مزایده های نوع کسب و کار - به کسب و کار (B2B)، معمولاً به صورت مزایده پیش رو و معکوس وجود دارند. در عمل چهار نوع مزایده نوع کسب و کار - به کسب و کار وجود دارد که عبارتند از [۳]:

مزایده های مستقل: شرکت های

مزایده های مستقل، از یک مزایده گر ثالث، جهت ایجاد سایت و فروش محصولات خود استفاده می کنند. نمونه هایی از این مزایده گران ثالث عبارتند از:

imxexchange.com, fairmarket.com
auctiongate.com, ebay.com/business

مزایده های کالایی: در این نوع مزایده ها، بسیاری از فروشندگان و خریداران در سایت مزایده گر ثالث، تولیدات حجیم مانند مس، نفت خام و... را خرید و فروش می کنند. نمونه هایی از این مزایده گران عبارتند از: fastparts.com, metalsite.net.

مزایده های خصوصی: برخی از شرکت ها با حذف واسطه ها، تولیدات خود را به صورت مستقیم برای خریداران به مزایده می گذارند.

مزایده ها تعریف شده است که عبارتند از [۳]:

مزایده تخصصی: نمونه این مزایده، سایت ebay.com است که این شرکت، ابتدا فعالیت خود را با ارائه خدمات به گردآورندگان تمبر، عروسک، اسباب بازی و... شروع کرد.

پس از آن، فعالیت های خود را به سایر تجارت های بزرگ نیز گسترش داد. بر این اساس، صدها هزار کالا را به چند دسته مزایده تقسیم کرده و در هر دسته، مزایده تخصصی انجام می دهد. به علاوه، این شرکت، خدمات پشتیبانی از قبیل پرداخت، بیمه، حمل و نقل و تحویل کالاها را نیز انجام می دهد.

مزایده های اتومبیل: سایت هایی از قبیل autoweb.com و autobytel.com مزایده های انواع اتومبیل را انجام می دهد. شرکت مانهایم^۵ با سایت manheim.com، امکان مزایده خودروهای جدید و دست دوم را فراهم ساخته است.

مزایده های هنری: به عنوان نمونه سایت onlineart.com، امکان مزایده کارهای هنری را فراهم ساخته است.

مزایده های هواپیمایی: مانند سایت امریکن ایرلاین، با آدرس aa.com، امکان مزایده بلیت های مسافرتی خطوط هوایی را فراهم ساخته است.

پی نوشت ها

1. Electronic Auction (e-Auction)
2. Bartering
3. Sealed-bid auction
4. Vickrey auction
5. Manheim

منابع

- [1]. Turban E., King D., Lee J. and Viehland, D., "Electronic commerce, a managerial perspective", Pearson Prentice Hall, 2004.
- [2]. wps.prenhall.com/wps/media/objects/260/.../Turban-Appendix2A.pdf.
- [3]. Turban E., Mclean E. and Wetherbe J., "Information technology for management: transforming business in the digital economy", John Wiley & Sons, Inc., 2002.