

فصل ششم

مزایده های آنلاین، اجتماعات مجازی و دروازه های وب

اهداف فصل

- خصوصیات کلیدی هفت نوع اصلی مزایده
- راهکارهایی برای وب سایت های مزایده ای و تجارت های مرتبط با مزایده
- اجتماعات مجازی
- دروازه های وب

مرور اجمالی بر مزایده

- یک سایت مزایده می تواند برای خریدار و فروشنده دارای حق پرداخت هزینه باشد و این سایت می تواند تبلیغاتی را بر روی صفحه خود بفروشد.
- یادداشت های قدیمی حاکی از این است که انجام مزایده بین مردم بابل در ۵۰۰ سال قبل از میلاد مسیح رواج داشته است.
- در یک مزایده، یک فروشنده کالا یا کالاهایی را برای فروختن در معرض فروش می گذارد اما قیمتی را برای آن تعیین نمی کند.
- به خریداران بالقوه اطلاعاتی راجع به کالا یا حتی استفاده کردن آزمایشی از کالا اجازه داده می شود.
- خریداران پیشنهادهایی (Bids) می دهند که این پیشنهادها قیمت های مورد علاقه آنهاست.
- تمام مراحل مزایده توسط یک نفر به نام حراج گر (Auctioneer) اداره می شود.
- در بعضی از مزایده ها افرادی توسط فروشنده یا حراج گر استخدام می شوند تا با پیشنهادهای دروغین خود قیمت کالا را بالا ببرند. به این افراد shill-bidder گفته می شود.

انواع مزایده

- مزایده انگلیسی یا صعودی
- خریداران علناً پیشنهادهای بالا رونده ای را اعلام می کنند تا اینکه دیگر هیچ پیشنهاد بالاتری نباشد.
- این نوع مزایده به مزایده افزایشی قیمت (ascending-price auction) معروف است.
- این نوع مزایده به مزایده باز (open) معروف است، زیرا قیمت ها توسط خریداران بصورت علنی اعلام می گردد.

— قیمت مینیمم قیمتی است که مزایده با آن شروع می شود.
 — اگر در یک مزایده انگلیسی تعدادی از یک کالا برای فروش گذاشته شود و به خریداران اجازه داده شود که تعداد کالایی را که آنها می خواهند مشخص نمایند، به این مزایده، مزایده آمریکایی (Yankee auction) گفته می شود.
 — در مزایده آمریکایی، بالاترین پیشنهاد کننده، تعداد کالایی که به او اختصاص داده شده را می گیرد. اگر کالایی باقی ماند این کالای باقیمانده بین پیشنهاد کننده های پایین تر تقسیم می شود تا اینکه همه کالاها پخش شوند.

• مزایده هلندی یا نزولی

— یک نوع مزایده باز است که پیشنهادها از یک قیمت بالا شروع می شوند، تا خریدار آخرین قیمت پایین را قبول کند.
 — این نوع مزایده به مزایده نزولی (descending-price) معروف است.
 — انجمن کشاورزی در هلند این نوع مزایده را برای فروش اجناس خراب شدنی از جمله محصولات کشاورزی یا گل های پرورش داده شده استفاده می کردند.
 — خریدار برنده می تواند تمام یا قسمتی از کالاها را با همان قیمت بخرد. اگر کالایی باقی ماند برندگان بعدی با قیمت پایین تری اجناس خود را دریافت خواهند کرد.
 — اگرچه به نظر می آید این مورد به نفع برندگان بعدی باشد، اما اگر برنده اول نسبت به خرید تمام اجناس اقدام نماید در این حالت برنده بعدی وجود نخواهد داشت.

• مزایده قیمت اول به روش پیشنهاد قاطع

— خریداران قیمت هایشان را بطور مستقل و مخفی اعلام می کنند.
 — کسی که بالاترین پیشنهاد را ارائه داده برنده است.
 • مزایده قیمت دوم به روش پیشنهاد قاطع
 — شبیه به روش قبلی است با این تفاوت که به کسی که بالاترین پیشنهاد را داده، اجازه داده می شود که کالا را به قیمت نفر دوم که بیشترین پیشنهاد را داده بخرد.
 — در نگاه اول این مساله کمی عجیب است زیرا فروشنده با اینکه می تواند جنس را به قیمت بالاتری بفروشد، آن را به قیمت پایین تری می فروشد.

با نگاه دقیق به مساله می توان فهمید که فروشنده با این عمل پیشنهاد دهنده گان را ترغیب می کند تا مبلغ خود را با آنچه که فکر می کنند آن کالا ارزش دارد مطرح کنند بدون آنکه نگران باشند دیگران چه مبلغی را پیشنهاد می دهند.

– William Vickrey جایزه نوبل در زمینه اقتصاد در سال ۱۹۹۶ را به خاطر مطالعه ویژگی های این نوع مزایده از آن خود کرد.

- مزایده دو سره باز

– این نوع مزایده را مزایده با فریاد (outcry-auction) گویند.

– خریداران و فروشندگان پیشنهادهای تعداد – قیمتی خود را می دهند.

– حراج گر پیشنهاد فروشندگان را با خریداران ارتباط می دهد.

– خریداران و فروشندگان می توانند قیمت های خود را با دانشی که از دیگران در طی مزایده بدست آوردند تغییر دهند.

- مزایده دو سره به روش پیشنهاد قاطع

– خریداران و فروشندگان پیشنهادهای تعداد – قیمتی خود را به حراج گر می دهند.

– حراج گر پیشنهادهای فروشندگان را (با پایین ترین قیمت شروع و افزایش می یابد) با خریداران (با بیشترین قیمت شروع و کاهش می یابد) ارتباط می دهد تا اینکه همه کالاهای پیشنهاد شده برای فروش به خریداران فروخته شود.

– خریداران و فروشندگان نمی توانند پیشنهاد قیمت خود را تغییر دهند.

- مزایده معکوس (Reverse Auction)

– چندین فروشنده پیشنهاد های قیمت خود را به حراج گر که نماینده خریدار است می دهند.

– پیشنهادها برای تعداد مشخصی از یک کالا هستند که خریدار می خواهد آنها را بخرد.

– قیمت ها پایین می آید تا زمانیکه هیچ فروشنده ای تمایل به کاهش قیمت نداشته باشد.

– در بسیاری از مزایده های معکوس، خریدار همانند یک واسط، فروشندگان را برای شرکت در مزایده غربال می کند.

مزایده های آنلاین و واحدهای تجاری وابسته به آن

- مزایده های اینترنتی به سرعت در حال رشد هستند.

- مزایده های آنلاین حدود ۵۰ درصد از حجم دلارهایی که در زمینه تجارت الکترونیکی بدست می آید را در اختیار دارند.

- سه گروه از مزایده هایی که در سایت ها مورد استفاده قرار می گیرند عبارتند از:
 - مزایده مصرف کنند عام یا مزایده C2C
 - مزایده مصرف کننده خاص یا مزایده B2C
 - مزایده واحد تجاری به واحد تجاری یا B2B

مزایده های آنلاین و واحدهای تجاری وابسته به آن

- مزایده مصرف کننده عام
 - eBay یک سایت موفق در زمینه مزایده است.
 - فروشندهگان و خریداران باید ابتدا در سایت eBay ثبت نام کنند و قوانین پایه در مورد تجارت در این سایت را بپذیرند.
 - فروشندهگان مبلغی را بعنوان حق ثبت نام و همراه درصد کمی از قیمت فروش به eBay می پردازند.
 - eBay یک سیستم ارزشیابی فروشنده، جهت کم کردن نگرانی خریداران در مورد معتمد بودن فروشنده ایجاد کرده است.
 - مزایده eBay از نوع مزایده انگلیسی است.
 - Amazon و Yahoo (در زمینه مزایده کتاب های دست دوم) نیز از سایت های موفق در زمینه مزایده مصرف کننده عام هستند.

• مزایده مصرف کننده خاص

- سایت های دارای مزایده مصرف کننده خاص، احتیاجات خاص بازار را تأمین می کنند.
- بعنوان مثال سایت مزایده ای Huggle برای قطعات کامپیوتری تأسیس شد.
- سایت Golf Club Exchange و Cigarbid.com محصولات یک بار مصرف افراد با درآمد بالا به مزایده می گذارد.
- همچنان که دنیای وب به بلوغ سنی می رسد بسیاری از صفحات وب مزایده مخصوص دیگر بوجود می آید.
- شرکت های مزایده ای مصرف کننده خاص قابلیت کسب سود در قسمتی از بازار را دارند.

• مزایده واحد تجاری به واحد تجاری

- بسیاری از کمپانی های سازنده بصورت متناوبی احتیاج به خارج کردن/بدور انداختن کالاهای مازاد یا بدون استفاده انبار دارند.

سه مدل مزایده B2B برای اداره کردن این کالاهای مزاد:

- در مدل کمپانی های بزرگ، شرکت مزایده اش را در سایت مزایده اعلام می کند و سپس این کالاها را بفروش می رساند.
- در مدل کمپانی های کوچک، شرکت از مزایده وب به سوم شخص (third-party) استفاده می کند. این شرکت ها اغلب کالاهای مزاد خود را به دلان فروش و نقد کنندگان کالای مزاد (Liquidation Brokers) می فروشند که در واقع شرکت هایی هستند که خریدارانی را برای این کالاهای مزاد فراهم می کنند.
- در این مدل که شبیه مزایده مصرف کننده عام است، شرکت در بازاری وارد می شود که مزایده را برای فروشندگان و خریدارانی که قبلاً هیچگونه رابطه ای با هم ندارند ایجاد می کند.

اجتماعات مجازی و دروازه های وب

- شرکت ها دو روش دیگر برای درآمدزایی در اینترنت و وب را توسعه داده اند:

اجتماع های مجازی

- اجتماع های مجازی یا اجتماع های وب یا اجتماع های آنلاین محلی هستند برای تجمع افراد و واحدهای تجاری که یک حضور فیزیکی ندارند.
- نمونه اجتماع های مجازی گروههای خبری Usenet، تالارهای گفتگو یا اتاق Chat و وب سایت ها هستند.
- این اجتماع ها امکان ارتباط برای افراد و بحث در مورد علاقمندی های متداول را فراهم می کنند.
- یکی از انواع اجتماع ها ی مجازی Virtual Learning Community یا مجتمع یادگیری مجازی است.
- یکی از اولین اجتماع های مجازی که در سال ۱۹۸۵ آغاز شد WELL بود. اعضای WELL مبلغ ماهیانه ای را برای شرکت در بحث ها و کنفرانس ها پرداخت می کردند.

دروازه های وب

- دروازه وب از ترکیب دو یا چند سایت بوجود می آید.
- مدل های درآمدزایی دروازه وب عبارتند از:
 - دروازه های وب با حمایت از آگهی های تبلیغات
 - دروازه های وب با درآمدزایی ترکیبی (تبلیغات و پرداخت حق عضویت)

• دروازه های وب داخلی

– سازمان ها به منظور تأمین کردن اطلاعات برای کارمندان دروازه وبی تهیه نمودند.

– این دروازه ها بر روی شبکه داخلی پیاده سازی شده اند.

– با این دروازه ها صرفه جویی در هزینه بوسیله جایگزین کردن الکترونیک در چاپ و پخش، خبرنامه و دیگر ارتباطات نوشتاری امکان پذیر می شود.