

Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες



Του Ιωάννη Βάρδα

Υποψήφιου Διδάκτορα Οικονομικών
Πανεπιστημίου Κρήτης
Συνεργάτη του Επιμελητηρίου για τη δημιουργία του
Ηλεκτρονικού Κέντρου Εμπορίου Κρήτης

α. Εισαγωγή

Η εκρηκτική εξάπλωση της τεχνολογίας και τους internet ειδικότερα έχει ως αποτέλεσμα πάρα πολλές καθημερινές εργασίες να γίνονται πλέον ηλεκτρονικά. Μεταξύ αυτών είναι και οι δημοπρασίες, όπου από το 1995 έχουν αρχίσει να διεξάγονται και μέσω του παγκόσμιου ηλεκτρονικού δικτύου. Από τότε έχοντας αναπτύξει μία εξαιρετική δυναμική, έχουν σημειώσει εντυπωσιακή ανάπτυξη, με αποτέλεσμα να θεωρούνται σήμερα ως ένα από τα πιο αξιοσημείωτα φαινόμενα στο διαδίκτυο.

Οι λόγοι που ωθούν κάποιον να καταφύγει σε μία δημοπρασία όταν θέλει να διαπραγματευτεί την αγορά ή πώληση κάποιου αγαθού ή υπηρεσίας ποικίλουν. Ίσως οι ιδιωτικές διαπραγματεύσεις να είναι ανέφικτες ή αποτυγχάνουν. Επίσης το κόστος των υπηρεσιών, η μοναδικότητα των αγαθών και η ποιότητα τους αρκετές φορές δεν είναι δυνατόν να εκτιμηθούν με ακρίβεια. Τέλος η διαπραγμάτευση της τιμής μέσω μίας δημοπρασίας, πραγματοποιείται πολύ συντομότερα σε σχέση με το αν γινόταν ιδιωτικές συνομιλίες με όλους τους ενδιαφερόμενους.

β. Χαρακτηριστικά και Πλεονεκτήματα των Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών

Οι Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες, γενικά, είναι ένα άριστο και δοκιμασμένο μέσο διευκόλυνσης αγορών ή πωλήσεων. Τα πλεονεκτήματα και οι ευκολίες που προσφέρουν είναι πάρα πολλές και οφείλονται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους. Ειδικότερα όλα τα προϊόντα και οι υπηρεσίες χωρίς κανένα περιορισμό μπορούν να δημοπρατηθούν ηλεκτρονικά. Η διεξαγωγή δε των ηλεκτρονικών δημοπρασιών πραγματοποιείται μέσω του διαδικτύου, χωρίς να απαιτείται η εγκατάσταση κάποιου

επιπρόσθετου λογισμικού, γεγονός που τις κάνει προσιτές στον καθένα ανεξάρτητα του γεωγραφικού σημείου του οποίου βρίσκεται.

β.1 Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες B2B , B2C και C2C

Οι Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες διακρίνονται σε αυτές μεταξύ επιχειρήσεων (B2B), οι οποίες τόσο ως προς το σχεδιασμό, όσο και ως προς τη φιλοσοφία, διαφοροποιούνται σημαντικά από τις δημοπρασίες οι οποίες πραγματοποιούνται μεταξύ μίας επιχείρησης και μεμονωμένων καταναλωτών (B2C), και τις δημοπρασίες εκείνες που γίνονται μεταξύ μεμονωμένων καταναλωτών (C2C). Όσο αφορά στις σημαντικότερες διαφορές των B2B και B2C-C2C ηλεκτρονικών δημοπρασιών, τονίζεται πως οι B2B δημοπρασίες είναι προσαρμοσμένες στο πνεύμα των επιχειρηματικών πρακτικών, ενώ οι B2C-C2C δημοπρασίες χρησιμοποιούνται κυρίως από ιδιώτες που στοχεύουν στην πώληση ή προμήθεια ενός μεμονωμένου είδους. Όσο αφορά στις δημοπρασίες μεταξύ επιχειρήσεων ιδιαίτερο βάρος δίνεται στην διασφάλιση του κύρους και της φερεγγυότητας τους. Η επίτευξη αυτού πραγματοποιείται, μέσω της καταχώρησης των εταιριών στο πληροφοριακό σύστημα της δημοπρασίας βάσει συγκεκριμένης διαδικασίας. Δίνεται δηλαδή σε αυτούς κωδικός πρόσβασης και συνθηματικό που τους επιτρέπει να λάβουν μέρος στην δημοπρασία. Σε αντίθεση, στις B2C-C2C δημοπρασίες στόχος είναι η κατά το δυνατόν μεγαλύτερη συμμετοχή, μέσω απλουστευμένης και μη προσωποποιημένης καταχώρησης (registration) των συμμετεχόντων.

β.2 Πλεονεκτήματα για διοργανωτές – συμμετέχοντες

Στις επιχειρήσεις διοργανωτές μέσω της διαδικασίας παρέχεται δυνατότητα:

- Αξιοποίησης ενός δυναμικού καναλιού εμπορικών συναλλαγών,
- Ελαχιστοποίηση του χρόνου διαπραγμάτευσης με τους αγοραστές ή προμηθευτές,
- Επίτευξη βέλτιστης τιμής προμήθειας ή εκποίησης.





Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε ηλεκτρονικές δημοπρασίες, μπορούν να:

- Λαμβάνουν μεγάλες παραγγελίες ή να αγοράζουν μεγάλες ποσότητες υλικών σε συμφέρουσες τιμές,
- Συμβάλλουν στο δυναμικό καθορισμό των τιμών και αποκτούν με τον τρόπο αυτό ισχυρή διαπραγματευτική ισχύ.

γ. Κατηγορίες Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών

Ανάλογα αν ο αγοραστής ή ο πωλητής είναι αυτός που προκαλεί τη δημοπρασία διακρίνουμε τις δύο παρακάτω κατηγορίες:

1. **Μειοδοτική Δημοπρασία:** Ο αγοραστής είναι αυτός που προκαλεί τη δημοπρασία. Οι τιμές των προσφορών διαρκώς μειώνονται και η μικρότερη είναι αυτή που συνήθως υπερισχύει. Ενδείκνυται ιδιαίτερα όταν ο αγοραστής καλείται να προμηθευτεί προϊόντα ή υπηρεσίες υψηλής αξίας όπου η βελτίωση της τιμής αποτελεί σημαντικό παράγοντα κερδοφορίας .
2. **Πλειοδοτική Δημοπρασία:** Ο πωλητής είναι αυτός που προκαλεί τώρα τη δημοπρασία, όπου η μεγαλύτερη προσφορά συνήθως κερδίζει. Οι εταιρείες είναι αυτές που συνήθως επιλέγουν την χρήση πλειοδοτικής δημοπρασίας στην περίπτωση που επιθυμούν να εκποιήσουν προϊόντα που πλεονάζουν ή υλικό που θέλουν να εκσυγχρονίσουν,

δ. Είδη Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών

Υπάρχουν αρκετά είδη πλειοδοτικών και μειοδοτικών δημοπρασιών με σημαντικότερα τα παρακάτω:

1. Δημοπρασία Αγγλικού τύπου (Ascending price auction)

Οι συμμετέχοντες στη δημοπρασία προσφέρουν διαρκώς υψηλότερες τιμές μέχρι να μείνει μόνο ένας ο οποίος και κερδίζει.

2. Δημοπρασία Γερμανικού τύπου (Descending price auction)

Οι τιμές αρχίζουν από ψηλά και μειώνονται μέχρι να βρεθεί κάποιος αγοραστής.

3. Ενσφράγιστη οικονομική προσφορά (Sealed bid auction)

Κάθε ενδιαφερόμενος κάνει μόνο μία προσφορά χωρίς να γνωρίζει τις αντίστοιχες των υπολοίπων που συμμετέχουν στη διαδικασία, όπου η καλύτερη είναι αυτή που κερδίζει.

4. Δημοπρασίες δεύτερης τιμής (Second price auction)



Όπως και στη προηγούμενη περίπτωση νικητής είναι αυτός ο οποίος θα κάνει τη μεγαλύτερη προσφορά σε χρηματικές μονάδες, αλλά πληρώνει το αντίτιμο που αντιστοιχεί στη δεύτερη σε μέγεθος προσφορά.

5. Yankee Auction

Αρκετές ηλεκτρονικές δημοπρασίες χρησιμοποιούν τον παραπάνω τύπο, όπου ένα ή περισσότερα κομμάτια του ίδιου είδους προσφέρονται όλα για αγορά στην ίδια μεταξύ τους τιμή. Όταν η δημοπρασία ολοκληρωθεί οι μεγαλύτερες σε μέγεθος προσφορές απορροφούν την διαθέσιμη ποσότητα στην προσφερόμενη τιμή. Η κατάταξη των προσφορών γίνεται αρχικά ως προς την τιμή, έπειτα ως προς την ποσότητα και τέλος ως προς την αρχική προσφορά. Συγκεκριμένα

- Αρχικά οι προσφορές κατατάσσονται σε μία σειρά ανάλογα με την τιμή τους .
- Αν οι τιμές είναι ίδιες στη συνέχεια εξετάζεται η ποσότητα και η προσφορά που αφορά στη μεγαλύτερη ποσότητα υπερισχύει.
- Τέλος αν και ως προς την ποσότητα συμφωνούν αυτές που προηγούνται χρονικά κερδίζουν.

ε. Εταιρίες ηλεκτρονικών δημοπρασιών

Ενδεικτικά, αν κάποιος επιθυμεί να αναζητήσει Ελληνικές εταιρίες που δραστηριοποιούνται στο χώρο των Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών , μπορεί να δει τις :

1. CosmoOne (<http://www.cosmo-one.gr/>)

Η οποία προσφέρει υπηρεσίες B2B Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών από τον Μάρτιο του 2001, μέσω της υπηρεσίας b2bauctions.

2. Fleamarket (<http://www.fleamarket.gr/program/search.cfm>)

Αυτή σε αντίθεση με την CosmoOne, παρέχει μόνο την δυνατότητα σε οποιοδήποτε μεμονωμένο καταναλωτή, να αγοράσει ή να πουλήσει προϊόντα μέσα από την ιστοσελίδα της. Ουσιαστικά διαδραματίζει ρόλο απλά διαμεσολαβητικό (έμπιστη τρίτη οντότητα) στην διεξαγωγή των συναλλαγών και δεν επεμβαίνει ούτε μπορεί να επέμβει μετά την λήξη μιας καταχώρησης.

3. Busines Exchanges (<http://www.be24.gr>)

Η εταιρία δραστηριοποιείται στην παροχή B2B υπηρεσιών , παρέχοντας την δυνατότητα σε όποιον ενδιαφέρεται να συμμετάσχει σε ηλεκτρονικές δημοπρασίες.

στ. Το μέλλον των Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών

Ιδιαίτερα ευοίωνα προδιαγράφεται το μέλλον των ηλεκτρονικών δημοπρασιών, σύμφωνα με όλες τις μελέτες και έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί από διεθνείς

αξιόπιστους ερευνητικούς οργανισμούς. Σύμφωνα με έρευνα της Forester Research, το 2004, ο όγκος συναλλαγών των μειοδοτικών ηλεκτρονικών δημοπρασιών αναμένεται να προσεγγίσει τα 745,8 δισεκατομμύρια δολάρια. Ο τομέας δε των ηλεκτρονικών δημοπρασιών μεταξύ επιχειρήσεων, σύμφωνα με τους αναλυτές προβλέπεται να σημειώσει εκρηκτικούς ρυθμούς ανάπτυξης κατά τη διάρκεια της επόμενης τριετίας. Πιο συγκεκριμένα ως το τέλος του 2003, εκτιμάτε να έχουν πραγματοποιηθεί παγκοσμίως, μεταξύ επιχειρήσεων, ηλεκτρονικές δημοπρασίες της τάξης των 140 δις. Δολαρίων.



Στην παραπάνω εικόνα απεικονίζεται η έντονα ανοδική πορεία των ηλεκτρονικών δημοπρασιών. Συγκεκριμένα από 8.8 δισ. Δολάρια το 1999 που αντιπροσώπευαν το 13% του συνολικού όγκου των ηλεκτρονικών συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων, φτάσαμε το 2002 στα 88 δισ. Δολάρια και το αντίστοιχο ποσοστό εκτοξεύτηκε στο 27%.

Κλείνοντας, πρέπει να αναφερθεί η περίπτωση του Κέντρου Ηλεκτρονικού Εμπορίου Κρήτης, το οποίο δημιουργείται αυτή την περίοδο από το Επιμελητήριο Ηρακλείου σε συνεργασία με τα άλλα τρία Επιμελητήρια του νησιού. Η ολοκλήρωση του έργου και η έναρξη λειτουργίας του έχει προγραμματιστεί για το επόμενο έτος. Το κέντρο αναμένεται να προσφέρει μία ευρεία γκάμα ηλεκτρονικών υπηρεσιών στους ενδιαφερόμενους και μεταξύ αυτών και τη δυνατότητα συμμετοχής σε δυναμικές μορφές συναλλαγών όπως οι Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες.