

تجارت الکترونیک

مدرس: مسعود معاونی

منبع تدریس: کتاب تجارت الکترونیک دکتر محمدعلی ترکمانی، کتاب ناخدایی دیجیتالی مهدی شامی
زنجانی و کتاب نسل چهارم بازاریابی فلیپ کاتلر به همراه نکات تکمیلی در فایل پاورپوینت مدرس

ترم اول سال ۱۴۰۳-۱۴۰۴

سرفصل‌های درس

- فصل اول: اصول تجارت الکترونیک
- فصل دوم: تحول دیجیتال در قالب تجارت الکترونیک
- فصل سوم: نرم‌افزارهای تجارت الکترونیکی
- فصل چهارم: تکنیک‌های مزایده، مناقصه و مذاکرات آنلاین
- فصل پنجم: مدل کسب و کار دیجیتال
- فصل ششم: تجارت سیار
- فصل هفتم: تجارت الکترونیکی B2B و B2C
- فصل هشتم: تکنیک‌های افزایش مخاطب در تجارت الکترونیک
- فصل نهم: تجربه دیجیتال مشتری
- فصل دهم: فرایندهای دیجیتال و محیط کار دیجیتال
- فصل یازدهم: استراتژی‌های تجارت الکترونیک و قابلیت‌های رهبری تحول دیجیتال
- فصل دوازدهم: موانع پیاده‌سازی تجارت الکترونیک
- پیوست ۱: امنیت در خرید اینترنتی
- پیوست ۲: دیجیتال مارکتینگ

فصل چهارم: تکنیک‌های مزایده، مناقصه و مذاکرات آنلاین

• مزایده یا حراج برخط: مزایده برخط یا حراج اینترنتی برخط یا online bidding و به‌طور ساده‌تر حراج الکترونیکی یکی از جالب‌ترین مکانیزم‌های بازار در تجارت الکترونیکی است که از آن‌ها در بخش‌های مختلفی استفاده می‌شود.

• به‌طور کلی مزایده یا حراج، نوعی خاص از فروش است که در آن تقاضا برای محصولات یا خدمات بیشتر از مقدار موجود است و خریداران برای به‌دست آوردن محصولات یا خدمات مورد نظر خود به رقابت می‌پردازند. در هر مزایده‌ای سه گروه از افراد نقش دارند:

- مزایده‌گذار
- محصول یا خدمت
- پیشنهاد دهندگان یا خریداران

-
- در هر مزایده، مزایده‌گذار تلاش می‌کند تا محصول یا خدمت موردنظرش را با بالاترین قیمت ممکن به فروش برساند و در مقابل پیشنهاددهندگان به دنبال تصاحب محصول مورد نیازشان با کمترین قیمت هستند.

محدودیت‌های حراجی‌های سنتی

- حراجی‌های سنتی یا آفلاین دارای محدودیت‌هایی هستند:
- زمان حراج بسیار کوتاه است
- افراد امکان حضور آسان در محل حراجی را ندارند
- پیشنهاددهندگان امکان بررسی کامل محصول یا خدمت را نخواهند داشت
- امکان مقایسه کالاهای موجود در چندین حراجی همزمان وجود ندارد
- اطلاع از زمان حراجی کار ساده‌ای نیست
- دستیابی فروشندگان به محل حراجی کار ساده‌ای نیست
- کمیسیون پرداختی در حراجی سنتی مبلغ بالایی است

ویژگی‌های حراجی آنلاین

- امکان تعیین قیمت مناسب
- فروش و توزیع آسان محصولات خاص و منحصر به فرد
- کمک در توزیع
- امکان ایجاد هماهنگی‌های لازم

الزامات وبسایت‌های حراجی

- امکانات امنیتی مناسب برای وب سایت حراجی
- تدوین خط مشی‌های مناسب برای تراکنش‌های موجود در حراجی آنلاین
- رتبه‌بندی خریداران و فروشندگان در وب سایت به هدف اعتبارسنجی
- تعیین مشخص هزینه‌های حراجی و طرف پرداخت (پورسانت وب سایت از حراجی)
- توجه به قوانین دولتی و فقه اسلامی (در ایران)
- داشتن درگاه پرداخت الکترونیکی و رمز ارز

قیمت‌گذاری پویا در حراجی

- مهمترین ویژگی حراجی آنلاین، قیمت‌گذاری پویا در آن است. فروشنده یک قیمت پایه تعیین می‌کند و خریداران در لحظه به‌صورت پویا پیشنهادات جدیدی ارائه می‌دهند و قیمت کالا یا خدمات را افزایش می‌دهند. به‌طور کلی در هر حراجی ۴ حالت زیر پیش می‌آید:
 - یک خریدار، یک فروشنده
 - یک فروشنده، چند خریدار
 - یک خریدار، چندین فروشنده (مناقصه الکترونیک، مدل اعلام قیمت)
 - چندین فروشنده، چندین خریدار

مزایای استفاده از مزایده و مناقصه الکترونیک

- سادگی فرایندها
- امکان خرید آسان کالاهای خاص و منحصربه‌فرد با شفافیت بالا
- کاهش هزینه‌های حراجی
- کمک به کسب‌وکارهای کوچک
- امکان فروش محصولات جدید یا با تولید محدود در بازاری رقابتی
- امکان کسب اطلاعات بیشتر از محصول یا خدمت
- جذابیت بیشتر در مزایده‌های آنلاین

معایب استفاده از مزایده و مناقصه‌های الکترونیکی

- عدم اطمینان برخی از افراد به فرایند مزایده
- نیاز به دسترسی آنلاین به سایت مزایده
- مباحث مرتبط با امنیت اطلاعات و نقض حریم خصوصی
- امکان زد و بند پشت پرده در فرایند مزایده آنلاین

انواع مدل‌های حراجی آنلاین

- **روش لیست شبه حراجی:** در این روش که توسط ebay و ایسام در ایران اجرا می‌شود، خریداران قیمت حداقلی و حداکثری مدنظرشان را اعلام می‌کنند. خود سایت در صورتی که درخواست بالاتری وارد شود از طرف خریدار قبلی اجازه دارد تا سقف تعیین شده قیمت کالا را بالا ببرد.
- **روش قیمت ثابت:** در این روش فروشنده قیمت مدنظر خود را اعلام می‌کند و اولین نفری که حاضر به خرید با آن قیمت باشد، برنده مزایده می‌شود.
- **روش قیمت ثابت با بهترین قیمت:** در این روش قیمت نهایی یک کالا توسط فروشنده اعلام می‌شود. خریدار می‌تواند تقاضای تخفیف کند. فروشنده کاملاً مختار است که تقاضای تخفیف را بپذیرد یا رد کند.
- **حراجی خود توسعه‌ای:** فروشنده می‌تواند براساس قوانین مزایده، مدت زمان مزایده را تمدید کند.

مبادله پایاپای آنلاین و مذاکره آنلاین

- در مبادله پایاپای یا Bartering دو طرف کالاهایی را با یکدیگر معوض می کنند. به طور معمول نفر اول، کالاهای مدنظرش را برای تعویض مشخص می کند.
- در روش مذاکره آنلاین، دو طرف از طریق چت آنلاین یا تماس ویدیویی با یکدیگر مذاکره کرده و به تعیین قیمت می پردازند.

سوالات تشریحی

- حراجی آنلاین چیست؟
- مزایای حراجی الکترونیکی بر حراجی سنتی چیست؟
- فرق بین مناقصه و مزایده چیست؟
- محدودیت‌های اصلی در حراجی‌های آنلاین چیست؟
- مبادله پایاپای چیست؟
- بررسی کنید که چه وب سایت‌هایی در ایران و برای چه خدماتی از مزایده و حراجی آنلاین استفاده می‌کنند. **درباره قوانین حراجی آنلاین در ایران تحقیق کنید.**