**Електронні аукціони**

**Логвина Анастасія**

*Миргородський художньо-промисловий коледж імені М.В. Гоголя*

*Полтавського національного технічного університету*

*імені Юрія Кондратюка*

Електронний аукціон – це продаж різноманітних товарів на аукціоні в рамках електронного бізнесу, коли є один продавець і безліч покупців. Зацікавлені в конкретній пропозиції клієнти перераховують продавцеві плату і одержують потрібний продукт протягом відповідного часу.

На електронних аукціонах ціна не фіксована. Джерела доходів електронних аукціонів - комісія за трансакції і реклама. Це досить перспективна сфера електронної комерції. Багато компаній використовують електронні аукціони як інструмент маркетингової оцінки, що дозволяє визначити початковий попит і ринкову ціну відносно нового продукту.

Електронні аукціони класифікують так:

1.Звичайний (абсолютний) аукціон - не має зарезервованої або мінімальної ціни, товар продається покупцю за максимальну запропоновану ціну.

2.Публічний аукціон - для всіх учасників і відвідувачів доступна поточна максимальна ставка; ніяких обмежень, крім гарантії платоспроможності, на учасників не накладається.

3.Приватний аукціон - ставка приймається протягом обмеженого часу, причому учасник має право тільки на одну ставку і не може дізнатися розмір і кількість ставок інших учасників; наприкінці обумовленого періоду визначається переможець або переможці.

4.Тихий аукціон - це різновид приватного аукціону, учасник не знає, хто зробив ставку, але може дізнатися, яка поточна максимальна ставка.

5.Аукціон з мінімальною ціною - продавець виставляє товар і визначає мінімальну стартову продажну ціну, покупці ж у процесі торгів знають тільки мінімальну ціну.

6.Аукціон з зарезервованої ціною - відрізняється від аукціону з мінімальною ціною тим, що учасники аукціону знають про встановлену мінімальну ціну, але не знають про її величині, якщо в процесі Торгівельні мінімальна ціна не досягнута, то товар залишається не проданим.

7.Дитячий аукціон - початкова ціна встановлюється перебільшено високою і в процесі торгів автоматично зменшується, зменшення ціни припиняється після того, як учасник-покупець зупиняє аукціон.

Проведення електронних аукціонів в Україні основане на нормативно-правовій базі проведення конкурсів. Тендерів та аукціонів в Україні. Нині Верховна Рада України працює над проектом Закону про електронну комерцію.

У багатьох випадках електронні аукціони  дозволяють скоротити шлях перепродажу продукту від виробника до споживача. Це можливо завдяки використання Інтернет - технологій, що надають можливість ефективної прямої взаємодії з кінцевим споживачем, тому компанії можуть виконувати роль, яку традиційно виконували проміжні постачальники. Це також дозволяє накопичувати інформацію про усі продажі та про усіх клієнтів, що, відповідно,  дозволяє виконати досконалий бізнес-аналіз та маркетингові дослідження, що є великою перевагою у конкурентній боротьбі.

У цілому електронне середовище широко використовується для доставки цифрового медіа-контенту (музика, фільми, преса тощо), корисної інформації, освітніх матеріалів а також компаніями-виробниками програмного забезпечення для його продажу.

Найбільшою перевагою електронної комерції є суттєве зниження витрат на оформлення угоди та її подальше обслуговування. Тому бізнес-процеси, які можуть бути переведені на електронну основу мають потенціал зниження витрат на них, що, у свою чергу, зумовлює зниження собівартості товару чи послуги.

Протягом останніх 5 років український ринок електронної комерції показував щорічне зростання на рівні 50 – 60% незалежно від перманентних економічних коливань. При цьому ринок володіє серйозним потенціалом.

В Україні проведення електронних аукціонів є досить поширеним явищем. Так, зокрема, у 2007 році корпорація «Fozzy Group», згідно зі стратегією поліпшення послуг для своїх клієнтів, оголосила конкурсний відбір банку-партнера для надання йому ексклюзивних прав надання фінансових послуг на території магазинів корпорації. Для відбору кращої пропозиції був проведений відкритий електронний он-лайн аукціон серед усіх зацікавлених банків.

Однак основними факторами, які гальмують розвиток українського ринку електронної комерції загалом та електронних аукціонів зокрема є:

         1) відсутність законодавчої бази, яка б регулювала процес купівлі/продажу онлайн, здійснення електронних платежів за оплачені товари/послуги та яка б встановлювала прозорі правила гри на ринку (як для продавців, так і для покупців);

         2) слабо розвинена національна система електронних платежів;

         3) низька ефективність більшості існуючих українських торгівельних майданчиків;

         4) низький рівень проникнення Інтернету (особливо в регіонах)

**Література**

1. <http://www.rusnauka.com/11_EISN_2011/Informatica/4_85082.doc.htm>
2. <http://ukrarticles.pp.ua/biznes-i-finansy/2244-yelektronnye-aukciony.html>