

Đấu giá trực tuyến là cách cho phép người tham gia **đấu giá** các sản phẩm hoặc các dịch vụ thông qua **Internet**.

Khi nói đến đấu giá trực tuyến là chúng ta nghĩ ngay đến **eBay**, website đấu giá trực tuyến lớn nhất trên thế giới hiện nay. Giống như hầu hết các công ty đấu giá, eBay không trực tiếp bán hàng của chính mình mà chỉ giúp cho các thành viên liệt kê và trưng bày sản phẩm của họ, đấu giá các sản phẩm và thanh toán chúng. Nó hoạt động giống như là một nơi họp chợ cho các thành viên hoặc các doanh nghiệp sử dụng để đấu giá các sản phẩm và dịch vụ. Có một vài loại hình thức đấu giá trên mạng đang hiện hữu như: đấu giá kiểu Anh, giá khởi điểm sẽ được đặt ở mức thấp và sau đó được nâng lên bởi các người tham gia đấu giá tiếp theo; đấu giá kiểu Hà Lan, đồng thời nhiều món hàng giống nhau sẽ được đưa lên sàn đấu giá, tất cả những người đấu giá thắng sẽ trả cùng một giá – giá cao nhất mà tất cả các món hàng đó được bán (*treasury bills* là một ví dụ cho kiểu đấu giá này). Hầu hết tất cả các sàn đấu giá trực tuyến đều sử dụng đấu giá kiểu Anh.

Những ưu điểm của mô hình thương mại này là:

1. **Không ràng buộc thời gian.** Việc đặt giá có thể thực hiện bất kì lúc nào. Các sản phẩm được liệt kê trong một vài ngày (thường là từ 1 đến 10 ngày, tùy theo ý thích của người bán) để người mua có thời gian tìm kiếm, quyết định và đặt giá. Giá trị của món hàng sẽ được nâng lên theo số lượng người tham gia đấu giá.
2. **Không ràng buộc địa lý:** Những người bán hàng và những người đấu giá có thể tham gia đấu giá từ bất kì nơi nào có truy cập Internet. Điều này làm các cuộc đấu giá thêm gần gũi và giảm chi phí tham dự một cuộc đấu giá. Điều này đồng thời cũng làm tăng số lượng các sản phẩm (có càng nhiều người bán hàng) và số lượng các đặt giá (có càng nhiều người đặt giá). Những món hàng không những không cần phải đưa đến sàn đấu giá mà còn giảm được chi phí, giảm được giá khởi điểm được chấp nhận của người bán.
3. **Sức mạnh của tương tác xã hội:** Tương tác xã hội mà liên quan đến quá trình đấu giá thì giống như việc đánh bạc. Những người đấu giá chờ đợi trong hi vọng là họ sẽ thắng (eBay gọi những người đặt giá thành công là những người chiến thắng). Cũng giống như sự ham mê cờ bạc, nhiều người tham gia đặt giá chủ yếu để "chơi trò chơi" chứ không muốn giành được món hàng. Và điều này tạo ra một sự phân chia lớn các khách hàng tiềm năng của eBay.
4. **Số lượng người đấu giá lớn.** Bởi vì tiềm năng có giá thấp, hàng hóa và dịch vụ đa dạng, dễ dàng tham gia và lợi ích xã hội của quá trình đấu giá.
5. **Số lượng người bán hàng lớn.** Bởi vì có nhiều người tham gia đặt giá, có thể đạt được giá cao, giảm chi phí bán hàng, dễ buôn bán.
6. **Mạng lưới kinh doanh.** Số lượng lớn các người tham gia đấu giá sẽ khuyến khích nhiều người bán, ngược lại số lượng lớn các người bán sẽ làm tăng số lượng người đấu giá. Càng có nhiều hoạt động thì hệ thống càng lớn mạnh, và mô hình kinh doanh càng trở nên có giá trị cho những người tham gia.
7. **Đấu giá là một hình thức rõ rệt nhất của sự chênh lệch giá.** Vì vậy, họ cố gắng chuyển một phần thặng dư của khách hàng thành thặng dư hàng hóa. **Đấu giá trên mạng là một hình mẫu hiệu quả của sự chênh lệch giá.**

Đấu giá trực tuyến Việt Nam: Chập chững nhập cuộc 08:39' 23/05/2005 (GMT+7)

Không thể so với đại gia eBay, nhưng một số trang web đấu giá trực tuyến tại Việt Nam đang dò tìm từng bước đi để tạo nên một sân chơi hấp dẫn, một sàn giao dịch trực tuyến đúng nghĩa.

Hành trình tạo niềm tin



Anh Nguyễn Hồng Phúc đang trưng bày hàng hóa do khách hàng gửi đấu giá.

Đi đầu trong số 4 web site đấu giá trực tuyến hiện nay là Heya. Ra đời vào tháng 14-09-2004 đến nay Heya đã có khoảng 3.200 thành viên. Mỗi ngày trên trang web này có khoảng 20 mặt hàng được rao bán. Tỷ lệ mua bán thành công trên trang này đạt 10%. Nhưng để tạo được tỷ lệ nhỏ nhoi này, toàn thể nhân viên Công ty TNHH Siêu thị trực tuyến Việt Nam, đơn vị xây dựng website Heya đã phải tốn rất nhiều công

sức.

Bốn website đấu giá tại VN

- www.hey.com.vn
- chodaugia.bancanbiet.com
- www.saigonbid.com
- www.saigondaugia.com

Anh Nguyễn Bảo Ngọc, Giám đốc Heya kể, mỗi món hàng được rao bán trên Heya đều được chúng tôi gọi **điện thoại cho người rao bán xác nhận lại tình trạng**. Đồng thời yêu cầu người bán cung cấp thêm nhiều thông tin cá nhân để tạo niềm tin cho khách hàng. Lúc đầu nhiều người bán phản ứng nhưng sau khi giải thích họ đã thấy như vậy sẽ có lợi nhiều hơn nên tự động cung cấp. Để minh bạch trong chuyên mua bán, chúng tôi **cũng xây dựng hệ thống góp ý trực tiếp cho mọi người có thể đánh giá lẫn nhau**. Những ý kiến đánh giá đều được hiển thị trong bảng thông tin của người rao bán và người mua.

Ngoài các tiện ích hỗ trợ này, quản trị trang luôn dò tìm các **nick có biểu hiện tiêu cực để ngăn chặn nhằm giảm bớt rủi ro cho khách hàng**. Các trường hợp như tự người bán dùng nick khác để kích giá sản phẩm thường được kiểm tra rất kỹ. Anh Ngọc cho biết, phát hiện trường hợp nghi vấn, nhân viên Heya sẽ lập tức gọi điện thoại để hỏi và đưa thông tin lên phiên đấu giá để loại ngay đối tượng nghi vấn. Sàng lọc kỹ như vậy nên Heya hiện đang được nhiều người đánh giá tốt.

Tuy nhiên, với số lượng hàng hóa khiêm tốn như đã nêu, anh Ngọc dự định Heya còn phải đầu tư thêm trong vòng 2 năm nữa mới hy vọng có lời. **Hiện các giao dịch trên trang đều hoàn toàn miễn phí. Công ty chỉ thu phí quảng cáo và những mặt hàng được giới thiệu ở phần nổi bật.**

Tương tự như Heya, tuy ra đời sau (ngày 10-11-2004) nhưng trang đấu giá bancanbiet.com của Công ty Phần mềm Sài Gòn Liên Phương (LPsoft) đã sớm thu hút được nhiều thành viên nhờ cách tổ chức hấp dẫn.

Ngoài việc yêu cầu công khai các thông tin mua bán như Heya, LPsoft còn có **thêm chức năng cấp tài khoản**. Người dùng khi đăng ký sẽ có một tài khoản

để đấu giá trên mạng. Với tài khoản này người dùng có thể nạp tiền thông qua ngân hàng bằng cách gửi đến tài khoản của LPsoft. Sau đó LPsoft sẽ chuyển số tiền đó vào tài khoản đấu giá của người dùng. Nếu chưa tin tưởng người dùng có thể tham gia trò chơi câu cá giải trí có thưởng. Số tiền trúng thưởng sẽ được nạp vào tài khoản người dùng để tham gia đấu giá nếu cần.

Anh Huỳnh Quang Minh, Giám đốc LPsoft nói: “Sở dĩ dịch vụ đấu giá trên bancanbiet.com thu phí dịch vụ người bán **vì thu phí sẽ làm cho sàn đấu giá trực tuyến nghiêm túc hơn**. Nếu ai cũng có thể đưa hàng lên thì sẽ có nhiều người bán không nghiêm túc, nhiều món hàng không có thật, việc thu phí sẽ hạn chế tình trạng này một phần. Ngoài ra khi đóng phí người bán sẽ có nhiều lựa chọn: Có thể cho hàng hóa đứng ở các vị trí cao trong danh sách, để dễ được nhìn thấy hơn, hoặc có những trang trí để thu hút người mua.

Tuy mới, nhưng hiện nay bancanbiet.com đã có khoảng 5.000 thành viên có tài khoản tiền mặt do nạp tiền và do có tiền từ trò chơi câu cá. Song song với chợ đấu giá, LPsoft còn xây dựng thêm nhiều dịch vụ khác để thu hút thành viên và bù đắp cho chợ đấu giá như: cơ hội việc làm, rao vặt, quảng cáo... anh Minh cho biết, tiền thu từ các nguồn này cũng được 15-20 triệu/tháng. Tính ra huề vốn.

Hiện nay trên chợ đấu giá bancanbiet.com có tổng cộng khoảng 60.000 thành viên (thống kê đến đầu tháng 5/2005). Riêng các thành viên có tham gia bán đấu giá và đấu giá khoảng 2.500 – 3.000 thành viên. Mỗi ngày có khoảng 30-40 mặt hàng được đưa lên chợ đấu giá. Lượng tiền giao dịch trên sàn đấu giá mỗi ngày khoảng 10-20 triệu đồng.

Nhưng chưa hấp dẫn vì...

Loại hết các yếu tố khách quan như: thói quen mua sắm, chưa có luật giao dịch điện tử, thiếu niềm tin... Dạo một vòng hết 4 trang đấu giá trực tuyến, bạn dễ dàng nhận thấy **chúng loại hàng hóa trên các trang web đấu giá vẫn còn rất ít ỏi. Đa số là các mặt hàng tiêu dùng và hàng điện tử chứ chưa có những mặt hàng độc đáo và cách tổ chức rao bán cũng thiếu tính chuyên nghiệp.**

Quang Thảo (Q.5), một nhân vật thường xuyên mua bán trên mạng cho chúng tôi xem một cuốn sổ dày đặc các mặt hàng mà anh đang canh đấu giá. Ngoại trừ các loại “hàng độc”, hiếm, thuộc dạng đồ cổ bắt người mua phải theo vì không thể tìm ở đâu được **thì mua hàng đấu giá phải rẻ hơn mua ở cửa hàng tôi mới mua**. Vừa nói anh vừa chỉ tôi xem lô hàng máy tính xách tay mà anh đang canh đấu giá trên e-bay. Lô hàng này hiện đang trong chương trình khuyến mãi tại một siêu thị điện tử ở Mỹ có giá giảm hơn so với giá bán lẻ là 15%. Và để nhanh chóng giải phóng lô hàng này, siêu thị đã post hàng lên eBay, đồng thời giảm thêm 10% nếu khách hàng mua hết lô hàng. Anh nói: “Thường những lô hàng như vậy, thời gian đấu giá rất ngắn chỉ trong vòng 5 tiếng đồng hồ. Nên tôi phải dán mắt lên màn hình mà canh. Trường hợp có người trả vượt qua 10% giảm giá nguyên lô, tôi sẽ không mua nữa vì sẽ không có lời khi mình bán lẻ. Đó là lý do làm cho e-bay hấp dẫn.

Trong khi đó các trang web đấu giá của Việt Nam những mặt hàng liên kết kiểu này hầu như không có. Còn hàng độc đáo lại càng không thấy chỉ thấy toàn các sản phẩm bình thường và mức giá khởi điểm không chênh lệch nhiều so với giá mua ngoài cửa hàng. Nên tuy nhiều thành viên nhưng số lượng tham gia đấu giá rất ít, vì họ chỉ xem cho biết.

Anh Nguyễn Hồng Phúc, Giám đốc Công ty TNHH Tin học Hồng Phúc, đơn vị vừa xây dựng trang web saigondaugia.com cho biết, đây cũng là điểm yếu của các site đấu giá hiện nay. Do có điều kiện ở gần khu phố tin học (đường Bùi Thị Xuân) nên tôi sẽ cố gắng sưu tầm nhiều mặt hàng độc đáo để giới thiệu trên trang đấu giá. Hàng ngày cửa hàng tôi vẫn nhận được rất nhiều hàng ký gửi, đa phần là hàng điện tử độc đáo do người thân của cửa học gửi từ nước ngoài về.

Giá cả thì rất mềm do họ thường mua hàng vào các đợt giảm giá. Nếu tổ chức đấu giá tốt nguồn hàng này tôi hy vọng trang saigondaugia.com sẽ thu hút nhiều thành viên. Hiện vừa mới thử nghiệm được một tháng nhưng chúng tôi cũng có hơn 300 thành viên tham dự.

Còn anh Nguyễn Ngọc Dũng, Giám đốc Gol, công ty chuyên bán hàng qua mạng (www.goodsonlines.com) thì nói thêm, nếu như có luật giao dịch điện tử và có sự tham gia của ngân hàng thì đấu giá trực tuyến mới thật sự mạnh. Là công ty chuyên bán hàng trực tuyến tôi biết có rất nhiều hàng hóa nhưng do khách hàng chưa tin tưởng nên chưa tham gia. Nếu có luật có sự tham gia của ngân hàng, có nghĩa là khi khả năng khóa tài khoản của những thành viên chuyên đấu giá ảo, phạm luật chơi trở thành hiện thực thì sẽ niềm tin vào các sàn đấu giá trực tuyến sẽ vững chắc.

(Theo TTO)

- Hiện nay giao dịch hàng hóa trên eBay trị giá 34 tỷ USD/năm. Một giây, 135 triệu thành viên chính thức của site này trao đổi 1.050 USD. Mỗi ngày, eBay tiếp nhận khoảng 4 triệu thứ hàng hóa khác nhau. eBay thu phí hoa hồng là 5,25%.

- Ngay trong phiên khai mạc kỳ họp lần thứ 7 Quốc hội khóa XI hôm 5-5, ông Bùi Ngọc Thanh, Chủ nhiệm Văn phòng Quốc hội cho biết sẽ đưa dự án Luật Giao dịch điện tử ra để các đại biểu cho ý kiến. Tuy nhiên, theo dự đoán của nhiều chuyên gia công nghệ thông tin, đây là một dự luật không hề đơn giản và vì vậy, khả năng lớn là luật sẽ chỉ có thể thông qua vào kỳ họp lần 8 vào cuối năm nay.

cuu duong than cong. com

Đấu giá trực tuyến - cơ hội kinh doanh mới

13:09 17/11/2006

Đăng bởi Vietco



Hiện nay, hình thức đấu giá trực tuyến đã trở nên phổ biến ở các nước phát triển. Tại Việt Nam, dịch vụ kinh doanh này mới chỉ bắt đầu được hình thành nhưng đã hé mở không ít cơ hội cho nhiều doanh nghiệp...

Sàn đấu giá trực tuyến trên trang web chodientu.com của Công ty CP Giải pháp phần mềm Hoà Bình (PeaceSoft) là một trong những sàn đấu giá thu hút được rất nhiều doanh nghiệp và cá nhân tham gia. Một sợi dây chuyền, một cái túi xách hay thậm chí là một cái ấm đun nước... Tất cả đều được đưa lên đấu giá trên trang web này.

Tại đây, không khí đấu giá cũng sôi động và hào hứng không khác gì một sàn đấu giá thực sự với tất cả những mặt hàng từ mới đến cũ, từ bình dân đến cao cấp. Tại đây, cả người mua và người bán ở bất cứ đâu cũng có thể tham gia vào bất cứ lúc nào. Hình thức đấu giá tiện ích này đang được công ty Peace Soft đưa ra nhiều chương trình mới nhằm hỗ trợ cho khách hàng tham gia đấu giá trực tuyến.

Bà Đào Lan Hương – PGĐ Công ty CP Giải pháp phần mềm Hoà Bình cho biết: "Chỉ với những thủ tục đăng ký đơn giản trên trang web này, cả người mua và người bán đều có thể dễ dàng đưa hàng hoá của mình lên đấu giá hoặc chọn được cho mình những sản phẩm ưng ý. Với mức phí cho mỗi cuộc đấu giá thành công chỉ bằng 5% giá sàn và không phải đóng phí ban đầu khi doanh nghiệp muốn đưa hàng hoá lên mạng, những lợi ích mà đấu giá trực tuyến mang lại nhiều khi không phải là giá cả mà đó còn là nơi để các doanh nghiệp quảng bá thương hiệu của mình"

Ông Ngô Phúc Điền – Giám đốc Công ty Komatsu, lại đề cập đến một vấn đề khác, đó là yêu cầu thiết lập một hành lang pháp lý cũng như đầu tư hạ tầng cho những sàn đấu giá: "Hiện nay, một số mặt hàng trị giá hàng tỷ đồng như ô tô, nhà đất đang bước đầu được đưa lên đấu giá. Tuy nhiên, nếu khách hàng đã quyết định mua sản phẩm nào thì vẫn phải liên hệ, giao nhận hàng hoá và thanh toán theo cách truyền thống. Nếu có được hành lang pháp lý phù hợp và hạ tầng công nghệ cao, chắc chắn sàn đấu giá trực tuyến của Công ty CP Giải pháp phần mềm Hoà Bình sẽ có được những thành công to lớn trong tương lai".

Đang chập chững những bước khởi đầu, nhưng nếu được quan tâm đúng mức, những sàn đấu giá trên mạng sẽ mở ra nhiều cơ hội kinh doanh mới cho các doanh nghiệp. Con đường thương mại điện tử còn gập gềnh nhưng chắc chắn đó sẽ là một con đường của tương lai.

Nguồn itgatevn.com.vn