



יפעת לונדון

# מכרזים מקוונים ויישומם במחלקת הרכש

מרוחק. ללקוח אין קשר עין או מגע עם המוצר, ולעתים, הוא נאלץ להחזיר אותו, או לבקש להחליפו במוצר אחר (תהליך הכרוך בטרחה ובאובדן זמן).

המסחר האלקטרוני כולל שתי קטיגוריות עיקריות:

- **עסקה בין עסק לבין צרכן (Business-to-Customer) [B2C]:** הלקוח הוא צרכן קצה, או משתמש ביתי. בדרך-כלל, העסקאות כוללות מוצרי צריכה, כגון: אופנה, קוסמטיקה, אלקטרוניקה, ריהוט, צעצועים, ספרות, וכו'; וכן מיגוון שירותים, כגון: תיירות, בידור, בנקאות, ביטוח, וכו'.
- **עסקה בין שני גורמים עסקיים (Business-to-Business) [B2B]:** הלקוח הוא ארגון עסקי, או ארגון ציבורי. בדרך-כלל, העסקאות כוללות חומר וציוד, כגון: חומרי-גלם, חומרי-אריזה, ציוד משרד וצורכי-משרד, מכשור וציוד בדיקה, חלקי-חילוף, וכו'; וכן שירותים עסקיים, כגון: אבטחה, הסעדה, לוגיסטיקה, בנקאות, וכו'.

אתרי המסחר האלקטרוני מאפשרים לבצע עסקאות במחיר נקוב, אך חלק מהם פועל על-פי מודלים עסקיים נוספים, כגון: מכירה פומבית (הצרכנים מתחרים ביניהם באמצעות מתן הצעה גבוהה יותר), מכירה קבוצתית (מכירה בהנחה לקבוצת צרכנים, שאינה בהכרח מאורגנת), מכירה חברתית (מכירת כמות גדולה של מוצר/שירות מסוימים בפרק זמן קצר), וכו'.

## סוגי מכרזים

מכרז הוא הליך של פנייה לקבלת הצעות מקונים פוטנציאליים (כגון במכירת נכס, מוצר, שירות, וכו'), או הליך לקבלת הצעות מספקים פוטנציאליים (מכרז הפוך). הליך המכרז מבטיח שקיפות מידע אחידה למשתתפים; וכן כללי תחרות, או התמחרות, המבוססים על מתן הזדמנות הוגנת ושווה לכולם. השיטה מאפשרת למפרסם המכרז לבחור בהצעה הטובה ביותר עבורו, על-פי אמות המידה שנקבעו מראש (ההצעה הגבוהה/ הנמוכה ביותר על-פי עניין, או ההצעה המשוקללת הטובה ביותר).

בשנים האחרונות, המסחר האלקטרוני (E-Commerce) התרחב מאוד, וביצוע עסקאות מסחר אלקטרוניות הפך להיות שכיח ביותר. מסחר זה מתבצע באמצעות תקשורת מחשבים, והוא מבוסס על פלטפורמות אינטרנטיות, הכוללות: חנויות מותג ("חנויות אלקטרוניות", או "חנויות וירטואליות") של חברות מובילות; וזירות מסחר ("קניין וירטואלי") של חברות מסחר אלקטרוני, כגון: Amazon, eBay, AliExpress, Groupon; וכו'.

המסחר האלקטרוני פופולרי, בעיקר, בזכות מחירי האטרקטיביים והזולים במיוחד. יתרונותיו הם רבים, ולדוגמה: מכירה ללא גבולות גיאוגרפיים; מכירה במשך כל שעות היממה; מיגוון עצום של מוצרים (אין מגבלות מקום); מידע מקיף, המעודכן בזמן-אמת; נוחות מרבית (אפשר לבצע רכישות מן המשרד ומן הבית); חוויית משתמש (כגון: יכולת להשוות מחירים, יכולת לקבל משוב על המוכר/העסקה)\*, יכולת להרחיב את הקנייה לפריטים נוספים, וכו'; שירות קנייה בטוחה ואפשרות להעברת תשלום בטוחה (כגון באמצעות שירות "PayPal"); ועוד.

עם זאת, המסחר האלקטרוני מבוסס על עסקאות מכר

\* אחת מן המגמות בתחום זה היא מסחר אלקטרוני חברתי, הכולל את "חוכמת ההמונים": משובים על המוכר/המוצר/השירות, דירוג רמת שביעות הרצון של הרוכשים, וכו'.



הזוכה היא ההצעה הקרובה ביותר למחיר הגג שנקבע ובתנאי, שאין לה הצעה מקבילה זהה.

### מכרזי רכש מקוונים

בשנים האחרונות, מכרזי הרכש המקוונים הפכו להיות אחד מכלי העבודה של מחלקת הרכש בארגונים מובילים. המערכות לניהול מכרזים, הקיימות בשוק, מאפשרות לקיים מכרזים חתומים באמצעות תיבת הצעות אלקטרונית, המקבילה לתיבת המכרזים, וכן לנהל מכרזים דינמיים בין ספקים על אספקת מוצרים/שירותים. זאת, כאשר משתתפי המכרז יכולים לעדכן את הצעתם בזמן-אמת דרך האינטרנט.

להלן היתרונות בניהול מכרזי רכש מקוונים:

- **מחיר תחרותי:** בדרך-כלל, מכרזי רכש מקוונים הם דינמיים. הניסיון מלמד, כי מכרזים אלה מביאים להוזלה דרמטית בעלות רכישת המוצר/השירות. זאת, בשל תהליך ההתמחרות בין משתתפי המכרז, והגדלת כמות הצעות המחיר במהלך המכרז.
- **יעילות בתשומות המושקעות:** המכרזים המקוונים מקצרים את זמן ההיערכות למכרז ואת זמן ניהולו, והם חוסכים בעלויות תפעוליות. זאת, בזכות תצורת מכרז דיגיטלי מובנית וגם ידידותית, ובזכות תהליך התמחרות קצר (בדרך-כלל, שעות ספורות בלבד).
- **מערכת ניהול מרכזית:** יעדים ומדדים ברורים להתייעלות בתחום הרכש, בזכות ניהול הנתונים במערכת אחת. המערכת מאפשרת ניתוח סטטיסטי של בסיס הנתונים והפקת תובנות מן המידע הנגזר ממנו.
- **גמישות בעיצוב המכרז:** המערכות הקיימות מאפשרות גמישות מרבית בבחירת סוג המכרז (חתום/דינמי), מודל המכרז (מחיר ראשון, מחיר שני, וכו'), קביעת אמות המידה (מחיר/ניקוד משוקלל), וכו'.
- **ניהול מובנה של מכרז:** הגדרת רשימת הספקים המשתתפים במכרז; פרסום כללי המכרז; סקירת סטטוס מכרזים (מכרזים שטרם החלו, מכרזים פעילים, ומכרזים שהסתיימו); הצגת פרטי המכרז; מסך הגשת הצעה; עדכון נתונים בזמן-אמת (כולל עדכון המשתתף על הצעתו ועל ההצעה המובילה); אפשרות למנהל המכרז להאריך את המכרז, או להקפיאו; מסכי סיכום המכרז; וכו'.
- **מערכת מאובטחת:** דרישה לחתימה דיגיטלית של המשתתף במכרז, תהליכי מכרז מאובטחים ומתועדים, וכו'.
- **יתרון בהיבט המשפטי:** המכרז המקוון מבטיח שקיפות מרבית למשתתפי המכרז, תהליך מובנה ואוטומטי, והוא מקטין את הסיכון בהטיית מכרזים.

לסיכום, הפלטפורמה האינטרנטית, מאפשרת לרכוש מוצרים ושירותים בכל מקום ובכל זמן. פלטפורמה זו, חוסכת בעלויות המוצר, בעלויות תהליך הרכש, ובזמן המושקע בתהליך זה. התפתחות המסחר האלקטרוני והשימוש במכרזים מקוונים מעניקים לאנשי הרכש בארגון מיוגון כלים, המאפשרים להם לבצע רכש אפקטיבי ויעיל. שימוש מושכל בכלים אלה תורם לחיסכון כספי ניכר, לקיצור זמני ההיערכות למכרז ולניהולו, ולחיסכון במאמצים המושקעים בתהליך הרכש. ■

כעיקרון קיימות שתי קבוצות עיקריות של מכרזים:

- **מכרז חתום ("מעטפות סגורות"):** המציע מגיש הצעה חתומה במעטפה סגורה. המעטפות נפתחות בו-זמנית, וההצעה הזוכה היא ההצעה הטובה ביותר, על-פי אמות המידה שנקבעו (מחיר או ניקוד משוקלל). בשיטה זו, המציע מגיש "הצעה עיוורת", כי הוא אינו יודע מה הן הצעות מתחריו.
- **מכרז דינמי ("מכרז מתפתח"):** המציע יכול לשפר את הצעתו במהלך המכרז, כתגובה להצעות מתחריו. בשיטה זו נוצרת דינמיקה של תחרות בתקופת זמן מוגבלת, והמציעים נוטים לשפר את הצעתם במהלך המכרז (לעתים, אף כמה פעמים).

להלן דוגמאות למודלים של המכרזים החתומים:

- **מכרז המחיר הראשון (First-Price Sealed-Bid Auction) [FPSBA]:** הזוכה במכרז הוא המציע, שהצעתו היא הגבוהה ביותר.
- **מכרז המחיר השני (Vickery Auction):\*\*** הזוכה במכרז הוא המציע, שהצעתו היא הגבוהה ביותר. עם זאת, מחיר הזכייה הוא מחיר ההצעה השנייה.

להלן דוגמאות למודלים של המכרזים הדינמיים:

- **מכרז אנגלי:** מכרז פומבי שמקורו באנגליה. המכרז כולל התמחרות, המבוססת על הצעות מחיר עולות/יורדות, על-פי העניין. משתתפי המכרז רואים את ההצעה המובילה, והם רשאים לשפר את הצעתם במגבלות זמן קבועות. הזוכה במכרז הוא המתמודד האחרון שנותר בזירה.
- **מכרז הולנדי:** מכרז הנהוג בבורסת הפרחים בהולנד. המציע דורש מחיר התחלתי גבוה מאוד, והמחיר מופחת הדרגתית בפרקי זמן ידועים מראש. המכרז מסתיים, כאשר אחד מן המשתתפים מכריז על הקנייה (להלן זוכה המכרז), או לאחר שלא ניתנו הצעות במחיר המינימום.
- **מכרז MAX BID:** המכרז נגמר רק לאחר שמוגשת כמות מסוימת של הצעות, שהוגדרה מראש. ההצעה

\*\* מכרז המחיר השני קרוי על שמו של פרופ' ויליאם ויקרי (William Vickrey), מאוניברסיטת קולומביה, שניתח את שיטת המכרז (מכרזים מסוג זה היו מקובלים אצל אספני בולים). הוא מצא, שהשיטה סועדת את משתתפי המכרז להציע את השווי האמיתי של המוצר עבורם.

