

Yaygın iktisadi anlayışa göre, **ihale yöntemi ile satışın**, doğru tasarım ile **özellikle satıcılar lehine olumlu sonuçlar doğurduğu** kabul görmektedir. Satıcı lehine olan durumlar şu şekilde özetlenebilir:

1. **Rekabetçi Fiyatlar:** Birden fazla alıcının katıldığı ihalelerde, alıcılar ürünü veya hizmeti satın almak için rekabet eder. Bu, genellikle **daha rekabetçi bir satış fiyatı** oluşmasına yol açar.
2. **Satıcılar için Fırsatlar:** İhaleler, satıcının ürün veya hizmetini olabilecek en yüksek fiyata satmasına olanak tanıyan **dinamik bir ortam** yaratır, fiyatları yükseltir.

Bu alanda birçok iktisadi çalışma bulunmaktadır:

- **“Paul Milgrom - Auction Theory”** çalışması, **ihalelerin, doğru şekilde tasarlandığında, satıcılar için daha yüksek gelir sağlayabildiğini göstermiştir.** Milgrom’un bu çalışmaları, 2020’de **Nobel Ekonomi Ödülü** ile ödüllendirilmiş ve ihale süreçlerinin ekonomik etkinlik açısından nasıl daha verimli hale getirilebileceğine dair önemli içgörüler sağlamıştır.
- Açık artırma teorisi ve ihale süreçleri üzerine Paul Milgrom’un çalışmalarına benzer şekilde, **özellikle satıcılar lehine sonuçları vurgulayan** başka önemli çalışmalar da mevcuttur. Bu çalışmalar, **farklı ihale türlerinin ve piyasa koşullarının satıcılar üzerindeki etkilerini detaylandırarak önemli bulgular** ortaya koymuştur. Bu alanda öne çıkan diğer çalışmalar içinde **“Roger Myerson - İhale Tasarım Teorisi”** dikkat çekmektedir. Roger Myerson, 2007 yılında **Nobel Ekonomi Ödülü’nü** kazanan çalışmalarında, ihale tasarımı teorisiyle ihalelerin nasıl daha verimli ve satıcı lehine olacak şekilde düzenlenebileceğini araştırmıştır. Myerson’un teorisi, satıcının kazancını maksimize edebilmek için ihale süreçlerinin nasıl tasarlanması gerektiğine odaklanır. **Myerson’un bulgularına göre, doğru ihale tasarımı sayesinde satıcılar, alıcıların tekliflerini etkileyebilir ve daha yüksek gelir elde edebilirler. Myerson’un çalışmaları, satıcıların en yüksek geliri elde etmesini sağlamak için iki temel strateji önermiştir:**
  - o **Rezerv Fiyat: İhalelerde satıcı tarafından belirlenen minimum fiyat (rezerv fiyat), satıcının daha düşük teklifleri kabul etmeyerek kazancını artırmasını sağlar.**
  - o **Bilgi Asimetrisini Yönetme:** Satıcılar, alıcılar arasındaki bilgi asimetrisini yöneterek daha yüksek teklifleri teşvik edebilir. Örneğin, bazı alıcıların daha fazla bilgiye sahip olduğu bir ihale ortamında, satıcılar bu avantajı kullanarak daha yüksek fiyatlara ulaşabilirler.
- Yine **“Paul Klemperer - Strategic Auctions (Stratejik İhaleler)”** çalışması, **alıcılar arasındaki rekabeti yoğunlaştırmanın satıcıların gelirini artırmanın en etkili yollarından biri olduğunu savunur. Bu bağlamda, daha fazla alıcının katılımını teşvik etmek ve rekabeti artırmak, satıcılar için daha yüksek fiyatlar anlamına gelir.**
- Benzer şekilde, **“Eric Maskin ve John Riley - Optimal Auctions (Optimal İhaleler)”** çalışması, **ihalelerde rezerv fiyatı belirlemenin ve teklif vericiler arasındaki rekabeti artırmanın satıcıların çıkarına olduğunu göstermiştir.**

Sonuç itibarıyla ihaleler alanında yapılan **bilimsel çalışmalar**, ihale teorisinin nasıl tasarlandığına bağlı olarak **satıcılar için önemli avantajlar sağladığını** gösteriyor. Bu çalışmalar, **ihale sürecinde rezerv fiyat belirlenmesi, alıcılar arasındaki rekabetin artırılması gibi stratejilerin satıcıların kazancını maksimize etmek için kritik rol oynadığını** ortaya koymaktadır.

Otobid ihaleleri de, **“rezerv fiyat”** ve **“çoklu katılım/alıcılar arası rekabet”** özellikleri ile tasarlandığı için, satıcının aracını optimal fiyat ile satmasına imkan vermektedir.

Dolayısıyla genel kabul gören çıkarıma göre, satıcının, **“kesin bir ticari değeri olmayan ikinci el otomobilini”**, alıcıların **“farklı fiyatlar”** vermeye hazır olduğu ve **çoklu katılımın sağlandığı ihale ortamında”** satışa sunmasının, **tek bir alıcıdan fiyat alınan duruma kıyas ile, bilimsel çalışmaların da gösterdiği üzere, satıcı lehine olacak şekilde daha yüksek fiyatla sonuçlanması beklenir.**