

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.

Sahibinden 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.**