



ΠΑΝ ΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΝ  
ΠΑΝΑΘΗΝΑΙΩΝ  
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΡΕΥΝΑΣ  
ΕΝΑΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα  
Διανομής Πόρων

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Μαρία Ασημαλάκη



Τζάρας Αριστείδης  
ΜΟΕΣ/ 0834

## Επιχειρηματικό Σχέδιο Εταιρείας Δημοπρασιών μέσω Διαδικτύου

Η εργασία υποβάλλεται για την μερική κάλυψη των απαιτήσεων με στόχο την απόκτηση του μεταπτυχιακού τίτλου

Επιβλέπων Καθηγητής: Σμυρλής Ιωάννης

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	
ΑΡ. ΕΙΣ.	630624 Φ
ΟΜΠ.	43987
ΤΑΞΗ	381.17 ΤΖΑ
ΕΚΔΑΤΟΓΡΑΦΗ	



00163062

## Δήλωση

Η παρούσα διπλωματική εργασία είναι πρωτότυπη και εκπονήθηκε αποκλειστικά και μόνο για την απόκτηση του μεταπτυχιακού τίτλου στην Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική.

Στα πλαίσια της παρούσας διπλωματικής εργασίας το επιχειρηματικό σχέδιο που συντάχθηκε, έγινε για εκπαιδευτικούς σκοπούς. Για τον λόγο αυτό, πολλά από τα στοιχεία που περιέχει δεν είναι ακριβή, αλλά βρίσκονται όσο το δυνατόν πιο κοντά στην πραγματικότητα.

## Περίληψη

Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες αποτελούν έναν ολοκληρωμένο και εναλλακτικό τρόπο πραγματοποίησης αγοραπωλησιών, ο οποίος πλέον δείχνει να διαθέτει αρκετά στέρεες βάσεις εντός των σημερινών ηλεκτρονικών αγορών αλλά και στη συνείδηση ενός μεγάλου αριθμού πωλητών και αγοραστών αναπτυγμένων και αναπτυσσόμενων οικονομιών της υφηλίου, δείχνοντας μάλιστα να εκτοπίζει άλλες πολύ παραδοσιακότερες αντίστοιχες μεθόδους.

Η παρούσα εργασία αποτελεί μία προσπάθεια μελέτης – ανάλυσης των ηλεκτρονικών δημοπρασιών σε ένα γενικότερο θεωρητικό επίπεδο. Πέραν των παραδοσιακών ηλεκτρονικών δημοπρασιών, ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα σύγχρονα μοντέλα ηλεκτρονικών δημοπρασιών, τα οποία αναπτύχθηκαν πριν μερικά χρόνια στις Σκανδιναβικές Χώρες και έγιναν γρήγορα αρκετά δημοφιλή και μέσα σε λίγα χρόνια εξαπλώθηκαν σε ολόκληρη την Ευρώπη. Μέσα στο 2009 τα μοντέλα αυτά έκαναν την εμφάνισή τους και στην ελληνική επικράτεια δημιουργώντας νέους ορίζοντες στην ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου μέσα από την εναλλακτική αυτή μέθοδο ηλεκτρονικών αγορών.

Στη συνέχεια παρουσιάζεται ένα πρότυπο επιχειρηματικό σχέδιο για μια νέα εταιρεία που δραστηριοποιείται στον χώρο των σύγχρονων ηλεκτρονικών δημοπρασιών. Παρουσιάζεται η δομή και ο τρόπος οργάνωσης μιας τέτοιας επιχείρησης καθώς και όλα τα απαραίτητα στοιχεία για τη λήψη της απόφασης υλοποίησής της. Το επιχειρηματικό αυτό σχέδιο συμπληρώνεται από μια εκτεταμένη ανάλυση της ήδη υπάρχοντος ανταγωνισμού στην ελληνική αγορά, όπου πρόκειται να δραστηριοποιηθεί η επιχείρηση.

## Ευχαριστίες

Στο σημείο αυτό θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον καθηγητή μου κ. Σμυρλή Ιωάννη, για την επίβλεψη, τη σωστή καθοδήγηση καθώς επίσης και για τις πολύ χρήσιμες συμβουλές του κατά τη διάρκεια της συγγραφής της διπλωματικής μου εργασίας.

Επίσης, θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στον Κώστα Μεσσάρη και την Αλέξια Κατσαούνη για τις πολύτιμες πληροφορίες τους.

Τέλος, ευχαριστώ πολύ την οικογένειά μου και τους φίλους μου για την εμπιστοσύνη τους και τη συμπαράστασή τους και ιδιαίτερα τον Αλέξη για τις πολύωρες συζητήσεις μας.

## Περιεχόμενα

<b>ΜΕΡΟΣ Α'</b> .....	<b>11</b>
<b>Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>: Πραγματικές ή Παραδοσιακές Δημοπρασίες</b> .....	<b>12</b>
1.1 Ορισμός – Η Έννοια της Δημοπρασίας .....	12
1.2 Ιστορική Αναδρομή .....	12
1.3 Τα Χαρακτηριστικά των Δημοπρασιών .....	14
1.3.1 Ο Τύπος .....	14
1.3.2 Οι Συμμετέχοντες .....	14
1.3.3 Η Χρονική Διάρκεια .....	17
1.3.4 Τιμή Έναρξης/ Λήξης .....	18
1.4 Μοντέλα Δημοπρασιών .....	18
1.4.1 Πρωτεύοντα Μοντέλα .....	18
1.4.2 Δευτερεύοντα Μοντέλα .....	20
<b>Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup>: Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες</b> .....	<b>29</b>
2.1 Εισαγωγή .....	29
2.2 Η Έννοια της Ηλεκτρονικής Δημοπρασίας .....	30
2.3 Ιστορική Αναδρομή .....	30
2.4 Οφέλη .....	33
2.4.1 Οφέλη για τους αγοραστές .....	33
2.4.2 Οφέλη για τους πωλητές .....	35
2.4.3 Οφέλη για τους δημοπράτες .....	37
2.5 Περιορισμοί/ Κίνδυνοι – Απάτη .....	38
2.6 Μοντέλα Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών .....	45
2.6.1 Το Μοντέλο “Τύπου eBay” .....	45
2.6.2 Σύγχρονα Μοντέλα Ηλ. Δημοπρασιών .....	46
2.7 Προοπτικές .....	50
<b>ΜΕΡΟΣ Β'</b> .....	<b>53</b>
<b>Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup>: Έρευνα Ανταγωνισμού</b> .....	<b>54</b>
3.1 One Bid .....	54
3.2 BiDDers .....	56
3.3 eProsfora .....	58
3.4 Just Bid It .....	60
3.5 Bid Bang! .....	61
3.6 Bid Rivals .....	62
3.7 Bidster .....	64
3.8 Subasta .....	66
3.9 ScooBIDoo .....	68

**Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup>: Επιχειρηματικό Σχέδιο Εταιρείας Δημοπρασιών μέσω Διαδικτύου .. 74**

4.1 Εσωτερική Ανάλυση της Επιχείρησης .....	75
4.1.1 Όραμα .....	75
4.1.2 Περιγραφή της Επιχείρησης .....	75
4.1.3 Είδος Επιχείρησης .....	76
4.1.4 Προϊόντα – Υπηρεσίες .....	76
4.1.5 Τοποθεσία .....	78
4.1.6 Ανθρώπινο Δυναμικό – Συνεργάτες .....	78
4.1.7 Στρατηγικές Συμμαχίες .....	79
4.2 Εξωτερική Ανάλυση της Επιχείρησης .....	81
4.2.1 Ανάλυση Ανταγωνισμού .....	81
4.2.2 Ανάλυση Αγοράς .....	82
4.2.3 Ανάλυση Καταναλωτή .....	85
4.2.4 Ανάλυση Περιβάλλοντος – P.E.S.T. Analysis .....	88
4.3 Διοικητικό Πλάνο .....	91
4.4 Σχέδιο Λειτουργίας .....	98
4.4.1 Ωράριο Λειτουργίας .....	98
4.4.2 Εγκαταστάσεις .....	98
4.4.3 Άδειες Λειτουργίας και Υποχρεώσεις προς Συνδέσμους .....	99
4.4.4 Φορολογικές Υποχρεώσεις και Εργοδοτικές Εισφορές .....	100
4.4.5 Εξοπλισμός .....	100
4.4.6 Διαχείριση Δικτυακού Τόπου .....	101
4.4.7 Ασφάλεια Δικτυακού Τόπου .....	102
4.4.8 Χρονικός Ορίζοντας .....	102
4.5 Πλάνο Marketing .....	103
4.5.1 S.W.O.T. Analysis .....	103
4.5.2 Συμπεριφορά Καταναλωτή .....	104
4.5.3 Προϊόντα .....	105
4.5.4 Προμηθευτές .....	106
4.5.5 Είδη Δημοπρασιών .....	107
4.5.6 Εμφάνιση και Λειτουργικότητα Δικτυακού Τόπου .....	108
4.5.7 Τιμολογιακή Στρατηγική .....	111
4.5.8 Διανομή .....	114
4.5.9 Προώθηση – Διαφήμιση .....	114
4.5.10 Προϋπολογισμός Κόστους .....	118
4.6 Οικονομικό Πλάνο .....	119
4.6.1 Προϋπολογισμός Λειτουργικών Εξόδων .....	119
4.6.2 Προϋπολογισμός Κόστους Πωληθέντων .....	122
4.6.3 Προϋπολογισμός Εσόδων .....	123
4.6.4 Πηγές Χρηματοδότησης .....	125

**Παράρτημα Α': Screenshots των Αρχικών Σελίδων των Δικτυακών Τόπων ..... 126**

<b>Παράρτημα Β': Χαρακτηριστικά Δικτυακού Τύπου .....</b>	<b>142</b>
<b>Παράρτημα Γ': Λειτουργίες του Δικτυακού Τύπου .....</b>	<b>146</b>
<b>Βιβλιογραφία .....</b>	<b>148</b>



## Ευρετήριο Πινάκων

<b>Πίνακας 1:</b> Συγκεντρωτικός πίνακας των μοντέλων δημοπρασιών και των χαρακτηριστικών τους .....	28
<b>Πίνακας 2:</b> Πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών δημοπρασιών έναντι των παραδοσιακών από την πλευρά του αγοραστή.....	35
<b>Πίνακας 3:</b> Πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών δημοπρασιών έναντι των παραδοσιακών από την πλευρά του πωλητή .....	37
<b>Πίνακας 4:</b> Πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών δημοπρασιών έναντι των παραδοσιακών από την πλευρά του δημοπράτη.....	38
<b>Πίνακας 5:</b> Τύποι παραπόνων σχετικά με τις απάτες ηλεκτρονικών δημοπρασιών στο διαδίκτυο (NWCCC & FBI, 2001-2009).....	41
<b>Πίνακας 6:</b> Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τύπου One Bid .....	56
<b>Πίνακας 7:</b> Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τύπου Bidders .....	57
<b>Πίνακας 8:</b> Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τύπου eProsfora.....	59
<b>Πίνακας 9:</b> Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τύπου Just Bid It .....	61
<b>Πίνακας 10:</b> Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τύπου Bid Bang.....	62
<b>Πίνακας 11:</b> Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τύπου Bid Rivals.....	64
<b>Πίνακας 12:</b> Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τύπου Bidster .....	66
<b>Πίνακας 13:</b> Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τύπου Subasta .....	68
<b>Πίνακας 14:</b> Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τύπου Scoobidoo.....	69
<b>Πίνακας 15:</b> Χαρακτηριστικά των δικτυακών τύπων ηλεκτρονικών δημοπρασιών που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα.....	72
<b>Πίνακας 16:</b> Πίνακας αξιολόγησης των ενοτήτων “FAQ” και “Όροι και Προϋποθέσεις” των υπό εξέταση δικτυακών τύπων .....	73
<b>Πίνακας 17:</b> Σχέδιο δράσης της επιχείρησης.....	102
<b>Πίνακας 18:</b> Ανάλυση SWOT της εταιρείας .....	103

<b>Πίνακας 19:</b> Τιμές πακέτων bids .....	112
<b>Πίνακας 20:</b> Προϋπολογισμός δαπανών για το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης. 121	
<b>Πίνακας 21:</b> Εβδομαδιαίος προϋπολογισμός κόστους δημοπρατούμενων προϊόντων .....	122
<b>Πίνακας 22:</b> Εύρεση νεκρού σημείου επιχείρησης.....	124

## Ευρετήριο Γραφημάτων

<b>Γράφημα 1:</b> Ιστόγραμμα διαχρονικής εξέλιξης των εγγεγραμμένων χρηστών και των καταχωρήσεων του eBay .....	32
<b>Γράφημα 2:</b> Ραβδόγραμμα διαχρονικής εξέλιξης των εγγεγραμμένων χρηστών του eBay. 32	
<b>Γράφημα 3:</b> Ποσοστά εμφάνισης των βασικότερων κατηγοριών ηλεκτρονικής απάτης στο διαδίκτυο για τα έτη 2001-2009 (NWCCC & FBI, 2001-2009).....	39

## Ευρετήριο Εικόνων

<b>Εικόνα 1:</b> Τύποι δυναμικής τιμολόγησης .....	15
<b>Εικόνα 2:</b> Κανονική δημοπρασία, 1 πωλητής – πολλοί αγοραστές.....	16
<b>Εικόνα 3:</b> Αντίστροφη δημοπρασία, 1 αγοραστής – πολλοί πωλητές.....	16
<b>Εικόνα 4:</b> Διπλή δημοπρασία, πολλοί πωλητές – πολλοί αγοραστές .....	17
<b>Εικόνα 5:</b> Ο αγοραστής αφού συγκεντρώσει τις προσφορές πρέπει να τις συγκρίνει και να σκεφτεί προτού επιλέξει .....	24
<b>Εικόνα 6:</b> Σιωπηρή δημοπρασία .....	25
<b>Εικόνα 7:</b> Τύποι απάτης σε μια ηλεκτρονική δημοπρασία (Jenamani, Zhong, & Bhargava, 2007) .....	43
<b>Εικόνα 8:</b> Τρόπος επιλογής του νικητή σε μια με δημοπρασία υψηλότερης μοναδικής προσφοράς .....	48
<b>Εικόνα 9:</b> Τρόπος επιλογής του νικητή σε μια με δημοπρασία χαμηλότερης μοναδικής προσφοράς .....	48
<b>Εικόνα 10:</b> Παράδειγμα μιας Scratch δημοπρασίας .....	49
<b>Εικόνα 11:</b> Το οργανόγραμμα της Royal Bid .....	97
<b>Εικόνα 12:</b> Κάτοψη ενδεικτικού χώρου στέγασης της Royal Bid .....	99
<b>Εικόνα 13:</b> Ενδεικτικό logo της Royal Bid.....	108
<b>Εικόνα 14:</b> Ενδεικτικά φόντο δικτυακού τόπου της Royal Bid.....	109

## ΜΕΡΟΣ Α΄

## Κεφάλαιο 1ο: Πραγματικές ή Παραδοσιακές Δημοπρασίες

### 1.1 Ορισμός – Η Έννοια της Δημοπρασίας

Δημοπρασία είναι η δημόσια πώληση αντικειμένου σε αυτόν που προσφέρει τα περισσότερα χρήματα ή αλλιώς πλειστηριασμός. (Δορμπαράκης, 1993)

Μια δημοπρασία (auction) είναι μια μορφή αγοραπωλησίας αγαθών ή υπηρεσιών, όπου μέσα από μια διαδικασία συγκέντρωσης των υποβληθέντων προσφορών (bids) από τους συμμετέχοντες πωλείται το αγαθό ή η υπηρεσία στον πλειοδότη, δηλαδή τον συμμετέχοντα που υπέβαλε την μεγαλύτερη προσφορά.

Η έννοια της δημοπρασίας είναι μια αναγνωρισμένη και ευρέως χρησιμοποιούμενη μέθοδος πραγματοποίησης εμπορικών συναλλαγών, η οποία αποτελεί ταυτόχρονα και έναν πολύ αξιόλογο μηχανισμό της αγοράς, ο οποίος και επιτρέπει την πραγματοποίηση κάθε είδους αγοραπωλησίας βάσει μίας άκρως ανταγωνιστικής και δυναμικής φύσης διαμόρφωσης των αντίστοιχων τελικών τιμών τους.

### 1.2 Ιστορική Αναδρομή

Ανέκαθεν οι δημοπρασίες θεωρούντο ένας σχετικά ασυνήθιστος τρόπος διαπραγμάτευσης των αγαθών. Η πώληση σε μια προκαθορισμένη τιμή ή το παζάρεμα της τιμής ήταν και είναι οι πιο διαδεδομένοι τρόποι αγοραπωλησιών. Πριν από τον 17<sup>ο</sup> αιώνα οι δημοπρασίες ήταν σποραδικές και σπάνιες.

Ωστόσο, οι δημοπρασίες έχουν μακρά ιστορία αφού υπάρχουν καταγεγραμμένες ήδη από το 500 π.Χ. θεωρείται ότι οι πρώτες δημοπρασίες έγιναν στη Βαβυλώνα για την πώληση

σκλάβων. Στη Βαβυλώνα επίσης, σύμφωνα με τον Ηρόδοτο, πραγματοποιούνταν ετησίως δημοπρασία γυναικών για γάμο. (Βικιπαίδεια, Η ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια, 2010)

Επί Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας ύστερα από μια στρατιωτική νίκη, οι Ρωμαίοι στρατιώτες τοποθετούσαν ένα δόρυ στο έδαφος γύρω από το οποίο τοποθετούνταν τα λάφυρα προκειμένου να δημοπρατηθούν. Αργότερα άρχισαν να δημοπρατούνται ως λάφυρα πολέμου και σκλάβοι με τα έσοδα να πηγαίνουν στην κάλυψη των στρατιωτικών δαπανών. Οι Ρωμαίοι έκαναν χρήση των πλειστηριασμών προκειμένου να ρευστοποιήσουν τα περιουσιακά στοιχεία των οφειλετών, των οποίων η περιουσία είχε κατασχεθεί.

Με το τέλος της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας μέχρι τον 18<sup>ο</sup> αιώνα οι δημοπρασίες στην Ευρώπη έχασαν την αξία τους. Στην Ασία δεν ήταν ποτέ ιδιαίτερα διαδεδομένες. Κατά τον 17<sup>ο</sup> και 18<sup>ο</sup> αιώνα σε ορισμένες περιοχές της Αγγλίας πραγματοποιήθηκαν δημοπρασίες για αγαθά ή εκμισθώσεις με τη χρήση κεριού. Η δημοπρασία η ξεκινούσε με το άναμμα ενός κεριού όπου υποβάλλονταν προσφορές με αύξουσα σειρά και όταν το κεριό έσβηνε από μόνο του η υψηλότερη προσφορά κέρδιζε τη δημοπρασία.

Ο παλαιότερος οίκος δημοπρασιών στον κόσμο είναι αυτός της Στοκχόλμης (Stockholms Auktionsverk) που ιδρύθηκε το 1674. Στα τέλη του 18<sup>ου</sup> αιώνα, αμέσως μετά την Γαλλική Επανάσταση, καθιερώθηκαν σε καθημερινή βάση δημοπρασίες έργων τέχνης σε εστιατόρια και καφετέριες. Για τον λόγο αυτό τυπώνονταν και διανεμόνταν ειδικοί κατάλογοι με τα διαθέσιμα αντικείμενα. Πριν από τις δημοπρασίες σπανίων ή συλλεκτικών αντικειμένων διανεμόνταν κατάλογοι με σημαντικές λεπτομέρειες σχετικά με τα αντικείμενα που δημοπρατούνταν, οι οποίοι μπορούν να χαρακτηρισθούν από μόνοι τους ως περίτεχνα έργα τέχνης.

Ο μεγαλύτερος οίκος δημοπρασιών σήμερα, ο Christie's, ιδρύθηκε το 1766 στο Λονδίνο ενώ στην ίδια πόλη το 1744 ιδρύθηκε ο Sotheby's, ο δεύτερος μεγαλύτερος οίκος σήμερα

και τρίτος σε ηλικία. Άλλοι παλαιοί οίκοι που βρίσκονται σε λειτουργία έως και σήμερα είναι οι Dorotheum (Βιέννη, 1707), Bonhams (Λονδίνο, 1793), Phillips de Pury & Company (Λονδίνο, 1796), Freeman's (Φιλαδέλφεια, 1805) και Lyon & Turnbull (Εδιμβούργο, 1826).

Κατά τη διάρκεια του αμερικανικού εμφύλιου πολέμου τα αντικείμενα που κατάσχονταν από τον στρατό δημοπρατούνταν από τον συνταγματάρχη κάθε μονάδας. Για τον λόγο αυτό ακόμα και σήμερα στις Η.Π.Α. τους δημοπράτες τους αποκαλούν "colonel". (Wikipedia, The free encyclopedia, 2010)

## 1.3 Τα Χαρακτηριστικά των Δημοπρασιών

### 1.3.1 Ο Τύπος

Οι δημοπρασίες χωρίζονται σε 2 τύπους ως προς τον τρόπο με τον οποίο διεξάγονται:

- Σε μια **ανοιχτή** δημοπρασία οι συμμετέχοντες ανακοινώνουν τις προσφορές τους και με αυτό τον τρόπο τις γνωρίζουν όλοι και υπάρχει κάποιος περιορισμός στον αριθμό των προσφορών που μπορεί να υποβάλλει καθένας από αυτούς.
- Σε μια **κλειστή** δημοπρασία οι συμμετέχοντες έχουν το δικαίωμα να υποβάλλουν μόνο μία κλειστή προσφορά έτσι ώστε να μην γνωρίζουν ο ένας την προσφορά του άλλου. Στην βιβλιογραφία εμφανίζονται και με τον όρο **τυφλή** δημοπρασία.

### 1.3.2 Οι Συμμετέχοντες

Το ίδιο αντικείμενο σε 2 διαφορετικές δημοπρασίες μπορεί να πωληθεί σε 2 διαφορετικές τιμές, οι οποίες μπορεί να είναι πολύ κοντά μεταξύ τους, μπορεί όμως και να απέχουν



αρκετά. Αυτού του είδους η τιμολόγηση, η οποία δεν είναι σταθερή αλλά μεταβάλλεται βάσει των κανόνων της αγοράς, δηλαδή βάσει της εκάστοτε σχέσης προσφοράς και ζήτησης, ονομάζεται δυναμική τιμολόγηση. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι σε κάθε δημοπρασία οι συμμετέχοντες μπορεί να διαφέρουν ως προς τον αριθμό και το είδος. Το πλήθος και το είδος των συμμετεχόντων είναι οι βασικοί παράγοντες της δυναμικής τιμολόγησης. (Turban, King, Lee, & Viehland, 2006) Η δυναμική τιμολόγηση έχει χαρακτηριστεί και ως η καρδιά των δημοπρασιών.

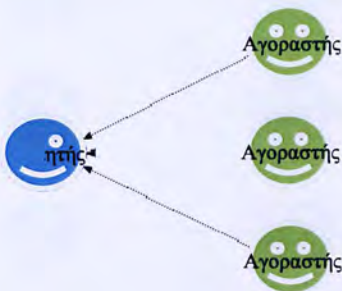
Όπως φαίνεται και στο ακόλουθο σχήμα μπορούμε να κατηγοριοποιήσουμε την δυναμική τιμολόγηση σε 4 κατηγορίες ανάλογα με τους εμπλεκόμενους:



Εικόνα 1: Τύποι δυναμικής τιμολόγησης

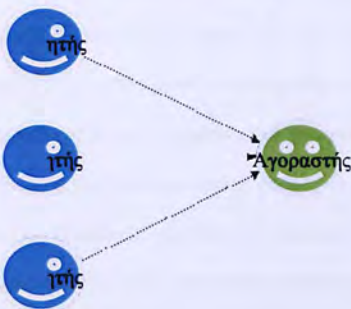
1. Στον τύπο i λαμβάνουν μέρος ένας πωλητής και ένας αγοραστής. Η τελική τιμή καθορίζεται από την διαπραγματευτική δύναμη κάθε πλευράς και την αγοραία προσφορά και ζήτηση. Στην πραγματικότητα δεν αποτελεί είδος δημοπρασίας.

- ii. Στον τύπο ii λαμβάνουν μέρος ένας πωλητής και πολλοί πιθανοί αγοραστές που υποβάλλουν προσφορά για 1 αγαθό ή υπηρεσία. Αποτελεί την πιο συνήθη μορφή δημοπρασίας. Το μοντέλο αυτό χρησιμοποιείται για κάθε είδους συναλλαγή, δηλ. B2B, B2C και C2C.



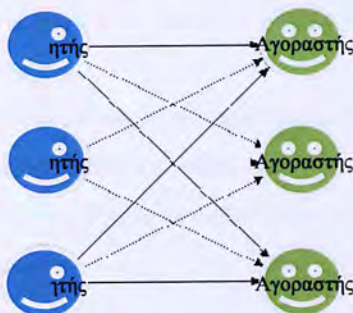
Εικόνα 2: Κανονική δημοπρασία, 1 πωλητής – πολλοί αγοραστές

- iii. Στον τύπο iii λαμβάνουν μέρος ένας αγοραστής και πολλοί πιθανοί πωλητές. Οι δημοπρασίες αυτές ονομάζονται αντίστροφες δημοπρασίες (reverse auctions) και χρησιμοποιούνται σε B2B και G2B συναλλαγές.



Εικόνα 3: Αντίστροφη δημοπρασία, 1 αγοραστής – πολλοί πωλητές

- iv. Στον τύπο iv λαμβάνουν μέρος πολλοί πωλητές και πολλοί αγοραστές. Οι δημοπρασίες αυτές ονομάζονται διπλές δημοπρασίες (double auctions) και παράδειγμα τέτοιου είδους είναι οι χρηματιστηριακές αγορές.



Εικόνα 4: Διπλή δημοπρασία, πολλοί πωλητές – πολλοί αγοραστές

### 1.3.3 Η Χρονική Διάρκεια

Κάθε τύπος δημοπρασίας έχει συγκεκριμένες ιδιότητες όπως η ακρίβεια τιμολόγησης και ο χρόνος διεξαγωγής. Ο αριθμός των συμμετεχόντων και ο τύπος είναι πολύ σημαντικοί παράγοντες. Σε μια δημοπρασία ανοιχτού τύπου όσο πιο μεγάλος ο αριθμός των συμμετεχόντων τόσο μεγαλύτερη η πιθανότητα η δημοπρασία να διαρκέσει περισσότερο και να κλείσει σε μια αρκετά υψηλή τιμή. Αντίθετα μια δημοπρασία κλειστού τύπου θα διαρκέσει πολύ λιγότερο αλλά η νικήτρια προσφορά μπορεί να μην αντικατοπτρίζει την πραγματική αξία της αγοράς. Επομένως παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον το χρονικό διάστημα από την πρώτη μέχρι την τελευταία και νικήφóra προσφορά. (Wikipedia, The free encyclopedia, 2010)

### 1.3.4 Τιμή Έναρξης/ Λήξης

Οι δημοπρασίες διαφέρουν ως προς την τιμή εκκίνησης. Ανάλογα με το είδος της δημοπρασίας μπορεί η τιμή έναρξης να ξεκινήσει από χαμηλά και να ανεβαίνει ή να ξεκινήσει από ψηλά και να πέφτει.

Επίσης οι δημοπρασίες διαφέρουν και ως προς την τιμή κλεισίματος όπως π.χ. η πρώτη τιμή, η δεύτερη τιμή, η πρώτη μοναδική κ.α.. Υπάρχει επίσης η δυνατότητα να οριστεί μια ελάχιστη/ μέγιστη αποδεκτή τιμή κάτω/ πάνω από την οποία το αγαθό ή η υπηρεσία δεν μπορεί να πουληθεί/ αγοραστεί.

## 1.4 Μοντέλα Δημοπρασιών

### 1.4.1 Πρωτεύοντα Μοντέλα

#### Το Αγγλικό Μοντέλο (English Auction)

Το αγγλικό μοντέλο δημοπρασιών είναι γνωστό και ως **ανοικτή ανοδική δημοπρασία**. Αυτό το είδος δημοπρασίας είναι αναμφισβήτητα η πιο κοινή μορφή δημοπρασίας που χρησιμοποιείται σήμερα. Κάθε συμμετέχων υποβάλλει προσφορές ανοιχτά σε βάρος των υπολοίπων, με κάθε προσφορά να είναι υψηλότερη από την προηγούμενη. Ο διοργανωτής της δημοπρασίας είναι δυνατόν να ανακοινώνει τις τιμές ή μπορεί οι υποψήφιοι να ανακοινώνουν μόνοι τους τις προσφορές τους. Η δημοπρασία τελειώνει όταν κανένας συμμετέχων δεν είναι πλέον διατεθειμένος να προσφέρει κάτι επιπλέον. Στο σημείο αυτό ο πλειοδότης πρέπει να καταβάλει το ποσό της προσφοράς του έτσι ώστε να αποκτήσει το αγαθό ή την υπηρεσία. Ορισμένες φορές ο διοργανωτής της δημοπρασίας καθορίζει ένα

σταθερό ποσό (βήμα – bid increment) κατά το οποίο η επόμενη προσφορά πρέπει να υπερβαίνει την τρέχουσα υψηλότερη προσφορά.

Το πιο σημαντικό διακριτικό στοιχείο αυτού του τύπου δημοπρασίας είναι ότι η τρέχουσα υψηλότερη προσφορά είναι πάντα διαθέσιμη για τους πιθανούς υποψηφίους. Η αγγλική δημοπρασία χρησιμοποιείται συνήθως για την πώληση αγαθών, με τα πιο συνήθη τις αντίκες και τα έργα τέχνης, αλλά και μεταχειρισμένα αγαθά καθώς επίσης και ακίνητα. Απαιτούνται τουλάχιστον δύο υποψήφιοι.

### **Το Ολλανδικό Μοντέλο (Dutch Auction)**

Το ολλανδικό μοντέλο δημοπρασιών είναι γνωστό και ως **ανοικτή καθοδική δημοπρασία**. Στην ολλανδική δημοπρασία ο διοργανωτής της ξεκινά από μια υψηλή τιμή μειώνοντάς την σταδιακά μέχρις ότου κάποιος από τους συμμετέχοντες είναι πρόθυμος να αποδεχθεί την εκάστοτε τρέχουσα τιμή. Ο συμμετέχων που κερδίζει πληρώνει την τελευταία ανακοινωθείσα τιμή.

Η ολλανδική δημοπρασία έχει πάρει το όνομά της από τις γνωστές δημοπρασίες βολβών τουλίπας στην Ολλανδία τον 17<sup>ο</sup> αιώνα. Παρόλα αυτά έχουν χρησιμοποιηθεί και για άλλα ευπαθή εμπορεύματα όπως φρέσκα ψάρια και καπνά. Στην πράξη, ωστόσο, η δημοπρασία ολλανδικού τύπου δεν χρησιμοποιείται ευρέως.

### **Κλειστή Δημοπρασία Πρώτης Τιμής (First Price Sealed-Bid Auction)**

Η δημοπρασία που ακολουθεί αυτό το μοντέλο είναι κλειστού τύπου και η πρώτη προσφορά κερδίζει. Σε αυτό το είδος δημοπρασίας οι υποψήφιοι υποβάλουν ταυτόχρονα σφραγισμένες προσφορές, έτσι ώστε κανένας συμμετέχων δεν γνωρίζει την προσφορά οποιουδήποτε άλλου συμμετέχοντος. Ο πλειοδότης πληρώνει το ποσό που υπέβαλε.

Αυτού του τύπου η δημοπρασία διαφέρει από την αγγλική δημοπρασία, στο ότι οι κάθε συμμετέχων μπορεί να υποβάλει μόνο μία προσφορά. Επιπλέον, επειδή η δημοπρασία είναι κλειστή, κανείς από τους συμμετέχοντες δεν μπορεί να δει τις προσφορές των άλλων συμμετεχόντων έτσι ώστε να προσαρμόσει την προσφορά του ανάλογα. Αυτού του είδους οι δημοπρασίες χρησιμοποιούνται συνήθως σε διάφορους διαγωνισμούς για μισθώσεις χώρων ή εκμετάλλευση τουριστικών περιοχών κ.α. μέσω συμβάσεων με την κυβέρνηση.

### **Κλειστή Δημοπρασία Δεύτερης Τιμής (Second Price Sealed-Bid Auction) ή Δημοπρασία Vickrey**

Αυτό το μοντέλο δημοπρασιών είναι πανομοιότυπο με αυτό της προηγούμενης ενότητας (FPSB) με τη διαφορά ότι ο πλειοδότης που κερδίζει πληρώνει τη δεύτερη μεγαλύτερη προσφορά και όχι τη δική του.

Το μοντέλο αυτό έχει πάρει το όνομά του από τον νομπελίστα Καναδό οικονομολόγο William Vickrey. Παρόλο που το μοντέλο αυτό είναι πολύ σημαντικό στη θεωρία δημοπρασιών και έχει μελετηθεί εκτεταμένα στην οικονομική βιβλιογραφία στην πράξη δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένο. Συνήθεις δημοπρασίες που λειτουργούν με βάση το μοντέλο αυτό είναι αυτές με συλλογές γραμματοσήμων. (Wikipedia, The free encyclopedia, 2010)

#### **1.4.2 Δευτερεύοντα Μοντέλα**

##### **All-pay Auction**

Όπως υποδηλώνει και ο τίτλος σε αυτού του είδους τη δημοπρασία όλοι οι συμμετέχοντες πρέπει να πληρώσουν τις προσφορές τους, ανεξάρτητα από το ποιος θα είναι ο πλειοδότης που κερδίζει. Αποτελεί κατά κύριο λόγο μοντέλο ακαδημαϊκού ενδιαφέροντος

και μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τα πολιτικά κόμματα και τα λόμπι μέσω δωροδοκιών είτε σε διαγωνισμούς για την διεξαγωγή ενός αγώνα. (Wikipedia, the free encyclopedia, 2010)

### **Δημοπρασία με Εξαγορά (Buyout Auction)**

Σε μια δημοπρασία με εξαγορά έχει οριστεί από τον πωλητή μια τιμή όπου ανά πάσα στιγμή κατά τη διάρκεια της δημοπρασίας όποιος από τους συμμετέχοντες επιθυμεί μπορεί να την αποδεχτεί και να αγοράσει το αγαθό ή την υπηρεσία τερματίζοντας τη δημοπρασία. Αν δεν ασκήσει κανένας το δικαίωμα εξαγοράς τότε η δημοπρασία εξελίσσεται κανονικά και νικητής θα είναι αυτός με την μεγαλύτερη προσφορά. Η δυνατότητα εξαγοράς μπορεί να είναι προσωρινή ή μόνιμη όσον αφορά τη διάρκειά της. Σε μια δημοπρασία μόνιμης εξαγοράς η δυνατότητα εξαγοράς παραμένει διαθέσιμη καθ' όλη τη διάρκεια της δημοπρασίας ενώ σε μια δημοπρασία προσωρινής εξαγοράς η δυνατότητα εξαγοράς παύει να είναι διαθέσιμη με το που υποβληθεί η πρώτη προσφορά. Επίσης η τιμή εξαγοράς μπορεί να παραμείνει η ίδια καθ' όλη τη διάρκεια της δημοπρασίας ή να μεταβάλλεται σύμφωνα με προκαθορισμένους κανόνες ή σύμφωνα με την επιθυμία του πωλητή.

### **Συνδυαστική Δημοπρασία (Combinatorial Auction)**

Η συνδυαστική δημοπρασία περιλαμβάνει την ταυτόχρονη πώληση περισσότερων του ενός στοιχείων, όπου οι συμμετέχοντες υποβάλλουν προσφορά σε μια βάση του τύπου “όλα ή τίποτα” βάσει συνδυασμών και όχι για μεμονωμένα στοιχεία. Δηλαδή, ο συμμετέχων που υποβάλλει μια προσφορά καθορίζει και για ποια π.χ. 2 εκ των 4 στοιχείων ισχύει, αλλά και για τα 2 μαζί, όχι μόνο το ένα από τα 2. Σε αυτού του είδους τις δημοπρασίες είναι αρκετά πολύπλοκη η διαδικασία καθορισμού του νικητή και η υψηλότερη προσφορά δεν είναι εγγυημένο ότι θα κερδίσει. Το παρακάτω παράδειγμα θα εξηγήσει τους λόγους για τους

οποίους μπορεί να συμβεί κάτι τέτοιο. Σε μια δημοπρασία 4 αγαθών (X,Y,Ψ,Ω) ο Α συμμετέχων δίνει μια προσφορά 50€ για τα X και Ψ, ο Β κάνει μια προσφορά 30€ για τα X και Y, ο Γ προσφέρει 5€ για τα Y και Ω ενώ ο Δ συμμετέχων προσφέρει 30€ για τα Ψ και Ω. Οι νικητές της συγκεκριμένης δημοπρασίας θα είναι οι συμμετέχοντες Β και Δ, γιατί ο συνδυασμός των προσφορών των Β και Δ ( $30+30=60€$ ) είναι υψηλότερος από τον συνδυασμό των Α και Γ ( $50+5=55€$ ).

### **Δημοπρασία με Ελάχιστη Τιμή Πώλησης ή Δεσμευμένη Τιμή (Reserve Auction)**

Μια δημοπρασία υπάγεται σε αυτή την κατηγορία όταν ο πωλητής έχει καθορίσει μια ελάχιστη τιμή πώλησης εκ των προτέρων (reserve price). Εάν η τελική προσφορά δεν φθάσει την τιμή αυτή, τότε το αγαθό ή η υπηρεσία παραμένει απούλητο/η. Η τιμή αυτή δεν είναι απαραίτητο να έχει ανακοινωθεί στους συμμετέχοντες. Η ελάχιστη αυτή τιμή μπορεί επίσης να παραμείνει αμετάβλητη ή να μεταβληθεί όταν πρόκειται για οριακά κατώτερες προσφορές, κάτι το οποίο αφήνεται στην ευχέρεια του δημοπράτη.

Μια τέτοιου είδους δημοπρασία είναι ασφαλέστερη για τον πωλητή διότι δεν είναι υποχρεωμένος να αποδεχθεί μια χαμηλή προσφορά η οποία είναι μη συμφέρουσα. Παρόλα αυτά είναι πολύ πιθανό να μην υπάρξει πολύ μεγάλο ενδιαφέρον για μια τέτοια δημοπρασία το οποίο θα έχει ως αποτέλεσμα μια χαμηλή τελική τιμή.

### **Απόλυτη Δημοπρασία (No-Reserve Auction)**

Είναι το αντίθετο της προηγούμενης μορφής δημοπρασίας, δηλαδή όλες οι δημοπρασίες για τις οποίες δεν ορίζεται μια ελάχιστη τιμή πώλησης ονομάζονται και απόλυτες δημοπρασίες. Από την πλευρά του πωλητή, μια δημοπρασία που δεν έχει ελάχιστη τιμή πώλησης είναι επιθυμητή από το κοινό και μπορεί να ελκύσει μεγάλο αριθμό

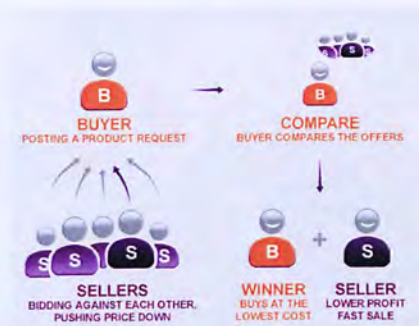


συμμετεχόντων. Όσο πιο μεγάλος είναι ο ανταγωνισμός τόσο πιο πιθανό είναι η τελική τιμή να βρίσκεται σε υψηλά επίπεδα, δηλαδή είναι πολύ πιθανό να έχει τα αντίθετα αποτελέσματα από αυτά που περιγράφηκαν στην προηγούμενη ενότητα.

### **Αντίστροφη Δημοπρασία (Reverse/ Supply Auction)**

Στην αντίστροφη δημοπρασία ο ρόλος του πωλητή και του αγοραστή αντιστρέφονται και η πορεία των τιμών είναι καθοδική και όχι ανοδική. Σε αυτό το είδος δημοπρασίας οι συμμετέχοντες είναι συνήθως πωλητές – πάροχοι μιας συγκεκριμένης υπηρεσίας, που υποβάλλουν τις προσφορές τους στον αγοραστή, ο οποίος έχει ανακοινώσει την προκήρυξη. Νικητής είναι ο πάροχος που θα υποβάλει την χαμηλότερη προσφορά.

Αντίθετα από την κοινή γνώμη, η χαμηλότερη προσφορά δεν είναι πάντα η καλύτερη. Κάτι τέτοιο θα ίσχυε μόνο εάν όλοι οι πάροχοι προσέφεραν την υπηρεσία με ακριβώς ίδια χαρακτηριστικά. Στην πραγματικότητα οι προσφορές διαφέρουν μεταξύ τους καθότι τα χαρακτηριστικά που προσφέρει ο καθένας δεν είναι τα ίδια. Το γεγονός ότι ένας πάροχος διαφέρει από τους άλλους και έχει μια συγκεκριμένη φήμη αρκεί για να νικήσει με μια προσφορά υψηλότερη από μια χαμηλότερη ενός όχι και τόσο γνωστού ή αξιόλογου παρόχου. Για το λόγο αυτό είναι πολύ σημαντικό ο αγοραστής να σκεφτεί καλά και να αξιολογήσει ή ακόμα και να ζητήσει διευκρινήσεις προτού επιλέξει την νικητήρια προσφορά. (Reverse Auctions, 2010)



Εικόνα 5: Ο αγοραστής αφού συγκεντρώσει τις προσφορές πρέπει να τις συγκρίνει και να σκεφτεί προτού επιλέξει

Δημοπρασίες αυτού του είδους αφορούν συχνά προμήθειες ή μίσθωση υπηρεσιών για διάφορους Οργανισμούς ή για το Κράτος. Αποτελούν αντικείμενο μελέτης τα τελευταία χρόνια όπου ο ρυθμός εμφάνισής τους είναι ολοένα και αυξανόμενος κυρίως μέσω του διαδικτύου (e-procurements).

### Σιωπηρή Δημοπρασία (Silent Auction)

Η σιωπηρή δημοπρασία είναι μια παραλλαγή του **αγγλικού μοντέλου**. Οι συμμετέχοντες υποβάλλουν τις προσφορές τους σημειώνοντάς τις σε μια λίστα που είναι τοποθετημένη δίπλα από το αγαθό. Με τη λήξη της δημοπρασίας νικητής είναι ο τελευταίος στη λίστα, αφού υπέβαλλε την μεγαλύτερη προσφορά. Μια σιωπηρή δημοπρασία μπορεί να ακολουθήσει και το **μοντέλο FPSB**. Ο λόγος για τον οποίο ονομάζονται έτσι είναι επειδή ουσιαστικά δεν υπάρχει κάποιος που να αναλαμβάνει το ρόλο του δημοπράτη. Αυτό το είδος δημοπρασίας χρησιμοποιείται συχνά σε φιλανθρωπικές εκδηλώσεις, όπου πολλά αντικείμενα, από δωρεές, δημοπρατούνται την ίδια στιγμή με κοινό χρόνο λήξης.



Εικόνα 6: Σιωπηρή δημοπρασία

### Top-up Auction

Είναι μια παραλλαγή της all-pay δημοπρασίας και χρησιμοποιείται κυρίως για σκοπούς φιλανθρωπικού χαρακτήρα. Όλοι όσοι συμμετείχαν πρέπει να πληρώσουν τη διαφορά μεταξύ της δικής τους προσφοράς και της αμέσως χαμηλότερης από τη δική τους, εκτός του νικητή, ο οποίος πληρώνει ολόκληρη την προσφορά που υπέβαλε για το αντικείμενο.

### Δημοπρασία τύπου Walras (Walrasian Auction)

Η δημοπρασία τύπου Walras παρουσιάστηκε από τον Γάλλο μαθηματικό και οικονομολόγο Léon Walras. Είναι μια δημοπρασία κατά την οποία ο δημοπράτης λαμβάνει προσφορές και από την πλευρά των αγοραστών και από την πλευρά των πωλητών για μια τέλεια ανταγωνιστική αγορά με πολλά αγαθά, δηλαδή μια αγορά με τέλεια πληροφόρηση και συναλλαγές χωρίς κόστος. Ο δημοπράτης ανεβάζει την τιμή εάν η ζήτηση είναι μεγαλύτερη από την προσφορά ή αντίστροφα τη ρίχνει όταν η προσφορά είναι μεγαλύτερη από τη ζήτηση. Κατά κάποιον τρόπο παίζει το ρόλο του μεσολαβητή/ διαπραγματευτή στο

παζάρεμα των τιμών μέχρις ότου προσφορά και ζήτηση εξισορροπηθούν. Σύμφωνα με τον Walras η ισορροπία θα επιτευχθεί μέσα από μια διαδικασία “ψαχουλέματος”. (Wikipedia, the free encyclopedia, 2010)

### **Διμερής Δημοπρασία (Double Auction)**

Μια διμερής δημοπρασία είναι μια διαδικασία αγοράς και πώλησης αγαθών όπου οι συμμετέχοντες πιθανοί αγοραστές υποβάλλουν τις προσφορές τους και ταυτόχρονα οι συμμετέχοντες πιθανοί πωλητές υποβάλλουν τις τιμές που αυτοί επιθυμούν στον δημοπράτη. Αυτός με τη σειρά του βρίσκει μια συγκεκριμένη τιμή  $p$  που να ικανοποιεί την αγορά. Όσοι πωλητές ζητούσαν σε μικρότερη τιμή από την  $p$  θα πουλήσουν στους αγοραστές που προσέφεραν τιμή μεγαλύτερη της  $p$  στην τιμή  $p$ . (Wikipedia, the free encyclopedia, 2010)

### **Το Ιαπωνικό Μοντέλο (Japanese Auction)**

Το ιαπωνικό μοντέλο δημοπρασιών διαφέρει ελάχιστα από το αγγλικό. Σε μια δημοπρασία αυτού του τύπου, ο δημοπράτης ανεβάζει την τιμή και κάθε συμμετέχων πρέπει να δηλώσει για κάθε ένα νέο επίπεδο τιμής αν επιθυμεί να παραμείνει. Η δημοπρασία λήγει όταν ένας μόνο συμμετέχων δηλώσει πρόθυμος να παραμείνει, ο οποίος και κερδίζει. Οι δημοπρασίες αυτές ονομάζονται και **button auctions**, διότι συχνά οι συμμετέχοντες έχουν μπροστά τους ένα πατημένο κουμπί, το οποίο το απελευθερώνουν όταν αποχωρούν από τη δημοπρασία.

## Το Κινέζικο Μοντέλο (Chinese Auction)

Είναι ένας συνδυασμός σιωπηρής δημοπρασίας, all-pay δημοπρασίας και λοταρίας. Κάθε συμμετέχων αγοράζει όσους “λαχνούς” επιθυμεί και στη συνέχεια ο νικητής κληρώνεται τυχαία με πιθανότητα ανάλογη των λαχνών που αγόρασε. Η διαφορά από μία απλή λαχειοφόρο αγορά με πολλά αντικείμενα είναι ότι κάθε αντικείμενο έχει τους δικούς του λαχνούς και οι συμμετέχοντες μπορούν να επιλέξουν για ποιο συγκεκριμένο αντικείμενο επιθυμούν να αγοράσουν λαχνούς, δηλαδή να ποντάρουν σε αυτό και όχι σε κάποιον που δεν τους ενδιαφέρει.

Ο ακόλουθος πίνακας συγκεντρώνει τα είδη δημοπρασιών που αναφέρθηκαν στο κεφάλαιο μαζί με μια σύντομη περιγραφή του τρόπου διεξαγωγής της καθεμίας εξ’ αυτών.

Τύπος Δημοπρασίας		Όροι Διεξαγωγής/ Χαρακτηριστικά
Πρωτεύοντα Μοντέλα	Αγγλικό Μοντέλο (English Auction)	Ανοικτού τύπου δημοπρασία με χαμηλή τιμή εκκίνησης και ανοδική πορεία προσφορών. Η υψηλότερη προσφορά κερδίζει.
	Ολλανδικό Μοντέλο (Dutch Auction)	Ανοικτού τύπου δημοπρασία με υψηλή τιμή εκκίνησης και καθοδική πορεία προσφορών. Η πρώτη προσφορά που θα γίνει αποδεκτή από κάποιον κερδίζει.
	Κλειστή Δημοπρασία Πρώτης Τιμής (First Price Sealed-Bid Auction)	Κλειστού τύπου δημοπρασία με ταυτόχρονη υποβολή των προσφορών. Η υψηλότερη προσφορά κερδίζει.
	Κλειστή Δημοπρασία Δεύτερης Τιμής (Second Price Sealed-Bid Auction)	Κλειστού τύπου δημοπρασία με ταυτόχρονη υποβολή των προσφορών. Η μεγαλύτερη προσφορά κερδίζει αλλά το τίμημα αντιστοιχεί στην αμέσως χαμηλότερη προσφορά.
	All-pay Auction	Όλοι οι συμμετέχοντες πληρώνουν την προσφορά τους. Η υψηλότερη προσφορά κερδίζει. Μοντέλο ακαδημαϊκού ενδιαφέροντος.
	Δημοπρασία με Εξαγορά (Buyout Auction)	Ανοικτού τύπου δημοπρασία με χαμηλή τιμή εκκίνησης και ανοδική πορεία προσφορών. Ο πωλητής έχει ορίσει μια υψηλή τιμή άμεσης αγοράς του προϊόντος. Αν δεν ασκηθεί το “δικαίωμα” αυτό τότε η υψηλότερη προσφορά κερδίζει.

Δευτερεύοντα Μοντέλα	Συνδυαστική Δημοπρασία (Combinatorial Auction)	Δημοπρασία με ταυτόχρονη πώληση περισσότερων του 1 στοιχείων. Οι προσφορές αφορούν συνδυασμούς των στοιχείων αυτών. Ο υψηλότερος συνδυασμός προσφορών κερδίζει.
	Δημοπρασία με Δεσμευμένη Τιμή (Reserve Auction)	Ανοικτού τύπου δημοπρασία με χαμηλή τιμή εκκίνησης και ανοδική πορεία προσφορών. Ο πωλητής ορίζει μια κρυφή ελάχιστη τιμή πώλησης. Αν αυτή η συνθήκη αυτή δεν τηρείται το στοιχείο δεν πωλείται. Αν ναι η υψηλότερη προσφορά κερδίζει.
	Απόλυτη Δημοπρασία (No-Reserve Auction)	Ανοικτού τύπου δημοπρασία με χαμηλή τιμή εκκίνησης και ανοδική πορεία προσφορών. Ο πωλητής δεν έχει ορίσει κάποια ελάχιστη τιμή πώλησης. Η υψηλότερη προσφορά κερδίζει.
	Αντίστροφη Δημοπρασία (Reverse Auction)	Δημοπρασία με καθοδική τιμή πώλησης. Εδώ οι πωλητές είναι αυτοί που υποβάλλουν προσφορές στον υποψήφιο αγοραστή. Συνήθως, η χαμηλότερη προσφορά κερδίζει.
	Σιωπηρή Δημοπρασία (Silent Auction)	Παραλλαγή είτε του αγγλικού μοντέλου είτε της κλειστής δημοπρασίας πρώτης τιμής. Δεν υπάρχει δημοπράτης αλλά οι προσφορές δίνονται σε λίστα. Δημοπρασία φιλανθρωπικού χαρακτήρα.
	Top-up Auction	Παραλλαγή της all-pay δημοπρασίας. Όλοι οι συμμετέχοντες πληρώνουν τη διαφορά μεταξύ της υψηλότερης και της δικής τους προσφοράς. Δημοπρασία φιλανθρωπικού χαρακτήρα.
	Δημοπρασία Τύπου Walras (Walrasian Auction)	Εδώ ο δημοπράτης αναλαμβάνει το ρόλο του μεσολαβητή ανάμεσα σε πωλητές και αγοραστές. Ρυθμίζει την τιμή ανάλογα με την προσφορά και τη ζήτηση έως ότου αυτές εξισορροπηθούν σε μια τιμή.
	Διμερής Δημοπρασία (Double Auction)	Δημοπρασία με πλήθος αγοραστών και πωλητών. Τα μέρη υποβάλλουν τις προσφορές που επιθυμούν και ο δημοπράτης βρίσκει μια συγκεκριμένη τιμή που να ικανοποιεί την αγορά.
	Ιαπωνικό Μοντέλο (Japanese Auction)	Παραλλαγή του αγγλικού μοντέλου. Η δημοπρασία διαφραγίζεται σε γύρους. Για κάθε νέο υψηλότερο επίπεδο τιμής (γύρο) που ανακοινώνεται όσοι δηλώσουν προθυμία συνεχίζουν στον επόμενο γύρο ειδύλλως αποχωρούν από τη δημοπρασία.
Κινέζικο Μοντέλο (Chinese Auction)	Συνδυασμός σιωπηρής δημοπρασίας, all-pay δημοπρασίας και λοταρίας. Κάθε συμμετέχων αγοράζει όσους λαχνούς επιθυμεί για ένα συγκεκριμένο αντικείμενο αυξάνοντας τις πιθανότητες να το κερδίσει.	

Πίνακας 1: Συγκεντρωτικός πίνακας των μοντέλων δημοπρασιών και των χαρακτηριστικών τους

## Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup>: Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες

### 2.1 Εισαγωγή

Η διαρκής ανάπτυξη της τεχνολογίας και του διαδικτύου σε συνδυασμό με την ταχύτατη εξάπλωσή τους στον ανεπτυγμένο κόσμο δεν θα μπορούσε να μην επηρεάσει και τον χώρο των δημοπρασιών. Παράλληλα με τις παραδοσιακές δημοπρασίες αναπτύχθηκε και μια νέα μορφή δημοπρασιών, αυτή των ηλεκτρονικών δημοπρασιών. Στα πρώτα στάδια ύπαρξής τους μπορεί να μην διέφεραν και πολύ από τις παραδοσιακές μορφές, παρά μόνο στο ότι διαδραματιζόνταν σε ένα εικονικό περιβάλλον με το πλεονέκτημα ότι μπορούσαν να συμμετάσχουν περισσότερα άτομα και από διαφορετικά σημεία χωρίς κανένα κόστος μετακίνησης.

Σήμερα σχεδόν 20 χρόνια μετά έχουν αναπτυχθεί αρκετά μοντέλα ηλεκτρονικών δημοπρασιών, τα οποία δίχως την ύπαρξη των ηλεκτρονικών υπολογιστών και του διαδικτύου κάτι τέτοιο δεν θα ήταν εφικτό. Μεγάλο μέρος της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου και του όγκου των διαδικτυακών συναλλαγών οφείλεται χάρη σε αυτά τα μοντέλα. Συνεπώς, δεν είναι δύσκολο να γίνει αντιληπτό πόσο μεγάλη είναι η συμβολή των ηλεκτρονικών δημοπρασιών στην ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, αλλά και πόσο πολλά είναι τα οφέλη που αποκομίζονται τα συμβαλλόμενα μέρη είτε αυτά είναι απλοί χρήστες είτε επιχειρήσεις.

## 2.2 Η Έννοια της Ηλεκτρονικής Δημοπρασίας

Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες (e-auctions ή online auctions) αποτελούν μία πολύ επιτυχημένη μεταφορά των παραδοσιακών δημοπρασιών στο διαδίκτυο, μία επιτυχημένη μεταφορά αυτών από ένα φυσικό σε ένα εικονικό και διαδραστικό περιβάλλον, μετασχηματίζοντάς τες έτσι σε τελική ανάλυση σε ένα πολύ πιο εύκολα προσβάσιμο και φιλικό εργαλείο πραγματοποίησης αγοροπωλησιών.

Παρόλο που και αυτές είναι δημοπρασίες, όντας μία ηλεκτρονική εκδοχή των προγενέστερών τους παραδοσιακών δημοπρασιών, παρουσιάζουν αρκετές διαφορές, διαφορές οι οποίες τις καθιστούν ένα μοναδικό φαινόμενο των αγορών, της οικονομίας και της κοινωνίας.

Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες αποτελούν ένα σημαντικό και αναπόσπαστο κομμάτι των σημερινών ηλεκτρονικών αγορών καθώς επίσης και έναν αξιόλογο μηχανισμό αλλά και επιτυχημένο μοντέλο της αγοράς, του οποίου το μέγεθος χρήσης και υιοθέτησης δημιουργεί έναν αρκετά πλούσιο και ενδιαφέρον χώρο μελέτης και έρευνας.

## 2.3 Ιστορική Αναδρομή

Οι δημοπρασίες μέσω διαδικτύου (internet) έχουν κάνει την εμφάνισή τους πριν ακόμα γίνει ευρέως γνωστό και διαθέσιμο αυτό που ονομάζουμε παγκόσμιος ιστός (world wide web - www). Πριν ακόμα κάνει την εμφάνισή του ο NSCA Mosaic, το πρώτο πρόγραμμα περιήγησης στο διαδίκτυο (web browser) για Windows και Macintosh, στα τέλη του 1993, υπήρχε ήδη μια σειρά δημοπρασιών που λάμβαναν χώρα σε ομάδες συζητήσεων (newsgroups – η πρώτη μορφή forum συζητήσεων), μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου



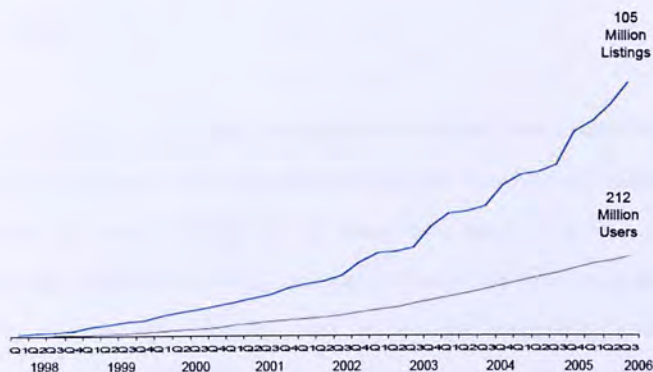
(e-mail) με εκατοντάδες πωλητές διαφόρων ειδών να πλειοδοτούν τα προϊόντα τους μέσω δημοπρασιών που διαρκούσαν ημέρες ή και εβδομάδες.

Οι 2 πρώτοι δικτυακοί τόποι (site) με δημοπρασίες ήταν οι Onsale ([www.onsale.com](http://www.onsale.com)) και eBay ([www.ebay.com](http://www.ebay.com)), οι οποίοι έκαναν την εμφάνισή τους τον Μάιο και τον Σεπτέμβριο του 1995 αντίστοιχα. Ήταν οι πρώτοι που εκμεταλλεύτηκαν τις τεχνολογίες και τις δυνατότητες που προσέφερε το διαδίκτυο, δημιουργώντας μηχανές αναζήτησης και κατηγορίες προϊόντων έτσι ώστε να μπορεί να βρίσκει κανείς εύκολα αυτό που ψάχνει καθώς επίσης και το σημαντικότερο εργαλείο, ηλεκτρονικές φόρμες όπου μπορούσε κανείς να υποβάλλει την προσφορά του και να ενημερωθεί το σύστημα αυτόματα. Όπως και στις δημοπρασίες των newsgroups έτσι και στις ηλεκτρονικές πλέον δημοπρασίες, η μεγάλη διάρκεια ήταν ένα σταθερό γνώρισμα, επιτρέποντας με τον τρόπο αυτό στους ενδιαφερόμενους να συμμετάσχουν απ' όπου και όποτε αυτοί μπορούσαν.

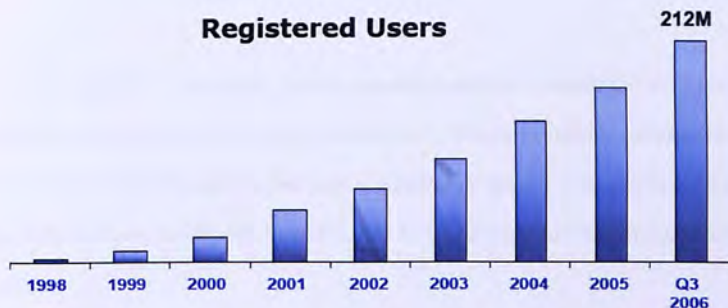
Ενώ το Onsale ξεκίνησε δημοπρατώντας δικά του προϊόντα, κυρίως τεχνολογικού χαρακτήρα εστιάζοντας στο αντρικό κοινό, το eBay ξεκίνησε σαν ένας χώρος που φιλοξενούσε δημοπρασίες με αντικείμενα που οι ίδιοι οι ιδιοκτήτες τους επιθυμούσαν να δημοπρατήσουν. Ο κάθε πωλητής μπορούσε να επιλέξει συγκεκριμένες παραμέτρους για την κάθε δημοπρασία όπως τη διάρκεια, την τιμή εκκίνησης, το βήμα της δημοπρασίας καθώς και την επιθυμητή ελάχιστη τιμή πώλησης (reserve price) προαιρετικά. Ο συγκεκριμένος δικτυακός τόπος έγινε πολύ γρήγορα δημοφιλής και ο μηνιαίος ρυθμός ανάπτυξής του ήταν περίπου στο 12%. Μέχρι τα μέσα του 1999 το eBay φιλοξενούσε πάνω από 10 εκατ. διαφορετικές δημοπρασίες με τον όγκο πωλήσεων να ανέρχεται στα 190 εκατ. \$. Παρά τον μεγάλο αριθμό ιστοσελίδων με αντίστοιχο επιχειρηματικό μοντέλο κανένα δεν έχει καταφέρει να φτάσει σε μέγεθος το eBay. Το eBay έχει το πλεονέκτημα του πρωτοεμφανισθέντα στον χώρο έχοντας δημιουργήσει σημαντικές οικονομίες κλίμακας: οι

πωλητές προτιμούν να προωθούν τα προϊόντα τους στην ιστοσελίδα με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα και οι πιθανοί αγοραστές αντίστοιχα προτιμούν να επισκέπτονται την ιστοσελίδα με την μεγαλύτερη γκάμα προϊόντων. (Lucking-Reiley, 1999)

Στο γράφημα που ακολουθούν φαίνεται διαχρονικά η εξέλιξη στον αριθμό των εγγεγραμμένων χρηστών και των αντικειμένων που δημοπρατήθηκαν στο δικτυακό τόπο του eBay από τις αρχές του 1998 μέχρι και το 3<sup>ο</sup> τρίμηνο του 2006. (Shoup & Pritchett, 2006)



Γράφημα 1: Ιστόγραμμα διαχρονικής εξέλιξης των εγγεγραμμένων χρηστών και των καταχωρήσεων του eBay



Γράφημα 2: Ραβδόγραμμα διαχρονικής εξέλιξης των εγγεγραμμένων χρηστών του eBay

Σήμερα, σύμφωνα με τα στοιχεία του δικτυακού τόπου Alexa.com, τη μεγαλύτερη βάση δεδομένων με στατιστικές επισκεψιμότητας για όλους τους δικτυακούς τόπους, το eBay για το 2010 κυμαίνεται μεταξύ 17<sup>ης</sup> και 28<sup>ης</sup> θέσης στην παγκόσμια κατάταξη ως προς τον αριθμό των επισκεπτών ημερησίως και στην 1<sup>η</sup> θέση στην κατάταξη των δικτυακών τόπων δημοπρασιών. (Alexa, 2010) Σε ετήσια βάση τη σελίδα την επισκέπτονται περίπου 75-80 εκατ. μοναδικοί χρήστες. (Compeete, 2010)

## 2.4 Οφέλη

Μέσα από το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) κατάφεραν τόσο οι ιδιώτες όσο και οι επιχειρήσεις να ξεπεράσουν τα όποια μειονεκτήματα και δυσκολίες των παραδοσιακών μηχανισμών της αγοράς. Οι δημοπρασίες, όντας ένας πολύ δυναμικός μηχανισμός πραγματοποίησης αγοραπωλησιών, με την μεταφορά τους σε ένα ηλεκτρονικό περιβάλλον μπόρεσαν να γίνουν ένα πολύ δημοφιλές και συνεχώς ανερχόμενο μοντέλο στις ηλεκτρονικές αγορές του σήμερα.

### 2.4.1 Οφέλη για τους αγοραστές

Από την πλευρά του αγοραστή, οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες αποτελούν έναν μοναδικό τρόπο διασκέδασης για κάθε συμμετέχοντα αγοραστή. Επίσης αποτελούν ένα μέσο το οποίο του επιτρέπει να αλληλεπιδρά με ένα πλήθος άλλων πωλητών και αγοραστών, αλλά και να αναπτύσσει ανάλογα αισθήματα ολοκλήρωσης, τα οποία πηγάζουν από τη συμμετοχή του σε ομάδες.

Ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών δημοπρασιών είναι ότι αποτελούν και έναν εύκολο όσο και εξαιρετικό τρόπο επίτευξης οικονομικών αγορών, οι οποίες τις περισσότερες φορές αποδεικνύονται πολύ φθηνότερες έναντι αρκετών άλλων. Κάθε υποψήφιος αγοραστής δύναται να υποβάλει τις ανάλογες προτάσεις προσφορών που θα του επιτρέψουν να αποκτήσει προϊόντα και υπηρεσίες που επιθυμεί σε τιμές πολύ χαμηλότερες έναντι άλλων μεθόδων-μηχανισμών αλλά και αντίστοιχων αγοραίων τιμών τους.

Με την τεχνολογική εξέλιξη το μόνο που χρειάζεται κανείς πλέον είναι μονάχα μία τερματική συσκευή, είτε αυτή είναι ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής, είτε ένα κινητό τηλέφωνο. Ακόμη περισσότερο, αποτελούν και άνευ γεωγραφικών περιορισμών εργαλείο αναζήτησης και εύρεσης προϊόντων και υπηρεσιών για τα οποία δεν υφίστανται ανάλογες αναπτυγμένες αγορές, όπως οι αγορές μοναδικών και συλλεκτικών ειδών, τα οποία και σπανίζουν σε ορισμένες περιοχές ή και χρονικές περιόδους, όπως επίσης και έναν βέλτιστο οδηγό για τον προσδιορισμό των αντίστοιχων αγοραίων τιμών τους.

Τέλος, ακόμα ένα σημαντικό πλεονέκτημα των ηλεκτρονικών δημοπρασιών για κάποιους μπορεί να θεωρηθεί η ανωνυμία. Κάθε χρήστης μπορεί πλέον να συμμετάσχει σε οποιαδήποτε ηλεκτρονική δημοπρασία επιθυμεί χωρίς να απαιτείται να δηλώσει την πραγματική του ταυτότητα και από οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη επιθυμεί. Με τη χρήση ενός συνθηματικού (username), με το οποίο έχει δηλωθεί στον εκάστοτε δικτυακό τόπο, μπορεί να διατηρεί την πραγματική του ταυτότητα μυστική από τους υπόλοιπους συμμετέχοντες. (Turban, King, Lee, & Viehland, 2006)

Τα πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών δημοπρασιών έναντι των παραδοσιακών φαίνονται στον ακόλουθο πίνακα.

Χαρακτηριστικά	Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες	Παραδοσιακές Δημοπρασίες
Προσβασιμότητα	Μεγάλη	Μικρή
Κόστος συναλλαγής	Χαμηλό	Υψηλό
Γεωγραφικοί περιορισμοί	Κανένας	Πολλοί
Χρόνος απόφασης	Μεγάλος	Σύντομος
Ποικιλία προϊόντων	Απεριόριστη	Περιορισμένη
Αναζήτηση προϊόντων	Εύκολη	Δύσκολη
Πρόσβαση σε φθηνά αντικείμενα	Εύκολη	Δύσκολη
Επιπρόσθετες πληροφορίες	Περισσότερες	Λιγότερες

**Πίνακας 2: Πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών δημοπρασιών έναντι των παραδοσιακών από την πλευρά του αγοραστή**

#### 2.4.2 Οφέλη για τους πωλητές

Πέρα από τους αγοραστές, οφέλη αποκομίζουν και οι πωλητές ανεξαρτήτως του είδους των δημοπρατούμενων κάθε φορά προϊόντων ή υπηρεσιών όπως και του χρησιμοποιούμενου μοντέλου δημοπρασίας. Κάθε συμμετοχή σε μία ηλεκτρονική δημοπρασία συνεπάγεται και μία ανάλογη αύξηση των εσόδων του εκάστοτε πωλητή, που προέρχεται τόσο μέσω της διεύρυνσης της πελατειακής του βάσης, όσο και της επιμήκυνσης του συνολικού χρόνου διάθεσης των προϊόντων του. Η αύξηση του κύκλου εργασιών του συνεπάγεται και την βελτιστοποίηση της συνολικής του τρέχουσας ρευστότητας.

Επίσης μέσω των ηλεκτρονικών δημοπρασιών μπορεί ο κάθε πωλητής να εξασφαλίσει χαμηλότερα συναλλακτικά αλλά και διαχειριστικά κόστη, τα οποία οδηγούν σε αισθητά μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους. Ειδικότερα, μέσα από την παράκαμψη των διαφόρων

κοστοβόρων ενδιαμέσων, την απελευθέρωση από πιθανούς εθνικούς και κοινοτικούς φόρους, αλλά και την απεξάρτηση από ανάλογα διαχειριστικά κόστη τα οποία συνεπάγονται παραδοσιακές μορφές πωλήσεων, κάθε πωλητής δύναται να διασφαλίσει ένα πολύ μεγαλύτερο ποσοστό περιθωρίου κέρδους, καθιστώντας έτσι τις ηλεκτρονικές δημοπρασίες έναν από τους πιο πολλά υποσχόμενους και επικερδείς τρόπους πραγματοποίησης αγοραπωλησιών.

Τέλος, μέσα από ένα πολυδιάστατο και αμφίδρομο περιβάλλον επικοινωνίας, όπως είναι αυτό των ηλεκτρονικών δημοπρασιών, κάθε πωλητής έχει τη δυνατότητα καλύτερης και ουσιαστικότερης επικοινωνίας με την πελατειακή του βάση, επιτρέποντάς του έτσι την οικοδόμηση μακροχρόνιων σχέσεων πιστότητας, οι οποίες και θα του εγγυηθούν τις αναγκαίες προϋποθέσεις για οικονομική επιτυχία. Επιπροσθέτως αξιοποιώντας κανείς τις συγκεντρωμένες πληροφορίες σχετικά με τα ενδιαφέροντα των πελατών του, θα βελτιώσει την γενική εμπειρία των αγοραστών με πιο προσωποποιημένο περιεχόμενο, κάτι το οποίο θα ενισχύσει ακόμα περισσότερο τις πελατειακές σχέσεις με ότι αυτό συνεπάγεται. (Turban, King, Lee, & Viehland, 2006)

Τα πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών δημοπρασιών έναντι των παραδοσιακών από την πλευρά των πωλητών φαίνονται στον ακόλουθο πίνακα.

Χαρακτηριστικά	Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες	Παραδοσιακές Δημοπρασίες
Κόστος	Χαμηλό	Υψηλό
Συμμετέχοντες	Πολλοί	Λίγοι
Όγκος καταλόγων	Μικρός	Μεγάλος
Εργαζόμενοι	Λίγοι	Πολλοί

Όγκος δημοπρασιών	Μεγάλος	Μικρός
Λειτουργία	Αυτόματη	Μη-αυτόματη

**Πίνακας 3: Πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών δημοπρασιών έναντι των παραδοσιακών από την πλευρά του πωλητή**

### 2.4.3 Οφέλη για τους δημοπράτες

Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες συνεπάγονται και ανάλογες ωφέλειες για τους “οίκους δημοπρασιών”, οίκοι οι οποίοι μέσω ανάλογων ιστοσελίδων καθιστούν εφικτή την διεξαγωγή οποιουδήποτε μεγέθους και κλίμακας δημοπρασίας ανεξαρτήτου χρόνου και δημοπρατούμενων κάθε φορά προϊόντων ή υπηρεσιών. Ειδικότερα, ιστοσελίδες τέτοιων οίκων δημοπρασιών μετασχηματίζονται σε δημοφιλείς χώρους επαναλαμβανομένων αγορών οι οποίοι και διακρίνονται για τα υψηλά ποσοστά “συγκράτησης” πελατών και τα μεγάλα μεγέθη βαθμού ικανοποίησής τους, διαμορφώνοντας έτσι όλες εκείνες τις αναγκαίες και ικανές συνθήκες επέκτασης και μεγέθυνσης των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων.

Ουσιαστικά, από τη στιγμή που τέτοιοι χώροι αγοραπωλησιών παρέχουν σημαντικά οφέλη σε κάθε συμμετέχοντα είτε πωλητή είτε αγοραστή, αυτομάτως μετασχηματίζονται και σε χώρους οι οποίοι διακρίνονται από μία μεγάλη συχνότητα επαναλαμβανόμενων αγορών εκτεταμένης χρονικής διάρκειας που συνεπάγονται ακόμη μεγαλύτερους κύκλους εργασιών, υψηλότερη κερδοφορία αλλά και ευκαιρίες επέκτασης από οποιονδήποτε άλλον αντίστοιχο παραδοσιακό ή μη χώρο. (Turban, King, Lee, & Viehland, 2006)

Τα πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών δημοπρασιών έναντι των παραδοσιακών από την πλευρά του δημοπράτη φαίνονται στον ακόλουθο πίνακα.

Χαρακτηριστικά	Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες	Παραδοσιακές Δημοπρασίες
Πιθανοί Αγοραστές	Πολλοί	Λίγοι
Κόστος συναλλαγής	Χαμηλό	Υψηλό
Πρόσβαση σε φθηνά αντικείμενα	Εύκολη	Δύσκολη
Γεωγραφικοί περιορισμοί	Κανένας	Πολλοί
Διαδικασίες	Εύκολες	Περίπλοκες
Πιθανότητα επίτευξης υψηλής τιμής	Μεγάλη	Μικρή

**Πίνακας 4: Πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών δημοπρασιών έναντι των παραδοσιακών από την πλευρά του δημοπράτη**

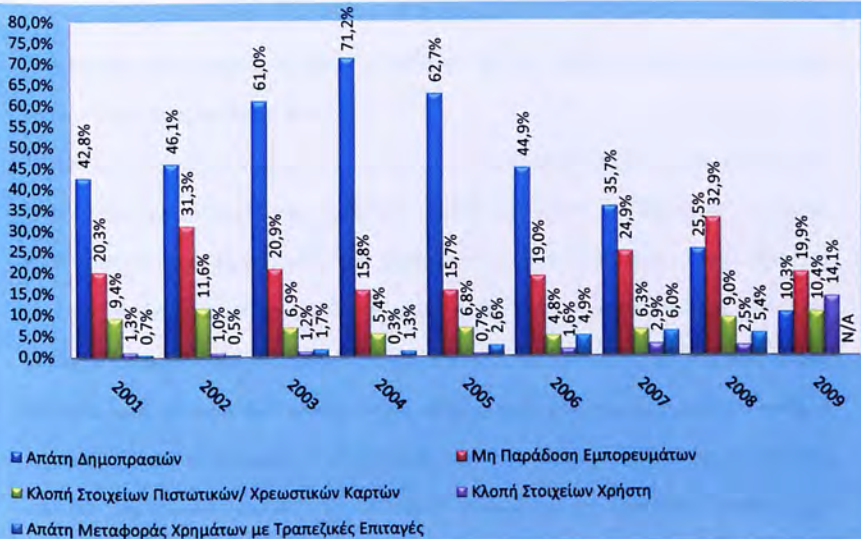
## 2.5 Περιορισμοί/ Κίνδυνοι – Απάτη

Η απόφαση να συμμετέχει ένας καταναλωτής ή μια επιχείρηση σε μία ηλεκτρονική δημοπρασία εμπεριέχει και ορισμένους κινδύνους που θα πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπ' όψιν από κάθε συμμετέχοντα.

Η πιθανότητα εξαπάτησης αμφοτέρων των συμμετεχόντων σε μία ηλεκτρονική δημοπρασία παρουσιάζεται αρκετά μεγάλη, με ένα σημαντικό ποσοστό περιπτώσεων ηλεκτρονικής απάτης στο διαδίκτυο να αποδίδεται στις ηλεκτρονικές δημοπρασίες.

Στο παρακάτω γράφημα γίνεται σύγκριση των βασικότερων και πιο συχνών κατηγοριών ηλεκτρονικής απάτης στο διαδίκτυο για τα έτη 2001 έως 2009. Τα ποσοστά αφορούν το σύνολο των καταγγελιών περιπτώσεων ηλεκτρονικής απάτης σύμφωνα με τις ετήσιες αναφορές του Κέντρου Παραπόνων Ηλεκτρονικής Απάτης (IC3) για τα αντίστοιχα έτη.





Γράφημα 3: Ποσοστά εμφάνισης των βασικότερων κατηγοριών ηλεκτρονικής απάτης στο διαδίκτυο για τα έτη 2001-2009 (NWCCC & FBI, 2001-2009)

Από τα δεδομένα του παραπάνω γραφήματος φαίνεται ότι μεγάλο ποσοστό των καταγγελιών ηλεκτρονικής απάτης αφορά τις ηλεκτρονικές δημοπρασίες. Από το 2001 και για τα επόμενα 3 λόγω της ραγδαίας ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου, στο οποίο συνέβαλαν και οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες, παρατηρείται απότομη αύξηση του ποσοστού απάτης σε αυτές. Λόγω του μεγάλου ρυθμού διάδοσης και αύξησης των ιστοσελίδων με δημοπρασίες εκείνη την περίοδο, δόθηκε πρόσφορο έδαφος σε ορισμένους επιτήδειους να εκμεταλλευτούν το γεγονός αυτό σε βάρος των ανίδεων χρηστών. Από το 2004 και έπειτα το ποσοστό εμφάνισης ηλεκτρονικής απάτης στις δημοπρασίες μειώθηκε με εντονότερο ρυθμό από αυτόν με τον οποίο αυξήθηκε τα προηγούμενα χρόνια. Και αυτό δεν οφείλεται σε κάποια μείωση του αριθμού των ηλεκτρονικών δημοπρασιών. Αντιθέτως, οφείλεται στο

γεγονός ότι η αγορά πλέον ωρίμασε και οι χρήστες κάνουν πολύ πιο προσεκτικές αγορές από αξιόπιστους πωλητές. Σε αυτό συνέβαλαν και οι δικτυακοί τόποι ηλεκτρονικών δημοπρασιών όπως θα δούμε παρακάτω.

Η ποιότητα αλλά και το επίπεδο ασφάλειας των συναλλαγών που αυτές συνεπάγονται για κάθε συμμετέχοντα αποτελούν ορισμένους ακόμη πρόσθετους περιορισμούς- κινδύνους κάθε ηλεκτρονικής δημοπρασίας. Το χαμηλότερο επίπεδο ασφαλείας συναλλαγών το κατέχουν κυρίως οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες μεταξύ καταναλωτών (C2C), με πολλές εξ' αυτών να κρύβουν κινδύνους για κάθε συμμετέχοντα, όπως αυτούς της χρήσης ενός μικρού και μόνο αριθμού απατηλών πολλές φορές φωτογραφιών όσο και ενός μεγάλου αριθμού παραπλανητικών περιγραφών ή ανακριβών τεχνικών προδιαγραφών, της υποκλοπής αριθμών πιστωτικών καρτών, της άρνησης αποστολής, της άρνησης αλλαγής και επιστροφής αλλά και της άρνησης πληρωμής. Ακόμη ορισμένες από αυτές τις συναλλαγές μπορεί να εμπεριέχουν κλεμμένα προϊόντα ή προϊόντα αποτέλεσμα παράνομων ενεργειών τα οποία και ανέντιμοι πωλητές προσπαθούν να διαθέσουν. Στον ακόλουθο πίνακα αναφέρονται οι βασικότεροι κίνδυνοι που μπορεί να εμπεριέχει μία ηλεκτρονική δημοπρασία.

<b>Τύποι Παραπόνων Απάτης Ηλ. Δημοπρασιών</b>
Παράπονα καταναλωτών
Προϊόν απομίμηση
Κλεμμένο αντικείμενο
Ψεύτικη πληρωμή
Ανέντιμη αποζημίωση
Πλαστοί λογαριασμοί
Μη παράδοση αντικειμένου
Μη πληρωμή αντικειμένου
Κλοπή πληρωμής
Άλλος τύπος απάτης πληρωμής

Μη εξουσιοδοτημένη αγορά προϊόντων  
Άλλα παράπονα

**Πίνακας 5: Τύποι παραπόνων σχετικά με τις απάτες ηλεκτρονικών δημοπρασιών στο διαδίκτυο (NWCCC & FBI, 2001-2009)**

Επιπροσθέτως, στη μείωση του αριθμού των συμβάντων τα τελευταία χρόνια και στην εξάλειψη κάποιων από τις παραπάνω κατηγορίες κινδύνων έχουν συμβάλει οι εξής λόγοι:

1) Πολλές ιστοσελίδες δημοπρασιών συμβάλλουν ενεργά στην εξάλειψη της απάτης, ενθαρρύνοντας τους χρήστες να υποβάλλουν επίσημες καταγγελίες. Καταδίκες στην Καλιφόρνια κατά το παρελθόν υπέδειξαν ότι οι περιπτώσεις απάτης ηλεκτρονικών δημοπρασιών λαμβάνονται σοβαρά υπ' όψιν από τα δικαστήρια. (Lucking-Reiley, 1999)

2) Το eBay όντας πρωτοπόρος δικτυακός τόπος στην πάταξη της απάτης, δημιούργησε ένα σύστημα αξιολόγησης και ανατροφοδότησης, το οποίο υιοθετήθηκε και από πολλούς άλλους δικτυακούς τόπους, με το οποίο ενθαρρύνει τους πωλητές και τους αγοραστές να βαθμολογήσουν ο ένας τον άλλον με το πέρας της συναλλαγής. Οι αξιολογήσεις και τα σχόλια αυτά είναι διαθέσιμα προς όλους, οπότε ένας υποψήφιος αγοραστής μπορεί να δει τα σχόλια που άφησαν προηγούμενοι πλειοδότες για τον πωλητή και τα προϊόντα του καθώς επίσης και ένας πωλητής μπορεί αντίστοιχα να δει τη βαθμολογία του υποψήφιου αγοραστή και να επιλέξει αν επιθυμεί να δεχθεί την προσφορά του. (eBay, 2010)

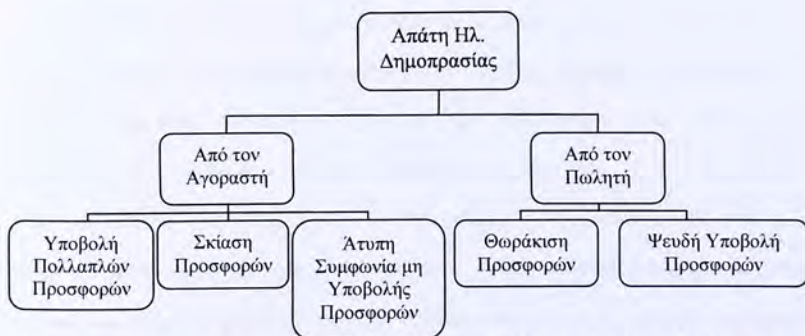
3) Ακόμα μια πρωτοπορία του eBay το τελευταίο διάστημα είναι η υπηρεσία eBay Buyer Protection, η οποία διασφαλίζει ότι σε περίπτωση που δεν ανταποκρίνεται το προϊόν στην περιγραφή ή δεν το παραλάβει ο αγοραστής και δεν βρεθεί κάποια λύση με τον

πωλητή, θα επιστραφεί στον αγοραστή η συνολική αξία του προϊόντος που αγόρασε (κόστος απόκτησης και μεταφορικά κόστη). Αυτή η υπηρεσία είναι το μέλλον των ηλεκτρονικών δημοπρασιών διότι συμβάλλει στο να ξεπεραστούν και τα όποια εμπόδια λόγω δυσπιστίας από την πλευρά των καταναλωτών. (eBay Buyer Protection, 2010)

4) Με την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου γενικότερα έχουν αναπτυχθεί αντίστοιχα και τα επίπεδα ασφαλείας για αγορές με τη χρήση πιστωτικής κάρτας. Είτε μέσω κρυπτογραφημένων σελίδων από τα τραπεζικά ιδρύματα με τα οποία συνεργάζεται ο εκάστοτε πωλητής, είτε μέσω τρίτων μεσολαβητών που εγγυώνται την ασφάλεια των συναλλαγών (π.χ. PayPal) ή ακόμα και την παράδοση των εμπορευμάτων (π.χ. Escrow) η πιθανότητα υποκλοπής των στοιχείων μιας πιστωτικής κάρτας είναι πλέον μικρή.

5) Τελευταίος λόγος, άλλα καθόλου ασήμαντος είναι και η ανάπτυξη κατάλληλου και έμπιστου λογισμικού (λειτουργικά προγράμματα, web browsers, antivirus & internet security), όπου μέσα από συνεχή εξέλιξη στα ζητήματα ασφάλειας επιτρέπει εύκολα και σε προσιτές τιμές όχι μόνο την ασφαλή περιήγηση στο διαδίκτυο αλλά και τις ασφαλείς συναλλαγές.

Πέραν των όσων αναφέρθηκαν παραπάνω, ως απάτη μπορεί να χαρακτηριστεί και η χρήση κάποιων συγκεκριμένων στρατηγικών που έχουν ως στόχο την χειραγώγηση των ηλεκτρονικών δημοπρασιών. Οι στρατηγικές αυτές μπορεί να χρησιμοποιηθούν είτε από τους πωλητές είτε από τους αγοραστές όπως φαίνεται στο ακόλουθο σχήμα.



Εικόνα 7: Τύποι απάτης σε μια ηλεκτρονική δημοπρασία (Jenamani, Zhong, & Bhargava, 2007)

Ειδικότερα, σε έναν μεγάλο αριθμό ηλεκτρονικών δημοπρασιών παρουσιάζονται τα γνωστά φαινόμενα της θωράκισης προσφορών (bid shilling), της ψευδούς υποβολής προσφορών (false bidding), της σκίασης προσφορών (bid shading ή bid shielding), της υποβολής πολλαπλών προσφορών (multiple bidding) και της άτυπης συμφωνίας μη υποβολής προσφορών (rings) που ως απώτερο στόχο έχουν την εξαπάτηση αμοιτέρων των συμμετεχόντων, καθιστώντας έτσι αδύνατη την επίτευξη μία πραγματικής ισορροπίας τιμών, αλλά και της μεγιστοποίησης της αποτελεσματικότητάς της σε όρους ωφέλειας των συμμετεχόντων πωλητών και αγοραστών.

Αναλυτικότερα, στην θωράκιση προσφορών (bid shilling) έχουμε την υποβολή ψευδών προτάσεων προσφοράς από εντεταλμένους αγοραστής ορισμένων ανέντιμων πωλητών, προκειμένου να οδηγήσουν την όλη διαδικασία δημοπράτησης σε πολύ υψηλότερα επίπεδα τελικών τιμών διάθεσης. Ένα μειονέκτημα της θωράκισης προσφορών για τον πωλητή είναι η πιθανότητα να υπερβεί την επιθυμία του πλειοδότη για το προϊόν ή την υπηρεσία που δημοπρατεί και τελικά να καταλήξει να μην κάνει την πώληση.

Στην περίπτωση της ψευδούς υποβολής προσφορών (false bidding) έχουμε ορισμένους ανέντιμους πωλητές, οι οποίοι προχωρούν στην υποβολή ελάχιστα υψηλότερων της τρέχουσας προσφοράς προτάσεων λίγο πριν την ολοκλήρωση μίας δημοπρασίας προκειμένου έτσι να εκβιάσουν ακόμη υψηλότερες τιμές προσφορών.

Στην περίπτωση της σκίασης προσφορών (bid shading ή bid shielding), ένας ανέντιμος αγοραστής τοποθετεί μια χαμηλή προσφορά για το προϊόν που τον ενδιαφέρει και στη συνέχεια είτε ο ίδιος μέσω ενός δεύτερου λογαριασμού είτε μέσω κάποιου φίλου κάνει μια υπερβολικά μεγάλη προσφορά δημιουργώντας έτσι μια ασπίδα για την χαμηλή προσφορά και απωθώντας με τον τρόπο αυτό τους υπόλοιπους ενδιαφερόμενους. Λίγο πριν την λήξη της δημοπρασίας ο πλειοδότης αποσύρει την προσφορά του και έτσι το προϊόν πωλείται στην χαμηλή τιμή του ανέντιμου αγοραστή. Αυτό το τέχνασμα μπορεί να μην γίνει αντιληπτό μιας και στο ιστορικό μπορεί να μην εμφανιστεί η προσφορά που αποσύρθηκε αλλά ευτυχώς δεν είναι ευρέως διαδεδομένο.

Το φαινόμενο της υποβολής πολλαπλών προσφορών (multiple bidding) είναι ακριβώς το ίδιο με το προηγούμενο με τη διαφορά ότι ο ανέντιμος αγοραστής τοποθετεί πολλές ψευδείς προσφορές μέσα από πολλούς πλαστούς λογαριασμούς, που στη συνέχεια τις αποσύρει λίγο πριν τη λήξη της δημοπρασίας.

Στο όχι και τόσο συχνά εμφανιζόμενο φαινόμενο των άτυπων συμφωνιών μη υποβολής ανταγωνιστικών προτάσεων προσφοράς (rings), διάφορες ομάδες αγοραστών συμφωνούν άτυπα μεταξύ τους να μην επιτρέψουν την ανάπτυξη ενός άκρατου ανταγωνισμού ο οποίος και θα οδηγήσει σε μία υπερβολική αύξηση στην τιμή του αντίστοιχου δημοπρατούμενου προϊόντος ή υπηρεσίας. (Jenamani, Zhong, & Bhargava, 2007)

Πολλά από τα παραπάνω φαινόμενα παρατηρούμε ότι μπορούν να αποφευχθούν από τις ιστοσελίδες δημοπρασιών με την κατάργηση της δυνατότητας απόσυρσης μιας προσφοράς

ακόμα και εάν αυτή είναι αποτέλεσμα τυπογραφικού λάθους. Ένας ακόμα τρόπος να αποκλείσουν την εμφάνιση τέτοιων φαινομένων είναι με την υποχρεωτική υποβολή των στοιχείων της πιστωτικής κάρτας του κάθε χρήστη ως μια μορφή εγγύησης.

## 2.6 Μοντέλα Ηλεκτρονικών Δημοπρασιών

### 2.6.1 Το Μοντέλο “Τύπου eBay”

Το μοντέλο “τύπου eBay” είναι η πιο διαδεδομένη μορφή ηλεκτρονικών δημοπρασιών στο διαδίκτυο. Σε κάθε χώρα υπάρχει πληθώρα δικτυακών τόπων που φιλοξενούν τέτοιου είδους δημοπρασίες. Το μοντέλο αυτό στην ουσία είναι μια μεταφορά του “Αγγλικού Μοντέλου”, δηλαδή μια ανοικτή ανοδική δημοπρασία. Ο πωλητής επιλέγει την τιμή εκκίνησης του αντικειμένου που έχει επιλέξει να δημοπρατήσει και οι χρήστες υποβάλλουν ολοένα και μεγαλύτερες προσφορές. Στον προκαθορισμένο από τον πωλητή χρόνο λήξης της δημοπρασίας, το αντικείμενο πωλείται στον χρήστη που υπέβαλε την μεγαλύτερη προσφορά που έναντι του ύψους της προσφοράς. Οι μέθοδοι πληρωμής μπορεί να είναι απευθείας μέσω πιστωτικής/ χρεωστικής κάρτας, μέσω PayPal, με αντικαταβολή κ.α.. Ο πωλητής έχει την ευχέρεια να επιλέξει αν θα βάλει μια ελάχιστη τιμή πώλησης (reserve price) ή την δυνατότητα άμεσης αγοράς (buy now). Ο δικτυακός τόπος που φιλοξενεί τέτοιου είδους δημοπρασίες ουσιαστικά παίρνει ένα ποσοστό της τιμής κλεισίματος ως προμήθεια για την παροχή της υπηρεσίας/ χώρου. Οποιοσδήποτε χρήστης, ιδιώτης ή επιχείρηση, μπορεί να δημοπρατήσει ένα αντικείμενο. Πολλοί από τους εν λόγω δικτυακούς τόπους δίνουν την δυνατότητα σε επιχειρήσεις να δημιουργήσουν το δικό τους ηλεκτρονικό κατάστημα με δημοπρασίες έναντι κάποιου μηνιαίου ή ετήσιου μισθώματος. Συνήθως τα

προϊόντα που δημοπρατούνται από επιχειρήσεις είναι είτε καινούρια είτε επισκευασμένα, ενώ αυτά που δημοπρατούνται από ιδιώτες είναι μεταχειρισμένα.

## 2.6.2 Σύγχρονα Μοντέλα Ηλ. Δημοπρασιών

Στην ενότητα αυτή θα γίνει παρουσίαση και ανάλυση των σύγχρονων μοντέλων δημοπρασιών, τα οποία εμφανίστηκαν πριν μερικά χρόνια στις Σκανδιναβικές Χώρες και έγιναν αμέσως πολύ δημοφιλή και εξαπλώθηκαν γρήγορα σε Αγγλία και Αμερική και στη συνέχεια στην υπόλοιπη Ευρώπη. Τα μοντέλα αυτά μπορούν να εφαρμοστούν μόνο σε ηλεκτρονικές δημοπρασίες, αλλά ξεφεύγουν από το καθιερωμένο μοντέλο ηλεκτρονικών δημοπρασιών που συναντά κανείς σε δικτυακούς τόπους όπως το eBay.

Στους δικτυακούς τόπους που φιλοξενούν τα συγκεκριμένα μοντέλα τον ρόλο του πωλητή τον έχει ο ίδιος ο δικτυακός τόπος. Η εγγραφή είναι δωρεάν, αλλά στη συνέχεια αν ένας χρήστης επιθυμεί να συμμετάσχει σε κάποια από τις δημοπρασίες θα πρέπει πρώτα να αγοράσει κάποιο πακέτο με bids ή credits. Κάθε φορά που υποβάλει κάποιος μια προσφορά καταναλώνει κάποια bid (1 ίσως και περισσότερα). Έτσι τα έσοδα του δικτυακού τόπου προέρχονται από την πώληση bids και από την τιμή κλεισίματος των διαφόρων αντικειμένων. Πρόκειται για μια εναλλακτική μορφή πώλησης καινούριων προϊόντων μικρής ή μεγάλης αξίας με τη μορφή δημοπρασίας. Το μοντέλο αυτό επιτρέπει να στον πλειοδότη να αποκτήσει κάποιο αντικείμενο σε πολύ χαμηλή τιμή, ακόμα και στο 1-2% της αξίας του, χωρίς να βγαίνει χαμένος και πωλητής, δηλαδή ο δικτυακός τόπος. Αναλυτικότερα, τέτοια μοντέλα είναι τα ακόλουθα:

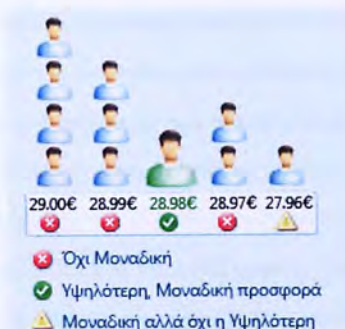


### **Δημοπρασία Λεπτών (Penny/ Cent Auction)**

Η δημοπρασία λεπτών είναι μια πλειοδοτικού χαρακτήρα δημοπρασία όπου το δημοπρατούμενο αντικείμενο ξεκινάει με μια πολύ χαμηλή τιμή εκκίνησης (0,01€ ή 0,99€) και κάθε φορά που υποβάλει κάποιος χρήστης μια προσφορά καταναλώνει 1 bid και η τιμή του αντικειμένου αυξάνεται κατά 1 λεπτό (0,01€) από το σύστημα. Ο χρόνος κλεισίματος μιας δημοπρασίας λεπτών δεν είναι συγκεκριμένος. Η διάρκεια της δημοπρασίας είναι μερικά δευτερόλεπτα (π.χ. 45") και κάθε φορά που υποβάλλεται μια προσφορά στο σύστημα ο χρόνος αυτός ανανεώνεται. Νικητής της δημοπρασίας είναι ο τελευταίος που υπέβαλλε προσφορά πριν το χρονόμετρο μηδενιστεί. Μια δημοπρασία λεπτών μπορεί να συνδυαστεί και με την επιλογή της άμεσης αγοράς (buy now) του προϊόντος από όποιον συμμετέχοντα το επιθυμεί με μια έκπτωση ίση με ύψος των bids που κατανάλωσε.

### **Δημοπρασία Υψηλότερης Μοναδικής Προσφοράς (Highest Unique Bid Auction)**

Από την ονομασία του συγκεκριμένου μοντέλου μπορεί κανείς εύκολα να καταλάβει ότι νικητής είναι αυτός που θα δώσει την υψηλότερη και μοναδική προσφορά. Εδώ ο πωλητής ορίζει μια ανώτατη τιμή, δημιουργώντας ένα διαθέσιμο εύρος τιμών (0,01€ – Max) για να ποντάρουν οι συμμετέχοντες. Για κάθε προσφορά που υποβάλει κάποιος χρήστης καταναλώνει 1 ή περισσότερα bids από το λογαριασμό του. Οι δημοπρασίες αυτού του τύπου έχουν συγκεκριμένη χρονική διάρκεια, η οποία εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό και από την αξία του αντικειμένου. Όσο μεγαλύτερη η αξία τόσο μεγαλύτερη και η διάρκεια της δημοπρασίας. Όταν το χρονόμετρο μηδενιστεί νικητής είναι ο χρήστης που έδωσε την μεγαλύτερη προσφορά η οποία ήταν και μοναδική, όπου πέραν των bids που κατανάλωσε θα πρέπει να καταβάλει και το ύψος της προσφοράς του. Ο τρόπος επιλογής του νικητή φαίνεται και σχηματικά στην ακόλουθη εικόνα.



Εικόνα 8: Τρόπος επιλογής του νικητή σε μια με δημοπρασία υψηλότερης μοναδικής προσφοράς

### Δημοπρασία Χαμηλότερης Μοναδικής Προσφοράς (Lowest Unique Bid Auction)

Η δημοπρασία αυτού του τύπου έχει ακριβώς τα ίδια χαρακτηριστικά με την προηγούμενη με τη μόνη διαφορά ότι νικητής εδώ είναι ο μειοδότης με την χαμηλότερη μοναδική προσφορά. Εδώ ουσιαστικά δεν υπάρχει κάποιο όριο στο εύρος τιμών διότι όλες οι προσφορές έχουν στόχο να είναι οι μικρότερες δυνατές. Στην εικόνα 9 φαίνεται και σχηματικά ο τρόπος επιλογής του νικητή.



Εικόνα 9: Τρόπος επιλογής του νικητή σε μια με δημοπρασία χαμηλότερης μοναδικής προσφοράς

## Δημοπρασία Scratch (Scratch/ Express/ Reveal the Price Auction)

Μια scratch δημοπρασία είναι μια δημοπρασία μειοδοτικού χαρακτήρα. Το αντικείμενο προς δημοπράτηση ξεκινά από την λιανική τιμή πώλησής του και η τιμή του μειώνεται με σταθερό βήμα για κάθε ένα bid που καταναλώνεται. Το βήμα μείωσης έχει συνήθως τη μισή αξία του/ων bid που καταναλώθηκε/αν. Η εκάστοτε τρέχουσα τιμή είναι κρυμμένη και δεν την βλέπουν οι χρήστες της ιστοσελίδας. Όταν ένας χρήστης “ξύσει” την τιμή, καταναλώνει 1 ή περισσότερα bid και το σύστημα του εμφανίζει τη μειωμένη σε σχέση με πριν τιμή, δίνοντάς του τη δυνατότητα να αγοράσει το αντικείμενο εντός λίγων δευτερολέπτων, εφόσον θεωρεί την τιμή αυτή συμφέρουσα για αυτόν. Εάν ο χρήστης δεν ασκήσει το δικαίωμα αυτό, η δημοπρασία συνεχίζεται κανονικά με ολοένα και μειούμενη τιμή. Η δημοπρασία δεν έχει περιορισμό στον χρόνο λήξης. Νικητής είναι αυτός που θα ασκήσει το δικαίωμα και θα αγοράσει το αντικείμενο στην τιμή που του εμφανίστηκε. Στην παρακάτω εικόνα δίνεται ένα παράδειγμα του πως είναι εμφανισιακά μια τέτοια δημοπρασία.

Nintendo Wii

Wii

Η ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΑ ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΠΡΗΝ ΔΙΩΡ

74μ 10ω 5Α 06

Η ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΑ ΚΑΘΙΣΤΕΙ ΜΕ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ  
ΠΡΟΚΙΝΤΟΣ ΑΠΟ ΕΝΑ 5min bid  
ΚΟΣ ΤΟΥ ΣΥΜ/ΚΗΣ: 1 €

ΛΙΑΝΙΚΗ ΑΞΙΑ  
249 €

ΣΥΣΤΕ ΓΙΑ ΝΑ ΕΞΗΜΕΡΩΣΕΤΕ  
ΤΗ ΤΡΕΧΟΥΣΑ ΤΙΜΗ

Η τιμή μειώνεται κάθε φορά που  
καποιος συμμετείχει (ξύνει)!

SCRATCH!

Εικόνα 10: Παράδειγμα μιας Scratch δημοπρασίας

## Δημοπρασία Zero Bid (Zero/ Free Bid Auction)

Η δημοπρασία τύπου free bid είναι και αυτή μια δημοπρασία μειοδοτικού χαρακτήρα, της οποίας τα χαρακτηριστικά είναι όμοια με αυτά μιας scratch δημοπρασίας. Η διαφορά

εδώ έγκειται στο ότι όταν ξύνει κάποιος χρήστης και εμφανίζεται η τιμή δεν υπάρχει δυνατότητα αγοράς παρά μόνο μειώνεται η τιμή. Όταν η τιμή φτάσει στο 0 τότε ο χρήστης που έξυσε τελευταία φορά πριν μηδενιστεί η τιμή χρήζεται νικητής της δημοπρασίας. Συνεπώς, για την αγορά του αντικειμένου από το νικητή, δεν απαιτείται η καταβολή κάποιου επιπλέον ποσού πέραν των bids που κατανάλωσε για να συμμετάσχει.

## 2.7 Προοπτικές

Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες έχουν ήδη επιφέρει και θα επιφέρουν ακόμα μεγαλύτερες επιδράσεις τόσο στον ανταγωνισμό όσο και στον τρόπο με τον οποίο γίνονται οι αγοραπωλησίες. Το φαινόμενο της ανάπτυξης στρατηγικών συμμαχιών μεταξύ επιχειρήσεων και οργανισμών είναι πάρα πολύ πιθανό, με τη χρήση των ηλεκτρονικών δημοπρασιών ως ένα εργαλείο άμεσης και χαμηλού κόστους προσέγγισης του παγκόσμιου αγοραστικού κοινού. Οι συμμαχίες αυτές αναμένεται να είναι πολύ δημοφιλείς στο μέλλον λόγω της φύσης του win-win μοντέλου στο οποίο στηρίζονται. (Turban, King, Lee, & Viehland, 2006)

Κατά πολλούς, μία ακόμα αρκετά πιθανή εξέλιξη στον χώρο των ηλεκτρονικών δημοπρασιών είναι η ανάπτυξη καθολικών μηχανισμών εγγραφής χρηστών (universal auction registration mechanisms), που θα επιτρέπουν σε πωλητές και αγοραστές να συμμετάσχουν ταυτόχρονα σε περισσότερους από έναν ιστοχώρους ηλεκτρονικών δημοπρασιών χωρίς να χρειάζεται να επανεισάγουν ειδικότερες πληροφορίες, όπως προσωπικά δεδομένα και δεδομένα λογαριασμών συναλλαγής, καθώς και να επαναδημιουργούν αντίστοιχα προφίλ ανατροφοδότησης. (Encell & Dunn, 2006)

Τα τελευταία χρόνια γίνεται όλο και πιο δημοφιλής η χρήση αυτοματοποιημένων πρακτόρων λογισμικού (internet bots ή web robots). Ακόμα και σήμερα υπάρχουν ήδη δικτυακοί τόποι που φιλοξενούν ηλεκτρονικές δημοπρασίες και παρέχουν στους χρήστες τους την δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν ένα τέτοιο εργαλείο, το οποίο θα υποβάλλει προσφορές αντί αυτών μέχρι το σημείο που έχει επιλέξει ο κάθε χρήστης. Έτσι μπορεί κανείς να συμμετέχει ακόμα και να κερδίζει σε μια δημοπρασία χωρίς να την παρακολουθεί. Το μέλλον των αυτοματοποιημένων πρακτόρων λογισμικού στον χώρο των ηλεκτρονικών δημοπρασιών βρίσκεται στην ανάπτυξη shop-bots ή buy-bots, τα οποία θα έχουν τη δυνατότητα παράλληλης παρακολούθησης ενός μεγάλου αριθμού δημοπρασιών, αλλά και υποβολής αντίστοιχων προτάσεων προσφορών ακόμη και για σύνθετους συνδυασμούς προϊόντων και υπηρεσιών. (Eisenberg, 2000)

Όπως έχει ήδη αναφερθεί σε προηγούμενη ενότητα για να συμμετάσχει κανείς σε μια ηλεκτρονική δημοπρασία το μόνο που χρειάζεται είναι μια τερματική συσκευή. Όσο η τεχνολογία προχωράει και γίνεται φθηνότερη και πιο προσιτή, η χρήση των smart phones ή αλλιώς και internet phones από το ευρύτερο κοινό εξαπλώνεται. Ένα τέτοιο τηλέφωνο μπορεί να αποτελέσει την τερματική συσκευή που χρειάζεται κανείς για να συμμετάσχει σε μια δημοπρασία. Η πρόσβαση είτε από τον περιηγητή του εκάστοτε τηλεφώνου είτε από μια εφαρμογή ειδικά κατασκευασμένη για το ανάλογο μοντέλο τηλεφώνου για κάθε ένα δικτυακό τόπο δημοπρασιών είναι εξίσου εύκολη και γρήγορη όπως από έναν σταθερό ή φορητό υπολογιστή. Έτσι στο μέλλον ο όρος mobile auction (m-auction) είναι πολύ πιθανό να ταυτίζεται με τον όρο e-auction και να γίνει ένα κομμάτι της καθημερινότητας των ανθρώπων αφού θα μπορούν να συμμετέχουν σε μια δημοπρασία και συνεπώς να κάνουν τις αγορές τους ενώ βρίσκονται στο λεωφορείο ή περιμένοντας στην ουρά στο ταμείο.

Ακόμα ένα μέσο το ποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την φιλοξενία ηλεκτρονικών δημοπρασιών είναι η τηλεόραση μέσω internet (web TV). Όσο η “ιντερνετική τηλεόραση” θα γίνεται πιο δημοφιλής ενώ ταυτόχρονα θα εξελίσσεται στον τομέα της διαδραστικότητας με τον τηλεθεατή (interactive TV) τόσο πιο πιθανή είναι η εμφάνιση ενός καναλιού που θα φιλοξενεί ηλεκτρονικές δημοπρασίες.

Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες αποτελούν έναν όλο και περισσότερο δημοφιλή μηχανισμό της αγοράς καθώς και ένα άκρως επιτυχημένο μοντέλο ηλεκτρονικών αγορών, το οποίο προσδίδει μία νέα διάσταση στην πραγματοποίηση ενός μεγάλου εύρους αγοραπωλησιών. Ειδικότερα, η μεγάλη τεχνολογική πρόοδος των τελευταίων χρόνων αλλά και η ευρεία διάδοση όλων εκείνων των γνωστών πλέον υποδομών της παγκόσμιας υπερμεσικής επικοινωνίας, ήταν αυτή η οποία έδωσε την δυνατότητα σε κάθε συναλλασσόμενο να αξιοποιήσει όλα τα πλεονεκτήματα τα οποία και υπόσχονταν το συγκεκριμένο μοντέλο, αλλά και να προεικάζει ταυτόχρονα τη γενικότερη πορεία και εξέλιξη του. Ωστόσο, ακόμη και η τεχνολογική αυτή διάσταση του μοντέλου δεν είναι σε θέση να δώσει σαφείς απαντήσεις σε ειδικότερα ερωτήματα αναφορικά με την εξέλιξή τους ακόμη και στο πολύ άμεσο μέλλον. (Βασιλείου, 2009)

## ΜΕΡΟΣ Β'

## Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup>: Έρευνα Ανταγωνισμού

Στο κεφάλαιο αυτό θα γίνει μια παρουσίαση για κάθε έναν από τους ελληνικούς δικτυακούς τόπους ηλεκτρονικών δημοπρασιών. Στη συνέχεια, στα πλαίσια της έρευνας, συγκεντρώθηκαν όλα τα χαρακτηριστικά του καθενός από τους αναφερθέντες δικτυακούς τόπους και τοποθετήθηκαν σε έναν πίνακα προκειμένου να γίνει πιο εύκολα η σύγκριση μεταξύ τους αλλά και να εξαχθούν τα όποια συμπεράσματα σχετικά με το που στρέφεται ο ανταγωνισμός καθώς επίσης και να εντοπιστούν τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία του κάθε τόπου.

Αξίζει να σημειωθεί ότι στα πλαίσια της συγκεκριμένης εργασίας η έρευνα δεν αφορά τους δικτυακούς τόπους με μοντέλο λειτουργίας ίδιο ή πανομοιότυπο με αυτό του eBay, δηλαδή ιστοσελίδες όπου αγοράζει κανείς από άλλους χρήστες είτε ιδιώτες (C2C) είτε επιχειρήσεις (B2C), παρά μόνο τους δικτυακούς τόπους εκείνους που χρησιμοποιούν τα σύγχρονα μοντέλα ηλεκτρονικών δημοπρασιών όμοια με αυτά που περιγράφηκαν στην ενότητα 2.6.2 του προηγούμενου κεφαλαίου.

Οι ιστοσελίδες με τα συγκεκριμένα μοντέλα δημοπρασιών οι οποίες και δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα είναι οι εξής (η σειρά με την οποία έχουν τοποθετηθεί είναι τυχαία):

### 3.1 One Bid

Το One Bid αποτελεί υπηρεσία της GCS E.Π.Ε., η οποία ιδρύθηκε το 1986 με κύριο αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών στο διεθνές εμπόριο και τις διεθνείς μεταφορές. Σήμερα η εταιρεία προσφέρει τις εξής υπηρεσίες:



- Διεθνείς & Εθνικές Μεταφορές
- Διεθνείς Ταχυμεταφορές (Courier)
- Αποθηκεύσεις
- Διανομές
- Εκτελωνισμοί
- Ασφάλειες
- Ηλεκτρονικό εμπόριο

Η ιστοσελίδα ξεκίνησε τη λειτουργία της τον Ιούνιο του 2010 και έκτοτε φιλοξενεί πλειοδοτικές δημοπρασίες ηλεκτρονικών συσκευών τεχνολογίας (κινητά τηλέφωνα, laptops κ.α.), διαφόρων αντικειμένων καθημερινής χρήσης (τσάντες netbook, μοντέρνα στυλό κ.α.), πακέτων bids καθώς και πακέτων διακοπών σε συγκεκριμένο ξενοδοχείο της Λευκάδας με το οποίο και συνεργάζεται. Κάποιες από τις δημοπρασίες αφορούν συγκεκριμένες ομάδες χρηστών (μόνο αρχάριοι παίκτες, μόνο γυναίκες) και κατά συνέπεια δεν μπορούν να συμμετάσχουν όλοι, με σκοπό να επωφελούνται περισσότεροι από τις δημοπρασίες αυτές.

Η τιμή εκκίνησης των αντικειμένων είναι τα 0€ με βήμα 0,01€ και το κόστος για κάθε bid κυμαίνεται από 0,74€ – 1€ ανάλογα με το ύψος της κατάθεσης. Οι τρόποι πληρωμής είναι είτε απευθείας μέσω πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας, είτε μέσω PayPal είτε μέσω κατάθεσης σε τραπεζικό λογαριασμό.

Η υπηρεσία παρέχει ένα σύστημα bonus bids για κάθε νέα εγγραφή, για κάθε νέο χρήστη που συστήνει κανείς και διάφορες άλλες προσφορές καθώς επίσης και έναν πρωτότυπο πίνακα κατάταξης των χρηστών (Leaderboard) ανάλογα με το ύψος της αξίας των καρδισμένων προϊόντων για κάθε χρήστη με εβδομαδιαία, μηνιαία και ετήσια έπαθλα.

Η γενική εικόνα του δικτυακού τόπου είναι πολύ καλή με απλά γραφικά σε αποχρώσεις του γκρι και του μπλε. Η έκταση της αρχικής σελίδας (home page) είναι σχετικά μεγάλη, χωρίς διαφημίσεις τρίτων παρά μόνο κάποιων συνεργατών, οι οποίες βρίσκονται σε ειδικό πλαίσιο.

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι επικοινωνίας (email, τηλέφωνο/fax και ταχ. διεύθυνση) με την εταιρεία καθώς επίσης και μια σχετικά πλήρης ενότητα “Frequently Asked Questions” (FAQ) με απαντήσεις στα συνήθη ερωτήματα χρηστών. Επίσης οι όροι και οι προϋποθέσεις χρήσης της υπηρεσίας είναι κατανοητά χωρίς ασάφειες σε κάποια από τις ενότητες.

Στον παρακάτω πίνακα είναι συγκεντρωμένα τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα ή αλλιώς τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία του συγκεκριμένου δικτυακού τόπου.

<b>Πλεονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Δημοπρασίες συγκεκριμένων ομάδων (γυναίκες/ αρχάριοι)</li><li>• Υπαρξη Leaderboard</li><li>• Προβολή μέσω Google</li></ul>
<b>Μειονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Υψηλή τιμή bids</li></ul>

Πίνακας 6: Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τόπου One Bid

### 3.2 BiDDers

Η εταιρεία biDDers Ε.Π.Ε. με έδρα τη Ρόδο ξεκίνησε τον Απρίλη του 2010 τις online δημοπρασίες πλειοδοτικού χαρακτήρα. Τα δημοπρατούμενα είδη είναι πακέτα bids, κυρίως ηλεκτρονικές συσκευές τεχνολογίας και διάφορα ανδρικά και γυναικεία αξεσουάρ (γυαλιά ηλίου, ρολόγια). Καθημερινά φιλοξενεί 4 δημοπρασίες, στις οποίες μπορούν να συμμετέχουν όλοι οι εγγεγραμμένοι χρήστες με μόνη προϋπόθεση τον περιορισμό νικών που έχει ορίσει η εταιρεία.

Η τιμή εκκίνησης των αντικειμένων είναι τα 0,99€ με βήμα 0,01€ και το κόστος για κάθε bid κυμαίνεται από 0,66€ – 1€ ανάλογα με το ύψος της κατάθεσης. Οι τρόποι πληρωμής είναι είτε απευθείας μέσω πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας, είτε μέσω PayPal είτε μέσω προπληρωμένης κάρτας Paysafe.

Όπως και οι περισσότεροι ανταγωνιστές, έτσι και η υπηρεσία αυτή παρέχει ένα σύστημα bonus bids με κάθε νέα εγγραφή, με κάθε νέο χρήστη που συστήνει κανείς αλλά και μέσω διαφόρων άλλων προσφορών.

Τα χρώματα που κυριαρχούν είναι το μαύρο και το φούξια δημιουργώντας ωραία αντίθεση με το άσπρο φόντο και γαλάζιο στο μη χρησιμοποιούμενο χώρο. Στην αρχική σελίδα, της οποίας το μέγεθος είναι ικανοποιητικό, μπορεί εύκολα κανείς να διακρίνει κάποια διαφημιστικές αφίσες (banners) συνεργατών της ιστοσελίδας αλλά και τρίτων, με την μεγαλύτερη έκταση όμως να την καταλαμβάνει το διαφημιστικό banner της ίδιας της υπηρεσίας.

Πέραν των γνωστών τρόπων επικοινωνίας (email, τηλέφωνο/fax και ταχ. διεύθυνση) η εταιρεία παρέχει και την δυνατότητα ζωντανής υποστήριξης (live support). Η ενότητα FAQ με απαντήσεις στα συνήθη ερωτήματα των χρηστών καθώς και οι όροι και οι προϋποθέσεις χρήσης της υπηρεσίας είναι κατανοητά χωρίς ασάφειες αλλά και χωρίς να καλύπτουν ιδιαίτερα μεγάλη έκταση. Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του συγκεκριμένου δικτυακού τόπου παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

<b>Πλεονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Σχεδιασμός ιστοσελίδας</li><li>• Υπαρξη Live Support</li></ul>
<b>Μειονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Υψηλή τιμή bids</li></ul>

**Πίνακας 7: Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τόπου Bidders**

### 3.3 eProfora

Το eProfora αποτελεί μια υπηρεσία online δημοπρασιών της εταιρείας Estonet που αποτελεί θυγατρική της εταιρείας Kristefort OY με έδρα την Εσθονία. Δημιουργήθηκε στις αρχές του καλοκαιριού του 2009 και δραστηριοποιείται ταυτόχρονα σε 3 ευρωπαϊκές χώρες, Ελλάδα, Σερβία και Βέλγιο, κάτι το οποίο δεν έχει πάντοτε θετική απήχηση στους χρήστες, διότι αυξάνεται ο αριθμός των παικτών και μειώνονται οι πιθανότητες να κερδίσει κάποιος, με αποτέλεσμα να αποθαρρύνεται και να σταματά να επισκέπτεται τον εν λόγω δικτυακό τόπο. Από την πλευρά της εταιρείας όμως, είναι ένας τρόπος να εξασφαλίσει μεγαλύτερα έσοδα από αγορές bids αλλά και από κάθε δημοπρασία. Στην Ελλάδα αποτελεί τον πρώτο δικτυακό τόπο με πλειοδοτικές δημοπρασίες αυτού του τύπου και το μερίδιο που κατέχει στην αγορά είναι σχετικά υψηλό.

Φιλοξενεί δημοπρασίες ηλεκτρονικών συσκευών τεχνολογίας, μικρών οικιακών συσκευών, ανδρικών και γυναικείων αξεσουάρ, καλλυντικών (επώνυμα αρώματα) και πακέτων credits. Χαρακτηριστικό γνώρισμα της υπηρεσίας, ύστερα από μεταγενέστερη προσθήκη, είναι δυνατότητα άμεσης αγοράς “Buy Now” από οποιονδήποτε χρήστη επιθυμεί του δημοπρατούμενου προϊόντος με έκπτωτη ανάλογη των credits που κατανάλωσε στη διάρκεια της εκάστοτε δημοπρασίας.

Η τιμή εκκίνησης των αντικειμένων είναι τα 0,99€ με βήμα 0,01€ και το κόστος για κάθε credit κυμαίνεται από 0,46€ – 1€ ανάλογα με το ύψος και το είδος της κατάθεσης. Οι τρόποι πληρωμής είναι είτε απευθείας μέσω πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας, είτε μέσω προπληρωμένης κάρτας Paysafe είτε μέσω Dao Pay (πληρωμή μέσω τηλεφώνου).

Η υπηρεσία παρέχει και αυτή ένα σύστημα bonus credits με κάθε νέα εγγραφή, με κάθε νέο χρήστη που συστήνει κανείς και μέσω διαφόρων άλλων προσφορών καθώς και μέσα

από ένα “παιχνίδι”, όπου οι χρήστες προσπαθούν να συγκεντρώσουν όσο το δυνατόν περισσότερες προβολές του προφίλ τους μέσω του διαδικτύου και να τις μετατρέψουν σε bonus credits, διαφημίζοντας με έμμεσο τρόπο σε όλο και περισσότερους την ιστοσελίδα.

Η έκταση της αρχικής σελίδας δεν ξεπερνά τις 2 οθόνες και έχει αναρτημένο ένα διαφημιστικό banner τρίτων όπως και κάποια μικρότερα των συνεργατών της εταιρείας. Το φόντο είναι άσπρο και πολύ ανοιχτό γαλάζιο δίνοντας στην ιστοσελίδα μια λιτή εμφάνιση.

Πέραν των γνωστών τρόπων επικοινωνίας (email, τηλέφωνο/fax και ταχ. διεύθυνση) η υπηρεσία παρέχει και την δυνατότητα ζωντανής υποστήριξης (live support). Η ενότητα FAQ όπως και οι όροι και οι προϋποθέσεις χρήσης της υπηρεσίας είναι αρκετά πλήρη και κατανοητά χωρίς ασάφειες, αλλά παρόλα αυτά η μη μετάφραση κάποιων κειμένων από τα αγγλικά σε κάποιες ενότητες και η μη διασαφήνιση της δυνατότητας επιστροφής του κερδισμένου προϊόντος είναι 2 “υεγάδια”. Επίσης σημαντικά αρνητικά στοιχεία είναι η μη γνωστοποίηση προς όλους τους χρήστες σχετικά με την ταυτόχρονη πραγματοποίηση των δημοπρασιών σε παραπάνω από μια χώρες και αντίστοιχα η γνωστοποίηση ότι κάθε έννομη σχέση μεταξύ των χρηστών και της εταιρείας υπόκειται στο Δίκαιο της Εσθονίας. Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

<b>Πλεονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Πρώτος δικτυακός τόπος στην Ελλάδα</li><li>• Αρκετοί τρόποι πληρωμής</li><li>• Πρωτότυπο Bonus System</li><li>• Δημοπρασίες συγκεκριμένων ομάδων</li><li>• Δυνατότητα άμεσης αγοράς (buy now)</li><li>• Ύπαρξη Live Support</li><li>• Δωρεάν μεταφορικά</li></ul>
<b>Μειονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ταυτόχρονη λειτουργία σε 3 χώρες</li><li>• Απουσία πληρωμής μέσω PayPal</li><li>• Μικρά αμετάφραστα κείμενα</li></ul>

Πίνακας 8: Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τόπου eProsfora

### 3.4 Just Bid It

Το Just Bid It ξεκίνησε την λειτουργία του δοκιμαστικά (beta) την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου του 2010 και κανονικά την 1<sup>η</sup> Φεβρουαρίου του ίδιου έτους. Όπως και οι μέχρι τώρα αναφερθέντες δικτυακοί τόποι έτσι και αυτός δραστηριοποιείται στις πλειοδοτικές δημοπρασίες λεπτών.

Φιλοξενεί δημοπρασίες ηλεκτρονικών συσκευών τεχνολογίας, μικρών οικιακών συσκευών, ανδρικών και γυναικείων αξεσουάρ, καλλυντικών, δωροεπιταγών σε επώνυμα καταστήματα, πακέτων credits και διαφόρων άλλων μικρών αντικειμένων (gadgets).

Η τιμή εκκίνησης των αντικειμένων είναι τα 0,99€ με βήμα 0,01€ και το κόστος για κάθε credit κυμαίνεται από 0,38€ – 0,7€ ανάλογα με το ύψος της κατάθεσης. Ο τρόπος πληρωμής είναι μονάχα μέσω PayPal.

Σε αντίθεση με όλα τους ανταγωνιστικούς δικτυακούς τόπους της αγοράς, το Just Bid It δεν παρέχει κανένα σύστημα για bonus credits στους χρήστες του.

Η αρχική σελίδα, στην οποία δεν υπάρχει κάποιο διαφημιστικό banner, είναι λίγο μεγαλύτερη από μία οθόνη. Και εδώ γραφικά είναι πολύ απλά με το φόντο να αποτελείται από άσπρο χρώμα και διάφορες αποχρώσεις του γκρι και του γαλάζιου.

Οι τρόποι επικοινωνίας είναι μόνο μέσω email και τηλεφώνου με την δυνατότητα συμπλήρωσης μιας φόρμας επικοινωνίας να είναι ανενεργή αντίθετα με τα όσα αναφέρονται. Η ενότητα FAQ όπως και οι όροι και οι προϋποθέσεις χρήσης της υπηρεσίας είναι κατανοητά αλλά παρόλα αυτά αφήνουν μια αίσθηση ότι δεν είναι πλήρη. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι δεν αναφέρεται πουθενά κάτι σχετικό με τους όρους εγγύησης των κερδισμένων προϊόντων καθώς και αν υπάρχει δυνατότητα επιστροφής αυτών. Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

<b>Πλεονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Σχεδιασμός Ιστοσελίδας</li><li>• Χαμηλή τιμή bids</li></ul>
<b>Μειονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Απουσία Bonus System</li><li>• Ένας μόνο τρόπος πληρωμής</li><li>• Απουσία στοιχείων εταιρείας</li></ul>

Πίνακας 9: Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τύπου Just Bid It

### 3.5 Bid Bang!

Το Bid Bang ξεκίνησε την λειτουργία του τον Οκτώβριο του 2009 φιλοξενώντας έκτοτε δημοπρασίες λεπτών με προϊόντα όπως ηλεκτρονικές συσκευές τεχνολογίας, μικρές οικιακές συσκευές, πακέτα bids, διάφορα άλλα αντικείμενα (DVD) μέχρι και ένα αυτοκίνητο Smart, στα πλαίσια των εορτασμών των 500 πρώτων δημοπρασιών σε διάστημα μόλις λίγων μηνών (5 – 6 μήνες) αλλά και για διαφημιστικούς λόγους.

Η τιμή εκκίνησης των αντικειμένων είναι τα 0€ με βήμα 0,01€ και το κόστος για κάθε bid κυμαίνεται από 0,80€ – 1€ ανάλογα με το ύψος της κατάθεσης. Οι τρόποι πληρωμής είναι είτε απευθείας μέσω πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας, είτε μέσω PayPal είτε μέσω προπληρωμένης κάρτας Paysafe και μέσω τραπεζικής κατάθεσης.

Παροχές bonus bids είναι κι εδώ υπαρκτές με προσφορές ίδιες με τον λοιπό ανταγωνισμό.

Το λογότυπο (logo) της εταιρείας είναι χαρακτηριστικό με έντονα χρώματα και η αρχική σελίδα, η οποία κινείται σε γκρι αποχρώσεις έχει σχετικά μεγάλη έκταση. Διαφημίσεις δεν υπάρχουν παρά μόνο των συνεργατών της εταιρείας και αυτές στο κάτω μέρος της.

Οι τρόποι επικοινωνίας με την εταιρεία είναι οι γνωστοί 3 (email, τηλέφωνο/fax και ταχ. διεύθυνση). Οι όροι και οι προϋποθέσεις χρήσης της υπηρεσίας καθώς επίσης και η ενότητα FAQ είναι πλήρη, κατανοητά και χωρίς ασάφειες σε καμία από τις ενότητες που

περιλαμβάνουν. Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

<b>Πλεονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Δεύτερος δικτυακός τόπος στην Ελλάδα</li><li>• Προβολή μέσω Google</li><li>• Διαφορετικοί τρόποι διαφήμισης</li><li>• Αρκετοί τρόποι πληρωμής</li></ul>
<b>Μειονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Υψηλή τιμή bids</li></ul>

Πίνακας 10: Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τόπου Bid Bang

### 3.6 Bid Rivals

Η εταιρεία BidRivals έκανε ένα πολύ δυναμικό ξεκίνημα τον Ιούλιο του 2009 δημιουργώντας μια πλατφόρμα πλειοδοτικών δημοπρασιών λεπτών, στην οποία μπορούν να συμμετάσχουν ταυτόχρονα άνθρωποι από 27 διαφορετικές χώρες της υφηλίου, πράγμα αποθαρρυντικό για πολλούς δυνητικούς χρήστες για το λόγο της μικρής πιθανότητας να κερδίσουν αλλά και της υψηλής τιμής κλεισίματος. Λόγω της τόσο μεγάλης “πολυεθνικής” δραστηριότητας, ο συγκεκριμένος δικτυακός τόπος φιλοξενεί τις περισσότερες δημοπρασίες συγκριτικά με τον υπόλοιπο ανταγωνισμό καθώς επίσης και λόγω των μεγάλων διαφορών των ζωνών ώρας, έχει 24ωρη λειτουργία. Η ιστοσελίδα δημοπρατεί όλα τα είδη που μπορεί κανείς να συναντήσει σε αντίστοιχε άλλες εκτός από αυτοκίνητα και μηχανές.

Η τιμή εκκίνησης των αντικειμένων είναι τα 0,01€ με βήμα 0,01€ και το κόστος για κάθε bid είναι 0,50€. Οι τρόποι πληρωμής είναι είτε απευθείας μέσω πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας είτε μέσω PayPal.



Και εδώ παρέχεται ένα σύστημα bonus bids με κάθε νέα εγγραφή και μέσω διαφόρων άλλων παροδικών προσφορών.

Λόγω του μεγάλου αριθμού ενεργών δημοπρασιών, η έκταση του της αρχικής σελίδας είναι σχετικά μεγάλη και προκειμένου να δει κάποιος επισκέπτης/ χρήστη όλες τις τρέχουσες και μελλοντικές δημοπρασίες ίσως χρειαστεί να περιηγηθεί σε 2<sup>ο</sup> ή ακόμα και σε 3<sup>ο</sup> παράθυρο. Τα επικρατέστερα χρώματα είναι το πράσινο και το γκρι με το άσπρο φόντο, τα οποία παραπέμπουν στα χρώματα του logo της υπηρεσίας.

Οι τρόποι επικοινωνίας είναι μέσω email και ταχυδρομείου, με διευθύνσεις μόνο σε χώρες του εξωτερικού όπου και η εταιρεία έχει γραφεία. Η δυνατότητα για τηλεφωνική επικοινωνία στην γλώσσα της κάθε χώρας δεν είναι εφικτή και για τον λόγο αυτό υπάρχει η δυνατότητα ζωντανής υποστήριξης (live support) στην αγγλική γλώσσα και με πολύ γρήγορη ανταπόκριση. Η ενότητα FAQ όπως και οι όροι και οι προϋποθέσεις χρήσης της υπηρεσίας είναι κατανοητά, αλλά παρόλα αυτά υπάρχουν κάποιες ενότητες που μένουν ασαφήςστες (π.χ. εγγύηση των κερδισμένων προϊόντων) όπως επίσης και κάποια κείμενα που δεν έχουν μεταφραστεί και παραμένουν στα αγγλικά. Ένα ακόμα μειονέκτημα του συγκεκριμένου δικτυακού τόπου είναι τα υψηλά μεταφορικά κόστη που χρεώνει τους νικητές των δημοπρασιών λόγω του γεγονότος ότι δεν υπάρχει ένα αρμόδιο γραφείο για κάθε χώρα δραστηριοποίησης όπως και η ισχύς του Δικαίου της Μάλτας.

Τέλος, χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι κατά την εγγραφή ενός νέου χρήστη, η διεύθυνση email του χρήστη δεν επιβεβαιώνεται και μπορεί να αρχίσει αμέσως να συμμετέχει στις δημοπρασίες που επιθυμεί. Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

<b>Πλεονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Προβολή μέσω Google</li><li>• Χαμηλή τιμή bids</li><li>• Μεγάλος αριθμός δημοπρασιών</li><li>• 24ωρη λειτουργία</li></ul>
<b>Μειονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ταυτόχρονη λειτουργία σε 27 χώρες</li><li>• Υψηλά μεταφορικά κόστη</li><li>• Μη επιβεβαίωση email κατά την εγγραφή</li><li>• Απουσία δυνατότητας απευθείας πληρωμής με κάρτα</li><li>• Φτωχό Bonus System</li></ul>

Πίνακας 11: Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τύπου Bid Rivals

### 3.7 Bidster

Το Bidster ξεκίνησε την λειτουργία του στις αρχές του Ιουνίου του 2009 στην χώρα μας από την εταιρεία “Lexitel A.E.” αναλαμβάνοντας την ελληνική “αντιπροσωπεία” του Bidster.com. Το Bidster.com ξεκίνησε το 2006 με έδρα το Λονδίνο και κατέχει ηγετική θέση παγκοσμίως στην λειτουργία δημοπρασιών με την μέθοδο της χαμηλότερης και μοναδικής τιμής. Ήδη το Bidster λειτουργεί σε αρκετές ευρωπαϊκές χώρες όπως την Σουηδία, τη Φιλανδία, τη Δανία, την Αγγλία, τη Γερμανία, την Ολλανδία, την Ιταλία, το Ισραήλ την Ελλάδα και την Κύπρο και έχει τύχει μεγάλης αποδοχής. Στην Ελλάδα αποτελεί τον πρώτο δικτυακό τόπο μειοδοτικών δημοπρασιών. Πέραν των δημοπρασιών με τη μέθοδο της χαμηλότερης και μοναδικής προσφοράς, η υπηρεσία παρέχει δημοπρασίες λεπτών και scratch. Τα δημοπρατούμενα αντικείμενα είναι αντίστοιχα με των υπολοίπων ανταγωνιστών με επιπρόσθετη τη συχνή δημοπράτηση αυτοκινήτων ή ακόμα και σπιτιών που είναι και ένα από τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της υπηρεσίας αυτής.

Η έννοια των bids/ credits ουσιαστικά εδώ δεν υπάρχει διότι κάθε δημοπρασία μπορεί να έχει διαφορετικό κόστος συμμετοχής. Για τον λόγο αυτό χρησιμοποιείται απευθείας η έννοια της νομισματικής μονάδος, δηλαδή το €. Στις δημοπρασίες λεπτών το κόστος

συμμετοχής κυμαίνεται ανάλογα με τη δημοπρασία από 0,50€ – 1€ με τιμή εκκίνησης τα 0€ και βήμα 0,01€. Στις δημοπρασίες scratch η τιμή εκκίνησης είναι μια ενδεικτική λιανική τιμή πώλησης και το κόστος συμμετοχής κυμαίνεται από 0,50€ – 5€ με μειούμενο βήμα το ήμισυ της αξίας που δαπανάται, δηλαδή 0,25€ – 2,5€ αντίστοιχα. Οι δημοπρασίες χαμηλότερης μοναδικής τιμής έχουν κόστος συμμετοχής από 0,50€ – 1€. Οι επιλογές για να πιστώσει κανείς τον λογαριασμό του είναι αρκετές αφού δίνεται η δυνατότητα πληρωμής απευθείας μέσω κάποιας πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας, μέσω PayPal, μέσω προπληρωμένης κάρτας Paysafe και μέσω τραπεζικής κατάθεσης.

Η παροχή συστήματος bonus χρημάτων στον λογαριασμό ενός χρήστη είναι και εδώ υπαρκτή με προσφορές για νέα εγγραφή, εγγραφής ενός φίλου και αποστολή φωτογραφίας μαζί με το κερδισμένο προϊόν.

Η έκταση που καταλαμβάνει η αρχική σελίδα είναι σχετικά μεγάλη λόγω της μεγάλης ποικιλίας δημοπρασιών που φιλοξενεί καθημερινά η ιστοσελίδα. Το φόντο είναι άσπρο με κύρια χρώματα το μαύρο, το γκρι και το πορτοκαλί, όντας και το χρώμα του logo της εταιρείας.

Οι τρόποι επικοινωνίας με την εταιρεία είναι οι γνωστοί 3 (email, τηλέφωνο/fax και ταχ. διεύθυνση). Στους όρους και προϋποθέσεις χρήσης της υπηρεσίας καθώς επίσης και στην ενότητα FAQ δεν γίνεται αναφορά στη δυνατότητα επιστροφής των προϊόντων και στην εγγύηση των προϊόντων. Παρόλα αυτά όλες οι υπόλοιπες ενότητες είναι πλήρεις, κατανοητές και χωρίς ασάφειες και με πολύ αναλυτικά παραδείγματα για τον τρόπο λειτουργίας του κάθε μοντέλου δημοπρασίας χωριστά.

Ακόμα ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του συγκεκριμένου δικτυακού τόπου είναι η δυνατότητα συμμετοχής σε κάποιες δημοπρασίες μέσω αποστολής SMS από κινητό τηλέφωνο με τις ανάλογες χρεώσεις που αναφέρονται και στους όρους.

Τέλος, το μειονέκτημα για τους χρήστες του συγκεκριμένου δικτυακού τόπου το ίδιο με των άλλων ανταγωνιστικών με πολυεθνική δραστηριότητα, δηλαδή ο μεγάλος αριθμός συμμετεχόντων σε πολλές δημοπρασίες, οι οποίες φέρουν ένα σύμβολο προκειμένου να το γνωρίζουν και οι χρήστες. Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

<b>Πλεονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πρώτος δικτυακός τόπος μειοδοτικών δημοπρασιών στην Ελλάδα</li> <li>• Προβολή μέσω Google</li> <li>• Συχνή δημοπράτηση αυτοκινήτων</li> <li>• Γνωστή πλατφόρμα του εξωτερικού</li> <li>• 3 διαφορετικά είδη δημοπρασιών</li> <li>• Δυνατότητα άμεσης αγοράς (buy now)</li> <li>• Αρκετοί τρόποι πληρωμής</li> <li>• Υψηλές παροχές Bonus System</li> </ul>
<b>Μειονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ταυτόχρονη λειτουργία σε 11 χώρες</li> <li>• Υψηλά μεταφορικά κόστη</li> <li>• Υψηλή τιμή bids</li> </ul>

Πίνακας 12: Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τόπου Bidster

### 3.8 Subasta

Το Subasta είναι ένας νέος δικτυακός τόπος ηλεκτρονικών δημοπρασιών με μόλις λίγους μήνες λειτουργίας. Η εταιρεία εδρεύει στην περιοχή της Ξάνθης και μαζί με το Bidster είναι οι μόνες 2 ιστοσελίδες που παρέχουν ταυτόχρονα διαφορετικούς τύπους δημοπρασιών. Πιο συγκεκριμένα έχει δημοπρασίες λεπτών, δημοπρασίες Xpress και Free Bid. Οι δημοπρασίες αφορούν μικρές οικιακές συσκευές, ηλεκτρονικές συσκευές τεχνολογίας και πακέτα credits, αλλά λόγω της νεαρής ηλικίας και της μικρής επισκεψιμότητας της ιστοσελίδας ο αριθμός των ημερησίων δημοπρασιών είναι μικρός.

Σε όλων των ειδών τις δημοπρασίες το κόστος για κάθε συμμετοχή είναι 1 credit με τις δημοπρασίες λεπτών να έχουν τιμή εκκίνησης τα 0,99€ και βήμα 0,01€ και τις 2 μειοδοτικές δημοπρασίες να έχουν τιμή εκκίνησης μια ενδεικτική λιανική τιμή πώλησης και βήμα μείωσης 0,25€. Το κόστος για κάθε credit είναι 0,50€ και οι τρόποι πληρωμής είναι είτε απευθείας μέσω κάποιας πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας είτε μέσω PayPal.

Η δυνατότητα για bonus credits παρέχεται για κάθε εγγραφή νέου χρήστη και για εγγραφή κάποιου φίλου.

Η αρχική σελίδα είναι δομημένη έτσι ώστε να χωράει σε 1 οθόνη, προβάλλοντας τα μοντέλα δημοπρασίας που χρησιμοποιεί μέσα από κάποια banner και μια εκ των αντίστοιχων δημοπρασιών για κάθε μοντέλο. Κανένα άλλο διαφημιστικό banner συνεργάτη ή 3<sup>ο</sup> δεν προβάλλεται. Το φόντο είναι άσπρο με το σκούρο μπλε να επικρατεί στο logo και τις διάφορες επικεφαλίδες της ιστοσελίδας.

Ο τρόπος επικοινωνίας με την εταιρεία είναι μόνο μέσω email με την δυνατότητα επίσης να συμπληρώσει ο χρήστης απευθείας σε μια φόρμα επικοινωνίας.

Οι όροι και οι προϋποθέσεις χρήσης της υπηρεσίας είναι κατανοητοί χωρίς όμως να γίνεται αναφορά στο θέματα όπως η επιστροφή ενός κερδισμένου προϊόντος, το ωράριο λειτουργίας της υπηρεσίας και τις παροχές του bonus system. Η ενότητα FAQ καθώς και η ενότητα Πληροφορίες είναι ελλιπείς έως ανύπαρκτες αφήνοντας μια αβεβαιότητα και μια αίσθηση ανασφάλειας. Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

<b>Πλεονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 3 διαφορετικά είδη δημοπρασιών</li><li>• Χαμηλή τιμή bids</li></ul>
----------------------	---

<b>Μειονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Χαμηλή επισκεψιμότητα</li><li>• Φτωχή ενότητα FAQ</li><li>• Απουσία στοιχείων εταιρείας</li><li>• Μικρή γκάμα προϊόντων</li></ul>
----------------------	---

Πίνακας 13: Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τύπου Subasta

### 3.9 ScooBIDoo

Το Scoobidoo ξεκίνησε την λειτουργία στις αρχές του καλοκαιριού του 2010 και στηρίζεται και αυτό σε μια διεθνή πλατφόρμα δημοπρασιών η οποία ξεκίνησε περίπου στα μέσα του 2009 από την Αγγλία. Χαρακτηριστικό γνώρισμα της συγκεκριμένης ιστοσελίδας είναι η διαφοροποίησή της από τον υπόλοιπο ανταγωνισμό χρησιμοποιώντας το μοντέλο δημοπρασιών με την υψηλότερη και μοναδική προσφορά. Το μοντέλο αυτό παραπέμπει στο μειοδοτικό μοντέλο του Bidster, με τη διαφορά ότι δίνεται στους χρήστες μια μέγιστη επιτρεπτή τιμή, μέχρι την οποία μπορεί κανείς να ποντάρει. Νικητής είναι αυτός που θα καταθέσει την υψηλότερη αλλά και μοναδική προσφορά. Τα δημοπρατούμενα είδη κι εδώ είναι είτε ηλεκτρονικές συσκευές τεχνολογίας είτε διάφορα άλλα αντικείμενα (ράβδωι χρυσού).

Το κόστος υποβολής μιας προσφοράς είναι 1 – 2 credits ανάλογα με τη δημοπρασία και το κόστος για κάθε credit κυμαίνεται από 0,75€ – 1€ ανάλογα με το ύψος της κατάθεσης. Οι τρόποι πληρωμής είναι είτε απευθείας μέσω κάποιας πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας είτε μέσω PayPal, είτε μέσω προπληρωμένης κάρτας Paysafe είτε μέσω λογαριασμού EcoCard.

Σύστημα bonus credits υπάρχει κι εδώ με την εγγραφή νέου χρήστη, με την εγγραφή κάποιου φίλου ενός χρήστη και μέσω διαφόρων άλλων περιστασιακών προσφορών.

Στην αρχική σελίδα με λευκό φόντο, κυριαρχούν το μπλε και το γαλάζιο σε επικεφαλίδες και πλαίσια. Κάτω από τις κεντρικές κατηγορίες της ιστοσελίδας υπάρχει ένα μεγάλο

banner, το οποίο διαφημίζει κάποια από τις τρέχουσες δημοπρασίες και από κάτω ακολουθούν οι υπόλοιπες τρέχοντες καθώς και οι πρόσφατα ολοκληρωμένες δημοπρασίες.

Οι τρόποι επικοινωνίας με την εταιρεία είναι κι εδώ οι γνωστοί 3 (email, τηλέφωνο/fax και ταχ. διεύθυνση). Οι όροι και οι προϋποθέσεις χρήσης της υπηρεσίας όπως και η ενότητα FAQ είναι πλήρεις και κατανοητές με καλή και αναλυτική επεξήγηση του τρόπου διεξαγωγής των δημοπρασιών. Παρόλα αυτά δεν γίνεται αναφορά στη δυνατότητα επιστροφής των κερδισμένων προϊόντων και δεν γνωστοποιείται στους χρήστες το πλήθος των χωρών στις οποίες διενεργούνται ταυτόχρονα δημοπρασίες. Μειονέκτημα για τους χρήστες του συγκεκριμένου δικτυακού τόπου είναι η ταυτόχρονη συμμετοχή χρηστών από παραπάνω από 1 χώρες και η ισχύς του Δικαίου του Ηνωμένου Βασιλείου. Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

<b>Πλεονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Μικρή διαφοροποίηση απ' τον ανταγωνισμό</li> <li>• Δημοπρασίες συγκεκριμένων ομάδων</li> <li>• Δωρεάν μεταφορικά</li> </ul>
<b>Μειονεκτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ταυτόχρονη λειτουργία σε 2 χώρες</li> <li>• Υψηλή τιμή bids</li> </ul>

**Πίνακας 14: Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δικτυακού τόπου Scoobidoo**

Στις επόμενες σελίδες ακολουθεί ένας συγκεντρωτικός πίνακας, για όλους τους δικτυακούς τόπους ηλεκτρονικών δημοπρασιών που αναφέρθηκαν παραπάνω, έτσι ώστε να γίνει πιο εύκολη και ευδιάκριτη η σύγκριση μεταξύ αυτών. Τα χαρακτηριστικά αυτά έχουν ομαδοποιηθεί σε 10 βασικές κατηγορίες, οι οποίες είναι: Γενικά Στοιχεία, Είδη Δημοπρασίας, Δημοπρατούμενα Είδη, Χαρακτηριστικά Δημοπρασιών, Αγορά Credits, Τρόποι Πληρωμής, Bonus Credits, Ασφάλεια & Αξιοπιστία, Υποστήριξη και Λοιπά Χαρακτηριστικά.




		1	2	3
Γενικά Στοιχεία	Όνομασία Site	One Bid	biDDers	eProsfora
	Δικτυακός Τόπος	<a href="http://www.onebid.gr">www.onebid.gr</a>	<a href="http://www.bidders.gr">www.bidders.gr</a>	<a href="http://www.eprosfora.gr">www.eprosfora.gr</a>
	Logo			
	Είδος Δημοπρασιών που Δραστηριοποιούνται	Πλειοδοτικές	Πλειοδοτικές	Πλειοδοτικές
	Αριθμός Χρηστών	-	-	-
	Έτη Λειτουργίας	0	0	1
	Χώρες Δραστηριοποίησης	1	1	4

5η Δημοπρασίας	Πλειοδοτικές	Για Όλους	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
		Για Πρωτάρηδες (Rookies)	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ
		Για Γυναίκες	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
		Συμμετοχή Περιορισμένων Ατόμων	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ
		24h	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ
		Buy Now	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ
		Highest Unique Bid	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
	Μειοδοτικές	Xpress Bid/ Scratch <sup>(1)</sup>	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
		Free Bid <sup>(2)</sup>	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
		Lowest Unique Bid <sup>(3)</sup>	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ

Δημοπρατούμενα Είδη	Η/λνικές Συσκευές Τεχνολογίας	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
	Οικιακές Συσκευές	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
	Πακέτα Διακοπών	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
	Καλλυντικά	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ
	Ανδρικά/ Γυναικεία Αξεσουάρ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
	Δωροεπιταγές	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
	Αυτοκίνητα/ Μηχανές	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
	Σπίτια	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
	Διάφορα Αντικείμενα	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Πακέτα Credits	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	

Χαρακτηριστικά Δημοπρασιών	Εγγραφή	ΔΩΡΕΑΝ	ΔΩΡΕΑΝ	ΔΩΡΕΑΝ
	Συνδρομή	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
	Δυνατότητα Αναζήτησης	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
	Αριθμός Δημοπρασιών ανά Ημέρα	0 - 7	4	7 - 12



4	5	6
Just Bid It	Bid Bang!	Bid Rivals
<a href="http://www.justbidit.gr">www.justbidit.gr</a>	<a href="http://www.bidbang.com">www.bidbang.com</a>	<a href="http://www.bidrivals.com/gr">www.bidrivals.com/gr</a>
		
Πλειοδοτικές	Πλειοδοτικές	Πλειοδοτικές
-	-	-
0	0	1
1	1	27
NAI	NAI	NAI
OXI	NAI	OXI
OXI	OXI	OXI
OXI	OXI	OXI
NAI	OXI	OXI
OXI	OXI	NAI
OXI	OXI	OXI
OXI	OXI	OXI
OXI	OXI	OXI
OXI	OXI	OXI
NAI	NAI	NAI
NAI	NAI	NAI
OXI	OXI	NAI
NAI	OXI	NAI
NAI	OXI	NAI
OXI	NAI	OXI
OXI	OXI	OXI
NAI	NAI	NAI
NAI	NAI	NAI
ΔΩΡΕΑΝ	ΔΩΡΕΑΝ	ΔΩΡΕΑΝ
OXI	OXI	OXI
OXI	OXI	NAI
0 - 5	1 - 7	60 - 160



	7 Ημερών		12 Ημερών		4 Ημερών		Όλες		5 Ημερών		Όλες		15 Τελευταίες		Όλες		100 Τελευταίες			
	Προβολή Ιστορικού Προβολή Επεργόμενων Δημοπρασιών	7 Ημερών	5 Ημερών	1,5 Ημέρας	1 Ημέρας	7 Ημερών	1 Ημέρας	7 Ημερών	1 Ημέρας	1 Ημέρας	1 Ημέρας	1 Ημέρας	1 Ημέρας	1 Ημέρας	1 Ημέρας	1 Ημέρας	1 Ημέρας	1 Ημέρας	1 Ημέρας	
Δυνατότητα Υπενθώμησης Δημοπρασίας	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	
Ωράριο Λειτουργίας	12:00 - 1:00	14:00 - 1:00	Καθη- μερινές 12:00 - 23:59	Σαβ/κα 15:00 - 23:59	14:00 - 23:59	13:00 - 1:00	24h	16:00 - 24:00	24h	11:00 - 24:00	24h	24h	24h	24h	24h	24h	24h	24h	24h	
Βήμα	0,01 €	0,01 €	0,01 €	0,01 €	0,01 €	0,01 €	0,01 €	0,01 €	0,01 €	0,01 €	0,01 €	0,01 €	0,25 € - 2,5 € <sup>(1)</sup>	0,01 €	0,25 € - 2,5 € <sup>(1)</sup>	0,01 €	0,25 € - 2,5 € <sup>(1)</sup>	0,01 €	0,25 € - 2,5 € <sup>(1)</sup>	
Τμή Εκκίνησης	0,00 €	0,99 €	0,99 €	0,99 €	0,99 €	0,99 €	0,00 €	0,01 €	0,99 €	Retail Price <sup>(1)</sup>	0,00 €	Retail Price <sup>(1)</sup>	0,00 €	Retail Price <sup>(1)</sup>	0,00 €	Retail Price <sup>(1)</sup>	0,00 €	Retail Price <sup>(1)</sup>	-(Upper Limit)	
Διάρκεια Δημοπρασιών	30" - 180"	30" - 240"	30" - 60"	60"	60"	30" - 240"	15" - 30"	60"	60"	60" - 120" <sup>(1)</sup>	60" - 120" <sup>(1)</sup>	5 - 92 Ημέρες <sup>(1)</sup>	0,5 € - 1 €	0,5 € - 5 €	0,5 € - 1 €	0,5 € - 5 €	0,5 € - 1 €	0,5 € - 5 €	1 € - 2 €	
Κόστος Συμμετοχής	1 Credit	1 Credit	1 Credit	1 Credit	1 Credit	1 Credit	1 Credit	1 Credit	1 Credit	1 Credit	1 Credit	1 Credit	1 Credit	1 Credit	1 Credit	1 Credit	1 Credit	1 Credit	1 Credit	
Παροχή Μηχανισμού Αυτοβιδ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	
Απόσυρα Προσφοράς	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	
Δυνατότητα Επιστροφής	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	
Υπολογισμός Μεταφορικών	ΟΧΙ	0 - 10 €	ΔΩΡΕΑΝ	0 - 3 €	0 - 7 €	0 - 7 €	0 - 7 €	0 - 7 €	0 - 7 €	0 - 7 €	0 - 7 €	0 - 7 €	0 - 7 €	0 - 7 €	0 - 7 €	0 - 7 €	0 - 7 €	0 - 7 €	0 - 7 €	
Περιορισμός Νυκτών	Ανολόγως το αντικείμενο	5 ανά 21 ημέρες	7 ανά 28 ημέρες	ΟΧΙ	4 ανά 7 ημέρες	18 ανά 30 ημέρες	5 ανά 28 ημέρες	10 ανά 30 ημέρες	10 ανά 30 ημέρες	10 ανά 30 ημέρες	10 ανά 30 ημέρες	10 ανά 30 ημέρες	10 ανά 30 ημέρες	10 ανά 30 ημέρες	10 ανά 30 ημέρες	10 ανά 30 ημέρες	10 ανά 30 ημέρες	10 ανά 30 ημέρες	10 ανά 30 ημέρες	
Αγορά Credits	Τμή Credits	Min	0,74 € στα 500 €	0,5 € στα 500 €	0,46 € στα 500 €	0,38 € στα 230 €	0,8 € στα 400 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	
		Max	1 € στα 5 €	0,66 € στα 10 €	1 € στα 10 €	0,7 € στα 7 €	1 € στα 10 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €	0,5 €
Δόση Πληρωμής	Πιστωτική/ Χρεωστική Κάρτα	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	
	PayPal	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	
	Click & Buy	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	
	PaySafe Card	ΠΡΟΣΕΧΩΣ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	
	EcoCard	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	
	Dao Pay	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
	Κατάθεση Τραπεζής	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
Bonus Credits	Εγγραφής	3 Credits	6 Credits	5 Credits	ΟΧΙ	3 Credits	1 Credit	10 Credits	2 €	6 €	2 €	6 €	2 €	6 €	2 €	6 €	2 €	6 €	2 €	
	Εγγραφής Φίλου	2 Credits	1 Credit	1-5 Credits	ΟΧΙ	1 Credit	ΟΧΙ	5 Credits	2 €	2 €	2 €	2 €	2 €	2 €	2 €	2 €	2 €	2 €	2 €	
	Αποστολή Φωτογραφίας Νικήτη με Δώρα	3 Credits ανά 2 μήνες	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	5 Credits ανά 6 μήνες	ΟΧΙ	ΟΧΙ	30 €	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	
	Άλλες Προσφορές	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	
Διάρκεια Ισχύος	18 Μήνες	-	-	-	-	30 Ημέρες	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Αυθόλητα &	Επιβεβαίωση Διεύθυνσης E-mail	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	

Αξιοπιστία	Επιβεβαίωση Αριθμού Κινητού Τηλεφώνου	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
	Επιβεβαίωση Ταχυδρομικής Διεύθυνσης	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
Υποστήριξη	Live Support	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
	Μέσω E-mail	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
	Μέσω Τηλεφώνου/ Fax	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
	Μέσω Ταχυδρομικής Διεύθυνσης	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
	FAQ & Όροι Χρήσης Site*	94%	75%	81%	73%	94%	69%	56%	81%	94%
	Blog	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
	Forum	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
Διαπαρατηρησιακά	Διαφημίσεις Συνεργατών	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
	Διαφημιστικά Banners Τρίτων	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
	Share with Friends	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
	RSS Feed	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
	Ένότητα "Νέα - Ανακωλύσεις"	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
	Shoutbox Νικητών	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ

Πίνακας 15: Χαρακτηριστικά των δικτυακών πόρων ηλεκτρονικών δημοπρασιών που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα

\* Η βαθμολογία αφορά ποσοστό επί τις εκατό (%) βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων τα οποία πρέπει να πληρούν οι κύριες ενότητες "FAQ" και "Όροι Και Προβλεπόμενες Χρήσεις," των υπό εξέταση ιστοσελίδων.

Στην περίπτωση αυτή κριτήριο αποτελεί κάθε υποενότητα η οποία θα πρέπει να αναφέρεται και να διευκρινίζεται επαρκώς έτσι ώστε να μην δημιουργούνται κενά και να μην μένουν αναπάντητα ερωτήματα στον χρήστη, καθώς επίσης και το γενικότερο αίσθημα πληρότητας που αφήνουν οι 2 κύριες ενότητες μετά την προσεκτική ανάγνυσή τους. Τα κριτήρια αυτά βρίσκονται συγκεκριμένα στον ακόλουθο πίνακα με την τιμή 1 όταν ένα κριτήριο πληρούται και την τιμή 0 όταν αντίστοιχα δεν πληρούται.

<b>Ενότητες</b>	<b>One Bid</b>	<b>Bidders</b>	<b>Eprosjora</b>	<b>Just Bid It</b>	<b>Bid Bang</b>	<b>Bidrivals</b>	<b>Subasta</b>	<b>Bidster</b>	<b>Scoobidoo</b>
FAQ	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Όροι & Προϋποθέσεις	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Τρόποι Πληρωμής	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ωράριο Λειτουργίας	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Τρόπος Παγνηδιού	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Νικητής	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Παράδοση Προϊόντων	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Επιστροφή Προϊόντων	1	0	0	0	1	1	0	0	0
Εγγύηση Προϊόντων	1	1	1	0	1	0	1	0	1
Bonus Credits	1	0	1	-	1	0	0	1	1
Τεχνικά Χαρακτηριστικά	0	0	1	0	0	0	0	1	1
Ασφάλεια Συναλλαγών	1	0	0	1	1	0	0	0	1
<b>Κατανοητή Γλώσσα</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Αμετάφραστα Κείμενα</b>	1	1	0	1	1	0	1	1	1
<b>Αίσθηση Πληρότητας</b>	1	1	1	0	1	1	0	1	1
<b>Κενές Ενότητες</b>	1	1	1	1	1	1	0	1	1
<b>Συνολική Βαθμολογία</b>	<b>94%</b>	<b>75%</b>	<b>81%</b>	<b>73%</b>	<b>94%</b>	<b>69%</b>	<b>56%</b>	<b>81%</b>	<b>94%</b>

Πίνακας 16: Πίνακας αξιολόγησης των ενοτήτων "FAQ" και "Όροι και Προϋποθέσεις" των υπό εξέταση δικτυακών τόπων

**Κεφάλαιο 4ο: Επιχειρηματικό Σχέδιο Εταιρείας  
Δημοπρασιών μέσω Διαδικτύου**

# Business Plan

  
*Royal Bid*

**Online Δημοπρασίες**

**Royal Bid E.Π.Ε.**  
[www.royalbid.gr](http://www.royalbid.gr)

## 4.1 Εσωτερική Ανάλυση της Επιχείρησης

### 4.1.1 Όραμα

Όραμα της **Royal Bid** είναι να προσφέρει στους Έλληνες χρήστες του Internet προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας σε πολύ χαμηλές τιμές μέσω των νέων μηχανισμών της αγοράς που δημιουργούνται από την ολοένα και γρηγορότερη ανάπτυξη του Internet παγκοσμίως καθώς και να εξοικειώσει τους Έλληνες καταναλωτές με την ιδέα του ηλεκτρονικού εμπορίου.

### 4.1.2 Περιγραφή της Επιχείρησης

Η **Royal Bid** πρόκειται να δραστηριοποιηθεί στον χώρο των ηλεκτρονικών δημοπρασιών μέσα από την παροχή της online πλατφόρμας ηλεκτρονικών δημοπρασιών με την ονομασία **Royal Bid** και δικτυακό τόπο τον [www.royalbid.gr](http://www.royalbid.gr).

Η εταιρεία θα στοχεύει αποκλειστικά στο ηλεκτρονικό εμπόριο μέσω Internet και πιο συγκεκριμένα στο εμπόριο μέσα από την ολοένα και πιο δημοφιλή μέθοδο των ηλεκτρονικών δημοπρασιών καινούριων προϊόντων και υπηρεσιών. Πιο συγκεκριμένα, η υπηρεσία **Royal Bid** είναι μια πλατφόρμα ηλεκτρονικών δημοπρασιών η οποία παρέχει δημοπρασίες λεπτών (Penny Auctions) και δημοπρασίες scratch (Scratch Auctions) (Ενότητα 2.6.2) με προοπτικές να φιλοξενήσει και άλλους τύπους/ μοντέλα εάν και εφόσον υπάρχει ζήτηση για κάτι τέτοιο.

Τα παραπάνω μοντέλα δημοπρασίας φέρουν μια win-win φιλοσοφία, διότι δεδομένης της υγιούς λειτουργίας της επιχείρησης και η ίδια έχει κέρδη αλλά και οι πλειοδότες των

δημοπρασιών αγοράζουν καινούρια προϊόντα ακόμα και στο 1% της λιανικής τιμής πώλησής τους.

Κατά συνέπεια μέσα από μια σωστά δομημένη και κατάλληλα υποστηριζόμενη προβολή και προώθηση της υπηρεσίας στα διαφορετικά target group οι προοπτικές για κερδοφορία είναι μεγάλες.

#### 4.1.3 Είδος Επιχείρησης

Η *Royal Bid* είναι εμπορική επιχείρηση ως προς την αγορά και μεταπώληση καινούριων προϊόντων και παροχής υπηρεσιών ως προς την πώληση των απαραίτητων για τη συμμετοχή σε μια δημοπρασία bids, τα οποία είναι άυλο αγαθό.

Λόγω της μεγάλης εμπορικής δραστηριότητας η νομική υπόσταση που είναι καταλληλότερη για την επιχείρηση, είναι η Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.).

#### 4.1.4 Προϊόντα - Υπηρεσίες

Η επιχείρηση παρέχει κάποια έτοιμα πακέτα με bids προς πώληση προκειμένου να μπορέσει κάποιος χρήστης να συμμετάσχει σε μια δημοπρασία. Τα υπόλοιπα προϊόντα που θα εμπορευείται η επιχείρηση είναι μέσα από τη διαδικασία των ηλεκτρονικών δημοπρασιών.

Οι βασικότερες κατηγορίες των προϊόντων που θα εμπορευείται/ δημοπρατεί η επιχείρηση είναι πακέτα bids της ίδιας, ηλεκτρονικές συσκευές (π.χ. κινητά τηλέφωνα, ηλ. υπολογιστές, ηλ/νικά gadget κ.α.), μικρού μεγέθους οικιακές συσκευές (π.χ. beertenders, καφετιέρες κ.α.), δωροεπιταγές επώνυμων αλυσίδων καταστημάτων, επώνυμα ανδρικά και γυναικεία αξεσουάρ (τσάντες, γυαλιά ηλίου κ.α.) καθώς και άλλης φύσεως προϊόντα τα



οποία θα εξαρτώνται από διάφορους παράγοντες, όπως η ηλικία και οι προτιμήσεις των χρηστών της ιστοσελίδας/ πελατών της εταιρείας καθώς και η επισκεψιμότητα στην ιστοσελίδα.

Επιπρόσθετα στα παραπάνω προϊόντα προς δημοπράτηση είναι και κάποιες “δωροεπιταγές” ελληνικών Καζίνο. Οι δωροεπιταγές αυτές θα περιλαμβάνουν είτε ένα συγκεκριμένο ποσό σε μάρκες κάποιου Καζίνο, είτε τη διαμονή στο ξενοδοχείο κάποιου Καζίνο είτε και συνδυασμό αυτών των δύο. Τα συγκεκριμένα πακέτα θα αποτελέσουν το χαρακτηριστικό γνώρισμα της υπηρεσίας **Royal Bid** και είναι αυτό το οποίο θα την διαφοροποιήσει από τον υπάρχοντα ανταγωνισμό. Επίσης, με τον τρόπο πέραν του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος που θα αποκτήσει, θα ελκύσει και μια νέα ομάδα χρηστών – πελατών, αυτή των ατόμων που επισκέπτονται συχνά Καζίνο και κάνουν χρήση των υπηρεσιών που αυτά παρέχουν.

Στο σημείο αυτό πρέπει να τονιστεί ότι η επιχείρηση δεν πρόκειται να δραστηριοποιηθεί στον χώρο των τυχερών παιχνιδιών μέσω Internet, κάτι το οποίο μπορεί να προκαλέσει αρνητικές εντυπώσεις για την υπηρεσία **Royal Bid**. Πρόκειται μόνο για δημοπρασίες κάποιων πακέτων διαμονής ή δωροεπιταγών κατόπιν συνεννόησης με το εκάστοτε Καζίνο και μέσα από τη γνωστή διαδικασία των δημοπρασιών που έχει επιλέξει να παρέχει.

Η συχνότητα με την οποία θα δημοπρατούνται τα προϊόντα που έχουν επιλεγεί δεν είναι συγκεκριμένη. Εξαρτάται από τις καταναλωτικές ανάγκες των χρηστών, τους διαθέσιμους πόρους της επιχείρησης καθώς επίσης και από τις τρέχουσες προσφορές των προμηθευτών της επιχείρησης.

Η αξία χρήσης που αποκομίζονται οι πελάτες από τα προϊόντα που θα αγοράζουν είναι σαφώς μεγαλύτερη απ’ ότι η αξία κτήσης τους. Όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, μπορεί ένας πλειοδότης να αποκτήσει σε πολύ χαμηλές τιμές π.χ. με 15€ συν τα bids που

κατανάλωσε (όπου θα μπορούσε να είναι ακόμα και ένα bid) και να αποκτήσει έναν φορητό Η/Υ αξίας 600€.

#### 4.1.5 Τοποθεσία

Επειδή η επιχείρηση δραστηριοποιείται στον χώρο του Internet η τοποθεσία όπου και θα εδρεύει δεν παίζει και τόσο σημαντικό στρατηγικό ρόλο για την επιτυχία της. Ο χώρος που πρόκειται να επιλεγεί θα πρέπει να τηρεί και τα ακόλουθα κριτήρια:

- Η υποδομή του τηλεφωνικού δικτύου της περιοχής μπορεί να υποστηρίξει χωρίς αναμονή και σε ικανοποιητικές ταχύτητες την τεχνολογία ADSL για σύνδεση στο Internet από οποιονδήποτε τηλεπικοινωνιακό πάροχο.
- Ο χώρος βρίσκεται σε καλή κατάσταση και δεν απαιτούνται ιδιαίτερες και κοστοβόρες εργασίες προκειμένου να μπορέσει να φιλοξενήσει την επιχείρηση.
- Εύκολη πρόσβαση είτε με αυτοκίνητο είτε με αστική συγκοινωνία καθώς και διαθέσιμες θέσεις πάρκινγκ στην ευρύτερη περιοχή.
- Η οδός είναι αρκετά γνωστή έτσι ώστε να την βρίσκει εύκολα ακόμα και κάποιος που δεν γνωρίζει τον δρόμο ρωτώντας κάποιον περαστικό.
- Η δυνατότητα φορτοεκφόρτωσης των εμπορευμάτων να μπορεί να πραγματοποιηθεί χωρίς δυσκολίες.

#### 4.1.6 Ανθρώπινο Δυναμικό – Συνεργάτες

Το απαραίτητο ανθρώπινο δυναμικό για τη λειτουργία της επιχείρησης, μπορεί να αποτελείται από τους μετόχους της, από μισθωτούς υπαλλήλους ή και από εξωτερικούς

συνεργάτες. Ο αριθμός που απαιτείται είναι 3-4 άτομα προκειμένου να καλυφθούν οι θέσεις όλων των διευθύνσεων της επιχείρησης.

Απαραίτητη κρίνεται η συνεργασία με κάποιον συμβολαιογράφο κατά τα στάδια ίδρυσης της επιχείρησης και στη συνέχεια με κάποιον δικηγόρο για τα όποια νομικά θέματα μπορεί να προκύψουν στη μετέπειτα πορεία.

Η συντήρηση καθώς και η βελτίωση του δικτυακού τόπου θα γίνεται και αυτή από εξωτερικό συνεργάτη και πιο συγκεκριμένα από την εταιρεία, η οποία ανέλαβε τον σχεδιασμό και την κατασκευή του δικτυακού τόπου της εταιρείας. Επίσης η ίδια εταιρεία θα αναλάβει και την κατασκευή των διαφημιστικών banner.

Για την επίλυση προβλημάτων του τεχνολογικού εξοπλισμού (H/Y, δίκτυο, τηλεφωνικό κέντρο κ.α.) η εταιρεία θα πρέπει να προβεί σε συνεργασία με μια εταιρεία τεχνικής υποστήριξης, η οποία καλό θα είναι να εδρεύει κοντά αλλά και να είναι σε θέση να λύσει άμεσα όποιο πρόβλημα προκύψει.

Για τη διανομή των κερδισμένων προϊόντων στους πλειοδότες τους η εταιρεία θα χρειαστεί να συνάψει συμφωνία συνεργασίας με κάποια από τις εταιρείες ταχυμεταφορών, η οποία θα έχει μεγάλο δίκτυο καταστημάτων στην Ελλάδα και θα παρέχει ικανοποιητικό ποσοστό έκπτωσης επί του τιμοκαταλόγου της λόγω της σταθερής συνεργασίας.

#### 4.1.7 Στρατηγικές Συμμαχίες

Στρατηγικοί σύμμαχοι της εταιρείας **Royal Bid** είναι οι προμηθευτές από τους οποίους θα προμηθεύεται η εταιρεία τα προϊόντα που πρόκειται να δημοπρατήσει. Στόχος της εταιρείας είναι να αναπτύξει σχέσεις με μεγάλες και επώνυμες επιχειρήσεις κάτι το οποίο θα ισχυροποιήσει τη θέση της.

Οι συμμαχίες αυτές περιλαμβάνουν συμφωνίες μεταξύ της **Royal Bid** και των εταιρειών για την παροχή έκπτωσης στις τιμές των προϊόντων που θα προμηθεύεται καθώς επίσης και την ενημέρωση και τη δημιουργία κάποιων προσφορών από μέρους τους για συγκεκριμένα προϊόντα που θέλουν να προμηθεύσουν.

Οι συνεργαζόμενες επιχειρήσεις θα είναι αλυσίδες καταστημάτων ηλεκτρονικών ειδών, ειδών αξεσουάρ και κοσμημάτων με δίκτυο καταστημάτων σε ολόκληρη την Ελλάδα για την καλύτερη διευκόλυνση και εξυπηρέτηση των πελατών σε περίπτωση που προκύψει κάποιο πρόβλημα. Τα συνεργαζόμενα Καζίνο θα είναι αυτά με τη μεγαλύτερη απήχηση, την σχετικά πιο εύκολη πρόσβαση και που διαθέτουν ξενοδοχειακή μονάδα.

## 4.2 Εξωτερική Ανάλυση της Επιχείρησης

### 4.2.1 Ανάλυση Ανταγωνισμού

#### Άμεσος Ανταγωνισμός

Στον άμεσο ανταγωνισμό υπάγονται οι δικτυακοί τόποι που χρησιμοποιούν το ίδιο ακριβώς μοντέλο δημοπρασιών με αυτό της **Royal Bid**. Οι άμεσοι ανταγωνιστές τις δημοπρασίες λεπτών (penny auctions) είναι οι εξής δικτυακοί τόποι:

- |                |               |
|----------------|---------------|
| 1. One Bid     | 5. Bid Bang   |
| 2. Bidders     | 6. Bid Rivals |
| 3. eProsfora   | 7. Subasta    |
| 4. Just Bid It | 8. Bidster    |

Για τις δημοπρασίες scratch ο άμεσος ανταγωνισμός αντίστοιχα είναι:

1. Bidster
2. Subasta

#### Έμμεσος Ανταγωνισμός

Στον έμμεσο ανταγωνισμό υπάγονται οι δικτυακοί τόποι που χρησιμοποιούν διαφορετικά μοντέλα δημοπρασιών από αυτά της **Royal Bid** αλλά που πρέπει να ληφθούν υπόψη, διότι και αυτοί κατέχουν μερίδιο στην αγορά των ηλεκτρονικών δημοπρασιών όπως επίσης και οι

χρήστες αυτών των δικτυακών μπορούν να θεωρηθούν δυνητικοί επισκέπτες της ιστοσελίδας μας. Οι έμμεσοι ανταγωνιστές είναι οι:

1. Bidster (lowest unique bid δημοπρασίες)
2. Subasta (free bid δημοπρασίες)
3. Scoobidoo

Στο 3<sup>ο</sup> Κεφάλαιο (σελ. 54) της παρούσας εργασίας γίνεται εκτενής ανάλυση των ανταγωνιστικών δικτυακών τόπων που χρησιμοποιούν τα σύγχρονα μοντέλα ηλεκτρονικών δημοπρασιών. Αρχικά γίνεται μια σύντομη περιγραφή του κάθε δικτυακού τύπου και των χαρακτηριστικών του, εντοπίζονται οι δυνάμεις και οι αδυναμίες του καθενός και στη συνέχεια παρατίθεται ένας συγκεντρωτικός πίνακας με όλα τα χαρακτηριστικά όλων των δικτυακών τόπων ομαδοποιημένα σε κατηγορίες έτσι ώστε να μπορεί να γίνει πιο εύκολα μια σύγκριση μεταξύ τους.

Επίσης στο Παράρτημα Α' (σελ 126) που ακολουθεί, βρίσκονται συγκεντρωμένες φωτογραφίες (screenshots) με την αρχική σελίδα του κάθε ένα δικτυακού τύπου ξεχωριστά έτσι ώστε να μπορεί να γίνει σύγκριση από πλευράς εμφάνισης/ αισθητικής και σχεδιασμού.

#### 4.2.2 Ανάλυση Αγοράς

Η εταιρεία *Royal Bid* πρόκειται να δραστηριοποιηθεί στον χώρο των ηλεκτρονικών δημοπρασιών καινούριων προϊόντων. Σαν αγορά όμως δεν θα ληφθούν υπ' όψιν μόνο οι χρήστες Internet που κατοικούν στην Ελλάδα, οι οποίοι παρακολουθούν και συμμετέχουν σε τέτοιου είδους δημοπρασίες. Η χρήση του Internet για online αγορές δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη στην Ελλάδα. Για το λόγο αυτό αλλά και λόγω της διαφοροποίησης της

εταιρείας από τον λοιπό ανταγωνισμό, στην αγορά θα πρέπει να συμπεριληφθούν και άλλες ομάδες καταναλωτών, νέων στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου και των ηλεκτρονικών δημοπρασιών.

Το μέγεθος της συγκεκριμένης αγοράς είναι δύσκολο να υπολογιστεί καθώς είναι ένα δυναμικό περιβάλλον το οποίο μεταβάλλεται συνεχώς με ταχύτατους ρυθμούς ανάπτυξης. Για τις ομάδες καταναλωτών της επόμενης ενότητας, οι οποίοι αποτελούν το βασικό πυρήνα στους που στοχεύει η επιχείρηση, μπορούν να υπολογιστούν κάποια ενδεικτικά μεγέθη από έρευνες των τελευταίων 2 ετών.

Πιο συγκεκριμένα, για το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα ισχύουν τα εξής:

- Το 2008 πραγματοποιήθηκαν περίπου 620.000 ηλεκτρονικές αγορές B2C. Το Α' εξάμηνο του 2008 η διείσδυση του ηλεκτρονικού εμπορίου στα ελληνικά νοικοκυριά με πρόσβαση στο Internet βρισκόταν στο 13,7%.
- Το αντίστοιχο εξάμηνο για το 2009 η διείσδυση του ηλεκτρονικού εμπορίου ανήλθε στο 16,2%. Η αύξηση μέσα σε ένα μόλις έτος είναι της τάξης του 18,2%. Το ύψος των πωλήσεων ανήλθε στο 1 δις €. Παρόλα αυτά μόλις το 9% των Ελλήνων έκανε κάποια ηλεκτρονική αγορά και οι πωλήσεις δεν ξεπέρασαν το 1% του συνολικού εμπορίου όταν ο ευρωπαϊκός μέσος όρος κυμαίνεται στο 32% και οι πωλήσεις φτάνουν το 12% του συνόλου.
- Η ετήσια αύξηση των ηλεκτρονικών αγορών στην Ελλάδα από το 2005 έως το 2009 είναι περίπου στο 26%.

Από τα παραπάνω μπορούν να προκύψουν κάποια συμπεράσματα σχετικά με το μέγεθος της αγοράς του ηλεκτρονικού εμπορίου καθώς επίσης και για τις θετικές προοπτικές, οι οποίες έχουν αύξοντα ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης. Το ηλεκτρονικό εμπόριο αναπτύσσεται

συνεχώς σε ολόκληρο τον κόσμο με νέους τρόπους και μέσω νέων υπηρεσιών. Επομένως η Ελλάδα όντας μερικά χρόνια πίσω θα έχει για πολλά χρόνια ακόμα θετικές προοπτικές ανάπτυξης στο συγκεκριμένο χώρο.

Πιο συγκεκριμένα, για την αγορά τυχερών παιχνιδιών στην Ελλάδα ισχύουν τα εξής:

- Την τελευταία τετραετία ο τζίρος της αγοράς του τζόγου έχει αυξηθεί κατά 55,6%.
- Το σύνολο των στοιχημάτων στα 9 καζίνο της Ελλάδας κυμαίνεται λίγο πιο κάτω από τα 3 δις € ετησίως με προοπτικές διατήρησης στα ίδια επίπεδα.
- Περίπου 3,7 εκατ. Έλληνες ξοδεύουν μηνιαίως χρήματα σε τυχερά παιχνίδια.
- Το 43% των ανδρών και το 32% των γυναικών παίζουν κάποιο τυχερό παιχνίδι.
- Η συχνότητα παιχνιδιού σε κάποιο τυχερό παιχνίδι είτε στο Internet είτε σε καζίνο είναι 2-4 φορές μεγαλύτερη από τη συχνότητα παιχνιδιού σε κάποια από τις υπηρεσίες του ΟΠΑΠ.
- Σχεδόν το 50% των συμμετεχόντων σε κάποιο παιχνίδι του ΟΠΑΠ καταφεύγει και σε νόμιμα ή παράνομα τυχερά παιχνίδια στο Internet.

Το μέγεθος της αγοράς των τυχερών παιχνιδιών είναι αρκετά μεγάλο στην Ελλάδα όπως επίσης και τα ποσά που δαπανώνται ετησίως και βρίσκονται σε σταθερά επίπεδα. Το Internet είναι ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο για την συμμετοχή σε κάθε λογής τυχερό παιχνίδι και δεδομένου ότι κάθε χρόνο γίνεται όλο και πιο ασφαλές, η χρήση του Internet για αυτούς τους σκοπούς γίνεται όλο και πιο διαδεδομένη. Στην αγορά τυχερών παιχνιδιών δεν επικρατεί λογική και στην πιθανότητα απόκτησης όλο περισσότερων πραγμάτων οι συμμετέχοντες προτίθενται να ξοδέψουν μεγαλύτερα ποσά.



Από τα παραπάνω προκύπτει ότι οι ορίζοντες ανάπτυξης της επιχείρησης είναι μεγάλοι. Η ευρύτερη αγορά στην οποία αναφέρεται η υπηρεσία **Royal Bid** είναι μια αγορά που μεγαλώνει όλο και περισσότερο καθώς επίσης και ένα μεγάλο μέρος της διατίθεται να δαπανήσει μεγάλα χρηματικά ποσά. Η κερδοφορία μπορεί να επιτευχθεί από τη συμμετοχή μεριδίου της αγοράς αυτής αρκεί να εντοπιστούν τα κατάλληλα κανάλια προώθησης της υπηρεσίας.

Το κανάλι διανομής είναι ένα και αυτό είναι το Internet. Επειδή το Internet έστω και άυλο αποτελεί έναν χώρο τεραστίων διαστάσεων, πρέπει να γίνει μια σωστή επιλογή των κατάλληλων καναλιών μέσα από τα οποία θα προβληθεί η επιχείρηση. Τα κανάλια αυτά θα αναλυθούν στο Πλάνο Marketing του παρόντος Επιχειρηματικού Σχεδίου.

#### 4.2.3 Ανάλυση Καταναλωτή

Όπως αναφέρθηκε και στην προηγούμενη ενότητα, λόγω της διαφοροποίησης της επιχείρησης από τους ανταγωνιστές της σε κάποια από τα προϊόντα που θα δημοπρατεί, διευρύνεται η αγορά με την προσθήκη διαφορετικών ομάδων καταναλωτών στους οποίους θα αναφέρονται τα προϊόντα αυτά.

Σύμφωνα με κάποια βασικά χαρακτηριστικά που διακρίνουν τους δυνητικούς καταναλωτές/ πελάτες της εταιρείας, διακρίνουμε τις εξής ομάδες, οι οποίες θα αποτελέσουν και τα αντίστοιχα target groups:

1. Χρήστες Internet, που γνωρίζουν καλά τις ηλεκτρονικές δημοπρασίες και είναι ήδη πελάτες κάποιας ανταγωνιστικής εταιρείας. Τα άτομα αυτά είναι συνήθως άντρες, οι οποίοι αγοράζουν συστηματικά τις πιο καινούριες ηλεκτρονικές συσκευές της αγοράς (gadget) και συνεπώς διαθέτουν μεγάλα χρηματικά ποσά για την απόκτηση αυτών των συσκευών. Μέσα

από τις ηλεκτρονικές δημοπρασίες έχουν καταφέρει να κάνουν πιο οικονομικές αγορές. Τα άτομα αυτά διαθέτουν μεγάλο μέρος της αξίας των συσκευών αυτών για την αγορά bids και στη συνέχεια μέσα από επιμονή και στρατηγική αποκτούν τις επιθυμητές συσκευές. Τα άτομα αυτά έχουν δει και αξιολογήσει πιθανότατα όλους τους ανταγωνιστικούς δικτυακούς τόπους και έχουν καταλήξει να επισκέπτονται έναν, αυτόν που πληροί τα σημαντικά για αυτούς κριτήρια. Μαθαίνουν τη στρατηγική άλλων όμοιων με αυτούς χρήστες και προσαρμόζουν τη στρατηγική τους ανάλογα. Τα άτομα αυτά είναι πιθανό να μεταπηδήσουν σε έναν νέο δικτυακό τόπο με καλές δημοπρασίες, ποντάροντας στο γεγονός ότι θα μπορεί να ωφεληθούν από την μικρή επισκεψιμότητα τον πρώτο καιρό λειτουργίας, κάτι που συνεπάγεται πολύ χαμηλές τιμές. Στη συνέχεια τα άτομα αυτά μπορεί να προτείνουν τον νέο δικτυακό τόπο σε γνωστούς τους, που επισκέπτονται και αυτοί κάποιον άλλον αντίστοιχο δικτυακό τόπο.

2. Χρήστες Internet, οι οποίοι το χρησιμοποιούν για να κάνουν ηλεκτρονικές αγορές αλλά δεν γνωρίζουν τις ηλεκτρονικές δημοπρασίες. Τα άτομα αυτά είναι εξοικειωμένα με τις νέες τεχνολογίες και δεν φοβούνται να δοκιμάσουν κάτι καινούριο. Χρειάζονται ένα ισχυρό κίνητρο, το οποίο μπορεί να είναι ένα ελκυστικό αντικείμενο που ψάχνουν να αγοράσουν εκείνη την περίοδο σε όσο πιο καλή τιμή μπορούν. Επίσης, τα άτομα αυτά χρειάζονται λίγο χρόνο προκειμένου να εξοικειωθούν με την ιδέα και να κατανοήσουν το μηχανισμό λειτουργίας των δημοπρασιών αυτών. Στην περίπτωση που τα άτομα αυτά μείνουν ευχαριστημένα, θα προτείνουν τη νέα μέθοδο αγορών και σε άλλους καθώς επίσης θα χρησιμοποιούν τις δημοπρασίες σαν έναν εναλλακτικό τρόπο αγορών ακόμα και αν το κάνουν σε πιο αραιά χρονικά διαστήματα.

3. Χρήστες Internet, οι οποίοι δεν γνωρίζουν τις ηλεκτρονικές δημοπρασίες αλλά χρησιμοποιούν online εφαρμογές τυχερών παιχνιδιών. Τα άτομα αυτά μπορεί να μην κάνουν ηλεκτρονικές αγορές αλλά είναι εξοικειωμένα με το Internet είτε συμμετέχοντας σε online casino εφαρμογές είτε σε online πλατφόρμες στοιχήματος. Αυτού του είδους τα άτομα ξοδεύουν από μικρά έως μεγάλα χρηματικά ποσά, ανάλογα με το βαθμό στον οποίο έχουν εθιστεί, σε ένα ή και περισσότερα ηλεκτρονικά τυχερά παιχνίδια. Άτομα αυτής της κατηγορίας συνήθως είναι συστηματικοί χρήστες των εφαρμογών αυτών αφιερώνοντας σε αυτές μεγάλο μέρος του ελεύθερου χρόνου τους. Η επιρρέπεια των ατόμων αυτών δε σταματάει μόνο στα ηλεκτρονικά μέσα, είναι απλά ένας πιο εύκολος τρόπος να παίξουν από το σπίτι τους χωρίς να χρειαστεί να πάνε σε ένα πρακτορείο ή ένα καζίνο. Παρόλα αυτά όταν τους δοθεί η ευκαιρία δεν θα αρνηθούν. Με το κατάλληλο κίνητρο τα άτομα αυτά μπορούν να δοκιμάσουν την τύχη τους και στις ηλεκτρονικές δημοπρασίες ποντάροντας στα διάφορα αντικείμενα που μπορεί να τους ενδιαφέρουν.

4. Απλοί χρήστες Internet, οι οποίοι είναι μέχρι κάποιο βαθμό εξοικειωμένοι με αυτό και το χρησιμοποιούν είτε για ενημέρωση, είτε για παιχνίδια είτε για κοινωνικοποίηση μέσω κάποιων εφαρμογών. Τα άτομα αυτά όταν δουν μια ελκυστική διαφήμιση ενός νέου δικτυακού τόπου με δημοπρασίες θα μουν να δουν και να δοκιμάσουν. Κατά βάση δεν διαβάζουν τους όρους και τις προϋποθέσεις χρήσης ενός τέτοιου δικτυακού τόπου, δυσκολεύονται στο να κατανοήσουν κάποιες λειτουργίες και συνήθως καταθέτουν πολύ μικρά έως μηδενικά ποσά. Όλα τα παραπάνω σε συνδυασμό με το μη σχεδιασμό μιας στρατηγικής παιξίματος θα οδηγήσουν τα άτομα αυτά σε δυσανασκέπτη και δεν θα ξαναεπισκεφτούν το συγκεκριμένο δικτυακό τόπο.

5. Τακτικοί επισκέπτες των ελληνικών καζίνο. Τα άτομα αυτής της κατηγορίας επισκέπτονται κάποιο από τα κοντινά σε αυτούς καζίνο σε τακτά χρονικά διαστήματα κυρίως απογευματινές και βραδινές ώρες, καθημερινές και σαββατοκύριακα. Είτε είναι άτομα που υπάγονται στην 3<sup>η</sup> κατηγορία καταναλωτών, είτε άτομα με μικρή εξοικείωση στο Internet είτε άτομα με καθόλου εξοικείωση. Μεγάλο μέρος τους εισοδήματός τους καταναλώνεται σε ένα ή και περισσότερα τυχερά παιχνίδια. Συνήθως είναι άνθρωποι που διαμορφώνουν μια συγκεκριμένη στρατηγική παιξίματος και δημιουργούν τις δικές τους πεποιθήσεις και προκαταλήψεις. Λατρεύουν να παίρνουν μεγάλα ρίσκα και όταν χάνουν δεν απογοητεύονται εύκολα και συνεχίζουν να παίζουν μέχρι να γυρίσει η τύχη τους. Τα άτομα της κατηγορίας αυτής, που είναι εξοικειωμένα με το Internet, είναι πολύ πιθανό να δοκιμάσουν την τύχη τους σε ένα νέο είδος “παιχνιδιού”, του οποίου μάλιστα τα έπαθλα θα τους προσφέρουν επιπλέον ευχαρίστηση αλλά και έναν αέρα πολυτέλειας σε κάποιο από τα καζίνο της Ελλάδας, για να συνεχίσουν την αγαπημένη τους ενασχόληση.

#### 4.2.4 Ανάλυση Περιβάλλοντος – P.E.S.T. Analysis

Οι βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν την αγορά στην οποία δραστηριοποιείται η επιχείρηση είναι οι παρακάτω:

##### **Κράτος (Political)**

Η τρέχουσα νομοθεσία ευνοεί την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Ύστερα από Κοινοτική Οδηγία το 2000 σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο, εξασφαλίζεται η ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας των πληροφοριών μεταξύ των κρατών μελών με τη σύγκλιση των διαφορετικών νομοθεσιών για τις ηλεκτρονικές συμβάσεις. Το Υπουργείο Ανάπτυξης σε συνεργασία με τις αρμόδιες αρχές ελέγχει το ηλεκτρονικό εμπόριο στην

Ελλάδα και συμβάλλει στην ασφάλεια των συναλλασσομένων και στην υγιή ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Επίσης, την περίοδο αυτή γίνονται διαβουλεύσεις από την πλευρά της Κυβέρνησης, σχετικά με την απελευθέρωση και την αυστηρή ρύθμιση της αγοράς ηλεκτρονικών τυχερών παιχνιδιών. Μια τέτοια κίνηση όχι μόνο θα επιφέρει σημαντικά θετικά οικονομικά αποτελέσματα στην οικονομία της χώρας, αλλά θα επεκτείνει την αγορά και θα αυξήσει το αίσθημα ασφαλείας και εμπιστοσύνης των αντίστοιχων δικτυακών τόπων, ωθώντας ένα σχετικά μεγάλο μέρος ανθρώπων να γνωρίσουν και να εξοικειωθούν με το Internet, μέσα από τη συμμετοχή τους στα εν λόγω παιχνίδια.

### **Οικονομία (Economic)**

Η Οικονομία την περίοδο αυτή βρίσκεται σε ύφεση κάτι το οποίο μπορεί να επιφέρει θετικά αποτελέσματα στην πορεία του κλάδου. Μέσα από την ύφεση αυτή ο κόσμος μπορεί να στραφεί πιο εύκολα στο ηλεκτρονικό εμπόριο και σε κάποια άλλη εναλλακτική μορφή όπως οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες σαν έναν τρόπο εξοικονόμησης πολύτιμων πόρων (χρόνος, χρήμα).

### **Πολιτισμός – Κουλτούρα (Social)**

Η κουλτούρα των ελλήνων πολιτών είναι επίσης ένας πολύ σημαντικός παράγοντας. Πολλά προβλήματα όπως αυτά της εμπιστοσύνης και της αίσθησης ασφαλείας πηγάζουν από αυτήν. Παρόλα αυτά μέσα από την παγκοσμιοποίηση, η υιοθέτηση νέων πολιτιστικών στοιχείων και συμπεριφοράς βοηθά στην βελτίωση των συνθηκών για ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα.

Μέσα από έρευνες των τελευταίων ετών, φαίνεται ότι κάθε χρόνο ο ρυθμός με τον οποίο αυξάνεται η χρήση του διαδικτύου στις τις ηλικίες 16-24 και 25-54 είναι αύξων και

μεγαλύτερος από τον αντίστοιχο του μέσου όρου των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αντίστοιχα με την αύξηση της χρήσης του διαδικτύου γενικά, αυξάνεται και η χρήση για πιο συγκεκριμένες εργασίες όπως αυτές των ηλεκτρονικών αγορών, των τραπεζικών συναλλαγών και των online παιχνιδιών. Αυτή η πιο ειδική χρήση του διαδικτύου εξοικειώνει τους χρήστες, οι οποίοι γίνονται πιο πρόθυμοι να δοκιμάσουν μια καινούρια διαδικτυακή υπηρεσία ή και να κάνουν μια ηλεκτρονική πληρωμή.

### **Τεχνολογία (Technological)**

Οι υπηρεσίες και τα προϊόντα της επιχείρησης προβάλλονται και πωλούνται αποκλειστικά μέσα από τη χρήση Internet συνεπώς ηλεκτρονικού υπολογιστή. Κατά συνέπεια, η τεχνολογία είναι ο βασικότερος παράγοντας που επηρεάζει το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Το τεχνολογικό υπόβαθρο τόσο στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές όσο και στις τηλεπικοινωνίες είναι αρκετό ώστε να είναι επιτρεπτή η πρόσβαση στην ιστοσελίδα της επιχείρησης από τουλάχιστον τους μισούς Έλληνες και σε όλο και περισσότερους χρόνο με το χρόνο.

Επίσης, η σημερινή τεχνολογία έχει κάνει δυνατή την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών στο μέγιστο δυνατό βαθμό. Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα καθώς και άλλοι φορείς εγγυώνται το υψηλό επίπεδο ασφάλειας.

### **Ασφάλεια Συναλλαγών**

Η ασφάλεια των συναλλαγών είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό το ηλεκτρονικό εμπόριο. Για την ασφάλεια των συναλλαγών συμβάλλουν τόσο το Κράτος όσο και η Τεχνολογία, που αναφέρθηκαν παραπάνω.

Το πρόβλημα αυτή τη στιγμή έγκειται στον φόβο των Ελλήνων να κάνουν συναλλαγές μέσω Internet και στην εμπιστοσύνη προς το δικτυακό τόπο από θα αγοράσουν κάτι.

### 4.3 Διοικητικό Πλάνο

Στην ενότητα αυτή θα γίνει αρχικά παρουσίαση των οργανωσιακών μονάδων που είναι απαραίτητες για την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης. Στη συνέχεια θα ακολουθήσει μια σύντομη περιγραφή της κάθε μιας από αυτές τις μονάδες όπως επίσης και των βασικών αρμοδιοτήτων τους.

Η *Royal Bid* θα αποτελείται από τις εξής οργανωσιακές μονάδες:

- Γενική Διεύθυνση
- Οικονομική Διεύθυνση
- Διεύθυνση Marketing
- Γραμματειακή Υποστήριξη

Παρακάτω ακολουθεί η περιγραφή της καθεμίας από τις ανωτέρω οργανωσιακές μονάδες.

#### Γενική Διεύθυνση

Η Γενική Διεύθυνση αλληλεπιδρά με όλες τις Διευθύνσεις και τα Τμήματα της επιχείρησης. Έχει σκοπό να συντονίζει και να οργανώνει τις υπόλοιπες Διευθύνσεις όπως επίσης και να παίρνει σημαντικές αποφάσεις για την λειτουργία και την πορεία της επιχείρησης κατόπιν συνεννόησης με τις Διευθύνσεις αυτές. Πιο συγκεκριμένα τα καθήκοντά της είναι τα εξής:

- Λήψη στρατηγικών αποφάσεων
- Σύναψη συμφωνιών με τους στρατηγικούς συνεργάτες της επιχείρησης

- Συντονισμός τμημάτων
- Επίβλεψη καθημερινών λειτουργιών της επιχείρησης
- Υποστήριξη της Οικονομικής Διεύθυνσης και της Διεύθυνσης Marketing
- Συνεννόηση με τις συνεργαζόμενες τράπεζες για σύναψη επιχειρηματικών δανείων
- Εταιρική κοινωνική ευθύνη

### Οικονομική Διεύθυνση

Η Οικονομική Διεύθυνση αλληλεπιδρά με τη Γενική Διεύθυνση και τη Διεύθυνση Marketing. Αποτελείται ουσιαστικά από το λογιστήριο, το οποίο πέραν της καταγραφής των λογιστικών γεγονότων στα λογιστικά βιβλία έχει και κάποιες επιπλέον υποχρεώσεις, όπως τη σύνταξη αναφορών προς τα άλλα τμήματα της επιχείρησης κ.α.. Πιο συγκεκριμένα, τα καθήκοντα της Οικονομικής Διεύθυνσης είναι τα εξής:

- Τήρηση των βιβλίων της εταιρείας
- Διεκπεραίωση των φορολογικών υποχρεώσεων της εταιρείας
- Διεκπεραίωση των ασφαλιστικών υποχρεώσεων της εταιρείας
- Κατάρτιση Ισολογισμού και Κατάστασης Αποτελεσμάτων Χρήσης
- Διαχείριση του ταμείου
- Εξόφληση προμηθευτών
- Μισθοδοσία
- Σύνταξη μηνιαίων αναφορών ταμειακών ροών
- Σύνταξη προϋπολογισμού
- Έκδοση παραστατικών (τιμολογίων, δελτίων αποστολής κ.α.)
- Διαχείριση της περιουσίας της εταιρείας



## Διεύθυνση Marketing

Η Διεύθυνση Marketing αλληλεπιδρά και με τη Γενική Διεύθυνση, την Οικονομική Διεύθυνση, την Τεχνική και τη Γραμματειακή Υποστήριξη. Λόγω του μικρού μεγέθους της επιχείρησης δεν κρίνεται απαραίτητη η ύπαρξη ξεχωριστής Διεύθυνσης Πωλήσεων. Έτσι, η συγκεκριμένη Διεύθυνση υπάγεται στη Διεύθυνση Marketing, η οποία ουσιαστικά θα αποτελείται από 2 μικρότερα Τμήματα, το Τμήμα Διαφήμισης & Δημοσίων Σχέσεων και το Τμήμα Πωλήσεων, τα οποία θα λειτουργούν υπό την ίδια Διεύθυνση.

Το Τμήμα Διαφήμισης & Δημοσίων Σχέσεων σε συνεννόηση πάντα με τις άλλες Διευθύνσεις όπως και το Τμήμα Πωλήσεων έχει τα εξής καθήκοντα:

- Δημιουργία ραδιοφωνικών, τηλεοπτικών, έντυπων και ηλεκτρονικών διαφημιστικών καμπανιών
- Επικοινωνία με όποια από τα παραπάνω μέσα απαιτείται
- Κατασκευή διαφημιστικών banner για ηλεκτρονική προβολή της επιχείρησης
- Σύναψη συμφωνιών με άλλους δικτυακούς τόπους για ενοικίαση χώρων για τα διαφημιστικά banner
- Κατασκευή και διαχείριση υποστηρικτικών ιστοσελίδων μέσω Twitter & Facebook για την συνεχή ενημέρωση των χρηστών και την προβολή της ιστοσελίδας
- Αξιολόγηση αποτελεσματικότητας του καθενός από τα παραπάνω διαφημιστικά μέσα και επιλογή βέλτιστου μίγματος
- Προμήθεια διαφημιστικού υλικού (αναπτήρες, αυτοκόλλητα, t-shirt, δώρα συνεργατών κ.α.)
- Σύνταξη αναφορών προς τη Γενική Διεύθυνση

Το Τμήμα Πωλήσεων αλληλεπιδρά με τη Γενική Διεύθυνση, την Οικονομική Διεύθυνση καθώς και με το Τμήμα Διαφήμισης & Δημοσίων Σχέσεων και έχει τα εξής καθήκοντα:

- Επιλογή και προγραμματισμός των προϊόντων προς δημοπράτηση
- Επιλογή προμηθευτών και σύναψη συμφωνιών
- Αξιολόγηση των προμηθευτών
- Απόφαση για εισαγωγή νέων μοντέλων δημοπρασιών ή αναβάθμιση των υπαρχόντων ύστερα από έρευνα αγοράς και έρευνα καταναλωτών
- Διαμόρφωση τιμολογιακής πολιτικής πακέτων bids
- Αξιολόγηση κερδοφορίας υπηρεσιών (μοντέλων δημοπρασιών)
- Σύσταξη αναφορών προς τη Γενική Διεύθυνση
- Σύσταξη μηνιαίων προϋπολογισμών προς την Οικονομική Διεύθυνση

### Γραμματειακή Υποστήριξη

Η Γραμματειακή Υποστήριξη αλληλεπιδρά με όλες τις Διευθύνσεις της επιχείρησης. Ο ρόλος της είναι υποστηρικτικός για την περάτωση κάποιων εργασιών των άλλων Διευθύνσεων. Τα βασικά της καθήκοντα είναι τα παρακάτω:

- Τηλεφωνική εξυπηρέτηση πελατών
- Διαχείριση παραπόνων
- Αποστολή ενημερωτικών email (newsletter) στους πελάτες
- Αποστολή/ λήψη fax και email προς/από τους προμηθευτές
- Παραγγελίες αναλώσιμων γραφείου

- Σύνταξη κειμένων, συλλογή εικόνων και πληροφοριών για τα αντικείμενα που δημοπρατούνται

Απαραίτητη για την σωστή λειτουργία της επιχείρησης είναι επίσης η ύπαρξη Νομικής και Τεχνικής Υποστήριξης. Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενη ενότητα, οι δυο αυτές μονάδες απαρτίζονται από εξωτερικούς συνεργάτες της επιχείρησης, διότι η μόνιμη απασχόλησή ανθρώπινου δυναμικού δεν κρίνεται απαραίτητη.

### **Νομική Υποστήριξη**

Η Νομική Υποστήριξη αποτελείται από την εξωτερικό συνεργάτη Δικηγόρο που θα αναλάβει όλα τα νομικής φύσης θέματα, τα οποία μπορεί να προκύψουν κατά τη λειτουργία της επιχείρησης. Έχει δευτερεύοντα υποστηρικτικό ρόλο και αλληλεπιδρά με τη Γενική Διεύθυνση.

### **Τεχνική Υποστήριξη**

Η Τεχνική Υποστήριξη και αυτή έχει υποστηρικτικό ρόλο στη λειτουργία της επιχείρησης και χωρίζεται σε 2 τμήματα. Το 1<sup>ο</sup> τμήμα (Web) αφορά τη συντήρηση του δικτυακού τόπου και πιο συγκεκριμένα της online πλατφόρμας δημοπρασιών. Η υποστήριξη στο τμήμα αυτό θα παρέχεται από εξωτερικά συνεργαζόμενη εταιρεία, η οποία έχει αναλάβει εξαρχής και την κατασκευή της πλατφόρμας. Αλληλεπιδρά με ολόκληρη τη Διεύθυνση Marketing και την Οικονομική Διεύθυνση και τα καθήκοντά της είναι τα εξής:

- Επίλυση προβλημάτων δικτυακού τόπου
- Βελτίωση δικτυακού τόπου

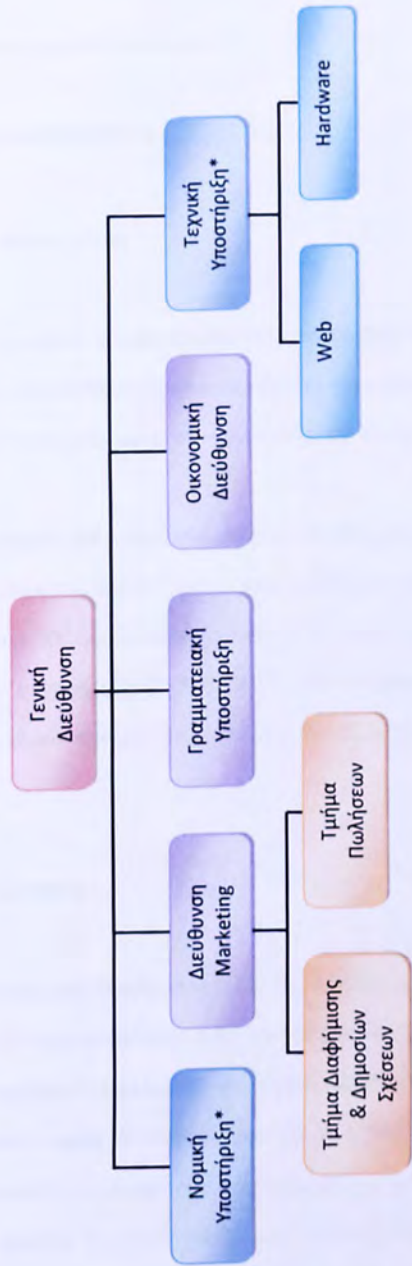
- Προσθήκη/ αφαίρεση δυνατοτήτων

Το 2<sup>ο</sup> τμήμα της επιχείρησης (Hardware) αποτελείται και αυτό από εξωτερικά συνεργαζόμενη εταιρεία. Το τμήμα αυτό αλληλεπιδρά με όλες τις Διευθύνσεις της εταιρείας, οπουδήποτε δηλαδή μπορεί να προκύψει κάποιο τεχνικό πρόβλημα. Πιο συγκεκριμένα έχει τα εξής καθήκοντα.

- Επίλυση τεχνικών προβλημάτων hardware ή και software H/Y εταιρείας
- Επίλυση άλλων τεχνικών προβλημάτων (δίκτυο, τηλ. κέντρο)

Στο Οργανόγραμμα που ακολουθεί φαίνονται σχηματικά οι Διευθύνσεις και τα Τμήματα της επιχείρησης όπως αναλύθηκαν πιο πάνω και η θέση τους στην διοικητική πυραμίδα.

## ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ



\* Εξωτερικοί συνεργάτες της επιχείρησης

Εικόνα 11: Το οργανόγραμμα της Royal Bid

## 4.4 Σχέδιο Λειτουργίας

### 4.4.1 Ωράριο Λειτουργίας

Το ωράριο λειτουργίας της επιχείρησης ορίζεται ως εξής: Δευτέρα έως Παρασκευή 9:00 π.μ. με 5:00 μ.μ.. Τα σαββατοκύριακα τα γραφεία της εταιρείας θα παραμένουν κλειστά. Κατά αυτές τις ημέρες και ώρες θα είναι διαθέσιμη και η υπηρεσία εξυπηρέτησης των πελατών.

Η υπηρεσία *Royal Bid* όντας δικτυακός τόπος είναι προσβάσιμη όλες της ώρες του 24ώρου. Οι δημοπρασίες τύπου "Penny" είναι ανοιχτές σε καθημερινή βάση μεταξύ 5:00 μ.μ. και 11:59 μ.μ.. Οι δημοπρασίες που δεν έχουν ολοκληρωθεί μέχρι τις 11:59 μ.μ. θα συνεχίζονται την επόμενη ημέρα στις 5:00 μ.μ. από το σημείο όπου και είχαν σταματήσει. Οι δημοπρασίες τύπου "Scratch" είναι ανοιχτές και προσβάσιμες σε καθημερινή βάση όλο το 24ωρο.

### 4.4.2 Εγκαταστάσεις

Ο χώρος στέγασης της εταιρείας προτείνεται να βρίσκεται κάπου κοντά στο κέντρο της Αθήνας, όπου οι τιμές ενοικίασης ενός επαγγελματικού χώρου ικανού να καλύψει τις ανάγκες της επιχείρησης κυμαίνονται σε χαμηλά επίπεδα. Για το παρόν Επιχειρηματικό Σχέδιο επιλέχθηκε τυχαία ενδεικτικό γραφείο με εμβαδόν 60 τ.μ. στην περιοχή των Αμπελοκήπων, ικανό να καλύψει τις τρέχουσες καθώς και τις μελλοντικές ανάγκες της επιχείρησης σε χώρους. Το μηνιαίο μίσθωμα για τον συγκεκριμένο χώρο είναι 380€ μαζί με τα κοινόχρηστα. Παρακάτω ακολουθεί η κάτοψη του συγκεκριμένου χώρου.



Εικόνα 12: Κάτοψη ενδεικτικού χώρου στέγασης της Royal Bid

#### 4.4.3 Άδειες Λειτουργίας και Υποχρεώσεις προς Συνδέσμους

Πρόκειται για μια εταιρεία περιορισμένης ευθύνης η οποία έχει εμπορική δραστηριότητα μέσω Internet. Για τον λόγο αυτό πέραν της εγγραφής της στο Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών απαιτείται και η σύναψη Σύμβασης από Απόσταση για την προστασία των καταναλωτών όπως ορίζεται από το Κοινοτικό Δίκαιο για το εμπόριο. Η ετήσια συνδρομή στο Επιμελητήριο ανέρχεται στα 150€.

#### 4.4.4 Φορολογικές Υποχρεώσεις και Εργοδοτικές Εισφορές

Σύμφωνα με το ισχύον φορολογικό πλαίσιο, η *Royal Bid* ως εταιρεία περιορισμένης ευθύνης φορολογείται με συντελεστή 24% επί των ακαθάριστων κερδών της στο τέλος κάθε έτους.

Υποχρεωτική είναι επίσης, η καταβολή του Φόρου Προστιθέμενης Αξίας (Φ.Π.Α.) με συντελεστή 23% στο τέλος κάθε τριμήνου.

Σε μισθούς και πάσης φύσεως απολαβές προς καταβάλλονται στους εταίρους θα γίνεται παρακράτηση φόρου με συντελεστή 35%.

Οι μηνιαίες εργοδοτικές εισφορές στο ΙΚΑ αντιστοιχούν στο 28,06% του μισθού κάθε εργαζόμενου στην εταιρεία.

#### 4.4.5 Εξοπλισμός

##### Τεχνολογικός Εξοπλισμός

Απαραίτητο για την λειτουργία της επιχείρησης είναι να εξοπλιστεί με Η/Υ, UPS, τηλεφωνικό κέντρο, εκτυπωτές κ.α. Σύμφωνα με την καταλληλότερη προσφορά που να ικανοποιεί τις ανάγκες του προσωπικού, το κόστος ανέρχεται στα 4.000€ μαζί με τα έξοδα εγκατάστασης.

##### Λοιπός Πάγιος Εξοπλισμός

Οι ανάγκες της επιχείρησης σε πάγιο εξοπλισμό (γραφεία, καρέκλες, μηχανές γραφείου ηλ/κος εξοπλισμός) και σε αναλώσιμα για τα πρώτα στάδια λειτουργίας ανέρχονται περίπου στα 3.000€ κατόπιν προσφορών από επώνυμα καταστήματα.



## Λογισμικό

Σε επίπεδο λειτουργικών συστημάτων, οι Η/Υ της προσφοράς είναι ήδη εφοδιασμένοι με εγκατεστημένο λειτουργικό στην τελική τους τιμή.

Το κόστος για πρόσθετο λογισμικό (antivirus, office suite κ.α.) απαραίτητο για όλους τους υπολογιστές της επιχείρησης ανέρχεται στα 700€.

Η κατασκευή του δικτυακού τόπου μαζί με το λογισμικό της πλατφόρμας δημοπρασιών και τις πρόσθετες λειτουργίες που αυτό θα περιλαμβάνει κοστίζει 13.000€. Στην προσφορά αυτή περιλαμβάνεται και το κομμάτι του web design.

Τέλος, για την καλύτερη λειτουργία της επιχείρησης η μηχανογραφημένη τήρηση των λογιστικών καταστάσεων κρίνεται απαραίτητη. Για το λόγο αυτό απαιτείται η αγορά ενός ERP συστήματος με τις βασικές λειτουργίες που χρειάζονται του οποίου το κόστος αγοράς, εγκατάστασης και παραμετροποίησης ανέρχεται στα 1.500€.

### 4.4.6 Διαχείριση Δικτυακού Τόπου

Για τη λειτουργία του δικτυακού τόπου [www.royalbid.gr](http://www.royalbid.gr) απαραίτητη προϋπόθεση είναι η κατοχύρωση ενός του domain name καθώς επίσης και η φιλοξενία της ιστοσελίδας σε έναν server, ο οποίος θα παρέχει την αδιάκοπη λειτουργία της 24/7.

Η κατοχύρωση του domain name κοστίζει 19,99€ και έχει διετή διάρκεια, όπου η εταιρεία οφείλει να το ανανεώσει πριν το πέρας της διετίας.

Για τη φιλοξενία του δικτυακού τόπου, το κόστος ανέρχεται σε 148€ μηνιαίως με δωδεκάμηνη σύμβαση. Η συγκεκριμένη προσφορά είναι γνωστή ελληνικής εταιρείας, με servers στη Γερμανία, των οποίων τα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με τις απαιτήσεις του λογισμικού δημοπρασιών της **Royal Bid**. Το κόστος εγκατάστασης είναι μηδενικό λόγω της δωδεκάμηνης σύμβασης ενοικίασης. Σε περίπτωση που η επισκεψιμότητα είναι πολύ

μεγάλη και η κίνηση δεδομένων (bandwidth) ξεπεράσει το μέγιστο επιτρεπτό μηνιαίο όριο, θα υπάρξει επιπλέον χρέωση της τάξης των 12,30€ για το μήνα εκείνο. Ο χρόνος παράδοσης του server εκτιμάται ότι δεν θα ξεπεράσει τις 7 εργάσιμες ημέρες.

#### 4.4.7 Ασφάλεια Δικτυακού Τόπου

Λόγω της εμπορικής δραστηριότητας της επιχείρησης μέσω του δικτυακού της τόπου, κρίνεται απαραίτητη η αγορά πιστοποιητικού ασφαλείας, έτσι ώστε να αυξηθεί και η εμπιστοσύνη των χρηστών. Το κόστος της πιστοποίησης ανέρχεται στα 100€ ανά έτος.

#### 4.4.8 Χρονικός Ορίζοντας

Στον πίνακα που ακολουθεί, έχει γίνει μια γραφική απεικόνιση του χρονικού ορίζοντα που απαιτείται για καθεμία από τις ενέργειες που πρέπει να γίνουν προκειμένου να υλοποιηθεί η επιχειρηματική ιδέα που περιγράφεται στο παρόν Επιχειρηματικό Σχέδιο.

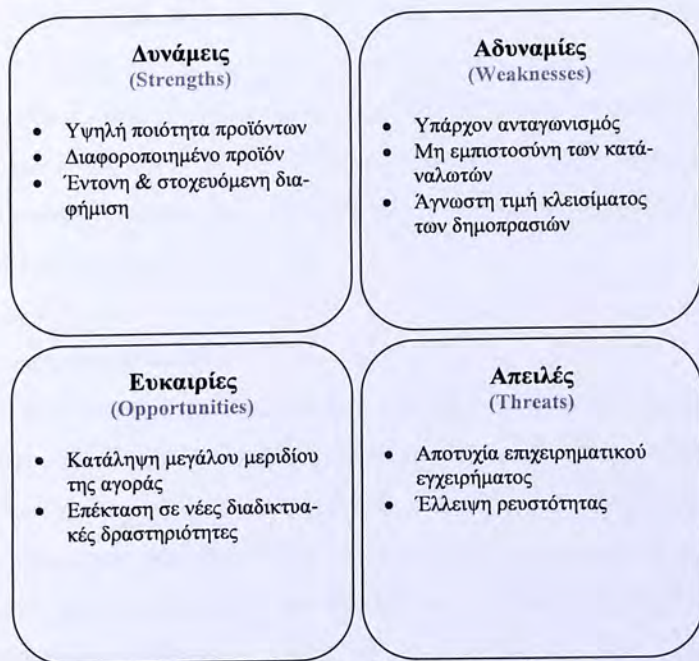
Διαδικασίες	1ος Μήνας	2ος Μήνας	3ος Μήνας	4ος Μήνας	5ος Μήνας	6ος Μήνας
Έρευνα Αγοράς Ακινήτων						
Μίσθωση Ακινήτου						
Προετοιμασία Χώρου						
Διαδικασίες Ίδρυσης Εταιρείας						
Αγορά Πάγιου Εξοπλισμού						
Κατασκευή Δικτυακού Τόπου						
Πρόσληψη Προσωπικού						
Σύναψη Συμφωνιών με Προμηθευτές						
Προετοιμασία Διαφημιστικής Καμπάνιας						
Έναρξη Διαφημιστικής Καμπάνιας						
Δοκιμαστική Λειτουργία Site						
Κανονική Λειτουργία Site						

Πίνακας 17: Σχέδιο δράσης της επιχείρησης

## 4.5 Πλάνο Marketing

### 4.5.1 S.W.O.T. Analysis

Η ανάλυση S.W.O.T. είναι ένα χρήσιμο εργαλείο προκειμένου να βρεθούν και να καταγραφούν οι δυνάμεις και οι αδυναμίες της επιχείρησης όπως επίσης και οι επιχειρηματικές ευκαιρίες και οι απειλές, οι οποίες μπορεί να παρουσιαστούν. Αφού εντοπιστούν και καταγραφούν, η επιλογή, ο προσδιορισμός και η υλοποίηση της καταλληλότερης στρατηγικής γίνονται ευκολότερα. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η ανάλυση S.W.O.T. της *Royal Bid*.



Πίνακας 18: Ανάλυση SWOT της εταιρείας

#### 4.5.2 Συμπεριφορά Καταναλωτή

Η συμπεριφορά των καταναλωτών είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τη στρατηγική η οποία πρέπει να επιλεγεί και να ακολουθηθεί από την πλευρά της επιχείρησης. Τα σημαντικότερα κριτήρια για την επιλογή ενός προϊόντος από τους καταναλωτές είναι η τιμή του, η μάρκα του, τα χαρακτηριστικά του όπως επίσης και το κατάστημα από το οποίο το αγοράζουν.

#### Τιμή (Price)

Η τιμή είναι πολύ συχνά ο σημαντικότερος παράγοντας για την αγορά ενός νέου προϊόντος. Τις περισσότερες φορές οι καταναλωτές που επιθυμούν να αγοράσουν κάτι καινούριο θέτουν ένα εύρος χρημάτων, τα οποία μπορούν να διαθέσουν. Στη συνέχεια ακολουθεί η έρευνα αγοράς μέσα στο εύρος αυτό προκειμένου να επιλεγεί το πιο συμφέρον προϊόν. Επίσης, οι μεγάλες προσφορές επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την κρίση και την επιλογή των καταναλωτών διότι δίνουν έμφαση κυρίως στην υψηλή αρχική τιμή και όχι σε άλλους παράγοντες.

#### Επωνυμία (Brand Name)

Η μάρκα ή αλλιώς η επωνυμία του προϊόντος που προτίθεται κανείς να αγοράσει παίζει επίσης πολύ σημαντικό ρόλο. Οι περισσότεροι καταναλωτές έχουν την τάση να αγοράζουν επώνυμα προϊόντα ή αυτά με τη μεγαλύτερη φήμη. Ακόμα και όταν μια φίρμα δεν εξειδικεύεται στην κατασκευή κάποιου συγκεκριμένου είδους, δεν είναι λίγοι αυτοί που επιλέγουν τα δικά της προϊόντα επειδή γνωρίζουν την επωνυμία, αφηφώντας άλλους σημαντικότερους παράγοντες.

## Χαρακτηριστικά (Specifications/ Specs)

Τα χαρακτηριστικά ή ο εξοπλισμός ενός προϊόντος είναι ακόμα ένας παράγοντας που επηρεάζει την επιλογή των καταναλωτών. Πολύ σημαντικό ρόλο παίζει κυρίως στους συνειδητοποιημένους καταναλωτές, οι οποίοι γνωρίζουν ακριβώς ποιες είναι οι ανάγκες τους και ποια είναι τα χαρακτηριστικά εκείνα που θα τις ικανοποιήσουν επαρκώς. Ο μέσος καταναλωτής συχνά δεν δίνει σημασία στα χαρακτηριστικά, αλλά επιζητά το προϊόν με τα περισσότερα χαρακτηριστικά στην χαμηλότερη δυνατή τιμή ανεξαρτήτως εάν γνωρίζει τη χρήση τους ή ακόμα και εάν τα πραγματικά τα χρειάζεται. Η σχέση μεταξύ τιμής και χαρακτηριστικών συνήθως είναι ανάλογη.

## Κατάστημα Αγοράς

Το κατάστημα από το οποίο κάνει κανείς τις αγορές του παίζει αρκετές φορές σημαντικό ρόλο. Το κριτήριο αυτό έχει να κάνει τόσο με την επωνυμία που έχει “χτίσει” κάποιο κατάστημα όσο και με διάφορους άλλους περισσότερο ψυχολογικούς παράγοντες. Συχνά οι καταναλωτές τείνουν να κάνουν συγκεκριμένες αγορές από συγκεκριμένα καταστήματα. Ο λόγος είναι είτε επειδή οι καταναλωτές γνωρίζουν μόνο αυτά μέσα από την πετυχημένη στρατηγική τους, είτε επειδή τους αρέσει το κλίμα, ο χώρος και η εξυπηρέτηση εντός του καταστήματος, είτε επειδή το εμπιστεύονται περισσότερο απ’ ότι άλλα αντίστοιχα καταστήματα.

### 4.5.3 Προϊόντα

Η εμπορική δραστηριότητα της επιχείρησης στηρίζεται στη μεταπώληση προϊόντων και όχι στην παραγωγή αυτών. Οι τρεις πρώτοι παράγοντες της προηγούμενης ενότητας (4.6.2) είναι αυτοί που επηρεάζουν την επιλογή των προϊόντων προς δημοπράτηση. Σύμφωνα με

τους παράγοντες αυτούς, τα προϊόντα που θα επιλέγονται θα είναι επώνυμα προϊόντα, τελευταίας γενιάς, των οποίων η τιμή θα είναι σχετικά υψηλή, κάτι το οποίο προσδίδει επιπλέον κύρος. Τα χαρακτηριστικά των προϊόντων θα είναι σημαντικό κριτήριο επιλογής όταν πρόκειται για ηλεκτρονικά προϊόντα, προκειμένου να ικανοποιηθεί και η ομάδα των χρηστών (target group) εκείνων που ζητούν να αγοράσουν κάτι πιο συγκεκριμένο.

Στην σελίδα όπου θα δημοπρατείται κάποιο προϊόν, θα βρίσκεται αναλυτική περιγραφή των χαρακτηριστικών του, ορατή προς όλους τους χρήστες, προκειμένου να ενημερωθούν επαρκώς για τα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητές του προϊόντος αυτού χωρίς να χρειαστούν να επισκεφθούν κάποιον άλλο δικτυακό τόπο.

#### 4.5.4 Προμηθευτές

Οι προμηθευτές που θα επιλεγούν να συνεργαστούν με την εταιρεία, όπως έχει ήδη αναφερθεί, θα είναι μεγάλες επώνυμες αλυσίδες καταστημάτων. Αυτό είναι στρατηγικής σημασίας για την επιχείρηση όχι μόνο τόσο για το μέγεθος της έκπτωσης που θα είναι ικανές να παρέχουν.

Στην αρχική σελίδα του δικτυακού τόπου της εταιρείας θα υπάρχει κάποιο πλαίσιο μέσα στο οποίο θα φαίνονται τα λογότυπα των προμηθευτών αυτών. Με τον τρόπο αυτό γνωστοποιείται στους χρήστες ότι η εταιρεία συνεργάζεται με μεγάλους και σοβαρούς προμηθευτές, κάτι το οποίο θα αυξήσει το αίσθημα της εμπιστοσύνης όπως επίσης και θα γνωστοποιήσει την προέλευση των αντικειμένων προς δημοπράτηση.

Μια τέτοια στρατηγικής σημασίας συνεργασία θα κάνει και πιο εύκολη την εξυπηρέτηση πελατών σε θέματα εγγύησης και επιστροφής, σε περίπτωση που υπάρξει πρόβλημα με κάποιο από τα προϊόντα διευκολύνοντας τους πελάτες της εταιρείας.

#### 4.5.5 Είδη Δημοπρασιών

Η επιλογή του κατάλληλου είδους αλλά και των παραλλαγών των δημοπρασιών που θα επιλεχθούν είναι ο σημαντικότερος παράγοντας, διότι τα έσοδα της επιχείρησης εξαρτώνται σε μεγαλύτερο βαθμό από αυτές απ' ότι από τα προϊόντα. Κάποιες από τις δημοπρασίες που αναφέρονται παρακάτω, επιλέχθηκαν με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να μειωθεί ή ακόμα και να εξαλειφθεί η αδυναμία της επιχείρησης να προβλέψει τα έσοδά της ή ακόμα και να εξασφαλίσει κέρδος.

Στις δημοπρασίες *scratch* το περιθώριο κέρδους είναι πολύ μικρό για την επιχείρηση αλλά είναι γνωστό από την αρχή. Οι δημοπρασίες δεν έχουν συγκεκριμένη ημερομηνία λήξης οπότε μέχρι να πωληθεί το προϊόν παραμένουν ανοιχτές χωρίς να δημιουργούν ζημιές στην επιχείρηση. Παρόλα αυτά η επιλογή του αριθμού αυτών των δημοπρασιών και των προϊόντων θα πρέπει να γίνει προσεκτικά.

Οι δημοπρασίες *λεπτών* θα διαφέρουν μεταξύ τους σε κάποιες από παραμέτρους τους με σκοπό την κατανομή των χρηστών του δικτυακού τόπου σε όλες τις δημοπρασίες. Αυτή η κίνηση αποσκοπεί στην αύξηση των πιθανοτήτων να κερδίσει κάποιος κάτι το οποίο αυξάνει τον ανταγωνισμό. Με τη δημιουργία δημοπρασιών για διαφορετικές ομάδες χρηστών δίνεται η ευκαιρία να συμμετάσχουν όποιοι χρήστες με ίσους όρους και να μην νιώθουν ότι αδικούνται και να αποθαρρύνονται εγκαταλείποντας τον δικτυακό τόπο οριστικά. Στις δημοπρασίες *λεπτών* δεν είναι γνωστό το ύψος της τιμής κλεισίματος και η πρόβλεψη του πιθανού κέρδους ή ζημίας. Η δυνατότητα “Άμεσης Αγοράς” (Buy Now) με έκπτωση ανάλογη των bids που καταναλώθηκαν από κάποιον χρήστη κρίνεται σκόπιμη προκειμένου να ενθαρρύνει κάποιον παίκτη να αγοράσει το προϊόν ακόμα και αν δεν κέρδισε χωρίς αυτό να δημιουργεί ζημιά στην επιχείρηση.

Επίσης ένας ακόμα τρόπος να εξαλειφθεί η πιθανότητα ζημιάς για την επιχείρηση ειδικά σε ακριβές δημοπρασίες, δηλαδή που έχουν ακριβά προϊόντα, είναι η δημιουργία κλειστών δημοπρασιών με περιορισμένο αριθμό χρηστών και διαθέσιμων bids για τις οποίες θα απαιτείται προεγγραφή (private auctions). Με τον τρόπο αυτό, η επιχείρηση θα έχει εξασφαλίσει τα επιθυμητά έσοδα κατά την έναρξη μιας τέτοιας δημοπρασίας.

#### 4.5.6 Εμφάνιση και Λειτουργικότητα Δικτυακού Τόπου

Ο τέταρτος παράγοντας που επηρεάζει τη συμπεριφορά των καταναλωτών είναι η επιλογή ενός συγκεκριμένου καταστήματος για τις αγορές τους. Η εμφάνιση του δικτυακού τόπου είναι η βιτρίνα της επιχείρησης που θα οδηγήσει και τον επισκέπτη στην χρήση αυτού έναντι κάποιου άλλου. Συνεπώς πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση έτσι ώστε να δημιουργηθεί ένα δυνατό όνομα το οποίο θα ελκύσει περισσότερους χρήστες με το πέρασμα του χρόνου.

#### Λογότυπο

Η ακόλουθη εικόνα απεικονίζει ένα ενδεικτικό λογότυπο (logo) για την επιχείρηση. Η ονομασία “Royal” σε συνδυασμό με την κορόνα και την χρυσή γραμματοσειρά προσδίδει κύρος στην εταιρεία και στον δικτυακό της τόπο.



Εικόνα 13: Ενδεικτικό logo της Royal Bid



## Εμφάνιση

Το προτεινόμενο φόντο για να χρησιμοποιηθεί είναι είτε το μαύρο, είτε κάποιες σκούρες αποχρώσεις του γκρι ή του καφέ, σκέτα ή με κάποιο μοτίβο. Τα χρώματα αυτά σε συνδυασμό με χρυσά κουμπιά, άσπρη γραμματοσειρά ή παραπλήσια χρώματα δίνουν έναν σοβαρό χαρακτήρα και ένα έντονο παρουσιαστικό στην ιστοσελίδα. Στην επιλογή αυτών των χρωμάτων έχει ληφθεί υπ' όψιν και η ιδιαιτερότητα της εταιρείας που έγκειται στη διαφοροποίηση από τον υπόλοιπο ανταγωνισμό με τα πακέτα προσφορών των διάφορων Καζίνο. Το target group στο οποίο αναφέρονται κυρίως οι δημοπρασίες αυτές έλκεται από ένα τέτοιο παρουσιαστικό. Κάποια ενδεικτικά φόντα παρουσιάζονται στην ακόλουθη εικόνα:



Εικόνα 14: Ενδεικτικά φόντα δικτυακού τόπου της Royal Bid

## Λειτουργικότητα

Η λειτουργικότητα του δικτυακού τόπου είναι εξίσου ένας πολύ σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία του. Κατά το σχεδιασμό της ιστοσελίδας θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην συμπίεση των γραφικών προκειμένου η ταχύτητα φόρτωσης των σελίδων να γίνεται γρήγορα χωρίς αρνητικό αντίκτυπο στην ποιότητα. Η έκταση της ιστοσελίδας θα πρέπει επίσης να μην είναι πολύ μεγάλη έτσι ώστε να γίνεται κουραστική η πλοήγηση.

Όλες οι ενότητες που θα περιλαμβάνει ο δικτυακός τόπος σύμφωνα με τον χάρτη (site map) της ιστοσελίδας (Παράρτημα Β') θα είναι με εύκολο και ευδιάκριτο τρόπο προσβάσιμες από την αρχική σελίδα (home page) μέσω των αντίστοιχων κουμπιών ή υπερσυνδέσεων.

## Όροι και Προϋποθέσεις Χρήσης

Οι όροι και οι προϋποθέσεις χρήσης της πλατφόρμας δημοπρασιών θα είναι ξεκάθαρα και πλήρη παρέχοντας με τον πιο εύκολο και κατανοητό τρόπο όλες τις απαραίτητες πληροφορίες στους χρήστες του δικτυακού τόπου.

## Συχνές Ερωτήσεις (F.A.Q.)

Η ενότητα με τις συχνές ερωτήσεις των χρηστών και τις απαντήσεις τους θα πρέπει επίσης να είναι όσο το δυνατόν πιο πλούσια. Κατά τη συγγραφή τους θα πρέπει να συγκεντρωθούν όλες οι πιθανές ερωτήσεις των χρηστών και να απαντηθούν απλά και κατανοητά.

Σκόπιμη κρίνεται και η δημιουργία μια επιπλέον ενότητας στην οποία θα περιγράφεται απλά και παραστατικά ο τρόπος διεξαγωγής των δημοπρασιών σαν ένα σύντομο εγχειρίδιο χρήσης για να ξεκινήσει κανείς. Στην ίδια ενότητα μπορούν να δοθούν κάποιες χρήσιμες συμβουλές γύρω από τη στρατηγική των συγκεκριμένων δημοπρασιών προκειμένου οι

χρήστες να κατανοήσουν τη φιλοσοφία και να κάνουν πιο σωστή και αποδοτική χρήση της υπηρεσίας προκειμένου να αποκομίσουν κάτι και όχι απλά να τους μείνει η αίσθηση ότι σπαταλούν άδικα τα χρήματά τους.

### **Επικοινωνία – Εξυπηρέτηση Πελατών**

Για το λόγο ότι οι Έλληνες χρήστες δεν είναι εξοικειωμένοι με το ηλεκτρονικό εμπόριο και δεν εμπιστεύονται εύκολα έναν δικτυακό τόπο για να κάνουν αγορές με πιστωτικές κάρτες η εταιρεία πρέπει να δώσει ένα αίσθημα ασφάλειας στους χρήστες. Ένας τρόπος να επιτευχθεί κάτι τέτοιο είναι με το να κοινοποιήσει τα πλήρη στοιχεία της. Στην ανάλογη ενότητα θα βρίσκονται διαθέσιμες όλες οι πληροφορίες της εταιρείας όπως η πλήρης επωνυμία, το Α.Φ.Μ., η ταχυδρομική διεύθυνση, τα τηλέφωνα επικοινωνίας όπως επίσης και οι αριθμοί μητρώου στο Εμπορικό Επιμελητήριο και ο αριθμός μητρώου προμηθευτών για συμβάσεις από απόσταση. Με τον τρόπο αυτό η εταιρεία δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες τους να καταλάβουν ότι πρόκειται για υπαρκτή επιχείρηση.

Η εξυπηρέτηση πελατών παίζει και αυτή πολύ σημαντικό ρόλο. Όλοι οι διαθέσιμοι τρόποι καθώς και οι ώρες επικοινωνίας με την εταιρεία για οποιαδήποτε απορία ή πρόβλημα θα πρέπει να φαίνονται ξεκάθαρα. Υποχρέωση της εταιρείας είναι η τήρηση του ωραρίου που έχει ορίσει όπως και η ταχύτατη ανταπόκριση στις ερωτήσεις των πελατών της.

### **4.5.7 Τιμολογιακή Στρατηγική**

#### **Τιμή Bids**

Η τιμολογιακή στρατηγική που θα ακολουθήσει η εταιρεία αφορά την τιμολόγηση των bids, τα οποία θα αγοράζουν οι χρήστες προκειμένου να μπορέσουν να συμμετάσχουν στη

δημοπρασία που επιθυμούν. Η τιμή που έχει οριστεί να κοστίζει το 1 bid στους χρήστες είναι 1€, ποσό το οποίο επιμερίζεται σε 0,81€ καθαρή αξία και 0,19€ Φ.Π.Α..

## Εκπτώσεις

Οι εκπτώσεις, τις οποίες θα παρέχει η επιχείρηση στους χρήστες θα γίνονται υπό την μορφή κάποιων δωρεάν bids (bonus bids), τα οποία θα δίνονται κατά την αγορά σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα:

Αξία	Bids	Bonus	Ποσοστό Έκπτωσης
10€	10	0	0%
25€	27	2	8%
50€	55	5	10%
100€	115	15	15%
250€	305	55	22%
500€	650	150	30%

Πίνακας 19: Τιμές πακέτων bids

Πέραν των ανωτέρω εκπτώσεων, οι οποίες ουσιαστικά είναι το bonus αγοράς πακέτων bids, θα παρέχονται και bonus bids για σκοπούς γνωριμίας της ιστοσελίδας, σκοπούς παραμονής στην υπηρεσία αλλά και για σκοπούς προώθησης.

Το bonus εγγραφής θα δίνεται κατά την εγγραφή ενός νέου χρήστη στον δικτυακό τόπο. Ο λογαριασμός του χρήστη θα πιστώνεται με bonus 5 bids κατά την ολοκλήρωση της εγγραφής.

Στους εγγεγραμμένους χρήστες θα παρέχεται επίσης η δυνατότητα να συστήσουν τον δικτυακό τόπο σε όποιον φίλο τους επιθυμούν. Από την σχετική ενότητα στην ιστοσελίδα θα συμπληρώνουν το email του ατόμου που θέλουν να προσκαλέσουν. Για κάθε νέα

εγγραφή ενός φίλου ο λογαριασμός του χρήστη που τον σύστησε θα πιστώνεται με bonus 2 bids.

Με τη λήξη μιας δημοπρασίας, ο πλειοδότης έχει τη δυνατότητα να αφήσει κάποιο σχόλιο το οποίο θα φαίνεται στην αντίστοιχη ενότητα. Πέραν των σχολίων αυτών, μετά την παράδοση του προϊόντος, θα μπορεί να προσθέσει και μια φωτογραφία του με το κερδισμένο προϊόν, πιστώνοντας τον λογαριασμό του με bonus 4 bids. Το bonus αυτό, μπορεί κανείς να το επωφελείται μια φορά κάθε τέσσερις μήνες.

Τέλος, υπάρχει η δυνατότητα να δοθούν bonus bids στους χρήστες μέσα από διάφορες μελλοντικές προωθητικές ενέργειες της εταιρείας.

## Τιμή Προϊόντων

Στις δημοπρασίες λεπτών, η τελική τιμή των προϊόντων ή αλλιώς η τιμή κλεισίματος θα διαμορφώνεται από το πλήθος των bids που καταναλώθηκαν σε κάθε δημοπρασία. Για κάθε bid η τιμή του προϊόντος θα ανεβαίνει κατά 0,01€. Ο πλειοδότης προκειμένου να αποκτήσει το προϊόν που μόλις κέρδισε θα υποχρεούται με τη λήξη της δημοπρασίας να πληρώσει την τιμή κλεισίματος πλέον του Φ.Π.Α. που αναλογεί στην τιμή αυτή.

Στις δημοπρασίες scratch, για κάθε bid που καταναλώνεται η τιμή του προϊόντος θα μειώνεται κατά ένα σταθερό ποσό. Όταν κάποιος χρήστης ξύσει και η τιμή που εμφανιστεί είναι συμφέρουσα για αυτόν τότε μπορεί μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα να επιλέξει να το αγοράσει καταβάλλοντας την εμφανισθείσα αξία.

## Τρόποι Πληρωμής

Οι τρόποι πληρωμής, τους οποίους υποστηρίζει ο δικτυακός τόπος, είναι οι δημοφιλέστεροι και πιο συχνά χρησιμοποιούμενοι. Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να κάνουν πληρωμές απευθείας μέσω πιστωτικής κάρτας, μέσω λογαριασμών PayPal ή Click

and Buy, μέσω προπληρωμένης κάρτας Paysafe και μέσω κατάθεσης σε τραπεζικό λογαριασμό της εταιρείας. Η τιμολογιακή πολιτική θα είναι σταθερή ανεξάρτητα από τον τρόπο, με τον οποίο θα επιλέξει κάποιος χρήστης να κάνει μια πληρωμή.

#### 4.5.8 Διανομή

Όπως έχει αναφερθεί και σε προηγούμενη ενότητα του παρόντος Επιχειρηματικού Σχεδίου, η διανομή των κερδισμένων προϊόντων στους πλειοδότες τους θα γίνεται από εταιρεία ταχυμεταφορών, η οποία θα βρίσκεται σε συνεργασία με την εταιρεία. Τα έξοδα αποστολής θα ορίζονται από την εταιρεία και θα αναγράφονται στα στοιχεία της κάθε δημοπρασίας. Το ύψος των εξόδων αποστολής θα είναι ανάλογο του τιμοκαταλόγου της συνεργαζόμενης εταιρείας ταχυμεταφορών. Σε μια προσπάθεια να κρατηθεί όσο το δυνατόν χαμηλότερα η χρέωση αυτή, η τιμή που θα ορίζεται θα αφορά την μεταφορά εντός Αθηνών, με την εταιρεία να επωμίζεται τη διαφορά στο ποσό όταν πρόκειται για αποστολή σε περιοχή της επαρχίας.

#### 4.5.9 Προώθηση - Διαφήμιση

Στον τομέα της διαφήμισης της εταιρείας πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση τόσο κατά τον πρώτο καιρό λειτουργίας όσο και μετέπειτα. Με τον τρόπο αυτό θα γίνουν γνωστές οι δημοπρασίες της εταιρείας σε όλο και μεγαλύτερο καταναλωτικό κοινό. Η έντονη διαφήμιση είναι αυτή που θα ελκύσει μεγάλο πλήθος νέων χρηστών αλλά και χρηστών ανταγωνιστικών δικτυακών τόπων καταλαμβάνοντας κάποιο μερίδιο από την αγορά. Ανεξάρτητα του τρόπου με τον οποίο θα διαφημιστεί η επιχείρηση, για να είναι θεωρείται επιτυχημένη θα πρέπει να δοθεί έμφαση στα σημεία εκείνα που ελκύσουν τα επιθυμητά

target group όπως ορίστηκαν στην ενότητα 4.3.3. Οι διάφοροι τρόποι με τους οποίους ενδείκνυται να διαφημιστεί η εταιρεία είναι οι ακόλουθοι:

### **Διαφήμιση στον Τύπο**

Η διαφήμιση στον τύπο περιλαμβάνει διαφημίσεις σε έντυπα μέσα όπως εφημερίδες και περιοδικά. Οι αθλητικές εφημερίδες όπως επίσης και τα περιοδικά lifestyle είναι τα καταλληλότερα έντυπα για να διαφημιστεί η επιχείρηση. Στα πλαίσια της διαφημιστικής αυτής καμπάνιας πέραν των διαφημίσεων μπορούν να δοθούν κάποιες συνεντεύξεις και να γραφτεί κάποιο άρθρο προκειμένου να δοθεί μεγαλύτερη έμφαση και να γνωρίσει το αναγνωστικό κοινό καλύτερα την εταιρεία.

Το μόνο αρνητικό για την διαφήμιση με αυτό τον τρόπο, είναι ότι το κόστος είναι αρκετά μεγάλο και τα αποτελέσματα δεν μπορούν να μετρηθούν. Για τον λόγο αυτό προτείνεται να χρησιμοποιηθεί κατά την έναρξη δραστηριοποίησης της επιχείρησης και στη συνέχεια να αντικατασταθεί από άλλους τρόπους διαφήμισης.

### **Διαφήμιση στο Internet**

Η διαφήμιση στο Internet έχει πολλές διαφορετικές πτυχές οι οποίες θα πρέπει να καλυφθούν προκειμένου η επιχείρηση να διαφημιστεί με επιτυχία και να αποκτήσει πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της, κάτι το οποίο μεταφράζεται σε μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.

Το πρώτο σκέλος στο οποίο πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση είναι η διαφήμιση μέσω της υπηρεσίας Google AdWords. Μέσα από την υπηρεσία αυτή, δίνεται η δυνατότητα στην εταιρεία να προβληθεί μέσα από την πιο δημοφιλή μηχανή αναζήτησης.

Όπως και στα έντυπα μέσα έτσι και στο Internet θα πρέπει να γίνει στοχευόμενη διαφήμιση στους κατάλληλους δικτυακούς τόπους. Η εταιρεία θα πρέπει πρώτα να προβεί

στην κατασκευή κάποιων διαφημιστικών banner, τα οποία θα αναρτήσει στις ιστοσελίδες που θα επιλεχθούν. Οι ιστοσελίδες αυτές θα είναι κυρίως ιστοσελίδες αθλητικού περιεχομένου, ιστοσελίδες με online τυχερά παιχνίδια και online casino όπως επίσης και κάποια επώνυμα και εξειδικευμένα forum συζητήσεων τα οποία έχουν μεγάλη επισκεψιμότητα. Τους πρώτους 2 μήνες δραστηριοποίησης της επιχείρησης η διαφήμιση στις ιστοσελίδες αυτές θα πρέπει να είναι συνεχής και έντονη το οποίο συνεπάγεται μεγάλα έξοδα. Παρόλα αυτά, είναι η μέθοδος που θα προσελκύσει τη μεγαλύτερη μερίδα νέων χρηστών.

Ακόμα ένας σχετικά φθηνός τρόπος να διαφημίσει στοχευόμενα η εταιρεία τον δικτυακό της τόπο, είναι μέσω της ιστοσελίδας του Facebook.

Τα πλεονεκτήματα της διαφήμισης στο Internet είναι η μεγάλη αλλά και στοχευόμενη προβολή, η ευελιξία στον προϋπολογισμό της ημερήσιας δαπάνης, όπως επίσης και τα στατιστικά στοιχεία που μπορεί να συγκεντρώσει η επιχείρηση, τα οποία ύστερα από σωστή ανάλυση θα δώσουν το πιο αποτελεσματικό μίγμα διαφήμισης που θα πρέπει να ακολουθήσει η επιχείρηση.

## **Πρωθητικά Προγράμματα**

Για τον λόγο ότι η εταιρεία προσπαθεί να προωθήσει ένα διαφοροποιημένο από τον ανταγωνισμό προϊόν, το οποίο σχετίζεται με τα ελληνικά Καζίνο, κρίνεται σκόπιμη η πραγματοποίηση κάποιων προωθητικών προγραμμάτων μέσα στα Καζίνο. Τα προγράμματα αυτά θα είναι ολιγόωρα και θα λαμβάνουν χώρα σε συγκεκριμένες ημέρες και ώρες εντός των συνεργαζόμενων Καζίνο. Σκοπός των προγραμμάτων αυτών θα είναι να γνωστοποιήσουν στο άμεσα ενδιαφερόμενο κοινό τις δημοπρασίες που τους πιθανώς τους αφορούν. Είναι ο πιο άμεσος και αποτελεσματικός τρόπος να γνωρίσουν όλα εκείνα τα άτομα την εταιρεία αλλά και τα προϊόντα που δημοπρατεί.



## Συμμετοχή σε Εκθέσεις

Οι εκθέσεις, οι οποίες σχετίζονται με τα νέα προϊόντα και τις υπηρεσίες στο διαδίκτυο, είναι ένα όλο και πιο συχνό φαινόμενο σε μια προσπάθεια να τα γνωρίσει αλλά και να τα εμπιστευθεί το ευρύ κοινό. Η συμμετοχή σε τέτοιου είδους εκθέσεις είναι ένα έξυπνο εργαλείο προκειμένου η εταιρεία να γίνει ευρέως γνωστή στα άτομα τα οποία ασχολούνται με το Internet και επισκέπτονται τέτοιου είδους εκθέσεις. Μέσα από τις συμμετοχές αυτές ο κόσμος θα γνωρίσει από κοντά την εταιρεία και τα στελέχη της, θα συζητήσει μαζί τους και μπορεί να εμπιστευθεί τον δικτυακό τόπο πολύ πιο εύκολα. Το ηλεκτρονικό εμπόριο βρίσκεται στα στάδια ακόμα στα στάδια της ανάπτυξής του και αυτός είναι ένας εύκολος τρόπος για την εταιρεία να εδραιωθεί στο χώρο και να αποσπάσει μερίδια της αγοράς από τους υπάρχοντες ανταγωνιστές της.

Με τη συμμετοχή σε τέτοιου είδους εκθέσεις η εταιρεία αποκομίζει επιπλέον δημοσιότητα, η οποία σχετίζεται με τη διοργάνωση γενικότερα, όπως επίσης γνωρίζει και ενημερώνεται και η ίδια για τα νέα προϊόντα και υπηρεσίες στον χώρο αλλά και τα στελέχη της έχουν την ευκαιρία να κάνουν χρήσιμες και στρατηγικές δημόσιες σχέσεις.

## Άμεσο Marketing

Το άμεσο marketing θα γίνεται με τη μορφή ενημερωτικών emails (newsletters). Αυτός ο τρόπος διαφήμισης θα χρησιμοποιηθεί για τη συνεχή ενημέρωση των εγγεγραμμένων χρηστών σχετικά με επερχόμενες δημοπρασίες, αλλαγές που πρόκειται να γίνουν καθώς και για διάφορες προωθητικές ενέργειες. Είναι ένα δωρεάν εργαλείο το οποίο θα χρησιμοποιείται για να κρατά τους πελάτες κοντά στην εταιρεία και να μην χάνουν το ενδιαφέρον τους.

## Άλλοι Τρόποι Διαφήμισης

Άλλος τρόπος διαφήμισης είναι αυτός μέσα από τους ίδιους τους πελάτες της εταιρείας. Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενη ενότητα, οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να στείλουν πρόσκληση σε φίλους που πιθανώς να ενδιαφέρονται έναντι κάποιας ανταμοιβής (bonus bids). Με τον τρόπο αυτό οι ίδιοι οι χρήστες του δικτυακού τόπου διαφημίζουν στους κύκλους τους την επιχείρηση.

Σε αυτό το μέσο διαφήμισης θα συμβάλλει και η δυνατότητα σύνδεσης του δικτυακού τόπου με την προσωπική σελίδα του κάθε χρήστη στο facebook, στο blogger και στο twitter. Όταν κάποιος χρήστης το επιθυμεί θα μπορεί να αναρτήσει σχετικό θέμα (post) στην σελίδα του σε κάποιον από τους προαναφερθέντες δικτυακούς τόπους διαφημίζοντας ουσιαστικά την ιστοσελίδα της εταιρείας στους φίλους του. Για τον λόγο αυτό κρίνεται απαραίτητη η δημιουργία ενός group στο facebook για να διαφημίζεται έμμεσα η εταιρεία.

Αυτή η μέθοδος διαφήμισης είναι πολύ χρήσιμη διότι έχει μηδενικό κόστος ενώ παράλληλα είναι ικανή να προσελκύσει νέους χρήστες.

### 4.5.10 Προϋπολογισμός Κόστους

Μια πλήρης διαφημιστική καμπάνια, δηλαδή μια καμπάνια που θα περιλαμβάνει σταθερή διαφήμιση μέσω Google, διαφημιστικά banner σε ιστοσελίδες, διαφήμιση σε περιοδικά και προωθητικά προγράμματα σε Καζίνο κοστίζει το μήνα περίπου 10.000-15.000€ ανάλογα με την ένταση που θα δοθεί.

Κατά τους πρώτους δύο μήνες η διαφημιστική καμπάνια πρέπει να είναι ιδιαίτερα έντονη έτσι ώστε να προσελκύσει αρκετούς χρήστες και λειτουργήσει όσο το δυνατόν πιο ομαλά η επιχείρηση. Τους επόμενους μήνες, θα υπάρχει μια περιοδικότητα για κάθε νέα διαφημιστική καμπάνια, της οποίας το κόστος θα κυμαίνεται σε χαμηλότερα επίπεδα.

## 4.6 Οικονομικό Πλάνο

### 4.6.1 Προϋπολογισμός Λειτουργικών Εξόδων

Στην ενότητα αυτή προκειμένου να γίνει μια ενδεικτική πρόβλεψη των δαπανών της επιχείρησης θα γίνουν οι εξής υποθέσεις:

- Οι μέτοχοι της επιχείρησης έχουν αναλάβει όλα τα καθήκοντα της επιχείρησης πλην αυτών της τήρησης και καταγραφής των λογιστικών γεγονότων και τις φορολογικές και ασφαλιστικές υποχρεώσεις.
- Για τα ανωτέρω καθήκοντα που εξαιρούνται, η επιχείρηση συνεργάζεται με εξωτερικό λογιστή.
- Οι μέτοχοι δεν έχουν μηνιαίο μισθό παρά μόνο στο τέλος του έτους, όπου γίνεται η διανομή των κερδών.
- Τα έξοδα των εγκαταστάσεων, του εξοπλισμού και όλες οι άλλες δαπάνες είναι αυτά που χρησιμοποιήθηκαν ενδεικτικά στις προηγούμενες ενότητες του παρόντος επιχειρηματικού σχεδίου.
- Οι προβλέψεις αφορούν το πρώτο έτος λειτουργίας και τοποθετούνται χρονικά σύμφωνα με το ενδεικτικό σχέδιο δράσης στο Σχέδιο Λειτουργίας του Επιχειρηματικού Σχεδίου.
- Το αρχικό μετοχικό κεφάλαιο ανέρχεται στα 50.000€.

Στον πίνακα της ακόλουθης σελίδας, φαίνονται αναλυτικά οι δαπάνες ανά κατηγορία εξόδων της επιχείρησης για τους πρώτους δώδεκα μήνες λειτουργίας της.

	1ος Μήνας	2ος Μήνας	3ος Μήνας	4ος Μήνας	5ος Μήνας	6ος Μήνας	7ος Μήνας	8ος Μήνας	9ος Μήνας	10ος Μήνας	11ος Μήνας	12ος Μήνας
Αμοιβές Προσωπικού	Μισθοί	0	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
	Έκτακτες Αμοιβές	0	500	0	100	0	200	0	100	0	200	0
Λειτουργικές Δαπάνες	Ενοίκιο	0	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350
	Κοινόχρηστα	0	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	ΔΕΗ	0	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	ΟΤΕ	0	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
	Κινητά	0	70	60	60	60	60	60	60	60	60	60
	ΕΥΔΑΠ	0	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
	Domain Name	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Server Hosting	0	0	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Πιστοποιητικό Ασφάλειας	0	0	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Δαπάνες για Εξοπλισμό	Γραφείο	0	3.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Hardware	0	4.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Software	7.000	2.200	6.000	0	0	0	0	0	0	0	0
	Αναλώσιμα	0	200	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Δαπάνες Διαφήμισης	Διαφημιστική Καμπάνια	0	0	0	15.000	10.000	7.000	7.000	5.000	3.000	5.000	3.000	3.000	3.000
	Διαφημιστικό Υλικό	0	3.000	0	1.000	0	500	0	0	500	0	0	0	0
Άλλες Δαπάνες	Έξοδα Ίδρυσης	0	4.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Σύνολο Μηνιαίων Δαπανών</b>		<b>7.020</b>	<b>18.345</b>	<b>7.785</b>	<b>17.785</b>	<b>11.685</b>	<b>9.385</b>	<b>8.685</b>	<b>6.785</b>	<b>5.185</b>	<b>6.885</b>	<b>4.685</b>	<b>4.785</b>	<b>4.785</b>
<b>Συνολικές Ετήσιες Δαπάνες</b>		<b>109.015 €</b>												

Πίνακας 20: Προϋπολογισμός δαπανών για το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης

#### 4.6.2 Προϋπολογισμός Κόστους Πωληθέντων

Στην ενότητα αυτή θα γίνει ένας ενδεικτικός προϋπολογισμός του κόστους των προϊόντων που θα δημοπρατούνται.

Στον παρακάτω πίνακα έχουν επιλεγθεί οι βασικότερες κατηγορίες προϊόντων που θα δημοπρατούνται σε εβδομαδιαία βάση και οι ενδεικτικές τιμές πώλησής τους κατά μέσο όρο. Στη συνέχεια υπολογίζεται το συνολικό εβδομαδιαίο κόστος αυτών σύμφωνα με μια ενδεικτική συχνότητα δημοπράτησής τους, όπως φαίνεται στην προτελευταία στήλη.

	Ενδεικτική Λιανική Τιμή Πώλησης	Τιμή χωρίς ΦΠΑ	Ποσό μετά την Έκπτωση (15%)	Πλήθος Δημοπρασιών ανά Εβδομάδα	Κόστος στην Επιχείρηση
Laptops	750,00 €	577,50 €	490,88 €	2	981,75 €
Netbooks	300,00 €	231,00 €	196,35 €	2	392,70 €
Δωροεπιταγές σε Καζίνο	350,00 €	269,50 €	229,08 €	3	687,23 €
Δωροεπιταγές σε Καταστήματα	50,00 €	38,50 €	32,73 €	2	65,45 €
Τηλεοράσεις	500,00 €	385,00 €	327,25 €	1	327,25 €
Κινητά Τηλέφωνα	250,00 €	192,50 €	163,63 €	2	327,25 €
Smartphones	580,00 €	446,60 €	379,61 €	2	759,22 €
Πακέτα Bids	25,00 €	19,25 €	19,25 €	7	134,75 €
Οικιακές Συσκευές	80,00 €	61,60 €	52,36 €	2	104,72 €
Κονσόλες Ηλ. Παιγνιδιών	250,00 €	192,50 €	163,63 €	2	327,25 €
Ηλεκτρονικές Συσκευές	100,00 €	77,00 €	65,45 €	6	392,70 €
Μικρά Gadgets	50,00 €	38,50 €	32,73 €	4	130,90 €
<b>Σύνολο</b>				<b>35</b>	<b>4.631,17 €</b>

Πίνακας 21: Εβδομαδιαίος προϋπολογισμός κόστους δημοπρατούμενων προϊόντων

Σύμφωνα με το ανωτέρω εβδομαδιαίο ενδεικτικό κόστος πωληθέντων, με αναγωγή μπορεί να υπολογιστεί το μηνιαίο ενδεικτικό κόστος πωληθέντων, το οποίο ανέρχεται περίπου στο ποσό των **19.850€** (και περίπου 230.250€ ετήσιο).

#### 4.6.3 Προϋπολογισμός Εσόδων

Τα έσοδα τις επιχείρησης προέρχονται κυρίως από την πώληση πακέτων bids και σε μικρότερο βαθμό από τις τιμές κλεισίματος των δημοπρατούμενων προϊόντων, λόγω της φύσης των μοντέλων δημοπρασιών που χρησιμοποιούνται.

Η λιανική τιμή πώλησης του κάθε bid ανάλογα με το πακέτο κυμαίνεται από 0,77€ έως 1,00€. Τα έσοδα της επιχείρησης για κάθε bid, αντίστοιχα, κυμαίνονται από 0,59€ έως 0,77€. Έπειτα από ενδεικτική στάθμιση των παραπάνω νούμερων, υπολογίζεται ότι τα έσοδα από κάθε ένα bid που πωλείται θα είναι κατά μέσο όρο 0,70€.

Κατά συνέπεια εάν διαιρεθεί το κόστος ενός προϊόντος που δημοπρατείται με την μέση τιμή του bid προκύπτει ο ελάχιστος αριθμός bids που πρέπει να καταναλωθούν στην εν λόγω δημοπρασία έτσι ώστε η επιχείρηση να μην έχει ζημιές. Επιπλέον, προκύπτει και το πρόσθετο έσοδο από την τιμή κλεισίματος της δημοπρασίας η οποία διαμορφώνεται αναλογικά με τον αριθμό των bids που καταναλώθηκαν και ακολουθεί το εξής μοντέλο:

$$T.K. = 0,99€ + \frac{\text{αριθμός bids}}{100} €$$

Τα έσοδα που προκύπτουν από το μοντέλο αυτό είναι πολύ μικρά και δεν θα ληφθούν υπ' όψιν διότι μεγάλο μέρος αυτών θα χρησιμοποιηθεί για την κάλυψη της διαφοράς που μπορεί να προκύψει στα μεταφορικά κόστη ή την κάλυψη ζημιών από δημοπρασίες που έκλεισαν πολύ χαμηλά.

## Νεκρό Σημείο Επιχείρησης

Με βάση τα όσα έχουν υπολογιστεί στις προηγούμενες ενότητες μπορεί να γίνει ένας ενδεικτικός υπολογισμός του νεκρού σημείου της επιχείρησης για τους πρώτους δώδεκα μήνες λειτουργίας της.

	Μήνες											
	1ος	2ος	3ος	4ος	5ος	6ος	7ος	8ος	9ος	10ος	11ος	12ος
Λειτουργικές Δαπάνες	7.020€	18.345€	7.785€	17.785€	11.685€	9.385€	8.685€	6.785€	5.185€	6.885€	4.685€	4.785€
Κόστος Πωληθέντων	0€	0€	0€	19.848€	19.848€	19.848€	19.848€	19.848€	19.848€	19.848€	19.848€	19.848€
<b>Σύνολο</b>	<b>7.020€</b>	<b>18.345€</b>	<b>7.785€</b>	<b>37.633€</b>	<b>31.533€</b>	<b>29.233€</b>	<b>28.533€</b>	<b>26.633€</b>	<b>25.033€</b>	<b>26.733€</b>	<b>24.533€</b>	<b>24.633€</b>
Ελάχιστος Αριθμός Πωληθέντων Bids				53.761	45.047	41.761	40.761	38.047	35.761	38.190	35.047	35.190
				3.683	3.683	3.683	3.683	3.683	3.683	3.683	3.683	3.683
<b>Σύνολο Απαιτούμενων Bids</b>				<b>57.445</b>	<b>48.730</b>	<b>45.445</b>	<b>44.445</b>	<b>41.730</b>	<b>39.445</b>	<b>41.873</b>	<b>38.730</b>	<b>38.873</b>

Πίνακας 22: Εύρεση νεκρού σημείου επιχείρησης

Στην τελευταία γραμμή του παραπάνω πίνακα φαίνονται οι ελάχιστοι μηνιαίοι στόχοι σε πωλήσεις bids που πρέπει να θέσει η επιχείρηση προκειμένου να μην έχει ζημιές.

Στους πίνακες 21 & 22 πρέπει να σημειωθεί ότι δεν έχουν ληφθεί υπ' όψιν οι κόστος των προϊόντων και κατά συνέπεια τα bids που καταναλώνονται στις δημοπρασίες scratch για τον λόγο ότι από το μοντέλο αυτό η επιχείρηση δεν υπάρχει περίπτωση να έχει ζημιές παρά μόνο κέρδος. Επίσης ο χρόνος λήξης των δημοπρασιών αυτών δεν είναι σταθερός για να γίνει μια πρόβλεψη του αριθμού των δημοπρασιών που θα πραγματοποιούνται.

Επίσης δεν μπορεί να γίνει πρόβλεψη στο είδος, την ποσότητα και το κόστος των προϊόντων που θα αγοράζονται μέσα από τον δικτυακό τόπο με την επιλογή της "Άμεση



Αγοράς” από τους χρήστες, κάτι το οποίο όμως δεν επιφέρει ζημία στην επιχείρηση έτσι ώστε να την επηρεάσει αρνητικά.

Με βάση λοιπόν τους υπολογισμούς από τους προηγούμενους πίνακες και το επιθυμητό ύψος κερδών που θα θέσει η Γενική Διεύθυνση, θα γίνει η επιλογή του κατάλληλου μίγματος δημοπρασιών από την Διεύθυνση Marketing προκειμένου να επιτευχθούν οι επιθυμητοί στόχοι.

#### 4.6.4 Πηγές Χρηματοδότησης

Η χρηματοδότηση της επιχείρησης κρίνεται απαραίτητη προκειμένου να καλυφθούν τα όποια προβλήματα ρευστότητας που μπορεί να προκύψουν κατά τη λειτουργία της επιχείρησης.

Η χρηματοδότηση πέραν των ιδίων κεφαλαίων που θα επενδύσουν οι μέτοχοι μπορεί να έρθει και από τη σύναψη επιχειρηματικού δανείου με κάποια τράπεζα. Το ύψος του δανείου δεν είναι δυνατόν να υπολογιστεί εκ των προτέρων στο παρόν Επιχειρηματικό Σχέδιο.

# Παράρτημα Α': Screenshots των Αρχικών Σελίδων των Δικτυακών Τύπων

## 1. Screenshot της αρχικής σελίδας της ιστοσελίδας One Bid

**One Bid** Ανεβάζοντας Παρατηρήσεις  
Την Παρασκευή, 31/07/13

Αρχική | Παρατηρήσεις | Δημοπρασίες | Είδη Προσφορών | Έξοδος

**3. Κέρδεις!!!**

Κατηγορία	Τιμή	Αρμόδιος	Μηνιαίο	Ετήσιο	Ποσό
1. Κατάστημα	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
2. ΚΑΤΩ ΤΙΜΗ	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
3. Προσφορά	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00

**Δημοπρασίες**

ΕΓΚΡΙΣΘΗ Σελίδα	Ποσό 23 Bids	Επιπλέον Χρηματοδότηση	ΠΩΛΗΤΩΝ 25 Bids	Στοιχ ΔΑΥ ΔΑΥΜ Θεσσαλονίκη
Αρμόδιος: 4144 Αρμόδιος: 4144 Αρμόδιος: 4144	Αρμόδιος: 4125 Αρμόδιος: 4125 Αρμόδιος: 4125	Αρμόδιος: 4141 Αρμόδιος: 4141 Αρμόδιος: 4141	Αρμόδιος: 4125 Αρμόδιος: 4125 Αρμόδιος: 4125	Αρμόδιος: 4121 Αρμόδιος: 4121 Αρμόδιος: 4121

**Δημοπρασίες**

Στοιχ Digital video camera	Πωλητή 30 Bids	HP Mini 2140 Notebook	Apple iPod Nano 4th Gen Purple 1GB	Sony Vaio VGNES White
Αρμόδιος: 4140 Αρμόδιος: 4140 Αρμόδιος: 4140	Αρμόδιος: 4140 Αρμόδιος: 4140 Αρμόδιος: 4140	Αρμόδιος: 4141 Αρμόδιος: 4141 Αρμόδιος: 4141	Αρμόδιος: 4142 Αρμόδιος: 4142 Αρμόδιος: 4142	Αρμόδιος: 4140 Αρμόδιος: 4140 Αρμόδιος: 4140

**Δημοπρασίες**

Στοιχ ΔΑΥ ΔΑΥΜ Θεσσαλονίκη	HP Mini 2140 Notebook	Apple iPod Nano 4th Gen Purple 1GB	Στοιχ Vaio VGNES White	15 Διακοσμητικό στο Λαγκαδά
Αρμόδιος: 4121 Αρμόδιος: 4121 Αρμόδιος: 4121	Αρμόδιος: 4141 Αρμόδιος: 4141 Αρμόδιος: 4141	Αρμόδιος: 4142 Αρμόδιος: 4142 Αρμόδιος: 4142	Αρμόδιος: 4140 Αρμόδιος: 4140 Αρμόδιος: 4140	Αρμόδιος: 4140 Αρμόδιος: 4140 Αρμόδιος: 4140

## 2. Screenshot της αρχικής σελίδας της ιστοσελίδας biDDers

The screenshot displays the biDDers website interface. At the top, there is a navigation bar with the biDDers logo and a search bar. Below the navigation bar, there is a banner for "ΔΗΜΟΦΙΛΗ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΕ..." featuring images of a smartphone, a camera, and a laptop. The main content area is divided into a grid of auction items, each with a title, image, current bid, starting bid, and time remaining. A sidebar on the right contains a Facebook link, a "BONUS ΕΓΓΡΑΦΗ!" section, and a "ΠΑΚΕΤΑ BIDS" section with various bid packages.

**Navigation Bar:** biDDers Bid and win, K logo, and various service icons.

**Search Bar:** Είσοδος, ΕΓΓΡΑΣΗ, ΕΓΓΡΑΦΗ

**Banner:** ΔΗΜΟΦΙΛΗ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΕ... Bidders.gr

**Auction Grid:**

- MICROSOFT WIRE D:** Τμήτι Ασφαλείας: €30,00, Τελευταίο Τμήτι: €0,99, Ημερομηνία Έναρξης: 24.06.2013 14:30
- 40 BIDS:** Τμήτι Ασφαλείας: €25,00, Τελευταίο Τμήτι: €0,99, Ημερομηνία Έναρξης: 24.06.2013 20:00
- LENOVO S10 7:** Τμήτι Ασφαλείας: €299,00, Τελευταίο Τμήτι: €0,99, Ημερομηνία Έναρξης: 24.06.2013 22:00
- PIRELLI SANDRA FELICINI:** Τμήτι Ασφαλείας: €75,00, Τελευταίο Τμήτι: €0,99, Ημερομηνία Έναρξης: 24.06.2013 22:00
- PEN USB BG + 15 BIDS:** Τμήτι Ασφαλείας: €35,00, Τελευταίο Τμήτι: €0,99, Ημερομηνία Έναρξης: 25.06.2013 08:30
- 40 BIDS:** Τμήτι Ασφαλείας: €25,00, Τελευταίο Τμήτι: €0,99, Ημερομηνία Έναρξης: 25.06.2013 20:00
- SAMSUNG S5230:** Τμήτι Ασφαλείας: €180,00, Τελευταίο Τμήτι: €0,99, Ημερομηνία Έναρξης: 25.06.2013 21:00
- MICROSOFT WIRELESS:** Τμήτι Ασφαλείας: €45,00, Τελευταίο Τμήτι: €0,99, Ημερομηνία Έναρξης: 25.06.2013 22:00
- MP3 FM PLAYER 8GB:** Τμήτι Ασφαλείας: €40,00, Τελευταίο Τμήτι: €0,99, Ημερομηνία Έναρξης: 26.06.2013 19:30

**Facebook:** facebook join our group

**BONUS ΕΓΓΡΑΦΗ!:** ΔΩΡΟ! 6 bids, ΤΙΝΙ ΜΕΛΟΣ ΤΩΡΑ!

**ΠΑΚΕΤΑ BIDS:**

- XS: 15 bids, 10 C
- S: 40 bids, 25 C
- M: 80 bids, 45 C
- L: 165 bids, 90 C
- XL: 280 bids, 150 C
- XXL: 480 bids, 250 C
- XXXL: 1000 bids, 500 C

**Payment/Security:** paysafe card, Eurobank EFG

<p><b>40 BIDS</b></p>  <p>40 bids</p> <p>Τιμή Αποτίμησης: €25,00                      Τελικό Τιμή: €0,99                      ηλεκτρονικός                      bestbidder</p> <p>Χρόνος Δημοπρασίας: 45 sec</p> <p>Μηνιαίως στην Ένση/Σελ: 26.06.2010 20:00</p>	<p><b>TELEFUNKEN CD PLAYER</b></p>  <p>Τιμή Αποτίμησης: €100,00                      Τελικό Τιμή: €0,99                      ηλεκτρονικός                      bestbidder</p> <p>Χρόνος Δημοπρασίας: 45 sec</p> <p>Μηνιαίως στην Ένση/Σελ: 26.06.2010 21:00</p>	<p><b>HP DESKJET F2400</b></p>  <p>Τιμή Αποτίμησης: €60,00                      Τελικό Τιμή: €0,99                      ηλεκτρονικός                      bestbidder</p> <p>Χρόνος Δημοπρασίας: 45 sec</p> <p>Μηνιαίως στην Ένση/Σελ: 26.06.2010 22:00</p>	<p>Digitel                      PayPal                      [22410.gr]</p> <p><b>STK&amp;S TECHNOLOGIES</b>                      Inside the World Wide  <a href="http://www.stkands.com">www.stkands.com</a>  <a href="mailto:info@stkands.com">info@stkands.com</a></p>
<p><b>WII REMOTE SET</b></p>  <p>Τιμή Αποτίμησης: €50,00                      Τελικό Τιμή: €0,99                      ηλεκτρονικός                      bestbidder</p> <p>Χρόνος Δημοπρασίας: 55 sec</p> <p>Μηνιαίως στην Ένση/Σελ: 27.06.2010 19:00</p>	<p><b>40 BIDS</b></p>  <p>40 bids</p> <p>Τιμή Αποτίμησης: €25,00                      Τελικό Τιμή: €0,99                      ηλεκτρονικός                      bestbidder</p> <p>Χρόνος Δημοπρασίας: 45 sec</p> <p>Μηνιαίως στην Ένση/Σελ: 27.06.2010 20:00</p>	<p><b>PHILIPS HOME CINEMA</b></p>  <p>Τιμή Αποτίμησης: €175,00                      Τελικό Τιμή: €0,99                      ηλεκτρονικός                      bestbidder</p> <p>Χρόνος Δημοπρασίας: 45 sec</p> <p>Μηνιαίως στην Ένση/Σελ: 27.06.2010 22:00</p>	
<p><b>SONY ERICSSON S712</b></p>  <p>Τιμή Αποτίμησης: €100,00                      Τελικό Τιμή: €0,99                      ηλεκτρονικός                      bestbidder</p> <p>Χρόνος Δημοπρασίας: 45 sec</p> <p>Μηνιαίως στην Ένση/Σελ: 27.06.2010 22:00</p>			

© 2010 STK&S LTD

[TOL](#) | [NETNORTH](#) | [ONLINE](#) | [FOOTBALL](#) | [ELECTRONICS](#) | [ELECTRICALS](#) | [ELECTRONICS](#)

powered by **apitmax**

### 3. Screenshot της αρχικής σελίδας της ιστοσελίδας eProsfora

**e prosfora.gr**  
Δυναμικές Δημοπρασίες

**ΔΩΡΕΑΝ Credits!** Δείτε όλες τις επιλογές Bonus!

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΕΣ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΕΣ | ΤΕΛΕΥΤΑΙΕΣ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΕΣ | ΜΙΑ | ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΘΕΝΤΕΣ | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ | ΜΙΑ

**IPHONE 3GS 32GB**  
Τιμή: 04.30 EUR  
Χρόνος: 00:16  
ΚΙΝΗΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ APPLE IPHONE 3GS 32GB  
ΚΑΝΙΝΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΗ: FIBERON ΔΕΔΟΣΤΕΥΜΕΝΟ: 04.00.15.00 ΤΥΠ ΣΤΟ ΠΟΣΩΝΟ: 270EUR

**25 credits**  
25x  
02:00  
Τιμή: 00.99 EUR

**Πακέτο 50 credits**  
50x  
00:45  
Τιμή: 00.99 EUR

**CANON IXUS 100**  
01:00  
Τιμή: 00.99 EUR

**IPOD NANO 16GB 24h**  
01:00  
Τιμή: 00.99 EUR

**Yves Saint Laurent**  
01:00  
Τιμή: 00.99 EUR

**Πακέτο 100 credit 24h**  
100x  
00:30  
Τιμή: 00.99 EUR

**SAMSUNG SMX-J30**  
01:00  
Τιμή: 00.99 EUR

**GPS DE STRATOR PRO 3600**  
01:00  
Τιμή: 00.99 EUR

**USB MEMORY CORSAIR 32GB**  
01:00  
Τιμή: 00.99 EUR

**CRYPTO 8GB FM MP4**  
01:00  
Τιμή: 00.99 EUR

**Netbook LENOVO S10**  
01:00  
Τιμή: 00.99 EUR

**HITACHI 500GB ΕΣΩ ΔΙΣΚΟΣ 24h**  
01:00  
Τιμή: 00.99 EUR

**Calvin Klein B&H**  
01:00  
Τιμή: 00.99 EUR

**Κινητό SonyEricsson -50€**  
Όλα τα κινητά της σειράς SonyEricsson -50€ μόνο από εδώ της ιστοσελίδας μας. αναζητήστε το!

**Φίλτρα νερού BRITA**  
Δείτε την πλήρη γκάμα φίλτρων και αναπληρωματικών BRITA. Αναζητήστε τα! από BRITA.nat.gr

**Μετακινούμενα Αυτοκίνητα**  
50.000€ δωρεάν Φωτογραφίες και ημερίδα κυκλοπίας. AutoMarket.gr www.autoMarket.gr

**EMAIL** ΟΡΑ 20 27 34  
**ΚΩΔΙΚΟΣ** ΣΥΝΑΙΕΣΗ  
**ΣΕΛΕΚΤΗΣΗ ΚΑΔΩΝ** ΕΙΣΡΑΦΗ

**TIMES DIRECTOR CREDITS**  
VISA MasterCard  
10 credits = 7 EUR  
25 credits = 15 EUR  
50 credits = 29 EUR  
100 credits = 55 EUR  
300 credits = 180 EUR  
500 credits = 230 EUR  
PaySafeCard  
15 credits = 10 EUR  
30 credits = 20 EUR  
75 credits = 50 EUR  
150 credits = 100 EUR  
300 credits = 200 EUR  
500 credits = 300 EUR  
ΑΙ ΟΡΑ CREDIT

**facebook**  
eprosfora.gr  
eprosfora.gr has 2,442 fans  
Gaming, Travel, Movies & TV Shows, Sports, Music, Comedy, Movies, Books, Games, Music, Groups, Products

**Γίνε Fan και κέρδισε 100 CREDIT'S!**  
ΑΝΑΖΗΤΗΣΤΕ ΤΙΜΗΡΙΑΤΑ  
MasterCard VISA  
YAGS  
paysafe.com  
DAP PAY  
Λάβετε Πληρωμές από Κινητά  
Εκκινήστε!  
fortuna.com

**ΠΡΑΞΙΝΑ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΕΣ**  
09.00.01 - 17.30  
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ - 1.58

CARD EICHA E1FH20 - 20.99  
ACER ASPIRE D1E - 11.99  
PHONE 326 326B - 13.94  
DOLBY PHILIPS 2K - 2.02  
Nikon W1 - 4.72  
LENOVO IDEAPAD - 7.18  
NIKON COOLPIX L110 - 2.05  
SPE SAMSUNG N101 - 2.15  
SAMSUNG R342K02 42 - 10.5  
SONY ERICSSON V142 65 - 1.99  
TOSHIBA SATELLITE W1 - 11.07  
SONY CYBERSHOT W1 - 8.12  
Boly PSP 50 - 11.92  
CANON LENSIA F220 - 10.54  
DELL VOSTRO A901 - 14.12  
LG SH820 ANDROID - 2.85  
SONY DCR-ZC101E - 4.99  
NOKIA 630 BLICE - 1.31  
Nabook LENOVO D10 - 2.9  
DOLBY 300 3 Cyber - 7.82  
SONY ERICSSON SPERIA V12 -  
2.34  
SONY DSC-H920 - 1.2  
HP Pavilion D1E - 1.21  
LG SED10 - 2.38  
Nikon W1 - 4.35  
PHILIPS 42 LCD - 20.41  
NIKON COOLPIX L110 - 9.2  
DOLBY PHILIPS 2K - 4.92

100 CREDITS κάθε εβδομάδα στους Fan!

eProforma στο

facebook

ΕΓΓΡΑΦΗ

Δημοπρασιές online - eProforma.gr - Το πρώτο site για δημοπρασιές σε πραγματικό χρόνο στην Ελλάδα!

Όροι Χρήσης | Επικοινωνία | Privacy Policy | Διαφήμιση

Συμμετέχουμε ACS Counter [paypal.com](#) [Wirecard](#) [Google](#) [posts.gr](#)

#### 4. Screenshot της αρχικής σελίδας της ιστοσελίδας Just Bid It

Καλωσήματα στις Online Δημοπρασίες του justbidit.gr | Τρίτη, 06 Ιανουάριου 2010 | Ώρα server: 09:00:33μμ





Ταξινόμηση: Αναμενόμενη  
Συνδεθείτε στο λογαριασμό σας





Ενεργές Δημοπρασίες
Ολοκληρωμένες Δημοπρασίες
Πως δουλεύει
Συχνές Ερωτήσεις
Σχόλια
Επικοινωνία



**Sony PS3 Slim**  
Αξία Προϊόντος 299.00€  
**15.62€**  
User:azelaiki  
⌚ 06/06/2010 - 17:13

[+ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ](#)



#### Επόμενες Δημοπρασίες



**25 Credits**  
ΤΙΜΗ ΕΚΚΡΗΞΗΣ **0.99€** | ΞΕΚΙΝΑΕΙ ΣΤΕ **⌚ 16ω: 59λ: 305**



**Συσκευή βάφλας**  
ΤΙΜΗ ΕΚΚΡΗΞΗΣ **0.99€** | ΞΕΚΙΝΑΕΙ ΣΤΕ **⌚ 18ω: 59λ: 305**



**Kingston DTM10 16GB**  
ΤΙΜΗ ΕΚΚΡΗΞΗΣ **0.99€** | ΞΕΚΙΝΑΕΙ ΣΤΕ **⌚ 20ω: 59λ: 305**



**MIO MOOV 400**  
ΤΙΜΗ ΕΚΚΡΗΞΗΣ **0.99€** | ΞΕΚΙΝΑΕΙ ΣΤΕ **⌚ 22ω: 58λ: 335**



**Kingston DDR3 (2x2GB)**  
ΤΙΜΗ ΕΚΚΡΗΞΗΣ **0.99€** | ΞΕΚΙΝΑΕΙ ΣΤΕ **⌚ 1μ: 58λ: 335**

#### Πως θα ΞΕΚΙΝΗΣΕΤΕ;

Οι δημοπρασίες του justbidit.gr λειτουργούν όπως όλες οι δημοπρασίες. Η μόνη διαφορά είναι ότι μπορείτε να ανεβάσετε την τιμή του προϊόντος μόνο κατά 0,01€ κάθε φορά που κάνετε Bid. Κάθε δημοπρασία έχει ένα χρονόμετρο αντίστοιχης μέτρησης. Όταν κάνετε bid, το χρονόμετρο επανέρχεται στον προκαθορισμένο χρόνο της δημοπρασίας. Αν κάνετε ένα Bid ενώ όπου μελίσσια το χρονόμετρο, η δημοπρασία τελειώνει και το προϊόν καταχωρείται στον χρήστη που έκανε το τελευταίο bid.

- Κάνετε εγγραφή
- Βάζετε credits στο λογαριασμό σας
- Κάνετε bid στο προϊόντα που επιθυμείτε
- Περιμένετε να μελίσσια το χρονόμετρο
- Αν η προσφορά σας είναι η μεγαλύτερη στο τέλος της δημοπρασίας κερδίζετε το προϊόν
- Παράνετε την τιμή που έχει διαμορφωθεί και σας αποστέλλουμε το προϊόν

[▶ ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ](#)    [▶ ΔΕΙΤΕ ΤΙΣ ΣΥΧΝΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ](#)

#### Τιμές Πακέτων Credits

Credits	PayPal	VISA	MasterCard
10 Credits	7 EUR	+	+
25 Credits	15 EUR	+	+
50 Credits	29 EUR	+	+
100 Credits	55 EUR	+	+
300 Credits	150 EUR	+	+
600 Credits	230 EUR	+	+

▶ ΑΓΟΡΑΣΤΕ CREDITS







Ενεργές Δημοπρασίες

Ολοκληρωμένες Δημοπρασίες

Πως δουλεύει

Συχνές Ερωτήσεις

Σχόλια

Επικοινωνία

Σύνθεση Έγγραφής

Αγορά Credits

Γενικές Πληροφορίες

## 5. Screenshot της αρχικής σελίδας της ιστοσελίδας Bid Bang!

The screenshot shows the Bid Bang website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'ΑΓΟΡΑΣΕ', 'ΜΕΤΑ ΒΙΔΑΣ', 'ΔΗΜΟΠΡΑΣΕΙΣ', 'ΑΓΟΡΑΣΕΙΣ', and 'ΒΙΒΛΙΟ'. A search bar and a 'LOG IN' button are also present. Below the navigation, there are several promotional banners and product listings.

**ΚΑΛΩΣ ΗΛΘΑΤΕ**

**ΑΓΟΡΑΣΕ ΠΡΩΤΟΣ ΕΣΤΙ ΤΟ iPad ΤΗΝ ΔΕΥΤΕΡΑ, 7 ΙΟΥΝΙΟΥ!**

**REGISTER TODAY!!! and get 3 FREE BIDS**

**facebook** Join our FBpage and get 3 free bids

**ΔΗΜΟΠΡΑΣΕΙΣ**

**ΑΓΟΡΑΣΕΙΣ**

**Apple iPad**  
Πωλησις Τυτ. €100.00  
Χρόνος Διάρθρωσης: 60 Βαθ.  
Περαιτέρω Πληροφορίες: 53 β.  
€15.66  
Τελικόις Πωλησις: 1000000  
**BID**

**Outback BBQ Trolley**  
Πωλησις Τυτ. €189.00  
Χρόνος Διάρθρωσης: 75 Βαθ.  
Περαιτέρω Πληροφορίες: 53 β.  
Αναλοί Σημάτις στις 21.30  
**RE-MIND ME**

**Παζιτσο 25 bids**  
Πωλησις Τυτ. €25.00  
Χρόνος Διάρθρωσης: 60 Βαθ.  
Περαιτέρω Πληροφορίες: 53 β.  
Αναλοί Σημάτις στις 22.30  
**RE-MIND ME**

**Παζιτσο 10 bids**  
Πωλησις Τυτ. €10.00  
Χρόνος Διάρθρωσης: 60 Βαθ.  
Περαιτέρω Πληροφορίες: 53 β.  
Αναλοί Σημάτις στις 22.30  
**RE-MIND ME**

**Bluetooth Κορδέλα**  
Πωλησις Τυτ. €20.00  
Χρόνος Διάρθρωσης: 75 Βαθ.  
Περαιτέρω Πληροφορίες: 53 β.  
Αναλοί Σημάτις στις 12.30  
**RE-MIND ME**

**LG Ψηφιακός Κινητό**  
Πωλησις Τυτ. €98.00  
Χρόνος Διάρθρωσης: 60 Βαθ.  
Περαιτέρω Πληροφορίες: 53 β.  
Αναλοί Σημάτις στις 14.30  
**RE-MIND ME**

**Παζιτσο 10 bids**  
Πωλησις Τυτ. €10.00  
Χρόνος Διάρθρωσης: 60 Βαθ.  
Περαιτέρω Πληροφορίες: 53 β.  
Αναλοί Σημάτις στις 14.30  
**RE-MIND ME**

**GPS Garmin Nuvu 205**  
Πωλησις Τυτ. €100.00  
Χρόνος Διάρθρωσης: 90 Βαθ.  
Περαιτέρω Πληροφορίες: 53 β.  
Αναλοί Σημάτις στις 16.30  
**RE-MIND ME**

**Τετρακότα 1.6αρο**  
Πωλησις Τυτ. €25.00  
Χρόνος Διάρθρωσης: 60 Βαθ.  
Περαιτέρω Πληροφορίες: 53 β.  
Αναλοί Σημάτις στις 17.30  
**RE-MIND ME**

**Teosiba DVD Player**  
Πωλησις Τυτ. €18.00  
Χρόνος Διάρθρωσης: 60 Βαθ.  
Περαιτέρω Πληροφορίες: 53 β.  
Αναλοί Σημάτις στις 19.30  
**RE-MIND ME**

**Sony Bravia 32" TV\***  
Πωλησις Τυτ. €299.00  
Χρόνος Διάρθρωσης: 75 Βαθ.  
Περαιτέρω Πληροφορίες: 53 β.  
Αναλοί Σημάτις στις 21.30  
**RE-MIND ME**

**Παζιτσο 25 bids**  
Πωλησις Τυτ. €25.00  
Χρόνος Διάρθρωσης: 60 Βαθ.  
Περαιτέρω Πληροφορίες: 53 β.  
Αναλοί Σημάτις στις 22.30  
**RE-MIND ME**

**Webcam PRO 3Μπατακί**  
Πωλησις Τυτ. €19.00  
Χρόνος Διάρθρωσης: 60 Βαθ.  
Περαιτέρω Πληροφορίες: 53 β.  
Αναλοί Σημάτις στις 10.15.30  
**RE-MIND ME**

**Παζιτσο 10 bids**  
Τελικόις στις €0.00  
στις Jun 8, 2010  
**Bluetooth Latch**  
Τελικόις στις €0.24  
στις Jun 8, 2010

**ΑΓΟΡΑΣΕΙΣ**

Τυτ.	Bids	Καθός
€16	10	-
€20	27	0%
€26	55	10%
€180	115	10%
€250	300	20%
€400	500	25%

\*Όχι η τιμή παραδόσεως ΦΠΑ

**ΠΛΗΡΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ**

Αναλοί Σημάτις 1000000  
Αναλοί Σημάτις 1000000  
Αναλοί Σημάτις 1000000  
Αναλοί Σημάτις 1000000  
Αναλοί Σημάτις 1000000  
Αναλοί Σημάτις 1000000  
Αναλοί Σημάτις 1000000  
Αναλοί Σημάτις 1000000  
Αναλοί Σημάτις 1000000  
Αναλοί Σημάτις 1000000

**ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΕΤΑ ΒΙΔΑΣ**

**Βραβείο**  
από €4 κέως εις 7 ημερίς  
**Salmer** (Πωλησις Τυτ. €2000+) από €4 κέως εις 30 ημερίς  
**Gold** (Πωλησις Τυτ. €1000+) από €4 κέως εις 30 ημερίς



<p><b>Robot Εντοπιστής</b></p>  <p>Λευκό Τυφ. €132.00 Χρόνος Διάρθρωσης: 75 Ώρες Παραστέλλεται ΠΑΡΑΘΕΤΑΙ</p> <p>Αυγό: Jun 10, 16:30</p> <p><b>REMIND ME</b></p>	<p><b>Αδελφός Μεγάλος Ροζ</b></p>  <p>Λευκό Τυφ. €155.00 Χρόνος Διάρθρωσης: 60 Ώρες Παραστέλλεται ΠΑΡΑΘΕΤΑΙ</p> <p>Αυγό: Jun 10, 17:30</p> <p><b>REMIND ME</b></p>	<p><b>Έξυ Φορητό</b></p>  <p>Λευκό Τυφ. €32.00 Χρόνος Διάρθρωσης: 60 Ώρες Παραστέλλεται ΠΑΡΑΘΕΤΑΙ</p> <p>Αυγό: Jun 10, 18:30</p> <p><b>REMIND ME</b></p>
<p><b>Πορτο 18 bids</b></p>  <p>Λευκό Τυφ. €10.00 Χρόνος Διάρθρωσης: 60 Ώρες Παραστέλλεται ΠΑΡΑΘΕΤΑΙ</p> <p>Αυγό: Jun 10, 19:30</p> <p><b>REMIND ME</b></p>	<p><b>Toucha Notebook</b></p>  <p>Λευκό Τυφ. €345.00 Χρόνος Διάρθρωσης: 60 Ώρες Παραστέλλεται ΠΑΡΑΘΕΤΑΙ</p> <p>Αυγό: Jun 10, 22:00</p> <p><b>REMIND ME</b></p>	<p><b>Πορτο 25 bids</b></p>  <p>Λευκό Τυφ. €23.00 Χρόνος Διάρθρωσης: 60 Ώρες Παραστέλλεται ΠΑΡΑΘΕΤΑΙ</p> <p>Αυγό: Jun 10, 23:00</p> <p><b>REMIND ME</b></p>
<p><b>MTC Tattoo Κινητό</b></p>  <p>Λευκό Τυφ. €270.00 Χρόνος Διάρθρωσης: 75 Ώρες Παραστέλλεται ΠΑΡΑΘΕΤΑΙ</p> <p>Αυγό: Jun 11, 14:30</p> <p><b>REMIND ME</b></p>	<p><b>Sony Media Player</b></p>  <p>Λευκό Τυφ. €85.00 Χρόνος Διάρθρωσης: 90 Ώρες Παραστέλλεται ΠΑΡΑΘΕΤΑΙ</p> <p>Αυγό: Jun 11, 16:00</p> <p><b>REMIND ME</b></p>	<p><b>iPod Shuffle 2 Gb</b></p>  <p>Λευκό Τυφ. €38.00 Χρόνος Διάρθρωσης: 90 Ώρες Παραστέλλεται ΠΑΡΑΘΕΤΑΙ</p> <p>Αυγό: Jun 12, 21:00</p> <p><b>REMIND ME</b></p>

ΣΥΜΠΡΑΤΙΣ





[Όροι και Προϋποθέσεις](#) | [Επικοινωνία](#) | [ΜΗΕ](#) | [Σταθμός](#) | [Σταθμός με τρένο](#) | [Site Map](#) | [Σταθμός](#)





© Bidding.com 2015. All rights reserved.

Tue Jun 09 22:02:21 +03 GMT+03:00

## 6. Screenshot της αρχικής σελίδας της ιστοσελίδας Bid Rivals

The screenshot displays the Bid Rivals website interface. At the top, there is a navigation bar with the Bid Rivals logo and several menu items: ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ, ΒΟΗΘΕΙΑ, ΠΩΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ, and Ο ΑΓΟΡΑΣΤΗΣ ΠΟΥ. Below the navigation bar, a banner area contains the text: "Οι αναγκαίες δημοπρασίες του BIDRIVALS σας είναι η δυνατότητα να αγοράσετε πρώτου είδατος προϊόντα σε μοναδικές τιμές".

The main content area is a grid of auction listings. Each listing includes an image of the product, the product name, the current bid price, the time remaining, and a list of bidders. For example, the first listing is for an "iPhone 16 Pro 128GB" with a bid of 30.27 € and 00:00:07 remaining. Other listings include a Canon EOS 130D camera, a Dell laptop, and various mobile phones.

On the right side of the page, there are several promotional banners and sections:
 

- "ΕΧΕΤΕ ΥΠΟΛΟΙΠΟΝΣ ΠΡΟΣΦΟΡΣ" with a "ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ" button.
- "Δωρεαστικό ηλεκτρονικό σπουδαίο με 1000 € έκπτωσης για..."
- "ΠΩΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ" with a list of 4 steps explaining the bidding process.
- "Για Online - Chat now" with a "Πατήστε εδώ για την επικοινωνία" button.
- "Υπάρχουν εναλλακτικές..."
- "ΣΥΝΕΧΙΣΤΕ ΕΠΙΧΕΙΡΩΝΤΑΣ" with a "gridbid@bidrivals.com" email address.
- "ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΤΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΜΕ" with logos for PayPal, VISA, and BANK.
- "clickandbuy" logo.
- "ΠΡΟΣΦΕΡΤΕ ΚΑΘΕΣΤΕ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΕΣ" with a list of 10 items for sale, including various mobile phones and accessories.

The screenshot displays a grid of product listings for an online auction. Each listing includes a product image, a title, a starting price, the number of bids, and a 'BID NOW' button. The products are organized into rows and columns.

Product	Price	Bids
30 προσφορές	01:41:12	0.01 €
1. camera DVC 1227	01:46:12	0.20 €
20 προσφορές	01:51:12	0.01 €
Κατασκευαστικό Σύστημα	01:56:12	0.10 €
50 προσφορές	02:01:12	0.01 €
Τηλεφωνικό Βιβλίο	02:06:12	0.16 €
20 προσφορές	02:11:12	0.01 €
Video Projector	02:16:12	0.18 €
100 προσφορές	02:21:12	0.01 €
6100 νέα κέρση	02:26:12	0.02 €
50 προσφορές	02:31:12	0.02 €
1 X3 WD-Pu Book	02:36:12	0.03 €
Apple iPad 4 6GB	02:41:12	0.13 €
300 προσφορές	02:46:12	0.02 €
Χώρα X10 5cm	02:51:12	0.17 €
200 προσφορές	02:56:12	0.02 €
Mercedes Lites	03:01:12	0.16 €
30 προσφορές	03:06:12	0.01 €
TomTom GO 770	03:14:04	0.13 €
Wii + Wii Sport	03:19:04	0.03 €
300 προσφορές	03:24:04	0.02 €
Sunglasses Prada	03:29:04	0.02 €
50 προσφορές	03:34:04	0.01 €
Jakone 52P	03:39:04	0.02 €
20 προσφορές	03:44:04	0.01 €
HP Pavilion	03:49:04	0.16 €
PS3 Slim 120 GB	03:54:04	0.08 €
30 προσφορές	03:59:04	0.01 €
Κατασκευή 036	04:04:04	0.02 €
30 προσφορές	04:09:04	0.01 €

Προσελκύει 1 2 3 Επιλέγει

ΕΛΛΗΝΟΦΩΝΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ | ΣΥΝΕΧΕ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ | ΟΡΟΣ & ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ | ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΚΑΡΤΕΛΑ | ΑΝΟΡΘΩΤΟ | 2010 © BORGWALD

## 7. Screenshot της αρχικής σελίδας της ιστοσελίδας Bidster

Τελευταία νέα

Η δημοπρασία PlayStation 3 Slim έχει ολοκληρωθεί: 5000€ το όνομα του νικητή εδώ

Παραστήστε νέα

**bidster.gr**

Δημοπρασίες Τρόπος Λειτουργίας Ολοκληρωμένες Δημοπρασίες Εξυπηρέτηση Πελάτη Έγγραφο Μαρτυρίες TIPS!

Όλες οι κατηγορίες: Μικροεπαγγελματίες Δημοπρασίες Λειτουργίας Δημοπρασίες Bidding

Καλώς ήλθατε στο Bidster.gr!

**Το bidster.gr έχει γενέθλια και σας κάνει δώρα τα έξοδα αποστολής!**

Προσέχετε την ημέρα γενέθλιό μας για όλες τις δημοπρασίες από 07/06/2010 έως 13/06/2010

**Προνόμια Μέλους**

1. Άμεση ενημέρωση της πορείας της δημοπρασίας σας
2. Μέγιστο κέρδος συμμετοχής
3. Δωρεάν συμμετοχή σε δημοπρασίες μόνο για μέλη
4. Συμμετοχή χωρίς ρίσκο

**ΓΙΝΕ ΜΕΛΟΣ ΤΩΡΑ**

Αναζητήστε προϊόντα που σας ενδιαφέρουν

Playstation 3 Slim 07.06.2010 Πουλήσιον

2.10 €

Καθαρά Μικροεπαγγελματίες

Toshiba S10G0 07.06.2010 Πουλήσιον

0.20 €

Καθαρά Μικροεπαγγελματίες

Playstation 3 Slim 07.06.2010 Πουλήσιον

0.02 €

Καθαρά Μικροεπαγγελματίες

€10

Καθαρά Μικροεπαγγελματίες

€50€

Wii Sports Pak 07.06.2010 Πουλήσιον

0.10 €

Καθαρά Μικροεπαγγελματίες

Wii 07.06.2010 Πουλήσιον

0.14 €

Καθαρά Μικροεπαγγελματίες

Μικροεπαγγελματίες

Kaigehpa Morris 07.06.2010 Πουλήσιον

0.10 €

Καθαρά Μικροεπαγγελματίες

500€ Bidster Bonus 07.06.2010 Πουλήσιον

0.10 €

Καθαρά Μικροεπαγγελματίες

Canon EOS 1000D 07.06.2010 Πουλήσιον

0.10 €

Καθαρά Μικροεπαγγελματίες

Ψηφιακή Ρορνίζα 07.06.2010 Πουλήσιον

0.10 €

Καθαρά Μικροεπαγγελματίες

04-06-2010  
**Χρόνια Πολλά Bidster.gr!**  
Να τι είναι ένας ολοκληρωμένος πωλητής της πιο επιτυχημένης διαδικτυακής πλατφόρμας για Εμπιστευτική Σφραγίδα στην Ελλάδα συμμετοχικών πωλήσεων καταναλωτικών δημοπρασιών και να γιατί που κάνουν πένν ανεπάρ της ζωής τους.  
Με αφορμή λοιπόν το γενέθλιο που Bidster.gr μας δίνει η δυνατότητα να εγκαταστήσουμε όλους τους που μας απευθύνονται στα πρώτα βήματά μας και να σας ενημερώσουμε κόνινα τις ζωές του έξις σπουδαίως για όλα τα προϊόντα που θα αποσπαστούν από τις δημοπρασίες που θα λάβουν μεταξύ 07.06.09 και 30.06.09.  
17-05-2010  
Το πωλητής κατέθεσε πρόταση.  
Όπως και όλα για να γίνει το πωλητής κατέθεσε από αμέσως 17:05 έχω πωλητής. Για να γίνει η κίνηση από αμέσως και να συνδέσει "πωλητής υποκατάστατο".  
06-05-2010  
Παραπομπή Εμπιστευτικό στο Bidster.gr  
Σήμερα έλαβα τις Αποστολές για παραπομπή από συμμετοχών πωλητή μου με τον οποίο κάθισα με το αμάξω και τα 16 δημοπρασιών σε

Find us on Facebook

**Δημοπρασιές Σελών**

**EAGLE LUX**

14kg Τιμή 124.828 €

ΑΝΤΙΧΡΗΜΑΤΟΣΤΟΧΕΥΣΗ 1.390 €

ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ

ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ

**Samsung 2D LED TV 40"**

28kg Τιμή 124.828 €

ΑΝΤΙΧΡΗΜΑΤΟΣΤΟΧΕΥΣΗ 2.000 €

ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ

ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ

**Κλιματισμός MORRIS**

34kg Τιμή 274.828 €

ΑΝΤΙΧΡΗΜΑΤΟΣΤΟΧΕΥΣΗ 499 €

ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ

ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ

**Ακουστικά AKG**

62kg Τιμή 424.828 €

ΑΝΤΙΧΡΗΜΑΤΟΣΤΟΧΕΥΣΗ 24 €

ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ

ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ

**Δημοπρασιές Αθηνών**

<p><b>paycase</b></p> <p>Διασφάλιστρο 10€</p> <p>42kg 18.30 €</p> <p>ΑΝΤΙΧΡΗΜΑΤΟΣΤΟΧΕΥΣΗ 0.30 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές Κόκκινο 2C</p> <p>18kg 184.215 €</p> <p>0.95 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p>
<p><b>SAMSUNG 20" TFT</b></p> <p>42kg 20.88 €</p> <p>ΑΝΤΙΧΡΗΜΑΤΟΣΤΟΧΕΥΣΗ 0.30 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές 40" LED TV</p> <p>42kg 124.425 €</p> <p>0.00 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p>
<p><b>Bidder 50€ Bonus</b></p> <p>42kg 30.30 €</p> <p>ΑΝΤΙΧΡΗΜΑΤΟΣΤΟΧΕΥΣΗ 0.30 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές 40" LED TV</p> <p>42kg 124.425 €</p> <p>0.14 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p>
<p><b>Wii</b></p> <p>Wi Sports Pak</p> <p>42kg 248.88 €</p> <p>ΑΝΤΙΧΡΗΜΑΤΟΣΤΟΧΕΥΣΗ 0.30 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές 40" LED TV</p> <p>42kg 124.425 €</p> <p>0.00 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p>
<p><b>Bidder 50€ Bonus</b></p> <p>42kg 30.30 €</p> <p>ΑΝΤΙΧΡΗΜΑΤΟΣΤΟΧΕΥΣΗ 0.30 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές 40" LED TV</p> <p>42kg 124.425 €</p> <p>0.00 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p>
<p><b>iPhone 3GS</b></p> <p>42kg 398.88 €</p> <p>ΑΝΤΙΧΡΗΜΑΤΟΣΤΟΧΕΥΣΗ 0.30 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές 40" LED TV</p> <p>42kg 124.425 €</p> <p>0.00 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p>
<p><b>Apple Mac 21.5"</b></p> <p>42kg 1.198.80 €</p> <p>ΑΝΤΙΧΡΗΜΑΤΟΣΤΟΧΕΥΣΗ 0.30 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές 40" LED TV</p> <p>42kg 124.425 €</p> <p>0.00 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p>

**Μικροπωλεία Δημοπρασιές**

<p><b>Καφετιέρα Moulin</b></p> <p>42kg 158.88 €</p> <p>ΑΝΤΙΧΡΗΜΑΤΟΣΤΟΧΕΥΣΗ 0.30 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές 40" LED TV</p> <p>42kg 124.425 €</p> <p>0.00 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p>
<p><b>500€ Bidder Bonus</b></p> <p>42kg 398.88 €</p> <p>ΑΝΤΙΧΡΗΜΑΤΟΣΤΟΧΕΥΣΗ 0.30 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές 40" LED TV</p> <p>42kg 124.425 €</p> <p>0.00 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p>
<p><b>Canon EOS 1000D</b></p> <p>42kg 443.80 €</p> <p>ΑΝΤΙΧΡΗΜΑΤΟΣΤΟΧΕΥΣΗ 0.30 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές 40" LED TV</p> <p>42kg 124.425 €</p> <p>0.00 €</p> <p>ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΣΥΜΠΡΟΣΑΡΤΗ ΕΙΣΗΓΕΣΗ</p>	<p>Δημοπρασιές</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p> <p>Αγοράζω</p> <p>Παράγωγο</p>

όλοσπου 30 ημερών. Με το πριμοπόριο αυτό αυξάνεται ο πωλησιμότητάς σας και κερδίζετε σε πιο δημοπρασιές και έτσι αυξάνει τα κέρδη σας. Αρκεί να μην ξεχάσετε να κάνετε το deal της ζωής τους.

Επίσης, έχουμε ήδη αναφέρει πιο νέα από τα προϊόντα όπως την ολοκληρωμένη συσκευή Sony 4E LED TV, το Sony για VPC-E31Z1E/B, ένα πολύ σωστό T1 Watch, και άλλα με κερδοφόρα πωλήσεις. Σίγουρα η 1000D είναι το καλύτερο προϊόν που μπορείτε να αγοράσετε. 5 Μεγάλα! Για αυτό λοιπόν, μην γίνετε άλλο χρονολάστη στην αγορά, αλλά πωλήστε τα.

05-04-2010  
Ερωτήματα & απαντήσεις/ερωτήσεις!!  
Ο κύριος Γεώργιος Ιπποκράτης είναι ενδιαφερόμενος και ζητάει να αγοράσει με παράδοση το όχημα που είναι προς πώληση στη δημοπρασία bidder, είναι η δημοπρασία απόκτησης όλων των προϊόντων σε μια αγορά πωλήσεως. Σίγουρα το όχημα είναι στην αγορά από τη στιγμή που η επιλογή και η παραλαβή είναι.

Διαβάστε ολόκληρη την συνέντευξη.  
22-03-2010  
Η ανωνυμία της δημοπρασίας δημοπρασιών bidder.gr εφαρμόζεται για μια σειρά φορέων των γενικών δημοπρασιών της με τις «δημοπρασιές scratch».  
Σίγουρα στις 22 Μαρτίου 2010 το bidder.gr επιτρέπει την άμεση πωλησιμότητα δημοπρασιών δημοπρασιών με μία σειρά δημοπρασιών, αυτές των «δημοπρασιών scratch».

Για να ενταχιστείτε για τον τρόπο λειτουργίας αυτών πωλησιών ιδού.

Δείτε πωλησιμότητα για

Ταξίδια, 100 δωρεάν

PayPal, παπούτσια, VISA, paypal, clickandbuy

 <p><b>Ψηφιακή Εξοικονόμηση</b> 42cm 8.800 € ΚΩΣΤΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣ. 1.00 € ΚΩΣΤΟΣ ΠΩΣΗΣ 1.00 €</p> <p>Επιλογή των χαρακτηρισίων που θέλετε</p> <p><b>SAMSUNG 27" TFT</b> 42cm 790,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣ. 0,50 € ΚΩΣΤΟΣ ΠΩΣΗΣ 1,00 €</p> <p>Επιλογή των χαρακτηρισίων που θέλετε</p> <p><b>Apple iPad</b> 42cm 499,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣ. 0,50 € ΚΩΣΤΟΣ ΠΩΣΗΣ 1,00 €</p> <p>Επιλογή των χαρακτηρισίων που θέλετε</p> <p><b>Ηλεκτρική Σκούπα</b> 42cm 140,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣ. 1,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΠΩΣΗΣ 1,00 €</p> <p>Επιλογή των χαρακτηρισίων που θέλετε</p> <p><b>Κλιματιστικό MORRIS</b> 42cm 499,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣ. 0,50 € ΚΩΣΤΟΣ ΠΩΣΗΣ 1,00 €</p> <p>Επιλογή των χαρακτηρισίων που θέλετε</p>	<p>Μία Δημοπρασία Προσφορά Τιμών</p> <p>Μία Δημοπρασία Προσφορά Τιμών</p> <p>Μία Δημοπρασία Προσφορά Τιμών</p> <p>Μία Δημοπρασία Προσφορά Τιμών</p> <p>Μία Δημοπρασία Προσφορά Τιμών</p> <p>Μία Δημοπρασία Προσφορά Τιμών</p> <p>Μία Δημοπρασία Προσφορά Τιμών</p> <p>Μία Δημοπρασία Προσφορά Τιμών</p>
<p><b>Διημεροπώληση διαρκή</b></p>	
 <p><b>EAGLE LUX</b> 42cm 1.300,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣ. 3,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΠΩΣΗΣ 1,00 €</p> <p>Επιλογή των χαρακτηρισίων διαρκή</p>	<p>Μία Δημοπρασία Προσφορά Τιμών</p> <p>Σημείωση: Διαρκή πώληση</p> <p>00s</p>
 <p><b>Samsung 30 LED TV 4</b> 42cm 2.000,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣ. 2,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΠΩΣΗΣ 1,00 €</p> <p>Επιλογή των χαρακτηρισίων διαρκή</p>	<p>Μία Δημοπρασία Προσφορά Τιμών</p> <p>Σημείωση: Διαρκή πώληση</p> <p>00s</p>
 <p><b>Κλιματιστικό MORRIS</b> 42cm 499,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣ. 0,50 € ΚΩΣΤΟΣ ΠΩΣΗΣ 1,00 €</p> <p>Επιλογή των χαρακτηρισίων διαρκή</p>	<p>Μία Δημοπρασία Προσφορά Τιμών</p> <p>Σημείωση: Διαρκή πώληση</p> <p>00s</p>
 <p><b>Αcsky Ακουστικά</b> 42cm 23,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣ. 1,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΠΩΣΗΣ 1,00 €</p> <p>Επιλογή των χαρακτηρισίων διαρκή</p>	<p>Μία Δημοπρασία Προσφορά Τιμών</p> <p>Σημείωση: Διαρκή πώληση</p> <p>00s</p>
 <p><b>MP3 4GB</b> 42cm 23,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣ. 0,50 € ΚΩΣΤΟΣ ΠΩΣΗΣ 1,00 €</p> <p>Επιλογή των χαρακτηρισίων διαρκή</p>	<p>Μία Δημοπρασία Προσφορά Τιμών</p> <p>Σημείωση: Διαρκή πώληση</p> <p>00s</p>
 <p><b>Home Cinema</b> 42cm 699,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣ. 0,50 € ΚΩΣΤΟΣ ΠΩΣΗΣ 1,00 €</p> <p>Επιλογή των χαρακτηρισίων διαρκή</p>	<p>Μία Δημοπρασία Προσφορά Τιμών</p> <p>Σημείωση: Διαρκή πώληση</p> <p>00s</p>
 <p><b>Σύστημα Πιλοτόνησης</b> 42cm 100,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣ. 1,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΠΩΣΗΣ 1,00 €</p> <p>Επιλογή των χαρακτηρισίων διαρκή</p>	<p>Μία Δημοπρασία Προσφορά Τιμών</p> <p>Σημείωση: Διαρκή πώληση</p> <p>00s</p>
 <p><b>Πλυντήριο MORRIS</b> 42cm 499,00 € ΚΩΣΤΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣ. 0,50 € ΚΩΣΤΟΣ ΠΩΣΗΣ 1,00 €</p> <p>Επιλογή των χαρακτηρισίων διαρκή</p>	<p>Μία Δημοπρασία Προσφορά Τιμών</p> <p>Σημείωση: Διαρκή πώληση</p> <p>00s</p>

Αρχική σελίδα | Σελίδα εμφάνισης | Όροι και Προϋποθέσεις | Σχετικά με μας | Στοιχεία επικοινωνίας | Επισκευές

© 2014. Όλα τα δικαιώματα διατηρούνται. Όλες οι τιμές είναι σε ευρώ.

EXPRESS REGISTRATION

## 8. Screenshot της αρχικής σελίδας της ιστοσελίδας Subasta

# Subasta.gr

---Η αγορά από το Internet έγινε διασκεδάση---

Xpress Bid

Free Bid

Penny Bid

Αρχική | My Subastawin

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

- Όλες οι Δημοπρασίες (3)
- Δωροεπιταγές (2)
- ΗΥ & Περιφέρειες... (1)
- Δημοπρασίες που Λήξαν (17)

Κάντε Εγγραφή και κερδίστε 10 Credits

Εγγραφή | Εισόδος: User Name

\*\*\*\*\*

GO



Xpress Bid

- Αγόρασε όταν η τιμή είναι η συμφέροντα
- Κόστει κ.λπ. στο Εμφάνιση Τιμής σας ακόμη δεν τιμή αναλόγως
  - Η τιμή πώληση 25 Αξιών του €
  - Κόστει εμφάνιση τιμής αναλόγως 1 credit
  - Όταν η τιμή είναι συμφέροντα - επτά ανάφωρα το



Free Bid

- Τα τελευταία 25 Αξιών του € τελευταίων την Δημοπρασία
- Κόστει κ.λπ. στο Εμφάνιση Τιμής σας ακόμη δεν τιμή αναλόγως
  - Η τιμή πώληση 25 Αξιών του €
  - Κόστει εμφάνιση τιμής αναλόγως 1 credit
  - Αν η προσφορά σας είναι η μικρότερη μεταξύ της τιμής 25-0 Αξιών του € τότε η Δημοπρασία τελευταία και τα πρώτων είναι δικό σας



Penny Bid

- Η μεγαλύτερη τιμή κερδίζει την Δημοπρασία
- Δώστε προσφορά για τα πρώτων που θέλεις
  - Αν έχετε την τελευταία μεγαλύτερη προσφορά, η Δημοπρασία τελευταία και τα πρώτων είναι δικό σας
  - Σε κάθε πωλητήριο σας ο χρόνος της Δημοπρασίας αυξάνει κατά 1 Αξιών
  - Κόστει εμφάνιση τιμής αναλόγως 1 credit

Oops!Backup



Τιμή Αγοράς :

Start Price : €34.00

Εμφάνιση Τιμής

Western Digital Medi...



Τιμή Αγοράς :

Start Price : €30.00

Εμφάνιση Τιμής

100 Credits



18 : 19 : 20

€0.99

(αλλά για €56.00)

ΕΠΙΧΕΙΡΑ

Terms & Conditions | Βοήθεια | Πληροφορίες | Ισχύει Εμπιστοσύνη | Όροι & Σχόλια | Πωλητές Credits | Επικοινωνία | Νέα

© 2010 subasta.gr All rights are reserved



## 9. Screenshot της αρχικής σελίδας της ιστοσελίδας ScooBIDoo

The screenshot displays the ScooBIDoo website interface. At the top, the logo 'scoobidoo.gr' is prominent, along with navigation links for 'Αρχική Σελίδα', 'Αγορά Πίστωσης', 'Πως Λειτουργεί', 'Ολοκληρωμένες Δημοπρασίες', 'Συστήστε μας σε ένα φίλο', and 'Περισσότερες Πληροφορίες'. A user account section shows '0 Αγορασμένες Μην Απουνεύσει' and 'Credit 6 €'. A main banner features a Nokia 2220 with a countdown timer at 01:29:43 and a price of 99€, with a 'Μέγιστη Τιμή 9 €' badge. Below this, several product listings are shown in a grid:

- Samsung LED 37**: 02:27:43, Μέγιστη Τιμή: 49 €, Τιμή Λισσακή: 350 €
- Nokia E5**: 1d 02:26:43, Μέγιστη Τιμή: 29 €, Τιμή Λισσακή: 499 €
- LG**: 01:45:43, Μέγιστη Τιμή: 49 €, Τιμή Λισσακή: 499 €
- Toshiba Satellite**: 02:33:43, Μέγιστη Τιμή: 99 €, Τιμή Λισσακή: -0 €
- Apple iPhone 16GB 3GS**: 03:07:43, Μέγιστη Τιμή: 29 €, Τιμή Λισσακή: -700 €
- Nokia N97**: 02:10:48, Μέγιστη Τιμή: 49 €, Τιμή Λισσακή: -420 €
- Frisby 5.1 Headphones**: 00:25:48, Μέγιστη Τιμή: 4 €, Τιμή Λισσακή: -44 €
- iPad 3gs 32GB**: 13d 02:17:48, Μέγιστη Τιμή: 29 €, Τιμή Λισσακή: -740 €
- Sony Playstation 3 120GB**: 01:44:48, Μέγιστη Τιμή: 49 €, Τιμή Λισσακή: -200 €
- 100 gr. Gold Bar**: 02:01:48, Μέγιστη Τιμή: 49 €, Τιμή Λισσακή: -4000 €
- Nintendo Wii**: 01:55:48, Μέγιστη Τιμή: 19 €, Τιμή Λισσακή: -170 €
- Kingston 2GB**: 01:10:48, Μέγιστη Τιμή: 4 €, Τιμή Λισσακή: -14 €
- Nokia 8600**: 01:48:48, Μέγιστη Τιμή: 29 €, Τιμή Λισσακή: -500 €

On the right side, there are several promotional banners:

- Πως Λειτουργεί**: A section explaining the auction process, mentioning a 50% Extra Δωρεάν προώθηση.
- 90% Extra Δωρεάν**: A banner for a 50% Extra Δωρεάν Προώθηση.
- Χρήση Δωρεάν Πιστώσεως**: A banner for using credit, mentioning a 4€ Δωρεάν bonus.
- 10% Έκπτωση**: A banner for a 10% discount on purchases.
- Facebook**: A social media integration banner.

At the bottom right, there is a 'SECURED' logo with the text 'CLICK TO VERIFY'.



<p><b>Apple iPhone 160B 3GS</b></p> <p>iPhone 3G 5 Υπολειπόμενα Προσφορές: -700-€ Μεγιστη Τιμή: 29 €</p> <p><b>24,82 €</b></p>	<p><b>LG 130 Notebook</b></p> <p>Υπολειπόμενα Προσφορές: -499-€ Μεγιστη Τιμή: 49 €</p> <p><b>47,90 €</b></p>
<p><b>Apple iPhone 160B 3GS</b></p> <p>iPhone 3G 5 Υπολειπόμενα Προσφορές: -700-€ Μεγιστη Τιμή: 29 €</p> <p><b>19,57 €</b></p>	<p><b>Nokia 6X</b></p> <p>Υπολειπόμενα Προσφορές: -499-€ Μεγιστη Τιμή: 29 €</p> <p><b>27,30 €</b></p>
<p><b>Sony Playstation 3 120GB</b></p> <p>Υπολειπόμενα Προσφορές: -999-€ Μεγιστη Τιμή: 49 €</p> <p><b>48,18 €</b></p>	<p><b>Apple iPhone 160B 3GS</b></p> <p>iPhone 3G 5 Υπολειπόμενα Προσφορές: -700-€ Μεγιστη Τιμή: 29 €</p> <p><b>25,48 €</b></p>
<p><b>Samsung LCD 32</b></p> <p>Υπολειπόμενα Προσφορές: -950-€ Μεγιστη Τιμή: 49 €</p> <p><b>44,55 €</b></p>	<p><b>Final Test</b></p> <p>Υπολειπόμενα Προσφορές: -400-€ Μεγιστη Τιμή: 9 €</p> <p><b>8,99 €</b></p>
<p><b>Final Test</b></p> <p>Υπολειπόμενα Προσφορές: -400-€ Μεγιστη Τιμή: 9 €</p> <p><b>8,99 €</b></p>	<p><b>iPad 3ης Γενιάς</b></p> <p>Υπολειπόμενα Προσφορές: -749-€ Μεγιστη Τιμή: 29 €</p> <p><b>25,62 €</b></p>
<p><b>Toshiba Satellite</b></p> <p>Υπολειπόμενα Προσφορές: -0-€ Μεγιστη Τιμή: 99 €</p> <p><b>97,69 €</b></p>	<p><b>Samsung Jet 68000</b></p> <p>Υπολειπόμενα Προσφορές: -249-€ Μεγιστη Τιμή: 49 €</p> <p><b>47,58 €</b></p>
<p><b>Toshiba Satellite</b></p> <p>Υπολειπόμενα Προσφορές: -0-€ Μεγιστη Τιμή: 99 €</p> <p><b>94,37 €</b></p>	<p><b>Sony CyberShot DSC-W210</b></p> <p>Υπολειπόμενα Προσφορές: -0-€ Μεγιστη Τιμή: 39 €</p> <p><b>38,08 €</b></p>
<p><b>Nokia 2660</b></p> <p>Υπολειπόμενα Προσφορές: -0-€ Μεγιστη Τιμή: 19 €</p> <p><b>18,79 €</b></p>	

Το ScoobIDoo.gr σας προσφέρει πολλούς ασφαλείς τρόπους πληρωμής: 

Αγορά Σελίδα | © Λογισμικό μας | Επισκοπικά | Συναξέ Εμπιστοσύνης (FAQ) | Όροι Καταστής | Πολιτική περί Απορρήτου | Affiliates και Webmasters | RSS  
© ScoobIDoo.gr 2009

## Παράρτημα Β': Χαρακτηριστικά Δικτυακού Τόπου

### Χώρες Δραστηριοποίησης

Η εταιρεία δραστηριοποιείται αποκλειστικά στην Ελλάδα.

### Είδη Δημοπρασιών

1. Δημοπρασίες λεπτών (Penny Auctions)
2. Δημοπρασίες λεπτών για πρωτάρηδες (Virgin Auctions)
3. Δημοπρασίες λεπτών χωρίς τη χρήση του μηχανισμού auto bid (Nail Biter Auctions)
4. Δημοπρασίες λεπτών κλειστών ομάδων με προεγγραφή (Private Auctions)
5. Δημοπρασίες λεπτών που δεν σταματούν στις 11:59 (24h Auctions)
6. Δημοπρασίες scratch (Scratch Auctions)

\*Σε όλες τις δημοπρασίες λεπτών υπάρχει η δυνατότητα άμεσης αγοράς με έκπτωση (Buy Now).

### Ώρες Λειτουργίας

Δημοπρασίες λεπτών: 5:00 μ.μ. μέχρι 11:59 μ.μ.

Δημοπρασίες scratch: όλο το 24ωρο

### Χάρτης Δικτυακού Τόπου

Ο δικτυακός τόπος θα περιλαμβάνει κάποιες βασικές κατηγορίες, στις οποίες θα υπάγονται οι διάφορες μικρότερες ενότητες. Ο τρόπος με τον οποίο θα είναι δομημένος ο δικτυακός τόπος ή αλλιώς ο χάρτης του (site map) φαίνεται στο σχήμα που ακολουθεί:



## Δυνατότητες Πληρωμής

Οι πληρωμές προς την εταιρεία θα μπορούν γίνουν με τους εξής τρόπους:

- Πιστωτική/ χρεωστική κάρτα
- PayPal
- Click and Buy
- Paysafe card
- Κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό

## Ασφάλεια

Πιστοποίηση πρωτόκολλου κρυπτογράφησης SSL 128 bit.

## Ελάχιστες Απαιτήσεις Server Φιλοξενίας

Επεξεργαστής: 64 bit 2.2 GHz Quad Core

Μνήμη RAM: 4 GB

Λειτουργικό: LAMP (Linux-Apache-MySQL-PHP) με τα εξής χαρακτηριστικά:

- PHP version from 5.0
- MySQL version from 5.0
- PHP GD2
- MySQLi extension to PHP
- Iconv extension to PHP
- Zend Optimizer version from 3.3
- CURL
- OpenSSL
- mod\_rewrite
- mod\_expires
- Cron
- PHP as Apache module (mod\_php)
- PHP mail enabled.

### **Χαρακτηριστικά Server Φιλοξενίας**

Επεξεργαστής: Intel Core i7 920 Quad Core (64 bit, 2.66 GHz)

Μνήμη RAM: 8 GB DDR3/ 800

Σκληρός Δίσκος: 2×750GB SATA II Raid 1

Λειτουργικό: Linux/Apache/MySQL/ PHP

Bandwidth: 5000GB/ μήνα

IP's: 4

24h monitoring με ενημέρωση email

## Συμβατότητα

Ο δικτυακός τόπος θα δουλεύει σωστά με τα εξής προγράμματα πλοήγησης (browsers):

- Internet Explorer 7 και νεότερα
- Mozilla Firefox 3 και νεότερα
- Safari 4 και νεότερα
- Google Chrome
- Opera 9.6 και νεότερα

Η υπηρεσία θα είναι διαθέσιμη και μέσω κινητών τηλεφώνων iPhone και Android λογισμικού με την εγκατάσταση της ανάλογης εφαρμογής.

Η διαχείριση του δικτυακού τόπου είναι συμβατή με τα εξής προγράμματα πλοήγησης:

- Internet Explorer 8
- Mozilla 3

## Διασύνδεση

Ο δικτυακός τόπος έχει τη δυνατότητα διασύνδεσης με το Facebook, το Twitter και το Blogger όταν το επιθυμεί κάποιος χρήστης.

## Υποστηριζόμενες Γλώσσες

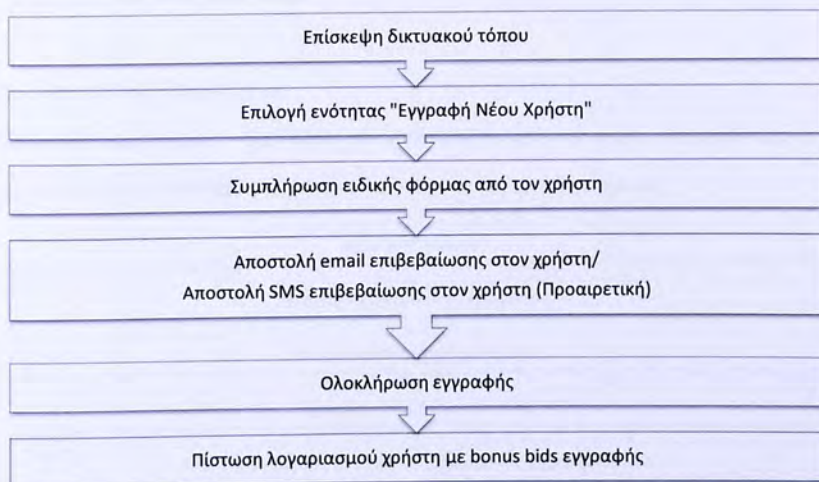
Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν ανάμεσα στην ελληνική και την αγγλική γλώσσα.

## Παράρτημα Γ': Λειτουργίες του Δικτυακού Τύπου

Στη ενότητα αυτή θα γίνει μια σύντομη περιγραφή του τρόπου με τον οποίο γίνονται οι βασικότερες εσωτερικές λειτουργίες της επιχείρησης.

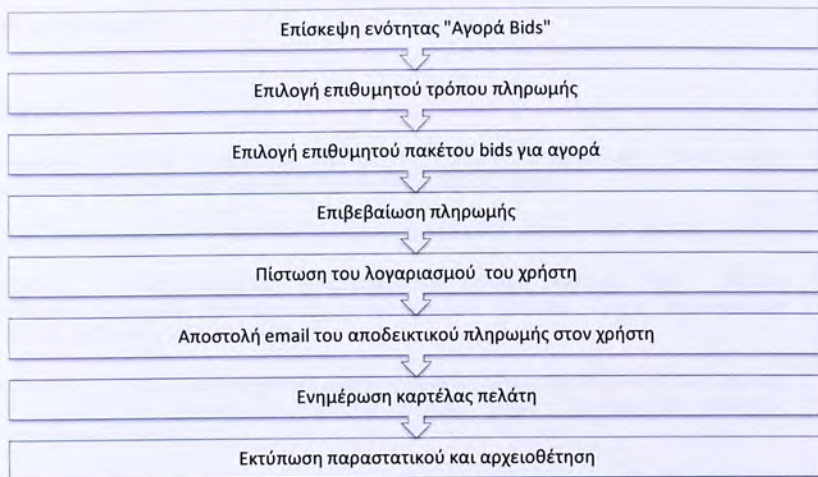
### Εγγραφή Νέου Χρήστη

Η διαδικασία που ακολουθείται κατά την εγγραφή ενός νέου χρήστη στον δικτυακό τόπο της εταιρείας είναι η ακόλουθη:



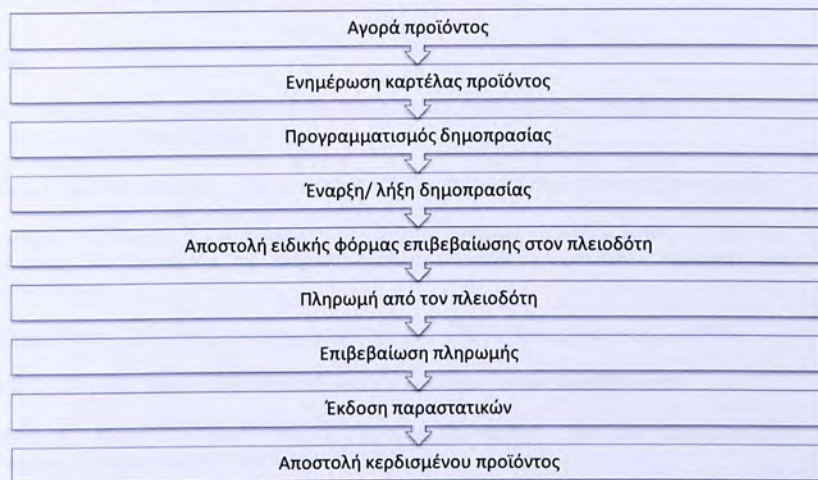
### Πώληση Bids

Η διαδικασία που ακολουθείται κατά την αγορά bids από κάποιον χρήστη του δικτυακού τόπου της εταιρείας φαίνεται στο παρακάτω σχήμα:



## Αγορά και Πώληση Προϊόντων

Παρακάτω περιγράφεται η διαδικασία που ακολουθείται από την αγορά ενός προϊόντος μέχρι την πώληση και αποστολή του στον πλειοδότη/ νικητή μιας δημοπρασίας.



## Βιβλιογραφία

### Ελληνική

Βασιλείου, Β. (2009). *Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες: Τύποι Και Εφαρμογές*. Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής, Θεσσαλονίκη.

Δορμπαράκης, Π. (1993). *Λεξικό Της Νεοελληνικής* (43 εκδ.). Αθήνα: Εκδ. Σπουδή.

Θωμαΐδης, Ν. (2006). *Κατάρτηση Επιχειρηματικού Σχεδίου (Business Plan) – Μελέτη Περίπτωσης Εταιρείας Πληροφορικής*. Πανεπιστήμιο Πειραιά, Τμήμα Βιομηχανικής Διοίκησης & Τεχνολογίας, Πειραιάς.

Οξενκιούν, Ε. (2006). *Επιχειρηματικό Σχέδιο Εταιρείας Παροχής Υπηρεσιών Μετάφρασης Στην Περιοχή Των Αθηνών*. Πανεπιστήμιο Πειραιά, Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πειραιάς.

Πολλάλης, Ι. (2010). *Σημειώσεις Μαθήματος “Επιχειρησιακή Στρατηγική”*, Πανεπιστήμιο Πειραιά, Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης, Πειραιάς.

Χιωτίδης, Γ. & Ζιώγας, Ι. (2003). *Σημειώσεις Μαθήματος “Μεθοδολογία Τύρωσης, Οργάνωσης και Λειτουργίας Σύγχρονων Επιχειρήσεων”*, ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας, Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας, Κοζάνη.

Preston, G. (2001). *E-auctions: Τα πάντα για τις δημοπρασίες στο διαδίκτυο* (Μετάφραση: Βογιατζής Γ.) Εκδόσεις Anubis, Αθήνα.

### Ξένη

Eisenberg, A. (2000). *What's Next: In Online Auctions Of The Future, It'll Be Bot Vs. Bot Vs. Bot*, The New York Times.

Encell, S. & Dunn, S. (2006). *The Everything Online Auctions Book*. Avon: Adams Media.

Jenamani, M., Zhong, Y., & Bhargava, B. (2007). *Cheating in online auction - Towards explaining the popularity of English auction*. Electronic Commerce Research and Applications.

Lucking-Reiley, D. (1999). *Auctions on the Internet: What's Being Auctioned, and How?*

NWCCC, & FBI. (2001-2009). *Internet Fraud Complaint Center Annual Reports*.

Turban, E., King, D., Lee, J. K., & Viehland, D. (2006). *Electronic Commerce: A Managerial Perspective* (4th εκδ.). Prentice Hall.



## Ηλεκτρονικά Άρθρα

“Αυξάνεται το ενδιαφέρον για το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα”.

<http://www.connection.gr/eblog/connection-blog/hlektroniko-emporio.html> (2/2010)

“Στο 1% του συνολικού το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα”.

[http://troktiko.blogspot.com/2010/07/1\\_3092.html](http://troktiko.blogspot.com/2010/07/1_3092.html) (7/2010)

“Καζίνο - Η ωραία Ελλάδα”.

<http://simatoros.wordpress.com/2010/06/15/απεραντο-καζινο-πολεις-και-νησια/> (6/2010)

“Αποτελέσματα έρευνας της VPRC για τα τυχερά παιχνίδια στην Ελλάδα”.

<http://www.infoblog.gr/?p=16280> (7/2010)

“Έρευνα της ALCO για τον ΟΠΑΠ: Ο παράνομος τζόγος θα εκτιναχθεί στα ύψη”.

<http://www.thebest.gr/news/index/viewStory/25185> (9/2010)

“The State of E-commerce Landscape in Greece & Παρουσίαση “Ηλεκτρονικό Εμπόριο στην Ελλάδα””.

<http://www.buzz.gr/2010/02/e-commerce-in-greece-7b-euros.html> (2/2010)

## Δικτυακοί Τόποι

*BidBang!* Online Δημοπρασίες. <http://www.bidbang.com/> (6/2010)

*Bidders.gr*. <http://bidders.gr/> (6/2010)

*Bidrivals – Greece*. <http://www.bidrivals.com/gr/> (6/2010)

*Bidster.gr*. <http://www.bidster.gr/> (6/2010)

*eBay*. <http://www.ebay.com/> (3/2010)

*eBay Buyer Protection*. <http://pages.ebay.com/coverage/index.html> (5/2010)

*Epiheirimatikotita.gr*: Business Plan

<http://www.epiheirimatikotita.gr/joomla157/Επιχειρηματικό-σχέδιο-business-plan.html>  
(8/2010)

*eProsfora.gr* – Δημοπρασίες Online. <http://www.eprosfora.gr/Default.aspx?p=1> (6/2010)

*Escrow, Safe Online Escrow Service*: Secure Online Transactions.

<http://www.escrow.com/index.asp> (4/2010)

*Go-online.gr*: Πρόγραμμα Δικτυωθείτε – Επίσημο Website. [http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=185](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=185) (8/2010)

*Infopeloponnisos.gr – Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα Περιφερειακής Ανάπτυξης Περιφέρειας Πελοποννήσου: Επιχειρηματικά Σχέδια*  
[http://www.infopeloponnisos.gr/newinvestments/tool\\_bPlans.htm](http://www.infopeloponnisos.gr/newinvestments/tool_bPlans.htm) (8/2010)

*Justbidit.gr.* <http://www.justbidit.gr/> (6/2010)

*OneBid.* <http://www.onebid.gr/index.php> (6/2010)

*ScooBIDoo.gr.* <http://www.scoobidoo.gr/> (7/2010)

*Subasta.gr.* <http://www.subasta.gr/> (6/2010)

*Reverse Auctions: What are reverse auctions?.* <http://www.reverseauctions.com/> (3/2010)

*Wikipedia, the free encyclopedia: Walrasian auction.*  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Walrasian\\_auction](http://en.wikipedia.org/wiki/Walrasian_auction) (3/2010)

*Wikipedia, the free encyclopedia: Double auctions.*  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Double\\_auction](http://en.wikipedia.org/wiki/Double_auction) (3/2010)

*Wikipedia, the free encyclopedia: All-pay auction:* <http://en.wikipedia.org/wiki/All-payauction> (2/2010)

*Wikipedia, The free encyclopedia: Vickrey Auction.*  
<http://en.wikipedia.org/wiki/Vickreyauction> (2/2010)

*Wikipedia, The free encyclopedia: Auction:* <http://en.wikipedia.org/wiki/Auction> (3/2010)

*Βικιπαίδεια, Η ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια: Θεωρία δημοπρασιών.*  
[http://el.wikipedia.org/wiki/Θεωρία\\_δημοπρασιών](http://el.wikipedia.org/wiki/Θεωρία_δημοπρασιών) (2/2010)