



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ

Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας

Τμήμα Επιχειρηματικού Σχεδιασμού και Πληροφοριακών Συστημάτων

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΣΤΟΙΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ: ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ, ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ ΣΤΟΙΧΗΜΑΤΙΣΜΟΥ



Αναστασίου Αθανάσιος
Κόλλιας Χρήστος
Κουστουμπάρδης Κυριάκης

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Κουτσονίκος Ιωάννης

Πάτρα 20/05/2011

Ευχαριστίες

Ένα πολύ μεγάλο ευχαριστώ στον Καθηγητή μας και επιβλέποντα της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας κ. Κουτσονίκο Ιωάννη για την πολύ μεγάλη βοήθειά του κατά τη διάρκεια της έρευνάς μας.

Θα θέλαμε επίσης να ευχαριστήσουμε όλους τους ειδικούς αλλά και εκείνους που ασχολούνται με το θέμα της λειτουργίας των εταιρειών διεξαγωγής στοιχημάτων μέσω του διαδικτύου. Επίσης με θέματα που αφορούν τα μέτρα εκείνα που εφαρμόζονται από τους υπευθύνους των γραφείων αυτών και τι πράττουν σε κάθε περίπτωση για τη διατήρηση αλλά και προσέλκυση νέων πελατών - επιχειρήσεων ως προς τη διάθεση των νέων αυτών προϊόντων και υπηρεσιών στοιχήματος μέσω διαδικτύου.

Επιπλέον θα θέλαμε να δηλώσουμε ευγνωμοσύνη στο προσωπικό των διάφορων οργανισμών και περιοδικών τύπου που ασχολούνται με αυτού του είδους τη θεματολογία, για την απεριόριστη παροχή πληροφοριών σχετικά με τις μορφές και τρόπους λειτουργίας των επιχειρήσεων διεξαγωγής στοιχημάτων στην Ελληνική και διεθνή αγορά.

Τέλος, θα επιθυμούσαμε να αποστείλουμε τις ευχαριστίες μας στα μέλη των οικογενειών μας αλλά και τους φίλους μας, οι οποίοι όλο αυτόν τον καιρό της προετοιμασίας της συγκεκριμένης εργασίας αλλά και έρευνας μας στήριξαν σε υπέρτατο βαθμό.

Πρόλογος

Σκοπός της εργασίας είναι η ανάλυση και καταγραφή της κατάστασης που επικρατεί στο διαδίκτυο σχετικά με τη διεξαγωγή και ανάπτυξη τυχερών παιχνιδιών - στοιχημάτων, τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη. Επίσης, να αναπτυχθεί ο τρόπος λειτουργίας των μεγάλων επιχειρήσεων διεξαγωγής στοιχημάτων που υπάρχουν σε on-line / off-line βάση αλλά και τι ακριβώς συμβαίνει στην Ελλάδα με τη διεξαγωγή των παιχνιδιών αυτών μέσω του ΟΠΑΠ.

Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί πως η εργασία διαπραγματεύεται με το «στοίχημα» ως μια έκφραση που χρησιμοποιείται στην καθημερινή μας ζωή όταν είμαστε σίγουροι για ένα γεγονός, αλλά μπορεί να χρησιμοποιηθεί από κάποιους και με την έννοια του στόχου και των θέσεων που θέτουν για να επιτύχουν.

Στο Κεφάλαιο 1 παρουσιάζεται η έννοια και η σημασία του διαδικτύου στον Ελληνικό χώρο. Στο Κεφάλαιο 2 αναφέρονται οι Εταιρείες Στοιχήματος καθώς και τι συμβαίνει σε On-Line και Off-Line βάση. Στο Κεφάλαιο 3 αναφέρονται και αναλύονται η έννοια του Μάρκετινγκ και οι τρόποι προώθησης των αντίστοιχων υπηρεσιών του ΣΤΟΙΧΗΜΑΤΟΣ μέσω του Διαδικτύου. Στο Κεφάλαιο 4 αναλύεται η λειτουργία του ΟΠΑΠ και τα παιχνίδια στα οποία διεξάγονται τα στοιχήματα, καθώς και στοιχεία ποσών που «παίζονται». Στο Κεφάλαιο 5 αναλύονται οι τρόποι διεξαγωγής παιχνιδιών και η Διασφάλιση των Συναλλαγών. Τέλος, στο παράρτημα της πτυχιακής εργασίας παρατίθενται οι ιστοσελίδες καθώς και ο κώδικας από site το οποίο έχει κατασκευαστεί στο πλαίσιο της εργασίας και αναφέρεται στη λειτουργία ιστοσελίδας για διαδικτυακό σύστημα.

Περίληψη

Αρχικά, στην εργασία παρουσιάζεται μια ιστορική αναδρομή για τη γέννηση του τζόγου και πώς παίζονταν τυχερά παιχνίδια στην αρχαία Ελλάδα, μέσα από την οποία βλέπουμε τους πρόγονους των σημερινών τυχερών παιχνιδιών.

Πριν ασχοληθούμε με τον διαδικτυακό στοιχηματισμό θα πρέπει να αναφερθούμε στο διαδίκτυο αυτό καθ' εαυτό. Έτσι, συνεχίζουμε με μια αναφορά στο τι είναι διαδίκτυο και πώς αυτό χρησιμοποιείται έτσι ώστε να προωθηθούν προϊόντα και υπηρεσίες. Δεν παραλείπουμε να αναφέρουμε το καθεστώς με το οποίο γίνεται αυτή η προώθηση. Επίσης, αναφέρουμε με ποσοστά τους τομείς του διαδικτύου που χρησιμοποιούνται από τις διάφορες ηλικιακές ομάδες, συγκρίνοντας τη χώρα μας με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες.

Γίνεται ανάλυση της κατάστασης που επικρατεί σε εταιρείες στοιχήματος στην Ελλάδα σε on-line και off-line βάση και πώς αυτές επιδρούν στον ανταγωνισμό που δημιουργείται λόγω του δικού μας ΟΠΑΠ. Καταγράφονται ονομαστικά οι εταιρείες που δρουν στον ευρωπαϊκό διαδικτυακό χώρο και γίνεται ιδιαίτερη αναφορά στην STANLEYBET και στην BET-365 ως ενδεικτικά παραδείγματα.

Το τρίτο ζήτημα που μας απασχόλησε είναι αυτό του Μάρκετινγκ. Έγινε μια προσπάθεια να εξηγηθεί πώς το Μάρκετινγκ εισχώρησε σε πρωτοβάθμια φάση στο διαδίκτυο και ύστερα πώς εξελίχθηκε και αναπτύχθηκε ώστε να μπει στον διαδικτυακό στοιχηματισμό. Αναφέρονται οι λειτουργίες του e-marketing καθώς και τα εργαλεία που χρησιμοποιούν οι εταιρείες στοιχήματος ώστε να καταρτίσουν ένα πλάνο Μάρκετινγκ με ενδεικτικό παράδειγμα αυτό του ΟΠΑΠ.

Ειδικό κεφάλαιο της εργασίας ασχολείται με τον ΟΠΑΠ. Ο λόγος είναι ότι ο ΟΠΑΠ είναι μονοπώλιο αυτή τη στιγμή στη χώρα μας. Παραθέτουμε τον τρόπο που λειτουργεί ο οργανισμός, τι παιχνίδια έχει στη διάθεσή του, τον τρόπο που παίζονται αυτά τα παιχνίδια, καθώς και οικονομικά στοιχεία που αφορούν στον ΟΠΑΠ.

Ένα από τα αγκάθια του διαδικτύου είναι το νομοθετικό πλαίσιο που το διέπει. Ο διαδικτυακός στοιχηματισμός ως παράγωγο δεν θα μπορούσε να ξεφύγει από αυτή την ιδιάζουσα κατάσταση. Παρουσιάζουμε λοιπόν τι ισχύει σε νομικούς θεσμούς, τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη γενικότερα, αλλά και το βαθμό στον οποίο μπορεί να επηρεάσει η νομοθεσία τον διαδικτυακό στοιχηματισμό.

Φυσικά δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε τον παράγοντα άνθρωπο, δηλαδή τα χαρακτηριστικά όσων ασχολούνται με το στοίχημα και τους λόγους που τους οδηγούν εκεί. Σύνδεση γίνεται και με την οικονομική κρίση που έχει ξεσπάσει στη χώρα μας τα τελευταία 2 χρόνια.

Τέλος, παρουσιάζουμε το τεχνολογικό - κατασκευαστικό κομμάτι της εργασίας που αφορά στην ιστοσελίδα μας. Γίνεται αναφορά σε όλες εκείνες τις εφαρμογές και πλατφόρμες που είχαμε τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουμε (π.χ. LINUX, APACHE, PHP) και πώς αυτές συνδέθηκαν μεταξύ τους έτσι ώστε να αναπτυχθεί σωστά η ιστοσελίδα. Παράλληλα παραθέτουμε και στιγμιότυπα της ιστοσελίδας καθώς και τον κώδικα που χρησιμοποιήθηκε για τη δημιουργία της.

Πίνακας περιεχομένων

Πρόλογος.....	2
Περίληψη.....	3
Εισαγωγή.....	6
Κεφάλαιο 1: Το Διαδίκτυο στον Ελληνικό Χώρο.....	9
1.1 Ποια η Έννοια του Διαδικτύου.....	9
1.2 Τα Νομικά δικαιώματα του Διαδικτύου για διαφημιστικούς λόγους και επικοινωνία.....	10
1.3 Το Διαδίκτυο ως Μέσο Επικοινωνίας και Διαφήμισης Υπηρεσιών.....	11
1.4 Η παρουσία του Διαδικτύου στην Ελλάδα - Αξιοποίηση του Διαδικτύου στην προώθηση υπηρεσιών και στην εξυπηρέτηση των πολιτών.....	12
1.5 Το Μέλλον του Διαδικτύου ως προς τις υπηρεσίες διεξαγωγής τυχερών παιχνιδιών.....	18
Κεφάλαιο 2: Εταιρείες Στοιχήματος - On-line και Off-line.....	20
2.1 Εταιρείες Στοιχήματος στην Ελλάδα on-line και off-line - Ανταγωνισμός με τον ΟΠΑΠ.....	20
2.2 Διεθνείς διαδικτυακές επιχειρήσεις που λειτουργούν στην Ελλάδα on-line.....	23
2.3 Διεθνείς διαδικτυακές επιχειρήσεις που λειτουργούν στην Ελλάδα on-line.....	29
2.3.1 BET-365.....	29
2.3.2 Stanleybet.....	31
Κεφάλαιο 3: Μάρκετινγκ και προώθηση υπηρεσιών στοιχηματισμού μέσω του Διαδικτύου.....	33
3.1 Νέα εποχή του Μάρκετινγκ.....	33
3.2 Ιστορική Εξέλιξη του Μάρκετινγκ.....	34
3.3 Ορισμός του E-Μάρκετινγκ.....	34
3.4 Το Διαδίκτυο ως Ένα Αναπόσπαστο Κομμάτι του Μοντέρνου Marketing.....	36
3.5 Οφέλη του Διαδικτύου στην προώθηση των Υπηρεσιών Ψυχαγωγίας.....	36
3.6 Λειτουργίες του E-Μάρκετινγκ.....	38
3.7 Αποδοτικές τακτικές στην Ελληνική και διεθνή Αγορά του Internet.....	39
3.7.1 Search Engines Marketing.....	39
3.7.2 E-Mail Marketing.....	40
3.7.3 Web Advertising.....	40
3.8 Πλάνο Μάρκετινγκ Εταιρειών Διεξαγωγής Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο.....	41
3.8.1 Μοντέλο SWOT Analysis.....	43
3.8.2 Το μοντέλο PEST ανάλυσης.....	44
3.9 Το Πλάνο Μάρκετινγκ του ΟΠΑΠ.....	45
3.9.1 Σύστημα PEST Analysis.....	45
Κεφάλαιο 4: ΟΠΑΠ - Παιχνίδια στοιχηματισμού, ποσά που «ποντάρονται».....	49
4.1 Η Λειτουργία του ΟΠΑΠ στην Ελλάδα.....	49
4.2 Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων.....	50
4.3 Τα Παιχνίδια Στοιχημάτων του ΟΠΑΠ ΑΕ.....	50
4.4 Πώς ενημερώνονται οι «παίκτες».....	51
4.5 ΟΠΑΠ και Στοιχίμα Αγώνων.....	51
4.6 Τα γεγονότα στοιχηματισμού του ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ.....	52
4.6.1 ΟΠΑΠ και ΣΤΟΙΧΗΜΑ Ποδοσφαιρικών Αγώνων.....	52
4.6.2 Βασικά στοιχήματα για τους ποδοσφαιρικούς αγώνες του Προγράμματος.....	53
4.6.3 ΟΠΑΠ και στοιχίμα καλαθοσφαίρισης.....	54
4.6.4 Πάμε ΣΤΟΙΧΗΜΑ με άλλα αθλητικά γεγονότα.....	55
4.6.5 Πάμε ΣΤΟΙΧΗΜΑ με μη αθλητικά γεγονότα.....	55
4.6.6 ΟΠΑΠ και ειδικά στοιχήματα.....	55
4.6.7 Στοιχήματα σε επιλεγμένα γεγονότα.....	56

4.6.8 Στοιχήματα διαρκείας	57
4.6.9 Τρόπος Συμπλήρωσης Δελτίου	57
4.6.10 Πρόγραμμα διαλογής.....	58
4.6.11 Διαδικτυακή Διαλογή Επιτυχιών Δελτίων	58
4.7 Στατιστικά στοιχεία συμμετοχής σε τυχερά παιχνίδια.....	59
<i>Κεφάλαιο 5: Τρόποι Διεξαγωγής Παιχνιδιών, Διασφάλιση Συναλλαγών</i>	<i>62</i>
5.1 Στοιχηματισμός στο Διαδίκτυο στην Ελλάδα	62
5.2 Στοιχηματισμός στο Διαδίκτυο και ισχύουσα Νομοθεσία.....	64
5.3 Στοιχηματισμός σε Ελλάδα και Ευρώπη βάσει κανόνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.....	67
5.4 Ο διαδικτυακός στοιχηματισμός στην Ευρώπη	69
<i>Κεφάλαιο 6: Κατηγορίες «παικτών» που στοιχηματίζουν, Οικονομική κρίση, Κοινωνικές επιπτώσεις και προεκτάσεις.....</i>	<i>71</i>
6.1 Κατηγορίες παικτών που ασχολούνται συστηματικά με το στοιχηματισμό	71
6.2 Χαρακτηριστικά ατόμων που παίζουν στοιχήμα	71
6.3 Πόσα χρήματα μπορεί να κερδίσει κάποιος στοιχηματίζοντας	73
6.4 Σύγκριση αποδόσεων με σκοπό τη μεγιστοποίηση του κέρδους.....	74
6.5 Οικονομική Κρίση και Στοιχηματισμός στο Διαδίκτυο.....	76
<i>Κεφάλαιο 7: Κατασκευή δικτυακού τύπου on-line στοιχηματισμού.....</i>	<i>79</i>
7.1 Σκοπός της κατασκευής σελίδας στοιχήματος.....	79
7.2 Τεχνολογίες - πλατφόρμες που επιλέχθηκαν	79
7.3 Linux	80
7.4 Το ubuntu	81
7.5 Apache.....	82
7.6 PHP.....	82
7.7 MySQL.....	83
7.8 Περιγραφή συστήματος λειτουργίας της ιστοσελίδας	83
7.9 Απεικόνιση της ιστοσελίδας.....	85
<i>Επίλογος</i>	<i>88</i>
<i>Βιβλιογραφία</i>	<i>89</i>
<i>Παράρτημα</i>	<i>90</i>

Εισαγωγή

Συχνά σκεφτόμαστε ή ακούμε τη φράση «αν κερδίσω το λαχείο θα ...» και ακολουθεί μία ροή ευχάριστων φαντασιώσεων και επιθυμιών που στερεώνει την αντίληψή μας (ή αυτών που το λένε) ότι θα έρθει η άσπρη μέρα. Φυσικά το «λαχείο» δεν πέφτει ποτέ, ενώ οι διοργανωτές των τυχερών παιχνιδιών, όπως λαχεία, ΠΡΟ-ΠΟ κ.λπ. χαίρονται από τα συνεχόμενα κέρδη που τους προσφέρουν οι εκατοντάδες χιλιάδες πιστοί και εξαρτημένοι του τζόγου.

Το κράτος, έχοντας γνώση των τεράστιων κερδών που αποφέρουν τα «τυχερά παιχνίδια», είτε τα διοργανώνει το ίδιο (εθνικό λαχείο, ΟΠΑΠ), είτε φορολογεί με μεγάλους συντελεστές τα παιχνίδια που διοργανώνουν ιδιωτικές εταιρείες. Σε περίπτωση δε που συλλάβει παράνομους, δηλαδή τους μη φορολογούμενους διοργανωτές, τους τιμωρεί με βαριές ποινές προκειμένου να ελέγχει στο 100% αυτούς τους πολύτιμους και ανεξάντλητους πόρους. Τα τεράστια ποσά που κερδίζει το κράτος, διανέμοντας μόνο το 20% των εσόδων στους «νικητές», τα μοιράζει σε υπαλλήλους των σχετικών Οργανισμών, σε περαιτέρω διαφήμιση και σε χρηματοδότηση γνωστών ΠΑΕ, καθώς και των Υπουργείων Παιδείας, Πολιτισμού, Αθλητισμού, Περιβάλλοντος και Υγείας.

Πόσο όμως πραγματική είναι η πιθανότητα για κάποιον «κοινό θνητό» να κερδίσει; Όσον αφορά σε μικρά ποσά, η πιθανότητα είναι μικρή, σε δε μεγάλα ποσά μηδενική. Ναι, αλλά κάποιοι κερδίζουν εκατομμύρια. Φυσικά, το κάθε παιχνίδι αφήνει λίγους να κερδίσουν για λόγους διαφήμισης και διατήρησης των πιστών πελατών του στο συγκεκριμένο παιχνίδι. Όμως αυτό γίνεται λίγες φορές. Τις λίγες αυτές φορές, έχει υπολογιστεί ότι, αν έχουμε παίξει μια μόνο στήλη π.χ. στο Τζόκερ, η πιθανότητα να κερδίσουμε είναι 1/24.435.180 ή σε ποσοστό επί τοις εκατό, όπως συνηθίζεται άλλωστε, αυτό είναι 0,0000041 %, ενώ αν παίξει κάποιος 250.000 διαφορετικές στήλες η πιθανότητα να κερδίσει είναι λίγο πάνω από 1%. Το κάθε παιχνίδι λοιπόν έχει τις ιδιαιτερότητές του, αλλά ο κανόνας είναι ένας: χειραγώγηση του αποτελέσματος ώστε στο τέλος να κερδίζει πάντα ο διοργανωτής.

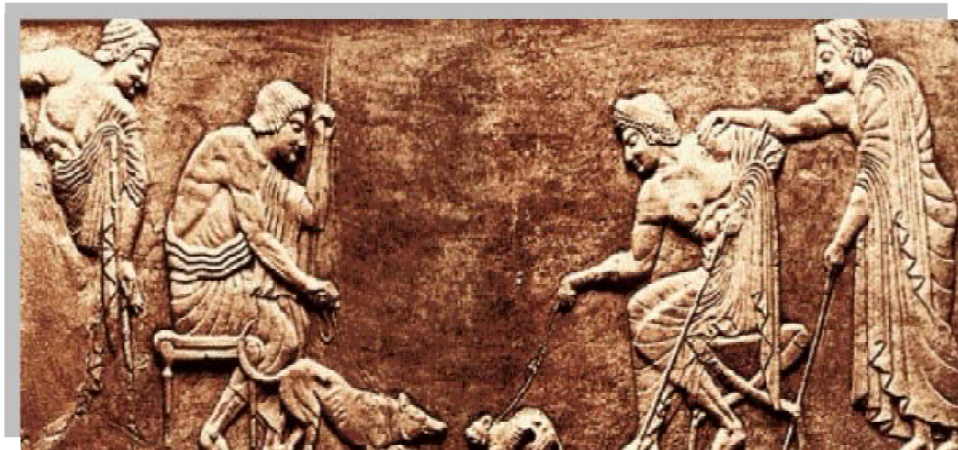
Η ιστορία του στοιχήματος σε αθλητικά γεγονότα χάνεται στα βάθη των αιώνων. Από τα αρχαία Ελληνικά χρόνια και τις Ρωμαϊκές ιπποδρομίες μέχρι τις μέρες μας, φυσικά τα πράγματα έχουν αλλάξει ριζικά. Όμως η ίδια αγωνία, το ίδιο πάθος και η ίδια συγκίνηση κυριεύει τις ψυχές των ανθρώπων όταν ποντάρουν σε κάποιο αγώνισμα και παρακολουθούν έπειτα την εξέλιξή του. Από τις μαρτυρίες των ομηρικών επών ήδη γίνεται φανερό ότι οι Έλληνες αρέσκονταν στα παιχνίδια, ενώ η αμέσως επόμενη διαπίστωση είναι ότι τα περισσότερα από αυτά διατηρήθηκαν ως εμάς, συχνά αναλλοίωτα, ακόμη κι αν πέρασαν χιλιάδες χρόνια. Ενδεχομένως γιατί οι άνθρωποι αναφορικά με το παιχνίδι αλλά και τον τζόγο παραμένουν ίδιοι.

Οι αργόσχολοι, όπως οι μνηστήρες της Πηνελόπης στον Όμηρο, μαζεύονταν συχνά στο ύπαιθρο για να παίξουν. Και στην Κόρινθο, κάτω από την Ακρόπολη, υπήρχε ένας ιδιαίτερος τόπος συνάντησης των παικτών. Όσο για το πλέον τυχερό παιχνίδι, την κυβεία, η ελληνική παράδοση αναφέρει τον ομηρικό ήρωα Παλαμήδη ως εφευρέτη του, ο οποίος το επινόησε, καθώς λέει ο Σοφοκλής, κατά τη διάρκεια της μακράς πολιορκίας της Τροίας. Στον Παλαμήδη άλλωστε απέδιδαν ένα ακόμη αγαπητό παιχνίδι, αυτό του διαγραμματισμού, της ντάμας δηλαδή.

Αν και το στοίχημα χρονολογείται πολύ πιο παλιά ακόμη και από το καζίνο, τα τελευταία χρόνια έχει μπει στη ζωή μας με ταχύτατους ρυθμούς και πολύ έντονα. Το στοίχημα παίζεται από όλες τις ηλικιακές ομάδες με τον ίδιο ζήλο και πιστή προσήλωση από τους φανατικούς του «οπαδούς». Σ' αυτούς άλλωστε τους φανατικούς του φίλους οφείλεται και η διαρκώς αυξανόμενη θεματολογία του. Στοίχημα παίζεται για την έκβαση αγώνων αθλητικού περιεχομένου, για την διεξαγωγή μουσικών διαγωνισμών, για εκλογικά αποτελέσματα διαφόρων χωρών, ακόμη και για προβλήματα - γεγονότα που κατά καιρούς απασχολούν ομάδες, κοινότητες, κοινωνίες, έθνη.

Και εύλογα γεννιέται το ερώτημα τι είναι αυτό που κάνει το στοίχημα τόσο δημοφιλές και με τόση μεγάλη ανάπτυξη και τι είναι αυτό που ωθεί τον άνθρωπο στο να παίζει στοίχημα με τόσο πιστή προσήλωση που για χάρη του να φτάνει στο σημείο - αρκετά συχνά και σε περιπτώσεις εθισμού - να χάνει ακόμη και όλη του την περιουσία, την οικογένεια, την αξιοπιστία-αξιοπρέπεια ως μέλος μιας κοινωνίας ή κοινότητας. Για να δοθούν κάποιες απαντήσεις σ' αυτά τα ερωτήματα, δεν θα πρέπει να δούμε το στοίχημα μεμονωμένα αλλά γενικότερα ως ένα τυχερό παιχνίδι.

Αρχικά τα τυχερά παιχνίδια δεν συνδέονταν με το χρήμα. Η ανάπτυξη κινδύνου, το ρίσκο, ήταν αυτό που ωθούσε - αλλά και ωθεί μέχρι σήμερα - τους ανθρώπους να παίξουν ρουλέτα, ιππόδρομο, στοίχημα, χαρτιά κ.ο.κ. Τα πρώτα στοιχήματα γίνονταν για δοκιμασίες ελέγχου ικανοτήτων δύναμης και ταχύτητας, όπως οι κοκορομαχίες, η πάλη, οι ιπποδρομίες. Στην πορεία, βέβαια, η εμπλοκή του χρήματος και η εξυπηρέτηση συμφερόντων των διαφόρων κοινωνιών και εξουσιών σε κάθε εποχή συντέλεσαν στη διαμόρφωση της ιστορίας του στοιχήματος έτσι όπως τη γνωρίζουμε σήμερα. Η νομιμοποίηση ή μη, ο αφορισμός ή η πλήρης παραδοχή του, η σχέση εξάρτησης ή απαξίωσής του σχετίζονταν με τις ανάγκες της κάθε εποχής. Σε μία σύντομη ιστορική αναδρομή που θα ακολουθήσει θα δούμε όλες αυτές τις φάσεις των τυχερών παιχνιδιών.



Εικόνα 1: Αναπαράσταση κυνομαχίας στην αρχαιότητα

Η αρχή της ιστορίας των τυχερών παιχνιδιών φαίνεται ότι βρίσκεται σε βάθος χιλιετιών π.Χ. Ευρήματα σε αρχαία σπήλαια, που χρονολογούνται 40.000 περίπου χρόνια πίσω, απεικονίζουν πίνακες τυχερών παιχνιδιών. Στην Αίγυπτο πριν από το 1500 π.Χ. φαίνεται ότι γινόταν χρήση ζαριών αφού ανακαλύφθηκε ένα ζευγάρι ζάρια

ελεφαντόδοντου. Αλλά και σε άλλες χώρες, όπως Ρώμη, Ιαπωνία, Κίνα, Ινδία και Ελλάδα, βρέθηκαν αντικείμενα που αναδεικνύουν την αναζήτηση των προγόνων μας για τα τυχερά παιχνίδια, εξέλιξη των οποίων είναι ο τζόγος, η ρουλέτα, το στοίχημα κ.ά.

Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί πως κατά καιρούς συναντάμε τη σύνδεση των τυχερών παιχνιδιών με μελλοντικές προβλέψεις αλλά και με την πρόβλεψη και θεραπεία ανίατων ασθενειών. Ακόμη και σε περιόδους κατοχής στην αρχαία Ρώμη, οι στρατιώτες έπαιζαν σε τυχερά παιχνίδια μέχρι και τα ενδύματά τους. Μάλιστα κατά τη Ρωμαϊκή αυτοκρατορία ψηφίστηκε νόμος που επέβαλε στους γονείς να διδάξουν στα παιδιά τους τα τυχερά παιχνίδια και τα ζάρια.



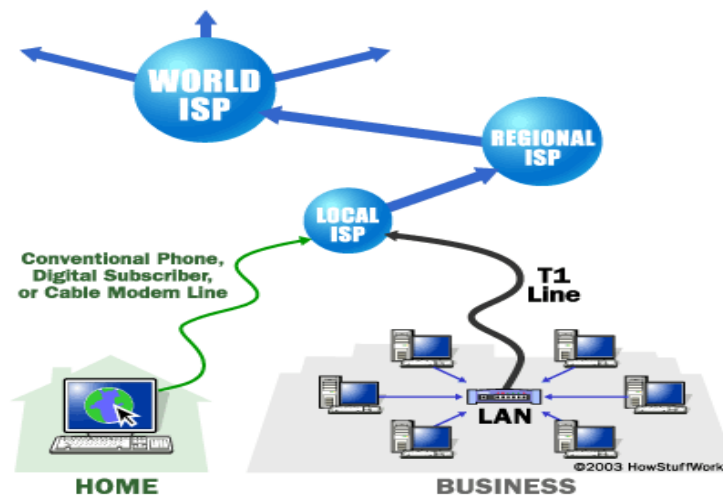
Εικόνα 2: Αρχαία Ελληνική Τρίλιζα

Κεφάλαιο 1: Το Διαδίκτυο στον Ελληνικό Χώρο

1.1 Ποια η Έννοια του Διαδικτύου

Το διαδίκτυο στην ευρύτερη σημασία του, αποτελείται από έναν σεβαστό αριθμό υπολογιστών που ενώνονται μεταξύ τους, αποτελώντας ένα δίκτυο το οποίο στη συνέχεια συνδέεται με άλλα δίκτυα. Η αγγλική ορολογία του διαδικτύου προέρχεται από την ένωση δύο λέξεων (inter-network)¹. Το διαδίκτυο που είναι η δημιουργία ενός αξιόλογου αριθμού μικρότερων συνδέσεων υπολογιστών, χρησιμοποιεί μια σειρά από ελεύθερα πρωτόκολλα για τη διανομή μιας γκάμας διαδικτυακών υπηρεσιών. Δεν είναι δυνατόν να περιοριστεί, να ελεγχθεί και να διαμορφωθεί από κάποιον.

Κατά τον Μπαμπινιώτη, πρόκειται για ένα παγκόσμιο δίκτυο ηλεκτρονικών υπολογιστών που ενώθηκαν με μικρότερα ή και μεγαλύτερα δίκτυα ανά την υφήλιο με στόχο τη μεταφορά, την επεξεργασία και την ανταλλαγή δεδομένων για λόγους ψυχαγωγίας, ενημέρωσης, εμπορίας προϊόντων και υπηρεσιών.



Εικόνα 3: Απεικόνιση του διαδικτύου

Τη δυνατότητα εισόδου στο διαδίκτυο μπορεί να έχει κάποιος από κάθε υπολογιστή όταν έχει συνδρομή σε κάποια εταιρεία παροχής υπηρεσιών διαδικτύου. Οι χρήστες του μπορούν να του δώσουν αξία ανεβάζοντας νέο υλικό στις ιστοσελίδες που το απαρτίζουν (mp3, video, φωτογραφίες, σχόλια σε forums κ.λπ.). Δεν περιορίζεται σε γεωγραφικούς τόπους, σε χρονικά πλαίσια, σε μέγεθος και σε είδος δεδομένων. Κατέχει μια συνεχή και ανανεωτική τάση που δεν είναι ελέγξιμη, εξυπηρετώντας αφιλοκερδώς επικοινωνιακούς και ψυχαγωγικούς σκοπούς και κάθε είδους διακίνηση πληροφοριών.

Στις μέρες μας, οι συνδέσεις των χρηστών στο διαδίκτυο ανέρχονται σε 4,3 δισεκατομμύρια, σε ποσοστό του 85% των δυνατοτήτων του δικτύου (web). Σύμφωνα με τους ειδικούς, σε τρία έτη το ποσοστό αυτό θα φτάσει το 100%.

¹ Κωνσταντίνου, Μ., (2000), Άρθρο “Διαφήμιση στο Ελληνικό ιντερνέτ - impressions ή χρονοχρέωση”, Περιοδικό e-market

1.2 Τα Νομικά δικαιώματα του Διαδικτύου για διαφημιστικούς λόγους και επικοινωνία

Η χρήση ενός διαδικτυακού τόπου για διαφημιστικούς και επικοινωνιακούς² λόγους διέπεται από το νομικό πλαίσιο που ισχύει στη χώρα του φορέα παροχής του διαδικτυακού τόπου (Π.Δ. 131/2003 άρθ.1). Όταν σε ένα δικτυακό τόπο γίνεται χρήση της διαφήμισης και της χορηγίας θα πρέπει να γίνεται διάκριση και διαχωρισμός αυτών των παροχών σε σχέση με τις υπόλοιπες υπηρεσίες που παρέχει ο ιστότοπος. Για το λόγο αυτό, ο φορέας παροχής διαφήμισης θα πρέπει να είναι ευδιάκριτος σύμφωνα με το άρθρο 5 (Π.Δ. 131/2003) όταν η διαφήμιση ή η χορηγία γίνονται εντός της χώρας.

Στις διαδικτυακές συναλλαγές θα πρέπει να τηρείται η δεοντολογία των εμπορικών συναλλαγών σύμφωνα με το άρθρο 1 ν.2231/94 και το άρθρο 4 ν.2251/94 που διέπει τις αγοραπωλησίες εξ αποστάσεως με βάση την οδηγία 97/7/εκ.



Για παράδειγμα, σύμφωνα με το νόμο 2251/94 για τις ηλεκτρονικές αγορές αγαθών και υπηρεσιών, μια αγοραπωλησία είναι νόμιμη όταν πραγματοποιείται κάτω από κριτήρια εγκυρότητας και εμπιστοσύνης, όπως η ταυτότητα του προμηθευτή και πολίτη, τα στοιχεία του προϊόντος, η τιμή του, η ποιότητα του προϊόντος, το κόστος μεταφοράς, ο φόρος προστιθέμενης αξίας, το δικαίωμα της επιστροφής, ο τρόπος πληρωμής, το δικαίωμα αποκατάστασης του προϊόντος και το δικαίωμα χρονικής ισχύος της συναλλαγής.

Δεν πρέπει να παραβιάζονται τα προσωπικά δεδομένα των χρηστών και ο τρόπος ζωής τους. Δεν μπορεί να πραγματοποιείται σύμβαση μεταξύ εμπόρου και καταναλωτή με χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και φαξ ή κλήση μέσω τηλεφώνου. Δεν επιτρέπεται να γίνει ανάληψη χρημάτων πριν ολοκληρωθεί επιτυχώς η ηλεκτρονική παραγγελία. Πολλοί χρήστες του διαδικτύου έχουν αναστατωθεί για την καταλληλότητα και την προστασία που μπορεί αυτό να προσφέρει. Έτσι πράξεις όπως διακίνηση πορνογραφικού υλικού, εξαπάτηση καταναλωτών για αγορές προϊόντων και κλοπή προσωπικών δεδομένων είναι μερικά από τα θέματα για επιβολή ποινικών κυρώσεων και ελέγχου του διαδικτύου.

Πολύ εύκολα μπορεί κανείς να εισέλθει σε ιστοχώρους ακατάλληλου περιεχομένου που ξεπερνούν τους ηθικούς φραγμούς και να εξαπατηθεί από παραπλανητικά μηνύματα και υπερσυνδέσεις. Παρόλα αυτά υπάρχει μια υπηρεσία που είναι υπεύθυνη για την επιβολή κυρώσεων στο διαδίκτυο, είναι η δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος. Σε χώρες του εξωτερικού καθορίζονται φραγμοί σε κόμβους του δικτύου ώστε να περιορίζεται η είσοδος σε απαγορευμένους για διάφορους λόγους ιστοχώρους.

² Π.Δ. 131/2003 άρθ. 1

1.3 Το Διαδίκτυο ως Μέσο Επικοινωνίας και Διαφήμισης Υπηρεσιών

Το διαδίκτυο σήμερα έχει γίνει ένα καλό εργαλείο της εφαρμογής της διαφήμισης υπηρεσιών και επικοινωνίας, καθώς μπορεί να απευθυνθεί σε ένα ευρύτερο καταναλωτικό κοινό από τα υπόλοιπα ΜΜΕ, με αποτέλεσμα την εύρεση περισσότερων πελατών και αύξηση πωλήσεων, με συνέπεια την ανάπτυξη κερδών και διασφάλιση της μακροχρόνιας πορείας της διαφήμισης υπηρεσιών και προϊόντων.

Πιο αναλυτικά, το σημαντικότερο πλεονέκτημα για ένα πολύ μεγάλο αριθμό ατόμων που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για λόγους προβολής και γνωστοποίησης μιας υπηρεσίας είναι η μειωμένη δαπάνη από την πλευρά της επιχείρησης ή οργανισμού για λόγους διαφήμισης και επικοινωνίας, καθώς δίνεται η δυνατότητα για άμεση επαφή με έναν μεγάλο αριθμό καταναλωτών και ατόμων που έχουν ανάγκη από πληροφόρηση χωρίς να ξοδευτεί το ίδιο χρηματικό ποσό που θα χρειαζόταν για την προβολή της στον ίδιο αριθμό πελατών με τη χρήση αλλού διαφημιστικού μέσου, γρήγορα και άμεσα.

Επίσης, οι διαφημίσεις και τα επικοινωνιακά μηνύματα του διαδικτύου χαρακτηρίζονται από μια ξεχωριστή διαπεραστικότητα στο καταναλωτικό κοινό, αλλά και από μεγάλη ταχύτητα συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων και πωλητών - καταναλωτών. Τέλος, η διείσδυση της διαδικτυακής διαφήμισης στις εταιρείες αλλά και στα σπίτια των πολιτών μέσω της χρήσης ηλεκτρονικών υπολογιστών είναι ιδιαίτερα εμφανής τα τελευταία χρόνια, καθώς αυτές αρχίζουν να κάνουν έντονη την παρουσία τους στο διαδικτυακό χώρο. Χαρακτηριστικά το γεγονός ότι προσφέρει εξοικείωση με πρότυπα ηλεκτρονικού εμπορίου και ενημέρωσης και εξυπηρετεί τη διευκόλυνση της διεπιχειρησιακής επικοινωνίας όπως το EDI (ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων).

Τα μειονεκτήματα τα οποία παρουσιάζει το διαδίκτυο ως μέσο διαφήμισης και επικοινωνίας εστιάζονται στο γεγονός ότι προσφέρει περιορισμένες υπηρεσίες προς τους διαφημιζόμενους σε σχέση με τα άλλα ΜΜΕ, καθώς δεν είναι σε θέση να προσφέρει αξιοπιστία, γι' αυτό και χρησιμοποιεί την ύπαρξη μεσαζόντων για την εξασφάλισή της.

Επίσης, σημαντικό είναι το γεγονός ότι παρέχει μειωμένη υποστήριξη στη διατήρηση των εμπορικών και κοινωνικών συναλλαγών, καθώς και ελαχιστοποίηση της δυνατότητας επικύρωσης διαφημιστικών μηνυμάτων και προβολής τους στους καταναλωτές. Απουσιάζει, τέλος, η υποστήριξη σε ταχυδρομικές θυρίδες, καθώς και η δυνατότητα αξιοποίησης της ευρυζωνικότητας από τους καταναλωτές.

Απαραίτητη είναι η συνέχιση της σχεδίασης του διαδικτύου και η ανάπτυξή του σε ευρύτερες περιοχές, ώστε να γίνει ανταγωνιστικό άλλα και αναγνωρίσιμο από τους χρήστες σε περιπτώσεις όπου εκείνοι δεν γνωρίζουν πώς να το χρησιμοποιούν. Απαραίτητο, επίσης, είναι να δημιουργηθεί μια σύσταση Ελληνικού κέντρου επείγουσας αντιμετώπισης ψηφιακών απειλών, με κύριο αντικείμενο την προστασία των ηλεκτρονικών συστημάτων που χρησιμοποιούν οι τράπεζες, το Χρηματιστήριο οι εφορίες και γενικότερα η Δημόσια Διοίκηση με προσφορά υπηρεσιών προς τους πολίτες.

Καλό θα ήταν, επίσης, να δημιουργηθεί μια ένωση καταναλωτών τηλεπικοινωνιακών αγορών, μέσα στην οποία κάθε e- καταναλωτής θα απευθύνεται για την εύρεση λύσεων και απαντήσεων σε πάγια ερωτήματα όσον αφορά στις διαδικτυακές αγορές, αλλά και να κάνει αναφορά παραπόνων και προβλημάτων του σε σχετικά προβλήματα που αντιμετώπισε κατά την πραγματοποίηση των διαδικτυακών αγορών και συναλλαγών του. Το διαδίκτυο μπορεί να θεωρηθεί για τις εταιρείες ως ένα αναπόσπαστο κομμάτι του μοντέρνου τρόπου επικοινωνίας και της έννοιας της παροχής βοήθειας και αυτό συμβαίνει για τους ακόλουθους λόγους:

- Ø Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την πλήρη κάλυψη των λειτουργιών του κάθε οργανισμού και των διαδικασιών διαφήμισης και διανομής υπηρεσιών.
- Ø Είναι ένα πανίσχυρο μέσο επικοινωνίας που μπορεί να ενώσει ακόμα και εντελώς διαφορετικά κομμάτια του κάθε οργανισμού, όσον αφορά στη λειτουργία του μέσω της διαφήμισης των υπηρεσιών του.
- Ø Διευκολύνει τη διαχείριση πληροφοριών, η οποία πλέον θεωρείται ως ένα από τα πιο σημαντικά εργαλεία επικοινωνίας για τη διαμόρφωση στρατηγικών και υλοποιήσεων.
- Ø Η μελλοντική εξέλιξη του διαδικτύου θα αποτελέσει σημαντικό παράγοντα στο οραματισμό των επιχειρήσεων και δημόσιων οργανισμών. Χωρίς επαρκείς πληροφορίες, οι επιχειρήσεις και οι δημόσιοι οργανισμοί θα βρίσκονται σε μειονεκτική θέση όσον αφορά στους ανταγωνιστές τους αλλά και τους ίδιους τους πολίτες.

1.4 Η παρουσία του Διαδικτύου στην Ελλάδα - Αξιοποίηση του Διαδικτύου στην προώθηση υπηρεσιών και στην εξυπηρέτηση των πολιτών

Σύμφωνα με την έρευνα της *Nua - Internet Servers* το έτος 2005, οι χρήστες του Internet ανά την υφήλιο είναι κατανεμημένοι ως εξής:

Υφήλιος: 605,60 εκατ.

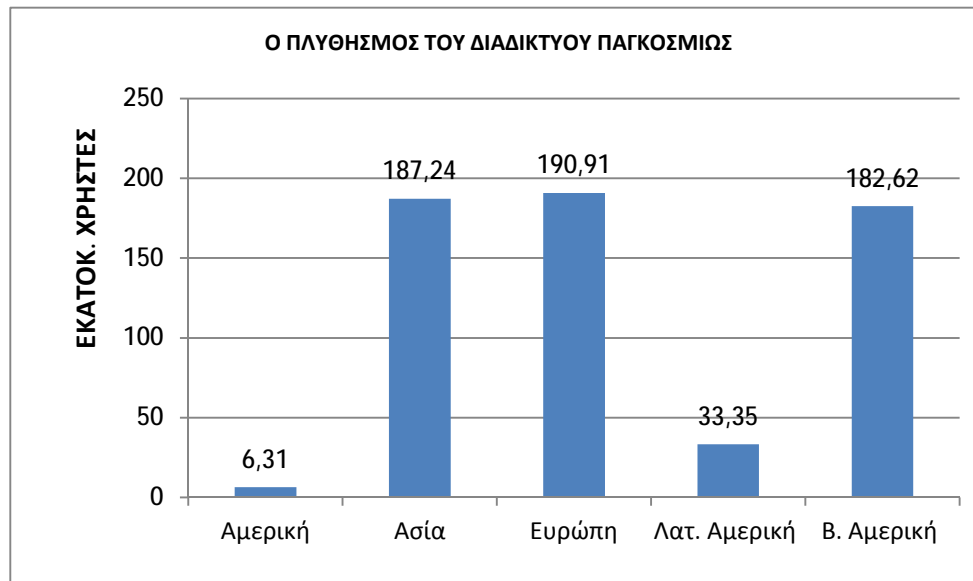
Αμερική:..... 6,31 εκατ.

Ασία:..... 187,24 εκατ.

Ευρώπη:..... 190,91 εκατ.

Λατ. Αμερική:..... 33,35 εκατ.

Β. Αμερική:..... 182,62 εκατ.



Σχήμα 1 - Οι αριθμοί αντιστοιχούν σε εκατ. χρήστες.

Ο συνολικός πληθυσμός της Ελλάδος ανέρχεται στα 11.338.624, ενώ ο αριθμός των χρηστών του διαδικτύου στην Ελλάδα κατά το 2007 ήταν περίπου 3.800.000. Το ποσοστό φθάνει το 33,5% του συνολικού πληθυσμού. Το 2007 παρουσιάστηκαν ρυθμοί ανάπτυξης κατά 280% σε σχέση με το περασμένο έτος όσον αφορά στη χρήση του διαδικτύου. Όμως το ποσοστό που καταλαμβάνει η χώρα στην Ε.Ε. για τη χρήση ευρυζωνικών υπηρεσιών φτάνει το 1,5%, γεγονός που δείχνει ότι απαιτείται αρκετή προσπάθεια ακόμη για να υπάρξει μια ισορροπία μεταξύ Ελλάδας - Ε.Ε.³

Σύμφωνα με την έρευνα του παρατηρητηρίου της κοινωνίας της πληροφορίας που παρουσιάζει η εφημερίδα «Πρώτο Θέμα», διαπιστώνεται ότι ο αριθμός των Ελλήνων χρηστών παρουσιάζει ελλείψεις στη χρήση του διαδικτύου και νέων προϊόντων τεχνολογίας και ιδιαίτερα όσον αφορά στην προώθηση υπηρεσιών από δημόσιους οργανισμούς.

Σε ότι αφορά στο επίπεδο εκπαίδευσης, καθολική σχεδόν χρήση Η/Υ και Διαδικτύου παρατηρείται στους κατόχους μεταπτυχιακών τίτλων σπουδών (91% και 87%, αντίστοιχα), ενώ υψηλά ποσοστά σημειώνονται και για τους αποφοίτους τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (78% και 68%, αντίστοιχα). Όμως σε επίπεδο πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, η χώρα μας υστερεί κατά πολύ με ποσοστό 10% σε σχέση με τα παιδιά της Ευρώπης που φτάνουν στο επίπεδο 36%. Όμως στα άτομα μέσης εκπαίδευσης τα ποσοστά απόκλισης είναι μικρότερα.

Βλέπουμε, λοιπόν, ότι η χρήση του διαδικτύου γίνεται από άτομα των οποίων το μορφωτικό επίπεδο είναι ιδιαίτερα υψηλό, κάτι το οποίο πιστοποιεί ότι η νέα τεχνολογία που έχει εισαχθεί για τα καλά στην καθημερινότητά μας χρειάζεται κάποιες βάσεις παιδείας και τεχνολογικές γνώσεις καθώς και τεχνικές εξοικείωσης. Επίσης, η χρήση του διαδικτύου είναι ιδιαίτερα υψηλή από άτομα τα οποία ασχολούνται με την έρευνα, την εξέλιξη και τις θετικές και τεχνολογικές επιστήμες, γεγονός που είναι δύσκολο να εφαρμοστεί σε άτομα τα οποία δεν σχετίζονται με τις

³ Eurostat, 2008, Στοιχεία Χρήσης Διαδικτυακών Υπηρεσιών

προαναφερθείσες επιστήμες. Επομένως, δεν μπορούν να αναπτύξουν μεθόδους και τρόπους σύγχρονης επικοινωνίας και διεκπεραίωσης συναλλαγών και συνεργασιών άτομα που υστερούν στο χώρο των πιο πάνω επιστημών και άτομα που δεν ήρθαν σε στοιχειώδη επαφή με την τεχνολογική κατάρτιση και τη γνώση υπολογιστών.

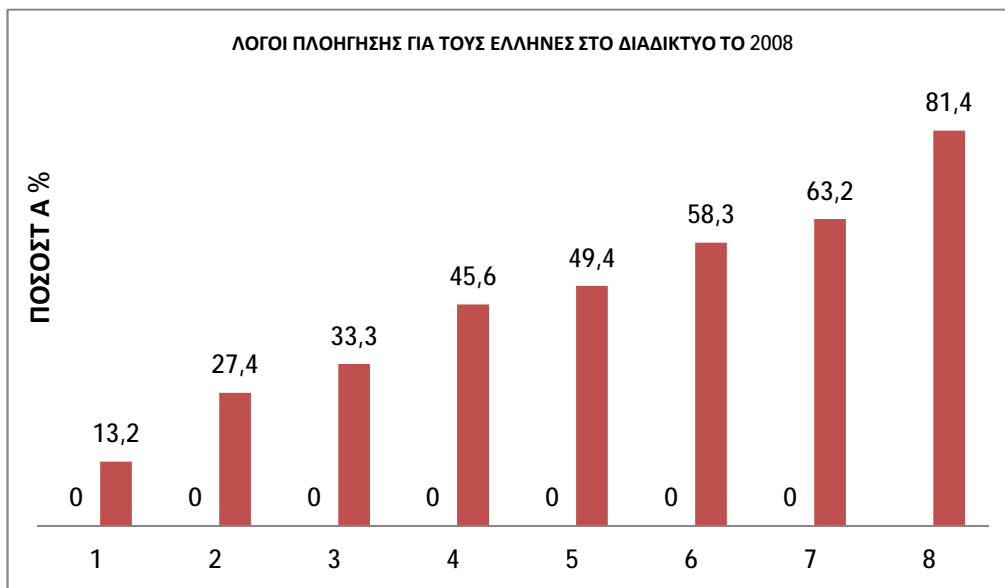
Τα χαρακτηριστικά του Έλληνα χρήστη του διαδικτύου, όπως δημοσιεύθηκε στην εφημερίδα «Πρώτο Θέμα», σύμφωνα με την έρευνα της κοινωνίας της πληροφορίας για το έτος του 2006, έχουν ως εξής: πρόκειται για νέο ανδρικό πληθυσμό με πολύ καλή μόρφωση, υψηλού εισοδήματος, με χώρο διαμονής σε αστικές πόλεις και κατέχοντες μεταπτυχιακούς τίτλους σπουδών. Όπως αναφέρει η εφημερίδα, τα χαρακτηριστικά του Έλληνα χρήστη έχουν ως εξής: το έτος 2006 οι άνδρες κάνουν χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή σε ποσοστό 45,1% και του διαδικτύου κατά 36% σε σύγκριση με τις γυναίκες που έχουν ποσοστά 32,8% και 24%, αντιστοίχως⁴.

Οι πιο νέοι, ηλικίας 16-24, δεν παρουσιάζουν μεγάλη απόκλιση από τους μεγαλύτερους και των δύο φύλων. Επικρατεί μια τάση αύξησης των χρηστών του διαδικτύου στις επαρχιακές πόλεις της χώρας μας, με την Αττική να έχει τα ηνία (41,2%), ύστερα ακολουθεί το νότιο Αιγαίο (31,4%) και η κεντρική Μακεδονία (29,7%). Σε αγροτικές περιοχές, από το 2005 καταγράφονται τάσεις ανάπτυξης διαδικτυακής χρήσης κατά 11 μονάδες⁴.

Οι κυριότεροι λόγοι πλοήγησης στο διαδίκτυο για τους Έλληνες για το έτος 2008 ήταν οι εξής:

<i>E - Banking</i>	13,2%
<i>Εξυπηρέτηση και επικοινωνία με δημόσιες υπηρεσίες</i>	27,4%
<i>Αναζήτηση δεδομένων για εκπαιδευτικούς σκοπούς</i>	33,3%
<i>Εύρεση πληροφοριών για εξωτικούς προορισμούς</i>	45,6%
<i>Ανάγνωση διαδικτυακών περιοδικών τύπου</i>	49,4%
<i>Αναζήτηση δεδομένων για εξόρυξη γνώσης</i>	58,3%
<i>Ανταλλαγή εικόνων, mp3, μηνυμάτων</i>	63,2%
<i>Εύρεση δεδομένων για προϊόντα και υπηρεσίες</i>	81,4%

⁴ Eurostat, 2008, Στοιχεία Χρήσης Διαδικτυακών Υπηρεσιών



Σχήμα 2 - Οι κυριότεροι λόγοι πλοήγησης στο διαδίκτυο για τους Έλληνες για το έτος του 2008.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται αντίστοιχες έρευνες όσον αφορά στη χρήση του διαδικτύου στην επικοινωνία και την ψυχαγωγία. Όσον αφορά στην επικοινωνία, τα ποσοστά χρήσης του διαδικτύου είναι:

- Ø Αποστολή και λήψη ηλεκτρονικών μηνυμάτων 67,3%
- Ø Ανταλλαγή γραπτών μηνυμάτων σε πραγματικό χρόνο, (π.χ. MSN instant messaging) 34,7%
- Ø Διάβασμα ιστολογίων (weblogs, blogs) 25,6%
- Ø Πραγματοποίηση τηλεφωνημάτων μέσω διαδικτύου 21,6%

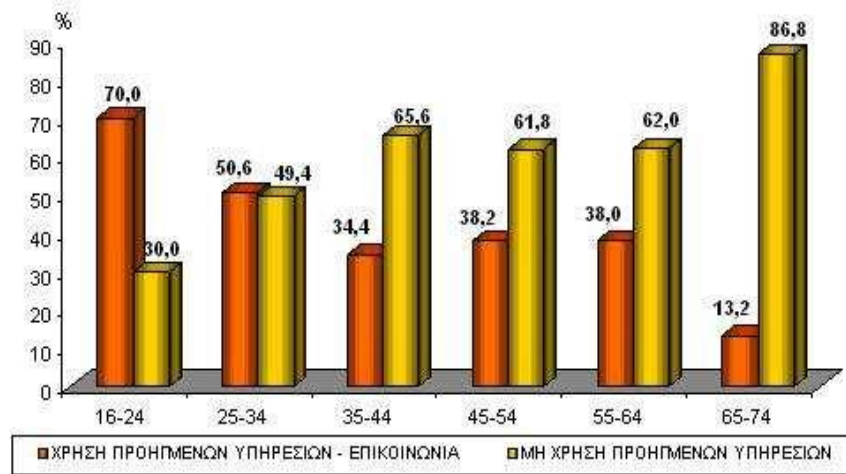
Όσον αφορά στην ψυχαγωγία, τα ποσοστά χρήσης του διαδικτύου είναι:

- Ø «Κατέβασμα» και ακρόαση μουσικής 46,4%
- Ø Ακρόαση web ραδιοφώνου / παρακολούθηση web τηλεόρασης 40,6%
- Ø «Κατέβασμα» και παρακολούθηση ταινιών 28,1%

Οι ηλικίες που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο στον ελλαδικό χώρο είναι οι εξής:

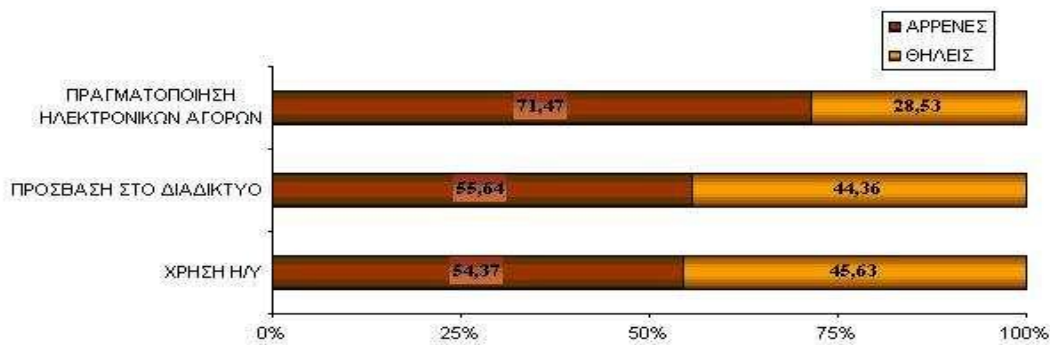
- Ø Για την ηλικιακή ομάδα 16 - 24 ετών, η λήψη και «διανομή» οπτικοακουστικού υλικού, δηλαδή μουσικής, ταινιών και παιχνιδιών, αποτελεί τον κυριότερο λόγο πλοήγησης.
- Ø Η ηλικιακή ομάδα 25 - 34 ετών είναι η πλέον εμφανιζόμενη σε όλες σχεδόν τις δραστηριότητες.
- Ø Για τις μεγαλύτερες ηλικίες, 35 - 64 ετών, η αναζήτηση πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες αποτελεί τον κυριότερο λόγο πλοήγησης.

Το παρακάτω γράφημα δείχνει κατά ηλικιακή ομάδα τη χρήση ή μη προηγμένων υπηρεσιών με σκοπό την επικοινωνία και την ψυχαγωγία:



Σχήμα 3 - Χρήση προηγμένων υπηρεσιών

Επίσης, τα ποσοστά των ανδρών που έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο και πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές είναι υψηλότερα από εκείνα των γυναικών, όπως παρουσιάζεται στο παρακάτω σχήμα:

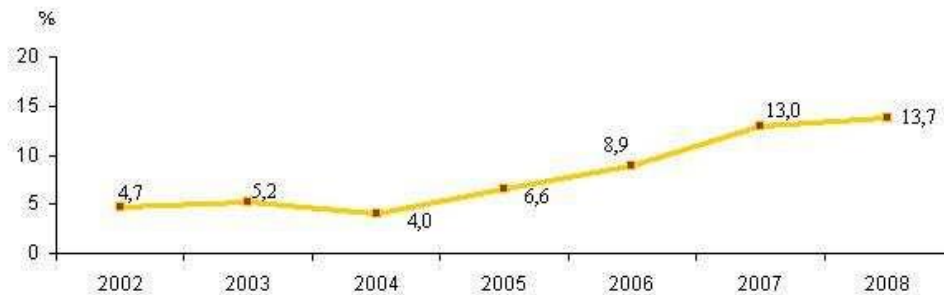


Σχήμα 4 - Πρόσβαση στο διαδίκτυο για ηλεκτρονικές αγορές κατά φύλο

Οι χρήστες διαδικτύου κατά το πρώτο τρίμηνο του έτους 2008, οι οποίοι προέβησαν σε διαδικτυακές αγορές, κατείχαν το ποσοστό του 13,7% οδηγώντας έτσι αύξηση κατά 5% σε σχέση με την περσινή χρονική περίοδο του 2007⁵. Το γράφημα που επακολουθεί απεικονίζει αυτή την τάση:

⁵ Eurostat, 2008, Στοιχεία Χρήσης Διαδικτυακών Υπηρεσιών

ΠΟΣΟΣΤΑ e- ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΓΙΑ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2008



Σχήμα 5 - Πρόσβαση σε υπηρεσίες μέσω Internet

Σύμφωνα με έρευνα από την Ευρωπαϊκή στατιστική υπηρεσία (EUROSTAT), προκύπτει ότι στη χώρα μας χρησιμοποιείται περισσότερο το διαδίκτυο για κοινωνική δικτύωση από χώρες της Ε.Ε., όπως η Ρουμανία και Βουλγαρία που ανήκουν στην ευρωζώνη, με ποσοστό 25% σε σχέση με το περσινό που ήταν 23%.

Για εύρεση στοιχείων από τις μηχανές αναζήτησης (Google, Yahoo, κ.λπ.), η χρήση του διαδικτύου ανέρχεται στο 36%, ενώ για τους Ευρωπαίους ανέρχεται στο ποσοστό του 57%⁶.

Επίσης, το 6% των Ελλήνων χρηστών κάνει χρήση του διαδικτύου για την πραγματοποίηση τηλεφωνικών κλήσεων. Η έρευνα έδειξε ακόμη ότι το 5% των Ελλήνων δημιουργεί δικά του διαδικτυακά sites, έναντι του 10% των Ευρωπαίων⁶.

Σύμφωνα με έρευνα της Eurostat, οι Έλληνες χρησιμοποιούν το διαδίκτυο σε ποσοστό 23%, ενώ το 4% έχει γρήγορη σύνδεση σε αυτό. Η χώρα μας έρχεται σχεδόν τελευταία στις χώρες ευρωζώνης στο θέμα χρήσης του διαδικτύου, όμως άτομα από 16-24 ετών έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο μια φορά την εβδομάδα με ποσοστό 47% για σκοπούς κοινωνικής δικτύωσης. Το 52% του Μ.Ο. των Ευρωπαίων έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο, με πρώτη την Ολλανδία με 80%, ακολουθεί η Δανία με 79%, ενώ στον αντίποδα βρίσκεται η χώρα μας με 23% και η Σλοβακία με 27%⁶.

Οι Ευρωπαίοι σε ποσοστό 32% έχουν γρήγορο Internet, με πρώτη την Ολλανδία με 66%, ενώ η χώρα μας φτάνει το 4%. Σε άτομα ηλικίας 25-54 ετών, το ποσοστό των Ελλήνων που κάνουν χρήση του διαδικτύου φτάνει το 27% και μεταξύ 55-74 ετών το 4%, ποσοστά από τα χειρότερα στην Ευρώπη. Το 2007 το ποσοστό των Ελλήνων που έκανε χρήση του διαδικτύου για κοινωνική δικτύωση ανέρχεται στο 7%, ενώ την αντίστοιχη χρονιά το ποσοστό της ευρωζώνης ανερχόταν στο 42%. Το πρώτο τρίμηνο του 2006 το ποσοστό για την Ελλάδα έφτανε το 4%, ενώ για τις χώρες της ευρωζώνης το 30%⁶.

Χρήση του email (ηλεκτρονικού ταχυδρομείου) στην Ελλάδα κάνει το 26% έναντι του 50% στην Ευρώπη. Επίσης, το 12% των Ελλήνων χρηστών χρησιμοποιεί

⁶ Eurostat, 2008, Στοιχεία Χρήσης Διαδικτυακών Υπηρεσιών

το διαδίκτυο για την εγκατάσταση προγραμμάτων και χρήση αυτών από τον υπολογιστή, κάτι που δεν ισχύει στην Ευρώπη η οποία κατέχει το 27%. Η χώρα μας υστερεί και στη συμμετοχή σε διαδικτυακές συζητήσεις (forums), με ποσοστό 11% έναντι των Ευρωπαίων που κατέχουν το 24%.

1.5 Το Μέλλον του Διαδικτύου ως προς τις υπηρεσίες διεξαγωγής τυχερών παιχνιδιών

Το 2020 θα υπάρχουν μερικά δισεκατομμύρια συσκευές, οι οποίες θα έχουν πρόσβαση στο πολύ φθηνό διαδίκτυο. Ο πρόεδρος του κέντρου τεχνολογικής πληροφορίας Louis Nudges προβλέπει τη δημιουργία κινητού διαδικτύου στο οποίο θα έχει πρόσβαση οποιοσδήποτε, με ταχύτητα 1 gigabyte/sec όταν βρίσκεται μέσα στο δίκτυο⁷.

Τα κινητά τηλέφωνα θα είναι επίσης ένα μέσο πρόσβασης στο διαδίκτυο για παροχή υπηρεσιών διεξαγωγής τυχερών παιχνιδιών. Οι κυβερνητικές παρεμβάσεις θα είναι περιορισμένες, καθώς οι επιχειρηματικές παρουσίες θα επηρεάζουν περισσότερο τη λειτουργικότητα του δικτύου. Η ψηφιακή διαίρεση και οι καθεστωτικές ρυθμίσεις δεν οδηγούν τόσο γρήγορα στην επιθυμητή διάσταση για το φανταστικό διαδίκτυο. Αποτελεί γεγονός πως η λειτουργικότητα θα εξαρτηθεί από την αντικατάσταση του ανταγωνισμού με την συνεργασία, ενώ ο Metcalf, ιδρυτής της 3com και του Ethernet, δηλώνει ότι το διαδίκτυο θα ξεπεράσει της προσωπικές επικοινωνίες το 2020⁸.

Τα εργαλεία ανάπτυξης εξυπηρετητών Παγκόσμιου Ιστού θα τείνουν όλο και περισσότερο στην παροχή δυνατοτήτων που θα ελκύουν τους χρήστες. Η διανομή του λογισμικού θα γίνεται όλο και περισσότερο μέσω του διαδικτύου με αποτέλεσμα να μειωθεί η χρησιμοποίηση CD-ROM και δισκετών και το video και audio streaming θα διαδοθεί ακόμα περισσότερο και η σύγκλιση της τηλεόρασης και υπολογιστή είναι πολύ κοντά. Θα αναπτυχθεί ιδιαίτερα η κοινωνική δικτύωση και η στρατηγική χρέωσης των υπηρεσιών του διαδικτύου αναμένεται να αλλάξει και να προσαρμοστεί στο είδος δεδομένων που διακινεί κάθε χρήστης.

Οι μελλοντικές ιστοσελίδες του web θα αποτελούνται από περισσότερο κείμενο και περιορισμένο γραφιστικό κομμάτι. Η παρουσία πολλών εφέ, ακόμα και στην παροχή υπηρεσιών διεξαγωγής τυχερών παιχνιδιών, θα είναι σημαντική. Αυτό γιατί ο χρήστης σε μια σελίδα θα ενδιαφέρεται για ειδήσεις που κυμαίνονται στο 75% (της ιστοσελίδας), ενώ οι πληροφορίες σε ένα έντυπο κυμαίνονται στο 30%.

Η σχεδίαση μιας σελίδας για τον επισκέπτη που ψάχνει για σχετικές πληροφορίες θα είναι περιττή, θα τον κερδίσει μόνο ένας ιστότοπος που θα περιέχει πολλές πληροφορίες και θα τις προσφέρει εύκολα και γρήγορα. Λιτότητα και κομψή σχεδίαση είναι το ζητούμενο για τους διαδικτυακούς χρήστες. Επίσης, εύκολες στα ανοίγματα από τους browsers σελίδες και ελεύθερες εφαρμογές θα είναι τα χαρακτηριστικά του διαδικτύου και των δημοσίων οργανισμών του μέλλοντος.

⁷ Κωνσταντίνου, Μ., (2000), Άρθρο “Διαφήμιση στο Ελληνικό ιντερνέτ - impressions ή χρονοχρέωση”, Περιοδικό e-market

⁸ Eurostat, 2008, Στοιχεία Χρήσης Διαδικτυακών Υπηρεσιών

Από την άλλη πλευρά, η Ευρωπαϊκή Ένωση πρέπει να προβεί σε άμεσα μέτρα ώστε να αποφευχθεί ο κίνδυνος για εξάντληση των διευθύνσεων IP. Στο διαδίκτυο απομένουν μόνον 700 εκατομμύρια διευθύνσεις, ενώ ο μέχρι τώρα αριθμός τους φτάνει τα 4,6 δισ. διευθύνσεις και ο αριθμός αυτός τείνει να μειωθεί έως το τέλος του 2011. Με τη χρήση του πρωτοκόλλου IP.v6 θα ξεπεραστεί το πρόβλημα, καθώς θα δοθεί η δυνατότητα απεριόριστων συνδέσεων και δημόσιων οργανισμών με σκοπό την κοινωνική δικτύωση των πολιτών.



Εικόνα 4: Οι νέες τεχνολογίες στην υπηρεσία του στοιχηματισμού

Κεφάλαιο 2: Εταιρείες Στοιχήματος - On-line και Off-line

2.1 Εταιρείες Στοιχήματος στην Ελλάδα on-line και off-line - Ανταγωνισμός με τον ΟΠΑΠ

Αποτελεί γεγονός πως εκδηλώθηκε δυσaráσκεια πολλών εταιρειών με τις προθέσεις της κυβέρνησης σχετικά με τις επιχειρήσεις στοιχήματος off-line και ήδη έχουν κινηθεί νομικά με σκοπό να λειτουργήσουν και στη χώρα μας μέσω πρακτορείων. Ο διευθυντής επικοινωνίας της επιχείρησης Stanley bet ανέφερε ότι είναι πιθανό στο κείμενο προς διαβούλευση να μην υπάρχουν σαφείς αναφορές για το off-line στοίχημα.

Αναφέρεται ότι η Ελλάδα μπορεί να ανοίξει τα σύνορά της σε εταιρείες στοιχηματισμού, αλλά δεν θέλει να ακολουθήσει τους κανόνες της αγοράς. Σε φήμες για επέκταση του μονοπωλίου του ΟΠΑΠ για ακόμα 10 χρόνια, αναφέρεται ότι απλά κάτι τέτοιο κυκλοφορεί ως φήμη και στη σφαίρα του υπέρ-ρεαλιστικού⁹.

Σχετικά με τον ΟΠΑΠ, η προηγούμενη διοίκηση είχε προσδώσει αξία στο on-line κομμάτι θέλοντας να εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες από αυτό. Προχώρησε σε συνομιλίες με τη Γαλλία, όπου ήδη η χώρα έχει προχωρήσει σε απελευθέρωση του συγκεκριμένου τομέα του διαδικτύου για τα τυχερά παιχνίδια θέλοντας να συμμαχήσει με άλλες εταιρείες σχετικά με το Internet.

Η Intralot από την άλλη ίδρυσε εταιρεία την Intralot Interactive θέλοντας να εκμεταλλευτεί όλες τις ευκαιρίες τόσο στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό. Στη συνέχεια, συνεργάστηκε με την Party Gaming που είναι από τις μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου τυχερών παιχνιδιών στο Internet. Η ίδια εταιρεία είναι εισηγμένη στο Χρηματιστήριο στο Λονδίνο με σκοπό να δημιουργήσει το Intralot Poker στην Ιταλία. Υπολογίζεται πως οι πωλήσεις στην Ιταλία απέφεραν περίπου 1.5 δισεκατομμύρια Ευρώ για το 2009¹⁰.



Επίσης, οι δύο εταιρείες έχουν συνεργαστεί για διερεύνηση ευκαιριών με σκοπό να παρέχουν υπηρεσίες on-line σε τυχερά παιχνίδια σε αγορές παγκοσμίως και φυσικά στην Ελλάδα με σκοπό τον ανταγωνισμό με τον ΟΠΑΠ. Επιπρόσθετα, η Intralot πρόσφατα έκανε επένδυση η οποία υπολογίζεται σε 9 εκατομμύρια Ευρώ, εξαγοράζοντας το 35% με προοπτική αύξησης σε 51% της εταιρείας Cyber Arts με έδρα στην Silicon Valley.

Είναι πρωτοφανές ότι η εταιρεία διαθέτει πλατφόρμα διαδικτυακών παιχνιδιών και αποτελεί ένα τεχνολογικό πάροχο αρκετών μεγάλων οργανισμών διαχείρισης τυχερών παιχνιδιών με σημαντική παρουσία στην ιταλική, γαλλική και στην αμερικάνικη αγορά. Από την άλλη να επισημανθεί ότι και η *Audiovisual* της οικογένειας Βαρδινογιάννη αφήνει το στίγμα της ως ένας δυνατός παίκτης στη συγκεκριμένη αγορά. Και οι δύο εταιρείες θα συμμετάσχουν μέσα από κοινοπραξία

⁹ ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010

¹⁰ Υπουργείο Πολιτισμού - Υφυπουργείο Αθλητισμού, Διεξαγωγή Τυχερών Παιχνιδιών στην Ελλάδα, 2010

με ποσοστό 50% η κάθε μία στο χώρο της διαδικτυακής ψυχαγωγίας μέχρι το τέλος του 2010¹¹.

Η δραστηριότητα της νέας αυτής εταιρείας θα είναι στο on-line gaming και μέσα από αυτό το νέο site θα παρέχει παιχνίδια όπως το καζίνο και το πόκερ. Μέσα στο πλάνο της επιχείρησης θα περιλαμβάνεται και μεγαλύτερη επέκταση δραστηριοτήτων σε άλλες χώρες της Ευρώπης, με προτεραιότητα στη Γαλλία όταν εγκριθούν νέες επενδύσεις.

Ανάμεσα σε άλλα, υπάρχει και μια δραστηριότητα της εταιρείας σε ρουμανική γλώσσα και αφορά στους διαδικτυακούς τόπους Sportingbet και Vistabet. Η δραστηριότητα του Sportingbet υπάρχει στα κροατικά και στα σλοβένικα. Οι εγχώριοι και οι ξένοι επιχειρηματικοί όμιλοι δίνουν συνεχώς μάχη για να αποκτήσουν όσο πιο μεγάλο μερίδιο μπορούν για το κομμάτι που ξεπερνάει τα 9 δισεκατομμύρια ευρώ στην ελληνική αγορά, η οποία βρίσκεται σε διαδικασία απελευθέρωσης¹².

Αξιοσημείωτο είναι ότι το 2009, ο τζίρος στα τυχερά παιχνίδια έφτασε στα 58.32 δισεκατομμύρια ευρώ και ο ΟΠΑΠ είχε το μεγαλύτερο κομμάτι με έσοδα της τάξης των 4.63 δισεκατομμυρίων Ευρώ. Ακολουθεί το καζίνο με τζίρο 2.9 δισεκατομμύρια ευρώ και με μικρότερους τζίρους έρχονται τα κρατικά λαχεία με 424 εκατομμύρια ευρώ και οι ιπποδρομίες με 350 εκατομμύρια Ευρώ. Το ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ είχε τζίρο 2.28 δισεκατομμύρια Ευρώ και ο ΟΠΑΠ είχε μικτό κέρδος 283 εκατομμύρια Ευρώ¹¹.

Με προμήθεια για τους πράκτορες 8% αν και οι ιδιωτικοί όμιλοι κατέχουν το καζίνο και οι Ιπποδρομίες είναι σε μια διαδικασία αποκρατικοποίησης, το μεγάλο στοίχημα ανήκει στο μονοπώλιο του ΟΠΑΠ μέχρι το 2010. Στα πλαίσια συμμόρφωσης που αφορά στην Ελλάδα από την Κομισιόν προκειμένου να συμμορφωθεί με τους ευρωπαϊκούς κανόνες για τη λειτουργία των εταιρειών στις τοπικές αγορές παιχνιδιών, η προθεσμία έληξε το 2010¹².

Όμως η γνώμη των αναλυτών δικαιώθηκε και η πίεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής δεν αποτελεί πια ρίσκο για τα μονοπωλιακά δικαιώματα του ΟΠΑΠ. Πιο συγκεκριμένα, η χρηματιστηριακή Marfin Egnatia αναφέρει ότι ακόμα και στην περίπτωση που οι υποθέσεις φτάνουν στο ανώτατο Ευρωπαϊκό Δικαστήριο, χρειάζονται μήνες ή και σε πολλές περιπτώσεις χρόνια προκειμένου να ληφθεί μια απόφαση. Πολλές φορές οι χώρες δεν λαμβάνουν σοβαρά τις αποφάσεις ή και κάποιες φορές δεν πληρώνουν τα πρόστιμα.

Η αναφορά της P&K Χρηματιστηριακής για παράδειγμα αναφέρει σχεδόν τα ίδια πράγματα και επιπρόσθετα ότι η ελληνική αγορά στοιχηματισμού θα απελευθερωθεί μετά από 3-5 χρόνια. Αλλά ακόμα και τότε ο ΟΠΑΠ θα υπερέχει για το λόγο ότι οι εταιρείες που θα αρχίσουν να δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα δεν θα έχουν την υποδομή για να ανταγωνιστούν τα 5.338 πρακτορεία του ΟΠΑΠ. Το μονοπώλιο του ΟΠΑΠ που κατέχει μέχρι το 2020 με πληρωμές 323 εκατομμύρια

¹¹ Υπουργείο Πολιτισμού - Υφυπουργείο Αθλητισμού, Διεξαγωγή Τυχερών Παιχνιδιών στην Ελλάδα, 2010

¹² ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010

Ευρώ δεν απειλείται και δεν αποκλείει το γεγονός να δοθούν άδειες τυχερών παιχνιδιών από την ελληνική κυβέρνηση¹³.

Μεγάλες εταιρείες στοιχηματισμού από το εξωτερικό, όπως η Stanleybet, William Hill, η αμερικάνικη Scientific Games, οι ιταλικές Gtech και Betshopitalia έχουν δείξει μεγάλο ενδιαφέρον για να εισχωρήσουν στην ελληνική αγορά στοιχήματος, η οποία εμφάνισε τζίρο 2.3 δισεκατομμυρίων ευρώ. Κανείς όμως δεν γνωρίζει πώς κινήθηκε η Intralot, η οποία πρόσφατα ανανέωσε τη συνεργασία της με τον ΟΠΑΠ. Η Gtech πριν από μερικούς μήνες είχε εκδηλώσει το ενδιαφέρον να αγοράσει την Intralot κάτι που όμως δεν επαληθεύτηκε ποτέ από τη διοίκηση της εταιρείας. Δύο ακόμα εταιρείες βρέθηκαν αντιμέτωπες σε διεκδίκηση διαγωνισμού¹³.

Μαζί με την Gtech ακόμα δυο εταιρείες ανταγωνίστηκαν για την προμήθεια, εγκατάσταση και συντήρηση του μηχανογραφικού εξοπλισμού των κέντρων και των τερματικών του ΟΠΑΠ με προϋπολογισμό μέχρι και 232 εκατομμύρια ευρώ. Άγονος χαρακτηρίστηκε ο συγκεκριμένος διαγωνισμός και έπειτα ακολούθησε νέα σύμβαση με την Intralot με διάρκεια 3 χρόνια. Ο ΟΠΑΠ και η INTRALOT ανακοίνωσαν ότι το έργο αυτό είχε κόστος 96.5 εκατομμύρια ευρώ πλέον ΦΠΑ και το ποσό αυτό θα αυξηθεί σημαντικά μέσω της παροχής υπηρεσιών συντήρησης, τεχνικής υποστήριξης και λειτουργίας στο σύνολο του εξοπλισμού.

Η Intralot ποτέ δεν σταμάτησε τη συνεργασία της με τον ΟΠΑΠ αλλά αντίθετα θα ασκήσει μια νέα ορτίον με την χορήγηση αδειών λειτουργίας μέχρι το 2016. Η Marfin Egnatia ανακοίνωσε ότι η ορτίον αυτή θα αναβαθμίσει τις προσδοκίες της Intralot σε έσοδα, αλλά είναι άγνωστο για το αν θα επηρεάσει και τα κέρδη της. Σύμφωνα με τα παραπάνω, τα περιθώρια EBITDA από την πώληση hardware και software αξίας 20 εκατομμυρίων Ευρώ μπορεί να κυμανθούν μέχρι και 20% - 25%¹⁴.

Είναι γεγονός ότι η Scientific Games είχε συμμάχους στην Ελλάδα τον Όμιλο Καπελούζου που κατέχει τη θυγατρική Damlot, τη "Mellon Technologies", την Unisystems που εξαγοράστηκε με την κατάλληλη διαδικασία από τον όμιλο Infoquest και τις γαλλικές Sagem και Lotsys. Η Gtech εξαγοράστηκε από την ιταλική Lottomatica με συμμετοχή της Infoquest και Singular. Η τελευταία εξαγοράστηκε από τον όμιλο GIT Holdings Marfin και του εφοπλιστή Φράγκου. Η κοινοπραξία της Intralot κέρδισε χωρίς να αγωνιστεί σε κοινοπραξία όπου συμμετείχαν η αμερικανική εταιρεία συμφερόντων IBM και η LogicDis¹³.

Η εταιρεία της Intralot έχει βλέψεις σε ανάληψη έργων στο εξωτερικό. Κύρια βλέψη της είναι η άδεια τυχερών παιχνιδιών στην Αυστραλία, η ανάληψη αποκλειστικής λειτουργίας της Εθνικής Λοταρίας της Νοτίου Αφρικής, η υπογραφή συμβολαίου με την εταιρεία Orglot που είναι ο επίσημος διοργανωτής της Ρωσικής Κρατικής Λοταρίας σε ολόκληρη τη Ρωσία. Επίσης, με την πολιτεία του Νοτίου Μεξικού για υλοποίηση έργου σχετικού με τη διαχείριση νέου συστήματος τυχερών παιχνιδιών λοταρίας¹⁴.

¹³ ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010

¹⁴ Υπουργείο Πολιτισμού - Υφυπουργείο Αθλητισμού, Διεξαγωγή Τυχερών Παιχνιδιών στην Ελλάδα, 2010

2.2 Διεθνείς διαδικτυακές επιχειρήσεις που λειτουργούν στην Ελλάδα on-line

Ακολούθως, αναφέρονται οι σημαντικότερες διεθνείς διαδικτυακές επιχειρήσεις που λειτουργούν στην Ελλάδα μέσω διαδικτύου με σχόλια για την κάθε επιχείρηση¹⁵.

- 10BET



Χάντικαπ αλλά και over / under ξεχωρίζουν τη 10Bet από τον ανταγωνισμό.

- 188BET



Η 188Bet ειδικεύεται σε live betting και ασιατικό χάντικαπ.

- 888 SPORT



Η 888Sport είναι μια νέα σχετικά εταιρεία που ξεκίνησε από το χώρο του καζίνο και πόκερ μέσω Internet.

- BET AT HOME



Η μεγάλη ποικιλία αγώνων, ειδικά στο τένις, είναι το βασικότερο ατού της bet-at-home.

- BET BEAST



Στη Bet Beast θα βρει κανείς μεγάλη ποικιλία αθλημάτων, τυχερών Παιχνιδιών και Καζίνο, υψηλά μπόνους και live betting.

¹⁵ ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010

- **BET24**



Στη BET24 θα βρείτε πλούσια γκάμα στοιχημάτων αλλά και Πόκερ, Καζίνο.

- **BET365**



Σε συνεχή ανοδική πορεία, η Bet365 προσφέροντας ποιοτικές υπηρεσίες και ψηλές αποδόσεις έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη των Ελλήνων παικτών.

- **BETCLICK**



Η Betclick είναι μια εταιρεία με έδρα το Λονδίνο και ευρεία πελατειακή βάση σε Γαλλία, Ιταλία και Ισπανία.

- **BETDAQ**



Η Betdaq είναι ανταλλακτήριο στοιχημάτων, κατά σειρά το δεύτερο μεγαλύτερο παγκοσμίως.

- **BETFAIR**



Η Betfair ανέτρεψε τα δεδομένα και με μια επαναστατική ιδέα είναι σήμερα το μεγαλύτερο ανταλλακτήριο στοιχημάτων στον κόσμο.

- **BETFRED**



Από το 1967, όταν τα αδέρφια Fred και Peter Done ίδρυσαν το πρώτο κατάστημα στο Salford της Αγγλίας, μέχρι σήμερα πολλά έχουν αλλάξει

- **BETOTO**



Η Betoto είναι η πρώτη στοιχηματική εταιρεία πλήρως προσαρμοσμένη στον Έλληνα χρήστη.

- **BETSAFE**



Η Betsafe λειτουργεί από το 2006 και σημειώνει επιτυχία στη Σκανδιναβική αγορά.

- **BETSSON**



Η Betsson είναι μια πολύ γνωστή Σκανδιναβική εταιρεία που προσφέρει παραδοσιακό στοίχημα αλλά και ανταλλακτήριο. Η Betsson ξεχωρίζει για το πολύ ποιοτικό της site.

- **BLUE SQUARE**



Η Blue Square είναι μεγάλη Αγγλική εταιρεία που χαρακτηρίζεται από απόλυτη αξιοπιστία.

- **BODOG**



Ένας όμιλος μεγάλων εταιρειών που δραστηριοποιούνται στο χώρο της ψηφιακής διασκέδασης.

- **BOYLESports**



Πρόκειται για το μεγαλύτερο γραφείο στοιχημάτων στην Ιρλανδία

- **BWIN**



Η Bwin είναι εταιρεία - ηγέτης, προσφέρει τεράστια ποικιλία αθλημάτων και στοιχημάτων που πολύ δύσκολα θα βρείτε αλλού.

- **CANBET**



Η Canbet λειτουργεί εδώ και αρκετά χρόνια και έχει χτίσει ένα πολύ καλό όνομα στο χώρο.

- **CENTREBET**



Κορυφαία εταιρεία από την Αυστραλία, η Centrebet προσφέρει εξαιρετικές υπηρεσίες.

- **EUROBET**



Η Eurobet ήταν μια από τις πρώτους bookmakers που λειτούργησαν στο Internet.

- **EXPEKT**



Η Expekt βρίσκεται σταθερά σε ανοδική πορεία λόγω της πολύ καλής της φήμης και των υψηλών της αποδόσεων.

- GAMEBOOKERS



Πρόκειται για μια πολύ δημοφιλή εταιρεία, ειδικά στους Έλληνες παίκτες. Η Gamebookers είναι από τους πρωτοπόρους στον online στοιχηματισμό.

- INTERTOPS



Με στόχο κυρίως την Αμερικανική ήπειρο, η Intertops είναι από τους παλιούς του χώρου, με καλή φήμη και αξιόλογες υπηρεσίες.

- INTERWETTEN



Εάν η ασφάλεια και η αξιοπιστία είναι πρώτα στη λίστα των πελατών, η Αυστριακή Interwetten αποτελεί κορυφαία λύση.

- LADBROKES



Η Ladbrokes είναι η μεγαλύτερη εταιρεία στοιχημάτων με τεράστια ιστορία. Το όνομα και η ιστορία της Ladbrokes είναι υπεράνω κάθε κριτικής.

- LIVEBET



Η LiveBet είναι μια εταιρεία για Έλληνες παίκτες και είναι μέλος του ομίλου Stan James.

- NORDICBET



Η Nordicbet δραστηριοποιείται στη Σκανδιναβία και τη Βαλτική.

- PADDYPOWER



Η Paddy Power είναι μια αξιόπιστη Ιρλανδική εταιρεία.

- PARTYBETS



Είναι το νεότερο μέλος της οικογένειας Party Gaming.

- PINNACLE



Στην Pinnacle θα βρείτε τις καλύτερες αποδόσεις. Ταυτόχρονα αποτελεί μια απόλυτα αξιόπιστη επιλογή.

- SPORTINGBET



Έχοντας χαρακτηριστεί ως η Νο1 εταιρεία στοιχημάτων στο Internet, η Sportingbet έχει ηγετικό ρόλο στη στοιχηματική αγορά.

- STAN JAMES



Η Stan James είναι μια παραδοσιακή και δημοφιλή Αγγλική εταιρεία, σοβαρή και απόλυτα αξιόπιστη.

- TITANBET



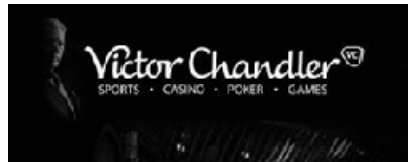
Η Titanbet αποτελεί το πιο πρόσφατο μέλος του ομίλου Titan, που περιλαμβάνει τα δημοφιλή Titan casino και Titan poker.

- UNIBET



Η Σουηδική Unibet έχει καταφέρει να δημιουργήσει μεγάλη αίσθηση στο χώρο με τις υψηλές της αποδόσεις.

- VICTOR CHANDLER



Η έδρα της βρίσκεται στο Λονδίνο αν και από το 2008 η ισχύουσα άδεια λειτουργίας είναι από το Γιβραλτάρ.

- VISTABET



Η Vistabet απευθύνεται στο Ελληνικό κοινό και έχει πολύ ισχυρή παρουσία στην Ελλάδα.

- WILLIAM HILL



Πασίγνωστη και παραδοσιακή Αγγλική εταιρεία, από τα πολύ κλασικά ονόματα του χώρου.

2.3 Διεθνείς διαδικτυακές επιχειρήσεις που λειτουργούν στην Ελλάδα online

2.3.1 BET-365

Η Bet365¹⁶ θεωρείται μία από τις κορυφαίες εταιρείες παιχνιδιών και στοιχήματος στην Αγγλία, είναι μέλος της Bet365 Group και η οποία ιδρύθηκε το 1974 και σήμερα απασχολεί περισσότερους από 800 εργαζόμενους, για την εξυπηρέτηση πάνω από 2.000.000 πελατών από 140 χώρες. Το μέγεθός της την κατατάσσει μέσα στην 20άδα των μεγαλύτερων ιδιωτικών εταιρειών στη Μεγάλη

¹⁶ Πηγή - Στοιχεία Εταιρείας Στοιχημάτων BET365

Βρετανία σε όλους τους κλάδους επιχειρηματικότητας. Υποστηρίζει 14 διαφορετικές γλώσσες, ανάμεσα τους και τα ελληνικά¹⁷.

Η Bet365 επιτρέπει τη χρήση κοινού λογαριασμού για το στοίχημα, το καζίνο και το πόκερ, υποστηρίζοντας 27 νομίσματα, ανάμεσα στα οποία είναι και το Ευρώ. Τα στοιχήματα μπορούν να γίνουν διαδικτυακά ή τηλεφωνικά. Η Bet365 επίσης στοχεύει στην ευκολία των χρηματικών συναλλαγών μέσω των εξής μεθόδων: αξιόπιστες πιστωτικές κάρτες όπως Visa, MasterCard, Eurocard κλπ., τις περισσότερες κάρτες αυτόματης χρέωσης στην Αγγλία, Ukash, Asia365, Stone-Pay, MoneyTT, Moneybookers, paysafecard, Western Union, EntroPay, Click2Pay, Fast Bank Transfer, Federal Express, Regular Mail Deposits, Bank Wire.

Η ανάληψη μπορεί να γίνει οποιαδήποτε στιγμή με κάποιους περιορισμούς ανάλογα με τη μέθοδο ανάληψης, που διαφέρουν από χώρα σε χώρα. Οι πιστωτικές κάρτες και οι τράπεζες χρεώνουν προμήθεια ενώ οι διαδικτυακές υπηρεσίες όπως Neteller, Moneybookers, και Click2Pay είναι δωρεάν.

Η υπηρεσία εξυπηρέτησης πελατών είναι διαθέσιμη όλο το 24ωρο καθημερινά. Η βοήθεια παρέχεται μέσω τηλεφώνου και χωρίς χρέωση για κλήσεις από Αγγλία, Βέλγιο, Καναδά, ζωντανού chat και e-mail. Η ιστοσελίδα της εταιρείας είναι απλή, με επαγγελματικό σχεδιασμό, διευκολύνοντας την ενημέρωση των πελατών για τους αγώνες και τις αποδόσεις. Η διαδικασία εγγραφής είναι αρκετά εύκολη, επιλέγοντας “Εγγραφή” και εισάγοντας τα προσωπικά στοιχεία και όνομα και κωδικό χρήστη. Τέλος, οι πληροφορίες που αποστέλλονται στους πελάτες είναι ιδιαίτερα χρήσιμες.

Το στοίχημα του Bet365 καλύπτει όλους τους διεθνείς αγώνες, όπως και τα μεγαλύτερα εγχώρια αθλητικά γεγονότα, από ποδόσφαιρο και μπάσκετ μέχρι μπίτζμπολ, τένις, χόκεϊ στον πάγο, ποδήλατο, ράγκμπι και πολλά άλλα. Το Bet365 έχει πολύ καλά μπόνους και προσφορές. Το μπόνους νέων μελών εξαρτάται από γεωγραφικούς παράγοντες, δηλαδή τη χώρα κάθε μέλους, αλλά και από τη χρονική περίοδο και το δωρεάν στοίχημα συχνά αλλάζει. Στην Ελλάδα παρέχεται μπόνους 100% επί της πρώτης κατάθεσης, μέχρι €100.

Για τους εγγεγραμμένους χρήστες, είναι διαθέσιμη η Bet365/As Premiership Acca Bonus με επιπλέον 5-60% επί των κερδών ανάλογα με τον αριθμό των στοιχημάτων. Η εταιρεία Bet365, αδειοδοτημένη από την Αγγλία, είναι μία από τις πιο ασφαλείς εταιρείες με 30 χρόνια λειτουργίας στο χώρο. Επίσης, η κρυπτογράφηση Thawte SSL που χρησιμοποιείται είναι ιδιαίτερα αξιόπιστη.

Στα αρνητικά της bet365 μπορούμε να συμπεριλάβουμε το γεγονός ότι συχνά η εταιρεία δεν έχει τις καλύτερες αποδόσεις, με εξαίρεση το ποδόσφαιρο όπου οι αποδόσεις κυμαίνονται σε αρκετά ικανοποιητικά επίπεδα. Ακόμα, η εταιρεία αποθαρρύνει τους υποππουσ συχνούς νικητές, περιορίζοντάς τους προκειμένου να μην αυξήσουν πολύ τα κέρδη τους. Γενικά στο στοίχημα θεωρούμε την bet365 ως μία από τις καλύτερες εταιρείες στοιχημάτων, ειδικά για το ποδόσφαιρο, ενώ με τον ίδιο λογαριασμό μπορούμε να παίξουμε και στα άλλα προϊόντα της εταιρείας που είναι επίσης πολύ καλά: το καζίνο της βασίζεται στην κορυφαία πλατφόρμα online casino,

¹⁷ Πηγή - Εταιρεία Στοιχημάτων BET365

την Playtech, και είναι στα ελληνικά, ενώ και τα παιχνίδια είναι πολύ διασκεδαστικά και το πόκερ είναι καλό.

2.3.2 Stanleybet

Τα δύο πρώτα πρακτορεία στοιχήματος, εκτός ΟΠΑΠ, άνοιξε στην Ελλάδα η Stanleybet¹⁸, στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη. Η Stanleybet είναι βρετανική εταιρεία και έχει πρακτορεία στοιχήματος σε όλη την Ευρώπη. Πρόσφατα αποφάσισε να δραστηριοποιηθεί και στην Ελλάδα, βασιζόμενη στις αποφάσεις του Δικαστηρίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (ΔΕΚ), το οποίο λέει πως δεν επιτρέπεται το μονοπώλιο σε καμία ιδιωτική επιχείρηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Σίγουρα, πρόκειται να υπάρξουν αντιδράσεις από τον ΟΠΑΠ που, σύμφωνα με νόμο του κράτους, έχει το μονοπώλιο στο στοίχημα μέχρι το 2021. Βέβαια, η Stanleybet στηρίζεται στις υποθέσεις Gambelli και Placanica, οι οποίοι είχαν πρακτορεία της εταιρείας στην Ιταλία όπου μέχρι πρότινος υπήρχε μονοπώλιο ανάλογο με αυτό του ΟΠΑΠ και αφού εκδιώχθηκαν από τα ιταλικά δικαστήρια, δικαιώθηκαν καταρχήν από το ευρωπαϊκό δικαστήριο και στη συνέχεια από το Ανώτατο Ιταλικό δικαστήριο¹⁸.

Στον ΟΠΑΠ υποστηρίζουν πως είναι τεράστιο το ρίσκο που παίρνει η Stanleybet, αφού θα έχει οικονομικές και νομικές κυρώσεις. Μάλιστα, οι άνθρωποι του ΟΠΑΠ υπενθυμίζουν πως κάτι ανάλογο συνέβη πριν λίγες μέρες στην Πορτογαλία και η απόφαση του Yves Bot, Γενικού Εισαγγελέα του Δικαστηρίου Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, ήταν υπέρ του αντίστοιχου ΟΠΑΠ της Πορτογαλίας. Έτσι, αν η γνωμοδότηση του εισαγγελέα γίνει δεκτή από το δικαστήριο, όλες οι εταιρείες που προσβάλλουν το μονοπώλιο που υπάρχει σε ορισμένα κράτη της ευρωπαϊκής ένωσης, θα κληθούν να πληρώσουν μεγάλα πρόστιμα και αποζημιώσεις.

Η Stanleybet έχει έδρα στο Λίβερπουλ της Αγγλίας και διαθέτει περίπου 1500 πρακτορεία στοιχήματος σε όλο τον κόσμο. Μάλιστα, έχει περισσότερους από 2.000 υπαλλήλους, ενώ ο κύκλος εργασιών της φτάνει τα 350.000.000 Ευρώ ετησίως. Η Stanleybet δεν λειτουργεί στο διαδίκτυο και δρα αποκλειστικά με επώνυμα πρακτορεία. Ειδικεύεται στο ποδοσφαιρικό στοίχημα, αλλά υπάρχουν και επιλογές από άλλα σπορ και γεγονότα¹⁸.

¹⁸ Πηγή - Εταιρεία Στοιχημάτων StanleyBet, 2010



Εικόνα 5: Στιγμιότυπο από τον ιστότοπο της Stanley bet.

Κεφάλαιο 3: Μάρκετινγκ και προώθηση υπηρεσιών στοιχηματισμού μέσω του Διαδικτύου

3.1 Νέα εποχή του Μάρκετινγκ

Στην εικόνα της «νέας οικονομίας», η «παλιά οικονομία» φαίνεται να παρακμάζει. Ο όρος «νέα οικονομία» δεν είναι τίποτε άλλο από ένας νέος τρόπος επικοινωνίας, συνεργασίας και επιχειρηματικής συναλλαγής ανάμεσα σε επιχειρήσεις, στο κράτος και σε πελάτες. Πλέον οι ηλεκτρονικές αγορές διαμορφώνουν τη νέα οικονομία και μπορούν να διαχωριστούν με πολλά κριτήρια. Σε αυτήν την περίπτωση διακρίνονται τα μοντέλα B2B, B2C, B2G.

Η δήλωση που είχε κάνει ο Warren McFerland, Πρύτανης του Πανεπιστημίου Harvard Business School ήταν πως σε 5 χρόνια απλά θα υπάρχουν οι επιχειρήσεις εκείνες που θα χρησιμοποιούν τους υπολογιστές ως βασικό εργαλείο του Μάρκετινγκ και εκείνες οι οποίες θα πρέπει να αντιμετωπίσουν τη χρεωκοπία. Είναι σαφές πως πλέον η τεχνολογία είναι ο πιο σημαντικός πόρος για τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος¹⁹.

Στις μέρες μας δημιουργούνται νέα δεδομένα που δεν είναι τίποτε άλλο από υπηρεσίες και προϊόντα λόγω της ύπαρξης και χρήσης των υπολογιστών και της νέας τεχνολογίας. Αυτό όμως που είναι πραγματικά αξιοπρόσεκτο είναι ότι το διαδίκτυο απέδωσε σε ολόκληρο το μίγμα Μάρκετινγκ και όχι μόνο στο κομμάτι της προβολής. Έτσι κατάφερε και μετέτρεψε ολόκληρη την παραδοσιακή αντίληψη που υπήρχε γύρω από τη διανομή, προώθηση, κλπ.²⁰ Οι λόγοι οι οποίοι επιπλέον βοήθησαν στην αλλαγή του Μάρκετινγκ είναι επίσης και οι αλλαγές στα πλαίσια της διεθνούς οικονομίας όπως η παγκοσμιοποίηση, η έννοια του χρόνου, η νέα τεχνολογία και οι προσδοκίες των πελατών. Τα πιο σημαντικά παραδείγματα που αντιπροσωπεύουν τα παραπάνω είναι τα εξής²⁰:

- *Ο μετασχηματισμός των επιχειρήσεων σε οργανωτικό επίπεδο*
- *Οι συνεχείς πληροφορίες της νέας τεχνολογίας και οι αλληλεπιδράσεις τους*
- *Η αυξανόμενη έμφαση στις πτυχές των υπηρεσιών*
- *Οι μετατοπίσεις στον έλεγχο σε συστήματα μάρκετινγκ*

Η νέα εικόνα των επιχειρήσεων φυσικά και εστιάζει στο να προσελκύσει όλο και περισσότερους πελάτες και να προσπαθήσουν να τους οργανώσουν αφού το μάρκετινγκ έχει αλλάξει κατά πολύ. Σύμφωνα με την θεωρία, κοστίζει 10 φορές πιο ακριβά να κερδίσεις και να δημιουργήσεις μια νέα σχέση με έναν πελάτη αλλά το κόστος σε επίπεδο αποδοτικότητας με έναν χαμένο σε ωφελεί κατά 16 φορές.

Φυσικά ο ρόλος της στρατηγικής αξίας για την εταιρεία όσο αφορά στους διατηρημένους πελάτες σε ώριμη αγορά είναι διαφορετικός. Η έμφαση που δίνεται στην προσέλκυση νέων πελατών είναι η ίδια και για τη διατήρηση των ήδη πελατών που υπάρχουν. Επομένως, είναι λογικό ότι οι επιχειρήσεις αποσκοπούν στο να απομακρύνουν τους ανταγωνιστές αλλά και στο να δαπανήσουν ότι χρειάζεται

¹⁹ Παπαδάκης, Β., (2002), "Στρατηγική των επιχειρήσεων", εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα

²⁰ Καζάζης Ν., (2000), "Αποτελεσματικό Μάρκετινγκ για κερδοφόρες πωλήσεις", εκδόσεις Σταμούλης

προκειμένου να καταφέρουν να αποκτήσουν νέους πελάτες. Μία διαφορετική προσέγγιση του μάρκετινγκ που ακολουθείται από πολλές επιχειρήσεις είναι αυτή της πλουραλιστικής προσέγγισης, σύμφωνα με την οποία το μάρκετινγκ ασκείται με την πραγματοποίηση μάρκετινγκ σχέσεων από κοινού με τις καθ' αυτού λειτουργίες του μάρκετινγκ.

Αξιόλογο παράδειγμα αποτελεί η παρατήρηση του Lindgreen, ο οποίος διαπίστωσε ότι οι οινοποιίες της Ν. Ζηλανδίας πλησίαζαν τους πελάτες τους με διαφορετικό τρόπο τον καθένα. Πρόσεχαν πολύ στο να υπάρχει χαμηλό κόστος σε μεγάλες παραγωγές κρασιού και στον αγώνα που έπρεπε να δώσουν για τους πελάτες τους. Και αυτό αποτελεί μια πλουραλιστική προσέγγιση στο μάρκετινγκ²¹.

3.2 *Ιστορική Εξέλιξη του Μάρκετινγκ*

Σύμφωνα με τα δεδομένα της αγοράς, μια επιχείρηση αναλαμβάνει να παράγει κάποιο προϊόν και να το διανέμει μέσω συγκεκριμένων διαύλων στους υποψήφιους πελάτες. Στη συνέχεια και σύμφωνα με το συνηθισμένο σύστημα μάρκετινγκ, ο πελάτης θα απευθυνθεί στο κατάστημα όπου θα βρει τα προϊόντα που θέλει και θα διαλέξει ότι χρειάζεται και αφού τα συγκεντρώσει θα πληρώσει γι' αυτή την αγορά.

Επίσης, ο παραγωγός φροντίζει να κάνει γνωστό το προϊόν του στους καταναλωτές μέσω της διαφήμισης και συγχρόνως το τιμολογεί τόσο ώστε να μεγιστοποιεί τα κέρδη του σύμφωνα και με τον ανταγωνισμό. Στην εποχή μας, όμως, με την εμφάνιση του E-Μάρκετινγκ όλες οι παραπάνω διαδικασίες έχουν αλλάξει ως προς το σκοπό. Δηλαδή ο καταναλωτής μέσω του διαδικτύου μπορεί να επισκεφτεί κάποιο ηλεκτρονικό κατάστημα και να ανακαλύψει όλα τα χαρακτηριστικά των προϊόντων που τον ενδιαφέρουν, την τιμή τους και να κάνει τη σύγκριση μεταξύ τους. Αργότερα να επιλέξει αυτά που τον ενδιαφέρουν και να πληρώσει με την πιστωτική του κάρτα έχοντας την απαραίτητη ασφάλεια και την υποστήριξη του e-mail του. Η προβολή που γίνεται από μια πληθώρα αντικειμένων είναι πολύ σημαντική. Θα μπορούσε κάποιος να πει ότι η νέα τεχνολογία μεταφέρει τις διεργασίες του μάρκετινγκ σε εικονικό επίπεδο²¹.

3.3 *Ορισμός του E-Μάρκετινγκ*

Ως ορισμός του e-marketing μπορεί να δοθεί η όλη χρήση του διαδικτύου και των ψηφιακών τεχνολογιών με στόχο την υποστήριξη ιδεών του μάρκετινγκ αλλά και την επίτευξη των στόχων του. Σε αυτές τις υπηρεσίες συμπεριλαμβάνεται και η χρήση των κινητών τηλεφώνων. Πρακτικά, λοιπόν, υπάρχει η χρήση κάποιας ιστοσελίδας της επιχείρησης σε συνδυασμό με on-line τεχνικές διαφήμισης, όπως τα banner adv. ή τα e-mail. Σύμφωνα με το Chartered Institute of Marketing, ο ορισμός του Marketing είναι ο εξής:

Οι διαδικασίες και η διαχείρισή τους με σκοπό την αναγνώριση, πρόβλεψη και ικανοποίηση των καταναλωτικών αναγκών όσο πιο αποδοτικότερα. Σύμφωνα λοιπόν

²¹ Καζάζης Ν., (2000), "Αποτελεσματικό Μάρκετινγκ για κερδοφόρες πωλήσεις", εκδόσεις Σταμούλης

με τον παραπάνω ορισμό, γίνεται επικέντρωση στον πελάτη αλλά και με συνεργασία και με άλλες λειτουργίες της επιχείρησης. Συγκεκριμένα οι Smith & Chaffev τονίζουν πως το διαδίκτυο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για στόχους όπως:

- Ø Αναγνώριση - στο να αναγνωριστούν οι ανάγκες του πελάτη,
- Ø Πρόβλεψη - Το διαδίκτυο παρέχει κανάλι στο οποίο οι πελάτες μπορούν να έχουν όσες πληροφορίες χρειάζονται προκειμένου να κάνουν τις αγορές τους,
- Ø Ικανοποίηση - Ο πελάτης μπορεί να κάνει με επιτυχία τις διαδικτυακές του αγορές, να χειριστεί με επιτυχία την ιστοσελίδα αλλά και ευχρηστιά, γεγονός που αποτελεί και παράγοντα επιτυχίας για το e-marketing.

Ο Kotler, γκουρού του μάρκετινγκ, παρατήρησε στο τελευταίο βιβλίο του ότι το επί 38 χρόνια ειδύλλιό του με το μάρκετινγκ ακόμα και μέχρι σήμερα του κεντρίζει το ενδιαφέρον. Η νέα διαδρομή που αρχίζει σε αυτό με την παρουσία του e-marketing πρέπει να ακολουθηθεί όσο πιο καλύτερα γίνεται. Οι καταναλωτές με το πλεονέκτημα των ηλεκτρονικών αγορών έχουν την δυνατότητα να καθίσουν στο σπίτι τους και να διαλέξουν τα αγαθά τους.

Όλα τα προβλήματα που αντιμετώπιζαν παλαιότερα όπως αυτό της στάθμευσης, του πλήθους ή της σειράς αναμονής ελέγχου δεν υπάρχουν πια. Πολύ απλά με το πάτημα ενός κουμπιού μπορεί να παραγγείλει ότι θέλει και από οποιοδήποτε σημείο του κόσμου. Η δύναμη του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι μεγάλη και μπορεί να βρίσκεται σε οποιοδήποτε site. Τέσσερις είναι οι βασικές μορφές χρήσης του διαδικτύου για την επιχείρηση²²:

- Ø *On line promotion*
- Ø *On line shopping*
- Ø *On line service*
- Ø *On line corporation*
- Ø *On line promotion* - Παρέχει κάποιο διαφημιστικό μήνυμα σε συγκεκριμένη αγοραστική ομάδα γρήγορα και οικονομικά.
- Ø *On line shopping* - Προϋποθέτει κατάλογο προϊόντων και κάποια ασφαλή συναλλαγή όσο αφορά στην παραγγελία και την πληρωμή για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες.
- Ø *On line service* - Αφορά στην παροχή υπηρεσιών μέσω διαδικτύου. Μπορεί να είναι δωρεάν ή να πρέπει να καταβληθεί κάποιο ποσό. Βασικό τους πλεονέκτημα είναι ότι οι συγκεκριμένες υπηρεσίες είναι δυνατόν να προσπελαστούν από παντού στον κόσμο.
- Ø *On line corporation* - Δεν είναι τίποτε άλλο από τις στρατηγικές εκείνες, οι οποίες επιτρέπουν σε χρήστες να έρχονται σε επαφή με άλλους χρήστες. Τα φόρουμ αποτελούν την πιο γνωστή μορφή αυτών των υπηρεσιών. Επίσης και τα δωμάτια επικοινωνίας. Στόχος του *on line corporation* είναι να μεταδώσουν μια ιδέα σε κάποια συγκεκριμένη ομάδα, η οποία δεν μπορεί να δημιουργηθεί από μια κλασική διαφήμιση. Είναι επίσης βασικό ότι μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μπορεί να γίνει και προώθηση κάποιων προϊόντων ή ακόμα και κάποιων υπηρεσιών. Αναπόσπαστο κομμάτι του μάρκετινγκ είναι και οι διαδικτυακές παρουσιάσεις και οι αρχές που απαιτούνται για κάτι τέτοιο είναι οι εξής:

²² Κόγκας, Δ., (2007), "Στρατηγικό Επιχειρησιακό Περιβάλλον-Στρατηγική Διοίκηση", έκδοση Γ. Μπένου, Αθήνα

- ✓ Διαλογικό
- ✓ Πληροφορικό
- ✓ Στιγμιαίο
- ✓ Μετρήσιμο
- ✓ Προσιτό
- ✓ Διαισθητικά περιηγήσιμο

Οι έξι (6) αυτές αρχές του e-marketing είναι σημαντικό να χρησιμοποιούνται και πρέπει να υπάρχει οργάνωση στο μοντέλο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Επίσης, θα πρέπει να ικανοποιούν τον πελάτη και τις απαιτήσεις του χρήστη όσον αφορά στις υπηρεσίες, τα προϊόντα και τις πληροφορίες. Φυσικά κάτι τέτοιο προϋποθέτει και την πλήρη κατανόηση των παραπάνω αναγκών του καταναλωτή.

Πέρα από την παραδοσιακή έρευνα αγοράς του μάρκετινγκ, το e-marketing βασίζεται και στα δεδομένα που παρέχει ο χρήστης. Δηλαδή στη χρησιμοποίηση των προσωπικών του δεδομένων για περαιτέρω επικοινωνία και για μια καλύτερη πελατειακή σχέση. Τα δεδομένα του χρήστη είναι πολύ χρήσιμα και πολύτιμα. Ένα καλό μοντέλο επιχειρησιακό και ένα καλό σύστημα αποθήκευσης δεδομένων θεωρούνται απαραίτητα εργαλεία.

3.4 Το Διαδίκτυο ως Ένα Αναπόσπαστο Κομμάτι του Μοντέρνου Marketing

Για τους παρακάτω λόγους, το διαδίκτυο μπορεί να θεωρηθεί αναπόσπαστο κομμάτι του marketing:

- Ø Καλύπτει πλήρως τις λειτουργίες της εταιρείας αλλά και τη διανομή των προϊόντων.
- Ø Αποτελεί τεράστιο μέσο επικοινωνίας με δυνατότητα ένωσης διαφορετικών κομματιών της επιχείρησης.
- Ø Δημιουργεί πιο εύκολη διαχείριση πληροφοριών που θεωρούνται αναπόσπαστα εργαλεία του μάρκετινγκ ως προς τη δημιουργία στρατηγικών.
- Ø Τα οράματα των επιχειρήσεων έχουν άμεση σχέση με την εξέλιξη του διαδικτύου. Οι πληροφορίες που θα δίνονται στις επιχειρήσεις θα είναι πολύ χρήσιμες σε σχέση με τους ανταγωνιστές τους. Πληροφορίες γύρω από τη βιομηχανία, την τεχνολογία, τους ανταγωνιστές και τους πελάτες αποτελούν σημαντικό παράγοντα σε σχεδιασμό στρατηγικών και υλοποίησής τους.

3.5 Οφέλη του Διαδικτύου στην προώθηση των Υπηρεσιών Ψυχαγωγίας

Οι διαφημιζόμενοι δημόσιοι και ιδιωτικοί οργανισμοί στο διαδίκτυο και συγκεκριμένα οι υπηρεσίες ψυχαγωγίας και διεξαγωγής τυχερών παιχνιδιών έχουν στη διάθεσή τους ένα εξ ολοκλήρου νέο εύρος δυνατοτήτων στόχευσης πολιτών με ανάγκες. Μπορούν να επικεντρωθούν σε χρήστες από συγκεκριμένες ομάδες πολιτών και γεωγραφικές περιοχές όπως επίσης ανάλογα με την ώρα της ημέρας, την πλατφόρμα του υπολογιστή και τον browser, να στοχεύσουν με βάση τις ιδιαίτερες προσωπικές προτιμήσεις και την πραγματική συμπεριφορά των ατόμων που επισκέπτονται τους διαδικτυακούς χώρους τους με σκοπό την αναζήτηση του

κέρδους μέσω της διεξαγωγής στοιχημάτων. Τα οφέλη του Διαδικτύου αναλύονται ως ακολούθως:

Ø Tracking

Οι υπεύθυνοι των δημοσίων και ιδιωτικών οργανισμών διεξαγωγής τυχερών παιχνιδιών έχουν τη δυνατότητα να εντοπίσουν τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες επικοινωνούν με τις υπηρεσίες τους και να μάθουν έτσι ενδιαφέροντα των ήδη υπαρχόντων αλλά και μελλοντικών χρηστών των υπηρεσιών αυτών. Για παράδειγμα, ένας οργανισμός διεξαγωγής στοιχημάτων μπορεί να εντοπίσει τις κινήσεις ενός χρήστη στο site του ανακαλύπτοντας αν αυτό που ενδιαφέρει περισσότερο τους χρήστες είναι οι πληροφορίες σχετικά με τη βοήθεια που χρειάζονται σε ένα βασικό τομέα διεξαγωγής τυχερών παιχνιδιών ή απλά επισκέπτονται το συγκεκριμένο site για να λάβουν κάποιες πληροφορίες.

Επιπλέον οι υπεύθυνοι των δημοσίων οργανισμών μπορούν να μετρήσουν την ανταπόκριση των χρηστών σε μια διαφήμιση παροχής υπηρεσιών διεξαγωγής τυχερών παιχνιδιών μέσα από τον αριθμό των φορών που αυτή έχει επιλεγθεί ή τον αριθμό των επιλογών που πραγματοποιήθηκαν, γεγονός πολύ δύσκολο στα πλαίσια της παραδοσιακής τηλεόρασης, του τύπου, καθώς και της υπαίθριας διαφήμισης παροχής διαφόρων ειδών κοινωνικής δικτύωσης.

Ø Deliverability & Flexibility

Στο διαδίκτυο η επικοινωνία και διαφήμιση για παροχή κοινωνικής δικτύωσης παραδίδεται σε πραγματικό χρόνο, 24 ώρες την ημέρα, 7 μέρες την εβδομάδα και 365 ημέρες το χρόνο. Η διαφημιστική καμπάνια κάθε υπηρεσίας διεξαγωγής τυχερών παιχνιδιών μπορεί να λανσαριστεί, να ανανεωθεί, ή να ακυρωθεί στη στιγμή. Ο διαφημιζόμενος (οργανισμός) μπορεί να παρακολουθεί την πρόοδο της διαφήμισης καθημερινά, που σημαίνει ότι είναι πάντα είναι ενημερωμένος για την ανταπόκριση της διαφήμισης στους χρήστες.

Ø Interactivity

Εάν μια καμπάνια παράγει πολύ χαμηλή ανταπόκριση την πρώτη εβδομάδα προβολής της στο site, αυτή μπορεί να αντικατασταθεί από τη δεύτερη κιόλας εβδομάδα. Εδώ επισημαίνεται μια σημαντική διαφορά από τον τύπο, όπου η διαφήμιση δεν μπορεί να αλλάξει παρά μόνο μέχρι την επόμενη έκδοση του εντύπου στο οποίο δημοσιεύτηκε, αλλά και στην περίπτωση της τηλεόρασης τα υψηλά κόστη για τη δημιουργία της διαφήμισης καταστούν τις συχνές αλλαγές απαγορευτικές.

Ø Διαφημίσεις Κειμένου

Η πλειοψηφία των καταναλωτών που σερφάρουν στο Διαδίκτυο δείχνει να «γυρίζει την πλάτη» στα διαφημιστικά βίντεο που προβάλλονται στο Internet, προτιμώντας τις πιο απλές μορφές διαδικτυακής διαφήμισης, όπως τα κείμενα, τα banners, κλπ. Όπως αποκαλύπτει έρευνα της εταιρείας *ipercceptions*, μόλις το 11% των καταναλωτών δείχνει ενδιαφέρον για τα διαφημιστικά βίντεο στο Internet. Αντιθέτως, η μεγάλη πλειοψηφία προτιμά τις διαφημίσεις κειμένου 25% και τα διαφημιστικά banners συνολικά 32%. Ακόμα περισσότερο, οι καταναλωτές ηλικίας

25-34 ετών δεν δείχνουν ιδιαίτερη προτίμηση στα διαφημιστικά βίντεο, τα οποία μοιάζουν να προτιμούνται από καταναλωτές κάτω των 25 ετών²³.

3.6 Λειτουργίες του E-Μάρκετινγκ

Εκτός από την αύξηση των πωλήσεων και της μείωσης του κόστους το e-marketing μπορεί να εκπληρώσει και τα εξής²⁴:

- Ø Ανάπτυξη προϊόντων
- Ø Εισαγωγή νέων προϊόντων, δοκιμή προϊόντων
- Ø Διαφοροποίηση προϊόντος
- Ø Σχεδιασμός προγράμματος marketing και διαφήμισης
- Ø Αναβάθμιση εικόνας τόσο της επιχείρησης όσο και του προϊόντος
- Ø Προσέλκυση προσοχής και ενδιαφέροντος της αγοραστικής πρόθεσης του πελάτη βασιζόμενη στην παρουσίαση των προϊόντων και των πλεονεκτημάτων τους
- Ø Υποστήριξη του πελάτη πριν την πώληση
- Ø Υποστήριξη του πελάτη μετά την πώληση
- Ø Έρευνα αγοράς, μέσω ερωτηματολογίων, διάθεσης καταναλωτών από το διαδίκτυο, έγκαιρη ενημέρωση
- Ø Τμηματοποίηση αγοράς, με τη χρήση δεδομένων της τρέχουσας συμπεριφοράς των καταναλωτών και χαρακτηρισμός στατιστικών μεθόδων για την αξία του κάθε ατόμου

Πολιτική προϊόντων:

Με βάση τις απαιτήσεις του καταναλωτή, την αλληλεπιδραστική επικοινωνία για την εισαγωγή νέων προϊόντων γίνεται και η ανάπτυξη των προϊόντων με:

- Ø Δυνατότητα ανάπτυξης επιχειρήσεων και ανάπτυξης επιχειρηματικής δραστηριότητας σε πολλούς κλάδους ταυτόχρονα
- Ø Αυξημένο ενδιαφέρον για πληροφορίες
- Ø Παρουσίαση προϊόντων και των χαρακτηριστικών τους σε ηλεκτρονική σελίδα
- Ø Υποστήριξη προϊόντων μετά την πώληση on-line

Πολιτική τιμών:

- Ø Δυνατότητα μείωσης τιμών λόγω συμπίεσης κόστους μεσαζόντων, διαμόρφωση τιμών ανάλογα με τις επιλογές των απαιτήσεων του πελάτη και ανάπτυξη διαφάνειας τιμών ανάμεσα σε διάφορες αγορές
- Ø Μέσω του διαδικτύου προβάλλονται οι τιμές καθώς και οι ειδικές προσφορές με οικονομικό τρόπο

²³ Κωνσταντίνου, Μ., (2000), Άρθρο “Διαφήμιση στο Ελληνικό ιντερνέτ - impressions ή χρονοχρέωση”, Περιοδικό e-market

²⁴ Κόγκας, Δ., (2007), “Στρατηγικό Επιχειρησιακό Περιβάλλον-Στρατηγική Διοίκηση”, έκδοση Γ. Μπένου, Αθήνα

Πολιτική προβολής:

- Ø Αμφίδρομη επικοινωνία
- Ø Καθοδήγηση από τον χρήστη αλλά και επιλογή
- Ø Τεχνικές προσέλκυσης και ωφέλειας
- Ø Παρακολούθηση διαδρομών του χρήστη και προσέλκυση του ενδιαφέροντός του
- Ø Ανάπτυξη ηλεκτρονικών σελίδων και ανανέωσή τους
- Ø Απόκτηση δείγματος (downloads, free download, demos)
- Ø Δυνατότητα μέτρησης αποτελεσματικότητας μηνυμάτων

Πολιτική διανομής:

- Ø Δυνατότητα για ορισμένα προϊόντα ηλεκτρονικής διάθεσης
- Ø Ανάπτυξη εταιρειών φυσικής μεταφοράς, διανομής, παράδοσης προϊόντων που υποκαθιστούν τους μεσάζοντες
- Ø Μάρκετινγκ που επικεντρώνεται σε διατήρηση πελατών και απόκτηση νέων, αλλά και δεδομένα που βοηθούν στην αξιολόγηση των πελατών

3.7 Αποδοτικές τακτικές στην Ελληνική και διεθνή Αγορά του Internet

3.7.1 Search Engines Marketing

Αφορά στη δόμηση ενός site web με τρόπο ο οποίος να δώσει τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα από τους αλγόριθμους των μηχανών αναζήτησης (μηχανές έρευνας). Το Google, που είναι μια μηχανή αναζήτησης, διαθέτει ένα λογισμικό αλγορίθμων το οποίο επιτρέπει σε συγκεκριμένες ιστοσελίδες να καταταχθούν σε συγκεκριμένες σελίδες αποτελεσμάτων ενός δικτυακού τόπου.

Παρόμοια στρατηγική εφαρμόζει και το yahoo!. Οι ιστοσελίδες που καταχωρούνται χρησιμοποιούν ειδικούς με σκοπό να εξετάσουν σε ποιες κατηγορίες αποτελεσμάτων ανήκουν και πόσο σχετικές είναι οι καταχωρημένες ιστοσελίδες. Οι surfers αντικαθιστούν τους αλγόριθμους των μηχανών αναζήτησης και με την σειρά τους ταξινομούν τα web sites σε θέματα και κατηγορίες.

Το στοιχείο που βασίζεται το Search Engine Optimization είναι ο αποκλειστικός σχεδιασμός ενός δικτυακού τόπου, ο οποίος ικανοποιεί τα κριτήρια των μηχανών αναζήτησης. Η προσεκτική και λεπτομερής διαχείριση του όγκου πληροφοριών, της συχνότητας των λέξεων κλπ. μπορούν να ικανοποιούν τα κριτήρια αξιολόγησης των μηχανών αναζήτησης. Σε αντίθετη περίπτωση τα links δεν το κάνουν με τόση επιτυχία.

Το Search Engine Marketing αποτελεί το διαδικτυακό μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί μηχανές αναζήτησης. Στην περίπτωση όπου κάποιος χρήστης μέσω μιας μηχανής αναζήτησης γενικού ενδιαφέροντος (Google) γράψει την συγκεκριμένη του αναζήτηση, η μηχανή αναζήτησης θα του αποκαλύψει και τις οργανικές καταχωρήσεις αλλά και τις πληρωμένες καταχωρήσεις. Σε αλγόριθμους των μηχανών αναζήτησης βασίζονται τα οργανικά αποτελέσματα (web sites) που είναι σχετικά με τους όρους αναζήτησης του ερευνητή.

Αντιθέτως, οι πληρωμένες καταχωρήσεις βασίζονται σε πληρωμένη καταχώρηση αυτών που διαφημίζονται, με αποτέλεσμα να εμφανίζονται στον επισκέπτη τα web sites τους. Search Engine Optimization είναι η βελτίωση της θέσης ενός δικτυακού στο οποίο εμφανίζεται ανάμεσα στα οργανικά αποτελέσματα. Επίσης, Paid Placement ονομάζεται η δημιουργία πληρωμένων καταχωρήσεων καθώς και η ταυτοποίησή τους. Περιλαμβάνει το Paid Inclusion και το Pay-Per Click. Η κάθε επιχείρηση θα πρέπει να σχεδιάζει την προώθησή της διαφορετικά αφού έχει και διαφορετικούς στόχους, εμπορικό κλάδο και δυνατότητες.

3.7.2 E-Mail Marketing

Χαρακτηρίζεται ως ένα από τα πιο σημαντικά και χρήσιμα εργαλεία του web marketing στις μέρες μας. Με τη σωστή χρήση και υποδομή το e-mail marketing μπορεί να αναπτυχθεί και να δώσει μετρήσιμα αποτελέσματα υψηλής αξιοπιστίας. Επίσης δίνει την δυνατότητα τμηματοποίησης της αγοράς που απευθύνεται και έχει μεγαλύτερη απόδοση σε σύγκριση με την ανάλογη επένδυση που υπάρχει στο πλαίσιο του web marketing plan.

Στοιχεία όπως η εμπειρία, ειδίκευση και σωστή τεχνολογία είναι απαραίτητα για να υπάρχει καλύτερη απόδοση του e-mail marketing. Αυτό που προσφέρουν στους πελάτες τους οι εταιρείες παροχής διαδικτυακού Marketing είναι νομικές προφυλάξεις, σχεδιασμό, διαχωρισμό και τμηματοποίηση αποδεκτών, εύρεση αποδεκτών, τεχνολογική υποδομή αποστολής e-mail, links για κάθε news letter, με σκοπό βέβαια να αναβαθμίσει αλλά και να δώσει μεγαλύτερη βοήθεια στους πελάτες της²⁵.

3.7.3 Web Advertising

Είναι πλέον γεγονός ότι η ανάπτυξη του Internet έχει δημιουργήσει μια διαφορετική αγορά και μια νέα αντίληψη γύρω από την επιχειρηματικότητα. Η δυνατότητα να μπορεί ο κάθε ένας από εμάς να χρησιμοποιεί και να αναζητά μέσω Internet ότι θέλει είναι πραγματικότητα. Η Ευρώπη και φυσικά και η Ελλάδα πλέον χρησιμοποιεί μια σειρά από αγαθά και υπηρεσίες μέσω Internet.

Πολλοί επιχειρηματίες καλούνται να γνωρίσουν αυτή την αγορά και να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες που τους δίνονται από αυτήν. Και φυσικά σε αυτό το πεδίο η διαφήμιση έχει κυρίαρχο ρόλο. Όλα τα προϊόντα χρειάζονται διαφήμιση, έτσι λοιπόν και στην περίπτωση του Internet η προβολή της κάθε ιστοσελίδας είναι απαραίτητη για τους καταναλωτές, οι οποίοι είτε από το σπίτι τους είτε από οπουδήποτε αλλού έχουν άμεση πρόσβαση σε ιστοσελίδες.

²⁵ Κόγκας, Δ., (2007), "Στρατηγικό Επιχειρησιακό Περιβάλλον-Στρατηγική Διοίκηση", έκδοση Γ. Μπένου, Αθήνα



Εικόνα 6: Οι άξονες που κινείται το e-marketing

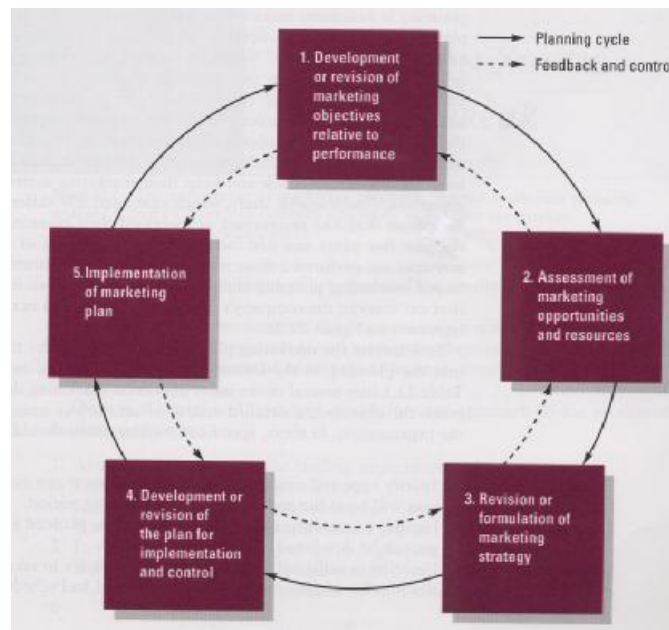
3.8 Πλάνο Μάρκετινγκ Εταιρειών Διεξαγωγής Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο

Ενώ πολλοί πιστεύουν ότι η διαδικασία Μάρκετινγκ είναι μια απλή διαδικασία για τις επιχειρήσεις, στην πραγματικότητα εμπεριέχει πολλές περισσότερες δραστηριότητες και αρχές. Ο κύριος πυρήνας του Μάρκετινγκ είναι η συναλλαγή. Μια συναλλαγή είναι η ανταλλαγή αξιών μεταξύ δύο μερών. Οι αξίες αυτές χρειάζεται να είναι σε αγαθά, υπηρεσίες ή χρήματα. Επίσης περιλαμβάνουν άλλες πηγές όπως χρόνο, ενέργεια και συναισθήματα. Σε αυτό το συγκεκριμένο σημείο, θα πρέπει να αναφερθεί ότι η Διαδικασία Μάρκετινγκ για τις επιχειρήσεις είναι μια συνεχής σειρά δράσεων και αντιδράσεων μεταξύ των πελατών και των εταιρειών, για να παράγουν το σωστό μείγμα Μάρκετινγκ το οποίο αποτελείται από το πλαίσιο των τεσσάρων (4) Ps:

- Ø *Product* (Προϊόν)
- Ø *Price* (Τιμή)
- Ø *Promotion* (προώθηση)
- Ø *Place* (Τόπος)

Θα πρέπει να σημειωθεί επίσης πως ο σχεδιασμός Μάρκετινγκ για τις επιχειρήσεις διεξαγωγής παιχνιδιών στοιχημάτων σε διαδικτυακή βάση μπορεί να χαρακτηριστεί ως μια διαδικασία, η οποία καθοδηγείται από τις σημερινές αποφάσεις των υπευθύνων μιας εταιρείας σχετικά με τον μέλλον της και τις επικείμενες οικονομικές αλλαγές. Για το λόγο αυτό, το πλάνο Μάρκετινγκ μπορεί να θεωρηθεί ως μια συστηματική διαδικασία η οποία εμπεριέχει ευκαιρίες Μάρκετινγκ και πηγές, καθορίζοντας τους σκοπούς της εταιρείας και αναπτύσσοντας ένα αξιόπιστο πλάνο για σωστό έλεγχο και εκπλήρωση των αποφάσεων. Μια διαδικασία πλάνου Μάρκετινγκ και το πως εξελίσσεται, φαίνεται παρακάτω²⁶.

Σχήμα 7 - Η Διαδικασία Πλάνου Μάρκετινγκ



Η διαδικασία πλάνου Μάρκετινγκ για τις επιχειρήσεις διεξαγωγής παιχνιδιών στοιχημάτων σε διαδικτυακή βάση είναι μια στρατηγική που χαρακτηρίζεται από συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα. Οι συνδυασμοί των πλάνων Μάρκετινγκ συμπεριλαμβάνουν ολόκληρο το πρόγραμμα Μάρκετινγκ μιας επιχείρησης. Με άλλα λόγια, το πλάνο Μάρκετινγκ αποτελεί ένα “ολόκληρο κείμενο”, το οποίο περιγράφει τι πρέπει να κάνει μια επιχείρηση σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Αυτό το “κείμενο” περιλαμβάνει τους στόχους και τις οδηγίες για να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι. Το πρόγραμμα και η διαχείριση του πλάνου Μάρκετινγκ για τις επιχειρήσεις διεξαγωγής παιχνιδιών στοιχημάτων σε διαδικτυακή βάση δεν είναι μια απλή διαδικασία. Είναι μια δημιουργική άσκηση η οποία βασίζεται στην εμπειρία και στη γνώση. Δεν σημαίνει βέβαια ότι αν κάποιος γνωρίζει καλά την λειτουργία των 4Ps και κάποιων εναλλακτικών στρατηγικών Μάρκετινγκ, είναι παράλληλα ικανός να επιλέξει και να εφαρμόσει αυτές τις στρατηγικές με σωστό τρόπο σε διαφορετικές διαδικασίες πλάνου Μάρκετινγκ. Ο σχεδιασμός, η εφαρμογή και ο έλεγχος όλων των στρατηγικών Μάρκετινγκ είναι μια διαδικασία πολύ καλής εμπειρίας και γνώσης στο σύνολο.

²⁶ Πηγή: Dibb S. et al. (1997) - Marketing: Concepts and Strategies

3.8.1 Μοντέλο SWOT Analysis

Ένας σημαντικός ρόλος του Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ για τις επιχειρήσεις διεξαγωγής παιχνιδιών στοιχημάτων σε διαδικτυακή βάση θεωρείται η διαφοροποίηση της εταιρείας από τους ανταγωνιστές της μέσω της κατάλληλης διοίκησης. Το μοντέλο της SWOT Ανάλυσης είναι ένα “εργαλείο” το οποίο βοηθά τις εταιρείες να επιτύχουν κάτι τέτοιο. Μεταξύ των πιο διαδεδομένων μεθόδων και εφαρμογών Μάρκετινγκ, το συγκεκριμένο μοντέλο έχει επιτύχει να είναι αρκετά διαδεδομένο και να εφαρμόζεται από ερευνητές και υπεύθυνους εταιρειών κατά τη διάρκεια των τελευταίων χρόνων.

Μπορεί επιπλέον να χρησιμοποιηθεί ως ένα χρήσιμο “εργαλείο” για μια σωστή κατανόηση βάσης δεδομένων και αποφάσεων για όλες τις περιπτώσεις που συμβαίνουν σε μια επιχείρηση. Το μοντέλο αυτό θέτει πολύ καθαρά τις *Δυνάμεις*, *Αδυναμίες*, *Ευκαιρίες* και *Απειλές* της επιχείρησης. Τα τέσσερα αυτά κεφάλαια του συγκεκριμένου μοντέλου παρέχουν ένα πολύ καλό πλαίσιο για αναθεώρηση της στρατηγικής μιας εταιρείας, τοποθέτησης και κατεύθυνσης, ή οποιασδήποτε άλλης πιθανής ιδέας ή σκέψης. Ως μοντέλο είναι απλό στην χρήση του. Η ανάλυση που διενεργείται μέσω αυτού του μοντέλου είναι ευρέως διαδεδομένη για το σχεδιασμό της εταιρείας διεξαγωγής παιχνιδιών στοιχημάτων σε διαδικτυακή βάση, στρατηγικό προσανατολισμό, προσδιορισμό του ανταγωνισμού, Μάρκετινγκ, ανάπτυξη εταιρείας και προϊόντων και για ερευνητικούς σκοπούς.

Η λειτουργία στρατηγικών Μάρκετινγκ που εφαρμόζουν οι υπεύθυνοι του συγκεκριμένου τμήματος σε μια επιχείρηση θα πρέπει να στηρίζεται στο μοντέλο SWOT Analysis. Σύμφωνα με τους Montana P. & Charnov B., (2005), κάθε μοντέλο “SWOT Analysis” θεωρείται ένα σημαντικό μέρος του στρατηγικού πλάνου Marketing της επιχείρησης καθώς και της ανάλυσης λειτουργίας αυτής σε οποιαδήποτε αγορά, αφού ο απώτερος σκοπός είναι να κατανείμει τις δραστηριότητες της σύμφωνα με τις παρούσες και τις μελλοντικές ανάγκες της αγοράς όπου εκείνη δραστηριοποιείται.

Το μοντέλο αυτό μπορεί να εξετάσει ξεκάθαρα τους ακόλουθους τέσσερις παράγοντες και οι οποίοι επηρεάζουν άμεσα τη λειτουργία της επιχείρησης διεξαγωγής παιχνιδιών στοιχημάτων σε διαδικτυακή βάση στον συγκεκριμένο τομέα. Οι τέσσερις αυτοί παράγοντες έχουν ως ακολούθως:

- Ø *Δυνάμεις (Strengths)*
- Ø *Αδυναμίες (Weaknesses)*
- Ø *Ευκαιρίες (Opportunities)*
- Ø *Απειλές (Threats)*

Επιπλέον, μια τέτοιου είδους ανάλυση μπορεί να πληροφορήσει τους υπευθύνους μιας εταιρείας διεξαγωγής παιχνιδιών στοιχημάτων σε διαδικτυακή βάση για το τι είναι καλό και τι κακό για την επιχείρηση και ο σκοπός είναι να βελτιώσει την κίνηση αυτή, μεταφράζοντας τις αρχές του ως ακολούθως:

- Ø *Διατήρηση, χτίσιμο και ισχύς*
- Ø *Προτεραιότητες και βελτιστοποίηση*
- Ø *Αντιμετώπιση προβλημάτων ή έξοδος*
- Ø *Τρόποι αντεπίθεσης*

3.8.2 Το μοντέλο PEST ανάλυσης

Σύμφωνα με τους Μπουραντά Δ., Παπαλεξανδρή Ν., (1998), είναι πολύ χρήσιμο να κατηγοριοποιηθούν διαφορετικοί περιβαλλοντικοί παράγοντες κάτω από την ανάλυση PEST. Το PEST αναφέρεται σε πολιτικούς, οικονομικούς, τεχνολογικούς και κοινωνικο-πολιτιστικούς παράγοντες, οι οποίοι επηρεάζουν την επιχείρηση, τη στρατηγική της, τη δομή της και τα μέσα παραγωγής. Επιπλέον, είναι μια χρήσιμη μεταφορά για να διαχωριστούν τα διαφορετικά κομμάτια της επιχείρησης τα οποία λειτουργούν και ως ερέθισμα για αλλαγή²⁷. Γενικά η ανάλυση PEST είναι ο πιο κατάλληλος τρόπος για να γίνει κατανοητό πώς το περιβάλλον επηρεάζει την επιχείρηση.

Πολλές είναι οι επιχειρήσεις διεξαγωγής παιχνιδιών στοιχημάτων σε διαδικτυακή βάση, οι οποίες χρησιμοποιούν καθημερινά το μοντέλο αυτό προκειμένου να εντοπίσουν την πορεία της αγοράς εντός της οποίας λειτουργούν και δραστηριοποιούνται αλλά και το πώς τελικά εκείνη επηρεάζει την επιχείρησή τους. Τα τέσσερα γράμματα της λέξης PEST αναφέρονται στις λέξεις *Political*, *Economic*, *Social* και *Technology*. Τις περισσότερες φορές, ένα μοντέλο PEST συνυπάρχει μαζί με εκείνο του SWOT Analysis.

Το συγκεκριμένο μοντέλο ανάλυσης είναι ένα χρήσιμο “εργαλείο” που αποσκοπεί στην ανάπτυξη ή μείωση της αγοράς, τις προσδοκίες και την κατεύθυνση της επιχείρησης. Το μοντέλο PEST Ανάλυσης είναι ένα ακρωνύμιο για πολιτικούς, οικονομικούς, κοινωνικούς και τεχνολογικούς παράγοντες που χρησιμοποιούνται για να εκτιμήσουν τις συνθήκες της αγοράς για μια επιχείρηση ή μονάδα οργανισμού διεξαγωγής παιχνιδιών στοιχημάτων σε διαδικτυακή βάση.

Αυτό το είδος ανάλυσης χρησιμοποιείται επίσης με σκοπό την αναθεώρηση της στρατηγικής, της θέσης και της κατεύθυνσης της εταιρείας ή μιας ιδέας. Οι ερευνητές χρησιμοποιούν επίσης το μοντέλο της PEST Ανάλυσης για επιχειρησιακό ή στρατηγικό σχεδιασμό, ανάπτυξη επιχειρήσεων και προϊόντων και ερευνητικές αναφορές.

P - Political / Legal (Πολιτικοί παράγοντες)

E - Economic (Οικονομικοί παράγοντες)

S - Social (Κοινωνικοί παράγοντες)

T - Technological (Τεχνολογικοί παράγοντες)

²⁷ Παπαδάκης, Β., (2002), “Στρατηγική των επιχειρήσεων”, εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα



Εικόνα 7: Στρατηγική και Μάρκετινγκ

3.9 Το Πλάνο Μάρκετινγκ του ΟΠΑΠ

Από το έτος 2000 και έπειτα, η επιχείρηση του ΟΠΑΠ Α.Ε. εφαρμόζει ένα πλάνο Μάρκετινγκ το οποίο ουσιαστικά καταρτίζεται μέσω των συστημάτων ανάλυσης PEST και SWOT, λαμβάνοντας πολύ σοβαρά υπ' όψιν τις συνθήκες που επικρατούν στην Ελληνική και Ευρωπαϊκή αγορά αλλά και τα προϊόντα του ανταγωνισμού εντός αυτής σχετικά με την διεξαγωγή διαδικτυακών στοιχημάτων.

Πριν όμως οι υπεύθυνοι του ΟΠΑΠ Α.Ε. προχωρήσουν στο σχεδιασμό και κατάρτιση του συγκεκριμένου πλάνου, είναι αναγκαίο να ορίσουν τις τάσεις της αγοράς και να προσδιορίσουν το πλαίσιο στο οποίο αποσκοπούν να κινηθούν για τις συγκεκριμένες υπηρεσίες. Κάτι τέτοιο είναι αναγκαίο να γίνει, αφού η εταιρεία για να μπορέσει να αντεπεξέλθει στις συνθήκες της αγοράς θα πρέπει να δαπανήσει αρκετά χιλιάδες ευρώ κάθε χρόνο.

3.9.1 Σύστημα PEST Analysis

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενη ενότητα, το μοντέλο ανάλυσης PEST χρησιμοποιείται ως ένα βήμα πριν από εκείνο της ανάλυσης SWOT. Με την ίδια λογική και οι άνθρωποι της ΟΠΑΠ Α.Ε. χρησιμοποιούν το σύστημα αυτό για να καλύψουν κάποιους πρόσθετους παράγοντες λειτουργίας μέσα στους κύριους τομείς της αγοράς των διαδικτυακών στοιχημάτων. Επίσης μπορούν να βοηθηθούν από το συγκεκριμένο σύστημα και να θέσουν κάποιους στρατηγικούς συσχετισμούς,

επηρεάζοντας την όλη διεργασία των τεσσάρων βασικών παραγόντων που συναντά κάποιος στο μοντέλο της ανάλυσης SWOT.

Κάτι τέτοιο έχει ως αποτέλεσμα, να είναι σε θέση οι υπεύθυνοι της ΟΠΑΠ Α.Ε. να μετρήσουν τις τάσεις της αγοράς σχετικά με τα συγκεκριμένα αγαθά που παράγουν και να προσδιορίσουν την υπάρχουσα κατάσταση. Μέσω αυτής μπορούν επιπλέον να προβλέψουν αν η επιχείρηση θα μπορέσει να αναπτυχθεί ή να μειωθούν οι πωλήσεις της στις συγκεκριμένες υπηρεσίες που θέλει να προωθήσει στην αγορά.

Συνεπώς το συγκεκριμένο σύστημα βοηθά τους υπευθύνους όλων των τμημάτων στην ΟΠΑΠ Α.Ε. να σκέφτονται σωστά και συγχρόνως να κάνουν σωστή εκτίμηση των κινήσεων που πρέπει να προβούν. Είναι λοιπόν κατανοητό πως οι υπεύθυνοι αλλά και οι εργαζόμενοι στην ΟΠΑΠ Α.Ε. μπορούν να λάβουν τις σωστές αποφάσεις και να κατανοήσουν καλύτερα το ρόλο του καθενός αλλά και πως όλοι μαζί θα πρέπει να συνεργαστούν για την καλύτερη ανάπτυξη της εταιρείας στο συγκεκριμένο τομέα μέσω της σωστής προώθησης των σχετικών υπηρεσιών.

Οι οικονομικές συνθήκες στην Ελλάδα αλλά και την Ευρώπη επηρεάζουν σημαντικά τη ζήτηση για τη συγκεκριμένη υπηρεσία. Οι άνθρωποι της επιχείρησης της ΟΠΑΠ Α.Ε. γνωρίζουν αυτό το γεγονός και προσπαθούν πλέον να διατηρούν λογικές τιμές στο προϊόν που «παράγουν» με απώτερο σκοπό να έχουν αυξημένη ζήτηση. Κάτι τέτοιο θα μεγαλώσει τα κέρδη τους και θα τους οδηγήσει στην ανάπτυξη και τις περαιτέρω επενδύσεις εντός της Ελληνικής και Ευρωπαϊκής αγοράς. Διαφορετικά, σε αντίθετη κατάσταση το όλο πλάνο του Μάρκετινγκ που έχει καταστρώσει η εταιρεία μέσω της Διοίκησης της, δεν θα ευοδωθεί. Είναι επιπλέον πιθανό οι οικονομικές συνθήκες να επηρεαστούν από πολιτικές και κυβερνητικές πολιτικές.

Τέλος, μέσω της εφαρμογής του συγκεκριμένου μοντέλου, οι υπεύθυνοι της εταιρείας προσπαθούν να λαμβάνουν σοβαρά υπ' όψιν τους τις κοινωνικές συνθήκες. Οποιαδήποτε αλλαγή μπορεί να προκύψει σε αυτές, αυτομάτως μπορεί να μεταβάλει την κατάσταση των πωλήσεων, στο συγκεκριμένο αλλά και σε άλλες υπηρεσίες που φυσικά δεν θεωρούνται πρώτης ανάγκης. Παρακάτω αναφέρονται οι παράγοντες εκείνοι του μοντέλου P.E.S.T., οι οποίοι θα πρέπει να ληφθούν υπ' όψιν από τον υπεύθυνο Μάρκετινγκ της εταιρείας ΟΠΑΠ Α.Ε. στη συγκεκριμένη αγορά όπου θα προωθηθεί προς πώληση η υπηρεσία των διαδικτυακών στοιχημάτων.

Πολιτικό Περιβάλλον



Ο ΟΠΑΠ Α.Ε. προωθεί κυρίως το προϊόν της στη μεγαλύτερη πόλη της Ελλάδας. Η Ελλάδα χαρακτηρίζεται από πολιτική σταθερότητα και το πολιτικό της σύστημα είναι αυτό της προεδρευόμενης δημοκρατίας. Η νομοθετική εξουσία ανήκει στην Βουλή των Ελλήνων και η δικαστική ασκείται από το Ανώτατο Δικαστήριο (Άρειο Πάγο) της χώρας και τα επιμέρους δικαστήρια. Οι συνθήκες αυτές δημιουργούν ένα περιβάλλον ευνοϊκό στις επενδύσεις και στην επιχειρηματικότητα καθώς και στην προώθηση αγαθών τα

οποία προορίζονται για επαγγελματική χρήση και διασκέδαση από νέους ανθρώπους.

Οικονομικό Περιβάλλον



Η οικονομία της Ελλάδας θεωρείται μια ανεπτυγμένη καπιταλιστική οικονομία με χαμηλά επίπεδα πληθωρισμού και ανεργίας, υψηλό κατά κεφαλή ΑΕΠ, σημαντικές εισαγωγές πρώτων υλών και διαφόρων αγαθών όπως τα ποτά, αλλά και ανεπτυγμένο δευτερογενή και τριτογενή τομέα παραγωγής. Αν και τον τελευταίο χρόνο η οικονομία της Ελλάδας έχει κλονιστεί από την κρίση των δανείων σε παγκόσμια βάση και την κατακόρυφη πτώση του ευρώ έναντι του δολαρίου, εντούτοις θα μπορούσε κανείς να πει ότι η διεξαγωγή τυχερών παιχνιδιών δεν έχει μειωθεί αντίστοιχα.

Κοινωνικό Περιβάλλον



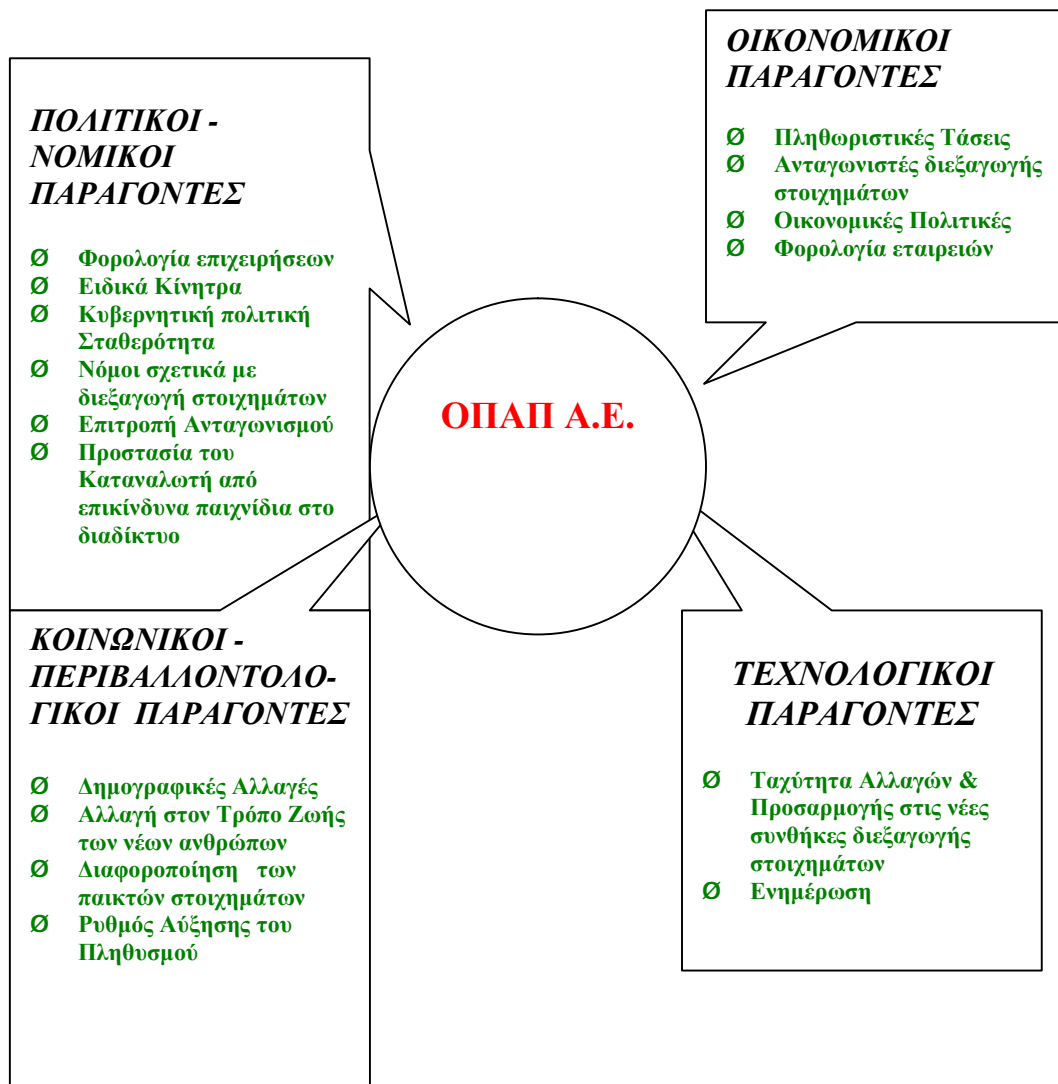
Η Ελλάδα αποτελεί ένα ομοιογενές κοινωνικό περιβάλλον αποτελούμενο από Έλληνες πολίτες, Ευρωπαίους και κάποιους μετανάστες από τις χώρες της Αλβανίας, της Ρουμανίας, της Βουλγαρίας και τις αραβικές χώρες. Στην Ελλάδα συνυπάρχουν πολλές κουλτούρες με κυρίαρχη αυτή του ελληνικού πολιτισμού και του χριστιανισμού, ποικιλία εθίμων και παραδόσεων. Επίσημη γλώσσα είναι η Ελληνική. Λόγω της σταθερότητας που προσφέρεται στην συγκεκριμένη κοινωνία, οι υπεύθυνοι του ΟΠΑΠ Α.Ε. έχουν την ευκαιρία να προωθήσουν αποτελεσματικά τις συγκεκριμένες υπηρεσίες καθώς και να απευθυνθούν σε μια μεγαλύτερη μερίδα πελατών. Βέβαια οι μερίδες εκείνες των πελατών, αποτελούνται κατά 80% από Έλληνες πολίτες, 10% από Ευρωπαίους μετανάστες και 10% από μετανάστες τρίτων χωρών.

Τεχνολογικό Περιβάλλον



Η Ελλάδα διακρίνεται για το επίπεδο ανάπτυξης της τεχνολογίας της σε όλους τους τομείς όπως ιατρική, βιομηχανία, τηλεπικοινωνίες κλπ. Επίσης υπάρχουν ανεπτυγμένες υποδομές τηλεπικοινωνιών όπως τηλεφωνία, και διαδίκτυο, υποδομές μεταφορών όπως δρόμοι, αεροδρόμια, λιμάνια και σιδηρόδρομοι, υποδομές υγείας όπως κλινικές και νοσοκομεία, κ.ο.κ. Στο παρακάτω σχήμα, απεικονίζονται οι τομείς που μπορούν να επηρεάσουν τη λειτουργία του ΟΠΑΠ Α.Ε. και σχετικά με τη διεξαγωγή διαδικτυακών στοιχημάτων σε κάθε ένα παράγοντα από

τους παρακάτω παράγοντες.



Σχήμα 8 - Οι τομείς που επηρεάζουν τον ΟΠΑΠ

Κεφάλαιο 4: ΟΠΑΠ - Παιχνίδια στοιχηματισμού, ποσά που «ποντάρουνται»

4.1 Η Λειτουργία του ΟΠΑΠ στην Ελλάδα

Τα τυχερά παιχνίδια έκαναν την εμφάνισή τους στην Ελλάδα το 2000 από την ΟΠΑΠ Α.Ε. με τεράστια επιτυχία. Ήδη τα παιχνίδια αυτά παίζονται σε πολλές χώρες του κόσμου με επιτυχία, με αρχή στην Αγγλία από την αρχή του αιώνα όπου και επεκτάθηκαν από το 1986 και στις υπόλοιπες χώρες όπως η Σουηδία, η Δανία, η Νορβηγία, η Ολλανδία, ο Καναδάς και άλλες. Οι προϋποθέσεις για τη δημιουργία και διοργάνωση των τυχερών παιχνιδιών έγινε με την ψήφιση του Νόμου 2433/96 από τη Βουλή των Ελλήνων. Ο ΟΠΑΠ ανέλαβε αποκλειστικά την ευθύνη για τη διεξαγωγή τους. Το ίδιο ισχύει και για το ΠΡΟΠΟ ΓΚΟΛ, το ΤΖΟΚΕΡ, το ΠΡΟΠΟ, το SUPER 3, το EXTRA5 και το ΚΙΝΟ²⁸.



Εικόνα 8: Τα παιχνίδια που διαθέτει αποκλειστικά ο ΟΠΑΠ

Οι εισπράξεις και τα έσοδα του ΟΠΑΠ αυξήθηκαν θεαματικά με την εφαρμογή αυτών των παιχνιδιών. Η απάντηση της πολιτείας για την παραχώρηση του δικαιώματος διαχείρισης τυχερών παιχνιδιών βάσει νόμου ήταν η εξής:

- Ø Στη μεγάλη εκροή συναλλάγματος, απέναντι στις ξένες έδρες εταιρειών που διακινούν παράνομα στη χώρα μας τα παιχνίδια
- Ø Στη φοροδιαφυγή, στην παρανομία και τον παράνομο πλουτισμό με μη είσπραξη φόρων από τα κέρδη των εταιρειών στους παίκτες
- Ø Στη μείωση εσόδων του κράτους από τα παιχνίδια που διαχειρίζεται ο ΟΠΑΠ

²⁸ ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010

Στον ίδιο νόμο αναφέρεται πως τιμωρείται με ποινή φυλάκισης αλλά και με χρηματική ποινή οποιοσδήποτε διενεργεί η συμμετέχει, προωθεί ή διαφημίζει το παράνομο στοιχήμα. Οι διωκτικές αρχές του Υπουργείου Εσωτερικών και οικονομικών έχουν την ευθύνη για τη δίωξη όσων εμπλέκονται στα παράνομα στοιχήματα και σε φοροδιαφυγή. Ο ΟΠΑΠ σύμφωνα με το καταστατικό του και την Πολιτική Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, λειτουργεί για χάρη του δημοσίου συμφέροντος και ένα μέρος των κερδών του το διαθέτει για την υποστήριξη αθλητικών δραστηριοτήτων και πολιτισμικών²⁹.



4.2 Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων

Από την αρχαιότητα ήταν γνωστά τα παιχνίδια στοιχημάτων με διάφορες μορφές. Οι προσπάθειες των ανθρώπων να «παιξουν» με τις πιθανότητες μετεξελίχθηκαν από ψυχαγωγικές σε κερδοσκοπικές. Στις μέρες μας τα παιχνίδια στοιχημάτων κατέχουν ένα σημαντικό και μεγάλο ποσοστό στην αγορά των τυχερών παιχνιδιών σε ολόκληρο τον κόσμο και με ιδιαίτερη προτίμηση στην Ευρώπη, εκτός και σε κάποιες όπου διεξάγουν τα παιχνίδια αυτά από τον προηγούμενο αιώνα, όπως η Γαλλία και η Μεγάλη Βρετανία.

Ο γενικός τίτλος τους στον ΟΠΑΠ ήταν αρχικά «ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ». Η κείμενη Νομοθεσία περιλαμβάνει γεγονότα από ομαδικά και ατομικά αθλήματα, όπως το ποδόσφαιρο, μπάσκετ, τένις, αγώνες αυτοκινήτων κλπ., αλλά και από μη αθλητικά γεγονότα τα οποία προσφέρονται για στοιχήματα. Το «ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ» εκτός από συναρπαστικό παιχνίδι έχει και τα εξής χαρακτηριστικά²⁹:

- Ø Από την αρχή είναι γνωστό το προκαθορισμένο κέρδος και δεν εξαρτάται από τον αριθμό των παικτών η από τις εισπράξεις του παιχνιδιού.
- Ø Οι επιλογές είναι ποικίλες και δίνουν στον παίκτη τη δυνατότητα να έχει το δικό του παιχνίδι.
- Ø Συνδυάζουν στην on-line μορφή τους ένα σημαντικό χαρακτηριστικό που είναι η δυνατότητα συμμετοχής.

4.3 Τα Παιχνίδια Στοιχημάτων του ΟΠΑΠ ΑΕ

Τα χαρακτηριστικά της ΟΠΑΠ ΑΕ, είναι τα εξής²⁹:

- Ø Διαθέτει μεγάλο δίκτυο διανομής με 5.300 περίπου σημεία πώλησης σε όλη την χώρα.
- Ø Διαθέτει την αναγκαία υποδομή μηχανογραφικά.
- Ø Διαθέτει σωστό δίκτυο εφοδιασμού των πρακτορείων της.
- Ø Έχει πολυετή πείρα με αξιοπιστία και κύρος στη διοργάνωση τυχερών παιχνιδιών.

²⁹ ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010

- Ø Σε καμία περίπτωση δεν δημιουργεί στοιχήματα τα οποία μπορεί να προκαλέσουν αναταραχή ή να προσβάλλουν την ηθική και δημόσια τάξη.
- Ø Προστατεύει τον παίκτη και το κοινό όφελος.
- Ø Στον Κανονισμό Οργάνωσης, Λειτουργίας και Διεξαγωγής των Παιχνιδιών Στοιχημάτων Προκαθορισμένης Απόδοσης του ΟΠΑΠ αναφέρονται το γενικό πλαίσιο διεξαγωγής παιχνιδιών, τα βασικά θέματα λειτουργίας και οι βασικοί ορισμοί των εννοιών. Ο Κανονισμός δημοσιεύθηκε στο ΦΕΚ Β 1590/2008.

4.4 Πώς ενημερώνονται οι «παίκτες»

Η διεξαγωγή των τυχερών παιχνιδιών από τον ΟΠΑΠ γίνεται σε συγκεκριμένο χρόνο και για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Αφού δημοσιοποιηθεί το πρόγραμμα αποστέλλεται σε όλα τα σημεία πώλησης και εμφανίζεται και σε teletext και στο Internet. Στο Πρόγραμμα περιέχονται όλες οι πληροφορίες για τα γεγονότα - αποδόσεις, ημερομηνίες και ώρα έναρξής τους και οι απαραίτητοι κανονισμοί στοιχήματος.

Επιπλέον χρησιμοποιούνται και κάποιες επιπρόσθετες πληροφορίες για την ενημέρωση των παικτών μέσω της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών, όπως το TELETEXT, Internet και η on line σύνδεση με τα πρακτορεία του ΟΠΑΠ.

4.5 ΟΠΑΠ και Στοιχημα Αγώνων

Οι τρεις δυνατότητες που δίνονται από το ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ είναι οι εξής³⁰:

Όλοι ξέρουν τι θα κερδίσουν

Και αυτό γιατί τα κέρδη είναι προκαθορισμένα και από τη στιγμή που οι παίκτες καταθέτουν τις προβλέψεις τους γνωρίζουν ακριβώς πόσα χρήματα θα κερδίσουν αν έχουν παίξει και είναι τυχεροί. Δεν μοιράζονται τα κέρδη τους με άλλους.

Οι παίκτες επιλέγουν τα γεγονότα

Το ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ δίνει τη δυνατότητα στους παίκτες να μπορούν να επιλέξουν τα γεγονότα από το σύνολό τους στο Πρόγραμμα και να στοιχηματίσουν σε αυτά. Με αυτόν τον τρόπο φτιάχνουν το δικό τους παιχνίδι.

Οι παίκτες μπορούν να παίξουν κάθε μέρα

Έχουν την δυνατότητα να στοιχηματίζουν κάθε μέρα στα τρέχοντα παιχνίδια στοιχημάτων. Κάτι τέτοιο αποτελεί και μεγάλο πλεονέκτημα του ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ. Φυσικά, όλοι οι παίκτες γνωρίζουν ότι τα δεδομένα αλλάζουν συνέχεια και έχει μεγάλη αξία γι' αυτούς να μπορούν να επιλέγουν οι ίδιοι την κατάλληλη χρονική στιγμή που θα καταθέσουν τις προβλέψεις τους. Το συγκεκριμένο παιχνίδι

³⁰ ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010

προσφέρει τη δυνατότητα να κερδίσουν όσοι παίζουν με πρόβλεψη των αθλητικών ή όχι γεγονότων τα οποία προσφέρονται για στοιχηματισμό. Είναι ένα εύκολο παιχνίδι και διασκεδαστικό και δίνει σημαντικά κέρδη. Και σίγουρα δίνει τη δυνατότητα στους παίκτες να μεγαλώσουν τις δυνατότητες να κερδίσουν.

Διαφορετικοί διαγωνισμοί με αθλητικά γεγονότα για στοιχηματισμό

Με τη συμμετοχή στο ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ, οι παίκτες έχουν την δυνατότητα να ταξιδέψουν στα μεγαλύτερα πρωταθλήματα και διεθνείς διοργανώσεις στα πρακτορεία του ΟΠΑΠ.

- ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ με αγώνες ποδοσφαίρου. Από Παρασκευή μέχρι Δευτέρα περιλαμβάνονται στο Πρόγραμμα αγώνες ποδοσφαίρου από Αγγλία, Ισπανία, Βραζιλία, Πορτογαλία, Αργεντινή και άλλες χώρες. Από Τρίτη μέχρι Πέμπτη περιλαμβάνονται αγώνες από τα πιο σημαντικά ευρωπαϊκά πρωταθλήματα και κύπελλα.
- Πάμε ΣΤΟΙΧΗΜΑ με αγώνες καλαθοσφαίρισης. Επίσης και τα πρωταθλήματα μπάσκετ συμμετέχουν στο Πρόγραμμα του ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ. Διοργανώσεις από Ελλάδα, Ισπανία, Γαλλία, Γερμανία, αλλά και από το Αμερικάνικο άθλημα πρωταγωνιστούν.

4.6 Τα γεγονότα στοιχηματισμού του ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ

4.6.1 ΟΠΑΠ και ΣΤΟΙΧΗΜΑ Ποδοσφαιρικών Αγώνων

Το Πρόγραμμα του ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ δημοσιοποιείται ανάλογα με τα αθλητικά γεγονότα που είναι διαθέσιμα κάθε εβδομάδα. Σε αυτό το Πρόγραμμα υπάρχουν όλες οι απαραίτητες πληροφορίες για αγώνες, ώρες έναρξης, αποδόσεις, οδηγίες στοιχηματισμού για το οποιοδήποτε προσωπικό στοίχημα.

Οι παίκτες επιλέγουν τα γεγονότα και τα στοιχήματα που θέλουν να συμμετάσχουν και απλά σημειώνουν τις επιλογές τους στο δελτίο ή τις λένε προφορικά στον πράκτορα. Επίσης, έχουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν μια στήλη από 15 γεγονότα μέσα από το δελτίο. Η κάθε στήλη περιλαμβάνει διαφορετικά στοιχήματα για αθλητικά γεγονότα, αλλά δεν μπορούν να τα συνδυάσουν στην ίδια στήλη για το ίδιο γεγονός, εκτός αν αναφέρεται στο Πρόγραμμα. Μια απλή στήλη στοιχίζει 0.30 ευρώ. Η τιμή αυτή ισχύει για όσα γεγονότα στοιχηματίσουν οι παίκτες. Η δυνατότητα να αυξήσουν τα κέρδη τους είναι εύκολη χρησιμοποιώντας τους Πολλαπλασιαστές.

ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ!															
Τρίτη 14 Δεκεμβρίου 2010 - Πέμπτη 16 Δεκεμβρίου 2010															
Δ	ΩΕ	Α	Ε/Ε	1	ΠΓ	ΓΗΠΕΔΟΥΧΟΣ	Χ	ΦΙΛΟΣ/ΜΕΝΗ	ΠΦ	2	Δ.Ε.			ΒΑΣ. ΣΤΟΙΧ.	ΕΙΔ. ΣΤΟΙΧ.
Τετάρτη 15 Δεκεμβρίου 2010															
EUL	20:00	130	3	1,80		ΑΛΚΜΑΑΡ	3,20	ΜΠΑΤΣΕ ΜΠΟΡΙΣΟΦ		3,50	1,15	1,19	1,67	8	-
		131	3	3,45		ΚΛΑΜΠ ΜΠΡΙΖ	3,10	ΒΙΓΙΑΡΕΑΛ		1,85	1,63	1,20	1,16	8	-
		132	3	3,00		ΛΩΖΑΝΝΗ	3,25	ΠΑΛΕΡΜΟ		1,95	1,56	1,18	1,22	8	-
		133	1	1,65		ΝΤΙΝΑΜΟ ΖΑΓΚΡΕΜΠ	3,20	ΠΑΟΚ		4,40	-	1,20	1,85	8	1,2
		134	3	1,20		ΝΤΙΝΑΜΟ ΚΙΕΒΟΥ	4,75	ΣΕΡΙΦ ΤΙΡΑΣΠΟΛ		9,00	-	-	3,11	8	-
		135	3	2,30		ΣΠΑΡΤΑ ΠΡΑΓΑΣ	3,20	ΤΣΣΚΑ ΜΟΣΧΑΣ		2,45	1,34	1,19	1,39	8	-
EUL	22:05	137	3	3,25		ΚΑΡΠΑΤΙ ΛΙΒ	3,00	ΠΑΡΙ ΣΕΝ ΖΕΡΜΕΝ		1,95	1,56	1,22	1,18	8	-
		138	3	1,35		ΛΙΒΕΡΠΟΥΛ	4,00	ΟΥΤΡΕΧΤΗ		6,25	-	1,11	2,44	8	-
		139	3	1,50		ΜΠΕΣΙΚΤΑΣ	3,45	ΡΑΠΙΝΤ ΒΙΕΝΝΗΣ		5,00	-	1,15	2,04	8	-
		140	3	1,30		ΝΑΠΟΛΙ	4,00	ΣΤΕΑΟΥΑ		7,30	-	-	2,58	8	-
		141	3	1,15		ΠΟΡΤΟ	5,50	ΤΣΣΚΑ ΣΟΦΙΑΣ		10,00	-	-	3,55	8	-
		142	1	2,40		ΣΕΒΙΛΨΗ	3,20	ΝΤΟΡΤΜΟΥΝΤ		2,40	1,37	1,20	1,37	8	-

Εικόνα 9: Ενδεικτικό κουπόνι στοιχήματος

4.6.2 Βασικά στοιχήματα για τους ποδοσφαιρικούς αγώνες του Προγράμματος

Ένας μεγάλος αριθμός ποδοσφαιρικών αγώνων περιλαμβάνεται στο Πρόγραμμα του ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ. Οι παίκτες θα πρέπει να προβλέψουν σωστά για το αποτέλεσμα (αγώνες ή ημίχρονα) χρησιμοποιώντας τα σημεία 1, Χ, 2, τα οποία αντίστοιχα σημαίνουν Νίκη γηπεδούχου, Ισοπαλία, Νίκη φιλοξενούμενης ομάδας. Σε οποιοδήποτε διαγωνισμό οι παίκτες μπορούν να κάνουν προβλέψεις με απλές στήλες ή συστήματα.

Το Πρόγραμμα αναγράφει και τον ελάχιστο αριθμό γεγονότων που μπορούν να γίνουν προβλέψεις αλλά και διάφορες οδηγίες για τον κάθε διαγωνισμό (περιορισμοί, ειδικές ενότητες). Η προκαθορισμένη έκδοση υπάρχει για κάθε γεγονός, που την ορίζει ο ΟΠΑΠ γνωρίζοντας τις πιθανότητες επαλήθευσης του κάθε σημείου. Αν για παράδειγμα ο αγώνας Σάντερλαντ - Λίβερπουλ έχει τις παρακάτω αποδόσεις:

- Ø 4,80 για το σημείο 1
- Ø 3,25 για το σημείο Χ
- Ø 1,55 για το σημείο 2

στην περίπτωση του σημείου Χ, αν αυτό επαληθευθεί, η απόδοση του παίκτη είναι 3,25. Το ίδιο ισχύει και για τα υπόλοιπα. Όσον αφορά στο «ΤΕΛΙΚΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ» στο στοίχημα μπορεί να υπάρχει το πλεονέκτημα σε τέρματα υπέρ κάποιας ομάδας. Αυτό το πλεονέκτημα μπορεί να είναι ακέραιο ή και δεκαδικό. Αλλά στην περίπτωση που είναι δεκαδικό δεν μπορεί να υπάρχει ισοπαλία ανάμεσα στις ομάδες.

Επίσης είναι δυνατόν κάποιος ποδοσφαιρικός αγώνας να δίνεται με δύο τρόπους. Και να δημοσιεύονται διαφορετικές αποδόσεις είτε αν υπάρχει πλεονέκτημα είτε όχι. Στην περίπτωση που ο αγώνας προσφέρεται με πλεονέκτημα τα σημεία της

«Διπλής Ευκαιρίας» δεν δίνονται. Υπάρχουν σταθεροί πίνακες όσον αφορά στο ημίχρονο και το ακριβές σκορ, και αναφέρονται στους υπολογισμούς των αποδόσεων. Ειδικά στοιχήματα προσφέρονται για πολλούς αγώνες. Επίσης, οι παίκτες εκτός από το τελικό αποτέλεσμα μπορούν και να προβλέψουν το αποτέλεσμα του πρώτου ημιχρόνου / και του τελικού, το ακριβές σκορ και το σύνολο των τερμάτων.

Διπλή Παραλλαγή

Δυνατότητα διπλής παραλλαγής (1 και X, ή 1 και 2 ή X και 2) υπάρχει σε πολλά από τα επιλεγμένα γεγονότα. Με αυτόν τον τρόπο οι παίκτες αυξάνουν τις πιθανότητές τους για πρόβλεψη στα γρήγορα. Και αυτό για τον λόγο ότι δημιουργούνται πάνω από μια στήλες και η συμμετοχή τους μεγαλώνει. Στην περίπτωση όπου όλα τα αποτελέσματα προβλεφθούν σωστά μόνο μια στήλη κερδίζει και όχι όλες.

Ο παίκτης μπορεί να υπολογίσει το κέρδος αν πολλαπλασιάσει την αξία της στήλης που κέρδισε με το γινόμενο των αποδόσεων των σημείων που την αποτελούν. Αν έχει χρησιμοποιήσει πολλαπλασιαστή, τότε πολλαπλασιάζει το γινόμενο των αποδόσεών του με το γινόμενο των αποδόσεων του πολλαπλασιαστή. Αν αναφερόμαστε σε ένα απλό παιχνίδι, η μια διπλή παραλλαγή έχει 2 στήλες, οι δυο διπλές 4 στήλες και οι τρεις διπλές 8 στήλες. Οι παίκτες μπορούν να σημειώσουν μέχρι και 15 διπλές παραλλαγές για 15 γεγονότα που έχουν επιλέξει μέσω του δελτίου και μέχρι 30 επιλεγμένα γεγονότα από την τερματική μηχανή.

4.6.3 ΟΠΑΠ και στοίχημα καλαθοσφαίρισης

Το πρόγραμμα αγώνων καλαθοσφαίρισης περιλαμβάνεται στο ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ. Σε αυτό το παιχνίδι οι παίκτες μπορούν να προβλέψουν μόνο το τελικό αποτέλεσμα. Ο συντελεστής απόδοσης εξαρτάται από το μήκος της στήλης (πλήθος επιλεγμένων αγώνων) και από τον τύπο του στοιχήματος. Στην περίπτωση όμως αυτού του παιχνιδιού, το αποτέλεσμα δεν είναι ακέραιο και φυσικά δεν προκύπτει το σημείο X. Ο παίκτης μπορεί να κάνει προβλέψεις για τουλάχιστον 15 γεγονότα αφού επιλέξει αυτά που θέλει από ένα πλήθος γεγονότων μέσα από το Πρόγραμμα³¹.

Στο αντίστοιχο Πρόγραμμα αναγράφονται ο ελάχιστος αριθμός γεγονότων που μπορούν να προβλεφθούν και συγκεκριμένες οδηγίες για κάθε διαγωνισμό. Ο παίκτης θα πρέπει να προβλέψει τουλάχιστον τα αποτελέσματα του μπάσκετ σε μορφή 1, 2, όπου 1 είναι η νίκη του γηπεδούχου και 2 η νίκη του φιλοξενούμενου. Επίσης, υπάρχει η δυνατότητα να ανακοινώνεται το νούμερο των πόντων για τον γηπεδούχο ή τη φιλοξενούμενη ομάδα από το οποίο εξαρτάται και το αποτέλεσμα.

Παράδειγμα:

Στην περίπτωση όπου ένας αγώνας λήξει με σκορ 75-64 υπέρ της γηπεδούχου ομάδας το σημείο του γεγονότος που κερδίζει προκύπτει μετά την

³¹ ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010

πρόθεση του πλεονεκτήματος πόντων στο σκορ. Έτσι, αν το πλεονέκτημα πόντων της γηπεδούχου ομάδας είναι 8 πόντοι, σύμφωνα με το αποτέλεσμα το κερδίζουν σημείο είναι το 1. Αν το αποτέλεσμα ήταν 75-70 υπέρ της γηπεδούχου ομάδας τότε το κερδίζουν σημείο θα ήταν 2.

4.6.4 Πάμε ΣΤΟΙΧΗΜΑ με άλλα αθλητικά γεγονότα

Στο ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ μπορούν επίσης να προβλέψουν τους πρωταθλητές στα μεγαλύτερα εθνικά πρωταθλήματα ποδοσφαίρου και μπάσκετ, τους νικητές του κάθε ομίλου και του ευρωπαϊκού πρωταθλήματος και κυπέλλου ποδοσφαίρου και μπάσκετ, τους νικητές κάθε ευρωπαϊκού προκριματικού ομίλου και τον νικητή του ευρωπαϊκού και παγκόσμιου κυπέλλου ποδοσφαίρου. Επίσης, γεγονότα στοιχηματισμού αποτελούν και τα εξής:

- Ø Παγκόσμια πρωταθλήματα με αγώνες αυτοκινήτου και μοτοσυκλέτας δίνονται στους παίκτες για να δοκιμάσουν τις γνώσεις τους σε αυτά
- Ø Αγώνες ανδρών και γυναικών σε παγκόσμιο τένις μεγάλων τουρνουά
- Ø Σημαντικοί αγώνες στίβου με ομαδικά και ατομικά αγωνίσματα

4.6.5 Πάμε ΣΤΟΙΧΗΜΑ με μη αθλητικά γεγονότα

Επιπρόσθετα, αντικείμενο στοιχηματισμού μπορεί να αποτελέσουν γεγονότα όπως ο Ευρωπαϊκός Διαγωνισμός Τραγουδιού (Eurovision) και η απονομή των Oscars.

4.6.6 ΟΠΑΠ και ειδικά στοιχήματα

Υπάρχουν και άλλα συστήματα τα οποία συμπεριλαμβάνονται σε επιλεγμένους αγώνες ποδοσφαίρου. Όπως:

- Ø Σκόρερ πρώτου τέρματος του ποδοσφαιρικού αγώνα
- Ø Σκόρερ τελευταίου τέρματος ποδοσφαιρικού αγώνα
- Ø Σκόρερ οποιοδήποτε τέρματος ποδοσφαιρικού αγώνα
- Ø Σύνολο καρτών, σύνολο πέναλτι για τον ποδοσφαιρικό αγώνα
- Ø Χρόνος επίτευξης του πρώτου τέρματος σε ποδοσφαιρικό αγώνα
- Ø Scorecast, όπου μπορούν οι παίκτες να προβλέψουν το σκορ του πρώτου τέρματος ή τον σκόρερ οποιοδήποτε τέρματος ή τον σκόρερ του τελευταίου τέρματος ή το χρόνο επίτευξης του πρώτου τέρματος σε συνδυασμό με το ακριβές αποτέλεσμα
- Ø Τελικό αποτέλεσμα Live
- Ø Live σε παράταση ή πέναλτι σε ομάδα που θα προκριθεί στην επόμενη φάση της ποδοσφαιρικής διοργάνωσης ή γι' αυτήν που θα αναδειχθεί νικήτρια ομάδα

Επίσης τα στοιχήματα διάρκειας είναι πολλά και ποικίλα. Τα πιο γνωστά είναι τα εξής³²:

- Ø Νικητής Ποδοσφαιρικής Διοργάνωσης
- Ø Συμμετέχοντες σε Τελικό Διοργάνωσης Ποδοσφαίρου
- Ø Πρώτος σκόρερ ποδοσφαιρικής Διοργάνωσης
- Ø Νικητής Ομίλου Ποδοσφαιρικής Διοργάνωσης

Εν κατακλείδι, ο ΟΠΑΠ έχει τη δυνατότητα να προσφέρει πολλούς τύπους στοιχημάτων, γνωστών και όχι, σε επιλεγμένα γεγονότα και σε στοιχήματα διάρκειας σε πολλές αθλητικές και μη εκδηλώσεις. Στις παρακάτω παραγράφους ακολουθούν οι πιο δημοφιλείς τύποι στοιχημάτων και παρατίθενται διευκρινίσεις για κάποιους που δεν υπάρχουν ακόμα στην αγορά.

4.6.7 Στοιχήματα σε επιλεγμένα γεγονότα

- Ø Νικητής οδηγός αγώνων παγκοσμίου πρωταθλήματος αυτοκινήτου ή παγκοσμίου πρωταθλήματος μοτοσυκλέτας
- Ø Νικητής παγκοσμίου πρωταθλήματος αυτοκινήτου ή παγκοσμίου πρωταθλήματος μοτοσυκλέτας ή αυτοκινήτου ράλι
- Ø 1^{ος} και 2^{ος} νικητής αγώνα παγκοσμίου πρωταθλήματος φόρμουλα αυτοκινήτου
- Ø Πρόβλεψη για το ποιοι οδηγοί θα πάρουν την 1^η και 2^η θέση σε αγώνες φόρμουλα με τη σωστή σειρά άφιξης
- Ø Καλύτερη θέση ανάμεσα σε δυο οδηγούς σε αγώνα κατάταξης παγκοσμίου πρωταθλήματος αυτοκινήτου ή του παγκοσμίου πρωταθλήματος μοτοσυκλέτας
- Ø Καλύτερη θέση ανάμεσα σε δυο οδηγούς σε αγώνα παγκοσμίου πρωταθλήματος φόρμουλα ή του παγκοσμίου πρωταθλήματος μοτοσυκλέτας ή του ράλι
- Ø Πρόβλεψη για το ποιος από τους παραπάνω οδηγούς θα πάρει την καλύτερη θέση
- Ø Οδηγός που θα διανύσει τον πιο γρήγορο γύρο σε αγώνα παγκοσμίου πρωταθλήματος φόρμουλα ή μοτοσυκλέτας
- Ø Θα έχει ή όχι σειρά κατάταξης σε αγώνα φόρμουλα 1^{ου} ή του παγκοσμίου πρωταθλήματος μοτοσυκλέτας ή σε αγώνα ράλι.
- Ø Πρόβλεψη για το αν ο οδηγός που ο παίκτης έχει επιλέξει θα βρίσκεται στη σειρά κατάταξης
- Ø Ποιος οδηγός αποχώρησε πρώτος από τον αγώνα παγκόσμιου πρωταθλήματος φόρμουλα ή μοτοσυκλέτας
- Ø Νικητής γκρουπ σε παγκόσμιο πρωτάθλημα μοτοσυκλέτας ή αυτοκινήτου
- Ø Πρόβλεψη για το ποιος οδηγός θα τερματίσει σε καλύτερη θέση από τους υπόλοιπους του γκρουπ
- Ø Πλασάρισμα οδηγού σε θέσεις 1-2 και 1-3 ή και 1-4 ή 1-6, 1-8 σε αγώνα κατάταξης ή σε αγώνα παγκόσμιου πρωταθλήματος αυτοκινήτου ή πρωταθλήματος μοτοσυκλέτας ή ράλι
- Ø Πρόβλεψη αποτελέσματος αθλητικού ή μη γεγονότος

³² ΟΠΑΠ ΑΕ, Διοίκηση και Λειτουργία Σχετικά με την Διεξαγωγή Στοιχημάτων στην Ελλάδα και Ευρώπη, 2010

- Ø Πρόβλεψη για το αποτέλεσμα του αθλητικού ή μη γεγονότος αν θα βρίσκεται πάνω ή κάτω του ορίου σύμφωνα με το Πρόγραμμα
- Ø Ποιο το τελικό Αποτέλεσμα σε Αγώνα Τένις
- Ø Ποιο το τελικό Αποτέλεσμα σε αγώνα αθλήματος εκτός ποδοσφαίρου, μπάσκετ και τένις (βόλει, χάντμπολ)
- Ø Αποτέλεσμα μη αθλητικού γεγονότος

4.6.8 Στοιχήματα διαρκείας

- Ø Νικητής οδηγός σε παγκόσμιο πρωτάθλημα φόρμουλα
- Ø Νικητής οδηγός σε παγκόσμιο πρωτάθλημα ράλι
- Ø Νικητής οδηγός σε παγκόσμιο πρωτάθλημα μοτοσυκλέτας
- Ø Νικήτρια ομάδα παγκόσμιου πρωταθλήματος φόρμουλα
- Ø Πρωταθλήτρια ομάδα σε παγκόσμιο πρωτάθλημα μοτοσυκλέτας
- Ø Νικητής Διοργάνωσης αθλήματος (βόλει, χάντμπολ)
- Ø Νικητής μη αθλητικού γεγονότος (Eurovision)
- Ø Αριθμός νικητών ομάδας ή οδηγού σε φόρμουλα ή σε ράλι
- Ø Νικητής διοργάνωσης σε αθλήματα εκτός ποδοσφαίρου ή μπάσκετ
- Ø Νικητής φάσης διοργάνωσης αθλήματος εκτός ποδοσφαίρου ή μπάσκετ
- Ø Συμμετέχοντες αθλητές σε διοργάνωση αθλήματος εκτός ποδοσφαίρου ή μπάσκετ

4.6.9 Τρόπος Συμπλήρωσης Δελτίου

Από δυο τριψήφιους κωδικούς χαρακτηρίζονται τα διάφορα γεγονότα στοιχημάτων. Για τα στοιχήματα διαρκείας λοιπόν χρησιμοποιείται η περιοχή Β σε συνδυασμό με με την περιοχή Α.

The image shows a betting slip from OPAP. At the top, it says 'Πάνε ΣΤΟΙΧΗΜΑ' and 'OPAP'. The main part of the slip is a large grid with many columns and rows, intended for entering bet details. At the bottom, there are two smaller sections: 'ΡΟΛΟΔΙΑΣΤΙΑΣΤΗΣ ΔΕΛΤΙΟΥ ΣΤΟΙΧΗΜΑΤΩΝ' and 'ΡΟΛΟΔΙΑΣΤΙΑΣΤΗΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ'.

Εικόνα 10: Ενδεικτικό δελτίου στοιχήματος

Παράδειγμα

Αν ο παίκτης θέλει να στοιχηματίσει στην Λίβερπουλ ως πρωταθλήτρια ομάδα «Premier League Αγγλίας», θα πρέπει να σημειώσει στην περιοχή Β τον κωδικό 009 ο οποίος και χαρακτηρίζει τον Νικητή Εθνικών Πρωταθλημάτων. Φυσικά και στην περιοχή Δ η οποία χαρακτηρίζει την Λίβερπουλ με τον κωδικό 161.

4.6.10 Πρόγραμμα διαλογής

Ο ΟΠΑΠ προσφέρει στους πελάτες του Αυτόνομο Πρόγραμμα Κατασκευής - Διαλογής Επιτυχιών Δελτίων. Το πρόγραμμα αυτό δίνει τη δυνατότητα στους παίκτες να δημιουργήσουν παραπάνω από ένα δελτίο, να έχουν τη δυνατότητα διαλογής επιτυχιών με τα πραγματικά αποτελέσματα, ακόμα να τυπώνουν τα δελτία τους στον εκτυπωτή και να βλέπουν αναλυτικά τις στήλες που παίζουν. Επίσης μπορούν να βλέπουν από πριν ποια η μέγιστη απόδοση του δελτίου ή και η ελάχιστη.

Όποτε θέλουν το Πρόγραμμα ενημερώνεται με τα τελευταία αποτελέσματα και με τους τελευταίους αγώνες που προστίθενται κάθε φορά. Έχουν τη δυνατότητα να εισάγουν αγώνες ποδοσφαίρου, μπάσκετ ή ακόμα και να στοιχηματίσουν σε μικρά δελτία. Φυσικά, τα ειδικά αυτά στοιχήματα δεν υποστηρίζονται από το πρόγραμμα. Τέλος, έχουν τη δυνατότητα να κατασκευάσουν δελτία με δικούς τους όρους μέχρι 30 κωδικούς. Η εισαγωγή των δελτίων γίνεται με φυσικό ή με επιλεκτικό τρόπο συμπλήρωσης, επιλέγοντας τα σημεία που θέλουν μέσα από τρέχοντα πίνακα σημείων.

4.6.11 Διαδικτυακή Διαλογή Επιτυχιών Δελτίων

Ο έλεγχος των επιτυχιών δεν προϋποθέτει και εγκατάσταση υπολογιστή ή οτιδήποτε σε αυτόν από τους παίκτες. Η Εφαρμογή του δικτυακού στοιχήματος δίνει τη δυνατότητα στους παίκτες να εισάγουν το δελτίο και να δουν τα αποτελέσματα της διαλογής αφού ολοκληρώσουν τα παιχνίδια που έπαιξαν.

Οι παίκτες συμπληρώνουν τα δελτία με τη χρήση ποντικιού όπως και με το μολύβι. Σε πρώτη φάση συμπληρώνουν την ημερομηνία παιχνιδιού, την οποία και το πρόγραμμα αναζητά και τον κωδικό που πρέπει να εισάγουν. Αργότερα ο παίκτης σε κάθε γραμμή συμπληρώνει τον κωδικό αγώνα, το σημείο που θέλει και τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά που επιβάλλονται σύμφωνα με τους κανόνες του παιχνιδιού. Επίσης μπορεί να συμπληρωθούν και οι κωδικοί αγώνων ποδοσφαίρου ή μπάσκετ.

Κάθε φορά που εισάγουν έναν κωδικό του αγώνα εμφανίζεται και η απόδοση. Σε περίπτωση που ο αγώνας έγινε, εμφανίζεται και το αντίστοιχο σημείο. Η απόδοση που εμφανίζεται είναι συνήθως η τελευταία, η οποία και ισχύει σε κάθε κωδικό. Αν οι παίκτες παίξουν το σημείο αυτό σε άλλη απόδοση, τότε έχουν τη δυνατότητα να αλλάξουν την απόδοση κάνοντας κλικ στην υπάρχουσα απόδοση.

Μπορούν να ζητήσουν στο τέλος του δελτίου τα συστήματα και όλες τις πολλαπλότητες που επιθυμούν αμέσως μόλις εισάγουν τους αγώνες.

Χρησιμοποιώντας το κουμπί διαλογής, μπορούν να δουν την απόδοση του συστήματος, αφού όμως έχουν γίνει οι αγώνες. Σε άλλη περίπτωση, η απόδοση που εμφανίζεται είναι αυτή που προκύπτει από το μέχρι τότε αποτέλεσμα. Επίσης μπορούν να δουν και τις στήλες που κερδίζουν. Στην τρέχουσα έκδοση, η προβολή των στηλών που κερδίζουν δεν μπορεί να είναι πάνω από 200. Αν τις ξεπερνούν και κερδίζουν, εμφανίζονται μόνο οι πρώτες 200 αλλά η απόδοση υπολογίζεται στο σύνολο των στηλών που κερδίζουν.

4.7 Στατιστικά στοιχεία συμμετοχής σε τυχερά παιχνίδια

Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία του ΟΠΑΠ, το 43% ανδρών και το 32% των γυναικών στη Ελλάδα ηλικίας 18-60 ετών ασχολούνται με τα παιχνίδια του ΟΠΑΠ, κατά προτίμηση στο ΤΖΟΚΕΡ, το ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ, το ΚΙΝΟ και το ΛΟΤΤΟ, συμπεράσματα που προκύπτουν από δημοσκόπηση που έγινε για λογαριασμό του Οργανισμού από την εταιρεία ALCO. Η έρευνα έγινε σε δείγμα 1.600 ατόμων από 8-15 Ιουλίου 2010 και σε ηλικίες από 18-60 ετών. Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της τηλεφωνικής συνέντευξης.

Το 35% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι συνειδητά κυνηγά την τύχη μέσα από τα παιχνίδια της ΟΠΑΠ (το 24.1% σε λαχεία, το 1.9% σε καζίνο και το 0.6% σε ιππόδρομο, αλλά και το 1% σε μηχανήματα τυχερών παιχνιδιών). Από τα αποτελέσματα της έρευνας ακόμα προέκυψε ότι ο ΟΠΑΠ μπορεί να έχει την πρώτη θέση σε προτιμήσεις των παικτών, αλλά αυτοί που προσφεύγουν σε παιχνίδια³³ εκτός ΟΠΑΠ, που είναι και οι λιγότεροι, παίζουν πιο συχνά (2-3 φορές την εβδομάδα) με αποτέλεσμα να καταλήγει η εβδομαδιαία δαπάνη μεγαλύτερη σε σύγκριση με την αντίστοιχη από αυτήν που γίνεται με τα παιχνίδια του ΟΠΑΠ.

Όσον αφορά ειδικά στο διαδικτυακό στοίχημα όπου και επικεντρώνεται και το μεγαλύτερο ενδιαφέρον, η συχνότητα του παιχνιδιού είναι μεγαλύτερη στο διαδικτυακό πόκερ, ενώ λίγο μικρότερη στα ηλεκτρονικά παιχνίδια τυχερών παιχνιδιών. Επίσης, η συχνότητα του διαδικτυακού παιχνιδιού επικεντρώνεται στο να είναι ως και τρεις φορές πιο πολύ και η εβδομαδιαία δαπάνη υπερδιπλάσια της μέσης δαπάνης του ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ.



Είναι σημαντικό ότι ένα ακόμα ποσοστό όσων παίζουν στα παιχνίδια του ΟΠΑΠ καταφεύγουν στα παράνομα παιχνίδια του Internet και σε άλλα μηχανήματα τυχερών παιχνιδιών τα οποία βρίσκονται ελεύθερα και ανεξέλεγκτα στην Ελλάδα. Όμως, αν και σύμφωνα με την έρευνα οι παίκτες του παράνομου και ανεξέλεγκτου τζόγου είναι λίγοι σε αριθμό σε σχέση με αυτούς που προτιμούν τα πάσης φύσεως τυχερά παιχνίδια, πολλοί εκτιμούν ότι ο διαδικτυακός τζόγος στην χώρα μας ανεβαίνει στα 4.4 δισεκατομμύρια Ευρώ.

Σύμφωνα με τις ίδιες εκτιμήσεις, υπολογίζεται επίσης ότι άλλα 0.1 - 1 δισεκατομμύρια Ευρώ ετησίως είναι και ο τζίρος των τυχερών παιχνιδιών που οφείλονται σε νέους πελάτες αλλά και σε ανηλίκους. Ο τζίρος του παράνομου τζόγου

³³ ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010

κυμαίνεται στα ίδια πλαίσια με αυτόν του ΟΠΑΠ που είναι νόμιμος. Και αυτό γιατί ο αριθμός των παικτών που καταφεύγουν σε αυτόν είναι ακόμα μικρός.

Αν όμως θεωρηθεί ως δεδομένη η διαρκής αυξητική τάση που παρατηρείται, θα είναι τότε σίγουρο ότι τα επόμενα χρόνια ο παράνομος τζιρος θα αυξηθεί κατά πολύ και θα γίνει όλο και πιο ανεξέλεγκτος. Το φαινόμενο αυτό έχει παρατηρηθεί και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες με αποτέλεσμα οι κυβερνήσεις να νομοθετήσουν την ελεγχόμενη ανάπτυξη του διαδικτυακού τζόγου.

Ίσως είναι η πρώτη φορά που κάποια έρευνα καταγράφει και τεκμηριώνει το πρόβλημα της δυναμικής παρουσίας του ηλεκτρονικού τζόγου, αλλά και την ίδια στιγμή και τις κοινωνικές ή και οικονομικές επιπτώσεις που προκαλεί. Από τον παράνομο ηλεκτρονικό τζόγο προκύπτει τεράστια απώλεια φορολογικών εσόδων, την οποία υφίσταται το κράτος.

Άλλο ένα σημαντικό στοιχείο της έρευνας αποτελεί και η στάση και οι επιθυμίες της ελληνικής κοινωνίας απέναντι στο ζήτημα αυτό. Το 82% των ερωτηθέντων απαίτησαν να ελεγχθεί ο διαδικτυακός τζόγος από το κράτος, το ποσοστό αυξήθηκε σε ότι αφορά στα τυχερά παιχνίδια σε μηχανήματα και μόλις το 7% και 8% τάσσεται υπέρ του ελεύθερου και ανεξέλεγκτου τζόγου. Επίσης το 64% που αποτελείται από αυτούς που παίζουν στο διαδίκτυο ζήτησαν να υπάρχει κρατικός έλεγχος, έναντι αυτών που τάσσονται υπέρ της ανεξέλεγκτης ύπαρξής του και αποτελούν το 26%.

Κρατικό έλεγχο ακόμη ζήτησε το 57% που παίζουν σε μηχανήματα, σε αντίθεση με το 22% που είναι όσοι θέλουν την ανεξέλεγκτη στάση του ηλεκτρονικού τζόγου. Όλοι, όμως, φαίνεται να συμφωνούν στην απαγόρευση για τους ανηλίκους. Το αίτημα της προστασίας τους από τα τυχερά παιχνίδια είναι καθολικό, όσο στο Internet όσο και στα μηχανήματα. Το 90% όσων συμμετείχαν στην έρευνα απαίτησαν να διασφαλιστεί οι ανήλικοι δεν θα συμμετάσχουν στον διαδικτυακό τζόγο (το 89% για τα τυχερά παιχνίδια).

Ειδικότερα για τα τυχερά παιχνίδια σε μηχανήματα, ποσοστό 61% δήλωσε ότι η ανάπτυξη στη χώρα μας είναι εκτεταμένη και αυτό οφείλεται στη συμμετοχή ανηλίκων. Το 53% που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι εμπιστεύονται τον ΟΠΑΠ όσον αφορά στον έλεγχο της λειτουργίας των τυχερών παιχνιδιών σε μηχανήματα, σε έναν τομέα που δεν δραστηριοποιείται. Αντίθετα, δύο στους δέκα δήλωσαν ότι εμπιστεύονται τις ιδιωτικές εταιρείες γι' αυτά τα παιχνίδια.

Την ίδια εμπιστοσύνη δηλώνει και το 54% των νέων από 18-24 ετών και το ποσοστό αυξάνεται σε ηλικίες πάνω από 35 ετών σε 55-57%. Μέσα από την έρευνα επιβεβαιώνεται η ανάγκη για τη δημιουργία και εφαρμογή ενός πλαισίου λειτουργίας και ελέγχου της ήδη υπάρχουσας κατάστασης, κυρίως όσον αφορά στον παράνομο τζόγο στο Internet αλλά και τα μηχανήματα τυχερών παιχνιδιών. Η δικαιολογημένη ανησυχία της κοινής γνώμης μέσα από την έρευνα είναι έκδηλη, όσον αφορά στην ανάπτυξη μηχανημάτων τυχερών παιχνιδιών στη χώρα μας.

Η επιβολή για κανόνες, στα πρότυπα που ακολούθησαν άλλα ευρωπαϊκά κράτη με την επιβολή τους από την Ε.Ε., είναι αναγκαία. Τέλος, έμφαση δίνεται από την κοινή γνώμη στην προστασία του κοινωνικού συνόλου, στην αποτροπή φαινομένων εθισμού και στην προστασία των ανηλίκων. Παρ' όλα αυτά, όμως, ένα

σημαντικό ποσοστό θεωρεί ότι η επιβολή κανόνων και αξιόπιστου ελέγχου θα φέρουν αποτελέσματα που αφορούν στην καταπολέμηση της φοροδιαφυγής και τη διακίνηση του μαύρου χρήματος, φαινόμενα που ενισχύονται μέσα από την διακίνηση του μαύρου τζόγου. Ταυτόχρονα θα πρέπει να ενισχυθούν τα δημόσια έσοδα, χωρίς οι πολίτες να επιβαρυνθούν και είναι και αυτοί που δεν χρησιμοποιούν τον τζόγο.

Σύμφωνα με την έρευνα, με τα τυχερά παιχνίδια ασχολούνται κυρίως άνδρες, σε ποσοστό 90%. Οι γυναίκες περιορίζονται σε ποσοστό 10% με έκδηλο το ενδιαφέρον τους για τα παιχνίδια του ΟΠΑΠ και τα μηχανήματα. Τις νεαρές ηλικίες τις προσελκύουν το Internet (18-44 ετών), πράγμα που δείχνει πόσο απαραίτητος είναι ο έλεγχος στα διαδικτυακά στοιχήματα και παιχνίδια. Η ανάγκη επιβολής μέτρων σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη είναι αναγκαία μετά τη διάδοση του ηλεκτρονικού τζόγου. Αξιοσημείωτο, πάντως, είναι ότι στο Internet και στα μηχανήματα καταφεύγουν άτομα με εισόδημα μεγαλύτερο από 1.200 Ευρώ μηνιαίως.



Εικόνα 11: Κεντρικά γραφεία ΟΠΑΠ

Κεφάλαιο 5: Τρόποι Διεξαγωγής Παιχνιδιών, Διασφάλιση Συναλλαγών

5.1 Στοιχηματισμός στο Διαδίκτυο στην Ελλάδα

Σχετικά με τη διεξαγωγή τυχερών παιχνιδιών και του στοιχηματισμού στο διαδίκτυο, θα πρέπει να σημειωθεί πως οι λόγοι που ευνόησαν ιδιαίτερα το στοιχηματισμό στο διαδίκτυο είναι η επέκταση πρόσβασης σε αυτό και η εξέλιξη της τεχνολογίας. Σύμφωνα με έρευνα που δημοσιεύθηκε στη Βρετανία, οι ειδικοί των εταιρειών στοιχημάτων εκτίμησαν πως το πρόσφατο Μουντιάλ ξεπέρασε όλα τα ρεκόρ τζόγου και πως στο σύνολό του έφτασε τα 3,6 δισεκατομμύρια Ευρώ, συμπεριλαμβάνοντας τόσο το νόμιμο όσο και τον παράνομο τζόγο. Υπάρχουν όμως κάποιες επιφυλάξεις γύρω από το πώς γίνεται ο υπολογισμός του τζόγου και φυσικά δεν αποκλείεται να ήταν ήδη αυξημένο κατά πολύ περισσότερο το ποσό του στοιχηματικού τζόγου³⁴.

Αυτό που είναι σίγουρο, πάντως, είναι ότι ο νόμος απαγορεύει τη διοργάνωση, τη συμμετοχή και τη διαφήμιση των στοιχημάτων. Σύμφωνα με αυτό το νόμο, ο Έλληνας πολίτης δεν έχει κανέναν δικαίωμα να παίζει ή και να διαφημίζει κουπόνια στοιχηματισμού σε εταιρείες του εξωτερικού.

Ο νόμος όμως που υπάρχει στην Ελλάδα δεν ισχύει στην Αγγλία ή σε άλλα ευρωπαϊκά κράτη. Σύμφωνα με το παραπάνω, οι εταιρείες που εκδίδουν τα σχετικά κουπόνια δεν είναι παράνομες. Επίσης και η διαδικασία του στοιχήματος είναι νόμιμη και δεν αποτελεί έγκλημα ή κάποια άλλη αξιόποινη πράξη και σε καμία περίπτωση δεν ανήκει στην κατηγορία της παιδεραστίας, της πορνείας ή της κλοπής ή απάτης. Κανένας Έλληνας δεν θα είχε το δικαίωμα να διοργανώνει στοιχήματα, ούτε το ίδιο το Ελληνικό κράτος.

Από τον πυρήνα του νόμου ξεκινά και η νομική διερεύνηση. Ο ΟΠΑΠ προσφέρει στοίχημα σε ομάδες όπως η Ρεάλ και η Μπαρτσελόνα και στις ίδιες ομάδες προσφέρουν στοίχημα και όσοι ασχολούνται με το Internet. Δεν είναι τίποτε άλλο από μια τυπική και νόμιμη διαδικασία στοιχήματος που βασίζεται στα ίδια αθλητικά γεγονότα και δεν μπορεί να ερμηνευτεί διαφορετικά. Ως συμπέρασμα, λοιπόν, ο ΟΠΑΠ και οι υπόλοιπες εταιρείες και οργανισμοί που ασχολούνται με το στοίχημα, το προσφέρουν σε μια νόμιμη διαδικασία.

Σε περίπτωση που κάποιος που στοιχηματίζει και «παίζει» στο διαδίκτυο χαρακτηριστεί ένοχος για παράβαση του νόμου, το γεγονός αυτό δεν θα έχει να κάνει με τη συμμετοχή του σε διοργάνωση που γίνεται στην Ελλάδα. Άρα, ως συμπέρασμα καμία εταιρεία δεν παραβιάζει κανέναν νόμο περί διοργάνωσης στοιχημάτων για την Ελλάδα. Μόνο σε περίπτωση που ο νόμος αναφέρει ότι είναι παράνομη και η διαδικασία που γίνεται στην Αγγλία προκύπτει ενοχή. Στην περίπτωση, δηλαδή, που επεμβαίνει στα εσωτερικά άλλης χώρας.

³⁴ ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010

Θα πρέπει να σημειωθεί πως κάθε νομική διερεύνηση θα πρέπει να στρέφεται στο αν οι Έλληνες πολίτες έχουν το δικαίωμα να στοιχηματίζουν σε ξένες εταιρείες στοιχημάτων. Στην περίπτωση που η οποιαδήποτε έρευνα αποδείξει πως οι ανάλογες εταιρείες δεν έχουν το δικαίωμα να δέχονται τα στοιχήματα, τότε και οι Έλληνες πολίτες κακώς παίζουν τα παραπάνω στοιχήματα. Το πρόβλημα όμως είναι πως η δικαιοσύνη θα μπορέσει να αποδείξει πως οι πολίτες παραβιάζουν τον νόμο στην περίπτωση που «παίζουν» στο διαδίκτυο³⁵.

Αναφέρθηκε παραπάνω ότι τα στοιχήματα δεν αποτελούν παράβαση ή έγκλημα και φυσικά ούτε και κάποια αξιόποινη πράξη. Έγκλημα θα ήταν μόνο αν η Ελληνική κυβέρνηση κατηγορούσε το στοιχήμα ως κάποιου είδους σοβαρή παράβαση. Γεγονός πάντως είναι ότι συμμετοχή σε στοιχήματα στο διαδίκτυο γίνεται όχι μόνο με πληκτρολόγηση αλλά και με διακίνηση χρημάτων.

Η κάθε νομική διαδικασία θα πρέπει να στραφεί στο αν οι πληρωμές παραβιάζουν την ελληνική νομοθεσία περί διακίνησης κεφαλαίων. Είναι όντως παρανομία αν ο πολίτης κάνει μεταφορά χρημάτων σε κάποια χώρα της Ευρώπης ή ακόμα και αν εισπράττει λόγω τυχερής πρόβλεψης σε ένα στοιχήμα; Απαγορεύεται κάτι τέτοιο από τον νόμο; Όχι δεν απαγορεύεται αλλά αντίθετα υπάρχει ελεύθερη διακίνηση χρημάτων και κεφαλαίων.

Τα πράγματα δεν είναι πια όπως στη δεκαετία του 1980. Την περίοδο εκείνη και η μεταφορά κεφαλαίων στην Land Brokers θα ήταν παρανομία, για παράδειγμα. Το μόνο που μπορεί να κάνει το Ελληνικό κράτος είναι να ελέγξει αν οι μεταφορές κεφαλαίων αφορούν σε νόμιμες δραστηριότητες. Σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να τις απαγορεύσει. Και από τη στιγμή που η Ελλάδα ζητά από το Ευρωπαϊκό ταμείο βοήθεια, κανείς δεν μπορεί να επικαλεστεί φορολογικό πρόβλημα. Ειδικότερα αφού οι ιντερνετικές εταιρείες είναι εκείνες που τροφοδοτούν το Ευρωπαϊκό ταμείο³⁶.

Τα πράγματα όμως είναι απλά. Για να μπορέσει το ελληνικό κράτος να απαγορεύσει τα στοιχήματα στο διαδίκτυο θα πρέπει να τα απαγορεύσει σαν παράνομα παιχνίδια και να τα εντάξει στα εγκλήματα, σαν τα ναρκωτικά και την πορνεία. Να επιβάλλει γενική απαγόρευση και κυρίως στον ΟΠΑΠ. Σε περίπτωση που απαγορεύσει τα στοιχήματα στο διαδίκτυο σε σχέση με τη διακίνηση κεφαλαίων, τότε θα πρέπει η χώρα να βάλει φραγή και στην συναλλαγματική απελευθέρωση. Θα πρέπει να υπάρξει σαφής νόμος ο οποίος να καταργεί το σημερινό καθεστώς και να επιστρέψουμε στο καθεστώς του 1970 ή και του 1980³⁶.

Έντονος προβληματισμός, όμως, υπάρχει στο Υπουργείο Οικονομικών και στη γραμματεία των αποκρατικοποιήσεων στις μέρες μας, για τις κινήσεις που θα γίνουν γύρω από το στοιχήμα στο διαδίκτυο, αλλά και σχετικά με την πώληση του ΟΠΑΠ. Το μόνο πράγμα που θα μπορούσε να βοηθήσει την κατάσταση φαίνεται να είναι οι ρυθμίσεις της αγοράς τυχερών παιχνιδιών ή και όλου του τζόγου με αποτέλεσμα να μπορέσει ο Οργανισμός να προσελκύσει το ενδιαφέρον των επενδυτών.

³⁵ ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε off-line Βάση, 2010

³⁶ Υπουργείο Πολιτισμού - Υφυπουργείο Αθλητισμού, Διεξαγωγή Τυχερών Παιχνιδιών στην Ελλάδα, 2010

Το παραπάνω, όμως, είναι πολύ δύσκολο αν σκεφθεί κανείς πόσο μεγάλοι και υψηλοί είναι οι τζίροι καθώς και πόση άνθηση υπάρχει σε αυτήν την αγορά. Γι' αυτούς τους λόγους, η διοίκηση του ΟΠΑΠ και το Υπουργείο Πολιτισμού βρίσκονται σε συνεχείς συζητήσεις με τις νομικές υπηρεσίες και της Κομισιόν αλλά και του Οργανισμού, για μια συγκεκριμένη λύση. Βάσει του Νόμου 2433/96, τα τυχερά παιχνίδια απαγορεύονται στο διαδίκτυο, το ίδιο και η διαφήμισή τους. Στην πραγματικότητα, όμως, ξένες εταιρείες δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα μέσα από το Internet. Έτσι μπορούν και προσφέρουν σε παίχτες πιο ανταγωνιστικές αποδόσεις απ' ότι ο ΟΠΑΠ³⁷.

Ο τζίρος που πραγματοποιούν στην εγχώρια αγορά αυτές οι ξένες επιχειρήσεις, χωρίς να φορολογούνται από το Ελληνικό κράτος, είναι τεράστιος. Και φυσικά λειτουργούν χωρίς άδεια λειτουργίας. Στις μέρες μας, λοιπόν, οι εταιρείες στοιχημάτων μπορούν και λειτουργούν στη χώρα μας μέσα από το διαδίκτυο δημιουργώντας έτσι ανταγωνισμό με τον ΟΠΑΠ και ταυτόχρονα μειώνοντάς τον. Σε ρύθμιση της αγοράς και στην ενδυνάμωση της θέσης του Οργανισμού στοχεύει η πρόταση που βρίσκεται ακόμα σε στάδιο επεξεργασίας³⁸.

Εξετάζονται τρόποι όπως ο περιορισμός και η απαγόρευση τραπεζικών συναλλαγών αλλά και η διαφήμισή τους. Από το 2006 έχει ψηφιστεί η απαγόρευση χρήσης πιστωτικών καρτών σε συναλλαγές που έχουν να κάνουν με τυχερά παιχνίδια από το διαδίκτυο στην Αμερική. Ανάλογοι νόμοι υπάρχουν στην Ευρώπη αλλά και πάλι δεν εφαρμόζονται στην πράξη όπως στη Γερμανία και την Ολλανδία. Η Κομισιόν φαίνεται να έχει πολλές επιφυλάξεις για το αν είναι σύμφωνοι με την κοινοτική νομοθεσία.

Τέλος, πολλές συζητήσεις έχουν γίνει για το αν ο ΟΠΑΠ θα πρέπει να έχει το μονοπώλιο στοιχημάτων. Αν και λέγεται ότι στην Ελλάδα είναι παράνομο να υπάρχει μόνο μια εταιρεία στοιχηματισμού και κάποιες ξένες εταιρείες στοιχηματισμού έχουν προσφύγει στην Ε.Ε. γι' αυτή την «παράνομία», τελικά η ελληνική κυβέρνηση δεν κάνει τίποτε για αυτό. Πολλά από τα πρακτορεία του ΟΠΑΠ κερδίζουν από τα δελτία που παίζουν στο Internet και εισπράττουν κέρδη από τις διαφορές των αποδόσεων. Πολλές αθλητικές εφημερίδες έχουν αναγκαστεί από τη δικαιοσύνη να πληρώσουν πρόστιμα για το λόγο ότι διαφημίζουν κάποιες ξένες εταιρείες και πολλά άλλα.

5.2 Στοιχηματισμός στο Διαδίκτυο και ισχύουσα Νομοθεσία

Η νομοθεσία γύρω από το διαδίκτυο είναι συγκεκριμένη. Λίγοι είναι αυτοί οι λογιστές και οι δικηγόροι που μπορούν να δώσουν απάντηση για το αν κάποιος που όχι μόνο διαθέτει site στην Ελλάδα αλλά που απευθύνεται μέσω του συγκεκριμένου site σε άτομα από το εξωτερικό είναι παράνομος σε περίπτωση που διαφημίζει κάποια ξένη εταιρεία στοιχημάτων. Γι' αυτό το λόγο, τα πιο πολλά αθλητικά site δίνουν τα προγνωστικά τους και διαφημίζουν ξένες εταιρείες στοιχημάτων. Το ίδιο κάνουν και τα έγκυρα διαδικτυακά περιοδικά, όπως και οι αθλητικές εφημερίδες που

³⁷ ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε off-line Βάση, 2010

³⁸ Υπουργείο Πολιτισμού - Υφυπουργείο Αθλητισμού, Διεξαγωγή Τυχερών Παιχνιδιών στην Ελλάδα, 2010

επίσης διαφημίζουν ξένες εταιρείες³⁹. Παρ' όλα αυτά, όμως, σύμφωνα με το νόμο είναι παράνομοι, αλλά δεν τιμωρούνται. Η πολιτεία δεν επεμβαίνει σε περιπτώσεις όπου οι παρανομίες είναι φανερές, επειδή και η ίδια κερδίζει κάποια ποσά από αυτή την υπόθεση. Πολλοί είναι αυτοί που καταλαβαίνουν ότι υπάρχει αρκετό "ενδιαφέρον" στο στοίχημα κάποιας επιχείρησης.

Οι άδειες που δίνονται από το νομοσχέδιο για τη λειτουργία μηχανημάτων είναι πολύ λίγες. Συγκεκριμένα, θα χορηγηθούν άδειες για περίπου 32.000 τερματικά, ανάλογα με την κατανομή πληθυσμού σε κάθε Δήμο. Προβλέπεται καταβολή ειδικού τέλους υπέρ του Δημοσίου, αποκόμιση περιορισμένου οφέλους για τους παίκτες, αλλά και επιβολή αυστηρών κυρώσεων σε περιπτώσεις παρανομίας. Η εκτίμηση του Υπουργείου Πολιτισμού είναι ότι στην Ελλάδα λειτουργούν πάνω από 250 διαδικτυακοί τόποι γύρω από το στοίχημα, περίπου 20.000 ηλεκτρονικές μηχανές με ψυχαγωγικά παιχνίδια με περιορισμένο κέρδος και περίπου 150.000 ηλεκτρονικοί υπολογιστές με παράνομα τυχερά παιχνίδια. Βασικός στόχος του υπουργείου είναι η αποφυγή προστίμου από την Ε.Ε. που υπολογίζεται σε 32.000 Ευρώ την ημέρα και η είσπραξη εσόδων συνολικού ύψους 700.000.000 Ευρώ το 2011 από τη χορήγηση των αδειών³⁹.

Επίσης, σε σχέση με τα καταβαλλόμενα τέλη υπέρ του Δημοσίου για τη διενέργεια ηλεκτρονικών παιχνιδιών, το σχετικό νομοθετικό πλαίσιο θεωρεί δύο κατηγορίες παιχνιδιών³⁹:

Τα ψυχαγωγικά που διενεργούνται μέσω τερματικών με οθόνη - Video Lottery Terminals και που είναι συνδεδεμένα με κεντρικό πληροφοριακό σύστημα. Οι ιδιοκτήτες αυτών των τερματικών θα πρέπει να καταβάλουν εφάπαξ τέλος προκειμένου να πάρουν την ειδική άδεια και επιπλέον πληρώνουν ετήσιο τέλος διενέργειας ψυχαγωγικών τεχνικών παιχνιδιών. Ανάλογα με τον πληθυσμό της πόλης ορίζονται και πανελλαδικά με διαβαθμισμένο κόστος κτήσης οι σχετικές άδειες.

Η δεύτερη κατηγορία είναι αυτή των τυχερών παιχνιδιών περιορισμένου οφέλους όπου το προσδοκώμενο κέρδος περιορίζεται και αποτελεί το 60%, σύμφωνα με τη διεθνή πρακτική, του ύψους στοιχήματος από το κάθε μηχάνημα. Το κέρδος από τα ποσοστά διανέμεται με δύο τρόπους, δηλαδή ή να μην σχετίζεται με το ύψος του στοιχήματος αλλά να προσφέρεται ένα μέγιστο ποσό, ή να οριστεί ένα πολλαπλάσιο του ποσού στοιχήματος. Πάντως το ανώτερο ποσό στοιχήματος θα είναι συγκεκριμένο όπως από 0.20 - 10.00 ευρώ.

Με αυτόν τον τρόπο, οι παίχτες θα «παίζουν» συγκεκριμένο ποσό για μια χρονική περίοδο για παράδειγμα 300 ευρώ το μήνα. Σε καμία περίπτωση δεν θα μπορούν να χάσουν περισσότερα από όσα στοιχηματίζουν. Επίσης, υπάρχει η δυνατότητα του "εξ αποστάσεως σχηματισμού", του σχηματισμού μέσω διαδικτύου ή άλλων οπτικοακουστικών και ηλεκτρομαγνητικών μέσων. Ο εξ αποστάσεως σχηματισμός στην ελληνική επικράτεια θα είναι επιτρεπτός μετά από χορήγηση ειδικής άδειας με διάρκεια 5 χρόνια⁴⁰.

³⁹ Υπουργείο Πολιτισμού - Υφυπουργείο Αθλητισμού, Διεξαγωγή Τυχερών Παιχνιδιών στην Ελλάδα, 2010

⁴⁰ ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010

Με σκοπό να χορηγηθεί η άδεια θα πρέπει οι ενδιαφερόμενοι να καταβάλουν εφάπαξ υπέρ του ελληνικού δημοσίου πριν από την έναρξη της σχετικής δραστηριότητας, κάτι σαν εισφορά εξ αποστάσεως στοιχηματισμού και περιοδικό τέλος επί των ετήσιων ακαθάριστων εισπράξεών τους. Η κατάληξη που πρέπει να έχουν οι ιστοσελίδες θα πρέπει να είναι σε .gr και οι κάτοχοι να έχουν έδρα την Ελλάδα. Επιπρόσθετα, ρυθμίζονται με το νέο νομοσχέδιο και οι υπόλοιπες δύο αγορές, ιπποδρομίες και παιχνίδια τύπου καζίνο, όπου μπορεί να αποτελέσουν μελλοντικά αντικείμενα για συζήτηση.

Επιπρόσθετα, η λειτουργία των «ανταλλακτηρίων στοιχημάτων» επιτρέπεται βάσει της νομοθεσίας που ισχύει. Σε αυτήν την περίπτωση ανήκουν συστήματα συναλλαγών που επιτρέπουν ανταλλαγή στοιχημάτων ανάμεσα σε παίχτες και παρόχους όπως επίσης η διεξαγωγή παιχνιδιών με πίστωση απαγορεύεται για κάθε παιχνίδι, αλλά και η έκπτωση σε κάθε κόστος συμμετοχής.

Απαγορεύεται σε ανηλίκους να παίζουν τυχερά παιχνίδια. Θα επιτρέπεται να παίζουν μόνο τεχνικά - ψυχαγωγικά παιχνίδια και αυτά θα διαβαθμίζονται σε προσβασιμότητα ανάλογα με την ηλικία. Θα πρέπει να χορηγείται ειδική άδεια αφού η διεξαγωγή τυχερών παιχνιδιών διεξάγεται σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους και καταστήματα. Η άδεια προσφέρεται σε περιορισμένο αριθμό για λειτουργία μέγιστου αριθμού τερματικών. Περίπου 3.2 τερματικά ανά 1.000 κατοίκους, σύμφωνα με την ευρωπαϊκή και διεθνή πρακτική. Ένα μέρος της άδειας πληρώνεται μετά την απόκτησή της και ένα άλλο κατά την τοποθέτηση κάθε μηχανήματος. Η διάρκεια της αδειάς είναι 7 - 10 χρόνια με επιλογή ανανέωσης⁴¹.

Επίσης προτείνονται από το Υπουργείο Πολιτισμού συγκεκριμένες κινήσεις σχετικά με τη διεξαγωγή στοιχηματισμού στο διαδίκτυο που αναφέρονται ως εξής:

- Ø Παροχή μεγαλύτερου αριθμού αδειών.
- Ø Άνοιγμα αγοράς με διεθνή διαγωνισμό. Το Υπουργείο Οικονομικών διενεργεί πλειοδοσία με τη χαμηλότερη τιμή εκκίνησης.
- Ø Άνοιγμα της αγοράς με διεθνή διαγωνισμό, με μεταβατικό στάδιο για 2 έως 3 χρόνια. Σε συχνά χρονικά διαστήματα προκηρύσσεται ορισμένος αριθμός με καθορισμένο κόστος.
- Ø Αρχική παραχώρηση του ΟΠΑΠ σε νέες άδειες για ορισμένο χρόνο με καθορισμένη τιμή ανά άδεια και με δικαιώματα εκμετάλλευσης. Αργότερα ο ΟΠΑΠ με ανοικτή διαδικασία επιλέγει το λιγότερο 3 πάροχους.

Θα πρέπει αντίστοιχα να σημειωθεί πως αν και ο στοιχηματισμός στο διαδίκτυο είναι παράνομος, υπολογίζεται από την ελληνική κυβέρνηση ότι στην Ελλάδα τα κέρδη είναι περίπου 3 δισεκατομμύρια Ευρώ. Τα sites που υπάρχουν και που φυσικά είναι παράνομα αυτό που κάνουν είναι να προσφέρουν στοιχήματα σε αθλητικά θέματα κυρίως μέσω μονάδων αδειοδοτήσεων σε άλλες χώρες της Ε.Ε. Μέσα στα σχέδια της κυβέρνησης είναι να ρυθμίσει την αγορά του στοιχήματος μέσω Internet μέσα στο 2011 και να άρει την απαγόρευση επί των τεχνικών ψυχαγωγικών και τυχερών παιχνιδιών.

⁴¹ ΟΠΑΠ ΑΕ, Διοίκηση και Λειτουργία Σχετικά με την Διεξαγωγή Στοιχημάτων στην Ελλάδα και Ευρώπη, 2010

Απαγόρευση για την οποία πληρώνει πρόστιμο 11.5 εκατομμύρια Ευρώ ετησίως στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Φυσικά τα παραπάνω μέτρα λαμβάνονται σε μια προσπάθεια να μπορέσει η Ελληνική κυβέρνηση να αντλήσει όσο το δυνατόν περισσότερα έσοδα και στην συνέχεια να εκπληρώσει τους στόχους της σε σχέση με το μνημόνιο της Ε.Ε και του ΔΝΤ που ισχύουν στις μέρες μας⁴².

5.3 Στοιχηματισμός σε Ελλάδα και Ευρώπη βάσει κανόνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Το νέο νομοσχέδιο για τα τυχερά παιχνίδια έχει ήδη δοθεί προς δημόσια διαβούλευση από την ελληνική κυβέρνηση. Παρ' όλα αυτά το τοπίο δεν ξεκαθαρίζεται γύρω από το offline στοιχήμα. Έπειτα από τη χορήγηση ειδικής άδειας διάρκειας πέντε χρόνων, σύμφωνα με το υπάρχον σχέδιο νόμου, θα επιτρέπεται η διεξαγωγή διαδικτυακού στοιχήματος. Για να χορηγηθεί η συγκεκριμένη άδεια θα πρέπει ο κάθε ενδιαφερόμενος να καταβάλει υπέρ του ελληνικού δημοσίου εφάπαξ ποσό εισφοράς εξ αποστάσεως στοιχηματισμού και περιοδικό τέλος επί των ημερησίων ακαθάριστων εισπράξεών τους. Και όλα αυτά πριν την έναρξη της σχετικής δραστηριότητας.

Πολλά και πάλι είναι τα ζητήματα που προκύπτουν από τα παραπάνω, όπως το θέμα της φορολογίας και για το πώς θα εκδοθούν οι άδειες. Και πάλι με τα κατάλληλα μέτρα και με βάση την Ελλάδα σαν έδρα, δίνονται κάποιες λύσεις ως προς το θέμα της φοροδιαφυγής. Οι κάτοχοι των συγκεκριμένων αδειών θα πρέπει να συμμορφωθούν στα ανάλογα μέτρα και να τα ακολουθήσουν πιστά καθώς και να είναι συνεπείς απέναντι στις πληρωμές τους προς το δημόσιο⁴³.

Σημαντικό είναι ότι όλες οι ιστοσελίδες θα πρέπει να έχουν την κατάληξη .gr και φυσικά οι κάτοχοι των αδειών να έχουν έδρα την Ελλάδα. Με αυτόν τον τρόπο θα μπορεί το ελληνικό κράτος να επιτυγχάνει τη φορολόγηση και των εταιρειών αλλά και των παικτών. Ζήτημα όμως παραμένει και η έκδοση των αδειών. Οι τρόποι που προτείνονται είναι οι εξής⁴³:

- Ø εκχώρηση απεριόριστου αριθμού αδειών με συγκεκριμένο κόστος
- Ø διεξαγωγή δημοπρασίας για εκχώρηση περιορισμένου αριθμού αδειών
- Ø απ' ευθείας ανάθεση στον ΟΠΑΠ

Στο νέο νομοσχέδιο επίσης, συμπεριλαμβάνονται και οι αρμοδιότητες του ΟΠΑΠ αναφορικά με τη διεξαγωγή των τυχερών παιχνιδιών ως εξής: Η συνεργασία μεταξύ των μονοπωλίων είναι αναπόφευκτη και συνέβη στην Ευρώπη αλλά και σε όσες χώρες άνοιξαν την αγορά στοιχήματος. Η κατανομή των αδειών από τον ΟΠΑΠ, στον οποίο θα δοθούν απευθείας, είναι στα σχέδια της κυβέρνησης. Ο ίδιος ο Οργανισμός, από την πλευρά του, θα κληθεί να διαλέξει τουλάχιστον τρεις εταιρείες

⁴² ΟΠΑΠ Α.Ε., Διοίκηση και Λειτουργία Σχετικά με την Διεξαγωγή Στοιχημάτων στην Ελλάδα και Ευρώπη, 2010

⁴³ ΟΠΑΠ Α.Ε., Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010

στις οποίες θα παραχωρήσει τις συγκεκριμένες άδειες. Οι εναλλακτικές λύσεις που απομένουν είναι οι εξής⁴⁴:

- Ø ο διεθνής διαγωνισμός
- Ø ο διεθνής διαγωνισμός με μεταβατικό στάδιο διάρκειας 2-3 χρόνια
- Ø προκήρυξη καθορισμένων αριθμών αδειών με συγκεκριμένο κόστος ανά τακτά χρονικά διαστήματα

Μια από τις επόμενες κινήσεις που θα πρέπει να κάνει η ελληνική κυβέρνηση από τη στιγμή που θα απελευθερωθεί το στοίχημα στο διαδίκτυο, βάσει της Ευρωπαϊκής Νομοθεσίας, θα πρέπει να είναι ο περιορισμός του στοιχηματισμού μέσα στα σύνορά της. Προκειμένου να συμβεί κάτι τέτοιο, θα πρέπει να επιβληθεί η απαγόρευση στους παρόχους του Internet να μπορούν να δίνουν τη δυνατότητα πρόσβασης στους χρήστες σε εταιρείες στοιχηματισμού οι οποίες δεν θα έχουν την κατάληξη .gr.

Επίσης, αναμένεται και η γνωμοδότηση της Κεντρικής Τράπεζας που αφορά στην πρόθεση της κυβέρνησης να απαγορεύσει την εκκαθάριση συναλλαγών από τράπεζες με τους διαδικτυακούς τόπους που αφορούν στα τυχερά παιχνίδια. Στην περίπτωση που ξεπεραστούν τα οποιαδήποτε νομικά προβλήματα, οι παίκτες στοιχημάτων δεν θα μπορούν πλέον να καταθέτουν χρήματα σε λογαριασμούς εταιρειών με κανέναν τρόπο, ούτε με έμβασμα ούτε με πιστωτικές κάρτες.

Είναι αναγκαίο επίσης να σημειωθεί πως το Δικαστήριο Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων είδε θετικά και δέχθηκε πως το κάθε κράτος και μέλος της Ε.Ε. έχει τη δυνατότητα να απαγορεύσει την εκμετάλλευση και τη διαφήμιση των τυχερών παιχνιδιών μέσω διαδικτύου, με σκοπό να καταπολεμήσει την απάτη και το έγκλημα.

Για παράδειγμα, η Ολλανδική κυβέρνηση απαγόρευσε τη λειτουργία των εταιρειών Betfar και Ladbrokes που δραστηριοποιούνται στην Ολλανδία και δικαιώθηκε από το ΔΕΚ. Το ΔΕΚ ήταν εκείνο που έκρινε ότι όποια εταιρεία προσφέρει νόμιμες υπηρεσίες σε κάποιο άλλο κράτος-μέλος δεν σημαίνει ότι αποτελεί και σωστή και επαρκή εγγύηση απέναντι στους καταναλωτές του. Το παραπάνω αποτέλεσε σημαντική ενίσχυση για το κρατικό μονοπώλιο στην Ελλάδα, παρ' όλα αυτά ο ΟΠΑΠ δεν έχει αναλάβει δράση στο διαδίκτυο.

Αυτό που ακόμα εκκρεμεί είναι η απόφαση του Συμβουλίου Επικρατείας για το off-line σύστημα στις υποθέσεις Stanleybet, Sportinbet και William Hill. Οι παραπάνω ζητούν άδεια λειτουργίας για να εισχωρήσουν στην Ελλάδα. Ο ΟΠΑΠ όμως δεν βλέπει θετικά την εισήγηση αφού οι σύμβουλοι δεν δέχονται το αποκλειστικό προνόμιο του Οργανισμού, κάτι που διαπραγματεύεται στις μετοχές του στο Χρηματιστήριο. Για τις χώρες του εξωτερικού, η Ιταλία και η Γερμανία πήραν την απόφαση να «ανοίξουν» τις αγορές τους, με έλεγχο φυσικά, και η Ολλανδία έδωσε την άδεια στο online πόκερ και περιμένει να δει και για άλλες άδειες σε τυχερά παιχνίδια.

Βέβαια στόχος έχουν γίνει και τα ανταλλακτήρια στοιχημάτων αφού αποτελούν μια νέα κατηγορία αυτών. Σε αυτήν την περίπτωση οι εταιρείες λειτουργούν ως

⁴⁴ ΟΠΑΠ ΑΕ, Διοίκηση και Λειτουργία Σχετικά με την Διεξαγωγή Στοιχημάτων στην Ελλάδα και Ευρώπη, 2010

μεσάζοντες, αφού οι παίκτες κανονίζουν τις αποδόσεις και στοιχηματίζουν με άλλους παίκτες από το διαδίκτυο. Επίσης, τα τελευταία χρόνια τα ανταλλακτήρια αποτελούν τον καλύτερο σύμμαχο της ΦΙΦΑ σε μια προσπάθεια αντιμετώπισης για τους «στημένους» αγώνες, έχοντας ως στόχο να δημοσιοποιήσουν τα πονταρίσματα. Είναι πολύ σημαντικό, σύμφωνα με το νομοσχέδιο προς διαβούλευση, τα ανταλλακτήρια να υπακούουν στους αυστηρούς κανόνες λειτουργίας, κάτι που ισχύει και για τους πάροχους. Με αυτόν τον τρόπο θα ελέγχεται ο τρόπος του παιχνιδιού των παιχτών υπό κρατική εποπτεία και δεν θα γίνονται απάτες.

5.4 Ο διαδικτυακός στοιχηματισμός στην Ευρώπη

Η μοναδική διέξοδος πολλών εταιρειών για να αποκτήσουν μερίδιο από τον τζόγο αποτελούν τα τυχερά παιχνίδια μέσα από το Internet. Η ποικιλία του on-line αποτελείται από διάφορα στοιχήματα σε δημοφιλή αθλήματα, πόκερ καζίνο και πολλά άλλα ψυχαγωγικά παιχνίδια. Η παραπάνω αγορά πέρσι ανήλθε σε 200 δισεκατομμύρια Ευρώ, το 35% από τα οποία αφορούσε στο αθλητικό στοιχήμα⁴⁵.

Συνεχίζοντας, το 50% αφορούσε στο καζίνο, το 3% τα ψυχαγωγικά παιχνίδια και το 12% το πόκερ. Οι υπολογισμοί για το 2009 φτάνουν σε τζίρο τα 229 δισεκατομμύρια ευρώ και για το 2012 τα 241 δισεκατομμύρια Ευρώ. Περίπου το 34.3% του συνολικού τζίρου λαμβάνει μέρος στο *on-line entertainment* και οι εκτιμήσεις για το ύψος του τζίρου για το 2012 ανήλθαν σε 289 δισεκατομμύρια Ευρώ. Τα μεγαλύτερα ονόματα στην ευρωπαϊκή αγορά είναι η Bwin με 381.8 εκατομμύρια ευρώ, η Sportingbet της οποίας την πλατφόρμα στην ελληνική γλώσσα διαχειρίζεται η Centric Multimedia - η Party Gaming, η Ladbrokes, η William Hill, η Unibet⁴⁶.

Επίσης, η Eurobet συγκαταλέγεται στα μεγάλα ονόματα της αγοράς, η οποία το 2004 είχε συνεργαστεί με την Coral σχηματίζοντας τη μεγαλύτερη εταιρεία στοιχηματισμού στην Ευρώπη. Ο αριθμός των εγχώριων και ξένων εταιρειών και των sites τους που υπάρχουν και μοιράζονται τον ετήσιο τζίρο είναι πάνω από 40 σε on-line βάση. Ο τζίρος αυτός ξεπερνά στην Ελλάδα τα 5 δισεκατομμύρια Ευρώ. Σκληρή «μάχη» αναμένεται να δοθεί γι' αυτό το ποσό από πολλούς παίκτες, εγχώριους και ξένους, για να αποκτήσουν όσο μεγαλύτερο ποσό μπορούν.

Επίσης, λειτουργούν στο Internet σαράντα και πλέον sites από ελληνικές και ξένες εταιρείες, εκτός από τον ΟΠΑΠ που παρέχει στοιχήματα μέσα από περίπου 5.000 πρακτορεία. Οι δυνατότητες των on line gamers είναι πολλές και αφορούν πρόσβαση σε διαδικτυακούς τόπους στοιχηματισμού. Παρόλο που ο τζίρος σε αυτά τα παιχνίδια δεν μπορεί να προσδιοριστεί, οι πράκτορες του ΟΠΑΠ προσπάθησαν να τον προσδιορίσουν. Σε επιστολή τους στο Υπουργείο Οικονομικών ανέφεραν ότι ο on line στοιχηματισμός έχει ετήσιο τζίρο που ξεπερνά το ποσό των 4 δισεκατομμυρίων Ευρώ.

Κάποιοι παράγοντες της αγοράς, πάντως, κάνουν λόγο για ετήσιο τζίρο που διαμορφώνεται στα 1 δισεκατομμύρια Ευρώ και κέρδη που αγγίζουν τα 20

⁴⁵ ΟΠΑΠ ΑΕ, Διοίκηση και Λειτουργία Σχετικά με την Διεξαγωγή Στοιχημάτων στην Ελλάδα και Ευρώπη, 2010

⁴⁶ ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010

εκατομμύρια ευρώ. Την ίδια στιγμή, είναι προφανές πως οι εταιρείες βλέπουν και ένα δυνατό χαρτί κέρδους και τζίρου με ανοδικές τάσεις, αφού η συνεχώς αυξανόμενη πρόσβαση στο διαδίκτυο «ανεβάζει» συνεχώς αυτήν την αγορά⁴⁷.

Με ποσοστό πρόσβασης που αγγίζει το 40% στο σύνολο των νοικοκυριών, διαφαίνεται ότι οι παίκτες αυτών των παιχνιδιών συνεχώς πολλαπλασιάζονται καθημερινά. Η αύξηση αυτή αναμένεται να επεκταθεί και στην Ευρώπη και φυσικά όπως είναι επόμενο και στην Ελλάδα. Αν η Γαλλία ανοίξει ελεγχόμενο δρόμο στα online τυχερά παιχνίδια και χορηγήσει νέες άδειες σε νέους παρόχους μέχρι το Παγκόσμιο Κύπελλο του Ιουνίου του 2014, η Ελλάδα θα είναι η επόμενη χώρα που θα κάνει κάτι τέτοιο. Πολλές άλλες χώρες της Ευρώπης θα υιοθετήσουν την ελεγχόμενη απελευθέρωση στο μέλλον σύμφωνα με πολλές εκτιμήσεις. Όπως λοιπόν είναι επόμενο η συγκεκριμένη αγορά αποτελεί μεγάλη πρόκληση για εγχώριους παίκτες.



Εικόνα 11: Η δικαιοσύνη θα αποφασίσει την απελευθέρωση της αγοράς του τζόγου

⁴⁷ Υπουργείο Πολιτισμού - Υφυπουργείο Αθλητισμού, Διεξαγωγή Τυχερών Παιχνιδιών στην Ελλάδα, 2010

Κεφάλαιο 6: Κατηγορίες «παικτών» που στοιχηματίζουν, Οικονομική κρίση, Κοινωνικές επιπτώσεις και προεκτάσεις

6.1 Κατηγορίες παικτών που ασχολούνται συστηματικά με το στοιχηματισμό



Σύμφωνα με μελέτες που έχουν διεξαχθεί⁴⁸, υπάρχουν πολλές υποκατηγορίες παικτών που ασχολούνται συστηματικά με τα παιχνίδια στοιχημάτων αλλά ουσιαστικά δυο είναι οι βασικές. Η πρώτη βασική κατηγορία είναι εκείνων των παικτών που έχουν το σπορ ως βασικό χόμπι, που γνωρίζουν από μπάλα και που γι' αυτούς το στοίχημα δεν σταματάει ποτέ και καμία εποχή. Ποντάρουν πάντα για να κερδίσουν και δεν τους πολυενδιαφέρει αν το καθημερινό κέρδος είναι μικρό ή μεγάλο.

Γι' αυτούς τους ανθρώπους, ένα σταθερό κέρδος ανεξάρτητα μικρό ή μεγάλο, φέρνει μακροπρόθεσμα το ανάλογο κέρδος για τον καθέναν. Συντηρούν τα καθημερινά πονταρίσματά τους από τα κέρδη τους και σπάνια κυνηγάνε τα ασήμαντα παιχνίδια. Είναι επίσης συνηθισμένοι στις κακοτυχίες και ξέρουν πώς να τις αντιμετωπίσουν. Έχουν πάντα καθαρό μυαλό και πάντα προσωπική άποψη για ότι κάνουν και δεν περιμένουν κανέναν ή κανένα πρόγραμμα να τους επιβεβαιώσει τίποτα. Είναι επίσης αυτόνομοι, μελετούν βάσει δικών τους μεθόδων που έχουν αποκτήσει με την εμπειρία τους και σπάνια αλλάζουν γνώμη αφού έχουν καταλήξει πού θα ποντάρουν. Τέλος, παρακολουθούν τα πάντα και αναλόγως τα φιλτράρουν με σκοπό να ποντάρουν στη σωστή ομάδα.

Η δεύτερη κατηγορία πρόκειται για όλους αυτούς που παίζουν στοίχημα απλώς γιατί το κάνει κι ο διπλανός τους και απλά προσπαθούν κάποια μέρα να κερδίσουν με σκοπό να έχουν μια πιο άνετη ζωή. Επίσης, προσπαθούν να προσαρμοστούν στο σύστημα πάντα με λάθος τρόπο καθ' ότι δεν έχουν μεγάλη σχέση με το αντικείμενο και προσπαθούν με αμέτρητες δήθεν γνώμες να δημιουργήσουν εντυπώσεις για να γίνουν δεκτοί. Τις περισσότερες φορές δεν έχουν ιδέα πού ποντάρουν, απλώς το κάνουν γιατί κάποιος τους το είπε. Νομίζουν πως χάνοντας έστω και 5€ δεν έγινε κάτι σοβαρό, όμως κάνοντας στο τέλος της χρονιάς τον απολογισμό τους διακρίνουν πως έχασαν πολλά χρήματα. Η συγκεκριμένη κατηγορία είναι κι η πλειοψηφία των παικτών στοιχήματος κι είναι η αγαπημένη κατηγορία των γραφείων στοιχημάτων. Υπάρχουν όμως κι εδώ υποκατηγορίες και ανάμεσα στα χαρακτηριστικά συγκαταλέγεται κι ο όρος "πλεονεξία" για κάποιους.

6.2 Χαρακτηριστικά ατόμων που παίζουν στοίχημα

Αποτελεί γεγονός πως η επιτυχία κάποιων παιχτών στο on line στοίχημα πολλές φορές αποτελεί αντικείμενο συζητήσεων. Η επιτυχία αυτή μεταφράζεται σε

⁴⁸ ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010

μεγάλα κέρδη και ένα μεγάλο χρηματικό ποσό. Πώς όμως αναγνωρίζεται ένας τέτοιος παίκτης τελικά και πόσο μεγάλη είναι η επιτυχία του; Το κέρδος και ο χρόνος έχουν σαφώς άμεση σχέση με την απάντηση. Στοιχεία που είναι αντικειμενικά κριτήρια και χαρακτηρίζουν το κατά πόσο ένας παίκτης είναι επιτυχημένος.

Ο παίκτης που θεωρείται λοιπόν επιτυχημένος μπορεί να κερδίζει ένα χρηματικό ποσό κάθε χρόνο. Μέσα από την ιστορία τα συμπεράσματα που βγαίνουν λένε ότι σε βάθος περίπου 10 χρόνων προφανώς ο παίκτης αυτός θα χάσει ένα χρόνο. Μια χρονιά που ενδεχομένως να είναι δύσκολη για τους πιο καλούς παίκτες και φυσικά θα χαρακτηρίσει εκείνον τον παίκτη που πραγματικά θα είναι καλός.

Η ψυχολογική πίεση που θα είναι μεγάλη, θα προκαλέσει την ατυχία των παικτών στο να μην βγάλουν χρήματα για έναν χρόνο ή ακόμα και θα τους αποδυναμώσει στο να συνεχίσουν την επόμενη χρονιά. Όσοι αντέξουν θα ξεχωρίσουν από τους άλλους. Παρ' όλα αυτά δεν είναι και σίγουρο πως μια τέτοια χρονιά θα έρθει.

Οι παίκτες όμως πάντα θα δοκιμάζονται στο βάθος του χρόνου. Κάποιος παίκτης που κέρδισε τη μια χρονιά και την επόμενη, δεν νοείται να μην είναι επιτυχημένος. Και αυτό γιατί αυτό είναι το σύστημα που λειτουργεί μέχρι και σήμερα. Ένας καλός παίκτης χαρακτηρίζεται από την ικανότητά του να μπορεί να προσαρμόζεται σε οποιοσδήποτε συνθήκες και να παίρνει τις σωστές αποφάσεις όσον αφορά σε ένα σύστημα. Φυσικά, να μπορεί να το εγκαταλείψει όταν πρέπει.



Πρέπει να έχει μεγάλη δύναμη για κάτι τέτοιο, αφού τα γεγονότα έχουν δείξει ότι οι παίκτες κολλάνε σε μια μέθοδο στοιχηματισμού η οποία τους δίνει κέρδη και δεν θέλουν να την αποχωριστούν. Για ποιο λόγο όμως είναι αναγκαίο οι παίκτες να αποδείξουν την επιτυχία τους για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα; Αν γίνει μια σύγκριση σε δύο παίκτες όπου ο ένας στοιχηματίζει 10 φορές τον χρόνο και ο άλλος 100 στοιχήματα κάθε εβδομάδα, ο δεύτερος έχει ρισκάρει 5.200 στοιχήματα την ίδια χρονική στιγμή με τον πρώτο.

Σύμφωνα με την απλή λογική, δεν είναι σίγουρο ότι ο δεύτερος έχει ανακαλύψει ένα σύστημα που του αποφέρει κέρδη έναντι του πρώτου. Απλά γνωρίζει και πιστεύει ότι όσο πιο συχνά στοιχηματίζει τόσο και πιο πολλές πιθανότητες έχει να κερδίσει. Η πλειοψηφία όμως των παικτών κατά μέσο όρο παίζει έναν αριθμό στοιχημάτων που σε καμία περίπτωση δεν αγγίζει τέτοια νούμερα.

Ένας χρόνος λοιπόν περιλαμβάνει ένα μη ικανοποιητικό δείγμα στοιχημάτων για ασφαλή στοιχήματα. Το θέμα όμως και των χρημάτων απασχολεί εκτός από αυτό του χρόνου. Δυο πάλι ακραίες περιπτώσεις είναι οι εξής. Ένας παίκτης ο οποίος κερδίζει 5.000 ευρώ τη χρονιά και ένας άλλος ο οποίος κερδίζει τα δεκαπλάσια. Σε αυτήν την περίπτωση αναφερόμαστε σε παίκτες οι οποίοι δεν κάνουν τίποτε άλλο από το να στοιχηματίζουν συνεχώς και να μην ασχολούνται με τίποτε άλλο. Πολύ απλά έχουν κάνει τον στοιχηματισμό επάγγελμα. Αφιερώνουν ώρες ατελείωτες σε αυτό με σκοπό να κερδίσουν όσο το δυνατόν περισσότερα χρήματα.

Σε αυτή την περίπτωση δεν είναι και τόσο ικανοποιητική η απόδοση του πρώτου παίκτη. Φυσικά, το ποσό που κερδίζει ο κάθε παίκτης είναι πάντα σχετικό

και ανάλογα με τις ανάγκες του αλλά και με αυτές της χώρας στην οποία ζει. Ο αποδεκτός σχετικά κανόνας είναι για τα ετήσια κέρδη να είναι κατά μέσο όρο 5 φορές πιο πολλά από έναν μισθό μιας μέσης εργασίας. Αν η χρονιά θεωρηθεί άσχημη ή αρνητική, τότε η πτώση του μέσου όρου να μην βγει σε χαμηλά επίπεδα, να υπάρχει ένα ποσό στην άκρη έτσι ώστε ο παίκτης να μπορεί να εξασφαλίσει τα προς το ζην, μέχρι να επενδύσει και πάλι. Το ίδιο ισχύει ακόμα και όταν χρειαστεί να αλλάξει πλεύση.

Είναι πάντως γεγονός ότι οι άνθρωποι που ασχολούνται συστηματικά με το παραπάνω θα πρέπει επιπλέον να έχουν προνοήσει για την ασφάλεια των επόμενων χρόνων και από οικονομικής πλευράς αλλά και από άποψη υγείας. Και αυτά θα πρέπει να τα παρέχουν τα κέρδη από το στοίχημα. Έτσι, λοιπόν, πιο αντικειμενικά κριτήρια για τη διάκριση των παικτών που θεωρούνται επιτυχημένοι είναι το σχετικό μέγεθος των κερδών αλλά και ο χρόνος. Καμία σημασία δεν έχουν τελικά για το χαρακτηρισμό ενός επιτυχημένου παίκτη το ποσοστό επαλήθευσης των προγνωστικών ή οι αποδόσεις τους στις οποίες στοιχηματίζουν.

6.3 Πόσα χρήματα μπορεί να κερδίσει κάποιος στοιχηματίζοντας

Είναι σαφές πως κάποιος που παίζει στοίχημα on-line στοχεύει στο κέρδος. Ο αριθμός των στοιχημάτων έχει άμεση σχέση με τα χρήματα που μπορεί να κερδίσει. Αλλά και με το ποσό του κάθε στοιχήματος και με το πλεονέκτημα που ο ίδιος έχει να διαλέγει τα στοιχήματα που έχουν αξία. Αν και το τελευταίο δύσκολα υπολογίζεται και χρειάζεται πρακτική εφαρμογή. Είναι πιο εύκολο κάποιος να ρισκάρει με εικονικά χρήματα μέχρι να καταλήξει σε κάποιο νούμερο από το να ρισκάρει χρήματα.

Οι συζητήσεις ανάμεσα σε παίκτες στοιχημάτων on-line που έχουν να κάνουν με κάποιο ενδεχόμενο μακροχρόνιο κέρδος δεν είναι σπάνιες. Ακόμα το γεγονός του κατά πόσο μπορεί κάποιος να ζήσει από το στοίχημα σαν κύρια ασχολία δεν αποτελεί σπάνια συζήτηση. Κάποιοι απλοί υπολογισμοί μπορεί να γίνουν από όσους τους απασχολεί το ύψος του εφικτού κέρδους. Ο πρώτος και πιο δύσκολος υπολογισμός που μπορεί να γίνει είναι εκείνος που αφορά στον καθορισμό του πλεονεκτήματος που έχουν οι παίκτες απέναντι στον ανταγωνισμό, είτε εκείνος λέγεται bookmaker είτε άλλοι παίκτες.

Αυτό στο οποίο στοχεύουν οι παίκτες είναι η εύρεση στοιχηματικών ευκαιριών που προσφέρονται για μακροχρόνιο κέρδος. Κάτι τέτοιο λέγεται *value betting* και έχει αναφερθεί ξανά στο Στοίχημα on-line. Πολύ απλά θα πρέπει οι παίκτες να στοιχηματίζουν σε αγώνες στους οποίους η απόδοση που θα τους προσφέρεται από το στοίχημα να είναι 2.00 και να επαληθεύονται πάνω από 55%. Η πραγματική απόδοση να είναι 1.95 ή χαμηλότερα. Οι παίκτες που έχουν αυτή την ικανότητα είναι πραγματικά καλοί.

Εδώ χρειάζεται η πρακτική εφαρμογή. Ένας αριθμός στοιχημάτων θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί από τον παίκτη ακόμα και με εικονικά χρήματα (για παράδειγμα τα 100 στοιχήματα). Με σκοπό να δει τελικά αν μπορεί να ανακαλύψει τα στοιχήματα που του αποφέρουν κέρδος. Γι' αυτό το λόγο θα πρέπει να καταγράφει τα στοιχήματα τα οποία του αποφέρουν κέρδος και αν μπορεί και να τα ανακαλύπτει. Στην περίπτωση όπου μετά από 100 στοιχήματα των 10 εικονικών ευρώ μια μελέτη του

έδειχνε ότι θα κέρδιζε 50 ευρώ το συμπέρασμα είναι ότι το πλεονέκτημά του είναι 5%. Αν διαιρεθεί το 50 με το 1000 προκύπτει το 5% και αυτός είναι ο τζίρος που έκανε⁴⁹.

Αν τα παραπάνω στοιχήματα είχαν διάρκεια ένα μήνα, τότε ο on-line παίκτης ο οποίος παίζει σε έναν μέσο όρο, αν ακολουθεί το ίδιο σύστημα, 100 στοιχήματα το μήνα, θα έχει 5% πλεονέκτημα. Επίσης, τα ποσά που θα έχει ή θα μπορεί να κερδίσει από τα on line στοιχήματα εξαρτώνται μόνο από τα ποσά που θα έχει στοιχηματίσει σε κάθε στοίχημα. Πάντα θα υπάρχει ένας μέσος όρος του ποσού που στοιχηματίζει, είτε στοιχηματίζει το ίδιο ποσό, είτε το αυξομειώνει κάθε φορά.

Αν λοιπόν στοιχηματίζει 10 ευρώ ανά στοίχημα το αναμενόμενο κέρδος, σύμφωνα με τα παραπάνω, θα είναι 50 ευρώ. Στην περίπτωση που λίγοι είναι οι κερδισμένοι, μπορεί αυτός ο παίκτης να μην μπορεί να ζήσει από αυτό το ποσό αλλά έχει κάνει ένα μεγάλο βήμα στο on line στοίχημα. Αν πρέπει κάποιος να αναφερθεί σε ένα κέρδος της τάξης των 1.000 ευρώ το μήνα θα πρέπει τότε ο παίκτης να κάνει και έναν μεγάλο τζίρο ή να έχει πλεονέκτημα.

Σαν πλεονέκτημα το 5% είναι ένα αποδεκτό μέγεθος, το οποίο όμως θα πρέπει να κρατείται σταθερό για να είναι και ο παίκτης ικανοποιημένος. Το μόνο που μένει είναι να αυξηθεί ο τζίρος που οδηγεί και σε έναν μεγάλο αριθμό στοιχημάτων ή σε μεγάλο ποσοστό πονταρίσματος. Για να υπάρξει μηνιαίο κέρδος των 1.000 ευρώ θα πρέπει τότε να υπάρξει και τζίρος των 20.000 ευρώ. Αυτό σημαίνει 100 στοιχήματα των 100 ευρώ ή 1.000 στοιχήματα των 20 ευρώ. Ο λόγος που θα κάνει τους παίκτες να αυξήσουν τα στοιχήματά τους είναι ή το ποσό που θα ποντάρουν ή η διαχείριση που κάνουν στα χρήματά τους. Πάντως δεν είναι εύκολο χρήμα τα χρήματα από τα στοιχήματα.

6.4 Σύγκριση αποδόσεων με σκοπό τη μεγιστοποίηση του κέρδους

Η σύγκριση των αποδόσεων γίνεται αυτομάτως από τους παίκτες όταν παίζεται το στοίχημα on-line. Γίνεται σύγκριση των εταιρειών στοιχημάτων αλλά και των ανταλλακτηρίων στοιχημάτων για να υπάρχει και το μεγαλύτερο κέρδος. Η σύγκριση αυτή μπορεί να γίνει είτε εξετάζοντας ξεχωριστά την κάθε εταιρεία είτε χρησιμοποιώντας τις υπηρεσίες ιστοσελίδων που αφορούν την υπηρεσία σύγκρισης των αποδόσεων. Αν υπάρξει στοίχημα στη μεγαλύτερη απόδοση τότε το σύστημα κάθε φορά θα εφαρμόζεται θα έχει και μεγαλύτερες πιθανότητες να κερδίσει. Αν υπάρξει κάποιο υποθετικό σύστημα στοιχήματος το οποίο έχει μελετηθεί στο στοίχημα ποδοσφαίρου μπορεί να αποδειχθεί η μεγάλη διαφορά που θα έχει στην επίδοση του συστήματος ή σύγκριση αποδόσεων.

Αν σύμφωνα με το σύστημα προκύπτουν στοιχήματα σε ομάδες όπου οι πιθανότητες να κερδίσουν είναι 60% τότε προτείνονται συνεχώς στοιχήματα με την πιθανότητα 60%. Αυτό μπορεί να είναι ένα ακραίο σενάριο αλλά βοηθά στην κατανόηση της σημασίας των αποδόσεων. Σε ένα μήνα συνολικά το σύστημα έχει προβλέψει 100 αγώνες με πιθανότητες 60% να κερδίσει η γηπεδούχος και φυσικά αυτή η πιθανότητα έχει επαληθευθεί.

⁴⁹ ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010

Το σύστημα λοιπόν είναι σωστό και προβλέπει και το μέγεθος της πιθανότητας. Αν και ο παίκτης του στοιχήματος έχει λογαριασμό σε μια μόνο εταιρεία στοιχημάτων, η οποία είναι γνωστή για τα χαμηλές αποδόσεις της, εκείνος δεν διατίθεται να την αλλάξει είτε γιατί δεν του αρέσουν οι αλλαγές είτε γιατί δεν έχει καταλάβει ποιος είναι ο λόγος που χάνει χρήματα.

Υποτίθεται πως η συγκεκριμένη εταιρεία προσφέρει στους αγώνες απόδοση στο 1.50. Σε περίπτωση όπου η πιθανότητα επαληθευτεί ο παίκτης θα κερδίσει το στοίχημα στους 60 από τους 100 αγώνες. Θα κερδίσει 30 ευρώ αν στοιχηματίσει 10 ευρώ σε κάθε πρόβλεψη. Και τα κέρδη θα αφορούν τους αγώνες όπου η γηπεδούχος θα πάρει το παιχνίδι, αλλά θα χάσει 400 ευρώ στους άλλους 40.

Αν και το σύστημα του στοιχήματος που διαθέτει υπολογίζει σωστά την πιθανότητα επαλήθευσης του σημείου ο παίκτης χάνει χρήματα. Ο μόνος που μπορεί να κατηγορήσει είναι ο εαυτός του αφού έχει την εμμονή να στοιχηματίζει σε χαμηλές αποδόσεις. Αν το ίδιο σύστημα το χειριστεί ένας προνοητικός παίκτης που έχει κάνει μια σχετική έρευνα αγοράς και έχει συγκρίνει αποδόσεις δεν θα στοιχηματίσει σε μεγάλη απόδοση. Θα βρει την απόδοση των πιο πάνω αγώνων σε 1.75.

Θα κερδίσει 450 ευρώ σε 60 αγώνες αλλά θα χάσει 400 στους υπόλοιπους, άρα θα αποκομίσει κέρδος 50 ευρώ λόγω μεγάλης απόδοσης. Ο προηγούμενος χάνει 10 στοιχήματα ανά 100, ο δεύτερος κερδίζει 5 στοιχήματα ανά 100. Η διαφορά είναι μεγάλη. Υπάρχει όμως η περίπτωση ο ίδιος παίκτης να αποκτήσει αυτοπεποίθηση, να ακολουθήσει το ίδιο σύστημα για χρόνια και το κεφάλαιό του να έχει μεγαλώσει. Θα στοιχηματίσει 1.000 ευρώ σε κάθε στοίχημα και θα κερδίσει 5.000 ευρώ κάθε μήνα⁵⁰.

Αν υπάρχει και ένας τρίτος παίκτης πιο σχολαστικός και θέλει μεγαλύτερη απόδοση θα στοιχηματίσει 1.000 ευρώ ανά αγώνα. Η απόδοση που θα παίξει θα είναι 1.80 σε σχέση με τον δεύτερο που είναι 1.75 και τον πρώτο που είναι 1.50. Ποια η χρηματική διαφορά; Με τους σωστούς υπολογισμούς, ο παίκτης αυτός θα κερδίσει 8.000 ευρώ κάθε μήνα με τα ίδια προγνωστικά του ίδιου συστήματος.

Υπάρχει δηλαδή 60% μεγαλύτερο κέρδος και μεγαλύτερη επίδοση. Απλά αυτό που έκανε ήταν να στοιχηματίσει σε λίγο μεγαλύτερη απόδοση. Και με κέρδος 60% περισσότερο. Έτσι, λοιπόν, όταν γίνεται σύγκριση των αποδόσεων πρέπει να διακρίνεται και η μεγάλη διαφορά των αποδόσεων, όσο μικρή και να φαίνεται. Σε περίπτωση που κάποιος παίκτης έβρισκε την απόδοση 1.75 στις πιο πολλές εταιρείες και την 1.80 σε δύο αξιόπιστες εταιρείες, θα άνοιγε νέο λογαριασμό προκειμένου να εκμεταλλευτεί την πιο μεγάλη απόδοση;

Αν απαντήσει αρνητικά τότε θα πρέπει να αλλάξει και τη γνώμη του για τη σύγκριση των αποδόσεων. Σε άλλη περίπτωση θα πρέπει να βελτιώσει το ποσοστό επιτυχίας, σε μεγάλο βαθμό, των προβλέψεών του για να μπορέσει να αντισταθμίσει το κέρδος ενός άλλου παίκτη ο οποίος θα στοιχηματίζει απλά σε 0.05 μεγαλύτερη απόδοση.

⁵⁰ ΟΠΑΠ ΑΕ, Διοίκηση και Λειτουργία Σχετικά με την Διεξαγωγή Στοιχημάτων στην Ελλάδα και Ευρώπη, 2010



Εικόνα 13: Κεφάλαια αξίας δισεκατομμυρίων κινούνται στο βωμό του τζόγου

6.5 Οικονομική Κρίση και Στοιχηματισμός στο Διαδίκτυο

Πολλοί αναρωτιούνται αν μπορούν πραγματικά οι κινήσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης για άρση του κρατικού μονοπωλίου για τα τυχερά παιχνίδια να επηρεάσει και τη στάση της Ελληνική Κυβέρνησης. Για παράδειγμα, στις αρχές του Γενάρη 2009, η Γαλλική Κυβέρνηση ανακοίνωσε την πρόθεση της χώρας του να ανοίξει την αγορά διαδικτυακών τυχερών παιχνιδιών. Η πρόταση του νομοσχεδίου πέρασε από το υπουργικό συμβούλιο έως τα τέλη του Μαρτίου με στόχο να ισχύσει η πλήρης απελευθέρωση από 1η Ιανουαρίου 2010.

Ο μηχανισμός επιτρέπει σε όλες τις εταιρείες διαδικτυακού τζόγου (συμπεριλαμβανομένων και των αλλοδαπών) να αιτούνται πενταετή άδεια λειτουργίας. Η κυβέρνηση προβλέπει φόρο 7.5% για το αθλητικό στοίχημα (sportsbook) και τις ιπποδρομίες και 2% στο διαδικτυακό πόκερ. Στόχος είναι η άντληση εσόδων για το κράτος, τα οποία υπολογίζονται σε 7 δισεκατομμύρια ετησίως. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Γαλλικής κυβέρνησης, πάνω από 20.000 ιστότοποι προσφέρουν υπηρεσίες στοιχηματισμού με συνολικό κύκλο εργασιών τα 7 δισεκατομμύρια ευρώ. Από το νόμο θα εξαιρούνται η λοταρία και τα «φρουτάκια», τα οποία θα παραμείνουν υπό κρατικό έλεγχο⁵¹.

Παρ' όλο που μερικοί αναλυτές εκφράζουν τη δυσπιστία τους ως προς τη βιωσιμότητα του προτεινόμενου μοντέλου απελευθέρωσης της συγκεκριμένης αγοράς, η ίδια η κίνηση εκ μέρους της Γαλλίας προοιωνίζει σημαντικές αλλαγές στο χώρο αυτό στην Ευρώπη γενικότερα. Η Ευρωπαϊκή Ένωση ασκεί σημαντικές πιέσεις στις κυβερνήσεις των χωρών για το άνοιγμα της συγκεκριμένης αγοράς και μέχρι πρότινος η κυβέρνηση της Γαλλίας πρόβαλλε σθεναρή αντίσταση σε οποιαδήποτε

⁵¹ ΟΠΑΠ ΑΕ, Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010

μορφή απελευθέρωσης και επιδείκνυε σημαντικό προστατευτισμό του μονοπωλίου της.

Επικεφαλής της μάχης της Ε.Ε. απέναντι στις ένδεκα χώρες, συμπεριλαμβανομένης και της χώρας μας, βρίσκεται ο Charlie McCreenny, Επίτροπος σε θέματα Εσωτερικής Αγοράς και Υπηρεσιών. Αναφέρεται, επίσης, πως λόγω της κρίσης και της προαναφερόμενης πίεσης της Επιτροπής, οι χώρες μέλη της Ε.Ε. αναζητούν νέες πηγές άντλησης εσόδων για να αντεπεξέλθουν στην παρούσα οικονομική συγκυρία. Δεν είναι μυστικό βέβαια ότι οι εταιρείες που προσφέρουν υπηρεσίες στοιχηματισμού συχνά έχουν έδρα σε χώρες όπου το φορολογικό καθεστώς είναι φιλικό προς τις αλλοδαπές εταιρείες, αντιθέτως με το καθεστώς σε χώρες όπως την Γαλλία και την Ελλάδα.

Στην Ελλάδα, βέβαια, η μονοπωλιακή θέση του ΟΠΑΠ δέχεται επίθεση και από τον προαναφερόμενο επίτροπο που έχει βάλει τη χώρα στο δρόμο του Ευρωπαϊκού δικαστηρίου αλλά και από ανταγωνιστές της εταιρείας οι οποίες ασκούν έμμεση και - μέσω της επιτροπής - άμεση πίεση. Ένα πρόσφατο παράδειγμα είναι η κίνηση της Stanleybet International να ανοίξει δύο υποκαταστήματάς της στην Ελλάδα. Η κυβέρνηση και η ηγεσία της ΟΠΑΠ Α.Ε. παραμένουν αμετάκλητοι στη θέση τους και δεν δείχνουν καμία θετική διάθεση προς την απελευθέρωση της αγοράς των τυχερών παιχνιδιών.

Θα πρέπει να σημειωθεί πως λόγω της οικονομικής κρίσης, η εγχώρια αγορά τυχερών παιχνιδιών υπολογίζεται σε περίπου 9 δισεκατομμύρια ευρώ ετησίως. Αυτό το ποσό συμπεριλαμβάνει τον κύκλο εργασιών του ΟΠΑΠ που το έτος 2008 ανήλθε στα 5.5 δισεκατομμύρια ευρώ, καθώς και τα λαχεία, τις ιπποδρομίες, τα καζίνο κ.ά. Υπολογίζεται ότι ο κύκλος εργασιών του «παράνομου» και σύμφωνα με τον ΟΠΑΠ διαδικτυακού τζόγου ανέρχεται στα 6 δισεκατομμύρια ευρώ. Είναι προφανές ότι αυτά τα νούμερα είναι ελκυστικά σε πολλά συμφέροντα και τοποθετούν την Ελλάδα σε μία από τις υψηλότερες θέσεις παγκοσμίως με βάση την κατά κεφαλήν δαπάνη σε τζόγο.

Η διεθνής οικονομική κρίση και η ανάγκη των κρατών να αντλήσουν νέα έσοδα, οι κινήσεις της Stanleybet στην Ελλάδα με το άνοιγμα δύο καταστημάτων, η κίνηση της Γαλλίας και η αναθεώρηση της τοποθέτησης άλλων χωρών της Ε.Ε. σε θέματα διαδικτυακού στοιχηματισμού αποτελούν εξελίξεις οι οποίες δεν είναι θετικές για την επιχειρηματική πορεία του ΟΠΑΠ, αλλάζουν άρδην τη δυναμική του τοπίου και θέτουν τη βάση για σημαντικές αλλαγές εν μέσω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης.



Εικόνα 14: Η οικονομική κρίση στρέφει τον πληθυσμό στον τζόγο

Κεφάλαιο 7: Κατασκευή δικτυακού τόπου on-line στοιχηματισμού

7.1 Σκοπός της κατασκευής σελίδας στοιχήματος

Στόχος της κατασκευής ιστότοπου στοιχήματος είναι για να γίνει αναπαράσταση και προσομοίωση του τρόπου με τον οποίο γίνεται σήμερα ο στοιχηματισμός μέσω του διαδικτύου. Η κατασκευή αυτή έγινε ούτως ώστε να γίνει αντιληπτό για το πώς λειτουργεί ο διαδικτυακός στοιχηματισμός τόσο από την πλευρά του χρήστη όσο και από την πλευρά του κατασκευαστή. Επιδίωξή μας είναι να πλησιάσουμε όσο είναι δυνατό την εικόνα του προϊόντος που προωθούν οι σημερινές εταιρείες on-line στοιχήματος.

Πρόκειται για μια ερασιτεχνική προσπάθεια που γίνεται στο πλαίσιο της πτυχιακής μας εργασίας και για καθαρά εκπαιδευτικό σκοπό. Συνέπεια αυτού είναι η ιστοσελίδα μας να μην είναι συγκρίσιμη με αυτές των ήδη υπάρχουσών εταιρειών λόγω των περιορισμένων εργαλείων που είχαμε στη διάθεση μας.

Τέλος, θέλουμε να καταστήσουμε σαφές ότι η ιστοσελίδα μας δεν θα χρησιμοποιηθεί για εμπορικούς και κερδοσκοπικούς σκοπούς.

7.2 Τεχνολογίες - πλατφόρμες που επιλέχθηκαν

Σε αυτή την εργασία επιλέχθηκαν μόνο προγράμματα ελεύθερου λογισμικού. Ο λόγος είναι ότι αυτή η προσπάθεια υλοποίησης έχει ως σκοπό την ανάδειξη των πλεονεκτημάτων της χρήσης ελεύθερου λογισμικού. Το Λειτουργικό Σύστημα που χρησιμοποιήθηκε ήταν το ubuntu, μια διανομή linux, το οποίο έχει στο repository όλες τις εφαρμογές που χρειάστηκαν για τη δημιουργία αυτής της εφαρμογής. Το περιβάλλον ανάπτυξης που επιλέχθηκε έχει ως βάση του έναν “web-server” (εξυπηρετητής - διακομιστής δικτύου) που θα μας παρέχει το πρόγραμμα Apache web server με PHP και μια Βάση Δεδομένων SQL.

Πολλές εταιρείες χρεώνουν τη χρήση των προγραμμάτων τους και δεν επιτρέπουν την πρόσβαση στον πηγαίο κώδικα, το κείμενο δηλαδή που χρησιμοποιήσαν με την ακολουθία εντολών και οδηγιών. Υπάρχει και η περίπτωση, η χρήση διαφόρων προγραμμάτων να είναι δωρεάν, αλλά δεν επιτρέπεται η πρόσβαση στον πηγαίο κώδικα. Συνήθως υπάρχουν κατοχυρωμένες πατέντες και άδειες χρήσης με περιοριστικούς όρους για το χρήστη. Η πολιτική αυτή βέβαια είναι αναφαίρετο δικαίωμά τους, εμποδίζει όμως τη διάδοση της γνώσης και του ψηφιακού περιεχομένου που παράγεται κυρίως στο διαδίκτυο.

Στον αντίποδα, ομάδες προγραμματιστών μοιράζονται τον πηγαίο κώδικα και επιτρέπουν έτσι την ταχύτερη διόρθωση σφαλμάτων, την παραμετροποίηση και περαιτέρω βελτίωση του λογισμικού που παράγεται. Στις ομάδες αυτές, κύριο λόγο διαδραματίζουν οι απλοί χρήστες, οι οποίοι καθορίζουν και την εξέλιξη ενός προγράμματος ως την τελική του μορφή. Η εξάπλωση του διαδικτύου εκτίναξε και τη συγκεκριμένη μεθοδολογία ανάπτυξης λογισμικού με την εθελοντική προσφορά

προγραμματιστών, μεταφραστών και χρηστών που δοκιμάζουν τα προγράμματα, εντοπίζουν σφάλματα, προτείνουν νέες δυνατότητες και υποστηρίζουν νέους χρήστες. Η συνεργατική αυτή συμπεριφορά προσφέρεται κυρίως εθελοντικά ή με τη χορηγία και υποστήριξη μεγάλων εταιρειών/ιδρυμάτων του χώρου στο διαδίκτυο.

Το Λειτουργικό Σύστημα LINUX, η σουίτα γραφείου OpenOffice, ο περιηγητής δικτύου Firefox, η εφαρμογή αναπαραγωγής και ροής πολυμέσων VLC (VideoLAN) είναι μερικά παραδείγματα μεταξύ χιλιάδων εφαρμογών και λύσεων.

Η εξοικείωση ενός νέου χρήστη με τον κόσμο της πληροφορικής είναι πολύ ευκολότερη. Δεν χρειάζεται στα πρώτα του βήματα να μάθει τι είναι ασφάλεια στο διαδίκτυο, τείχος προστασίας, ιοί υπολογιστών, πώς "σπάμε" ένα πρόγραμμα για να το μάθουμε. Το Λειτουργικό Σύστημα LINUX είναι ασφαλέστατο, ταχύτατο, σταθερότατο και συνοδεύεται από χιλιάδες διαθέσιμες ελεύθερες εφαρμογές για κάθε χρήση, διαθέσιμες με ένα "κλικ" για εγκατάσταση από το διαδίκτυο. Απαιτεί επίσης λιγότερους πόρους συστήματος για να λειτουργήσει και είναι φιλικότερο στο περιβάλλον με έξυπνη διαχείριση ενέργειας, συγκρινόμενο με αντίστοιχες εμπορικές λύσεις. Πολλοί επαγγελματίες του χώρου το εμπιστεύονται σε συστήματα υψηλής διαθεσιμότητας. Η μηχανή αναζήτησης google διαθέτει 70.000 Η/Υ με LINUX για την αναζήτηση πληροφοριών σε τεράστιο όγκο δεδομένων. Επίσης η πλειοψηφία των εξυπηρετητών στο διαδίκτυο (web, mail, stream servers) "τρέχει" ανοιχτό λογισμικό.

Όμως, ορισμένοι επαγγελματικοί κλάδοι στη χώρα μας (γραφίστες, παραγωγοί μουσικής), gamers των τελευταίων τίτλων, λογιστικά γραφεία ή επιχειρήσεις με εμπορικές εφαρμογές ή/και συστήματα ERP, δυστυχώς δεν θα βρουν ολοκληρωμένες αντίστοιχες λύσεις ανοιχτού λογισμικού, προς το παρόν.

7.3 Linux



Το Linux (Λίνουξ) είναι ένας πυρήνας Λειτουργικού Συστήματος που μοιάζει με τον πυρήνα του AT&T UNIX. Είναι μία πρωτότυπη υλοποίηση πυρήνα Λειτουργικού Συστήματος και δεν χρησιμοποιεί κώδικα του UNIX. Μπορεί να θεωρηθεί κλώνος του UNIX, αφού διαθέτει τις περισσότερες εντολές του, ενώ η φιλοσοφία της σχεδίασής του πλησιάζει περισσότερο το UNIX από οποιοδήποτε άλλο Λειτουργικό Σύστημα. Το Linux αναπτύσσεται με βάση το POSIX πρότυπο, το οποίο είναι μία προσπάθεια τυποποίησης όλων των κλώνων του UNIX.

Παρ' όλο που το Linux είναι ο πυρήνας του Λειτουργικού Συστήματος, πολλές φορές αναφερόμαστε σε αυτό εννοώντας όλο το Λειτουργικό Σύστημα, που περιλαμβάνει και το περιβάλλον εργασίας, και το συνοδευτικό λογισμικό (κάτι το οποίο συνήθως οδηγεί σε παρανοήσεις).

Η ανάπτυξη του πυρήνα Linux ξεκίνησε περίπου το 1991 από τον Φιλανδό Linus Torvalds (τότε φοιτητή ακόμη), ο οποίος με βοήθεια πολλών εθελοντών προγραμματιστών (από χόμπι ή επαγγελματίες) μέσω του Internet, κατάφερε να

δημιουργήσει έναν πυρήνα που ανταγωνίζεται πυρήνες λογισμικού μεγάλων εταιρειών. Αρχικά είχε ως πρότυπο το Minix, ένα άλλο Λειτουργικό τύπου Unix, το οποίο είχε αναπτύξει ο Άντριου Τάνενμπαουμ για εκπαιδευτικούς σκοπούς. Ο τελευταίος δεν επέτρεψε την τροποποίηση και επέκταση του Minix και για το λόγο αυτό, ο Τόρβαλντς δημιούργησε εξ αρχής έναν πυρήνα για το αντικαταστήσει.

Αρχικά ο πυρήνας αυτός ονομάστηκε FreaX (από τους όρους free και freak, με την κατάληξη X να υποδηλώνει ένα σύστημα τύπου Unix), αλλά αργότερα έλαβε την ονομασία Linux, ένα όρο που επινόησε ο Άρι Λέμκε (Ari Lemmke).

Σήμερα το Linux παρέχει όλα όσα θεωρούνται αναγκαία για ένα σύγχρονο πυρήνα λειτουργικού, όπως:

- Ø υποστήριξη πολυεπεξεργαστών συστημάτων (SMP)
- Ø πραγματική πολυδιεργασία
- Ø εικονική μνήμη
- Ø διαμοιραζόμενες βιβλιοθήκες
- Ø σωστή διαχείριση μνήμης
- Ø δικτύωση μέσω TCP/IP κ.ά.

Ο πυρήνας Linux αρχικά σχεδιάστηκε για επεξεργαστές της οικογένειας x86 (386/486/Pentium), αλλά σήμερα τρέχει σε πολύ μεγάλη ποικιλία επεξεργαστών, όπως οι Alpha (64 bit), οι Motorola 68000 (Amiga), PowerPC, MIPS κ.ά.

Αν και η προσπάθεια δημιουργίας του Linux πυρήνα άρχισε το 1990, η δημιουργία ενός ελεύθερου Λειτουργικού Συστήματος, χωρίς περιορισμούς στον τελικό χρήστη, είχε ξεκινήσει παλαιότερα από τον Ρίτσαρντ Στώλλμαν, ιδρυτή του Free Software Foundation και του GNU project. Έτσι, το Linux είχε στο ξεκίνημά του ένα ολόκληρο σύστημα να βασιστεί. Το GNU σχέδιο είχε ήδη δημιουργήσει έναν C μεταγλωττιστή (τον gcc) και μια πλειάδα υψηλής ποιότητας προγραμματιστικών εργαλείων, ενώ είχε έτοιμα προγράμματα που αντικαθιστούσαν όλα τα βασικά προγράμματα σε ένα *NIX σύστημα. Το μόνο που έλειπε ήταν ένας σταθερός πυρήνας. Έτσι το GNU βρήκε έναν πυρήνα για να λειτουργήσει, και το Linux βρήκε έτοιμη μια μεγάλη ποικιλία προγραμμάτων. (Το GNU σχέδιο συνεχίζει σήμερα και με το υπό κατασκευή Λειτουργικό Σύστημα, Hurd, το οποίο βασίζεται στον μικροπυρήνα Mach) [Wikipedia].

7.4 Το ubuntu

Το ubuntu linux είναι ένα Λειτουργικό Σύστημα με περιβάλλον εργασίας gnome. Είναι πλήρες, τεχνολογικά προηγμένο και εύκολο στη χρήση από οποιονδήποτε. Στα αποθετήρια του ubuntu υπάρχουν διαθέσιμες κυριολεκτικά χιλιάδες εφαρμογές σχεδόν για οτιδήποτε, για επαγγελματική, επιστημονική, εκπαιδευτική, και οικιακή χρήση. Τόσο το ubuntu όσο και οι εφαρμογές του είναι Ελεύθερο Λογισμικό / Λογισμικό Ανοιχτού Κώδικα (ΕΛ/ΛΑΚ), δηλαδή διατίθενται ελεύθερα και στην Ελλάδα υποστηρίζονται από την άτυπη αλλά πολύ δραστήρια κοινότητα ubuntu-gr. Περισσότερα στο <http://www.ubuntu-gr.org>.

7.5 Apache

Ο Apache HTTP, γνωστός και απλά ως Apache, είναι ένας εξυπηρετητής του παγκόσμιου ιστού (web). Όποτε επισκέπτεστε έναν ιστότοπο, ο πλοηγός σας επικοινωνεί με έναν διακομιστή HTTP. Ο Apache είναι ένας από τους δημοφιλέστερους, εν μέρει γιατί λειτουργεί σε διάφορες πλατφόρμες σαν τα Windows, το Linux, το Unix, και το Mac OS X. Διατηρείται τώρα από μια κοινότητα ανοιχτού κώδικα με επιτήρηση από το Ίδρυμα Λογισμικού Apache (Apache Software Foundation).

Η πρώτη του έκδοση, γνωστή ως NCSA HTTPd, δημιουργήθηκε από τον Robert McCool και κυκλοφόρησε το 1993. Θεωρείται ότι έπαιξε σημαντικό ρόλο στην αρχική επέκταση του ιστού. Ήταν η πρώτη βιώσιμη εναλλακτική επιλογή που παρουσιάστηκε απέναντι στον εξυπηρετητή http της εταιρείας Netscape και από τότε έχει εξελιχθεί στο σημείο να ανταγωνίζεται άλλους εξυπηρετητές βασισμένους στο Unix σε λειτουργικότητα και απόδοση. Από το 1996 ήταν από τους πιο δημοφιλείς, όμως από τον Μάρτιο του 2006 έχει μειωθεί το ποσοστό της εγκατάστασής του κυρίως από τον Microsoft Internet Information Services και τη πλατφόρμα .NET. Τον Οκτώβριο του 2007 το μερίδιό του ήταν 47.73% από όλους τους ιστοτόπους.[Wikipedia]

7.6 PHP

Η PHP είναι μια γλώσσα προγραμματισμού για τη δημιουργία σελίδων web με δυναμικό περιεχόμενο. Μια σελίδα PHP περνά από επεξεργασία από ένα συμβατό διακομιστή του Παγκόσμιου Ιστού (π.χ. Apache), ώστε να παραχθεί σε πραγματικό χρόνο το τελικό περιεχόμενο που θα σταλεί στο πρόγραμμα περιήγησης των επισκεπτών σε μορφή κώδικα HTML. Η ιστορία της PHP ξεκινά από το 1995, όταν ένας φοιτητής, ο Rasmus Lerdorf, δημιούργησε χρησιμοποιώντας τη γλώσσα προγραμματισμού Perl ένα απλό script με όνομα rhp.cgi για προσωπική χρήση. Το script αυτό είχε ως σκοπό να διατηρεί μια λίστα στατιστικών για τα άτομα που έβλεπαν το online βιογραφικό του σημείωμα. Αργότερα αυτό το script το διέθεσε και σε φίλους του, οι οποίοι άρχισαν να του ζητούν να προσθέσει περισσότερες δυνατότητες. Η γλώσσα τότε ονομαζόταν PHP/FI από τα αρχικά Personal Home Page / Form Interpreter. Το 1997 η PHP/FI έφθασε στην έκδοση 2.0, βασιζόμενη αυτή τη φορά στη γλώσσα C και αριθμώντας περισσότερους από 50.000 ιστότοπους που τη χρησιμοποιούσαν, ενώ αργότερα την ίδια χρονιά οι Andi Gutmans και Zeev Suraski ξαναέγραψαν τη γλώσσα από την αρχή, βασιζόμενοι όμως αρκετά στην PHP/FI 2.0. Έτσι η PHP έφθασε στην έκδοση 3.0 η οποία θύμιζε περισσότερο τη σημερινή μορφή της. Στη συνέχεια, οι Zeev και Andi δημιούργησαν την εταιρεία Zend (από τα αρχικά των ονομάτων τους), η οποία συνεχίζει μέχρι και σήμερα την ανάπτυξη και εξέλιξη της γλώσσας PHP. Ακολούθησε το 1998 η έκδοση 4 της PHP, τον Ιούλιο του 2004 διατέθηκε η έκδοση 5, ενώ αυτή τη στιγμή έχουν ήδη διατεθεί και οι πρώτες δοκιμαστικές εκδόσεις της επερχόμενης PHP 6, για οποιονδήποτε προγραμματιστή θέλει να τη χρησιμοποιήσει. Οι περισσότεροι ιστότοποι επί του παρόντος χρησιμοποιούν κυρίως τις εκδόσεις 4 και 5 της PHP.[Wikipedia].

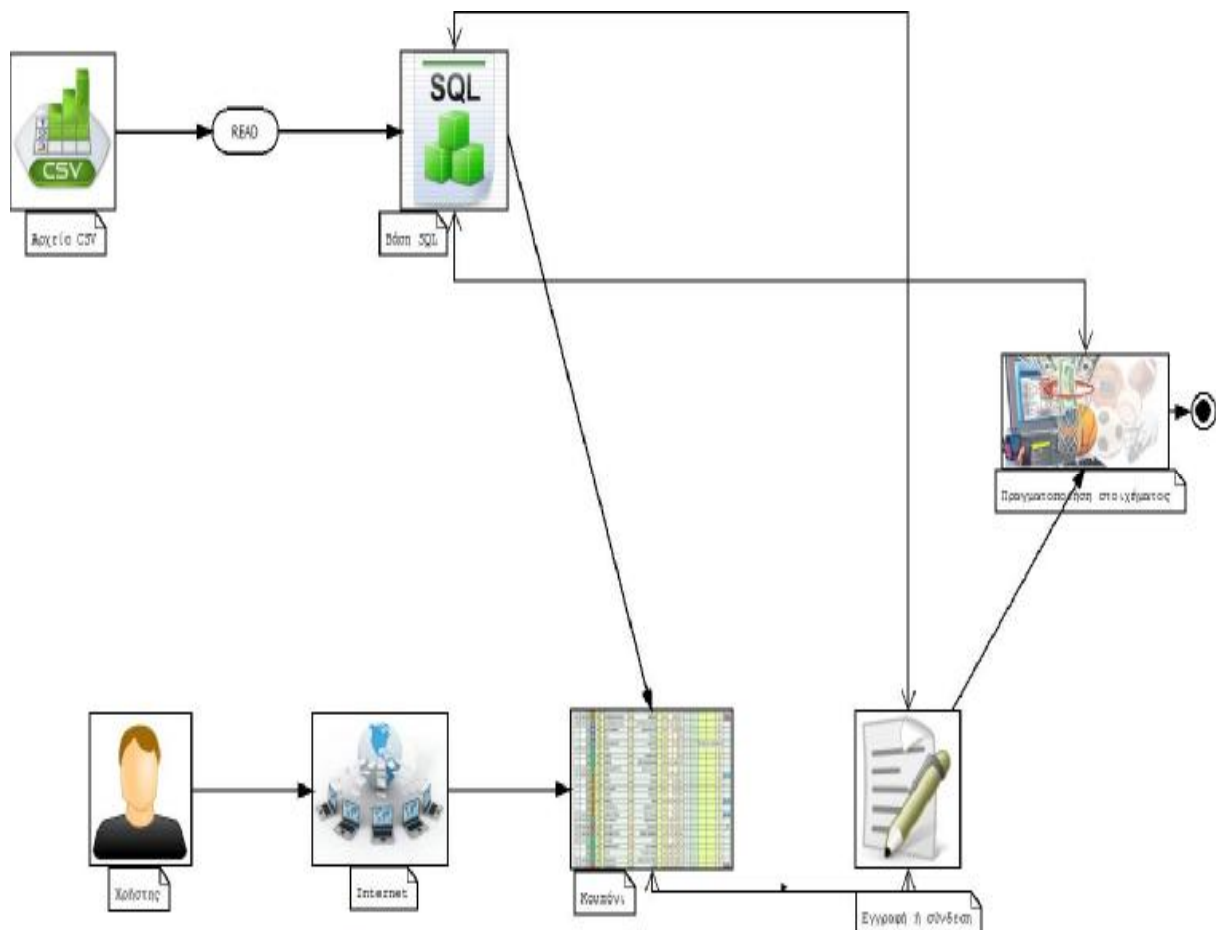
7.7 MySQL

Το όνομα SQL προέρχεται από το Structured Query Language (Δομημένη Γλώσσα Ερωτήσεων). Αρχικά η SQL ονομαζόταν SEQUEL (από το Structured English Query Language, Γλώσσα Ερωτήσεων Δομημένων Αγγλικών) και σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε στο ερευνητικό τμήμα της IBM ως διεπαφή για ένα πειραματικό σχεσιακό σύστημα Βάσεων Δεδομένων που ονομαζόταν System R.

Σήμερα η SQL είναι η γλώσσα πρότυπο για τα εμπορικά σχεσιακά ΣΔΒΔ. Είναι μια πλήρης γλώσσα βάσεων δεδομένων. Διαθέτει εντολές για ορισμό δεδομένων, ερωτήσεις και ενημερώσεις. Επομένως είναι ταυτόχρονα Γλώσσα Ορισμού Δεδομένων αλλά και Γλώσσα Χειρισμού Δεδομένων [Θεμελιώδεις Αρχές Συστημάτων Βάσεων Δεδομένων].

7.8 Περιγραφή συστήματος λειτουργίας της ιστοσελίδας

Ακολουθεί το πληροφοριακό διάγραμμα της εφαρμογής.



Εικόνα 15: Πληροφοριακό διάγραμμα

Για την υλοποίηση της εφαρμογής δημιουργήθηκε μια Βάση Δεδομένων MYSQL η οποία εγκαθίσταται στον server της κάθε εταιρείας. Στη Βάση Δεδομένων

MYSQL αποθηκεύονται αρχεία της μορφής CSV, τα οποία περιέχουν τα δεδομένα των χρηστών που εγγράφονται στον ιστότοπο, καθώς και όλα τα δεδομένα που απαρτίζουν το κουπόνι του στοιχήματος, όπως για παράδειγμα η ώρα διεξαγωγής των αγώνων, οι αποδόσεις, τα ονόματα των ομάδων, η χώρα που διεξάγονται οι αγώνες κλπ.

Εν συνεχεία τα δεδομένα διαβάζονται από τον ιστότοπο, λειτουργία που αναλαμβάνει να εκτελέσει η γλώσσα προγραμματισμού δημιουργίας σελίδων PHP. Η PHP συνδέεται με την βάση MYSQL και διαβάζει συνεχώς τα δεδομένα ώστε να γίνονται οι αλλαγές στο κουπόνι στοιχήματος όταν αυτές είναι απαραίτητες.

Από την πλευρά του ο χρήστης συνδέεται στο διαδίκτυο όπου και εισέρχεται στον ιστότοπο. Έπειτα εγγράφεται ή συνδέεται με τη σελίδα όπου η MYSQL είτε τον καταχωρεί είτε πιστοποιεί την ταυτότητά του. Εφόσον εγγραφεί επιτυχώς ή ταυτοποιηθεί έχει το δικαίωμα να στοιχηματίσει στους διαθέσιμους αγώνες είτε απλά να περιηγηθεί στην ιστοσελίδα. Στην περίπτωση που ο χρήστης επιλέξει να στοιχηματίσει, το σύστημα αναλαμβάνει να του εμφανίσει τους αγώνες που επέλεξε καθώς και τα αναμενόμενα κέρδη του με το ποσό που είναι διατεθειμένος να ποντάρει. Μετέπειτα το σύστημα αποστέλλει ενημερωτικό e-mail στην ηλεκτρονική διεύθυνση του χρήστη με τους επιλεγμένους αγώνες καθώς και τα αναμενόμενα κέρδη όταν ο χρήστης ολοκληρώσει και καταχωρήσει τη φόρμα στοιχηματισμού.

Εν κατακλείδι ο χρήστης εφόσον ολοκληρώσει τη διαδικασία στοιχηματισμού ή την περιήγησή του στην ιστοσελίδα μπορεί να αποσυνδεθεί και να εξέλθει από τον ιστότοπο.

7.9 Απεικόνιση της ιστοσελίδας



Εικόνα 16: Αρχική ιστοσελίδα



Εικόνα 17: Ιστοσελίδα με το κουπόνι στοιχήματος



Εικόνα 18: Ιστοσελίδα εγγραφής



Εικόνα 19: Ιστοσελίδα σύνδεσης

Έχετε συνδεθεί ως: testuser

Μόνο εγγεγραμμένοι χρήστες επιτρέπονται σε αυτή την σελίδα!

Επιλογή

Το «Χάμπιονς» σας πωλά τσιρέτα πωλάτε τα 2 τσιρέτά μας για μεγάλα κέρδη...

- Διαβάστε τους όρους
- Διαβάστε τους κανόνες
- ο «κωδικός» προλαί για μεγάλες αποδόσεις
- σε απάντηση του «Χάμπιονς»

Αυτοί είναι οι διαθέσιμοι προς στοιχηματισμό αγώνες

Δ	Ωρα	Κωδ	1	Γηπεδούχος	X	Φαβλιζουόμενοι	2
GERM1	16:30	111	3.25	AINTRAX-FANK	3.30	BOLFSBROOK	3.50
	16:30	112	1.90	AMBOURGO	3.30	XOXWNFAM	3.10
	16:30	113	5.50	GKANTBAX	3.60	BAGREN	1.45
	16:30	114	1.85	NUREVERGI	3.30	KOLONIA	3.25
AGOLIA	17:30	115	1.15	MANCHESTER	3.30	WOLVES	12.00
	17:30	116	1.18	BERMIGMAM	3.25	WEST HAM	3.50
ELL	17:45	117	1.50	ARIS	3.40	ATROMITOS	5.25
	17:45	118	1.75	LARISSA	3.00	ZANTH	4.10
	19:30	119	2.50	PANATHINAIKOS	2.90	OLYMPIAKOS	2.80
FRANC1	20:00	120	2.75	ARL	3.00	KAEN	2.2
	20:00	121	1.80	MPORNTO	3.3	BALENCEN	4.4
	20:00	122	2.1	SOSO	3	OSER	2.9
	20:00	123	1.85	SEN ETIEN	3.2	LORAIN	3.85
SPAIN1	21:00	124	1.95	SOSIEDAD	3.2	SANTATER	3.1

Κωδικός Σημείο

Ποσό στοιχηματισμού:

Play now Καθαρισμός

Αγορά || Επισκοπή || Βοήθεια || Κανόνες

[This site was design and developed in 2011 (c)]

Εικόνα 19: Ιστοσελίδα δήλωσης στοιχήματος

Elzo Nanao Corporation 19"

Καλώς ήρθατε στο διαδικτυακό μας portal Play Now!

Για να στοιχηματίσετε πρέπει να συνδεθείτε ή να εγγραφείτε τώρα.

Home Contact Support FAQ's

10012

Η κατάσταση σας

Έχετε συνδεθεί ως: testuser

Μόνο εγγεγραμμένοι χρήστες επιτρέπονται σε αυτή την σελίδα!

Επιλογή

Το αναμενόμενο κέρδη σας είναι: 2.75

Οι απόψεις μας

επιλέξατε τον αγώνα με κωδικό: 112 με σημείο : 1 και απόδοση: 1.90

επιλέξατε τον αγώνα με κωδικό: 123 με σημείο : 1 και απόδοση: 1.85

επιλέξατε τον αγώνα με κωδικό: 115 με σημείο : 1 και απόδοση: 1.15

επιλέξατε τον αγώνα με κωδικό: 114 με σημείο : 1 και απόδοση: 1.85

επιλέξατε τον αγώνα με κωδικό: 120 με σημείο : 1 και απόδοση: 2.75

Αγορά || Επισκοπή || Βοήθεια || Κανόνες

[This site was design and developed in 2011 (c)]

Εικόνα 20: Ιστοσελίδα αποτελέσματος στοιχηματισμού

Επίλογος

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το 2009 ο τζίρος στα τυχερά παιχνίδια έφτασε στα 58.32 δισεκατομμύρια ευρώ και ο ΟΠΑΠ είχε το μεγαλύτερο κομμάτι με έσοδα της τάξης των 4.63 δισεκατομμυρίων Ευρώ. Ακολουθεί το καζίνο με τζίρο 2.9 δισεκατομμυρίων Ευρώ και με μικρότερους τζίρους έρχονται τα κρατικά λαχεία με 424 εκατομμύρια ευρώ και οι ιπποδρομίες με 350 εκατομμύρια Ευρώ. Το ΠΑΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ είχε τζίρο 2.28 δισεκατομμύρια Ευρώ και ο ΟΠΑΠ είχε μικτό κέρδος 283 εκατομμύρια Ευρώ.

Θα πρέπει να σημειωθεί πως το διαδίκτυο στην ευρύτερη σημασία του, αποτελείται από έναν σεβαστό αριθμό υπολογιστών που ενώνονται μεταξύ τους, αποτελώντας ένα δίκτυο, το οποίο στη συνέχεια συνδέεται με άλλα δίκτυα. Η αγγλική ορολογία του διαδικτύου προέρχεται από την ένωση δύο λέξεων (inter-network). Το διαδίκτυο που είναι η δημιουργία ενός αξιόλογου αριθμού μικρότερων συνδέσεων υπολογιστών, χρησιμοποιεί μια σειρά από ελεύθερα πρωτόκολλα για τη διανομή μιας γκάμας διαδικτυακών υπηρεσιών. Δεν είναι δυνατόν να περιοριστεί, να ελεγχθεί και να διαμορφωθεί από κάποιον.

Επίσης, η διαδικασία πλάνου Μάρκετινγκ για τις επιχειρήσεις διεξαγωγής παιχνιδιών στοιχημάτων σε διαδικτυακή βάση είναι μια στρατηγική, η οποία χαρακτηρίζεται από συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα. Οι συνδυασμοί των πλάνων Μάρκετινγκ συμπεριλαμβάνουν ολόκληρο το πρόγραμμα Μάρκετινγκ μιας επιχείρησης.

Πολλές είναι οι επιχειρήσεις διεξαγωγής παιχνιδιών στοιχημάτων σε διαδικτυακή βάση οι οποίες χρησιμοποιούν καθημερινά το μοντέλο αυτό, προκειμένου να εντοπίσουν την πορεία της αγοράς εντός της οποίας λειτουργούν και δραστηριοποιούνται αλλά και το πως τελικά εκείνη επηρεάζει την επιχείρησή τους.

Τέλος, η διεξαγωγή των τυχερών παιχνιδιών από τον ΟΠΑΠ γίνεται σε συγκεκριμένο χρόνο και για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Αφού δημοσιοποιηθεί το πρόγραμμα αποστέλλεται σε όλα τα σημεία πώλησης και εμφανίζεται και σε teletext και στο Internet. Στο πρόγραμμα περιέχονται όλες τις πληροφορίες για τα γεγονότα - αποδόσεις, ημερομηνίες και ώρα έναρξής τους και τους απαραίτητους κανονισμούς στοιχήματος.

Βιβλιογραφία

- ✓ Γεωργίου, Δ., (1995), “Διεθνές Εμπόριο”, Εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική
- ✓ Καζάζης Ν., (2000), “Αποτελεσματικό Μάρκετινγκ για κερδοφόρες πωλήσεις”, εκδόσεις Σταμούλης
- ✓ Κόγκκας, Δ., (2007), “Στρατηγικό Επιχειρησιακό Περιβάλλον-Στρατηγική Διοίκηση”, έκδοση Γ. Μπένου, Αθήνα
- ✓ Παπαδάκης, Β., (2002), “Στρατηγική των επιχειρήσεων”, εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα
- ✓ Κωνσταντίνου, Μ., (2000), Άρθρο “Διαφήμιση στο Ελληνικό Internet - impressions ή χρονοχρέωση”, Περιοδικό e-market Eurostat, 2008, Στοιχεία Χρήσης Διαδικτυακών Υπηρεσιών
- ✓ ΟΠΑΠ Α.Ε., Λεπτομερή Στοιχεία Σχετικά με την Διεξαγωγή Παιχνιδιών Στοιχημάτων στο Διαδίκτυο και σε Off-line Βάση, 2010
- ✓ ΟΠΑΠ ΑΕ, Διοίκηση και Λειτουργία Σχετικά με την Διεξαγωγή Στοιχημάτων στην Ελλάδα και Ευρώπη, 2010
- ✓ Υπουργείο Πολιτισμού - Υφυπουργείο Αθλητισμού, Διεξαγωγή Τυχερών Παιχνιδιών στην Ελλάδα, 2010
- ✓ Eurostat, Χρήση Διαδικτύου στην Ελλάδα, 2009
- ✓ R. Elmasri- S.B. Navathe, (2004), Θεμελιώδεις Αρχές Συστημάτων Βάσεων Δεδομένων

Παράρτημα

Κώδικας από την ανάπτυξη των ιστοσελίδων

Αρχική σελίδα

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Strict//EN"
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-strict.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" xml:lang="en" lang="en">
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="style.css" />

<head>
  <title>PLay Now!</title>
  <meta http-equiv="content-type" content="text/html;charset=utf-8" />
  <div class="all">
    <div class="header" >

      <center><h2><font face="verdana" color="green">Καλως ήρθατε στο
διαδικτυακό μας portal <font size="6"><a href="index.php">Play Now!</a></font>
</font></h2>
      <font face="verdana" size="4" color="white">Για να στοιχηματίσετε πρέπει να
<a href="login.php">συνδεθείτε</a> ή να <a href="register.php">εγγραφείτε</a>
τώρα.</font></center>

      </br><div class="img"><table border="0" align="right">
      </br><tr>
        <th><a href="index.php"></a></th>
        <th><a href="commucation.php"></a></th>
        <th><a href="support.php"></a></th>
        <th><a href="index.php"></a></th>
      </tr>
      </br></table></div></div>

</head>

<body>

<div class="body">
<table border="0" rules="rows" align="center">
<tr>
<th><?php include("indexs.html"); ?></th></tr>
</table>

<table border="0" align="center" width="900" rules="all">
```

```

        <tr><th align="left" bgcolor="#1A3300" colspan="2"><font color=white
size=2><b>το τρέχον κουπόνι μας</b></font></th>
        <th align="left" bgcolor="#1A3300" colspan="2"><font color=white size=2><b>οι
απόψεις μας</b></font></th>
        <th rowspan="2" bgcolor="#1A3300"></th>
    </tr>
    <tr>
        <td bgcolor="black" width="150"><font color="green" size=2><b><a
href="matches.php">Το σημερινό κουπόνι περιλαμβάνει</a></b></font><p><font
color="white" size=1><b>Τορ αναμετρήσεις από κορυφαία
πρωταθλήματα...</b></font></p></td>
        <td bgcolor="black" width="100"><a href="matches.php"></a></td>
        <td bgcolor="black" width="150"><font color="green" size=2><b>Το
<<λαμόγιο>> σας πάει ταμείο</b></font><p><font color="white" size=1><b>παίξτε τα
2 διπλά μας για μεγάλα κέρδη...</b></font></p></td>
        <td bgcolor="black" width="100"></td>
    </tr>
    <tr>
        <td bgcolor="#1A3300" colspan="2"><ul><font color=white size=1><li>κουπόνι
προηγούμενης ημέρας</li></font><font color=white size=1><li>αρχείο με παλαιότερα
κουπόνια</li></font></ul></td>
        <td bgcolor="#1A3300" colspan="2"><ul><font color=white size=1><li>ο
<<καντάφης>> προτείνει για μεγάλες αποδόσεις</li></font><font color=white
size=1><li>τα στανταράκια του <<λαβράκια>></li></font></ul></td>
        <td bgcolor="black" align="center"><font color=white size=2><b><u>Γεννημένοι
νικητές! Σίγουρες αποδόσεις</u></b></font></td>
    </tr>

</table>
</table>
<table border="0" align="center" rules="all">
<tr><th bgcolor="black"></th>
</tr>
</table>

<table border="0" align="center" width="900" rules="all">
<tr><th rowspan="3" bgcolor="black"></th>
        <th align="left" bgcolor="#1A3300" colspan="2"><font color=white
size=2><b>βαθμολογίες & στατιστικά</b></font></th>
        <th align="left" bgcolor="#1A3300" colspan="2"><font color=white
size=2><b>χρήσιμοι σύνδεσμοι</b></font></th>

```

```

</tr>
<tr>
<td bgcolor="black" width="150"><font color="green" size=2><b>Derby με ματιά
στους αριθμούς</b></font><p><font color="white" size=1><b>περιέχει ιστοσελίδες
με ανάλυση αγώνων...</b></font></p></td>
<td bgcolor="black" width="100"></td>
<td bgcolor="black" width="150"><font color="green" size=2><b>Το
Στοιχημα.gr για liverscores</b></font><p><font color="white"
size=1><b><a href="http://www.tostoixhma.gr">www.tostoixhma.gr</a> σας ενημερώνει...</b></font></p></td>
<td bgcolor="black" width="100"></td>
</tr>
<tr><td valign="bottom" bgcolor="#1A3300" colspan="2"><ul><font color=white
size=1><li>στατιστικά προηγούμενης περιόδου</li></font></td>
<td bgcolor="#1A3300" colspan="2"><ul><font color=white
size=1><li><a href="http://www.contra.gr">www.contra.gr</a> για ενημέρωση στα sports</li></font></td>
</tr>

</table>
</table>

<?
session_start();

if (isset($_POST['userid']) && isset($_POST['password']))
{
// if the user has just tried to log in
$userid = $_POST['userid'];
$password = $_POST['password'];

$db_conn = new mysqli('localhost', 'root', 'root', 'stoixima');

if (mysqli_connect_errno()) {
echo 'Connection to database failed:'.mysqli_connect_error();
exit();
}

$query = 'select * from authorised_users '
        ."where name='$userid' "
        ." and password=sha1('$password)";

$result = $db_conn->query($query);
if ($result->num_rows >0 )
{
// if they are in the database register the user id
$_SESSION['valid_user'] = $userid;
}
$db_conn->close();
}
?>
</body>

```

```
<div class="footer">
<table border="0" align="center" frame="below">
<tr>
<th>|<a href="index.php"><font face="verdana" size="2">Αρχική
</font></a>||</th>
<th><font face="verdana" size="2">Επικοινωνία </font>||</th>
<th><font face="verdana" size="2">Βοήθεια </font>||</th>
<th><font face="verdana" size="2">Κανονισμοί </font>|</th>
</tr>
</table>
<table border="none">
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td width="850" align="right"><font face="verdana" size="2"
color="white">|This site was deging in 2011 (c)|</font></td>
</tr>
</table>
</div>
</html>
```

Σελίδα ΚΟΥΠΟΝΙΟΥ

```
<html>

<link rel="stylesheet" type="text/css" href="style.css" />

<meta http-equiv="content-type" content="text/html; charset=utf-8" />

<head>

<title>PLay Now!</title>

<meta http-equiv="content-type" content="text/html; charset=utf-8" />

<div class="all">

<div class="header" >

<center><h2><font face="verdana" color="green">Καλως ήρθατε στο διαδικτυακό
μας portal <font size="6"><a href="index.php">Play Now!</a></font> </font></h2>

<font face="verdana" size="4" color="white">Για να στοιχηματίσετε πρέπει να
<a href="login.php">συνδεθείτε</a> ή να <a href="register.php">εγγραφείτε</a>
τώρα.</font></center>

</div><div class="img"><table border="0" align="right">
```

```
</br><tr>

  <th><a href="index.php"></a></th>

  <th><a href="index.php"></a></th>

  <th><a href="index.php"></a></th>

  <th><a href="index.php"></a></th>

</tr>

</br></table></div></div>

</head>

<body>

<div class="body">

<table border="0" rules="rows" align="center">

<tr>

<th><?php include("indexs.html"); ?></th></tr>

</table>

<table border="0" align="center" width="900" rules="all">

<tr>

<th bgcolor="#1A3300" colspan="3"><font color=white size=2><b>Αυτοί είναι οι
διαθέσιμοι προς στοιχηματισμό αγώνες</b></font></th>

<th align="left" bgcolor="#1A3300"><font color=white
size=2><b>βαθμολογίες</b></font></th>

<th align="left" bgcolor="#1A3300" colspan="2"><font color=white size=2><b>οι
απόψεις μας</b></font></th>

</tr>
```

```

<tr>
<td bgcolor="black" colspan="3">
<?php $orders= file("/var/www/ak/koupa.csv");
    $number_of_orders = count($orders);
    if ($number_of_orders == 0)
    {
        echo '<p><strong>No orders pending.
            Please try again later.</strong></p>';
    }
    echo "<table border=1 bordercolor=black rules=all align=center>";
    echo '<tr><th bgcolor="#E0E0E0"><font color="black" size="2">Δ</font></th>
        <th bgcolor="#FFCC33"><font color="black" size="2">Όρα</font></th>
        <th bgcolor="#E0E0E0"><font color="black" size="2">Κωδ</font></th>
        <th bgcolor="#FFFFCC"><font color="black" size="2">1</font></th>
        <th bgcolor="#33CCFF"><font color="black"
size="2">Γηπεδούχος</font></th>
        <th bgcolor="#FFFFCC"><font color="black" size="2">X</font></th>
        <th bgcolor="#33CCFF"><font color="black"
size="2">Φιλοξενούμενη</font></th>
        <th bgcolor="#FFFFCC"><font color="black" size="2">2</font></th>
    </tr>
<tr>';
    for ($i=0; $i<$number_of_orders; $i++)
    {
        $line = explode( "\t", $orders[$i] );
        @ $db = new mysqli('localhost', 'root', 'root', 'stoixima');
    }

```



```
if (mysqli_connect_errno())
{
    echo 'Error: Could not connect to database. Please try again later.';
    exit;
}

$query = "insert into stoixima1 values
        ('$line[0]', '$line[1]', '$line[2]', '$line[3]', '$line[4]', '$line[5]', '$line[6]', '$line[7]')";

$result = $db->query($query);

if ($result)
    { echo $result; }

else
    echo "";

$db->close();

echo "    <tr><td bgcolor=#E0E0E0><font color=black size=2>$line[0]</font></td>
        <td align='center' bgcolor=#FFCC33><font color=black
size=2>$line[1]</font></td>
        <td align='center' bgcolor=#E0E0E0><font color=black
size=2>$line[2]</font></td>
        <td align='center' bgcolor=#FFFFCC><font color=black
size=2>$line[3]</font></td>
        <td align='left' bgcolor=#33CCFF><font color=black
size=2>$line[4]</font></td>
        <td align='center' bgcolor=#FFFFCC><font color=black
size=2>$line[5]</font></td>
        <td align='right' bgcolor=#33CCFF><font color=black
size=2>$line[6]</font></td>
        <td align='center' bgcolor=#FFFFCC><font color=black
size=2>$line[7]</font></td>
```

```
</tr>";

}

echo '</table>';

fclose($orders);

?></td>

<td bgcolor="black"><font color="green" size=2><b>Μια ματιά στους
αριθμούς</b></font><p></p></td>

<td bgcolor="black"><font color="green" size=2><b>Το <<λαμόγιο>> σας πάει
ταμείο</b></font><p><font color="white" size=1><b>παιξτε τα 2 διπλά μας για
μεγάλα κέρδη...</b></font></p></td>

<td bgcolor="black" width="100"></td>

</tr>

<tr>

<td bgcolor="#1A3300" colspan="3"><ul><font color=white size=2><li>κουπόνι
προηγούμενης ημέρας</li></font><font color=white size=2><li>αρχείο με παλαιότερα
κουπόνια</li></font></ul></td>

<td bgcolor="#1A3300"><ul><font color=white size=1><li>αρχείο με
στατιστικά</li></font></td>

<td bgcolor="#1A3300" colspan="2"><ul><font color=white size=1><li>ο
<<καντάφης>> προτείνει για μεγάλες αποδόσεις</li></font><font color=white
size=1><li>τα στανταράκια του <<λαβράκια>></li></font></ul></td>

</tr>

</table>

</table>

<table border="0" align="center" rules="all">

<tr><th bgcolor="black"></th>

</tr>

</table>

</body>
```

```
<div class="footer">
<table border="0" align="center" frame="below">
<tr>
<th>|<a href="index.php"><font face="verdana" size="2">Αρχική </font></a>||</th>
<th><font face="verdana" size="2">Επικοινωνία </font>||</th>
<th><font face="verdana" size="2">Βοήθεια </font>||</th>
<th><font face="verdana" size="2">Κανονισμοί </font>|</th>
</tr>
</table>
<table border="none">
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td width="850" align="right"><font face="verdana" size="2" color="white">|This
site was deging in 2011 (c)|</font></td>
</tr>
</table>
</div>
</html>
```

Σελίδα εγγραφής

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Strict//EN"
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-strict.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" xml:lang="en" lang="en">
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="style.css" />
```

```
<head>

    <title>PLay Now!</title>

    <meta http-equiv="content-type" content="text/html;charset=utf-8" />

    <div class="all">

        <div class="header" >

<center><h2><font face="verdana" color="green">Καλως ήρθατε στο διαδικτυακό
μας portal <font size="6"><a href="index.php">Play Now!</a></font> </font></h2>

        <font face="verdana" size="4" color="white">Για να στοιχηματίσετε πρέπει να
<a href="login.php">συνδεθείτε</a> ή να εγγραφείτε τώρα.</font></center>

</br><div class="img"><table border="0" align="right">

</br><tr>

    <th><a href="index.php"></a></th>

    <th><a href="index.php"></a></th>

    <th><a href="index.php"></a></th>

    <th><a href="index.php"></a></th>

</tr>

</br></table></div></div>

</head>

<body>

<div class="body">

<table border="0" rules="rows" align="center">

<tr>

    <td><?php include("indexs.html"); ?></td>

</tr>
```

```
</table>
```

```
<table border="0" align="center" width="900" rules="all">
```

```
<tr>
```

```
<th align="center" bgcolor="#1A3300" colspan="3" width="220"><font color=white  
size=2><b>Συμπληρώστε τα πεδία και γίνεται μέρος της διαρκώς αναπτυσσόμενης  
διαδικτυακής μας παρέας!</b></font></th>
```

```
<th rowspan="3" bgcolor="black"></th>
```

```
</tr>
```

```
<tr>
```

```
<td bgcolor="black" colspan="3">
```

```
<font size="2" color="green"><b>Δεν είστε εγγεγραμμένος χρήστης.</b></font>
```

```
<form action="insertuser.php" method="post">
```

```
</br> <table border="0" align="center">
```

```
<tr>
```

```
<td><font size="2">Όνομα χρήστη:</font></td>
```

```
<td><input type="text" name="user" maxlength="20" size="20"></td>
```

```
</tr>
```

```
<tr>
```

```
<td><font size="2">Κωδικός χρήστη:</font></td>
```

```
<td> <input type="password" name="password" maxlength="20"  
size="20"></td>
```

```
</tr>
```

```
<tr>
```

```
<td><font size="2">Email:</font></td>
```

```
<td> <input type="text" name="email" maxlength="20" size="20"></td>
```

```
</tr>
```

```
<tr>

    <td colspan="2" align="right"> <input type="submit"
value="Καταχώρηση"></td>

</tr>

</table>

</form>

</center>

</td>

</tr>

<tr>

<td bgcolor="#1A3300" colspan="3"><ul><font color=white size=1><li>Διαβάστε τους
όρους & τους κανονισμούς στοιχηματισμού της ιστοσελίδας.</li></font><font
color=white size=1><li>Διαβάστε τις οδηγίες χρήσης της ιστοσελίδας για να λύσετε
τις απορίες σας.</li></font></ul></td>

</tr>

</table>

</table>

<table border="0" align="center" rules="all">

<tr><th bgcolor="black"></th>

</tr>

</table>

</body>

<div class="footer">

<table border="0" align="center" frame="below">

<tr>

    <th>|<a href="index.php"><font face="verdana" size="2">Αρχική </font></a>||</th>

    <th><font face="verdana" size="2">Επικοινωνία </font>||</th>
```

```
<th><font face="verdana" size="2">Βοήθεια </font>||</th>
<th><font face="verdana" size="2">Κανονισμοί </font>|</th>
</tr>
</table>
<table border="none">
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td width="850" align="right"><font face="verdana" size="2" color="white">|This
site was deging in 2011 (c)|</font></td>
</tr>
</table>
</div>
</html>
</html>
```

Σελίδα σύνδεσης

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Strict//EN"
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-strict.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" xml:lang="en" lang="en">
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="style.css" />
<meta http-equiv="content-type" content="text/html;charset=utf-8" />
<head>
<title>PLay Now!</title>
<meta http-equiv="content-type" content="text/html;charset=utf-8" />
```

```
<div class="all">

  <div class="header" >

<center><h2><font face="verdana" color="green">Καλως ήρθατε στο διαδικτυακό
μας portal <font size="6"><a href="index.php">Play Now!</a></font> </font></h2>

  <font face="verdana" size="4" color="white">Για να στοιχηματίσετε πρέπει να
συνδεθείτε ή να <a href="register.php">εγγραφείτε</a> τώρα.</font></center>

</br><div class="img"><table border="0" align="right">

</br><tr>

  <th><a href="index.php"></a></th>

  <th><a href="index.php"></a></th>

  <th><a href="index.php"></a></th>

  <th><a href="index.php"></a></th>

</tr>

</br></table></div></div>

</head>

<body>

<div class="body">

<table border="0" rules="rows" align="center">

<tr>

  <td><?php include("indexs.html"); ?></td>

</tr>

</table>

<table border="0" align="center" width="900" rules="all">

<tr>
```



```
<th align="left" bgcolor="#1A3300" colspan="2"><font color=white
size=2><b>Εισαγωγή συνθηματικών</b></font></th>
```

```
<th align="left" bgcolor="#1A3300" colspan="2"><font color=white size=2><b>οι
απόψεις μας</b></font></th>
```

```
<th rowspan="3" bgcolor="black"></th>
```

```
</tr>
```

```
<tr>
```

```
<td bgcolor="black" colspan="2">
```

```
<?
```

```
if (isset($_SESSION['valid_user']))
```

```
{
```

```
    echo "Ο χρήστης είναι συνδεδεμένος ως: ".$_SESSION['valid_user'].<br />";
```

```
    echo '<a href="logout.php">Log out</a>';
```

```
}
```

```
else
```

```
{
```

```
    if (isset($userid))
```

```
    {
```

```
        // if they've tried and failed to log in
```

```
        echo 'Could not log you in.';
```

```
    }
```

```
    else
```

```
    {
```

```
        // they have not tried to log in yet or have logged out
```

```
        echo '<font size="2" color="green"><b>Δεν είστε συνδεδεμένος.</b></font>';
```

```
}  
  
// provide form to log in  
  
echo '<form method="post" action="authmain.php">';  
  
echo '<table>';  
  
echo '<tr><td><font size="2">Όνομα χρήστη:</font></td>';  
  
echo '<td><input type="text" name="userid"></td></tr>';  
  
echo '</br><tr><td><font size="2">Κωδικός Χρήστη:</font></td>';  
  
echo '<td><input type="password" name="password"></td></tr>';  
  
echo '<tr><td colspan="2" align="right">';  
  
echo '<input type="submit" value="εισαγωγή"></td></tr>';  
  
echo '</table></form>';  
  
}  
  
>  
  
<  
  
session_start();  
  
if (isset($_POST['userid']) && isset($_POST['password']))  
{  
    // if the user has just tried to log in  
    $userid = $_POST['userid'];  
    $password = $_POST['password'];  
    $db_conn = new mysqli('localhost', 'root', 'root', 'stoixima');  
    if (mysqli_connect_errno()) {  
        echo 'Connection to database failed:'.mysqli_connect_error();  
        exit();  
    }  
}
```

```
}  
  
$query = 'select * from authorised_users '  
        ."where name='$userid' "  
        ." and password=sha1('$password')";  
  
echo $query;  
  
$result = $db_conn->query($query);  
  
if ($result->num_rows >0 )  
{  
    // if they are in the database register the user id  
    $_SESSION['valid_user'] = $userid;  
}  
  
$db_conn->close();  
}  
  
?>  
  
</td>  
  
<td bgcolor="black" width="150"><font color="green" size=2><b>Το <<λαμόγιο>>  
σας πάει ταμείο</b></font><p><font color="white" size=1><b>παιξίτε τα 2 διπλά μας  
για μεγάλα κέρδη...</b></font></p></td>  
  
<td bgcolor="black" width="100"></td>  
  
</tr>  
  
<tr>  
  
<td bgcolor="#1A3300" colspan="2"><ul><font color=white size=1><li>Ξεχάσατε τον  
κωδικό πρόσβασης;</li></font><font color=white size=1><li>Ξεχάσατε το όνομα  
χρήστη & τον κωδικό πρόσβασης;</li></font></ul></td>  
  
<td bgcolor="#1A3300" colspan="2"><ul><font color=white size=1><li>ο  
<<καντάφης>> προτείνει για μεγάλες αποδόσεις</li></font><font color=white  
size=1><li>τα στανταράκια του <<λαβράκια>></li></font></ul></td>  
  
</tr>
```

```
</table>
```

```
</table>
```

```
<table border="0" align="center" rules="all">
```

```
<tr><th bgcolor="black"></th>
```

```
</tr>
```

```
</table>
```

```
<table border="0" align="center" width="900" rules="all">
```

```
<tr><th rowspan="3" bgcolor="black"></th>
```

```
<th align="left" bgcolor="#1A3300" colspan="2"><font color=white size=2><b>το
τρέχον κουπόνι μας</b></font></th>
```

```
<th align="left" bgcolor="#1A3300" colspan="2"><font color=white
size=2><b>βαθμολογίες & στατιστικά</b></font></th>
```

```
</tr>
```

```
<tr>
```

```
<td bgcolor="black" width="150"><font color="green" size=2><b>Το σημερινό
κουπόνι περιλαμβάνει</b></font><p><font color="white" size=1><b>Τορ
αναμετρήσεις από κορυφαία πρωταθλήματα....</b></font></p></td>
```

```
<td bgcolor="black" width="100"></td>
```

```
<td bgcolor="black" width="150"><font color="green" size=2><b>Derby με ματιά
στους αριθμούς</b></font><p><font color="white" size=1><b>περιέχει ιστοσελίδες
με ανάλυση αγώνων...</b></font></p></td>
```

```
<td bgcolor="black" width="100"></td>
```

```
</tr>
```

```
<tr>
```

```
<td bgcolor="#1A3300" colspan="2"><ul><font color=white size=1><li>κουπόνι
προηγούμενης ημέρας</li></font><font color=white size=1><li>αρχείο με παλαιότερα
κουπόνια</li></font></ul></td>
```

```
<td valign="bottom" bgcolor="#1A3300" colspan="2"><ul><font color=white
size=1><li>στατιστικά προηγούμενης περιόδου</li><li>ανάλυση ποσοστών
επιτυχίας</li></font></td>
```

```
</tr>
```

```
</table>
```

```
</table>
```

```
<?
```

```
session_start();
```

```
if (isset($_POST['userid']) && isset($_POST['password']))
```

```
{
```

```
    // if the user has just tried to log in
```

```
    $userid = $_POST['userid'];
```

```
    $password = $_POST['password'];
```

```
    $db_conn = new mysqli('localhost', 'root', 'root', 'stoixima');
```

```
    if (mysqli_connect_errno()) {
```

```
        echo 'Connection to database failed:'.mysqli_connect_error();
```

```
        exit();
```

```
    }
```

```
    $query = 'select * from authorised_users '
```

```
        ."where name='$userid' "
```

```
        ." and password=sha1('$password)";
```

```
    $result = $db_conn->query($query);
```

```
    if ($result->num_rows >0 )
```

```
    {
```

```
        // if they are in the database register the user id
```

```
        $_SESSION['valid_user'] = $userid;
```

```
}
$db_conn->close();
}
?>
</body>
<div class="footer">
<table border="0" align="center" frame="below">
<tr>
<th><a href="index.php"><font face="verdana" size="2">Αρχική </font></a>||</th>
<th><font face="verdana" size="2">Επικοινωνία </font>||</th>
<th><font face="verdana" size="2">Βοήθεια </font>||</th>
<th><font face="verdana" size="2">Κανονισμοί </font>|</th>
</tr>
</table>
<table border="none">
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td width="850" align="right"><font face="verdana" size="2" color="white">|This
site was deging in 2011 (c)|</font></td>
</tr>
</table>
</div>
</html>
```

Σελίδα δήλωσης στοιχήματος

```
<html>

<link rel="stylesheet" type="text/css" href="style.css" />

<meta http-equiv="content-type" content="text/html; charset=utf-8" />

<head>

    <title>PLay Now!</title>

    <meta http-equiv="content-type" content="text/html; charset=utf-8" />

    <div class="all">

        <div class="header" >

            <center><h2><font face="verdana" color="green">Καλως ήρθατε στο διαδικτυακό
            μας portal <font size="6"><a href="index.php">Play Now!</a></font> </font></h2>

                <font face="verdana" size="4" color="white">Για να στοιχηματίσετε πρέπει να
                <a href="login.php">συνδεθείτε</a> ή να <a href="register.php">εγγραφείτε</a>
                τώρα.</font></center>

            <br><div class="img"><table border="0" align="right">

                <br><tr>

                    <th><a href="index.php"></a></th>

                    <th><a href="index.php"></a></th>

                    <th><a href="index.php"></a></th>

                    <th><a href="index.php"></a></th>

                </tr>

            <br></table></div></div>

        </head>

        <body>

            <div class="body">
```

```
<table border="0" rules="rows" align="center">
```

```
<tr>
```

```
<th><?php include("indexs.html"); ?></th></tr>
```

```
</table>
```

```
<table border="0" align="center" width="900" rules="all">
```

```
<tr>
```

```
<th align="left" bgcolor="#1A3300" colspan="2"><font color=white size=2><b>Η  
κατάσταση σας</b></font></th>
```

```
<th align="left" bgcolor="#1A3300" colspan="2"><font color=white size=2><b>οι  
απόψεις μας</b></font></th>
```

```
<th rowspan="3" bgcolor="black"></th>
```

```
</tr>
```

```
<tr>
```

```
<td bgcolor="black" colspan="2">
```

```
<?php
```

```
    session_start();
```

```
    // check session variable
```

```
    if (isset($_SESSION['valid_user']))
```

```
    {
```

```
        echo '<font size="2" color="green"><b>Έχετε συνδεθεί ως:  
</b></font>'. $_SESSION['valid_user'].'</br></br>';
```

```
        echo '<p><font size="2" color="white"><b>Μόνο εγγεγραμμένοι χρήστες  
επιτρέπονται σε αυτή την σελίδα!</b></font></p>';
```

```
    }
```

```
    else
```

```
    {
```



```
    echo '<font size="2" color="green"><b>Δεν έχετε συνδεθεί.</b></font></br></br>';

    echo '<p><font size="2" color="white"><b>Μόνο εγγεγραμμένοι χρήστες
επιτρέπονται σε αυτή την σελίδα!</b></font></p>';

}

    echo '<a href="authmain.php"><button
type="button">Επιστροφή</button></font></a>';

?>

</td>

<td bgcolor="black" width="150"><font color="green" size=2><b>Το <<λαμόγιο>>
σας πάει ταμείο</b></font><p><font color="white" size=1><b>παιξίτε τα 2 διπλά μας
για μεγάλα κέρδη...</b></font></p></td>

<td bgcolor="black" width="100"></td>

</tr>

<tr>

<td bgcolor="#1A3300" colspan="2"><ul><font color=white size=1><li>Διαβάστε τους
όρους.</li></font><font color=white size=1><li>Διαβάστε τους
κανονισμούς.</li></font><font color=white size=1></ul></td>

<td bgcolor="#1A3300" colspan="2"><ul><font color=white size=1><li>ο
<<καντάφης>> προτείνει για μεγάλες αποδόσεις</li></font><font color=white
size=1><li>τα στανταράκια του <<λαβράκια>></li></font></ul></td>

</tr>

</table>

</table>

<table border="0" align="center" rules="all">

<tr><th bgcolor="black"></th>

</tr>

</table>

<table border="0" align="center" width="900" rules="all">

<tr>
```

```
<th bgcolor="black" rowspan="3"></th>
```

```
<th bgcolor="#1A3300" colspan="3"><font color=white size=2><b>Αυτοί είναι οι  
διαθέσιμοι προς στοιχηματισμό αγώνες</b></font></th>
```

```
<th align="left" bgcolor="#1A3300" colspan="2"><font color=white size=2><b>εδώ  
ποντάρετε</b></font></th>
```

```
</tr>
```

```
<tr>
```

```
<td bgcolor="black" colspan="3">
```

```
<?php $orders= file("/var/www/ak/koupa.csv");
```

```
    $number_of_orders = count($orders);
```

```
    if ($number_of_orders == 0)
```

```
    {
```

```
        echo '<p><strong>No orders pending.
```

```
        Please try again later.</strong></p>';
```

```
    }
```

```
    echo "<table border=1 bordercolor=black rules=all align=center>";
```

```
    echo '<tr><th bgcolor="#E0E0E0"><font color="black" size="2">Δ</font></th>
```

```
        <th bgcolor="#FFCC33"><font color="black" size="2">Ωρα</font></th>
```

```
        <th bgcolor="#E0E0E0"><font color="black" size="2">Κωδ</font></th>
```

```
        <th bgcolor="#FFFFCC"><font color="black" size="2">1</font></th>
```

```
        <th bgcolor="#33CCFF"><font color="black"  
size="2">Γηπεδούχος</font></th>
```

```
        <th bgcolor="#FFFFCC"><font color="black" size="2">X</font></th>
```

```
        <th bgcolor="#33CCFF"><font color="black"  
size="2">Φιλοξενούμενη</font></th>
```

```
        <th bgcolor="#FFFFCC"><font color="black" size="2">2</font></th>
```

```
        </tr>
<tr>';
for ($i=0; $i<$number_of_orders; $i++)
{
    $line = explode( "\t", $orders[$i] );
    @ $db = new mysqli('localhost', 'root', 'root', 'stoixima');
    if (mysqli_connect_errno())
    {
        echo 'Error: Could not connect to database. Please try again later.';
        exit;
    }
    $query = "insert into stoixima1 values
        ($line[0]', '$line[1]','$line[2]','$line[3]','$line[4]','$line[5]','$line[6]','$line[7]')";
    $result = $db->query($query);
    if ($result)
    { echo $result; }
    else
    { echo " "; }
    $db->close();
    echo "    <tr><td bgcolor=#E0E0E0><font color=black size=2>$line[0]</font></td>
        <td align='center' bgcolor=#FFCC33><font color=black
size=2>$line[1]</font></td>
        <td align='center' bgcolor=#E0E0E0><font color=black
size=2>$line[2]</font></td>
        <td align='center' bgcolor=#FFFFCC><font color=black
size=2>$line[3]</font></td>
```

```
<td align='left' bgcolor=#33CCFF><font color=black
size=2>$line[4]</font></td>
```

```
<td align='center' bgcolor=#FFFFCC><font color=black
size=2>$line[5]</font></td>
```

```
<td align='right' bgcolor=#33CCFF><font color=black
size=2>$line[6]</font></td>
```

```
<td align='center' bgcolor=#FFFFCC><font color=black
size=2>$line[7]</font></td>
```

```
</tr>;
```

```
}
```

```
echo '</table>';
```

```
fclose($orders);
```

```
?></td>
```

```
<td bgcolor="black" colspan="2" rowspan="2">
```

```
<form action="processorder.php" method="post" align="center">
```

```
<table border="0" align="center">
```

```
<tr bgcolor="#bbb">
```

```
<td bgcolor="white" width="15" align="center"><font color="black"
size="2">Κωδικός</font></td>
```

```
<td bgcolor="white" width="15" align="center" ><font color="black"
size="2">Σημείο</font></td>
```

```
</tr>
```

```
<tr>
```

```
<td align="center"><input type="int" name="kodikos1" size="3"
maxlength="3"></td>
```

```
<td align="center"><select name="kodikos1s">
```

```
<option value = "1">1</option>
```

```
<option value = "2">X</option>
```

```
<option value = "X">2</option>
```

```
        </select></td>

</tr>

<tr>

  <td align="center"><input type="int" name="kodikos2" size="3"
maxlength="3"></td>

  <td align="center"><select name="kodikos2s">

    <option value = "1">1</option>

    <option value = "2">X</option>

    <option value = "X">2</option>

  </select></td>

</tr>

<tr>

  <td align="center"><input type="int" name="kodikos3" size ="3"
maxlength="3"></td>

  <td align="center"><select name="kodikos3s">

    <option value = "1">1</option>

    <option value = "2">X</option>

    <option value = "X">2</option>

  </select></td>

</tr>

<tr>

  <td align="center"><input type="int" name="kodikos4" size="3"
maxlength="3"></td>

  <td align="center"><select name="kodikos4s">

    <option value = "1">1</option>

    <option value = "2">X</option>

    <option value = "X">2</option>
```

```
        </select></td>

</tr>

<tr>

  <td align="center"><input type="int" name="kodikos5" size="3"
maxlength="3"></td>

  <td align="center"><select name="kodikos5s">

    <option value = "1" >1</option>

    <option value = "2" >X</option>

    <option value = "X" >2</option>

  </select></td>

</tr>

<tr>

  <td><font color="white" size="2"><b>Ποσό στοιχηματισμού:</b></font></td>

  <td align="center"><input type="int" name="poso" size="5" maxlength="5"></td>

</td>

</tr>

<tr>

  <td colspan="2" align="center"><input type="submit" value="Play now!"><input
type="reset" value="Καθαρισμός"></td>

</tr>

</table>

</form>

</td>

</tr>

<tr>
```

```
<td bgcolor="#1A3300" colspan="3"><ul><font color=white size=2><li>κουπόνι  
προηγούμενης ημέρας</li></font><font color=white size=2><li>αρχείο με παλαιότερα  
κουπόνια</li></font></ul></td>
```

```
</tr>
```

```
</table>
```

```
</table>
```

```
</body>
```

```
<? include ("footer.php"); ?>
```

```
</html>
```

Σελίδα αποτελέσματος στοιχήματος

```
<?$poso = $_POST['poso'];  
$kodikos1 = $_POST['kodikos1'];  
$kodikos1s = $_POST['kodikos1s'];  
$kodikos2 = $_POST['kodikos2'];  
$kodikos2s = $_POST['kodikos2s'];  
$kodikos3 = $_POST['kodikos3'];  
$kodikos3s = $_POST['kodikos3s'];  
$kodikos4 = $_POST['kodikos4'];  
$kodikos4s = $_POST['kodikos4s'];  
$kodikos5 = $_POST['kodikos5'];  
$kodikos5s = $_POST['kodikos5s'];  
$orders=$_POST['orders'];  
?>  
<html>  
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="style.css" />  
<meta http-equiv="content-type" content="text/html;charset=utf-8" />  
<? include ("header.php") ;?>  
<body>  
<div class="body">  
<table border="0" rules="rows" align="center">  
<tr>  
<th><?php include("indexs.html"); ?></th></tr>  
</table>  
  
<table border="0" align="center" width="900" rules="all">  
<tr>  
<th align="left" bgcolor="#1A3300" colspan="2"><font color=white size=2><b>H  
κατάσταση σας</b></font></th>
```

```

        <th align="left" bgcolor="#1A3300" colspan="2"><font color=white size=2><b>οι
απόψεις μας</b></font></th>
    </tr>
    <tr>
    <td bgcolor="black" colspan="2">
    <?php
        session_start();

        // check session variable

        if (isset($_SESSION['valid_user']))
        {
            echo '<font size="2" color="green"><b>Έχετε συνδεθεί ως:
</b></font>'. $_SESSION['valid_user'].'</br></br>';
            echo '<p><font size="2" color="white"><b>Μόνο εγγεγραμμένοι χρήστες
επιτρέπονται σε αυτή την σελίδα!</b></font></p>';
        }
        else
        {
            echo '<font size="2" color="green"><b>Δεν έχετε
συνδεθεί.</b></font></br></br>';
            echo '<p><font size="2" color="white"><b>Μόνο εγγεγραμμένοι χρήστες
επιτρέπονται σε αυτή την σελίδα!</b></font></p>';
        }

        echo '<a href="authmain.php"><button
type="button">Επιστροφή</button></font></a>';
    ?>
    </td>
    <td bgcolor="black" colspan="2">
    <?
    if( $poso == 0)
    {
        echo 'Den valate poso!<br />';
    }
    else
    {

    }

    $db_conn = new mysqli('localhost', 'root', 'root', 'stoixima');

    if (mysqli_connect_errno()) {
        echo 'Connection to database failed:'.mysqli_connect_error();
        exit();
    }
    //1
    $query = 'select * from stoixima1 '
            .'where Kodikos='$kodikos1'';
            // ." and '$kodikos1s'=(' $kodikos1s)";

```



```

$result = $db_conn->query($query);
$num_results = $result->num_rows;
// echo '<p>Number of books found: '.$num_results.</p>';
for ($i=0; $i <$num_results; $i++)
{
    $row = $result->fetch_assoc();
    echo '</p>';
}
if ( $kodikos1>0 )
    echo 'επιλέξατε τον αγώνα με κωδικό:&nbsp;'.$kodikos1;
    echo '&nbsp; με σημείο :&nbsp;'.$kodikos1s.'&nbsp;&nbsp;&nbsp;και
απόδοση:&nbsp;';
switch ($kodikos1s)
{
    case '1':
        echo stripslashes($row['assos']);
        echo '</p>';
        break;
    case '2':
        echo stripslashes($row['diplo']);
        echo '</p>';
        break;
    case 'X':
        echo stripslashes($row['X']);
        echo '</p>';
}
// kleinei to 1 ανοigei 2
$query = 'select * from stoixima1 '
        ."where Kodikos='$kodikos2'";
        // ." and '$kodikos1s'=('$kodikos1s)";

$result = $db_conn->query($query);
$num_results = $result->num_rows;
for ($i=0; $i <$num_results; $i++)
{
    $row = $result->fetch_assoc();
    echo '</p>';
}
if ( $kodikos2>0 )
    echo 'επιλέξατε τον αγώνα με κωδικό:&nbsp;'.$kodikos2;
    echo '&nbsp; με σημείο :&nbsp;'.$kodikos2s.'&nbsp;&nbsp;&nbsp;και
απόδοση:&nbsp;';
switch ($kodikos2s)
{
    case '1':
        echo stripslashes($row['assos']);
        echo '</p>';
        break;
    case '2':

```

```

        echo stripslashes($row['diplo']);
        echo '</p>';
        break;
        case 'X':
        echo stripslashes($row['X']);
        echo '</p>';
    }
//kleinei to 2 ανοigei to 3
$query = 'select * from stoixima1 '
        ."where Kodikos='$kodikos3'";
        // ." and '$kodikos1s'=(' $kodikos1s)";

$result = $db_conn->query($query);
$num_results = $result->num_rows;
// echo '<p>Number of books found: '.$num_results.'</p>';
for ($i=0; $i <$num_results; $i++)
{
    $row = $result->fetch_assoc();
    echo '</p>';
}
if ( $kodikos3>0 )
    echo 'επιλέξατε τον αγώνα με κωδικό:&nbsp;'.$kodikos3;
    echo '&nbsp; με σημείο :&nbsp;'.$kodikos3s.'&nbsp;.&nbsp;&nbsp;&nbsp;και
απόδοση:&nbsp;';
    switch ($kodikos3s)
    {
        case '1':
        echo stripslashes($row['assos']);
        echo '</p>';
        break;
        case '2':
        echo stripslashes($row['diplo']);
        echo '</p>';
        break;
        case 'X':
        echo stripslashes($row['X']);
        echo '</p>';
    }
// kleinei to 3 ανοigei to 4
$query = 'select * from stoixima1 '
        ."where Kodikos='$kodikos4'";
        // ." and '$kodikos1s'=(' $kodikos1s)";

$result = $db_conn->query($query);
$num_results = $result->num_rows;
// echo '<p>Number of books found: '.$num_results.'</p>';
for ($i=0; $i <$num_results; $i++)
{
    $row = $result->fetch_assoc();
    echo '</p>';
}

```

```

    } if ( $kodikos4>0 )
      echo 'επιλέξατε τον αγώνα με κωδικό:&nbsp;'.$kodikos4;
      echo '&nbsp; με σημείο :&nbsp;'.$kodikos4s.'&nbsp;&nbsp;&nbsp;και
απόδοση:&nbsp;';
      switch ($kodikos4s)
      {
        case '1':
          echo stripslashes($row['assos']);
          echo '</p>';
          break;
        case '2':
          echo stripslashes($row['diplo']);
          echo '</p>';
          break;
        case 'X':
          echo stripslashes($row['X']);
          echo '</p>';
      }
    // kleinei to 4 ανοίγει to 5

    $query = 'select * from stoixima1 '
      ."where Kodikos='$kodikos5'";
      // ." and '$kodikos1s'=(' $kodikos1s)";

    $result = $db_conn->query($query);
    $num_results = $result->num_rows;
    // echo '<p>Number of books found: '.$num_results.'</p>';
    for ($i=0; $i <$num_results; $i++)
    {
      $row = $result->fetch_assoc();
      echo '</p>';
    }
    if ( $kodikos5>0 )
      echo 'επιλέξατε τον αγώνα με κωδικό:&nbsp;'.$kodikos5;
      echo '&nbsp; με σημείο :&nbsp;'.$kodikos5s.'&nbsp;&nbsp;&nbsp;και
απόδοση:&nbsp;';
      switch ($kodikos5s)
      {
        case '1':
          echo stripslashes($row['assos']);
          echo '</p>';
          break;
        case '2':
          echo stripslashes($row['diplo']);
          echo '</p>';
          break;
        case 'X':
          echo stripslashes($row['X']);
          echo '</p>';
      }

```

```
}  
?></td></tr></table>
```

τα αναμενόμενα κέρδη σας είναι

```
<? $total= $row['assos'];  
    echo $total;      ?>
```

```
<? include ("footer.php"); ?>  
</body>  
</html>
```