

Abstrakt

Tato práce studuje prodeje tabletů iPad 2 na eBay. Zkoumáme výběr designu prodeje a jeho efekt na pravděpodobnost prodeje a finální cenu. Nenašli jsme rozdíl v cenách při prodeji v aukci a pomocí prodejů s fixními cenami. Obchody s fixními cenami měly menší pravděpodobnost úspěšného prodeje. Možnost BIN neovlivňuje výsledek aukce. Také jsme zjistili, že větší minimální nabídka zvyšuje konečnou cenu a snižuje pravděpodobnost prodeje.