

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra informačního inženýrství



Teze k bakalářské práci

Eliminace rizik nákupu na slevových serverech

Eliška Bouchalová

© 2015 ČZU v Praze

Souhrn

Tato bakalářská práce pojednává o internetovém obchodování. Důraz je kladen na slevové servery, které jsou jednou z forem internetového obchodování. Práce je rozdělena do 6 kapitol. První kapitola je zaměřena na internetový obchod a na konci této části jsou zmapovány jeho výhody a rizika pro spotřebitele. Na to navazuje celkem rozsáhlá kapitola zabývající se analýzou marketingových strategií v rámci internetového obchodování. Velmi důležitou částí je kapitola pojednávající o slevových serverech, kde začátkem je nastíněn vývoj hromadného nakupování ve světě a u nás, pokračuje objasněním principu nákupu a končí popisem průběhu nákupu od samotného výběru slevového serveru až po uplatnění slevového kupónu a jeho případnou reklamaci. V další kapitole je stručný popis tvorby e-shopu, kde jsou popsány a zhodnoceny různé způsoby vytvoření. Závěrem literární rešerše je zhodnocení využívání slevových portálů a e-shopů a eliminace rizik při nákupu jejich prostřednictvím. Praktická část práce se věnuje výzkumu spokojenosti zákazníků internetových obchodů a slevových serverů prostřednictvím dotazníkového šetření. Výsledky dotazníkového šetření jsou doplněny o grafy, které jsou dále komentovány a porovnávány mezi sebou. Výsledkem je návrh eliminace rizik nákupu prostřednictvím slevových serverů a návrh zlepšení APHN (Asociace portálů hromadného nakupování).

Klíčová slova: Slevový agregátor, slevový server, reklamace, způsoby platby, věrohodnost, ochrana spotřebitele, elektronická kontraktace, marketing, internetový obchod, rizika nákupu.

Cíl práce a metodika

Cílem bakalářské práce je všestranně charakterizovat internetové obchodování jeho výhody a nevýhody. Dílčím cílem práce je rozšíření poznatků a získání aktuálního přehledu současné literatury o nákupech v e-shopech a na slevových serverech. Prostředkem k dosažení cíle je analýza marketingových strategií v rámci internetového obchodování, rozbor psychologických procesů člověka při využívání Internetu k realizaci nákupů, obohacení vlastní informovanosti o manipulaci s internetovými prostředky k vytváření internetových obchodů a slevových portálů. Bude věnována pozornost problematice slevových serverů, kde bude uvedena jejich charakteristika, objasnění principu fungování, zhodnocení zda a za jakých podmínek elektronické obchodování využívat prostřednictvím slevových portálů, přínosy a omezení pro cílové spotřebitele. Závěrem bude zaměřeno na eliminaci rizik nákupu prostřednictvím slevových serverů. V praktické části bude analýza spotřebitelů

nakupujících na slevových serverech a v internetových obchodech pomocí dotazníkového šetření a cílem je navržení pro ně vhodné asociace hromadného nakupování. V samém závěru bude zhodnocení využívání tohoto média.

Rešeršní část bude vypracována za užití literárních zdrojů. Problematika slevových serverů v poslední době vykazuje růst, i z toho důvodu je metodou práce komparace a rešeršní zpracování několika, zejména online zdrojů, ve kterých jsou popisovány nejnovější trendy v této sféře nákupu na slevových serverech. Práce je postavena na triangulaci sběru dat, kdy 1. pilíř se opírá o studium dokumentů a 2. pilíř o dotazníkové šetření. Praktická část bude představovat analýzu dané problematiky dotazníkovým šetřením a navrhnouti zlepšení eliminaci rizik nákupu na slevových serverech. Problematika bude doplněna o výsledné grafy a tabulky vycházející z online nakupování.

Popis praktické části

Praktická část je rozdělena na dvě podkapitoly, a to na dotazníkové šetření a studium dokumentů. Dotazníkové šetření se věnuje zákazníkům internetových obchodů a dále spotřebitelům nakupujícím prostřednictvím slevových serverů. Obojí je zpracováno formou dotazníkového šetření, které je následně analyzováno a doplněno o grafy a tabulky. Studium dokumentů se zabývá eliminací rizik nákupu prostřednictvím slevových serverů a popisu APHN doplněného o návrhy zlepšení. Na konci praktické části je uvedena diskuze, kde jsou rozebírány předem stanovené hypotézy.

Analýzou dotazníku zaměřeného na slevové portály bylo zjištěno, že naprostá většina zákazníků nakupujících prostřednictvím slevových portálů nemá vůbec ponětí o působení APHN. Na základě tohoto zjištění byly navrženy způsoby rozšíření povědomí o APHN mezi širokou veřejnost. Dle potvrzení stanovených obecných hypotéz platí, že dobré zkušenosti zákazníků s nákupem prostřednictvím slevových serverů závisí na znalosti APHN nebo na volbě serveru, prostřednictvím kterého nakupují. Dle druhé obecné hypotézy platí, že hodnocení spokojenosti nákupu v internetových obchodech závisí na informovanosti o bezpečnosti nákupu. Kdyby byl zákazník více informován o bezpečnosti nákupu, snížily by se tím špatné zkušenosti s internetovými obchody. Závěrem je možné konstatovat, že zvýšením znalostí zákazníků o možných nástrahách spojených s nakupováním v internetových obchodech je do jisté míry možná eliminace špatných zkušeností s nákupem.

Seznam použité literatury

1. PETR KLÍNSKÝ, Otto Münch. *Ekonomika pro obchodní akademie a ostatní střední školy*. 2., upr. vyd. Praha: Eduko, 2009. ISBN 978-808-7204-177
2. KOSIUR, David. *Elektronická komerce: principy a praxe*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 1998, xii, 267 s. ISBN 80-722-6097-9
3. KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. [4. vyd.]. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4150-5
4. O nás. *Slevomat* [online]. © 2010-2015 [cit. 2015-01-23].
Dostupné z: <https://www.slevomat.cz/o-nas>
5. O asociaci. *Nakupujeme hromadně* [online]. © 2011 [cit. 2015-02-07].
Dostupné z: <http://www.nakupujemehromadne.cz/>