

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra Informačních technologií



Teze diplomová práce

Nové trendy v oblasti elektronické komerce

Lukáš Valta

© 2016 ČZU v Praze

Souhrn

Diplomová práce se zabývá analýzou současných trendů v oblasti elektronické komerce s přihlédnutím na stále větší využívání mobilních telefonů. Elektronická komerce je široký pojem. Diplomová práce analyzuje trendy v elektronické komerci ve vztahu B2C. Nejprve je vymezen pojem elektronická komerce, její historie a rozvoj. Další část je zaměřena na trendy v elektronickém obchodování se zaměřením na stále větší rozšíření a využívání mobilních telefonů nebo-li „smartphonů“. Do elektronického obchodování spadají také trendy v oblasti elektronické online platby a e-marketingu. Tímto se zabývá další část práce. V praktické části diplomové práce na základě provedených šetření je vytvořen komplexní návrh a implementace webové prezentace.

Klíčová slova: Internetový obchod, e-shop, mobilní zařízení, reklama, propagace, mobilní platby

Cíl práce

Cílem diplomové práce je analyzovat současné trendy v oblasti elektronické komerce zejména s přihlédnutím ke stále většímu využívání mobilních zařízení. Praktickým cílem práce je na základě provedených šetření vytvořit komplexní návrh a provést implementaci webové prezentace.

Metodika

Řešení problematiky diplomové práce je založeno na studiu a analýze odborných informačních zdrojů. Praktická část práce bude zaměřena na vypracování případové studie z oblasti elektronické komerce. Konkrétně bude dle poznatků z rešeršní části vytvořena a následně zhodnocena komplexní webová prezentace. Na základě syntézy teoretických poznatků a výsledků praktické části práce budou formulovány závěry diplomové práce.

Diplomová práce je zaměřená na analýzu trendů v elektronické komerci, se zaměřením na stále větší využívání mobilních telefonů. V teoretické části je vysvětlen pojem elektronická komerce, její členění a historie. Dále teoretická část obsahuje trendy v oblasti elektronické komerci. Zejména trendy související s mobilními telefony. Jedná se o trendy v oblasti reklamy, designu webových stránek, přizpůsobení stránek mobilním telefonům a způsoby platby přes mobilní telefon.

Na základě šetření v teoretické části bylo zjištěno, že responzivní design webových stránek je v dnešní době velmi důležitý. Téměř každý vlastní mobilní telefon s přístupem k internetu. Častější přístup na webové stránky je v celosvětovém měřítku rozšířenější přes mobilní telefony, než desktopy. V České republice přístup na webové stránky přes mobilní telefon není tak velký jako v celosvětovém měřítku. Ale i v České republice každým rokem několikanásobně roste přístup na webové stránky přes mobilní telefon a stává se trendem. Webové stránky ještě nejsou ve většině případů přizpůsobené pro mobilní telefony. Jsou určeny především pro desktopy. Proto návštěva webových stránek, optimalizované pouze pro desktopy, z mobilních telefonů jsou pro návštěvníky nepřehledné a nepřívětivé. Mohou návštěvníka odradit v prohlížení, nebo odradit dokonce od nákupu zboží či služeb na stránce. Proto je důležité, aby byly webové stránky přizpůsobené jak pro desktopy, tak pro rozlišení mobilních telefonů a jiných přístrojů s menším rozlišením. Zároveň zobrazeny stejně ve všech dostupných webových prohlížečích.

Pro vytváření responzivního webu, potřebujeme dobré znalosti kaskádových stylů CSS3 a programovacího jazyka HTML5. Důležitý je i prvotní náčrt stránky pomocí drátěného modelu. Pomocí drátěného modelu si navrhne rozložení komponent do všech zařízení s různou šířkou displeje.

Na základě šetření z teoretické části, se praktická část zabývá především responzivním designem webových stránek. V této části je stručně popsáno, jaké jsou možnosti a technologie pro vytvoření responzivních webových stránek. Hlavní část je věnována návrhu a tvorbě responzivní webové stránky firmy Retrast.cz. Firma Retrast.cz, která se zabývá stavebními pracemi, responzivní design nemá. Její design je celkově zastaralý. V praktické části jsou naprogramovány nové webové stránky firmy s moderním, přehledným a dynamickým designem, který je především responzivní. Při programování stránek, byl brán ohled na metodu *Mobile First* v CSS. Responzivní design je vytvořen pomocí media queries a jeho breakpointů pro jednotlivá rozlišení. Při programování webových stránek firmy je využit Framework bootstrap. Nové vytvoření webových stránek přineslo uživatelům přívětivější prostředí na všech dostupných zařízeních. Stránky se jednodušeji aktualizují díky jednomu obsahu informací na webu a stačí nastavovat SEO pouze pro jeden web.

Responzivní design je zcela aktuální a jedná se o potřebnou technologii, která pomůže webové stránce se zobrazit na různých zařízeních s různou šířkou displeje.

Tato diplomová práce může poskytnout informace o současných trendech v elektronické komerci a rady nejen začátečníkům a laikům v tomto oboru, ale také pokročilým webovým vývojářům.

BLAŽKOVÁ, M. Jak využít internet v marketingu. Praha: Grada Publishing,

2005. ISBN 80-247-1095-1.

CASTLEDINE, Earle, Myles EFTOS a Max WHEELER. Vytváříme mobilní web a aplikace pro chytré telefony a tablety. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2013. ISBN 97880-251-3763-5

ECHER, Clint. Profesionální webdesign Techniky a vzorová řešení. 1. vydání. Brno: CP Books, a.s., 2005. 421s. ISBN 80-251-0547-4.

effectix, ©1999-2016. Effectix.com: The vest value for our clients [online]. 2013 [cit. 2015-1-20]. Dostupný z: <http://www.doba-webova.com/cs/e-commerce>

Forevery one, ©2013. Foreveryone: české eshopy [online]. 2013 [cit. 2015-1-13]. Dostupný z: <http://www.foreveryone.cz/ceske-e-shopy-mobilni-neprivetivost-a-tragicke-zabezpeceni-dat>

FORGÁČ, Ján. Mobilní nebo responzivní web?. In: ArtFocus: Blog [online]. 2013 [cit. 2015-09-25]. Dostupné z:<http://www.artfocus.cz/blog/mobilni-stranky-neboresponzivni-web>

FREY, Petr. Marketingová komunikace : to nejlepší z nových trendů. Praha : Management Press, 2008. ISBN 978-80-7261-160-7

HLAVENKA, J. Internetový marketing – praktické rady, tipy, návody a postupy pro využití internetu v marketingu, 1. vyd. Praha : Computer Press, 2001, ISBN 80-7226-498-2

HOPKINS, J., TURNER, J. Go Mobile: Location-based marketing, Apps, Mobile Optimized Ad Campaigns, 2D Codes and other mobile strategies to grow your business. Hoboken. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2012. ISBN 978-1118167786

CHAFFEY, D., aj. Internet marketing. Strategy. Implementation and Practice.

Trowbridge: Redwood Books Limited, 2000. ISBN: 0273643096.

Idealisti, ©1999-2016. Idealisti: m-commerce [online]. 2015 [cit. 2015-1-13]. Dostupný z: <http://www.idealisti.eu/prispevky/show/inspirativni-nazory-12?postID=88>