

1. Definice pojmu hypotéza

Hypotéza je jistý druh myšlení, kdy předpokládáme výsledek, popř. důsledek nějaké operace, reakce, činnosti nebo prostě jen budoucí stav aktuálního stavu. Tento budoucí stav však není předběžně úplně jistě prokázán, a tak bude potřebovat podrobnější prozkoumání a dokazování. Hypotéza tedy může být nejen pravdivá, ale také nepravdivá, či dokonce pravdivá pouze částečně. V průběhu bádání se může hypotéza dynamicky měnit a zároveň tak určovat další směr vývoje, postupu.

Hypotéza se zakládá na různém druhu faktorů. Může se zakládat na konkrétních faktech, stejně jako na osobních zkušenostech, odbornosti či prosté schopnosti předpovědi. Zpravidla je hypotéza výsledkem kombinací různých faktorů. Z toho vyplývá další důležitý poznatek - hypotéza jedince může (resp. by dokonce přímo měla) být rozdílná při vyslovování hypotéz větším počtem osob s různým stupněm vzdělání, zkušenosti, pracovních pozic ap.

2. Název a cíl diplomové práce

2.1.1. Název

Návrh na vytvoření elektronického obchodu HandSoft.cz

2.1.2. Cíl

Vytvořit postup pro bezproblémové vytvoření elektronického obchodu, eliminovat problémy spojené se vstupem na elektronický trh a tím redukovat případné provozní problémy.

3. Výčet pracovních hypotéz: otázka – odpověď

3.1.1. Základní hypotéza

Na základě snahy o nalezení českého elektronického obchodu specializovaného na software pro kapesní počítače a jeho následné nenalezení se domnívám, že českému trhu takový obchod chybí (což mám potvrzené i z rozsáhlých řad uživatelů) a zákazníkům by takový obchod přišel velmi vhod. Případné vytvoření tedy bude výhodné nejen pro uživatele, ale samozřejmě i majitele daného elektronického obchodu.

3.1.2. Pracovní hypotézy

Budeme-li chtít vytvořit elektronický obchod, měli bychom vybrat vhodný webhosting.

Pokud firma vybere kvalitní software, nebude mít později problém s údržbou za provozu.

Má-li být velká návštěvnost stránek, musí firma zainvestovat do reklamy.

Získá-li firma zastoupení více dodavatelů, pak by jí měly být nabízeny lepší cenové nabídky.

Má-li se maximalizovat zisk, je potřeba expandovat na další trhy (např. SK).

Pokud nebude firma příjemně komunikovat se zákazníky, ztratí „virtuální“ důvěru.

Pokud firma nebude průběžně provádět SEO analýzy a optimalizace, ztratí svoji výhodnou pozici v rámci konkurence.