

Na internetu ještě levněji

Jak vyhledávat zboží s nejnižší cenou při nakupování na internetu

(CD)

JOSEF KULHAVÝ

Pryč jsou naštěstí doby, kdy byl každý výrobek v obchodě vybaven štítkem s maloobchodní cenou, kterou museli respektovat jak prodávající, tak i kupující. Ovšem pryč jsou též doby, kdy byly internetové nákupy v plenkách, takže mnoho druhů zboží nebylo na internetu k sehnání. Nyní lze přes web nakoupit takřka vše: od špendlíků za pár haléřů po luxusní automobily za miliony korun. Přitom je mezi obchodníky konkurence dostatečně velká na to, aby bylo možné vybírat nejen podle kvality zboží, ale i podle ceny. V některých případech je cenový rozdíl markantní. Pro názornost uvedu příklad:

Byl jsem pověřen nákupem domácího kina. Zvolil jsem vyhovující přístroj – novinku na trhu – a začal jsem hledat nejnižší cenu. V kamenném obchodě mi jej nabídli za 13 990 korun. Pak jsem zabrouzdal internetem. Větší nákupní servery nabízely slevu zhruba 500 Kč, avšak nelenil jsem a pokračoval v dalším hledání. Po několika minutách práce jsem objevil ještě příznivější nabídku: 12 790 Kč – tedy o více než 8 % levněji. Půlhodinové hledání mi tedy ušetřilo 1 200 korun. U zboží, které uvedl výrobce na náš trh již před delší dobou, se procentuální výkyvy cen u jednotlivých obchodníků mohou lišit až o několik desítek procent. Například baterie do staršího mobilu byla na internetu k dispozici až o 40 % levněji než v obchodě v okresním městě.

Jak tedy postupovat při nákupu na internetu, abychom platili skutečně nejnižší cenu? Jak v síti vyhledávat nejnižší nabídku? Nejdříve je třeba nalézt výrobce a typové označení zboží (u CD nebo DVD disků postačí jméno interpreta a název alba). Pro zjištění této informace je možné buď navštívit kamenný obchod ve svém okolí, anebo zabrouzdat do jakéhokoli internetového obchodu, kde danou kategorii zboží nabízejí. Stejně lze postupovat, když nemáme konkrétní představu o značce, a jsme si jisti pouze vlastnostmi kupovaného zboží. Pokud se rozhodneme pro možnost zjištění základních informací přes web, můžeme zavítat do některého ze seznamů obchodů na internetu:

Nyní známe přesné označení výrobku, nebo alespoň víme, jaké vlastnosti má produkt našeho zájmu splňovat (například obsahuje podporu MMS, Javy, balení má obsahovat Li-Ion baterii, atd.). Můžeme se tedy pustit do samotného vyhledávání. První možnost je použít nejnámější vyhledávače. Zde ale nastává problém, že název výrobku se neobjevuje pouze v internetovém obchodě, ale na mnoha dalších místech: v recenzích, na specializovaných serverech, atd. Zkusme například do vyhledávače na Seznamu zadat frázi: „Sony Ericsson T68i“ a hledejme jej ve fulltextu. Na monitoru se zobrazí nepříjemně mnoho položek výsledku vyhledávání, kde bychom nejnižší cenovou nabídku hledali jen stěží.

Vybrané seznamy obchodů na internetu

Seznam.cz	dír.seznam.cz/Nakupovani_na_internetu/
E-byznys.cz	www.e-byznys.cz
Atlas.cz	obchody.atlas.cz
Obchodní portál	www.katalogobchodu.cz

Specializované vyhledávače zboží na internetu

Název vyhledávače	Adresa	Počet začleněných obchodů
e-byznys	www.e-byznys.cz	1 200
Centrum.cz	obchody.centrum.cz	429
obchody.atlas.cz	obchody.atlas.cz	2 886*
Obchodní portál	www.katalogzbozi.cz	244
Froogle	froogle.google.com	?

* Jedná se o počet všech registrovaných obchodů na portálu Atlas.cz



Nicméně tyto fulltextové vyhledávače hned nezavrhneme, a pokusme se z nich dostat skutečně to, co potřebujeme: Vycházejme z toho, že v každém internetovém obchodě je o každém výrobku připsáno zhruba toto: *Naše cena: 5 999 Kč*. Pro nás je důležité slovo *cena*, nebo alespoň *Kč*. Pokud tedy zadáme pro vyhledávání frázi „Sony Ericsson T68i“ + *cena* nebo „Sony Ericsson T68i“ + *Kč*, můžeme si být jisti, že výsledek vyhledávání bude o poznání přesnější.

Ovšem máme tu první problém: Vyhledávací stroj nezná aktuální podobu stránky (v paměti má uloženou verzi několik týdnů či měsíců starou), a proto se ve výsledcích hledání objeví cena za výrobek naprosto odlišná, od té obchodníkem současně nabízené. Nenechme se proto odradit cenami, které zobrazí vyhledávač, a klikněme pro zjištění skutečné ceny na nabízený odkaz.

A zde se můžeme setkat s další nedokonalostí lidského počínání na internetu: Chyba 404 – stránka neexistuje. Je vcelku běžné, že se změnou designu změní obchody nabízející své zboží na internetu i skripty, zobrazující stránky s popisem, cenou a objednávkou výrobku. Nevěšme však hlavu a internetovou adresu zobrazenou v příslušném řádku prohlížeče se pokusme upravit tak, abychom se dostali na homepage internetového obchodu. Ta bude většinou ve tvaru *www.obchod.cz*, *obchod.server.cz* nebo *www.server.cz/obchod*. Na úvodní stránce pak použijeme interní vyhledávač, který nám najde skutečnou stránku s popisem výrobku.

Kromě běžných vyhledávačů (Seznam.cz, Centrum.cz – Morfeo.cz, Atlas.cz, Jyxo.cz, Google.com, atd.) existují servery, nebo jejich části, které se na vyhledávání prodávajících výrobků specializují.

Výhody vyhledávačů zboží jsou zřejmé: Ve výsledcích budeme mít pouze hyperlinkové odkazy na stránky výrobku vedoucí k jeho popisu, takže se nebudeme muset zabývat tím, zda odkaz vede skutečně do internetového obchodu či nikoliv. Stránka s výsledky je navíc přehledně členěna a jsou na

nívěšcehy potřebné údaje: nejen popis jednotlivých výrobků, ale i nejdůležitější údaj pro nás – cena.

Navštívíme-li homepage serveru e-byznys (www.e-byznys.cz), zobrazí se před námi jediné pole vyhledávacího formuláře. Do tohoto políčka lze zadat název hledaného výrobku, ale doporučuji spíše přejít na stránku *Rozšířené hledání*. Zde už se nám nabízí políček podstatně více na to, abychom našli skutečně pouze to, co hledáme. Do políčka *Co hledáte?* zadáme typové označení výrobku – kupříkladu „Sony Ericsson T68i“. Abychom zabránili tomu, že se nám budou zobrazovat ve výsledcích kromě samotného přístroje i další komponenty k vybranému zboží (například baterie, kožené pouzdro, apod.), vyplníme i další políčka: *Cena od a Cena do*. Zvolme takové rozpětí, které je pro daný přístroj zajímavé. (Pro uvedený mobil bych doporučoval částky cca 4 000 a 7 000). Takto vyplněný formulář odesleme ke zpracování kliknutím na tlačítko *Zobrazit produkty*. Na následné stránce se nám zobrazí výčet vyhledaných výrobků, a to včetně podrobného popisu a náhledového obrázku, získaného z konkrétního internetového obchodu, dále název internetového obchodu včetně WWW adresy a nakonec i cena výrobku. Tento seznam lze libovolně třídit – ať už podle ceny, názvu či obchodu. Jednotlivé položky můžeme vkládat do virtuálního košíku – k tomu účelu slouží ikona listu papíru, zobrazená pod cenou. Obsah košíku si lze kdykoliv prohlédnout kliknutím na odkaz *Vybrané zboží*. Zboží však tímto způsobem nakupovat nelze! Košík slouží pouze pro informaci o zajímavých vyhledaných položkách. Při procházení serveru e-byznys.cz mě nepříjemně zarazila jediná věc. I když jsem všude do formulářového okna vkládal stejná hesla, výsledek byl po každé jiný. Právě z tohoto důvodu doporučuji použít Rozšířené vyhledávání, neboť výsledek byl pak nejširší ze všech možností.

Vyhledáváním zboží se zabývá také část portálu Centrum.cz (obchody.centrum.cz). Na stránce je zobrazeno, kromě rozsáhlého katalogu, jediné textové pole formuláře. Do něho tedy vložíme název nebo výčet vlastností hledaného výrobku. Z rozevírací nabídky můžeme, ale nemusíme vybrat kategorii, do které by mohl být předmět začleněn. Celý systém disponuje i kontrolou překlepů a ohýbáním slov, což může být někdy více než užitečné. Chceme-li, stejně jako v minulém případě, zúžit výsledky vyhledávání zadáním minimální a maximální ceny, musíme tak učinit až po načtení první stránky s výsledky. Všechny vyhledané výrobky na stránce jsou opatřeny náhledovým obrázkem (pokud je k dispozici). Nastavení serveru umožňuje zvolit zobrazení ceny buď s DPH, nebo bez DPH. Výčet vyhledaných produktů lze třídit podle ceny vzestupně i sestupně. Nechybí přímý odkaz na stránku s objednávkou výrobku internetového obchodního domu, ani odkaz na homepage obchodníka.

Stejnou cestou jako Centrum.cz, se vydal i portál Atlas. Na adrese obchody.atlas.cz nalezneme podobnou internetovou aplikaci, jako v předchozím případě. Na úvodní stránce zadejme název výrobku, o který máme zájem, a pojdme sledovat, co bude následovat po kliknutí na tlačítko *Hle-*



▲ Na adrese obchody.centrum.cz naleznete jak seznam internetových obchodů, tak i formulář pro vyhledávání zboží

dat. Neopomeňme přitom nechat zaškrtnuté přepínací tlačítko *ve zboží*, abychom ve výstupu získali produkty, a ne obchody, ve kterých se zadané slovo vyskytuje. Po načtení stránky s výsledky nás možná překvapí strohý výčet položek, bez obrázků a popisů. Nicméně vše, co hledáme, je na stránce zobrazeno více než srozumitelně, takže nám většinou chybějící popis výrobku nemusí vadit. Serveru bohužel chybí jakékoli upřesnění ceny, takže se v seznamu objevují spolu s mobily i kabely, držáky, hands-free sady, baterie a náhlavní soupravy. Seznam nalezených výrobků lze naštěstí libovolně třídit, takže vhodným použitím ovládacích prvků brzy nalezneme skutečně potřebný výrobek. Samozřejmostí je přímý odkaz na stránku prodejce i na konkrétní stránku produktu na jeho serveru.

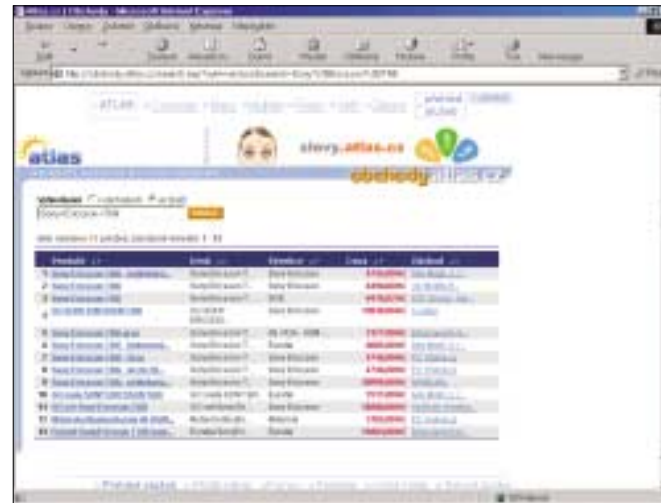
Další zastávku na českém internetu provedeme na Obchodním portálu (www.katalogzbozi.cz). V pravém sloupci na domovské stránce čeká na naši myš a klávesnici nenápadné vkládací textové pole, označené jako *Hledej zboží*. Po kliknutí na tlačítko *OK* nám serverová aplikace nabídne výsledky svého snažení s vyhledávanými výrobky. Pokud nám tento seznam pro svou košatost nevyhovuje, přesuneme se o několik řádků níže. Tam totiž můžeme upřesnit, co skutečně hledáme. Nabízí se na výběr nejen políčka pro zadání obligátní ceny, ale můžeme upřesnit, zda se má prohledávat název, popis nebo kód zboží. Serveru můžeme už zde určit, jak má výsledky řadit (název položky, cena, název obchodu), a kolik položek na jednu stránku jsme schopni vstřebat (10–100). Chceme-li přejít na konkrétní stránku zboží, klikneme na jeho název a na další stránce na položku *Detail zboží v externím obchodě*. Podobně je nutné postupovat, chceme-li přejít na server obchodníka: opět se musíme dostat přes název výrobku na jeho stránku na serveru Obchodního portálu, a až posléze na stránku skutečného prodejce výrobku – k tomu použijeme odkaz *Externí obchod*. Tato cesta je bohužel značně nepohodlná, celkový dojem navíc kazí skutečnost, že některé odkazy nejsou funkční a zavedou nás na neexistující stránku.

Za zmínku stojí ještě nejméně dvě domény: www.vltava2000.cz a www.inshop.cz. Tyto servery nabízejí potenciálním prodávajícím možnost založit a spravovat svůj vlastní internetový obchod. Pro nás nakupující je celý systém zajímavý v tom, že na uvedených homepage je k dispozici formulář pro vyhledávání zboží. Vyhledané zboží sice bude obsahovat pouze položky obchodníků, kteří službu serveru využívají, přesto jejich počet není zanedbatelný (několik stovek internetových obchodů na každém uvedeném serveru), a tak tyto servery mohou být dobrou alternativou k výše uvedeným službám.

Portály, zabývající se vyhledáváním výrobků, samozřejmě nalezneme i v jiných než CZ doménách. Asi největší ambice z nich má portál Froogle, nabízený správcí nejpoužívanějšího světového vyhledávače Google. Po zadání adresy www.froogle.com budeme přesměrováni na stránku záměrně připomínající všem známý Google. Do příslušného políčka opět postačí zadat název výrobku nebo klíčová slova a odeslat dotaz tlačítkem *Search Froogle*. Ser-



▲ Ve výsledcích vyhledávání na www.e-byznys.tif většinou můžeme u každé položky nalézt podrobný popis



▲ Vyhledávač obchody.atlas.cz zobrazí pouze výčet položek

ver pracuje prozatím pouze v beta-verzi a je lokalizovaný pouze pro americké obchodníky a zákazníky, a tak nemůžeme být překvapeni, že ve výsledcích nalezneme pouze ceny v amerických dolarech. V levém sloupci máme opět k dispozici pro zadání ceny výrobku dvě políčka (pozor, v USD!). Výsledky lze třídit podle ceny *vzestupně (Price: low to high)* nebo *sestupně (Price: high to low)*. Zajímavý je důsledek kliknutí na odkaz *Grid View*: Zobrazí se před námi stránka bez popisů výrobků, zato s jejich obrázky. Po vybrání odkazu, kterým je obrázek výrobku nebo jeho název, se přesuneme přímo do internetového obchodu, kde můžeme uskutečnit náš nákup. O tom, že podobných vyhledávacích strojů je na světovém internetu několik, svědčí i odkazy uvedené v rámečku *Try your search on other sites*: v dolní části stránky. Odkazy nás zavedou na podobné vyhledávací služby, bez nutnosti opětovně zadávat název našeho výrobku.

Ještě jeden server související s danou problematikou mě při brouzdání po internetu zaujal: www.aknicensy.cz. Zejména pokud vám nezáleží na konkrétním výrobcí a typu výrobku, bude pro vás tato adresa zajímavá. Na uvedeném webu sice nenakoupíte žádné zboží, ale zjistíte akční ceny různých druhů zboží v hypermarketech a velkých obchodních řetězcích. Opět nechybí fulltextové vyhledávání a ve výsledcích naleznete název obchodu, kde zboží za akční cenu nabízejí, dále akční cenu a dobu akční nabídky.

Jak ale postupovat, když všechny vyhledávače hlásí, že výrobek nebyl nalezen? Zde je každá rada drahá. Ovšem několik triků se nabízí:

- Přezkoumejte, zda je zadávané označení výrobku skutečně správné – například na internetové stránce výrobce.



▲ Aby mohl vyhledávač zobrazovat položky zboží, musí obchodník vytvořit XML soubor

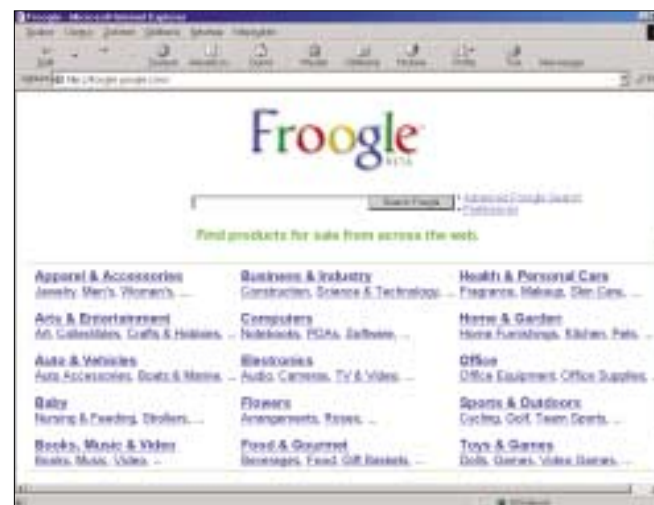


▲ Na Obchodním portálu chybí přímé odkazy pro objednání zboží

- Zkuste vynechat část názvu výrobku – zadávejte pouze například „T68i“.
- Pokud se v názvu vyskytuje pomlčka, čárka, apostrof nebo jiný znak, nezádávejte jej.
- Vynechejte diakritická znaménka.

Nyní nám nezbývá nic jiného, než klikat myší na jednotlivé odkazy a hledat nejvýhodnější nabídku. Doporučuji buď ponechávat otevřená všechna okna s cenou výrobku u jednotlivých obchodníků, nebo alespoň si poznamenávat tento údaj spolu s názvem (nebo adresou) internetového obchodu. Od „pamatování si“ pouze nejvýhodnější nabídky chci odradit z jednoho prostého důvodu: Je možné, že z nějaké příčiny (například ceny poštovního, dodacích podmínek, apod.) se rozhodneme využít konkurenční nabídku, a celý vyhledávací proces bychom museli absolvovat znovu.

Každý internetový obchod nabízí samozřejmě zaslání zboží až do domu. S tím však rostou obchodníkové náklady, které až na výjimky převádí na nás – tedy na kupující. Zde záleží na našem zvážení, jestli se vyplatí navštívit obchůdek v sousední ulici, a tam nakoupit potřebný předmět za cenu sice vyšší, ale bez dalších výdajů, nebo zda se rozhodnout pro internetový obchod s nejvýhodnější nabídkou, ale s nepřijemným poštovním a několikadenní dodací lhůtou. Jistě že záleží na konkrétním případě: pokud je cenové zvýhodnění vyšší než vyžadované poštovné, s nejvyšší pravděpodobností sáhneme k možnosti objednat zboží z pohodlí křesla a s pomocí klávesnice počítače. Některé internetové servery ve specifických případech nepožadují úhradu poštovního – například při platbě předem na zálohovou fakturu, nebo při vyšší ceně zboží. Lze se setkat i s nabídkou, že si zboží můžete vyzvednout přímo



▲ Do příslušného políčka stačí zadat název výrobku nebo klíčová slova a odeslat dotaz tlačítkem Search Froogle

v provozovně obchodu – za internetovou, tedy oproti běžnému prodeji nižší, cenu. Protože cenu za poštovné lze zjistit v mnoha případech až při uskutečnění objednávky, pokusili jsme se vytvořit následující tabulku s několika vybranými internetovými obchody a jejich účtovanými cenami za poštovné a balné. Ty se liší v závislosti na způsobu placení a dopravy zboží. V posledním sloupci lze pak vyčíst, od jaké částky nákupu není poštovné vyžadováno:

Vybrali jste nejvýhodnější nabídku za neskutečnou cenu? Jak mít ale jistotu, že obchodník zboží skutečně pošle? Navíc vás zarazí amatérský design stránek, nebo jste nikde nenašli jiný než e-mailový a telefonický kontakt? Z takového webu raději rychle pryč. Poštovní adresa je totiž jedním z povinných údajů, které na internetových stránkách společnosti prodávající zboží přes internet musí být uvedeny (nebo alespoň sděleny kupujícímu před samotným uzavřením smlouvy – tedy například před potvrzením objednávky). Mezi další povinné náležitosti patří: obchodní jméno a identifikační číslo, název a hlavní charakteristiky zboží nebo služeb, cena zboží nebo služeb včetně všech poplatků, poučení o právu na odstoupení, doba, po kterou zůstává nabídka nebo cena v platnosti.

Pokud i přesto váháte, zkuste se podívat na stránky Asociace pro elektronický obchod (www.apek.cz). Stránky této asociace byly vytvořeny za účelem ověření solidnosti jednotlivých internetových obchodů. Provozovatelé tohoto webu prověří každý internetový obchod, který o to požádá (a zaplatí), několika kontrolními nákupy, a podle výsledku zařadí nebo nezařadí tento subjekt do své databáze spolehlivých internetových obchodů. Pokud je tedy název obchodu, kde se rozhodnete uskutečnit nákup, zanesen mezi ostatními na webu www.apek.cz, nemusíte se bát o své peníze. Ikonu „Nákup bez obav“ byste měli nalézt i na stránkách každého takto označeného obchodu.

Abyste vyhledávané zboží mohly prodejce obchodu prohledávat, je třeba, aby o něm vyhledávací stroj věděl. Proto je pro obchodníka nejprve nutné se na vybraném vyhledávacím zaregistrovat. Další krok bude spočívat v tom,

Ceny za poštovné			
Obchod	WWW adresa	Poštovné a balné	Bez poštovného
123shop	www.123shop.cz	104–139 Kč	10 000 Kč
AAA Mobil	www.aaamobil.cz	99 Kč	–
Internetmall	www.audioexpert.cz , www.bilezbozi.cz www.fotoexpert.cz www.mobilka.cz www.mp3store.cz www.pceexpert.cz www.videoexpert.cz	0 Kč	–
Korunka	www.korunka.cz	109 Kč	3 000 Kč
Mshop.cz	www.mshop.cz	30–95 Kč	2 000 Kč
Obchodní dům	www.obchodni-dum.cz	25–49 Kč	2 000 Kč
Patro	www.patro.cz	68 Kč	2 000 Kč
Spotřebák	www.spotrebak.cz	50–140 Kč	1 500 Kč
Vltava	www.vltava.cz	35–75 Kč	1 500 Kč

že obchodník vytvoří speciální soubor se všemi dostupnými údaji o výrobku. Tento soubor musí mít svou specifickou podobu a musí být napsán ve formátu XML. Celý postup vytvoření takového souboru není naštěstí nikterak složitý a zvládne jej každý průměrně zkušený tvůrce webu – tedy pokud si obchodník sám vytvořil svůj internetový obchod, bude jistě sám schopen vytvořit potřebný datový soubor pro vyhledávač zboží. Tento XML soubor je třeba uložit na svém serveru, a vyhledávač sám bude schopen v dohodnutém časovém intervalu (třebas i každý den) stáhnout a analyzovat zaznamenaná data. Naštěstí však každý vyhledávač vyžaduje svou konkrétní strukturu tohoto souboru, pokud se tedy bude prodejce registrovat do více vyhledávačů zboží najednou, bude muset pravidelně vytvářet více souborů – pro každý vyhledávač zvlášť.

4 0110/FEL □



Počítejte s námi...

Umíte si v němčině objednat přesně to, na co máte chuť?
Víte, co znamená „mfg“? a) mit fünf Gästen, b) mit feiner Gurke, c) mit freundlichen Grüßen?
Sitzen Sie oft im Kaffee? Kann man Cafe trinken? Wie ist es?

Další zajímavosti, o kterých si myslíte, že je víte nebo nevíte, najdete v produktech LANGMaster Learning Anywhere.



2499,-

Unikátní kolekce pro výuku cizích jazyků pro všechny věkové kategorie a jazykové úrovně

LANG Master Němčina
TANGRAM - kurzy a slovník

Objednávky a informace:
LANGMaster International, s.r.o., Branická 107, 147 00 Praha 4
tel: 244 460 807, 800 22 1111, fax: 244 463 411, sales@langmaster.cz
www.langmaster.cz





BRÁNA VĚDĚNÍ
www.branavedeni.cz