

Abstrakt

Existuje mnoho odvětví ekonomiky, kde pravou hodnotu služby nebo zboží není možné zjistit ani po jejich zakoupení (tzv. “credence goods”), například taxi služby, opravy aut či elektroniky nebo oblast zdravotnictví. Ačkoliv v této sféře proběhla v poslední době řada ekonomických výzkumů, žádný z nich se nevěnoval čistě internetovému prostředí. Tato práce se zabývá zkoumáním jednoho z potenciálně nových segmentů služeb spojených s “credence goods”, a sice tvorbou webových stránek. Zejména je zkoumána možná diskriminace při cenotvorbě zakázky na základě pohlaví a technické zkušenosti zákazníka. K tomuto účelu byl vytvořen experiment v přirozeném prostředí, v němž bylo pomocí e-mailu osloveno 341 českých webových vývojářů a firem s poptávkou na tvorbu e-shopu. Po analýze odpovědí (navržená cena, počet odpovědí atd.) byl následně vytvořen lineární regresní model s použitím metody nejmenších čtverců (OLS). Výsledky naznačují, že mužským zákazníkům je navrhována vyšší cena než ženám. Druhým náznakem je vyšší cena pro zákazníky, kteří v e-mailu projeví technické znalosti, než pro laické zákazníky. Ovšem ani jeden z výsledků není signifikantní, stejně jako rozdíly cen mezi jednotlivými zkoumanými skupinami. Faktory, které signifikantně ovlivňují nabízenou cenu, jsou počet zaměstnanců, kraj, ve kterém živnostník či společnost sídlí, a nabízené technické řešení.