Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra řízení

Teze bakalářské práce

Provoz a ekonomika internetového obchodu

Tomáš Pánek

© 2015 ČZU v Praze

SOUHRN

Bakalářská práce se zabývá možnostmi provozu internetového obchodu. V teoretické části jsou popsány hlavní segmenty nutné k úspěšnému a trvale udržitelnému provozování internetového obchodu. V praktické části jsou teoretické poznatky aplikovány na internetový obchod hudební skupiny Wohnout. Jednotlivé segmenty tohoto internetového obchodu jsou analyzovány a v případě zjištění nedostatků jsou navrhnuta možná úsporná opatření. Celková výše těchto opatření je poté finančně vyjádřena.

Klíčová slova: Internetový obchod, internetová aplikace, konkurence, dodavatelé, doprava, platby, marketing

CÍL PRÁCE A METODIKA

Cíl práce

Cílem práce je návrh možných úsporných opatření pro provoz internetového obchodu hudební skupiny Wohnout, úsporná opatření finančně vyjádřit a aplikovat v praxi.

Metodika

Na základě informací získaných studiem odborné literatury bude provedena analýza jednotlivých segmentů nutných pro provozování internetového obchodu a jejich specifikace. Za pomoci narativní analýzy bude provedena deskripce aktuálního způsobu provozování internetového obchodu hudební skupiny Wohnout. Jednotlivé segmenty budou porovnávány s alternativními možnostmi.

Metodou komparativní analýzy budou porovnána všechna dostupná řešení způsobů dopravy a plateb. V rámci analýzy konkurence budou vybrané produkty internetového obchodu Wohnout porovnávány se substituty dvou srovnatelných tuzemských kapel a jednou zahraniční. Při analýze dodavatelů bude provedena vícekriteriální analýza variant metodou pořadí. V případě vhodnosti aplikace alternativního způsobu provozu jednotlivých segmentů budou tato řešení konkrétně interpretována a v sezóně 2015 převedena do praxe. Nakonec bude vyčíslena finální finanční úspora v důsledku zavedení úsporných opatření.

STRUČNÝ ÚVOD

S nástupem internetu a jeho rozšířením mezi širokou veřejnost lidé začali přemýšlet o komerčním využití této celosvětové počítačové sítě. První internetové obchody byly zprovozněny v USA počátkem 90. let. Masivní rozšíření tohoto druhu obchodů je však zaznamenáno až s nástupem nového tisíciletí, kdy se internet začal stávat běžnou součástí domácností (Janouch, 2014). Způsob prodeje zboží a služeb prostřednictvím internetu přebírá čím dál větší podíl na trhu a tento trend bude do budoucna zcela jistě pokračovat. Založení a provoz internetového obchodu vyžaduje a zahrnuje celou řadu aktivit nutných k úspěšnému fungování. Kromě velmi dobrého naplánování je nezbytné neustálé sledování trhu a přizpůsobení se aktuálním okolnostem. Zejména v natolik progresivním prostředí, jako je internet, je sledování trendů a schopnost rychlé reakce faktor rozhodující o úspěchu či neúspěchu. Lze předpokládat, že společnost bude čím dál více „digitální“, tomuto faktu se pokusit přizpůsobit a co nejlépe ho využít. Internetové obchody jsou velice podstatnou složkou internetu a zřejmě přichází doba, kdy bude většina zboží a služeb pořizována právě on-line formou.

ZHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ A NÁVRH ÚSPORNÝCH OPATŘENÍ

Dodavatelem potisku internetového obchodu Wohnout je v současné době firma F – Mark. Ta ovšem v analýze vyšla jako nejhorší varianta. Z tohoto důvodu bude dodávání potisku nadále zprostředkováváno firmou Interprint. Úspora činí 7 Kč za jeden potisk a celkový náklad je cca 1 000 kusů dámských triček ročně. Celková roční úspora je tedy 7 000 Kč.

Distribuce veškerých alb hudební skupiny Wohnout nyní probíhá pouze formou zasílání pevných CD nosičů. Vzhledem k možnostem internetového obchodu Wohnout je ovšem vhodné zařadit i možnost stáhnutí alba přímo z e-shopu. Při této formě prodeje odpadá nutnost úhrady poplatku za distribuci a výrobu fyzického kompaktního disku. Úspora činí 100 Kč na jednom prodaném albu. Při předpokládaném prodeji 500 kusů nehmotných alb ročně (odhad proveden na základě prodejů nehmotných alb Našim Klientům v roce 2011) bude celková úspora 50 000 Kč.

Způsob platby za zboží je nyní na e-shopu Wohnout nabízen pouze prostřednictvím dobírky. Zařazením možnosti platby přes platební bránu GoPay bude ušetřeno 23,5 Kč na

jedné objednávce. Při celkovém počtu 800 objednávek ročně (statistická data z internetové aplikace Wohnout) a předpokladu, že 50 % objednávek bude zaplaceno prostřednictvím platební brány GoPay (odhad na základě grafu Způsoby platby), činí celková roční úspora 9 400 Kč.

Finanční vyjádření úspory

Tabulka 1: Finanční vyjádření roční úspory

Segment	Množství [ks]	Úspora za jedn. [Kč]	Úspora celkem [Kč]
Dodavatel potisku	1 000	7	7 000
Distribuce	500	100	50 000
Způsob platby	400	23,5	9 400
Celkem			66 400

Zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky můžeme pozorovat, že celková finanční úspora vlivem zavedení úsporných opatření bude 66 400 Kč ročně. Tato opatření budou převedena do praxe v sezónně 2015.

STRUČNÝ ZÁVĚR

Analýzou segmentů e-shopu Wohnout byly identifikovány oblasti, kde je možné snížení nákladů. Nedostatky byly objeveny v segmentu dodavatele potisků, způsobech platby a distribuce hudebních alb. V těchto oblastech byla navržena konkrétní opatření, kterými lze dosáhnout úspory, a která budou v sezóně 2015 aplikována v praxi. Celková výše finanční úspory byla vypočítána okolo 66 000 Kč ročně.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ:

Janouch, Viktor. *Internetový marketing.* Brno: Computer Press, 2014. 978-80-251-4311-7.

Sedláček, Jiří. *E-komerce, internetový a mobil marketing.* Praha: BEN – technická literatura, 2006. 80-7300-195-0.

Sedlák, Mirek a Mikulášková, Petra. *Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod.* Brno: Computer Press, 2012. 978-80-251-3727-7.

Suchánek, Petr. *E-commerce: elektronické podnikání a koncepce elektronického obchodování.* Praha: Ekopress, 2012. 978-80-86929-84-2.